MON 9152: ЯДУУ ИРГЭДЭД ЧИГЛЭСЭН САНХҮҮГИЙН

ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ХҮРТЭЭМЖИЙГ НЭМЭГДҮҮЛЭХ ТӨСӨЛ

МЭДЭЭЛЛИЙН ХЭРЭГСЛҮҮДЭЭР ДАМЖУУЛАН БАГА ДУНД ОРЛОГОТОЙ ИРГЭДИЙН САНХҮҮГИЙН БОЛОВСРОЛЫГ ДЭЭШЛҮҮЛЭХ МАРКЕТИНГИЙН ТӨЛӨВЛӨГӨӨ

Д.Дамдинжав: Санхүүгийн боловсрол судлаач

Д.Гэрэлт-Од: Олон нийтийн харилцааны зөвлөх

2013 оны 11 сарын 15

ТОВЪЁОГ

1. Удиртгал
2. Маркетингийн төлөвлөгөө боловсруулах ажлын төлөвлөгөө
3. Судалгааны ажлууд, түүний үр дүнд хийсэн шинжилгээнүүд болон нэгтгэсэн харьцуулалт
   3.1. Фокус группын судалгааны үр дүн
   3.2. Дэлхийн банкны судалгааны үр дүн
   3.3. Хоёр судалгааны нэгтгэсэн харьцуулалт
4. Бага дунд орлоготой иргэдийн санхүүгийн боловсролын хэрэгцээ, мессежийн агуулга
5. Санхүүгийн боловсролын мессежүүд
6. Зорилтот бүлэг
7. Санхүүгийн боловсролын мессеж түгээх сегмент
8. Санхүүгийн боловсролын мессежийг түгээх тохиромжтой суваг
9. Санхүүгийн боловсролын мессежийг түгээх тохиролмжтой хэлбэр
10. Дээрх суваг ба хэлбэрүүдээр санхүүгийн боловсролын мессежийг түгээхэд шаардагдах зардал ба сувгуудын хүртээмж
11. Тодорхойлогдсон мессежүүдйг хэрхэн ашиглах вэ? Хүртээмжийг хэрхэн нэмэгдүүлэх вэ?
12. Нэг агуулга – Олон суваг ба хэлбэр
13. Дүгнэлт
14. Ашигласан материалууд

1. УДИРТГАЛ

Ядуу иргэдэд чиглэсэн санхүүгийн үйлчилгээний хүртээмжийг нэмэгдүүлэх төслийн “Б” бүрэлдэхүүн хэсэг нь бага дунд орлоготой иргэдийн санхүүгийн боловсролыг дээшлүүлэх үндсэн чиглэлтэй.

Төслийн баримт бичигт тусгасны дагуу энэ бүрэлдэхүүн хэсгийн хүрээнд үндэсний болон олон улсын зөвлөхүүд зорилтот бүлэгт хүргэх санхүүгийн боловсролын мессежүүдийг тодорхойлох, эдгээр мессежүүдийг хүргэх мэдээллийн оновчтой суваг болон хэлбэрийг тогтоон санал болгох үүрэгтэй.

Харин төслийн хэрэгжилтийн хуваарьт тусгасны дагуу дээрх ажлуудыг хийж гүйцэтгэхдээ юуны өмнө санхүүгийн боловсролын суурь судалгаа хийх, судалгааны чанар, үр дүнг харьцуулах зорилгоор фокус бүлгийн ярилцлагууд зохиох, хоёр судалгааны үр дүнд түшиглэн санхүүгийн боловсролын мессежийн хамрах хүрээ буюу агуулгыг тогтоох, агуулгын дагуу үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудтай уулзаж үйлчилгээний нөхцөл, журамтай танилцах, мэдээллийн бусад эх сурвалжуудаас дэлгэрэнгүй мэдээлэл авах замаар иргэдэд түгээх ойлголтуудыг багцлан боловсруулах, хамгийн үр ашигтай сувгийг холбогдох зардлын хамт тодорхойлох, мөн мэдээлэл түгээх хэлбэрийг тусгасан цогц төлөвлөгөөг маркетингийн төлөвлөгөө хэлбэрээр боловсруулж, батлуулан цаашид мөрдөхөөр заасан. Төслийн хэрэгжилтийн хуваарьт зааснаар эдгээр ажлуудыг нийтэд нь долоон сард багтаан хийж гүйцэтгэхээр заасан байжээ.

Маркетингийн төлөвлөгөөг чанартай боловсруулахын тулд дээр дурдагдсан ажилбар нэг бүрийг хийж гүйцэтгэсэн бөгөөд харин суурь судалгааг төслийн хэрэгжилтийн хүрээнд хийж гүйцэтгэхийн оронд Дэлхийн банкнаас Монгол улсад хийсэн “Санхүүгийн чадавх болон хамгаалалт” судалгааны үр дүнг шууд ашиглахаар болсон.

Дэлхийн банкны судалгааг шууд ашиглахтай холбогдуулан зөвлөхүүд зорилтот бүлгийн хүрээнд санхүүгийн боловсролын судалгааг фокус бүлгийн ярилцлага хэлбэрээр хийж хоёр судалгааны үр дүнг хослуулан ашигласан болно. Хоёр судалгааны үр дүнг нэгтгэн харьцуулсны үндсэн дээр төслийн зорилтот бүлгийн мэдэхийг хүсч буй санхүүгийн боловсролын мессежийн агуулга, түүнийг түгээх тохиромжтой суваг болон оновчтой хэлбэрийг гаргаж ирсэн. Эдгээр агуулга буюу иргэдийн мэдэхийг хүсч буй сэдвийн хүрээнд санхүүгийн боловсролын мессежүүдийг тодорхойлсон.

Маркетингийн төлөвлөгөө үндсэн гурван хэсгээс бүрдэж байгаа бөгөөд үүнд (i) Санхүүгийн боловсролын мессеж тодорхойлох (ii) Мессежийг түгээх оновчтой сувгийг тодорхойлох (iii) Мессежийг дамжуулах тохиромжтой хэлбэрийг сонгох гэсэн бүлгүүд багтаж байгаа юм.

Санхүүгийн боловсролын мессежийг тодорхойлохдоо санхүүгийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллага болон иргэдийн дунд нэгдмэл ойлголтыг бий болгох чиглэлийг барьж ажилласан бөгөөд хоёр талтай хоёулантай нь уулзаж ярилцлага, судалгаа хийх үед олж авсан мэдээлэл дээр үндэслэн боловсруулав. Аль нэг байгууллагын онцлогийг харуулахаасаа илүүтэй санхүүгийн байгууллагуудын нийтлэг хэв шинжийг харуулахыг зорьсон бөгөөд ийм ч учраас аль болох олон байгууллагатай уулзаж тэдгээр байгууллагад нийтээр мөрдөгдөж байгаа журам, аргачлалыг ойлгомжтой хэлбэрээр буулгахыг хичээн ажилласан болно. Харин зөвхөн аль нэг байгууллагад мөрдөгддөг үйлчилгээний онцлогийг энд тусгасангүй.

Иргэдийн мэдэхийг хүсч буй нэг сэдвийг ганцхан тодорхойлолтоор эсвэл ганц мессежээр хариулах боломжгүй бөгөөд нэг сэдвийн хүрээнд өгөх багц ойлголтуудыг тодорхойлохдоо юуны өмнө уг

мэдээлэл нь өнөөгийн амьдралд хэрэгжиж буй үнэн бодит байх шаардлагыг тавихын зэрэгцээ аль болох олон хүний өдөр тутмын амьдралд тулгарч байгаа нийтлэг жишээнүүдийг хамруулахыг хичээв. Өөрөөр хэлбэл хэт тухайн тохиолдлыг хөөж мэдээлэл боловсруулбал энэ нь нэгд нийтлэг биш болох бөгөөд тэр бүрийг тайлбарлах нь өгч буй мэдээллийг хүртээмжгүй болгон хэт сургалтын шинжтэй болох төдийгүй, үргүй задлыг нэмэгдүүлэх сул талтай. Иймд аливаа санхүүгийн үйлчилгээ үзүүлж буй байгууллагын боловсруулсан журам зааврыг бүгдийг нь таниулах гэхээсээ илүүтэй олон нийтэд хүртээлтэйг нь энгийн ойлгомжтойгоор тайлбарлахыг зорилгоо болгон мессежүүдийг боловсруулав.

Нийтлэг ойлголтууд буюу санхүүгийн боловсролын мессежүүдийг 5 үндсэн бүлгийн хүрээнд 31 сэдвийн хүрээнд нэгтгэн буулгасан. Ард иргэдэд энгийнээр ойлгуулж болох ойлголтуудыг аль болох өргөн цар хүрээтэй хамарсан нь зөвхөн телевизийн сериал гэлтгүй өөр бусад хэлбэрээр мэдээлэл түгээх боломжийг олгоод зогсохгүй кино зохиол бичих хүнд ч мөн адил тухайн сэдвийн хүрээнд хангалттай ойлголтыг өгөх, мессежүүдээс (ойлголтууд) сонголт хийх боломжийг бүрдүүлж буй давуу талтай юм.

Суваг болон хэлбэрийг тогтоохдоо мөн хоёр судалгааны үр дүнг хооронд нь харьцуулах замаар тогтоосон бөгөөд мөн төслийн үр ашигтай байдлыг дээшлүүлэхийн тулд суваг тус бүрээр мэдээлэл цацахад гарах зардал, өгөгдсөн агуулгын дагуу кино болон видео хичээл, тараах материал, радиогийн хичээл зэргийг бэлтгэхэд гарах зардлуудыг нэгбүрчлэн судалж хүртээмжтэй бөгөөд үр ашигтай сувгийг сонгож энэхүү төлөвлөгөөнд тусгасан.

Төслийн баримт бичигт дурдсанаар энэ ажлыг Санхүүгийн боловсролын олон улсын зөвлөх, Санхүүгийн боловсрол судлаач болон Олон нийтийн харилцааны зөвлөх нар хамтран боловсруулах ёстой байсан ч төслийн хэрэгжилтийн явцад Санхүүгийн боловсролын Олон улсын зөвлөх мессежүүдийг бие даан тодорхойлохоо мэдэгдсэн тул үндэсний зөвлөхүүд мөн санхүүгийн боловсролын мессежүүд, түгээх суваг, оновчтой хэлбэрийг маркетингийн төлөвлөгөө байдлаар бие даан боловсруулах үүрэг давхар хүлээн авсан бөгөөд үүнийг хийж гүйцэтгэх ажлын төлөвлөгөөг Төслийн удирдах хорооны даргаар батлуулан хэрэгжүүлэв.

Дөнгөж судалгааны нэгтгэлээсээ эхлүүлэн эцсийн маркетингийн төлөвлөгөөг эцэслэн боловсруулах гаргах уг ажлыг хийж гүйцэтгэх хугацааг үндэсний зөвлөхүүд 40 өдөр байхаар тооцож санал оруулсан боловч 2 сараар тооцож хийх санал гаргасан боловч ажлын 30 хоногт багтаан гүйцэтгэх шийдвэр гарсан нь ажлын гүйцэтгэлд нөлөөлж байв.

Энэхүү маркетингийн төлөвлөгөөг боловсруулахад Дэлхийн банкны судалгаа, Фокус бүлгийн ярилцлагууд, банк болон ХЗХ-дуудтай хийсэн уулзалт ярилцлагууд, Нийгмийн даатгалын хуулиудыг хэрэгжүүлэхтэй холбогдсон аргачлал, зөвлөмж хэмээх эмхтгэл, онлайн судалгааны эх сурвалжууд, хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудтай хийсэн уулзалт, судалгаанууд, эдийн засгийн нэр томъёоны тайлбар толь зэргийг эх сурвалж болгон ашиглав.

Уг маркетингийн төлөвлөгөөнд тусгагдсан санхүүгийн боловсролын мессежүүд, түүнийг түгээх суваг, оновчтой хэлбэрийн талаар ямар нэгэн санал, зөвлөгөө байвал та төслийн үндэсний зөвлөхүүдтэй ddamdia@gmail.com (Д.Дамдинжав, Санхүүгийн боловсрол судлаач), gereltod.dash@yahoo.com (Д.Гэрэлт-Од, Олон нийттэй харилцах харилцааны зөвлөх) цахим шуудангийн хаягаар нээлттэй хандана уу.

2. МАРКЕТИНГИЙН ТӨЛӨВЛӨГӨӨ БОЛОВСРУУЛАХ АЖЛЫН ТӨЛӨВЛӨГӨӨ

Санхүүгийн боловсролын мессеж, түүнийг түгээх суваг, оновчтой хэлбэрийг тусгасан маркетингийн төлөвлөгөөг үндэсний зөвлөхүүд бие даан боловсруулах үүргийг 2013 оны 9 сарын сүүлээр төслийн удирдлагуудаас хүлээн авсан бөгөөд үүнийг хэрэгжүүлэх ажлын төлөвлөгөөг 2013 оны 10 сарын 4-ны байдлаар доорх байдлаар тодорхойлон Төслийн удирдах хорооны даргаар батлуулан хэрэгжүүлэв.

Төлөвлөгөөнд тусгагдсан ажлын дэлгэрэнгүйг доорх хүснэгтээс үзнэ үү.

БАТЛАВ: Х.БУМ-ЭРДЭНЭ /ТУХ-НЫ ДАРГА, СЗХ-НЫ АЖЛЫН АЛБАНЫ ДАРГА/

JFPR9152-MON: Promoting Inclusive Financial Services for the Poor	Хуваарь					
Сар	10	10	10	10, 11	11	11
Долоо хоног	7-11	14-18	21-25	28-1	4-8	11-15
Хийж гүйцэтгэх ажлууд	I	II	III	IV	V	VI
Media-Based Financial Education for Adults						
1. Судалгааны материалуудыг шинжлэн, харьцуулах						
Дэлхийн банкны судалгаан дээр тоон шинжилгээ хийх						
2 судалгааны үр дүнг харьцуулах						
Мессеж хүргэх зорилтот бүлгүүдийг тодорхойлж, сегментчлэх						
Мессежний агуулгын хамрах хүрээ, сэдвийг тогтоох						
2. Мессежний ерөнхий агуулга боловсруулах						
Хэлэлцүүлэг 1. Төслийн А бүрэлдэхүүн хэсэгтэй хэрхэн уялдуулах талаар хэлэлцүүлэг хийх. MOCCU, MCTIC, үндэсний зөвлөхийг хамруулах						
Мессежний ерөнхий агуулга боловсруулах - Тодорхойлсон сэдвийн хүрээнд мессежүүдээ ерөнхий байдлаар тодорхойлон, агуулгыг нь гаргах. Үүндээ 2 судалгааны үр дүн, эдийн засгийн толь бичиг, сургалтын хөтөлбөрүүд, уулзалтуудын үр дүн, онлайн мэдээлэл зэргийг ашиглах						
3. Тодорхойлогдсон мессежийн талаар хэлэлцүүлэг зохиож эцэслэх						
Хэлэлцүүлэг 2. Хөдөө орон нутагт салбартай банкуудад мессежээ танилцуулан хэлэлцүүлэг зохиох (Хаан, Хас, Төрийн банк)						
Хэлэлцүүлэг 3. Мэргэжлийн холбоодуудад мессежээ танилцуулан хэлэлцүүлэг зохиох						
Хэлэлцүүлэг 4. Сургалтын байгууллагуудад мессежээ танилцуулан хэлэлцүүлэг зохиох. Эрдэм мэдлэг түгээх төв ТББ, АДРА Монгол, Хөгжлийн шийдэл, ХасБанк						
Мессежүүдээ эцэслэн тодорхойлох				XI/01		
Мессежүүдээ хөрвүүлэх. Ерөнхий байдлаар тодорхойлсон мессежүүдийг суваг бүрт тохирсон хэлбэр, хэрэглэгчдэд энгийн ойлгомжтой байдлаар хөрвүүлэх, Төслийн захирал болон ТУХ-ны дарга, хэрэгжүүлэгч агентлагуудад танилцуулж батлуулах					XI/08	
4. Зорилтот бүлгийн сегмент бүрээр мессежүүдээ ангилах, Тохиромжтой сувгийг тодорхойлох						
Санхүүгийн боловсролын мессежүүдээ сегмент бүрд ангилах						
Мессеж бүр дээр тохиромжтой сувгийг тодорхойлох, мөн нэмэлтээр дэмжлэг болох сувгуудыг (supporting channels) тодорхойлох						
Сегмент, мессеж, сувгийн уялдааг тодорхойлох						
5. Мессежүүдийг хүргэх арга хэлбэр болон хэрэгжүүлэлтийн төлөвлөгөөг зохиох						
Суваг, мессежээс хамааран ямар арга хэлбэрээр хүргэхийг нарийвчлан мессеж бүрээр тодорхойлох						
Хэрэгжүүлэлтийн төлөвлөгөөг боловсруулах						
6. Төсөв боловсруулах, маркетингийн төлөвлөгөөг эцэслэх, ТУХ-ны хуралд танилцуулж батлуулах						
Өмнө нь тодорхойлсон мессеж, суваг, арга хэлбэр, хэрэгжүүлэлтийн төлөвлөгөөн дээр үндэслэн төсөв зохиох						
Маркетингийн төлөвлөгөөг эцэслэн боловсруулах						
ТУХ-ны хуралд танилцуулан, батлуулах						XI/15

Төлөвлөгөөг боловсруулсан: Д.Дамдинжав /Санхүүгийн Боловсрол Судлаач/

Д.Гэрэлт-Од /Олон Нийтийн Харилцааны Зөвлөх/

2013 оны 10 сарын 4

Төлөвлөгөөг батлах явцад уг төлөвлөгөөний 3 дугаар бүлэгт тусгагдсанаар “тодорхойлогдсон мессежүүдийн талаар хэлэлцүүлэг зохиож эцэслэх”-ээс илүүтэй хэлэлцүүлэгт оролцох боломжтой байгууллагуудтай нэгбүрчлэн уулзах замаар мессежүүдээ тодорхойлох чиглэлийг өгсөн бөгөөд, мессеж тодорхойлох явцад энэ нь ч үр дүнтэй гэдэг нь харагдаж байв. Иймээс уг төлөвлөгөөнд тусгагдсан хэлэлцүүлэг гэдэг ажлын оронд харин талуудтай нэгбүрчлэн уулзаж ярилцсан бөгөөд тухайлбал 4 банк, 2 ХЗХ, нэг даатгалын компани, 4 хэвлэл мэдээллийн байгууллага, нийгмийн даатгалын байгууллага зэрэгтэй уулзаж ярилцлага зохион байгуулж үр дүнг нь энэхүү төлөвлөгөөнд ашиглав.

Энд төлөвлөгдсөн ажлууд нь уг маркетингийн төлөвлөгөөг чанартай боловсруулах үндэслэл болох бөгөөд өмнө нь Санхүүгийн боловсролын Олон улсын зөвлөхтэй хамтран боловсруулж байсан Маркетингийн төлөвлөгөө боловсруулах ажлын төлөвлөгөөнд мөн адил тусгагдсан байв.

Одоо төлөвлөгөөний дагуу хийгдсэн ажлууд, түүний үр дүнтэй танилцъя.

3. СУДАЛГААНЫ АЖЛУУД, ТҮҮНИЙ ҮР ДҮНД ХИЙСЭН ШИНЖИЛГЭЭНҮҮД БОЛОН НЭГТГЭСЭН ХАРЬЦУУЛАЛТ

3.1. ФОКУС ГРУППЫН СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

Дэлхийн банкны буюу гуравдагч этгээдийн хийсэн судалгааг уг төслийн суурь судалгаа байдлаар ашиглахаар шийдвэрлэсэнтэй уялдуулан иргэдийн санхүүгийн боловсрол, хэрэгцээ шаардлагын чиглэлээр фокус бүлгийн ярилцлагыг нийт 4 санхүүгийн байгууллагын бичил зээлийн харилцагчдыг хамруулан Улаанбаатар хот, аймгийн төв болон сумын төвд 8 бүлгийн хүрээнд зохион байгуулахаар болсон бөгөөд үндэсний болон олон улсын зөвлөхүүдийн хамтран боловсруулсан удирдамжийн дагуу 2013 оны 8 сард 8 фокус бүлгийн ярилцлагыг зохион байгуулсан. Үүнд Улаанбаатарын гэр хороолол болон төвийн дүүргийн иргэд, Булган болон Өвөрхангай аймгийн төвийн иргэд, Булган аймгийн Хутаг-Өндөр, Өвөрхангай аймгийн Баянгол сумын иргэд тус тус хамрагдсан.

Ярилцлагыг зохион байгуулахдаа төслийн зорилтот бүлгийн санхүүгийн үйлчилгээнд хамрагдаж буй байдал, тулгарч буй хүндрэл бэрхшээл, олж мэдэхийг хүсч буй санхүүгийн боловсролын мессежүүд, тэдэнд хүрэх оновчтой суваг болон хэлбэрийг тогтоох зорилгоор хийсэн бөгөөд үр дүнг нэгтгэн харуулбал доорх байдалтай байна.

ХЭЛЭЛЦСЭН АСУУДЛУУД	УБ - Гэр хороолол	УБ - Хотын төв	Аймгийн төв	Сумын төв
САНХҮҮГИЙН ЯМАР ҮЙЛЧИЛГЭЭНД ХАМРАГДАЖ ЧАДАХГҮЙ БАЙНА ВЭ?				
Зээл				
Өндөр дүнтэй зээл авч чаддаггүй				
Урт хугацаат зээл авч чаддаггүй				
Зээлийн хүү буурахгүй байна				

Долларын зээл эрсдэл ихтэй байна	
Зээлийн барьцаанд зарим хөрөнгийг авахгүй байна	
Барьцаа хөрөнгийн үнэлгээ хэт доогуур байна	
Зээлийн түүх дээр тулгуурлаж шийддэггүй	
Шинээр зээл авахад шат дамжлага хэт их	
Мөнгө хүүлэгчдийн зээлийн хүү маш өндөр	
Барьцаа хөрөнгө өөр газар байгаа тохиолдолд зээл авах боломжгүй байдаг	
Зээлийн эргэн төлөлтийн хуваарь нь бизнесийн орлоготой уялддаггүй	
Банкны шалгуур хэт өндөр, хатуу	
Орлого баталгаажуулах маш хэцүү	
Бүрдүүлэх материал маш их	
Өмнө зээл авч байсан газраасаа дахин зээл авахад бичиг баримт бүрдүүлдэг нь хүндрэлтэй	
-	
Хадгаламж	
Богино хугацаат хадгаламж ашиггүй	
-	
Бусад	
Төслийн болон хөнгөлөлттэй нөхцөлтэй зээлүүдэд хамрагдаж чадахгүй байна	
Банк зөвхөн өөрийнхөө нөхцлийг тулгадаг	
Зөн сан олгосон зээлээсээ тодорхой хэсгийг буцаан хадгаламж байдлаар авдаг ч хүүг нийт зээлийн дүнд тооцдог	
Төслийн зээл авахаар давхар бараа, бүтээгдэхүүн шахдаг	
ЗЭТ зөрчсөн үед маш хүнд	
Инфляци маш хүндээр тусаж байна	
-	
ҮЛ ОЙЛГОЛЦОЛ	
Зээл	

Анх удаа зээл авч буй хүнд ойлгомжгүй зүйл байдаг					
Зээлийн дүнг тооцох аргыг мэддэггүй					
Алданги тооцох аргыг мэддэггүй					
ХЗХ-ны талаар мэдээлэл байхгүй					
ЗОШ-ийн зориулалт тодорхойгүй /Бэлэн мөнгө гаргасны шимтгэл гэж ойлгодог/					
Зээлийн хүүг тогтоодог аргыг мэдэх хэрэгтэй байна.					
Зээлийн эргэн төлөх хугацааг өөрчилж болдог эсэхийг мэдэх					
Төслийн зээлүүдийн талаар мэдээлэл байхгүй					
Валютын ханш яагаад өсдөг талаар мэдээлэл хэрэгтэй					
Зээлийн эргэн төлөлтийн хуваарь зохиох 2 аргын ялгааг мэддэггүй					
Зээлийн хүү, валютын ханшийг хослуулан тооцох аргачлалыг мэдэх хүсэлтэй					
Хөвөгч хүүгийн тооцоолол зөв эсэхийг харьцуулан мэдэх боломж байхгүй					
Энэ олон төрлийн хураамж, шимтгэл, оочер дараллын учрыг ойлгохгүй байна.					
Нийгмийн даатгал, ЭМД-ын тухай дэлгэрэнгүй мэдээлэл авах					
Төрөөс үзүүлдэг халамжуудын тухай					
Санал: Өрхийн орлого, зарлагыг хэрхэн хөтлөх талаар 12 жилийн сургуульд заадаг болох					
Даатгалын нөхөн төлбөр хэрхэн авах талаар зааж өгөх					
НД-ын ач тус					
Буцалтгүй тусламжийн талаар					
Юань, Долларын ханшийн эрсдлийн талаар мэдмээр байна					
Инфляцийн талаар мэдлэгтэй болох					

Судалгаанд хамрагдаж буй иргэд өөрсдөд нь тулгамдаж буй санхүүгийн үйлчилгээний бэрхшээл болон өөрсдийнх нь тодорхойлж өгсөн мэдэхийг хүсч буй зүйлүүдийн хүрээнд санхүүгийн боловсролын мессежийг боловсруулан олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслээр түгээх нь үр дүнтэй болно гэдэгт санал нэгтэй байв.

Цаашид боловсруулах мессежүүд болон маркетингийн төлөвлөгөөг үндэслэл сайтай болгохын тулд энэ үр дүнг Дэлхийн банкны хийсэн судалгааны үр дүнтэй харьцуулах зайлшгүй шаардлагатай байсан бөгөөд хэрэв үр дүн ойролцоо гарсан тохиолдолд Дэлхийн банкны судалгааг суурь судалгаа байдлаар ашиглаад энэ судалгааны үр дүнгээр баяжуулаад явахаар олон улсын болон үндэсний зөвлөхүүд тохиролцсон болно. Дараагийн сэдвээр Дэлхийн банкны судалгааны үр дүн чухам ямар байсныг харуулах болно.

3.2. ДЭЛХИЙН БАНКНЫ СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

Дэлхийн банкны судалгааны эцсийн үр дүн 2013 оны 8 сарын 7-нд хүлээн авсан ч харамсалтай нь Санхүүгийн боловсролын олон улсын зөвлөх тогтсон таван чиглэлээр уг судалгаан дээр шинжилгээ хийх ажлыг 10 сар хүртэл хийгээгүй бөгөөд үүнээс шалтгаалан хоёр судалгааны үр дүнг хооронд харьцуулах, үүн дээр үндэслэн сэдвийн хамрах хүрээ болон мессежийг тодорхойлох ажил хойшлогдсон. Ийм ч учраас удирдлагаас Дэлхийн банкны судалгаанд дүн шинжилгээ хийх цаашилбал мессеж, суваг, хэлбэрийг тодорхойлох замаар маркетингийн төлөвлөгөөг боловсруулах ажлыг үндэсний зөвлөхүүдэд даалгасан бөгөөд уг үүргийг хүлээн авсан даруйдаа буюу 2013 оны 10 сарын 7-11 хооронд доорх шинжилгээ, дүгнэлтийг хийв.

Уг судалгааны гол үр дүн хэсэгт тусгагдсан байсан мэдээллүүдтэй нарийвчлан танилцаж бид энэхүү төсөлдөө мессеж байдлаар ашиглах, эсвэл сувгаа тодорхойлж авах гэх мэтчилэн тухайлсан дүгнэлтүүдийг гаргасан бөгөөд энэ нь Монгол улсын хувьд иргэд санхүүгийн үйлчилгээнд хамрагдаж буй байдал, тэдэнд тулгарч буй хэрэгцээ, тэдний олж мэдэхийг хүсч буй санхүүгийн боловсролын мессежийн цар хүрээ, оновчтой суваг, хэлбэрийг тогтооход дөхөм болж байв.

Сонирхолтой нь уг судалгааг хийсэн Дэлхийн банкны ажилтнуудтай үндэсний зөвлөхүүд уулзаж судалгааны үр дүнтэй дэлгэрэнгүй танилцах талаар ярилцсан боловч тэдний зүгээс уг судалгааг нэгд бага дунд орлоготой иргэдийн хувьд биш нийт иргэдийн төлөөллийг хамруулж хийсэн, хоёрт уг судалгаа нь санхүүгийн боловсролыг чиглэж хийгдээгүй тул фокус бүлгийн ярилцлагаас гарсан үр дүнг бодвол харьцангуй ерөнхий тойм үр дүнгүүд гарсан байгаа талаар хэлж байсан бөгөөд дараагийн бүлэгт харуулах хоёр судалгааны харьцуулалтан дээр ч мөн энэ харагдаж байв.

Доорх хүснэгтээс Дэлхийн банкны судалгаанд хийсэн дүн шинжилгээг харуулав. Уг судалгааны гол дүгнэлтүүдийг эхний баганад, дүгнэлт бүрээс хэрэгжүүлж буй төсөлтэй холбоотой хэсгийг ялган авч хоёрдугаар баганад, харин үүнийг чухам хэрхэн ашиглах боломжийг тодорхойлсон санал, дүгнэлтийг гуравдугаар баганд тус тус харуулав.

Дэлхийн банкны судалгааны дүгнэлтүүд		Гол дүгнэлтээс иргэдийн санхүүгийн боловсролтой хамааралтай заалтууд	Иргэдийн санхүүгийн боловсролд хэрхэн ашиглах санал
5	Financial knowledge and awareness levels are a challenge in Mongolia, as is the case for many countries at a similar income level. Many Mongolians have a limited understanding of the basic financial concepts required to make savings and investment decisions, although the vast majority of the population masters basic calculus. For instance, around one third of the survey participants struggle to understand what interest rates	Limited understanding of the basic financial concpets required to make **savings, investment** decisions and **basic calculus**	Мессеж: Хадгаламж, Хөрөнгө оруулалт болон ердийн тооцооллын талаар мессежэд тусгах
		Illiterate Mongolians, low income groups, rural dwellers and those who didn't learn savings practices	Сегментчлэл: Бичиг үсэггүй монголчууд, бага орлоготой иргэд, хөдөөний

	are and more than 60 percent do not possess knowledge of how ination afiects their savings. Compared to the rest of the population, illiterate Mongolians, low income groups, rural dwellers residing in Western regions of Mongolia, and those who did not learn savings practices as children appear to have less understanding of financial concepts, such as ination, interest rates, and risk diversification.	**as children**	оршин суугчид болон бага наснаасаа хадгаламжтай болоогүй иргэд
		1/3 struggle to understand **interest rate** and 60 percent don't know **inflation affects** to their savings	Мессеж: Бага орлоготой хүмүүсийг хадгаламж хийж чадахгүй байгааг дурдсан байгаа тул хадгаламжид үзүүлж байгаа инфляцийн нөлөөлөл гэдгийг тайлбарлах нь илүүц байв
6	Commercial banks are widely known as financial service providers, but awareness of broader financial services o_ered by insurance companies, microfinance organizations (MFOs) or other financial institutions (FIs) is limited. This _nding is not surprising given the relatively new institutional model of MFOs. It is also not a striking _nding with regard to brokerage houses and the Mongolian Stock Exchange (MSE). However, in light of the 2012 distribution program of shares from a large mining state-owned enterprise, \Erdenes Tavan Tolgoi" (ETT), it is critical to inform the public on how security markets operate. These _ndings suggests a focus area for financial knowledge and awareness efforts.	Awareness of **other financial institutions** - Insurance Companies, MFOs, or other Fis, Brokerage house and MSE	Мессеж: Бусад санхүүгийн байгууллагуудын талаар дурдах. Үүнд: Даатгалын компаниуд, Бичил санхүүгийн байгууллагууд болон бусад санхүүгийн байгууллагууд, брокерийн компаниуд
7	Moreover, vast parts of the population are not equipped with the required knowledge to benefit from the privatization of ETT. Mongolians eligible to receive shares under the partial privatization of ETT have the right to request cash instead of shares. When asked if they would prefer to receive shares or cash in the next round of the 2012 ETT shares distribution program, 39 percent indicated their preference to receive shares. Less than 20 percent of those opting for shares are familiar with services o_ered by brokerage houses and roughly one third of those know about the services provided by the MSE. Knowledge of these institutions is essential to be able to trade shares.	**ETT** (cash or shares)	Мессеж: ЭТТ – Гэхдээ энэ мессеж байх эсэх, байх тохиолдолд ямар агуулгаар оруулж ирэхийг сайтар тунгаах
8	In order to raise financial knowledge of potential users of savings and in- vestment products, innovative and interactive measures, and \edutainment" in particular, should be considered to reach adult target audience. Research has shown that innovation on delivery matters because adults often have stubborn preferences that are dificult to change. Conveying financial knowledge messages through innovative ways such as popular TV soap operas, films, videos or radio programs can be quite e_ective in improving knowledge and also in altering behavior. In order to be successful, it is pivotal that these programs be delivered in an engaging and entertaining manner through appealing stories that stick to memories. They are also presumed to be more e_ective if messages are repeated and reinforced over time For instance, in Kenya, a popular television drama, Makutano Junction, incorporated financial education messages into some of its story lines and viewers were able to send text messages to obtain a leaet related to these topics. These messages encouraged people to save regularly or to open bank accounts, rather than to keep money under a mattress. As with other soap operas, people watch Makutano Junction because they identify with the characters and enjoy the stories; but in the course of watching the show, they benefit from the financial education messages.	**TV soap operas, films, videos or radio programs** can be quite effective	Хэлбэр: ТВ-ийн цуврал кино, кино, видео болон радиогийн нэвтрүүлэг
		these programs be delivered in an engaging and entertaining manner through **appealing stories** that stick to memories	Хэлбэр: сонирхолтой түүх
		Delivery of **leaflet** by viewers request through **SMS**	Суваг: тараах материал, СМС

9	Publications can also be a useful means of transmitting financial education since each copy can be read by several people and can be retained for future reference. A diverse range of publications can be used, including leaets, booklets, iers and posters. Articles in newspapers and magazines are also important tools, especially if contained within general sections of the newspaper or magazine, rather than in specialist financial ones. Comic books have been found to be particularly e_ective in several countries, such as Kenya, India, and South Africa, where literacy levels are low. In such cases, comic books e_ectively facilitate discussion within the family on topics related to financial literacy.	Publications can also be a useful means - **leaflets, booklets, fliers and posters.**	Суваг: тараах материал, товхимол, плакат
		Articles in **newspapers** and **magazines** are also important tools	Суваг: сонин, сэтгүүл Хэлбэр: өгүүллэг
		Comic books have been found to be particularly effective in several cases	Суваг: Комикс
10	Financial education should be delivered through trusted organizations and individuals with whom the target audience interacts on a regular (day-today) basis. Many organizations have an interest in helping people to become financially knowledgeable and capable. Community organizations and trusted intermediaries, such as local community leaders, social workers, could provide these organizations with vital support in terms of resources, training and funding and they could be especially important for reaching remote and marginalized communities in rural areas.	FE should be delivered through **trusted organizations** (community organizations, local community leaders, social workers)	Суваг: **итгэмлэгдсэн байгууллага** (олон нийтийн байгууллага, идэвхитэнгүүд, нийгмийн ажилтнууд)
11	Particular areas of focus for financial education programs include: (i) the meaning of interest rates, (ii) the ability to understand the cost of loans, (iii) how interest earned on interest (compound interest) and ination a_ect savings, and (iv) the key benefits, features, and risks of basic retail products such as savings accounts, consumer loans, remittances, and mortgage loans.	the meaning of interest rate	Мессеж: Хүү гэж юу болох тухай тайлбарлах
		the ability to understand the cost of loans	Мессеж: Зээлийн хүү, зардлын талаар тайлбарлах
		how interest earned on interest (compound interest) and inflation affect savings	Мессеж: нийлмэл хүү болон инфляцийн талаар тайлбарлах
		the key benefits, features, and risks of basic retail products such as savings accounts, consumer loans, remittance and mortgage	Мессеж: санхүүгийн бүтээгдэхүүнүүдийн гол ач холбогдол, боломжууд болон эрсдлүүдийг тайлбарлах
12	Financial education programs should take advantage of \teachable moments".	Teachable moment	Хэлбэр: Сургамжтай жишээн дээр тайлбарласан байх
16	Rural and low income populations are mastering the management of their day-to-day finances, but struggle with being proactive and making provi- sions for the future. As compared to high income segments, Mongolians living on low incomes are significantly better at managing their day-today finances (controlled budgeting). Those with higher incomes, on the other hand, tend to be more proactive and more inclined to making provisions for the future. Consequently, daily hardship and the constant struggle with solving immediate problems can draw the attention of low income groups away from their long-term considerations and needs. While high income earners may be able to `a_ord' doing worse in managing their day-to-day finances, these low scores for low income segments are more worrisome, given their implications for their ability to smooth consumption, to cope with economic shocks, to generate lump sums for productive investments, and eventually for their long-term wellbeing. Likewise, while	Mongolians living on low incomes are significantly **better** at managing their day-to-day finances	Мессеж: Дээрхээс дүгнэхэд бага орлоготой хүмүүст орлогоо хэрхэн нэмэгдүүлэх талаар ярих нь төсөв ярьснаас хамаагүй илүү үр дүнтэй гэдгийг нотолж байна. Мессеж: Мөн нөгөө хадгаламж хийх дадал олгох асуудлыг маш бага дүнгээс ярих эсвэл сургамжит жишээг олж хэлэх. Жишээлбэл хүүхдийнхээ сургалтын төлбөрийг бий болгоход хэдэн төгрөг хэрэгтэй вэ

	mastering the task of controlling their budgets, rural dwellers tend to be less proactive and struggle more with making provisions for the future than urban residents.		гэх мэт байдлаар оруулах. Ер нь л хуримтлалын тухай ярих нь зүйтэй
		High income earners may be able to afford doing worse in managing their day-to-day finances	Мессеж: Илүү зарлага гаргахгүй байх талаарх зөвлөмж нь бага орлоготой хүмүүст бараг тохуурхал мэт сонсогдоно. Иймэрхүү мессеж нь харьцангуй өндөр орлоготой хүмүүст зохимжтой
17	Those who began savings habits as children outperform those who did not save in their childhood in almost all financial capability areas. Starting to build certain habits at an early age can have value, since those who already saved as children score on average significantly higher with respect to being proactive, thinking about the future, and making provisions for the future than their counterparts who did not save in their childhood.	Those who began savings habits as children outperform those who didn't save in their childhood in almost all financial capability areas	Та өөрөө хадгаламжгүй байж болно. Харин хүүхдээ өөр шигээ болгохгүйн тулд хуримтлал хийлгэж сурах хэрэгтэй юм байна гэсэн мессежийг өгөх нь зүйтэй байж болзошгүй. Эсвэл хадгаламж багаасаа хийсэн хүн санхүүгийн чадамж хамаагүй өндөр байгааг ойлгуулах. Аавын бийд хүнтэй танилц, агтны бийд газар үз гэдэг шиг.
20	The rapid expansion of the financial sector is reected in the high usage of formal savings and credit products. A large share of the Mongolians (78 percent) saves at a formal FI, whereas two out of five Mongolians (42 percent) have a loan from a formal FI. Apart from formal savings and loans, large parts of the population have some form of insurance. However, the high insurance penetration is most likely driven by compulsory insurance policies. Informal savings instruments such as savings clubs or keeping money under the mattress are used by a third of the respondents. Around a fifth of the sample uses some form of informal credit. Investment products such as private pension products are not widely used (15 percent). Illiterate Mongolians and herdsmen, as well as the informally employed and low income groups, hold fewer financial products than their counterpart groups. Compared to rural dwellers, urban residents appear to be more likely to use formal savings.	78 percent of Mongolians saves at a formal FI	Орлого багатай иргэдийн хувьд чухам ямар байгааг тодорхойлох
		42 percent of Mongolians have a loan from a formal FI	
		large part of the population have some form of insurance	
		Informal saving instruments are used by 1/3 of respondents	
		1/5 of the sample uses some form of informal credit	
		Illiterate Mongolians and herdsmen, as well as the informally employed and low income groups hold fewer financial products	Эндээс яг энэ бүлгийн хүмүүс ямар төрлийн санхүүгийн үйлчилгээнүүд аваад байгааг нь тодорхойлох
21	Commercial banks are by far the main FI whose products and services Mongolians use (88 percent). Products and services o_ered by any other FIs only play a minor role. Access to/use of services from commercial banks and other FIs is limited for low income segments, herdsmen, and those who did not save as children.	88 percent of products and services provided by Banks	Мессеж: Банкны үйлчилгээнүүдийг харуулах зайлшгүй шаардлага байна.
		Access to/use of services from commercial banks and other Fis is limited for low income segments, herdsmen, and those who did not save as children	Орлого багатай иргэдийн хувьд чухам ямар байгааг тодорхойлох
22	Despite many other barriers, access and usage of financial products can be constrained by lack of financial knowledge. Respondents, who answered more of the quiz-like financial literacy questions correctly, also hold more	Respondents, who answered more of the quiz-like financial literacy questions corresctly, also hold more	Бага орлоготой хүмүүс чухам ямар асуултан дээр хариулж чадахгүй байгааг

	financial products and services. Moreover, being more familiar with basic financial concepts also correlates with increased access to/use of di_erent types of financial products and services.	financial products and services	нарийвчлан гаргах
24	To increase uptake of financial products, financial capability enhancing pro- grams could be combined with available financial products. The survey results may indicate that enhanced financial knowledge is key for further financial sector widening and deepening. Financial education programs could be tied to those financial products and services most people can access and use, such as bank accounts, formal loans, or compulsory insurance products (including motor third party liability insurance). Given that especially low income and rural populations struggle with saving (being proactive) or making provisions for the future, insurance companies, banks, and other FIs should consider o_ering education programs to their customers. In these programs, customers should be informed about the importance of saving, even if only a little, and the need to plan for the future, as both of these financial behaviors have implications for their long-term well-being. Similarly, high income groups could be informed about how to budget and could potentially be provided with mobile phones or internet based personal finance tools, such as Juntos Finanzas. It should be ensured, however, that all educational materials be informative, clear, impartial, and free from marketing.	Financial education programs could be tied to those financial products and services most people can access and use, such as bank accounts, formal loans, or compulsary insurance products (including motor third party liability insurance)	Мессеж: банкны данс, зээлүүд, болон албан журмын даатгалын талаар мэдээлэл өгөх
		Given that especially low income and rural populations struggle with saving (being proactive) or making provisions for the future, insurance companies, banks, and other Fis should consider offering education programs to their customers	Stakeholders: Insurance companies, Banks and other Fis; In contrast messages: how to increase income, identify affordable savings products to the target market, importance of savings or importance of savings to their children; teachable moments: how much money should I save monthly in order to achieve students payment; advantages beget in the result of small savings, for example possibility to fund remaining amount of the payment by loan if they have savings
		Similarly, high income groups could be informed about how to budget and could potentially be provided with electronic banking services	Мессеж: өрхийн орлого зарлагын бүртгэлтэй холбоотой мэдээлэл нь өндөр орлоготой хүмүүст илүү хэрэгтэй байгаа тул энэ талаар мэдээлэл оруулаад байх шаардлагагүй
25	Generic financial education programs alone may be ine_ective, but when combined with other interventions, they can be valuable. The limitation of traditional financial education in changing financial behavior is well documented by research. However, coupling the financial education intervention with reminders (e.g. to save) or specific financial capability messages (e.g. to shop around or to make larger remittance transfers) is more likely to induce behavioral change. Another advantage of such interventions is that they are also quite cost-e_ective and could be taken rapidly to national scale.5	coupling the financial education intervention with reminders (e.g. to save) or specific financial capability messages (e.g. to shop around or to make larger remittance transfers) is more likely to induce behavioral change	Хэлбэр: СМС мессеж эсвэл ФМ шторкоор үндсэн нэвтрүүлгээ дэмжиж өгөх
27		Mobile or agent banking can dramatically reduce the cost of providing _nancial services in an environment of low population density prevailing in Mongolia.	Мессеж: Агентаар дамжин хүргэж буй санхүүгийн үйлчилгээнүүд нь цаг төдийгүй мөнгө хэмнэх боломжтойг харуулах

28	Consumers do not widely report complaints or other conicts with financial service providers. Only 5 percent of the respondents reported that they experienced conicts with financial service providers in the past 3 years. However, only half of those who encountered a financial service provider conict tried to solve it. The main reason reported for not trying to solve an encountered conict was that FIs are perceived as being too powerful. This may be an indication that the lack of appropriate internal procedures for customer complaints leads to inertia and resignation.	Fis are perceived as being too powerful. This may be an indication that the lack of appropriate internal procedures for customer complaints leads to inertia and resignation	Мессеж: Санхүүгийн байгууллагуудтай яг юу юун дээрээ тохиролцож болдог вэ? Ер нь болдог уу? Мөн санхүүгийн үйлчилгээний дэс дараалал, журмыг ойлгуулах
31	FIs should also be required to provide customers with key information on internal complaints handling focal points and standards. Legal or regulatory provisions should require all FIs to provide customers with contact information of the person or division within the institution that is authorized to receive and respond to complaints. This information should be included not only in advertising or marketing materials, but also in documents provided to consumers when applications are filed and contracts are concluded. Consumers should also be provided with information on the financial institution's complaints handling procedures.	Fis should also be required to provide customers with key information on internal complaints handling focal points and standards. Consumers should also be provided with information on the financial institution's complaints handling procedures	Мессеж:Санхүүгийн байгууллагад гомдол гаргах арга замыг тайлбарлах

Дэлхийн банкны судалгааны гол дүгнэлтүүд дээр дээрх байдлаар шинжилгээ хийсэн бөгөөд эндээс иргэд ямар чиглэлээр санхүүгийн ойлголт буюу мессеж авахыг хүсч байгааг тодорхойлбол:

<u>Иргэдийн мэдэхийг хүсч буй санхүүгийн боловсролын ойлголтууд буюу мессежүүд:</u>

1. Хадгаламж
2. Хөрөнгө оруулалт
3. Ердийн тооцооллуудын талаар мэдээлэл оруулах
4. Бага орлоготой хүмүүсийг хадгаламж хийж чадахгүй байгааг дурдсан байгаа тул хадгаламжид үзүүлж байгаа инфляцийн нөлөөлөл гэдгийг тайлбарлах нь илүүц байв
5. Бусад санхүүгийн байгууллагуудын талаар дурдах. Үүнд: Даатгалын компаниуд, Бичил санхүүгийн байгууллагууд болон бусад санхүүгийн байгууллагууд, брокерийн компаниуд
6. ЕТТ – Гэхдээ энэ мессеж байх эсэх, байх тохиолдолд ямар агуулгаар оруулж ирэхийг сайтар тунгаах
7. Хүү гэж юу болох тухай тайлбарлах
8. Зээлийн хүү, банкны зардлын талаар тайлбарлах
9. Нийлмэл хүү болон инфляцийн талаар тайлбарлах
10. Санхүүгийн бүтээгдэхүүнүүдийн гол ач холбогдол, боломжууд болон эрсдлүүдийг тайлбарлах
11. Бага орлоготой хүмүүст орлогоо хэрхэн нэмэгдүүлэх талаар ярих нь төсөв ярьснаас хамаагүй илүү үр дүнтэй гэдгийг нотолж байна.
12. Мөн нөгөө хадгаламж хийх дадал олгох асуудлыг маш бага дүнгээс ярих эсвэл сургамжит жишээг олж хэлэх. Жишээлбэл хүүхдийнхээ сургалтын төлбөрийг бий болгоход хэдэн төгрөг хэрэгтэй вэ гэх мэт байдлаар оруулах. Ер нь л хуримтлалын тухай ярих нь зүйтэй
13. Илүү зарлага гаргахгүй байх талаарх зөвлөмж нь бага орлоготой хүмүүст бараг тохуурхал мэт сонсогдоно. Иймэрхүү мессеж нь харьцангуй өндөр орлоготой хүмүүст зохимжтой
14. Та өөрөө хадгаламжгүй байж болно. Харин хүүхдээ өөр шигээ болгохгүйн тулд хуримтлал хийлгэж сурах хэрэгтэй юм байна. Гэсэн мессежийг өгөх нь зүйтэй байж болзошгүй. Эсвэл

хадгаламж багаасаа хийсэн хүн санхүүгийн чадамж хамаагүй өндөр байгааг ойлгуулах. Аавын бийд хүнтэй танилц, агтны бийд газар үз гэдэг шиг.

15. Банкны үйлчилгээнүүдийг таниулах зайлшгүй шаардлага байна.
16. Банкны данс, зээлүүд, болон албан журмын даатгалын талаар тайлбарлах
17. Өрхийн орлого, зарлагыг хөтлөх нь өндөр орлоготой хүмүүст илүү шаардлагатай мэдээлэл тул энэ талаар мессеж оруулах шаардлагагүй
18. Агентаар дамжин хүргэж буй санхүүгийн үйлчилгээнүүд нь цаг төдийгүй мөнгө хэмнэх боломжтойг харуулах
19. Санхүүгийн байгууллагуудтай яг юу юун дээрээ тохиролцож болдог вэ? Ер нь болдог уу? Мөн санхүүгийн үйлчилгээний дэс дараалал, журмыг ойлгуулах

Цаашид боловсруулах санхүүгийн боловсролын мессежүүдийг зорилтот бүлэгт хэрэгтэй, сонирхолтой байлгах үүднээс хийгдсэн хоёр судалгааны үр дүнг харьцуулж мессежний хамрах хүрээ буюу агуулгыг тодорхойлсон.

3.3. ХОЁР СУДАЛГААНЫ НЭГТГЭСЭН ХАРЬЦУУЛАЛТ

2 судалгааны үр дүнд иргэд чухам ямар чиглэлээр ямар ойлголтууд авахыг хүсч буйг харьцуулан хүснэгтэлснийг үзнэ үү.

зээл	Зээлийн ерөнхий нөхцөл	Энэ олон төрлийн хураамж, шимтгэл, оочер дараллын учрыг ойлгохгүй байна.	Зээл авахад гардаг зардлуудын талаар мэдээлэл өгөх
		Зээлийн хүүг тогтоодог аргыг мэдэх хэрэгтэй байна.	Санхүүгийн бүтээгдэхүүн үйлчилгээний ашиг тус, эрсдлийн талаар мэдээлэл өгөх
		Зээлийн эргэн төлөлтийн хуваарь зохиох 2 аргын ялгааг мэддэггүй	
		Хөвөгч хүүгийн тооцоолол зөв эсэхийг харьцуулан мэдэх боломж байхгүй	
		Зээлийн хүү буурахгүй байна. Энэ дээр хэлцэл хийх боломж байдаг эсэхийг тодруулах	
		ЗОШ-ийн зориулалт тодорхойгүй /Бэлэн мөнгө гаргасны шимтгэл гэж ойлгодог/	
		Зээлийн барьцаанд ямар хөрөнгүүдийг зөвшөөрдөг талаар мэдэх	
	Зээлд тавигдах шаардлага	Банкны шалгуурыг мэдээлэх	
		Орлого баталгаажуулах боломжийг мэдээлэх	Зарлагаа хянах мессежийг хувийн бизнестэй хүмүүст өгөх нь зүйтэй. Мөн хар дэвтрийг банкны ажилтан баримт болгон ашигладаг тул тэрэн дээрээ зардал, орлогоо бичихийг сануулах
		Бүрдүүлэх материалууд яг юу болохыг тодруулах	
		Зээл авах шат дамжлагыг ялангуяа шинэ зээл дээр мэдэх	Зээлийн үйл ажиллагааг дэлгэрэнгүй. Мөн санхүүгийн үйлчилгээний дэс дараалал, журмыг ойлгуулах
	Зээлтэй холбоотой хэлцэл хийж болдог эсэх	Зээлийн эргэн төлөх хугацааг өөрчилж болдог эсэхийг мэдэх	Санхүүгийн байгууллагуудтай яг юу юун дээрээ тохиролцож болдог вэ? Ер нь болдог уу?
		Зээлийн түүхийг харгалзан үздэг эсэх	
	Зээлтэй холбоотой тооцоолол хийх	Зээлийн дүнг тооцох аргыг мэддэггүй	Санхүүгийн үндсэн тооцооллуудыг яаж хийдэг талаар ерөнхий мэдээлэл өгөх, Хүүгийн талаар мэдээлэл өгөх
		Алданги тооцох аргыг мэддэггүй	Нийлмэл хүү болон инфляцийн талаар мэдээлэл өгөх
		Зээлийн хүү, валютын ханшийг хослуулан тооцох аргачлалыг мэдэх хүсэлтэй	
		Барьцаа хөрөнгийг хэрхэн үнэлдэг аргыг мэдэх	

ХУРИМТЛАЛ	Хуримтлалын талаар	Хуримтлалын талаар мэдээлэл өгөх	Хөрөнгө оруулалт яаж хийдэг талаар ерөнхий мэдээлэл өгөх
			Хадгаламж хэрхэн хийх талаар ерөнхий мэдээлэл өгөх
			Хуримтлалын талаар сурталчлах, Мөн хүүхдэдээ хадгаламж хийх талаар сурталчлах
			Нийлмэл хүү болон инфляцийн талаар мэдээлэл өгөх
			Хүүхдэдээ хадгаламж хийх, тэр тусмаа хуримтлал хийх нь ирээдүйтэй бөгөөд боломжтой гэдгийг тодорхой хэлэх. Ингэж хуримтлал хийдэг хүний жишээг харуулах. Савангийн мөнгөгүй хүн гэж байдаггүй л байхгүй юу гэдэг шиг мессеж гаргаж ирэх
ТӨРӨӨС ҮЗҮҮЛДЭГ САНХҮҮГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНҮҮД	Нийгмийн даатгал	Нийгмийн даатгал, ЭМД-ын тухай дэлгэрэнгүй мэдээлэл авах	
		Төрөөс үзүүлдэг халамжуудын тухай	
		НД-ын ач тус	
		Буцалтгүй тусламжийн талаар	
	Төсөл, хөтөлбөрүүд	Төслийн зээлүүдийн талаар мэдээлэл байхгүй	
		Төсөл хөтөлбөрийн зээлүүдэд хамрагдах боломж	
ДААТГАЛ	Даатгал	Даатгалын нөхөн төлбөр хэрхэн авах талаар зааж өгөх	Мөн даатгалын талаар мэдээлэл өгөх
БУСАД САНХҮҮГИЙН БАЙГУУЛЛАГУУД	Бусад санхүүгийн байгууллагууд	ББСБ	Санхүүгийн байгууллагуудын талаар мэдээлэл өгөх. Үүнд: Даатгалын компаниуд, Бичил санхүүгийн байгууллагууд, Брокерийн компаниуд болон бусад Санхүүгийн байгууллагууд
		Даатгалын компаниуд	Агентаар хүрч буй санхүүгийн үйлчилгээнүүдийг таниулах
		ХЗХ	
		Брокерийн компаниуд	
ЭДИЙН ЗАСГИЙН БУСАД ОЙЛГОЛТУУД	Эдийн засгийн бусад ойлголтууд	Валютын ханш яагаад өсдөг талаар мэдээлэл хэрэгтэй	Орлого нэмэгдүүлэх боломжийн талаар мэдээлэл өгөх
		Юань, Долларын ханшийн эрсдлийн талаар мэдмээр байна	
		Инфляцийн талаар мэдлэгтэй болох	
		Санал: Өрхийн орлого, зарлагыг хэрхэн хөтлөх талаар 12 жилийн сургуульд	

Хоёр судалгааны явцад иргэдийн мэдэхийг хүсч байсан мэдээллийг бүгдийг нь багцлаад үзэхэд нийтдээ 6 бүлэг сэдэв, 10 дэд сэдвийн хүрээнд 33 асуудлаар мэдээлэл авахыг хүсч байсан.

Харин үүнээс хоёр судалгаанд хоёуланд нь дурдагдаж байсан, иргэдийн мэдэхийг хүсэж байсан, тэдний амьдралд илүү ойр мэдээллүүдийг бүлэглэн үзвэл доорх байдалтай гарна.

4. БАГА ДУНД ОРЛОГОТОЙ ИРГЭДИЙН САНХҮҮГИЙН БОЛОВСРОЛЫН ХЭРЭГЦЭЭ, МЕССЕЖИЙН АГУУЛГА

I. ЗЭЭЛ
   a. Зээлийн ерөнхий нөхцөл
      i. Энэ олон төрлийн хураамж, шимтгэл, оочер дараалын учрыг ойлгохгүй байна.
      ii. Зээлийн хүүг тогтоодог аргыг мэдэх хэрэгтэй байна.
      iii. Зээлийн эргэн төлөлтийн хуваарь зохиох 2 аргын ялгааг мэддэггүй
      iv. Хөвөгч хүүгийн тооцоолол зөв эсэхийг харьцуулан мэдэх боломж байхгүй
      v. Зээлийн хүү буурахгүй байна. Энэ дээр хэлцэл хийх боломж байдаг эсэхийг тодруулах
      vi. ЗОШ-ийн зориулалт тодорхойгүй /Бэлэн мөнгө гаргасны шимтгэл гэж ойлгодог/
      vii. Зээлийн барьцаанд ямар хөрөнгүүдийг зөвшөөрдөг талаар мэдэх
   b. Зээлд тавигдах шаардлага
      i. Банкны шалгуурыг мэдээлэх
      ii. Орлого баталгаажуулах боломжийг мэдээлэх
      iii. Бүрдүүлэх материалууд яг юу болохыг тодруулах
      iv. Зээл авах шат дамжлагыг ялангуяа шинэ зээл дээр мэдэх
   c. Зээлтэй холбоотой хэлцэл хийж болдог эсэх
      i. Зээлийн эргэн төлөх хугацааг өөрчилж болдог эсэхийг мэдэх
      ii. Зээлийн түүхийг харгалзан үздэг эсэх
   d. Зээлтэй холбоотой тооцоолол хийх
      i. Зээлийн дүнг тооцох аргыг мэддэггүй
      ii. Алданги тооцох аргыг мэддэггүй
      iii. Зээлийн хүү, валютын ханшийг хослуулан тооцох аргачлалыг мэдэх хүсэлтэй
      iv. Барьцаа хөрөнгийг хэрхэн үнэлдэг аргыг мэдэх

II. ХУРИМТЛАЛ
      i. Хадгаламж хэрхэн хийх талаар ерөнхий мэдээлэл өгөх
      ii. Хуримтлалын талаар сурталчлах, Мөн хүүхдэдээ хадгаламж хийх талаар сурталчлах
      iii. Нийлмэл хүү болон инфляцийн талаар мэдээлэл өгөх
      iv. Хүүхдэдээ хадгаламж хийх, тэр тусмаа хуримтлал хийх нь ирээдүйтэй бөгөөд боломжтой гэдгийг тодорхой хэлэх. Ингэж хуримтлал хийдэг хүний жишээг харуулах.

III. ТӨРӨӨС ҮЗҮҮЛДЭГ САНХҮҮГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНҮҮД
   a. Нийгмийн даатгал
      i. Нийгмийн даатгал, ЭМД-ын тухай дэлгэрэнгүй мэдээлэл авах
      ii. Төрөөс үзүүлдэг халамжуудын тухай
      iii. НД-ын ач тус
      iv. Буцалтгүй тусламжийн талаар

IV. ДААТГАЛ
      i. Даатгалын нөхөн төлбөр хэрхэн авах талаар зааж өгөх
      ii. Мөн даатгалын талаар мэдээлэл өгөх

V. БУСАД САНХҮҮГИЙН БАЙГУУЛЛАГУУД
      i. ББСБ

ii. ХЗХ
iii. Даатгалын компаниуд
iv. Агентаар хүрч буй санхүүгийн үйлчилгээнүүдийг таниулах

Гэсэн үндсэн агуулга, болон мэдээллийн хэрэгцээ гарч ирж байна.

Хүмүүсийн нийтлэгээр мэдэхийг хүсч байгаа эдгээр мэдээллийн дагуу үйлчилгээ үзүүлдэг байгууллагуудтай хийсэн уулзалтууд болон сургалт, судалгааны материалуудтай танилцсаны үндсэн дээр санхүүгийн боловсролын ойлголтууд буюу иргэдэд өгөх мессежийг доорх байдлаар тодорхойлов.

Өмнө дурдаж байсанчлан иргэдэд хэрэгцээтэй мэдээллийг аль болох түлхүү оруулахыг хичээсэн бөгөөд ингэснээр уг мэдээллүүдийг өөр бусад сувгаар цацах боломж бүрдэх төдийгүй кино зохиолчийн хувьд ч цэгцтэй ойлголт авах, хэрэгтэй мессежээ сонгон авах боломж бүрдэнэ гэж үзэж байна.

5. САНХҮҮГИЙН БОЛОВСРОЛЫН МЕССЕЖҮҮД

Судалгаанаас үзэхэд зорилтот бүлэгт (i) зээл (ii) хуримтлал (iii) төрөөс үзүүлдэг санхүүгийн үйлчилгээнүүд (iv) даатгал болон (v) бусад санхүүгийн байгууллагуудын талаар мэдээлэл хэрэгтэй байгаа нь тодорхой байна. Үүн дотроо чухам яг ямар мэдээлэл авахыг хүсч байгааг судалгаанаас мөн илрүүлсэн бөгөөд уг 31 сэдвээр дэлгэрэнгүй ойлголтуудыг боловсруулав.

Харин мессежүүдийг боловсруулахдаа санхүүгийн байгууллагуудтай нэгбүрчлэн уулзаж тэдний үйлчилгээгээ хүргэдэг аргачлал, тавих шаардлага, бүтээгдэхүүний нөхцлийг иргэдэд ойлгомжтой, өгөөжтэй хэлбэрээр тайлбарлах хэрэгтэй. Мөн мессежүүдийг боловсруулахдаа зөвхөн нэг байгууллагын онцлогыг тайлбарлахгүй харин зах зээл дээр үйлчилж буй байгууллагуудын ерөнхий хандлага, нийлэг төрхийг таниулах шаардлагатай. Нөгөө талаас мэдээллийн хүртээмжтэй болон өгөөжтэй байдлыг бодолцон хүмүүст нийтлэг тулгардаг асуудлуудад хариулт байдлаар мессежүүд буюу ойлголтуудыг боловсруулав.

1. ЗЭЭЛ
   1.1. Зээлийн ерөнхий нөхцөл
      1.1.1. Энэ олон төрлийн хураамж, шимтгэл, оочер дараллын учрыг ойлгохгүй байна.

Зээл авах үед зээлдэгч өргөдлийн хураамж, зээлийн судалгааны шимтгэл (Зээл олголтын шимтгэл гэж нэрлэдэг), зээлийн хүү гэсэн гурван төрлийн хураамж, шимтгэл төлдөг. Зээл авах хүсэлт гаргах үед өргөдлийн хураамж төлдөг бөгөөд зээлийн судалгаа хийсний үндсэн дээр зээл олгохоор бол банк Зээлийн судалгааны шимтгэл (ЗОШ) нэг удаа авдаг бөгөөд, хүүг зээл авснаас хойш сар бүр тооцдог. Дурдсан гурван төрлийн хураамж, шимтгэл нь банк бүр дээр харилцан адилгүй бөгөөд мөн зээлийн хэмжээ, зээлийн төрлөөс хамааран банк дотроо ч харилцан адилгүй байна. Харин зээлдэгч гэрээний үүргээ биелүүлээгүй буюу зээлийг төлөх хуваарьт хугацаанаас хэтрүүлэн төлсөн тохиолдолд нэмэгдүүлсэн хүү тооцдог бөгөөд энэ нь банкны тухай хуульд зааснаар бүх банкинд ижил хувь хэмжээгээр тооцдог.

      1.1.2. Зээлийн хүүг тогтоодог аргыг мэдэх хэрэгтэй байна.

Зээлийн хүүг энгийн эсвэл хувьсах гэсэн хоёр янзаар тогтоож болдог. Ихэнх зээлийн хүүг энгийн байдлаар тогтоодог бөгөөд хувьсах хүүг зарим тохиолдод урт хугацаат зээлд хэрэглэх нь бий. Банкууд зээлийн онцлогоос нь хамааруулан зээлийн бүтээгдэхүүн бүртээ харилцан адилгүй хүү тогтоодог бөгөөд ингэхдээ тухайн зээл бүрт дээд болон доод хүүг ерөнхий байдлаар зааж өгдөг. Харин тухайн зээлдэгчийн хувьд зээлийн хүүг тогтоохдоо энэхүү хязгаарын хүрээнд уг зээлдэгчийн тухайн банктай харьцсан хугацаа, зээлийн түүх зэргээс хамааран дээд хүүгээс бууруулан тооцох замаар тогтоодог. Анх удаа зээл авч байгаа тохиолдолд дээд хүүгээр тооцож олгодог бөгөөд зээлийн түүх үүсээд банк, харилцагч хоёрын хооронд итгэлцэл бий болох хэрээр дараагийн давтан авч буй зээл дээр хүүгийн хэмжээ өөрчлөгддөг. Харин банк өөрийн эх үүсвэрийн хүрэлцээ, эх үүсвэрийн зардал буюу хадгаламжийн хүү, үйл ажиллагааны зардал зэргээс хамааруулан тодорхой давтамжтайгаар зээлийн дээд болон доод хүүнд өөрчлөлт оруулдаг бөгөөд ингэсэн тохиолдолд нэгэнт зээлтэй байгаа хүмүүсийн зээлийн хүүнд өөрчлөлт ордоггүй бөгөөд харин дээд, доод хүүнд өөрчлөлт орсноос хойш зээл батлуулан авч буй хүмүүсийн хүүг тооцохдоо шинэ интервалын хүрээнд хүүг тогтоодог. Ингэснээр суурь хүү буурвал зээлдэгч нар дараагийн зээлээ авахад илүү их хүүгийн хөнгөлөлт эдэлдэг бол өссөн тохиолдод харилцагч нар өмнөх зээлээсээ ч өндөр хүүгээр зээл авах нь байдаг. Гэхдээ энд анхаарч үзэх шаардлагатай нэг зүйл нь банкны зээлийн хүү болон хадгаламжийн хүүний хоорондох зөрүү юм. Өөрөөр хэлбэл хадгаламж эзэмшигчдийн мөнгийг зээлдэгч нарт зуучлан зээлдүүлснээс олж буй цэвэр хүүгийн орлого юм. Сүүлийн жилүүдэд энэ үзүүлэлт тогтмол буурч байгаа бөгөөд банкууд томорч үйл ажиллагааны цар хүрээ тэлэх тусам харилцагч нарт эерэгээр нөлөөлдөг юм.

1.1.3. Зээлийн эргэн төлөлтийн хуваарь зохиох 2 аргын ялгааг мэддэггүй

Банкууд зээлдэгчтэй зээлийн гэрээ байгуулах үедээ зээлийн эргэн төлөлтийн хуваарийг хавсралтаар баталдаг бөгөөд үүндээ зээлийн хугацаанд тухайн зээлдэгч сар бүр зээл болон зээлийн хүүнд хэдэн төгрөг төлөхийг зааж өгдөг. Үүндээ 2 төрлийн арга хэрэглэдэг. Нэгд нь зээл болон хүүгийн төлбөр нь сар бүр тэнцээ байдаг бол нөгөө аргын хувьд сар бүр төлөх үндсэн зээлийн төлбөрийг нь тэнцүү байхаар тооцож үүнтэй холбоотойгоор зээл болон хүүгийн төлбөр нь сараас сард буурч байхаар тогтоодог юм. Бага дүнтэй зээлийн хувьд ЭТХ-ийг аль ч аргаар нь зохиоход нийт зээлтэй байх хугацаанд төлөх хүүгийн төлбөрт зөрүү бараг гардаггүй бөгөөд богино хугацаат зээл дээр ч мөн зөрүү бага гардаг. Харин 10 эсвэл 15 жилээр төлөвлөж байгаа, урт хугацаат зээл дээр эрс ялгаа гарч ирдэг. Үүнийг жишээгээр тайлбарлая. Бат нь банкнаас 5 сая төгрөгийг 1.5 жилийн хугацааатай сарын 2 хувийн хүүтэй зээлж авсан тохиолдолд нэг банк нь сар бүр тэнцүү төлөлттэй байхаар, өөр нэг банк сар бүр буурч байхаар эргэн төлөлтийн хуваарийг зохиоход 1.5 жилийн хугацаанд нийт төлөх хүү нь 50 мянган төгрөгийн зөрүүтэй гарах бөгөөд сар бүр дунджаар 3400 төгрөгийн зөрүү гарч байна. Буурах байдлаар тооцсон нь нөгөөгөөсөө 5 хувиар хүүгийн зардал бага гарч байна. Харин урт хугацаанд үүнийг тооцвол нэлээд зөрүү гарах бөгөөд үүн дээр зээлдэгч нар тун анхааралтай хандах шаардлагатай.

1.1.4. Хөвөгч хүүгийн тооцоолол зөв эсэхийг харьцуулан мэдэх боломж байхгүй

Үүнийг мэдээлдэг газар байхгүй тул энэ талаар мэдээлэл өгөх шаардлагагүй

1.1.5. Зээлийн хүү буурахгүй байна. Энэ дээр хэлцэл хийх боломж байдаг эсэхийг тодруулах

Банкууд ихэвчлэн тухайн зээлдэгчтэй харьцсан нийт хугацаа, зээлийн сайн түүх дээр нь үндэслэн зээлийн хүүг давтан зээл авах үед нь буулгадаг. Гэвч зарим тохиолдолд тухайн банкнаас тогтоосон дээд, доод хүүгийн хязгаар өссөн тохиолдолд зээлийн хүү буурах биш өссөн байх тохиолдол байдаг. Хүүг тохиролцох замаар бууруулах эсэх нь тухайн банкны шийдэх асуудал бөгөөд, ихэвчлэн том дүнтэй зээл дээр иймэрхүү хэлцэл хийгддэг.

1.1.6. ЗОШ-ийн зориулалт тодорхойгүй /Бэлэн мөнгө гаргасны шимтгэл гэж ойлгодог/

Зээлийг олгох үед нэг удаа авдаг шимтгэлийг иргэд төдийгүй банкууд Зээл олголтын шимтгэл гэж ярьдаг. Бүр зарим тохиолдолд бэлэн мөнгө гаргасны шимтгэл ч гэж хүмүүс ярих нь бий. Гэвч энэ нь зээлийн судалгаа хийсний шимтгэл юм. Зээлдэгч зээл авах өргөдлөө, хавсаргах материалуудын хамт бүрдүүлэн ирүүлсний дараа банкууд газар дээрх болон зайны судалгаа хийдэг бөгөөд үүний дараа ч гэсэн зээлийн хороогоор материалыг оруулж танилцуулах, зээл батлагдсан тохиолдолд зээлийн гэрээ байгуулах гэх мэт үе шаттай ажлуудад шууд болон шууд бус зардлууд гардаг. Зээлийн үйл ажиллагааны хамгийн чухал хэсэг болох судалгааны үе шатыг тогтмол чанартай хийж гүйцэтгэхийн тулд/эсвэл гүйцэтгэсний төлөө энэ хураамжийг авдаг бөгөөд үүнийг зээлийн судалгааны шимтгэл гэж нэрлэх нь зүйтэй юм. Хэдийгээр энэ шимтгэлийг зээл авч буй иргэдээс нэг тогтмол хувиар авдаг боловч зарим тохиолдолд тухайн банкнаас олон дахин зээл авч байгаа бөгөөд өмнөх зээлүүдийн ашиглалт сайтай, шинээр авч буй зээлийн дүн өсөөгүй зэрэг үед судалгааны үе шатыг харьцангуй хялбараар хийж гүйцэтгэдэг бөгөөд энэ тохиолдолд энэ шимтгэлийн хэмжээг бууруулах нь бий. Мөн судалгаа бага шаарддаг цалингийн зээл гэх мэт зээлүүдийн хувьд зээл олголтын шимтгэл нь харьцангуй бага байдаг.

1.1.7. Зээлийн барьцаанд ямар хөрөнгүүдийг зөвшөөрдөг талаар мэдэх

Барьцаа хөрөнгийн төрлүүдэд хөдлөх хөрөнгө, үл хөдлөх хөрөнгө, гуравдагч этгээдийн батлан даалт гэсэн нийтлэг төрлүүд хамаарна. Зарим төсөл хөтөлбөрүүд болон батлан даалтын сантай хамтран олгож зээлүүд барьцаагүй ч байх нь бий. Зээлийн хэмжээ бага байх тусам барьцаанд тавигдах шаардлага багасах буюу голдуу хөдлөх хөрөнгийг барьцаанд тавихыг зөвшөөрдөг бол харин зээлийн хэмжээ өсөх тусам үл хөдлөх хөрөнгийг барьцаанд тавих шаардлагатай болдог. Тухайн зээлдэгчийн барьцаа хүрэлцэхгүй байгаа тохиолдолд гуравдагч этгээдийн хөрөнгийг давхар барьцаалж батлан даалт гаргуулж болдог бөгөөд энэ төрлийн барьцаа нь тухайн зээлд тавигдаж буй нийт барьцаа хөрөнгийн үнэлгээний талаас хэтрүүлэхгүй байхаар ихэнх банк журамласан байдаг. Автомашин болон үл хөдлөх хөрөнг барьцаалж буй тохиолдолд

барьцаа хөрөнгийн бүрдүүлбэр хийхэд лавлагаа авах, улсын бүртгэлийн газраар бүртгүүлэх гэх мэт ажиллагаа ордог. Мөн зарим банкууд түүхчилсэн лавлагаа авдаг тул та хэн нэгний барьцаа хөрөнгийг шууд өөрийн нэр дээр бүртгүүлээд тухайн хөрөнгийг барьцаалан зээл авах нь боломжгүй юм.

1.2. Зээлд тавигдах шаардлага

1.2.1. Банкны шалгуурыг мэдээлэх

Банк зээл олгохдоо зээл хүсэгчийн орлого, барьцаа хөрөнгө болон туршлага дээр үндэслэн шийдвэрээ гаргадаг. Тухайлбал зээл хүсэгч цалингийн эсвэл бизнесийн орлоготой аль нь ч бай банкууд ихэвчлэн уг орлогыг олоод 1 жил болсон байх шаардлага тавьдаг. Энэ нь тухайн хүний орлого олж ирсэн туршлагыг харуулж буй үзүүлэлт юм. Харин уг орлогоороо ирээдүйд авах зээлээ төлөөд цаана нь үлдсэн мөнгөөрөө өрх гэрийн зардлаа дараамтгүйгээр төлөөд явах боломжтой байхаар тооцдог. Зарим банкууд зээлдэгч өрхийн орлогын талаараа авсан зээлээ төлөөд явахад тухайн зээлдэгчид дараамтгүй байна гэж тооцдог. Нэгэнт орлого олж байсан туршлага нь хангалттай байгаад авсан зэл нь хэмжээний хувьд өрх гэртээ дараамтгүйгээр сар бүр зээлээ төлөөд явах боломжтой гэж үзвэл барьцаа хөрөнгийн шаардлага тавигдах бөгөөд зээлийн хэмжээ бага бол хөдлөх хөрөнгө, зээлийн хэмжээ өсөх тусам үл хөдлөх хөрөнгө шаарддага. Мөн гуравдагч этгээдээр батлан даалт гаргуулсан ч болдог. Тавьж буй барьцаа хөрөнгүүдийг банк ирээдүйд учирч болох эрсдлүүдийг тооцон үнэлдэг бөгөөд ингэж үнэлсэн үнэлгээ нь банкнаас авах гэж буй зээлийг хангалттай төлж барагдуулах боломжтой байхаар тогтоодог. Мөн барьцаанд тавьж буй хөрөнгийн дийлэнх нь зээл хүсэгчийн өөрийн өмчлөлийн байх шаардлага тавьдаг. Хэдийгээр энэ гурав нь банкны тавьдаг бүх шаардлага хэдийгээр биш ч нийтлэг шаардлагууд юм.

1.2.2. Орлого баталгаажуулах боломжийг мэдээлэх

Зээлдэгчид тавигдах гол гурван шалгуурын нэг нь орлого билээ. Хүмүүс ямар нэгэн хэлбэрээр орлого л олж амьдардаг боловч ялангуяа цалингийн бус орлоготой хүмүүс үүнийгээ баталгаажуулж банкнаас зээл авахад хүндрэлтэй байдаг. Цалингийн орлоготой хүмүүс ч гэсэн НДШ-д бага дүн төлөхийн тулд цалингаа багаар бичиж явсан үед яахаа мэдэхгүй байх нь элбэг байдаг. Орлогоо үнэн зөвөөр нь баталгаажуулж чадахгүйгээс болоод хүмүүс боломжтой хэмжээний зээлээ авч чадахгүй байдалд их ордог. Банк тухайн хүний орлогыг баталгаажуулахдаа НД-ийн дэвтэр, банкны дансны хуулга, бизнесийн гэрээ хэлцэл, бизнестэй холбоотой түрээсийн болон бусад гэрээ гэх мэт аль болох албан ёсны баримтыг шаарддаг ч заримдаа цалингийн цэс, хар дэвтэр гэх мэт тухайн хүний зөвхөн өөртөө зориулан бүртгэж, хөтөлдөг баримт, дэвтрийг хүлээн зөвшөөрдөг. Тухайлбал цалинг нь НДД дээр багаар бичсэн хүний хувьд цалингийн дансны хуулгыг үзэх, цалингийн цэсийг үзэх гэх зэргээр бусад төрлийн баримтуудыг хүлээн зөвшөөрдөг бол бизнес эрхлэгчийн хувьд хамгийн гол барих зүйл нь хар дэвтэр болдог. Өдөр тутам биедээ, эсвэл бизнесийн байрандаа ашиглаж, бараа зарах, авах бүрт мөнгө орох гарах бүрт бүртгэл хөтөлж байдаг дэвтэр амьдралд хамгийн ойр орлого баталгаажуулах баримт болдог бөгөөд яг байгаа янзаараа л банкинд хүлээн

зөвшөөрөгддөг. Зарим тохиолдолд хүмүүс өөрийн хөтөлдөг дэвтрээс санаа зовоод өөр шинэ дэвтэр дээр хуулж бичээд банкинд үзүүлэх гэх зэрэг алдаа гаргах нь байдаг. Харамсалтай нь хуулж бичсэн тохиолдолд банк үүнийг хүлээн зөвшөөрдөггүй.

1.2.3. Бүрдүүлэх материалууд яг юу болохыг тодруулах

Зээлийн бүтээгдэхүүн бүрт, мөн банк тус бүрт энэ мэдээлэл харьцангуй өөр өөр тул банкууд энэ мэдээллийг вэб хуудаснаасаа өгөх хүсэлтэй байв.

1.2.4. Зээл авах шат дамжлагыг ялангуяа шинэ зээл дээр мэдэх

Зээл авахад танил тал хэрэгтэй байдаг, танилаараа дамжуулан хөөцөлдсөн зээл түргэн бүтдэг гэж хүмүүс ярих нь их бий. Гэвч үнэн хэрэгтээ банкууд хүмүүсээс ирсэн зээлийн өргөдлийг бүртгэж авангуутаа ирсэн дараалаар нь судалж эхэлдэг бөгөөд тогтоосон журмын дагуу судалгааг хийж гүйцэтгэдэг. Судалж шийдэхдээ ч нэг хүн шийддэггүй. Дор хаяж 3 хүн оролцож байж шийдвэр гардаг. Харахад нүсэр шат дамжлага мэт харагдавч шийдвэр гарахад дунджаар 3 хоног зарцуулдаг болсон нь сайшаалтай. Журмаараа бол ихэнх банкууд ажлын 5 хоногт багтаан хариу өгөхөөр тогтоосон байдаг. Иргэд материалаа бүрэн дүүрэн өгөөгүйгээс шалтгаалж энэ хугацаа уртсах нь нийтлэг байгаа.

Амьдрал дээр хүмүүс өөрт ойр орших, эсвэл өөрийн үйлчлүүлдлэг банкууд руугаа очиж зээлийн танилцуулгыг авч судлаад сонгосон банкиндаа танил тал байгаа эсэхийг мөн судалдаг. Тэгээд танилаараа дамжуулан зээлийн ажилтантай уулзахыг хичээдэг. Банкуудын зүгээс юуны өмнө вэб хуудас, эсвэл тараах материал дээр байгаа зээлийн үйлчилгээний нөхцөл, тавигдах шаардлага зэрэгтэй танилцаад өөрийн сонгосон банкны зээлийн ажилтантай шууд уулзахыг санал болгодог. Банкны тогтоосон журмаас хамааран танил тал нь үнэхээр зээл шийдвэрлэхэд нөлөөлдөггүй тул хүмүүс сонгосон банкныхаа зээлийн ажилтантай шууд уулзаад нөхцөл байдлаа танилцуулах нь цаг зав хэмнэх төдийгүй илүү бодит мэдээллийг шууд авах боломжтой болдог. Тэгэхээр хамгийн эхний алхам нь шууд сонгосон банкныхаа зээлийн ажилтантай уулзаж ярилцлага хийх юм. Ярилцлагын үеэр зээлийн ажилтан анхан шатны шаардлагатай мэдээллүүдийг ярилцлагын үеэр аваад та зээл авах боломжтой эсэх талаар урдчилсан дүгнэлт гаргадаг. Хүмүүс энэ ярилцлагаас эмээгээд шууд уулздаггүй. Тэгвэл нэгд энэ нь урдчилсан дүгнэлт бөгөөд хоёрт та зээлийн шаардлагыг хангахгүй байсан заалтуудыг биелүүлээд дахиад тухайн банкиндаа эсвэл өөр банкинд ч хандан уулзах боломжтой тул цаг алдалгүй энэ ажлыг шууд өөрөө хийх шаардлагатай.

Энэ уулзалтын үеэр зээл олгох боломжтой гэж үзвэл зээлийн өргөдлийн маягтыг бусад бүрдүүлэх бариментын жагсаалтын хамт зээлийн ажилтан өгдөг бөгөөд үүнийг үнэн зөв, аль болох хурдан бүрдүүлж өгөх нь таны цаг хугацааг хэмнэх болно. Нэгэнт бүрдүүлсэн бариментуудаа зээлийн ажилтан хүлээлгэн өгөх үеэр нэгбүрчлэн тайлбарлаж өгөх хэрэгтэй бөгөөд нэмж тодруулах шаардлагатай зүйлс, дутуу материал байгаа эсэхийг асуугаарай. Бүрдүүлэх бичиг бариментууд, тоон мэдээллүүд нь

та санхүүгийн нөхцөл байдлаа өөрөө дүгнэх боломж олгодог тул үүнийг аль болох өөрөө хийж гүйцэтгэхийг хичээгээрэй.

Зээлийн ажилтан таны өгсөн материалуудыг хүлээн авснаар газар дээрх болон зайны судалгааг эхлүүлдэг. Газар дээрх судалгааны үеэр таны орлого болон барьцаа хөрөнгөтэй холбоотой мэдээллийг шалгана. Харин зайны судалгааны үеэр цуглуулсан мэдээллүүд дээр үндэслэн таны орлого, зарлагын тооцоо, барьцаа хөрөнгийн үнэлгээ зэргийг хийснээр олгох боломжтой зээлийн дүнг банкинд мөрдөгддөг журмын дагуу тогтоодог. Мөн энэ үеэр зээл хүсэгчтэй холбоотой лавлагаануудыг авч зээлийн материалд хавсаргадаг. Тухайлбал зээлийн мэдээллийн сангаас тухайн зээл хүсэгчийн өмнө авч байсан зээлүүдийн түүхчилсэн лавлагааг авч хавсаргадаг бөгөөд энэ нь зээлийн шийдвэр гаргахад чухал нөлөөтэй байдаг.

Таны бүрдүүлсэн баримтуудын дагуу судалгааг хийсний үндсэн дээр зээлийн ажилтан саналаа бэлдэх бөгөөд зээл олгох, эс олгох ямар ч санал гарсан заавал зээлийн хорооны хуралд танилцуулж шийдвэрлүүлдэг. Хэрэв зээл олгох шийдвэр гарсан бол зээл олгох үйл ажиллагааны сүүлийн шат болох гэрээ байгуулах, шаардлагатай тохиолдолд гэрээ болон барьцаа хөрөнгийг УБЕГ-т бүртгүүлэх ажлыг хийж гүйцэтгэнэ. Зээлийн хорооны хурлаар зээл олгох боломжгүй гэж шийдвэрлэсэн тохиолдолд зээлийн ажилтан танд мэдэгдэж, шалтгааныг тайлбарлах болно. Энэ тохиолдолд өргөдлийн үнийг буцаан олгохгүй бөгөөд харин зээл олгогдоогүй тул зээл олголтын шимтгэлийг танаас авахгүй байх болно.

Хэдийгээр зээлийн судалгааны үе шат харахад олон шат дамжлагатай мэт харагдаж байгаа ч та бичиг баримтаа бүрэн бүрдүүлж өгсөн тохиолдолд дунджаар 3 өдөрт багтаан таны хүсэлт шийдвэрлэгддэг. Давтан зээл авч буй хүний зээлийг ч мөн дээрх үе шатаар шийддэг бөгөөд харин та хэд хэдэн удаа зээл авч амжилттай төлсөн мөн шинээр авах гэж буй зээлийн хэмжээ нэмэгдээгүй тохиодолд судалгааны зарим үе шатыг банк давтан хийх шаардлагагүй байдаг.

1.3. Зээлтэй холбоотой хэлцэл хийж болдог эсэх

1.3.1. Зээлийн эргэн төлөх хугацааг өөрчилж болдог эсэхийг мэдэх

Анх зээл олгох үедээ банк таны орлого, зарлага болон учирч болзошгүй эрсдлүүдийг сайтар судалсны үндсэн дээр аль аль талдаа хүндрэл учруулахгүй байх хэмжээнд тооцож зээлийн шийдвэр гаргадаг. Гэтэл зээлтэй байх хугацаандаа та санхүүгийн ямар нэгэн хүндрэлд орж зээлийн хуваарьт төлбөрөө төлөх хугацаагаа хойшлуулах хүсэлт гаргавал банк юуны өмнө өөрсдөө судалгаагаа дутуу хийв үү, эсвэл үнэхээр гэнэтийн эрсдэл учрав уу гэдгийг ялгаж таних шаардлагатай болдог. Нөгөө талаас нэгэнт урьдчилан хараагүй эрсдэл бий болсон тул таны зээлийн хуваарийг өөрчиллөө ч цаашид зээл хэвийн төлөгдөнө гэх баталгаа байдаггүй. Учир нь санхүүгийн хүндрэлд орсон хүн тийм ч хялбархан хүндрэлээс гарч чаддаггүй тул дараа дараагийн хуваарьт төлбөрүүдийг шууд төлөөд эхэлж чаддаггүй. Иймд банк зээлийн судалгааны аргачлалд алдаа байж уу, мөн түүнчлэн тухайн зээлдэгчийн зээл төлөх хуваарийг өөрчиллөө гэхэд

цаашид дахиад хэвийн төлж чадах уу гэдэг талаар бүр нарийвчилсан судалгаа хийх болдог. Өөрөөр хэлбэл банкинд урдчилан хараагүй нөхцөл байдал, үүний дагавар зардал гэнэт бий болж байгаа тул банкинд энэ нь нэлээд бэрхшээл болдог. Иймээс банк ийм нөхцөл байдал үүсэхээс аль болох сэргийлж ажилладаг. Таны хувьд ч зээлийн мэдээллийн санд энэ талаарх таны мэдээлэл бүртгэгддэг тул цаашдаа санхүүгийн байгууллагуудтай харьцахад ч хүндрэл болж болзошгүй. Тиймээс ийм нөхцөл байдалд орохоос аль болох сэргийлэх хэрэгтэй. Үнэхээр байгаль цаг агаарын давагдашгүй хүчин зүйл зэргээс шалтгаалан таны орлого хаагдсан тохиолдолд банк таны хүсэлтийн дагуу дахин судалгаа хийж болдог бөгөөд харин зээл төлөх хуваарьт өөрчлөлт оруулсан тохиолдолд таны зээлийн нөхцлийг өөрчилж байсан талаар зээлийн мэдээллийн санд оруулдаг бөгөөд мөн судалгааны шимтгэл дахин авч гэрээнд өөрчлөлт оруулдаг байна. Иймд та аль болох ийм нөхцөл байдалд орохгүй байхыг хичээх хэрэгтэй. Гэнэтийн эрсдлээс хамгаалахын тулд даатгалын компаниуд төрөл бүрийн санхүүгийн бүтээгдэхүүн санал болгодог бөгөөд энэ нь таны сонгосон байх ёстой зам юм.

1.3.2. Зээлийн түүхийг харгалзан үздэг эсэх

Зээлийн түүх гэдэг нь тухайн хүнд зээл олгохын өмнө харгалзан үздэг гол нөлөө бүхий мэдээллүүдийн нэг юм. Банк болон ББСБ-ууд харилцагчдадаа олгосон зээл, түүний төлөлтийн байдал, хугацаа хэтрүүлж байсан эсэх мөн түүнчлэн зээлийн нөхцлөө өөрчилсөн эсвэл төлж барагдуулаагүй байгаа муу зээлтэй эсэх гээд л бүхий л мэдээллүүдийг Зээлийн мэдээллийн санд нэгтгэн төвлөрүүлдэг. Буцаад хэн нэгэн хүнд зээл олгох шийдвэр гаргахдаа энэ нэгдсэн мэдээллийн сангаас таны авч байсан зээлүүдийн талаар түүхчилсэн лавлагаа авч түүн дээр үндэслэн шийдвэр гаргадаг.

Хэрэв зээлийн мэдээллийн сангаас авсан мэдээллээр та зээлийг хугацаанд нь төлж явсан байвал энэ зээлийн шийдвэр гаргах үед эерэгээр нөлөөлөх нь дамжиггүй бөгөөд хэрэв тухайн банктайгаа удаан хугацаагаар хэвийн харилцсан бол энэ бүр зээлийн хүүг бууруулах ч нөхцөл болдог.

Харин уг мэдээллээр хугацаа хэтрүүлж байсан бол юуны өмнө хүүгийн хөнгөлөлт эдлэх боломж багасдаг бөгөөд муу зээлтэй байгаа нь нотлогдвол дахин зээл олгогдохгүй байж ч болзошгүй. Товчхондоо зээлийн түүх нь орлого болон барьцаа хөрөнгийн нэг адил зээл олгох эсэх шийдвэрт нөлөөлөх гол үзүүлэлтүүдийн нэг юм.

1.4. Зээлтэй холбоотой тооцоолол хийх

1.4.1. Зээлийн дүнг тооцох аргыг мэддэггүй

1.4.2. Алданги тооцох аргыг мэддэггүй

Юуны өмнө Банк, эрх бүхийн хуулийн этгээдийн мөнгөн хадгаламж, төлбөр тооцоо, зээлийн үйл ажиллагааны тухай хуулинд үүнийг нэмэгдүүлсэн хүү гэж нэрлээд үндсэн хүүний хорин хувиас хэтрүүлэхгүй тогтоож байхаар хуульчилж өгсөн. Өөрөөр хэлбэл

*та сарын 2 хувийн хүүтэй зээл авсан бол нэмэгдүүлсэн хүү дээд тал нь сарын 0,4% байж болно гэсэн үг. Тэгэхээр бидний алданги гэж нэрлээд сурсан энэ нэмэгдүүлсэн хүүг чухам яаж боддог вэ? Үндсэн хүүг бодохдоо нийт зээлийн үлдэгдэл дүнгээс тооцдог бол нэмэгдүүлсэн хүүг тооцохдоо төлөгдөх хугацаа нь болсон ч төлөөгүй байгаа зээлийн дүнгээс тооцдог. Жишээлбэл 5 сая төгрөг авсан хүн энэ сард хүүнээс гадна 300,000 төгрөг төлөх ёстой байсан ч түүнийхээ 100,000 төгрөгийг төлөөд үлдсэнг нь төлөөгүй бол нэмэгдүүлсэн хүүг тооцохдоо 200,000 төгрөгөөс тооцно. Хэрэв төлөх ёстой хугацаанаасаа 6 хоног өнгөрсөн бөгөөд нэмэгдүүлсэн хүү нь 0,4% гэж үзвэл тухайн хүний энэ 6 хоногт төлөх ёстой нэмэгдүүлсэн хүү нь НХ=(200,000*0.4%/30)*6 буюу 160 төгрөг төлөх ёстой.*

1.4.3. Зээлийн хүү, валютын ханшийг хослуулан тооцох аргачлалыг мэдэх хүсэлтэй

Хүмүүс зээлийн хүү тооцох аргыг мэддэг бөгөөд цалин орлоготойгоо уялдуулан төлөвлөж, тооцож чаддаг бол валютын ханшийн хэлбэлзлийг урдчилан тааж орлого, зардалтайгаа уялдуулах боломжгүй байдаг. Өөрөөр хэлбэл валютын ханш нь цэвэр эрсдэл болон нөлөөлдөг. Ялангуяа цалингаа төгрөгөөр авдаг мөн бараа бүтээгдэхүүнээ дотооддоо зардаг хүмүүсийн хувьд долларoор зээл авах нь эрсдэлтэй байдаг. Тухайлбал 2011 оны 7 сард 1245 төгрөг байсан доллар яг хоёр жилийн дараа 1473 төгрөг буюу 18 хувь өссөн байгаа нь таны долларoор авсан зээлийн үлдэгдлийг ч мөн ийм хувиар өсгөсөн гэсэн үг. Ийм тохиолдолд зээлдэгчид их бухимддаг бөгөөд хамгийн хүндрэлтэй нь цаашид долларын ханш буурах эсэхийг мэдэх боломжгүй байдаг. Зарим зээлдэгчид тухайн үеийн ханшаар тооцон долларын зээлээ төгрөгийн зээл болгон хувиргадаг бол зарим хүмүүс долларын ханш эргэж буухыг хүлээн сар бүрийнхээ төлбөрийг хийж явдаг.

Банк долларoор авсан зээлээ долларoор төлөхийг төгрөгөөр авсан зээлээ төгрөгөөр төлөхийг шаарддаг тул нэгэнт гар дээрээ долларгүй хүмүүс тухайн үед ханш хэд байна тухайн ханшаар нь л доллар авч төлөхөөс өөр аргагүй байдаг. Иймд иргэд ийм эрсдэлд орохгүй байх ганц арга нь хэрэв та төгрөгөөр цалингаа авдаг, худалдаагаа хийдэг бол төгрөгийн зээл л авах зам байна.

Харин та долларoор зээлээ авсан тохиолдолд тухайн сард хэдэн төгрөг төлөхөө мэдэхийг хүсч байвал дараах байдлаар тооцоолно. Юуны өмнө тухайн сард хэдэн долларыг үндсэн зээлд, хэдэн долларыг хүүнд төлөхөө тооцох шаардлагатай. Үүний дараа нийт төлөх долларын дүнгээ тухайн өдрийн доллар зарах ханшаар үржүүлж хэдэн төгрөг төлөх ёстойгоо тооцно.

1.4.4. Барьцаа хөрөнгийг хэрхэн үнэлдэг аргыг мэдэх

Зээл хүсэгч зээлийн барьцаанд зөвхөн одоо ашиглаж байгаа хөрөнгүүдээ л тавьдаг. Одоо амьдарч буй орон сууц, хашаа байшин, эсвэл одоо ашиглаж байгаа машин, телевиз, мотоцикл, хөргөгч, компьютер гэх мэт зүйлээ барьцаанд тавьдаг. Нэгэнт л хүн ашиглаж байгаа тул хөрөнгүүд нь ашиглалтын явцад элэгдэж, үнэ цэнээ алдаж

байдаг. Энэ нь ялангуяа хөдлөх хөрөнгүүд дээр бүр тодорхой харагддаг. Та өнөөдөр унаж байгаа мотоциклоо жилийн дараа худалдан авсан үнээрээ зарж чадахгүй гэдэг нь бараг л тодорхой. Үл хөдлөх хөрөнгийн хувьд зарим нэгэн хүчин зүйлээс хамаарч үнэ нь өсч байдаг ч мөн эргээд үнэ нь унадагийг мартаж болохгүй. Тэгэхээр нэгд таны одоо ашиглаж байгаа хөрөнгө элэгдсээр л байдаг, хоёрт үүнийгээ дагаад үнээ алдаж байдаг. Тэгвэл банк таны хөрөнгийг барьцаалахдаа эдгээр эрсдлүүдийг тооцсоны үндсэн дээр үнэлгээ тогтоож барьцаалдаг. Тухайн банк өөр дотроо барьцаа хөрөнгийг үнэлэх жишиг үнэлгээг тогтоож, мөрддөг бөгөөд үүнийгээ эрсдэлд суурилсан үнэлгээ гэж нэрлэдэг. Ирээдүйд бий болох эрсдлүүдийг оруулан тооцож байгаа тул энэ үнэлгээ нь таны уг хөрөнгийг худалдан авсан үнээс бага байдаг бөгөөд үүгээр ч зогсохгүй уг үнийн тодорхой хувиар зээл олгодог. Иймдээ ч уг барьцаанд тавьж буй хөрөнгийг худалдан авсан үнэ, үүнийг барьцаалан олгож буй зээлийн дүн хоёрын хооронд нэлээд зөрүү гарч ирдэг. Гэвч таны барьцаанд тавьж буй хөрөнгийг тухайн банкны жишиг үнээр үнэлдэг болохоос хувь хүн бүрийнхийг тусад нь үнэлдэггүй.

2. ХУРИМТЛАЛ

2.1.1. (Хадгаламж хэрхэн хийх талаар ерөнхий мэдээлэл өгөх; Хуримтлалын талаар сурталчлах, Мөн хүүхдэдээ хадгаламж хийх талаар сурталчлах; Нийлмэл хүү болон инфляцийн талаар мэдээлэл өгөх; Хүүхдэдээ хадгаламж хийх, тэр тусмаа хуримтлал хийх нь ирээдүйтэй бөгөөд боломжтой гэдгийг тодорхой хэлэх. Ингэж хуримтлал хийдэг хүний жишээг харуулах.)

Банк иргэдэд хугацаатай болон хугацаагүй хадгаламж санал болгохоос гадна урт хугацаат хуримтлалыг санал болгодог. Үүнээс гадна харилцах дансны үйлчилгээг мөн санал болгодог. Гэвч хэрэглээг нь хараха хүмүүс мөнгө хуримтлуулах гэхээсээ илүү тодорхой зорилтонд хүрэхийн тулд, эсвэл тодорхой зүйлд ашиглахын тулд банкинд мөнгө байршуулж, хуримтлал үүсгэж байгаа нь ажиглагдаж байна. Жишээлбэл мобайл банкны үйлчилгээ өргөнөөр ашиглагдаж эхэлснээс хойш иргэд банкны харилцах дансаа идэвхитэй ашиглах болжээ. Энэ нь хүссэн үедээ ойр дотны хүндээ мөнгө шилжүүлэх гэсэн хэрэгцээнээс үүдэн гар утсандаа холбосон банкны дансаа идэвхитэй ашиглах болсон байна. Мөнгө хүлээн авагчдын хувьд ч мөн адил хүссэн үедээ хүндрэл багатайгаар мөнгө хүлээн авахын тулд банкны харилцах данс болон картын дансыг ихээр ашиглаж байна. Нөгөө талаас хүүхдийнхээ сайн сайхны тулд урт хугацаат хуримтлалыг өөрт дарамт багатайгаар хийх нь хэвийн үзэгдэл болжээ. Ялангуяа төрөөс хүүхдүүдэд сар бүр тарааж буй 20000 төгрөгөө өөрсдөө гар дээр авалгүйгээр шууд хүүхдийнхээ дансанд хийх нь жирийн үзэгдэл болжээ. Жишээлбэл 2012 оны 10 сараас банкаар дамжуулан Энэ мөнгийг өөрсдөө авч хэрэглэлгүйгээр сар бүр хүүхдийнхээ дансанд хийж байсан хүний хүүхэд өнөөдөр хэдэн төгрөгтэй болсон бэ? Ихэнх банк хүүхдийн хадгаламжид сарын 1,25 хувийн хүү төлж байгаа бөгөөд үүгээр тооцвол ердөө нэг жилийн хугацаа өнгөрч байгаа ч таны хүүхдийн дансанд 258000 мянган төгрөг хуримтлагдсан байх бөгөөд үүний 18000 төгрөг нь цэвэр хүү байх бөгөөд барагцаалбал дахин нэг сарын мөнгө нэмж хийсэнтэй тэнцэхээр байна. Гэхдээ энд хамгийн гол нь таны хүүхэд 258 мянган төгрөгийн хуримтлалтай болсон байгааг дурдах нь зүйтэй. Хэрэв та 2 хүүхдэдээ ийм байдлаар хуримтлалыг үүсгээд явж байгаа

бол нийтдээ 516 мянган төгрөг гэсэн үг. Тэгвэл цаашид яг энэ жишгээр хуримтлуулаад явахад 5 жилийн дараа таны хүүхэд дансандаа 1771 мянга, 10 жилийн дараа 5 сая 504 мянган төгрөгтэй болохоор байна. Тэгэхээр таны хүүхэд ирээдүйн сургалтын төлбөртөө санаа зовохгүй байх эсэх нь сар бүр таны хийх 20000 төгрөгөөс хамаарч байна. Мөн нөгөө талаас хүүхэд байхаасаа хуримтлалтай болж чадвал том болоод зөвхөн үүнийгээ ашиглаад зогсохгүй бусад санхүүгийн үйлчилгээнд ч хамрагдах боломж нээлттэй болдог бөгөөд хамрагдаж чаддаг болохыг судалгаа ч харуулж байна. За энэ мөнгийг сар бүр хийхэд нэгд мартана, хоёрт цаг завгүй эсвэл үүнээсээ эсэн зардал гардаг гэж ярих хүмүүс цөөнгүй. Гэвч банк хүмүүсийн хэрэгцээ, тулгамдаж буй бэрхшээлийг харан бас нэгэн үйлчилгээгээ санал болгожээ. Энэ нь тогтмол шилжүүлгийн үйлчилгээ. Өөрөөр хэлбэл та ямар нэгэн төлбөр хураамж төлөлгүйгээр тогтмол шилжүүлгийн гэрээ байгуулаад өөрийн харилцах данснаасаа сар бүр хүүхдийнхээ хадгаламжийн данс руу мөнгө шилжүүлэх гүйлгээг банкаар хийлгүүлж болдог юм байна. Зарим банкууд ийм гүйлгээг сар бүр хийж өгснийхөө төлөө сард 100 төгрөгийн шимтгэл авдаг бол зарим банкууд бүр шимтгэл авахгүй хийх нь ч бий. Гэхдээ хэрэв уг гүйлгээг банк хооронд хийх бол харин банк хооронд гүйлгээ хийсний 300 төгрөг нэмж суутгагддаг болохыг анхаарна уу. Ямар ч байсан энэ үйлчилгээг авч ашигласнаар та мартах, банкин дээр оочерлон зогсох, автобус унаанд мөнгө үрэх шаардлагагүйгээр банк таны өмнөөс гэрээнд заасан хугацааг дуустал тогтмол шилжүүлж болдог юм байна. Зөвхөн хүүхдийнхээ төлөө гэлтгүй өөрийн богино хугацаат хадгаламж руу ч ийм байдлаар тогтмол шилжүүлэг хийлгээд хугацаа дуусахаар зорьсон хэмжээний мөнгөтэй болох боломж хэн бүхэнд нээлттэй байна.

3. ТӨРӨӨС ҮЗҮҮЛДЭГ САНХҮҮГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНҮҮД

3.1. Нийгмийн даатгал

3.1.1. Нийгмийн даатгал, ЭМД-ын тухай дэлгэрэнгүй мэдээлэл авах

3.1.2. Төрөөс үзүүлдэг халамжуудын тухай

3.1.3. НД-ын ач тус

3.1.4. Буцалтгүй тусламжийн талаар

Эрүүл мэндийн болон бусад шалтгаанаар хөдөлмөрийн чадвараа түр алдах, байгалийн жамаар насан өндөр болж хөдөлмөрлах чадваргүй болох зэрэг нь хүн бүрт л тохиолддог асуудал бөгөөд ийм ч утгаараа нийгмийн асуудал болон хувирдаг бөгөөд үүнийг шийдвэрлэх гол арга нь нийгмийн даатгал юм. 7 хоног хэвтэж эмчлүүлэх үедээ, жирэмсэн үедээ эсвэл хөхүүл хүүхдээ бойжулж байх үедээ, насан өндөр болоод хөдөлмөрлөх чадваргүй болсон үедээ ямар ч орлогогүй хэвтэхийг хүсэх нэг ч хүн байхгүй. Тэгвэл үүнийг шийдэж өгдөг арга нь нийгмийн даатгал юм. Нийгмийн даатгал нь зөвхөн таныг хамгаалаад зогсохгүй таны гэр бүлийг таны тэжээж буй үр хүүхдийг ч хамгаалдаг болохыг хүмүүс тэр бүр мэддэггүй. Ер нь хүмүүс нийгмийн даатгалд төлж буй мөнгөө хуний төлөө төлж байна гэж бодохоос өөрийн ирээдүйд төлж буй мөнгө гэдэг талаас нь төдийлөн ухаардаггүй. Жишээлбэл тэтгэврийн нэрийн данс нээн хөтлөх болсон нь нэг ёсондоо банкинд данс нээн түүндээ мөнгө хуримтлуулж буйтай адил бөгөөд та энэ дансандаа хуримтлуулсан хэмжээгээр тэтгэврээ тогтоолгож энэ данснаасаа тэтгэврээ авах болно.

Та ямар гэнэтийн тохиолдлоор уг тэтгэврээ авч чадахгүйд хүрэх вий гэж бас боддог уу. Ийм нөхцөл байдал үүссэн ч хөдөлмөрийн чадваргүй таны асран халамжинд байгаа хүмүүст таны төлсөн нийгмийн даатгалын шимтгэл тэтгэмж хэлбэрээр хөдөлмөрийн насанд хүртэл нь олгогддог. Тэгэхээр энэ нь нийгэмд төлж буй мөнгө гэхээсээ илүүтэй өөрийн ирээдүйд төлж буй мөнгө юм. Ялангуяа манайхан шиг ирээдүйдээ хуримтлал хийж заншаагүй ард түмэнд ирээдүйг нь баталгаатай болгож буй гол хэлбэр юм. Зарим хүмүүс 450000 төгрөгийн тэтгэвэр авч байхад зарим хүмүүс 200000 төгрөгийн тэтгэвэр авч байна. Зарим хүмүүс бүр тэтгэвэр тогтоолгож ч чадахгүй явж байна. Энэ бүхэн юунаас үүдэлтэй вэ? Хэрхэн тооцдог вэ? Хэн хамрагдах боломжтой вэ? Ямар тохиолдолд уг сангаас мөнгө авах эрхтэй болдог вэ? Гэх мэт олон олон асуултууд урган гарч байна.

Хэн үүнд хамрагдах боломжтой вэ?

Та нийгмийн даатгалд даатгуулахдаа заавал даатгуулах, эсвэл сайн дураар даатгуулах гэсэн хоёр хэлбэрийн аль нэгээр нь даатгуулна.

Иргэн бүр нийгмийн даатгалд хамрагдах боломжтой, үүрэгтэй. Тийм ч учраас төр энэхүү үйлчилгээг ард түмэнд үзүүлж байдаг. Цалинтай хүмүүс л Нийгмийн даатгалын шимтгэл төлж явдаг гэсэн ойлголт үеээ өнгөрөөгөөд байгаа бөгөөд хувиараа бизнес эрхлэгч, малчин, өрхийн аж ахуйтан ер хэн боловч сайн дурын үндсэн дээр энэ даатгалд хамрагдан өөрийн болон өрх гэрийн ирээдүйг баталгаатай болгож байдаг. Нэг шударга зарчим үйлчилж байгаа нь хэн хэдэн төгрөг ирээдүйдээ хуримтлуулна тэр хэмжээгээрээ тэтгэвэр, тэтгэмжинд хамрагдаад явах боломжтой болно.

Нийгмийн даатгал нь ямар ямар төрлөөр байдаг вэ?

Нийгмийн даатгалын төрөл тус бүр нь бие даасан сантай байна. Тухайлбал:

- *Тэтгэврийн даатгалын сан*
- *Тэтгэмжийн даатгалын сан*
- *Эрүүл мэндийн даатгалын сан*
- *Үйлдвэрлэлийн осол, мэргэжлээс шалтгаалсан өвчний даатгалын сан*
- *Ажилгүйдлийн даатгалын сан*

Харахад нэг л олон төрлийн сан харагдаж байгаа боловч та даатгалд хамрагдахдаа зөвхөн нэг л дансанд мөнгө тушаах бөгөөд харин нийгмийн даатгалын байгууллага таны тушаасан мөнгийг сан тус бүрт хуваарилан хийснээр та эдгээр даатгалуудад бүгдэд нь хамрагдлаа гэсэн үг. Тэгэхээр энэ таван төрлийн даатгалыг сайн нүдэлж авах хэрэгтэй бөгөөд та даатгалын төрөл бүр дээр ямар ямар эрсдлээс хамгаалагдсанаа, ямар тохиолдолд даатгалын сангаас тэтгэвэр, тэтгэмж авч болох зэргээ нарийвчлан сайн ойлгох шаардлагатай. Харин сайн дураар даатгуулсан тохиолдолд та тэтгэврийн, тэтгэмжийн болон үйлдвэрийн осол, мэргэжлээс шалтгаалсан өвчний даатгалд хамрагдаж байдаг.

Нийгмийн даатгал нь ажил олгогч болон даатгуулагчаас тодорхой хэмжээний шимтгэл төлүүлэх замаар нийгмийн даатгалын санг бүрдүүлж, улмаар даатгалын хуулиар тогтоосон нөхцөл болзлыг хангасан даатгуулагч иргэдэд зохих тэтгэвэр, тэтгэмж олгоход чиглэгдэж байгааа цогц үйл ажиллагаа юм.

Нэг зүйлийг сануулахад нийгмийн даатгалд таны төлсөн мөнгөн дүнтэй тэнцүү хэмжээний төлбөрийг ажил олгогч таны төлөө нэмж төлдгийг мэдэхэд илүүдэхгүй. Өөрөөр хэлбэл та хэрэв цалингаа багаар бичүүлж нийгмийн даатгалаа төлдөг бол ирээдүйд олох орлогоо нэг дахин биш хоёр дахин бууруулж байна гэсэн үг.

Нийгмийн даатгалд сайн дураар даатгуулснаар та даатгалын сангаас дараах тэтгэвэр тэтгэмжийг авах боломжтой байдаг. Үүнд:

Тэтгэврийн даатгалын сангаас

- *Өндөр насны тэтгэвэр*
- *Тахир дутуугийн тэтгэвэр*
- *Тэжээгчээ алдсаны тэтгэвэр тогтоолгож авна*

Тэтгэмжийн даатгалын сангаас

- *Хөдөлмөрийн чадвар түр алдсаны тэтгэмж*
- *Жирэмсний болон амаржсаны тэтгэмж*
- *Оршуулгын тэтгэмж*

Үйлдвэрлэлийн осол, мэргэжлээс шалтгаалсан өвчний даатгалын сангаас

- *Тахир дутуугийн тэтгэвэр*
- *Тэжээгчээ алдсаны тэтгэвэр*
- *Хөдөлмөрийн чадвар түр алдсаны тэтгэмж*
- *Хөдөлмөрийн чадвар нөхөн сэргээхтэй холбогдсон төлбөр*
- *Тэтгэврийн даатгалын шимтгэл*
- *Рашаан, сувиллын зардал авах тус тус эрхтэй.*

4. ДААТГАЛ

4.1.1. Даатгалын нөхөн төлбөр хэрхэн авах талаар зааж өгөх

Хүний болон байгалийн нөлөөлөл нь даатгалын үйлчилгээ хөгжих хөрс суурь болдог. Өнөөдөр манай улсад тээврийн хэрэгслийн даатгал нь арилжааны хэлбэрээр, жолоочийн хариуцлагын даатгал нь албан журмын хэлбэрээр олон нийтийн хэрэглээ болж чадаж байгаа бол малын индексжүүлсэн даатгал, үл хөдлөх хөрөнгийн даатгал зэрэг нь банк санхүүгийн үйлчилгээг даган өргөжих хандлагатай байна.

Нийгмийн даатгалын үйлчилгээг хуулийн дагуу төр эрхлэх үүрэгтэй байгаа.

Нийт санхүүгийн салбарт даатгалын компаниудын эзлэх хувь дөнгөж нэг хувь байгаа бөгөөд даатгалын компаниуд нь банкуудтай хамтран ажиллах гэрээ хийж банкны

салбаруудыг агент байдлаар ашиглан үйлчилгээгээ олон нийтэд хүртээх бодлого барин ажиллаж байна.

Иргэд даатгалын үйлчилгээний талаар ямар ямар төрлийн даатгалууд байдгийг асууж мэдэхээсээ илүүтэй нөхөн төлбөрөө үнэхээр авч болдог эсэхийг мэдэрч, даатгалын компанийн ач тусыг бие дээрээ мэдрэхийг хүсч байна. Ач холбогдол, бодит байдлыг мэдрэх замаар цаашид даатгалд хамруулах сэдэл төрөх хандлагатай байна. Тэгвэл даатгалын үйлчилгээний ач тусыг мэдрэхийн тулд иргэдийн мэдэх ёстой, ойлгох ёстой ойлголтуудыг дор нэгтгэн харуулав.

Хамгийн гол асуудал нь иргэд гэрээтэйгээ танилцдаггүйд оршдог. Гэрээн дээр тусгагдсан байдаг иргэдийн заавал уншиж мэдсэн байх зүйл нь даатгуулж буй хөрөнгүүд, түүний үнэлгээ, хамгаалагдсан эрсдлийн төрлүүд, үйлчилгээний хураамж, шимтгэл, хэн уг даатгалд хамрагдах боломжтой зэргийг заавал мэдсэн байх ёстой.

Дээрхээс гадна нөхөн төлбөрөө буцаан авах үе шатыг мэдсэн байх ёстой.

Ер нь даатгуулагч 90 хоногийн дотор даатгалын нөхөн төлбөрөө нэхэмжлэх эрхтэй. Янз бүрийн шалтгаанаас болж хүмүүс нөхөн төлбөрөө хугацаанд нь нэхэмжлэх боломжгүй байдаг.

Харин ямар хэмжээний хохирол гарсан гэдэгт эрх бүхий үнэлгээний компаниуд дүгнэлт гаргадаг. Мөн бусад газрын тодорхойлолтууд хэрэгтэй байдаг. Хохирлоын хэмжээ, нэхэмжилж буй дүн, цагдаагийн газрын тодорхойлолт зэргийг бүрдүүлсний дараа даатгалын компанидаа хандах ёстой.

Даатгалын компани асуудлыг 14 хоногт шийдэх ёстой боловч дунджаар 5 өдөрт багтаан шийдвэрлэдэг. Дэлхийн жишигтэй харьцуулахад манай улсад тун хурдан шийдвэрлэгддэг юм байна.

Иргэд би хэдэн төгрөг авах боломжтой вэ гэж асуугаад байдаг. Гэвч энэ нь ямар эрсдлүүдээс хамгаалагдсан бэ гэдгээс хамаардаг. Иймд гэрээ байгуулах үедээ ямар эрсдлүүдээс хамгаалагдаж буйгаа мөн үүндээ хэдэн хувийн шимтгэл төлж буйгаа заавал мэдэх хэрэгтэй. Энэ нь та хэдэн төгрөг буцаан авах боломжтойг илэрхийлж байдаг.

Ер нь хүн даатгуулах хэрэгцээгээ зөв таньсан байх шаардлагатай.

4.1.2. Мөн даатгалын талаар мэдээлэл өгөх

Санхүүгийн байгууллагууд үйлчилгээний зардлаа бууруулахын тулд хоорондоо гэрээ хийж нэг нь нөгөөгийнхөө төлөөлөгч буюу бидний заримдаа нэрлэдгээр агент байдлаар хамтран ажиллах нь элбэг. Жишээлбэл та даатгалын үйлчилгээг банкин дээр очоод авах боломжтой байх нь. Даатгалын компанийн салбар хаана оршдгийг мэдэхгүй

хүмүүс банкны салбараар сардаа 3-4 удаа орж үйлчлүүлдэг байна. Чухам энэ л агшинг ашиглан даатгалын үйлчилгээг нэг дороос үзүүлэх сонирхлын үүднээс даатгалын компаниуд тухайн банкны салбарыг өөрийн төлөөлөгч байдлаар сонгон ажиллуулдаг. Өөрөөр хэлбэл та тэндээс даатгалын үйлчилгээг ч мөн авч болох нь. Харин ямар даатгалын компани аль банктай хамтран ажиллаж байгаа нь тухайн байгууллагуудын хийсэн сонголтоос хамаарна. Нэг зүйлийг тодруулахад та төлөөлөгчөөр нь дамжуулан даатгалын үйлчилгээг авч байгаа ч хураамж шимтгэл болон гэрээний нөхцөл зэрэг нь уг даатгалын компаниас шууд үйлчилгээ авсантай яг адил байдаг. Үл хөдлөх хөрөнгийн даатгал, Тээврийн хэрэгслийн даатгал, Малын индексжүүлсэн даатгал, Төлбөрийн тасалдлын даатгал гэх мэт олон төрлийн даатгалд хамрагдаж болох нь

5. БУСАД САНХҮҮГИЙН БАЙГУУЛЛАГУУД

5.1.1. ХЗХ

Өнөөдөр банкуудын бичил зээлийн дундаж хүү жилийн 23,5% байна. Зээлийн хүүнээс банкууд талыг нь хадгаламжийн хүү байдлаар иргэдэд буцаан төлдөг бол үлдсэнг нь үйл ажиллагааны зардал болон ашиг байдлаар авдаг. Хадгаламж зээлийн хоршооны хувьд хадгаламжид хэдэн хувийн хүү төлөх, үйл ажиллагааны зардал хэдэн төгрөг төлөх, олсон ашгийнхаа хэдэн хувийг хоршооны хөгжил, орон нутгийнхаа хөгжилд зарцуулах, гишүүддээ хэдийг нь тарааж өгөх зэрэг бүхий л шийдвэрийг гишүүд нь өөрсдөө гаргадаг. Энэ ч утгаараа гишүүд нь хоршоодынхоо эзэн нь бөгөөд үйлчлүүлэгч нь байж чаддаг. Хамгийн гол нь та хэдэн төгрөг хоршоонд оруулснаасаа үл хамааран нэг саналын эрхтэй байдаг бөгөөд энэ нь танд хоршооныхоо ашиг шимээс хүртэх боломжийг бусадтай нэгэн адил олгож байдаг. Өөрөөр хэлбэл банк нь найдвартай хүнд үйлчлэх эрмэлзэлтэй байдаг бол хоршоо нь таны мөнгөнөөс үл хамааран гишүүддээ л үйлчлэх л үүрэгтэй байдаг.

Хоршооны гишүүн бол хоршооны эзэн юм. Ийм ч учраас хоршооноос өгч буй ашиг, шимийг бүгдийг хүртэх эрхтэй юм. Хүмүүс банкинд зээл хүсэхээр очихдоо эмээнгүй очих нь элбэг байдаг бол хоршоонд очихдоо гэртээ очиж буй мэт сэтгэгдэлтэй байдаг талаар ихэнх хоршоод ярьж байна.

Нөгөө талаас хоршоогоор үйлчлүүлж байхад та үнэхээр давуу байдлыг мэдэрнэ. Тухайлбал банк таны туршлагыг үнэлэхдээ зөвхөн бизнес хийсэн хугацаагаар авч үздэг бол хоршоо нь гишүүнийхээ ар гэрийг, амьдралыг, юу хийж чаддагыг мэддэг тул туршлагыг нь хамаагүй өргөн хүрээтэй авч үздэг. Өөрөөр хэлбэл та ямар нэгэн дэлгэрэнгүй маягтууд бөглөх, өөрийнхөө тухай танилцуулга хийх шаардлагагүйгээр хоршоо таны туршлага, ур чадвар, ар гэрийг илүү сайн мэддэг тул тэр чинээгээрээ итгэлцэл үүсдэг.

Итгэлцэл гэдэг нь санхүүгийн байгууллагын үндэс бөгөөд нарийн судалгаа шинжилгээ, итгэлцлийн үндсэн дээр санхүүгийн байгууллагууд барьцаа хөрөнгө, бизнесийн нарийн онцлог зэргээс үл хамааран зээл олгох тохиолдол байдаг. Хоршоо гишүүдээ маш сайн

мэддэг, мөн тэр хэрээрээ итгэдэг тул банкийг бодвол тавигдах шаардлага нь илүү нийцтэй байдаг. Банкнаас зээл авч чадахгүй иргэд ч хоршооноосоо зээл авч бизнесээ өргөжүүлэх боломжтой байдаг. Ийм ч учраас хоршооноос зээл авч буй иргэдийн дийлэнх нь банкны шалгуурыг хангаагүй хүмүүс байдаг. Хоршооны гишүүд нэг орон нутагт амьдарч ижил төрлийн аж ахуй эрхэлдэг тул та бизнесээ тайлбарлаж, орлогоо нотлох нь илүү хялбар байдаг.

Зөвхөн санхүүгийн үйлчилгээ аваад зогсохгүй хоршооны гишүүд нийтлэг эрх ашгаа хамгаалах, нийтлэг хэрэгцээгээ хангах боломжтой байдаг. Энэ хэрэгцээгээ хангах боломж нь яаж бүрддэг вэ? Үйл ажиллагаа явуулаад олсон ашгаасаа сан үүсгэдэг бөгөөд үүнд нь хоршооны хөгжил болон нийгмийн хөгжлийг дэмжих сангууд хамаарагддаг. Иймэрхүү сангуудаа ашиглан хоршоо нь гишүүддээ сургалт зохион байгуулах, гишүүдээ хамарсан өдөрлөг, тэмцээн, уралдаан зохион байгуулах, бүр цаашилбал сум орон нутгийн хөгжилд нэмэр болох, байгаль орчинг хамгаалах зэрэг ажлуудыг хийж гүйцэтгэдэг. Тэгэхээр хувийн санхүүгийн хэрэгцээгээ хангахаас гадна санхүүгийн бус эрх ашгаа хамгаалуулах нь танд өгч буй хамгийн том өгөөж юм. Гишүүдээ хуримтлалтай болгохоор ажиллаж байгаа нь ч хоршооны зүгээс гишүүдийнхээ нийтлэг эрх ашгийн төлөө хийж буй том ажил юм. Амжилттай ажиллаж буй хоршооны гишүүдийн 70 гаран хувь нь хуримтлалтай болж амжсан байна. Хүмүүсийн эвлэлдэн нэгдэх гэдэг хамгийн том хэрэгцээг хоршоо хангаж байдаг. Тус тусдаа амьдралаа хөөгөөд явж буй хүмүүст шинэ жил, эмэгтэйчүүдийн баяр, ахмадын болон хүүхдийн баяр, спорт, урлагийн уралдаан тэмцээн зэргийг зохион байгуулж өгдөг газар нь ХЗХ юм.

Гишүүдээ сайн мэддэг байснаар хоршоо тухайн үйлчилгээг хэрэгтэй хүнд нь хүргэж чадах цор ганц байгууллага болдог. Жишээлбэл төсөл хөтөлбөр эзнээ олохгүй байгаа талаар орон нутгийн иргэд их ярьж байдаг.Шувуун аж ахуй байгуулах төслийн зээл нэг суманд гэхэд дөрвөнтөө батлагдаж, зээл олгосон ч хараахан нэг ч аж ахуй байгуулагдаагүй байгаа тохиолдол байна. Иймэрхүү төсөл хөтөлбөрүүдийг жинхэнэ нүдээ олж өгөх газар нь хадгаламж зээлийн хоршоо юм.

Нэгэнт тодорхойлогдсон байгаа эдгээр мессежүүдийг ямар сувгаар, ямар хэлбэрээр түгээж болох талаар хийсэн судалгаануудыг дараа, дараачийн бүлгүүдээр танилцуулах болно.

6. ЗОРИЛТОТ БҮЛЭГ

Төслийн зорилтот бүлгийг “нийт ард иргэд” хэмээн тодорхойлсон бөгөөд ядуу, бага орлоготой иргэдийг тэдэнд хамтатган авч үзсэн.

Гэхдээ санхүүгийн боловсролын мессежийг хүргэх зорилтот бүлгийг фокус группын ярилцлага болон Дэлхийн Банкны судалгааны үр дүнд суурилан дараах байдлаар тодорхойллоо.

Фокус группын ярилцлагын үр дүнд тодорхой болсон сегмент

- УБ хотын иргэд
- УБ хотын гэр хороллын иргэд
- Аймгийн төвийн иргэд
- Сумын төвийн иргэд
- Бичил болон өрхийн бизнес эрхлэгчид

Дэлхийн банкны “Монголд Илүү Сайн Санхүүгийн Шийдвэр Гаргалтанд Хүргэх Замыг Дардан Болгох нь” хэмээх судалгаанд дурьдагсан сегмент

- Бага орлоготой иргэд
- Хөдөө орон нутгийн иргэд
- Ажилгүйчүүд
- Бичиг үсэггүй хүмүүс
- Хүүхэд байхдаа хуримтлал хийж байгаагүй хүмүүс
- Малчид
- Тэтгэвэрийнхэн

7. САНХҮҮГИЙН БОЛОВСРОЛЫН МЕССЕЖ ТҮГЭЭХ СЕГМЕНТ

<table>
<tr><td rowspan="7">Бага орлоготой иргэд</td><td rowspan="4">Улаанбаатар хот ба гэр хорооллын иргэд</td><td>Бичил, өрхийн бизнес эрхлэгчид</td><td>▪ Захууд
▪ Гудамжны худалдаа
▪ Хороо</td></tr>
<tr><td>Ажилгүйчүүд</td><td>▪ Хөдөлмөрийн бирж
▪ Хороо
▪ Нийгмийн ажилтан</td></tr>
<tr><td>Бичиг үсэггүй хүмүүс</td><td>▪ Хороо
▪ Нийгмийн ажилтан</td></tr>
<tr><td>Тэтгэвэрийнхэн</td><td>▪ Банкнаас тэтгэвэрээ авдаг
▪ Нийгмийн ажилтан
▪ Хороо</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Аймгийн төвийн иргэд ба Сумын төвийн иргэд</td><td>Хөдөө орон нутгийн иргэд</td><td rowspan="5">▪ Багын дарга
▪ Нийгмийн ажилтан
▪ Захууд
▪ Дэлгүүрүүд</td></tr>
<tr><td>Малчид</td></tr>
<tr><td>Бичиг үсэггүй хүмүүс</td></tr>
<tr><td rowspan="2"></td><td>Ажилгүйчүүд</td></tr>
<tr><td></td><td>Бичил, өрхийн бизнес эрхлэгчид</td></tr>
</table>

8. САНХҮҮГИЙН БОЛОВСРОЛЫН МЕССЕЖИЙГ ТҮГЭЭХ ТОХИРОМЖТОЙ СУВАГ

Санхүүгийн боловсролын мессежийг түгээх суваг ба хэлбэрийг тодорхойлохдоо фокус группын ярилцлага, Дэлхийн Банкны судалгааны дата анализийн үр дүн мөн зорилтот бүлэгт хамаарах хүмүүс хаана байрлаж болох, тухай байрлалтай уялдуулан тэдэнд мэдээллийг хүргэхэд хамгийн тохиромжтой суваг, хэлбэрүүдэд үндэслэв.

Фокус группын ярилцлагын үр дүнд тодорхой болсон суваг

СУВАГ	УБ - Гэр хороолол	УБ - Хотын төв	Аймгийн төв	Сумын төв
ТВ		1		1
Сонин		2		3
SMS		3		
СД хэвлэж тараах		4		
Интернэт		5		2
Банкны салбар				
FM-ээр				
Сэтгүүл /TV Zone/				
Брошур				
Сургалт				
Дэлгүүр				
Мэдээллийн самбар				
Хороон дээр гарын авлага байрлуулах				
Захаар гарын авлага тараах				
Утсаар дуудлага хийж				
ЖДБ-н чиглэл бүрээр мэдээлэл өгөх				
Гэр хорооллын дэлгүүрүүд				
Хэсгийн ажилтнаар гарын авлага тараалгах				
		УБ	Аймгийн төв	Сумын төв
Дүүргийн үйлдвэрлэл үйлчилгээний байгууллага				

Хороонууд			
Банкуудын зээлийн эдийн засагч			
Санхүүгийн боловсролын мэдээлэл өгдөг байгууллага			
Гэр хорооллын дэлгүүрүүдээр			
FM			
Санхүүгийн байгууллагуудаар			

Дэлхийн банкны “Монголд Илүү Сайн Санхүүгийн Шийдвэр Гаргалтанд Хүргэх Замыг Дардан Болгох нь” хэмээх судалгаанд дурьдагдсан сувгууд

1. Телевиз
2. Радио
3. Брошур
4. SMS
5. Сонин
6. Сэтгүүл
7. Комик ном

Доорх 3 байршилд мэдээлэл дамжуулах тохиромжтой сувгууд ба тэдгээрийн ижил төсөөтэй байдал

Улаанбаатар	Аймгийн төв	Сумын төв
ТВ	ТВ	ТВ
Сонин	Сонин	Сонин
Интернэт	Интернэт	Интернэт
FM-ээр	FM-ээр	FM-ээр
Банкуудын зээлийн эдийн засагч	Банкуудын зээлийн эдийн засагч	Банкуудын зээлийн эдийн засагч
Санхүүгийн боловсролын мэдээлэл өгдөг байгууллага	Санхүүгийн боловсролын мэдээлэл өгдөг байгууллага	Санхүүгийн боловсролын мэдээлэл өгдөг байгууллага

Гэр хорооллын дэлгүүрүүдээр	Гэр хорооллын дэлгүүрүүдээр	Гэр хорооллын дэлгүүрүүдээр
Санхүүгийн байгууллагуудаар	Санхүүгийн байгууллагуудаар	Санхүүгийн байгууллагуудаар
SMS	SMS	SMS
Банкны салбар		Банкны салбар
Сэтгүүл (TV Zone)	Сэтгүүл (TV Zone)	
	Брошур	Брошур
Хороон дээр гарын авлага байрлуулах		Хороон дээр гарын авлага байрлуулах
Захаар гарын авлага тараах		Захаар гарын авлага тараах
Утсаар дуудлага хийж		Утсаар дуудлага хийж
ЖДБ-н чиглэл бүрээр мэдээлэл өгөх		ЖДБ-н чиглэл бүрээр мэдээлэл өгөх
Гэр хорооллын дэлгүүрүүд		Гэр хорооллын дэлгүүрүүд
Хэсгийн ажилтнаар гарын авлага тараалгах		
Дүүргийн үйлдвэрлэл үйлчилгээний байгууллага		
Хороонууд		
СД хэвлэж тараах		
		Сургалт
		Мэдээллийн самбар

Доорх 3 байршлуудад хоорондоо ижил сувгууд

УБ, Аймаг, Сумд	УБ ба Сумд	Аймаг ба Сумд
ТВ	Хороон дээр гарын авлага байрлуулах	Брошур
Сонин	Захаар гарын авлага тараах	
SMS	Утсаар дуудлага хийж	
Интернэт	ЖДБ-н чиглэл бүрээр мэдээлэл өгөх	
FM-ээр	Гэр хорооллын дэлгүүрүүд	
Сэтгүүл (TV Zone)		
Банкуудын зээлийн эдийн засагч		
Санхүүгийн боловсролын мэдээлэл өгдөг байгууллага		
Гэр хорооллын дэлгүүрүүдээр		
Санхүүгийн байгууллагуудаар		
Банкны салбарууд		

Зөвхөн тухайн байршилд дурьдагдсан сувгууд

Улаанбаатарт	Сумд
СД хэвлэж тараах	Сургалт
Хэсгийн ажилтнаар гарын авлага тараалгах	Мэдээллийн самбар
Дүүргийн үйлдвэрлэл үйлчилгээний байгууллага	

САНХҮҮГИЙН БОЛОВСРОЛЫН МЕССЕЖИЙГ ТҮГЭЭХ ТОХИРОМЖТОЙ СУВАГ

Улаанбаатарт	Аймаг	Сум
ТВ	ТВ	ТВ
SMS	SMS	SMS
Брошур, комик ном, ном	Брошур, комик ном, ном	Брошур, комик ном, ном
FM	FM Орон нутгийн	FM Орон нутгийн
Гэр хорооллын дэлгүүрүүд	Гэр хорооллын дэлгүүрүүд	Дэлгүүрүүд
Хороо, хорооны ажилтан	Баг, багийн ажилтан	Баг, багийн ажилтан
Банк, банкны зээлийн эдийн засагч	Банк, банкны зээлийн эдийн засагч	Банк, банкны зээлийн эдийн засагч
Сургалт	Сургалт	Сургалт
Сонин	Орон нутгийн сонин	
Интернэт	Орон нутгийн ТВ	
Сэтгүүл /TV Zone/	Захууд, худалдаа, үйлчилгээний төвүүд	Захууд, худалдаа, үйлчилгээний төвүүд
Захууд, худалдаа, үйлчилгээний төвүүд	Төсөл, хөтөлбөрийн байр	Төсөл, хөтөлбөрийн байр
Гудамжны худалдаа	ЗДТГ-н байранд мэдээллийн самбарууд	ЗДТГ-н байранд мэдээллийн самбарууд
Хөдөлмөрийн яам, ажилд зуучлагчид	Аймгуудын хөдөлмөрийн хэлтэс	

9. САНХҮҮГИЙН БОЛОВСРОЛЫН МЕССЕЖИЙГ ТҮГЭЭХ ТОХИРОМЖТОЙ ХЭЛБЭР

Төслийн зорилтот бүлэгт санхүүгийн боловсролын мессежүүдийг дээрх сувгуудаар хүргэхэд хамгийн тохиромжтой хэлбэрүүдийг тодорхойлохдоо фокус группын ярилцлага болон Дэлхийн Банкны судалгааны үр дүнд суурилав.

Фокус группын ярилцлагын үр дүнд тодорхой болсон хэлбэрүүд

Хэлбэр	УБ - Гэр хороолол	УБ - Хотын төв	Аймгийн төв	Сумын төв
Төслийн зуухны нэвтрүүлэг шиг				
СД-ээр сургалтын материал бэлдэж тараах				
"Амьдрал аа гэж нэвтрүүлэг" - 25-р суваг				
Салбарын мэргэжилтнүүдтэй хийсэн ярилцлага				
Жүжигчилсэн тоглолт				
Мэдээ				
Форум хэлбэрээр				
Жишээн дээр тулгуурласан байдлаар				
Хуулийн цаг шиг				
Харандааны адал явдал шиг				
Бүтэлтэй, бүтэлгүй жишээг харьцуулах байдлаар				
ТВ сериал хэлбэрээр				
Баримтат кино				
Сургалт				
Сонгууль шиг				
		УБ	Аймгийн төв	Сумын төв
Гарын авлага, хэвлэмэл танилцуулга				
SMS				

ТВ			
ТВ мэдээтэй сэтгүүл			
Утсаар ярих			
Сургалт			
Олон ангит кино			
Санхүүгийн боловсролын мэдээлэл өгдөг мэргэжилтэн			
Сонин			
Интернэт			
Төрийн байгууллагуудын хананд самбар байрлуулах			
CD, DVD-д сургалт хувилах			

Дэлхийн банкны “Монголд Илүү Сайн Санхүүгийн Шийдвэр Гаргалтанд Хүргэх Замыг Дардан Болгох нь” хэмээх судалгаанд дурьдагдсан хэлбэрүүд

1. Телевизийн олон ангит кино
2. Уран сайхны кино
3. Видео
4. Радио нэвтрүүлэг
5. Сонирхолтой түүхүүд
6. Нийтлэл
7. Мобайл мессеж
8. FM шторкоор
9. Сургамжтай кэйс

Доорх 3 байршилд мэдээлэл дамжуулах тохиромжтой хэлбэрүүд ба тэдгээрийн ижил төсөөтэй байдал

Улаанбаатар	Аймаг	Сумд
Гарын авлага, хэвлэмэл танилцуулга	Гарын авлага, хэвлэмэл танилцуулга	Гарын авлага, хэвлэмэл танилцуулга
SMS	SMS	SMS

ТВ	ТВ	ТВ
Утсаар ярих	Утсаар ярих	Утсаар ярих
Сургалт	Сургалт	Сургалт
Санхүүгийн боловсролын мэдээлэл өгдөг мэргэжилтэн	Санхүүгийн боловсролын мэдээлэл өгдөг мэргэжилтэн	Санхүүгийн боловсролын мэдээлэл өгдөг мэргэжилтэн
Олон ангит кино	Олон ангит кино	Олон ангит кино
CD, DVD-д сургалт хувилах	CD, DVD-д сургалт хувилах	CD, DVD-д сургалт хувилах
"Амьдрал аа гэж нэвтрүүлэг" - 25-р суваг		"Амьдрал аа гэж нэвтрүүлэг" - 25-р суваг
	Төрийн байгууллагуудын хананд самбар байрлуулах	Төрийн байгууллагуудын хананд самбар байрлуулах
Жүжигчилсэн тоглолт		Жүжигчилсэн тоглолт
Төслийн зуухны нэвтрүүлэг шиг		
	Жишээн дээр тулгуурласан байдлаар	
	Хуулийн цаг шиг	
		Баримтат кино
	Харандааны адал явдал шиг	
	Бүтэлтэй, бүтэлгүй жишээг харьцуулах байдлаар	
	ТВ сериал хэлбэрээр	
Салбарын мэргэжилтнүүдтэй хийсэн ярилцлага		
Мэдээ		
Форум хэлбэрээр		

Доорх 3 байршлуудад хоорондоо ижил сувгууд

УБ, Аймаг, Сум	УБ, Сум	Аймаг, Сум
Гарын авлага, хэвлэмэл танилцуулга	"Амьдрал аа гэж нэвтрүүлэг" - 25-р суваг	Төрийн байгууллагуудын хананд самбар байрлуулах
SMS	Жүжигчилсэн тоглолт	
ТВ		
Утсаар ярих		
Сургалт		
Олон ангит кино		
Санхүүгийн боловсролын мэдээлэл өгдөг мэргэжилтэн		
CD, DVD-д сургалт хувилах		

Зөвхөн тухайн байршилд дурьдагдсан сувгууд

Улаанбаатар	Аймагт	Сумд
Төслийн зуухны нэвтрүүлэг шиг	Жишээн дээр тулгуурласан байдлаар	Баримтат кино
Салбарын мэргэжилтнүүдтэй хийсэн ярилцлага	Хуулийн цаг шиг	
Мэдээ	Харандааны адал явдал шиг	
Форум хэлбэрээр	Бүтэлтэй, бүтэлгүй жишээг харьцуулах байдлаар	
	ТВ сериал хэлбэрээр	

САНХҮҮГИЙН БОЛОВСРОЛЫН МЕССЕЖИЙГ ТҮГЭЭХ ТОХИРОМЖТОЙ ХЭЛБЭРҮҮД

Суваг	Хэлбэр
Улаанбаатарт	
ТВ	Нэвтрүүлэг
	Видео реклам
	Баримтат кино
	ТВ зохиомж
	ТВ жүжиг
	Олон ангит уран сайхны кино
	ТВ хичээл
	Ярилцлага
SMS	Мессеж
Брошур, комик ном, ном	Брошур, комик ном, ном
FM	Нэвтрүүлэг
	Радио реклам
	Радио жүжиг
	Ярилцлага
	Баримтат нэвтрүүлэг
	Радио зохиомж
	Радио цуврал жүжиг
	Радио хичээл
Гэр хорооллын дэлгүүрүүд	Зурагт хуудас, брошур
Хороо, хорооны ажилтан	Брошур, комик ном, ном, зурагт хуудас
Банк, банкны зээлийн эдийн засагч	Брошур, комик ном, ном, зурагт хуудас

Сургалт	Видео, сургалт, брошур, ном
Сонин	Ярилцлага
	Нийтлэл
	Зөвлөгөө
	Хичээл
	Реклам, мессеж
Интернэт	ТВ нэвтрүүлэг
	Видео реклам
	Баримтат кино
	ТВ зохиомж
	Олон ангит уран сайхны кино
	ТВ хичээл
	ТВ ярилцлага
	Брошур, комик ном, ном
	Радио нэвтрүүлэг
	Радио реклам
	Радио жүжиг
	Радио ярилцлага
	Радио баримтат нэвтрүүлэг
	Радио зохиомж
	Радио цуврал жүжиг
	Радио хичээл
	Зурагт хуудас
	Видео, сургалт, брошур, ном
	Сонингийн ярилцлага

	Сонингийн нийтлэл
	Сонинд хэвлэгдсэн зөвлөгөө
	Сонинд хэвлэгдсэн х+ичээл
	Сонингийн реклам, мессеж
	Тайлбар толь
	Санхүүгийн байгууллагуудын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний харьцуулалт
Сэтгүүл /TV Zone/	Ярилцлага
	Нийтлэл
	Зөвлөгөө
	Хичээл
	Реклам, мессеж
Захууд, худалдаа, үйлчилгээний төвүүд	Брошур, зурагт хуудас, том самбар
Гудамжны худалдаа	Брошур
Хөдөлмөрийн яам, түүний харъяа байгууллагууд ажилд зуучлагчид	Брошур, зурагт хуудас, ханын самбар
Утсаар ярих: Телемаркетинг	Зөвлөгөө
Санхүүгийн боловсролын зөвлөгөө өгдөг мэргэжилтэн	Зөвлөгөө, брошур, ном
CD, DVD	ТВ нэвтрүүлэг
	Видео реклам
	Баримтат кино
	ТВ зохиомж
	Олон ангит уран сайхны кино
	ТВ хичээл
	ТВ ярилцлага

	Брошур, комик ном, ном
	Радио нэвтрүүлэг
	Радио реклам
	Радио жүжиг
	Радио ярилцлага
	Радио баримтат нэвтрүүлэг
	Радио зохиомж
	Радио цуврал жүжиг
	Радио хичээл
	Видео, сургалт, брошур, ном
Нээлттэй өдөр	Зөвлөгөө, брошур, ном, самбар

Суваг	**Хэлбэр**
Аймаг	
ТВ	Нэвтрүүлэг
	Видео реклам
	Баримтат кино
	ТВ зохиомж
	ТВ жүжиг
	Олон ангит уран сайхны кино
	ТВ хичээл
	Ярилцлага

SMS	Мессеж
Брошур, комик ном, ном	Брошур, комик ном, ном
FM Орон нутгийн	Нэвтрүүлэг
	Радио реклам
	Радио жүжиг
	Ярилцлага
	Баримтат нэвтрүүлэг
	Радио зохиомж
	Радио цуврал жүжиг
	Радио хичээл
Гэр хорооллын дэлгүүрүүд	Зурагт хуудас, брошур
Баг, багийн ажилтан	Брошур, комик ном, ном, зурагт хуудас
Банк, банкны зээлийн эдийн засагч	Брошур, комик ном, ном, зурагт хуудас
Сургалт	Видео, сургалт, брошур, ном
Орон нутгийн сонин	Ярилцлага
	Нийтлэл
	Зөвлөгөө
	Хичээл
	Реклам, мессеж
Интернэт	ТВ нэвтрүүлэг
	Видео реклам
	Баримтат кино
	ТВ зохиомж
	Олон ангит уран сайхны кино
	ТВ хичээл

	ТВ ярилцлага
	Брошур, комик ном, ном
	Радио нэвтрүүлэг
	Радио реклам
	Радио жүжиг
	Радио ярилцлага
	Радио баримтат нэвтрүүлэг
	Радио зохиомж
	Радио цуврал жүжиг
	Радио хичээл
	Зурагт хуудас
	Видео, сургалт, брошур, ном
	Сонингийн ярилцлага
	Сонингийн нийтлэл
	Сонинд хэвлэгдсэн зөвлөгөө
	Сонинд хэвлэгдсэн х+ичээл
	Сонингийн реклам, мессеж
	Тайлбар толь
	Санхүүгийн байгууллагуудын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний харьцуулалт
Захууд, худалдаа, үйлчилгээний төвүүд	Брошур, зурагт хуудас, ханын самбар, том самбар
Төсөл, хөтөлбөрийн байр	Брошур, зурагт хуудас
ЗДТГ-н байранд мэдээллийн самбарууд	Брошур, зурагт хуудас, ханын самбар, том самбар
Аймгуудын хөдөлмөрийн хэлтэс	Брошур, зурагт хуудас, ханын самбар, том самбар, зурагтаар видео контент гаргах

Хөдөө орон нутагт захиалагддаг 7-10 хоног тутмын сонингууд	Ярилцлага
	Нийтлэл
	Зөвлөгөө
	Хичээл
	Реклам, мессеж
Утсаар ярих: Телемаркетинг	Зөвлөгөө
Санхүүгийн боловсролын зөвлөгөө өгдөг мэргэжилтэн	Зөвлөгөө, брошур, ном
CD, DVD	ТВ нэвтрүүлэг
	Видео реклам
	Баримтат кино
	ТВ зохиомж
	Олон ангит уран сайхны кино
	ТВ хичээл
	ТВ ярилцлага
	Брошур, комик ном, ном
	Радио нэвтрүүлэг
	Радио реклам
	Радио жүжиг
	Радио ярилцлага
	Радио баримтат нэвтрүүлэг
	Радио зохиомж
	Радио цуврал жүжиг
	Радио хичээл
	Видео, сургалт, брошур, ном
Нээлттэй өдөр	Зөвлөгөө, брошур, ном, самбар

Суваг	Хэлбэр
Сум	
ТВ	Нэвтрүүлэг
	Видео реклам
	Баримтат кино
	ТВ зохиомж
	ТВ жүжиг
	Олон ангит уран сайхны кино
	ТВ хичээл
	Ярилцлага
SMS	Мессеж
Брошур, комик ном, ном	Брошур, комик ном, ном
FM (Орон нутгийн)	Нэвтрүүлэг
	Радио реклам
	Радио жүжиг
	Ярилцлага
	Баримтат нэвтрүүлэг
	Радио зохиомж
	Радио цуврал жүжиг
	Радио хичээл
Дэлгүүрүүд	Зурагт хуудас, брошур
Баг, багийн ажилтан	Брошур, комик ном, ном, зурагт хуудас
Банк, банкны зээлийн эдийн засагч	Брошур, комик ном, ном, зурагт хуудас
Сургалт	Видео, сургалт, брошур, ном
	Ярилцлага

	Нийтлэл
	Зөвлөгөө
	Хичээл
	Реклам, мессеж
Интернэтийн сүлжээ орсон бол орон зайн хязгаарлалт үгүй	ТВ нэвтрүүлэг
	Видео реклам
	Баримтат кино
	ТВ зохиомж
	Олон ангит уран сайхны кино
	ТВ хичээл
	ТВ ярилцлага
	Брошур, комик ном, ном
	Радио нэвтрүүлэг
	Радио реклам
	Радио жүжиг
	Радио ярилцлага
	Радио баримтат нэвтрүүлэг
	Радио зохиомж
	Радио цуврал жүжиг
	Радио хичээл
	Зурагт хуудас
	Видео, сургалт, брошур, ном
	Сонингийн ярилцлага
	Сонингийн нийтлэл
	Сонинд хэвлэгдсэн зөвлөгөө

	Сонинд хэвлэгдсэн х+ичээл
	Сонингийн реклам, мессеж
	Тайлбар толь
	Санхүүгийн байгууллагуудын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний харьцуулалт
Захууд, худалдаа, үйлчилгээний төвүүд	Брошур, зурагт хуудас, ханын самбар, том самбар
Төсөл, хөтөлбөрийн байр	Брошур, зурагт хуудас
ЗДТГ-н байранд мэдээллийн самбарууд	Брошур, зурагт хуудас, ханын самбар, том самбар
Аймгуудын хөдөлмөрийн хэлтэс	Брошур, зурагт хуудас, ханын самбар, том самбар, зурагтаар видео контент гаргах
Хөдөө орон нутагт захиалагддаг 7-10 хоног тутмын сонингууд	Ярилцлага
	Нийтлэл
	Зөвлөгөө
	Хичээл
	Реклам, мессеж
Утсаар ярих: Телемаркетинг	Зөвлөгөө
Санхүүгийн боловсролын зөвлөгөө өгдөг мэргэжилтэн	Зөвлөгөө, брошур, ном
CD, DVD	ТВ нэвтрүүлэг
	Видео реклам
	Баримтат кино
	ТВ зохиомж
	Олон ангит уран сайхны кино
	ТВ хичээл
	ТВ ярилцлага

	Брошур, комик ном, ном
	Радио нэвтрүүлэг
	Радио реклам
	Радио жүжиг
	Радио ярилцлага
	Радио баримтат нэвтрүүлэг
	Радио зохиомж
	Радио цуврал жүжиг
	Радио хичээл
	Видео, сургалт, брошур, ном
Нээлттэй өдөр	Зөвлөгөө, брошур, ном, самбар

Мэдээлэл түгээх ихэнх хэлбэрүүд байршлуулад давтагдсан байгаа. Гэхдээ энэ нь байршил бүрт тухай суваг, хэлбэрээр мэдээлэл түгээхдээ дахин шинэ агуулга боловсруулж, гүйцэтгэл хийнэ гэсэн үг биш юм. Нэг сайн, чанартай агуулга боловсруулаад түүнийгээ ТВ нэвтрүүлэг, сонингийн нийтлэл, зурагт хуудас, фэйсбүүк пост гэх мэт хэлбэрүүдэд хөрвүүлэх эсвэл орон нутгийн ижил сувгуудаар дахин цацах, хувилж тараах нь үр дүнтэй.

10. ДЭЭРХ СУВАГ БА ХЭЛБЭРҮҮДЭЭР САНХҮҮГИЙН БОЛОВСРОЛЫН МЕССЕЖИЙГ ТҮГЭЭХЭД ШААРДАГДАХ ЗАРДАЛ БА СУВГУУДЫН ХҮРТЭЭМЖ

Суваг	Хэлбэр	Зардал	Тайлбар		
			MYOHTB **Нэвтрүүлгээ орон даяар цацдаг. Хөдөө орон нутагт хамгийн их үзэгчтэй**	**UBS** **Нэвтрүүлгээ орон даяар цацдаг. Эмэгтэй үзэгчдийн тоогоор тэргүүлдэг**	**HD Монгол ТВ** **Нэвтрүүлгээ орон даяар цацдаг. УБ хотод хамгийн их үзэгчтэй**
ТВ	Нэвтрүүлэг	1. Агуулга боловсруулалт + Зохиол 2. Зураг авалт + Эвлүүлэг 3. Сурталчилгаа + Цацалт	1 минут нь 250.000₮ (Эх бэлтгэл, цацалт хамт)	1 минут нь 100.000₮ (Эх бэлтгэл, цацалт хамтдаа)	1. Нэвтрүүлэг бэлтгэх: 1 минут нь 250.000₮ 2. Нэвтрүүлэг цацах: 1 мин нь 150.000₮
	Видео реклам		1. Эх бэлтгэл: 1 сек нь 30.000-60.000₮ 2. Цацалт: 1 сек нь 10.000₮	Цацалт: 1 сек нь 2000-6000₮ Гүйцэтгэл: Хийдэггүй	1.Цацалт: 1 сек 4400-7700₮ Гүйцэтгэл: ?
	Баримтат кино		Уран сайхны бүтээл учир үнэлгээг ярилцаж тохиролцох болов уу. Дээр нь үнэ агуулгаас шууд шалтгаална (Жич: 30 минут үргэлжлэх 1 ангит киног зохиол болон гүйцэтгэлийн хамт 7000ам.доллар хэмээн	1 минут нь 2 сая ₮	Уран сайхны бүтээл учир үнэлгээг ярилцаж тохиролцох болов уу. Дээр нь үнэ агуулгаас шууд шалтгаална (Жич: 30 минут үргэлжлэх 1 ангит киног зохиол болон гүйцэтгэлийн хамт 7000ам.доллар хэмээн
	ТВ зохиомж			Уран сайхны бүтээл учир үнэлгээг ярилцаж тохиролцох болов уу. Дээр нь үнэ агуулгаас шууд шалтгаална (Жич: 30 минут үргэлжлэх 1 ангит киног зохиол болон гүйцэтгэлийн хамт 7000ам.доллар хэмээн	
	ТВ жүжиг				
	Олон ангит уран сайхны кино				

			тооцож болох юм).	тооцож болох юм).	тооцож болох юм).
	ТВ хичээл		Хамтран ажилладаг ТВ-тэйгээ тохиролцох хэрэгтэй Жич: Гэхдээ төсөв зохиохдоо нэвтрүүлэг бэлтгэх өртөгийг жишиг болгох нь зүйтэй	Хамтран ажилладаг ТВ-тэйгээ тохиролцох хэрэгтэй Жич: Гэхдээ төсөв зохиохдоо нэвтрүүлэг бэлтгэх өртөгийг жишиг болгох нь зүйтэй	Хамтран ажилладаг ТВ-тэйгээ тохиролцох хэрэгтэй Жич: Гэхдээ төсөв зохиохдоо нэвтрүүлэг бэлтгэх өртөгийг жишиг болгох нь зүйтэй
	Ярилцлага		1 минут нь 250.000₮ (Эх бэлтгэл, цацалт хамт)	1 минут нь 100.000₮ (Эх бэлтгэл, цацалт хамтдаа)	
SMS	Мессеж Агуулга боловсруулалт (160 тэмдэгт)	**Жи-Мобайл:** 30₮ Хөдөө орон нутаг дах хэрэглэгчдийн тоогоороо бусдаасаа илүү	**Мобиком:** 1 амжилттай мессеж 15₮ Хот, аймаг, сум, суурин газар нийлсэн 383 байршилд сүлжээ нь орсон	**Юнител:** 50₮, 15₮ (20.000-с дээш хүнд илгээсэн тохиолдолд) Бүх хот, аймаг, ихэнх сумд, суурин газруудад сүлжээ нь орсон	**Скайтел:** 10-50₮ Бүх хот, аймгийн төвүүдэд сүлжээ нь орсон

Брошур, комик ном, ном	Брошур, комик ном, ном	1. Агуулга боловсруулалт 2. Дүрсжүүлэлт + Зураг зуралт, авалт 3. Эх бэлтгэл 4. Хэвлэлт 5. Түгээлт	1. Агуулга боловсруулалтын үнэ эдгээр бүтээгдэхүүнүүд ямар хэмжээтэй цаасан дээр, хэдэн нүүр хэвлэгдэх, мөн агуулга боловсруулалтын хүнд, хэцүү байдал, ямар ур чадвартай хүн агуулга боловсруулахаас хамаарна. 2. Гэрэл зураг авалт, зураг, график зурах зэрэг нь тоо хэмжээ болон ажиллагаатай байдлаасаа шалтгаална. 1 гэрэл зураг дундажаар 50.000₮ байдаг. Харин комик номын зургийн өртөг агуулга, хэмжээнээс шалтгаална. 3. Эх бэлтгэлийн үнэ дээрх 2 хүчин зүйлээс шалтгаална 4. Хэвлэлт тоо хэмжээ, цаасны чанар, бүрэлтээс хамаарна 5. Түгээлтийг хэнээр, хэрхэн хийхээс шалтгаална **Эх бэлтгэлийн ойролцоо үнэ: (Агуулга боловсруулалт, гэрэл зураг авалт ороогүй)** **Брошур:** А4-н хэмжээтэй бол 150.000-200.000₮ **Ном:** А4-н нэг нүүр нь (зураг, графиктай бол-20.000₮, зураг, графикгүй бол 10.000₮ **Постер:** 150.000₮ **Жич:** Ажиллагаанаас хамаарч үнэ нь хэлбэлзэнэ **Боломжит компаниуд:** 1. Монгол Дизайн ХХК: www.mgldesign.mn 2. Номун Ерөөл ХХК: www.nomun-yeruul.com **Гэрэл зураг авалт:** 1 зураг: 50.000₮ **Жич:** Зураг авалтын хүнд хэцүү, зураг авах байршил зэргээс шалтгаална **Агуулга боловсруулалт:** А4-н хэмжээтэй 3 нугалдаг брошур: 300.000₮ **Комик номын зураг зурагт:** Энэ үнэ зураачийн ур чадвар ба хэр

			ажиллагаатай байдлаас шалтгаална. Баримжаагаар хэлэх боломжгүй
FM	Нэвтрүүлэг	1. Агуулга боловсруулалт + Зохиол 2. Хоолой уншилт + Хөгжим, дуу чимээ нэмэх + Эвлүүлэг 3. Сурталчилгаа + Цацалт	1. Цацалт: 1 минут нь 3500₮ 2. Гүйцэтгэл: Нэвтрүүлгийн минут, хэр их ажиллагаатайгаасаа хамаарч тохиролцдог. Баримжаагаар хэлэх боломжгүй
	Радио реклам		1. Цацалт: 1 минут нь 1500-3500₮ 2. Гүйцэтгэл: Нэвтрүүлгийн минут, хэр их ажиллагаатайгаасаа хамаарч тохиролцдог. Баримжаагаар хэлэх боломжгүй
	Радио жүжиг		1. Цацалт: 1 минут нь 3500₮ 2. Гүйцэтгэл: Нэвтрүүлгийн минут, хэр их ажиллагаатайгаасаа хамаарч тохиролцдог. Баримжаагаар хэлэх боломжгүй
	Ярилцлага		
	Баримтат нэвтрүүлэг		
	Радио зохиомж		

	Радио цуврал жүжиг		
	Радио хичээл		
Гэр хорооллын дэлгүүрүүд	Зурагт хуудас, брошур	1. Агуулга боловсруулалт 2. Дүрсжүүлэлт + Зураг зуралт, авалт 3. Эх бэлтгэл 4. Хэвлэлт 5. Түгээлт	**Зардлын хувьд брошур, комик ном, ном бүтээхтэй ижил** **Суваг:** Арилжааны 13 банкны салбарууд, ББСБ, ХЗХ-дын салбаруудад байрлуулахад зардал гарахгүй. Харин тухайн байгууллагатай тохиролцох шаардлагатай. Мөн үйлчилгээнийхээ танхимд мэдээлэл байршуулж байгаа учир тухайн байгууллагын бодлоготой уялдсан мессеж бүхий брошур, зурагт хуудсыг л тавихыг зөвшөөрөх байх.
Хороо, хорооны ажилтан	Брошур, комик ном, ном, зурагт хуудас	1. Агуулга боловсруулалт 2. Дүрсжүүлэлт + Зураг зуралт, авалт 3. Эх бэлтгэл 4. Хэвлэлт 5. Түгээлт	
Банк, банкны зээлийн эдийн засагч	Брошур, комик ном, ном, зурагт хуудас	1. Агуулга боловсруулалт 2. Дүрсжүүлэлт + Зураг зуралт, авалт 3. Эх бэлтгэл 4. Хэвлэлт 5. Түгээлт	

Сургалт	Видео сургалт, брошур, ном	**Видео:** 1. Агуулга боловсруулалт + Зохиол 2. Зураг авалт + Эвлүүлэг **Сургалт:** 1. Сургагч багшийн зардал/Оролцогчдын зардал **Брошур, ном, тараах материал:** 1. Агуулга боловсруулалт 2. Дүрсжүүлэлт + Зураг зуралт, авалт 3. Эх бэлтгэл 4. Хэвлэлт	**Зардлын хувьд брошур, комик ном, ном бүтээхтэй ижил** Сургалтыг видео хэлбэрт оруулахад **1.** Сургалтыг бүрэн хэмжээгээр бичиж, эвлүүлэх **2.** Тусгайлан видео сургалт бэлтгэх гэсэн 2 хэлбэрээр хийж болно. Ингэхэд, **1-р хувилбарт:** Камер, зураглаач, эвлүүлэгч хөлслөх хэрэгтэй болно. Ажиллагааны хувьд хэцүү биш тул өндөр зардалтай биш. **2-р хувилбарт:** а) Агуулга боловсруулах, б) Сургагч багштайгаа тохиролцох в) Камер, зураглаач, эвлүүлэгч хөлслөх хэрэгтэй болно. **Бичлэг, эвлүүлэг хийх дундаж ханш:** 1 цагийн 300.000-500.000₮. (камер, зураглаач багтсан) Бичлэг хийсэн газраар видео сургалтаа DVD-д хувилуулна. 1 DVD 700₮ үнэтэй. Хувилах үнэ тоо хэмжээнээс шалтгаална. Олон тоогоор хувилуулахад DVD-ны үнэ, хуулах үнэ хямдарна. (Энэ байгууллага CD, DVD хувилж, олшруулдаг www.cddvd.mn)
Сонин	Ярилцлага Нийтлэл Зөвлөгөө	1. Агуулга тодорхойлолт 2. Бичих 3. Хэвлэх	**Өдрийн сонин (25.000 орчим ширхэг захиалагдаж, борлогддог):** ¼ зай: 200.000-600.000₮ Тал нүүр: 400.000-600.000₮ Бүтэн нүүр: 800.000-1.000.000₮ **Зууны мэдээ (20.000 орчим ширхэг захиалагдаж, борлогддог):** 1/4: 160.000-800.000₮ Тал нүүр: 300.000-1.000.000₮ Бүтэн нүүр: 500.000-1.000.000₮

	Хичээл		**Жич:** Дээрх 2 сонин захиалга, борлуулалтын тоогоороо өдөр тутмын бусад сонингуудыг тэргүүлдэг. Дээрх үнэнд агуулга тодорхойлолт болон бичих зардал нь багтсан
	Реклам, мессеж		
Интернэт	ТВ нэвтрүүлэг	Бэлэн контентыг интернэтэд байршуулах	Зардал нь ямар цахим хуудсанд агуулга байршуулахаас шалтгаална. Жишээ нь www.frc.mn, Сангийн Яам, Монгол Банк, санхүүгийн wiki буюу www.financialeducation.mn, зохицуулалтын байгууллагууд, мэргэжлийн холбоод, тэдгээрийн фэйсбүүк хуудсуудад агуулга байршуулахад үнэгүй. Харин www.news.mn, www.gogo.mn гэх мэт цахим хуудсуудад мэдээлэл байршуулахад төлбөр төлнө. Гэхдээ, мэдээллийн агуулга нь иргэдэд санхүүгийн боловсрол олгох байвал үнэгүй байршуулж болно. Өөрөөр хэлбэл, зөвлөгөөний байнгын буланг хөтөлж явуулна гэсэн үг. Нөгөөтэйгүүр, арилжааны цахим хуудсуудад агуулгаа мөнгө төлж байршуулснаас ойрын ирээдүйд санхүүгийн боловсролын баялаг агуулгатай болох www.frc.mn цахим хуудсаа сурталчилан таниулах нь үр дүнтэй. Гарах ганц зардал нь цахим хуудсуудад зориулж агуулга боловсруулагчийн цалин, хөлсний зардал юм. Гэхдээ, хажууд бичигдсэн ихэнх агуулгууд хийгдсэн байх учир зардал гаргахгүйгээр шийдэж болно. Жишээ нь сонингийн нийтлэл, нэвтрүүлгийн бичлэгээ цахим хуудсанд тавих гэх мэт
	Видео реклам		
	Баримтат кино		
	ТВ зохиомж		
	Олон ангит уран сайхны кино		
	ТВ хичээл		
	ТВ ярилцлага		
	Брошур, комик ном, ном		
	Радио нэвтрүүлэг		
	Радио реклам		
	Радио жүжиг		
	Радио ярилцлага		
	Радио баримтат нэвтрүүлэг		
	Радио зохиомж		
	Радио цуврал жүжиг		

	Радио хичээл		
	Зурагт хуудас		
	Видео, сургалт, брошур, ном		
	Сонингийн ярилцлага		
	Сонингийн нийтлэл		
	Сонинд хэвлэгдсэн зөвлөгөө		
	Сонинд хэвлэгдсэн хичээл		
	Сонингийн реклам, мессеж		
	Тайлбар толь		
	Санхүүгийн байгууллагуудын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний харьцуулалт		
Сэтгүүл (TV Zone: 25000 орчим хувь хэвлэгддэг)	Ярилцлага	1. Агуулга тодорхойлолт 2. Бичих	Бүтэн нүүр: 550.000₮ Тал нүүр: 330.000₮ **Жич:** Энэ сэтгүүлтэй хамтран ажиллаж, санхүүгийн боловсролын байнгын булан хөтөлбөл зардал гарахгүй. Гагцхүү, сайн агуулга боловсруулах л хэрэг гарна.
	Нийтлэл		
	Зөвлөгөө		
	Хичээл		
	Реклам, мессеж		

Захууд, худалдаа, үйлчилгээний төвүүд	Брошур, зурагт хуудас, том самбар	1. Агуулга боловсруулалт 2. Дүрсжүүлэлт + Зураг зуралт, авалт 3. Эх бэлтгэл 4. Хэвлэлт 5. Түгээлт/Байршуулах	Бэлэн брошурыг түгээнэ. Эх нь бэлэн зурагт хуудсыг хэвлэж, байршуулна. Самбар мэдээлэл байршуулахад хулдаасан хэвлэлийн зардал гарна. **Хулдаасан хэвлэл:** 1м2 нь хамгийн хямд нь 2000-5000₮. Хулдаасныхаа чанараас шалтгаалан үнэ нь ялгаатай. Зарим самбарын эзэд, хулдаасан хэвлэл, тогтоолтыг нь хийж өгдөг.
Гудамжны худалдаа	Брошур	1. Агуулга боловсруулалт 2. Дүрсжүүлэлт + Зураг зуралт, авалт 3. Эх бэлтгэл 4. Хэвлэлт 5. Түгээлт	
Хөдөлмөрийн яам, түүний харъяа байгууллагууд ажилд зуучлагчид	Брошур, зурагт хуудас, ханын самбар	1. Агуулга боловсруулалт 2. Дүрсжүүлэлт + Зураг зуралт, авалт 3. Эх бэлтгэл 4. Хэвлэлт 5. Түгээлт/Байршуулах	Бэлэн брошурыг түгээнэ. Эсвэл цахим хувилбарыг өгч, сонирхсон хүмүүст хэвлэж өгдөг байж болно Эх нь бэлэн зурагт хуудсыг хэвлэж, байршуулна. Хөдөлмөрийн Яам нь 1. Хөдөлмөрийн төв бирж 2. Хөдөлмөр эрхлэлтийн үйлчилгээний төв 3. Хөдөлмөрийн судалгааны институт 4. Хөдөлмөрийн эрүүл мэнд судлалын үндэсний төв 5. Жижиг, дунд үйлдвэрийг хөгжүүлэх сан гэсэн харъяа байгууллагуудтай. Мөн 18 аймаг бүрт Хөдөлмөрийн Хэлтэс байдаг
Утсаар ярих: Телемаркетинг	Зөвлөгөө	1199-тэй нягт уялдаатай ажиллах	Алслагдсан байршлуудад мэдээлэл түгээх, мэдээлэл авах тал дээр хамтран ажиллаж болох юм
Санхүүгийн боловсролын зөвлөгөө өгдөг мэргэжилтэн	Зөвлөгөө, брошур, ном		Бэлэн брошур, ном, комик номыг хэвлэж түгээх эсвэл цахим хувилбарыг сонирхсон хүмүүст илгээж болно

Хэлбэр - CD, DVD	ТВ нэвтрүүлэг	1. Бэлэн контентыг хуулах 2. Түгээх/Борлуулах	1 DVD 700₮ үнэтэй. Хувилах үнэ тоо хэмжээнээс шалтгаална. Олон тоогоор хувилбал үнэ буурна. (Энэ байгууллага CD, DVD хувилж, олшруулдаг www.cddvd.mn)
	Видео реклам		
	Баримтат кино		
	ТВ зохиомж		
	Олон ангит уран сайхны кино		
	ТВ хичээл		
	ТВ ярилцлага		
	Брошур, комик ном, ном		
	Радио нэвтрүүлэг		
	Радио реклам		
	Радио жүжиг		
	Радио ярилцлага		
	Радио баримтат нэвтрүүлэг		
	Радио зохиомж		
	Радио цуврал жүжиг		
	Радио хичээл		
	Видео, сургалт, брошур, ном		

Хэлбэр - Нээлттэй өдөр	Зөвлөгөө, брошур, ном, самбар	1. Хүний нөөц 2. Асарын түрээс **Самбар:** 1. Хөл/Жааз, хүрээ 2. Агуулга 3. Эх бэлтгэл 4. Хэвлэлт	Асарын 1 өдрийн түрээс: 3 х 3метр асар: 150.000₮ 5 х 5 метр асар: 200.000₮ Бэлэн брошур тараана Бэлэн ном тараана Бэлэн самбар ашиглана. Энэ арга хэмжээний үр дүнд хэдэн хүнд хүрэх нь нээлттэй өдөрт хэдэн хүн ирэхээс шалтгаална. Тиймээс энэ арга хэмжээг зохион байгуулахтай холбоотой олон нийтийн харилцааны ажилд онцгой ач холбогдол өгөх хэрэгтэй. Тиймээс цахим орчинд, лавлах утас, ТВ-гээр арга хэмжээний тухай сурталчилгааг цацах хэрэгтэй. Сурталчилгааны агуулга нь СЗХ иргэд, олон нийтийн ямар асуудлыг шийдэхэд туслахыг тайлбарлаж, ойлгуулсан байвал үр дүнтэй.

11. **ТОДОРХОЙЛОГДСОН МЕССЕЖҮҮДИЙГ ХЭРХЭН АШИГЛАХ ВЭ? ХҮРТЭЭМЖИЙГ ХЭРХЭН НЭМЭГДҮҮЛЭХ ВЭ?**

Санхүүгийн Боловсролын

Телевизийн олон ангит кинонд оруулна

Телевиз: Телевизийн олон ангит киногоо сонгосон телевизээр цацна.

Цацалтын зардал: 66.000$

Бэлэн киногоо дараах байдлаар ашиглана

Интернэт: Телевизийн олон ангит киногоо www.frc.mn, www.financialeducation.mn буюу санхүүгийн вики-д байршуулах

Зардал: Байхгүй

DVD: Телевизийн олон ангит киног DVD-д хувилж, орон нутгийн ТВ-нүүд, ХЗХ-д, СЗХ-ны аймгууд дахь төлөөлөгчид өгөх

Зардал: DVD ба хувилах, сав баглаа, боодлын зардал

Бусад хувилбар

Ном: Телевизийн олон ангит кино зохиолоо үргэлжилсэн үгийн хэлбэрт оруулан, ном болгож, борлуулах

Зардал:

- Үргэлжилсэн үгийн хэлбэрт оруулах
- Номын эх бэлтгэх
- Номын гэрэл зураг: Кино зураг авалтын үед авсан гэрэл зургийг ашиглана

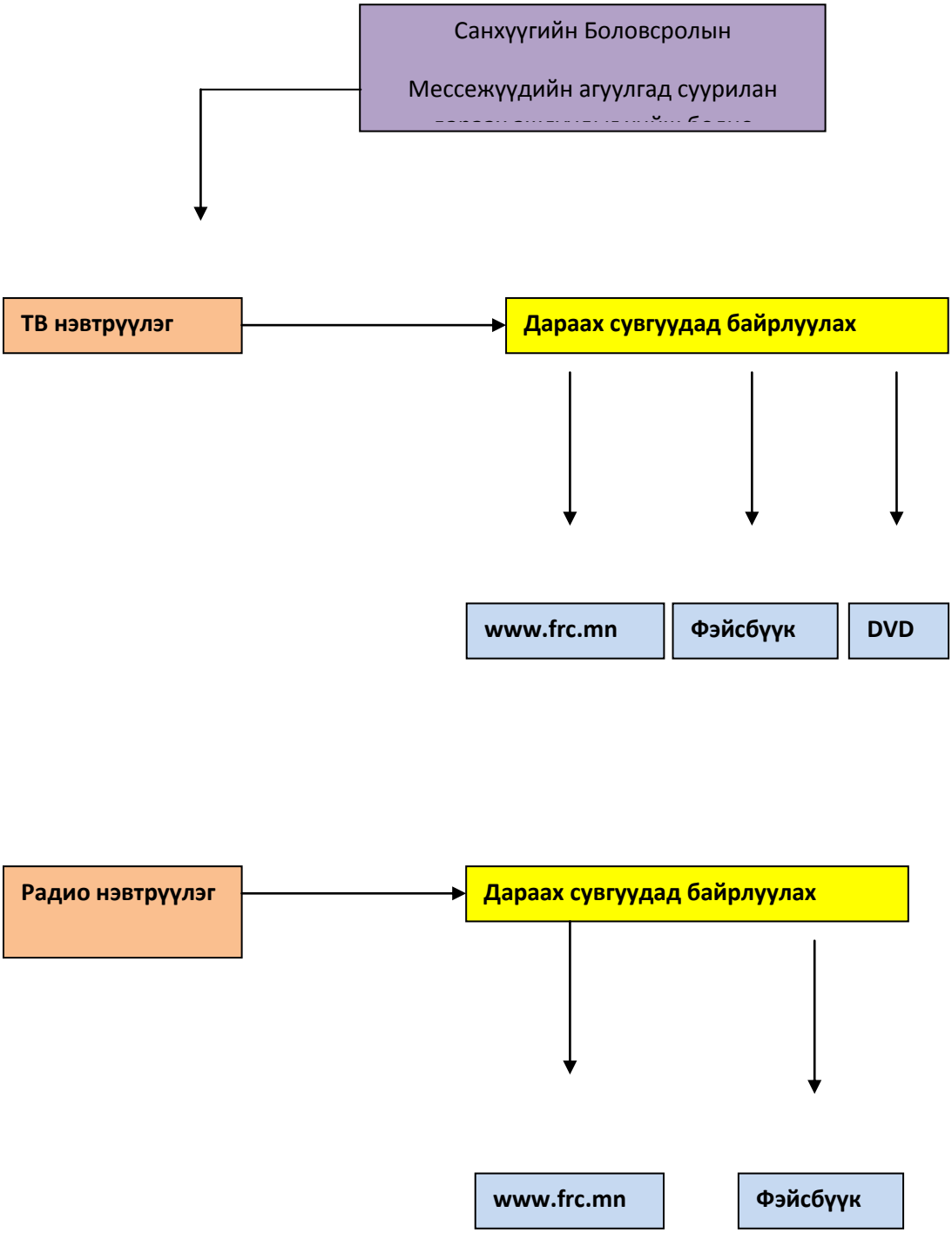
Эсвэл номны эхийг бэлтгэж www.frc.mn-д хуулж авах боломжтойгоор байршуулж болно

Радио: Телевизийн олон ангит кино зохиолоо радио зохиол болгон хөрвүүлж, радио жүжиг бэлтгэх

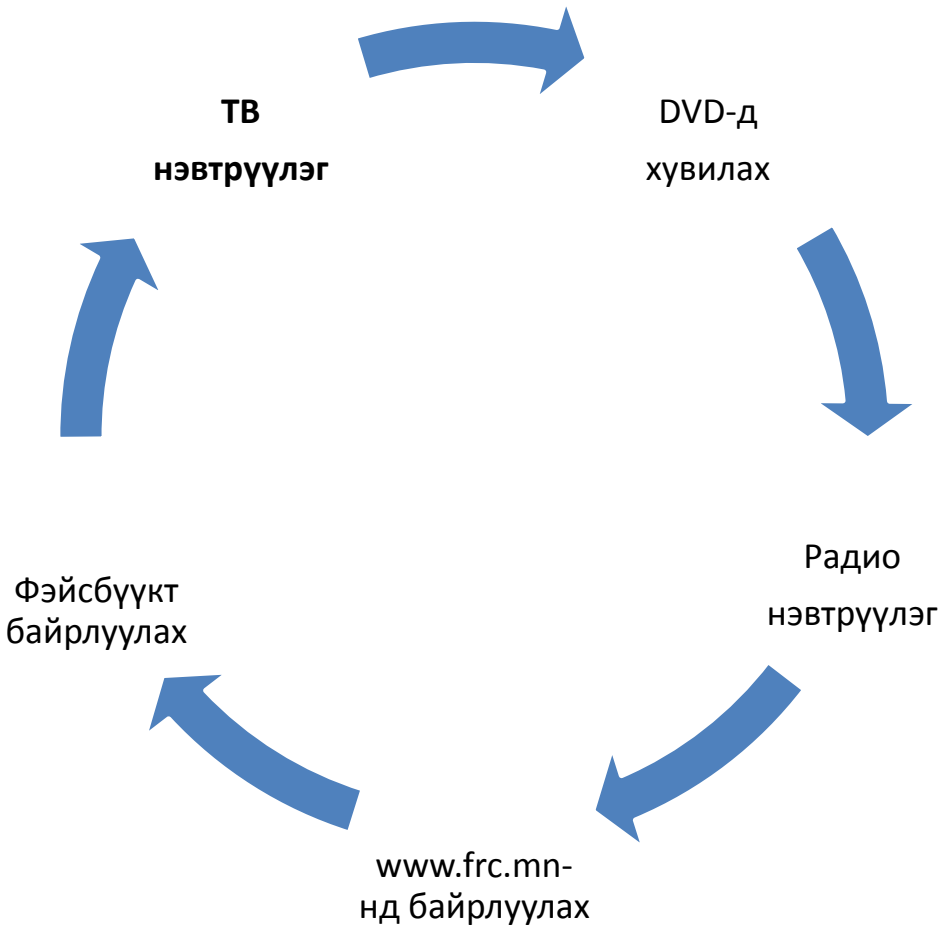
Зардал:

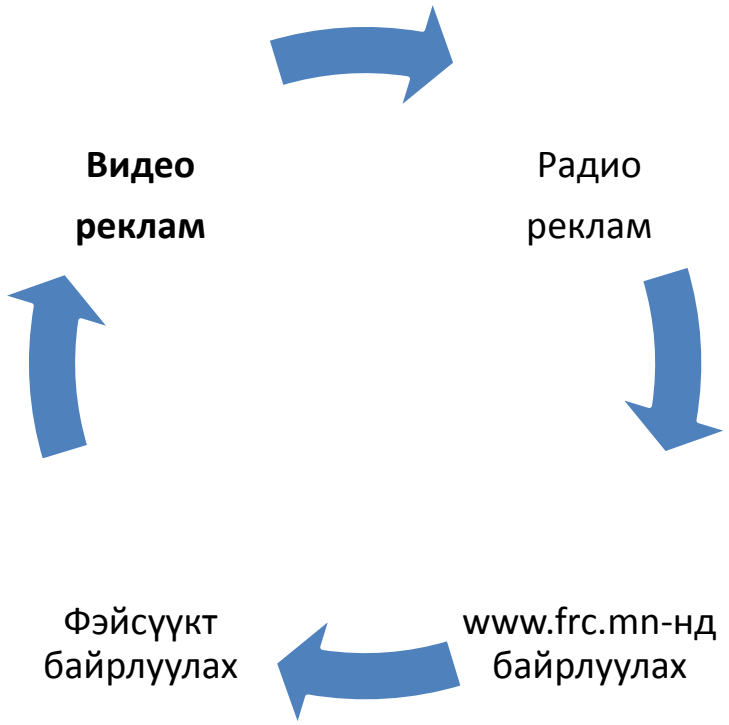
- Радио жүжиг хэлбэрт оруулах
- Радиогын эх бэлтгэх

Радио жүжгийн аудио файлыг www.frc.mn-д хуулж авах боломжтойгоор байршуулж болно

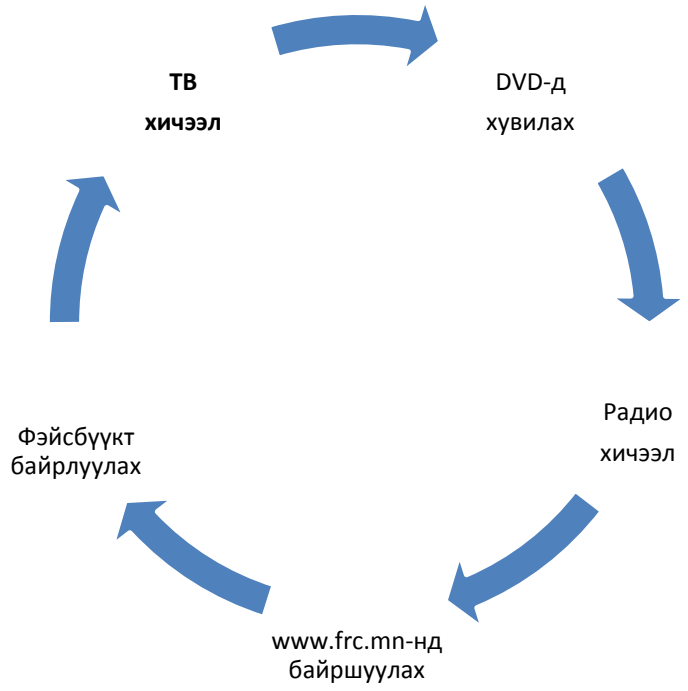

Санхүүгийн Боловсролын
Мессежүүдийн агуулгад суурилан
ТВ нэвтрүүлэг
Дараах сувгуудад байрлуулах
www.frc.mn
Фэйсбүүк
DVD
Радио нэвтрүүлэг
Дараах сувгуудад байрлуулах
www.frc.mn
Фэйсбүүк

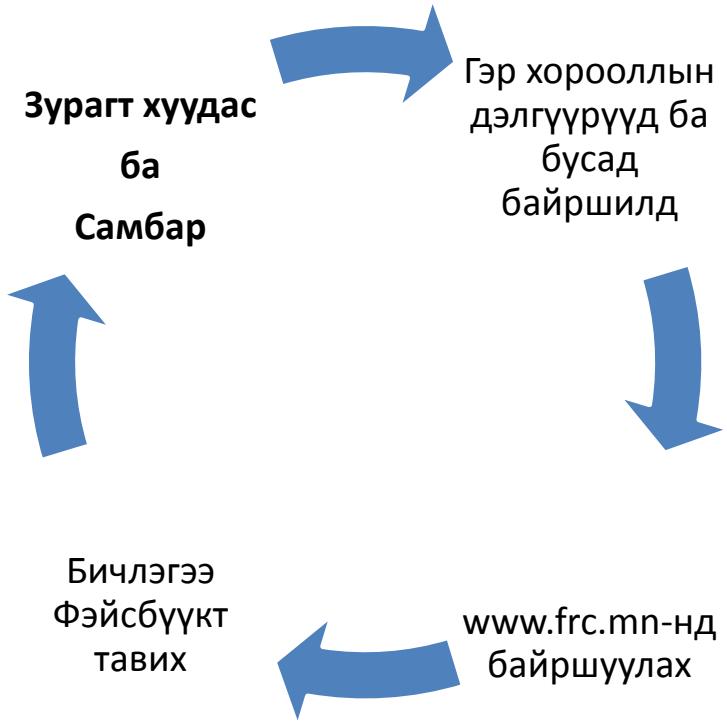
12. НЭГ АГУУЛГА – ОЛОН СУВАГ & ХЭЛБЭР

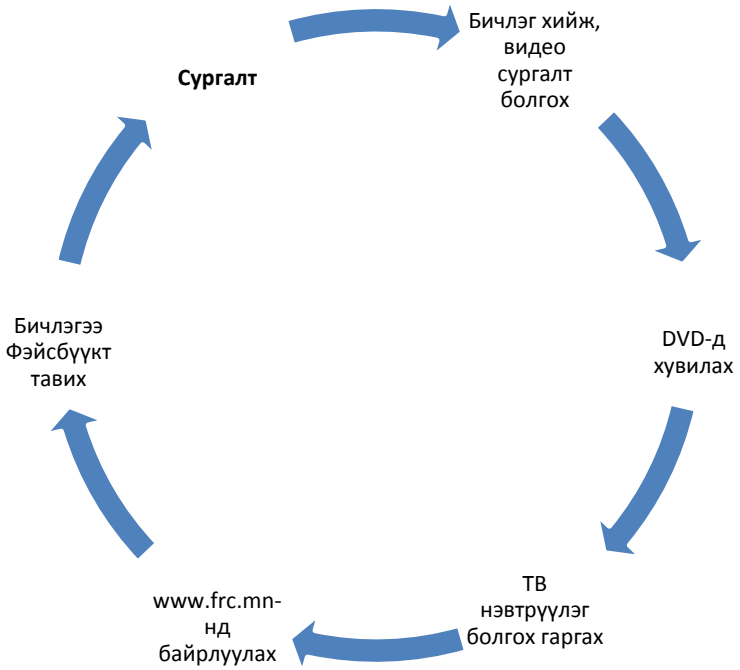



Радио
реклам
www.frc.mn-нд
байрлуулах
Фэйсүүкт
байрлуулах
Видео
реклам

Түгээх
www.frc.mn-нд
байрлуулах
Фэйсүүкт
байрлуулах
- Брошур
- Комик ном
- Ном


DVD-д
хувилах
Радио
хичээл
www.frc.mn-нд
байршуулах
Фэйсбүүкт
байрлуулах
ТВ
хичээл


Гэр хорооллын
дэлгүүрүүд ба
бусад
байршилд
www.frc.mn-нд
байршуулах
Бичлэгээ
Фэйсбүүкт
тавих
Зурагт хуудас
ба
Самбар


Сургалт
Бичлэг хийж, видео сургалт болгох
DVD-д хувилах
ТВ нэвтрүүлэг болгох гаргах
www.frc.mn-нд байрлуулах
Бичлэгээ Фэйсбүүкт тавих

Сонин, сэтгүүлд:
- Нийтлэл
- Зөвлөгөө
- Ярилцлага
- Хичээл
- Реклам/Баннер тавих
www.frc.mn-нд тавих
Фэйсбүүкт байрлуулах

Бидэнд байгаа төсөв

1) Телевизийн шоуны сурталчилгаа, 2) түүнийг дэмжсэн хэвлэмэл материалуудыг тараах, 3) гар утасны мессежний төлбөрт нийт 45.000 ам.доллар төсөвлөгдсөн. Үүнийг 3 тэнцүү хуваавал эхний 1 үйл ажиллагааны төсөв 15.000 ам.доллар. Үүнийг 1700₮-р үржүүлбэл 25.500.000₮

25.500.000 төгрөгөөр дараах ажлуудыг хийхийг зөвлөж байна.

Зөвлөмж

Мессежүүдэд түшиглэн ТВ нэвтрүүлгийн агуулга боловсруулж, зохиол бичүүлэх

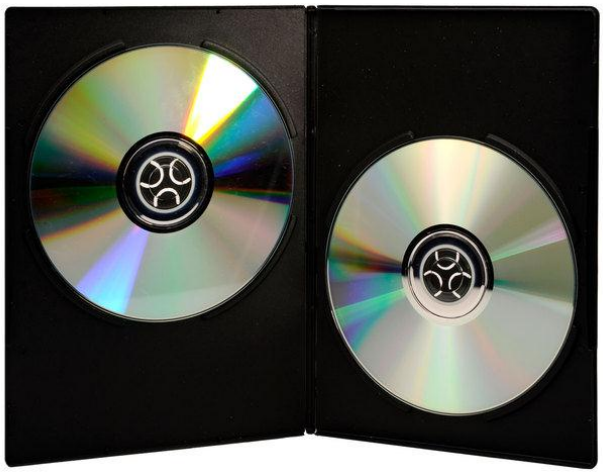
Жич: Тодорхой болсон мессежүүдээ ашиглан, тэдгээрийг тайлбарлаж, танилцуулсан агуулга бүхий ТВ нэвтрүүлгийг бэлтгэн, цацаж болно. Ингэхэд ТВ нэвтрүүлгийн зохиол боловсруулах зардал гарна. Гэхдээ хамтран ажилладаг ТВ-н сэтгүүлчтэй, СЗХ-ны мэргэжилтэн ойр ажиллаж, мессежийг сонирхолтой, энгийн хэлбэрээр хүргэх тал дээр анхаарч ажиллавал огт зардалгүй хийж болно.

Киног DVD-д хувилах

Зардал: DVD ба хувилалт

Үнийн санал (www.cddvd.mn):

Хувилах тоо: 300ширхэг



Зурган дээр харуулсан шиг DVD = 3200₮ (Үүнд 2DVD ордог гэр, 2 DVD, DVD дээрх хэвлэлт, гэрний гадуур байх цаасан хэвлэл багтсан)

1DVD-д 4 анги багтана. 26 ангит кино 7DVD-д багтана. Тэгэхээр, зурган дээрх шиг 4DVD хэрэгтэй.

26 ангит ТВ олон ангит киноны DVD-ний үнэ: 3200 x 4 = 12800₮

12800₮ x 300 ширхэг = 3.840.000₮ (Ийм тоогоор хийлгэвэл Монголд хувилна)

12800₮ x 500 ширхэг = 6.400.000₮ (Ийм тоогоор хийлгэвэл Хятадад хувилна. Чанар нь Монголд хэвлэснээс илүү гэсэн)

Киног ном болгох

Зардал: Зохиолч

Зардал: Ойролцоогоор **5-6** сая төгрөг

Бусад зардал:

- Номын эх бэлтгэлийн зардал: **1.5-2** сая төгрөг. Номонд кино зураг авалтын үеэр авсан гэрэл зургуудыг ашиглаж болно.
- Хэвлэлт: Номыг хэвлэхгүй. www.frc.mn-нд байрлуулна. Хүмүүс татаж аваад хэвлэж болно.

Киног радио жүжиг болгох

Зардал:

- Зохиолын зарим хэсгийг радиогийн зохиол болгох
- Радио жүжгийн гүйцэтгэл

Жич: Киног бүтээгдсэний дараа энэ ажлыг эхлүүлнэ. Учир нь киноны аудиог шууд авч ашиглах юм. Киноны аудионоос шууд ашиглаж болохгүй буюу сонсогч ойлгохоргүй хэсгүүдийг өөрчлөн бичиж, хоолойг нь дахин уншуулна. Ингэвэл радио жүжгийн гүйцэтгэлийн зардал бага байх боломжтой. Түүнчлэн, кинонд тоглосон жүжигчидтэйгээ гэрээ байгуулахдаа радио жүжгийн зарим хэсгийн дууг оруулна гэж тусгах хэрэгтэй. Нэмэлт хоолой уншилтыг радиогийн студид бус телевизийн студид уншуулбал зардал багатай байж болно. Улмаар бэлэн болсон мөн нийгмийн сайн сайханд чиглэсэн агуулгатай гэдэг утгаар нь радио жүжгээ радиогоор байж болох хамгийн бага зардлаар цацахыг эрмэлзэх хэрэгтэй. Энэ тохиролцоо дээд удирдлагын түвшинд ярилцах нь оновчтой.

Мессежүүдэд түшиглэн Видео реклам

ТВ олон ангит кинонд орж буй санхүүгийн боловсролын мессежүүдийг тухайн мессежийг хүргэж буй гол дүрийн жүжигчидийг ашиглан ТВ рекламанд зориулж зургийг нь авахаар гэрээнд оруулах хэрэгтэй. Ингэвэл ТВ сурталчилгаануудыг гүйцэтгэлийн зардалгүй хийлгэх боломжтой.

- Цацалтын хувьд, дээд удирдлагуудын түвшинд мөн тухайн телевизийн нийгмийн хариуцлагын хүрээнд хөнгөлөлттй үнээр цацуулах талаар ярилцах хэрэгтэй.

Мессежүүдэд түшиглэн Брошур

Кино зохиол, видео рекламын агуулга, ТВ нэвтрүүлгийн зохиол зэргээс брошурын агуулга боловсруулагдах боломжтой. Киноны зураг авалтын үеэр авсан гэрэл зургуудыг ашиглах боломжтой.

Зардал:

- Агуулга боловсруулалт
- Эх бэлтгэл
- Хэвлэлт

Мессежүүдэд түшиглэн Зурагт хуудас

Брошурын агуулгаа ашиглан зурагт хуудасны агуулгыг боловсруулах боломжтой. Мөн киноны зураг авалтын үеэр авсан гэрэл зургуудыг ашиглах боломжтой.

Зардал:

- Эх бэлтгэл
- Хэвлэлт

13. ДҮГНЭЛТ

Төслийн удирдах хорооны даргын баталсан төлөвлөгөөний дагуу Маркетингийн төлөвлөгөөг иж бүрэн чанартай хийж гүйцэтгэхэд шаардагдах ажилбаруудыг нэгбүрчлэн хийж гүйцэтгэсний үндсэн дээр энэхүү төлөвлөгөөг эцэслэн боловсруулав.

Хэдийгээр шахуу хугацаанд хийж гүйцэтгэхээр төлөвлөсөн ч судалгаа шинжилгээ хийх, харьцуулах, уулзалтуудыг зохион байгуулах, мессежүүдийг боловсруулах, оновчтой суваг болон хэлбэрийг тогтоох, шаардлагатай зардлыг урдчилан төсөвлөх зэрэг бүхий л ажлыг иж бүрэн хийж энэхүү төлөвлөгөөнд үр дүнг нь тусгав.

Аль болох олон эх үүсвэрээр мэдээлэл цуглуулж ажиллахыг хичээсэн бөгөөд гарсан үр дүнг ч мөн санхүүгийн боловсролыг түгээх бусад арга, хэлбэрт ашиглаж болно гэдэгт итгэлтэй байна.

Мессежүүдийг боловсруулахдаа аль болох амьдралд нийцтэй, хүн бүхэнд тулгамдаж буй асуудлуудын хүрээнд шууд үр шимийг нь ашиглах боломжтой байхаар боловсруулсан бол суваг, хэлбэрийг тогтоохдоо үр ашигтай болон хүртээмжтэй байдлыг харгалзан үзэж сонгосон болно.

Уг төлөвлөгөөг боловсруулахдаа үндсэн гурван бүлэг асуудлыг хамарсан бөгөөд та энэ бүлгийн дагуу танилцах нь үр дүнтэй байх болно. Эдгээр нь:

1. Санхүүгийн боловсролын мессежүүд
2. Санхүүгийн боловсролын мессежүүдийг түгээх тохиромжтой суваг
3. Санхүүгийн боловсролын мессежүүдийг түгээх оновчтой хэлбэр

болно.

14. АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛУУД

1. “Иргэдийн санхүүгийн чадавх болон хамгаалалт” судалгаа. 2013 оны 8 дугаар сар. Дэлхийн банк болон USAID

2. Иргэдийн санхүүгийн боловсролын чиглэлээр бага дунд орлоготой иргэдийн дунд хийсэн фокус бүлгийн ярилцлагын тайлан. 2013 оны 8 дугаар сар. ЯИЧСҮХНТ

3. Банк, ХЗХ, хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудтай хийсэн уулзалтын тэмдэглэлүүд. 2013 оны 10, 11 сар. Төслийн үндэсний зөвлөхүүд

4. Санхүүгийн хөтөч. Иргэдэд зориулсан гарын авлага. 2010 он. СЗХ болон Нээлттэй нийгэм форум

5. Нийгмийн даатгалын хуулиудыг хэрэгжүүлэтэй холбогдсон аргачлал, зөвлөмж. 2010 он. НДЕГ

6. Wikipedia.org, Investopedia.com болон бусад цахим эх үүсвэрүүд