

МОНГОЛЫН БИЗНЕС ЭРХЛЭГЧДИЙН БИЗНЕСИЙН ЁС ЗҮЙН ӨНӨӨГИЙН ТӨЛӨВ БАЙДАЛ

М.Цолмон*, Б.Даваасүрэн**, Р.Шарбанди***, Б.Угтахжаргал****

Хураангуй: Энэ зууны эхээр гарсан бизнесийн луйвар, дуулиант хэргүүдээс үүдэн бизнесийн ёс зүйн асуудлыг улс орнууд төрийн бодлогын түвшинд авч үзэх шаардлага тулгарсан төдийгүй олон улсын байгууллагууд хүлээсэн үүргийнхээ хүрээнд зайлшгүй авч үзэх асуудал нь болсон байна. Энэхүү судалгааны өгүүлэл нь бизнесийн ёс зүй (business ethics)-ийн талаарх онолын үндэслэл, судалгааны арга зүйг судалж, онол арга зүйн судалгаанд үндэслэн Монголын бизнес эрхлэгчдийн бизнесийн харилцааны ялгаатай үе шат (эхлэл, өсөлт, тогтворжилт, уналт) дахь бизнесийн ёс зүйн түвшин хийгээд бизнес эрхлэх нийтлэг зан төлөвийн онцлогийг тодорхойлохыг гол зорилгоо болгов.

Түлхүүр үгс: Бизнесийн ёс зүй, бизнесийн харилцаа, бизнесийн харилцааны эхлэл, өсөлт, тогтворжилт, уналтын үе шат

CURRENT TRENDS IN ETHICAL ISSUES OF MONGOLIAN BUSINESS PEOPLE

Abstract: Countries around the world were forced to consider issues of ethics of business at the level of state policy due to big fraud and scandals happened in global business in early of this century. The purpose of this study aimed to determine the ethics and etiquettes of Mongolian business people at different stages of business (inception stage, development stage, maintenance stage, dissolution stage) studying theoretical aspects and research methodology of ethics in business and business etiquettes.

Keywords: Business relationships, business ethics, the stages of business relationships, inception stage, development stage, maintenance stage, dissolution stage

* МУИС, Бизнесийн сургууль, (E-mail): tsolmon.m@num.edu.mn

** МУИС, Бизнесийн сургууль, (E-mail): davaasurenb@num.edu.mn

*** МУИС, Бизнесийн сургууль, (E-mail): sharbandi@num.edu.mn

**** МУИС, Бизнесийн сургууль, (E-mail): ugtakhjargal@num.edu.mn

Оршил

Бизнесийн хөгжлийн орчин үеийн чиг хандлага нь нийгмийн баримжаатай үзэл баримтлалаар дамжин хувь хүний эрхийг эрхэмлэсэн, хамгаалсан улмаар хүндэтгэсэн хариуцлагатай бизнесийн үзэл баримтлал уруу шилжих болсноор хүний эрхийг дээдэлсэн бизнесийн ёс зүйн асуудал нэн чухлаар тавигдах болсон. Бизнесийн аливаа шийдвэр гаргалт нь ёс зүйн болон нийгмийн үр дагавартай тул бизнес эрхлэгчид шийдвэр гаргахдаа нийгмийн хариуцлагын үүднээс шийдвэр гаргах ёстой гэсэн үзэл дээр бизнесийн ёс зүй суурилдаг тул энэ чиглэлийн судалгаа нь нэн чухал ач холбогдолтой юм.

Нөгөө талаас хэрэглэгчид бизнес эрхлэгчдийг нийгмийн хариуцлагатай, ёс зүйтэй байхыг хүсч, шаарддаг болжээ. Тухайлбал 2021 онд хийгдсэн “Монгол хэрэглэгчийн амьдралын хэв маяг, хүсэл сонирхол, үзэл бодлыг тодорхойлох судалгаа”-нд оролцогчдын дийлэнх буюу 86.4% нь Бизнес эрхлэгчид ёс зүйтэй байх ёстой хэмээн үзжээ.⁵

Энэхүү судалгааны зорилго нь Монголын бизнес эрхлэгчдийн бизнесийн ёс зүйн онцлогийг тодорхойлох явдал бөгөөд зорилгыг дараах зорилтуудаар хангах боломжтой гэж үзэв. Үүнд:

- Бизнесийн ёс зүйн онол арга зүйн үндэслэлийг шинжлэн судлах
- Онол арга зүйн судалгаанд үндэслэн Монголын бизнес эрхлэгчдийн бизнесийн ёс зүйн болон бизнесийн нийтлэг зан төлөвийн өнөөгийн төлөв байдлыг тодорхойлох зэрэг болно.

Сэдвийн судлагдсан байдал

Ёс зүйн үнэт зүйлс, зарчим нь бизнесийн өдөр тутмын үйл ажиллагаанд нэн чухал ач холбогдолтой бөгөөд үр дүн, амжилтынх нь салшгүй нэг хэсэг болдог. Бизнесийн ёс зүй хэмээх ойлголт анхлан 1920 оноос яригдах болж, 1960-аад оноос хүчээ авч эхэлсэн бөгөөд өнөө хэр нь практик төдийгүй эрдэм шинжилгээ судалгааны талбарт анхаарал татсан, ач холбогдол өндөр сэдэв хэвээр байна. Энэ зууны эхээр гарсан Enron, WorldCom, Arthur Andersen, Бэрни Мэдоффын мөнгөний пирамид, мөргөйжийн болон дансны аргаар идсэн луйварууд зэрэг дуулиант хэргүүд нь бизнесийн ёс зүйн асуудлыг улс орнууд төрийн бодлогын түвшинд авч үзэх шаардлага тулгарсан төдийгүй олон улсын байгууллагууд хүлээсэн үүргийнхээ хүрээнд зайлшгүй авч үзэх асуудал нь болсон байна. Түүнчлэн топ бизнесийн сургуулиуд 1990-ээд оны эхнээс бизнесийн ёс зүйн хичээлийг хөтөлбөртөө оруулж, заавал судлах бизнесийн нэн чухал сэдэв болгосон. (Steven Silbiger, 2012)

⁵ “Монгол хэрэглэгчийн амьдралын хэв маяг, хүсэл сонирхол, үзэл бодлыг тодорхойлох судалгаа” 2021

Ёс зүй гэдэг нь зөв бурууг дүгнэх ёс суртахууны хэм хэмжээ байдаг бол бизнесийн ёс зүй нь бизнесийн харилцаанд оролцогч аливаа байгууллагын үйл ажиллагаа, шийдвэр гаргалтын бүх түвшинд илрэн гарч ирж байдаг онцлогтой. Хэрэглэгч болон байгууллагын бизнесийн оролцогч талууд (ажиллагсад, түншүүд, хөрөнгө оруулагчид гэх мэт) ёс зүйн үнэ цэнэ, ач холбогдлыг ойлгож, тодорхой хүлээлтэй байдаг болсон бөгөөд XXI зуунд ёс зүйтэй бизнес эрхлэх шаардлага хэрэгцээ бүхий л байгууллагуудад бий болж байна.

Ёс зүйг олон талаас нь судлаач, эрдэмтэд тодорхойлсон байдаг. Уг ойлголт нь Грекийн *ethos* гэдэг үгнээс гаралтай, амьдралд хандах хувь хүний суурь хандлага гэсэн утгатай бөгөөд ёс суртахуун талаас аливаа үйлдлийн зөв бурууг тогтооход чиглэсэн гүн ухааны онол дээр тулгуурладаг. (Paswan, 2015) Харин бизнесийн ёс зүй гэдэг нь байгууллага болон түүнд харьяалагдах хүмүүсийн ёс суртахууны итгэл үнэмшлийн цогц, зан төлөвийнх нь тусгал (Epstein, 1989) бөгөөд бизнесийн байгууллага үйл ажиллагаа явуулахдаа зөвхөн өөрийн ашиг сонирхлыг тэргүүн эгнээнд тавих бус харин үнэнч шударга, ил тод, зөв зарчмаар ажиллах ёстой гэсэн үзэл санаан дээр суурилдаг. Бизнесийн ёс зүй нь үнэнч, шударга байдал, хариуцлагатай байх, итгэмжтэй байх, хамтын ажиллагаа, хоёр талт байдал, мэргэжлийн буюу албан ёс зүй, нээлттэй ил тод харилцаа, нэгдмэл байх зэрэг корпорацийн үнэт зүйлсийг харуулдаг. (Schwartz, 2005)

Бизнесийн ёс зүйг ерөнхийд нь *норматив ёс зүй*, *тодорхойлсон ёс зүй* гэсэн хоёр хэсэгт ангилж үздэг байна. *Норматив ёс зүй* нь хувь хүний дагаж мөрдвөл зохих ёс суртахууны онол, гүн ухаанд үндэслэдэг бол *тодорхойлсон ёс зүй* нь тухайлсан нөхцөл байдалд хувь хүний гаргаж байгаа үйл хөдлөл, зан суртахууныг голчлон авч үздэг. (Donaldson & Dunfee, 1994)

Харин De George (1982) бизнесийн ёс зүйг судлахдаа норматив ёс зүй, тодорхойлсон ёс зүй, мета ёсзүй гэсэн гурван хэсэгт хувааж үзсэн байна. Тэрээр эдгээрийг нэгтгэн ерөнхий ёс зүй гэж үзээд энэ нь тухайлсан ёс зүйгээс эрс ялгаатай болохыг онцолсон. Түүнийхээр хэм хэмжээст ёс зүй буюу норматив ёс зүй нь ёс суртахууны системийн суурь үнэт зүйлс эсвэл суурь зарчмыг илрүүлэх, хөгжүүлэх, зөвтгөхөд чиглэдэг бол тодорхойлсон ёс зүй нь соёл, хүмүүс, нийгмийн ёс зүйг судалж, тайлбарладаг, ингэхдээ ёс зүйн тогтолцоо, ёс зүйн дүрэм, туршлага, итгэл үнэмшил, зарчим, үнэт зүйл зэргийг хооронд нь харьцуулж авч үздэг. Харин мета ёс зүй нь ёс зүйн учир шалтгааныг судалдаг бөгөөд ёс зүйн хэл гэгддэг энэ салбар нь уг ойлголтын мөн чанар, учир зүйг судалдаг.

Бизнесийн ёс зүй мөн ялгаагүй норматив, тодорхойлсон, мета ёс зүйн хандлагыг өөртөө агуулдаг хэдий ч ихэнх тохиолдолд үүнийг нарийн ялгаж авч үзэх нь практикт нилээн түвэгтэй байдаг байна.

Өөр нэг судалгааны өнцөг бол судлаач Vitell (1986)-ийн тодорхойлсон бизнесийн ёс зүйг судлах норматив чиглэл болон тухайлсан чиглэл юм. Норматив судлагдахуунд аливаа байгууллагын удирдлага, ажиллагсад юуг хийж болох мөн юуг хийж болохгүй талаарх ерөнхий зарчмыг авч үздэг бол тухайлсан ёс зүй нь тодорхой бүлэг хүмүүс тодорхой нөхцөлд юуг ёс зүйтэй эсвэл ёс зүйгүй гэж үзэж байгаа болохыг судалдаг.

Бизнесийн салбарт хийгдэж байгаа ихэнх судалгааг тухайлсан, тодорхойлсон ёс зүй (descriptive ethics) талаас нь өргөн хүрээнд судласан байдаг. Тухайлбал бизнест ёс зүй яагаад чухал болох талаар (Muhammad Roy Purwanto 2019, Jessie I. Quierrez 2018), бизнесийн харилцаанд ёс зүйн гүйцэтгэх үүрэг, маркетинг болон хэрэглэгч талаас, ажлын байран дээрх сэтгэл ханамж, ажилтны гүйцэтгэл ажилтан талаас, харилцааны үр дүн гүйцэтгэл, шийдвэр гаргалт удирдлага талаас, хувь хүний хүчин зүйл талаас, байгууллагын хүчин зүйл талаас, нийгмийн хариуцлага талаас, олон улсын бизнес бүс нутаг, үндэс угсаа, соёл талаас, тогтвортой хөгжил талаас гэх мэт олон талаас нь судалсан байна.

Мөн ёс зүйн онолын хэрэгжилтийг судалсан олон судалгааны ажлууд байдаг. Тодруулбал судлаач Canavagh “Үр дүнд суурилсан ёс зүйн онол”, “Шударга ёсны онол”, “Зөвийн тухай онол” зэрэгт үндэслэн судалгаа явуулсан бол, эрдэмтэн Hunt, Vitell (1986) нар тодорхойлсон ёс зүйн шийдвэр гаргалтын үйл явцыг тодорхойлжээ. Харин судлаач Gresham, Ferrel and Mcclaves N. (2013) нар байгууллага болон хувь хүний хүчин зүйл талаас ёс зүйн зан төлөвийг судалсан бол Fritzsche болон Becke (1984) нар ёс зүйн хамгийн нийтлэг хэрэглэгддэг Rest-ийн онолд тулгуурлан ёс зүйн зан төлөвийг норматив онолтой холбон судалжээ. Судлаачдын хамгийн өргөн хэрэглэж, суурь үндсээ болгодог онол загварт Trevino, Rest, John-ийн загварууд ордог.

Kim Shyan Fam, Ahmet Bardakci нарын судлаачид 1990 оноос хойш хийгдсэн бизнесийн ёс зүй болон бизнес эрхлэх нийтлэг зан төлөвийг илэрхийлэх боломжит үзүүлэлтүүдийг тодорхойлсон олон арван судалгаануудад шинжилгээ хийж бизнесийн ёс зүйг илтгэх 16, бизнес эрхлэх нийтлэг зан төлөвийг илэрхийлэх 161 үзүүлэлтүүд байгаа болохыг илрүүлсэн байна. Судлаачид цаашлаад өөрсдийн судалгаандаа бизнесийн ёс зүйг дараах ерөнхий 10 үзүүлэлтээр тодорхойлох боломжтой болохыг тодотгон харуулсан. Үүнд: үнэнч шударга байдал, үүрэг амлалтаа биелүүлэх байдал, итгэмжтэй байдал, ил тод байдал, харилцаагаа идэвхтэй байлгах, тэгш эрх боломж, шударга өрсөлдөөн, засаглалын ил тод зарчим, нэгдмэл хамтач байдал зэрэг болно.⁶ Бид

⁶ Kim-Shyan Fam, 2021, Chinese social capital in a business context: the impact of business ethics, business etiquette and business orientation on relationship building and performance

энэхүү судалгаандаа эдгээр 10 ерөнхий үзүүлэлтүүдээр Монголын бизнесийн ёс зүйн төлөв байдлыг илрүүлэхийг зорилоо.

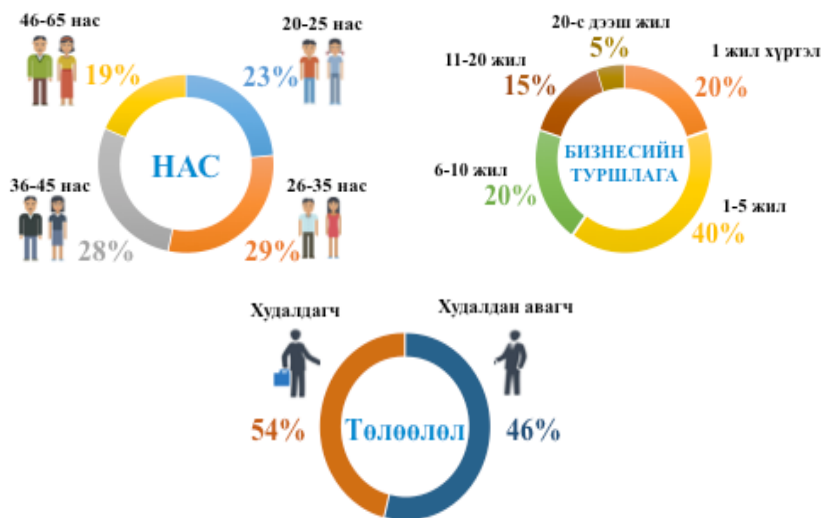
Анхдагч судалгааны үр дүн

Монголын бизнес эрхлэгчдийн бизнесийн ёс зүйн төлөв байдлыг тодорхойлох судалгааны зорилгын хүрээнд профессор Kim-Shyan Fam нарын санал болгосон судалгааны арга зүйн загвараар тоон судалгааны аргачлалыг ашиглан, статистик шинжилгээ, харьцуулалт, задлан шинжлэх, нэгтгэн дүгнэх аргуудаар судалгааг гүйцэтгэв. Судалгаанд буцаалтгүй, энгийн түүврийн аргыг хэрэглэсэн.

Судалгаанд оролцогсдын ерөнхий мэдээлэл

Судалгааны түүврийн хэмжээг идэвхитэй үйл ажиллагаа явуулж буй аж ахуйн нэгж (ААН)-үүдийн нийт тооноос 92 хувийн итгэх түвшингээр тооцоолж энэхүү судалгаанд 372 ААН-г хамруулсан. Судалгаанд оролцогсдыг насны бүлэг, бизнесийн талбарт үйл ажиллагаа явуулж буй хугацааны туршлага болон бизнесийн харилцаанд оролцогчийн төлөөлөөр авч үзвэл дараах байдалтай байна.

Зураг 1. Судалгаанд оролцогсод, насны бүлэг, туршлага, төлөөлөөр



Үйл ажиллагааны чиглэлийн хувьд судалгаанд хамрагдсан ААН-үүд давхардсан хариултаар 44% нь худалдаа, 20% нь үйлчилгээ, үлдсэн нь бусад салбарынх, түүнчлэн 40% нь УБ хотын харъяалалтай ААН байна. Судалгааны үр дүнгүүдийг дараах чиглэлүүдээр тодорхойлон авч үзлээ.

Монголын бизнес эрхлэгчдийн бизнесийн ёс зүйн төлөв байдал

Kim-Shyan Fat нарын судалгааны арга зүйн загвараарх бизнесийн ёс зүйг үнэлсэн 15 үзүүлэлтүүд Монголын бизнес эрхлэгчдэд хэр ач холбогдолтойг 1-7 оноогоор үнэлүүлэхэд **дунджаар 5.81** хэмээн үнэлсэн. Үүнээс үзвэл судалгаанд оролцогсод бизнесийн харилцаандаа ёс зүйг *чухал* буюу *ач холбогдолтой* хэмээн санал нийлдэг нь харагдаж байна.

Хүснэгт 1. Монголын бизнес эрхлэгчдийн
бизнесийн ёс зүйн ерөнхий төлөв

№	Үзүүлэлт	Дундаж үнэлгээ	№	Үзүүлэлт	Дундаж үнэлгээ
1	Найдвартай байдал	6.18	9	Нэгдмэл хамтач байдал	5.84
2	Бусдын итгэл хүлээх байдал	5.99	10	Нийгмийн хариуцлага	5.75
3	Амлалтандаа хүрэх байдал	5.99	11	Бизнесийн харилцаандаа идэвхтэй, тууштай байх	5.72
4	Үнэнч шударга байдал	5.97	12	Талуудын тэнцвэрт байдал, ижил тэгш боломж	5.69
5	Харилцаандаа үнэнч байх	5.96	13	Ижил ёс суртахуунтай байх	5.58
6	Хүндлэл	5.93	14	Засаглалын ил тод байдал	5.42
7	Шударга өрсөлдөөн	5.9	15	Бизнесийн ил тод байдал	5.31
8	Шударга байдал (ерөнхий утгаараа)	5.88			
Ерөнхий үнэлгээ					5.81

Эх сурвалж: Монголын бизнесийн ёс зүй, нийтлэг зан төлөвийн түүвэр судалгаа 2021, МУИС, БС, МХТ Тайлбар: Үнэлгээний доод утга 1, дээд утга 7

Хүснэгтэд үзүүлсэн бизнесийн ёс зүйн төлөв байдлыг илэрхийлэх 15 үзүүлэлтүүдээс Монголын бизнес эрхлэгчид эхний 13 үзүүлэлт (найдвартай байдал, бусдын итгэлийг хүлээх байдал, амталтдаа хүрэх, үнэнч шударга байдал, харилцаандаа үнэнч байх, хүндлэл, шударга өрсөлдөөн, шударга байдал, нэгдмэл хамтач байдал, нийгмийн хариуцлага, бизнесийн харилцаандаа идэвхтэй, тууштай байх, талуудын тэнцвэрт байдал, ижил тэгш боломж, ижил ёс суртахуунтай байх)-г бизнес эрхлэхэд **чухалчилдаг**, харин сүүлийн хоёр болох

Засаглалын ил тод байдал, Бизнесийн ил тод байдал зэрэг үзүүлэлтүүдийг тодорхой түвшинд чухалчилдаг хэмээн хариулжээ. (Хүснэгт 01)

Дээрх үзүүлэлтүүдийн ач холбогдлыг нас, хүйс, бизнесийн харилцаанд оролцогч талын байр суурь, бизнесийн харилцааны үе шат зэргээс хамааралтай эсэхийг тодруулбал дараах онцлогтой байна.

Хүснэгт 2. Бизнес эрхлэгчдийн бизнесийн ёс зүйн ерөнхий төлөв, насны бүлэг, хүйсээр

	Бизнесийн ёс зүйн үзүүлэлтүүд	20-25	26-35	36-45	46-65	Эрэг-тэй	Эмэг-тэй	Mean
1	Найдвартай байдал	6.05	6.14	6.19	6.39	6.03	6.29	6.18
2	Бусдын итгэл хүлээх байдал	5.86	5.89	6.1	6.14	5.75	6.17	5.99
3	Амлалтандаа хүрэх байдал	5.85	5.86	6.14	6.16	5.85	6.1	5.99
4	Үнэнч шударга байдал	5.85	5.95	6.03	6.04	5.78	6.1	5.97
5	Харилцаандаа үнэнч байх	5.89	5.77	6.15	6.06	5.74	6.12	5.96
6	Хүндлэл	5.9	5.74	6.03	6.13	5.78	6.04	5.93
7	Шударга өрсөлдөөн	5.83	5.71	5.99	6.17	5.73	6.03	5.9
8	Шударга байдал (ерөнхий утгаараа)	5.86	5.71	5.95	6.09	5.74	5.99	5.88
9	Нэгдмэл хамтач байдал	5.83	5.61	5.95	6.07	5.69	5.96	5.84
10	Нийгмийн харилцаа	5.79	5.57	5.85	5.83	5.64	5.83	5.75
11	Бизнесийн харилцаандаа идэвхтэй, тууштай байх	5.52	5.59	5.82	6.01	5.51	5.87	5.72
12	Талуудын тэнцвэрт байдал, ижил тэгш боломж	5.66	5.6	5.79	5.71	5.46	5.86	5.69
13	Ижил ёс суртахуунтай байх	5.46	5.47	5.76	5.61	5.43	5.69	5.58
14	Засаглалын ил тод байдал	5.2	5.33	5.53	5.65	5.43	5.41	5.42
15	Бизнесийн ил тод байдал	5.03	5.29	5.4	5.57	5.23	5.37	5.31
	Дундаж үнэлгээ	5.71	5.68	5.91	5.98	5.65	5.92	5.81

Эх сурвалж: Монголын бизнесийн ёс зүй, нийтлэг зан төлөвийн түүвэр судалгаа 2021, МУИС, БС, МХТ Тайлбар: Үнэлгээний доод утга 1, дээд утга 7

Залуу үе буюу 20-25 насныхан бизнес эрхлэхдээ найдвартай байдал, хүндлэл, харилцаандаа үнэнч байх болон бусдын итгэл хүлээх байдал, шударга байдлыг хамгийн их чухалдаг бол 26-35 насныхан найдвартай байдал, бусдын итгэл хүлээх байдлаас гадна амлалтандаа хүрэх, үнэнч байдлыг илүүтэйгээр чухалчилдаг. Харин 36-45 болон 46-65 насныхан бизнесийн ёс зүйн 15 үзүүлэлтээс эхний 9 үзүүлэлтэд нэн чухал ач холбогдол өгсөн байна. Өөрөөр хэлбэл залуустай харьцуулахад 36-с дээш насныхан бизнес эрхлэхэд бизнесийн

ёс зүйтэй байхыг нэн чухал гэж үзэж байна.

Хүйсээр нь авч үзвэл бизнесийн эрхэлдэг Монгол эмэгтэйчүүд эрэгтэйчүүдтэй харьцуулахад бизнесийн харилцаанд ёс зүйтэй байхыг илүү чухалчлан анхаарч эрхэмлэдэг болох нь дундаж үнэлгээний зөрүүнээс тодорхой байна. Ёс зүйн 15 үзүүлэлтээс 14 үзүүлэлт бүр дээр эмэгтэйчүүд эрэгтэйчүүдээс 0.14-0.4 пунктээр илүү ач холбогдол өгсөн бол эрэгтэйчүүд зөвхөн засаглалын ил тод байдал үзүүлэлтэд эмэгтэйчүүдээс 0.02 пунктээр илүү үнэлгээ өгсөн нь онцлогийг илтгэнэ. (Хүснэгт 02)

Цаашлаад тухайн бизнесийн харилцаа нь хөгжлийнхөө аль үе шатанд явж байгаагаас хамаарч бизнесийн ёс зүйг хэрхэн чухалчилдаг болохыг шинжилж үзэхэд бизнес эрхлэгчид бизнесийн харилцааны уналтын үе шатаас бусад үе шатанд бизнесийн ёс зүйтэй байхыг илүү чухалдаг ажээ. Нэн ялангуяа бизнесийн харилцааны өсөлтийн үе шатанд бусдын итгэлийг хүлээх байдал (0.05-0.55 пунктээр), нийгмийн хариуцлага (0.11-0.51 пунктээр), харилцаандаа идэвхитэй тууштай байхад (0.1-0.51 пунктээр) илүү ач холбогдол өгдөг бол харилцааны тогтворжилтын үе шатанд амлалтандаа хүрэх (0.11-0.57 пункт)-г илүүд үздэг. Харин бизнесийн харилцааны уналтын үе шатанд ёс зүйн үзүүлэлтүүд бусад үе шатанд дахыг бодвол 0.03-0.57 пунктээр доогуур байгаа нь харилцааны энэ шатанд ёс зүйн хариуцлага суларч ирдэгийг илтгэнэ. Уналтын шатанд зөвхөн Засаглалын ил тод байдал үзүүлэлт нь бизнесийн харилцааны эхлэлийн үе шатны үнэлгээтэй ижил байгаа нь анхаарал татаж байна. (Хүснэгт 03)

Хүснэгт 3. Бизнес эрхлэгчдийн бизнесийн ёс зүйн ерөнхий төлөв, бизнесийн харилцааны хөгжлийн үе шатаар

	Харилцааны ямар үе шатанд хамаарах вэ?	Эхлэлийн үе	Өсөлтийн үе	Тогтворжил-тын үе	Уналтын үе	Mean
1	Найдвартай байдал	6.28	6.23	6.21	5.85	6.18
2	Бусдын итгэл хүлээх байдал	6.03	6.12	6.07	5.57	5.99
3	Амлалтандаа хүрэх байдал	6.02	6.04	6.15	5.58	5.99
4	Үнэнч шударга байдал	5.98	6.04	6	5.75	5.97
5	Харилцаандаа үнэнч байх	6.02	5.97	6.05	5.67	5.96
6	Хүндлэл	6	5.93	5.99	5.7	5.93
7	Шударга өрсөлдөөн	6	5.96	5.93	5.58	5.9
8	Шударга байдал (ерөнхий утгаараа)	5.95	5.94	5.93	5.58	5.88

9	Нэгдмэл хамтач байдал	5.86	5.94	5.91	5.53	5.84
10	Нийгмийн хариуцлага	5.72	5.91	5.8	5.4	5.75
11	Бизнесийн харилцаандаа идэвхтэй, тууштай байх	5.64	5.89	5.79	5.38	5.72
12	Талуудын тэнцвэрт байдал, ижил тэгш боломж	5.82	5.68	5.73	5.42	5.69
13	Ижил ёс суртахуунтай байх	5.67	5.54	5.7	5.25	5.58
14	Засаглалын ил тод байдал	5.34	5.38	5.56	5.35	5.42
15	Бизнесийн ил тод байдал	5.45	5.38	5.29	5	5.31
Ерөнхий дундаж үнэлгээ		5.85	5.86	5.87	5.51	5.81

Эх сурвалж: Монголын бизнесийн ёс зүй, нийтлэг зан төлөвийн түүвэр судалгаа 2021, МУИС, БС, МХТ Тайлбар: Үнэлгээний доод утга 1, дээд утга 7

Дүгнэлт

Монголын бизнес эрхлэгчдийн ёс зүй болон бизнесийн харилцааны уламжлалт, тогтсон зан үйлийн онцлогийг тодорхойлохыг зорьсон энэхүү судалгааны ажлаас дараах дүгнэлтэд хүрэв.

- Бизнесийн байгууллагуудын ёс зүйн зарчим болон бизнесийн харилцаанд илэрдэг тухайлсан зан төлөв, соёл, зан үйлийг өнөө үед онол болон практик талаас нь өргөнөөр судлах болжээ. Ёс зүй гэдэг нь гүн ухааны агуулга бүхий өргөн ойлголт бөгөөд бизнест ёс зүйг авч үзэхдээ байгууллага болон түүнд харьяалагдах хүмүүсийн ёс суртахууны зарчим, үнэт зүйлс, хэм хэмжээ, зан төлөв талаас нь тайлбарладаг. Харин бизнесийн харилцаанд илэрдэг нийтлэг зан төлөв буюу зан үйл нь тухайн байгууллагын оршин буй улс орон, хүмүүсийн соёл, уламжлал, зан заншил зэргээс ихээхэн хамаарч төлөвшин тогтсон зүйл байх бөгөөд улам бүр глобалчлагдаж буй олон улсын бизнесийн орчинд нэн чухал үүрэг гүйцэтгэх болсон.
- Монголын бизнес эрхлэгчид бизнесийн харилцаандаа ёс зүйг чухал (дунджаар **5.81**) гэж үнэлсэн бөгөөд бизнесийн найдвартай байдал, бусдын итгэлийг хүлээх байдал, амталтандаа хүрэх, үнэнч шударга байдал, харилцаандаа үнэнч байх, хүндлэл, шударга өрсөлдөөн, шударга байдал, нэгдмэл хамтач байдал, нийгмийн хариуцлага, бизнесийн харилцаандаа идэвхтэй, тууштай байх, талуудын тэнцвэрт байдал, ижил тэгш боломж, ижил ёс суртахуунтай байхыг илүү чухалчилдаг

байна.

- Залуустай харьцуулахад 36-с дээш насныхан бизнес эрхлэхэд бизнесийн ёс зүйтэй байхыг нэн чухал гэж үздэг бол эмэгтэйчүүд эрэгтэйчүүдээс илүү бизнесийн харилцаанд ёс зүйтэй байхыг чухалчлан анхаардаг. Мөн бизнесийн харилцааны уналтын үе шатаас бусад үе шатанд бизнесийн ёс зүйтэй байхыг илүү чухалдаг болох нь судалгаагаар нотлогдов. Харин тухайн бизнесийн харилцаанд оролцогч талын байр сууринаас авч үзвэл *борлуулагч тал* бизнесийн ёс зүйн үзүүлэлтүүдээс нийгмийн хариуцлага, харилцаандаа идэвхитэй тууштай байх, хүндлэлтэй байхыг худалдан авагч талаас илүү чухалчилдаг бол *худалдан авагч тал* нь шударга байдал, талуудын тэнцвэртэй ижил тэгш эрхийг илүүтэйгээр чухалчилж бизнесээ явуулдаг онцлогтой ажээ.

Ашигласан материал

- Adrian Lubowiecki-Vikuk. 2020. Business Culture in Central and Eastern European Countries: The Role of the Manager's Etiquette and Image. International Journal of Business and Economic Affairs (IJBEA)
- Berger, C. R. 2008. Interpersonal communication. In W. Donsbach (Ed.), The international encyclopedia of communication, Wiley-Blackwell, New York.
- Donaldson, T., T. W. Dunfee. 1994. Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory. Academy of Management Review, 19(2), 252–284.
- DeGeorge, Richard R. 1982. Business Ethics, 2nd ed, Macmillan Publishing, New York.
- Deepa Sethi. 2016. Business Etiquette in China: Analysis Based on Literature Review
- Epstein, E. 1989. Business ethics, corporate good citizenship and the corporate social policy process: A view from the United States. Journal of Business Ethics, 8(8): 583–595.
- Jessie I. Quierrez. 2018. Business Ethics: Impact To Employee Behavior And Productivity
- Kim-Shyan Fam. 2021. Chinese social capital in a business context: the impact of business ethics, business etiquette and business orientation on relationship building and performance
- Muhammad Roy Purwanto. 2019. Study the importance of Business Ethics

- and Ethical Marketing in Digital Era, *Journal of Critical Reviews*
- Moore, J.H.1998. *The Etiquette Advantage: Rules for the Business Professional*. B&H Publishing Group, Nashville, Tennessee.
- Paswan, R.K. (2015). Role of ethics in modern business: an important key aspect of the concern
- Sabath, A.M. 1993. *Business Etiquette in Brief: The Competitive Edge for Today's Professional*. Avon, MA: Adams Media
- Sabath, A. M. 1999. *International business etiquette Europe: What you need to know to conduct business abroad with charm and savvy*. Career Press, Franklin Lakes, NJ.
- Schwartz, M. 2005. Universal moral values for corporate codes of ethics. *Journal of Business Ethics*, 59(1/2), 27–44
- Steven Silbiger. 2012. *The ten day MBA*, 4th edition, p60
- Vitell, Scott Jr. 1986. *Marketing Ethics: Conceptual and Empirical Foundations of a Positive Theory of Decision Making in Marketing Situations Having Ethical Content*. unpublished dissertation, Texas Tech University