



САНХҮҮ ЭДИЙН ЗАСГИЙН ИХ СУРГУУЛЬ
БИЗНЕСИЙН УДИРДЛАГЫН МАСТЕРЫН ХӨТӨЛБӨР

Чонос

Олзвойн Мөнх-Од

**БИЗНЕСИЙН ОРЧНЫ ТОДОРХОЙГҮЙ БАЙДАЛ
ХАМТЫН СТРАТЕГИД НӨЛӨӨЛӨХ НЬ
(Аялал жуулчлалын салбарын жишээн дээр)**



Мэргэжлийн индекс

E340100

Бизнесийн удирдлагын

Мастерын зэрэг горилсон судалгааны ажил

Удирдсан

Т.Ууганболд/МВА/

Улаанбаатар. 2023



САНХҮҮ ЭДИЙН ЗАСГИЙН ИХ СУРГУУЛЬ
БИЗНЕСИЙН УДИРДЛАГЫН МАСТЕРЫН ХӨТӨЛБӨР



Чонос

Олзвойн Мөнх-Од

**БИЗНЕСИЙН ОРЧНЫ ТОДОРХОЙГҮЙ БАЙДАЛ
ХАМТЫН СТРАТЕГИД НӨЛӨӨЛӨХ НЬ**

(Аялал жуулчлалын салбарын жишээн дээр)



Мэргэжлийн индекс

E340100

Бизнесийн удирдлагын

Мастерын зэрэг горилсон судалгааны ажил

Удирдагч: Т.Ууганболд /МВА/

Зөвлөх:

Шүүмж:

Улаанбаатар. 2023

ГАРЧГИЙН ТОВЬЁОГ

МЭДЭГДЭХ ХУУДАС	i
ТАЛАРХАЛ	ii
ТОВЧ ХУРААНГУЙ	iii
ХҮСНЭГТЭН МЭДЭЭЛЛИЙН ЖАГСААТ	v
ЗУРГАН МЭДЭЭЛЛИЙН ЖАГСААЛТ	v
ХАВСРАЛТЫН ЖАГСААЛТ	vi
ТОВЧИЛСОН ҮГИЙН ЖАГСААЛТ	vii
НЭР ТОМЬЁОНЫ ТАЙЛБАР	viii
УДИРТГАЛ	1
Сэдвийн үндэслэл	1
Сэдвийн хамрах хүрээ	4
Судалгааны онол, арга зүй	4
Тулгамдаж буй асуудал	4
Судалгааны зорилго, зорилтууд	5
Судалгааны таамаглал	5
I БҮЛЭГ. СЭДВИЙН ОНОЛЫН СУДАЛГАА	6
1.1 ОНОЛЫН ТОЙМ	12
1.2 Хамтын стратегийн тухай ойлголт	12
1.3 Стратеги ба хүрээлэн буй орчин	15
1.4 Органик нэгдлүүд	20
1.5 Хамтын стратеги	27
1.6 Зохицуулалтын төвлөрөл, хүрээлэн буй орчны хямрал, болон бизнес эрхлэгчийн импровизаци	35
1.7 Орчны тогтворгүй байдал	36
1.8 Хүрээлэн буй орчны тогтворгүй байдал ба инновацын гүйцэтгэл	39
II БҮЛЭГ. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН ТУХАЙ	43
III БҮЛЭГ. ШИНЖИЛГЭЭ ҮР ДҮН	55
Шинжилгээ	55
Судалгааны дизайн	57
Өгөгдлийн шинжилгээ	57
3.1 Найдвартай байдлын шинжилгээ	57

3.2 Судалгаанд оролцогчдын бүтэц	58
3.5 Фактор шинжилгээ	60
3.6 Хамаарлын шинжилгээ	63
3.7 Олон хүчин зүйлсийн регрессийн шинжилгээ	76
ДҮГНЭЛТ	73
САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ	74
НОМ ЗҮЙ	ix
ХАВСРАЛТ	x

МЭДЭГДЭХ ХУУДАС

Энэхүү судалгааны ажил нь миний өөрийн бүтээл болохыг баталж байна. Энэхүү бүтээл нь СЭЗИС-ийн оюуны өмч болох бөгөөд тус сургуулийн номын сан судалгааны ажлыг нийтийн хүртээл болгохыг зөвшөөрч байна.

Магистрантын нэр:

О. Мөнх-Од

Гарын үсэг:

Огноо: 2023.01

ТАЛАРХАЛ

Энэхүү судалгааны ажил нь миний өөрийн хичээл зүтгэлээс гадна судалгааны ажлын минь үе шат бүрд тусалж дэмжиж байсан СЭЗИС-ийн багш нар, ангийн найз нөхөд, гэр бүлийнхний минь дэмжлэг гээд олон хүмүүсийн хүч хөдөлмөр, сэтгэл шингэсэн бүтээл юм. Судалгааны ажлын онолын хэсэгт өөрийн судалдаг чиглэлийн дагуу зөвлөмж, шүүмж өгч дэмжиж байсан СЭЗИС-ийн эрдэмтэн багш нар мөн судалгааны ажилтай холбоотой мэдээлэл эрж хайх, мэдээлэл цуглуулахад чин сэтгэлээсээ дэмжин тусалж, судалгааны ажлын зорилгын дагуу цуглуулсан мэдээллээ эмхэтгэж дүн шинжилгээ хийх, нэгтгэн дүгнэхэд өөрийн цаг зав, мэдлэг чадвараа зориулж байсан удирдагч багш Т.Ууганболд /МВА/ нартаа чин сэтгэлээсээ талархсанаа илэрхийлж байна.

Мөн судалгааны ажлыг хийж гүйцэтгэхэд цаг заваа зарцуулан дэмжин хамтарсан, судалгаа өгсөн жуулчны бааз кемпүүд, төрийн байгууллага, холбоод, ТББ-уудын төлөөллүүдэд гүн талархалыг илэрхийлж байна. Энэхүү судалгааны ажлаа хийх явцад өөрсдийн үнэ цэнэтэй санал бодлоо хуваалцаж, боломжит бүх зүйлсээр харамгүй туслалцаа үзүүлж байсан ангийн хамт олон, найз нартаа мөн гэр бүлийнхэндээ чин сэтгэлээсээ талархаж байна.

Хүндэтгэсэн: О.Мөнх-Од

ТОВЧ ХУРААНГУЙ

Энэхүү мастерын судалгааны ажлын зорилго нь бизнесийн орчныг тогтворгүй, тодорхойгүй болгодог хүчин зүйлсээс үүдэн аялал жуулчлалын салбарын хөгжил, оролцогч талуудын хоорондын уялдаа холбоо, хамтын ажиллагаа хэрхэн явагдаж байна, хамтын ажиллагааны нөхцөл байдал, хамтын ажиллагааг ямар үед хэрхэн хэрэгжүүлж, ямар арга хэлбэрээр явагдаж байгааг хамтын стратегийн онолын хүрээнд тодорхойлон хэмжиж аялал жуулчлалын салбар дахь оролцогч талуудын уялдаа холбоо хамтын ажиллагааг хөгжүүлэх боломжит хувилбар, санал зөвлөмжийг бичихэд оршино. Аялал жуулчлалын салбар нь дэлхий дахинд өргөжин тэлж, хурдацтай өсөн хөгжиж буй салбар юм. Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллагаас гаргасан судалгаанд 2020 гэхэд нийт жуулчны тоо 1.4 тэрбум, 2030 онд 1.8 тэрбум хүрнэ гэсэн таамаглал дэвшүүлжээ. Олон улсын жуулчид хөгжиж буй орнууд болох Ази, Латин Америк, Төв болон зүүн Европ, Ойрх Дорнод, мөн Африкийн орнуудаар аялах сонирхол нэмэгдэж байгаа бөгөөд энэ нь өндөр хөгжилтэй орноор аялах жуулчдын өсөлтийн хувиас хоёр дахин их буюу 2030 он гэхэд 4.4 хувьд хүрэх хандлагатай байна. Өөрөөр хэлбэл, 2030 он гэхэд нийт аялагчдын 57 хувь нь хөгжиж буй орнуудыг зорин, харин 43 хувь нь өндөр хөгжсөн орнуудаар аялна гэсэн тооцооллыг Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллагаас гаргажээ.

Pfarr болон Hosie (2009) нарын үзэж байгаагаар аялал жуулчлалын салбар дэлхий хамгийн том буюу жилд ач холбогдол нь ойролцоогоор 25 хувиар өсөж байгаа салбар ажээ. Энэ талаар Alsos, Eide болон Madsen (2014) нар Эдийн засгийн хамтын ажиллагаа, хөгжлийн байгууллагын гишүүн орнуудад аялал жуулчлалын салбарын өсөлтийн хувь хэмжээ ДНБ-ий өсөлтийн хувь хэмжээнээс давсан талаар дурджээ. Хамгийн чухал нь энэ салбарын асар том хурдацтай өсөлт хийх чадвар нь шинэ бүтээгдэхүүн, туршлагыг санал болгох чадвар дээр үндэслэгдсэн байгаа нь нотлогджээ.

Аялал жуулчлалын салбар нь олон томоохон салбаруудтай уялдаа холбоотой явагддаг нь улс орны эдийн засаг, хүн ам, нийгэм, соёл гээд хөгжлийн гол түлхүүр болж өгдөг. Аялал жуулчлал нь өөрөө утаагүй үйлдвэрлэл бөгөөд дэлхий дээрх хамгийн аз жаргалтай үйл ажиллагаа ч гэж нэрлэгддэг байна. Монголд төдийгүй дэлхий дахинд хамгийн хурдацтай хөгжиж буй уг салбарыг Монголын тэргүүлэх зэргийн салбар болох бүрэн боломжтой гэж үздэг.

(Alsos, Eide & Madsen, 2014) Мөн компаниудын хувьд зах зээл дээрх өөрчлөлтүүдэд хурдан дасан зохицож өөрсдийн үйл ажиллагаа явуулдаг арга барилаа өөрчлөн шинэ бүтээгдэхүүн хөгжүүлэхэд илүүтэй анхаарах нь чухал болоод байна. Компаниудаас гадна улс орнууд өөрсдөө тэргүүлэх жуулчин татах болон нэр хүндээ дээшлүүлэх талаар өөрсдийн гэсэн байр суурь баримтлах хэрэгтэй. Kotler болон Gertner (2002) нар өөрсдийн хийсэн судалгаандаа орон бүр зах зээл дээрх хэрэглэгчдийг татах өөрийн гэсэн брэндийг бий болгож, түүнийгээ дэлхийн нийгмийн хэмжээсээс ялгаруулах чадвартай байх хэрэгтэйг дурджээ.

Монгол Улсад 2018 онд гадаадын нийт 529,360 жуулчин ирсэн бол 2019 онд 577,262 болж манай улсыг зорин ирэх жуулчдын тоо 9%-иар нэмэгдсэн байна. 2019 онд аялал жуулчлалын салбараас олсон орлого өмнөх оноос 10.2 хувиар өссөн дүнтэй гарсан

байна. Жуулчдын тоог голлох орноор авч үзвэл БНХАУ, ОХУ, БНСУ-аас ирсэн жуулчид тэргүүлж байгаа юм.

Иймээс Монгол улсад аялал жуулчлалыг тэргүүлэх чиглэлийн эгнээнд тавьж бодлого, эрх зүйн орчны хүрээнд тодорхой ажлуудыг үе шаттайгаар хийж байгаа ч гаднын жуулчдыг татах дэд бүтэц хангалттай сайн хөгжөөгүй, оролцогч талуудын хамтын уялдаа холбоо сул, жуулчдад үзүүлэх бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний чанар муу зэрэг шалтгааны улмаас жуулчдын тоо хангалттай өсөхгүй байна. Энэхүү судалгааны ажлын хүрээнд аялал жуулчлалын салбарын оролцогч талуудын хамтын ажиллагааг салбарт үйл ажиллагаа явуулж буй байгууллагууд тэр дундаа жуулчны бааз кемпүүдийн жишээн дээр судалсан. Уг судалгааны ажил нь үндсэн 4 үндсэн бүлгээс бүрдэнэ. Эхний бүлэгт Хамтын стратеги түүнтэй холбоотой онол арга зүй, түүний судлагдсан байдлын судалгааг хийсэн. Энэ хүрээнд хамтын стратеги түүний зорилго, шинж чанарыг нь тайлбарлах суурь онолууд болох байгууллага хоорондын хамтын стратегийн онол, онолуудын товч агуулгыг дурдах оролцогч талуудын онол зэргийг судалсан.

II-р бүлэгт Монголын аялал жуулчлалын салбар дахь байгууллагуудын өнөөгийн байдлыг нарийвчлан судалсан. Энэхүү бүлэгт салбарын өнөөгийн улс төрийн бизнесийн орчинд барьж буй бодлого, хууль эрх зүй, зах зээлийн төлөв байдал, оролцогч талуудын уялдаа холбоо зэргийг судалсан.

Дараагийн бүлэгт салбарын хамтын ажиллагааны нөхцөл байдал ямар байгааг эмпирик судалгааны үр дүн дээр тулгуурлан дүн шинжилгээ хийсэн. Энэ бүлэгт оролцогч талуудын хамтын ажиллагааны хөгжил, идэвх оролцоо, хамтрах сонирхол, үр ашиг, хүндрэл бэрхшээл зэргийг судалж гаргахыг зорьсон.

Сүүлийн бүлэгт эмпирик судалгаа, шинжилгээний үр дүн дээрээ тулгуурлан Монгол улс дахь аялал жуулчлалын салбарт оролцогч талуудын хамтын ажиллагааг хөгжүүлэх хувилбарыг санал болгосон. Ингэхдээ Collective strategy-ийн загварыг ашигласан.

Түлхүүр үгс: Хамтын стратеги, аялал жуулчлал, хамтын ажиллагаа

ХҮСНЭГТЭН МЭДЭЭЛЛИЙН ЖАГСААЛТ

Хүснэгт 1 Бизнесийн орчны өрсөлдөгчид ААН-н салбараар, хувиар	1
Хүснэгт 2 Гадаад жуулчдын судалгаа	2
Хүснэгт 3 Судлагдсан байдал	6
Хүснэгт 4 Гадаад улсад судлагдсан байдал	6
Хүснэгт 5 Судалгааны ажлын процесс	10
Хүснэгт 6 Бүлгийн ангилал	16
Хүснэгт 7 Зохион байгуулалтын бүлэгт хамтарсан үйл ажиллагаа	17
Хүснэгт 8 Нийт түүврийн найдвартай байдлын шинжилгээ	56
Хүснэгт 9 Хүрээлэн буй орчны Динамикийг таамаглах асуулгын найдвартай байдал	56
Хүснэгт 10 Шууд өрсөлдөгчидтэй хамтрах үйл ажиллагааны найдвартай байдлын шинжилгээ	56
Хүснэгт 11 Шууд бус өрсөлдөгчидтэй хамтрах үйл ажиллагааны найдвартай байдлын шинжилгээ	57
Хүснэгт 12 Хүрээлэн буй орчин, засгийн газар, улс төрийн нөлөөллийн найдвартай байдлын шинжилгээ	57
Хүснэгт 13 Фактор шинжилгээ	59
Хүснэгт 14 Фактор шинжилгээ	60
Хүснэгт 15 Хүчин зүйлсийн фактор шинжилгээ	60
Хүснэгт 16 Хүчин зүйлсийн фактор шинжилгээ	61
Хүснэгт 17 Хамаарлын шинжилгээ	62
Хүснэгт 18 Асуулгын анкет /Асуулгын зорилго/	10

ЗУРГАН МЭДЭЭЛЛИЙН ЖАГСААЛТ

Зураг 1 Монгол улсын аялал жуулчлалын салбарын өрсөлдөх чадварын үзүүлэлтүүд	2
Зураг 2 Үзэл баримтлалын ижил төстэй байдал хүрээлэн буй орчин, стратеги, мөн экологийн дасан зохицох чадвар	16

ХАВСРАЛТЫН ЖАГСААЛТ

Хавсралт 1 Асуулгын загвар

vi

ТОВЧИЛСОН ҮГИЙН ЖАГСААЛТ

АЖХ	Аялал жуулчлалын холбоо
БОАЖЯ	Байгаль орчин, аялал жуулчлалын яам
НАЖГ	Нийслэлийн аялал жуулчлалын газар
АЖХТ	Аялал жуулчлалын хөгжлийн төв
УБАЖХ	“Улаанбаатар” аялал жуулчлалын холбоо
ААН	Аж ахуйн нэгж

НЭР ТОМЬЁОНЫ ТАЙЛБАР

Collective strategy	Хамтын стратегийн онол
Commensal	Ижил төстэй төрөл зүйл хоорондын харилцааг илэрхийлдэг
Symbiotic	Өөр хоорондоо адилгүй төрөл зүйлийн хоорондын харилцаа юм
Conjugate	Холбоо, харилцан уялдаатай, салбарын байгууллагуудын захирал удирдлагуудын нэгдсэн холбоонд элсэх стратеги
Confederate	Бүс нутгийн хамаарал ихтэй салбарын байгууллагуудтай хамсаатан, холбоотон болж ажиллах стратеги
Agglomerate	Салбарын мэргэжлийн холбоонд, кластер нэгдэлд элсэх бөөгнөрөх стратеги
Organic	Дүрэм журмаар зохицуулагддаг институцичлагдсан сүлжээний зохион байгуулалтад орох стратеги
Cluster	Нэгэн төрөл юмсын бүлэг
Turbulence	Хүрээлэн буй орчны үймээн самуун, динамик өөрчлөлт
Fragmented	Хэсэгчилсэн
Organizational Environments	Зохион байгуулалтын Хүрээлэн буй орчин, бизнесийн орчин, нийгмийн орчин г.м
Interorganizational Improvisation	Байгууллага хоорондын Гэнэтийн нөхцөл, нарийн төвөгтэй, тодорхой бус нөхцөл байдалд хариу үйлдэл үзүүлэх, бүтээлч үйлдэл юм.
Somatic	Орчны өөрчлөлтөд бие даан дасан зохицох хэлбэрийг хэлнэ. Энэ нь түр зуурын шинжтэй дасан зохицох процесс бөгөөд генээр дамжин удамшдаггүй дасан зохицлын хэлбэр юм

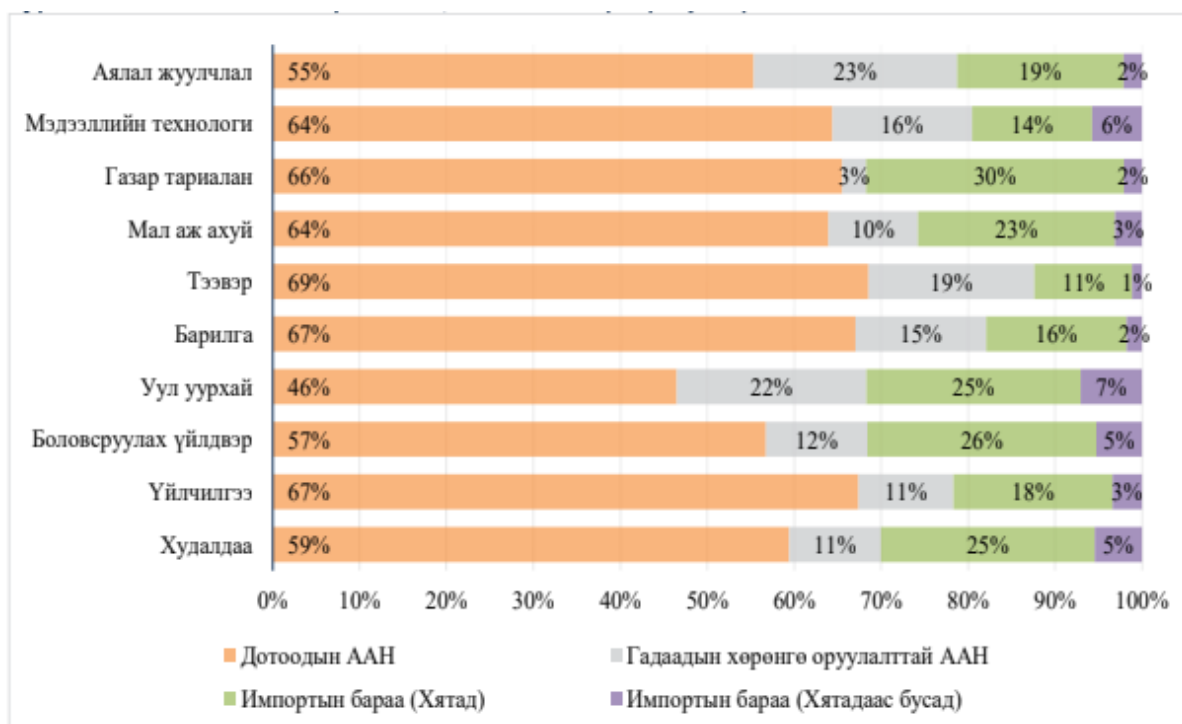
УДИРТГАЛ

Сэдвийн үндэслэл

Аялал жуулчлалын салбар нь эдийн засгийн бусад салбаруудтай нягт уялдаатайгаар тогтвортой хөгжилд чиглэсэн ногоон эдийн засгийн бодлого хэрэгжих хамгийн боломжит салбар юм. НҮБ-ийн Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллага (UNWTO)-аас 2018 онд аялал жуулчлалын үйлдвэрлэл дэлхийн ДНБ-ий 10 хувь, барааны экспортын 7 хувь, үйлчилгээний экспортын 30 хувийг тус тус эзэлж, 10 хүн тутмын нэг нь тус салбарт ажилладаг талаар мэдээлжээ. Түүнчлэн 2020 онд дэлхийн жуулчдын тоо 1995 онтой харьцуулахад 3 дахин нэмэгдэж 1,6 тэрбумд хүрэх бөгөөд Ази, Номхон далайн бүс нутагт аялах жуулчдын тоо дэлхийн бусад бүсүүдээс илүү хурдацтай нэмэгдэхийг судалгаагаар тогтоосон байна. Манай улсын хувьд аялал жуулчлалын салбар нь жар гаруй жилийн түүхтэй бөгөөд анх төрийн өмчит “Жуулчин” компани үйл ажиллагаа явуулж эхэлсэн бол өдгөө уг салбарт 1200 гаруй тур оператор компани /идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулж буй 120 гаруй/, 370 зочид буудал, 300 гаруй жуулчны бааз үйл ажиллагаа явуулж, нийт 50 мянга гаруй хүн тус салбарт ажиллаж байна. (Аялал жуулчлалын хөгжлийн төв, 2019)

Монгол улсын бизнесийн орчин дахь өрсөлдөөний төлөвийг салбараар нь авч үзэхэд, аялал жуулчлалын салбар нь дотоодын аж ахуй нэгжүүд болон гадаадын хөрөнгө оруулалттай байгууллагуудтай өрсөлдөөн хамгийн ихтэй салбар юм /Хүснэгт 1-т харуулав/.

Хүснэгт 1 Бизнесийн орчны өрсөлдөгчид АН-н салбараар, хувиар



Эх сурвалж: “Монголын бизнесийн орчин 2020” судалгааны тайлан

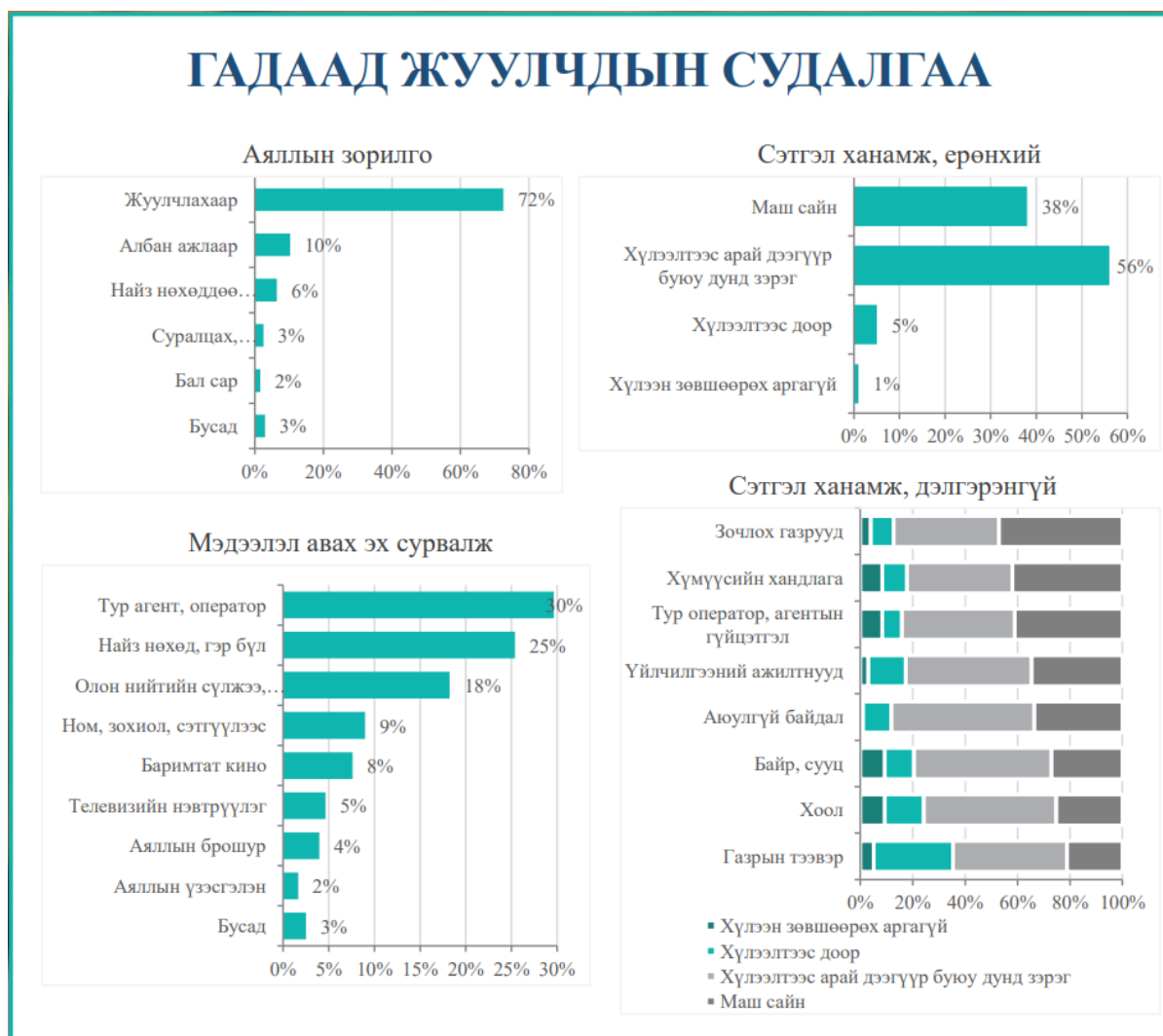
Монгол улсын аялал жуулчлалын салбар өрсөлдөх чадварын үзүүлэлтийг Зураг 1-т тусгав.

Зураг 1 Монгол улсын аялал жуулчлалын салбарын өрсөлдөх чадварын үзүүлэлтүүд



Эх сурвалж: “Аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн байдал, шийдвэрлэх асуудлууд 2019”

Аялал жуулчлалын салбарын өрсөлдөх чадварын үзүүлэлтэд ахиц гарахын хэрээр тухайн оронд ирж буй гадаад жуулчдын тоо их хэмжээгээр нэмэгддэгийг харж болно /Зураг1/. Ялангуяа өрсөлдөх чадварын дунджаас дээш оноотой орнуудын хувьд энэ нөлөө нь илүү давамгайл харагдаж байна. Тухайн бүс нутгаас өрсөлдөх чадвараараа тэргүүлсэн орнуудад Испани, Япон, АНУ, Арабын Нэгдсэн Эмират Улс зэрэг багтаж байгаа бөгөөд эдгээр орнууд жилд дунджаар 20-100 сая жуулчин хүлээн авч байна. Харин Монгол улс жилд 529 мянган жуулчин хүлээн авдаг, өрсөлдөх чадвараараа дунджаас доогуур орнуудад багтаж байна. Тухайн улс орон аялал жуулчлалын салбарын таатай орчныг хангаж чадсанаар өөрийн орны нийт эдийн засгийн бүтээмжийг нэмэгдүүлж, өрсөлдөх чадварыг сайжруулах өндөр ач холбогдолтой. Тухайлбал ДЭЗФ-аас жил бүр тодорхойлдог “Глобал өрсөлдөх чадварын индекс” болон аялал жуулчлалын салбарын өрсөлдөх чадварын индекс хооронд өндөр хамаарал байгааг Зураг 1-ээс харж болохоор байна. Манай орны хувьд тус хоёр үзүүлэлтээр (тус бүр харгалзан 99, 93-т) бага орлоготой орнуудтай харьцуулахад давуу байгаа ч ижил төстэй болон бусад орлогын түвшний орнуудтай харьцуулахад өрсөлдөх чадвар нэлээн сул байна.



Эх сурвалж: “Аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн байдал, шийдвэрлэх асуудлууд 2019”

Аливаа улс орон өөрийн аялал жуулчлалын нөөцөд тулгуурлан аялал жуулчлалын салбараа хөгжүүлэх талаар бодлого боловсруулан тусгай хөтөлбөр, төлөвлөгөөний дагуу аялал жуулчлалыг зохион байгуулдаг. Монгол орны хувьд аугаа түүх, үндэсний соёл уламжлал, нүүдлийн аж ахуй, ховор ан амьтад, байгалийн онгон зэрлэг байдал, гайхамшигт тогтцууд, эрс тэс уур амьсгал гэх мэт олон давуу тал байдаг бөгөөд энэ бүгдийг зөв хуваарилан, бодлоготойгоор дэлхий дахинд түгээх шинэ гарц нь зөвхөн аялал жуулчлалын салбар болж байна. Аялал жуулчлалын төвийн 2019 оны судалгаагаар Монголд ирж буй гаднын жуулчдын зорилго нь аялахаар ирдэг нь хамгийн өндөр буюу 79%-ийн үзүүлэлттэй байгаа ч эдгээр хүмүүсийн хамгийн тулгамддаг асуудал нь мэдээллийн дутмаг байдал байна. Аяллын мэдээллийн дутмаг байдал нь аяллаар ирж буй жуулчдын аюулгүй байдал, хэдий хэр хугацаагаар хаана, ямар зүйлс үзэх зэргийг мэдэхгүй байснаас хүлээлтээс буурсан мэдрэмж төрүүлдэг байх магадлалтай.

Тулгарч буй саад бэрхшээл нь:

Тур операторуудын хувьд тогтвортой үйл ажиллагаа явуулахад дараах саад бэрхшээлүүд тулгардаг гэж хариулсан байна. Үүнд:

- Үйлчилгээний байгууллагуудын үйлчилгээний стандарт муу;
- Зам тээвэр дэд бүтцийн асуудал;
- Хүний нөөцийн хүрэлцээ, чадавх сул;
- Олон улсын нислэг, тээврийн хүрэлцээгүй байдал, нислэгийн өндөр үнэ;
- Хууль эрх зүйн орчин, бодлогын тогтворгүй, тодорхойгүй байдал, хүнд суртал;
- Эвент арга хэмжээ батлагдсан хуваарьгүй, найдваргүй байдал;
- Жуулчны улирлаас шалтгаалсан сул зогсолт зэрэг асуудлуудыг хамгийн ихээр дурдагдсан байна. (Аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн байдал, шийдвэрлэх асуудлууд, 2019)

Эдгээр саад бэрхшээлүүд нь бизнесийн орчны тодорхойгүй байдал, төр засаг, хууль эрх зүйн орчин, инновац технологийн орчин нь аялал жуулчлалын салбарын хөгжилд томоохон нөлөөлөл үзүүлж байгаа учир эдгээр нөлөөллийг тодорхойлж, хамтын стратегийн онолоор хэрхэн эдгээр нөлөөлөл хүчин зүйлсийг сайжруулах боломжтойг судлах шаардлага байна.

Сэдвийн хамрах хүрээ

Хамтын стратеги, Монгол улсын аялал жуулчлалын салбар, аялал жуулчлалын салбар дахь төр захиргааны байгууллагууд, жуулчны бааз, кемпүүд, гадаад улсын жишээ туршлагыг судлан монгол оронд хэрэгжүүлэх боломжийг эрэлхийлэн ажилласан болно.

Судалгааны ажлын хүрээнд дараах ажлууд хийгдэнэ.

- Судлагдсан байдлын судалгаа
- Онолын судалгаа
- Хамтын стратегийн тухай ойлголт
- Салбарын судалгаа
- Хэрэгжүүлсэн улс орны нөхцөл байдал туршлагыг судлах
- Бизнесийн очны тодорхойгүй байдлын үзүүлж буй нөлөөлөл түүний эсрэг байгууллагуудын хамтын стратегийг хөгжүүлэх боломж, нөхцөл байдлыг тодорхойлж, тэдгээрт зөвлөмж өгөх

Судалгааны онол, арга зүй

Онолын судалгаа, баримтын судалгаа, харьцуулсан судалгаа, анкетын судалгаа зэрэг арга зүйг ашиглах бөгөөд судалгааны өгөгдлөө задлан шинжлэн нэгтгэн дүгнэх замаар боловсруулна.

Тулгамдаж буй асуудал

Монгол улсад аялал жуулчлалын чиглэлээр үйл ажиллагаа эрхэлдэг аж ахуй нэгж байгууллагууд нь хоорондын уялдаа холбоо, мэдээлэл солилцоо багатай, харилцан итгэлцэл

сул, мэдээлэл дутмаг учраас хоорондоо хэрхэн яаж холбоо харилцаатай байх тал дээр дутмаг, нэгдмэл байдал дутмаг, нэгдэж чаддаггүй, нэгдсэн нэг мэдээллийн сүлжээгүй учраас салбарын өрсөлдөх чадвар буурах, жуулчдыг татах, жуулчдыг төөрөгдөлд оруулах, өөрсдийн онцлогийг харуулах зэрэгт дутмаг байдал ажиглагдаж байна. Үүнд технологи, инновацын болон салбарын нэгдмэл байдал шаардлагатай байна.

Төр засаг, хууль эрх зүйн орчны тодорхойгүй байдал нь дэд бүтцийн асуудал болон аялал жуулчлалын салбарын тогтвортой хөгжилд нөлөөлж байна. Үүнд:

- Үйлчилгээний байгууллагуудын үйлчилгээний стандарт муу;
- Зам тээвэр дэд бүтцийн асуудал;
- Хүний нөөцийн хүрэлцээ, чадавх сул;
- Олон улсын нислэг, тээврийн хүрэлцээгүй байдал, нислэгийн өндөр үнэ;
- Хууль эрх зүйн орчин, бодлогын тогтворгүй, тодорхойгүй байдал, хүнд суртал;
- Эвент арга хэмжээ батлагдсан хуваарьгүй, найдваргүй байдал;
- Жуулчны улирлаас шалтгаалсан сул зогсолт зэрэг асуудлуудыг хамгийн ихээр дурдагдсан байна. (Аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн байдал, шийдвэрлэх асуудлууд, 2019)

Судалгааны зорилго, зорилтууд

Судалгааны ажлын зорилго нь аялал жуулчлалын салбарт нөлөөлж буй бизнесийн орчны тодорхойгүй нөхцөл байдалд аялал жуулчлалын чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж буй жуулчны бааз кempүүд хэрхэн уялдаа холбоотой ажиллаж байгааг “Хамтын стратеги”-ийн онолын хүрээнд судлан, хэмжих, салбарын хүндрэлүүдийг илрүүлэн, санал зөвлөмж боловсруулахад оршино.

Судалгааны зорилгын хүрээнд дараах зорилтуудыг дэвшүүлж байна. Үүнд:

Зорилтууд:

- Хамтын стратегийн онол арга зүйг судлах
- Бизнесийн орчны тодорхойгүй байдал нь аялал жуулчлалын салбарын байгууллагуудын үйл ажиллагаанд нөлөөлж байгаа эсэхийг судлах
- Хамтын стратегийн онолын хүрээнд ямар аргачлал болон хамтын ажиллагааг хэрэгжүүлж байгааг судлах
- Тодорхойгүй байдлын эсрэг уялдаа холбоотой ажиллах боломж байгаа эсэхийг тодорхойлох
- Уялдаа холбоо, хамтын стратегийн түвшинд хэрэгжүүлж болох боломжуудын талаар зөвлөмж боловсруулах

Судалгааны таамаглал

Судалгааны ажлын хүрээнд зорилтуудыг хангах үүднээс дараах таамаглалуудыг дэвшүүлж, үр дүнд хүрэхийг зорилоо. Үүнд:

Таамаглал 1: Аялал жуулчлалын салбарын бизнесийн орчин тогтворгүй.

Таамаглал 2: Бизнесийн орчны тодорхойгүй нөхцөл байдал үүсэх үед аялал жуулчлалын салбарын байгууллагууд шууд болон шууд өрсөлдөгч байгууллагуудтай хамтран ажилладаг.

Таамаглал 3: Аялал жуулчлалын салбарын төр засгийн бодлого, хууль эрх зүйн орчин хангалтгүй.

I БҮЛЭГ. СЭДВИЙН ОНОЛЫН СУДАЛГАА

Гадаад улс орнуудад хамтын стратегийн талаар олон судалгааны ажлууд хийгдсэн байна.

Хүснэгт 3 Судлагдсан байдал

№	Судлаачийн нэр	Судалгааны нэр	Судалгааны агуулга
1	Ч.Буянжаргал (2019)	Аялал жуулчлалын салбар дахь түншлэлийг хөгжүүлэх арга зам	Энэхүү судалгааны ажил нь аялал жуулчлалын салбарт тулгамдаж буй асуудлуудыг илрүүлэн оролцогч талуудын бизнес түншлэлийг хөгжүүлэх арга замыг судлах зорилгоор хийгдсэн. Сэдвийн хүрээнд аялал жуулчлалын бизнест оролцогч талуудын түншлэл, түүний шинж чанар, хэлбэр, оролцоо, түүнээс хүртэх үр өгөөж, хүндрэл бэрхшээл зэргийг өнөөгийн нөхцөл байдлыг онолын түвшинтэй харьцуулан судалж оролцогч талуудын түншлэлийг хөгжүүлэх арга замыг боловсруулсан байна.

Хүснэгт 4 Гадаад улсад судлагдсан байдал

№	Судлаачийн нэр	Судалгааны нэр	Судалгааны агуулга
			Хүрээлэн буй орчны өөрчлөлт, эрсдэлийг даван туулахын тулд байгаль дээрх

1	W.GRAHAM ASTLEY, CHARLES J. FOMBRUN University of Pennsylvania (1983)	Collective Strategy: Social Ecology of Organizational Environments	<p>организмууд бие даан болон хамтарсан байдлаар бие биеэ дэмжин даван туулдаг. Бие даахаас илүүтэйгээр хамтарсан байдлаар орчны эрсдэлийг даван туулах гэсэн биологийн хуулийг нийгэмд бизнесийн орчинд хэрэглэх боломжтой бөгөөд организмууд хүрээлэн буй орчинд дасан зохицохын тулд хэлбэр хэмжээ, амьдрах арга барилаа өөрчлөгддөгийн адилаар бизнесийн байгууллагууд ч мөн бизнесийн орчны тодорхойгүй байдалд бие даан үйл ажиллагаа явуулахаас гадна хамтын стратегийн түвшинд хамтран ажиллаж орчны эрсдэлийг шингээн сэргийлэх, хөгжих боломжтой хэмээн бичжээ.</p>
2	MARC J. DOLLINGER Indiana University (1990)	The Evolution of Collective Strategies in Fragmented Industries	<p>Бизнесийн салбарт тархай байдлаар олон жижиг байгууллагууд үйл ажиллагаа явуулж орчны эрсдэл болон монополын өрсөлдөөнд дарагдалгүйгээр шууд болон шууд бус хэлбэрээр хамтран ажиллах шаардлага байгаа талаар судалжээ.</p>
3	RUDI K. BRESSER Baruch College, City University of New York JOHANNES E. HARL New York University (1986)	Collective Strategy: Vice or Virtue?	<p>Энэхүү судалгаа нь хамтын стратегийн боломж, эрсдэлийг судалсан ба стратегийн уян хатан байдлыг багасгах, нөлөөлөлд дасан зохицох чадварыг бууруулдаг. Тиймээс хамтын стратеги нь давуу тал болох уу эсвэл сөрөг талтай болж хувирах уу гэдэг нь аливаа байгууллагын үйл ажиллагаа бус хөгжлийн цар хүрээнээс хамаарна гэжээ.</p>

4	W. Graham Astley University of Pennsylvania (1984)	Toward an Appreciation of Collective Strategy	Байгууллага болон хүрээлэн буй орчны харилцааны талаар, тухайлбал гадаад орчинд хариу үйлдэл үзүүлэх аюул ба боломжууд, нөөцийн харилцан хамаарал Орлоцогч талууд стратегийн хувьд шилжих салбарын өрсөлдөгчид шинж чанарыг тодорхойлох бусад аргууд. Хамтын стратегийн үзэл баримтлалд анхаарлаа хандуулдаг: Бодлогыг хамтран боловсруулах тухай.
5	Frederic Le Roy University of Montpellier and GSCM Montpellier Business School (2008)	The rise and fall of collective strategies: a case study	
6	Marc J. Dollinger Indiana University Peggy A. Golden Florida Atlantic University <i>Journal of Management</i> 1992 18: 695	Interorganizational and Collective Strategies in Small Firms: Environmental Effects and Performance	Энэхүү судалгаа нь хуваагдмал салбар дахь жижиг пүүсүүдийн дунд хамтын стратеги давамгайлж байгааг хүрээлэн буй орчны хувьсагчдын хамтын үйл ажиллагаанд үзүүлэх нөлөө, хамтын үйл ажиллагааны компанийн гүйцэтгэлд үзүүлэх нөлөөллийн талаарх таамаглалыг турших зорилгоор хийсэн ба нарийн төвөгтэй орчин нь хамтын стратегитай сөрөг хамаарлыг харуулсан.
7	Sara Shabbir Rizwan Qaiser Danish Muqqadas Rehman Muhammad Hasnain Humaira Asad (2021)	An Empirical Investigation of Environmental Turbulence and Fear in Predicting Entrepreneurial Improvisation	Энэхүү судалгаа нь хүрээлэн буй орчны үймээн самууны үед жижиг, дунд үйлдвэр (ЖДҮ) дэх бизнес эрхлэгчдийн импровизаци бизнес эрхлэгчийн айдастай холбоотой сэтгэл хөдлөлийн хариу үйлдэл ЖДҮ-ийн байгаль орчны өөрчлөлт ба

			энтэрпренёрийн импровизацийн хоорондын хамаарлын тухай.
8	Lingyu Hu Jibao Gu ¹ Jianlin Wu ¹ Augustine A. Lado ³ (2017)	Regulatory focus, environmental turbulence, and entrepreneur improvisation	Бизнесийн хүрээлэн буй орчны тодорхойгүй нөхцөл байдал нь оролцогч талуудын харилцааг идэвхжүүлдэг. Мөн бизнесийн орчны тодорхойгүй нөхцөл байдал, үймээн самуун нь олон боломжуудын эх үндэс болдог тухай.
9	Mohammad AL-Nuiami ¹ , Wael Mohamad Subhi Idris ² , Fayiz Abdelrahman Moh'd AL-Ferokh ³ & Mah'd Hussein Moh'd Abu Joma ² University of Jordan (2014)	An Empirical Study of the Moderator Effect of Entrepreneurial Orientation on the Relationship between Environmental Turbulence and Innovation Performance in Five-star Hotels in Jordan	Энэхүү судалгааны ажил нь бизнесийн хүрээлэн буй орчин дахь инновац, орчны динамик өөрчлөлт, нарийн төвөгтэй байдлын үр нөлөөг бизнес эрхлэгчдийн урьдчилан таамаглах чадварын талаар Иорданы 5-н одтой зочид буудлын жишээн дуур судалсан. Судалгаа нь зочлох үйлчилгээ, тэр дундаа аялал жуулчлалын салбарын хүрээнд хүрээлэн буй орчны нарийн төвөгтэй байдал, байгаль орчныг урьдчилан таамаглах чадвар инновацийн гүйцэтгэлийг нэмэгдүүлэх, тогтвортой байлгахад бизнес эрхлэх чиг баримжаа нь ямар үүрэгтэй болохыг ойлгоход чиглэсэн.
10	Mohammad Aghaei Tarbiat Modares University Rahil Kordheydari Tarbiat Modares University Ashok Kumar Neetu Andotra	Investigating the Change in Customers' Sustainable Consumption Behaviour after the Outbreak of COVID-19 Environmental Turbulence, Government Support,	Энэхүү судалгаа нь засгийн газар, хууль эрх зүйн орчны тогтворгүй байдал нь бизнесийн байгууллагуудын гүйцэтгэлд нөлөөлөх нөлөөллийг судалсан. Үүнд Хүрээлэн буй орчны тодорхойгүй байдал зах зээлийн тодорхойгүй байдал, технологийн тодорхойгүй байдал болон өрсөлдөөн.

	(2021)	and Organisational Performance: A Study of SMEs	
--	--------	-------------------------------------------------	--

Дээрх судалгаанууд бизнесийн салбарт оролцогч талуудын хамтын ажиллагааны шинж чанар, асуудал, нөлөөлж буй гадаад болон дотоод хүчин зүйлс, тулгамдаж буй асуудал, хөгжүүлэх арга зам зэрэг өргөн агуулгыг хамруулан судалжээ.

Монгол улсад бизнесийн салбарын оролцогч талуудын хоорондын хамтын ажиллагааны тал дээр бүрэн хэмжээний суурь судалгаа байхгүй байна. Жишээ нь, (З.Ундрах, 2018), Тус судалгааны ажлаар тогтвортой аялал жуулчлалын хөгжлийг нөхцөлдүүлэх “Оролцогч талуудын харилцаа, түншлэл”-ийн нөхцөл байдлыг үнэ цэний сүлжээний хүрээнд авч үзсэн. (Ч.Буянжаргал, 2019)

Судалгааны ажлын процесс

Судалгааны ажлын үйл явцыг дараах байдлаар харуулж байна.

Хүснэгт 5 Судалгааны ажлын процесс

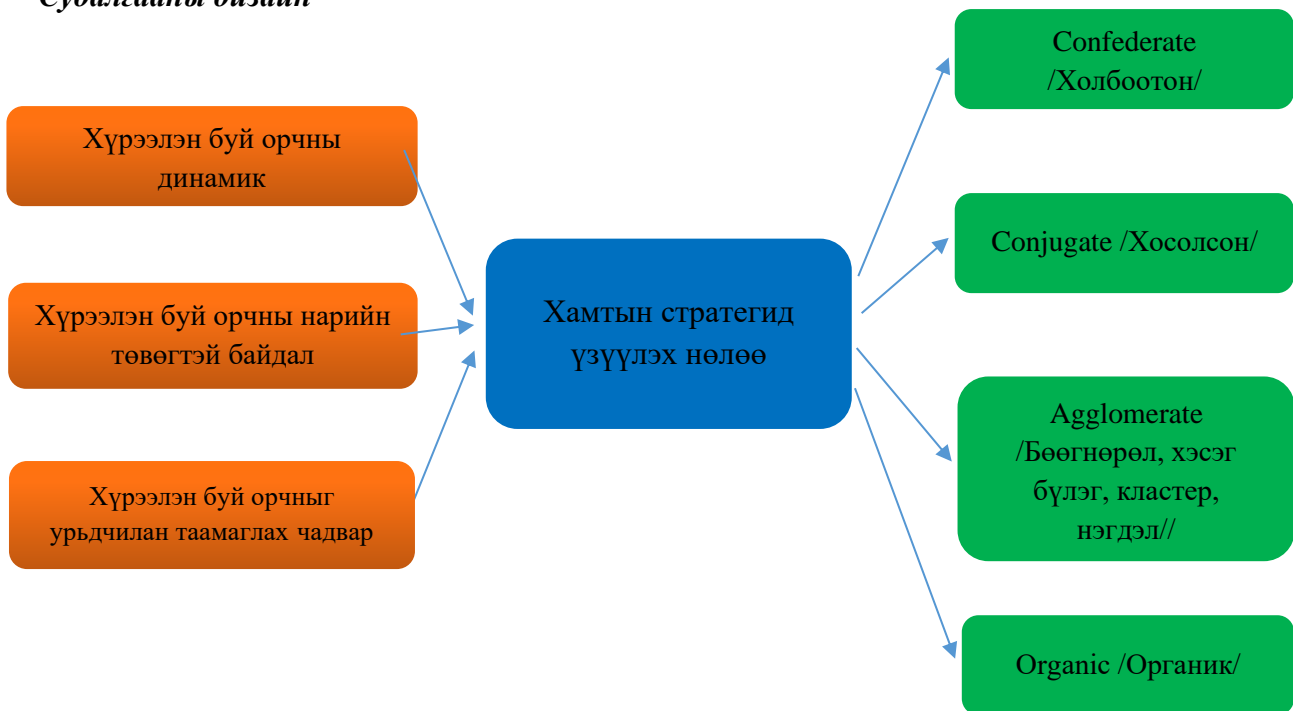


Судалгааны ажлын бүтцийн хувьд, I-р бүлэгт Хамтын стратеги түүнтэй холбоотой онол арга зүй, түүний судлагдсан байдлын судалгааг авч үзнэ. II-р бүлэгт Монголын аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн байдлыг нарийвчлан улс төр, бизнесийн орчинд барьж буй бодлого, хууль эрх зүй, зах зээлийн төлөв байдал, оролцогч талуудын уялдаа холбоо зэргийг харуулна. III-р салбарын хамтын ажиллагааны нөхцөл байдал ямар байгааг эмпирик

судалгааны үр дүн дээр тулгуурлан дүн шинжилгээг харуулна. IV-р бүлэгт эмпирик судалгаа буюу судалгааны үр дүн, шийдлийг танилцуулна. Эцэст нь, дүгнэлт болон санал зөвлөмжүүдийг боловсруулж танилцуулна.

Хүрээлэн буй бизнесийн орчны тодорхойгүй байдал нь аялал жуулчлалын салбарт үйл ажиллагаа явуулж буй байгууллагууд, жуулчны бааз кempүүдийн орчны хүндрэлийг даван туулахын тулд хоорондоо хэрхэн уялдаа холбоотой ажиллах, хамтын стратегид нөлөөлж буй нөлөөллийг хэмжиж тодорхойлоход чиглэгдэж байгаа юм.

Судалгааны дизайн



Хүлээгдэж буй үр дүн

- Бизнесийн орчны тодорхойгүй байдлын хүчин зүйлс аялал жуулчлалын салбарт хэрхэн нөлөөлж буйг судлан илрүүлэх.
- Байгууллагууд түүнийг хэрхэн ямар арга замаар давж байна.
- Аялал жуулчлалын салбарын байгууллагуудын уялдаа холбоо хамтын стратегийн түвшин ямар түвшинд байгааг
- Цаашид хамтын стратегийг үр дүнтэй хэрэгжүүлэхэд шаардлагатай зөвлөмж боловсруулах.
- Бусад бизнесийн салбарт үр дүнтэйгээр нэвтрүүлэх боломжийг эрэлхийлэх.

Салбарын хөгжилд үзүүлэх хамтын стратегийн эерэг нөлөө

- Менежер, эксперт, удирдлагууд салбар болон байгууллагынхаа хөгжилд зориулан үйл ажиллагааны төлөвлөлт, стратегийн төлөвлөлтдөө зориулан судалгаа мэдээллийн зорилгоор ашиглах боломжтой
- Аялал жуулчлалын салбарын байгууллагууд үйл ажиллагаандаа тохируулан нэвтрүүлэх боломжтой.

- Салбарт үзүүлж буй орчны нөлөөллийг тогтоох
- Байгууллагуудын хамтын стратегийн одоогийн түвшнийг тогтоох
- Хамтын стратеги хэрэгжүүлж байгаа одоогийн нөхцөл байдлыг дүгнэх
- Хамтын стратегийн боломжийг тодорхойлж, санал болгох зэрэгт ач холбогдол нь оршино.

1.1 ОНОЛЫН ТОЙМ

Судалгааны ажлын энэхүү бүлэгт сэдвийн хүрээнд “хамтын стратеги” түүний үндэслэл, онцлог, түүнийг стратегийн түвшинд хэрэгжүүлэхийн хэрэгцээ шаардлага, ач холбогдол, бизнесийн салбарт болон байгууллагуудад үзүүлэх нөлөө гэсэн чиглэлээр шаардлагатай онолын ерөнхий ойлголтуудыг өгөх юм. Монгол улсын бизнесийн салбарт үйл ажиллагаа явуулж буй байгууллагуудын хувьд хамтын стратегийн талаар ойлголт, онолын талаарх мэдээлэл, судалгаа шинжилгээний ажил, түүнийг ямар нөхцөлд, хэзээ хэрхэн, яаж хэрэгжүүлэх талаар тогтсон ойлголт байдаггүй нь нэр томъёоны судалгааны үндсэн дээр тодорхойлогдсон болно. Мөн уг сэдэвтэй холбоотой болон манай улсад хийгдсэн судалгааны ажлуудын талаар судлагдсан байдлын судалгааг хийж тоймлон дүгнэсэн болно. Төстэй зарим тохиолдлуудаас дурдвал:

- Түншлэх үйлийн нэр (Л.Болд, 2016)

Төр хувийн хэвшлийн түншлэл – Төрийн байгууллага болон хувийн компаниудын хооронд байгуулах урт хугацааны гэрээгээр хувийн тал нийгмийн тухайн суурь үйлчилгээг үзүүлэх эсвэл энэхүү үйлчилгээний тодорхой хэсгийг үзүүлэхэд хувь нэмэр оруулна. (Б.Ширнэн, 2016)

Олон улсын хэмжээнд “Төр хувийн хэвшлийн түншлэл” хэмээх нэр томъёог төрийн болон хувийн секторын аж ахуйн нэгжүүдийн хооронд байгуулдаг олон төрлийн гэрээний талаар ярихдаа ашигладаг бөгөөд ТХХТ-ын хөтөлбөр нь өргөжин хөгжихийн хэрээр улс орнууд ТХХТ-ийн өөр өөр тодорхойлолтуудыг бий болгон ашиглаж ирсэн байдаг хэдий ч "ТХХТ-ийн гэрээ гэдэг нь төрийн хийх ёстой нийтийн зориулалттай ажил үйлчилгээг төрийн ба хувийн аж ахуйн нэгж хамтарч хийхээр тэдгээрийн хооронд байгуулдаг удаан хугацааны гэрээ” хэмээн ойлгодог нийтлэг ойлголт дээр тэдгээр тодорхойлолтууд төвлөрч байдаг. Энд гол зүйлд нь хамтарч хийх ажиллагаа нь төрийн хийх ажил байх явдал юм гэсэн байдаг. (Төр, хувийн хэвшлийн түншлэлийн гарын авлага, 2013)

- Стратегийн түншлэгчид гэж нийтлэг зорилгодоо хүрэхийн тулд бодит оюун санааны нөөцийг харилцан хуваалцах урт хугацааны гэрээ хийж ажиллаж байгаа талуудыг хэлнэ.

●1.2 Хамтын стратегийн тухай ойлголт

Хамтын стратегийн онол нь байгаль дээрх аливаа организмууд хүрээлэн буй орчнооо өөрчлөлтөд дасан зохицохын тулд хэлбэрийн болон амьдрах арга барилын хувьд хувьсан өөрчлөгдөх зайлшгүй шаардлагуудтай тулгарч байдаг. Тэрхүү хувьсан өөрчлөгдөх чадвар, өгөгдөл дээрээ тулгуурлан өсөж хөгждөг ба организмууд ганцаарчилсан байдлаар орчны тогтворгүй байдал эрсдэлийг таамаглаж чадахгүй байснаас хамтдаа нэгдэн орчны өөрчлөлтийг шингээх, дасан зохицох амьдрах чадвараа сайжруулах дээр үндэслэсэн онол юм.

Хамтын стратеги нь "Хүрээлэн буй орчинд байгаа өөрчлөлтийг шингээхийн тулд хамтран ажилладаг байгууллагуудын системчилсэн хариу арга хэмжээ" гэж тодорхойлсон байдаг. (Astley & Fombrun, 1983:580). Энэхүү системчилсэн хариу арга хэмжээ нь байгууллага хоорондын үйл ажиллагааг зохицуулах хэлбэрээр явагддаг. Хамтын стратегийг "байгууллага хоорондын харилцан хамаарал ба тэдгээрийн хоорондын орчны системийн динамикийг удирдах гэсэн оролдлого" (Bresser, 1988:375) гэж нягт холбоотой тодорхойлолтоор хамтын стратеги гэж тодорхойлсон байдаг. "Байгууллагын багц" -ыг "Байгууллагын хос" гэж сольж, байгууллага хоорондын стратегийг тодорхойлсон. IOR нь "байгууллага болон түүний хүрээлэн буй орчинд нэг буюу хэд хэдэн байгууллагын хооронд үүсдэг харьцангуй тасралтгүй гүйлгээ, урсгал, холболт" юм. (Оливер, 1990:241)

(Астли ба Фомбрун, 1983) нар нэгтгэх стратегийн үзэл баримтлалын хувьд энгийн бөгөөд товч хэлбэрийг боловсруулсан. Тэдний схемд хувьсагч нь ассоциатив төрөл (шууд ба шууд бус) ба харилцан хамааралтай төрөл (симбиотик) байсан. Энэ нь нэгдэл, коньюгат, бөөгнөрөл, органик гэсэн дөрвөн хамтын стратегийн багцыг эмпирик байдлаар баталгаажуулах боломжтой. (Оливер, 1988)

Холбооны болон Хосолсон бүлгүүд нь байгууллагуудын шууд холболтоор үүсдэг. Симбиотик харилцан хамаарал бүхий холбоод (бие биентэйгээ өрсөлдөж буй компаниуд) ихэвчлэн тохиролцоо, албан бус салбарын манлайллын хэлбэрээр явагддаг. Холбооны нэг хэлбэр нь төв захиргааны зохицуулалттай үйл ажиллагаа, үйлчилгээ бүхий бие даасан хоёр буюу түүнээс дээш байгууллагуудаас бүрдсэн холбоо юм (Прован, 1984). Холбооны стратеги нь шууд харилцан үйлчлэлцэх боломжтой, олигополист хандлага хүчтэй байдаг өндөр төвлөрсөн салбаруудад ихэвчлэн олддог. Олон жижиг бизнесүүдээс бүрдсэн хуваагдмал үйлдвэрт эвсэл гэдэг нь монопол эрх мэдлийг хэрэгжүүлэх гэсэн үг биш юм. Холбооны стратеги нь энгийн ханган нийлүүлэгчээс бөөнөөр нь тээвэрлэхэд тээвэрлэлтийн зардлыг компаниуд хооронд хуваах, эсвэл бусад компанийн ажилчдыг ажилд авах нийтлэг практикийг илэрхийлж болно. Холбогч популяци нь симбиотик эдүүдийн шууд холбоонд суурилдаг. Жишээлбэл, үйлдвэрлэгч-дилерийн сүлжээг худалдан авагчид болон ханган нийлүүлэгчид (Skinner & Guiltinan, 1986) эсвэл Японы банкнууд болон аж үйлдвэрийн зээлдэгчид хоорондын холбоо.

Агрегат ба органик дүүргэгч нь шууд харьцдаггүй эдээс тогтдог. Агрегатууд нь өрсөлдөгч байгууллагуудаас бүрддэг. Картел болон худалдааны холбоод нь ердийн зүйл юм (Staber, 1985). Тэдгээр нь ихэвчлэн олон жижиг нэгэн төрлийн нэгж бүхий популяцид олддог. Жижиглэнгийн худалдаа, ферм, жижиг үйлдвэрлэгчид. Нэгтгэлийн органик хэлбэр нь өрсөлдөгч бус (хувь хүмүүс гэхээсээ илүү бизнест шууд бус) хоорондын шууд бус холбоодын нэг юм. Органик бүтэц нь сүлжээний төрлийн байгууллагуудад байдаг. Шинээр гарч ирж буй бизнес эрхлэгчид нөөц, мэдээлэл олж авахын тулд жижиг бизнесээ эхлүүлж буй хувь хүмүүс эдгээр сүлжээг ихэвчлэн ашигладаг (Birley, 1985).

Astley and Fombrun (1983)-ийн үзэж байгаагаар Agglomerate болон Organic нь ихэвчлэн жижиг пүүсүүдэд ашиглагддаг. Эдгээр нь хамгийн бага албан ёсны бөгөөд илүү чөлөөтэй уялдаатай хамтын стратеги юм. Эдгээр гэрээнд орох, гарахад хялбар төдийгүй гүйлгээний зардал бага байдаг. Коньюгат когортын стратегийг дараа нь ихэвчлэн ашиглах ёстой. Эдгээр нь илүү нягт холбогдсон сүлжээг төлөөлдөг бөгөөд нийлүүлэлт, түгээлтийн тодорхой бус байдлыг арилгах босоо холболт хэлбэрээр оршдог. Холбооны стратеги нь мэдээлэл алдагдах, үл итгэх байдал зэргээс шалтгаалан жижиг компаниудад хамгийн их

эрсдэлтэй байдаг. Жижиг пүүсүүдийн хувьд нэгдсэн хамтын стратеги ба бизнесийн стратегийн хооронд зөрчилдөөн үүсэж болзошгүй (Брессер, 1988).

Хамтын стратеги нь бизнесийн орчны тодорхойгүй нөхцөл байдал бий болж байгууллагуудад санаа зовоосон асуудлууд үүсэх үед нийтлэг санаа зовоосон асуудалтай өөр өөр байгууллагын хүмүүс тодорхой асуудлыг хэрхэн шийдвэрлэх талаар хамтран ажиллах үед үүсдэг байна. Нийтлэг ашиг сонирхол бүхий өөр өөр байгууллагын хүмүүс тодорхой асуудалд хэрхэн хандахаа тодорхойлохын тулд, хүрээлэн буй орчны эрсдэлийг шингээхийн тулд хамтран ажиллах үед үүсдэг. Хэрэв компаниудын менежерүүд ижил санааг бодолцон төлөвлөж байгаа бол хамтын стратеги нь компаниудын хооронд албан бус (далд хэлбэрээр) үүсэж болно.

Орчны нөхцөл байдал чиг хандлага, үйл явдлын мэдээллийг үнэн зөв таних, боловсруулах нь байгууллагын хяналтаас гадуур тохиолддог. (Andrews, 1971; Bourgeois, 1980; Hofer & Шендель, 1978). Тиймээс стратегийн арга хэмжээ гол төлөв дотоод шинж чанараараа тодорхойлогддог. Анхаарал төвлөрүүлэх, тохирох байгууллагуудын талаар санаа зовдог.

Бизнесийн орчны тодорхойгүй байдал нь байгууллагуудыг бие даан үйл ажиллагаа явуулахад нь хүндрэлтэй байдлыг бий болгодог. Үүнтэй төстэй зүйлийг нийгмийн төлөвлөлтөөр хийсэн Эрик Трист (1979), Рассел Аккофф зэрэг онолчид (1974), Дональд Майкл (1973), Сэр Жеффри Викерс (1965), Дональд Шон (1971 элементүүд улам бүр ихсэх тусам улам "бужигнасан" хоорондоо нягт уялдаатай, харилцан хамааралтай. Аккофф (1974) Майкл (1973) Үүнийг "интерактив төлөвлөлт" гэж тодорхойлдог бөгөөд "ирээдүйд нийцсэн нийгмийн сургалт" гэж тодорхойлдог. Ийм үйл ажиллагааны зорилго нь байгууллагууд өөрсдийн хувь заяаг бие даан биш харин хамтдаа хянах боломжтой хамтын домэйныг бий болгох явдал юм.

Биоэкологийн хувьд

Биоэкологи нь гол асуудал байсаар ирсэн бөгөөд организмууд хүрээлэн буй орчинд хэрхэн дасан зохицох үндсэн хоёр хэлбэр байдаг: бие даан дасан зохицох, хамтран дасан зохицох гэсэн хоёр хэлбэр байдаг. Бие даан дасан зохицох чадварыг соматик эсийн буюу генетикийн, хамтран дасан зохицох буюу симбиоз гэж хоёр төрөлд хувааж болно. Дасан зохицох ба симбиотик дасан зохицох.

Бие даан дасан зохицох

Бие даан дасан зохицох чадвар нь олон янзаар илэрдэг тухайн бүс нутаг өөрчлөгдөхөд тэр орчинд бие даасан организмууд үүсдэг байна.

Соматик эсийн дасан зохицох нь түр зуурын ба ихэнхдээ энэ нь организмын амьдралд буцаагдах боломжтой байдаг. Өөрөөр хэлбэл, тэдгээр нь тусгай дасан зохицох явдал юм.

Нийгэмд дасан зохицох

Нийгэмд дасан зохицох эхний төрөл нь хооронд үүсдэг буюу ижил төстэй организмууд. Өөрөөр хэлбэл гишүүдийн хооронд ижил төрлийн шаардлага тавьдаг, ижил төрлийн орчинд байршихыг хэлнэ. Ийм организмууд хоорондоо холбоотой байдаг "комменсализм"-ийн буюу шууд утгаараа энэ нь нэг ширээнээс хооллох гэсэн үг" (Хавли, 1950, х. 39).

Комменсализм гэдэг нь ижил төстэй амьтдын хооронд буюу төрөл зүйлийн доторх харилцаа гэсэн үг юм. Харин симбиоз гэдэг нь хоёр дахь төрөл зүйлийн хамтарсан дасан зохицох хэлбэрийг харуулдаг төрөл бүрийн организмуудын хоорондын харилцаа юм. Учир нь хүрээлэн буй орчин болон гишүүддээ шаардлага тавих бие биеэ нөхөж харилцан хамааралтай болно. Энэхүү харилцан хамаарлыг байгаль дээр амьд организмуудын идэш тэжээлийн гинжин хэлхээ шиг бие биедээ хамааралтай, нэг нэгнээсээ хамааралтайгаар оршин байдаг байдлаар тайлбарлаж болно.

Эхний нь шинж чанарт үндэслэсэн нэгдлийн гишүүдийн харилцан хамаарал. Харилцан хамаарал нь комменсалист шинж чанартай байдаг эсвэл симбиотик хэлбэртэй. Хоёрдугаарт нэгжүүд хоорондоо холбоотой байж болно /commensalistically/, эсвэл шууд ба шууд бусаар (хэрэв нэгжүүд шууд бус хамааралтай бол нийтлэг зүйлээс хамааралтай байдагтай холбоотой). Үүний нэгэн адил нэгжүүд нь симбиотик холбоотой байж болно. Шууд хос симбиоз эсвэл шууд бусаар (урт холбогдсон хүнсний сүлжээгээр) байна. Чухал хүчин зүйл холбоо шууд эсвэл шууд бус эсэхийг тодорхойлох нэгдэлд хамрагдсан нэгжийн тоо юм. Цөөн тоо нь шууд холбоо тогтоохыг зөвшөөрдөг. Харин их тоо нь шууд бус харилцааг шаарддаг.

Дасан зохицох стратеги

Стратегийн төлөвлөлтийг ихэвчлэн бизнесийн стратеги ба компанийн стратеги гэсэн хоёр түвшинд тодорхойлдог. Бизнесийн түвшинд стратеги нь тодорхой салбар эсвэл бүтээгдэхүүн/зах зээлийн сегмент дэх өрсөлдөөнд төвлөрдөг бол корпорацийн түвшний стратеги нь тухайн байгууллага байх ёстой бизнесийн багцыг тодорхойлоход голлон анхаардаг (Hofer & Schendel, 1978). Бизнесийн түвшинд ч бай, корпорацийн түвшинд ч бай, стратеги нь гадаад орчинтойгоо харьцахаас өөр аргагүй болсон төв байгууллагын байр сууринаас тодорхойлогддог. Тиймээс энэ нь хатуу нэгж дээр суурилдаг.

Соматик дасан зохицох худалдаа гэх мэт бизнесийн стратеги орон нутгийн өөрчлөлтөд фокусын нэгж хэрхэн хариу үйлдэл үзүүлдэг орчин.

Генийн дасан зохицох зэрэг корпорацийн стратеги нь арилжаа юм. Төвлөрсөн нэгжүүд урт хугацааны өөрчлөлтийг хэрхэн хийдэг. Шинэ болон өөр орчинд дасан зохицох.

Янз бүрийн түвшний стратегийн энэхүү товч тойм Бизнесийн бодлого дутмаг байна. Экологич нийгэмлэгийн үзэл баримтлалд нийцдэг. Дасан зохицох. Бизнесийн чиг хандлагыг харах төвлөрсөн байгууллагын үүднээс стратеги бүлэгт хангалттай анхаарал хандуулахгүй байх стратегийн талууд (Ackoff, 1974; Trist, 1979).

●1.3 Стратеги ба хүрээлэн буй орчин

Одоогийн байдлаар стратеги нь хувь хүний түвшинд сайн дурын дасан зохицох механизмыг бий болгодог. Энэхүү дасан зохицох үйл явц нь ихэвчлэн "ажлын орчин" эсвэл "ерөнхий орчин" (Dill, 1958) аль алинд нь хариу үйлдэл гэж тодорхойлогддог. Ажлын орчин нь тодорхой үйлчлүүлэгчид, ханган нийлүүлэгчид, өрсөлдөгчид, зохицуулалтын агентлагууд болон үйл ажиллагааныхаа хэвийн явцад төвлөрсөн байгууллагатай шууд холбоотой бүх хүмүүсийн нэгдэл юм. Нөгөө талаас ерөнхий орчин нь ажлын орчноос гадуур байдаг. Энэ нь одоогоор төвлөрсөн байгууллагад эзэмшдэггүй боловч ийм байх боломжтой домайнуудыг хэлдэг.

Хүрээлэн буй орчин нь хоорондоо нягт холбоотой, харилцан хамааралтай байдаг. Байгууллагуудын хооронд олон, давхцаж буй харилцаа холбоог бий болгосноор хүрээлэн буй орчин улам бүр "холбоотой" болж байгаа тул үймээн самуун улам бүр нэмэгдэж байна гэж олон тооны зохиогчид санал болгосон (Michael, 1973; Pfeffer & Salanick, 1978; Трист, 1979) Нэмж дурдахад, ийм холболтууд нь тухайн системийн аль нэг байгууллагын үйл ажиллагаанаас хамааралгүй шинж чанарыг харуулдаг байгаль орчны "систем"-ийг бүрдүүлдэг. Хэрэв тийм бол бизнесийн бодлого ноцтой орхигдсон байдалтай байна. Стратеги гэдэг нь олон байгууллагын системчилсэн хариу арга хэмжээ юм. Үүнийг шингээхийн тулд хамтран ажилладаг байгууллага хоорондын орчны хэлбэлзэл хэрэгтэй.

Хамтын үйл ажиллагааны хүрээ

Өнөөг хүртэл стратеги боловсруулах хамтын талыг судлах бизнесийн бодлого шаардлагатай гэж үзэж байгаа боловч хамтын үйл ажиллагааны параметруудийн талаар ямар нэгэн санал гаргаагүй байна. Өмнөх биологийн зүйрлэлд организмын өөр өөр бүлгүүд хүлээн зөвшөөрсөн хамтын дасан зохицох хэлбэрийн талаар бодохын тулд хоёр аналитик хэмжигдэхүүнийг санал болгосон. Эхнийх нь шинж чанарт үндэслэсэн нэгдлийн гишүүдийн харилцан хамаарал. Харилцан хамаарал нь комменсалист эсвэл симбиотик хэлбэртэй байдаг.

Хоёрдугаарт, нэгжүүд нь шууд эсвэл шууд бус хамааралтай байж болно. Үүний нэгэн адил нэгжүүд нь шууд (хос симбиоз) эсвэл шууд бус (урт холбогдсон хүнсний сүлжээгээр) симбиотик байдлаар холбоотой байж болно

Зураг 2 Үзэл баримтлалын ижил төстэй байдал хүрээлэн буй орчин, стратеги, мөн экологийн дасан зохицох чадвар



Эх сурвалж: 'Academy of Management Review, 1983, Vol. 8, No. 4, 576-587.

Эдгээр хоёр хэмжигдэхүүнийг олон тооны зохиогчид ашигласан. МакМиллан (1978) нэг талаас комменсализм ба симбиозыг байгууллага ба хүрээлэн буй орчны элементүүдийн хоорондын харилцааны үндсэн хоёр хэлбэр гэж тодорхойлсон. Харин Филлипс (1960) бүлэг

доторх байгууллагуудын тоог бүлэг доторх зохицуулалтын шинж чанарт нөлөөлдөг чухал хүчин зүйл гэж тодорхойлсон. Иймээс эдгээр аналитик хэмжигдэхүүнүүд нь байгууллагуудын бүлгийг ангилахад тустай гэдэгт тодорхой хэмжээний итгэл үнэмшил бий. Хүснэгт 6-д хоёр хэмжигдэхүүнийг хооронд нь ангилсан бөгөөд хамгийн тохиромжтой дөрвөн төрлийн нэгдэл нь бөөгнөрөл, холбоотон, хос нэгтгэсэн, органик юм.

Хүснэгт 6 Бүлгийн ангилал

Холбооны төрөл	Харилцан хамаарлын хэлбэрүүд	
	Комменсалистик	Симбиотик
Шууд	Холбоотон	Хос, нэгтгэсэн
Шууд бус	Бөөгнөрөл	Органик

Эх сурвалж: 'Academy of Management Review, 1983, Vol. 8, No. 4, 576-587.

Агломерат нэгдэл буюу бөөгнөрөл нь ижил төрлийн нөөцийн хязгаарлагдмал нийлүүлэлтийн төлөө өрсөлддөг ижил төрлийн байгууллагуудын бөөгнөрөл юм. Ийм нэгдэл нь эдийн засагчдын цэвэр өрсөлдөөний загварыг хэрэгжүүлэхэд шаардлагатай нөхцөлийг хамгийн сайн хангадаг. Эдгээр нь нөөц баялаг өргөн тархсан, улмаар олон жижиг байгууллагууд өрсөлдөж, оршин тогтнох чадвартай орчинд байдаг.

Хүснэгт 7-д дүүргэгч бүрийн дэд бүтцийг харуулав. Дотоод харилцан хамаарлын хэлбэрийн хувьд Мөн нөөцийн үндсэн төрлүүдийн хувьд Энэ нь харилцан хамаарлын сүлжээгээр дамждаг. Хамтын дээд бүтцийг нэр томъёогоор тайлбарлав. Хүн амыг зохицуулах хяналтын хэлбэрээр, мөн шинээр гарч ирж буй зохицуулалтын бүтцийн үүднээс авч үзвэл ийм хяналтыг удирдах.

Хүснэгт 7 Зохион байгуулалтын бүлэгт хамтарсан үйл ажиллагаа

	Бөөгнөрсөн нэгдлүүд	Холбооны нэгдэл	Хамтарсан нэгдлүүд	Органик нэгдлүүд
Дэд бүтцийн харилцаа				
Дотоод харилцан хамаарлын хэлбэрүүд	Шууд бус комменсализм	Шууд комменсализм	Шууд симбиоз	Шууд бус симбиоз
Сүлжээгээр дамжуулан нөөцийн урсгал	Мэдээллийн урсгал	Боловсон хүчний урсгал	Ажлын урсгал	Урсгалд нөлөөлөх
Дээд бүтцийн харилцаа				
Хэлбэрийн хяналт	Эдийн засгийн хориг	нийгмийн хориг арга хэмжээ	Хууль ёсны шийтгэл Тохиролцоо/гэрээ	Улс төрийн хориг

Зохицуулалтын яаралтай бүтэц	Худалдаа, мэргэжлийн холбоод	Албан бус удирдлага	Харилцан уялдаатай захирлууд Хамтарсан үйлдвэрүүд	Сүлжээний байгууллагуудын институцилагдсан дүрмийн бүтэц
------------------------------	------------------------------	---------------------	------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------

Эх сурвалж: *Academy of Management Review*, 1983, Vol. 8, No. 4, 576-587.

Агломерат нэгдэл

Агрегатууд нь байгууллагуудын кластерууд юм. Хязгаарлагдмал зүйлсийн төлөөх ижил төрлийн өрсөлдөөн ижил төрлийн нөөцийг нийлүүлэх цэвэр өрсөлдөөний загвар. Нөөц ихтэй орчинд олддог тархсан, үр дүнд нь олон жижиг байгууллага өрсөлдөж, оршин тогтнох боломжтой.

Мэдээлэл өгөх хангалттай шалтгаан бий. Сүлжээгээр дамждаг гол нөөцийн хувьд агломератаас. Өргөн Өрсөлдөөн үргэлжилж байгаа мэдээллийг түгээх амьд. Уильямсон (1975) харуулсанчлан хэрэв мэдээлэл байгаа бол Өргөн тархаагүй нөхцөлүүдийг иш татсан болно "Мэдээлэлд үзүүлэх нөлөө"-өөр өрсөлдөх чадвартай Зах зээл бүтэлгүйтдэг. Энэ нөхцөл байдал ихэвчлэн тохиолддог Зах зээлд цөөн тооны байгууллага байвал Та мэдээллийг ашиглах боломжтой болно Хязгаарлагдмал оновчтой байдлын улмаас өргөн тархсангүй Цөөн хэдэн зүйлээс бусад бүх зүйлийг ийм зүйлд өртөхөөс сэргийлдэг мэдээлэл.

Агломерат нэгдэл нь төлөөлдөг Эсрэг тохиолдол: мэдээлэл өргөн тархсан учраас олон байгууллага нээлттэй өрсөлдөөнд оролцдог оппортунизмыг сүйтгэх хамтын нөөц.

стратегийн Өрсөлдөөн ихтэй нөхцөлд сонголт нь эрс саад болдог, байгаль орчны нөөцийн хуваарилалт. Энэ үүднээс авч үзвэл бүхэл бүтэн популяци амьд үлддэг эсвэл тухайн хүний хийсэн үйлдлээс үл хамааран бүтэлгүйтэх тэдгээрийн доторх байгууллагууд.

Үнэхээр байгууллагуудын бие даасан үйл ажиллагаа нь маш сул дорой байдал зөвхөн хамтын үйл ажиллагааны ач холбогдлыг дээшлүүлдэг. Агломерат нэгдэл дэх байгууллагууд боломжтой мөн идэвхтэй стратегийг нарийн боловсруулах ёстой Учир нь тэд ижил байр суурийг эзэлдэг бөгөөд нийтлэг зүйлийг хуваалцдаг хувь заяа.

АНУ-ын газар тариалангийн салбар нь жишээ юм цэг. Хамтын үйлдлээр, бүлгүүд өрсөлддөг тариачид эртнээс хязгаарлаж амжилтанд хүрсэн таатай засгийн газрыг лоббидох замаар өрсөлдөөн зохицуулалт. Үүний нэгэн адил жижиглэнгийн худалдаа, жижиг дэлгүүрүүд, хамтын үйл ажиллагаагаар дамжуулан хайж, олон нийтэд хүлээн авсан түрэмгийллийн өрсөлдөөнд заналхийлсэн үед тусламж сүлжээ дэлгүүрүүд (Агуй, 1976). Тиймээс хэдий ч байгууллагуудын хооронд шууд харилцан үйлчлэл байхгүй тархай бутархай өрсөлдөөнт зах зээлд байрладаг, хамтын стратеги нь боломжтой бөгөөд үнэхээр амин чухал юм.

Учир нь олон тооны байгууллага байдаг бөөгнөрөлийн нэгдэл, төвлөрсөн зохицуулалт хамтын стратегийн хэрэгжилтэд хяналт тавих хяналтын механизм шаардлагатай. мэдээллийн гэрээ ехөөд зохицуулалт ажиллах боломжгүй болсон; хамтын ажиллагаа илүү албан ёсны зохицуулалтаар л боломжтой картел эсвэл худалдаа, мэргэжлийн гэх мэт холбоод (Phillips, 1960). Эдгээр төвлөрсөн байгууллагууд ихэвчлэн зөрчилгүй монополийн эсрэг хязгаарлалт.

Жишээлбэл, худалдааны холбооноос "нээлттэй үнийн бодлого"-ын хэрэглээ (Шерер, 1980) эдийн засгийн хориг арга хэмжээг авчирдаг гишүүн байгууллагууд. Ийм бодлого ч бас харуулж байна үүнд мэдээллийн эх сурвалж болохын ач холбогдол хүн амын төрөл. Үнийн мэдээллийг түгээх Худалдааны холбоог урьдчилан авах боломжийг олгодог үнэ бууруулах, учир нь байгууллага бүр үүнийг мэддэг өрсөлдөгчид ийм үйлдлийг хурдан илрүүлж, үүний дагуу хариу арга хэмжээ авна. Ийм хамтын бодлого байдаг бөөгнөрөлийг эдийн засгийн хувьд зохицуулах өндөр үр дүнтэй нэгдэл. Гэсэн хэдий ч тэд тийм ч хялбар биш юм хэцүү учраас монополийн эсрэг хууль тогтоомжоор хориглосон үнэ тогтмол хэвлэн нийтлэх гэж шаардах тохиролцооны үйлдэл юм.

Холбооны нэгдэл

Эдгээр үндсэн нөхцлүүдийг харгалзан үзвэл commensalistic холбогдох байгууллагууд хамтран ажиллах хандлагатай байна Ингэснээр цэвэр өрсөлдөөн аажмаар солигдоно олигополь буюу монополь өрсөлдөөнөөр.

Хамтарсан нэгдлүүд

Гэвч салбар хоорондын харилцаа улам бүр нэмэгдсээр байна Харин хоршооллын замаар удирддаг Эрэлт нийлүүлэлтийн хүчинд найдахын оронд. Тэд байна Салбар хоорондын харилцаа нь хосолсон багцыг тодорхойлдог Аль гишүүн (үйлдвэрлэлийн янз бүрийн салбараас сонгогдсон) Тус бүр нь харилцан уялдаатай байдаг Тэдний "оролтын багц" ба "гаралтын багц" (Эван, 1966). Симбиотик харилцаа Байгууллага бүрийн "гол эрхэм зорилго" (Райс, 1958) Бусад байгууллагын үндсэн үүрэг Ажлын урсгал. Тиймээс ажлын урсгал нь гол зүйл юм Хос хос холболтыг ашигладаг нөөцүүд Хамтарсан түншүүдийн дунд байгуулагдсан.

Ийм харилцаа нь наад зах нь симбиотик харилцаатай адил чухал юм. нөхцөл байдал. Жишээлбэл, Бөрт (1980) дараахь зүйлийг олж мэдсэн. байгууллагын ашигт ажиллагаа

Гурван хүчин зүйл:

(1) тохиролцооны зэрэг Нэг салбарын бусад байгууллагуудтай харилцах харилцаа салбар;

(2) Хэлэлцээрийн зэрэг Төрөл бүрийн салбарын бусад байгууллагуудтай харилцах харилцаа салбар; ба

(3) тэдгээрийн хамрах хүрээ Аж үйлдвэрийн бусад салбарын байгууллагууд тэгээгүй. тохиролцоонд бие даан оролцох.

Цаашлаад, Тэр гурвын хоорондох харилцан үйлчлэлийн эффектийг олж мэдсэн. Салбар доторх зохион байгуулалтыг илтгэх хүчин зүйлүүд Энэ нь өөрөө ашиг орлогод нөлөөлөх шийдвэрлэх хүчин зүйл биш юм. Үр нөлөө нь салбар хоорондын нөлөөллөөс хамаарна. нөхцөл байдал. Тиймээс квант олигополийн дор салбар Та олигополийн давуу талыг олж авахгүй байж магадгүй юм. Эсэргүүцлийн улмаас нэвтэрсэн.

Олон хоорондоо холбогдсон захирлууд нь байгууллагуудын дунд байдаг ижил салбар боловч тэдгээрийг хамарсан үйлдвэрлэлд ашигладаг хил хязгаар нь илүү чухал байх магадлалтай. Энэ харагдаж байна ялангуяа банк болон амьдралын даатгалын тухайд тодорхой байна компаниуд нь Dooley (1969), Mariolis (1975), Левин (1972) нарын тайланд хамгийн их корпораци байдаг судлагдсан бүх салбаруудын хэлхээ . Энэ байдал симбиотик харилцааны үр дүн юм санхүүгийн үйлчилгээний салбарыг бусад олон салбарт . Үүнтэй

холбогдуулан Пеннингсийн (1981) онцлох нь зүйтэй. "босоо" цоожны хоорондох ялгаа, тэдгээрийн функц нь коньюгат түншүүдийг хамтран сонгох ба "хэвтээ" "нийтлэг мэдээлэл солилцох үүрэгтэй элч" өрсөлдөөний тодорхойгүй байдлыг бууруулах зорилгоор- ихэвчлэн холбооны нэгдэлд байдаг.

●1.4 Органик нэгдлүүд

Олон тооны байгууллагуудын симбиотик харилцан хамаарлын гол ач холбогдол нь нийгмийг корпорац хоорондын харилцааны нарийн сүлжээнд нэгтгэх явдал юм. Дарвин биологийн ертөнцийг "амьдралын сүлжээ" гэж үзсэнтэй адил зохион байгуулалт нь түүний элементүүдийн хооронд нарийн бөгөөд өндөр салаалсан харилцан уялдаа холбоог бий болгодог шилжилтийн харилцаанд шингэсэн байдаг.

Ийм хяналтын эхний тал нь Уоррен, Rose, Bergunder (1971) нар "институцичлагдсан" гэж нэрлэдэг сэтгэлгээний бүтэц" Pfeffer болон Саланчик (1978) "норматив зохицуулалт" гэж тэмдэглэсэн харилцан хамаарлын тухай "мөн Commons (1950) юу гэж тодорхойлсон "хамтын үйл ажиллагааны ажлын дүрэм" юм.

Байгууллага бие даасан байдлаар том бүлгийн нэг хэсэгтэй зайлшгүй холбоотой. Эдгээр нөхцөл байдлаас үүдэлтэй хурцадмал байдлыг даван туулах хоёр хүчний мөргөлдөөн.

Индивидуализм ба симбиозын онолуудын хооронд сөргөлдөөн гарах төлөвтэй байна.

Функциональ харилцан хамаарлын тодорхойлолт

Байгууллага удирдаж буй хамтран гишүүд илүү багтаамжтай зүйлийг бий болгож, хадгалахын тулд бусадтай нэгддэг. Уламжлалт менежментийн бодлого нь бизнес эрхлэх менежментээс үүдэлтэй хувь хүний чиг баримжааг онцолсон боловч бүлгийн чиг баримжааг албан ёсны болгох нь уламжлалт тодотголыг нөхөхийн тулд юм. Уламжлалт бизнесийн бодлого нь энтрепренератив менежментээс үүдэлтэй хувь хүний чиг баримжааг онцолж байсан боловч уламжлалт онцлох хандлагыг нэмэгдүүлэхийн тулд хамтын чиг баримжааг албан ёсны болгохыг энд санал болгож байна. Энэ нь менежерүүдээс Сельзникийн (1957) дэвшүүлсэн "байгууллагын манлайлал" гэсэн ойлголтод илүү их үүрэг хариуцлагыг хүлээхийг шаардах бөгөөд ингэснээр гүйцэтгэх засаглал нь харьяалагддаг хамтын нийгэмлэгийн институцийн холбоо, үнэт зүйлсийг бий болгож, хадгалахад тусалдаг "төрийн зүтгэлтэн" болдог. Энэ нь юуны түрүүнд менежмент нь нийгэм, улс төрийн төдийгүй цэвэр эдийн засгийн чиг үүргийг биелүүлэх ёстой гэсэн үг юм.

Хамтын стратегийн хувьсал хуваагдмал үйлдвэрлэлд

Хэдийгээр хамтын стратеги нь төвлөрсөн, олигополист зах зээл дэх пүүсүүдийн хувьд стратегийн сонголт гэж хүлээн зөвшөөрөгдсөн ч хуваагдмал салбар дахь пүүсүүд мөн ижил төстэй стратеги ашигладаг болохыг нотлох хангалттай нотолгоо байдаг. Гэсэн хэдий ч хуваагдмал салбар дахь пүүсүүдийн хамтын үйл ажиллагааны цар хүрээ, давтамжийг ерөнхийд нь үл тоомсорлодог. Энэ нь хуваагдмал (олон жижиг хэмжээний өрсөлдөөний элементүүдээс бүрдсэн салангид холболтыг илэрхийлдэг) ба хамтын (цөөн том пүүсүүдийн хооронд илүү нягт уялдаатай, албан ёсны зохицуулалтыг илэрхийлдэг) гэсэн нэр томъёоны илэрхий парадокстой холбоотой байж болох юм. Түүнчлэн хуваагдмал салбар дахь пүүсүүд жижиг, өрсөлдөх чадвар сул, хүчтэй өрсөлдөөнд өртдөг тул бөөгнөрөлийн эдийн засгийг эс

тооцвол тэдний хамтын зан төлөвийг (хүн амын түвшинд) голчлон үл тоомсорлодог байж магадгүй юм.

Nielsen (1988, х. 489) зах зээлийн механизмд найдах нь хуваагдмал салбар дахь пүүсүүдийн хамтын ажиллагааны стратегийг ашиглахад саад болж байгаа мэт санагдсан гэж үзсэн. Гэсэн хэдий ч хуваагдмал үйлдвэрүүдтэй пүүсүүдийг цэвэр өрсөлдөөний неоклассик эдийн засгийн загварыг үгүйсгэж болохгүй. Эдгээр пүүсүүд нь байгууллага хоорондын болон хамтын стратегийн сонголтуудад тавигдах шаардлага, чадавхитай байдаг бөгөөд энэ нь байгууллагын салбарт өөрсдийн хүч чадал, гүйцэтгэлийг нэмэгдүүлж улмаар томоохон пүүсүүдээс хараат байдлаа бууруулж чаддаг (Metcalf, 1976; Skinner, Donnelly, & Ivancevich, 1987).

Хамтын стратеги нь хуваагдмал салбаруудад бага харагддаг, учир нь үүний ихэнх нь шинэ стратеги байдаг. Пүүсийн түвшинд гэнэтийн стратеги нь ямар ч зорилго байхгүй үед компанийн зан үйлийн хэв маяг эсвэл тууштай байдал гэж тодорхойлогддог (Минтзберг ба Уотерс, 1985 оны зориудаар боловсруулсан стратегиас ялгаатай). Хүн амын түвшинд шинээр бий болсон хамтын стратеги нь хоёр байгууллага хоорондын үйл ажиллагааны нэгтгэсэн давтагдах хэв маягийн хүсээгүй үр дүн юм. Энэхүү аргументийн үр дагавар нь (а) хамтын стратеги нь урьд өмнө бодож байснаас илүү хуваагдмал салбаруудад өргөн цар хүрээтэй байдаг; (б) зохион байгуулах төв байгууллагагүйгээр пүүсийн түвшний зан үйлийг хүн амын түвшний зан үйл болгон хувиргах механизм нь хуваагдмал орчинд оршин байдаг; ба (в) пүүсийн түвшний хос хамтын ажиллагааны зан үйлийн урьдал хүчин зүйл болох хүрээлэн буй орчны хүчин зүйлс нь хүн амын түвшний хамтын зан үйлийн урьдал хүчин зүйл мөн.

Брессер Жишээлбэл, (1988) багцуудыг дурдаагүй Хэсэгчилсэн тохиргооны стратегийн сонголтуудтай

Комменсал ба симбиотик хоорондын зохион байгуулалт болон Хамтын стратеги
Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа – Шууд өрсөлдөгчидтэй хийх үйл ажиллагаа

1. Хамтран худалдан авах гэрээ
2. Хамтарсан борлуулалтын гэрээ
3. Өрсөлдөгчидтэй мэдээлэл хуваалцах
4. Хамтарсан үйлдвэр
5. Хамтарсан судалгаанд оролцох
6. Хамтарсан сурталчилгаанд оролцох
7. Тээврийн зардлыг хуваах
8. Өрсөлдөгчийг ажилд авах
9. Хамтарсан сургалтад хамрагдах үүрэг хүлээсэн
10. Лицензийн гэрээнд оролцох

Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа – Шууд өрсөлдөгч бус хүмүүстэй хийх үйл ажиллагаа

1. Нийлүүлэгч эсвэл үйлчлүүлэгчидтэй хамтарсан үйлдвэрүүд
2. Нийлүүлэгч эсвэл үйлчлүүлэгчидтэй хамтарсан судалгаа хийх
3. Нийлүүлэгч эсвэл үйлчлүүлэгчидтэй хамтарсан сурталчилгаа

4. Нийлүүлэгч эсвэл худалдан авагчийн ажилчдын ажил эрхлэлт
5. Тээврийн зардлыг хуваах
6. Өрсөлдөгчидтэй мэдээлэл хуваалцах
7. Хамтарсан сургалтад хамрагдах үүрэг хүлээсэн
8. Лицензийн гэрээнд оролцох

Холбооны стратеги нь стратегийн мэдээлэл алдагдах, үл итгэх байдал, экстемаль халдлагыг нэмэгдүүлэх боломж (илүү том зорилтот онол), шинэ оролцогчдыг татах зэрэг болзошгүй асуудлуудтай байдаг (Bresser & Harl, 1986). Өмнө нь иш татсан Wall Street Journal нийтлэлд мөн Нью Англид бие даасан нэхмэлийн гэрээт компаниудын холбоо байгуулах гэсэн үр дүнгүй оролдлогын жишээг харуулсан. Компани, үйлдвэрчний эвлэл, төрийн албан хаагчид “Зүү худалдаа” төслийг гишүүддээ санхүү, нийгмийн үйлчилгээ үзүүлэх зорилгоор үйлчилгээний байгууллага болгон зохион байгуулсан. Анхандаа уян хатан үйлдвэрлэлийн сүлжээг бий болгохыг зорьсон боловч пүүсүүдийн бизнесийн стратеги хоорондын зөрчилдөөн нь холбооны хамтын стратегийг боловсруулахад саад болж байв. Үүний оронд тэд бөөгнөрөл үүсгэсэн бөгөөд энэ нь пүүс тус бүрийг нэгдэл гэхээсээ илүү уян хатан, бие даасан байдлыг хангадаг.

Симбиотик харилцаа ба коньюгат стратеги. Хамтарсан хамтын стратеги нь гэрээний болон хуулийн хариуцлагатай ажлын сүлжээ юм. Ердийн бүтэц нь хамтарсан үйлдвэрүүд болон түгжээ, босоо интеграцийн хүчин чармайлт, R & D түншлэл юм (Khandwalla, 1981). Хамтарсан стратеги нь материал, санхүү, бэлэн бүтээгдэхүүн, тухайлбал үйлдвэрлэгч-дилерийн сүлжээ зэрэг ханган нийлүүлэгчид болон худалдан авагчдын хооронд босоо чиглэлтэй байдаг (Skinner & Guiltinan, 1986). Холбоотой адилаар нэгдмэл хамтын стратеги нь сайн дурын үндсэн дээр, ажлын өндөр бүтэцтэй, дунд зэргийн болон нягт уялдаатай харилцааг илэрхийлдэг (Шоплер, 1987).

Эдгээр төрлийн симбиотик зохицуулалтууд нь хуваагдлын үр нөлөөг сайжруулж чадна (Харриган, 1988). Хүснэгт 1-д симбиотик хос хоорондын харилцааны дүрслэлийг үзүүлэв. Жишээлбэл, түүхий эд, эд анги нийлүүлэгч, жижиг үйлдвэрлэгч (хоёулаа хуваагдмал орчинд) хамтарсан судалгаа, хөгжлийн стратеги хэрэгжүүлэхийг уриалсан хамтын ажиллагааны гэрээ байгуулан авч үзье. Пүүсийн түвшинд энэ харилцаа нь жижиг үйлдвэрлэгчдэд нийлүүлэгчийн материалын үйл ажиллагааны шинж чанарыг төлбөртэйгээр шалгах боломжийг олгодог (үйлдвэрлэгчийн хувьд ашиг) ба материаллаг цаг хугацааны явцад сайжруулах боломжийг санал болгодог (нийлүүлэгчийн хувьд ашиг). Хэрэв энэ хос харилцаа олон тооны сул холбоотой пүүсүүдэд олон удаа давтагдсан бол хамтын стратеги бий болно. Нийлүүлэгч болон R & D харилцаа нь давталтын тоо хангалттай их байх үед энэ нь оролцогчдын аль алинд нь эерэг өсөлттэй өгөөжтэй практикийг стандартчилах замаар пүүсүүдийн популяцийн аль алиных нь эрх мэдэл, бие даасан байдлыг нэмэгдүүлэхэд үйлчилдэг.

Органик сүлжээ. Органик хэлбэр нь Шууд бус холбоо (бизнесийн үүднээс шууд бус, Хувь хүн биш) ба симбиотик харилцан хамаарал. Ийм сүлжээнд симбиоз нь үүнээс давж гардаг Босоо эдүүдийн хоорондын харилцан үйлчлэл Мөн энэ нь эрх мэдлийг хэрэгжүүлэхэд хамаатай. Органик Сүлжээ бол нөлөө бүхий сүлжээ, Ноёрхлын гол хэлбэр нь улс төрийн эрх мэдэл юм. Органик Сүлжээнд бүтэц нь хоорондоо уялдаатай байгааг харж болно

Байгууллагын төрөл. Агломераттай төстэй Хэлбэр, органик популяци нь тодорхойлогддог Ажлын бүтэц бага, сайн дурын оролцоотой учраас (Шоплер, 1987).

Билли (1985) эдгээр сүлжээний ашиглалтыг судалсан. Хувь хүн өөрийн гэсэн жижиг зүйлээс эхэлдэг Бутархай салбар дахь компани. тэр олсон -аас бүрдсэн албан бус органик сүлжээ Гэр бүл, найз нөхөд, хамтран ажиллагсдаараа төлөөлдөг Шинээр эхэлж буй бизнес эрхлэгчдийн ашигладаг үндсэн стратеги Олж авсан нөөц, мэдээлэл. Энэ сүлжээ нь ихэвчлэн харилцан үйлчилдэг, Хамтарсан, хоёр талын харилцаа.

Лазерсон (1988) Эмилия Романьягийн судалгаа Италийн бүс нутаг гурван органик бүлгийг дараах байдлаар тодорхойлсон. коммунист нам, том гэр бүл, үндэсний байгууллагууд. Энэ бүхэн олон талт агрегатууд (ихэвчлэн нарийн төвөгтэй холдинг компани) Үйлдвэрлэлийн салбарын хуваагдал Италийн энэ бүс нутаг. Тэд арилжааг багасгахад үйлчилдэг Хачирхалтай нь энэ нь жижиг бизнесүүдэд зах зээл, шатлалд найдах боломжийг олгодог. солилцох. Энэ бүлгийг зохион байгуулсан Зах зээл ба шатлалын хоорондох хэлбэр (Торелли, 1986).

бөөгнөрөл ба органик бодисыг харуулав. Бутархай аж үйлдвэрийн ердийн стратеги.

Процессын загвар

Астли, Фомбрун нар (1983) Агрегат ба органик хэлбэрүүд нь хамгийн өргөн тархсан байдаг Хэсэгчилсэн хамтын стратегийг батлах Аж үйлдвэрүүд. Тэдэнд эдгээр байна Албан ёсны гэхээсээ илүү сул холбоотой байдаг Өмнөд арми ба хосолсон стратеги. Байна Агрегат руу орох, гарахад хялбар Органик сүлжээ, гүйлгээ багатай зардал. Гэсэн хэдий ч дүүргэгч ба органик Маягт бол шууд бус хамтын стратеги, Энэ нь зөвхөн өмнөх хос хосолсон зан үйлийн үр дүнд хөгжсөн байж магадгүй юм.

Агломерат ба органик стратеги Агломерацийн стратеги - шууд бус симбиоз Үйл ажиллагаа

1. Худалдааны холбооны гишүүн
2. Мэргэжлийн холбооны гишүүн
3. Салбарын стандарт өртгийг ашиглах
4. Салбарын стандартад нийцсэн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг
5. Аж үйлдвэрийн бүрэн жагсаалтаас үнэ

Органик стратеги - Зохион байгуулалтын талбар

1. Танхимын гишүүн
2. Гүйцэтгэх дугуй ширээний гишүүд
3. Үндэсний холбооны гишүүн
4. бие даасан компани
5. Улс төрийн үйл ажиллагааны хорооны гишүүн (РАС)
6. шашны байгууллагын гишүүн
7. United Way дээр ажиллаж байна
8. Нийгэмд чиглэсэн бусад бүлгүүдийн үйл ажиллагаа
9. Жижиг бизнестэйгээ холбоо бариарай удирдлага
10. Жижиг бизнесүүдтэй холбоо бариарай хөгжлийн төв
11. их сургуультай холбоо барина уу

12. Бүх самбар дээр үйлчилдэг

Олон байгууллага хоорондын хос харилцан үйлчлэл Та харилцан ажиллаж буй компаниудын кластеруудыг нэгтгэж болно Чухал массад хүрэх (Schelling, 1978). (The (Cliffikaimus гэдэг нэр томъёо нь үйл явцын ангиллыг хэлдэг. Тооноос хамаардаг зан үйлийн загвар

Тодорхой арга барилаар тоглодог жүжигчний тухай. Өргөдөл Чухал масс загвараас Эпидемиологи, экологи, загварын маркетинг, хэл Хэрэглээ, арьс өнгөөр ялгаварлах, тэр ч байтугай J-алхах. Үйл ажиллагаанд шаардлагатай чухал масс Бие даасан байх нь Энэ нь тоо, нягтын функц эсвэл харьцаа байж болно. Шеллинг [1978, х. 102-110] тоо баримтыг үзүүлэв Мөн математикийн жишээнүүд.) үр дүн Энэ бол компаниуд хоорондын хамтын стратеги юм Шууд холбоо барина уу. Энэ бол шууд

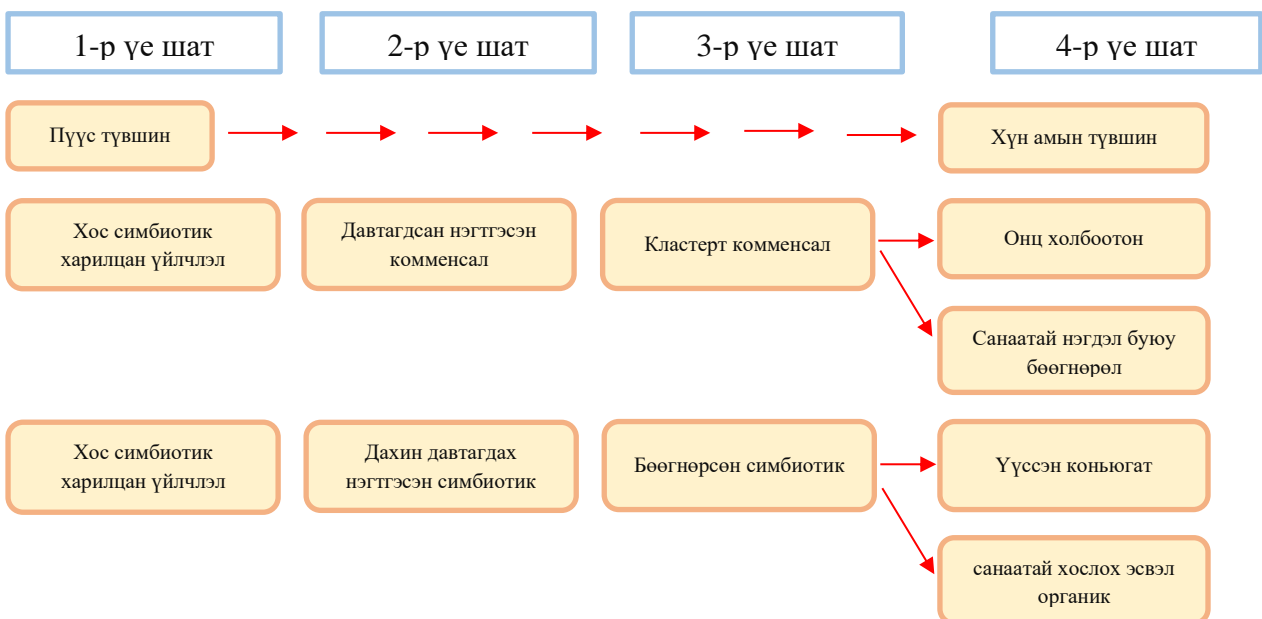
Симбиотик эсвэл симбиотик хосолсон холбоо, Шууд бус ба Хамтын үйл ажиллагааны санаатай хэлбэр. тиймээс, Бөөгнөрөлтийн гарал үүслийг хаанаас хайх вэ Бутархай салбар дахь органик хамтын стратеги Яаралтай коньюгат болон Өмнөд армид Маягт.

Бутархай аж үйлдвэрт, Органик сүлжээ нь бүрэн эрхт мэт харагдахгүй, Хөгжлийн эхний үе шатгүй албан ёсны нэгдэл. Өмнөд армитай нийлсэн шиг Горимд нэгтгэх нь давталтаас эхэлдэг Кластерт нэгтгэдэг хос харилцан үйлчлэл Хоршооллын хэлбэр. энэ үед, Гурван боломж байна: (а) кластер хэвээр үлдэж болно "Байгаагаараа" бөгөөд үр дүн нь шинээр гарч ирж буй агрегат юм Стратеги (б) Кластер өөрөө өөрийгөө мэддэг байж болно Та зориудаар Өмнөдийн арми байгуулахыг хүсэж байна уу? Холболтын стратеги (в) Кластер Өөрийгөө мэддэг, гэхдээ шууд харилцах зардал Ашиг тусаас илүү байж болох бөгөөд шууд бус бөөгнөрөл зэрэг дүүргэгчийн хэлбэр үүссэн.

Бутархай салбар дахь стратеги.

Зураг 1-ийг дүрсэлсэн хамтын хөгжлийн үе шатууд хуваагдмал салбар дахь стратеги.

Санал 2: Бутархай үйлдвэрлэлд нэгдэл Стратеги нь хэд хэдэн үе шаттайгаар хөгждөг (Зураг 1). Симбиоз ба (Зураг 1). Комменсалаас гаралтай.



Симбиоз ба симбиозын хос хосолсон зан үйлийн үр дүнд үүсдэг (алхам I), хамтын ажиллагаа олон аж ахуйн нэгжүүдэд давтагддаг (2-р үе шат), дараа нь хоршооллын кластерууд үүссэн (III үе шат), мөн үйл явцад Хүн амын дунд тархах, хамтын стратеги гарч ирнэ (IV алхам). Харин 1-р санал нь боломжийг нэмэгдүүлсэн Үүссэн бүлгүүдийн үзэгдэл Стратеги байдаг. Санал 2 нь: Бүх санаатай хамтын стратегийн анхдагч хуваагдмал салбарт . төвлөрсөн үйлдвэрт 4, 5 компани байж магадгүй хүн амын нөөцийн 60-80 хувийг хянах, Эхлэлийг хялбархан төсөөлж болно. Цөөн хэдэн утастай хамтын стратеги Утсаар эсвэл нүүр тулсан уулзалт. саад тотгор Хүн амын хуваагдмал зан үйл Тус үйлдвэр энэ байгууламжийг хориглосон. илүү хөгжиж буй үйл явц. Хүн амын гэнэтийн механизм. А "Хамтын ажиллагааны хувьсал" механизм Аксельрод (1984) ижил нэр. Энэ ном нь, Компьютерийн симуляцийн цуврал тэмцээн Хоригдлуудын дилемма тоглоом. (Математикийн талаарх дэлгэрэнгүй мэдээллийг Rapoport and Chammah, 1970-аас үзнэ үү. Хоригдлуудын дилемма тоглоом Nielsen, 1985, Axel Rod Book Review.)

Тоглоом бол танил тоглоом юм. хоёр тоглогч (анд) хамтран ажиллах эсвэл хоёр сонголттой тулгарсан

дутагдал. Хүн бүр сонголтоо хийх ёстой. Нөгөө хүн юу хийхийг мэддэг. Бүрт Тоглогчийн үүднээс авч үзвэл урвах нь хамгийн өндөр байдаг. Гэхдээ энэ нь хоёулаа гэмтэлтэй байснаас ч дор юм. Тэд хамтран ажилласан: тиймээс тулгамдсан асуудал (Акселрод, 1984, хуудас 7-8). тоглогчийн сонголт

make нь дөрвөн өөр үр дүнтэй байж болно. Хэрэв хоёр тоглогч бол Хэрэв согог байгаа бол та торгууль ногдуулна (P) ба жишээ нь: Та тус бүр 1 оноо авна. тэр хоёр хамтдаа ажиллах үед Та шагнал (R) болон тус бүр 3 оноо авах болно. нэг бол Хамтын ажиллагаа болон бусад дутагдал, гажиг 5 оноотой Temptation (T) шагналыг авах, Нөгөөх нь сорогч (S) шагналыг авч байх үед. тэг.

Таамаглал эсвэл анхны нөхцөлийг ашигласан Тоглоом бол зан байдал, орчин юм. Мөн тэд нөхцөл байдалд тохирсон тоглолтыг үзүүлдэг Бутархай салбараас. Үйлдэл Жүжигчин бүр түүний араас хөөцөлдөхөд нөхцөл бүрддэг Эсвэл та түүний хувиа хичээсэн байдал, харилцан үйлчлэлийг таньж, санаж чадна.

Эдгээр зан үйлийн талаархи таамаглалууд Бутархай, төвлөрөлтэй холбоотой Аж үйлдвэр, тиймээс тэд тэгдэггүй Хоёр салбарыг ялгаж үзээрэй Тохиргоо. Гэсэн хэдий ч нэмэлт хязгаарлалтууд байдаг

Бутархай аж үйлдвэрийн бодит байдал Төвлөрсөн үйлдвэрүүдийнхээс илүү Цөөхөн том компани давамгайлж, удирдаж чаддаг. Тэд байна Нэмэлт хязгаарлалтууд нь дараах байдалтай байна. Аюул заналхийлэл, амлалтуудыг хэрэгжүүлэх боломжтой механизмууд, (b)-тай холбоотой тодорхойгүй байдал Бусад тоглогчдын хөдөлгөөн, (в) дохионы дутагдал Эсвэл харилцаа холбоо, (г) өөрчлөх боломжгүй Бусдын хариуд, (г) үгүйсгэх аргагүй зүйл Бусад тоглогчид (Axelrod, 1984, pp, 11-12).

Эдгээр хязгаарлалтууд нь Өмнөх хуваагдмал салбар Хоригдлуудын хүндрэлийг зохицуулах өргөдөл

Нөхцөл байдал голчлон анхаарч байна Эрчимжсэн аж үйлдвэр (Nielsen, 1985),

Байгаль орчны үндэслэл нь Тоглолт тодорхойгүй хугацаагаар явагдана Цаг хугацаа, урамшууллын хямдралтай үнэ цэнэ Дараагийн гүйлгээ хангалттай өндөр байна. Тасралтгүй,

алдартай харилцан үйлчлэлийн хүлээлт Амьдралын төгсгөлд хамтран ажиллахгүй байх зан үйлийг арилгах, Жишээлбэл, нэг удаагийн гүйлгээ эсвэл дампуурлын ирмэг дээр байна Үйлдэл. Төлбөрийн матрицын хэрэгцээ

Зөвхөн $T > R > P > S$ гэж зааж өгнө. энд, T нь хамтран ажиллахгүй байхын шагнал (уруу таталт) юм

(Эсвэл орогнол), R нь хос шагнал юм Хамтын ажиллагаа, P нь шийтгэл юм *Pearwise asylum*, болон S *sockers* хариуд нь Бусад тоглогчид дутагдалтай байхад хамтран ажилла. Анн Матрицад тавигдах нэмэлт шаардлага нь $2R >$ байна T, тоглогчид ээлжлэн буруу ашиглахаас сэргийлнэ Бие биедээ илүү өндөр шагнал хүрт. Үүнээс гадна хүрээ нь маш хязгааргүй юм Эдгээр нөхцлүүдийн аль нь ч ижил төстэй нөхцөл шаарддаггүй Тэгш хэмтэй өгөөж ч биш, үнэмлэхүй ч биш Төлбөрийн хэмжилтийн нэгж. Хамтран ажиллах шаардлагагүй Нийгмийн бусад хүмүүсийн үүднээс авч үзэх нь зүйтэй (Арам, 1989) Жишээ нь Үнэ тогтоох тохиролцоо.

Жүжигчин хүн чөлөөтэй байх ёстой Хэсэгчилсэн оновчтой (хязгаарлагдмал оновчтой байдлын дүрэм, санаатай сонголт хийх шаардлагагүй) [Акселрод, 1984, х. 17-18]). Байгаль орчны хувьд

Эсвэл салбарын нөхцөл байдал эерэг нийт шагналыг харуулдаг Энэ найрлагын матриц, тоглоом

Мөн хамтын ажиллагааны хувьсал эхэлж магадгүй юм.

Акселрод, энэ энгийн суурь үзүүлэлтийг харгалзан үзвэл, Бие даасан оролцогчдыг ашиглан таамаглал хамтын ажиллагааны стратеги (эсвэл үүнийг зан үйлийн дүрэм гэж нэрлэх, Стандарт үйлдлийн журам, алгоритм Шийдвэр гаргахын тулд) та дараахийг ашиглан жүжигчдээс илүү байж болно. Хамтын ажиллагааны бус стратеги (1-р шат). тайзан дээр n, дүрэм нь агуу хөгжилд хүргэж болно. Хамтран ажиллах оролцогчдын тоо. Үүний дараа, Дараах зан үйлийн загварчлалын механизмаар дамжуулан Дуураймал болон дамжсан суралцах замаар Шууд харилцах, хамтын ажиллагаа хооронд тархах боломжтой. Бизнесийн бодит хүн ам. Мөн өрсөлдөх чадвартай Амьд үлдэх дарамт нь изоформ үүсгэдэг. компанийн үйл ажиллагаа, хамтын ажиллагаа Дасан зохицох, хамтран ажиллах зан үйл Санаатай дуураймалгүйгээр харагдах (Ханнан & Фриман, 1977). чадах бүрэн онол Ижил изоморфизм үүсгэдэг. Байгууллагын хүн амын шинж чанар -ийн харилцан уялдаатай байдлын үр дүн юм Байгууллагын сахилга батын бүтэц (DiMaggio) & Пауэлл, 1983). тиймээс энэ нь шаардлагагүй юм жүжигчид бие биенээ таньдаг хамтран ажиллах зан үйлийг зориудаар сонгох Стратегийг давтах.

Эгзэгтэй массад хүрсэн үед кластерууд үүсэж, хамтын ажиллагаа бие даан хөгждөг. Энэ нь завсрын үе шатыг илэрхийлнэ (НI үе шат) Корпорацийн түвшний зан үйлээс Хүн амын түвшний зан төлөв (Oliver, 1988). үр дүн Симуляцийн үр дүн нь хүн ам Хамтардаггүй жүжигчдийн тоог "хүртэл" авч болно

Цөөн тооны харилцан үйлчлэгч хамтрагчид (үүсэлт) кластер), мөн популяци өөрөө Хамтран ажиллах тогтолцоонд шилжсэн. Амьд үлдэх Эдгээр кластеруудаас Критик масс. Критик масс нь хамгийн бага түвшин юм Үйл ажиллагааг бие даасан болгоход шаардлагатай үйл ажиллагаанаас (Schelling, 1978, p. 95), энэ бол үйл явдал юм Хамтын стратегийн хувьслын явцад. Шеллинг (1978, хуудас 218),

Олон тооны (n-тоглогч) хоригдлуудын асуудал, Критик массыг дараах параметруудээр тодорхойлно

Нэгэн зэрэглэлийн системийн хамгийн бага хэмжээ. Нэн тэргүүнд сонгохоос татгалзахаас олж авсан

(Орогнол хүсэх). Шүүмжлэлд хүрэх Масс бол хосоор хөрвүүлэх түлхүүр юм Кластерт хандах аж ахуйн нэгжийн түвшний зан байдал (Axelrod [1984,, хх. 158-159] Энэ процессыг коионжуулалт гэж нэрлэдэг) Эцэст нь хүн амд.

1.5 Хамтын стратеги

Астли, Фомбрун нар (1983а) болон Фомбрун, Астли (1983а, 1983b), байгууллагууд нэгдэж, Мөн гуравны нэгд нь хамтын стратеги боловсруулах хэрэгтэй Стратегийн төлөвлөлтийн түвшин. Тэд багцыг тодорхойлсон Стратеги нь хамтын ажиллагааны системтэй арга юм Байгууллага хоорондын орчны өөрчлөлтийг даван туулах Тогтоосон Стратеги нь хариу үйлдэл үзүүлэх чадвартай бөгөөд хэлбэлзлийг шингээж чаддаг хүрээлэн буй орчинд, эсвэл тэд түрэмгий байж болно, Бусдын урьдчилан таамаглах боломжгүй зан үйлээс урьдчилан сэргийлэх (Astley & Fombrun, 1983a, 1983b).

Хамтын стратеги ба харилцан хамаарал

Хүрээлэн буй орчны гурван төрлийн харилцан хамаарал (Фомбрун & Астли, 1982; Пеннингс, 1981): Хэвтээ харилцан хамаарал, Ижил болон өрсөлдөгч компаниудын хооронд, Зах зээл ба компаниудын хоорондын босоо хамаарал Бид янз бүрийн зах зээлд бизнес эрхэлдэг, Нэг гаралт Бусад орцууд ба симбиотик харилцан хамаарал Бие биенээ нөхдөг компаниудын хооронд Хувь хүний үйлчлүүлэгчдэд үзүүлэх бусад үйлчилгээ. Ерөнхийдөө харилцан хамаарлыг бий болгож болно. Байгууллагууд бусад байгууллагыг анхаарч үзэх хэрэгтэй Зан төлөв, хэрэв энэ нь ухамсартай бол тодорхойгүй байдалтай тулгардаг Түүний харилцан хамаарал, хяналтын хүндрэл Бусад байгууллагын боломжит үйл ажиллагаа (Pennings, 1981; Pfeffer & Salancik, 1978). Босоо чиглэл Эсвэл симбиотик харилцан хамааралтай байгууллага Ихэвчлэн шийдвэр гаргах түвшин доогуур байдаг Тэдний харилцан хамаарлаас үүдэлтэй тодорхойгүй байдал Учир нь тэд албан ёсоор худалдаа хийх хандлагатай байдаг Сайн тохируулсан арга (Холл, Кларк, Жиордано, Жонсон, Ван Рокель, 1977; Пеннингс, 1981), ингэснээр тэдний бэрхшээлийг багасгах болно Бие биенээ хянах замаар. Эсрэгээр хэвтээ Харилцан хамааралтай компаниуд илүү өртөмтгий байдаг Шийдвэр гаргах тодорхойгүй байдлын асуудлууд; тэд Зах зээлд өөр хоорондоо өрсөлдөх хандлагатай байдаг. Өсөх хүчин чармайлтаа хуваалцаж, улмаар ихээхэн ач холбогдолтой Бие биенээ хянахад хэцүү. Ихэнх байгууллагууд хэвтээ байдлаар харилцан хамааралтай байдаг Магадгүй олигополийн зах зээлд бүх байгууллага Тэдний харилцан хамаарлыг хүлээн зөвшөөр Мөн тэдний хэн нь ч бүрэн хяналтад байдаггүй бусад оролцогчдын хандлага зан байдал (Пеннингс, 1981). Харилцан ажиллах чадвар нь хүрээгээр тодорхойлогддог Аливаа дүрэм, албан бус, албан ёсны гэрээний хувьд Хүрээлэн буй орчны хоорондын харилцан үйлчлэлийг зохицуулахад оршино. Харилцан ажиллах чадварыг сайжруулдаг Дүрэм, хэлэлцээрүүд нь холбоосыг бий болгож, сайжруулдаг Мөн ингэснээр илүү олон харилцан үйлчлэлийг давамгайлдаг Байгаль орчны нэгжүүдийн дунд (мил, 1980).

Хамтын стратегиар удирдах

Гишүүн байгууллагууд бизнесийн орчныг үнэлж болно тэдний багцаар хангагдсан тогтвортой байдал түрэмгий стратеги, хууль тогтоогчид эсвэл бусад энгийн иргэд сонирхлын бүлгүүд ижил үр дүнг үнэлэх боломжтой. Тогтвортой Хамтын стратеги нь хүрээлэн буй орчныг сайжруулдаг.

Одоогийн хэлэлцүүлэг боломжуудыг хайж байна -аас хамтын стратегийн эрсдэл Оролцогч байгууллагуудын хэтийн төлөв. Хамтын стратегийн гол боломж Наад зах нь түр зуур бий болгох чадвараараа амар Харьцангуй тогтвортой, урьдчилан таамаглах боломжтой бизнесийн орчин (Oldrich, 1979; Astley & Fombrun, 1983a; Пеннингс, 1981). Эд эсийн хувьд (олигопорист) Хүрээлэн буй орчны өндөр хувийг мэдрэх эсвэл хүлээх Хөдөлгөөн, шийдвэр гаргахад тодорхой бус байдал нэмэгдэж байгааг ухамсарлах, хамтран ажиллах хүсэл эрмэлзэл Хөдөлгөөнийг шингээх эсвэл урьдчилан сэргийлэх Өсөх төлөвтэй байна (Caves, 1982; Шерер, 1980). Зарим байгууллага шийдэж магадгүй Тухайлбал, хамтын стратегийг хэрэгжүүлэх Бүтээгдэхүүн хөгжүүлэх үйл ажиллагааг нь зохицуулах Эсвэл бүтээгдэхүүний сурталчилгаа, хэрэв амжилттай бол Энэ багц байгууллагууд хэмжүүрийг устгадаг Байгаль орчны хөдөлгөөн, шийдвэр гаргах эх үүсвэр Тодорхой бус байдал. Санал болгож буй зохион байгуулалт Хамтлаг байгаль орчныг тогтворжуулахад амжилтад хүрдэг Хамтын стратеги бол Харилцан холболтын хүчийг өөрчлөх. Хэрэв Байгууллага Хамтын стратеги, тэд өрсөлдөөнөөс татгалздаг Зориулалтын бүсэд бие биенээ. Тиймээс, Өрсөлдөөнт харилцан холболтын зэрэг Аж үйлдвэрийн орчны шинж чанар буурч байна Зах зээлээс санал болгож буй холболтын хувьд Механизм (бизнесийн хувь заяаг холбох) аж ахуйн нэгжүүд нь байгууллагын дэд бүлэгт өртөмтгий байдаг Үүний үндсэн дээр одоогоор хамтран ажиллаж байна.

Өрсөлдөөнт харилцан үйлчлэлийг багасгах явдал юм Энэ нь түвшнийг бууруулах шууд нөлөө үзүүлдэг Үүнд хүргэдэг байгаль орчны хөдөлгөөний тухай Шийдвэр гаргахад тодорхойгүй байдал бага байдаг. Түүнээс гадна, Хамтын стратеги зэрэг нь нэмэгдэх хандлагатай байдаг Тодорхой нэг зүйлийн доторх гэрээний харилцан холболтын орчин. Энэ бол дэд хэсэг юм Стратегийн хувьд зохион байгуулалттай байгууллагын Илүү нягт уялдаатай дэд орчин. Үндэслэл болсон гэрээнүүд

Хамтын стратегийн холболтыг бий болгох эсвэл сайжруулах Оролцогч байгууллагуудын хооронд болон Энэ нь гэрээний харилцан холболтыг сайжруулдаг Хамтдаа стратегийн ач холбогдолтой компаниудын дунд болон дотор Тэдний үйлдвэрлэлийн орчин. Гэрээ нэмэгдсэн Харилцан ажиллах чадвар нь доод түвшнийг үүсгэж болно Байгаль орчны хөдөлгөөн, шийдвэр гаргах

Тогтсон холболтын тодорхойгүй байдал Харилцааны суваг үүсгэх, тиймээс Өөрийн зан авирыг урьдчилан таамаглах боломжтой болго. Зураг 1-д хамтын стратегийн загварыг санал болгож байна үр дүн. Би тоймыг тоймлов Хамтын стратегийн төлөвлөсөн ба хүсээгүй үр дагавар. Тайлбарласан боломж эсвэл Хамтын стратегийн хүсээгүй үр дагавар 4 учир шалтгааны зангилаа (1-р зангилаа) 4) Хувьсах холбоос: Байгаль орчин Хөдөлгөөн, шийдвэр гаргах тодорхойгүй байдал, цугларалт Стратегийн, өрсөлдөөнт харилцан холболт, Гэрээний харилцан холболт.

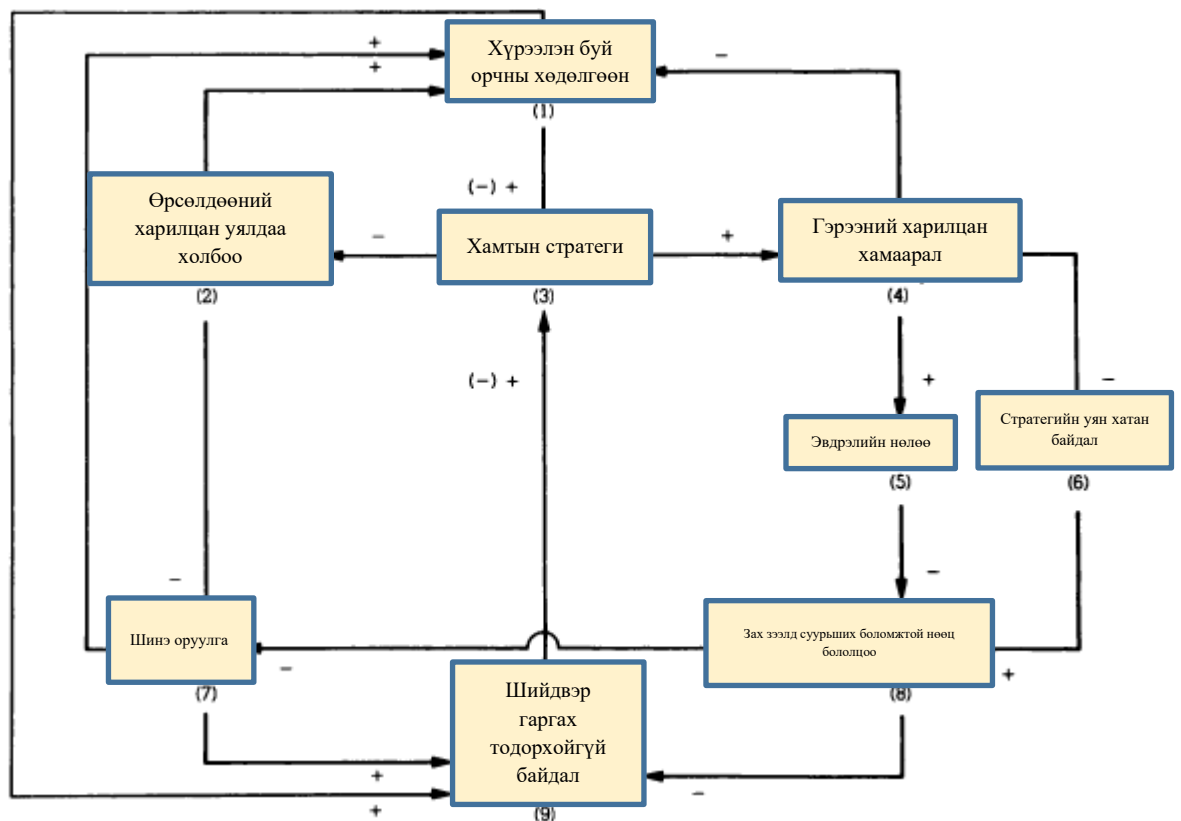
Эрсдэл, хүсээгүй үр дагаврыг харахаас өмнө Хамтын стратегийн түвшин Шинжилгээ ба танилцуулсан хувьсагчдын шинж чанар Үүнийг 1-р зурагт тодруулсан болно. Энэ бол Цаас нь хамтын стратегийг хэтийн төлөвөөс шинжилдэг Байгууллагын бүлгийн түвшин Анализ нь эдийн хэсгүүдийн хооронд хэлбэлздэг Мөн дараагийн дээд түвшний дүн шинжилгээ - Аж

үйлдвэр эсвэл зах зээл. Энэ ялгаа Салбарын аль нэг тал дээр түвшин хэрэгтэй Харилцан хамаарал нь байгууллагын хувь заяанд нөлөөлдөг Байгууллагын үйл ажиллагаа шиг цуглар Бүлгүүд нь салбарын харилцан хамаарлын талыг өөрчилдөг. Тодруулбал, Зураг 1-д хувьсагч 1, 2, 4, 7 нь салбарын түвшний хувьсагч юм. Хувьсагч 3, 5, 6, 8, 9 нь байгууллагатай холбоотой тогтоосон.

Нөгөөтээгүүр, бүлгийг эхлүүлсний дараа байгууллага Стратеги нь хэлбэлзлийг бууруулсан байж болно Тэдний хүрээлэн буй орчин, тиймээс ч бас танилцуулсан Тэдний шийдвэр гаргах тодорхой бус байдал, энэ нь тодорхойгүй байна Эдгээр хүссэн үр нөлөө хэвээр байгаа эсэх. Адилхан Харилцан холболтын өөрчлөлтийн улмаас Хамтын стратегийн хүссэн үр дүн нь Зарим үйл ажиллагааны доголдол үүсгэдэг. Гурван үзэгдэл Тус тусад нь эсвэл хамтран ажилладаг Функциональ бус үр дагаврыг бий болгоно гэж таамаглаж байна Байгаль орчныг нэмэгдүүлэхэд хүргэж болзошгүй Хөдөлгөөн, шийдвэр гаргахад тодорхой бус байдал:

(А) Эхний үйл ажиллагааны доголдол үргэлжилсээр байна Гэрээний харилцан холболтын дээд түвшнээс. Стратегийн хувьд зохион байгуулалттай байгууллагыг бий болгох Гэрээгээр харилцан холболт хийх Хүрээлэн буй орчныг шингээх, хамгаалахад хамтран ажиллана Хувилбар ба гэрээний харилцан үйлчлэл Байгууллага үйл ажиллагаа явуулбал хүчирхэгждэг Тэдний гэрээний дагуу сунгах хугацаа. Гэрээний харилцан холболтын ийм өсөлт гарах хандлагатай байна гэж таамаглаж байна. Стратегийн уян хатан байдлыг багасгах.

Зураг 1. Хамтын стратегийн үр дагавар



Төлөвлөсөн үр дагаврыг илэрхийлэх хувьсагчийн зангилаа	Зангилаа	1: 1-3-2-1
	Зангилаа	2: 1-3-4-1
	Зангилаа	3: 1-9-3-2-1
	Зангилаа	4: 1-9-3-4-1
Хүсээгүй үр дагаврыг илэрхийлэх хувьсагчдын зангилаа	Зангилаа	5: 3-4-6-8-9-3
	Зангилаа	6: 3-4-6-8-7-1-3
	Зангилаа	7: 3-4-6-8-7-9-3
	Зангилаа	8: 3-4-5-8-9-3
	Зангилаа	9: 3-4-5-8-7-1-3
	Зангилаа	10: 3-4-5-8-7-9-3
	Зангилаа	11: 3-2-7-1-3
	Зангилаа	12: 3-2-7-9-3

Эх сурвалж: *SI Academy of Management Review*. 1986, Vol. 11, No. 2. 408-427

Жишээ нь: Зохион байгуулалтын бүлгийн гишүүд дараахь зүйлийг зөвшөөрч байна. Үнэ гэх мэт өрсөлдөөний үйлдлээс татгалз өрсөлдөөн дэх стратегийн уян хатан байдлыг хязгаарладаг. Тэр нь байгууллага бүр ямар хэмжээнд байна Стратеги, бодлогоо өөрчлөх эрх чөлөө (Ansoff, 1984; Томпсон ба Стрикланд, 1983). Тогтоосон Хэлэлцээр нь бэлэн репертуарыг багасгах болно Стратегийн хэрэгсэл. Стратегийн уян хатан байдлын асуудлууд Мөн байгууллага Хоршооны гэрээний харилцан холболт Цаг хугацаа өнгөрөхөд хамт олноо нэгтгэхийн тулд нягт нямбай стратеги. Ийм интеграци Бүлэгт их хэмжээний хөрөнгө оруулалт хийх хүчин чармайлт. Эдгээр хөрөнгө оруулалт нь стратегийг улам дордуулдаг Зардал буурсан тул уян хатан бус, Байгууллагын бүлгийн үүрэг амлалтыг нэмэгдүүлнэ Энэ нь өөрчлөгддөг ч хамтын стратеги болж хувирдаг Байгаль орчны нөхцөл байдал үүнийг орхихыг шаардаж болно. Унасан зардал, уян хатан бус амлалт Энэ нь хувийн компаниудын хөөцөлдөхөд хүргэдэг. Өрсөлдөөнт стратеги, тэдгээрийн болзошгүй хоруу чанар Бүлэг байгууллага Би нэгдсэн стратеги баримтлахыг зөвшөөрсөн. Бүлгийн динамикийн талаархи уран зохиол Бүлэг үүсгэх нь хувь хүнээс илүү хялбар байдаг Үхэшгүй хуурмаг, цензурын мэдээлэл, Эсэргүүцлийг дарах эсвэл урхинд оруулах Ашиг сонирхлын зөрчилтэй үед шийдвэр гаргах гацаа Энэ нь эвлэрэх боломжгүй юм шиг байна. Эдгээр бүх хөгжил Өмнөх амлалтаа бэхжүүлэх хандлагатай Сонгосон стратеги (Готтфредсон, Уайт, 1981; Жанис, 1972; Стоу, 1981). Тиймээс хэрэв гэрээ Харилцан уялдаа холбоо нь стратегийн уян хатан байдлыг бий болгож, бүлгийн амжилттай дасан зохицох чадвар Эцсийн эцэст байгаль орчны өөрчлөлт буурах Нэгэн цагт зохион байгуулагч Бүлэг дасан зохицох чадвар нь хязгаарлагдмал байдгийг мэддэг. чадвар, тэд таних магадлал өндөр байдаг Шийдвэр гаргахад тодорхойгүй байдал нэмэгдсэн. Энэ Байгууллагуудын нийлбэр учраас ингэж хүлээж болно Дасан зохицох чадвар шаардлагатай ч (Cyril & March, 1963), хэзээ, ямар хэмжээнд байгаа нь тодорхойгүй байна Энэ нь дасан зохицох хязгаарлагдмал чадвар юм асуудал. Түүнчлэн, хэрэв боломжит оролцогчид байгууллагын нэгтгэлийн хатуу байдлыг мэдэрч байвал Тэд дасан зохицох чадвар багатай тул урамшуулах боломжтой. Зах зээлд нэвтэрч, илүү их хувь нэмэр оруулаарай Байгаль орчны хөдөлгөөн, цаашдын шийдвэр гаргах тодорхойгүй байдал. Зураг 1-д эдгээрийг харуулав 5, 6, 7-р зангилааг ашиглан боловсруулсан.

(б) хоёр дахь дисфункцийн үзэгдэл Хамтын стратеги мөн Гэрээний харилцан холболт. үүсгэх эсвэл хоорондын гэрээний харилцан холболтыг бэхжүүлэх Байгууллагын болон хамтын стратегийг бий болгох нөлөөлдөг олон сувгаар Гаднах буфет бүхэлдээ цуурайтаж болно. эдийн агрегатууд (Aldrich, 1979; Pfeffer) & Саланчик, 1978; Вик, 1979). вагоны эффект Энэ нь стратегийн хатуулагтай зэрэгцэж, улам хурцатгадаг. нөлөө. Гэрээний харилцан холболт нэмэгдэх тусам

Сэтгэл түгшээх нөлөөлөл нь тэд хамтын нийгэмлэгийнх юм хүрээлэн буй орчинд амжилттай дасан зохицох чадвар Аюул заналхийлэл. Үүний үр дүнд ижил төстэй хөгжил Бид дээрхийг санал болгож байна. Хязгаарлагдмал Дасан зохицох чадвар нь шийдвэр гаргахад хүргэдэг. Тодорхойгүй байдал, шинэ оролцогчид, хүрээлэн буй орчин хөдөлгөөн. Зураг 1-д эдгээр харилцааг харуулав. 8, 9, 10 зангилаанууд шиг.

(в) гурав дахь дисфункцийн үзэгдлийн үр дүн өрсөлдөөнт харилцан холболтын өөрчлөлтөөс. Эдийг нэгтгэх зэрэг нь буурдаг тэдгээрийн өрсөлдөх чадварын харилцан уялдаа холбоо. Өрсөлдөөнөөс зайлсхийснээр үйлдвэрлэлийн орчин зан байдал, шинэ элсэгчдийг татах болно

Өрсөлдөөн буурах нь ихэвчлэн байдаг Монополийн түвшин, хязгаарлагдмал үнэ бүхий тогтмол үнэ Инновац (Caves, 1982; Scherer, 1980). Хоёр үйл явдал нь өрсөлдөөн буурч байгааг харуулж байна. Харилцан уялдаа холбоо, тэдгээр нь боломжуудыг бий болгодог. Гадныхан болон одоогийн гишүүдэд зориулав (боломжтой оргогчид) өрсөлдөх чадвартай зэвсэг хэрэглэх Бүлгийн үүсгэсэн инерцийг ашиглах стратеги. Инновацид суурилсан ч бай, үгүй ч бай шинэ гаднын хүмүүс эсвэл зугтаж буй дотоод хүмүүс, нэмэгдэж байна байгаль орчны хөдөлгөөн ба энэ Шийдвэр гаргахад тодорхой бус байдал нэмэгдсэн зохион байгуулалтын бүлгийн гишүүд. Зураг 1-д эдгээр процессуудыг 11-р давталт ба 12.

Хамтын стратеги баримталж буй байгууллагын хамтын лобби хүчин чармайлтын үр дүн өрсөлдөөний тогтворгүй байдлаас хамгаалах, хүсээгүй зохицуулалтыг нэгэнт тулгасны дараа хэрэглэдэг. Хүрээлэн буй орчны аюул заналхийллээс хамгаалахын тулд компаниуд зохицуулалт хэрэгжүүлдэг.

Хамтын стратегийн тухай ойлголт нь онолын шинж чанартай байдаг хамтын зохион байгуулалтыг судлах барилга үйл ажиллагаа (Astley & Fombrun, 1983a, 1983b). Хамтын үйл ажиллагаа нь хөгжилд хүргэж болзошгүй. Учир нь тэд эдийн засгийн харилцан хамаарлыг нэмэгдүүлж болзошгүй юм. Хамтын стратеги нь бас зорилготой, сайн дурын шинж чанартай байж болно. Тодорхой төрлийг хэрэгжүүлэх, хадгалах стратеги нь байгууллага хоорондын орчныг тогтворжуулах боломжтой.

Хамтын стратегийг үнэлэх

Эдгээр шинж чанар бүр Байгууллага ба хүрээлэн буй орчны харилцааны мөн чанарын тухай тусгай ойлголт. Анхдагч ёс суртахуун нь: Эдгээр шинж чанар бүр Байгууллага ба хүрээлэн буй орчны харилцааны мөн чанарын тухай тусгай ойлголт. Анхдагч ёс суртахуун нь: Байгууллагын орчин дахь чухал хувьсагч Байгууллага нь харилцааг хязгаарладаг харин экзоген дасан зохицох хэрэгтэй Үүнийг даван туулахад хэцүү яаралтай нөхцөл байдал. өөртөө төвлөрсөн хандлага Энэ нь байгууллагын орчин дахь чухал хувьсагчийг хэлдэг. Стратегийн, хувиа хичээсэн харилцаанд харилцаа бол сонголт юм. Зан төлөв нь тодорхой

хэмжээний бие даасан байдлыг илэрхийлдэг. Ашигтай чиглэлийг сонгосон байгууллагын нэг хэсэг бие даан ажиллах, бие даан хөдлөх ашиг. Тулааны талбарын зүйрлэл нь: Байгууллага-Орчны харилцааны хувьсагчид Энэ бол тэмцээн. Тиймээс байгууллага тасралтгүй Амьд үлдэхийн тулд өрсөлдөгчдөөсөө илүү сайн хийхийг хичээ. Хязгаарлалт, сонголт, өрсөлдөөн Тус бүрийг түүхийн гол тэнхлэг гэж үздэг. Стратегийн удирдлагын талбар.

Хүрээлэн буй орчны харилцаа. Энэ бол хамтын ажиллагаа, эсвэл тухайн байгууллагын хамтын ажиллагаа Энэ нь стратегийн ач холбогдолтой. Хамтын ажиллагаа бол хязгаарлалт, сонголт ба өрсөлдөөн бол стратегийн менежментийн онолч. Үүний тулд энэ баримт бичиг Хамтын ажиллагааны үүргийн талаар мэдлэгтэй байхыг шаарддаг "Хамтын" гэж нэрлэгддэг зүйлийн салшгүй хэсэг болгон стратеги."

Нэг байгууллагаас эхлээд олон тооны байгууллага хүртэл. Байгууллагын онолын хувьд энэ хөгжил Хамтын ажиллагааг эрхэмлэдэг үүднээсээ түүний төв цэг. Учир нь бизнес Бодлогод үүнтэй төстэй шинэ хэтийн төлөв одоогоор алга. Бидэнд дараах байдлаар тодорхойлсон "хамтын стратеги" хэрэгтэй байна. Хамтарсан бодлого боловсруулах, хэрэгжүүлэх Байгууллага хоорондын гишүүдийн зан байдал бүлэг.

Байгууллагын онол, бизнесийн бодлогын хандлагын ангилал

Ганц бие бүлэг	<p>Байгууллагын орчин дахь чухал хувьсагч нөхцөл байдал: Сонголт</p> <p>Байгууллагын онолын хэтийн төлөв: Стратегийн сонголт</p> <p>Бизнесийн бодлогын хэтийн төлөв: корпорацийн стратеги</p> <p>Q2</p>	<p>Байгууллагын орчин дахь чухал хувьсагч нөхцөл байдал: Албадлага</p> <p>Байгууллагын онолын хэтийн төлөв: Гэнэтийн онол</p> <p>Бизнесийн бодлогын хэтийн төлөв: бизнесийн стратеги</p> <p>Q1</p>
Хүн ам бүлэг	<p>Байгууллагын орчин дахь чухал хувьсагч нөхцөл байдал: Хамтын ажиллагаа</p> <p>Байгууллагын онолын хэтийн төлөв: Хүний экологи</p> <p>Бизнесийн бодлогын хэтийн төлөв: Хамтын стратеги</p> <p>Q4</p>	<p>Байгууллагын орчин дахь чухал хувьсагч нөхцөл байдал: Өрсөлдөх</p> <p>Байгууллагын онолын хэтийн төлөв: хүн амын экологи</p> <p>Бизнесийн бодлогын хэтийн төлөв: салбарын стратеги</p> <p>Q3</p>

Эх сурвалж: "Acartemy nf Manafemenl Review. t9S4. Vnt. 9. Nn. 3. 526-535

Тиймээс болзошгүй байдлын онол нь: (1) хүрээлэн буй орчны хязгаарлалт; түүний үр нөлөө, (2) байгууллагын хамрах хүрээг заавал дагаж мөрдөх; Хариултын хувилбарууд нь: Энэ нь зохих "тохиромжтой" байдлыг бий болгодог. Энэ загварт Байгаль орчин нь учир шалтгааны

тэргүүлэх ач холбогдолтой. менежер бол энгийн Техникийн хувьд тохирсон байдлаар хариулах.

Жижиг байгууллагууд хоорондын хамтын стратеги: Байгаль орчинд үзүүлэх нөлөө ба гүйцэтгэл

Энэ үзэл бодлыг жижиг бизнесүүдэд ч ашиглаж болно. Жижиг бизнесүүд нь байгууллага хоорондын болон хамтын стратегийн хувьд чадавх (Dollinger, 1984; Lazerson, 1988; Robinson, 1982) болон шаардлага (Astley, 1984; Bresser & Harl, 1986; Whetten & Leung, 1979) байдаг. Байгууллагын талбарт тэдний хүч чадал, гүйцэтгэлийг нэмэгдүүлэх хувилбаруудыг хадгалах замаар тэд томоохон корпорацуудаас хараат байдлаа бууруулж чадна (Metcalf, 1976; Skinner, Donnelly & Ivancevich, 1987). Хамтын стратегийг байгууллагын хил хязгаарыг тэлэх нэг хэлбэр гэж үзэж болно (Nielsen, 1985). Гол асуудал бол нарийн төвөгтэй байдал, бие даасан байдлаа алддаг эдгээр зохицуулалтын өртөгтэй харьцуулахад чухал ач холбогдолтой нөөцийг хянах хэрэгцээ юм (Прован, 1984). Энэ нь эдгээр нөөцийг хянах зах зээлийн эрх мэдэлгүй жижиг компаниудын хувьд шийдвэр гаргах онцгой чухал асуудал юм. Хамтын үйл ажиллагаа нь ашиг сонирхлыг нэгтгэх энгийн арга биш, харин оролцогчдын хоорондын зөрчлийг арилгахад ашиглагддаг (Williamson, 1975).

Томоохон аж ахуйн нэгжүүдийн стратегид стратегийн холбоо чухал байр суурь эзэлдэг (Butler & Carney, 1986; Hamel, Doz, & Prahalad, 1989), гэхдээ жижиг аж ахуйн нэгжүүдэд ховор хэрэглэгддэг. Өрсөлдөөнт өрсөлдөөн, стратеги, байгууллага хоорондын харилцааны (IOR) загварууд нь байгууллагын хэмжээ нь бүлгийн зан төлөвтэй эерэг хамааралтай болохыг ихэвчлэн санал болгодог (Khandwalla, 1981). Үүний шалтгаан нь жижиг бизнесүүд хамтын стратеги ашиглах нь ховор байдаг. Гэсэн хэдий ч хамтын үйл ажиллагааг ойлгомжгүй стратеги болгон өргөнөөр ашиглаж байгааг харуулсан жижиг бизнесүүдийн хоорондын уялдаа холбоог харуулсан олон жишээ бий.

Хүрээлэн буй орчин нь хамтын стратегид нөлөөлдөг бөгөөд пүүсийн хамтын ажиллагааны болон өрсөлдөөнт зан үйлийн үр ашгийг ойлгох чадварт нөлөөлж, стратегийн ач холбогдлыг тодорхойлоход нөлөөлдөг (Доллинггер, 1990). Хүрээлэн буй орчны хүлцэл өндөр байх тусам байгууллагуудын хоорондын дайсагнал багасаж, хамтын ажиллагааны янз бүрийн хэлбэрүүд бий болно. Нарийхан зах зээлээс зайлсхийх байр суурьтай пүүсүүд орон нутгийн эдийн засгийн сүлжээнд өөрсдийгөө бий болгож, ханган нийлүүлэгчийн гэрээгээр зардлаа бууруулж, үйлчлүүлэгчдэд үнэ цэнийг нэмэгдүүлэх замаар үйлдвэрлэлийн эвдрэлийг даван туулах болно (Портер, 1980).

Хүрээлэн буй орчны тогтворгүй байдал, хувьсах байдал нь динамик хувьсагчдаар илэрдэг (Keats & Hitt, 1988). Аж үйлдвэрийн динамик орчин нь компаниудад өөрчлөлт, урьдчилан таамаглах аргагүй байдлыг авчирдаг. Энэ нь мэдээллийн асуудал байгааг илтгэнэ. Өндөр түвшний динамизм нь компаниудын хамтын ажиллагааны магадлалыг нэмэгдүүлдэг. Жишээлбэл, үйлдвэрлэгч-дилерийн сүлжээ нь нөөцийг олж авах, устгах гэрээ байгуулснаар эрсдэлийг бууруулдаг. Аж үйлдвэрийн тогтворгүй орчинд тулгарсан компаниуд чухал нөөцийг хянадаг байгууллагуудтай илүү нягт хамтран ажиллах замаар хэлбэлзлийг бууруулах хүсэл эрмэлзэлтэй байдаг. Холбогдох байгууллагын оролцогчидтой хамтран ажилласнаар хуваагдмал салбар дахь бизнес эрхлэгчид хувийн нөлөөлөл, эрх мэдлээ ашиглан компаниа бусад оролцогчдын үйлдлийн сөрөг үр дагавраас хамгаалахад туслах боломжтой.

Маш тогтвортой орчин нь бүлгийн зан үйлийг дэмждэггүй, учир нь энэ нь тухайн бүлэгт харьяалагдах үндсэн сэдлийг арилгадаг. Урьдчилан таамаглах (урьдчилан таамаглах боломжгүй байдлыг урьдчилан таамаглах), урьдчилан таамаглах (оюун ухааныг сайжруулах), тодорхой бус байдлыг шингээх (сөрөг нөхцөл байдлын үр дагаврыг бууруулах) замаар үйл ажиллагааг зохицуулах, харилцан хамаарлыг удирдах хэрэгцээ багасдаг (Пеннингс, 1981). Өрсөлдөгч нь энэ мэдээллийг аль хэдийн эзэмшсэн байх магадлалтай тул өрсөлдөгчид мэдээлэл алдах аюул багасдаг. Брессер (1988) тэмдэглэсэнээр стратегийн хатуу байдал нь өөрчлөгдөөгүй орчинд тийм ч хязгаарлагдмал биш юм. Шинэ компаниуд орж ирэх, халдлага хийх нь бас багассан аюул юм.

Нарийн төвөгтэй орчин, мэдээллийн шаардлага, энэ нь жижиг компаниудад хүндрэл учруулж байна. (Доллингер, 1990). Пүүсүүдийн менежерүүд хамтын ажиллагааны шагналын мөн чанар, үнэ цэнийг ойлгож чаддаг бөгөөд нарийн төвөгтэй байдлыг удирдах нь пүүсийн гүйцэтгэлд чухал ач холбогдолтой байдаг (Доллингер, 1990). Корпорацийн бүтэц нь хамтын ажиллагааны зан үйл нь ашигтай байж болох орчны элементүүдийг тусгаарлаж чаддаг. Илүү төвөгтэй орчныг хянах зардал бага бөгөөд хамтын ажиллагааны зан үйлийг хөгжүүлэхэд тустай. Хамтын стратеги болон IOR нь боломжтой бол хүрээлэн буй орчны нөхцөл байдлыг ашиглах эсвэл хүрээлэн буй орчны дарамтын сөрөг нөлөөллийг саармагжуулах зорилготой.

Байгаль орчны баялаг, тогтворгүй байдал, нарийн төвөгтэй байдал болон бусад ойлголтууд нь стратегид өөр өөр байдлаар нөлөөлж болох ба судалгаанд байгаль орчны олон арга хэмжээг ашиглах шаардлагатай байдаг. Харриган (1988) дэлхий даяар хамтын ажиллагааны зан үйл, хамтын стратеги улам бүр нэмэгдэж байгаа бөгөөд бүх төрлийн бизнесүүд улам бүр хурдацтай эвсэлд орооцолдох болно гэж үзсэн. Бидний ахиц дэвшлийн үзэл баримтлал нь хамгийн сайн өрсөлдөгчид цэцэглэн хөгжиж, хамгийн сул нь тоглоомд шингэж, хасагдсан илүү өрсөлдөөнтэй зах зээлийн ирээдүйд чиглэгдэж ирсэн учраас ийм үзэл баримтлалыг баримталж байна. Өөрөөр хэлбэл, аж ахуйн нэгжүүд өрсөлдөхийн тулд хамтран ажилладаг. Магадгүй өрсөлдөөнт тоглоомуудаас амьд үлдсэн хүмүүс бол одоо хамтын тоглоомд оролцдог хүмүүс юм. Дэлхийн эдийн засаг хөгжихийн хэрээр стратегийн холбоотнууд ирээдүй болж, өрсөлдөөн хамгийн түрүүнд холбоодын хооронд үүснэ. Эдгээр холбоонд оролцохын ашиг тус нь олон янз бөгөөд ойлгомжтой бөгөөд бизнес эрхлэгчид гишүүн болох гэж завгүй байдаг. Өөрөөр хэлбэл, бизнес эрхлэгчид хамтран ажиллахын төлөө өрсөлддөг.

Аж үйлдвэржилтийн эрин үе рүү орохын хэрээр жижиг, дунд үйлдвэрүүдэд (ЖДҮ) тулгарч буй бэрхшээлүүд улам хүндэрч байна. Бизнес Дэлхий байгаль орчны олон өөрчлөлттэй тулгарч байна. даяаршил зэрэг өөрчлөлтүүд, Мэдээллийн технологи, зохицуулалтын өөрчлөлтүүд нь хүрээлэн буй орчинд үймээн самуун үүсгэдэг. Бизнесийн хүрээлэн буй орчны тодорхойгүй тогтворгүй байдал нь орчны шинэлэг байдал, цогц өөрчлөлтөөр илэрдэг. Тиймээс байгууллагууд аливаа гэнэтийн өөрчлөлтийг мэдэж байх ёстой. Тэдний үнэ цэнийг үл тоомсорловол энэ нь хүрээлэн буй орчны тогтворгүй тодорхойгүй байдалд хүргэдэг гэсэн үг юм. Байгууллагын хариу үйлдэл, байгууллагын суралцах чадвар, инновац ба өрсөлдөөн давуу тал юм.

Орчин үеийн бизнесийн байгууллагуудад нөлөөлж буй орчны хямралын хоёр чухал хэлбэр нь техникийн болон зах зээлийн тодорхойгүй байдал юм. Тодорхойгүй орчин компанид маш их дарамт учруулдаг. Шинэлэг технологи, шинэ бүтээгдэхүүн бий болсноор

өндөр өрсөлдөөнтэй зах зээлд хөгжсөн. Бизнесийн тодорхойгүй, тогтворгүй орчинд айдас, түгшүүрийн сэтгэл хөдлөл үүсдэг. Учир нь эдгээр айдас, түгшүүр нь буруу алхам хийхэд хүргэдэг. Асуудлыг улам дордуулж, шийдвэрлэхэд хэцүү болгодог. Бизнес эрхлэгчид үр дүнтэй сэтгэлгээний тогтолцоог нэвтрүүлэх ёстой. Өөрчлөлт, үймээн самуунтай нөхцөл байдалд учир шалтгааны сэтгэлгээний оронд [11]. Үйл явц бизнес эрхлэх нь эрсдэл, тодорхойгүй зүйлсээр дүүрэн байдаг. Анхны болон урьдчилан тодорхойлсон бизнес эрхлэгчид Өнөөгийн ширүүн өрсөлдөөнтэй, байнга өөрчлөгдөж байдаг орчинд төлөвлөгөө хуучирч магадгүй. Бизнес эрхлэгчид тухайн тохиолдол бүрт шийдвэр гаргаж, аливаа нөхцөл байдалд дасан зохицох чадвартай байх ёстой.

Хүрээлэн буй орчны тодорхойгүй байдал гэдэг нь

Хүрээлэн буй орчны үймээн самуун нь гэнэтийн зүйл тохиолдоход үүсдэг ба урьдчилан таамаглах аргагүй нөхцөл байдал. Хүрээлэн буй орчны тодорхойгүй байдал нь шинэ технологи гарч ирэх, эдийн засаг, улс төрийн нөхцөл байдлын өөрчлөлт, нийгмийн үнэт зүйлс, хэрэглэгчийн хэрэгцээнд гарсан өөрчлөлтүүд. Технологийн тодорхойгүй байдал гэдэг нь технологийн дэвшлийн хурдны өөрчлөлтийг хэлнэ.

Бизнесийн тодорхойгүй орчин нь дараах шалтгааны улмаас үүссэн цогц орчны төлөв байдал юм. Олон улсын нөхцөл байдал, гаднын өрсөлдөгчид орох, технологийн шинэ өөрчлөлт, хурдацтай өөрчлөгдөж буй хэрэглэгчийн хэрэгцээ, шаардлага, хандлага, засгийн газар, эдийн засаг, нийгмийн чиг хандлага юм. Хямралтай тодорхойгүй хүрээлэн буй орчны өөрчлөлттэй орчинд үйл ажиллагаа явуулж буй компаниуд гэнэтийн үйл явдалд хариу үйлдэл үзүүлэхийн тулд зан төлөв, арга барилаа өөрчлөх чадвартай шаардлага тулгардаг. Бизнесийн орчны тодорхойгүй байдал, огцом хэлбэлзэл нь бизнес эрхлэгчдийг сандаргаж байна.

1.6 Зохицуулалтын төвлөрөл, хүрээлэн буй орчны хямрал, болон бизнес эрхлэгчийн импровизаци

Бизнес эрхлэгчид нь юуны түрүүнд дотоод нөөцдөө найдах ёстой гэсэн үг юм (Бейкер, Нелсон 2005) ур чадвар, чадвар, мэдлэг, хүсэл тэмүүллийг зохицуулах гэх мэт үйл ажиллагаа (Cardon et al. 2009; Johnson et al. 2015). Өөрөөр хэлбэл, тэд өөрийгөө зохицуулахад тулгуурладаг. Урьдчилан таамаглах боломжгүй нөхцөл байдлыг амжилттай даван туулахын тулд (Vohs and Baumeister 2011). Тиймээс бизнес эрхлэгчдийн хувийн зохицуулалтаас импровизацийн өмнөх жишээг судалж байна Алсын хараа нь баталгаатай. Урьдчилан сэргийлэх асуудал нь аюулгүй байдал, аюулгүй байдал, хариуцлагатай холбоотой (Хиггинс 1998). Урьдчилан сэргийлэхэд анхаардаг хүмүүс сөрөг үр дагавар гарахгүй байх, сонор сэрэмжтэй байх стратегийг хэрэгжүүлэхийг чухалчилдаг (Higgins and Spiegel 2004). Импровизаци чухал Бизнес эрхлэгчдээс бүтээлч, хурдан хариу үйлдэл үзүүлэхийг шаарддаг бизнес эрхлэх зан үйл Ялангуяа хямралын үед тохиолддог, урьдчилан таамаглах боломжгүй нөхцөл байдал (Magni et al. 2009).

Бизнесийн орчны тодорхойгүй нөхцөл байдал гэдэг нь үйлдвэрлэлийн орчны хэлбэлзэл эсвэл тодорхойгүй байдлыг илэрхийлдэг. (Haleblian and Finkelstein 1993; Jaworski and Kohli 1993). Тодорхойгүй орчин нь өөрчлөлт, тогтворгүй байдлын өндөр хувьтай байдаг.

Эмх замбараагүй орчин нь хэрэглэгчийн сонголт, технологи, өрсөлдөх чадварын өөрчлөлт (Dess and Sahal 1984; Song нар. 2016; Уоллес нар. 2010). Уоллес нар. (2010) тэмдэглэв: Үймээн самуунтай орчинд үйл ажиллагаа явуулж буй бизнес эрхлэгчид хүрээлэн буй орчинд үйл ажиллагаа явуулж буй бизнесээс илүү их мэдээллийг хөшүүрэг болгож, илүү олон хувилбаруудыг хөгжүүлэх хэрэгтэй. Энэ нь бага тодорхойгүй байдлаар тодорхойлогддог. Мөн хүрээлэн буй орчны хямрал бизнес эрхлэгчдийн бүтэлгүйтлийн эрсдэлийн талаарх ойлголт (Hmieleski and Baron 2009). Ялангуяа маш их үймээн самуунтай бизнесийн орчныг ихэвчлэн үржил шимт орчин гэж тодорхойлдог. Арвин боломжуудыг агуулсан, боломжит өгөөжийг өгдөг контекстүүд (Danneels болон Seti 2011). Урьдчилан сэргийлэхэд анхаарал хандуулах нь бизнес эрхлэгчдийг хийморьтой болгодог гэж бид үзэж байна. Бага шинж чанартай орчинд гэхээсээ илүү их үймээн самуунтай орчин нь боломж ихтэй, боломжуудыг авчирдаг урьдчилан таамаглах боломжгүй, гэнэтийн өөрчлөлтүүдээр тодорхойлогддог. (Dess and Beard 1984).

1.7 Орчны тогтворгүй байдал

Аялал жуулчлалын салбар бол ирээдүйн салбар гэж ярьдаг. Энэ нь гурван том үйлдвэрлэлийн нэг юм. 21-р зууны үйлчилгээний салбар дахь эдийн засгийн хүч. Аялал жуулчлалын салбар нь дараах онцлог шинж чанартай байдаг. Бусад бүх салбартай харьцуулахад хамгийн хурдан өсөлт, хөгжил. Энэ нь харьцангуй давуу талыг өгч, өрсөлдөх чадварыг нэмэгдүүлдэг.

Аялал жуулчлал нь зөвхөн эдийн засгийн нөлөө үзүүлдэггүй; Мөн нийгмийн янз бүрийн салбарт чухал үүрэг гүйцэтгэдэг. мэдээж, Аялал жуулчлал нь хүн амын амьдрах орчныг сайжруулахад хэчнээн чухал үүрэг гүйцэтгэдэг гэдгээрээ нийгмийн ач холбогдолтой. Мөн орлого, ажил эрхлэлтийн өсөлтөөр дамжуулан олон нийтийн оролцоог нэмэгдүүлэх, тэлэхийг дэмждэг. Аялал жуулчлалын үйл ажиллагаанд иргэдийн оролцоо. Аялал жуулчлалын төлөвлөлтийн үйл явц нь илүү их хувь нэмэр оруулахыг дэмждэг. Аялал жуулчлалыг төлөвлөх, хөгжүүлэх чиглэлээр олон нийтийн гишүүд.

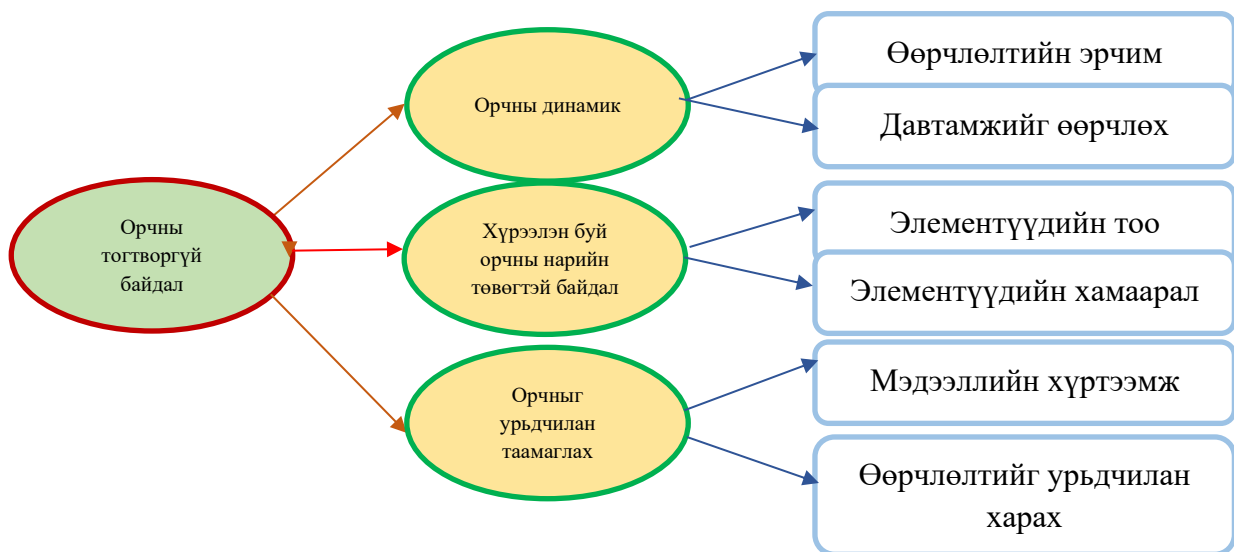
Одоогийн байдлаар өрсөлдөөн өрнөж, мэдээллийн технологийн хурдацтай өөрчлөлтийг дагаад Зах зээлийн даяаршил нь зах зээл дэх бизнесийн байгууллагуудад асар том сорилт болж байна. Бизнес Даяаршлын эрин үеийн байгууллагууд үйлдвэрлэл, хуримтлалыг илүү өргөн түвшинд хүргэхийг эрмэлздэг. Бид биет болон биет бус хөрөнгийг ашиглах замаар стратегийн чадавхыг бий болгодог. Өндөр гүйцэтгэл, давуу байдалд хүрэх Өрсөлдөөнт орчны хуримтлагдсан динамик ба өрсөлдөгчийн чадвар, дасан зохицох хэрэгцээ Бизнесийн байгууллагын гадаад өрсөлдөөний орчныг илүү анхаарч үзэх Хэрэглэгчийн үнэ цэнэ, пүүсийн ялгаа, өргөжих чадварыг харгалзан үзэх, хүрээлэн буй орчны үймээн самуун. Тиймээс, Волберда ба Ван Брюгген (1997: 137) -ийн дагуу хүрээлэн буй орчны үймээн самуун нь динамик, урьдчилан таамаглах боломжгүй, өргөжиж, хэлбэлзэлтэй орчин; Бүрэлдэхүүн хэсгүүдтэй орчин. өөрчлөлт гэж тэмдэглэсэн.

Бойн, Майер (2009:801)-ийн хэлснээр тодорхойгүй байдал нь ажлын орчны ерөнхий загварын бүрэлдэхүүн хэсэг юм. Энэ нь байгууллагын зан байдал, гүйцэтгэлийг хязгаарладаг. Ansoff, McDonnell нар (1990) тодорхойлсон бол "Хүрээлэн буй орчны үймээн самуун" гэдэг нь байгууллагын орчны хувьсах, урьдчилан таамаглах боломжтой байдлын бүлгийн хэмжүүр юм. Нөгөөтээгүүр, Vorhies (1998) хурдан, технологи, үйлчлүүлэгчид, өрсөлдөгчид, Засгийн газрын дүрэм журам, шинэ бүтээгдэхүүн гаргах. Нөгөө талаас, Смит,

et.. бусад. (1999) хүрээлэн буй орчны үймээн самууныг гэж тодорхойлсон Хүрээлэн буй орчны нарийн төвөгтэй байдал, динамизм, тодорхойгүй байдлын функц. Вольверда, Ван Брюгген (1997: 137-138) 1-р зурагт үзүүлсэн шиг хүрээлэн буй орчны үймээн самууны гурван хэмжээст байдлыг тодорхойлно. Вольверда,

Ван Брюгген (1997: 137-138) 1-р зурагт үзүүлсэн шиг хүрээлэн буй орчны үймээн самууны гурван хэмжээст байдлыг тодорхойлно.

Зураг 1. Volberda & Van Bruggen хүрээлэн буй орчны үймээн тодорхойгүй байдлын хэмжигдэхүүн.



Эх сурвалж: <https://www.researchgate.net/publication/274656201>

Хүрээлэн буй орчны динамик

Хүрээлэн буй орчны динамик нь хүрээлэн буй орчны өөрчлөлтийн хурдыг илэрхийлдэг. Жишээлбэл, Вижбенга, ван Witteloostuijn (2007) хүрээлэн буй орчны динамик нь үйлчлүүлэгчийн сонголт, сонголттой холбоотой болохыг олж мэдсэн. Байгууллагын үйлчилгээ цаг хугацааны явцад өөрчлөгддөг. Ли, Симерли (1998) өөрчлөлтийн хурд болон хүчин зүйлийн түвшнийг заажээ. Хүрээлэн буй орчны тогтворгүй байдал. Iansity (1995) хүрээлэн буй орчны динамикийн шинэ түвшинд байгааг харуулж байна Үйлчилгээний хөгжилд тодорхой бус байдал нэмэгдэж байгаа нь урьдчилан таамаглах чадвар, өөрчлөлтийн нөлөөллийг бууруулдаг. Volverda & Ван Брюгген (1997: 138) хүрээлэн буй орчны динамикийг хэмжих хоёр арга байдаг гэж хэлсэн. Өөрчлөлтийн эрч хүч, давтамж.

Хүрээлэн буй орчны нарийн төвөгтэй байдал

Олон судлаачид нарийн төвөгтэй байдлыг хүрээлэн буй орчны чухал хүчин зүйлүүдийн нэг гэж тодорхойлсон байдаг. Тэр судлаачид Тэд мөн байгаль орчны нарийн төвөгтэй байдлын янз бүрийн тодорхойлолтыг томъёолсон. Хүүхэд (1972) хүрээлэн буй орчны нарийн төвөгтэй байдлыг тодорхойлсон. Байгууллагын үйл ажиллагаанд ихээхэн хамааралтай үйл ажиллагааны нэг төрлийн бус байдал, хамрах хүрээ. Нараянан & Nath (1993) хүрээлэн буй

орчны нарийн төвөгтэй байдлыг олж мэдсэн Байгууллага. Cannon & John (2007: 299) хүрээлэн буй орчны нарийн төвөгтэй байдлын гурван тодорхойлолттой байдаг. дэд хэмжээс. Юуны өмнө нарийн төвөгтэй байдал нь тухайн аж ахуйн нэгжийн хүрээлэн буй орчны хүчин зүйлийн тооноос хамаарна. үүнд багтах ёстой. Хоёрдугаарт, байгаль орчны хэд хэдэн хүчин зүйлийг өгсөн. Нарийн төвөгтэй байдал нь функц юм Нэг төрлийн бус байдал, ялгаатай байдал эсвэл тэдгээрийн хоорондох тархалт. Гуравдугаарт, тодорхой орчин байгаа нөхцөлд Бүрэлдэхүүн хэсгүүдийн тухай ярихад нарийн төвөгтэй байдал нь нарийн төвөгтэй чухал зүйлстэй үр дүнтэй харилцах чадвар юм. хар ба Фариас (1997) нарийн төвөгтэй байдлыг тодорхойлохдоо өөр хандлагыг авч, нарийн төвөгтэй байдал нь таван хэмжигдэхүүнтэй гэдгийг баталж байна. Нягт (зах зээл дээрх компаниудын тоо), мэдээллийн нягтрал (зах зээл дэх мэдээллийн хэмжээ), тодорхой байдал мэдээлэл (системийн мэдээллийн урсгалд багтсан), замын хамаарал (мэдээлэл ойлгох, ашиглах нь ижил төстэй мэдээллийн өмнөх хэрэглээнээс хамаарах хэмжээгээр), хариу өгөх хугацаа (мэдээллийн хувь хэмжээ) хүлээн авах ба ашиглах хоорондын тархалт). Sia, et..al (2004) дагуу байгаль орчны нарийн төвөгтэй байдал тодорхойгүй байдал. Robbins & Judge (2013: 533) хүрээлэн буй орчны нарийн төвөгтэй байдал нь нэг төрлийн бус байдлын зэрэг юм. болон хүрээлэн буй орчны хүчин зүйлсийн дунд төвлөрөл.

Хүрээлэн буй орчныг урьдчилан таамаглах чадвар

Томпсон (1967: 85)-ийн тусгасан байгаль орчныг урьдчилан таамаглах чадвар нь шалтгаан ба үр дагаврын зэргийг харуулдаг. Байгаль орчны хүчин зүйлүүдтэй харилцах харилцаа бүрэн бус байна. Хүүхдийн (1972) урьдчилан таамаглах чадварыг тодорхойлсон Өөрчлөлтийн ерөнхий хэв маягийн жигд бус байдал. Волберда ба Ван Брюгген (1997: 139) дараахь зүйлийг заажээ. Хүрээлэн буй орчны бүрэлдэхүүн хэсгүүдийн доторх хүчин зүйлсийн шилжилт нь шугаман эсвэл мөчлөгт эсвэл хоёулаа байдаг бөгөөд менежментийг ерөнхийд нь дүгнэж болно. ирээдүйн хөгжил.

Бизнес эрхлэх чиг баримжаа

Lumpkin & Dess (1996: 136) энтрепренерийн чиг баримжааг (EO) бизнес эрхлэх үйл ажиллагаа гэж үздэг. яаж гэдгийг тодруулах Бизнес эрхлэгчид бизнес эрхлэх практикийг хэрэгжүүлдэг. Маркетингийн аргын тухайд Ковин, Майлз нар (1999) бизнес эрхлэх чиг баримжаа гэдэг нэр томъёог инновац хийх замаар хэрэглэгчийн хэрэгцээг харгалзан үзэх гэж тодорхойлсон. Үйлчлүүлэгчдийн сэтгэлд нийцсэн бүтээгдэхүүн, үйл явц, стратегийг бий болгох. Маатоофи ба Тажеддини өөр өөр нөхцөл байдалд (2010: 255) бизнес эрхлэх чиг баримжааг зах зээлийн үйлчилгээний инновацид чиглэсэн хандлага гэж үздэг. Мөн аюултай авах.

Бизнесийн чиг баримжаа нь шинийг санаачлах, эрсдэлийг судлах, өөрөө удирдах арга хэмжээ авах хүсэл эрмэлзэл юм. Энэ нь зах зээлийн шинэ боломжуудад бусад өрсөлдөгчдөөс илүү түрэмгий, түрэмгий байдаг (Wiklund & Shepherd, 2005). Lumpkin & Dess (2001) бизнес эрхлэх чиг баримжааны таван хэмжигдэхүүнийг тодорхойлсон: инновац, эрсдэл хүлээх, Бүтээлч байдал, өрсөлдөөний түрэмгийлэл, бие даасан байдал. Инновац гэдэг нь компанийн шинэ зүйлийг бий болгох, дэмжих хандлагыг хэлдэг. Шинэ үйлчилгээ эсвэл асуудал,

хэрэгцээг шийдвэрлэх шинэ шийдэлд хүргэж болох санаа, үйл явц (Certo, et..al, 2009). Эрсдэл даах гэдэг нь байгууллагын зорилгодоо хүрэхийн тулд өндөр эрсдэлтэй бизнес эрхлэх сонирхлыг хэлнэ (Лумпкин ба 2001 он). Бүтээлч байдал нь зорилгодоо хүрэх шинэ боломжийг хамгаалах, эрэлхийлэх зорилготой өрсөлдөгчдийн эсрэг санаачилга юм. Шинэ үйлчилгээг нэвтрүүлснээр байгууллагын өрсөлдөх чадварын тэргүүлэх байр суурь (Morris, et..al, 2008). Өрсөлдөөнт түрэмгийллийг тухайн байгууллагын өрсөлдөгчдөө шууд эсэргүүцэх хандлага гэж тодорхойлсон. мөн зах зээлд тэдний давуу талыг олж авах (Certo, et..al, 2009). Бие даасан байдал бол бизнес эрхлэх явдал юм Санаачлах арга хэмжээ, тэдгээрийг дуусгахыг нь харах (Лумпкин ба Десс, 1996).

Инновацын гүйцэтгэл

Харианджа (2011: 405)-ийн үзэж байгаагаар зочид буудлын салбарын хэмжсэн гүйцэтгэлийн хувьсагч нь хоёр хэсгээс бүрддэг. Учир нь энэ салбар нь биет бус туршлагыг задлах явдал юм. объектив гүйцэтгэл Хувьсагчид нь нэг өрөөнд ногдох хүний тоо, үйл ажиллагааны нийт ашиг, нэг өрөөнд ногдох үйл ажиллагааны нийт ашиг зэргээс бүрдэнэ. үдээс хойш. Haber & Reichel (2005) гүйцэтгэлийн хэмжүүрүүд нь санхүүгийн хэмжүүрүүдийг хослуулах ёстой гэж тайлбарласан. (орлого, мөнгөн гүйлгээ, хөрөнгийн өгөөж, өөрийн хөрөнгийн өгөөж) болон санхүүгийн бус арга хэмжээ (зах зээлийн хүлээн зөвшөөрөгдсөн хувь хэмжээ, Энэ нь хүлээн зөвшөөрөгдсөн борлуулалтын өсөлт, хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж, үнэнч байдал, брэндийн өмчийн талаарх илүү дэлгэрэнгүй үнэлгээг өгдөг. компанийн гүйцэтгэл.

Инновацын үр дүн нь шинэлэг байдлын үргэлжлэх хугацаанд эрс ялгаатай байж болно (Лаурсен болон Салтер, 2006). Гэсэн хэдий ч Zhou, et..al. (2011: 943) инновацын гүйцэтгэлийг хэмжих шаардлагатайг харуулсан. Судалгаанд оролцогчдоос одоогийн бүтээгдэхүүнээ гурван төрлийн бүтээгдэхүүн болгон задлахыг хүс. Нэгдүгээрт, үлдсэн бүтээгдэхүүн Сүүлийн хоёр жилийн хугацаанд дорвитой өөрчлөлт гарсангүй. Хоёрдугаарт, сүүлийн хоёр жилийн хугацаанд аажмаар сайжирсан бүтээгдэхүүн нас. Гуравдугаарт, сүүлийн хоёр жилийн хугацаанд үндсээрээ өөрчлөгдсөн эсвэл цоо шинэ бүтээгдэхүүн болгон нэвтрүүлсэн бүтээгдэхүүн. Жишээлбэл, Кирнер нар (2009) зэрэг бусад хүмүүс инновацын гүйцэтгэлийг хэмжих гурван процессыг ашигласан. Инновацын хэмжүүр: үйлдвэрлэлийн хугацаа, ажилчдын бүтээмж, дахин боловсруулалт эсвэл хаягдал хувь. өөр зүйлийн төлөө Angle, Mankin (2007) мөн инновацын гүйцэтгэлийг дөрвөн хэмжүүр ашиглан үнэлж болно гэж санал болгосон. (Нэг) санхүүжүүлсэн санааны хэмжээ (2) хөрөнгө оруулалтын өгөөж эсвэл төслийн цэвэр өнөөгийн үнэ цэнэ; (3) Дээд зэргийн шинийг санаачлагчид Албан тушаал/Гүйцэтгэх захирлын үүрэг хариуцлага; (4) Урт хугацааны үйлчлүүлэгч үрчлэх.

1.8 Хүрээлэн буй орчны тогтворгүй байдал ба инновацын гүйцэтгэл

Олон зохиолчид хатуу ширүүн орчин нь гүйцэтгэлд нөлөөлсөн гэсэн эмпирик дэмжлэгийг олж авсан. Хашим нар. (2001) хүрээлэн буй орчны нарийн төвөгтэй байдал, стратеги, гүйцэтгэлийн хоорондын хамаарлыг 100 гүйлтээр судалсан. Малайзын үйлдвэрлэлийн салбар дахь ЖДҮ . Судалгааны үр дүн нь бизнесийн стратеги болон ЖДҮ-ийн гүйцэтгэл нь байгаль орчны нарийн төвөгтэй байдлаас шалтгаална. Макнамара нар (2002) шаталсан аргыг ашигладаг Бид АНУ-ын гурван банкны дээд удирдлагад буцаж ирэхэд танин мэдэхүйн

стратегийн бүлгийн нарийн төвөгтэй байдал болон дараагийн компанийн гүйцэтгэлийн хооронд мэдэгдэхүйц хамаарал байгааг олж мэдсэн. Надкарни ба Нараянан (2007) нар мэдэгджээ үймээн самуунтай, урьдчилан таамаглах боломжгүй орчин нь компанийн үйл ажиллагаанд нөлөөлсөн. Каннон ба Жон (2007) Нарийн төвөгтэй байдал нэмэгдсэн нь нарийн төвөгтэй байдал-гүйцэтгэлийн үнэлгээгээр дамжуулан гүйцэтгэл буурсантай холбоотой байв. Хоёр өнцгөөс холбоосууд: Эхнийх нь гүйцэтгэлтэй холбоотой холбоос нь бүх домэйн дээр тогтмол байна гэж үздэг. Нарийн төвөгтэй байдлын дэд хэмжигдэхүүн, хоёр дахь нь таамаглалыг зөөлрүүлсэн.

Awang, et.al., (2008) Малайз дахь зочид буудлын гүйцэтгэл нь хүрээлэн буй орчны өөрчлөлттэй нягт холбоотой болохыг баталж байна. харьцаа. Akgün, нар, (2008) сэтгэл хөдлөлийн чадвар болон пүүсийн гүйцэтгэлийн хоорондын хамаарал байгааг олж мэдсэн Үүнд аж үйлдвэр, өрсөлдөөн, хэрэглэгчдийн өөрчлөлт зэрэг байгаль орчны динамик нөлөөлдөг. Бойн & Meier (2009) үймээн самуун нь гүйцэтгэлд сөргөөр нөлөөлдөг болохыг тогтоожээ зохион байгуулалтын өөрчлөлт. Muglia (2010) байгууллагын үр дүн Удирдлагын дэмжлэг, эмнэлгийн үйлчилгээнд нөлөөлж буй хувьсагч болох хүрээлэн буй орчны үймээн самуун Гүйцэтгэл. Гүл (2011) хүрээлэн буй орчны динамик нь пүүсийн гүйцэтгэлд эерэг нөлөө үзүүлдэг болохыг олж мэдсэн. эцэст нь, Сабихайни (2012) хүрээлэн буй орчны нарийн төвөгтэй байдал нь банкны үйл ажиллагаанд эерэг нөлөө үзүүлдэг болохыг тогтоожээ. энэ хүргэдэг Албан ёсны судалгааны саналууд:

H1: Байгаль орчны үймээн самуун (байгаль орчны динамик, хүрээлэн буй орчны нарийн төвөгтэй байдал, хүрээлэн буй орчин урьдчилан таамаглах) нь инновацын гүйцэтгэлд шууд эерэг (+) нөлөө үзүүлдэг.

Хүрээлэн буй орчны өөрчлөлт, аж ахуйн нэгжийн чиг баримжаа, инновацын гүйцэтгэл Дэвис нар (1991) (93) пүүсүүдийн менежерүүдтэй хийсэн хувийн ярилцлагатай холбоотой судалгаанд дурджээ. Зургаан салбарыг төлөөлсөн судалгаагаар үймээн самуун нь компаниудын бизнес эрхлэхэд ихээхэн учир шалтгааны нөлөө үзүүлдэг болохыг тогтоожээ. Becherer & Maurer (1997) хүрээлэн буй орчны үймээн самуун ба дайсагнасан байдал хоёулаа болохыг олж мэдсэн Бизнес эрхлэгчдэд чиглэсэн. Zapalska, et.al., (2003) хүрээлэн буй орчны янз бүрийн хүчин зүйлүүд Маори бизнес эрхлэгчдэд нөлөөлдөг болохыг тогтоожээ. Шинэ Зеландын. Үүнтэй адилаар Ullah, et.al (2011) хүрээлэн буй орчны динамик ба Байгаль орчны нэг төрлийн бус байдал нь бизнес эрхлэх чиг баримжааг тодорхойлох чухал үзүүлэлт бөгөөд эерэг нөлөө үзүүлдэг. Үүгээр зогсохгүй (5%)-ийн ач холбогдлын түвшинд өндөр хамаарал байдаг. Эцэст нь, Jalali (2012) байгаль орчны тодорхойлогч хүчин зүйлсийг олжээ. Энэ нь бизнес эрхлэх чиг баримжааны хоёр үндсэн хэмжигдэхүүнд нөлөөлсөн: шинэлэг байдал, эрсдэл хүлээх.

Танг нар (2007) Хятадын хойд хэсэгт байрлах (166) пүүсийн түүвэр судалгаанд үндэслэн эерэг нөлөө үзүүлсэн байна. Гүйцэтгэлд чиглэсэн бизнес эрхлэх хандлага. Ли, нар, (2008) бизнес эрхлэх чиг баримжаа нь чухал гэдгийг онцолсон. компанийн гүйцэтгэлийг нэмэгдүүлэх. Ван (2008) Их Британийн дунд болон том компаниудын өгөгдлийг ашиглан (213) Бизнес эрхлэх чиг баримжаа ба гүйцэтгэлийн хоорондын хамаарал. Su, et.. al., (2011) мэдээлснээр Энтрепренёр Стратегийн төлөвлөлт нь компанийн гүйцэтгэлд ихээхэн эерэг нөлөө үзүүлдэг. Nameed & Ali (2011) Шууд хувилбар Инновац, эрсдэл даах нь компанийн санхүүгийн гүйцэтгэлд эерэг нөлөө үзүүлдэг. Эцэст нь Мадхоуши нар, (2011) Бизнесийн чиг

баримжаа нь инновацийн гүйцэтгэлд нөлөөлдөг гэдгийг онцолсон. Жалалигийн өгөгдлийг ашиглах (2012), (183) Хүнсний үйлдвэрт Ираны ЖДҮ-ийн экспортыг хариуцдаг шийдвэр гаргагчид инновац, ЕО хэмжигдэхүүн нь жижиг бизнесүүдэд хамгийн үр дүнтэй стратеги бөгөөд үймээн самуунтай орчныг даван туулахад тусалдаг. Статусыг хадгалах, экспортын гүйцэтгэлийг сайжруулах. Хэлэлцүүлгийн үндсэн дээр судлаачийн санаа оноо дараах байдалтай байна. Бид суурь судалгааны агуулгыг илэрхийлсэн дараах саналуудыг томъёоллоо.

H2: Байгаль орчны үймээн самуун (байгаль орчны динамик, хүрээлэн буй орчны нарийн төвөгтэй байдал, хүрээлэн буй орчин урьдчилан таамаглах) нь бизнес эрхлэх чиг баримжаагаар дамжуулан инновацийн гүйцэтгэлд шууд бусаар эерэгээр нөлөөлдөг.

Дээрх уран зохиолын тойм, таамаглалыг боловсруулахад үндэслэн судлаачид дараах таамаглалын загваруудыг санал болгов. Судалгааны таамаглалын загварын хэсэгт тодруулна уу.

Хамтын стратегийн дөрвөн төрөл

A	Agglomerate	Салбарын мэргэжлийн холбоонд, Кластер нэгдэлд элсэх.
B	Confederate	Бүс нутгийн хамаарал ихтэй салбарын байгууллагуудтай Хамсаатан, Холбоотон болж ажиллах.
C	Conjugate	Харилцан уялдаатай, салбарын байгууллагуудын захирал удирдлагуудын нэгдсэн холбоонд элсэх.
D	Organic	Дүрэм журмаар зохицуулагддаг Институцичлагдсан сүлжээний зохион байгуулалтад орох.

Эх сурвалж: *Academy of Management Review*. 1990, Vol. 15, No. 2, 266-285.

Agglomerate – Бөөгнөрсөн нэгдлүүд

Агрегатууд нь байгууллагуудын кластерууд юм. хязгаарлагдмал өрсөлдөөнтэй ижил төрлийн ижил төстэй нөөцийн нийлүүлэлт. Эдгээр агрегатууд нь хамгийн ойр байдаг. Эдийн засагчдад тавигдах шаардлага Хэрэглэх боломжтой цэвэр өрсөлдөөнт загвар. Тэд Нөөц өргөн тархсан орчинд олддог тарааж, үр дүнд нь олон жижиг Байгууллага өрсөлдөж, оршин тогтнох боломжтой. Confederates – Холбоонд элсэх

Бидэнд мэдээлэл оруулах хангалттай шалтгаан бий. сүлжээгээр урсаж буй гол нөөцийн хувьд дүүргэгчийн. өргөн байна өрсөлдөөнийг дэмжих мэдээлэл түгээхямьдарч байна. Уильямсон (1975) тэмдэглэснээр хэрэв мэдээлэл өргөн тархаагүй "Мэдээллийн нөлөөгөөр", өрсөлдөх чадвартай Зах зээл бүтэлгүйтдэг. Ихэнхдээ ийм нөхцөл байдал үүсдэг. Зах зээлд цөөн байгууллага байхад Мэдээллийг ямар ч үед буруугаар ашиглаж болно. Хязгаарлагдмал үндэслэлтэй тул үүнийг өргөн ашигладаггүй. Энэ нь цөөхөн хүнээс бусад хүмүүст ийм зүйл авахаас сэргийлдэг. мэдээлэл. хамт олныг төлөөлж байна Үүний эсрэгээр: Мэдээлэл өргөн учраас нээлтэй тэмцээнд хэд хэдэн байгууллага оролцдог. Оппортунизмыг сүйтгэдэг хамтын нөөц. Нийт хүн ам нь түүнээс дээш байгаа бүлэг юм. Ханнан, Фриман зэрэг популяцийн экологичид (1977), Олдрих (1979) нар анхаарал хандуулахыг илүүд үздэг. Тэд үүнийг хүн амыг олонлог гэж тодорхойлох замаар хийдэг. Нэг төрлийн элементүүд ба

"ердийн" Цэвэр тоон хэллэгээр бол зохион байгуулалт нь маш жижиг. ижил төстэй бүлгийн гишүүд; байгаль орчинд адилхан эмзэг, ялангуяа эдийн засгийн хүч, тиймээс хуваалцах

Confederate – Холбоонд элсэх

Эвслийн бөөгнөрөл нь төвлөрсөн газар нутагт үүсдэг. Шууд нөлөөлж буй эдийн засгийн салбар эсвэл салбарууд Байгууллага цөөхөн учраас харилцан ажиллах боломжтой. Холбогдох. Эдгээр үндсэн нөхцлүүдийг харгалзан симбиотик байдлаар Холбогдох байгууллагууд хамтран ажиллах хандлагатай байдаг. Ингэснээр цэвэр өрсөлдөөн аажмаар солигдох болно олигополь буюу монополь өрсөлдөөнөөр.

Conjugate – Хос, нэгтгэсэн

Хамтын үйл ажиллагаа бол зөвхөн үйлдвэрлэлийн бүтээгдэхүүн биш Аж үйлдвэрийн түвшин зэрэг анхаарах зүйлс аж үйлдвэрийн төвлөрөл буюу аж ахуйн нэгжийн тоо; Энэ нь бас салбар хоорондын харилцан хамаарлын бүтээгдэхүүн юм. Ер нь эдийн засагчид аж үйлдвэрийн хамтын ажиллагаа тал. Үйлдвэрийн талбайн онцлогоос шалтгаалж Холбооны нөхцөл нөлөөлсөн гэж үзнэ Төрөл бүрийн үйлдвэр, байгууллагуудын хамтын ажиллагаа аж үйлдвэрийн хил хязгаараас хэтэрсэн гэж үзэхгүй байх; Учир нь эдгээр харилцааг зохицуулдаг гэж үздэг эдийн засгийн зах зээлээр.

Гэсэн хэдий ч салбар хоорондын харилцаа улам бүр нэмэгдсээр байна Харин хоршоогоор дамжуулж зохицуулдаг. эрэлт нийлүүлэлтийн хүчинд үлдсэнээс илүү. Эдгээр Салбар хоорондын харилцаа холбоог нэгтгэн тодорхойлдог. Гишүүд (бусад салбарын салбараас сонгогдсон) өөр хоорондоо ямар нэгэн байдлаар холбоотой байдаг. "Оролтын багц" ба "Гаралтын багц" (Эван, 1966). Симбиотик харилцаа холбооноос үүсдэг. Байгууллага бүрийн "Үндсэн сорилт" (Райс, 1958) дамжуулан бусад байгууллагын гол ажил ажлын урсгал. Тиймээс ажлын явц нь хосолсон нөөц Үүнийг заавал биелүүлэх түншүүдийн хооронд байгуулдаг.

Ийм харилцаа нь наад зах нь симбиотик харилцаатай адил чухал юм. нөхцөл байдал. Жишээлбэл, Берт (1980) дараахь зүйлийг олж мэдсэн. байгууллагын ашигт ажиллагаа Гурван хүчин зүйл: (1) тохиролцооны зэрэг Нэг салбарын бусад байгууллагуудтай харилцах харилцаа салбар; (2) Хэлэлцээрийн зэрэг Төрөл бүрийн салбарын бусад байгууллагуудтай харилцах харилцаа салбар; ба (3) тэдгээрийн хамрах хүрээ Аж үйлдвэрийн бусад салбарын байгууллагууд тэгээгүй. тохиролцоонд бие даан оролцох. Түүнээс гадна, Тэр гурвын хоорондох харилцан үйлчлэлийн эффектийг олж мэдсэн. Салбар доторх зохион байгуулалтыг илтгэх хүчин зүйлүүд Энэ нь өөрөө ашиг орлогод нөлөөлөх шийдвэрлэх хүчин зүйл биш юм. Үр нөлөө нь салбар хоорондын нөлөөллөөс хамаарна. нөхцөл байдал. Тиймээс квант олигополийн дор салбар Та олигополийн давуу талыг олж авахгүй байж магадгүй юм. Эсэргүүцлийн улмаас нэвтэрсэн.

Organic – Шууд харьцаад холбогдоод байхгүй ч гэсэн салбарын нэг хэсэг байна.

Симбиотик харилцан хамаарлын үндсэн утга олон байгууллагын дунд Нийгмийг компаниудын цогц сүлжээнд нэгтгэх харилцан харилцаа. Дарвин биологийг харсан шиг Дэлхий бол "амьдралын сүлжээ" Энэ нь нарийн харилцааг бий болгодог шилжилтийн харилцаагаар дүүрэн байдаг. болон тэдгээрийн хоорондын харилцан уялдаа холбоо өндөр байна бүлэг. алс холын зүйлсийн хоорондох нөөцийн урсгал, Гэхдээ симбиотик холбоотой

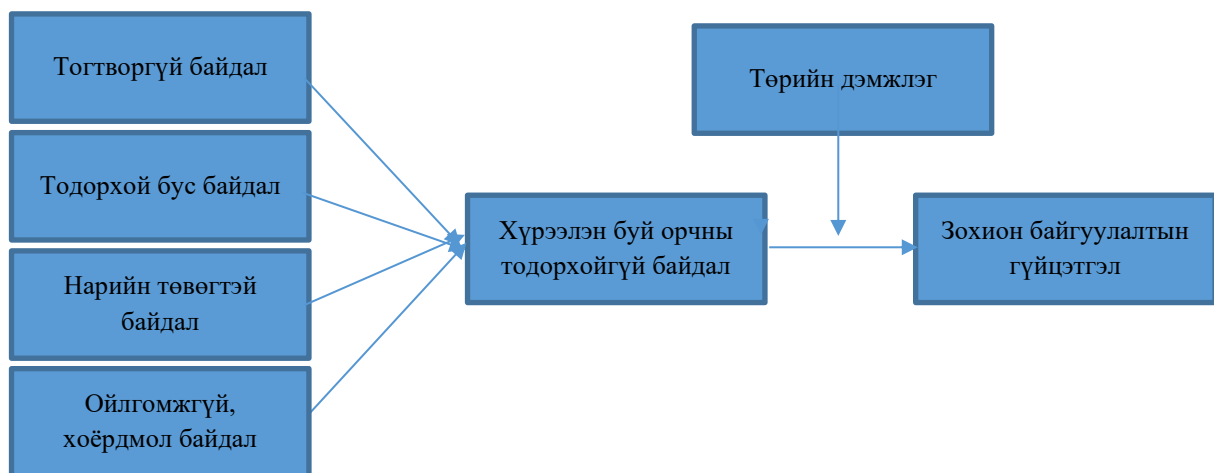
эдийн засгийн салбарууд том корпорацийн вэбийг бараг бий болгох. Оршихуй Ийм олон вэб нь сүүлийн үеийн сонирхлыг өдөөсөн Байгууллага хоорондын сүлжээг судлахдаа. Тиймээс, Уоррен (1967), Турк (1973), Бенсон (1975), Олдрих (1979) болон Perrow (1979) нар. Би байгууллага хоорондын сүлжээг үндэс болгон онцолсон. Өвөрмөц шинж чанарыг харуулж, бүрдүүлдэг шинжилгээний нэгж судалгааны тодорхой талбар санаа зовох.

Агломерацийн стратеги - шууд бус симбиоз үйл ажиллагаа

- Худалдааны холбооны гишүүн
- Мэргэжлийн холбооны гишүүн
- Салбарын стандарт өртгийг ашиглах
- Салбарын стандартад нийцсэн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг
- Аж үйлдвэрийн бүрэн жагсаалтаас үнэ

Органик стратеги - Зохион байгуулалтын талбар

- Танхимын гишүүн
- Гүйцэтгэх дугуй ширээний гишүүд
- Үндэсний холбооны гишүүн
- Бие даасан компани
- Улс төрийн үйл ажиллагааны хорооны гишүүн (РАС)
- шашны байгууллагын гишүүн
- United Way дээр ажиллаж байна
- Нийгэмд чиглэсэн бусад бүлгүүдийн үйл ажиллагаа
- Жижиг бизнестэйгээ холбоо бариарай удирдлага
- Жижиг бизнесүүдтэй холбоо бариарай хөгжлийн төв



Эх сурвалж: <https://www.researchgate.net/publication/354947357>

II БҮЛЭГ. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН ТУХАЙ

Салбарын тухай ойлголт

Аливаа хүн чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх болон бизнес, ажил хэргийн зэрэг бусад тодорхой зорилгоор тодорхой хугацаанд байнгын хүрээллээсээ ангид газар тодорхой хугацаагаар аялж, байрлан хоноглох үйл ажиллагаа болон тэдэнд үйлчилгээ үзүүлж буй бүхий л хэлбэрийн байгууллагын үйл ажиллагааг хамтатган аялал жуулчлал гэнэ. Мөн нэг жил хүрэхгүй хугацаанд амралт зугаалга, албан ажлын болон бусад зорилгоор өөрийн нутаг дотроо болон гадагш аялан явах бүх үйл ажиллагааг хэлнэ. Цаг хугацаа, мөнгө, зардал гаргаж орон зайн шилжилт хийхийг хэлнэ.

Аялал жуулчлал гэдэг нь нэг газраас нөгөө газар луу явахыг хэлдэг. Гэхдээ энд хөдөлгөөний эхлэл ба төгсгөлийн цэгийн тухай асуудал яригддаг. Хэдий орон зай, цаг хугацаа туулахаас үл хамаараад тухайн хүн маань анх гарсан цэгтээ эргэн ирэх ёстой. Үүнийг ихэнхи тохиолдолд байнга оршин суудаг газар гэх ойлголтоор тайлбарладаг. Хүнийг байнга оршин суудаг газар нутгаас нь гаргаж, аялал жуулчлалд ороход хүргэдэг аялал жуулчлалын чухал ойлголт бол хүсэл сонирхол юм. Хүн аль нэг тийшээ өөрийн хүсэл сонирхлоор явж байвал аялал жуулчлал гэж ойлгож болно.

Аялал жуулчлал нь хүний сонирхол танин мэдэхүйн хүрээнд явагддаг учраас бие даасан ямар нэгэн шинжлэх ухаан бус харин эдийн засаг, экологи, хүн судлал, түүх, газарзүй, социологи, менежмент, сэтгэл зүй, хууль зүй, мэдээлэл технологи, урлаг, соёл судлал зэрэг олон ухаануудыг өөртөө багтаан агуулж байдаг өргөн ойлголт бөгөөд хүмүүсийн харилцаанд тулгуурлан явагддаг хамгийн аз жаргалтай бизнест тооцогддог.

Аялал жуулчлал нь хүний төлөө үйлчилж байх ёстой механизм бөгөөд өндөр чанартай үйлчилгээг хүмүүст хүргэж “сэтгэгдэл” үлдээх замаар хийгддэг бизнес юм.

Ажлын байраар хангадаг дэлхийн хамгийн том үйлдвэрлэл юм. Энэ салбарт ажиллагсадаас нарийн мэдлэг, ур чадвар, бүтээлч хөдөлмөрийг их шаарддаг. Дэлхийн хэмжээнд 10 ажлын байр тутмын нэг нь аялал жуулчлалын салбарт хамаардаг бол нэг жуулчин хүлээн авахад 20 ажлын байр идэвхэждэг гэсэн Дэлхийн Аялал Жуулчлалын Байгууллагын судалгаа бий.

Аялал жуулчлал нь дэлхийд асар хурдацтай өсөн хөгжиж буй интернэт мэдээллийн бизнес, автомашин ба нефтийн үйлдвэрлэлийн дараа гуравдугаарт ордог бөгөөд орон нутгийг хөгжлийг түргэтгэж, бусад салбарт эдийн засгийн харилцан үр ашигтай байдлыг бий болгож, тогтвортойгоор хөгжүүлж болох хамгийн боломжит үйлдвэрлэл юм.

Аялал жуулчлал нь гадаад хүчин зүйлийн нөлөөлөлд хамгийн ихээр өртдөг салбар бөгөөд аливаа дайн байлдаан, нийтийг хамарсан халдварт өвчин, байгалийн гамшиг, улс төрийн тогтворгүй байдал, эдийн засгийн хямрал, үнийн өсөлт зэрэг нь эл салбарт сөргөөр нөлөөлж байдаг.

Аялал жуулчлал нь нөөц бүтээгдэхүүн, соёлын өв, байгаль орчны бодит нөөц дээр тулгуурлан явагддаг боловч тэдгээрээс гадна боловсон хүчний ур чадвар, хөдөлмөр зүтгэл, шинжлэх ухаан, технологид тулгуурлан хөгждөг онцлогтой салбар юм. Үндэсний үйлдвэрлэл, хөрөнгө оруулалт зэргийг хамгийн их дэмжигч, үр ашиг нь тодорхой нэг хэсэгт бус олон арван салбар, иргэдэд шууд хуваарилагддаг онцлогтой үйлдвэрлэл юм.

Эх сурвалж: Ч.Буянбадрах "Монгол орны лавлах" эмхэтгэл ном

Аялал жуулчлалын салбарын үүсэл хөгжил

Аялал жуулчлал нь хүн анх үүссэн тэр цаг үеэс хоол унд, идэш тэжээлээ олох, ан гөрөө, газар нутгийн төлөөх тэмцэл, дайн байлдаан хийх зэрэг хэрэн тэнүүчлэх амьдралын

хэрэгцээ шаардлагыг даган бий болсон гэж үзэх боловч үйлдвэрлэл үйлчилгээ, бизнесийн утгаар авч үзвэл харьцангуй сүүлд бий болсон салбар буюу шинэхэн түүхтэй юм.

1. Аялал жуулчлалын хөгжлийн түүхэн эртний үе

Эртний Грек, Ромын эзэнт гүрний үеэс XIX зууны эхэн үеийг хүртэл бүхэлд нь аялал жуулчлалын хөгжлийн эртний үед хамруулан авч үзэх боломжтой юм. Грек, Ромын эзэнт гүрэн тухайн үедээ олон зуун суут сэтгэгчдийг төрүүлэн гаргасан, энэ утгаараа нилээд баялаг түүх урлаг соёлын төв газар болж, улмаар Европын иргэншлийн өлгий нутаг нь байсан юм. Тиймээс ч эдгээр орнууд, тухайлбал Ромын эзэнт гүрэн нь харьцангуй сайжруулсан зам харилцааны сүлжээгээрээ Европыг хангаж чадаж байлаа. Тэр ч учраас аялал жуулчлалын эртний үеийн үндсэн төвлөрөл нь чухамдаа эдгээр орнууд байсан. Энэ үед явагдаж байсан аялал жуулчлалын үндсэн хэлбэр нь худалдааны болон газарзүйн зорилгод зонхилон чиглэж байжээ. Аялалын тээвэрт ихэвчлэн морь, сүүлд усан тээврийн хэрэгсэл давамгайлж ирсэн. Тээврийн харилцааны сул дорой байдал нь томоохон аялал хийхэд хүндрэл учруулдаг байна. Түүнчлэн танин мэдэхүйн зорилго энэ үеэс нэлээд түлхүү гарч ирсэн нь аялах хэлбэр хэв шинжийг нэлээн өргөн агуулгатай болгож эхэлсэн юм.

Дундад зуун (Middleage) бол аялал жуулчлалын хөгжилд басхүү шинэвтэр хөгжил, хөгийг нэмж өгсөн үе билээ. Юуны өмнө дундад зууны үед дараах гурван хүчин зүйлс аялал жуулчлалын хөгжилд чухал түлхэц өгсөн гэж хэлэх боломжтой. Үүнд : Шашин шүтлэг нь дундад зууны үеийн үндсэн нүүр царайг тодорхойлж хүмүүсийн амьдралын нэг гол хэсэг болж өгсөн нь "шашны аялал" (religious travel) зонхилон хөгжих үндэс болжээ.

2. Тэврийн хөгжлийн үе буюу - аялал жуулчлал үйлдвэрлэл болон хөгжсөн үе

Аялал жуулчлалын хөгжилд тэврийн хэрэгсэл нэн чухал ач холбогдолтой байдаг. Эртний аяллууд нь бүхэлдээ мориор болон морин тэргээр, мөн усан онгоцоор (ship) тээвэрлэлт хийдэг байсан нь XIX зуун гарч ирэхэд тухайн цаг үеийнхээ хөгжилт, аяллын бодит шаардлагыг тэр бүр хангаж чадахгүйд хүрчээ. Чухамдаа томоохон хэмжээний овор ихтэй ачаа бараа, нүүрс чулууг бөөнөөр нь ачиж төмөр дугуйтай тэргээр чирдэг тээвэрлэлт улам бүр боловсронгуй болсноор уурын зүтгүүртэй төмөр замын тээвэр бий болсон нь аялал жуулчлалын хөгжилд нэгэн шинэ эринийг авч ирсэн. Анхны галт тэрэг нь нарс модоор хийгдсэн замаар явж байсан ба төмөр замын тээвэр нь анх Англид үүссэн гэгддэг. Судлаач Леонард Ликориш бичихдээ "төмөр замын анхны зорчигчид 1830 онд Английн Ливерпулиэс Манчестер хүртэл аялж байлаа" гэсэн бол профессор Дэннис Л.Фостер "анхны ган төмөр замыг 1800 онд АНУ- д тавьж байлаа" хэмээжээ. Ямартай ч төмөр замын тээвэр хөгжсөнөөр аялал хийх хүмүүсийн тоо сая саяар өсөн нэмэгдсэн юм. XIX зууны дунд үед Европ болон Америк тив дотооддоо тийнхүү төмөр замын тээврийн аяллаар давамгайлж байсан бол тив хооронд тухайлбал Хойд Америк ба Европын хооронд далайн усан аялал (steamship) -ууд зонхилж байв. Энэ бүхнээс авч үзэхэд, аялал жуулчлалын хөгжлийн II үе нь тэврийн хөгжилт, ялангуяа төмөр замын тээврийн хөгжилтэй холбоотойгоор шинэ шатанд гарч улмаар орчин үеийн аялал жуулчлалын үйлдвэрлэлийн сүлжээ, түүний үйлчилгээнүүдийн эхлэн тавигдсан онцлог үйл явдлын түүхэн үе болсон билээ.

3. Дэлхийн хоёр дайны хоорондох аялал жуулчлалын хөгжлийн үе

1915-аас 1940-өөд оны сүүл хүртэлх цаг хугацаа бол дэлхий дахинаа, хүн төрөлхтний амьдрал үйл ажиллагаанд асар олон өөрчлөлтүүдийг авчирсан он жилүүд байсан юм. Энэ үеийн аялал жуулчлалын үндсэн дүр төрхийг дараах хоёр онцлогтой холбон тодорхойлох боломжтой байдаг. Нэг талаас, өгүүлэн буй үед хүмүүс дайн дажны хөл үймээнээс болж

тайван бус амьдралын хэв маягт шилжиж, зориудаар аялал хийх сонгодог хэлбэрүүд бараг үгүй болж, дайнаас зугтсан, орогносон зэрэг шилжилт хөдөлгөөнүүд ихэссэн явдал нь аялал жуулчлалын хөгжилд нийгмийн сэтгэлзүйн талаасаа сөрөг үр дагаврыг авчирснаараа онцлог юм. Нөгөө талаасаа дэлхийн хоёр том дайн нь хүн төрөлхтнөөс техник технологийн асар олон гайхамшигт дэвшлүүдийг төрүүлж чадсан юм. Тээврийн хэрэгслүүд болох машин, усан болон нисэх онгоц, төмөр замын тээврийг аян дайны зориулалтаар ихэвчлэн ашиглах үед тэдгээрийн техник үзүүлэлт, хурд хүч, багтаамж, чадал зэрэгт цоо шинэ хувьсгалууд гарсан нь аялал жуулчлалын хөгжилд материаллаг зүйн талаасаа нэлээд эерэг үр дагавруудыг авчирчээ гэж болно. Мөн холбооны хэрэгсэл, радио, цахилгаан тоног төхөөрөмж, барилгын материал зэрэгт тийнхүү шинэ өөрчлөлтүүд гарсан.

4. Аялал жуулчлалын хөгжлийн үе

Дэлхийн II дайны дараагаас буюу 1950-аад оны үеэс өнөө үе хүртэл хамрагддаг. Хэдийгээр түүхийн урт хугацаа нэг үед багтаж байдаг ч угтаа аялал жуулчлалын үйлдвэрлэл хэмээх ойлголт бүрэн утгаараа төлөвшиж эхэлсэнтэй уялдаж нэгэн үе болгон авч үзсэн байдаг. Дайны дараа хүмүүс бараг бүхэлдээ ядарч сульдсан, хөл үймээнээс залхсан байсан нь чухамхүү ийм хэрэгцээг хангах идэвхгүй, амралтын ба зугаа цэнгэлийн нэг хэвийн нийтлэг аяллыг сонирхох зах зээлийн эрэлтийг нэлэнхийд нь бий болгожээ.

Ийм аялал нь ерөнхий нэг л зорих газартай (destination) ижил хэмжээний үйлчилгээтэй, бөөнөөрөө явагддаг онцлогтой бөгөөд үүнийг Масс Аялал Жуулчлал (Mass tourism) гэж нэрлэдэг билээ. Дэлхийн II дайны дараах аялал жуулчлалын хөгжлийг бараг бүхэлд нь Масс аялал тодорхойлж байлаа. Масс аялал жуулчлалын хувьд аялагчдын ажил амралтын цагийн хуваарилалт, тэднийг зөөвөрлөн тээх тээврийн хэрэгсэл их чухал нөлөөтэй байдаг.

Аялал жуулчлалын түүх судалгааны өөр нэгэн үе шатад хэдийнээ шилжсэн бололтой. Бидний үзэж байгаагаар ихэнх ном зохиолуудад түүний түүхийг тийнхүү дөрвөн үе шатад авч үзэх нь түгээмэл хэдий ч эдүгээгийн үеэс авч үзэхүйеэ аялал жуулчлал нь хөгжлийн болон онцлог талаасаа Аялал жуулчлалын хөгжилтийн нэн шинэ үе буюу тав дахь үеийн онцлогтой.

Монголын аялал жуулчлалын салбарын түүхэн хөгжил

1954-1990 оныг Монголын аялал жуулчлалын суурь хөгжлийн үе гэж тодорхойлдог ба Монголын хувьд харьцангуй шинэ залуу салбар юм.

1954 онд одоогийн Жуулчин компани нь Гадаад Худалдааны Яамны дэргэд “Гадаадын жуулчдад үйлчлэх товчоо” нэртэйгээр байгуулагдаж анчин, жуулчид болон социалист хамтын нөхөрлөлийн орнуудын групп жуулчдад үйлчлэх болсноор Монгол оронд аялал жуулчлал хөгжих эх үүсвэр тавигджээ. Эл товчоог байгуулж байх үед 60 хүн хүлээн авах хүчин чадалтай “Алтай” зочид буудал болон ресторан, 21 автомашин бүхий бааз бий болж, захиргаа ба үйлчилгээний ажилтнуудыг хамруулан нийт 107 хүний орон тоотой байжээ. 1956 оны 7 дугаар сард ЗХУ-ын 15 жуулчныг 9 хоног аялуулахаар хүлээн авсан нь анхны зохион байгуулалттай аялал байв. Мөн оны 10 дугаар сард Прага хотноо болсон “Социалист орнуудын жуулчдын байгууллагын анхдугаар бага хурал”-д Монголын төлөөлөгчид оролцсон төдийгүй 10 орчим оронтой жуулчин хүлээн авах гэрээг байгуулсан байна.

1962 онд АНУ-ын “Космос трэвэл” компанийн ерөнхийлөгч Гаврил Рейнер тэргүүтэй жуулчид Монголд ирснээр гуравдагч оронтой жуулчны асуудлаар харилцах эхлэл тавигджээ.

1962 онд Тэрэлжид, 1964, 1968 онд Өмнөговь аймагт анхны жуулчны баазуудыг байгуулжээ. Тухайн үеийн аяллын чиглэлд Улаанбаатар хот, Ёлын-Ам, Хонгорын элс, Орхоны цутгалан, Хужирт, Хархорин, Тэрэлж, Сонгино, Сөгнөгөр хэмээх газрууд хамаардаг байв.

1975 онд МХЗЭ-ийн дэргэд “Залуу аялагчдын товчоо”, 1976 онд МҮЭ-ийн ТЗ-ийн дэргэд “Аялал жуулчлалын товчоо” тус тус байгуулагджээ. 1976 онд 3681 анчин, жуулчин хүлээн авсан бол 1989 онд 10291 анчин, жуулчин хүлээн авч үйлчилсэн нь тухайн үеийн хамгийн өндөр үзүүлэлт байжээ.

1991 онд Монгол Улс Дэлхийн Аялал Жуулчлалын Байгууллагын гишүүн орон болсон байна. 1990 онд “Гадаадын жуулчдыг үйлчлэх газар”-ыг бие даасан “Жуулчин” нэгтгэл болгож, 1991 онд Өмч хувьчлалын комиссын шийдвэрээр “Жуулчин” хувьцаат компани болгон өөрчилсөн байна. 1995 онд Засгийн газрын тогтоолоор “Монгол Улсад аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх талаар 1995-2005 онд баримтлах үндсэн чиглэл”-ийг баталж, Худалдаа Үйлдвэрийн Яаманд аялал жуулчлалын асуудал хариуцсан төрийн захиргааны нэгжийг бий болгожээ.

1998 онд Засгийн газрын тогтоолоор “Аялал жуулчлалын бодлого зохицуулах Үндэсний Зөвлөл”-ийг байгуулж, дүрмийг баталжээ. 1999 онд Засгийн газрын 214 дүгээр тогтоолоор Засгийн газрын хэрэгжүүлэгч агентлаг “Аялал жуулчлалын газар”-ыг байгуулж, улмаар 2004 онд татан буулгаж, шинээр байгуулагдсан Зам Тээвэр, Аялал Жуулчлалын Яамны бүтцэд нэгтгэсэн юм. 2008 оноос Байгаль Орчин, Аялал Жуулчлалын Яам болон өөрчлөгджээ.

1999 онд Монгол Улсад Үндэсний Аялал Жуулчлалыг хөгжүүлэх “Мастер төлөвлөгөө”, 2000 онд УИХ-аас “Аялал жуулчлалын хууль”-ийг батлан гаргаж эрхзүйн орчныг бүрдүүлж эхэлсэн. 1954-1990 оныг Монголын аялал жуулчлалын суурь хөгжлийн үе гэж тодорхойлдог ба Монголын хувьд харьцангуй шинэ залуу салбар юм.

1954 онд одоогийн Жуулчин компани нь Гадаад Худалдааны Яамны дэргэд “Гадаадын жуулчдад үйлчлэх товчоо” нэртэйгээр байгуулагдаж анчин, жуулчид болон социалист хамтын нөхөрлөлийн орнуудын групп жуулчдад үйлчлэх болсноор Монгол оронд аялал жуулчлал хөгжих эх үүсвэр тавигджээ.

Эл товчоог байгуулж байх үед 60 хүн хүлээн авах хүчин чадалтай “Алтай” зочид буудал болон ресторан, 21 автомашин бүхий бааз бий болж, захиргаа ба үйлчилгээний ажилтнуудыг хамруулан нийт 107 хүний орон тоотой байжээ. 1956 оны 7 дугаар сард ЗХУ-ын 15 жуулчныг 9 хоног аялуулахаар хүлээн авсан нь анхны зохион байгуулалттай аялал байв. Мөн оны 10 дугаар сард Прага хотноо болсон “Социалист орнуудын жуулчдын байгууллагын анхдугаар бага хурал”-д Монголын төлөөлөгчид оролцсон төдийгүй 10 орчим оронтой жуулчин хүлээн авах гэрээг байгуулсан байна.

1962 онд АНУ-ын “Космос трэйвэл” компанийн ерөнхийлөгч Гаврил Рейнер тэргүүтэй жуулчид Монголд ирснээр гуравдагч оронтой жуулчны асуудлаар харилцах эхлэл тавигджээ.

1962 онд Тэрэлжид, 1964, 1968 онд Өмнөговь аймагт анхны жуулчны баазуудыг байгуулжээ. Тухайн үеийн аяллын чиглэлд Улаанбаатар хот, Ёлын-Ам, Хонгорын элс,

Орхоны цутгалан, Хужирт, Хархорин, Тэрэлж, Сонгино, Сөгнөгөр хэмээх газрууд хамаардаг байв.

1975 онд МХЗЭ-ийн дэргэд “Залуу аялагчдын товчоо”, 1976 онд МҮЭ-ийн ТЗ-ийн дэргэд “Аялал жуулчлалын товчоо” тус тус байгуулагджээ. 1976 онд 3681 анчин, жуулчин хүлээн авсан бол 1989 онд 10291 анчин, жуулчин хүлээн авч үйлчилсэн нь тухайн үеийн хамгийн өндөр үзүүлэлт байжээ.

1991 онд Монгол Улс Дэлхийн Аялал Жуулчлалын Байгууллагын гишүүн орон болсон байна. 1990 онд “Гадаадын жуулчдыг үйлчлэх газар”-ыг бие даасан “Жуулчин” нэгтгэл болгож, 1991 онд Өмч хувьчлалын комиссын шийдвэрээр “Жуулчин” хувьцаат компани болгон өөрчилсөн байна. 1995 онд Засгийн газрын тогтоолоор “Монгол Улсад аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх талаар 1995-2005 онд баримтлах үндсэн чиглэл”-ийг баталж, Худалдаа Үйлдвэрийн Яаманд аялал жуулчлалын асуудал хариуцсан төрийн захиргааны нэгжийг бий болгожээ.

1998 онд Засгийн газрын тогтоолоор “Аялал жуулчлалын бодлого зохицуулах Үндэсний Зөвлөл”-ийг байгуулж, дүрмийг баталжээ. 1999 онд Засгийн газрын 214 дүгээр тогтоолоор Засгийн газрын хэрэгжүүлэгч агентлаг “Аялал жуулчлалын газар”-ыг байгуулж, улмаар 2004 онд татан буулгаж, шинээр байгуулагдсан Зам Тээвэр, Аялал Жуулчлалын Яамны бүтцэд нэгтгэсэн юм. 2008 оноос Байгаль Орчин, Аялал Жуулчлалын Яам болон өөрчлөгджээ.

1999 онд Монгол Улсад Үндэсний Аялал Жуулчлалыг хөгжүүлэх “Мастер төлөвлөгөө”, 2000 онд УИХ-аас “Аялал жуулчлалын хууль”-ийг батлан гаргаж эрхзүйн орчныг бүрдүүлж эхэлсэн.

2003 онд “Монголд зочлох жил”, 2004 онд “Монголыг нээх жил”, 2006 онд “Их Монгол Улс байгуулагдсаны 800 жилийн ойн жил” болгон тус тус зарлаж, монголыг гадаадад сурталчлах, үйлчилгээний чанарыг дээшлүүлэх, аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх таатай орчин бүрдүүлэх, Монгол орны түүх дурсгалын зүйлсийг хамгаалах чиглэлээр бодитой ажлууд хийгджээ.

Эдүгээ Монгол улсад ирж буй жуулчдын 92 хувийг БНХАУ, ОХУ, БНСУ, Япон, АНУ, ХБНГУ, Их Британи, Казахстан, Австрали зэрэг орны жуулчид бүрдүүлдэг.

Монгол бол аялал жуулчлалын хувьд хамгийн аюулгүй орон: Дэлхийн Аялал Жуулчлалын Байгууллагаас Монгол улсыг аялал жуулчлалын нөөцөөр “үнэ цэнтэйд орох газар” хэмээн дүгнэж, Монгол орныг жуулчдад аюулгүй, найдвартай орны тоонд оруулан зарлажээ.

Тус байгууллагаас гаргасан судалгааны илтгэлд Монгол улсыг Азид гарч буй элдэв халдварт өвчин, SARS, гахай ба шувууны ханиад, бэлгийн замын халдварт өвчин, ДОХ зэрэг аюулт өвчний тархалтаар хамгийн бага, өөрийгөө хамгаалах өвөрмөц нөхцөлтэй орон хэмээн дурдсан байна.

Далай тэнгис, газар хөдлөлт, галт уулсын идэвхтэй бүсээс алслагдсан учраас далайн хар шуурга, цунами, үер усны аюул зэрэг цаг уурын гэнэтийн өөрчлөлт, байгалийн гамшиг үүсэх тухайд айх аюул багатай, харьцангуй тогтвортой орон боловч дэлхийн дулаарал, элсний нүүдэл, цөлжилт зэрэг нь аажмаар Монголын аялал жуулчлалд сөрөг нөлөө үзүүлэх талтай хэмээн дүгнэжээ.

Монгол оронд тохиолддог байгалийн гол гамшиг болсон зуд нь өвлийн аялал жуулчлал дөнгөж хөгжиж буй Монголын хувьд гадаадын жуулчдад тийм ч нөлөө үзүүлэхээр хэмжээнд биш юм.

Нийгмийн байдал тогтвортой учраас хүн барьцаалах, алан хядлага үйлдэх, дайн тулаан гарах зэрэг үндэстэн хоорондын дотоод зөрчлөөс ангид тайван газар юм. Монголд жуулчид хулгай, дээрэм, гаднын халдлагад өртсөн тохиолдол байхгүй бөгөөд энэ талаар найдвартай нөхцөл бүрдүүлж чадсан орон хэмээн үзсэн байна.

Монголын улсын аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн байдал

Манай улсын аялал жуулчлалын салбарт одоогийн байдлаар бүртгэлтэй 570 гаруй тур оператор компани, 520 зочид буудал, 526 гаруй жуулчны бааз, 1600 гаруй аж ахуйн нэгж байгууллагын нийт 88 мянга гаруй хүн тус салбарт ажиллаж байна.

Монгол улсын үндэсний агаарын тээвэрлэгч “МИАТ”, “Хүннү эйр”, “Аэро Монголиа” компаниудаас гадна гаднын орнуудын “Аэрофлот”, “ЭйрЧайна”, “Корейн Эйр”, “Туркиш Эйрлайнс” зэрэг компаниуд Берлин, Франкфурт, Бээжин, Тяньжин, Манжуур, Хайлаар, Истанбул, Москва, Иркутск, Бишкек, Сөүл, Бусан, Токио, Хонг Конгоос тогтмол шууд нислэг, Жежү, Хайнан, Бангкок руу захиалгат нислэг үйлдэж байна. Мөн төмөр замын хувьд Оросын Холбооны Улс, Бүгд Найрамдах Хятад Ард Улсыг холбосон Транс Сибирийн зам нийслэл Улаанбаатар хотоор дайран өнгөрдөг байна.

Жуулчдын тоог нэмэгдүүлэх ажлын хүрээнд Оросын Холбооны Улстай иргэд харилцан визгүй зорчих гэрээг байгууллаа. Гадаад, дотоодын хөрөнгө оруулагчдын зүгээс, Хархорины ил музей, Их Майдар, Алунгоо эхийн цогцолбор, Зайсан толгой амралт зугаалгын цогцолбор зэрэг аялал жуулчлалын томоохон цогцолборуудыг байгуулан, аялагч, жуулчдад зориулсан бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг хөгжүүлж байна.

Дэлхийн Эдийн Засгийн Форумгаас “Аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадвар”-ын судалгааг жил бүр зохион байгуулдаг бөгөөд “Аялал жуулчлалын зохицуулалт ба эрх зүй”, “Аялал жуулчлалын бизнесийн орчин ба дэд бүтэц”, “Хүн, байгаль ба соёлын нөөц” гэсэн бүлгүүдэд хуваагдах 14 чиглэлийн нийт 71 үзүүлэлт дээр тулгуурлан дэлхийн улс орнуудыг эрэмбэлэн жагсаадаг. Тухайлбал, салбарын бодлого чиглэл, журмын хэрэгжилт, байгаль орчны тогтвортой байдал, баталгаат ба аюулгүй байдал, эрүүл ахуй, аюулгүй орчин, ажиллагсдын эрүүл мэндийн байдал, аялал жуулчлалын салбарт оруулах хувь нэмэр, тээвэр ба дэд бүтэц, чадамж, мэдээлэл технологийн чадамж, хэрэглээ, хүний нөөцийн чадамж, туршлагажилт, ажлын баталгаат байр, салбарыг дэмжигч бусад салбарын нөлөөлөл, байгалийн нөөц, үнэ цэн, нөлөөлөл, соёлын нөөц гэх мэт үзүүлэлтүүд ордог.

Дээрх үзүүлэлтээс Монгол улс “аялал жуулчлалын зохицуулалт ба эрх зүй” гэсэн үзүүлэлтээр 2011 оны байдлаар 139 орноос 131 дүгээр байранд, Ази, Номхон далайн орнуудаас 19 дүгээр байранд багтсан байна. Харин аялал жуулчлалын хүний нөөцийн хангамжаар 109 дүгээр байранд, хүрэлцээ гэсэн үзүүлэлтээр 77 дугаар байранд, аялал жуулчлалын салбараас олох орлогын үзүүлэлтээр 135 орноос 98 дугаар байранд тус тус орсон нь хангалтгүй үзүүлэлт ажээ.

Одоогийн байдлаар Монголын аялал жуулчлалын салбарт 12000 хүн ажилладаг гэсэн ерөнхий мэдээлэл бий. 2010 онд Голландын Засгийн газрын дэмжлэгээр хэрэгжүүлсэн “Аялал жуулчлалын экспортыг дэмжих” төслийн хүрээнд нийт 50 томоохон тур оператор компанийн дунд явуулсан судалгаагаар Монголын аялал жуулчлалын компаниудын захирал

менежерүүдийн нийт 30 хувь нь эрэгтэй, 70 хувь нь эмэгтэй гэсэн тоон үзүүлэлт гарчээ. Эл салбарт ажиллагчдын 60 хувь нь 40 хүртэлх насны залуучууд эзэлж, тур оператор компанийн 80 хувь нь 11-50 хүртэл ажилтантай гэсэн тоон мэдээ гарчээ.

Монголд аялал жуулчлалын салбараас олох орлогын ихэнхийг Европ, Австрали, Америкийн жуулчид эзэлдэг. Улсын бүртгэлийн газарт 400 гаруй тур оператор компани бүртгэгдсэн байдаг боловч аялал жуулчлалын салбарын судалгаанаас үзэхэд 1000-2000 орчим жуулчин авдаг компани 10 орчим, 500-1000 жуулчин авдаг компани 30 орчим байдаг байна. Тэдгээр компаниуд жилдээ 60 мянга орчим жуулчин авдаг ба үүргэвчтэй аялагч нарыг нэмбэл Монгол орны хэмжээнд жилд 100 мянга орчим жуулчин ирдэг гэсэн таамаглал бий.

Дэлхийн Аялал Жуулчлалын Удирдагчдын Консулын тайлан мэдээнд дурдсанаар: Монгол орны аялал жуулчлалын бүтээгдэхүүн нь Ази, Номхон далайн орнуудын аялал жуулчлалтай харьцуулбал, эдийн засгийн хувьд “үнэтэй аялал”-д тооцогдож байгаа юм. Аялал жуулчлал гэдэг бол цогцоороо технологи бөгөөд Монголд ирсэн олон аялагчдын дүгнэлтээс үзэхэд Монголд ирж аялахаас илүү Хавайд очиж амрах нь маш хямд өртөг зардалтай ажээ.

Монголд аялал жуулчлалын салбарын үзүүлэлт хангалтгүй байгаа хамгийн гол шалтгаан нь дэд бүтэц муу хөгжсөн, эрх зүйн орчин тааруу, төрийн нэгдсэн бодлого байхгүйтэй холбоотой хэмээн мэргэжилтнүүд үздэг. Агаарын, төмөр замын хүчин чадал хүрэлцэхгүйгээс Европоос авах жуулчдынхаа бараг тал хувийг алддаг, тээвэрлэлтийн цагийн хуваарийг эрт зарладаггүйгээс гэрээ байгуулахад хугацаа алддаг хэмээн аялал жуулчлалын ихэнх компаниуд үүнд шүүмжлэлтэй ханддаг.

Мэргэжилтэй боловсон хүчин хомс, бакалавр ба магистрын шатны сургалтын чанар муу, дотоодын жуулчдын байгаль экологи, аялал жуулчлалын боловсрол хангалтгүй, жуулчдад зориулсан бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ хангалтгүй, бүс нутгийн аялал жуулчлалын үйлчилгээ ба бүтээгдэхүүн нь өөр хоорондоо ялгарах онцлоггүй, ихэвчлэн ижил төстэй, аялал жуулчлалын бүртгэл судалгааны тогтолцоо төлөвшөөгүй, нэгдсэн аргачлал хэрэглэдэггүй, аялал жуулчлалаас эдийн засагт оруулж буй хувь нэмэр бодитой бус, орон нутагт сургалт сурталчилгаа, мэргэжилтэй боловсон хүчний хангамж хүрэлцээ дутмаг гэх мэт олон дутагдалтай талууд Монголын аялал жуулчлалын салбарт оршсон хэвээр байна.

Монгол орны онцлог давуу талууд

Монгол угсаатан нь өөрийн өвөрмөц онцлогоороо Зүүн Азийн бусад үндэстнүүдээс ялгарч, эртнээс нааш тутаргын талбайд бус өргөн уудам хээр талд мал аж ахуй эрхлэн нүүдэллэж ирсэн билээ. Соёлын эл онцлог байдал нь Монгол орныг хөрш зэргэлдээ орших бусад орноос эрс ялгаруулдаг төдийгүй аялал жуулчлал амжилттай хөгжих өвөрмөц хөрс нь болж байдаг.

Дэлхийн байгаль, соёлын өв, олон улсын хүн ба шим мандлын нөөц газрын сүлжээ болон Рамсарын конвенцийн хавсралтад 20 гаруй газар бүртгэгдэж, цаашид хэд хэдэн газрыг дэлхийн байгаль, соёлын өвд бүртгүүлэх бэлтгэлийг хангаж байна. Манай улсад ирсэн 10 жуулчид тутмын 8 нь эдгээр нутагт аялжээ.

Жуулчдыг татах Монгол орны давуу тал: Биднийг дэлхий юугаар нь илүү мэдэх билээ, тэдгээр таних болоод мэдэх зүйл нь жуулчдыг татах Монгол орны имиж юм. Жуулчдын сонирхож буй тэдгээр зүйлс нь түүхийн удаан хугацааны туршид бүрэлдэн бий

болсон байдаг. Монгол орон нь гучаад жилийн тэртээ дэлхий ертөнцөөс хаагдмал социалист орон байсан боловч энэ хэрээр унаган байгаль, түүх соёлоо тодорхой түвшинд хадгалан үлдэж чадсан гэж үздэг. Нүүдэлчин амьдралын хэв маяг нь олон мянган жилийн турш байгаль дэлхийгээ унаган төрхөөр нь авч үлдэх гол үндэс болжээ. Гадаадын нэгэн сэтгүүлч “Монгол бол олон зуун жилийн тэртээ хүн төрөлхтөн унаган байгальтайгаа хэрхэн зохицон амьдарч байсныг эргэн дурсуулах газар нутаг юм” хэмээн хэлсэн байдаг.

Монгол бол агуу түүхийн орон: Их Монгол Улс буюу Монголын эзэнт гүрний түүх бол хүн төрөлхтний түүхийн нэгэн чухал хэсэг юм. Эл гүрэн Ази, Европын улс орнуудын голлох соёл иргэншлүүдийг холбосон хүчирхэг гүүр байсан төдийгүй хүн төрөлхтний хувьд олон шинэ хөгжил дэвшлийг бий болгож чаджээ. Тийм учраас Монгол угсаатан нь дэлхийн түүхэнд хэзээ арилшгүй ул мөрийг үлдээсэн юм. Энэ онцлог нь бидний бас нэгэн том давуу тал, ялгарал юм.

Монгол бол унаган байгалийн орон: Монголчуудын байгалиа шүтдэг уламжлал, байгальд харьцангуй бага сөрөг нөлөөлөлтэй нүүдэлчин амьдралын хэв маяг эдүгээ ч хэвээр хадгалагдан үлджээ. Байгалийн бүс бүслүүрийн олон хэв шинжийг агуулсан өргөн их талууд, өндөр сүрлэг уулс, уудам говь цөл, их тайга бүхий ой хөвч, том гол мөрнүүд, үзэсгэлэнт сайхан нууруудтай. Дэлхийд ховордсон ан амьтад, жигүүртэн шувууд, өвс ургамалтай. Эдүгээ Монгол орны нутаг дэвсгэрийн 20 орчим хувийг улсын тусгай хамгаалалттай газар нутгийн ангилалд багтаан хамгаалалтад аваад байна.

Монгол бол эсгий туургатан нүүдэлчдийн орон: Дэлхий дээр олон нүүдэлчин угсаатан байсан боловч оршин тогтнох чадвараараа анхаарал татсан үндэстэн бол монголчууд юм. “Монголчууд бол эртний зан заншил, ахуйн соёл, амьдралын гүн ухаанаа өнөөг хүртэл хадгалж ирснээрээ дэлхий дээрх эсгий туургатан нүүдэлчдээс шалгаран үлдсэн цорын ганц угсаатан юм” хэмээн гадаадын судлаачид дүгнэдэг ажээ.

Монгол бол буддист соёлын гүн гүнзгий уламжлалтай орон: Монгол дахь буддын шашин 1000 орчим жилийн түүхтэй. Цэрэг дайны байлдах ур чадвараар гайхагдаж байсан монголчууд буддын шашны монархи системтэй орон болж өвөрмөцөөр өөрчлөгдсөн юм. Буддын гүн ухаан болон буддын шашны соёл боловсролд монголчууд тодорхой байр суурь эзэлж чадсан билээ. XIX зуунд “Номт гурван улс” хэмээн алдаршсан орнуудын нэг нь Монгол байсан бөгөөд Далай лам, Богд гэгээн, Банчин-Эрдэнэ хэмээх гурван хутагтыг буддын шашны гурван оргил хэмээн дээдэлсээр иржээ. Далай лам Төвдөөс, Богд гэгээн Ар Монголоос, Банчин-Эрдэнэ нь Энэтхэгээс тодордог уламжлалтай билээ. Монгол бол шарын урсгалыг дагалдагч орон бус дэлхий дээр эл шашныг хөгжүүлсэн тэргүүлэгч улс орнуудын нэг юм.

Монгол бол коммунист дурсгалын орон. Монгол оронд 70 гаруй жилийн түүхт социализм, коммунизмын дурсгалууд нэлээд бий. Үзэл суртлын түүхэн гэрчүүд болох тухайн үеийн удирдагчдын хөшөө дурсгалууд, зөвлөлт маягийн нэг ижил загварын хороолол, байшин барилгууд, хуучны социалист нөхөрлөлийн орнуудын дэмжлэг тусалцаатайгаар байгуулагдсан үзвэр үйлчилгээ, үйлдвэр, соёлын байгууллагуудын

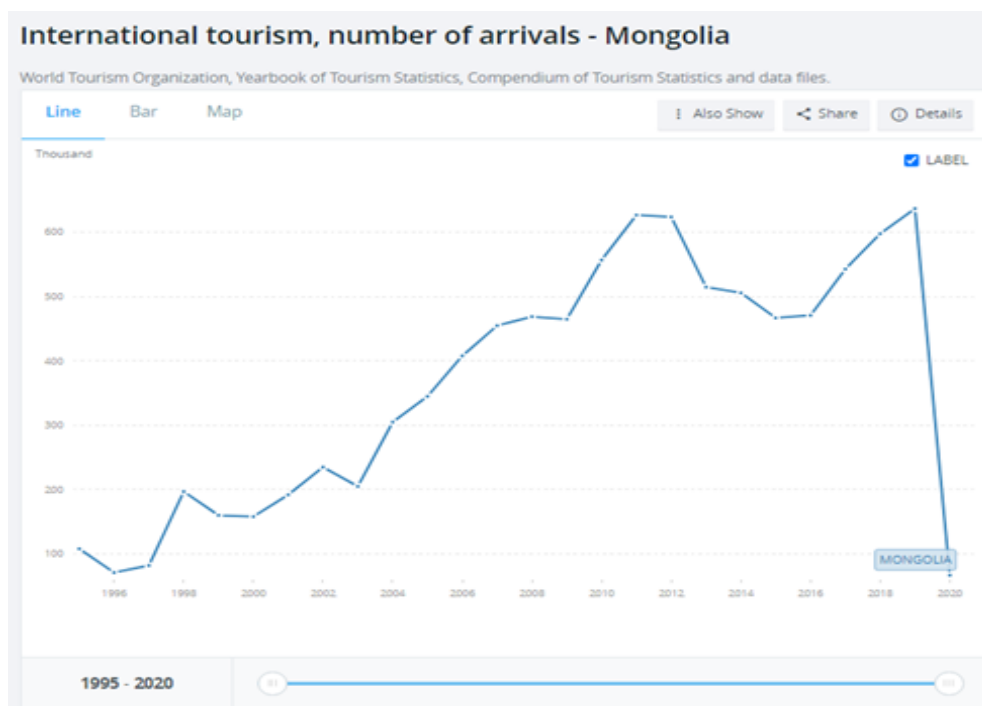
барилга эдүгээ түүх өгүүлэн оршиж, жуулчдын сонирхлыг ихээр татдаг үнэт үзмэрүүд болон хувирчээ.

Монгол орны хангайн бүсийн малчдад тулгуурлан мал аж ахуй, ноос ноолуур дээр тулгуурласан аялал жуулчлал, ашигт малтмал, эрдэс баялгийн нөөцөд тулгуурласан аялал жуулчлал, уламжлалт зан заншилд тулгуурласан олон угсаатны бүлэгтэй танилцах аялал жуулчлал, сум ба багийг хөгжүүлэх аялал жуулчлал гэх мэт олон төрлөөр үйлдвэрлэл явуулах боломжтой юм. Жуулчдад зориулсан барилга байшин бүхий үйлчилгээний цэгүүдийг хөдөө орон нутагт тухайлбал, сумын төв, багийн нутагт дэвсгэрт байгуулбал жуулчид хажуугаар нь гарч явах бус дайрч явах боломж бүрдэх юм.

Мөн Улаанбаатар хотод жуулчдыг саатан тухалдаг болгохын тулд хотын соёлыг нэвтрүүлэх нь чухал бөгөөд аялал жуулчлал өөрөө Улаанбаатар хотод тулгамдаад буй асуудлыг шийдэх гарц нь байх боломжтой. Ямар ч тохиолдолд жуулчдын 88-92 хувь нь Улаанбаатар хотоор дамжин өнгөрдөг. Монголчууд дэлхийн чиг хандлагыг дагаж “суурьших” гэж оролдон энэхүү Улаанбаатар хотыг байгуулсан. Дэлхий дээрх “жинхэнэ хот” гэдэг ухагдахуунаас тэс өөрөөр хөгжиж байгаа хот билээ. Тухайлбал, хотын замын хөдөлгөөнд оролцож буй машин нь хээр хөдөө давхиж яваа морьтон шиг байдаг бол хогоо гудамжинд шууд хаядаг нь санамсаргүй зүйл биш ажээ.

Гэр хороололд гар урлалын зах байгуулж, зарим гудамжинд морин тэргээр аялдаг болгож, Сэлбийн голын сайрыг ашиглаж скит, дугуйны зам байгуулах гэх мэт олон арга замаар аялал жуулчлал болон хотын хөгжилд аль алинд нь ашигтай байдлаар хөгжүүлэх боломжтой юм. Монгол гар урлалд заавал монгол дүр төрх байх албагүй бөгөөд эсгийн дээр Таж Махал, Виктория бурханы зураг, Парисын цамхаг, Эрх чөлөөний хөшөөний зураг байсан ч жуулчдын сонирхлыг татах болно. Гэх мэтчилэн өөрсдийн онцлогтоо тохирсон олон бүтээгдэхүүн үйлчилгээг аялал жуулчлалын салбарт нэвтрүүлэх өргөн боломжтой юм.

Дэлхийн аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн байдал



Эх сурвалж: Ч.Буянбадрах "Монгол орны лавлах" эмхэтгэл ном. Зургаадугаар бүлгээс.

Дэлхийн аялал жуулчлалын хөгжлийн чиг хандлага, бизнесийн орчны өнөөгийн байдал

Аялал жуулчлалын салбарын эдийн засагт үзүүлэх үр нөлөө, гүйцэтгэх үүрэг

Аялал жуулчлалын салбар нь дэлхий дахины орчин үеийн хөгжлийн ерөнхий чиг хандлага болж буй байгаль орчинд ээлтэй ногоон үйлдвэрлэлийг хөгжүүлэх замаар тогтвортой хөгжих хандлагатай хамгийн их уялдаж байгаа салбарын нэг юм. Монгол Улсын хувьд аялал жуулчлалын салбар нь “Монгол Улсын мянганы хөгжлийн зорилгод суурилсан үндэсний хөгжлийн цогц бодлого”-ын 5.2-т заасанчлан эдийн засгийн үндсэн тулгуур, орлогын томоохон эх сурвалж бус, амиа аргацаасан шинжтэй, “бодит” жуулчдын тоо цөөн, аяллын бүтээгдэхүүний нэр төрөл цөөн, аяллын үнэ харьцангуй өндөр, бизнесийн замбараагүй орчинд байгаа нь манай улсын аялал жуулчлалын салбарын нэгдсэн бодлого төлөвлөлт муу, мастер төлөвлөгөө байхгүй, стратегиа бүрэн тодорхойлоогүйтэй холбоотой. Дэлхийн аялал жуулчлал хурдацтай хөгжихийн зэрэгцээ Монгол улсад ирэх жуулчдын тоо жил ирэх тусам тогтмол өсөж байгаа ба жуулчдыг татаж буй олон хүчин зүйлс манай орны аялал жуулчлалын салбарын үйлчилгээ талаасаа дутагдалтай талууд байгаа учраас жуулчдын сэтгэл ханамжийн хувьд дундаж байгаа нь жуулчдыг дахин ирүүлэх, татах магадлалыг бууруулж байна.

Аялал жуулчлалыг тогтвортой хөгжүүлэх бодлогын хэрэгслүүд нь гурван тал оролцоно.

- 1) жуулчид өөрсдөө - аялал жуулчлалын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг хэрэглэгчид;
- 2) аялал жуулчлалын агентлагууд - аялал жуулчлалын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг үйлдвэрлэгч, борлуулагч;
- 3) захиргааны болон эрх зүйн чиг үүрэг гүйцэтгэдэг төрийн байгууллага.

Хөгжиж буй улс орнуудад нийгмийн дундаж давхаргын эзлэх хэмжээ тасралтгүй өсч байна. Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллага болон Голдман Саксын төсөөллөөр ойрын ирээдүйд хүлээн авсан, илгээсэн жуулчдынхаа тоогоор БНХАУ дэлхийд тэргүүлж, 2050 он гэхэд БНСУ хоёрдугаар байранд орох нь. Энэ үед газар нутгийн хувьд ойр дөт байрлалтай, шууд нислэгтэй, зах зээлд нь тодорхой хэмжээнд танигдсан манай улсын хувьд томоохон боломжууд нээгдэх болно. Дээр дурдсан эдийн засгийн хүчин зүйлсийн өөрчлөлтүүд нь бидний дунд нийтлэг байдаг өндөр хөгжилтэй барууны орноос ирэгсэд л жуулчид, тэднийг татахад илүүтэй анхаарах хэрэгтэй гэдэг уламжлалт хандлагыг үгүйсгэж, хөрш орнуудын жуулчдаас тэднээс ч дутахааргүй ашиг орлого олж болохыг харуулж байна. Харин хэрхэн, яаж эдийн засгийн хувьд ашигтай, нийгэм соёлын хүрээнд сөрөг нөлөө багатайгаар энэ зах зээл дээр ажиллах вэ гэдэг бодлого боловсруулагчдын хувьд томоохон сорилт байх нь.

Улаанбаатар хотод жуулчдын оруулсан нийт орлого



Эх сурвалж: <https://ikon.mn/n/2311>

Салбарт үзүүлж буй бизнесийн орчны тогтворгүй байдал ба нөлөө

Дэлхий даяар тархсан COVID-19 цар тахал 2019 оны арван хоёрдугаар сараас хойш дэлхийн бүх улсаар тархаж, хүн амын эрүүл мэндээс гадна бүх салбар, цаашлаад дэлхийн эдийн засагт хүчтэй нөлөө үзүүлсээр хоёр жил гаран болж байна. Сүүлийн нэг жилд мутацилагдсан олон хувилбар дахин тархаж, зарим улсууд хэд хэдэн удаагийн давлагаанд өртсөөр байгаа ба одоо хүртэл бүрэн дуусаагүй байгаа билээ. Энэ хугацаанд дэлхийн бүх улсад аялал жуулчлалын салбар хамгийн хүнд цохилт амссан.

Дэлхий дахиныг хамарсан “Ковид-19” цар тахлын сөрөг нөлөө аялал жуулчлалын салбарт хамгийн хүндээр нөлөөлж байгаа. Бизнесийн салбаруудад үзүүлсэн нөлөөллийг судлахад хамгийн өндөр буюу 90% аялал жуулчлалын салбарт нөлөөлсөн байна. Энэ хүнд үеийг даван туулахын тулд төр засгийн зүгээс олон уулзалт зөвлөгөөнүүдийг зохион байгуулж аялал жуулчлалын салбарт тулгамдаж байгаа асуудлуудыг сонсож шийдэл арга замыг эрэлхийлж байна.

Бизнес эрхлэгчдэд шаардлагатай дэмжлэгийг тодорхойлох зорилгоор МҮХАҮТ нь гишүүн болон гишүүн бус 1100 аж ахуйн нэгжийг хамруулан явууллаа. Судалгаа явуулсан бөгөөд судалгааг 2020 оны 3 сарын 3-4 өдрүүдэд явуулжээ. Судалгаанд оролцогсдын 67% нь Улаанбаатар хот, 33% нь орон нутагт үйл ажиллагаа явуулдаг байна. Судалгаанд оролцсон компаниудыг салбараар ангилан харвал 25% нь худалдаа, 22% нь үйлчилгээ, 11% нь хүнсний үйлдвэрлэлийн салбарын аж ахуйн нэгжүүд байна. Нийт судалгаанд оролцсон аж ахуйн нэгжүүдийн 89% нь 5 тэрбумаас доош жилийн орлоготой, 92% нь 199 хүртэлх ажилтантай байгаа бол 48% нь 10-с дээш жил үйл ажиллагаагаа явуулсан, 24% нь 5-10 жил үйл ажиллагаагаа явуулж буй харьцангуй тогтворжсон аж ахуйн нэгжүүд байна.

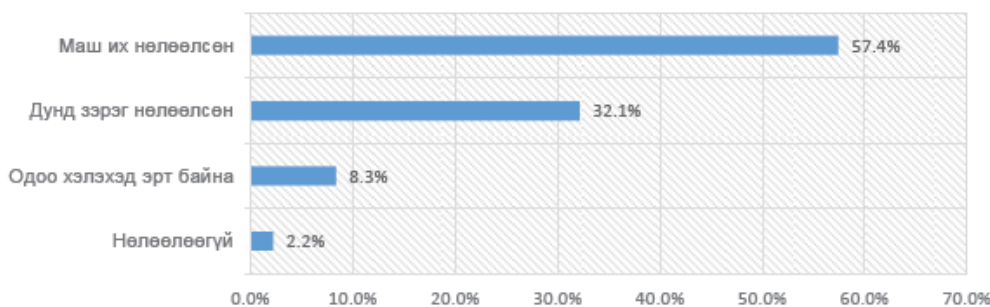
Судалгаанд оролцсон аж ахуйн нэгжийн үйл ажиллагаанд Covid-19 вирусийн халдвараас сэргийлэх арга хэмжээ 89.5% нь дунд болон маш их түвшинд нөлөөлсөн байгаа бол дөнгөж 2.2% нь нөлөөлөөгүй байна. Бизнесийн үйл ажиллагаанд хэрхэн нөлөөлж байгаа талаар тодруулан асуухад 57.7% нь бараа үйлчилгээний эрэлт буурсан, 40.1% нь тээвэр логистик доголдсоноос бараа үйлчилгээг хугацаанд нь нийлүүлж чадахгүй болсон нь хамгийн их нөлөөлөл байна гэж хариулжээ. Үүссэн нөхцөл байдалтай холбогдуулан бизнест үүсээд буй хүндрэлийг нээлттэй асуулгаар асуухад зээлийн эргэн төлөлт, НДШ-ийн төлбөр,

түрээсийн төлбөр гэсэн асуудлуудыг хамгийн их хүндрэл учруулж байна гэж нэрлэсэн байна.

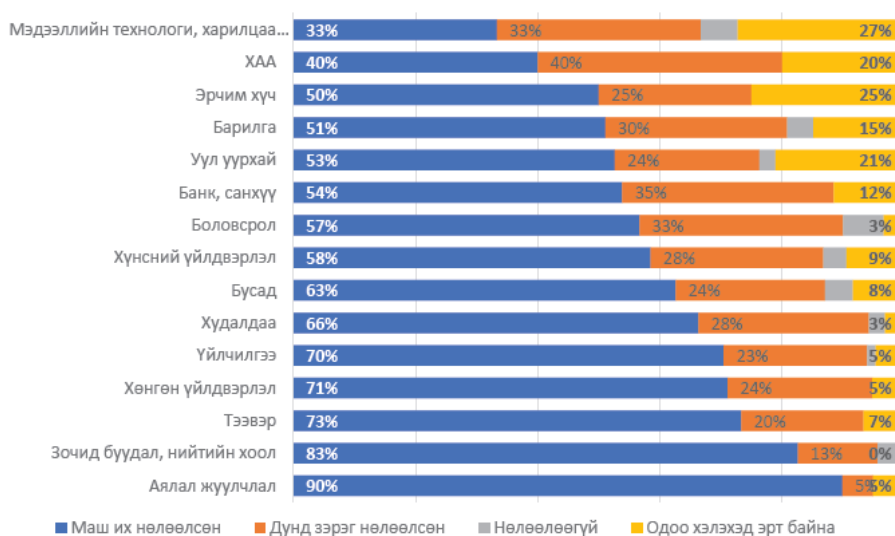
Сэргийлэх арга хэмжээ нь 2020 оны эхний хагас жилийн тухайн компанийн орлогод хэрхэн нөлөөлөх талаар асуухад 67.4% нь орлого 10-аас дээш хувиар буурна (46.4% нь орлого 30 ба түүнээс дээш хэмжээгээр буурна) гэж үзжээ. 2020 оны бизнесийн төлөвлөсөн зорилгодоо өөрчлөлт оруулах эсэхийг асуухад 32.9% нь одоогоор дүгнэхэд эрт байна гэж үзсэн бол 31.1% нь зорилгоо бага хэмжээгээр бууруулна гэж хариулжээ. Засгийн газраас ямар төрлийн дэмжлэг шаардлагатай байгааг тодруулан асуухад судалгаанд оролцогсдын 42.6% нь түрээсийн төлбөр бууруулах гэх мэт аж ахуйн нэгжийн үйл ажиллагааны зардал бууруулахад чиглэсэн арга хэмжээ, 36.3% нь ААН-ын татвар, НДШ-ийг хойшлуулах, 20.3% нь хориг цуцлагдсаны дараа бизнесийг сэргээж үйл ажиллагааг хэвийн явуулахад төрөөс нэгдсэн зохицуулалтаар ханган төрийн үйлчилгээг хүнд сурталгүй, түргэн шуурхай явуулах нь зүйтэй гэж үзжээ. Мөн аж ахуйн нэгжийн зээлийг төрөөс бодлогоор зохицуулах, төрийн худалдан худалдан авалтад ЖДҮ-г дэмжих, төрийн үйлчилгээг хүнд сурталгүй, түргэн шуурхай үзүүлэх иргэдийн хэрэглээ, худалдан авах чадварыг нэмэгдүүлэн эдийн засгийг идэвхжүүлэх шаардлагатай байна гэж үзжээ.

COVID-19 вирусийн халдвараас сэргийлэх арга хэмжээ бизнест нөлөөлсөн тухай тодруулан асуухад

Covid-19 вирусийн халдвараас сэргийлэх арга хэмжээ танай бизнест нөлөөлсөн үү?



Зураг 0. “Ковид-19” цар тахлын нөлөө бизнесийн салбаруудаар



Эх сурвалж: Бизнес дэх нөлөөллийн судалгаануудын нэгдсэн тайлан, 2020 он, МҮХАҮТ



Эх сурвалж: Бизнес дэх нөлөөллийн судалгаануудын нэгдсэн тайлан, 2020 он, МҮХАҮТ

Ш БҮЛЭГ. ШИНЖИЛГЭЭНИЙ ҮР ДҮН

Шинжилгээ

Сэдвийн хүрээнд зорилтот хэсэг дээр эмпирик судалгаа хийнэ. Тус эмпирик судалгааг хийхдээ түүврийн аргаар зорилтот бүлгээс асуулга, экспертүүдээс ярилцлага, баримт бичгийн шинжилгээний контент анализ аргаар мэдээлэл цуглуулан, дүн шинжилгээ хийж, судалгааны үр дүн дээр үндэслэн дүгнэлт, санал зөвлөмжийг боловсруулан санал болгоно.



Судалгааны дизайн

Судалгаа 5 бүлэг 75 асуултаас бүрдэх бөгөөд аялал жуулчлалын салбарын зах зээл, инновац болон технологи, өрсөлдөгчтэй хамтран ажиллах, төр засаг хууль эрх зүйн орчин, бизнесийн орчны тогтворгүй байдал зэрэг 5 бүлэг асуудлаас бүрдэнэ.

Өгөгдлийн шинжилгээ

Судалгаанд нийт 40 аж ахуй нэгж, аялал жуулчлалын бааз, хувиараа бизнес эрхлэгчдээс түүврийг цуглуулан авлаа.

3.1 Найдвартай байдлын шинжилгээ

Хүснэгт 8 Нийт түүврийн найдвартай байдлын шинжилгээ

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.902	.903	64

Тайлбар: Найдвартай байдлын шинжилгээгээр нийт түүвэр 0.7-с их буюу түүвэр найдвартай байдлыг хангаж байна.

Хүснэгт 9 Хүрээлэн буй орчны Динамикийг таамаглах асуулгын найдвартай байдал

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.820	.834	18

Хүснэгт 10 Шууд өрсөлдөгчидтэй хамтрах үйл ажиллагааны найдвартай байдлын шинжилгээ

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.838	.840	9

Хүснэгт 11 Шууд бус өрсөлдөгчидтэй хамтрах үйл ажиллагааны найдвартай байдлын шинжилгээ

Reliability Statistics		
------------------------	--	--

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.840	.837	9

Тайлбар: Найдвартай байдлын шинжилгээгээр нийт түүвэр 0.7-с их буюу түүвэр найдвартай байдлыг хангаж байна.

Хүснэгт 12 Хүрээлэн буй орчин, Засгийн газар Улс төрийн нөлөөллийн найдвартай байдлын шинжилгээ

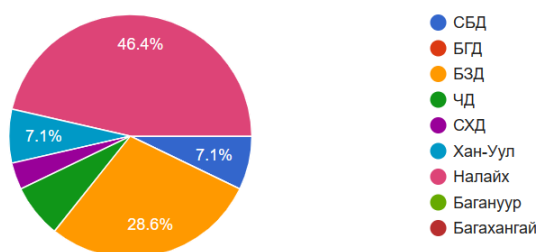
Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.797	.794	18

Тайлбар: Хүрээлэн буй орчин, Засгийн газар Улс төрийн нөлөөллийн найдвартай байдлын шинжилгээ нийт түүвэр 0.7-с их буюу түүвэр найдвартай байдлыг хангаж байна.

3.2 Судалгаанд оролцогчдын бүтэц

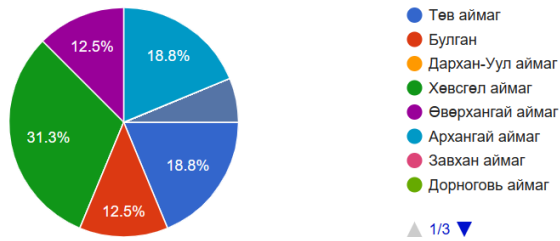
Судалгааны түүвэр нь аялал жуулчлалын чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулдаг жуулчны бааз кемпүүдийг түүвэрлэн хангайн бүсийн 40 жуулчны баазаас анкетын аргаар судалгааг түүвэрлэн авсан бөгөөд нийт судалгаанд хамрагдсан баазуудын 63.6% нь Улаанбаатар хотын ойр орчимд үйл ажиллагаа явуулдаг жуулчны баазууд, 36.3% нь хөдөө орон нутагт үйл ажиллагаа явуулдаг жуулчны баазууд хамрагдсан.

Байршил /Улаанбаатар/



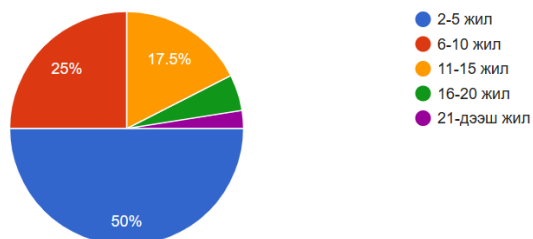
Нийт судалгаанд хамрагдсан жуулчны баазуудын Улаанбаатар хот дахь байршлаараа Налайх дүүрэг 46.4% буюу Тэрэлжийн байгалийн цогцолбор дахь жуулчны бааз кемпүүд ихэнх хувийг эзэлж байна.

Байршил /Хөдөө орон нутаг /



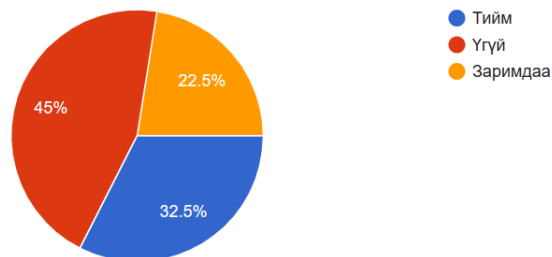
Нийт судалгаанд хөдөө орон нутгаас хамрагдагсдын 31.3% Хөвсгөл аймаг, 18.8% Төв аймаг, 18.8% Архангай аймаг ихэнх хувийг эзэлж байна.

Аялал жуулчлалын чиглэлээр хэд дэх жилдээ үйл ажиллагаа явуулж байгаа



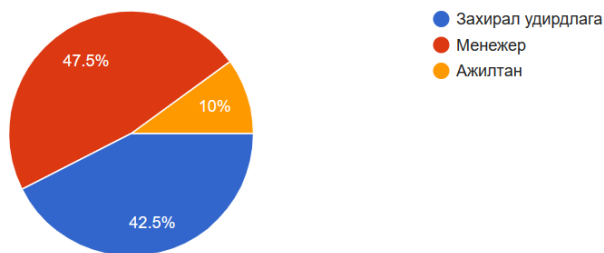
Аялал жуулчлалын чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж байгаа жуулчны баазууд нь 50% буюу ихэвчлэн 2-5 жилийн хугацаанд үйл ажиллагаа явуулсан байна.

Дөрвөн улирлын турш тогтмол ажилладаг эсэх



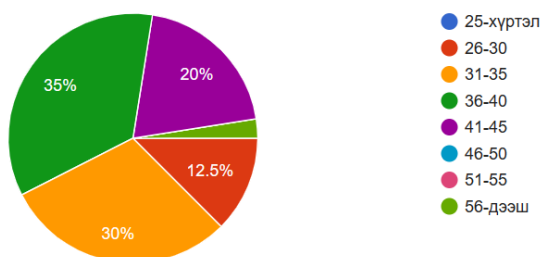
Нийт судалгаанд хамрагдсан аялал жуулчлалын чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулдаг байгууллагуудаас жилийн 4 улирлын турш тогтмол ажилладаг нь 32.5%, улирлын таатай нөхцөлд буюу зуны улиралд ажилладаг нь 45%, тогтмол бус ажилладаг нь 22.5% эзэлж байна.

Албан тушаал



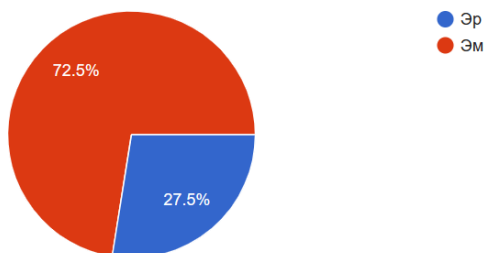
Судалгаанд хамрагдагсдын ихэнх хувь дунд болон дундаас дээш түвшний удирдлагууд судалгаанд оролцсон байна.

Нас



Судалгааны анкетын асуулгад хариулсан иргэдийг насны ангиллаар нь бүлэглэвэл 31-45 насны дунд болон дундаас дээш түвшний удирдлагууд ихэвчлэн аялал жуулчлалын салбарын үйл ажиллагаа эрхэлж байна.

Хүйс



Нийт судалгаанд хамрагдагсдыг хүйсээр нь ангилбал 72.5% эмэгтэй байна.

3.5 Фактор шинжилгээ

КМО and Bartlett's Test Фактор шинжилгээ хийхийн өмнө 75 асуулгын нэгдсэн дүнгээр төлөөлөх чадвар болон алдааны магадлалыг КМО and Bartlett's Test-ээр шалгасан. Доорх хүснэгтээс харахад КМО нь 0.653 байгаа нь уг түүвэр /судалгаанд хамрагдсан оролцогчид/ эх олонлогоо буюу нийт судалгаанд хамрагдагсдын 65.3 хувьтай төлөөлж байна.

Хүснэгт 13 Фактор шинжилгээ

КМО and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.653
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	512.227
	Df	171
	Sig.	.000

Хүснэгт 14 Фактор шинжилгээ

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	Analysis N
S2_C Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	3.0250	1.02501	40
S4_C Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	2.8250	1.03497	40
S6_C Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	2.7500	.95407	40
S10_C Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	2.6000	1.10477	40
S3_CJ Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	3.3750	.83781	40
S1_CJ Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	2.9500	1.01147	40
S5_CJ Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	3.1750	.90263	40
C3_AGG Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	3.3750	.89693	40
C5_AGG Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	3.0750	.97106	40
C7_AGG Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	3.6250	.83781	40
C9_AGG Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	3.4500	1.03651	40
C4_OR Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	3.0250	.97369	40
C6_OR Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	3.4500	.95943	40
C8_OR Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	2.7250	.93336	40

Тайлбар: Аялал жуулчлалын салбарт шууд өрсөлдөгчтэйгөө хамтардаг байдал дээр ихэнх тохиолдолд 2 буюу санал нийлэхгүй, хамтардаггүй гэсэн төлөв ажиглагдаж байна.

Шууд өрсөлдөгч байгууллагуудын удирдлагын түвшин дэх уялдаа холбоо нь дундаж /3/ буюу идэвхтэй бус

Аялал жуулчлалын салбарт шууд бус өрсөлдөгчтэйгөө хамтардаг байдал нь 3 буюу дундаж утгыг зааж байна.

Аялал жуулчлалын холбоод, институцичлагдсан сүлжээний дүрэм журам зохион байгуулалт нь дундаж /3/

Фактор шинжилгээг хүрээлэн буй орчны динамикийг урьдчилан таамаглах байдлыг илрүүлэх 18 асуулууд дээр шинжлэн үзэхэд 7 хүчин зүйлс нь фактор болж чадсан.

Хүснэгт 15 Хүчин зүйлсийн фактор шинжилгээ

Rotated Component Matrix ^a			
	Component		
	1	2	3

M4 Өөрчлөлтийн давтамж орчны динамик.			.898
M6 Өөрчлөлтийн давтамж орчны динамик			.771
M8 Ярвигтай байдал Элементийн тоо	.858		
M9 Ярвигтай байдал Элементийн тоо	.852		
M10 Элементүүдийн уялдаа холбоо	.857		
M12 Урьдчилан таамаглах чадвар, Мэдээллийн хүртээмж		.876	
M13 Урьдчилан таамаглах чадвар, Мэдээллийн хүртээмж		.932	
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. ^a			
a. Rotation converged in 4 iterations.			

Фактор шинжилгээг шууд өрсөлдөгч нартайгаа хамтран ажиллах байдлыг илрүүлэх 10 н асуулгууд дээр шинжлэж үзэхэд 4 н хүчин зүйлс нь фактор болж чадсан. Шууд бус өрсөлдөгчтэйгөө хамтран ажилладаг байдлыг илрүүлэх 9 н асуулгууд дээр шинжлэж үзэхэд 5 н хүчин зүйлс нь фактор болж чадсан. Технологийн тодорхойгүй байдлыг илрүүлэх 9 н асуултаас 2 хүчин зүйлс нь фактор болсон.

Хүснэгт 16 Хүчин зүйлсийн фактор шинжилгээ

Rotated Component Matrix^a						
	Component					
	1	2	3	4	5	6
M6 Өөрчлөлтийн давтамж орчны динамик			.560			
M8 Ярвигтай байдал Элементийн тоо			.914			
M9 Ярвигтай байдал Элементийн тоо			.782			
M10 Элементүүдийн уялдаа холбоо			.865			
M12 Урьдчилан таамаглах чадвар, Мэдээллийн хүртээмж					.851	
M13 Урьдчилан таамаглах чадвар, Мэдээллийн хүртээмж					.856	
S2_C Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	.910					
S4_C Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	.846					
S3_CJ Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	.676					
S1_CJ Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	.858					
C3_AGG Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа		.704				
C5_AGG Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа		.794				
C7_AGG Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа		.512				
C4_OR Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа		.813				
C8_OR Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа		.829				

T1 Технологи болон, инновацын тодорхойгүй байдал				.733		
T2 Технологи болон, инновацын тодорхойгүй байдал						.866
T3 Технологи болон, инновацын тодорхойгүй байдал				.816		
T4 Технологи болон, инновацын тодорхойгүй байдал						.762
T5 Технологи болон, инновацын тодорхойгүй байдал				.757		
TZ1 Зах зээлийн тодорхойгүй байдал				.699		
Extraction Method: Principal Component Analysis.						
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. ^a						
a. Rotation converged in 5 iterations.						

Найдвартай байдлын шинжилгээ: Бизнесийн орчны тодорхойгүй байдал хамтын стратегид нөлөөлөх хүчин зүйлсийн шинжилгээнд ашиглахад хэр найдвартай эсэхийг шалгахад 40 Reliability буюу найдвартай байдлын шинжилгээг хийж Кронбах альфа коэффициентийг тодорхойллоо. Кронбах альфа коэффициент нь $0 \leq 1$ хооронд утгаа авах ба 0.7-с дээш байж хүлээн зөвшөөрөгдөнө гэж үзсэн. Хүснэгт 24-аас харахад факторторлагдаж үлдсэн 7 хүчин зүйлсийн Кронбах альфа коэффициент бүгд 0.653 байгаа нь шкалын хэмжээ болон асуулгын зөрчилдөөнтэй байдал бага болох нь харагдаж байна.

3.6 Хамаарлын шинжилгээ

Хүснэгт 17 Хамаарлын шинжилгээ

Correlations							
		AGGOR	T	PL	PLTWO	market turbulence	CCJ
AGGOR	Pearson Correlation	1	.176	.143	.277	.003	.109
	Sig. (2-tailed)		.276	.378	.084	.985	.501
	N	40	40	40	40	40	40
T	Pearson Correlation	.176	1	.324*	-.140	.254	.172
	Sig. (2-tailed)	.276		.041	.387	.113	.289
	N	40	40	40	40	40	40
PL	Pearson Correlation	.143	.324*	1	-.141	.290	.205
	Sig. (2-tailed)	.378	.041		.387	.069	.204
	N	40	40	40	40	40	40
PLTWO	Pearson Correlation	.277	-.140	-.141	1	-.065	.068
	Sig. (2-tailed)	.084	.387	.387		.690	.677
	N	40	40	40	40	40	40
market turbulence	Pearson Correlation	.003	.254	.290	-.065	1	.233

	Sig. (2-tailed)	.985	.113	.069	.690		.149
	N	40	40	40	40	40	40
CCJ	Pearson Correlation	.109	.172	.205	.068	.233	1
	Sig. (2-tailed)	.501	.289	.204	.677	.149	
	N	40	40	40	40	40	40
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Таамаглал 1: Аялал жуулчлалын салбарын бизнесийн орчин тогтворгүй.

Таамаглал 2: Бизнесийн орчны тодорхойгүй нөхцөл байдал үүсэх үед аялал жуулчлалын салбарын байгууллагууд шууд болон шууд өрсөлдөгч байгууллагуудтай хамтран ажилладаг.

Таамаглал 3: Аялал жуулчлалын салбарын төр засаг, хууль эрх зүйн орчин тодорхойгүй.

3.7 Олон хүчин зүйлсийн регрессийн шинжилгээ

Судалгааны тойм

Судалгааны ажлын хүрээнд бизнесийн орчны тодорхойгүй нөхцөл байдал, түүний шинж чанар нь аялал жуулчлалын салбарт үйл ажиллагаа явуулж буй жуулчны бааз кемпүүдийн хоорондын уялдаа холбоо хамтын ажиллагаанд хэрхэн нөлөөлж байгааг хамтын стратегийн онолын хүрээнд судаллаа.

Судалгааны түүвэр нь аялал жуулчлалын чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулдаг жуулчны бааз кемпүүдийг түүвэрлэн хангайн бүсийн 40 жуулчны баазаас анкетын аргаар авсан бөгөөд нийт судалгаанд хамрагдсан баазуудын 63.6% нь Улаанбаатар хотын ойр орчимд үйл ажиллагаа явуулдаг жуулчны баазууд, 36.3% нь хөдөө орон нутагт үйл ажиллагаа явуулдаг жуулчны баазууд хамрагдсан.

Нийт судалгаанд хамрагдсан жуулчны баазуудын Улаанбаатар хот дахь байршлаараа Налайх дүүрэг 46.4% буюу Тэрэлжийн байгалийн цогцолбор дахь жуулчны бааз кемпүүд ихэнх хувийг эзэлсэн. Хөдөө орон нутгаас хамрагдагсдын 31.3% Хөвсгөл аймаг, 18.8% Төв аймаг, 18.8% Архангай аймаг байна.

Аялал жуулчлалын чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж байгаа жуулчны баазууд нь 50% буюу ихэвчлэн 2-5 жилийн хугацаанд үйл ажиллагаа явуулсан байна. Эдгээр байгууллагуудаас жилийн 4 улирлын турш тогтмол ажилладаг нь 32.5%, улирлын таатай нөхцөлд буюу зуны улиралд ажилладаг нь 45%, тогтмол бус ажилладаг нь 22.5% эзэлж байна. Үүнээс харахад уг салбарт үйл ажиллагаа эрхэлж байгаа байгууллагууд нь тогтмол урт хугацаанд үйл ажиллагаа эрхэлсэн байгууллага цөөн, ихэвчлэн улирлын чанартай буюу жуулчдын идэвхтэй ирдэг саруудын үеэр богино хугацаатайгаар үйл ажиллагаа эрхэлдэг нь харагдаж байна. Судалгаанд хамрагдагсдын ихэнх хувь дунд болон дундаас дээш түвшний удирдлагууд судалгаанд оролцсон бөгөөд насны ангиллаар нь бүлэглэвэл 31-45 насны дунд болон дундаас дээш түвшний эмэгтэй удирдлагууд ихэвчлэн аялал жуулчлалын салбарын үйл ажиллагаа эрхэлж байна.

Судалгааны үр дүн

Судалгааны хүрээнд дэвшүүлсэн таамаглалуудыг нэгтгэн дараах үр дүнд хүрлээ.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.306 ^a	.094	-.010	.84177

a. Predictors: (Constant), PLTWO, market turbulence, T, PL

ANOVA^a

Model		Sum Squares	of df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.561	4	.640	.903	.473 ^b
	Residual	24.800	35	.709		
	Total	27.361	39			

a. Dependent Variable: CCJ

b. Predictors: (Constant), PLTWO, market turbulence, T, PL

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.919	1.170		.785	.438
	market turbulence	.211	.207	.175	1.023	.313
	T	.143	.252	.098	.567	.574
	PL	.151	.192	.138	.788	.436
	PLTWO	.117	.170	.113	.689	.495

a. Dependent Variable: CCJ

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.378 ^a	.143	.045	.74474

a. Predictors: (Constant), PLTWO, market turbulence, T, PL

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.238	4	.809	1.459	.235 ^b
	Residual	19.412	35	.555		
	Total	22.650	39			

a. Dependent Variable: AGGOR

b. Predictors: (Constant), PLTWO, market turbulence, T, PL

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.139	1.035		1.100	.279

market turbulence	-.074	.183	-.067	-.404	.689
T	.252	.223	.191	1.132	.265
PL	.145	.170	.146	.854	.399
PLTWO	.303	.151	.320	2.013	.052

a. Dependent Variable: AGGOR

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.352 ^a	.124	.077	.73232

a. Predictors: (Constant), PLTWO, T

ANOVA^a

Model		Sum Squares	of df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.807	2	1.404	2.617	.086 ^b

Residual	19.843	37	.536		
Total	22.650	39			

a. Dependent Variable: AGGOR

b. Predictors: (Constant), PLTWO, T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.357	.832		1.631	.111
	T	.290	.205	.220	1.413	.166
	PLTWO	.292	.147	.308	1.980	.055

a. Dependent Variable: AGGOR

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.277 ^a	.077	.052	.74185

a. Predictors: (Constant), PLTWO

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.403	.382		6.283	.000
	PLTWO	.262	.148	.277	1.777	.084

a. Dependent Variable: AGGOR

Model Summary

Model	R	R Square ^b	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.277 ^a	.077	.052	.74185

1	.944 ^a	.892	.889	1.04563
---	-------------------	------	------	---------

a. Predictors: PLTWO

ANOVA^{a,b}

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	352.110	1	352.110	322.050	.000 ^c
	Residual	42.640	39	1.093		
	Total	394.750 ^d	40			

a. Dependent Variable: AGGOR

b. Linear Regression through the Origin

c. Predictors: PLTWO

d. This total sum of squares is not corrected for the constant because the constant is zero for regression through the origin.

Coefficients^{a,b}

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 PLTWO	1.146	.064	.944	17.946	.000

a. Dependent Variable: AGGOR

b. Linear Regression through the Origin

Эндээс харахад agglomerate, confederate, conjugate, organic гэсэн хамтын стратегийн дөрвөн төрлийн хувьд, agglomerate буюу салбарын мэргэжлийн холбоонд, кластер нэгдэлд элсэх гэсэн төрөл нь оролцогч талуудын хамтын ажиллагаанд түлхүү ажиглагдаж байна.

Нээлтгэй асуулгын хариултуудыг дараах байдлаар нэгтгэн харууллаа. Үүнд:

Тус салбарт үйл ажиллагаа явуулж байгаа олон тооны холбоодын хамтын ажиллагаа маш сул байгаагаас гадна үйл ажиллагааны цар хүрээ нь эвент, сургалт, семинар зохион байгуулахаас хэтрэхгүй байгаа нь салбарын хөгжилд хувь нэмэр оруулах бус, хязгаарлагдмал хүрээнд ажиллагдийг илэрхийлж байгаа юм.

Мөн төрийн байгууллагууд, холбоод менежментээ сайжруулах, үндэсний хэмжээнд судалгаа хийж, үр дүнг танилцуулан зах зээлээ тэлэхэд хамтын ажиллагааны талаар мэдлэг мэдээллийг салбарын оролцогч талууд буюу ялангуяа хувийн хэвшлийн байгууллагуудад хангалттай өгсөн нөхцөлд хамтарч ажиллах боломжуудыг эрэлхийлэх боломж илүү нэмэгдэх юм.

Тиймээс ижил төстэй нөхцөлд байгаа бусад улс орнуудын сайн туршлагыг судалж, салбарын онцлогт тохирсон менежментийн болон бизнесийн стратегийг хэрэгжүүлэх нь өндөр ач холбогдолтой байна.

ДҮГНЭЛТ

Судалгааны ажлын үндэслэл, зорилгыг тодорхойлоход өмнө хийгдсэн судлаач нарын бүтээл болон судалгааны үр дүнг харьцуулж судаллаа. Тухайлбал, Таамаглал 1-ийг дэвшүүлэхдээ онолын хувьд аялал жуулчлалын салбар нь үйл ажиллагаа явуулж байгаа байгууллага болон хувь хүний хүчин зүйлс, тэр дундаа бизнесийн орчны нөлөөллөөс ихээхэн хамааралтай байдгыг судлагдсан байдлын судалгаа хэсэгт дурдсан эрдэмтэн судлаачдын бүтээлд дэвшүүлсэн онолд тулгуурласан болно.

Энэхүү судалгааны ажлаар дэлхий нийтийг хамарсан цар тахлын үед, цаашид аялал жуулчлалын салбарыг хэрхэн тогтвортой хөгжүүлэх тал дээр гарц буюу шийдлийг эрэлхийлж, төрийн болон хувийн хэвшлийн байгууллагуудын хамтын ажиллагааны орчин нөхцөл, түвшин, уялдаа, арга хэлбэр болон төрлүүдийг онолын хүрээнд судалж, практик нөхцөлд бизнесийн орчны тодорхойгүй байдалд талууд хамтарч ажилладаг эсэх, мөн ямар хэлбэрээр хамтарч ажилладаг болохыг тодорхойллоо.

Монгол улс бусад оронтой харьцуулахад байгалийн болон түүх соёлын нөөц бололцоо сайн, тухайлбал байгалийн унаган төрх, өвөрмөц соёл, органик бүтээгдэхүүн үйлчилгээ гээд давуу талууд их байгааг энэхүү салбарын оролцогч талууд хүлээн зөвшөөрч байгаа нь судалгааны явцад ажиглагдлаа. Гэтэл юуны түрүүнд аялал жуулчлалын салбарт судалгаа шинжилгээ хийж салбарын хөгжлийг дэмжих бодлого баримтлах тал дээр дутмаг байгаа нь, мөн салбарын оролцогч талуудын үйл ажиллагааг тогтвортой хангах, өргөжүүлэн тэлэх системтэй бодлого болон бодлогын баримт бичиг боловсруулдаггүй болох нь тодорхой харагдаж байна. Тухайлбал, хууль эрхзүйн орчин сул байгаа нь одоогоор хэрэгжиж байгаа хууль, журамд заасан хоёрдмол утга агуулга бүхий зүйл заалт, хэрэгжүүлэлт хангалтгүй байдал, бодлогын түвшинд боловсруулсан баримт бичиг агуулгын хувьд давхцал ихтэй байгаа, мөн нэгдсэн залгамж халаа байхгүй зэргээс харахад судалгааны хүрээнд дэвшүүлсэн Таамаглал 3 батлагдаж байгаагаас харагдаж байна.

Таамаглал 1 буюу тус салбарт бизнесийн орчин тогтворгүй байдаг эсэхийг тодорхойлоход, бизнесийн орчин маш олон хүчин зүйлээс хамааралтай байдаг учраас оновчтой тодорхойлоход хүндрэлтэй гэсэн хариу гарсан болно. Тухайлбал, тус судалгааны хүрээнд улс төр, эдийн засгийн нөхцөл байдал зэрэг хэд хэдэн хүчин зүйлсийг хамруулсан боловч судалгаанд оролцогчдын хариултаас харахад бусад хүчин зүйлсийн нөлөө өндөр байх боломжтой гэсэн үр дүн гарсан учраас судалгааны ажлын санал зөвлөмж хэсэгт өөрийн саналыг дүгнэж оруулсан болно.

Харин бизнесийн орчин тодорхойгүй нөхцөлд шууд ба шууд бус өрсөлдөгч байгууллагатай хамтарч ажилладаг гэсэн таамаглалын хувьд судалгаанд оролцогчид ихэнх тохиолдолд санал нийлэхгүй буюу идэвхтэй хамтрал байхгүй гэсэн төлвийг харуулжээ. Энэ нь хувийн хэвшлийн байгууллагууд, тухайлбал жуулчны бааз кемпүүд нь хамтарч ажиллах асуудлаар мэдлэг мэдээлэл дутмаг байхын зэрэгцээ хамтын ажиллагааны арга зам, хэлбэрийн тал дээр уялдаа холбоо хангалтгүй, идэвхгүй, хоорондын итгэлцэл сул байдгаас хамтарч ажиллах тал

дээр өрсөлдөгч байгууллагатайгаа туршлага солилцохыг хүсэхгүй байх, тус тусын амбиц өндөртэй байгаатай холбоотой байна.

САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ

Тус судалгааны үр дүнд үндэслэн бизнесийн орчны тодорхойгүй нөхцөл байдлын үед оролцогч талуудын хамтын ажиллагаа ба уялдаа холбоог хөгжүүлэх зорилготой бусад судалгааны ажилд түлхэц болохуйц дараах санал, зөвлөмжийг боловсрууллаа.

Аялал жуулчлалын салбарт үйл ажиллагаа явуулж байгаа аж ахуйн нэгжүүд хэрхэн хамтарч ажиллах асуудалд байршлаас үл хамааран тухайн орчин нөхцөлд ямар хамтрал байж болох боломжуудыг судалж, арга хэлбэрээ тодорхойлох нь илүү оновчтой гэж үзэж байна. Жишээлбэл, бизнесийн орчин тогтворгүй үед байгууллагуудын хамтралын нэг хэлбэр нь аялал жуулчлалын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг кластер буюу төрөлжүүлэх байдлаар нэгтгэж хөгжүүлэх арга хэлбэр байх боломжтой.

Судалгааны зорилгын хүрээнд дэвшүүлсэн гурван таамаглалаас хоёр нь батлагдаж, аялал жуулчлалын салбарт бизнесийн орчин тогтворгүй байдаг гэсэн таамаглал нь няцаагдсан болно. Тиймээс энэхүү судалгааны ажлын үр дүнг нарийвчилж, тус салбарын оролцогч талуудын үйл ажиллагааг сайжруулах, улмаар салбарын хөгжлийг урагшлуулахын тулд хамтын ажиллагааны стратегийг боловсруулах зорилгоор энэ чиглэлийн судалгаа хийж буй оюутан, судлаачид няцаагдсан таамаглалыг илүү оновчтой боловсруулж, үр дүнг нэгтгэн тодорхой дүгнэлтэд хүрэх боломжтой гэж үзэж байна.

Мөн судалгааны үр дүнгээс харахад, бизнесийн орчин тодорхойгүй үед аялал жуулчлалын бааз кempүүдийн хоорондын хамтын ажиллагаа сул байгаа гэсэн дүгнэлтэд өөр бусад шалтгаан буюу хүчин зүйл нөлөөлж байх боломжтой гэсэн таамаглал урган гарч байгаа учраас тэдгээр хүчин зүйлсийг нарийвчлан тодорхойлж, дэлгэрүүлэн судлах нь зүйтэй.

Салбарын оролцогч талууд стратегийн түвшинд хамтарч ажиллахаас гадна аялал жуулчлалын салбар нь дангаар хөгжих боломжгүй учраас бусад салбар хоорондын хамтын ажиллагааг уялдуулан бэхжүүлэх хамгийн үр дүнтэй арга хэлбэр болон боломжуудыг судлах нь энэхүү судалгааны ажлын үр дүнг илүү сайжруулах боломжтой гэж үзэж байна.

НОМ ЗҮЙ

- З.Ундрах, Х.-и. б. (2018). Тогтвортой аялал жуулчлал дахь түншлэлийн асуудал. Улаанбаатар.
Л.Болд. (2016).
Монголын бизнесийн орчин. (2020).
О Брейн, 2. (2001).
О.Брейн. (2001).
Оливер. (1988).
Оливер. (1990:241).
Прован. (1984).
Төр, хувийн хэвшлийн түншлэлийн гарын авлага. (2013).
Ч.Буянжаргал. (2019). Аялал жуулчлалын салбар дахь бизнес түншлэлийг хөгжүүлэх арга зам. Улаанбаатар.
“Монголын бизнесийн орчин 2020” судалгааны тайлан
“Аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн байдал, шийдвэрлэх асуудлууд 2019”
“Academy of Management Review, 1983, Vol. 8, No. 4, 576-587.”
“Academy of Management Review. 1990, Vol. 15, No. 2, 266-285.”
“SI Academy of Management Review. 1986, Vol. 11, No. 2, 408-427”
“Academy of Management Review. 1984, Vol. 9, No. 3, 526-535”
See discussions, stats, and author profiles for this publication at:
<https://www.researchgate.net/publication/274656201>
“See discussions, stats, and author profiles for this publication at:
<https://www.researchgate.net/publication/354947357>”
“Ч.Буянбадрах "Монгол орны лавлах" эмхэтгэл ном. Зургаадугаар бүлгээс.”
“<https://ikon.mn/n/2311>”
“Бизнес дэх нөлөөллийн судалгаануудын нэгдсэн тайлан, 2020 он, МҮХАҮТ”

ХАВСРАЛТ

Хавсралт 1 Асуулгын загвар

БИЗНЕСИЙН ОРЧНЫ ТОГТВОРГҮЙ БАЙДАЛ БИЗНЕСИЙН БАЙГУУЛЛАГУУДАД ХЭРХЭН НӨЛӨӨЛЖ БУЙГ СУДЛАХ

Энэхүү судалгаа нь бизнесийн орчны тогтворгүй, тодорхойгүй байдал аялал жуулчлалын салбарт үйл ажиллагаа явуулж байгаа байгууллагууд тэр дундаа жуулчны бааз кемпүүдийн хамтын ажиллагаанд хэрхэн нөлөөлж буйг тодорхойлох зорилгоор хийгдэж байгаа болно. Иймд та өөрийн санаа бодлоо үнэн зөв хуваалцаж туслалцаа үзүүлнэ үү. Таны өгсөн санал аялал жуулчлалын салбарын цаашдын хөгжил, оролцогч байгууллагуудын үйл ажиллагааг хэрхэн дэмжин хөгжүүлэх вэ? гэдэгт хариулт өгсөн маш чухал үнэ цэнтэй мэдээлэл болох юм.

Дараах асуултууд нь бизнесийн орчны тогтворгүй, тодорхойгүй байдлын нөлөөллүүд нь танай байгууллагын үйл ажиллагаанд хэрхэн нөлөөлж байгаа талаар санал нийлж буй түвшнээ доорх хариултаас сонгоно уу.

(Асуулт бүрийн ард харалдаа байрлах 1-5 хүртэлх нүдэнд санал нийлж буй түвшнээ ✓ гэсэн тэмдэглэгээгээр бөглөх.)

- 1 - Огт санал нийлэхгүй байна
- 2 - Санал нийлэхгүй байна
- 3 - Дундаж
- 4 - Ерөнхийдөө санал нийлж байна
- 5 - Бүрэн санал нийлж байна

Хүснэгт 18 Асуулгын анкет /Асуулгын зорилго/

Тайлбар: Хүрээлэн буй орчны динамикийг урьдчилан таамаглах

№	Асуулгын зорилго	АСУУЛТ	Огт санал нийлэхгүй	Санал нийлэхгүй	Дундаж	Ерөнхийдөө санал нийлж байна	Бүрэн санал нийлж байна
			1	2	3	4	5
1	M1 Өөрчлөлтийн хүч	Манай зах зээлийн өөрчлөлт маш эрчимтэй явагдаж байна.					
2	M2 Өөрчлөлтийн хүч	Үйлчлүүлэгчид цоо шинэ үйлчилгээг байнга хүсдэг.					
3	M3 Өөрчлөлтийн хүч	Манай зах зээлийг нэгэн хэвийн, өөрчлөлт гардаггүй гэж тодорхойлж болно					

4	M4 Өөрчлөлтийн давтамж орчны динамик	Манай зах зээлд өөрчлөлтүүд тогтмол явагддаг.					
5	M5 Өөрчлөлтийн давтамж орчны динамик	Жилийн дотор манай зах зээлд юу ч өөрчлөгдөөгүй.					
6	M6 Өөрчлөлтийн давтамж орчны динамик	Бидний үзүүлдэг үйлчилгээний төрөл тогтмол өөрчлөгддөг.					
7	M7 Өөрчлөлтийн давтамж орчны динамик	Бидний зах зээлд үзүүлж буй үйлчилгээний хэмжээ байнга өөрчлөгддөг					
8	M8 Ярвигтай байдал Элементийн тоо	Зах зээл дээр маркетингийн шийдвэр гаргахдаа олон хувьсагчдыг анхаарч үзэх шаардлагатай болдог.					
9	M9 Ярвигтай байдал Элементийн тоо	Манай зах зээл бүх талаараа хувьсан өөрчлөгдөж, өөрчлөлт явагдаж байна.					
10	M10 Элементүүдийн уялдаа холбоо	Манай зах зээлийн хувьд бүгд өөр хоорондоо харилцан хамааралтай байдаг.					
11	M11 Элементүүдийн уялдаа холбоо	Эдийн засгийн шийдвэрүүд манай зах зээл дээрх олон хүчин зүйлд нөлөөлдөг.					
12	M12 Урьдчилан таамаглах чадвар, Мэдээллийн хүртээмж	Манай зах зээлтэй холбоотой, болж буй үйл явдлууд нууц биш хэвээр байна.					
13	M13 Урьдчилан таамаглах чадвар, Мэдээллийн хүртээмж	Зах зээлийг бодитоор тодорхойлохуйц мэдээллүүдийг бүрэн дүүрэн тодорхой эх сурвалжуудаас олж авч чаддаг.					
14	M14 Урьдчилан таамаглах чадвар, Мэдээллийн хүртээмж	Энэ зах зээлд найдвартай мэдээлэлд тулгуурлан шийдвэр гаргахад хэцүү байдаг.					
15	M15 Урьдчилан таамаглах чадвар, Мэдээллийн хүртээмж	Жуулчид ямар бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ хүсдэг, тэдний онцлог, хэрэгцээний өөрчлөлтийн талаарх бодитой мэдлэг, мэдээлэл бидэнд бий.					
16	M16 Өөрчлөлтийг урьдчилан таамаглах чадвар	Манай зах зээлд өөрчлөлт явагдах тодорхой хандлага ажиглагдаж байна					
17	M17 Өөрчлөлтийг урьдчилан таамаглах чадвар	Хэдийгээр манай зах зээлд олон өөрчлөлт гарч байгаа ч эдгээр өөрчлөлтүүдийн хэв маягийг олж мэдэх боломжтой.					
18	M18 Өөрчлөлтийг урьдчилан таамаглах чадвар	Хэн зах зээлд шинээр нэвтрэх гэж байгаа болон хэн зах зээлээс гарч болохыг урьдчилан таамаглах боломжтой.					

№	Асуулгын зорилго	АСУУЛТ	Огт санал нийлэхгүй	Санал нийлэхгүй	Дундаж	Ерөнхийд өө санал нийлж байна	Бүрэн санал нийлж байна
			1	2	3	4	5
1	T1 Технологи болон, инновацын тодорхойгүй байдал	Манай зах зээлд технологи хурдацтай өөрчлөгдөж байна.					
2	T2 Технологи болон, инновацын тодорхойгүй байдал	Манай зах зээлийн технологийн дэвшил харьцангуй бага.					
3	T3 Технологи болон, инновацын тодорхойгүй байдал	Технологийн өөрчлөлт нь манай зах зээлд асар их боломжийг бий болгож байна.					
4	T4 Технологи болон, инновацын тодорхойгүй байдал	Ирэх 5-н жилд манай зах зээл дахь технологийн хөгжил яаж хөгжихийг таамаглахад хэцүү.					
5	T5 Технологи болон, инновацын тодорхойгүй байдал	Манай зах зээлд олон тооны шинэ бүтээгдэхүүн үйлчилгээ худалдаанд гарлаа. Технологийн нээлт болон инновац гэх мэт.					
6	TZ1 Зах зээлийн тодорхойгүй байдал	Технологийн дэвшил, нээлтийн ачаар олон тооны шинэ бүтээгдэхүүн үйлчилгээ манай зах зээлд шинээр нэвтэрсэн.					
7	TZ2 Зах зээлийн тодорхойгүй байдал	Манай зах зээлд хэрэглэгчдийн хүсэл сонирхол харьцангуй хурдан өөрчлөгддөг.					
8	TZ3 Зах зээлийн тодорхойгүй байдал	Шинэ үйлчлүүлэгчид /Цар тахлын дараах/ бүтээгдэхүүн үйлчилгээтэй холбоотой хэрэгцээ шаардлага нь өмнөх болон одоо байгаа үйлчлүүлэгчдийнхээс ялгаатай болж байна.					
9	TZ4 Зах зээлийн тодорхойгүй байдал	Манай компани үйлчлүүлэгчдийн эрэлт хэрэгцээнд нийцүүлэн үйлчилгээний журам стандарт, бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтэд шинэчлэл хийгээгүй.					

Тайлбар: Бизнесийн орчны тодорхойгүй нөхцөл байдал үүсэх үед танай байгууллага өрсөлдөгч болон өрсөлдөгч бус байгууллагуудтайгаа хэрхэн ямар хэлбэрээр хамтран ажилладаг талаарх асуултууд.

Шууд өрсөлдөгчидтэй хамтран ажиллах дээр							
№	Асуулгын зорилго	АСУУЛТ	Огт санал нийлэхгүй	Санал нийлэхгүй	Дундаж	Ерөнхийд өө санал нийлж байна	Бүрэн санал нийлж байна
			1	2	3	4	5
1	S1 Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	Үйлдвэрлэл, үйлчилгээнд шаардлагатай бараа, материал худалдан авах тал дээр шууд өрсөлдөгчтэйгөө хамтран гэрээ хийж ажилладаг.					
2	S2 Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	Шууд өрсөлдөгчтэйгөө хамтарсан борлуулалтын гэрээ хийж ажилладаг.					

3	S3 Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	Салбарын болон зах зээлийнхээ талаарх мэдээ мэдээллийг өрсөлдөгчидтэйгөө хуваалцдаг.					
	S4 Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	Өрсөлдөгчтэйгөө хамтын эзэмшлийн бизнесийг эрхэлдэг					
5	S5 Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	Судалгаа хөгжлийн чиглэлээр шууд өрсөлдөгчтэйгөө хамтран ажилладаг.					
6	S6 Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	Сурталчилгаа, маркетингийн идэвхжүүлэлтийн чиглэлээр шууд өрсөлдөгчтэйгөө хамтран ажилладаг.					
7	S7 Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	Өрсөлдөгчтэйгөө ачаа тээвэр, логистикийн зардлыг хуваалцах чиглэлээр хамтран ажилладаг.					
8	S8 Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	Өрсөлдөгчдөөс чадварлаг ажилтан мэргэжилтэн урвуулан авдаг.					
9	S9 Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	Өрсөлдөгчидтэйгөө хамтарсан сургалт зохион байгуулах, сургалт семинарт хамрагдах үүрэг хүлээдэг					
10	S10 Байгууллага хоорондын симбиотик үйл ажиллагаа	Лицензийн гэрээнд хамтран оролцох					

Шууд бус өрсөлдөгчидтэй хамтран ажиллах

№	Асуулгын зорилго	АСУУЛТ	Огт санал нийлэхгүй	Санал нийлэхгүй	Дундаж	Ерөнхийдөө санал нийлж байна.	Бүрэн санал нийлж байна.
			1	2	3	4	5
1	C1 Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	Нийлүүлэгч, худалдан авагч байгууллагуудтайгаа тасралтгүй хамтран ажилладаг.					
2	C2 Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	Нийлүүлэгч, худалдан авагч байгууллагуудтайгаа хамтарсан судалгаа, хөгжлийн төсөл хэрэгжүүлдэг					
3	C3 Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	Нийлүүлэгч, худалдан авагч байгууллагуудтайгаа маркетинг, сурталчилгааны чиглэлээр хамтран ажилладаг.					
4	C4 Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	Нийлүүлэгч эсвэл худалдан авагчийн ажилчдын ажил эрхлэлтэд анхаарал хандуулдаг					
5	C5 Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	Дэд бүтэц Тээврийн зардлыг хуваалцдаг					
6	C6 Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	Зах зээлийн шаардлагатай мэдээ мэдээллийг хуваалцдаг					
7	C7 Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	Яам болон холбоодоос зохион байгуулсан хамтарсан сургалтад хамрагдах үүрэг хүлээсэн, хамтран оролцдог					
8	C8 Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	Лицензийн гэрээнд оролцох					
9	C9 Симбиотик байгууллага хоорондын үйл ажиллагаа	Салбарын стандарт үнэ өртгийг үйл ажиллагаа борлуулалтандаа ашигладаг.					

Төр засаг, хууль эрх зүйн орчны талаарх асуулга

№	Асуулгын зорилго	АСУУЛТ	Огт санал нийлэхгүй	Санал нийлэхгүй	Дундаж	Ерөнхийд өө санал нийлж байна.	Бүрэн санал нийлж байна.
			1	2	3	4	5
1	PL1 Тогтворгүй байдал	Засгийн газрын дүрэм журамд өөрчлөлт орох нь элбэг байдаг					
2	PL2 Тогтворгүй байдал	Шинээр гарч ирж буй хууль, дүрэм журам, стандартын мэдээлэл хангалтгүй, хүртээмжгүй байна					
3	PL3 Тодорхой бус байдал	Татварын бодлогын өөрчлөлт нь компанийн үйл ажиллагаанд нөлөөлдөг					
4	PL4 Тодорхой бус байдал	Хууль эрх зүйн орчны тодорхой бус байдал нь салбарын үйл ажиллагаанд нөлөөлдөг					
5	PL5 Нарийн төвөгтэй байдал	Бизнесийн орчны нөхцөл байдал үр дагаврын нөлөөг таамаглахад хэцүү тодорхой бус байдаг					
6	PL6 Нарийн төвөгтэй байдал	Бизнесийн орчны нөхцөл байдал үр дагаврын нөлөөг таамаглах боломжтой. Бүх зүйл тодорхой байдаг					
7	PL7 Нарийн төвөгтэй байдал	Хүрээлэн буй орчны тодорхойгүй байдал нь аялал жуулчлалын бизнест сөрөг нөлөө үзүүлдэг					
8	PL8 Хоёрдмол байдал	Хууль эрх зүй, дүрэм журмын талаарх мэдээлэл ихэвчлэн хоёрдмол утгатай.					
9	PL9 Хоёрдмол байдал	Юу хийж болох болохгүй талаар байнга санал зөрөлдөөнтэй тулгардаг					
10	PL10 Төрийн дэмжлэг	Бүтээгдэхүүний хөгжүүлэлтийн үйл явц, үйлдвэрлэлд туслалцаа үзүүлдэг					
11	PL11 Төрийн дэмжлэг	Засгийн газраас салбарт хангалттай хэмжээний чөлөөлөлт, татаас олгодог					
12	PL12 Төрийн дэмжлэг	Засгийн газраас ажилчдын мэдлэг урч чадварыг хөгжүүлэх, сургалт үйл ажиллагаа явуулдаг					
13	PL13 Төрийн дэмжлэг	Үйл явцыг сайжруулах, зардлыг бууруулахад туслалцаа үзүүлдэг					
14	PL14 Төрийн дэмжлэг	Засгийн газраас санхүүгийн зөвлөгөө, тусламжийг тогтмол санал болгодог					
15	PL15 Төрийн дэмжлэг	Төр засаг бүтээгдэхүүн үйлчилгээний экспортод дэмжлэг үзүүлдэг					
16	PL16 Төрийн дэмжлэг	Засгийн газар үндэсний болон олон улсын үзэсгэлэн худалдаанд оролцоход дэмжлэг үзүүлдэг					
17	PL17 Төрийн дэмжлэг	Засгийн газар материал болон бусад шаардлагатай тоног төхөөрөмж худалдан авахад татаас олгодог					
18	PL18 Төрийн дэмжлэг	Засгаас аялал жуулчлалын бодлого, судалгаа, боловсруулалт, технологийн хөгжлийг дэмждэг					

Асуулт: Бизнесийн орчны тогтворгүй, тодорхойгүй, байдал /Ковид-19/ тогтворжсоны дараа салбарынхаа бусад байгууллагууд болон өрсөлдөгч байгууллагуудтайгаа ямар нэгэн байдлаар хамтран ажиллах бодлого төлөвлөгөө, төлөвлөсөн зүйл байгаа юу?

- A. Байгаа
- B. Байхгүй

Байгаа бол ямар хамтын ажиллагааг, ямар байдлаар хамтран ажиллахаар зорьж төлөвлөж байгаа вэ? Дэлгэрэнгүй хариулна уу.

.....
.....
.....

Байхгүй бол яагаад? Дэлгэрэнгүй хариулна уу.

.....
.....

Ерөнхий мэдээллийн хэсэг

Байгууллага эсвэл баазын нэр:

Байршил: Өмнөх тоог дугуйлна уу

Улаанбаатар:

- | | | | |
|----|-----|----|------------|
| 1. | БЗД | 6. | Хан-Уул |
| 2. | БГД | 7. | Налайх |
| 3. | СХД | 8. | Багануур |
| 4. | ЧД | 9. | Багахангай |
| 5. | СБД | | |

Орон нутаг: Өмнөх тоог дугуйлна уу

- | | | | |
|-----|------------|-----|-------------|
| 1. | Төв | 12. | Дорнод |
| 2. | Булган | 13. | Баянхонгор |
| 3. | Дархан Уул | 14. | Ховд |
| 4. | Хөвсгөл | 15. | Увс |
| 5. | Өвөрхангай | 16. | Баян Өлгий |
| 6. | Архангай | 17. | Дундговь |
| 7. | Завхан | 18. | Говь Алтай |
| 8. | Дорноговь | 19. | Сүхбаатар |
| 9. | Өмнөговь | 20. | Сэлэнгэ |
| 10. | Говьсүмбэр | 21. | Орхон аймаг |
| 11. | Хэнтий | | |

Аялал жуулчлалын чиглэлээр хэд дэх жилдээ үйл ажиллагаа явуулж байгаа вэ?

- 2-5
- 6-10
- 11-15
- 16-20
- 21-дээш

Дөрвөн улирал ажилладаг эсэх

- Тийм
- Үгүй
- Заримдаа

Нас:

- 25 хүртэл
- 26-30
- 31-35
- 36-40

Хүйс:

- Эр
- Эм

Албан тушаал:

- Удирдлага
- Менежер
- Ажилтан

- 41-45
- 46-50
- 51-55
- 56-дээш

