

АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН МЕНЕЖМЕНТ МЭРГЭЖЛЭЭР ТӨГСӨГЧДИЙН СЭТГЭЛ ХАНАМЖИЙН СУДАЛГАА

Ж. Баасангэрэл

Магистр

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

jbaasangerel@gmail.com

Хураангуй: Дэлхий дахинаа аялал жуулчлалын салбарын хөгжил хурдацтай өсч байна. Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллагаас гаргасан судалгаанд 2020 гэхэд нийт жуулчны тоо 1.4 тэрбум, 2030 онд 1.8 тэрбум хүрнэ гэсэн таамаглал дэвшүүлжээ. Дэлхий дахинд болон манай улсад аялал жуулчлалын салбар эрчимтэй хөгжих тусам салбарын боловсон хүчнийг бэлтгэх асуудал хурцаар тавтгдаж, улсын болон хувийн их дээд сургууль, коллежууд аялал жуулчлалын мэргэжлийн бакаврын сургалтын хөтөлбөрийг боловсруулан мэргэжилтэй боловсон хүчнийг хөдөлмөрийн зах зээлд нийлүүлсээр ирсэн. Иймд энэхүү судалгааны ажлаар сургалтын хөтөлбөр, сургалтын орчин, чанар, багшлах боловсон хүчний ур чадварыг үнэлэх зорилгоор төгсөгчдийн сэтгэл ханамжийг тодорхойлсон судалгааны үр дүнг танилцуулж байна.

Түлхүүр үгс: Сургалтын хөтөлбөр, сургалтын орчин, чанар, багшлах боловсон хүчний ур чадвар, сэтгэл ханамжийн түвшин

УДИРТГАЛ ХЭСЭГ

Гадаадын жуулчдыг хүлээж авч үйлчлэх өндөр хариуцлага, мэргэшил, туршлага, мэдлэг шаардсан энэ ажлыг бүртгэлтэй, бүртгэлгүй, аялал жуулчлал эрхэлдэг аж ахуйн нэгж, хүмүүс хэдэн зуугаар эрхэлж байна. Аялал жуулчлалын үйлдвэрлэл үйлчилгээ нь зочлох үйлчилгээний бусад салбаруудын хамтын үйл ажиллагаа юм. Удирдлага, тээвэрлэлт, зочид буудал, жуулчны баазад тавигдах стандарт, шаардлагуудыг дэлхийн стандартын түвшинд хүргэх болон удирдлагын дээд түвшинд ажиллах менежмент эзэмшсэн, 2-оос доошгүй гадаад хэлний өндөр мэдлэгтэй, түүх соёлын дурсгал, байгаль орчныг мэргэжлийн үүднээс тайлбарлах мэдлэг, чадвартай байх боловсон хүчнийг хөдөлмөрийн зах зээлийн эрэлт хэрэгцээ шаардлагын дагуу манай төрийн болон хувийн нийт 30 гаруй их дээд сургууль бэлтгэж байна.

Жишээлбэл, ШУТИС нь 2007 оноос эхлэн Аялал жуулчлалын менежмент мэргэжлээр мэргэжилтэн бэлтгэж эхэлсэн. “Аялал жуулчлалын менежмент” мэргэжлээр төгсөгч нь аялал жуулчлал, түүнд бүрэн ба хагас хамааралтай бизнес, бизнесийн бус байгууллагуудад бүх

шатны менежер, салбар хэлтсүүдэд гүйцэтгэх ажилтан, мэргэжилтнээр ажиллах, бизнесийн үйл ажиллагааны чиглэлээр судалгаа хийх, судлаачаар ажиллах чадвартай болгоно болгоно гэж тусгасан байдаг. Төгсөгчдийн мэдлэг, ур чадвар, эрэлт хэрэгцээг тодорхойлж цаашдийн сургалтын хөтөлбөр, чанарыг дээшлүүлэх нь зайлшгүй шаардлагатай асуудлын нэг болоод байна.

ОНОЛ, АРГА ЗҮЙН ХЭСЭГ

Хэрэглэгчийн зан төлөв хэмээх салбар шинжлэх ухааны дэлхий дахинд судлагдсан байдлыг авч үзвэл 1900-1950 аад оны эхэн үе дэх хүний сэтгэл зүйг зар сурталчилгаанд хэрхэн ашиглах талаар судалгаанууд хийгдэж байсантай холбож үздэг. 1950-аад оноос хэрэглэгчийн зан төлөвийн бие даасан судалгаа хийгдэж эхэлсэн гэж үздэг бөгөөд 1980-аад оноос хэрэглэгчийн зан төлөвийг эрчимтэйгээр судалж эхэлсэн байна. Гол төлөөлөгчдийг нь дурдвал: Жеймс Ф. Энжел, В. Алдерсон, Т. Лэвит, Ф. Котлер, Г. Армстронг, С. Ворд, Т. Робертсон, Ж. Мовэн нар юм. П. Друкер “Бизнесийн хамгийн гол зорилго бол хэрэглэгчийг бий болгох явдал юм” гэж хэлсэн байдаг[1] бөгөөд үүнээс үзэхэд хэрэглэгчийг бий болгохын тулд тэдгээрийн зан төлөвийг гүн гүнзгий судалж хэрэглэгчийн хар хайрцагийг илрүүлэн түүнд тохирохуйц маркетингийн бодлого стратегиудыг боловсруулан ажиллах нь чухал юм.

Зах зээл дээр байр сууриа хадгалж, амжилтанд хүрэх хоёрхон арга байдаг гэж Том Петерс, Нэнси Остин нар үзэж байжээ.

Үүнд:

1. Дээд зэргийн бараа үйлчилгээгээр хангах замаар хэрэглэгчийг анхаарлынхаа төвд байлгах;

2. Шинэчлэлийн талаар байнга санаа тавих явдал юм гэсэн байна. Зах зээл дээр амжилттай бизнесийн үйл ажиллагаа явуулахын тулд маркетингийн судалгааг маш сайн хийж гүйцэтгэж байх шаардлагатай. Маркетингийн судалгааны гол объект бол хэрэглэгчид юм. Тиймээс хэрэглэгчийн зан төлөвийг таньж мэдэх тэдний хэрэгцээ, хүсэл, эрэлтийг хангах бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэж борлуулах асуудал нэн чухал билээ.

Хэрэглэгчийн зан төлөв (Consumer behavior) гэдэг нь хэрэглэгч бүтээгдэхүүнийг худалдаж авах ба хэрэглэх явцдаа хийж байгаа үйлдэл гэж тодорхойлж болох бөгөөд өөрөөр тодорхойлбол хөдөлмөр, нийгэм, хамт олон болон өөртэйгээ харьцах харьцаанд илрэн гарч буй бие хүний ёс суртахуун, үйл ажиллагаа, хүсэл эрмэлзэл, зэрэг шинж чанаруудыг тодорхойлох сэтгэл зүйн өвөрмөц онцлогуудын нийлбэр цогц юм. Хэрэглэгчийн зан төлөв байнга хувьсан өөрчлөгдөж байдаг учраас динамик шинж чанартай гэж үздэг.

Хэрэглэгчийн худалдан авах зан төлөвт тодорхой хүчин зүйлсүүд нөлөөлснөөр хэрэглэгчийн шийдвэр гаргах үйл явцад өөрчлөлт гардаг. Эдгээр хүчин зүйлсийг дотор нь гадаад, дотоод гэж [2] ангилна. Гадаад хүчин зүйлс буюу орчны хүчин зүйлсд: соёл, хүн ам, нийгмийн статус, харьяалагдах бүлэг, гэр бүлийн хүчин зүйлс багтдаг. Харин дотоод хүчин зүйлс буюу хувийн хүчин зүйлсд: сэжим түлхэц, мотив, хэрэгцээ, хувийн зан чанар, мэдрэмж, итгэл үнэмшил, төрх байдал, үнэ цэнэ үнэлэмж, хандлага, төсөөлөл, ойлголт зэрэг сэтгэл зүйн хүчин зүйлс, амьдралын хэв маяг, үзэл бодол зэрэг хүчин зүйлс багтана.

СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

Судалгааны зорилго: ШУТИС-н Аялал жуулчлалын менежмент мэргэжлийн сургалтын хөтөлбөр, сургалтын орчин, чанар, багшлах боловсон хүчний ур чадварыг үнэлэх зорилгоор төгсөгчдийн сэтгэл ханамжийг тодорхойлоход чиглэгдсэн.

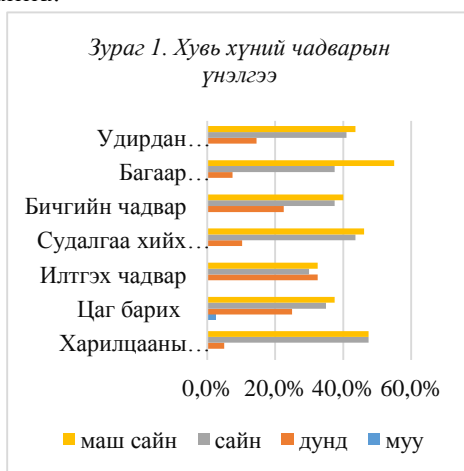
Судалгааны хамрах хүрээ: 2007-2018 онд ШУТИС-н Аялал жуулчлалын менежмент мэргэжлээр төгсөгчид.

Мэдээлэл цуглуулах арга: судалгаанд ярилцлага, анкетын аргыг ашиглав.

СУДЛАГААНЫ ҮЗҮҮЛЭЛТ

Судалгааг аялал жуулчлалын менежмент мэргэжлээр төгсөгчдөөс түүвэрлэн анкетын аргаар авсан болно. Нийт судалгаанд оролцогчдын 42,5% нь 31-35 насных, 37,7% нь 26-30 насных, 12,5% нь 20-25 насных, 7,5% нь 36-40 насны төгсөгчид байв. Хүйсийн хувьд харьцуулж үзэхэд 47,5% нь эрэгтэй үлдсэн нь эмэгтэй төгсөгчид эзэлж байна.

Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээллийг судлан үзэхэд төгсөгчид бизнесийн салбарт менежерийн албан тушаалд ажиллаж байгаа үзүүлэлт өндөр байна.



Эх сурвалж: Судлаачийн боловсруулснаар

Судалгаанд оролцсон төгсөгчид суралцаж байх хугацаандаа эзэмшсэн хувь хүний чадварыг багаар ажиллах, харилцааны соёл, цаг барих, илтгэх, удирдан манлайлах ур чадварыг маш сайн эзэмшсэн гэж хариулжээ.

Зураг 2. Лекц, семинар, дадлагын хичээлийн практик хэрэглээ



Эх сурвалж: Судлаачийн боловсруулснаар

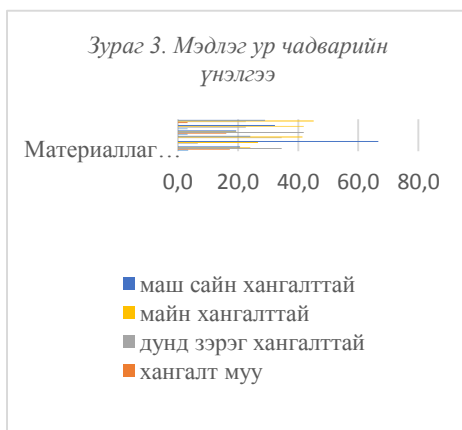
Суралцаж байх хугацаанд олж авсан мэдлэгийн практик хэрэглээг судлан үзэхэд үйлдвэрлэлийн болон сургалтын дадлага, семинарын хичээлээр олж авсан мэдлэг практикт сайн хэрэглэгддэг гэж хариулсан бол лекцийн хичээлийн мэдлэг дунд зэрэг хэрэглэгддэг гэж хариулсан нь үйлдвэрлэлийн дадлагын практик ач холбогдлыг нэмэгдүүлэх шаардлагатайг илтгэжээ.

Төгсөгчдөөс суралцаж байх хугацааны сургалтын хөтөлбөрт орсон хичээлүүдийн ач холбогдлыг тандан судлахад математик, хэрэглээний

физик, магадлалын онол, статистик гэх мэт хичээлүүдийг сургалтын хөтөлбөрт байх шаардлага бага гэж үзсэн бол гадаад хэлний хичээл, монголын болон дэлхийн түүх, баримт бичиг боловсруулалт, дадлага хосолсон хичээл, илтгэх урлаг, харилцааны хичээлүүдийг сургалтын төлөвлөгөөнд түлхүү оруулах шаардлага өндөр байна гэж хариулжээ.

Зураг 3-т төгсөгчид суралцаж байх хугацаандаа олж авсан мэдлэг ур чадвар, нийгэм, харилцаа, аялал жуулчлалын үндэс хичээлийн мэдлэг болон хувь хүний төлөвшилд багш нарын үзүүлсэн нөлөөллийн талаар асуухад маш сайн хангалттай гэж дийлэнхи төгсөгчид хариулжээ.

Аялал жуулчлалын менежмент мэргэжлийн эрэлт хэрэгцээг



Эх сурвалж: Судлаачийн боловсруулснаар

тодруулахад мэргэжлийн эрэлт хэрэгцээг өндөр гэж хариулсан нь тухайн мэргэжил эрэлттэй байгааг илэрхийлж байна.

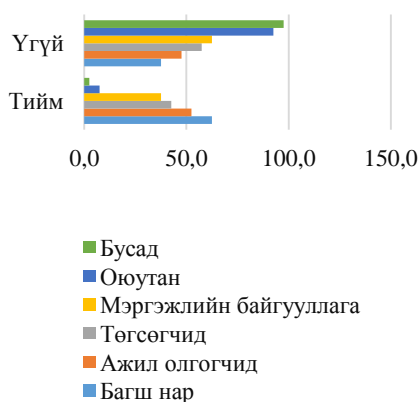
2012-2017 оны төгсөгчид сургууль төгссөнөөс хойш мэргэжил дээшлүүлэх хэрэгцээ шаардлага байна гэж дийлэнхи хариулжээ.



Эх сурвалж: Судлаачийн боловсруулснаар

Аливаа мэргэжлийн сургалтын хөтөлбөрийг боловсруулахад тухайн мэргэжлийн эрэлт хэрэгцээ, зайлшгүй эзэмшсэн байх ёстой мэдлэг, ур чадварыг судалгаа шинжилгээний үр дүнд тулгуурлан тодорхойлох нь чухал юм.

Зураг 6. Сургалтын хөтөлбөр



Эх сурвалж: Судлаачийн боловсруулснаар

Зураг 6-д мэргэжлийн сургалтын хөтөлбөрийг боловсруулахад ямар хүмүүс заавал оролцох шаардлагатай вэ гэсэн асуултанд багш, ажил олгогч, мэргэжлийн байгууллага, төгсөгчдөөс зайлшгүй санал авах нь маш чухал гэсэн үзүүлэлт гарсан байна.

ДҮГНЭЛТ

Уг судалгааны үр дүнд аялал жуулчлалын мэргэжлийн сургалтын хөтөлбөрийн ач холбогдол, сургалтын чанар, багш нарын мэдлэг, ур чадварын талаарх төгсөгчдийн сэтгэл ханамжийн түвшинг тодорхойллоо. Төгсөгчдийн ерөнхий мэдээллээс харахад мэргэжлээрээ ажиллаж байгаа явдал хангалтгүй үзүүлэлттэй байсан. Үүнийг нэгдүгээрт судалгаанд УБ хотод ажиллаж байгаа төгсөгчид хамрагдсан, хоёрдугаарт дэлхий дахинаа аялал жуулчлалын салбарын хөгжил хурдацтай өсч байгаа боловч манай улсын аялал жуулчлалын салбарын хөгжил муу, төрийн бодлого зохицуулалт хангалтгүй байгаатай хамааралтай гэж үзэж байна. Харин төгсөгчид бизнесийн байгууллага болон бусад салбарт менежерийн албан тушаал эрхэлж байгаа үзүүлэлт өндөр байсан. Энэ нь хөрвөх чадвартай боловсон хүчин бэлтгэгдсэн байдлыг илтгэж байна. Төгсөгчид суралцаж байх хугацааны үйлдвэрлэлийн дадлага, семинарийн хичээлээр олж авсан мэдлэг, чадвар нь практикт маш сайн хэрэглэгддэг гэж хариулсан нь мэдлэгт суурилсан сургалт судалгаа, практик сургалт, дадлага ажлын

цагуудыг нэмэгдүүлэх нь илүү ач холбогдолтой гэж үзсэн. Төгсөгчдөөс аялал жуулчлалын мэргэжлийн хэрэгцээг тандан судлахад хэрэгцээ шаардлага өндөр байна гэсэн шинжилгээний үзүүлэлт гарсан нь цаашид мэдлэг, ур чадвартай, дадлага туршлагатай, хөрвөх чадвартай аялал жуулчлалын мэргэжил нь хөдөлмөрийн зах зээл дээр эрэлттэй байгааг харуулж байна.

НОМ ЗҮЙ

- [1] Жаргалсайхан С. Хэрэглэгчийн зан үйлийн судалгаа. Улаанбаатар: Удирдлагын академийн хэвлэх тасаг, 2002, 5-7
- [2] Болдбаатар. Г Хэрэглэгчийн зан төлөв. Улаанбаатар: 2018
- [3] Кристоф Вульф. Боловсрол, хүмүүжил антропологийн үүднээс Улаанбаатар: 2015
- [4] Жаргалсайхан С. Хэрэглэгчийн зан ба шийдвэр гаргалт. Улаанбаатар: Удирдлагын академийн хэвлэх тасаг, 2002