

МОНГОЛ УЛС РУУ ЧИГЛЭЛТЭЙ НИСЛЭГ ҮЙЛДЭЖ БУЙ АВИА КОМПАНИУДЫН ӨРСӨЛДӨӨНИЙ ХҮЧИН ЗҮЙЛСИЙН ШИНЖИЛГЭЭ

- Үйлчлүүлэгчээс авсан судалгааны үр дүнд үндэслэсэн шинжилгээ -

Н.Батдэлгэр*, Н.Сонинтамир**, Б.Мягмарсүрэн***, Н.Батсүх****

Хураангуй: Агаарын тээврийн салбарт бага зардлаар тээвэрлэгч (Low cost carrier) компаниуд өрсөлдөх болсноор энэ салбарын өрсөлдөөн жилээс, жилд ширүүсч байна. Бид авиа компанийн өрсөлдөөний хүчин зүйлийг тодорхойлох зорилгоор жилд 2 ба түүнээс дээш удаа агаарын тээврээр зорьчсон хэрэглэгчдийн сонголтонд нөлөөлж буй хүчин зүйлс, нислэгийн үеийн сэтгэл ханамжийн талаар судалгааг авч, үр дүнг нэгтгэлээ. Шинжилгээний үр дүнд агаарын тээврээр зорчигчдын авиа компанийн сонголтонд “Нислэгийн үеийн үйлчилгээ”, “Нислэгийн үеийн тав тух”, “Найдвартай байдал”, “Нислэгийн тоо, хүлээх хугацаа”, “Билетийн үнэ”, “Аюулгүй байдал” гэсэн 6 үндсэн хүчин зүйл нөлөөлж байгааг тодорхойлоо. Эдгээр хүчин зүйлсээс дотоодын авиа компанийг сонгоход “Нислэгийн үеийн тав тух” болон “Билетийн үнэ” сөргөөр нөлөөлж байгаа нь тус авиа компани цогц үйлчилгээ бүхий тээвэрлэгч (FSC - Ялгарах стратеги) байх, эсвэл бага зардлаар тээвэрлэгч (LCC - Бага зардлаар манлайлах стратеги) байх уу гэдэг стратегийн чухал шийдвэр гаргалт хийх шаардлагатай байгааг харуулж байна.

Түлхүүр үгс: Бизнесийн стратеги, өрсөлдөөний хүчин зүйл, хэрэглэгчийн зан төлөв

Abstract: Aviation industry’s competition is intensifying every year, by the appearance of the low-cost carriers (LCC). We have conducted the questionnaire survey to reveal the satisfactory level of aviation company and concluded the results in this paper. As result of the factor analysis, 6 components had chosen as customer satisfaction such as “In-flight service”, “In flight comfort”, “Reliability”, “Number of flights and waiting time”, “Cost of flight” and “Safety”. As for the domestic aviation company, to compete in the era of high competition, they have to choose whether to compete in the full-service carrier (differentiation strategy), nor the low-cost carrier (cost leadership strategy).

Keywords: Generic strategy, competition factor, customer behavior

* МУИС-ийн Бизнесийн сургууль, (Email) nyamkhuu.batdelger@gmail.com

** МУИС-ийн Бизнесийн сургууль, (Email) sonintamir@gmail.com

*** МУИС-ийн ШУС-ийн НУС, (Email) boldmiga@gmail.com

**** МУИС-ийн Бизнесийн сургууль, (Email) suhee0323@gmail.com

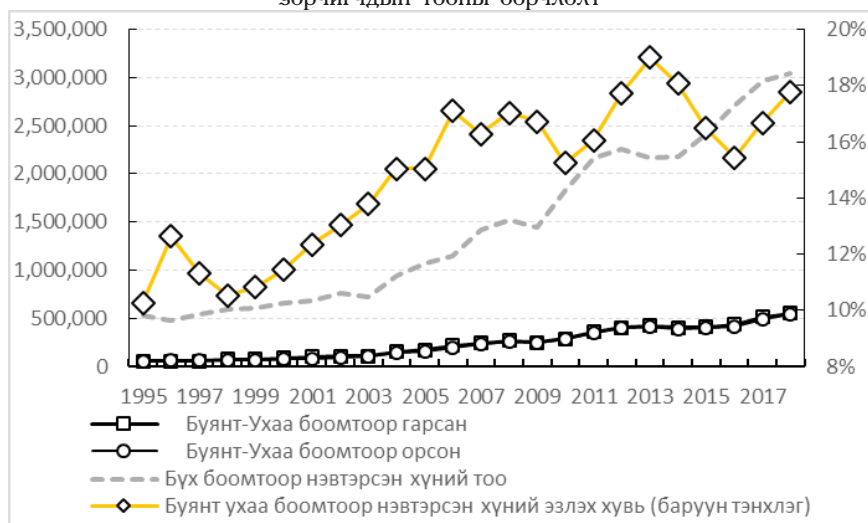
1. Судалгааны үндэслэл

Өргөн уудам нутаг дэвсгэртэй, хүн амын суурьшил сийрэг, далайд гарцгүй манай орны хувьд иргэний нисэхийн салбар нь гадаад ертөнцөд гарах гол гарц төдийгүй агаарын харилцааг үндэсний аюулгүй байдлын тулгуур хүчин зүйл, эдийн засгийн тэргүүлэх салбаруудын нэг юм(УИХ, 2013). Энэ салбар нь 1956 оны 6 дугаар сарын 1-нд Сайд нарын Зөвлөлийн тогтоолоор “АН-2” агаарын хөлгөөр зорчигч, шуудан тээврийн анхны тогтмол нислэг хийж эхэлсэнээр үүссэн бөгөөд өнөөдөр 60 гаруй жилийн түүхтэй (Баттөр, 2019).

Дэлхий даяар нийгэм, эдийн засгийн бүхий л салбарт элдэв хязгаарлалт, хориг саадыг багасгаж, чөлөөт өрсөлдөөний хэв загварт орж байна. Зорчигчид болон ачааг агаараар тээвэрлэх үйлчилгээ үзүүлдэг компаниуд нь агаарын тээврийн салбар (airline industry)-ыг бүрдүүлдэг. Компаниуд нь агаарын хөлөг ашиглан үйлчилгээгээ үзүүлэхдээ бусад авиа компаниудтай хамтын ажиллагаа (Partnership) болон альянс (Alliance)-ийн хэлбэрийг үүсгэдэг нь энэ салбарын бас нэг онцлог юм.

1995 онд Монгол улсын хилээр жилдээ 500 мянга орчим хүн хил нэвтэрч (гарах, орох урсгал) байсан бол 2018 онд 3 саяд хүрчээ (ҮСХ, 2018). Үүнээс Буянт-Ухаа боомт буюу агаарын тээврээр нэвтэрсэн хүний тоо 2018 оны байдлаар 500 мянгад хүрч сүүлийн 20 гаруй жилийн хугацаанд 8 хувиар өссөн байна. (Зураг 1).

Зураг 1. Буянт ухаа боомтоор орсон болон гарсан зорчигчдын тооны өөрчлөлт



Эх сурвалж: www.1212.mn

1990-ээд онуудад бага зардлаар тээвэрлэгч компаниуд салбарт нэвтэрснээр авиа компаниудыг хэрэглэгчдэд санал болгож буй бүтээгдэхүүнд нь үндэслэн бага зардлаар тээвэрлэгч (Low cost carrier – LCC), цогц үйлчилгээ бүхий тээвэрлэгч (Full service carrier – FSC) гэж үндсэн хоёр ангилалд хувааж байна (Rosenberg, Stanislav, & Iveta, 2014). Хүснэгт 1-д Цогц үйлчилгээ бүхий тээвэрлэгч болон Бага зардлаар тээвэрлэгч компаниудын өрсөлдөөний стратеги, үйлчилгээний голлох ялгааг үзүүлээ.

Хүснэгт 1. Цогц үйлчилгээ бүхий тээвэрлэгч болон Бага зардлаар тээвэрлэгч компаниудын стратеги, үйлчилгээний ялгаа

Онцлог шинжүүд	Цогц үйлчилгээ бүхий тээвэрлэгч (FSC)	Бага зардлаар тээвэрлэгч (LCC)
Бизнесийн стратеги	Ялгарах стратеги	Бага зардлаар манлайлах
Хэмжээ (Онгоцны тоо зэрэг)	Ихэнхидээ том	Ихэнхидээ жижиг (зарим том тоглогчид: Ryanair, EasyJet)
Үйл ажиллагааны загвар	Олон улсын томоохон онгоцны буудлууд хоорондын нислэг, олон тооны том, жижиг онгоцтой (хүчин чадлын ашиглалтын түвшин 60%)	Тодорхой нэг цэгээс тодорхой цэг хүртэлх нислэг, хүчин чадлын ашиглалтын түвшинг өндөр байлгадаг (70-80%)
Зах зээл	Бусад FSC компаниудтай өрсөлдөж, нислэгийг үеийн болон газар дээрх үйлчилгээний чанараар бусдаас ялгардаг, нислэгийн тоог аль болох олон байлгахдаа томоохон онгоцны буудлуудыг ашигладаг.	Бага зардлаар хүлээн зөвшөөрөгдөх минимум үйлчилгээг үйчлүүлэгчид хүргэдэг. Онгоцны хоолны үйлчилгээг үнэ төлбөртэйгээр үзүүлж, хоёрдогч буюу жижиг хэмжээний онгоцны буудлыг ашигладаг.
Бараа материалын менежмент*	Билетийн захиалгын нарийн, өндөр түвшний системийг бүрдүүлж, билет захиалгын агентуудаар билетээ борлуулдаг.	Захиалгын системийг хялбарчилсан (онлайн захиалга, шууд захиалга) билет захиалгын агентуудыг ашигладаггүй

Эх сурвалж: (Rosenberg, Stanislav, & Iveta, 2014) хуудас 150

Тайлбар: * Inventory management

Сүүлийн жилүүдэд Бага зардлаар тээвэрлэгч компаниудын зах зээлд эзлэх байр суурь жилээс жилд өсөн нэмэгдэж, 2000-аад оны эхээр нийт зах

зээлийн 10 орчим хувийг эзэлдэг байсан бол энэ тоо 2017 онд 40%-д хүрчээ. Цаашид ч тус компаниудын зах зээлд эзлэх хэмжээ нэмэгдэх хандлагатай байна (EMBRAER, 2017).

Манай улс руу нислэг үйлддэг гадаадын авиа компаниудын тоо жилээс жилд нэмэгдэж, Аэрофлот, Korean air, Turkish airlines, Air China зэрэг томоохон компаниуд нислэг үйлдэхээс гадна, Бага зардлаар тээвэрлэгч ангилалд хамаарагддаг Эйр Бусан компани [ICAO, 2018] 2016 оноос БНСУ-ын Бусан болон Чингис хаан ОУНБ хооронд нислэг үйлдэж эхлээд байна. Хамгийн сүүлийн үеийн мэдээллээр 2019 оноос Сөүл – Улаанбаатарын чиглэлд БНСУ-ын Asiana Airlines нислэг үйлдэх боломжтой болсон (Төгөлдөр, 2019).

Цаашид Шинэ Улаанбаатар ОУНБуудал төслийн бүтээн байгуулалтын ажил дуусаж, үйл ажиллагаа тогтворжвол манай улс руу нислэг үйлдэх авиа компаниуд нэмэгдэх магадлал өндөр болно. Үүнээс гадна 2013 онд “Төрөөс иргэний нисэхийн салбарт 2020 он хүртэл баримтлах бодлого”-ыг УИХ-аар хэлэлцэн баталсан бөгөөд тус бодлогын баримт бичигт эрх зүйн орчныг сайжруулах, үйлчилгээний чанарыг олон улсын түвшинд хүргэх, хамтын ажиллагааг сайжруулах зэрэг олон асуудлыг тусгасан байна. Эдгээр зорилтууд дунд цаашид иргэний агаарын тээврийн салбарын өрсөлдөөнийг шууд нэмэгдүүлэх заалт буюу “1.2.10.агаарын тээвэрт чөлөөт өрсөлдөөнийг үе шаттайгаар, төрийн хяналт, зохицуулалттайгаар бий болгох;” гэсэн зорилтыг тусгажээ (УИХ, 2013). Үүнээс гадна манай улсын тогтвортой хөгжлийн үзэл баримтлалд аялал жуулчлалын салбарыг хөгжүүлэх тэргүүлэх салбаруудын нэгээр онцолсон бөгөөд “Аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх үндэсний хөтөлбөр”-т 2025 он гэхэд одоогийнхоос 5 дахин их буюу жилдээ 2.5 сая жуулчин авна гэсэн зорилго тавьсан (ЗГ, 2015).

Нийт салбарын хувьд иргэний агаарын тээвэрт бага зардлаар үйлчилгээ үзүүлэгч компаниуд хүч түрэн орж ирж буй өнөө үед манай дотоодын компаниудын хувьд хэт үнэтэй байна гэх мэт шүүмжлэлүүд тасралтгүй үргэлжилж байна (Баттөр, 2019). Иргэний агаарын тээврийн өрсөлдөөний нөхцөл байдал, гадаад орчны өөрчлөлт их болж байгаа энэ үед салбарын өрсөлдөөний хүчин зүйлийг судлах шаардлага маш өндөр юм.

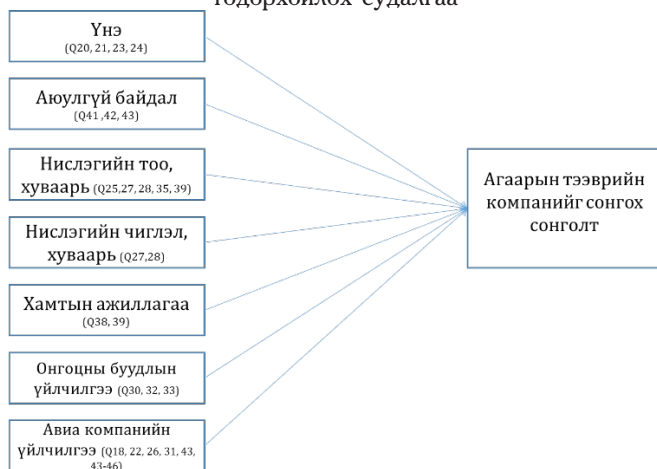
2. Судалгааны зорилго, аргазүй

Энэ судалгааны ажлын зорилго нь иргэний агаарын тээврийн нислэг үйлдэж буй компаниудын өрсөлдөөний хүчин зүйлийг тодорхойлоход оршино.

Өрсөлдөөний хүчин зүйлийг тодруулахдаа анхдагч мэдээлэлд үндэслэх бөгөөд судалгааны анхдагч мэдээллийг анкетаар авсан. Судалгааны анкет нь “Үнэ тариф”, “Аюулгүй байдал”, “Нислэгийн тоо, хуваарь”, “Нислэгийн чиглэл”, “Хамтын ажиллагаа”, “Онгоцны буудлын үйлчилгээ”, “Авиа

компанийн үйлчилгээ” гэсэн асуултуудыг багтаасан (Зураг 2).

Зураг 2. Авиа компанийг сонгох сонголтонд нөлөөлөх нөлөөллийг тодорхойлох судалгаа



Зураг 2-д үзүүлсэн загварын дагуу нийт 57 асуулга бүхий судалгааны анкетийг боловсруулсан. Судалгааны анкетийг хавсралт 1-д хавсаргав. Тухайн нислэгээр үйлчлүүлсэн хэрэглэгч сэтгэл ханамжтай байсан эсэх нь тухайн хэрэглэгч тухайн авиа компанийг бусдад санал болгох гэсэн зан төлөвөөр илэрхийлэгдэнэ гэж үзэж, хамгийн сүүлийн асуултыг “57. Та бусдад (гэр бүл, найз, харилцагч) авиа компани санал болгохоор бол ямар компанийг санал болгох вэ? (Зөвхөн нэг авиа компанийг сонгоно уу?)” гэсэн асуултыг асуусан болно (Хавсралт 1).

3. Судалгааны үр дүн

3.1 Судалгаанд хамрагсдын хүн ам зүйн шинж байдал

Судалгааны санал асуулгын анкетийг сүүлийн хоёр жилд дор хаяж 2 удаа авиа компаниар үйлчлүүлсэн хүнээс 2017 оны 11-12 сард авсан. Авиа компанийг өрсөлдөх чадварыг тодорхойлох, хэрэглэгчдийн сэтгэл ханамжийн талаарх судалгаанд нийт 185 хүн хамрагдсанаас 45 хувь нь эрэгтэй, 52 хувь нь эмэгтэйчүүд байгаа бөгөөд үлдсэн 2 хувь нь хариулаагүй байна.

Насны бүлгээр авч үзэхэд нийт судалгаанд хамрагдагчдын 2 хувь нь хариулаагүй, 1 хувь нь 20 хүртэлх насныхан, 41 хувь нь 21-30 насныхан, 35 хувь нь 41-50 насныхан, 17 хувь нь 41-50 насныхан, үлдсэн оролцогчид нь 51 буюу түүнээс дээш насныхан байна.

Судалгаанд оролцогчдын боловсролын төвшинг харахад 10 хүн тутмын 5 нь дээд боловсролтой, 4 нь магистр зэрэгтэй байна. Өрхийн сарын дундаж орлогоор ангилж харвал 32 хувь нь Улаанбаатар хотын өрхийн сарын дундаж орлого буюу 1.12 сая төгрөг (ҮСХ, Нэг өрхийн сарын дундаж орлого /хот, хөдөөгөөр 1997-2017/, 2017) -өөс бага, үлдсэн 68 хувь нь өндөр байна. Хүн ам зүйн шинж байдал, орлогын түвшинг харвал гадаадад зорчигчдын ерөнхий шинж байдалтай нийцэж байгаа юм. Судалгаанд хамрагдсан иргэдийн хүйс, насны бүлэг, боловсролын төвшин, өрхийн сарын дундаж орлогыг Хүснэгт 2 -д харуулав.

Хүснэгт 2. Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл

Хүйс	Тоо	Хувь	Боловсрол	Тоо	Хувь
Эрэгтэй	84	45	Бүрэн дунд	6	3
Эмэгтэй	97	52	Бакалавр	97	52
Хариулаагүй	4	2	Магистр	67	36
Нас	Тоо	Хувь	Доктор	12	6
20 хүртэл нас	1	1	Хариулаагүй	3	2
21-30 нас	75	41	Өрхийн сарын дундаж орлого	Тоо	Хувь
31-40 нас	64	35	1 сая ₮ хүртэл	26	14
41-50 нас	31	17	1.1-2 сая ₮ хүртэл	34	18
51-60 нас	8	4	2.1-3 сая ₮ хүртэл	56	30
61-ээс дээш нас	3	2	3.1-4 сая ₮ хүртэл	34	18
Хариулаагүй	3	2	4 сая ₮-өөс дээш	35	19

Эх сурвалж: Судлаачдын анхдагч судалгааны үр дүн

Судалгаанд хамрагдсан иргэдээс сүүлийн 2 жилд үйлчлүүлсэн авиа компанийн талаар тодруулахад давхардсан тоогоор 1) МИАТ-85%, 2). Кореан эйр-62%, 3). Эйр Чайна-55% тус тус хамгийн өндөр байна (хүснэгт 3).

Хамгийн сүүлд Монгол улсад ирэхдээ үйлчлүүлсэн авиа компанийн талаар асуухад мөн адил дээрх гурван компани хамгийн өндөр байна. Харин цаашид өөрийн гэр бүл, найз, харилцагч нартаа аль авиа компанийг санал болгох талаар асуухад давхардсан тоогоор 46 хувь нь Кореан эйр, 37 хувь нь МИАТ ХК, 15 хувь нь Туркиш эйрлайнс авиа компанийг санал болгоно гэжээ. Хэдийгээр сүүлийн 2 жил болон хамгийн сүүлд үйлчлүүлсэн хэрэглэгчдийн тоогоор бусад авиа компаниудаас МИАТ ХК нь хамгийн өндөр байсан боловч хэрэглэгчид бусдад санал болгох компанийн жагсаалтад 2-т багтжээ (Хүснэгт 3).

Хүснэгт 3. Сүүлийн 2 жилд, хамгийн сүүлд үйлчлүүлсэн авиа компани болон бусдад санал болгох авиа компани

Асуулт Авиа компани	Сүүлийн 2 жилд үйлчлүүлсэн авиа компани		Хамгийн сүүлд Монгол улсад ирэхдээ үйлчлүүлсэн авиа компани		Та бусдад (гэр бүл, найз, харилцагч) авиа компани санал болгохоор бол ямар компанийг санал болгох вэ?	
	Хариултын тоо	Хувь	Хариултын тоо	Хувь	Хариултын тоо	Хувь
Аэро монголиа	58	31%	6	3%	6	3%
Аэрофлот	52	28%	11	6%	6	3%
Кореан эйр	114	62%	45	24%	86	46%
МИАТ	157	85%	96	52%	69	37%
Туркиш эйрлайнс	57	31%	13	7%	28	15%
Хүннү эйр	58	31%	6	3%	5	3%
Эйр Бусан	11	6%	2	1%	4	2%
Эйр Чайна	102	55%	21	11%	21	11%
Бусад	3	2%	0	0%	3	2%

Эх сурвалж: Судлаачдын анхдагч судалгааны үр дүн

Юуны түрүүнд хэрэглэгчдийн авиа компанийн сонголтонд нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг хүснэгт 4 харууллаа. Хэрэглэгчдийн хувьд 1) Нислэгийн тизийн үнийн хямд байдал (81%), 2) Нислэгийн цагийн хуваарь, тохиромжтой байдал (57%), 3) Аюулгүй байдал, найдвартай байдал (52%), 4) Зорьсон газар руу шууд нислэгтэй байх (37%) 5) Онгоцны үйлчлэгчийн соёлтой харилцаа, хоолны үйлчилгээ (29%) гэсэн хүчин зүйлсэд илүү анхаардаг гэжээ (хүснэгт 4). Хэрэглэгчдийн сонголтонд нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг харахад нислэгийн билетийн үнээс гадна, зорьж буй цэгт богино хугацаанд хүрч буй байдал, нислэгийн цагийн хуваарийн тохиромжтой байдал зэрэг хэрэглэгчийн цагийг хэмнэсэн сонголтууд ихээхэн нөлөөлөх төлөвтэй харагдаж байна.

Хүснэгт 4. Авиа компанийг сонгон зорчиход анхаардаг хүчин зүйлс

Асуултууд Хүчин зүйлс	Авиа компани сонгохдоо анхаардаг хүчин зүйлс		Хамгийн сүүлийн нислэгийг сонгоход анхаарсан хүчин зүйлс	
	Хариултын тоо	Хувь	Хариултын тоо	Хувь
Нислэгийн тизийн үнэ/хямд байсан учраас;	150	81%	66	36%
Аюулгүй байдал, найдвартай байдал/ найдвартай учраас;	96	52%	49	26%
Нислэгийн цагийн хуваарь, тохиромжтой байдаг/байсан;	106	57%	109	59%
Milage цуглуулах боломж/Milage цуглуулахын тулд;	19	10%	19	10%
Зорьсан газар руу шууд нислэг байдаг/шууд нислэг байсан учраас;	68	37%	61	33%
Авиа компанийн нэр хүнд/нэрх хүндтэй компани учраас;	21	11%	13	7%
Онгоцны үйлчлэгчийн соёлтой харилцаа, хоолны үйлчилгээ	53	29%	19	10%

Эх сурвалж: Судлаачдын анхдагч судалгааны үр дүн

Тайлбар: Хүчин зүйлс хэсгийн “/” тэмдэглэгээний зүүл талд “авиа компани сонгохдоо анхаардаг хүчин зүйлс”, баруун талд “хамгийн сүүлийн нислэгийг сонгоход анхаарсан хүчин зүйлс”-ийг тэмдэглэлээ.

3.2 Хүчин зүйлийн шинжилгээ

Авиа компанийг сонгосон сонголтонд нөлөөлсөн хүчин зүйлийг тодруулах зорилгоор хүчин зүйлийн шинжилгээ (Principal Component analysis)-г хийлээ. Ингэхдээ судалгааны асуулганд багтсан асуулт тус бүрээс Communalities 0.4-өөс доош утгатай гарсан асуултуудыг хасаж, үр дүнг нэгтгэлээ. Тус хүчин зүйлийн шинжилгээний KMO Measure of Sampling Adequacy. 0.922 (sig 0.00) байв. Нийт 6 хүчин зүйл тус бүрийн вариацийн утга нь тус тус 16.49%, 13.24%, 11.94%, 11.10%, 10.30%, 6.62% байсан бөгөөд нийт вариацийн утга 69.7% байна (Хүснэгт 5). Өөрөөр хэлбэл тухайн авиа компаниар үйлчлүүлэхэд тухайн хэрэглэгчид мэдрэгдсэн хүчин зүйлсүүдийн нийт үзэгдлийг тайлбарлах чадвар ойролцоогоор 70%-тай байна гэсэн үг юм.

Нэгдүгээр хүчин зүйлд “Ажилтан нь харилцааны соёл сайтай байдаг”, “Ажилтнууд нь зохимжтой гадаад дүр төрхтэй”, “Ажилтнууд нь зорчигчдод туслах эрмэлзэлтэй”, “Ажилтнууд зорчигчийн асуултанд хариулж чадахуйц

мэдлэгтэй байдаг” “Хоолны үйлчилгээ сайн” гэсэн 6 асуулт багтсан тул тус хүчин зүйлийг “Нислэгийн үеийн үйлчилгээ” гэж нэрлэв (Хүснэгт 5).

Хоёрдугаар хүчин зүйлд “Суух, хөлөө сунгах орон зай хангалттай”, “Тав тухтай суудал, сандалтай”, “Нислэгийн энтертаймэнт үйлчилгээ сайн”, “Сүүлийн үеийн онгоц, тоног төхөөрөмжтэй”, “Өөрийн хүссэн чиглэл рүү нисэх боломжтой”, “Нисэх онгоцны буудлаас зорьсон газраа хүрэх такси, нийтийн тээвэр хүрэлцээтэй”, “Нислэгийн тоо олон байдаг” гэсэн 7 асуулт багтсан тул тус хүчин зүйлийг “Нислэгийг үеийн тав тух” гэж нэрлэв (Хүснэгт 5).

Гуравдугаар хүчин зүйлд “Ачаа/тээштэй холбоотой асуудал гардаггүй”, “Нислэгүүд хуваарьт цагаар хийгддэг”, “Нислэгүүд нь цуцлагддаггүй/хоцордоггүй”, “Зорчигчийн хүссэн суудлыг бичдэг”, “Онгоцны буудалд бүртгүүлэх болон бүртгүүлсний дараа хүлээх цаг багатай”, “Ачаа (гар тээш)-ны жингийн хэмжээ тохиромжтой”, “Нислэгийн хуваарь нь надад тохиромжтой”, “Асуудал үүссэн тохиолдолд шийдвэрлэдэг” гэсэн 8 асуулт багтсан тул тус хүчин зүйлийг “Найдвартай байдал” гэж нэрлэв (Хүснэгт 5).

Дөрөвдүгээр хүчин зүйлд “Дараагийн нислэгт дамжин суух хүртэлх хүлээлгийн хугацаа хэт урт байдаггүй”, “Нислэг нь дараагийн нислэгэд дамжин суухад тохиромжтой цагийн хуваарьтай байдаг”, “Нислэгийн тоо хүрэлцээтэй байдаг”, “Ачаанд өгсөн тээшээ авахад хүндрэлгүй” гэсэн 4 асуулт багтсан тул тус хүчин зүйлийг “Нислэгийн тоо, хүлээх хугацаа” гэж нэрлэв (Хүснэгт 5).

Тавдугаар хүчин зүйлд “Тизний үнэ миний хүлээлтэнд нийцдэг”, “Би онгоцны тизийг боломжийн үнээр авдаг”, “Тиз нь бусад компанитай ойролцоо үнэтэй байдаг”, “Тиз худалдан авах нөхцлүүд оновчтой” гэсэн 4 асуулт багтсан тул тус хүчин зүйлийг “Найдвартай байдал” гэж нэрлэв (Хүснэгт 5).

Зургаадугаар хүчин зүйлд “Нисгэгч нар хангалттай сайн туршлагатай”, “Нислэг нь аюулгүй мэт санагддаг” гэсэн 2 асуулт багтсан тул тус хүчин зүйлийг “Аюулгүй байдал” гэж нэрлэв (Хүснэгт 5).

Хүснэгт 5. Хүчин зүйлийн шинжилгээний үр дүн
(Principal component analysis)

Rotated Component Matrix	Component					
	1	2	3	4	5	6
	Нислэгийн үеийн үйлчилгээ	Нислэгийн үеийн тав тух	Найдвартай байдал	Нислэгийн тоо, хүлээх хугацаа	Билетийн үнэ	Аюулгүй байдал
Ажилтан нь харилцааны соёл сайтай байдаг	0.854	0.124	0.202	0.113	-0.004	0.075
Ажилтнууд нь зохимжтой гадаад дүр төрхтэй	0.801	0.158	-0.078	0.168	0.034	0.133
Ажилтнууд нь зорчигчдод туслах эрмэлзэлтэй	0.794	0.166	0.201	0.053	0.195	0.025
Ажилтнууд зорчигчийн асуултанд хариулж чадахуйц мэдлэгтэй байдаг	0.792	0.207	0.225	0.145	0.116	0.057
Хоолны үйлчилгээ сайн	0.620	0.220	0.265	0.036	0.144	0.307
Ундаа, дарсны сонголт арвинтай байдаг	0.545	0.467	0.304	0.040	0.133	0.319
Суух, хөлөө сунгах орон зай хангалттай	0.314	0.759	0.254	0.082	0.182	0.038
Тав тухтай суудал, сандалтай	0.419	0.698	0.244	0.111	0.164	0.206
Нислэгийн энтертаймент үйлчилгээ сайн	0.422	0.695	0.184	0.241	0.063	0.102
Сүүлийн үеийн онгоц, тоног төхөөрөмжтэй	0.329	0.654	0.255	0.356	0.156	0.131
Өөрийн хүссэн чиглэл рүү нисэх боломжтой	-0.073	0.523	0.108	0.367	0.334	0.367
Нисэх онгоцны буудлаас зорьсон газраа хүрэх такси, нийтийн тээвэр хүрэлцээтэй	0.409	0.508	0.028	0.451	0.163	-0.022
Нислэгийн тоо олон байдаг	0.071	0.477	0.203	0.344	0.383	0.275
Ачаа/тээштэй холбоотой асуудал гардаггүй	0.233	0.057	0.764	0.156	0.170	0.134
Нислэгүүд хуваарьт цагаар хийгддэг	0.251	0.231	0.658	0.085	0.096	0.239
Нислэгүүд нь цуцлагддаггүй/хоцордоггүй	0.147	0.362	0.602	0.093	0.098	0.353
Зорчигчийн хүссэн суудлыг бичдэг	-0.057	0.329	0.556	0.435	0.069	-0.185
Онгоцны буудалд бүртгүүлэх болон бүртгүүлсний дараа хүлээх цаг багатай	0.132	0.326	0.541	0.363	0.110	-0.118
Ачаа (гар тэш)-ны жингийн хэмжээ тохиромжтой	0.198	-0.058	0.511	0.484	0.250	0.219
Нислэгийн хуваарь нь надад тохиромжтой	0.190	0.181	0.436	0.419	0.092	0.395

Асуудал үүссэн тохиолдолд шийдвэрлэдэг	0.402	0.227	0.430	0.329	0.040	0.283
Дараагийн нислэгт дамжин суух хүртэлх хүлээлгийн хугацаа хэт урт байдаггүй	0.124	0.175	0.144	0.823	0.082	0.108
Нислэг нь дараагийн нислэгэд дамжин суухад тохиромжтой цагийн хуваарьтай байдаг	0.223	0.179	0.278	0.724	0.158	0.125
Нислэгийн тоо хүрэлцээтэй байдаг	-0.063	0.421	0.137	0.511	0.263	0.393
Ачаанд өгсөн тээшээ авахад хүндрэлгүй	0.330	0.231	0.465	0.497	0.133	-0.037
Тизний үнэ миний хүлээлтэнд нийцдэг	0.026	0.131	0.032	0.168	0.856	-0.053
Би онгоцны тизийг боломжийн үнээр авдаг	0.093	0.000	0.015	0.125	0.835	0.108
Тиз нь бусад компанитай ойролцоо үнэтэй байдаг	0.171	0.218	0.180	0.179	0.713	0.159
Тиз худалдан авах нөхцлүүд оновчтой	0.151	0.196	0.239	-0.058	0.704	0.068
Нисгэгч нар хангалттай сайн туршлагатай	0.493	0.080	0.146	0.117	0.176	0.633
Нислэг нь аюулгүй мэт санагддаг	0.434	0.322	0.249	0.177	0.094	0.622
% of Variance	16.49	13.24	11.94	11.10	10.30	6.62
Cumulative %	16.49	29.74	41.67	52.77	63.08	69.70

Эх сурвалж: Судлаачдын анхдагч судалгааны үр дүн

Тайлбар: Extraction Method: Principal Component Analysis, Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.a, a Rotation converged in 9 iterations.

3.3 Регрессийн шинжилгээ

Шинжилгээнд үндэслэн 6 хүчин зүйл нь МИАТ ХК-ийг санал болгох болон МИАТ ХК-ийг санал болгохгүй гэж хариулсан хариулагчдын шийдвэрт хэрхэн нөлөөлж байгааг регрессийн шинжилгээгээр гаргаж Хүснэгт 6-д харууллаа. Уг хүснэгт дэх загвар 1-т тусгагдсан үр дүнг харахад МИАТ ХК-ний нислэгийг бусдад санал болгоход, “нислэгийн тав тух (-0.189)” сөргөөр, “нислэгийн үеийн үйлчилгээ (0.114)” эерэгээр тус тус нөлөөлж байна (Adjusted R² 0.060, ANOVA F 2.739, $p < 0.05$). Харин загвар 2-т МИАТ ХК-ний нислэгийг санал болгоогүй иргэдийн шийдвэрт “нислэгийн үеийн тав тух” (-0.233), “билетийн үнэ (-0.099)” сөргөөр нөлөөлж байна (Adjusted R² 0.248, ANOVA F 6.440, $p < 0.01$). Өөрөөр хэлбэл МИАТ ХК-ний хувьд нислэгийн үеийн үйлчилгээ сайн гэсэн үнэлгээтэй байгаа хэдий ч, нислэгийн үеийн тав тух муу, билетийн үнэ өндөр тул бусдад санал болгоогүй байна гэсэн дүгнэлтийг хийж болж байна.

Хүснэгт 6. Регрессийн шинжилгээний үр дүн (М компани)

Үл хамаарах хүчин зүйлс	Загвар 1 М компанийн нислэгийг бусдад санал болгоход нөлөөлж буй хүчин зүйлс (n=185)		Загвар 2 М компанийн нислэгийг бусдад санал болгохгүй байхад нөлөөлж буй хүчин зүйлс ⁺ (n=110)	
Constant	0.709	***	1.369	***
Нислэгийн үеийн үйлчилгээ	0.114	*	-0.007	
Нислэгийн үеийн тав тух	-0.189	***	-0.233	***
Найдвартай байдал	-0.061		-0.059	
Нислэгийн тоо, хүлээх хугацаа	0.000		-0.035	
Билетийн үнэ	-0.040		-0.099	**
Аюулгүй байдал	-0.066		-0.012	
Adjusted R ²	0.060		0.248	
ANOVA F (sig)	2.739	**	6.440	***

Эх сурвалж: Судлаачдын анхдагч судалгааны үр дүн

Тайлбар: ***, **, * нь тус бүр харгалзан $\rho < 0.01$, $\rho < 0.05$, $\rho < 0.1$ утгыг илэрхийлнэ. “+” Зөвхөн М компанийн нислэгийг бусдад санал болгохгүй гэж хариулсан хариултанд хийсэн шинжилгээний үр дүн (с. Selecting only cases for which VAR00103 = .00)

Дээрх шинжилгээг хэрэглэгчдээс хамгийн их бусдад санал болгох авиа компаниаар тодорсон Корэан эйр компанийн хувьд хийж Хүснэгт 7-д харуулав. Загвар 3-т Корэан эйр компанийг сонгоход “нислэгийн үеийн тав тух (0.155)”, “аюулгүй байдал (0.158) эерэгээр, “нислэгийн тоо хүлээх хугацаа (-0.125)” сөргөөр нөлөөлсөн байна (Adjusted R² 0.101, ANOVA F 4.062, $\rho < 0.01$). Харин зөвхөн Корэан эйр компанийн нислэгийг бусдад санал болгосон иргэдийн шийдвэрт “нислэгийн үеийн тав тух (0.285)”, “найдвартай байдал (0.132)” эерэгээр нөлөөлсөн байна (Adjusted R² 0.352, ANOVA F 7.962, $\rho < 0.01$). Өөрөөр хэлбэл, тус компанийг хэрэглэгчид бусдад санал болгож буй шалтгаан нь тухайн компанийн үйлчилж буй агаарын хөлгийн тав тух, аюулгүй, найдвартай гэсэн хэрэглэгчийн үзэл бодол байна.

Хүснэгт 7. Регрессийн шинжилгээний үр дүн (К компани)

Үл хамаарах хүчин зүйлс	Загвар 3 К компанийн нислэгийг бусдад санал болгоход нөлөөлж буй хүчин зүйлс (n=185)		Загвар 4 К компанийн нислэгийг бусдад санал болгоход нөлөөлж буй хүчин зүйлс ⁺ (n=93)	
Constant	0.709	***	1.369	***
Нислэгийн үеийн үйлчилгээ	0.015		0.042	
Нислэгийн үеийн тав тух	0.155	***	0.285	***
Найдвартай байдал	0.061		0.132	***
Нислэгийн тоо, хүлээх хугацаа	-0.125	**	-0.019	
Билетийн үнэ	-0.090		0.044	
Аюулгүй байдал	0.158	***	0.040	
Adjusted R ²	0.101		0.352	
ANOVA F (sig)	4.062	***	7.962	***

Эх сурвалж: Судлаачдын анхдагч судалгааны үр дүн

Тайлбар: ***, **, ** нь тус бүр харгалзан $\rho < 0.01$, $\rho < 0.05$, $\rho < 0.1$ утгыг илэрхийлнэ. “+” Зөвхөн К компанийн нислэгийг бусдад санал болгоно гэж хариулсан хариултанд хийсэн шинжилгээний үр дүн (с. Selecting only cases for which VAR00102 = 1.00)

Дүгнэлт

Жилд 2 ба түүнээс дээш удаа авиа компаниар үйлчлүүлдэг хэрэглэгчдээс авсан анкетийн судалгааны үр дүнд, дараах үндсэн зургаан дүгнэлтүүдийг хийж байна. Үүнд:

1. МИАТ ХК-ийн иргэний агаарын тээвэрт гүйцэтгэх үүрэг өндөр хэвээр байна.
2. Хэдийгээр тус компаниар үйлчлүүлсэн боловч бусдад санал болгох авиа компани нь бусад олон улсын өрсөлдөгч компани байна.
3. Үндэсний агаарын тээвэрлэгчийн хувьд өрсөлдөөний давуу талыг нарийн тодорхойлохгүй бол, энэ салбарт чөлөөт өрсөлдөөнийг дэмжсэн эрхзүйн орчин бий болох, цаашид агаарын тээвэрээр үйлчлүүлэгчдийн тоо нэмэгдэх, шинэ ОУНБ ашиглалтанд орсон тохиолдолд өрсөлдөөний давуу талаа хадгалж чадахааргүй болох магадлал өндөр байна.
4. Хүчин зүйлийн шинжилгээний үр дүнд манай оронд агаарын тээвэрээр зорчиж ирсэн зорчигчдын авиа компаниар үйлчлүүлж, бусдад санал

болгоход нөлөөлсөн хүчин зүйлээр “Нислэгийн үеийн үйлчилгээ, “Нислэгийн үеийн тав тух”, “Найдвартай байдал”, “Нислэгийн тоо, хүлээх хугацаа”, “Билетийн үнэ”, “Аюулгүй байдал” гэсэн 6 үндсэн хүчин зүйл байгааг тодорхойллоо.

5. Дотоодын авиа компанийн хувьд нислэгийн үеийн үйлчилгээ сайн гэж үнэлэгдэж байгаа хэдий ч, нислэгийн үеийн тав тух муу байгаа болон нислэгийн үнэ өндөр байгаа нь тухайн компанийг сонгохгүй байхад нөлөөлж байна.
6. Харин гадаадын авиа компанийн хувьд нислэгийн үеийн тав тух, найдвартай, аюулгүй байдал нь тухайн компанийг сонгоход нөлөөлж байна.

Дотоодын авиа компанийн хувьд цогц үйлчилгээ бүхий тээвэрлэгч (FSC - Ялгарах стратеги) байх, эсвэл бага зардлаар тээвэрлэгч (LCC - Бага зардлаар манлайлах стратеги) байх уу гэдэг стратегийн том шийдвэр гаргалт хийх шаардлагатай гэж дүгнэж байна.

Ашигласан материалын жагсаалт

- [1] EMBRAER. (2017). *Market outlook 2018-2037*. EMBRAER. Ma: https://www.embraermarketoutlook2018.com/wp-content/uploads/2018/07/Embraer_MarketOutlookBook_2018_DownloadablePDF_A4.pdf-ээс Гаргасан
- [2] ICAO. (2018). *List of Low-Cost-Carriers (LCCs)*. International Civil Aviation Organization (ICAO). <https://www.icao.int/sustainability/Documents/LCC-List.pdf>-ээс Гаргасан
- [3] Rosenberg, R., Stanislav, S., & Iveta, S. (2014 оны October). Comparison of FSC and LCC and their market share in aviation. *International Review of Aerospace Engineering*, 7(5), 149-154.
- [4] Баттөр, Д. (2019). *МИАТТӨХК-ийн гүйцэтгэх захирлын мэндчилгээ*. <http://www.miat.com/pagecontent.php?pageId=75&lang=mn>-ээс Гаргасан
- [5] ЗГ. (2015). *Аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх үндэсийн хөтөлбөр*. Эрх зүйн мэдээллийн нэгдсэн систем: <https://www.legalinfo.mn/annex/details/6964?lawid=11386>-ээс Гаргасан
- [6] Төгөлдөр, Э. (2019). *Bloombergtv.mn*. БНСУ: БЭЛТГЭЛЭЭ ХАНГАВАЛ “ASIANA AIRLINES” III/31-НИЙ ДОТОР УЛААНБААТАР РУУ НИСЛЭГЭЭ ЭХЛЭХ БОЛОМЖТОЙ: <http://bloombergtv.mn/%D0%B1%D0%BD%D1%81%D1%83-%D0%B1%D1%8D%D0%BB%D1%82%D0%B3%D1>

%8D%D0%BB%D1%8D%D1%8D-%D1%85%D0%B
 0%D0%BD%D0%B3%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D
 0%BB-asiana-airlines-iii31-%D0%BD%D0%B8%D0%B9-
 %D0%B4%D0%BE%D1%82%D0%BE%D1%80-
 %D1%83%D0%BB%D0%B0%D0%B0%D0%BD%D-ээс
 Гаргасан

- [7] УИХ. (2013). *Төрөөс иргэний нисэхийн салбарт 2020 он хүртэл баримтлах бодлого*. Эрх зүйн мэдээллийн нэгдсэн систем: <https://www.legalinfo.mn/annex/details/6309?lawid=9909>-ээс Гаргасан
- [8] ҮСХ. (2017). *Нэг өрхийн сарын дундаж орлого /хот, хөдөөгөөр 1997-2017/*. Үндэсний статистикийн газарг. www.1212.mn-ээс Гаргасан
- [9] ҮСХ. (2018 оны 04 30). *Улсын хичээл нэвтэрсэн зорчигчдын тоо, боомтоор (1995-2018)*. Статистикийн мэдээллийн нэгдсэн сан: 1212.mn-ээс Гаргасан