

ЭМНЭЛГИЙН БАЙГУУЛЛАГЫН БИЗНЕС ТӨЛӨВЛӨГӨӨГ САЙЖРУУЛАХ ЗАРИМ АСУУДАЛ

У.НАРАНСОЛОНГО¹, М.ДАШДЭЛЭГ²
*¹ХААИС-ийн докторант, ИЗОУИС-ийн
Санхүү эдийн засгийн сургуулийн
захирлын туслах ²ХААИС-ийн
докторант, ИЗОУИС-ийн Санхүү эдийн
засгийн сургуулийн хөтөлбөрийн
удирдагч*

Хураангуй

Манай орны хувьд бизнесийн үйл ажиллагаа явуулдаг олон аж ахуйн нэгж байдгаас эмнэлгийн салбарт үйл ажиллагаа явуулж байгаа аж ахуйн нэгжийн бизнес төлөвлөлтийн асуудал ихээхэн анхаарал татдаг. Учир нь зах зээлийн эдийн засагт шилжсэнээс хойш эрүүл мэндийн салбарт ихээхэн ололт, өөрчлөлт гарсан. Тухайлбал, эрүүл мэндийн даатгалын тогтолцоо үүсч, хувийн эмнэлгийн үйл ажиллагаа хэрэглэгчдэд эрүүл мэндийн үйлчилгээ үзүүлж, төрийн салбарын эмнэлэг үйлчилгээний ачааллыг багасгахад хувь нэмрээ оруулж байгаа.

Эрүүл мэндийн салбарт хувийн эрүүл мэндийн байгууллагын тоо 2004 он гэхэд 577 байсан бол 2012 оны байдлаар даруй гурав дахин нэмэгдэж улсын хэмжээнд үйл ажиллагаа явуулж байгаа нийт эмнэлгийн 23,1% -ийг хувийн эмнэлэг эзэлж байна. Манай улсын засгийн газраас эрүүл мэндийн тусламж үйлчилгээний үр ашиг ба хуваарилалтыг сайжруулах зорилгыг 2016-2020 оны үйл ажиллагааны хөтөлбөрт тусгаж өгснөөр хувийн хэвшлийн эмнэлгийн үйл ажиллагаа явуулдаг аж ахуйн нэгж байгууллагад ихээхэн боломж нээгдэж байгаа. Улаанбаатар хотын хэмжээнд үйл ажиллагаагаа явуулж буй тусгай зорилтот бүлэгт үйлчлэх зорилготой олон эмнэлэг байдгаас "Нефромед" эмнэлэгийг төлөөлөл болгон авч судлахдаа үйл ажиллагаанд үндэслэн бизнес төлөвлөгөөний зарим шинжилгээг хийн өнөөгийн нөхцөл байдалд тохируулан хэрэгжүүлэх боломжийг санал болгон зөвлөмжийг боловсруулахад оршино. Энэхүү судалгааны хүрээнд "Нефромед" эмнэлгийн хэрэглэгчдээс авсан сэтгэл ханамжийн судалгаан дээр үндэслэн үйл ажиллагааны тактикийн

стратегийн төлөвлөгөөг боловсруулснаар тогтвортойгоор хөгжих боломж бүрдэнэ. "Нефромед" эмнэлгийн цаашдын тогтвортой хөгжлийг тодорхойлоход судалгааны ажлын хувь нэмэр оруулж байгаа шинэлэг тал болсон.

Түлхүүр үг: бизнес төлөвлөгөө, төлөвлөлт,
Бизнес төлөвлөгөө, түүний онол арга зүй

1. Төлөвлөлт, түүний мөн чанар

Нэг байгууллагад ажиллаж байгаа хүмүүс өндөр үр дүн гаргах, орчныг бүрдүүлэхийн тулд хамт олны зорилго, зорилтууд түүнд хүрэх арга замыг хүн бүр ойлгосон байх явдал нэн чухал. Төлөвлөлт бол өнөөгийн байдал ба хүрэх гэж хүсч буй байдал хоёрыг холбогч гүүр юм. Төлөвлөлт бол аливаа байгууллага өмнөө тавьсан зорилгодоо хамгийн хэмнэлттэй ямар арга замаар хүрэх вэ? гэдгийг шийдвэрлэх үйл явц юм. Харин төлөвлөгөө нь тэрхүү үйл явцыг удирдан зохион байгуулж буй субъектийн гаргасан шийдвэрүүдийг тусгасан албан ёсны баримт бичиг¹.

Төлөвлөлтийн ажиллагааг ирээдүйд юуг, хэрхэн гүйцэтгэх вэ? гэдэг гол асуудлаа хандуулахын тулд дараах 3 асуудалд хариу өгдөг. Үүнд:

1. Одоо бид хаана хүрээд байна вэ?
2. Бид хаана хаашаа явахыг хүсэж байна вэ?

Үүний тулд юу хийх



3. вэ? Хүснэгт 1.1. Төлөвлөлтийн үе шат²

Төлөвлөлт нь хийхээр төлөвлөж буй ажлынхаа нөхцөл байдлыг шинжлэхээс эхэлж, гадаад дотоод орчны шинжилгээг хийх шаардлагатай болдог. Тухайн нөхцөл байдлаасаа үүдэн зорилго ба төлөвлөгөөний хувилбар боловсруулан, түүнийгээ үнэлж, сонгон хэрхэн яаж хэрэгжүүлэх арга замаа олж хэрэгжүүлнэ. Ийнхүү хэрэгжүүлснээрээ эргээд хянах, дүгнэх үе шат хэрэгжинэ. Төлөвлөлт угаасаа ирээдүйн үйл ажиллагааг таамаглан хийгддэг тул үе шат бүхэн өөр өөрийн онцлогийг хамардаг.

Төлөвлөлт нь хэд хэдэн шалтгааны улмаас хийгддэг. Үүнд:

1. Тодорхой бус байдлыг багасгах,
2. Зорилтыг нарийвчлан гаргах,
3. Үйл ажиллагааг оновчтой зохион байгуулах,
4. Хяналт шалгалт хийхэд хялбар болгох,

Төлөвлөлт нь таамаглал байдаг болохоор өнгөрсөн үеийн мэдээ, өөрийн бодит туршлага, зөн билэг дээр үндэслэн ирээдүйн байдлыг урдаас төсөөлж байгаа арга тул хэд хэдэн ач холбогдолтой.

- Төлөвлөлт нь хүмүүсийн хүчийг нэгтгэх чухал хэрэгсэл бөгөөд сайн зохиогдсон төлөвлөгөө нь байгууллагыг бүхэлд нь удирдан чиглүүлж байдаг.

- Үйл ажиллагааны сайтар боловсруулагдсан төлөвлөгөө нь байгууллагад өөрчлөлт хийх бололцоог олгодог.

- Төлөвлөгөө нь хүлээгдэж буй үр дүнг тодорхойлдог ба ажилтны ажлыг үнэлж даалгаврууд нь тэдний ажлыг үнэлэх стандартууд болдог.

- Төлөвлөгөө хийхийн тулд оюуны үйл ажиллагааны өндөр түвшинд шаардагдах тул менежерүүдээс сэтгэн бодох чадвараа хөгжүүлэхийг шаарддаг.

2. Төлөвлөгөө, бизнес төлөвлөгөө, загварууд

Төлөвлөгөө хийхийн тулд оюуны үйл ажиллагааны өндөр түвшин шаардагдах тул менежерүүдээс сэтгэн бодох чадвараа хөгжүүлэхийг шаарддаг.

Төлөвлөгөөг хэрэглэх зориулалтаар нь дотоод, гадаад гэж ангилдаг. Дотоод хэрэглээний үр өгөөж нь:

Байгууллагын давуу сул тал, дотоод нөөц, байгууллагын өмнө тулгарч буй асуудлуудыг тодотгох замаар гүйцэтгэлийг сайжруулах нөхцөл болдог.

Үйл ажиллагааны үр дүнгийн талаарх урьдчилсан таамаглалыг удирдлага болон ажилчдад мэдүүлдэг.

1. Олон салбар нэгжтэй байгууллагын хувьд тэдгээр нэгж хэсгүүдийг хооронд нь холбож, үйл ажиллагааг нь тогтвортой уялдуулан зохицуулдаг.

2. Үйл ажиллагааны үр дүнг хэмжих бодит үндэслэлийг тогтоож өгдөг.

3. Удирдах ажилтнуудын идэвх санаачилгыг өрнүүлэх, мэдлэг боловсролыг дээшлүүлэхэд чухал нөлөө үзүүлдэг.

Гадаад хэрэглээний үр өгөөж нь:

1. Гаднын харилцагчдад байгууллагын зорилго, зорилт, зохион байгуулалт, үйл ажиллагааны талаар тодорхой мэдээлэл өгдөг.

2. Хөрөнгө оруулагчдын хөрөнгийг баталгаажуулахаас гадна хөрөнгө оруулах боломжтой бусад этгээдүүдийг мэдээллээр хангана.

3. Төлөвлөгөөг нийтийн дунд нэр нөлөө бүхий хүмүүст танилцуулж, тэдний тус дэмжлэгийг авснаар тохиолдож болзошгүй зарим сөрөг нөлөөллөөс хамгаалж чадна.

Байгууллагын төлөвлөгөө нь стратеги төлөвлөлтийн процессын үр дүн болох ирээдүйд чиглэсэн шийдвэрүүдийг гаргах боломжийг тухайн байгууллагын удирдлагад олгодог төлөвлөгөө байдаг. Үүнд:

- Зах зээлийн стратеги
- Үйлдвэрлэл болон үйлчилгээний стратеги
- Судалгаа шинжилгээ ба хөгжил дэвшлийн стратеги
- Удирдлага, зохион байгуулалтын стратеги
- Санхүүгийн стратеги

1. Шугаман эрсдэлийн зэрэглэлийн тооцоолол

Бизнесийн орчны нөхцөл, зах зээлийн боломжийг судалсны үндсэн дээр тодорхой зорилго дэвшүүлж, түүнд хүрэхэд шаардлагатай нөөцүүдийг хамгийн үр ашигтай байж болох хувилбараар удирдах замыг зааж өгсөн байгууллагын нууцын зэрэглэл бүхий баримт бичиг бол бизнес төлөвлөгөө юм³. Бид судалгааны ажлаараа, эрсдлийг долоогоор бүлэглэн тус бүрд харгалзах шугаман эрсдэлийн зэрэгт харгалзуулан оноход дараах байдалтай байгааг харъя. /Хүснэгт 2.1./

Улс төрийн хүчин зүйлийн эрсдэл -20%

1. Эм эмнэлгийн тоног төхөөрөмжийн материалын үнийн өсөлт бууралт -
2. Инфляцын байдал -40%
3. Зах зээлийн өсөлт, агшилт -20%
4. Эмчлэх үйлчилгээний хүрээ царын өсөлт бууралт-40%
5. Орлуулах бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний эрсдэл -20%
6. Үндсэн хэрэглэгчийн тооны алдагдах Судалгааны арга зүй ба бизнес төлөвлөгөөний зарим шинжилгээ

Эрсдэлийн бүлэглэл	Шугаман эрсдэлийн зэрэглэл								
	-60%	-40%	-20%	-10%	-0%	10%	20%	40%	60%
Улс төрийн хүчин зүйл							+		
Эм эмнэлгийн тоног төхөөрөмжийн материалын үнийн өсөлт бууралт								+	
Инфляцын байдал								+	
Зах зээлийн өсөлт, агшилт							+		
Эмчлэх үйлчилгээний хүрээ								+	
царын өсөлт бууралт									
Орлуулах бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний эрсдэл							+		
Үндсэн хэрэглэгчийн тооны алдагдал						+			
Дүн						1/14%	3/42.8%	3/42.8%	

Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

$$K_э = (20+40+40+20+40+20+10) / 100 = 190/100 = 1.9$$

Эрсдэлийн зэрэг $K_э \leq 1.9$ байгаа эрсдэл өндөр байгааг харуулж

байна.

2. Хэрэглэгчдээс авсан сэтгэл ханамжийн судалгааны үр дүн

Хэрэглэгчийн зүгээс тухайн төрлийн бүтээгдэхүүнд өгч буй үнэлэлт, дүгнэлт, бүтээгдэхүүнд тавьж буй шаардлага, хэрэглэгчийн хэрэглээний өсөлт, бууралт, хэрэглэгчийн бүлэглэл, түүнд ямар аргаар нөлөөлөх боломжтой зэргээр бүтээгдэхүүний эрэлт, нийлүүлэлт, хэрэглэгчийн нөхцөл байдлаас хэрхэн хамаарч байгаа болохыг судалгаа, баримт, хүснэгтэн мэдээллээс суурь судалгаагаа болгон ашигласан. “Нефромед” эмнэлгийн хувьд хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийн судалгааг ихэнх тохиолдолд асуулга судалгаа ба анкетын аргаар явуулдаг.

Судалгааны ажлын явцад 2018 оны 4-р улиралд хэрэглэгчдээс авах сэтгэл ханамжийн судалгаа авсан. Энэхүү судалгаа нь нийт 3 асуудлын хүрээг хөндсөн 15 асуултаар сэтгэл ханамжийн судалгаа байсан. Үүнд:

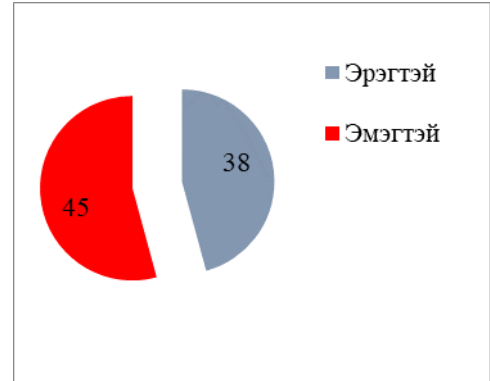
1. Хэрэглэгчийн талаарх мэдээлэл
2. Үйлчилгээний ажилчдын харилцааны соёл,
3. Үйлчилгээнээс хэрхэн тааламжтай мэдрэмж сэтгэл ханамж авч байгаа талаар сонголт хийлгэх, хэрэглэгчдийн нийгмийн давхаргаас ялгаварлалт байхгүй байхаар боловсруулагдсан маш хялбар судалгаа байсан.

Судалгааны ажлын явцдаа “Нефромед” эмнэлгийн захиргааны албанаас зөвшөөрөл авсан тул судалгаанд хамрагдсан 115 гаруй оролцогчийн 83 оролцогчийн мэдээллээс судалгааны ажилдаа оруулсан.

Ерөнхий мэдээллээс дараах үр дүнг гаргаж дүгнэлт өгөх боломжтой байсан.

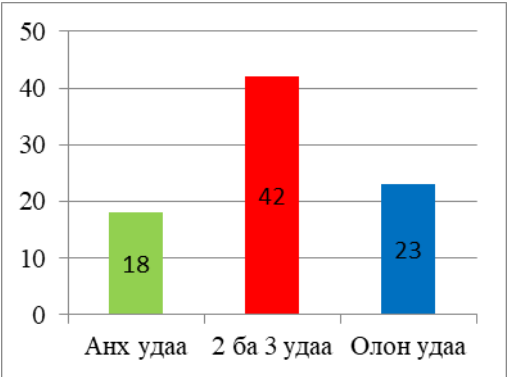
Манай социологийн анхан шатны мэдээлэл цуглуулах судалгаанд 3 өдрийн турш нийт 83 оролцогч оролцсон. Доорх График 2.1 ба 2.2-уудаас харахад, эмэгтэй үйлчлүүлэгчийн тоо их байна. Мөн дахин үйлчлүүлэгчдийн тоо нь анх удаа үйлчлүүлж байгаа хүмүүсээс их байгаа нь манай эмнэлгээр олон дахин үйлчлүүлэх хандлагатай байгааг харуулж байна.

График 2.1.
Оролцогчдын хүйсийн харьцаа



давтамж

График2.2.
Үйлчлүүлэгчдийн



Хэрэглэгч үйлчлүүлэгчдээс авсан дараагийн асуулт манай эмнэлгээс зохион байгуулдаг үнэгүй сургалтад хамрагддаг талаар судлахад нийт оролцогч 83 хүнээс:

- 44 хүн тийм, -39 хүн үгүй гэсэн сонголт өгсөн байснаас манай эмнэлгийн хувьд судалгаанаас хойш санал болгосны дагуу 2-3 албан байгууллагад үнэгүй сургалт явуулж маркетингийн үйл ажиллагаагаараа хэрэглэгчдийн дунд идэвхжүүлэлтийг хийсэн. /График 2.3, 2.4/. Мөн судалгаанд хамрагдсан нийт 83 оролцогчийн мэдээлэл дараах байдалтай байна.

Хүснэгт 2.2.

Report

	a1	a2	a3	a4	a5	a6
Mean	3.2771	3.1566	3.3133	3.3855	3.5783	3.1325
N	83	83	83	83	83	83
Std. Deviation	.94111	1.01791	.97440	.89485	.89879	1.13450

График 2.3.

Мэдээллийг олж авсан байдал

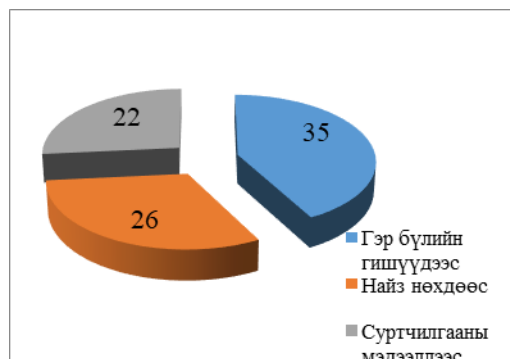
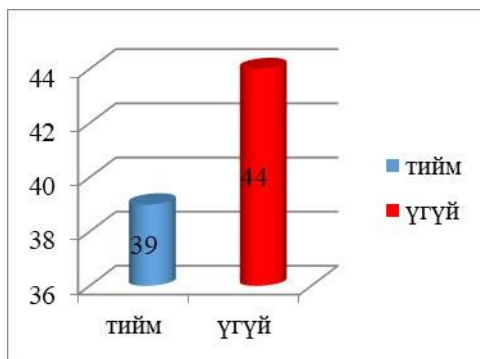


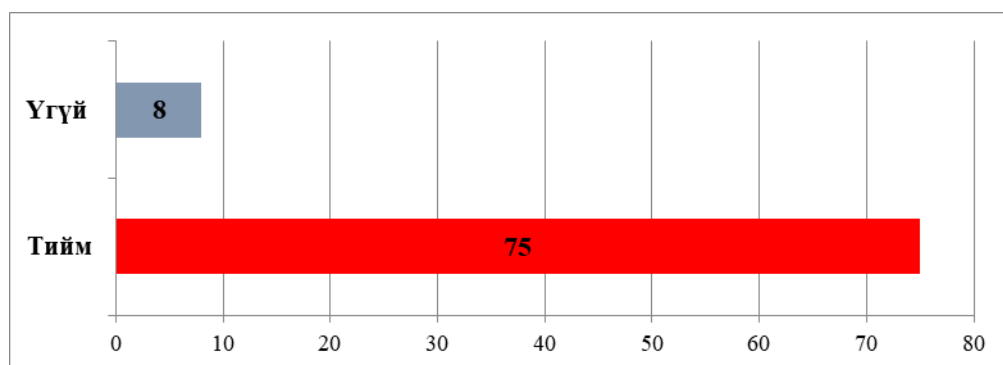
График 2.4.

Сургалтад оролцогчид



Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

Манай судалгаанд оролцогчдын хувьд манай эмнэлгээс үзүүлж байгаа эмчилгээ үйлчилгээг бүрэн мэдэх үү? гэсэн асуултад нийт оролцогч 83 хүнээс 75 нь тийм гэсэн хариулт өгсөн байсан нь маш сайн үзүүлэлт үр дүнг илэрхийлсэн. Хамгийн гол нь манай эмнэлэг ажилчдынхаа хурлаар хэрэглэгч, үйлчлүүлэгчдэд мэдээлэл өгөх, сурталчилгаа хийх үүрэг даалгаврыг өгснөөр ажилчид хэрэглэгчдэд мэдээлэл сайн өгдөг нь дараах графикаас харагдсан. График 2.5. Манай эмнэлгийн үйл ажиллагааг мэдэх байдал



Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

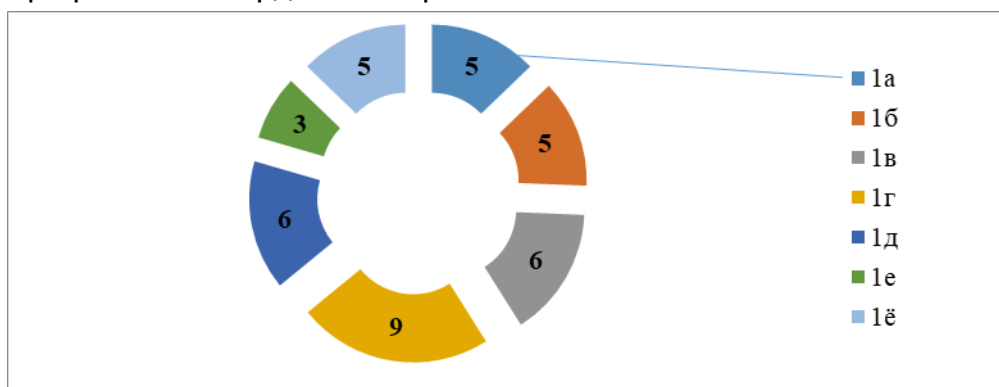
Танд ямар үйлчилгээ шаардлагатай байна вэ? гэсэн асуултад судалгаанд оролцогчид нөхөн бичилт хийх байсан боловч хэрэглэгч, үйлчлүүлэгчдийн хувьд энэ асуултад их бага хариулт ирүүлсэн байсан. Хариултаас нэгтгэвэл дараах байдалтай байна.

Хүснэгт 2.3. Шаардлагатай үйлчилгээ

Код	Хариултууд	тоо
1a	Гэрээр үйлчлэх	5
1б	Цагийн хуваарийг амралтын өдрүүдэд уртасгах боломж гаргах	5
1в	Хүүхдийн үзлэгийн эмчийн тоо нэмэх	6
1г	Тусгай зорилтот бүлгийн эмчилгээний тасгийг нэмэх	9
1д	Хэвтэн эмчлүүлэгчдийн өрөө нээх	6
1е	Сургалтыг албан байгууллага дээр зохион байгуулах	3
1ё	Хүүхдийн эмч нар цэцэрлэг дээр сургалт явуулж, бага насны хүүхэдтэй эцэг эхчүүдэд жигд шаардлага ойлголт өгөх тал дээр хамтран ажиллах	5

Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

График 2.6. Шаардлагатай үйлчилгээ



Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

Судалгаанд оролцогчдын саналыг дүгнэхэд, *Тусгай зорилтот бүлгийн эмчилгээний тасгийг нэмэх* гэсэн санал хамгийн их үнэлгээг өгсөн байна. Бусад санал хэд хэдэн оролцогч санал өгсөн нь дээрх хүснэгт, графикт тодорхой байна.

Манай судалгааны хамгийн их ач холбогдол өгсөн, хэрэглэгчдээс илүү их мэдээлэл авах зорилготой асуулт дараах асуулт байсан.

График 2.7. Хэрэглэгчдээр үнэлүүлсэн үйлчилгээний үнэлэмж



Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

Дээрх үр дүнг эмч ажилчиндаа танилцуулахад ажилчдын дунд таатай уур амьсгал үүссэн. Учир нь манай ажилчдыг үйлчлүүлэгчид мэргэжлийн ур чадвар сайтай, үйлчилгээг түргэн шуурхай хүргэдэг, манай эмнэлгийн орчинг таатай гэсэн үнэлгээг өгсөн байна.

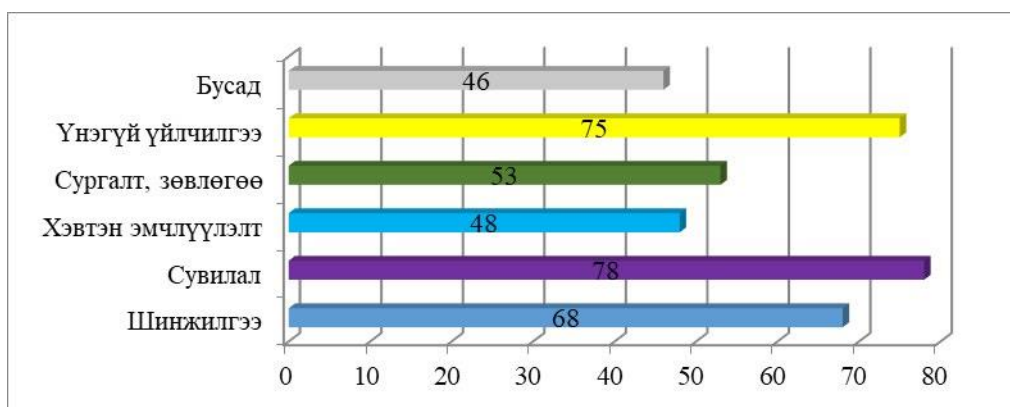
Манай судалгааны хэрэглэгчдээс илүү их мэдээлэл өгөгдөл цуглуулах асуулт нь *Манай эмнэлэг ирээдүйд таны эрүүл мэндийн төлөө гадаадын хөрөнгө оруулалтыг татаад танд илүү хямд үнээр үйлчилбэл та хамгийн түрүүнд ямар эмчилгээ үйлчилгээ санал болгох вэ?* гэсэн асуултад дараах сонголтоос хийх байсан. Хамгийн их анхаарал татсан хариулт хэвтэн эмчлүүлэх, сургалт зөвлөгөө, үнэгүй үйлчилгээ гэсэн сонголт дээр судалгаанд оролцогчдын 50% илүү нь 2 ба түүнээс дээш сонголт дээр саналаа өгсөн байсан. Үүнийг дараах Хүснэгт 2.4. ба График 2.8 оос харж болно.

Хүснэгт 2.4. Хэрэглэгчдээс ирсэн санал

Хэрэглэгчдээс ирсэн санал	Санал өгсөн оролцогчдын	
	Тоо	Хувь
Сувилал	78	93%
Үнэгүй үйлчилгээ	75	90.36%
Сургалт зөвлөгөө	53	63%
Хэвтэн эмчлүүлэх	48	57%
Шинжилгээ	68	81%
Бусад	46	55%

Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

График 2.8. Хэрэглэгчдээс санал болгох үйлчилгээ



Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

Судалгааны дээрх асуултад хариулсан оролцогчид 2 ба түүнээс дээш хариулт өгснөөс түүвэрлэхэд ихэвчлэн үнэгүй үйлчилгээ, сувилал, шинжилгээ гэсэн сонголт дээр их санал өгсөн нь харагдаж байгаагаас манай иргэд өвчлөл ихтэй ч үнэ төлбөрөөс үүдэн бүрэн үйлчилгээ авах тал дээр хүндрэлтэй байгаа нь харагдаж байсан.

Судалгааны 3 дахь хэсэг нь хэрэглэгчдээс авах сэтгэл ханамжийн судалгааны асуултууд байсан. Энэхүү асуултууд 6 асуулт бүхий хүснэгтэн хэлбэрт байрлуулан олон улсын стандартаар Лайкертын 5 хэмжээст үнэлгээг ашигласан. Лайкертын 3,5,7,10 гэсэн хэмжээст үнэлгээг судлаачид өргөн ашигладаг ба манай орны судлаачид 5 хэмжээсийг өргөн ашигладаг. Чанарын судалгаа нь нийгмийн шинжлэх ухааны судалгаанд хамгийн өндөр ач холбогдол өгдөг, тоон шинжилгээнээс үүдэн хамаарлыг судалж үр дүнгээсээ өөрийн санал, зөвлөмж боловсруулах ач холбогдолтой байдаг. Эдгээр 6 асуултыг а1, а2 ... а6 гэсэн кодоор кодолж SPSS-21 программд өгөгдлийг оруулан шинжилгээ хийсэн.

Манай судалгаанд оролцогч 83 хүн сэтгэл ханамжийн судалгааны асуултуудад үнэлгээг бүрэн өгсөн ба хариулт өгөөгүй ямар нэгэн үзүүлэлт байгаагүй байсан нь судалгааны ажил үр дүнтэй болоход илүү нөлөөлж өгсөн. Үүнийг дараах хэлбэлзлээс харж дүгнэх боломжтой /Хүснэгт 2.5./.

Хүснэгт 2.5. Судалгаанд оролцогчдын үнэлгээ өгсөн байдал

Statistics

		a1	a2	a3	a4	a5	a6
N	Valid	83	83	83	83	83	83
	Missing	0	0	0	0	0	0

Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

Эхний а1 кодтой “Би үйлчилгээний чанарт сэтгэл хангалуун байдаг” асуулт байсан. Энэхүү асуулт нь хэрэглэгчдийн хувьд манай эмнэлгийн үйлчилгээний чанарыг үнэлүүлэх, хэрэглэгчид хэр сэтгэл ханамжтай байгааг үнэлж, хэрэв сэтгэл ханамж бага үнэлгээтэй байвал манай эмнэлэг цаашид үйлчилгээний тал дээр анхаарах хэрэгтэйг тодорхойлоход дөхөм болох асуулт байсан. Энэ асуултын хэлбэлзэл дараах байдалтай байна. Хүснэгт 2.7. Судалгаанд оролцсон нийт 83 оролцогчдоос энэ а1 асуултад бүгд үнэлгээ өгсөн байсан нь судалгаа бодит байгааг илэрхийлж байна. Мөн, манай эмнэлгийн үйлчилгээний чанарыг дундаж гэсэн үнэлгээг 43 оролцогч ба 51.8 хувь нь өгсөн бол сайн ба маш сайн үнэлгээг 25 оролцогч ба 30.2 хувь нь үнэлгээ өгсөн байгаа нь манай оролцогчид сэтгэл хангалуун байгааг илтгэсэн үр дүнтэй байна. Хамгийн их анхаарал татсан үнэлгээ ба маш муу гэсэн үнэлгээг 1 ч оролцогч өгөөгүй байсан нь давуу талтай. Судалгаа бодит байх тусам бүгд сайн, маш сайн гэсэн үнэлгээ өгөх шаардлага байдаггүй. Хэрэглэгчид өөр өөрийн үнэлэмжээр үнэлгээ өгч байгаа болохоор тэрхүү хүний хувьд өөрийнх нь өгч байгаа үнэлгээ зарим судалгаанд сөрөг үр дүнг гаргах ч тохиолдол байдаг болохоор манай энэ асуултад муу ба 2 гэсэн үнэлгээг 15 оролцогч өгсөн байгааг харж болно.

Хүснэгт 2.6. Үйлчилгээний чанарт өгсөн үнэлгээ

a1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	15	18.1	18.1	18.1
	3.00	43	51.8	51.8	69.9
	4.00	12	14.5	14.5	84.3
	5.00	13	15.7	15.7	100.0
Total		83	100.0	100.0	

Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

Дараагийн а2 кодтой “Төлбөрт тохирсон үйлчилгээг авч чаддаг.” асуулт байсан. Энэхүү асуулт нь хэрэглэгчдийн хувьд манай эмнэлгийн үйлчилгээний төлбөр үйлчилгээ 2-ын хоорондын хамаарлыг үнэлүүлэх, хэрэглэгчид үйлчилгээ авч байгаадаа төлбөрөө төлөөд хэр сэтгэл ханамжтай байгааг үнэлэх асуулт байсан. Энэ асуултын хувьд өмнөх хариултаас илүү давуу талтай нь 20 оролцогч сайн, 9 оролцогч маш сайн гэсэн хариулт өгсөн байсан.

Судалгааны үр дүнгээс 3 оролцогч маш муу гэсэн үнэлгээ өгсөн байсан. Эдгээр оролцогчдоос яагаад төлбөрт сэтгэл ханамжгүй байгааг лавлан асуухад өөрсдийнх нь өвчний онош хүндэвтэр, тухайн үед мөнгөний боломж тааруу байсан болохоор үйлчилгээний төлбөрийг үнэтэй гэж тооцож байна гэсэн хариулт өгсөн. Эдгээр 3 хүний 2 нь эмэгтэй оролцогч байсан /Хүснэгт 2.7./

Хүснэгт 2.7. Төлбөрт тохирсон үйлчилгээ авдаг байдал

а2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	3	3.6	3.6	3.6
2.00	19	22.9	22.9	26.5
3.00	32	38.6	38.6	65.1
4.00	20	24.1	24.1	89.2
5.00	9	10.8	10.8	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Эх үүсвэр:
Судалгааны
ажлын үр дүн

Хүснэгт 2.8. Ажилчдын харилцааны ур чадварын үнэлгээ

а3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	14	16.9	16.9	16.9
3.00	45	54.2	54.2	71.1
4.00	8	9.6	9.6	80.7
5.00	16	19.3	19.3	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Эх үүсвэр:
Судалгааны
ажлын үр дүн

Дээрх хүснэгт 2.8-аас харахад, судалгаанд оролцогчдоос эмнэлгийн ажилчдын хэрэглэгчдэд хандах хандлага, харилцааны ур чадварыг үнэлэх а3 кодтой асуулт “Ажилчдын харилцааны ур чадвар таатай орчинг бүрдүүлдэг.” байсан. Энэхүү асуулт нь хэрэглэгчдийн хувьд манай эмнэлгийн үйлчилгээний

соёл, хэрэглэгчдийг хүндлэн харьцаж байгаа байдал, таатай орчинг бүрдүүлэх боломжийн талаар сэтгэл ханамжтай байгааг үнэлэх асуулт байсан. Энэ асуултын хэлбэлзлээс дүгнэхэд, дундаж үнэлгээг 45 оролцогч ба 54.2% , сайн гэсэн үнэлгээг 8 оролцогч ба 9.6% хамгийн сайн гэсэн үнэлгээ болох 5 хэмжээсийг 16 оролцогч ба 19.3% өгсөн байгаа нь манай ажилчид, эмч нарын харилцааны ур чадвар сайн байгааг илэрхийлж байна.

Судалгаанд оролцогчдоос эмнэлгийн үйл ажиллагааг үнэлэх а4 кодтой асуулт “Хэрэглэгчдийг дээдэлсэн шударга үйл ажиллагаатай байдаг.”байсан.

Хүснэгт 2.9. Шударга үйл ажиллагааг үнэлэх үнэлгээЭх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

a4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	11	13.3	13.3	13.3
3.00	41	49.4	49.4	62.7
4.00	19	22.9	22.9	85.5
5.00	12	14.5	14.5	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Дээрх хүснэгт 2.9-өөс дүгнэхэд, дундаж үнэлгээг 41 оролцогч ба 49.4% , сайн гэсэн үнэлгээг 19 оролцогч ба 22.9% хамгийн сайн гэсэн үнэлгээ болох 5 хэмжээсийг 12 оролцогч ба 12% өгсөн байгаа нь манай эмнэлгийн үйл ажиллагаа иргэдэд шударга, ямар нэгэн нийгмийн давхаргаар ялгаж үйлчилдэггүй, нийгмийн хариуцлага өндөр, үйл ажиллагаа сайн байгааг илэрхийлж байна.

Судалгааны асуултуудын нэг нь манай эмнэлгийн багаж хэрэгсэл, тоног төхөөрөмж хэрэглэгчдэд хэрхэн нийцэж байгааг судлах а5 “Эмнэлгийн багаж хэрэгсэл орчин үеийн шаардлагад нийцсэн.” асуулт байсан. Энэ асуултад оролцогчдын үнэлгээ хангалттай сайн гэж дүгнэж болох үзүүлэлттэй байсан. Үүнийг дараах хүснэгт 2.9-ээс харж болно.

Хүснэгт 2.10. Эмнэлгийн орчин үеийн тоног төхөөрөмжийн байдал

a5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	7	8.4	8.4	8.4
3.00	37	44.6	44.6	53.0
4.00	23	27.7	27.7	80.7
5.00	16	19.3	19.3	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

Дээрх хүснэгтээс дүгнэхэд, судалгаанд оролцсон 37 оролцогч дундаж үнэлгээг, 23 оролцогч сайн үнэлгээг, 16 оролцогч маш сайн гэсэн үнэлгээ өгсөн байгаа нь манай эмнэлгийн тоног төхөөрөмж хамгийн сүүлийн үеийн стандарт шаардлага хангаж, хэрэглэгчдийн эрэлт хэрэгцээг хангаж чадаж байгаа гэж дүгнэх бүрэн боломжтой.

Судалгааны хамгийн сүүлийн асуулт хэрхэн хурдан шуурхай үйлчилгээ үзүүлдэг эсэхийг судлах, үр дүнг гаргах а6 “Түргэн шуурхай үйлчилгээ үзүүлдэг.” асуулт байсан. Энэ асуулт нь хэдийгээр өмнөх

зарим асуултуудтай ижил төрлийн утга агуулж байгаа хэдий ч хэрэглэгчид хамгийн их хүсэж байдаг зүйл аль болох хугацаа алдахгүй байх, өөрсдөө захиалгын цаг өгөөгүй ч бусдын цаг, боломжийг үл хүндэтгэн удаан үйлчиллээ гэдэг асуудал санал хүсэлтийн дэвтэр дээр байнга тэмдэглэгддэг тул нийт оролцогчдын хэдэн хувь нь сөрөг хандлага илэрхийлж, хэдэн хувь нь эерэг таатай үр дүнг санал болгохыг зорьж энэхүү асуултыг чанарын үнэлгээний асуултад оруулж өгсөн /Хүснэгт 2.11/.

Хүснэгт 2.11. Эмнэлгийн үйлчилгээ

Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	10	12.0	12.0	12.0
	2.00	9	10.8	10.8	22.9
	3.00	33	39.8	39.8	62.7
	4.00	22	26.5	26.5	89.2
	5.00	9	10.8	10.8	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

ойлгохгүй байгаа зүйлээ лавлаж асууж байсан, энэ асуулт дээр хамгийн их ба 10 оролцогч хангалтгүй гэсэн үнэлгээ өгсөн байгаагаас бид өөрсдийн ажилдаа түргэн шуурхай үйлчилгээг анхаарах нь зүйтэй гэсэн дүгнэлт өгч болох байна. Гэхдээ, дундаж, сайн гэсэн үнэлгээн дээр нийт 55 оролцогч ба 66.4% нь сонголт хийснээс дээрх сэтгэл дундуур гэсэн үнэлгээг сайн тал руу дүгнэх боломж олгож байгаа.

3. Судалгаа шинжилгээний үр дүн

“Нефромед” эмнэлгийн үйл ажиллагааг сайжруулахын бизнесийн төлөвлөгөөнд санал болгох дээрх хэд хэдэн шинжилгээг эмнэлгийн мэдээлэл, тоон өгөгдөл, хэрэглэгчдээс авсан сэтгэл ханамжийн судалгаанаас дараах үр дүнг нэгтгэн дүгнэх боломжтой. Аливаа байгууллагын хэрэглэгчид тухайн байгууллагын үйл ажиллагаа, үйлчилгээний чанар, ололт амжилтыг үнэлж, өөрийн санал хүсэлтээ зарим тохиолдолд илэрхийлж байдаг. Хэрэглэгчдээс 3 өдрийн турш нийт 100 гаруй судалгааны материал бэлтгэн хэрэглэгчдээс судалгааг авахад 83 оролцогчийн судалгаа хүчин төгөлдөр байсан.

Хүснэгт 2.12. Судалгаанд оролцогчдын мэдээлэл

Case Processing Summary

Cases					
Valid		Missing		Total	
N	Percent	N	Percent	N	Percent
83	100.0%	0	0.0%	83	100.0%

Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

Манай судалгааны найдвартай байдлыг илтгэх, судалгааны нэгдсэн үнэлгээг өгөх үнэлгээ сэтгэл ханамжийг судалсан 6 асуултын хувьд Cronbach's Alpha-0.775 байгаа нь судалгааны асуултууд ихээхэн ач холбогдол өгсөн сонголтыг илэрхийлэх боломжтой гэсэн дүгнэлт өгнө.

Хүснэгт 2.12. Найдвартай байдал

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	6

Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

Хэрэглэгчдээс авсан сэтгэл ханамжийн судалгааны хамаарал хоорондоо хэрхэн уялдаатай байгааг дараах Хүснэгт 2.13 – аас гарсан гаргалгаа нь хамгийн бага нь 0.434, хамгийн их нь 0.779 байгаа нь хамаарал сайтайг илэрхийлэх боломжтой.

Хүснэгт 2.13. Чанарын судалгааны хамаарал

Communalities

	Initial	Extraction
a1	1.000	.779
a2	1.000	.666
a3	1.000	.434
a4	1.000	.661
a5	1.000	.738
a6	1.000	.765

Эх үүсвэр: Судалгааны ажлын үр дүн

Судалгааны өгөгдлийн дээд доод утга, тархалтын зүй тогтол, дундаж утга зэрэг нь дараах үр дүнтэй байна. Хүснэгт 2.14

Дүгнэлт

Энэхүү судалгааны хүрээнд дараах дүгнэлтүүд гарч байна. Хэрэглэгчийн зүгээс тухайн төрлийн бүтээгдэхүүнд өгч буй үнэлэлт, дүгнэлт, бүтээгдэхүүнд тавьж буй шаардлага, хэрэглэгчийн хэрэглээний өсөлт, бууралт, хэрэглэгчийн бүлэглэл, түүнд ямар аргаар нөлөөлөх боломжтой зэргээр бүтээгдэхүүний эрэлт, нийлүүлэлт, хэрэглэгчийн нөхцөл байдлаас хэрхэн хамаарч байгаа болохыг судалгаа, баримт, хүснэгтэн мэдээллээс суурь судалгаагаа болгон ашигласан. Манай социологийн

анхан шатны мэдээлэл цуглуулах судалгаанд 3 өдрийн турш нийт 83 оролцогч оролцсон. Манай судалгааны хамгийн их ач холбогдол өгсөн, хэрэглэгчдээс илүү их мэдээлэл авах зорилготой асуултад хариулсан байдлыг эмч ажилчиндаа танилцуулахад ажилчдын дунд таатай уур амьсгал үүссэн. Учир нь манай ажилчдыг үйлчлүүлэгчид мэргэжлийн ур чадвар сайтай, үйлчилгээг түргэн шуурхай хүргэдэг, манай эмнэлгийн орчинг таатай гэсэн үнэлгээг өгсөн байсан. Манай судалгаанд оролцогч 83 хүн сэтгэл ханамжийн судалгааны асуултуудад үнэлгээг бүрэн өгсөн ба хариулт өгөөгүй ямар нэгэн үзүүлэлт байгаагүй байсан нь судалгааны ажил үр дүнтэй болоход илүү нөлөөлж өгсөн.

Судалгаанд оролцсон нийт 83 оролцогчдын сэтгэл ханамжийн асуултын 6 асуултуудад хамаарлын шинжилгээ хийхэд асуулт бүр хооронд хэрхэн хамааралтай байгааг харахад, а1 асуулт нь а2 асуулттай 0.311** хамааралтай байхад, хамгийн их хамааралтай асуултууд а2 асуулт а5 асуултууд хоорондоо 0.593** хамааралтай байна. Мөн а2 асуулт а4 асуултууд хоорондоо 0.576** хамааралтай байгаа нь бусад хүчин зүйлүүдээс арай илүү хамааралтай байгааг илтгэж байна.