

6

ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ САЛБАРЫН МАРКЕТИНГИЙН УДИРДЛАГЫН АСУУДАЛ

Д. Сарантуяа

Нэг. Дэлхийн эдийн засаг дахь үйлчилгээний салбар

Орчин үеийн хөгжингүй орнуудын эдийн засагт үйлчилгээний салбар нь зонхилох байр суурьтай болж байгаа юм. Тухайлбал: АНУ-ын нийт ажиллах хүчний 78 хувь нь үйлчилгээний салбарт ажиллаж, ҮНБ-ий 70 гаруй хувийг үйлчилгээний салбар гаргаж байна. Хөгжингүй орнуудад энэ салбар дахь ажлын байрны өсөлт болон, энэ салбарын тухай мэдээллийн хангамжийн өсөлт нь илт ажиглагдаж байгаа бөгөөд сүүлийн үед хийгдсэн судалгаанаас үзвэл “Хамгийн чухал ажил мэргэжилдээ мэдээллийн технологи, боловсрол сургалт, эрүүл мэнд, менежмент ба үйлчилгээний жижиг хэлбэрүүд орж байгаа юм. Мөн энэ салбар дахь худалдаа эрчимтэйгээр өргөжиж байгаа юм. АНУ-д бүтээгдэхүүний худалдааны баланс хэвийн бус түвшинд байхад, үйлчилгээний салбар дахь худалдааны дүн нь өсөлттэй байгаа юм. Дэлхийн хэмжээнд үйл ажиллагаа явуулдаг “American Express”, “Mc Donalds”, “Walt Disney” болон бусад олон компаниуд нь мэдээлэл, оновчтой санал, технологийг гадаадын олон улсуудад экспортолж байгаа юм. Ийнхүү үйлчилгээний салбарын эрчимтэй өсөлт, эдийн засагт гүйцэтгэж буй үүрэг нь ихээхэн анхаарал татсан асуудал болоод байгаа юм.

Хоёр. Манай улсын эдийн засаг дахь үйлчилгээний салбар

Өнөөдөр манай улсын статистик тоо мэдээ материалд ҮНБ, ДНБ-д салбаруудын эзэлж байгаа байр суурийг ямар мэдээлэл дээр үндэслэн тооцсон, энэ мэдээлэл нь яг бодитой эсэх нь эргэлзээ төрүүлж байгаа юм. Учир нь хувийн болон хувьчлагдсан

үйлчилгээний байгууллагуудын талаархи мэдээ материалыг авч тооцож чадахгүй байгаа юм. Харин бодит амьдрал дээр бол нээлттэй эдийн засагт шилжсэнээр хүмүүсийн хэрэглээнд өөрчлөлт гарч байна, үүнийг даган үйлчилгээний салбар өргөжиж байгаа нь илт ажиглагдаж байгаа юм.

Манай улсын нийгэм эдийн засаг хямралтай байгаа энэ шилжилтийн цаг үед эдийн засгийн бүтцээ сайжруулахын тулд:

- Хөгжингүй улс орнуудын хэрэглээний бүтэц
- Өөрийн орны бодит нөхцөл байдал, үйл ажиллагааны боломж чадавхийг үнэлж үзэх ёстой. Тухайлбал:

Аж үйлдвэрийн хувьсгал ялснаас хойш өнөөдөр эдгээр хөгжингүй орнуудад аж үйлдвэрийн хөгжил гэдэг маань үнэхээр дээд түвшиндээ хүрчихсэн, бодитой бүтээгдэхүүний хангамж нь тухайн улс орнуудын хэрэглээнээс давчихсан харин үйлчилгээний хэрэглээ ихээр нэмэгдэж энэ салбар амжилттай хөгжиж байна.

Гэтэл манайд бол одоо хүнд аж үйлдвэрийн үндэс суурь байхгүй, санхүүгийн хуримтлал хангалттай биш, энэ салбарын ажиллах хүчин болох инженер техникийн ажилтнууд ч өндөр түвшинд бэлтгэгдээгүй байгаа юм. Үндэсний аж үйлдвэрээ хөгжүүлэхэд учирч буй энэ бэрхшээлээс үүдээд зохих хугацаанд бодитой бүтээгдэхүүний импортыг дэмжих, түүхий эд байгалийн баялгийн экспортыг зохистой явуулах, хэрэглээн дэх үйлчилгээний хэсгийг ядаж өөрсдөө хангах хэрэгтэй гэж үзэж байгаа юм. Учир нь:

- Үйлчилгээний үйлдвэрлэл хэрэглээ давхацдаг
- Үйлчилгээний үйлдвэрлэлийг патентлах боломж муу байдаг болон бусад олон шинжүүдийг харгалзан хөгжингүй улс орнуудын үйлчилгээний дэвшилтэт хэлбэр, арга технологийг шууд нэвтрүүлэх боломжтой.

Ийнхүү үйлчилгээний зохицуулалт, маркетинг, менежментийг зүй зохистой хэрэгжүүлбэл нийгэм эдийн засаг дахь үүрэг, ач холбогдол нь дорвитой нэмэгдэх юмаа.

Гурав. Үйлчилгээний зохицуулалтын асуудал

Зарим үйлчилгээний хувьд төрийн хяналт, зохицуулалтыг багасгаж, өөрсдийг нь чөлөөтэй хөгжих, өрсөлдөөнийг ойлгох, үйлчлүүлэгчиддээ хандан уян хатан ажиллах боломжийг олгох, дэмжлэг үзүүлэх хэрэгтэй юм.

- Тухайн зах зээлийн тогтвортой өсөлт, өөрийн орны харьцангуй давуу талуудыг ашиглан үндэсний орлогыг нэмэгдүүлэхийн тулд аялал жуулчлал болон бусад бизнесийн үйлчилгээг дорвитой хөгжүүлэх
- Төсвийн хүндрэлээс гарах, иргэдийн нийгмийн асуудлыг шийдвэрлэхэд их нөлөө үзүүлж чадах тул
- Эрүүлийг хамгаалах
- Шүүх, цагдан сэргийлэх
- Харилцаа холбоо, мэдээлэл
- Боловсрол сургалтын зэрэг зарим үйлчилгээний салбарын хувьчлалын асуудлыг дэмжих

Зарим үйлчилгээний хувьд төрийн хяналт зохицуулалт байх, улмаар нэмэгдүүлэх шаардлага байгаа юм.

- Хүн амын нийгмийн сэтгэлзүйд сөргөөр нөлөөлж байгаа талтай тул зочид буудал, бар, мэдээлэл сурталчилгааны үйлчилгээнд хяналтыг нэмэгдүүлэх
- Хүмүүсийн хэрэглээний соёл, үр ашгийг сайжруулахын тулд нийтийн тээврийн үйлчилгээ, жижиглэнгийн худалдаа үйлчилгээний өрсөлдөөнийг зохицуулах, чанар стандартыг хангах
- Эдийн засгийн аюулгүй байдлыг хангах үүднээс санхүү, банкны бизнесийн үйлчилгээг төрийн бодлогод нийцүүлэх.

Манай улсын үйлчилгээний салбар дахь маркетингийн өнөөгийн нөхцөл байдал, цаашдын хандлага

Өнөөдөр манай үйлчилгээний байгууллагуудын маркетингийн үйл ажиллагаа хангалттай сайн биш байгаа гэдэг нь үйлчлүүлэгч бидний хувьд тодорхой боловч нийт үйлчилгээний байгууллагуудын хувьд бас харьцангуй өөр өөр түвшинд ажиллаж байгаа учир ямар үйлчилгээний байгууллагуудын үйл ажиллагаанд нэн даруй маркетингийн үзэл баримтлал концепцийг хэрэгжүүлж эхлэх, ямар байгууллагуудын хувьд тусгай маркетингийн албатай болж ажиллавал зүйтэй вэ?

Үйлчилгээний салбарт маркетингийн удирдлагыг хэрэгжүүлсэнээр хэрэглэгчид болон нийт эдийн засаг, нийгэмд ямар ач холбогдолтойг тодорхойлох үүднээс 250 гаруй үйлчлүүлэгчдээс хамгийн сайн болон хамгийн муу үйл ажиллагаа явуулж байгаа үйлчилгээний байгууллагуудыг тодорхойлуулж, ямар учраас ингэж үзэж байгааг тайлбарлуулсан судалгааг явуулж дүгнэлт гаргалаа.

№	Хамгийн сайн үйлчилгээтэй байгууллага	Эзлэх %
1.	Шуудан , харилцаа холбоо	19,6
2.	Үсчин гоо сайхан	18,4
3.	Урлаг соёл	15,2
4.	Голомт банк	12,4
5.	Электрон барааны дэлгүүр	8,8
6.	Их дээд сургууль	6,8
7.	Хувийн эмнэлэг /Ионсей гэх мэт/	4,4
8.	Аялал жуулчлал	3,6
9.	Зочид буудал	2,4
10	Түргэн хоолны газар	1,6
11	Бусад	6,8

№	Хамгийн муу үйлчилгээтэй байгууллага	Эзлэх %
1.	Нийтийн тээврийн үйлчилгээ	32
2.	Шүүх цагдан сэргийлэх	26
3.	Улсын эмнэлэг	11,2
4.	Хүнсний дэлгүүр	8
5.	Бар цэнгээний газар	6,4
6.	Халуун усны газар	4,4
7.	МИАТ	3,6
8.	Номын сан , мэдээллийн үйлчилгээ	2,4
9.	Эмийн сан	1,6
10	Банк /улсын/	0,8
11	Бусад	3,6

- Хамгийн муу гэсэн үнэлгээтэй байгууллагуудын хувьд гол төлөв өмчийн тогтолцоо, санхүүгийн асуудал дээр гол бэрхшээл байна. Энэ бэрхшээлүүдээ хамгийн түрүүн арилгах шаардлагатай байна.
- Харьцангуй сайн гэж үнэлэгдсэн байгууллагуудын хувьд үйлчилгээний маркетингийн онцлогийг нарийн судалж ойлгон үйл ажиллагаандаа хэрэгжүүлбэл илүү ажиллах болно.
- Өөрийн орны онцлогт тохируулж гадаад зах зээлд аялал жуулчлалын үйлчилгээг, дотоод зах зээлдээ хөдөөгийн хоцрогдлыг арилгахад чиглэгдсэн үйлчилгээний салбарыг хөгжүүлж болох юм.

Эцэст нь дүгнэж хэлэхэд: Эдгээр асуудлууд шийдвэрлэгдвэл манай улсын үйлчилгээний салбар, бусад хөгжингүй орнуудын үйлчилгээний салбар шиг нийгэм эдийн засагт гүйцэтгэх үүрэг ач холбогдол нь бодитой болно гэж үзэж байгаа юм.