

ТӨРИЙН БУС БАЙГУУЛЛАГЫН ОЛОН НИЙТИЙН ХАРИЛЦААГ ХӨГЖҮҮЛЭХ НЬ

М. Мөнхтуяа

“Олон нийттэй харилцах ажил” хөтөлбөрийн магистрант

*Шинжлэх ухаан, технологийн их сургууль
Бизнесийн удирдлага, хүмүүнлэгийн сургууль*

tmunkhtuya11@gmail.com

Б. Долгор

Доктор (Ph.D), профессор

*Шинжлэх ухаан, технологийн их сургууль
Бизнесийн удирдлага, хүмүүнлэгийн сургууль*

dolgor@gmail.com

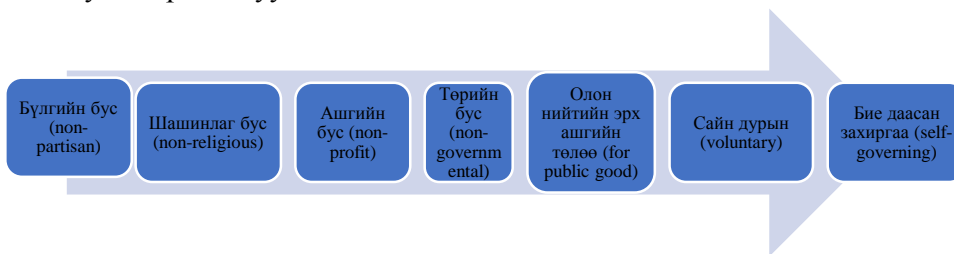
Хураангуй: Төрийн бус байгууллагын олон нийтийн харилцааны онцлог, түүний нийгмийн үүргийн судлаж ТББ -д олон нийтийн харилцаагаа хөгжүүлснээр тухайн байгууллага нийгэмд танигдах, үйл ажиллагаа нь идэвхжих, иргэдийн оролцоо нэмэгдэх, тухайн байгууллагын дотоод гадаад коммунникаци хөгжих нөхцөл бүрдэнэ. Өнөөдөр манай улсад нийгэм-хүмүүнлэг, байгал хамгаалал, хүүхэд, залуучууд, хүний эрх, уул уурхайн зэрэг олон чиглэлээр тогтмол үйл ажиллагаа явуулдаг 5000 гаруй байгууллага байдаг гэсэн статистик бий. Тэдгээр байгууллагуудын олонхи нь олон нийтийг хамарсан үйл ажиллагаа зохион байгуулах, гадаад дотоодын төсөл хөтөлбөрт хамаарагдах, урт хугацаанд тогтвортой үйл ажиллагаа явуулах талаар учир дутагдалтай явцуу хүрээнд ажилласаар байна. “Орхоны хөндийг хамгаалах хөдөлгөөн” нийгэмд үйлчилдэг төрийн бус байгууллагын олон нийтийн харилцааг судалснаар тухайн байгууллагын нийгэмд гүйцэтгэх үүргийг өргөжүүлэх, тухайн байгууллагын үйл ажиллагаанд иргэдийн оролцоог нэмэгдүүлэх, олон нийтийн байгал хамгаалах ажилд татан оруулахад олон нийтийг идэвэртжүүлэх, тухайн байгууллагад олон нийттэй харилцааны мэргэжилний гүйцэтгэх үүргийг тодорхойлох зорилготой болно

Түлхүүр үгс: Олон нийтийн харилцааны технологи, эвент, коммуникаци, оролцоо

УДИРТГАЛ

Төрийн бус байгууллага гэдэг нэр томъёог 1950 онд НҮБ-ын эдийн засгийн зөвлөлийн хурлын 228-р тогтоолд хэрэглэсэн байдаг. Тухайн үед төрийн бус байгууллага нь төрийн байгууллагын төлөөлөл биш боловч НҮБ-тай хамтрах зөвшөөрлийг авсан эрх бүхий (consultative status) байгууллагыг

нэрлэдэг. Төрийн бус байгууллага гэдэг нь үгийн утгаар төрийн байгууллагаас гадна бусад бүх байгууллагыг хэлнэ.¹



Зураглал 1. Төрийн бус байгууллаг дараах чиглэл

Орчин үед бүхий л төр, бизнес, төрийн бус бүхий л байгууллагад маркетинг, олон нийттэй харилцах алба байх болсон бөгөөд энэ нь тухайн байгууллагын үйл ажиллагаа олон нийтэд хүргэх, мэдээллийн эргэх холбоог тогтоох, байгууллагын дотоод гадаад коммуникацийг хөгжүүлэхэд чиглэсэн үйл ажиллагаа явуулдаг. Түүнд бизнес, менежмент маркетинг, улс төр судлаач, сэтгүүлчид олноор ажиллаж байна.

Төрийн бус байгууллагын олон нийтийн харилцааг хөгжүүлэхэд энэ чиглэлийн бүтэц бий болоогүй, мэргэжилтнээр хангагдаагүй тул иргэд, олон нийт рүү чиглэсэн үйл ажиллагааг тухайн байгууллагын бусад ажил мэргэжлийн хүмүүс гүйцэтгэсээр байна. АНУ-ын Олон нийтийн харилцааны Институт “Олон нийтийн харилцаа гэдэг нь байгууллага болон түүний олон нийт хоорондын олон талт ашигтай харилцааг бий болгох коммуникацийн стратегийн үйл явц” гэжээ.

ОНОЛ, АРГА ЗҮЙН ХЭСЭГ

Судлаач С.Эллиот “Олон нийтийн харилцаа нь нь тухайн байгууллага, олон нийтийн санаа бодолд нөлөөлж тэдний сонирхол дэмжлэгт тулгуурлан нэр хүнд олж авах хэрэгслэл” хэмээсэн үзсэн бол Вестер коллежийн толь бичигт “ Байгууллага болон олон нийтийн хооронд харилцаа үүсэх үйл ажиллагааг хөхиүлэн дэмжих хэлбэр” гэж онцолсон. Дээрхээс үзвэл олон нийтийн харилцаа (PR)-ийг үйл ажиллагаа, бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг олон нийтэд хүргэх, тэдний санаа дамжуулах харилцааны хэрэгсэл гэсэн утгуудаар тайлбарласан байна.Төрийн бус байгууллагууд зорилгодоо хүрэхийн тулд олон нийттэй өргөн хүрээтэй харилцаатай байх шаардлагатай тул төрийн бус байгууллагын менежмент дэх олон нийттэй харилцах харилцааны ач холбогдлыг дэлхий даяар хүлээн зөвшөөрч байна.² Олонхий сан болон буяны

¹ Лу Дэ Хаг. Улс төр, нийгмийн хөгжил ба төрийн бус байгууллагын хувь нэмэр /Монгол улс ба БНСУ-ын жишээн дээр/ УБ., 2011. хуудас 11

² Ihab Ahmed Awais, Osama A. F. Al-Ghoul University Sians Islam Malaysia (2017) The Role of Public Relations in NGO's institute PCOM as a case study, 3 pages

байгууллагууд санхүүжилт босгохын тулд олон нийттэй харилцах нарийн кампанит ажил явуулж, засгийн газруудтай лобби хийх стандарт арга техникийг ашигладаг. Сонирхлын бүлгүүд нь нийгэм, улс төрийн үр дүнд нөлөөлөх чадвараараа улс төрийн ач холбогдолтой ч байж болно. Үйл ажиллагааны хүрээнээс хамаарч ТББ-ууд олон нийтийн дэмжлэгийг дайчлахыг эрмэлздэг. Тиймээс PR-ийн мэргэжилтнүүд байгууллагын зорилго, зорилгын талаарх ойлголтыг бий болгохын тулд янз бүрийн стратеги ашигладаг (Abualsaid & Abed, 2008). ТББ нь олон нийттэй харилцах чиг үүргийг бусдаас илүү сонирхож байгаа нь үзэгчдийн сэтгэл зүйд нийцсэн сэтгэцийн дүр төрхийг бий болгохын тулд эдгээр байгууллагын амжилтын үндэс суурь болдог. Ж.Грунингийн боловсруулсан олон нийттэй харилцах 4 төрлийн загварын хандлага байдаг. Эдгээр дөрвөн загварыг хоёр бүлэг (нэг урсгалт болон хоёр урсгалт харилцаа)-г хувааж болно.³ Энэхүү онолын загвар:

1. Ямар нэгэн байгууллагын олон нийтийн харилцааны үйл ажиллагааны зорилго нь хоёр урсгалт тэгш харилцаан дээр тулгуурлах
2. Хөтөлбөр нь хоёр урсгалт тэгш харилцаан дээр тулгуурлан байгууллагын стратегийн боловсруулах
3. Байгууллагын олон нийтийн харилцааны энэ харилцаанд мэдлэг чадвартай байх
4. Байгууллага дотроо хоёр урсгалт тэгш харилцаан дээр тулгуурлан дотоод харилцаатай байх ёстой.⁴

Дэлхийн олонхи улс орнуудын төрийн бус байгууллага нь хоёр талт харилцаанд тулгуурлахыг эрхэмлэдэг нэгдүгээр, өөрийн гишүүддээ, хоёрдугаар олон нийт рүү чиглэсэн үйл ажиллагаа явуулахдаа технологийг өргөн хэрэгжэж байна. Орчин үеийн олон нийтийн харилцаанд социал медиа хамгийн түгээмэл хэрэглэгдхүүн бөгөөд энэ нь одоогийн харилцаанд ашиг тус, сөрөг нөлөөлөлийг дагуулсаар байна. Төрийн бус байгууллагын олон нийттэй харилцах ажлын шинэ платформуудыг нэвтрүүлэх хэрэгцээ ч өссөөр байна. Жульет Ропер олон нийттэй харилцах маш сайн хөтөлбөр нь байгууллагын олон нийттэй харилцах харилцааг сайжруулж байгааг нотлох болно гэж мэдэгджээ. Байгууллага, нийгэмд үзүүлэх олон нийтийн харилцааны үнэ цэнэ нь стратегийн олон нийттэй харилцах харилцаанд оршдог тул зорилтууд нь хөгжүүлэх, хадгалах, сайжруулах стратегиас бүрдэх ёстой.

Олон нийтийн харилцаа нь орчин үеийн олон байгууллагуудын хэлтсийн зохион байгуулалтын бүтцэд байр сууриа эзэлдэг, төрөл бүрийн

³ Megan Stockhausen (2014). *Social Media Public Relations Practices of Community Non-Profit Organizations*. 12-14 pages

⁴ Олон нийтийн харилцааны сэтгэлгээний түүх. Лекц

байгууллагуудын ашиг сонирхлын ялгааг үл харгалзан яаралтай хэрэгцээ байгааг хүлээн зөвшөөрсөн юм. Олон нийттэй харилцах ажлын ач холбогдол өссөөр байгаа нь олон нийтийн харилцааны чиг үүргийг гүйцэтгэх байгууллага, салбар хэлтсүүдээс харагддаг (Jabouri, 2001).⁵ Аливаа байгууллагын олон нийттэй харилцах албаны өмнө дараах зорилгууд тавигддаг. Үүнд:

1. Байгууллагын удирдлагад уг газрын үйл ажиллагааны аль нэг чиглэлүүд, түүний лидерүүд, байгууллагаас авч хэрэгжүүлж буй үйл ажиллагаа, явуулж байгаа үйлдлийн талаарх олон нийтийн хандлага, санаа бодлын талаар байнгын мэдээллийг олгодог байх
2. Байгууллагад игэх итгэлийг тогтвортой байлгах
3. Байгууллага болон зорилгот олон нийтийн харилцааг сайжруулах⁶ зэрэг болно.

Байгууллага дахь олон нийтийн харилцааны хэв шинжийн онолын суурь хандлага	
Хүний нөөцийг барилжаалсан хандлага	Ажилтны өсөлт, хөгжлийг дэмжинэ
Нөхцөл байдлын хандлага	Янз бүрийн нөхцөл байдал төлөвлөсөн зорилгодоо хүрэхийн тулд хэв шинж харилцааны өвөрмөц төрөлд анхаарлаа төвлөрүүлнэ.
Үр дүнг баримжаалсан хандлага	Харилцааны хэв шинжийн хөтөлбөрийг үр дүнгээр нь үнэлнэ.
Системийн хандлага	Байгууллагын харилцааны үйлчлэлийн бүх хэсгүүдийг цогц болгож авч үзнэ.

Байгууллагын мэдээлэл солилцоог зохицуулан удирдах аргууд



Байгууллага дахь олон нийттэй харилцах алба нь байгууллага болон харилцагч байгууллагын удирдлага, ажилтнууд болон удирдлага хоорондын мэдээллийн сувгуудыг зохион байгуулах үүрэгтэй бөгөөд энэ нь аливаа үйл ажиллагааны мөн чанарт нэвтрэх боломж, харилцааны чухал хэсэг болдог. Хүмүүс зорилгодоо хүрэхийн тулд үр дүнтэй зохион байгуулалтад орж,

⁵ Ihab Ahmed Awais, Osama A. F. Al-Ghoul University Sians Islam Malaysia (2017) *The Role of Public Relations in NGO's institute PCOM as a case study*

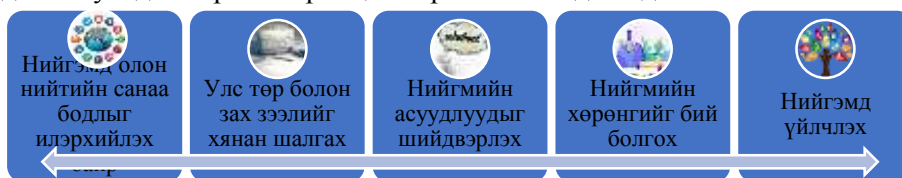
⁶ Буянсүрэн Ц. “Байгууллагын олон нийттэй харилцах алба, түүний ажил үүргийн онцлог”. УБ.,2015, хуудас 24

технологи ашиглаж, үүргээ биелүүлж байдаг. Энэ үйл явц гадаад нөөц, бүтээгдэхүүний орц гарц, эргэх холбоогоор тодорхойлогддог. Аливаа хамтын ажиллагаа нь байгууллагын тэлэлт, бараа бүтээгдэхүүний чанар, хамтын үйл ажиллагааны салшгүй нэг хэсэг юм⁷. Байгууллагын олон нийтийн харилцааны коммуникацийг гадаад болон дотоод гэсэн 2 үндсэн чиглэлд хувааж болно. Үүнд:

1. Гадаад коммуникаци. Байгууллагын харилцааны шинж чанар нь түүний нээлттэй байдал, байгууллагын ажилтан, албан хаагчдын үйл ажиллагааны шинж, менежерийн удирдлагын арга барил, нийгмийн бусад субъектүүдтэй харилцах нөхцөл байдлаар тодорхойлогддог. Гадаад коммуникацитай холбоотойгоор нийгмийн орчин (social environment) нь хувь хүн хийгээд социал бүлэг, байгууллага этгээд оршин тогтнох, үйл ажиллагаа явуулах, төлөвшин хөгжихөд нөлөөлж буй материаллаг, эдийн засаг, социал, улс төр, соёлын нөхцөл байдлыг хэлнэ.

2. Дотоод коммуникаци. Байгууллагын PR, дотоод удирдлага, зохион байгуулалтын чухал нэг хэсэг бөгөөд байгууллагын үндсэн үйл ажиллагааны бүх түвшний харилцаанд чухал үүрэгтэй. Тухайлбал, дээрээс доошоо буюу удирдлагаас албан хаагч руу цаг үеийн зорилт, тушаал зааврын өгч байдаг. Харин доороос дээшээ байгууллагын өдөр тутмын ажил хэргийн талаар мэдээлэл тайлан, асуудал, санал санаачлага, тайлбар зэрэг удирдлагын шийдвэр гаргахад шаардлагатай мэдээллийн солилцоо явагдаж байдаг.⁸

3. Коммуникацийн албан болон албан бус хэлбэр. Албан коммуникаци нь үүрэг даалгаврыг хуваарилах тогтолцоо, ажил алба, бүрэн эрхийг хэрэгжүүлэхэд шаардлагатай харилцаа холбоог бичгийн хэлбэрээр зонхилдон явуулдаг. Албан бус коммуникаци нь сонирхол, сэтгэл зүйн хандлага, нөхцөл байдалтай уялдан вербал харилцаагаар ихэвчлэн дамждаг.



Зураглал. ТББ-ын Олон нийтийн харилцааны ерөнхий загварууд

Судлаач Ж.Г.Ковей ТББ-ууд бодлого боловсруулах, шийдвэр гаргах үйл явцад нөлөөлөхдөө дараах 5 стратегийг хэрэгжүүлдэг гэж үзсэн байна. Үүнд:

1. Соён гэгээрүүлэх стратеги
2. Итгэн үнэмшүүлэх стратеги

⁷ Энхболд Б. Олон нийттэй харилцах урлаг. УБ., 2002. хуудас 8-24

⁸ Мөн тэнд хуудас 224-225

3. Хамтын ажиллагааны стратеги
4. Шүүхэд нэхэмжлэх гаргах стратеги
5. Сөргөлдөх стратеги гэж ангилжээ.⁹

СУДАЛГААНЫ ХЭСЭГ

Дэлхийн дулааралд хүмүүсийн зохисгүй хэрэглээ, технологийн буруу шийдэл, машин техникийн үйлдэл зэрэг хүчин зүйлсийн нөлөөгөөр усны хомсдол нийгмийн тулгамдсан асуудлын нэг болоод байгаа билээ. Энэ хүрээнд манай улсад олон хөдөлгөөн өрнөж, төсөл хөтөлбөр, сайн дурын ажлууд хийгддэг. Тухайн чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулдаг төрийн бус байгууллагуудын төлөөлөл болох “Орхоны хөндийг хамгаалах хөдөлгөөн” нийгэмд үйлчилдэг төрийн бус байгууллагын олон нийтийн харилцаа судалж ийм ижил төсөөтэй байгууллагуудыг PR-ийг хөгжүүлэх шаардлага хэрэгээ байгаа эсэхийг судалж үзлээ. “Орхон голыг хамгаалах хөдөлгөөн” (цаашид ОГХХ) 2005 оны 5-р сард Өвөрхангай аймгийн Хархорин сумын иргэн Д.Хишигдэлгэр “Эртний нийслэл Хархорум Нийгэмлэгийн байгаль экологийн хөтөлбөрийн хүрээнд санаачилж 2017 оны 7 дугаар сараас “Монголын олон улсын хамтын ажиллагаа, хөгжлийн хөтөлбөр агентлаг”-ийн Тогтвортой хөгжлийн зорилтууд, ногоон хөгжлийн хөтөлбөрөөс дэмжигдэн 2019 оноос бие даасан төрийн бус байгууллага (ТББ) болсон.



Эх сурвалж: “Орхон голыг хамгаалах хөдөлгөөн” НҮТББ
НҮТББ-нь Монгол Улсын Үндсэн хууль, Иргэний хууль, төрийн бус байгууллагын тухай, байгууллагын дүрэм болон бусад хууль тогтоомжуудыг үйл ажиллагаандаа мөрдлөг болгон ажилладаг. ОГХХ нь иргэдийн оролцоонд тулгуурлан байгаль орчин хамгаалал, ногоон хөгжил, хүмүүнлэгийн төсөл, хөтөлбөрүүдийг боловсруулах, хэрэгжүүлэх, ижил төстэй байгууллагуудтай хамтран ажилладаг бөгөөд 250 гаруй сайн дурын гишүүд, 20 орчим мянган

⁹ Ганчимэг А. Бодлого боловсруулах, шийдвэр гаргах үйл явц дахь төрийн бус байгууллагын оролцоо. УБ., 2013, хуудас 46

дэмжигчтэй. “ОГХХ” нийгэмд үйлчилдэг төрийн бус байгууллагын олон нийтийн харилцааны туршлагыг авч үзвэл:

Сургалт, судалгаа:

- ❖ 2015 онд ХАХНХЯ болон МЗХ-ны залуучуудын холбооноос зохион байгуулсан “Залуусын хөдөлмөр эрхлэлт” илтгэл судалгаа боловсруулсан;
- ❖ 2016 онд “Эмэгтэйчүүд хөгжилд хамтдаа” судалгаа, хөтөлбөрийг Монголын бизнес эрхлэгч эмэгтэйчүүдийн холбооны дэмжлэгтэйгээр боловсруулсан;
- ❖ 2017 онд Монголын байгаль орчны зөвлөл, Австралийн холбооны улсын сургагч багшийн удирдлаган дор “Байгаль орчны эрсдлийн үнэлгээ, хог хаягдлын менежмент” сургалтуудад мэргэжилтэнүүдээ хамруулж гэрчилгээ авсан;
- ❖ 2018 онд БОАЖЯ-ны “Бизнесийн Ногоон Хөгжил” гарын авлагыг хэрэгжүүлэгчдийн сургалтанд хамрагдаж гэрчилгээ авсан;

Үйл ажиллагаа:

- ❖ 2016.9.24-нд МУ-ын Ерөнхийлөгчид Орхон голын эх ундарга, сав нутаг дахь байгаль, соёлын өвийг Ерөнхийлөгчийн Зарлигаар хамгаалуулах хүсэлтийг айлтгасан;
- ❖ 2016.10.21-нд хүсэлтийн дагуу хөдөлгөөний тэргүүн болон зөвлөлийн гишүүд төрийн ордонд Ерөнхийлөгчийн ногоон хөгжлийн зөвлөхтэй уулзалт хийн, МУ-ын Ерөнхийлөгчийн дэмжлэгтэйгээр "Орхон голыг хамгаалах үндэсний зөвлөл"-ийг харьяа төрийн байгууллага, яамд, агентлаг, орон нутгийн удирдлага, иргэний нийгмийн байгууллага, орон нутгийн иргэдийн оролцоотой байгууллахаар зөвлөлдсөн;
- ❖ 2017 оны 5 сард Орхон голыг хамгаалах хөдөлгөөнөөс улс орон даяар нийт Монголчууддаа хандан уриалга гаргаж гишүүд марафон гүйлтэд оролцож дэмжигчдийн гарын үсгийг цуглуулж эхлэсэн;
- ❖ 2017 оны 9-р сард НҮБ-ын хүрээлэн буй орчин, хүний эрхийн тусгай илтгэгч Жон Нокстой уулзаж Монгол дахь байгаль орчны хурцадмал асуудлуудаар санал солилцож Дэлхийн Орхоны хөндийд үүсээд буй нөхцөл байдлыг танилцуулав;
- ❖ 2018 оны 5 сард МУ-ын Ерөнхийлөгч Х.Баттулгад Хархорин суманд Орхон голын эх ундарга, сав нутаг дахь байгаль, соёлын өвийг Ерөнхийлөгчийн Зарлигаар хамгаалуулах хүсэлтийг дэмжигчдийн гарын үсэг бүхий хуудсуудын хамт айлтгасан;
- ❖ 2015-2018 оны хооронд “Эмэгтэйчүүд хөгжилд хамтдаа” орон нутгийн иргэдэд бичил бизнесийн төсөл бичих сургалтуудыг биечлэн болон цахимаар зохион байгуулж нутгийн брэндийг буй болгох, хөгжүүлэх,

ХАА-н сүү, сүүн бүтээгдэхүүн, жимс жимсгэнэ, хүнсний ногоо, гар урлал гэх мэт жишиг төслүүдээр иргэдийн амьжиргааг дээшлүүлэх санаачлагуудыг амжилттай хэрэгжүүлэв.¹⁰

ХЭЛЭЛЦҮҮЛЭГ

байгууллагыг төрийн бус байгууллага гэж нэрлэн түүний үүрэг, зорилго, статусыг хуульчлан баталгаажуулж өгсөн байна. Эндээс үзвэл онолын хувьд төрийн бус байгууллага гэдэг нь нийгмийн тусын тулд үйл ажиллагаа явуулдаг, өөрсдийн ашиг сонирхол, үзэл бодлын үүднээс сайн дурын үндсэн дээр эвлэлдэн нэгдэж, байгуулагдсан, өөрийн үйл ажиллагаагаа төрөөс хараат бус, өөрийгөө удирдах зарчмаар явуулдаг байгууллага мөн.

Монгол Улсад иргэний нийгмийн байгууллагын тоо жилээс жилд хурдацтай өсч 1998 онд 1075 ТББ бүртгэлтэй байсан бол 1998 онд 1075 ТББ бүртгэлтэй байсан бол 2005 онд 3492, 2010 онд 6915, 2015 онд 11879, 2017 оны 4 сарын байдлаар 17685, 2018 оны 6 дугаар сарын байдлаар нийт 17,634 ¹¹ 2020 оны 11-р сарын 25-ны байдлаар ТББ-ын тоо 23614 мянга болсон байна. Эдгээрээс олон нийтэд танигдсан дараах иргэний нийгмийн байгууллагууд бий.¹²

ДҮГНЭЛТ

Монголд үйл ажиллагаа явуулж байгаа төрийн бус байгууллагуудын цөөн хэсэг нь олон нийтэд танигдсан, өөрийн эвб, цахим хуудастай, идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулдаг. Сүүлийн жилүүдэд төрийн бус байгууллага тоо нэмэгдэж, үйл ажиллагаан нь өргөжсөөр байгаа нь Монгол улсад иргэний нийгмийн хөгжил, иргэдийн оролцоогоор тайлбарлагдана. Төрийн бус байгууллагын үйл ажиллагааны цаашдын хөгжилд олон нийттэй харилцах ажилтны үүрэг чухлаар тавигдаж байгаа нь дараах зурагалалаас тодорхой байна.

¹⁰ Эх сурвалж: “Орхон голыг хамгаалах хөдөлгөөн” НҮТББ

¹¹ Конрад Ауденер сан, МУИС-УСТ. “Монгол дахь ардчилал, иргэний нийгмийн өнөөгийн байдлын нийгэм-улс төрийн судалгаа” УБ., 2020, хуудас 211

¹² Иргэний нийгмийн зорилго юу вэ? Түүний хөгжилд хэрхэн хувь нэмрээ оруулах вэ? - Өглөө төсөл (ugloo.mn)

“Орхон голыг хамгаалах хөдөлгөөн” НҮТББ-ын үйл ажиллагаанууд		
Төсөл хөтөлбөрүүд:	Хөдөлгөөний мэдээнүүд:	Видео эх сурвалжууд:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ “Эмэгтэйчүүд хөгжилд хамтдаа” бизнесийн боловсрол олгох чадавхжуулах хөтөлбөр ▪ “Сэтгэлд гэрэлтсэн ирээдүй” ▪ “Орхон 5000 Мод” мод тарих аян ▪ “Орхон1000 сарлаг” Сарлаг хөтөлбөр ▪ “Уул уурхайн олборлолтын дараах бүс нутгийн хөгжил” төсөл ▪ “Цэнгэг Орхон” төсөл 2019 ▪ НҮБ-ийн 61 дэх удаагийн эмэгтэйчүүдийн стартус форумд төлөөлөгч оролцуулсан ▪ 2019.05 сард ХБНГУ-д зохион байгуулагдсан үйл ажиллагаанд Дэлхийн өв-Орхоны хөндийн соёлын дурсгалт газар дахь түүх, соёлын өвийг хадгалж, хамгаалах талаар сурталчлан таниулсан 	<p>-Орхон голыг хамгаалах хөдөлгөөн улам өргөжинө http://www.breakingnews.mn/c/r/45075</p> <p>-Орхон голыг хамгаалах хөдөлгөөнийг заавал дэмжих ёстой http://eagle.mn/r/16634</p> <p>-Орхон голыг хамгаалах хөдөлгөөнийнхөн Ерөнхийлөгчөөс дэмжлэг хүслээ http://www.ikon.mn/n/u5g</p> <p>http://www.caak.mn/view/8268534/</p> <p>-“Орхон” голыг хамгаалъя” http://www.control.mn/i/4903#.V_wg6eUrLIV</p> <p>-Орхон голыг хамгаалах хөдөлгөөн Ерөнхийлөгчөөс дэмжлэг хүсэж байна http://unuudur.mn/article/90618</p>	<p>-Орхон гол мань ямар ариухан байлаа: https://www.facebook.com/Powerfulmongolia/videos/1079417495459678/</p> <p>https://www.facebook.com/Powerfulmongolia/videos/1079296395471788/</p> <p>-Орхоны хөндийн соёлын өв, дурсгал: https://www.facebook.com/Powerfulmongolia/videos/1079271608807600/</p> <p>-Орхон гол, Хүрхрээгээ эргэн санацгаая: https://www.facebook.com/Powerfulmongolia/videos/1078856148849146/</p> <p>-Орхон гол улаан шороогоор урсаж эхэллээ/Үндэсний мэдээ https://www.facebook.com/Powerfulmongolia/videos/1077808315620596/</p> <p>-Орхон голын урсгалыг харуулсан бичлэг</p>



Зураглал. ТББ-ийн олон нийттэй харилцах ажилтны үүрэг

Нийгэмд төрийн бус байгууллагын үйл ажиллагааг өргөжүүлэх, үүргийн нэмэгдүүлэх, олон нийтийн харилцааны технологийн ашиглахад олон нийттэй харилцааны мэргэшсэн хүмүүс ажилласнаар:

1. Байгууллагын харилцааг олон нийттэй холбох замаар тухайн байгууллагыг нийгмийн бүрэлдэхүүн болох дүр зураг бүтээх
2. Ижил төсөөтэй байгууллагуудаас өрсөлдөөнд ялгарч манлайлан ажиллах
3. Нийгэмд уг байгууллагын байр суурийг идэвхижүүлэх
4. Нэр хүндтэй, нөлөөтэй эрдэмтэн судлаачи, нийгмийн болон улс төрийн зүтгэлтнүүд, урлаг, соёлын олоны танил хүмүүсээр PR хийлгэх
5. Тухайн байгууллагын удирдлага, ажилтнуудын сэтгэл зүйн таатай орчин бүрдүүлэх юм.

НОМ ЗҮЙ

- [1] Дамдинсүрэн.Л. Байгууллага дахь зан төлөв, харилцаа. УБ.,2009
- [2] Долгор.Б Олон нийттэй харилцах ажлын онол практик. УБ.,2009
- [3] Еоко Фүкүй. Монгол дахь ТББ-уудын үйл ажиллагааг боловсронгуй болгох зарим асуудал. Магистрын ажил УБ.,2005
- [4] Конрад Ауденер сан, МУИС-УСТ. “Монгол дахь ардчилал, иргэний нийгмийн өнөөгийн байдлын нийгэм-улс төрийн судалгаа” УБ.,2020
- [5] Конрад Ауденер сан, МУИС-УСТ. Монгол дахь ардчиллын хөгжил, бэхжилт, асуудал, сорилт (1990-2019). УБ., 2019
- [6] Олон нийттэй харилцах ажил. Сурах бичиг. УБ.,2013
- [7] Энхболд. Б. Олон нийттэй харилцах урлаг. УБ.,2002
- [8] Ihab Ahmed Awais, Osama A. F. Al-Ghoul University Sians Islam Malaysia (2017) *The Role of Public Relations in NGO's institute PCOM as a case study*
- [9] Megan Stockhausen (2014). *Social Media Public Relations Practices of Community Non-Profit Organizations*
- [10] Simona Duhaln, „Vasile Alecsandri” University of Bacau, Romania (2010). *The role and importance of public relations at non-governmental organizations.*
- [11] Иргэний нийгмийн зорилго юу вэ? Түүний хөгжилд хэрхэн хувь нэмрээ оруулах вэ?
- [12] Өглөө төсөл (ugloo.mn)
- [13] Амьдралын тод хөтөч (todnews.mn)
- [14] Арьс шир, ноос, ноолуур боловсруулах 44 үйлдвэрийн хоёрхон үйлдвэр хаягдал усаа цэвэршүүлдэг (arслан.mn)