

ТАТВАРЫН МЭРГЭШСЭН ЗӨВЛӨХ БАЙГУУЛЛАГЫН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ЧАНАРЫГ САЙЖРУУЛАХ ХАРЬЦУУЛСАН СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

Э.Намжилмаа ^{1,a *}, М.Жанузах ^{2,b}

¹Монголтакс ТМЗ ХХК, Хүний нөөцийн менежер

²Мандах Их сургуулийн Эдийн Засаг, Бизнесийн тэнхим

^anamjilmaa@mongoltax.mn, ^bjanuzakh@mandakh.edu.mn

Хураангуй

Манай улсын зөвлөх үйлчилгээний салбарт татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээ үүсч хөгжөөд 17 гаруй жил болж байна. Татварын мэргэшсэн зөвлөх (ТМЗ) үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын тоо 2012 оноос хойш 9 жилийн хугацаанд 4 дахин өссөн. ТМЗҮ эрхлэгч байгууллагуудын хооронд зах зээлд эзлэх байр сууриа хадгалах, өргөтгөх гэсэн өрсөлдөөн сүүлийн жилүүдэд эрчимтэй хийгдэж байна. Хэрэглэгчийн татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээ (ТМЗҮ) эрхлэгч байгууллагыг сонгох сонголтод хамгийн ихээр мэргэжлийн ур чадвар, ажлын туршлага, салбартаа нэр хүндтэй байдал, харилцаа хамтын ажиллагаа нөлөөлдөг байна. Энэхүү шалгуур үзүүлэлтийг даван гарч хэрэглэгчийн эрэлт хэрэгцээнд хэрхэн нийцэх вэ? гэсэн сорилтод хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийг бүрдүүлэх, урт хугацааны харилцаа холбоогоо хадгалж үлддэг байна. Монгол улсад үйл ажиллагаа явуулж байгаа ТМЗҮ байгууллагуудын үйлчилгээний чанарыг хэмжиж, хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийг судлах замаар тогтвортой хөгжлийг хангах, урт хугацааны өрсөлдөх чадвараа нэмэгдүүлэх боломжтой юм.

Улмаар ТМЗ үйлчилгээний чанарыг тодорхойлохын тулд 2016 онд 17 ТМЗҮ эрхлэгч байгууллагын нийт 50 хэрэглэгчээс авсан судалгааг, 2021 онд 28 ТМЗҮ эрхлэгч байгууллагын нийт 40 хэрэглэгчээс авсан судалгааны үр дүнтэй харьцуулсан болно. Судалгааны үр дүнд үйлчилгээний чанарт ТМЗ байгууллагаас үйлчлүүлэгчдийнхээ хэрэгцээ шаардлагад нийцүүлэн үйлчилгээ хүргэх, мэдрэх тал дээр хангалтгүй байгаа нь цаашид үйлчилгээний чанарыг сайжруулах шаардлагатайг харуулж байна.

Түлхүүр үг: зөвлөх үйлчилгээ, чанарын удирдлага, SERVQUAL загвар

ОРШИЛ

Монгол улсад 2006 оноос хойш ТМЗҮ үзүүлдэг байгууллагууд албан ёсоор үйл ажиллагаа явуулж эхэлсэн. Татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний хууль 2012 онд гарч, мөрдөгдөх болсноор ТМЗҮ-ний эрх үүрэг, хариуцлага тодорхой болж, мэргэжлийн мэргэшсэн түвшинд ажиллахыг хуулиараа шаардах болсон. Манай улсад 2021 оны байдлаар нийт 41 ТМЗ байгууллага тусгай зөвшөөрөлтэйгээр үйл ажиллагаа явуулж байгаагаас дотоодын компани 88%-г эзлэх бөгөөд анхны байгууллага нь үйл ажиллагаа явуулаад 15 жил болж байна. Үйлчлүүлэгчид татварын мэргэшсэн зөвлөхийг сонгохдоо ажлын туршлага, нийгэмд эзэлж буй байр суурь, үзүүлж буй үйлчилгээний чанарт голчлон анхаардаг. Дотоодын зөвлөх байгууллагуудыг дэлхийн 4 том зөвлөх компанитай харьцуулахад нэр хүнд, ажлын туршлага, ур чадвараараа өрсөлдөх боломж бага байгаа нь өнөөдрийн дотоодын ТМЗ үйлчилгээ үзүүлж буй байгууллагуудад тулгарч буй томоохон сорилтыг нэг болоод байна. Эдгээр сорилтыг даван гарахын тулд дотоодын ТМЗ байгууллагуудын хувьд үйлчлүүлэгчиддээ чанартай мэргэшсэн үйлчилгээг хүргэх замаар хэрэглэгчдэд сэтгэл ханамжийг бүрдүүлэх, урт хугацааны өрсөлдөх чадвар болон гүйцэтгэлийг нэмэгдүүлэх боломжтой юм. Энэхүү судалгааны ажлын зорилго нь дотоодын ТМЗҮ эрхлэгч байгууллагуудын үйлчилгээний чанарыг тодорхойлсон 2016 болон 2021 оны харьцуулсан судалгааны үр дүнд тулгуурлан үйлчилгээний чанарт тулгарч буй асуудлыг тодорхойлох түүнийг сайжруулахад чиглэсэн санал, зөвлөмж боловсруулахад оршино.

1. ОНОЛЫН СУДАЛГАА

1.1 Үйлчилгээний чанар

Devlin and Dong (1994) нарын үзсэнээр өрсөлдөөнт орчинд үйлчилгээний чанар нь хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжтай нэгдсэнээр илүү их зах зээлийн хувьцаа болон ашигт хүрнэ гэж үзсэн. Үйлчлүүлэгч бүрт боломжит хамгийн чанартай үйлчилгээг үзүүлэх нь зөвхөн ажлыг борлуулж, үүний төлөө хөлс авах биш, харин өөрийн эрхийн хүрээн дэхь мэргэжлийн гол зорилго юм. (ОУХБ, 2000) Зөвлөгөө өгөх нь *үйлчлүүлэгчийн тусгай хэрэгцээ шаардлагыг хангахад чиглэгдсэн үйлчилгээ учраас шаардлагыг хангаж буй хэмжээг ерөнхийдөө үйлчилгээний чанарыг үнэлэх гол шалгуур* гэж үздэг. (Монголын мэргэшсэн нягтлан бодогчдын институт, 2014) Зөвлөх үйлчилгээний чанарын удирдлага ба чанарын сайжруулалтыг үйлчлүүлэгчийн эргэх холбоогоор бий болгодог ба юуны өмнө үйлчлүүлэгчийн сэтгэл ханамжийг нэмэгдүүлэхэд голчлон анхаардаг.

Хэрэглэгч үйлчилгээнд сэтгэл хангалуун бус байгаа тохиолдолд бүтээгдэхүүн шиг буцааж болдоггүй учраас үйлчилгээний чанарын асуудал маш чухал бөгөөд нарийн төвөгтэй. Үйлчилгээний чанарыг тодорхойлох гэсэн олон тодорхойлолтууд байдаг ч дараах эрдэмтэдийн тодорхойлолтуудыг илүүтэйгээр хүлээн зөвшөөрдөг.

Хүснэгт 1. Үйлчилгээний чанарын тодорхойлолт

Судлаачид	Тодорхойлолт
Gronroos (1982)	Үйлчилгээний чанар нь хэрэглэгчдэд үзүүлсэн үйлчилгээ болон хэрэглэгчийн хүлээлт хоёр хэр нийцэмжтэй байгаагаар үнэлдэг
Lewis and Booms (1983)	Үйлчилгээний чанар үзүүлсэн үйлчилгээ хэрэглэгчийн хүлээлттэй тохирч байгаа эсэх хэр түвшинд нийцэж байгааг хэмждэг
Gefen (2002)	Үйлчилгээний чанар нь үйлчлүүлэгчийн хүлээн авсан үйлчилгээний чанар, хүлээн авах гэж буй үйлчилгээний чанар хоорондын субъектив харьцуулалт юм
Smith and Houston (1982)	Үйлчилгээний чанар нь хэрэглэгчийн хүлээлтийг батална эсвэл батлахгүй гэсэн үг юм. Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжгүй байдалд хийсэн үзэл баримтлалын судалгаагаар энэ нь сэтгэл ханамжгүй байдлын туршлага болон хэмжээтэй хамааралтай юм. Нөгөө талаас сэтгэл ханамжгүй байдал нь хүний анхдагч хүлээлттэй холбоотой
Ramsawamy (1996)	Хэрэглэгчийг сэтгэл ханамжтай байлгах зорилгоор үйлчилгээ үзүүлэгч болон үйлчлүүлэгч хооронд бизнес гүйлгээ үүсдэг нь үйлчилгээний чанарын бүтээл юм
Zeithaml and Bitner (1996)	Үйлчилгээний чанар нь үйл явц, гүйцэтгэл болон үйлдэлийг багтаадаг

Эх сурвалж: Halvarsson, Dan, A research on how recruitment companies secure service quality, 2012

Чанарын хөгжлийн үе шатуудад чанарыг тодорхойлох гэж оролдсон 5 үндсэн хандлага байдаг. Үүнд: (Institute of Management Accountants, 2013)

1. *Давамгайлсан*: Бодитоор зүйл дээр тулгуурлаагүй үндэслэл
2. *Бүтээгдэхүүнд суурилсан*: Бүтээгдэхүүний чанарын бүрэлдэхүүн хэсэг эсвэл шинж чанар нь гүйцэтгэл, онцлог чанар, найдвартай байдал, бат бөх байдал, ашиглахад тохиромжтой, гоо үзэмжтэй байх
3. *Хэрэглэгчид суурилсан*: Хэрэгцээг нь хангах чадвар
4. *Үйлдвэрлэлд суурилсан*: Техникийн шаардлагад нийцсэн
5. *Үнэ цэнэд суурилсан*: Сэтгэлд нийцсэн үнээр чанар

Ихэнх судлаачид үйлчилгээний чанарын онол нь хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж болон бүтээгдэхүүний чанарын онол дээр суурилдаг гэж үздэг. (Feiz, 2012) Үйлчилгээний чанарыг бараа бүтээгдэхүүний чанараас ялгаж өгдөг 3 гол шинж байдаг гэж үздэг. (A. Parasuraman, 1985) Үүнд:

- *Материаллаг бус байдал (Intangibility)*: Үйлчилгээ гэдэг нь биет зүйлстэй харьцуулахад чанарын тодорхой шалгуурыг тогтооход бэрхшээлтэй. Ихэнх үйлчилгээний чанарыг хэрэглэгчдэд үнэлэхээс өмнө тооцоолох, үнэлэх эсвэл хэмжих боломжгүй. Материаллаг бус шинж чанараас нь хамааран хэрэглэгчид үйлчилгээний чанарыг хэрхэн үнэлж байгааг олж тогтооход үйлчилгээ үзүүлэгчдэд хүндрэл гардаг.
- *Нэг төрлийн бус (Heterogeneity)*: Үйлчилгээний ажилтнууд дээр суурилсан үйлчилгээнүүд хоорондоо ялгаатай байдаг. Тэдний үйлчилгээний чанар нь өдөр тутам өөр өөр байх магадлалтай. Учир нь үйлчилгээний ажилтнуудын зан байдлаас хамааран компаниудын хэрэглэгчдэд хүргэхийг зорьсон үйлчилгээ нь хэрэглэгчдийн авч байгаагаас тэс ондоо байж болдог.
- *Салиггүй байдал (Inseparable)*: Үйлчилгээний зарим салбарт үйлчилгээ үзүүлэх үйл явц болон хэрэглэх үйл явцыг салгах аргагүй байдаг

Зөвлөх үйлчилгээний хувьд *чанарын удирдлагын* дараах зүйлст анхаарснаар чанарын шалгуурыг хангадаг. (Erwin Waldmann, 2012)

- *Техникийн чанар*– Мэдлэгийн бааз суурь, практик ноу-хау, зөв мэдээ, горимын сонголт, хамааралтай бүх баримт мэдээний шинжилгээ, чухал хувилбар сонголтуудын үнэлгээ юм.
- *Үйл ажиллагааны чанар*- Үйлчлүүлэгчийг анхаарах, тэдний асуудлыг сонсох, санаа зоволтыг намжаах, эрхэмлэдэг зүйлийг нь хүндлэх, гэрээний хамрах хүрээнээс бусад зүйлсээр туслах юм.

Чанарын удирдлага нь зөвлөх үйлчилгээний техникийн чанар ба үйл ажиллагааны чанарыг харгалзан үзэх ёстой бөгөөд ихэнх зөвлөх байгууллагууд эхний чиглэл болох техникийн чанарыг анхаарсанаар чанарыг шалгуурыг хангадаг. Харин түүнийг гүйцэтгэсэн зөвлөхийн арга замын талаар үйлчлүүлэгчдээс асуухад сэтгэл ханамжийн түвшин бага, санал гомдол маш их байдаг. (ОУХБ, 2000) Чанарын удирдлагын гол анхаарах зүйл нь үйлчлүүлэгчдэд үзүүлэх үйлчилгээ ба тэдний сэтгэл ханамжинд чиглэгдэх ёстой юм. Иймээс хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж, үйлчилгээний чанарыг хэмждэг судалгааны аргачлал, загваруудыг судлах шаардлагатай болсон.

Хамгийн анх 1976 оноос үйлчилгээний чанар гэсэн зүйлд анхаарлаа хандуулж ирсэн. 1980 оны эхээр үйлчилгээний чанарын чухал хэсэг нь хандлага гэж маркетингийн судалгаанд үзэж байсан ч үйлчилгээний чанарын судалгаа хараахан хийгдээгүй байсан. **Error! Reference source not found.**2-т үйлчилгээний чанарын асуудлыг хөндсөн судлаачдын хийсэн судалгааны шинжилгээний түүхэн хөгжлийн үе шатыг хүргэж байна. (Sri Harish, 2015)

Хүснэгт 2. Үйлчилгээний чанарын хөгжлийн үе шат

Судлаач	Судалгааны асуудал
Anderson et al (1976)	Шинэ хэрэглэгч болон хуучин хэрэглэгчээ хадгалж үлдэх нь давуу талтэй гэдгийг хүлээн зөвшөөрч, хэрэглэгчийн хэрэгцээ шаардлагыг судлах шаардлагатай гэж үзэж байсан.
Churchill and Surprenant (1982)	Үйлчилгээний сэтгэл ханамж нь хандлагатай ижилхэн учраас хандлагыг нь илүү судлах хэрэгтэй гэж үзсэн.
Lewis and Boorms (1983)	Үйлчилгээний чанарыг тодорхойлоход үйл явц болон үр дүн чухал гэж үздэг. Үйлчилгээний чанар хандлагын ялгаа нь ерөнхийдөө тодорхой бүтээгдэхүүн эсвэл үйлчилгээний дэлгэрэнгүй үнэлгээ.
Holbrook and Corfman (1985)	Тодорхойлогдсон хүлээн зөвшөөрөгдсөн чанар нь дэлхийн үнэлгээний шүүлт юм.
Maynes (1985)	Батлагдсан үйлчилгээний чанар нь хувь хүний хүсэлд нийцсэн шинж чанар бүхий бүтээгдэхүүний санал болгох юм
Parasuraman et al (1985)	Servqual гэх 10 үйлчилгээний чанарын тодорхойлолтыг гаргаж ирсэн. Биет байдал, найдвартай байдал, хариу үйлдэл, харилцаа холбоо, нэр хүнд, аюулгүй байдал, өрсөлдөх чадвар, анхаарал хандуулах, хэрэглэгчийг ойлгох мэдэх болон хүрч үйлчлэх
Parasuraman et al (1988)	Найдвартай байдлыг хүчин зүйлсийн үнэлгээ хийж, шалгасны дараагаар Servqual 10 хэмжигдэхүүнийг 5 хэмжигдэхүүн болгож багасгасан. Үүнд: хариу үйлдэл, найдвартай байдал, бодит байдал, баталгаатай байдал, хэрэглэгчийг ойлгох байдал ордог.
Zeithaml et al (1988)	Байгууллагууд тогтсон түвшний үйлчилгээ чанарыг хүргэхэд хэцүүгээс гадна үйлчилгээний чанар нь яг юунаас шалтгаалдаг гэдгийг ойлгоход бэрхшээлтэй байдаг. Батлагдсан үйлчилгээний чанар нь хандлага юм. Төвлөрсөн бүлгүүдийг тусламжтайгаар сайн үйлчилгээний чанар нь хэрэглэгчийн хүлээлтэд нийцэх гэдгийг олж харсан

Bitner (1990)	Үйлчилгээний чанар нь хандлагатай адил гэсэн бүтээмжтэй судалгааг тэмдэглэсэн
Cronin and Taylor (1992)	Үнэлэгдсэн үйлчилгээний чанар нь үзүүлсэн үйлчилгээний чанарыг үнэлсэн хэрэглэгчийн үнэлгээтэй илүү ойр хандлага гэдгийг олж харсан.
Howcroft (1992)	Үйлчилгээний чанарын тухай хэрэглэгчийн үнэлгээ нь хүлээлт болон хүлээн авсан үйлчилгээний гүйцэтгэл хоорондын харьцуулалт дээр тулгуурладаг гэдгийг тэмдэглэсэн
Teas (1993)	Servqual-ийн хүлээлт нь дутагдалтай байсныг тайлбарласан
Brown et al (1993)	Түлхүүр 5 хэмжигдэхүүн нь үйлчилгээний чанарын бүхий л тодорхойлогчуудыг тодорхойлж чадаж байгаа эсэхийг судалсан
Cronin and Taylor (1994)	Servqual-аас алдаа хайж олсон бөгөөд хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж нь худалдан авалтанд үйлчилгээний чанараас илүү нөлөөдөгт тулгуурлан Servperf загварыг хөгжүүлсэн.
Dabholkar (1996)	Олон талт хэмжигдэхүүнийг өмнө нь байсан үйлчилгээний чанарын хүчин зүйлүүдээр нийт үйлчилгээний чанарыг тодруулах гэж үзсэн.
Buttle (1996)	Servqual загварын найдвартай байдлыг судалсан.
Dabholkar et al (2000)	Үнэлгээ болон хэмжигдсэн батлагдаагүй байдал нь тооцоолсон батлагдаагүй байдлаас давуу болохыг судалсан.
Bahia and Nantel (2000)	Тодорхой үйлчилгээний контекстийг BSQ болох 6 үзүүлэлттэй хэмжигдэхүүн дээр Servqual-ийн системийг шалгах гэж зохиомол хэмжигдэхүүний систем бий болгосон. Судлаачид BSQ нь хязгаарлагдмал хүрээнд хийгддэг гэдгийг хүлээн зөвшөөрсөн.
Beckett et al (2000)	Хөгжсөн хэрэглэгчийн зан төлөвийн матриц нь электрон суурьтай хүргэлтийн систем, үйлчилгээ болон үйлчилгээний чанарт хэрхэн нөлөөлж байгааг тодорхойлсон.
Oppewal and Vriens (2000)	Үйлчилгээний чанарын үнэлэгдсэн түвшинг хэмжихийн тулд Servqual-ийн хэмжилтийн алдаанаас сэргийлж энэ аргыг ашиглалгүйгээр нэгдсэн ерөнхий туршилтыг хэрэглэсэн.
Newman (2001)	Servqual-ийг ашиглахыг хүлээн зөвшөөрсөн боловч Servqual-ийн ерөнхий бүтэц болон хэрэглэгчийн сэтгэлд хүрдэггүй байдалд эргэлздэг.

Эх сурвалж: Sri Harish, Nagendra Babu, Conceptual evolution of service Quality – A Primer, 2015

2. СУДАЛГААНЫ АРГАЗҮЙ, ҮР ДҮН

2.1 Судалгааны аргазүй

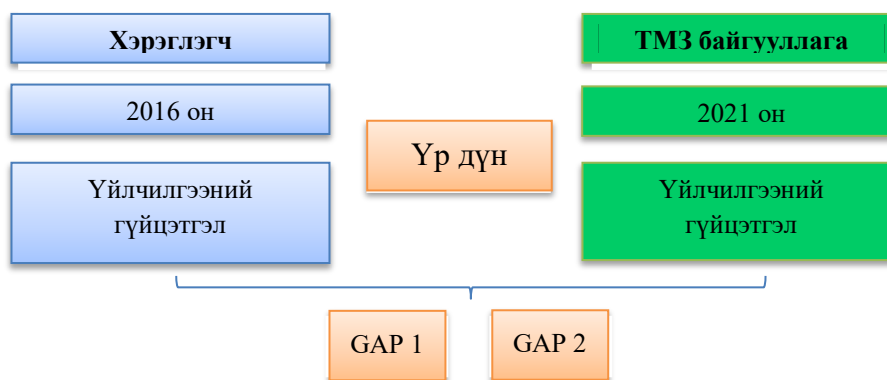
Үйлчилгээний чанарыг хэмжих судалгааны аргазүйг эрдэмтэн Parasuraman-ийн 1985 онд боловсруулсан SERVQUAL загварыг нягтлан бодох бүртгэлийн үйлчилгээний онцлогт тохируулан туршсан эрдэмтэд болох Erwin Waldmann, Janek Ratnatunga нарын A Marketing Approach To Service Quality In Accounting: A Case Study судалгаа болон Carl L. Saxby, Craig R. Ehlen Timothy R. Koski нарын “Service Quality In Accounting Firms: The Relationship Of Service Quality To Client Satisfaction And Firm/Client Conflict” мөн Mehmet Aga, Okan Veli Safakli нарын “An Empirical Investigation of Service Quality and Customer Satisfaction in Professional Accounting Firms: Evidence from North Cyprus” судалгааны ажлын SERVQUAL-ийн хэмжигдэхүүний үзүүлэлтүүдийг ТМЗ үйлчилгээний чанарыг хэмжихэд ашигласан.

Parasuraman энэ загвараа харилцагчийн хүлээлт болон үйлчилгээний өнөөгийн байдлын талаарх өөрчлөлтийг хэмжихээр хөгжүүлсэн. Servqual загвар нь харилцагчийн хандлагыг хэмжих гар загварын хэлбэр бөгөөд сүүлийн арван гаруй жил аж үйлдвэрийн үйлчилгээний чанарт чухал нэмэр оруулж байна. Энэ загвар нь үндсэн 5 хүчин зүйлс бүхий 24 асуултын хүрээнд харилцагчийн үйлчилгээний чанарыг хэмждэг. Эдгээр хүчин зүйлст:

- Хариу үйлдэл - Responsiveness (RES): Харилцагчдад туслах ажилтнуудын бэлэн байдал, шуурхай үйлчилгээгээр хангах байдал

- Итгэлтэй байдал- Assurance (ASS): Ажилтнууд эелдэг, мэдлэгтэй байдлаар үйлчилгээг хүргэх байдал
- Үйлчлүүлэгчийг ойлгох байдал - Empathy (EMP): Харилцагчийн хэрэгцээг ойлгох ажилтнуудын чадвартай байдал
- Бодит байдал - Tangibles (TAN): Танилцуулга, тоног төхөөрөмж, ажилтны хувийн харагдах байдлыг харуулдаг
- Найдвартай байдал - Reliability (REL): Үйлчилгээг найдвартай биелүүлэх, алдаа мадаггүй байдал

Эдгээр хүчин зүйлсийг тодорхойлох судалгааг ТМЗ үйлчилгээ үзүүлдэг байгууллагууд болон үйлчлүүлэгчдийнх нь үйлчилгээний чанарт хамгийн их нөлөө үзүүлдэг үзүүлэлтүүдийг санал асуулгын аргаар тодруулж, бодит байдал, найдвартай байдал, хариу үйлдэл, итгэлтэй байдал, үйлчлүүлэгчийг ойлгох байдал гэсэн 5 хүчин зүйлс бүхий 24 асуултыг 5 хэмжүүрт үзүүлэлтүүдийн дагуу судалгаа авч, хүчин зүйлсийн хамаарлын шинжилгээг SPSS-21 програм ашиглан үр дүнг боловсруулсан.



Зураг 1. Судалгааны ажлын загвар

ТМЗ үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллага, хэрэглэгчийн хоорондын зөрүүг авч үзвэл:

Gар 1: Үйлчилгээ үзүүлэгч, үйлчилгээ авагч тус бүрээр үйлчилгээний гүйцэтгэлийг 2016, 2021 оноор харьцуулсан;

Gар 2: 2016, 2021 он тус бүрээр үйлчилгээний гүйцэтгэлийг үйлчилгээ үзүүлэгч, үйлчилгээ авагчаар харьцуулсан;

2.2 Судалгааны үр дүн

Хүснэгт 3. GAP1-Үйлчилгээ үзүүлэгч, үйлчилгээ авагч тус бүрээр үйлчилгээний гүйцэтгэлийг оноор харьцуулсан

	Үйлчлүүлэгч		GAP Үйлчлүүлэгч	ТМЗ байгууллага		GAP ТМЗ
	2016	2021		2016	2021	
RES	3.22	4.01	0.79	4.23	4.47	0.24
ASS	3.30	4.01	0.71	4.26	4.30	0.04
EMP	3.39	3.89	0.5	4.25	4.13	-0.12
TAN	3.74	3.82	0.08	4.3	4.22	-0.08
REL	3.26	3.93	0.67	4.5	4.22	-0.28
дундаж	3.38	3.93	0.55	4.31	4.27	-0.04

Үйлчлүүлэгч болон ТМЗ байгууллагууд тус бүрийн хувьд 2016-2021 оны хооронд үйлчилгээний чанарын үзүүлэлтийг харьцуулан харвал:

- **Үйлчлүүлэгч:** 2016 онд үйлчилгээний чанарын үнэлгээ 3.38 байсан бол 2021 онд 3.93 болж 0.55-р өссөн үнэлгээтэй байна. Үйлчлгээний чанарын дундаж үнэлгээ өсөхөд хариу үйлдэл 0.79, итгэлтэй байдал 0.71 болон бодит байдал 0.67 гэсэн эдгээр хүчин зүйлс эерэгээр нөлөөлсөн үр дүн гарсан байна.
- **ТМЗ байгууллага:** 2016 онд үзүүлж буй үйлчилгээнийхээ чанарыг 4.31 гэж үнэлж байсан бол 2021 онд 4.27 болж -0.04-р буурсан үнэлгээтэй байна. Энэхүү үйлчилгээний чанарын үнэлгээ буурахад найдвартай байдал -0.28, үйлчилүүлэгчийг ойлгох байдал -0.12 болон бодит байдал -0.08 гэсэн эдгээр хүчин зүйлс сөргөөр нөлөөлсөн үр дүн гарсан байна.

Хүснэгт 4. GAP2-Оноор үйлчилгээний гүйцэтгэлийг үйлчилгээ үзүүлэгч, үйлчилгээ авагчаар харьцуулсан

	2016		GAP 2016	2021		GAP 2021
	Үйлчлүүлэгч	ТМЗ байгууллага		Үйлчлүүлэгч	ТМЗ байгууллага	
RES	3.22	4.23	-1.01	4.01	4.47	-0.46
ASS	3.30	4.26	-0.96	4.01	4.30	-0.29
EMP	3.39	4.25	-0.86	3.89	4.13	-0.24
TAN	3.74	4.3	-0.56	3.82	4.22	-0.41
REL	3.26	4.5	-1.24	3.93	4.22	-0.29
дундаж	3.38	4.31	-0.93	3.93	4.27	-0.34

2016-2021 оны хооронд тус бүр үйлчлүүлэгч, ТМЗ байгууллага хоорондын үйлчилгээний чанарын зөрүү хэрхэн өөрчлөгдсөнийг судалж үзвэл 2016 оны үйлчилгээний чанарын дундаж үнэлгээ -0.93 байсан бол 2021 онд гүйцэтгэсэн судалгаагаар зөрүү нь -0.34 болж -0.59-р буурсан үзүүлэлттэй байна. Харин судалгааны үр дүнг жил бүрээр тодорхойлбол дараах байдалтай байна:

- **2016 оны судалгааны үр дүн:** 2016 онд ТМЗ үйлчилгээний чанарыг үйлчлүүлэгчийн зүгээс 3.38, ТМЗ байгууллагаас 4.31 гэж үнэлсэн бөгөөд хоорондын зөрүү нь -0.93 үнэлгээтэй байсан. Энэхүү үнэлгээнд найдвартай байдал -1.24, хариу үйлдэл -1.01, болон итгэлтэй байдал -0.96 гэсэн хүчин зүйлс сөргөөр нөлөөлсөн үр дүнтэй байна.
- **2021 оны судалгааны үр дүн:** 2021 онд шинэчлэн дахин судалгаа авахад ТМЗ үйлчилгээний чанарыг үйлчлүүлэгчийн зүгээс 3.93, ТМЗ байгууллагаас 4.27 буюу зөрүү үнэлгээ нь -0.34 үзүүлэлттэй байна. Энэхүү үнэлгээнд хариу үйлдэл -0.46, бодит байдал -0.41 гэсэн хүчин зүйлс сөргөөр нөлөөлсөн үр дүнтэй гарсан байна.

Хүснэгт 5. Үйлчилгээний чанарыг тодорхойлох хүчин зүйлс хоорондын хамаарал

Correlations						
Татварын мэргэшсэн зөвлөх хуулийн этгээд		RES	ASS	EMP	TAN	REL
RES	Pearson Correlation	1				
	Sig. (2-tailed)					
ASS	Pearson Correlation	.609**	1			
	Sig. (2-tailed)	.001				
EMP	Pearson Correlation	.721**	.812**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000			
TAN	Pearson Correlation	.675**	.772**	.827**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		
REL	Pearson Correlation	.715**	.670**	.850**	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

Дээрх хүснэгтэнд үйлчилгээний байгууллагын үйлчилгээний чанарыг тодорхойлох хүчин зүйлсийн хамаарлыг харуулсан байна. Үйлчилгээний чанарыг тодорхойлох 5 хүчин зүйлс нь хоорондоо хамааралтай бөгөөд ач холбогдолтой болох нь хүчин зүйлсийн шинжилгээний үр дүнд гарсан байна. Эндээс харвал үйлчилгээний чанарыг тодорхойлох найдвартай байдлын хүчин зүйл нь үйлчилүүлэгчдийг ойлгох байдал (.850) болон бодитой байдал (.842) – н хүчин зүйлстэй хамгийн өндөр хамааралтай, ач холбогдолтой байна.

ДҮГНЭЛТ

Бидний судалгааны ажлын зорилго үйлчилгээний чанар түүнд нөлөөлөгч хүчин зүйлсийн талаарх онолын судалгаанд тулгуурлан Монгол улсын ТМЗҮ-ний чанарын өнөөгийн байдлыг сайжруулахад шаардлагатай санал зөвлөмжийг боловсруулах байсан. Чанар бол дүрэм журам, шаардлага, стандартуудыг хангаж байгааг хянах хяналт гэдэг хуучин үзэл баримтлалаас хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж, үйлчилгээ үзүүлэгчийн үйлчилгээ үзүүлэх соёлыг удирдахад чиглэгдэх ёстой гэсэн шинэ хандлагаруу чиглэгдэх болсон. Манай орны хувьд ТМЗ үйлчилгээний чанарыг хэмжих тусгайлсан аргачлал байхгүйгээс гадна үйлчилгээний стандартын хувьд тогтоосон үзүүлэлтүүд нь чанарыг тодорхойлоход учир дутагдалтай учраас үйлчилгээний чанарыг хэмждэг Servqual аргачлалыг судалгаандаа ашигласан ба судалгааны үр дүнд тулгуурлан дараах дүгнэлт, санал зөвлөмжийг боловруулав.

- Үйлчилгээний чанарыг үнэлсэн үйлчлүүлэгч байгууллагын судалгааны үр дүн 2021 онд 3.93 болж 0.55-р өссөн билээ. Энэ нь ТМЗ үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын хувьд үйлчилгээ үзүүлэх хүртээмж, өгөөж нь нэмэгдэж байгааг харуулж байна. Хэдий тийм ч ТМЗ байгууллагуудаас үйлчилгээний явцын гүйцэтгэл, үр дүнг цаг тухай бүр мэдээллэх, харилцагчийн хүсэл сонирхолд нийцүүлэн үйлчилгээгээ шинэчлэн хүргэх, харилцагчийн үйл ажиллагааг сайжруулах, хүний нөөцийн чадавхийг хөгжүүлэх үнэ цэнийг бий болгох дээр илүү анхаарч, үйл ажиллагаагаа сайжруулах хэрэгтэйг харуулж байна.
- ТМЗ байгууллага үйлчилгээнийхээ чанарыг үнэлсэн судалгааны үр дүн 2021 онд 4.27 болж -0.04 буурсан үнэлгээтэй байна. Буурсан шалтгааны хувьд харилцагчдад зөвлөгөө өгөх уулзалтын цаг нарийн төлөвлөж ажиллах, харилцагчийнхаа хүсэл сонирхолд нийцүүлэн үйлчилгээгээ шинэчлэн хүргэх, ажлын цар хүрээг нарийн тодорхойлж, төлөвлөгөө гаргаж ажилладаг байдал хангалттай хэдий улам сайжруулах хэрэгцээ шаардлагатай байна гэж өөрсдийгөө үнэлсэн байна.
- Үйлчлүүлэгч байгууллага болон ТМЗ үйлчилгээний байгууллагын үйлчилгээний чанарын үнэлгээний зөрүү 2021 онд -0.59-р буурч -0.34 болсон үр дүнтэй гарсан байна. Тодруулбал 2016 оноос хойш 2021 он хүртэл ТМЗ үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагын үйлчилгээний чанар бага багаар сайжирч байгаа судалгааны үр дүнгээс харагдаж байна. Үйлчлүүлэгчдэд чин сэтгэлээсээ туслахад цаг үргэлж бэлэн байх, ойлголцож түргэн шуурхай үйлчилгээ авах, байнга эелдэг боловсон харьцах буюу харилцагчдад туслах, хариу үйлдэл үзүүлэх буюу харилцааны тал дээр сайжирч байгаа хэдий ч үйлчлүүлэгчийг ойлгож мэдрэх, шинэ мэдээ мэдээлэл, үйлчилгээг цаг тухай хүргэх тал дээр илүү сайжруулах шаардлагатай нь харагдаж байна.
- Үүний тулд хүчин зүйлсийн шинжилгээний үр дүнд тулгуурлан үйлчилгээний чанарын үнэлгээнд сөргөөр нөлөөлж буй хамгийн чухал хүчин зүйлс болох RES буюу хариу

үйлдэл (-0.46), TAN буюу бодит байдлын (-0.41) сөрөг үнэлгээний зэргийг бууруулах боломжтой юм. Тухайлбал эдгээр хүчин зүйлс нь EMP буюу үйлчлүүлэгчийг ойлгох байдалтай шууд хамааралтай бөгөөд ач холбогдолтой байгаа нь үүгээр дамжуулан харилцагчийн хэрэгцээг ойлгох, үүнтэй холбоотой ажилтнуудын харилцааны чадварт анхаарах зэргээр бодит байдал болоод хариу үйлдлийн сөрөг үнэлгээг багасгах, үйлчилгээний чанарын зөрүүг бууруулах боломжтой болох нь судалгааны үр дүнд гарсан байна.

Эцэст нь, 2016 онд үйлчлүүлэгч нар илүү үйлчилгээ үзүүлж буй байгууллагынхаа харилцааны асуудалд анхаардаг байсан бол 2021 оны хувьд илүү авч байгаа үйлчилгээний өгөөж, шинэ үйлчилгээг нэвтрүүлэх, үйл ажиллагааг нь хөгжүүлэх чиглэлд анхаардаг болсон нь харагдаж байна. Түүнчлэн энэхүү судалгааны ажлын шинэлэг тал нь ТМЗ үйлчилгээний хэрэглэгч болон ТМЗ байгууллагуудын хоорондын эрэлт хэрэгцээг нэмэгдүүлэх, үйлчилгээний чанарыг сайжруулах чиглэлээр салбарын үйлчилгээний чанарыг хэмжих аргачлалыг туршсан практик ач холбогдол бүхий судалгаа болсон хэмээн дүгнэж байна.

АШИГЛАСАН НОМ ЗҮЙ

1. Parasuraman, V. A. (1985). A Conceptual Model of ServiceQuality and Its Implicationsfor Future Research.
2. Олон улсын хөгжлийн банк. (2000). Management consulting: A guide to the profession.
3. Erwin Waldmann, J. R. (2012). A Marketing Approach to Service Quality In Accounting: A Case Study. International Business & Economics Research Journal, Volume 2, Number 5.
4. Feiz, R. B. (2012). A review of service quality models.
5. Managing Quality Improvements. (2013). Statements on Management Accounting.
6. Монголын мэргэшсэн нягтлан бодогчдын институт. (2014). Удирдлагад зөвлөгөө өгөх үйлчилгээ. Улаанбаатар.
7. Sri Harish, N. B. (2015). Conceptual evolution of service Quality – A Primer. Volume : 5 | Issue : 5 | May 2015 | ISSN - 2249-555X.