

ТӨРИЙН УДИРДЛАГА, УЛС ТӨРИЙН ШИНЖЛЭХ УХААНЫ ОНОЛ-ОЛОН НИЙТИЙН ХАРИЛЦАА

БИЗНЕСИЙН БАЙГУУЛЛАГЫН МАНЛАЙЛАГЧДЫН ХАРИЗМАТИК МАНЛАЙЛЛЫН ХЭВ МАЯГИЙН ҮНЭЛГЭЭ

Г. Болдбаатар
Доктор (Ph. D.), профессор

Хүмүүнлэгийн ухааны их сургууль
Бизнесийн сургууль

boldbaatar@humanities.mn

Хураангуй: Манлайлал нь байгууллага, хамт олон, хувь хүмүүсийн асуудал, тэр дундаа байгалиас заяагдсан, өгөгдсөн (харизм) шинж, зан үйл мэтээр манлайллыг авч үзэх, мөн яагаад энэ үйл явц үр дүнтэй эсвэл үр дүнгүй байгаа шалтгаануудаас үүдээд манлайллын талаарх ойлголтыг сонирхох нь улам бүр нэмэгдэж байна. Зарим хүмүүс манлайлагч болдгийн шалтгаан, манлайлагчийн үйл хөдлөлийг тодорхойлох хүчин зүйлсийг багтаасан олон чухал асуулт бий боловч хамгийн чухал асуудал бол харизматик манлайллын хэв маягийн үр нөлөө юм. Хүчтэй, ухаалаг харизмтай манлайлагчид үргэлж амжилттай байж, бизнесийн гол түлхүүр болдог хэмээх үзэл баримтлалд үндэслэн монголын бизнесийн байгууллагуудын манлайлагчдын харизматик манлайллын хэв маягийн үзүүлэх нөлөөллийг судалж тодорхойлохоор энэхүү сэдвийг сонгосон судалсан болно. Энэхүү судалгааны ажлаараа монголын бизнесийн байгууллагын удирдлага, менежерүүдийн харизматик манлайллын хэв маягийг нарийвчлан судалж цаашид хөгжүүлэх боломжийг үнэлэхийг зорилоо. Үүний тулд харизматик манлайллын хэв маягийн шинжүүдэд фактор шинжилгээ, регресс, корреляцийн шинжилгээ хийж тэдгээрийн харилцан хамаарлын асуудлуудыг тодорхойлох, харизматик манлайллын хэв маягийг оновчтой бүрдүүлэх боломжийг тодорхойлох анхааран ажиллаа.

Монголын бизнесийн байгууллагын удирдлагуудын харизматик манлайллын хэв маягийг 9 шинжээр судалж, тэдгээрийн нөлөөллийн хүчийг тооцож үнэлсэн ба харизматик манлайллын хэв маягийг оновчтой хөгжүүлэх боломжийг тодорхойлсон нь судалгааны ажлын хувьд шинэлэг юм. Мөн монголын бизнесийн байгууллагуудын удирдах ажилтнуудын харизматик манлайллын хэв маягийг үнэлж тодорхойлох нь практик ач холбогдолтой. Энэхүү судалгааны ажлын үр дүнг жижиг дунд бизнесийн байгууллагын удирдлагууд, манлайлагчид арга зүйн зөвлөмж болгон ашиглах боломжтой. Мөн манлайлагчдын чадамжийг хөгжүүлэхэд чиглэсэн судалгааны бүтээлд ихээхэн хувь нэмэр оруулна хэмээн үзэж байна.

Түлхүүр үгс: Манлайлал, манлайллын хэв маяг, харизматик манлайлал, харизм

УДИРТГАЛ

Манлайллын чиглэлээр хийсэн судалгаа, шинжилгээний ажлууд нь маш олон онол, арга барилуудыг бий болгосон. Жишээлбэл, Gary Yukl (2013) “Манлайлал бол юуг хийх, хэрхэн хийх хэрэгтэйг харилцан ойлголцох, тохиролцоход бусдад нөлөөлөх үйл явц, түүнчлэн хамтын зорилгоо биелүүлэхийн тулд хувь хүний болоод хамт олны хүчин чармайлтыг гаргуулах үйл явц юм” гэж тодорхойлсон байдаг. Gary Yukl мөн бүтээлдээ харизматик манлайллын гол онолууд нь эерэг үр дагаврыг онцолж өгдөг боловч олон эрдэмтэд харизмын "бараан талыг" харгалзан судалсан бөгөөд харизматик манлайлагчтай байгууллагуудад гарч болзошгүй сөрөг үр дагаврыг тодорхойлохыг оролдсон байна хэмээн онцолсон. Байгууллагад өөрсдийн авьяас чадвараа ашиглаж, зорилгодоо хүрэхийн тулд өөрсдийн хүчин чармайлт, өвөрмөц сэтгэл татам байдал, өндөр нөлөө бүхий хүч чадал бүхий хүч чадлыг бий болгох дагагчдад хангалттай үүрэг амлалт, хүсэл эрмэлзэл, урам зориг, алсын харааг бий болгож чаддаг манлайлагч хэрэгтэй байдаг (Javdani, 2011).

Удирдагчийн харизматик шинж чанарыг орчин үед их сонирхон судалдаг болж байгаа бөгөөд дэлхийн нийгэм, улс төрийн томоохон зүтгэлтнүүдийн олсон амжилтыг түүний харизматик

шинж чанараар тайлбарладаг болсон. Тухайлбал францууд Наполеоныг, германчууд Гитлерийг, америкчууд Билл Клинтон ба зарим нэг корпорацийн захирал, бизнесменүүдийг, англичууд Черчилль ба Диана гүнжийг, зарим нэг түүхчид Македоны Александрыг харизматик хувь хүн үздэг байна. Чингис хаанд энэ харизматик шинж (товчоор хэлбэл татах чадвар) нь бүр багаасаа мэдэгдэж эхэлсэн бөгөөд Чингис хааны энэ харизматик шинж чанар нь дайн байлдаангүйгээр, гарз хохирол багатайгаар олон овог аймаг, улс, тэдгээрийн удирдагчдыг өөртөө татан нэгтгэж Европ, Азийг дамнасан гүрэн улс байгуулахад чухал үүрэг гүйцэтгэсэн гэж үздэг. Америкийн “Вашингтон Пост” сонин 1995 оны 12 дугаар сарын 31-ний өдрийн дугаартаа өнгөрсөн мянганы хүнээр (Мянган жилийн хамгийн алдарт хүн) Чингис хааныг тодруулж "Өнгөрсөн мянган жилд гарсан хамгийн том үйл явдал бол цэвэр нэг л үндэстэн дэлхий даяар сүр хүчээ бүрэн төгс илтгэж чадсан явдал бөлгөө... Тэр /Чингис хаан. Б. Л./ болон түүний залгамжлагчид Европ-Ази тивийг хамарсан чөлөөт худалдааны асар өргөн уудам бүс бүрэлдүүлж, дорно-өрний соёл иргэншлийн хэлхээ холбоог бэхжүүлж өгсөн юм. Үүнийг дундад зууны үеийн ГАТТ-ын тогтолцоо байсан гэж хэлж болно... Тэд интернет бүтээгдэхээс

аль тэртээх 700 жилийн өмнө дэлхийг холбосон харилцаа холбооны сүлжээг анх бий болгосон байна. Тэрээр /Чингис хаан Б. Л./ хүн хүч, шинэ арга технологийг сүлжилдүүлэн дэлхий ертөнцийг ойртуулж нягтруулсан хүн..." хэмээн түүнийг үнэлэн дүгнэсэн байдаг. (The Washington Post December 31, 1995, Joel Achenbach)

Эрдэмтэн судлаачид байгууллага дахь харизматик манлайллыг тодорхойлох онолын хувилбаруудыг боловсруулсан (Conger & Kanungo, 1987, 1998; House, 1977; Shamir, House, & Arthur, 1993). Эдгээр "нео-харизматик" онолууд нь Вебер-ийн зарим санааг агуулдаг боловч бусад тохиолдолд тэд харизматик манлайллын талаарх анхны үзэл баримтлалаасаа холдсон (Beyer, 1999; Conger, 1989). Шинэ онолууд нь эдгээр манлайлагчид дагагчдад хэрхэн нөлөөлж байгааг тайлбарласан харизматик манлайлагчдын сэдэл, зан үйл болон сэтгэл зүйн үйл явцын талаар тайлбарладаг (Jacobsen & House, 2001).

Conger, Kanungo (1987) харизм нь хамааралтай үзэгдэл гэсэн таамаглал дээр үндэслэн харизматик манлайллын онолыг санал болгосон. Үүний дараа энэхүү онолын боловсронгуй хувилбарыг Conger (1989), Conger, Kanungo нар (1998) боловсруулсан. Эдний дэвшүүлсэн онолоор бол манлайлагч дахь харизматик

чанарыг дагагчид хамаатуулахдаа манлайлагчийн зан байдал, туршлага, нөхцөл байдлын талуудаар дамжуулан тодорхойлсон.

Монголын эрдэмтэд, судлаачид академич Т. Дорж, Я. Шуурав, Г. Чулуунбаатар, Ж. Болдбаатар, доктор Д.Цэрэндорж, Д. Лхаашид, Я. Долгоржав, А. Цанжид, Ш. Батсүх, Х. Пүрэвдагва, Д. Ганбаатар, Г. Батхүрэл, Л. Дамдинсүрэн, Н. Болд, В. Өлзийбаяр, Д. Байгал, П. Эрдэнэбат, П. Увш, Н. Наранчимэг, Н. Эрдэнэчимэг нар манлайллын асуудлыг үндэсний менежмент, манлайллын онцлог, төрийн албан хаагчдын үйл ажиллагаа, мэдлэг чадварын талаас нь авч үзсэн.

Монголын бизнесийн удирдагчдын манлайллын асуудлыг улам нарийн судлах үүднээс монголчуудын харизм шинжийг илүү агуулсан харизматик манлайлал хэв маягийг судлагдахуун болгон судалж буй энэхүү бүтээл нь манлайллын онол, практикт хувь нэмэр оруулах болов уу хэмээн үзэж байна.

ОНОЛЫН ҮНДЭСЛЭЛ

Харизматик манлайллын онол нь манлайллын чухал талуудыг тодорхойлсон байдаг. Харизм бол гайхамшгийг үйлдэх эсвэл ирээдүйн үйл явдлыг урьдчилан таамаглах чадвар гэх мэт "онгодоор оруулсан бэлэг" гэсэн утгатай грек үг юм. Weber (1947)

энэ нэр томъёог уламжлал, эсвэл албан ёсны эрх мэдэлд суурилсан бус харин манлайлагч нь онцгой шинж чанартай байдаг дагагчдын ойлголт дээр суурилсан нөлөөллийн хэлбэрийг тодорхойлоход ашигладаг байв. Weber-ийн хэлснээр нийгмийн хямралын үед харизм нь манлайлагч гарч ирснээр хямралыг шийдвэрлэх арга замыг санал болгодог бөгөөд алсын хараанд итгэдэг дагагчдыг татдаг. Дагагчид алсын хараатай болоход хүргэдэг зарим амжилтыг мэдэрдэг манлайлагчийг ер бусын гэж үздэг.

Манлайлагчийн зан төлөв.

Харизмын дагагчид хамааруулах шинж чанарууд нь манлайлагчдын зан төлөвийн хэд хэдэн төрлөөс хамаардаг. Эдгээр зан төлөв нь харизматик манлайлагч бүрт ижил түвшинд байна гэж үздэггүй бөгөөд тэдний хувьд харьцангуй ач холбогдол нь манлайллын байдлаас тодорхой хэмжээгээр хамаардаг.

Шинэ ба сэтгэл хөдөлгөм алсын хараа. Харизм нь байгаа байдлаас ихээхэн зөрүүтэй үзэл бодлыг сурталчлах манлайлагчид илүү хамааралтай байдаг, гэхдээ тийм ч радикал биш бөгөөд дагагчид манлайлагчийг чадваргүй эсвэл солиотой гэж үздэг байна. Бусдын хүлээн зөвшөөрөхгүй байгаа боломжийг харах чадвар нь манлайлагчийг ер бусын гэж үзэх бас нэг шалтгаан юм. Харизмын шинж чанарууд нь хүмүүст нөлөөлж буй манлайлагчид эхэндээ боломжгүй мэт санагдаж байсан

зорилгыг биелүүлэхэд нөлөөлдөг явдал юм.

Үнэт зүйлд сэтгэл хөдлөлөөр хандах. Дагагчид нь харизмыг өөрсдийн үнэт зүйл, үзэл санаандаа сэтгэл хөдлөлөөр өдөөдөг манлайлагчдад илүү их ханддаг. Чухал зорилтыг хэрэгжүүлэх шинэлэг стратеги хэрэгжүүлэхэд эрх мэдлийг ашиглаж байгаа манлайлагчид стратеги амжилттай бол илүү шинжээчдийн хүчийг олж авах болно, гэхдээ стратегиа зөвтгөх үзэл суртлыг илэрхийлэхгүй бол харизматик шинжтэй байх магадлал багатай. Үүний нэгэн адил, зөвшилцлийн стратеги боловсруулахаар манлайлагчтай уулзсан дагагчид эрх мэдэл, туршлагаараа илүү их урам зориг, сэтгэл ханамж өгч магадгүй ч манлайлагч нь ер бусын байх албагүй.

Уламжлалт бус зан байдал. Харизма нь алсын хараатай болохын тулд уламжлалт бус аргаар ажилладаг манлайлагчидтай илүү холбоотой байдаг. Манлайлагч нь онцлох зорилгод хүрэх арга зам нь уламжлалт арга барилаас ялгаатай байх ёстой. Амжилттай гарч ирж буй шинэлэг стратегиудыг ашиглах нь дагагчдаас манлайлагчдад дээд зэргийн мэдлэг чадвар олгох явдал юм. Шинэ стратеги ашиглахтай холбоотой эрсдлүүд нь манлайлагчдад хүрээлэн буй орчны саад бэрхшээл, стратеги хэрэгжүүлэх боломжийг бодитой үнэлэх чадвар,

туршлагатай байх шаардлагатай болдог. Хугацаа нь чухал; ижил стратеги нь нэгэн зэрэг амжилтанд хүрч болох боловч эрт эсвэл дараа нь хэрэгжсэн тохиолдолд бүрэн бүтэлгүйтэж магадгүй юм.

Өөрийгөө золиослох. Манлайлагчид өөрсдийгөө дагагчдын сайн сайхны төлөө өөрийгөө золиосолж, хайртай хүмүүсийнхээ алсын харааг биелүүлэхийн тулд хувийн эрсдэл эсвэл өндөр зардал гаргадаг. Итгэлцэл нь сэтгэлгээний чухал хэсэг болж хувирдаг бөгөөд дагагчид нь дагагчдын талаар санаа тавихаас илүү өөрийгөө сонирхдоггүй манлайлагчдад илүү их итгэдэг. Хамгийн гайхалтай нь манлайлагч бол статус, мөнгө, удирдах албан тушаал эсвэл байгууллагын гишүүнчлэл зэргээс ихээхэн хэмжээний хохирол амсдаг.

Итгэл үнэмшил ба өөдрөг үзэлтэн. Тэдний санаанд итгэлгүй харагдаж байгаа манлайлагчид эргэлздэг, эргэлзээтэй харагдсан манлайлагчдыг илүү харизматик гэж үзэх хандлагатай байдаг. Манлайлагч өөртөө итгэх итгэлийг сурталчлахгүй бол шинэлэг стратеги амжилтыг туршлагаас илүү азтай холбож үздэг. манлайлагч хүний итгэл, урам зориг нь халдварладаг. Манлайлагч нь хамтын зорилгодоо хэрхэн хүрэхийг мэддэг гэдэгт итгэдэг дагагч нар илүү шаргуу ажиллах бөгөөд

ингэснээр амжилтанд хүрэх бодит магадлалыг нэмэгдүүлдэг.

House (1977) нь харизматик манлайллыг ардын аман зохиол, ид шидийн гэхээс илүү ажиглалтын процесс бүхий туршилтын аргуудаар тайлбарлах онолыг санал болгосон байдаг. Shamir нар (1993) хүний хандлага, сэдэл талаас нь илүү нарийн судалж, суурь нөлөөний үйл явцыг тайлбарласнаараа уг онолыг шинэчлэн хөгжүүлжээ. Харизматик манлайллыг нотлох гол баримт нь манлайлагч-дагагчийн харилцаан дээр тулгуурлах бөгөөд харизматик манлайлагч нь гүн гүнзгий, ер бусын нөлөөллийг дагагчдадаа үзүүлдэг байна. Дагагчид голдуу манлайлагчийн итгэл үнэмшлийг зөв гэж үзэн, манлайлагчийн үгийг шууд хүлээн авч аялдан дагах, манлайлагчид сэтгэл татагдах хандлагатай, тэд тухайн байгууллага, бүлэглэлийн даалгавар, зорилтод сэтгэл хөдлөлөөр хандах, өөрсдийн үүрэг оролцоог өндрөөр үнэлэх, тухайн зорилт, зорилгыг биелүүлж, амжилт олоход өөрийн хувь нэмрээ оруулж чадна гэж итгэдэг. Ер бусын онцгой ур чадвар нь манлайлагчид илүү хамаатай боловч, Conger, Kanungo (1987) нарын харилцан хамаарлын онолтой харьцуулж үзвэл энэ ур чадвар нь харизматик манлайллын зайлшгүй нөхцөл гэж тооцогддоггүй.

Харизматик манлайлагчийн шинж. Харизматик манлайлагчид эрх мэдэл, өөртөө итгэлтэй байдал, өөрсдийн итгэл үнэмшил, сонирхолдоо хүчтэй итгэл үнэмшилтэй байх хандлагатай байдаг. Харизматик манлайллын шинж нь дагагчдын зан үйл, хандлагад хэрхэн нөлөөлдөг болохыг дараах байдлаар тайлбарладаг: (1) сэтгэл татам хандлагыг илэрхийлэх, (2) алсын харааг илэрхийлэхдээ харилцааны хүчтэй, илэрхий хэлбэрийг ашиглах, (3) алсын хараа, зорилгодоо хүрэхийн тулд эрсдэл гаргаж, өөрийгөө зориулах, (4) өндөр хүлээлттэй харилцах, (5) дагагчдаа өөдрөг, өөртөө итгэлтэй байдлаа харуулах, (6) алсын хараатай нийцсэн зан төлөвөө загварчлах, (7) манлайлагчийн талаарх дагагчдын хандлагыг удирдах, (8) тухайн байгууллага, эсвэл бүлэглэлтэй тодорхой харилцааг хөгжүүлэх (9) дагагчдаа итгэл найдвар төрүүлэх гэх мэт. Харизматик манлайлагч нь дагагчдынхаа итгэл үнэмшил бэлгэ тэмдэг, уриа, лоозон, уран дүрслэл, зүйрлэл гэх мэт хэлбэрийг ашигладаг. Харизматик манлайлагчид сэтгэл татам, алсын хараатай байхын тулд өөрсдийн харилцааныхаа тодорхой талуудыг олж нээн, үүнийгээ илүүтэй ашигласан байдгийг хэд хэдэн судалгаагаар олж тогтоожээ (Mio, Riggio, Levin, & Reese, 2005). Эцэст нь урам зориг, өөдрөг үзэл гэх мэт

хүчтэй эерэг сэтгэл хөдлөлийг илэрхийлэх нь удирдагчдын дагагчдынхаа сэдэлд нөлөөлөх бас нэгэн арга хэлбэр болдог байна (Sy, Cote, & Saavedra, 2005).

Харизматик манайллын нөлөөллийн үйл явц нь Хувийн онцлог шинж чанар, Нийгмийн байр суурь, Интернализаци, Хувийн болон Нийтлэг үр нөлөө, Сэтгэл хөдлөлийн нөлөө гэсэн үйл явцаар дамжин илэрдэг.

Хувийн онцлог шинж чанар. Shamir болон түүний хамтрагчид хувийн онцлог шинж чанараа тодорхойлох нь харизматик манлайлагчдын дагагчдаа нөлөөлөх нэг төрлийн нөлөөллийн үйл явц болдог гэж үзжээ. Хүчтэй хувийн онцлог, шинж чанар нь дагагчдыг удирдагчдын зан авир, удирдагчийн хүсэлтийг дагах, удирдагчдаа таалагдахын тулд илүү их хүчин чармайлт гаргахад нөлөөлдөг байна. Манлайлагч алсын хараагаа илэрхийлэхдээ адармаатай байдлаар, бахархал, итгэл үнэмшлээ харуулах, дагагчид эсвэл тухайн үйл хэрэгтээ өөрийн хүчин чармайлтыг түлхүү харуулах үед хувийн онцлог шинж чанар болон дагагч, манлайлагчийн харизмын хамаарал нь илүүтэй харагддаг. (Choi & Mai-Dalton, 1999; DeCremer, 2002; Halverson, Holladay, Kazama, & Quinones, 2004; Yorges et al., 1999). Гэхдээ хувийн онцлог шинж чанар нь нийгмийн байр суурь, интернализаци, хүн нэг бүрийн

оролцоог нэмэгдүүлэх, нийтлэг үр нөлөөтэй харьцуулахад ач холбогдлын хувьд харьцангуй бага нөлөөтэй байдаг.

Нийгмийн байр суурь. Хүмүүс ямар нэгэн бүлэг, байгууллагын нэг хэсэг болсон үедээ өөрөөрөө бахархах, гишүүнчлэлтэй байх нь тэдний нийгмийн байр суурийг тодорхойлоход чухал гэж үзэх үед нийгмийн хүчтэй байр суурь илэрдэг. (Ashforth & Mael, 1989). Тэд ямар нэгэн томоохон объект, нэгжид өөрийн оруулж буй хувь нэмэр, гүйцэтгэж буй үүргийг өөрийн ажил хэрэг, утга учир гэж ойлгодог. Тэд бүлгийнхээ хэрэгцээг хувь хүний хэрэгцээнээс дээгүүр тавьж, бүлгийнхээ төлөө өөрийгөө золиослоход илүү бэлэн байдаг. Мөн түүнчлэн нийгмийн байр суурь нь бүлгийн гишүүдийн дунд нийтлэг үнэт зүйл, итгэл үнэмшил, зан үйлийн хэм хэмжээг бэхжүүлэхэд нөлөөлдөг.

Харизматик манлайлагчид нь дагагчдын бусадтай өөрийн үнэ цэнийг хуваалцах, бүлэгт хамаарах үүрэг оролцооны хамаарал дээр тулгуурлан өөрийн нийгмийн байр суурийг мөн нэмэгдүүлж чаддаг (Conger, Kanungo, & Menon, 2000).

Интернализаци. Энэ нөлөөллийн үйл явцын тусламжтай манлайлагчийнхаа үйл хэрэг, зорилтыг хэрэгжүүлэхэд дагагчдын оруулж буй хувь нэмэр нь үнэ цэнэтэй гэх ойлголтыг бий болгодог байна. Заримдаа харизматик

манлайлагчид дагагчдадаа шинэ үнэ цэнийг бий болгоход нөлөөлдөг боловч харизматик манлайлагчдын хувьд үүнээс илүүтэй дагагчдынхаа үнэ цэнийг илэрхийлсэн үзэл суртлын зорилтыг илэрхийлэхэд илүүтэй ашигладаг. Бэлгэдлийн болон үзэл суртлын талыг онцолсноор манлайлагч нь илүү утга учиртай, эрхэмсэг, баатарлаг, ёс суртахууны хувьд зөв мэт харагддаг. Интернализаци байдал нь дагагчид өөрсдийн үүрэг, оролцоог тэдний хувийн байр суурь, үнэ цэнэтэй салшгүй холбоотой гэж үзсэн тохиолдолд илэрнэ. Тэд үүнийгээ төрөлхийн эсвэл тэдний хувь тавилангийн нэг хэсэг гэж үзсэн үед энэ үүрэг нь илүүтэй илрэн гарч ирдэг.

Хувийн болон Нийтлэг үр нөлөө. Зорилтот алхамууд нь хувийн болон нийтлэг үр нөлөөнөөс мөн хамааралтай байдаг. Хувийн үр нөлөө гэдэг нь тухайн зорилтыг биелүүлэхэд тухайн хувь хүний өрсөлдөх чадвар, чадамждаа хэр итгэл төгс байгаа эсэхийг хэлж байгаа юм. Хувийн үр нөлөө өндөртэй хүмүүс тухайн зорилтот даалгаврыг биелүүлэхэд тулгарах саад бэрхшээлийг удаан хугацаанд тэсвэрлэж, даван туулах чадвартай, үүндээ илүү их хүчин чармайлт гаргах сонирхолтой байдаг. (Bandura, 1986). Нийтлэг үр нөлөө нь бүлгийн гишүүдийн хамтран гүйцэтгэх чадамж, хандлагыг илэрхийлдэг. Нийтлэг үр нөлөө өндөр үед тухайн бүлгийн гишүүд

тэдэнд оногдсон даалгаврыг хамтран гүйцэтгэх хандлага нь илүү байдаг. Манлайлагч урам зоригтой алсын хараа, итгэлтэй байдлаа илэрхийлэх замаар тухайн даалгаврыг биелүүлэх итгэлийг төрүүлэх, дагагчдаа дасгалжуулж, тэдэнд тусламж, дэмжлэг үзүүлэх замаар тэдний хувийн үр нөлөө болон нийтлэг үр нөлөөг нэмэгдүүлдэг. (Kark, Shamir ба Chen, 2003).

Сэтгэл хөдлөлийн нөлөө. Харизматик манлайлагчид сэтгэл хөдлөлөөр дамжуулан дагагчдаа нөлөөлж болдог. Гэхдээ энэ онолыг гаргаж ирэх үед Shamir нар (1993) уг нөлөөллийг төдийлөн дэмжээгүй байна. Маш эерэг, урам зоригтой манлайлагч нь дагагчдын сэтгэл санааг илүү эерэг болгоход энэ нөлөөлөл нь үр нөлөөтэй бөгөөд тэдэнд ажилдаа урам зориг, хүнд зорилгоо биелүүлж чадна гэсэн ойлголтыг нэмэгдүүлж болох талтай. (нийтлэг үр нөлөө гэх мэт). Түүнээс гадна энэ уур амьсгалыг дагалдагчид дундаа бий болгох замаар тухайн бүлэг, байгууллагад сэтгэл хөдлөл, эерэг үзлийг түгээх боломжтой. Wopo & Ilies (2006) Дагагчид нь тухайн манлайлал нь харизматик хэмээн тодорхойлсон үед сэтгэл хөдлөлийн нөлөө илүү өндөр, үр бүтээмж илүү байдаг.

Дагагчдын эерэг уур амьсгал нь манлайлагчийн сэтгэл хөдлөлийн илэрхийлэл өндөр байх, тухайн манлайлагчийн үр нөлөөний харилцаан дээр тогтдог.

СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

Онолын хувьд эрдэмтэд, судлаачдын манлайллын онол, хандлагын талаарх судалгааны бүтээлүүдэд үндэслэн Mio, Riggio, Levin, & Reese, (2005), Gary Yukl (2013)-ын харизматик манлайллын хэв маягийг тодорхойлох шинжүүдийг судалгааны арга зүйн үндэс болгосон.

Энэхүү судалгааны ажилдаа монголын бизнесийн байгууллагын манлайлагчдад харизматик манлайллын хэв маягийн бүх шинжүүд давамгайлдаг гэсэн таамаглал дэвшүүлэн ажиллалаа.

Судалгааны үзэл баримтлалын хүрээ. Эрдэмтэн Mio, Riggio, Levin, & Reese (2005), Gary Yukl (2013) нарын манлайллын хэв маягийн тодорхойлолт болон бусад эрдэмтдийн ашигласан хэмжүүрүүдийг судалгааны гол үзэл баримтлалаа болгосон. Дээрх эрдэмтэд судлаачдын онол, арга зүйд тулгуурлан өөрийн судалгааны ажлынхаа хүрээг дараах байдлаар илэрхийлсэн (Зураг 11).

Зураг 1. Харизматик манлайллын хэв маяг, түүний шинжүүдийн хамаарлын судалгааны хүрээ



Санал болгож буй судалгааны хүрээний дагуу харизматик манлайллын хэв маяг, түүний шинжүүдийн хоорондын хамаарлын таамаглалуудыг шалгахдаа корреляцийн шинжилгээ, хүчин зүйлийн найдвартай байдлын утгыг шалгуур болгон тооцно.

Судалгааны хувьсагч, түүний тодорхойлолт. Судлаач

харизматик манлайллын хэв маягийг хамаарах хувьсагч болгон ашигласан. Иймээс судалгааны хамаарах хувьсагч нь Харизматик манлайллын хэв маяг, түүнд үл хамаарах хувьсагчийг харизматик манлайллын 9 шинжээр илэрхийлж авч үзлээ. Үүнийг хүснэгт 26-д харуулав.

Хүснэгт 1. Үл хамаарах хувьсагч, түүний шинжүүд

Хамаарах хувьсагч	Үл хамаарах хувьсагч (харизматик манлайллын шинжүүд)	Эх үүсвэр
Харизматик манлайлал	Сэтгэл татам хандлагыг илэрхийлэх	Mio, Riggio, Levin, & Reese (2005), Т.Дорж, Г.Батхүрэл (2011)
	Алсын харааг илэрхийлэхдээ харилцааны хүчтэй, илэрхий хэлбэрийг ашиглах	Mio, Riggio, Levin, & Reese (2005)
	Алсын хараа, зорилгодоо хүрэхийн тулд эрсдэл гаргаж, өөрийгөө зориулах	Mio, Riggio, Levin, & Reese (2005), Т.Дорж, Г.Батхүрэл (2011)
	Өндөр хүлээлттэй харилцах	Mio, Riggio, Levin, & Reese (2005) Gary Yukl (2013)
	Дагагчиддаа өөдрөг, өөртөө итгэлтэй байдлаа харуулах	Mio, Riggio, Levin, & Reese (2005) Gary Yukl (2013)
	Алсын хараатай нийцсэн зан төлөвөө загварчлах	Mio, Riggio, Levin, & Reese (2005)
	Манлайлагчийн талаарх дагагчдын хандлагыг удирдах	Mio, Riggio, Levin, & Reese (2005), Т.Дорж, Г.Батхүрэл (2011)
	Тухайн байгууллага, эсвэл бүлэглэлтэй тодорхой харилцааг хөгжүүлэх	Mio, Riggio, Levin, & Reese (2005) Gary Yukl (2013)
	Дагагчиддаа итгэл найдвар төрүүлэх	Mio, Riggio, Levin, & Reese (2005), Т.Дорж, Г.Батхүрэл (2011)

Судалгааны түүвэр бүрдүүлэлт. Эх олонлогийн хэмжээг гаргахдаа магадлалт бус түүврийн шүүн тунгаах буюу зорилтот түүврийн аргаар эх олонлогоос түүвэрлэхээр тооцож бизнесийн байгууллагын манлайлагчдын хувьд түүврийн оновчтой тоог SAMPLE SIZE CALCULATOR тооцоологч ашиглан тооцоолоход 91 гарсан болно. Түүврийн магадлалыг нэмэгдүүлэх зорилгоор судалгаанд манлайлагч 92 хүнийг хамруулах нь зохистой гэж үзлээ. Энд байж болох стандарт хазайлтыг $4/3=1.333$; итгэх түвшинг $95\%=1.96$; зөвшөөрөгдөх хэлбэлзлийг 0.2 байна гэж үзэн түүврийн оновчтой тоо хэмжээг тооцсон. Судалгаанд корпораци, группын манлайлагчдаас 10, хувьцаат компанийн манлайлагчдаас 7, хязгаарлагдмал хариуцлагатай компанийн манлайлагчдаас 68, бусад жижиг аж ахуйн нэгжүүдийн удирдлага манлайлагчдаас 7 хүнийг хамруулсан. Монголд үйл ажиллагаа явуулж буй бизнесийн байгууллагуудын бүтэц, зохион байгуулалт, удирдлагын аппаратын хэмжээ, ажилчдын тоо гэх зэрэг үзүүлэлтүүдийг харгалзан судалгаанд оролцуулах манлайлагчдын тоог тодорхойлсон.

Судалгаанд хамрагдсан бизнесийн байгууллагуудын манлайлагчдын мэдээллийг нэгтгэж дүгнэхэд судалгаанд нийт 6 корпораци, группийн манлайлагчид,

4 хувьцаат компанийн манлайлагчид, 54 хязгаарлагдмал хариуцлагатай компанийн манлайлагчид, 7 бусад аж ахуйн нэгжийн манлайлагчид хамрагдсан байна. Судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн 44,6% нь эрэгтэй, үлдсэн 55,4% нь эмэгтэй, насны бүтцийг нь авч үзвэл 22-30 насныхан 16,3%, 31-40 насныхан 31,5%, 41-50 насныхан 46,7%, үлдсэн 5,5% нь 51-с дээш насныхан байна. Боловсролынх нь түвшинг харвал дийлэнх нь буюу 91,3% нь дээд боловсролтой, 2,2% нь мэргэжлийн боловсролтой, үлдсэн 6,5% нь бүрэн дунд боловсролтой байна. Ажилласан жилийг нь харвал 22,8% нь 20-с дээш жил, 41,3% нь 16-19 жил, 18,5% нь 12-15 жил, 12,0% нь 8-11 жил, үлдсэн 5,4% нь 7 хүртэл жил ажиллаж байгаа хүмүүс байна. Судалгаанд 17,4% худалдааны салбарт, 8,7% аялал жуулчлалын салбарт, 15,2% хүнсний үйлдвэрлэлд, 2,2% хөнгөн үйлдвэрийн салбарт, 6,5% уул уурхай, эрчим хүчний салбарт, 35,9% үйлчилгээний салбарт, 9,8% ИТ, мэдээлэл харилцаа холбооны салбарт, 4,3% барилгын салбарт ажилладаг манлайлагч нар хамрагдсан байна.

Судалгааны хэрэглэгдэхүүний хүчин төгөлдөр байдал. Судалгааны ажлын бааз өгөгдлийн шинжилгээнд SPSS 23.0 программд боловсруулалт хийж үр дүнг тооцсон. Хувьсагчдын хоорондын хамаарлыг тооцоход

олон хүчин зүйлийн регрессийн шинжилгээ, хувьсагчдын тархалтын шинжилгээ, корреляцийн шинжилгээний аргуудыг, үзүүлэлтийн болон загварын ач холбогдолтой эсэхийг нягтлах, харизматик манлайллын хэв маягийн үнэлгээг тооцоолох үзүүлэлтүүдийн дунджийг тооцон гаргахад индексийн шинжилгээний аргуудыг ашигласан.

Харизматик манлайллын хэв маягийн асуулга нь 9 хувьсагчаас бүрдсэн бөгөөд тус бүр нь тодорхой шинж чанартай холбоотой. Судалгаанд оролцогчид нь харизматик манлайлагчид байгаа, тэд өөрсдийн харизматик манлайллын хэв маягийг үнэлэх боломжтой. Судалгаанд оролцогчид тухайн тодорхойлсон зан үйлийн давтамжийг Ликертийн хэмжүүрийн 5 хэмжээсээр үнэлсэн.

Асуумжийн найдвартай байдлын тооцоо: Асуулт тус бүрийн болон бүлэг тус бүрийн дунджийг Кронбах альфагийн тооцоогоор тооцоолов. Кробахын альфагийн утга нэг рүү дөхөх тусам асуултын нийлбэр нь бүлгийн утгыг сайн илэрхийлж байгааг илтгэнэ. Кронбахын альфа коэффициент урьдчилсан шалгуураар $a=5\%$ -д ач холбогдолтой. Судалгаанд ашиглагдсан үл хамаарах хувьсагч болох харизматик манлайллын шинж нь судалгааны үр дүнг баталгаатай найдвартай илэрхийлж чадаж байгаа эсэхийг энэ шинжилгээгээр тодорхойлсон.

Өгөгдөл цуглуулах үйл явц. Судалгааг ярилцлагын болон асуулга судалгааны аргаар хийж 71 бизнесийн байгууллагын нийт 92 (түүврийн оновчтой тоо 91 байгаа) удирдлага, менежер, манлайлагч нарыг хамруулан 2019 оны 6 сараас нэг бүрчлэн нүүр тулан ярилцаж, асуултаа бөглүүлэх хэлбэрээр хийсэн. Судалгаанд оролцогчдыг сонгохдоо магадлалт бус түүврийн шүүн тунгаах буюу зорилтот түүврийн аргыг ашигласан. Ингэхдээ бизнесийн байгууллага дахь харизматик манлайллын шинжүүдийн талаар удирдлага, менежер нарт ойлгомжтой байдлаар тайлбарлаж ойлгуулсны үндсэн дээр асуулт асууж хариулт авах байдлаар судалгаа, ярилцлагыг хийсэн. Анкетын судалгааны үр дүн болон хариултыг илүү үнэн бодитой болгох зорилгоор удирдлага, менежерүүд, ажилтнуудтай биечлэн уулзаж зохих тайлбаруудыг хийж ойлгуулан асуулгыг тайван бодитоор бөглүүлэхэд анхаарч ажилласан.

Судалгааны үр дүнг илүү бодитой болгох үүднээс бизнесийн байгууллагуудаас ойролцоо, тэнцүү хэмжээтэй буюу бизнесийн байгууллага бүрээс 1-2 удирдлага, менежерүүдтэй цаг тохирон завтай цагт нь очиж тухайн байгууллага, оффис, ажлын талбарт нь биечлэн уулзалт хийж, асууж ярилцан анкетыг бөглүүлж судлахад анхаарч ажилласан болно.

Өгөгдлийн шинжилгээний арга. Судалгаанд ашиглагдсан хамаарах хувьсагч, тэдгээрийг илэрхийлэх үл хамаарах хувьсагчууд нь судалгааны үр дүнг баталгаатай, найдвартай илэрхийлж чадаж байгаа эсэхийг хүчин зүйлийн шинжилгээний үр дүнгээр тодорхойлсон. Хувьсагчдын хоорондын хамаарлыг тооцоход олон хүчин зүйлийн регрессийн шинжилгээ, хувьсагчдын тархалтын шинжилгээ, корреляцын шинжилгээний аргуудыг, загварын ач холбогдолтой эсэхийг нягтлах, харизматик манлайллын шинжийг илэрхийлэх шинжүүд (хувьсагчид)-ийн үнэлгээг тооцоолох жигнэсэн онооны үзүүлэлтээр хандлагыг тооцох үнэлгээний индексийн шинжилгээний аргуудыг ашигласан.

Хүчин зүйлийн шинжилгээг хийхийн өмнө түүврийн нийцтэй байдлыг хэмжүүр (КМО test), хувьсагчийн хамаарлыг тодорхойлох (Bartlett's sphericity test) тестийг шалгаж үзсэн. Үүний дараа судалгаанд ашигласан хамаарах хувьсагчдын үл хамаарах хувьсагчууд нь хувьсагчаа хэр илэрхийлж чадаж байгаа буюу найдвартай байдлыг Кронбах альфа коэффициентээр үнэллээ. Кронбах альфа коэффициент 0.5-аас их гарсан нь судалгаанд ашигласан хувьсагчид найдвартай болохыг харуулсан. Ийнхүү судалгаанд ашигласан хувьсагчид бүхэлдээ найдвартай гарсан учир бизнесийн

байгууллагын харизматик манлайллын хэв маягийн шинжүүд манлайлагчдад хэр зэрэг илэрч байгааг тодорхойлох зорилгоор регрессийн шинжилгээг хийлээ.

ҮР ДҮН

Судалгааны нэг ба хоёр хувьсагчийн шинжилгээний үр дүн. Харизматик манлайллыг бизнесийн байгууллагын манлайлагчид хэр хэрэглэдэг болохыг түүний шинжүүдээр үнэлэн илэрхийлж судлахад харизматик манлайллын бүх шинжүүд сайн буюу 55-аас дээш хувь хэрэглэгддэг байна. Харин их хэрэглэгддэг шинж нь өөрийгөө дагагчдадаа итгэл найдвар төрүүлдэг гэж үздэг байдал 78,2%, дагагчдадаа өөдрөг, өөртөө итгэлтэй байдлаа харуулж чаддаг байдал 77,2%, алсын хараагаа илэрхийлэхдээ харилцааны хүчтэй, илэрхий хэлбэрийг 75%, тухайн байгууллага, эсвэл бүлэглэлтэй тодорхой харилцааг хөгжүүлэх чадвар 73,9%, сэтгэл татам хандлагыг илэрхийлэх байдлыг 68,5%, манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддаг байдал 66,3%, аливаад өндөр хүлээлттэй харилцдаг байдал 64,1%, алсын хараатай нийцүүлэн зан төлөвөө загварчилдаг байдал 55,4% сайн, маш сайн байна. Харин алсын хараа, зорилгодоо хүрэхийн тулд эрсдэл гаргаж, өөрийгөө зориулдаг байдал 40,2% буюу харьцангуй бага хувьтай байна гэсэн дүгнэлт гарч байна.

Монголын бизнесийн байгууллагын манлайлагчдад харизматик манлайллын шинжүүд илүү сайн илэрхийлэгдэж байгаа нь монголчуудын, монголын эрт үеийн хаадын манлайлах шинж харизматик байсантай холбоотой байх магадлалтай. Хэдийгээр дэлхий нийт даяарчлагдаж, үйлдвэржилт, технологижилт, бизнесийн томоохон шинэ шинэлэг хэлбэрүүд эрчимтэй хөгжиж мэдээлийн эрин, мэдлэгийн менежментийн хэрэглээ хүчирхэгжиж буй ч уламжлалт харизматик манлайлал хадгалагдсаар байгаа нь харагдаж байна гэж үзэхээр байна.

Монголын бизнесийн байгууллагын манлайлагчдад харизматик манлайллын өөрийгөө дагагчдадаа итгэл найдвар төрүүлдэг гэж үздэг байдал, дагагчдадаа өөдрөг, өөртөө итгэлтэй байдлаа харуулж чаддаг байдал, алсын хараагаа илэрхийлэхдээ харилцааны хүчтэй, илэрхий хэлбэрийг ашигладаг, тухайн байгууллага эсвэл бүлэглэлтэй тодорхой харилцааг хөгжүүлэх чадвар илүү өндөр хэрэглэгддэг болох нь судалгааны үр дүнгээс харагдаж байна. Сүүлийн жилүүдэд монголын бизнесийн томоохон байгууллагуудын удирдлага, менежерийн албан тушаалын томилгоонд нам, улс төрийн нөлөөлөл их болсон байгаа, нөгөө талаас, бизнесийн байгууллагын

хүний нөөцийн сонгон бүрдүүлэлтэд танил тал харах, нутгархах, найз нөхдийн холбоо сүлбээ нөлөөлөх зэрэг оновчтой бус байдал их болж байгаа, удирдах албан тушаалд менежерийг доод шатнаас дээш албан тушаалд ахиулах карьер төлөвлөлт хангалтгүй байгаа нь харизматик манлайлал буюу манайлагч өөрийн манайлах ур чадвар, харизмдаа үндэслэн карьер хийх боломж сул байдагтай холбоотой байх магадлалтай. Тиймээс бизнесийн байгууллагууд манлайлагчдынхаа харизматик манлайллыг хөгжүүлэхийн тулд байгууллагын хүний нөөцийн дотоод сургалт болон гадаад сургалтаар сэтгэл татам хандлагыг илэрхийлэх чадвар, манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдах чадвар, аливаад өндөр хүлээлттэй харилцдаг чадвар, алсын хараатай нийцүүлэн зан төлөвөө загварчилах чадвар, алсын хараа, зорилгодоо хүрэхийн тулд эрсдэл гаргаж, өөрийгөө зориулах чадварыг хөгжүүлэхэд анхаарах хэрэгтэй гэсэн дүгнэлт хийж байна.

Хүчин зүйлийн шинжилгээний үр дүн. Фактор шинжилгээний үр дүн. Уг судалгаанд фактор шинжилгээний компонентын (PCA) аргыг бизнесийн байгууллагын манлайлагчдын харизматик манлайллын хэв маягийг судлахад ашигласан.

Хүснэгт 2. Бизнесийн байгууллагын манлайлагчдын харизматик манлайллын хэв маягийн шинжүүдийн хамаарлын фактор шинжилгээний үр дүн

№	Үзүүлэлт	Хүлээлт			
		KMO	Bartlett's	Sig	Varianc e
1	харизматик манлайллын хэв маягийн шинжүүд	0.741	212.666	.000	36.232

Эх сурвалж: Фактор шинжилгээний үр дүн

Судалгаанд ашигласан 9 хувьсагч (манлайллын хэв маягийн шинжүүд)-аар фактор шинжилгээ хийж үзэхэд КМО (Kaiser Meyer Olkin) статистик 0.741 гэсэн утгатай гарсан нь сайн гэсэн утгыг илэрхийлж байна. $(KMO >= 0.5)$ байвал хүчинтэй¹. Бартлеттийн тестийн (Bartlett's Test) ач холбогдлыг илэрхийлэх утга 95 хувийн магадлалтайгаар тооцоход 0.05-аас бага байх ёстой бөгөөд бидний тооцооллоор Sig =0.000 гарсан нь фактор шинжилгээ ач холбогдолтой гэдгийг нотолж байна. Вариацийн коэффициент 212.6 гарсан нь маш сайн үзүүлэлт

байна (10-аас их байх нь чухал).

Хүчин зүйлийн хамаарлын фактор шинжилгээндээ бизнесийн байгууллагын манлайлагчдын харизматик манлайллын хэв маягийг илэрхийлэх нийт 9 ялгаатай шинжийг үнэлж байгаа учраас тус бүрд фактор шинжилгээг хийсэн бөгөөд гарсан үр дүн буюу факторлагдсан байдал нь хоорондоо ижил байх шаардлагыг тавьж байгаа билээ. Фактор шинжилгээндээ харизматик манлайллын хэв маягийг тодорхойлох шинжүүдийг оруулах замаар ямар шинжүүд нь факторлагдаж байгааг судалсан.

Хүснэгт 3. Бизнесийн байгууллагын харизматик манлайлагчдын манлайллын хэв маягийн шинж тус бүрийн шинжилгээний үр дүн

Харизматик манлайлал		Component matrix (a)
Q1	Харилцаандаа сэтгэл татам хандлагыг илэрхийлэх хэв маяг	0.712
Q2	Алсын хараагаа илэрхийлэхдээ харилцааны хүчтэй, илэрхий хэлбэрийг ашигладаг	0.586
Q3	Алсын хараа, зорилгодоо хүрэхийн тулд эрсдэл гаргаж, өөрийгөө зориулдаг	0.091
Q4	Аливаад өндөр хүлээлттэй харилцдаг	0.509
Q5	Дагагчдаа өөдрөг, өөртөө итгэлтэй байдлаа харуулж чаддаг	0.759
Q6	Алсын хараатай нийцсэн зан төлөвөө загварчилдаг	0.352
Q7	Манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддаг	0.819
Q8	Тухайн байгууллага, эсвэл бүлэглэлтэй тодорхой харилцааг хөгжүүлэх чадвар	0.658
Q9	Өөрийгөө дагагчдаа итгэл найдвар төрүүлдэг гэж үздэг	0.582

Эх сурвалж: PCA аргаар хийсэн шинжилгээний үр дүн

¹Rajka Presbury.(2009). "Service quality in Hospitality Management. 22,2: p- 77
Sydney Hotels" International Journal of

Дээрх судалгааны үр дүнгээс харахад бизнесийн байгууллагын манлайлагчдын манлайллын хэв маягийн төрлүүдийн дараах 8 шинжийн тодорхойлох чадвар сул байна хэмээн үзсэн. Үүнд: Алсын хараа, зорилгодоо хүрэхийн тулд эрсдэл гаргаж, өөрийгөө зориулдаг байдал (0.091), Алсын хараатай нийцсэн зан төлөвөө загварчилдаг (0.352)) зэрэг шинжүүд юм. Энэ 2 шинжүүд нь бизнесийн байгууллагын манлайлагчдын харизматик манлайллын хэв маягийг тодорхойлох чадваргүй гэж үзсэн. Үлдсэн шинжүүд нь бизнесийн байгууллагын манлайлагчдын харизматик манлайллын хэв маягийг

тодорхойлох чадвартай болж буй юм. Тиймээс бизнесийн байгууллагын удирдлага, менежерүүдийн хувьд харизматик манлайллын хэв маягийг тодорхойлох 7 шинж байгааг фактор шинжилгээний үр дүнгээс харж болно.

Найдвартай байдлын шинжилгээний үр дүн. Судалгаанд ашигласан хамаарах хувьсагчийг түүний шинжүүд нь хэр илэрхийлж чадаж байгааг буюу дотоод нийцтэй байдлыг шинжилж үзэх нь судалгааны найдвартай байдлыг тодорхойлоход чухал бөгөөд найдвартай байдлыг Кронбах (1951) альфа коэффициентоор илэрхийллээ.

Хүснэгт 4. Хувьсагчийн найдвартай байдлын шинжилгээний үр дүн

№	Хувьсагч	Кронбах альфа утга
1	Харизматик манлайлал	0.743

Эх сурвалж: Өгөгдлийн найдвартай байдлыг тодорхойлох судалгааны үр дүн

Кронбах альфа коэффициент 0.743 гарсан нь тухайн хамаарах хувьсагчийг түүний шинжүүд нь маш сайн илэрхийлж байгааг илтгэн харуулж байна. Фактор шинжилгээ болон найдвартай байдлын шинжилгээний үр дүн шинжүүд судалгааны үндэслэлтэй,

найдвартай болохыг батлан харууллаа.

Харизматик манлайллын хэв маягийн шинж тус бүрийг илэрхийлэх хувьсагчдын үнэлгээг жигнэсэн онооны үзүүлэлтээр хандлагыг тооцвол:

Хүснэгт 5. Бизнесийн байгууллагын манлайлагчдын харизматик манлайллыг илэрхийлэгч шинжүүдэд хандах хандлагын жигнэсэн оноо

№	Үзүүлэлт	Хувийн жин	Үнэлгээ	Жигнэсэн оноо
1	Харилцаандаа сэтгэл татам хандлагыг илэрхийлэх хэв маяг	0.11	3.9	0.43
2	Алсын хараагаа илэрхийлэхдээ харилцааны хүчтэй, илэрхий хэлбэрийг ашигладаг	0.1	4.0	0.4
3	Алсын хараа, зорилгодоо хүрэхийн тулд эрсдэл гаргаж, өөрийгөө зориулдаг	0.12	4.5	0.54
4	Аливаад өндөр хүлээлттэй харилцдаг	0.08	3.8	0.3
5	Дагагчдадаа өөдрөг, өөртөө итгэлтэй байдлаа харуулж чаддаг	0.15	4.1	0.62
6	Алсын хараатай нийцсэн зан төлөвөө загварчилдаг	0.1	3.7	0.37

7	Манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддаг	0.07	3.8	0.27
8	Тухайн байгууллага, эсвэл бүлэглэлтэй тодорхой харилцааг хөгжүүлэх чадвар	0.13	4.1	0.53
9	Өөрийгөө дагагчдадаа итгэл найдвар төрүүлдэг гэж үздэг	0.14	4.1	0.57
				4.03

Бизнесийн байгууллагын загварчлах, аливаад өндөр манлайлагчдын харизматик хүлээлттэй харилцах, манлайллыг илэрхийлэгч манлайллынхаа талаарх дагагчдын шинжүүдэд хандах хандлагын хандлагыг удирдах чадвараа илүү жигнэсэн оноо 4.03 гарсан байгаа хөгжүүлэх хэрэгцээ байгаа болох нь харизматик манлайллыг сайн судалгааны үр дүнгээс харагдаж хэрэглэдэг болохыг гэрчилж байна.

Гэхдээ цаашид алсын хараатай **Судалгааны хувьсагчдын нийцсэн зан төлөвөө илүү сайн корреляцийн шинжилгээ.**

Хүснэгт 6. Харизматик манлайллын шинжүүдэн корреляцийн шинжилгээ

Inter-Item Correlation Matrix

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9
Q1- Манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддаг	1.000								
Q2-Алсын хараагаа илэрхийлэхдээ харилцааны хүчтэй, илэрхий хэлбэрийг ашигладаг	.397	1.000							
Q3-Алсын хараа, зорилгодоо хүрэхийн тулд эрсдэл гаргаж, өөрийгөө зориулдаг	.046	.056	1.000						
Q4-Аливаад өндөр хүлээлттэй харилцдаг	.366	.196	.153	1.000					
Q5-Дагагчдадаа өөдрөг, өөртөө итгэлтэй байдлаа харуулж чаддаг	.390	.426	.032	.257	1.000				
Q6-Алсын хараатай нийцсэн зан төлөвөө загварчилдаг	.101	.227	.127	.021	.216	1.000			
Q7-Манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддаг	.480	.438	.154	.344	.628	.249	1.000		
Q8-Тухайн байгууллага, эсвэл бүлэглэлтэй тодорхой харилцааг хөгжүүлэх чадвар	.385	.128	.134	.253	.381	.172	.468	1.000	
Q9-Өөрийгөө дагагчдадаа итгэл найдвар төрүүлдэг гэж үздэг	.361	.158	-.379	.190	.369	.150	.329	.458	1.000

Шинжилгээний үр дүнгээс дагагчдын хандлагыг удирдаж харахад харизматик манлайллын чаддаг (0.48) хүчтэй хамааралтай шинжүүдийн хувьд харилцааны байхад, Алсын хараагаа сэтгэл татам хандлагыг илэрхийлэх илэрхийлэхдээ харилцааны хүчтэй, шинж нь Манлайллынхаа талаарх илэрхий хэлбэрийг ашигладаг

(0.397), Дагагчдадаа өөдрөг, өөртөө итгэлтэй байдлаа харуулж чаддаг (0.39), Тухайн байгууллага, эсвэл бүлэглэлтэй тодорхой харилцааг хөгжүүлэх чадвар (0.385), Аливаад өндөр хүлээлттэй харилцдаг (0.366), Өөрийгөө дагагчдадаа итгэл найдвар төрүүлдэг гэж үздэг (0.361) хүчтэйвтэр хамааралтай байна. Харин Алсын хараатай нийцсэн зан төлөвөө загварчилдаг (0.101), Алсын хараа, зорилгодоо хүрэхийн тулд эрсдэл гаргаж, өөрийгөө зориулдаг (0.046) сул хамааралтай байна.

Алсын хараагаа илэрхийлэхдээ харилцааны хүчтэй, илэрхий хэлбэрийг ашигладаг хэмээх шинж нь Манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддаг (0.480), Дагагчдадаа өөдрөг, өөртөө итгэлтэй байдлаа харуулж чаддаг (0.426) хүчтэй хамааралтай байна. Харин бусад хувьсагчдын хоорондын хамаарал нь (0.056-0.227-ын хооронд) сул байна.

Алсын хараа, зорилгодоо хүрэхийн тулд эрсдэл гаргаж, өөрийгөө зориулдаг гэсэн шинж нь Өөрийгөө дагагчдадаа итгэл найдвар төрүүлдэг гэж үздэгтэй (-0.379) хүчтэйвтэр урвуу хамааралтай байна. Бусад хувьсагчидтайгаа (0.032-0.154 хооронд) сул хамааралтай байна.

Аливаад өндөр хүлээлттэй харилцдаг гэсэн шинж нь манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддаг

хувьсагчтай (0.344), Харилцаандаа сэтгэл татам хандлагыг илэрхийлэх хэв маяг (0.366) хүчтэйвтэр хамааралтай, бусадтайгаа (0.021-0.257) сул хамааралтай байна.

Дагагчдадаа өөдрөг, өөртөө итгэлтэй байдлаа харуулж чаддаг шинж нь манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддаг гэсэн хувьсагчтай (0.628) хүчтэй хамааралтай байна. Харин манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддагтай (0.390), алсын хараагаа илэрхийлэхдээ харилцааны хүчтэй, илэрхий хэлбэрийг ашигладагтай (0.426), тухайн байгууллага, эсвэл бүлэглэлтэй тодорхой харилцааг хөгжүүлэх чадвар (0.381), өөрийгөө дагагчдадаа итгэл найдвар төрүүлдэг гэж үздэгтэй (0.369) хүчтэйвтэр хамааралтай байна.

Манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддаг шинж нь тухайн байгууллага, эсвэл бүлэглэлтэй тодорхой харилцааг хөгжүүлэх чадвартай (0.468), манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддагтай (0.480), алсын хараагаа илэрхийлэхдээ харилцааны хүчтэй, илэрхий хэлбэрийг ашигладагтай (0.438) хүчтэй хамааралтай байна. Харин аливаад өндөр хүлээлттэй харилцдагтай (0.344) хүчтэйвтэр хамааралтай байна. Бусад шинжтэйгээ (0.150-0.249) сул хамааралтай байна.

Тухайн байгууллага, эсвэл бүлэглэлтэй тодорхой харилцааг хөгжүүлэх чадвар шинж нь манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддагтай (0.468), өөрийгөө дагагчдадаа итгэл найдвар төрүүлдэг гэж үздэгтэй (0.458) хүчтэй хамааралтай байна.

Өөрийгөө дагагчдадаа итгэл найдвар төрүүлдэг гэж үздэг гэсэн шинж нь тухайн байгууллага, эсвэл бүлэглэлтэй тодорхой харилцааг хөгжүүлэх чадвартай (0.458) хүчтэй хамааралтай, манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддагтай (0.361), дагагчдадаа өөдрөг, өөртөө итгэлтэй байдлаа харуулж чаддагтай (0.369), манлайллынхаа талаарх дагагчдын хандлагыг удирдаж чаддагтай (0.329) хүчтэйвтэр хамааралтай байна. Бусадтай нь (0.150-0.190) сул хамааралтай байна.

ДҮГНЭЛТ

Судалгааны үр дүнгээс дараах дүгнэлтийг хийж байна. Үүнд:

- Монголын бизнесийн байгууллагын манлайлагчдын харизматик манлайллын хэв маягт түүний бүх шинжүүд давамгайлдаг гэсэн таамаглал (H_1) харизматик манлайллын хэв маягийн шинж тус бүрийн үнэлгээний үр дүнгээр 7 шинж батлагдаж, 2 шинж няцаагдлаа.

- Бизнесийн байгууллагын манлайлагчдын харизматик

манлайллын хэв маяг нь түүний шинжүүдээс хамаарах нь бизнесийн байгууллагуудын удирдлага, менежерүүдийн харизматик манлайллын хэв маягийн шинжүүдийн чухалчлах шинжилгээний (IPA) үр дүнд батлагдсан. Судалгаанд ашигласан үл хамаараах хувьсагчуудаар фактор шинжилгээ хийж үзэхэд КМО (Kaiser Meyer Olkin) статистик 0.0741 гэсэн утгатай гарсан. Бартлеттийн тестийн (Bartlett's Test) ач холбогдлыг илэрхийлэх тооцооллоор $Sig = 0.000$ гарсан нь фактор шинжилгээ ач холбогдолтой гэдгийг нотолж байгаа бөгөөд вариацийн коэффициент 212.6 гарсан. Кронбах альфа коэффициент 0.743 гарсан нь тухайн хувьсагчуудыг түүний шинжүүд маш сайн илэрхийлж байгааг илтгэн харуулж байна. Фактор шинжилгээ болон найдвартай байдлын шинжилгээний үр дүн хувьсагчууд үндэслэлтэй, найдвартай болохыг батлан харууллаа.

- Бизнесийн байгууллагын менежментийг сайжруулахын тулд харизматик манлайллын хэв маягийг оновчтой бүрдүүлэн ашиглах нь зохистой бөгөөд манлайлагчдын манлайлах чадварыг сайжруулахад харизматик манлайллын шинжүүдийг хөгжүүлэх нь ихээхэн үр дүн өгөх болно хэмээн үзэж байна.

ДЭВШҮҮЛСЭН САНАА

Бизнесийн байгууллага дахь удирдлага, менежерүүдийн харизматик манлайлал тухайн бизнесийн байгууллагын албан ёсны манлайлагчид буюу анхан шатны нэгжээс авахуулаад дээд шатны удирдлагын тухайд яригддаг. Энд ялангуяа байгууллагын үйл ажиллагаанд тодорхойлох үүрэгтэй шийдвэр гаргаж, өөрчлөлтийг гардан удирдах чиг үүрэг бүхий дээд, дунд шатны удирдлагуудын харизматик манлайлалд голчлон анхаардаг. Иймд харизматик манлайлалын хэв маягийн судалгааны аргачлалыг бүх хэлбэрийн бизнесийн байгууллагын удирдлага, менежерүүдийн манлайллын харизматик шинжийг тодорхойлох болон манлайллын үр дүнд бий болох үр нөлөө, ач холбогдолыг үнэлэх, манлайлагчдын харизматик шинжүүдийг хөгжүүлэх зорилгоор хэрэглэх боломжтой гэж үзэж байна.

Дэлхий нийтийн даяаршил, мэдээлэлжилт, технологижилтийн өөрчлөлт шинэчлэлт нь манлайлагчид харилцан адилгүй хувьсамтгай орчинд хурдан дасан зохицох, байгууллага, хамт олны алсын харааг оновчтой тодорхойлж, чиглүүлэх шаардлагатай болж байна. Иймд манлайлал нь харизматик хэв маягтай байх шаардлагатай болж байгааг ойлгох нь зүй ёсны асуудал болоод байна.

Бизнесийн байгууллагын удирдлага, менежерүүдээс манлайллын олон хэв маягийг шаарддаг нь даяаршсан нийгмийн хатуу ширүүн өрсөлдөөн болон хамтын ажиллагааг дэмжигч нийгмийн сүлжээ бүхий өвөрмөц орчин юм. Бизнесийн үйлдвэрлэл, үйл ажиллагааны процесс, түүнтэй холбоотой шийдвэрүүд нь удирдлага, менежер хэн байхаас үл хамааран тухайн чиг үүрэг хэрэгжиж байх зүй тогтолтой. Ийм тохиолдолд удирдлага, менежерүүдийн өөрчлөлт, идэвхи санаачлагыг түүний удирдлагад байгаа ажилчид амархан хүлээж авахгүй, дагахгүй байх тохиолдол үүсч болзошгүй байдаг тул удирдлага, менежерүүдийн манайллын харизматик хэв маягт зарим талаар илүү өндөр шаардлага, сорилтууд тавигдаж байна.

Иймд бизнесийн байгууллагын удирдлага, менежерүүд харизматик манлайллын шинжүүдийг тодорхой нөхцөл, хувь хүмүүст тохируулан хэрэглэж байгааг, эсвэл тэдэнд харизматик манлайллын ямар шинжүүд илүү давамгайлж байгааг тодорхойлох нь бизнесийн байгууллагын манлайллын нийтлэг хэв маягийг тодорхойлох арга зүйн үндэс болно гэж судлаач үзэж байна. Тиймээс бизнесийн байгууллагууд удирдлага, менежерүүдийнхээ манлайллыг хөгжүүлэхийн тулд байгууллагын

хүний нөөцийн дотоод сургалт болон гадаад сургалтаар харизматик манлайллын шинжүүдийг зөв цагт нь, зөв хүнд нь, зөв газарт нь оновчтой тохируулан ашиглах чадвар олгоход анхаарах хэрэгтэй гэж үзэж байна. Мөн түүнчлэн бизнесийн байгууллагууд удирдлага, менежер, манлайлагчдын сонгон, бүрдүүлэлтэд харизматик манлайллын хэв маягийн шинжүүдийг үндсэн шалгуур үзүүлэлт болгон хэрэглэх нь бодит байдалтай бүрэн нийцнэ гэсэн саналыг судалгааны үр дүнд тулгуурлан дэвшүүлж байна.

НОМ ЗҮЙ

1. Болдбаатар Г., (2020). "Манлайллын хэлбэр ажилтны ажлын гүйцэтгэл ба ажлын сэтгэл ханамжид нөлөөлөх нь" ХИС ЭШБ.,
2. Дорж Т., Батхүрэл Г., (2011). Монголын менежментийн сэтгэлгээний хөгжилт. УБ.,
3. Эрдэнэбат П., (2015). Монгол улсын прокурорын байгууллагын удирдах албан тушаалтны манлайлалын хэв маяг, чадварт хийсэн шинжилгээ. УБ.,
4. Ashfaq Ahmad, Abdul Halim, Abdul Majid & Md Lazim, (2015). *The Measurement of the Effectiveness of Leadership*
5. Avolio, B. J., Zhu, W., Koh, W., & Bhatia, P. (2004). *Transformational leadership and organizational commitment: Mediating role of psychological empowerment and moderating role of structural distance. Journal of Organizational Behavior, 25, 951-968.*
6. Bass, B. (1998). *From transactional to transformational Leadership: Learning to share the vision. 19- 31*

7. Bass, B. M., & Avolio, B. J. (2003). *The Multifactor Leadership Questionnaire report. Palo Alto, CA: Mind Garden.*
8. Burns, J. (1978). *Leadership. N.Y.: Harper and Row.*
9. G. A. Yukl. (2013). *Leadership in Organizations (2nd ed). Englewood Cliffs. NJ: Prentice Hall.*
10. J. A. Conger and R. N. Kanungo. (1998). *Charismatic Leadership in Organizations. (Eds), R. N. Kanungo, Thousand Oaks. CA: Sage Publications*
11. Lian, L. K., & Tui, L. G. (2012). *Leadership styles and OCB: The mediating effects of subordinates' competence and downward influence tactics. Journal of Applied Business and Economics, 13, 59-96.*
12. Liden, R. C., & Maslyn, J. M. (1998). *Multidimensionality of leader member exchange: An empirical assessment through scale development. Journal of Management, 24, 43-72.*
13. M. Suleman Sabir, Adil Sohail & Muhammad Asif Khan, (2011). *Impact of leadership style on organizational commitment, Journal of Economics and Behavioral Studies Vol. 3, No. 2, pp. 145-152,*
14. M. W. Dickson, D. N. D. Hartog, and J. K. Mitchelson, "Research on leadership in a crosscultural context: Making progress, and raising new questions," *The Leadership Quarterly, vol. 14, pp. 729 – 768, 2003.*
15. Mowday, R. T. (1999). *Reflections on the study and relevance of organizational commitment: Human Resource Management Review, 8(4), 387-40.*
16. Northouse, P. G. (2004). *Leadership theory and practice (3rd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage*
17. R. K. Shastri, K. S. Mishra, and A. Sinha, "Charismatic leadership and organizational commitment: An Indian perspective," *African Journal of Business Management, vol. 4, pp. 1946-1953, 2010.*
18. Sharon Clinebell, (2013) *Impact of Leadership Styles on Employee Organizational Commitment, Journal of Service Science, 6(*