

Улаанбаатар хотын
Цэвэр агаарын санаачлага 2-р үе

Байгаль орчин, ногоон хөгжлийн яам/ЕСБХБ

Евроконсалт Мотт МакДоналд
Ногоон Хөгжлийн Хөтөч ТББ
Монголиан Барристерс & Солиситорс ХХК

2013 – 4сар



Улаанбаатар хотын цэвэр
агаарын санаачлага 2-р үе
Гэрээний дугаар: 22384/EBSF2009-09-117/01

*Агаарын бохирдлыг бууруулах кампанит
ажлын хүртээмжийг тандах судалгаа*

2013-4 сар

Байгаль орчин, ногоон хөгжлийн яам
ЕСБХБ

БОНХЯ
Засгийн газрын II байр
Нэгдсэн үндэстний гудамж 5/2
Улаанбаатар -210646
Монгол улс

ЕСБХБ
One Exchange Талбай,
Лондон хот, EC2A 2JN,
Их Британи

Боловсруулсан, шинэчилсэн тэмдэглэл

Шинэчилсэн	Огноо	Боловсруулсан	Шалгасан	Баталсан	Тайлбар
0	2013-04-18	Э.Отгонзаяа	М.Амгалан		
1	2013-04-20	Э.Отгонзаяа	Д.Энхээ		
2	2013-05-09	Э.Отгонзаяа	Д.Эрдэнэ		
3					

Улаанбаатар хотын цэвэр агаарын санаачлага 2-р үе

Улаанбаатар хотын гэр хороололлын уламжлалт зууханд чанар муутайтүүхий нүүрс түлэх нь ялангуяа өвлийн саруудад хотын агаар бохирдуулагч гол хүчин зүйл болдог. Хотын агаарын чанар нь оршин суугчдын эрүүл мэнд цаашлаад улс орны эдийн засагт сөргөөр нөлөөлж байна. Иймд уламжлалт зуухыг утаа бага ялгаруулдаг зуухаар солих, түүхий нүүрсийг боловсруулсан, нүүрсэнсуурьтай, утаа бага ялгаруулдаг, хэмнэлт сайтай түлшээр солих нь тулгамдаад байгаа агаарын бохирдлын асуудлын нэлээд хэсгийг богино хугацаанд шийдвэрлэх үр дүнтэй арга хэмжээний нэг гэж үзэх болсон. Боловсруулсан түлшний найдвартай нийлүүлэлт, түлш, зуухыг хослуулах, тэдгээрийг дэмжсэн орчин, стандартуудыг батлан гаргах нь уг арга хэмжээг үр дүнтэй явуулахад зайлшгүй шаардлагатай. Засгийн газраас боловсруулсан түлшний хэрэглээнд шилжих үйл ажиллагааны тодорхой хэсэгт дэмжлэг үзүүлэхийг Европын сэргээн босголт хөгжлийн банкнаас (ЕСБХБ) хүссэн юм. ЕСБХБ нь Засгийн газартай хамтран 2008 оны 9-р сараас боловсруулсан түлшний хэрэглээнд шилжих төлөвлөгөөг боловсруулахаар хамтран ажиллаж эхэлсэн. Уг төлөвлөгөөний үндсэн хэсгийг 2009 оны 6-р сард Засгийн газраар батлуулахаар өргөн барьсан. Засгийн газар Үйл ажиллагааны хүрээний баримт бичгийн гол бүрэлдэхүүн хэсгүүдийг зарчмын хувьд баталж, 2010 оны 6-р сард Монгол Улсын их хурал Агаарын тухай багц хуулиудыг баталж гаргасаны дараа тус банк төслийн II үеийг үргэлжлүүлэн хэрэгжүүлэхээр шийдвэрлэж баримт бичигт заасан гол сгүүдийг хэрэгжүүлэхэд Засгийн газарт дэмжлэг үзүүлэх Зөвлөхүүдийг шалгаруулж авах ажлыг гүйцэтгэсэн. Зөвлөхүүд нь уг баримт бичгийн холбогдох хэсгүүдийг хэрэгжүүлэхэд Засгийн газарт хууль эрх зүй, эдийн засаг, техникийн болон чадавхийг бэхжүүлэхэд шаардлагатай бүхий л тусламж дэмжлэг үзүүлэх зорилготой.

Энэхүү баримт бичгийг дээр нэр заасан төслийн зорилгын хүрээнд, зөвхөн эрх бүхий талуудад зориулан гаргасан болно. Өөр зорилгоор ашиглаж үл болно.

Энэхүү баримт бичгийг ашиглах эрх бүхий талуудаас бусад этгээдүүд өөр зорилгоор ашигласнаас үүдэн гарсан үр дагавар, бусад талуудаас нийлүүлсэн мэдээллийн алдаа мадаг, орхигдсон зүйлсийн талаар манай тал ямар нэгэн хариуцлага хүлээхгүй.

Энэхүү баримт бичиг нь нууц мэдээлэл агуулсан оюуны өмчийн бүтээл болно. Бидний болон энэ баримтыг бэлтгэсэн талын зөвшөөрөлгүйгээр бусад талуудад үзүүлэхийг

Гарчиг

1	УДИРТГАЛ	3
1.1	Улаанбаатар хотын агаарын бохирдол	3
1.2	Улаанбаатар хотын Цэвэр агаарын санаачлага төслийн 2-р үе (УБЦАС II)	3
1.3	Агаарын бохирдлыг бууруулах Үндэсний кампанит ажил	3
2	ИРГЭДЭД МЭДЭЭЛЭЛ ХҮРГЭХ АЖЛЫН ТУХАЙ	4
3	СУДАЛГААНЫ НЭГДСЭН ДҮН	5
3.1	Судалгаанд оролцогчийн ерөнхий мэдээлэл	5
3.2	Телевизийн нэвтрүүлгээс мэдээлэл хүлээн авсан байдал	7
3.3	Вэб сайт, сонингоос мэдээлэл хүлээн авсан байдал	10
3.4	Агаарын чанарын мэдээ хүлээн авсан байдал	12
4	СУДАЛГААНЫ АЖЛЫН ДҮГНЭЛТ	14

Хүснэгт

Хүснэгт 1:	Судалгааны түүвэр	5
Хүснэгт 2:	Өрхийн орон байрны нөхцөл	6
Хүснэгт 3:	Халаалтын хэрэгсэл	6
Хүснэгт 4:	Давхардсан тоогоор нэвтрүүлгийг үзсэн байдал	8
Хүснэгт 5:	Бусад телевизээр нэвтрүүлэг үзсэн оролцогчийн тоо	8
Хүснэгт 6:	Үзсэн телевизээ санахгүй байгаа оролцогчийн тоо	9
Хүснэгт 7:	ТВ нэвтрүүлгээс санаанд үлдсэн зүйл байгаа эсэх	9
Хүснэгт 8:	ТВ нэвтрүүлгээс мэдэхийг хүссэн зүйл	10
Хүснэгт 9:	Сонингоос мэдээлэл авсан оролцогчдын тоо	11
Хүснэгт 10:	Мэдээлэл авсан сонингийн төрөл	11
Хүснэгт 11:	Оролцогчдын агаарын чанарын мэдээг ойлгосон байдал	12
Хүснэгт 12:	Агаарын чанарын мэдээг хүргэх чиглэлд гарсан саналууд	12

График

График 1:	Оролцогчдын нас	5
График 2:	Боловсролын түвшин	5
График 3:	Хөдөлмөр эрхлэлтийн байдал	6
График 4:	Өрхийн дундаж орлого	6
График 5:	Түлшний хэрэглээ	7
График 6:	Оролцогчдын телевизийн нэвтрүүлэг үзсэн эсэх	7
График 7:	ТВ нэвтрүүлгээс шинэ мэдээ, мэдээлэл авсан байдал	9
График 8:	Вэб сайтаас мэдээлэл авсан оролцогч	10
График 9:	Оролцогчдын мэдээлэл авсан сайтын нэр	11
График 10:	Агаарын чанарын мэдээ үзсэн оролцогчийн тоо	12

ХАВСРАЛТ

ХАВСРАЛТ 1:	СУДАЛГААНЫ АСУУМЖ	15
ХАВСРАЛТ 2:	НЭМЭЛТ ТЭМДЭГЛЭЛ	19

Товчилсон үгс

ДНБ
ЕСБХБ
УБЦАС II
АББҮХ
МҮОНТ

Дотоодын нийт бүтээгдэхүүн
Европын сэргээн босголт, хөгжлийн банк
Улаанбаатар хотын Цэвэр агаарын санаачлага 2 төсөл
Агаарын бохирдлыг бууруулах үндэсний хороо
Монголын үндэсний олон нийтийн телевиз

Оршил

Агаарын бохирдлыг бууруулах талаар явуулж буй олон нийтэд зориулсан сурталчилгааны ажилд дэмжлэг үзүүлэх зорилгоор Боловсруулсан түлшний талаарх гэр хорооллын оршин суугчдын ойлголт, мэдээллийг авдаг голлох мэдээллийн сувгуудыг тодорхойлох, мөн ямар арга хэлбэрээр явуулвал ард иргэдэд хүрэх талаар дэлгэрэнгүй судалгаа явуулсан. Тэрхүү судалгаа нь боловсруулсан түлшний талаарх гэр хорооллын иргэдийн ерөнхий ойлголт мэдлэг, хандлагыг тандаж, мэдээлэл авч буй суваг, агуулгыг судалж, цаашид түгээх мэдээ мэдээллийн агуулга, хүрээ, сувгийг үнэн зөв, бодитоор тодорхойлоход чиглэгдсэн юм.

Дээр дурьдагдсан судалгааны дүнд тулгуурлан агаарын бохирдлыг бууруулахад иргэдийн оролцоог нэмэгдүүлэх, төр засгийн бодлого хэрэгжилтийг олон нийтэд сурталчилах зорилгоор Агаарын бохирдлыг бууруулах үндэсний хорооноос иргэдэд мэдээ, мэдээлэл хүргэх ажлыг зохион байгуулсан юм.

Энэхүү судалгаа нь дээрх зохион байгуулсан ажлын хүрээнд олон нийтэд түгээсэн мэдээлэл зорилтот бүлэгтээ хүрсэн эсэхийг тандах зорилготой болно.

1 Удиртгал

1.1 Улаанбаатар хотын агаарын бохирдол

Монгол орны хот суурин газруудын агаарын бохирдол нэн тулгамдсан асуудлын нэг болоод байна. Улаанбаатар хотын агаар дахь нарийн ширхэгт тоосонцорын(2.5 ба 10-ын аль алины)агууламж дэлхийн хэмжээнд хамгийн өндөрт тооцогдож байна. Дэлхийн банкнаас Монгол оронд агаарын бохирдолтой холбоотой гарах эрүүл мэндийн зардал улсын дотоодын нийт бүтээгдэхүүний (ДНБ) 9 орчим хувь, Улаанбаатар хотын ДНБ-ний 19 хувь байна гэх тооцоо гаргасан байна¹. Хот суурин газрын агаарын бохирдлын багагүй хэсэг нь гэр хорооллын түүхий нүүрсний хэрэглээтэй холбоотой. Монгол улсын Засгийн газрын хүсэлтийн дагуу олон улсын санхүүгийн байгууллага, хөгжлийн болон хандивлагч байгууллага бохирдлын асуудалд чиглэсэн олон талын арга хэмжээ авч хэрэгжүүлж байна. Агаарын бохирдлыг бууруулах чиглэлээр авч хэрэгжүүлж буй арга хэмжээнд уламжлалт зуухыг сайжруулсан зуухаар солих, боловсруулсан түлш нэвтрүүлэх, цахилгааны үнийн хөнгөлөлт үзүүлэх, гэр хорооллын айл өрхүүдийг орон сууцжуулах ажлууд хийгдэж байна. Агаарын бохирдлыг бууруулахад ЕСБХБ-наас ахуйн хэрэглээний түүхий нүүрсийг боловсруулсан түлшээр орлуулах, солих чиглэлээр хамтран ажиллаж байна.

1.2 Улаанбаатар хотын Цэвэр агаарын санаачлага төслийн 2-р үе (УБЦАС II)

ЕСБХБ-ны Улаанбаатар хотын Цэвэр агаарын санаачлага төслийн 1-р үед(2009) боловсруулсан түлш нэвтрүүлэх стратегийг тусгасан Үйл ажиллагааны ерөнхий бүдүүвч баримт бичгийг боловсруулан гаргасан. Одоогоор төслийн 2-р үе хэрэгжиж байгаа бөгөөд энэ шатанд олон чухал зөвлөмжгарган хэрэгжүүлж байна. Эдгээрийн нэг нь боловсруулсан түлшний түгээлтийн механизм баерхийн түлш худалдан авах чадавхийн талаарх зөвлөмж юм.

1.3 Агаарын бохирдлыг бууруулах Үндэсний кампанит ажил

АББҮХ – ноос Агаарын бохирдлыг бууруулах чиглэлээр иргэдэд мэдээлэл хүргэх ажлыг зохион байгуулсан. Уг ажлын хүрээнд иргэдэд агаарын бохирдлын талаар мэдээ, мэдээлэл хүргэх зорилгоор UBS, TV25, SBN, NTV зэрэг телевизүүдээр захиалгат нэвтрүүлэг, мэдээ, форум зэргийг бэлтгэн хүргэсэн. Мөн вэб сайт болон сонинд мэдээ нийтлэлүүд хэвлүүлэх ажлуудыг зохион байгуулсан байна. Энэ судалгааны ажлын зорилго нь олон нийтэд түгээсэн мэдээлэл зорилтот бүлэгтээ хүрсэн эсэхийг тандах явдал байв. Мөн агаарын чанарын мэдээг иргэд үздэг эсэх, тэр нь ойлгомжтой байсан эсэх болон цаашид хэрхэн хүргэх талаар санал хүсэлтийг тодруулахад чиглэгдсэн болно.

Өвлийн улиралд иргэдэд мэдээлэл хүргэхчиглэлээр хийгдсэн ажлуудын иргэдэд хүрсэн байдал болон цаашид мэдээллийг хүргэхэд анхаарвал зохих зарим зүйлсийг, иргэдийн саналын хамт тайланд зөвлөмж болгон орууллаа.

¹Дэлхийн банк, 2011. Улаанбаатарын агаарын чанарын дүн шинжилгээ –Эрүүл мэндэд үзүүлэх сөрөг нөлөөллийг бууруулахын тулд агаарын чанарыг сайжруулах нь.

2 Иргэдэд мэдээлэл хүргэх ажлын тухай

Агаарын бохирдлыг бууруулах талаар явуулж буй олон нийтэд зориулсан сурталчилгааны ажилд дэмжлэг үзүүлэх зорилгоор Боловсруулсан түлшний талаарх гэр хорооллын оршин суугчдын ойлголт, мэдээллийг авдаг голлох мэдээллийн сувгуудыг тодорхойлох, мөн ямар арга хэлбэрээр явуулвал ард иргэдэд хүрэх талаар дэлгэрэнгүй судалгаа хийгдсэн. Уг судалгааны дүнд тулгуурлан агаарын бохирдлыг бууруулахад иргэдийн оролцоог нэмэгдүүлэх, төр засгийн бодлого хэрэгжилтийг олон нийтэд сурталчилах зорилгоор Агаарын бохирдлыг бууруулах үндэсний хорооноос агаарын бохирдлыг бууруулах чиглэлээр иргэдэд мэдээлэл хүргэх ажлыг өрнүүлсэн юм.

Энэ ажлын хүрээнд олон нийтэд мэдээлэл хүргэх зорилгоор телевизээр нэвтрүүлэг, мэдээ форум бэлтгэн хүргэсэн бол сонин болон вэб сайтуудад мэдээ нийтлэлүүд хэвлүүлж олон нийтийн хүртээл болгосон байна.

Телевизийн нэвтрүүлэг нь UBS, TV25, SBN, NTV телевизүүдээр гарсан байна. UBS телевизийн “Цэлмэг ирээдүй”, 25-р суваг телевизийн “Цэвэр агаар”, NTV телевизийн “Амьдрал тэтгэгч” нэвтрүүлгүүд нь энэ оны 1-4 дүгээр саруудад тус бүр 12 удаа цацагдсан бөгөөд нэг удаагийн нэвтрүүлэг нь 30 минутын хугацаанд үргэлжилсэн байна. Цагийн хувьд оргил цагт гаргахаар болсон бөгөөд энэ нь телевизүүдийн хувьд ялгаатай байжээ. Харин SBN телевиз нь 2 удаа форум нэвтрүүлэг бэлтгэн хүргэсэн байна. Эдгээр нэвтрүүлгүүд нь дараах сэдвүүдийн хүрээнд хийгдсэн байна.

- ✚ Утаа бий болоход шилжилт хөдөлгөөн, замбраагүй газар олголт нөлөөлсөн эсэх. Гэр хороолол тэлэх шалтгаан юу байв.
- ✚ Утаа хүний эрүүл мэндэд нөлөөлдөг эсэх. Энэ нь ямар уршигтай тухай
- ✚ Улаанбаатар хотын агаарын чанарыг хэрхэн, ямар цэгүүд дээр хэмждэг тухай
- ✚ Монголын мянганы сорилтын сангаас хэрэгжүүлсэн сайжруулсан зуух, нам даралтын зуухны шинэчлэл, 50МВт-ын Салхит салхин паркийн тухай
- ✚ Боловсруулсан түлш, түүний хэрэглээ, борлуултын цэгийн талаар
- ✚ Агаарын бохирдлыг бууруулахад сэргээгдэх эрчим хүчийг ашиглах тухай
- ✚ Хөрсний бохирдол агаарын бохирдолд нөлөөлөх нь, түүний сөрөг үр дагаварын тухай
- ✚ ДЦС-4 дээр хэрэгжиж байгаа, үнс утаан хийн ялгаруулалтыг бууруулах технологи, сүлжээний насосыг 0 түвшинд шилжүүлэх, уур усны дулаан солилцуулагч дэд станцын талаар
- ✚ Дулааны алдагдлыг багасгах, орчин үеийн дулаалгын технологийн талаар
- ✚ Сайжруулсан зуух хрхэн хаанаас авах тухай, зуухыг зөв ашиглах тухай
- ✚ Ногоон байгууламж агаар хөрсийг цэвэршүүлдэг тухай

Эдгээр чиглэлүүдийн хүрээнд телевизүүд өөр өөрсдийн онцлогоор нэвтрүүлгээ бэлтгэн хүргэсэн байна. Харин вэб сайтын хувьд inet.mn, time.mn, times.mn, 24tsag.mn, news.mn гэсэн сайтуудад мэдээ нийтлэгдсэн бол сонингийн хувьд Өдрийн сонин, Үндэсний шууданд гарсан байна.

3 Судалгааны нэгдсэн дүн

Агаарын бохирдлыг бууруулах чиглэлээр иргэдэд мэдээлэл хүргэх ажлын хүрээнд иргэд олон нийтэд мэдээлэл хүргэх зорилгоор бэлтгэн хүргэсэн телевизийн захиалгат нэвтрүүлэг болон вэб сайт, сонин хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр дамжуулан иргэдийн хүлээн авсан мэдээллийн агуулга болон цаашид шинээр авахыг хүсч буй мэдээлэлзэргийгилрүүлэхийг зорьж ажиллалаа. Өмнө нь МҮОНТ – ийн мэдээний доогуур урсдаг агаарын чанарын мэдээг иргэд үзэж байсан эсэх, тухайн мэдээлэл нь иргэдэд ойлгомжтой байж чадсан эсэх талаар мөн судалгаанд авч үзсэн. Иргэдэд энэ төрлийн мэдээллийг ямар арга замаар хүргэвэл илүү үр дүнтэй хүртээмжтэй байх талаар иргэдийн саналыг авахыг зорилоо. Энэ хэсэгт агаарын бохирдолтой холбоотой мэдээлэл хүргэх ажлын хүрээнд телевиз болон хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр түгээсэн мэдээллийн хүртээмжинд хийсэн дүн шинжилгээг хүргэж байна.

3.1 Судалгаанд оролцогчийн ерөнхий мэдээлэл

Судалгаанд нийт 100 иргэн хариулт өгснөөс 20-35 насны 40, 36-45 насны 30, 46-60 насны 20, 60-аас дээш насны 10 оролцогч хамрагдсан. Эдгээр оролцогчдын 39 нь эрэгтэй оролцогч байлаа.

Харин хүйсийн хувьд эмэгтэй 61, эрэгтэй 39 хүн судалгаанд хамрагдлаа.

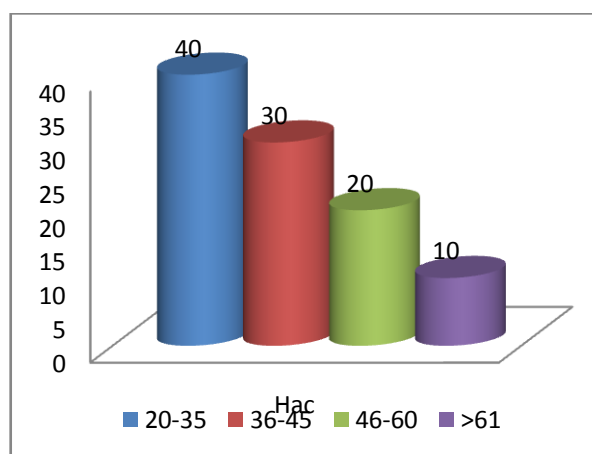


График 1: Оролцогчдын нас

Оршин сууж байгаа нутаг дэвсгэрийн хувьд хязгаарлалтын бүс нутгаас буюу Баянгол дүүргээс 17 иргэн, бусад бүс нутгийн төлөөлөл Сонгинохайрхан дүүргээс 21, Сүхбаатар дүүргээс 20, Чингэлтэй дүүргээс 21, Баянзүрх дүүргээс 21 иргэнийг тус тус хамрууллаа.

№	Дүүрэг	Эмэгтэй	Эрэгтэй	Нийт
1	Баянгол	10	7	17
2	Сонгинохайрхан	12	9	21
3	Сүхбаатар	14	6	20
4	Чингэлтэй	12	9	21
5	Баянзүрх	13	8	21

Хүснэгт 1: Судалгааны түүвэр

Судалгаанд хамрагдсан иргэдийг боловсролын түвшнээр нь авч үзвэл бага боловсролтой 1, дунд боловсролтой 7, бүрэн дунд боловсролтой 38, тусгай мэргэжлийн 23, дээд боловсролтой 31 иргэн хариулт өгчээ.

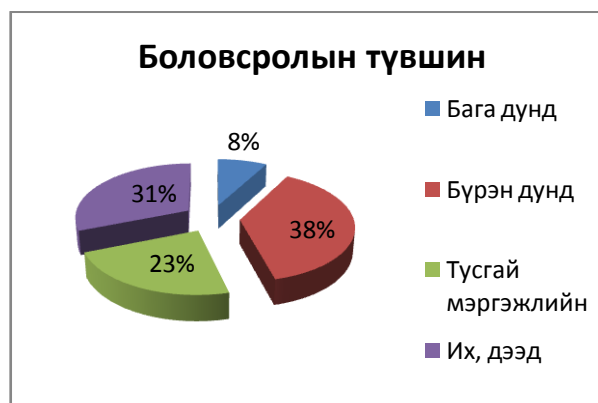


График 2: Боловсролын түвшин

Хөдөлмөр эрхлэлтийн байдлаар нь авч үзвэл хөдөлмөр эрхэлдэг 61, тэтгэвэрт гарсан 15, ажилгүй 23, группэд байгаа 1 иргэн байна. Эндээс харахад судалгаанд оролцогчдын дийлэнх нь хөдөлмөр эрхэлдэг хүмүүс байна.

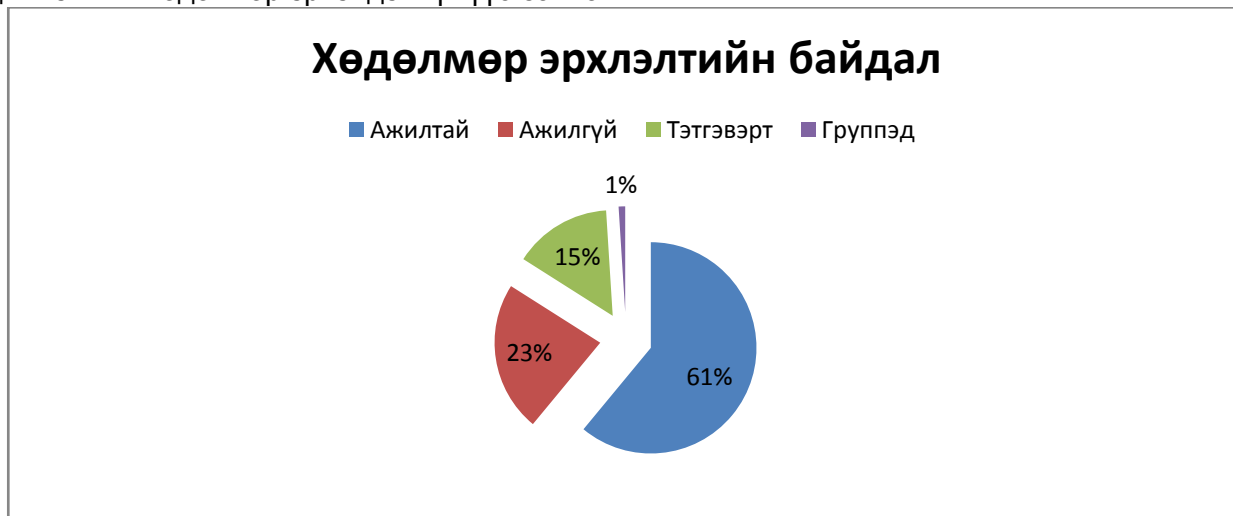


График 3: Хөдөлмөр эрхлэлтийн байдал

Өрхийн орон байрны нөхцлийн хувьд гэрт амьдардаг 40, 1-2 өрөө байшинд амьдардаг 49, 3 болон түүнээс дээш өрөө байшинд амьдардаг 7, гэр болон байшин хослуулан амьдардаг 4 өрх байлаа.

Өрхийн орон байрны нөхцөл	Орон байрны төрөл	Оролцогчдын тоо
	Гэрт	40
	1 – 2 өрөө байшин	49
	3 ба түүнээс дээш өрөө байшин	7
	Гэр байшин аль алинд нь	4

Хүснэгт 2: Өрхийн орон байрны нөхцөл

Өрхийн сарын дундаж орлогын түвшингээр нь ангилбал 200 мянга хүртэлх орлоготой 27 өрх, 201 мянгаас 600 мянган төгрөгийн орлоготой 45 өрх, 601 мянгаас 1 сая хүртэлх төгрөгийн орлоготой 25 өрх, 1 саяас дээш төгрөгийн орлоготой 3 өрх тус тус хамрагдсан байна.



График 4: Өрхийн дундаж орлого

Судалгаанд оролцогчид бүгдээрээ гэртээ телевизтэй гэж хариулсан байна. Судалгаанд хамрагдсан иргэдийн орон гэрээ халаахад ашигладаг халаалтын хэрэгслийг авч үзвэл:

Халаалтын хэрэгсэл	Яндантай уламжлалт зуух	Ханан пийшинтэй уламжлалт зуух	Сайжруулсан зуух	Нам даралтын зуух	Цахилгаан халаагуур
%	16	32	47	4	1

Хүснэгт 3: Халаалтын хэрэгсэл

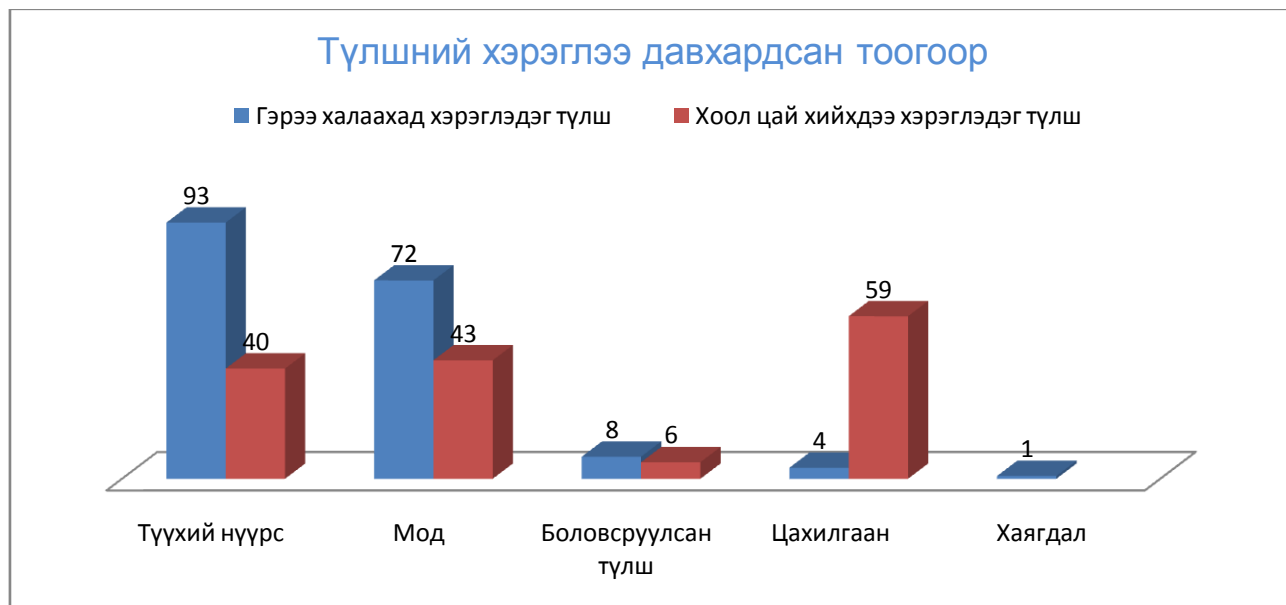


График 5: Түлшний хэрэглээ

Судалгаанд хамрагдсан өрхийн халаалтад болон хоол цайгаа бэлтгэхдээ хэрэглэдэг түлшийг давхардсан тоогоор авч үзлээ. Орон байраа халаахдаа ихэнх айлууд түүхий нүүрсийг мод болон боловсруулсан түлштэй хольж хэрэглэдэг нь харагдаж байна. Энэ нь хязгаарлалтын болон хязгаарлалтын бус бүсэд ч мөн ижилхэн байгаа юм. Судалгаанд оролцогчид боловсруулсан түлшийг ашиглах сонирхол, хэрэгцээ байдаг ч тэр бүр олддоггүй учир түүхий нүүрсийг түлэх болдог гэжээ.

Харин хоол цай бэлтгэхдээ 50 – иас илүү хувь нь цахилгаан эх үүсвэр ашигладаг гэсэн бол бусад нь түүхий нүүрс, мод зэргийг мөн хэрэглэдэг байна. Хоол цай бэлтгэхдээ хэрэглэдэг түлшний хувьд мөн улирлын чанартай өөрчлөлтүүд гардаг байна. Улирал харгалзалгүй /өвөл, зун аль алинд нь/ цахилгаанаа хэрэглэдэг айл байхад хүйтний улиралд /өвөл/ мод, нүүрсээ ашиглаад дулааны улиралд /зун/ цахилгаан хэрэгсэл ашиглах нь нэмэгддэг өрхүүд ч байдаг байна.

3.2 Телевизийн нэвтрүүлгээс мэдээлэл хүлээн авсан байдал

Сүүлийн 3 сарын хугацаанд телевизээр агаарын бохирдолтой холбоотой нэвтрүүлэг, хөтөлбөр огт үзээгүй гэж судалгаанд оролцогчдын 19 нь хариулсан байна.



График 6: Оролцогчдын телевизийн нэвтрүүлэг үзсэн эсэх

Огт үзээгүй гэсэн хариулт өгсөн хүмүүсийг хөдөлмөр эрхлэлтийн байдлаар нь авч үзвэл 10 оролцогч төрийн болон хувийн хэвшлийн компанид ажилдаг, 7 нь хувиараа хөдөлмөр эрхэлдэг, 2 нь ажилгүй байгаа юм. Эдгээр хүмүүсийн 90 орчим хувь нь буюу 17 хүн тодорхой хэмжээгээр ажил хөдөлмөр эрхэлж байгаа юм. Эдгээр оролцогчдын ихэнх нь телевиз үзэх зав бараг гардаггүй гэсэн хариултыг өгч байсан юм.

Телевизийн нэвтрүүлэг үзсэн гэж хариулсан оролцогчид нэвтрүүлгийг хэр хүлээн авч дүгнэсэн байдлыг дараах хүснэгтэд давхардсан тоогоор харууллаа.

ТВ / Үнэлгээ	Маш их хэрэгцээтэй	Маш хэрэгцээтэй	Хэрэгцээтэй	Бага зэрэг хэрэгцээтэй	Хэрэгцээгүй
NTV		1	5	1	
SBN		9	16	3	1
TV25	1	16	19	7	
UBS		7	14	1	

Хүснэгт 4: Давхардсан тоогоор нэвтрүүлгийг үзсэн байдал

Судалгаанд оролцогчдоос 22 хүн UBS телевизийн “Цэлмэг Ирээдүй” нэвтрүүлгийг үзсэн гэж хариулсан бөгөөд тэдний 7 нь энэ нэвтрүүлгийг маш хэрэгцээтэй гэж үзсэн бол 14 нь хэрэгцээтэй, 1 нь бага зэрэг хэрэгцээтэй хэмээн үнэлжээ. Оролцогчдын 43 нь TV25 телевизийн “Цэвэр агаар” нэвтрүүлгийг үзсэн байна. Үүний 1 нь нэвтрүүлгийг маш их хэрэгцээтэй гэж үзсэн бол 16 нь маш хэрэгцээтэй, 19 нь хэрэгцээтэй, 7 хүн бага зэргийн хэрэгцээтэй гэж үзжээ. SBN телевизээр бэлтгэн хүргэсэн мэдээ, форум нэвтрүүлгийг оролцогчдын 29 нь үзсэн. Тэдний 9 нь уг нэвтрүүлгийг маш хэрэгцээтэй байсан гэж үнэлсэн бол 16 нь хэрэгцээтэй, 3 хүн бага зэргийн л хэрэгцээтэй гэсэн бол 1 оролцогч хэрэгцээгүй гэж үзсэн байна. Тэгвэл NTV телевизийн “Амьдрал тэтгэгч” нэвтрүүлгийг судалгаанд оролцогчдоос 7 хүн үзсэн гэж хариулжээ. Тэдний 1 нь уг нэвтрүүлгийг маш хэрэгцээтэй гэж үзсэн бол 5 нь хэрэгцээтэй, 1 нь бага зэрэг хэрэгцээтэй гэж үнэлсэн байна.

Дээрх хүснэгтээс харахад TV25 телевизийн бэлтгэн хүргэсэн “Цэвэр агаар” нэвтрүүлгийг хүмүүс хамгийн их үзсэн бөгөөд дийлэнх нь энэ нэвтрүүлгийг хэрэгцээтэй байсан гэж үнэлсэн.

Мөн оролцогчдын зарим хэсэг нь буюу 10 хүн агаарын бохирдолтой холбоотой нэвтрүүлгийг MYOHT, TV9, Ийгл ТВ, Шинэ дэлхий телевизээр хүлээн авч үзсэн хэмээн хариулжээ. Эдгээрийг авч үзвэл MYOHT – ийг 7 оролцогч, TV9 ТВ – ийг 1 оролцогч, Ийгл ТВ – ийг 1 оролцогч, Шинэ дэлхий ТВ – ийг 1 оролцогч тус тус үзсэн гэсэн байна. Үнэлгээний хувьд эдгээр оролцогчид дээрх телевизүүдээр хүлээн авсан мэдээллээ маш их хэрэгцээтэй гэж 2 нь, маш хэрэгцээтэй гэж мөн 2 нь үзсэн бол хэрэгцээтэй байсан гэж 6 оролцогч хэлсэн байна.

Бусад ТВ	Маш их хэрэгцээтэй	Маш хэрэгцээтэй	Хэрэгцээтэй	Бага зэрэг хэрэгцээтэй	Хэрэгцээгүй
%	2	2	6	-	-

Хүснэгт 5: Бусад телевизээр нэвтрүүлэг үзсэн оролцогчийн тоо

Үзсэн ТВ-гээ	Маш их	Маш	Хэрэгцээтэй	Бага зэрэг	Хэрэгцээгүй
--------------	--------	-----	-------------	------------	-------------

санахгүй байна	хэрэгцээтэй	хэрэгцээтэй		хэрэгцээтэй	
%	1	-	3	-	-

Хүснэгт 6: Үзсэн телевизээ санахгүй байгаа оролцогчийн тоо

Агаарын бохирдолтой холбоотой нэвтрүүлэг хөтөлбөр үзсэн ямар телевизээр үзсэнээ сайн санахгүй байна. Ямарч байсан гарч байсан гэсэн хариултыг 4 оролцогч өгчээ. Тэдний 1 нь үзсэн нэвтрүүлгээ маш их хэрэгцээтэй байсан гэж үнэлсэн бол 3 нь хэрэгцээтэй байсан гэж үзжээ.

Агаарын бохирдолтой холбоотой мэдээлэл хүлээн авсан иргэдийн дийлэнх нь тухайн мэдээллийг хэрэгцээтэй байсан гэж үзсэн байна.

Агаарын бохирдлын талаарх дээрх нэвтрүүлэг, хөтөлбөрөөс санаанд нь үлдсэн зүйл байгаа эсэхийг тандан асуухад дараах үр дүн гарч байна.

Санаанд үлдсэн зүйл байхгүй	Цэвэр агаар төслийн талаар	Утаагүй зуух түлшний талаар	Утаа гамшгийн хэмжээнд хүрсэн талаар	Гэр хорооллыг төвийн халаалттай болгох талаар
64%	10%	17%	4%	5%

Хүснэгт 7: ТВ нэвтрүүлгээс санаанд үлдсэн зүйл байгаа эсэх

Нийт оролцогчдын 64 нь санаанд үлдсэн зүйл огт байхгүй, санахгүй байна гэх зэргээр хариулсан бол 32 нь цэвэр агаар төсөл, утаагүй зуух түлш, гэр хорооллыг төвийн халаалттай болгох орон сууцжуулах гэх зэргээр агаарын бохирдлыг бууруулах чиглэлээр хэрэгжүүлж буй арга хэмжээтэй холбоотой мэдээллийг авсан байгаа юм. Харин 4 нь Улаанбаатар хотын утаа гамшгийн хэмжээнд хүрээд байгаа талаарх мэдээллийг авсан гэв. Харин эдгээр нэвтрүүлэг хөтөлбөрүүдээс шинэ мэдээ мэдээлэл авч чадсан эсэх талаар асуусан асуултанд судалгаанд оролцогчид дараах байдлаар хариулт өгсөн байна.



График 7: ТВ нэвтрүүлгээс шинэ мэдээ, мэдээлэл авсан байдал

Оролцогчдын 78 нь шинэ мэдээлэл аваагүй, 11 нь ярьсан зүйлээ л давтаж ярьдаг гэсэн хариулт өгснөөс үзэхэд телевизээр бэлтгэн хүргэж буй мэдээлэл, нэвтрүүлэг нь шинэ мэдээ мэдээллийнчланар хангалтгүй гэж үзэж болохоос гадна агаарын бохирдолтой холбоотой иргэдийн сөрөг хандлага (жил бүр хөрөнгө төсөвлөөд ажил хийдэг ч утаа багассан зүйл байхгүй) – тай холбоотой байж болох талтай.

Хөтөлбөр, нэвтрүүлгүүдэд дурдагдаагүй, мэдэхийг хүссэн зүйлийг нь асуухад дараах үр дүн харагдаж байна.

Байхгүй	Утаагүй болчихвол мэдэхийг хүссэн зүйл байхгүй	Боловсруулсан түлшийг хангалттай авмаар байна	Сайн талын сурталчилгаа хийх хэрэгтэй	Утаа нэгэнт их байгаа түүнээс яаж хамгаалагдах вэ
80%	11%	4%	2%	3%

Хүснэгт 8: ТВ нэвтрүүлэгээс мэдэхийг хүссэн зүйл

Оролцогчдын 80 нь мэдэхийг хүссэн зүйл байхгүй гэж шууд хариулсан бол хийгдэж байгаа ажлуудын үр дүнд утаа л багасаж байвал өөр мэдэхийг хүссэн зүйл байхгүй гэж 11 нь хариулсан байна. Харин 4 нь утаагүй түлшний хүрэлцээ муу байдаг үүнийг яаж хангалттай болгох, хаанаас авч болох талаарх мэдээлэл хэрэгцээтэй гэж үзсэн. 2 оролцогч агаарын бохирдлыг бууруулах талаар авч хэрэгжүүлж буй арга хэмжээгээ сурталчилах тэр дундаа агаарын бохирдлыг бууруулахад нөлөө үзүүлэх бүтээгдэхүүний талаар сайн талын сурталчилгааг хийх хэрэгтэй. Олон нийтэд цацагддаг мэдээлэл нь сөрөг хандлага ихтэй байдаг учраас хүмүүс тухайн бүтээгдэхүүнийг хэрэглэхгүй гэсэн саналыг хэлж байлаа. Мөн 3 оролцогч утаа нэгэнт гамшгийн хэмжээнд хүртлээ ихэссэн байгааг бид бүгдээрээ мэдэж байгаа. Тийм учраас утааны хор уршгаас хэрхэн сэргийлэх талаарх мэдээлэл байх нь хэрэгтэй гэсэн байна.

3.3 Вэб сайт, сонингоос мэдээлэл хүлээн авсан байдал

Агаарын бохирдолтой холбоотой мэдээллийг вэб сайтаас авсан уу гэсэн асуултанд оролцогчдын 19 нь тийм 81 нь үгүй гэж хариулсан байна. Дээрх дүнгээс харахад иргэдийн вэб сайтаас мэдээлэл авч байгаа байдал хангалтгүй харагдаж байгаа юм. Энэ нь нэг талаар судалгаанд оролцогчдын нас, боловсролын түвшин хөдөлмөр эрхлэлттэй холбоотой ч нөгөө талаар гэр хороололд интернэт тавих боломжтой ч сонголт нь харьцангуй хязгаарлагдмал байдаг зэрэгтэй мөн холбоотой байж болох юм. Тиймээс гэр хорооллын иргэдэд мэдээлэл хүргэхэд цахим мэдээллийн эх үүсвэр нь одоохондоо тийм тохиромжтой арга биш байсаар байгаа нь харагдаж байна.



График 8: Вэб сайтаас мэдээлэл авсан оролцогч

Вэб сайтаас мэдээлэл авсан гэх 19 оролцогчийн хувьд дараах эх үүсвэрүүдээс авсан гэсэн байна. Энд интернэтээс мэдээлэл авч байсан ч ямар сайт байсныг нь тодорхой санахгүй байна гэж 13 нь хариулсан. Харин “facebook” хуудсаар дамжуулан мэдээлэл авсан гэж 4 оролцогч хариулсан бол 1 оролцогч оллоо.мн, мөн 1 оролцогч ММСС – гийн цахим хуудаснаас мэдээлэл авсан гэжээ.

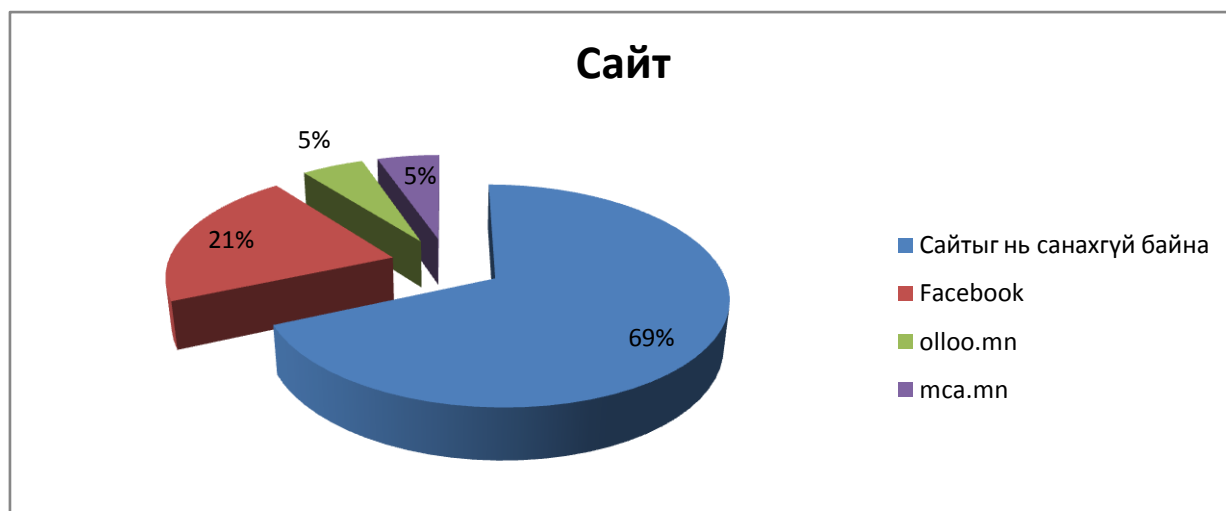


График 9: Оролцогчдын мэдээлэл авсан сайтын нэр

Сонингийн хувьд интернэтээс арай өргөн хүрээг хамарч чадаж байгаа нь харагдлаа. Оролцогчдын 34 нь сонингоос мэдээлэл авсан гэсэн хариулт өгсөн бол 66 нь үгүй гэсэн байна.

Сонингоос мэдээлэл авсан уу	Тийм	Үгүй
%	34	66

Хүснэгт 9: Сонингоос мэдээлэл авсан оролцогчдын тоо

Мэдээлэл авсан сонингийн төрлийг доорх хүснэгтэд харууллаа.

Сонин	Төслийн сонин	Өдрийн сонин	Гарын авлага	Хүмүүс сонин	Санахгүй байна
тоо	3	11	5	1	14

Хүснэгт 10: Мэдээлэл авсан сонингийн төрөл

Энд мэдээлэл авсан сонингийн нэрээ санахгүй байна гэж 14 хүн хариулжээ. Харин Өдрийн сонингоос мэдээлэл авсан гэж 11, Хүмүүс сонингоос гэж 1 хүн, төслийн сонин, гарын авлагаас мэдээлэл авсан гэж 8 оролцогч хариулсан байна.

Агуулгын хувьд вэб сайт болон сонингоос мэдээлэл авсан иргэдийн олонх нь утаагүй зуух, түлш, үүнтэй хобоотой хэрэгжиж буй төслүүдийн талаар л мэдээлэл авсан гэсэн юм. Иргэд үзсэн нэвтрүүлэг уншсан мэдээллийнхээ утга агуулгыг тодорхой нэрлэж чадахгүй байсан бөгөөд ерөнхийд нь хэлж байсан. Энэ нь иргэдэд хүрч буй мэдээллийн агуулга, ойлгомж муу байсан гэхээсээ илүү иргэдийн хандлагын нөлөө илүү байгаа нь ажиглагдаж байсан.

Шигтгээ 1: ... ер нь энэ чиглэлийн нэвтрүүлэг, мэдээг хүмүүс үздэг юм уу.Суваг сольж байгаад реклам гарч байвал хүмүүс сувгаа сольдог ш дээ. Би лав тэрэн шиг л иймэрхүү мэдээллийг анхаарч үздэггүй сувагаа сольдог яриад л байдаг багасаж байгаа юм байхгүй л байна... /БГД 22 хорооны иргэний ярианаас/

Шигтгээ 2: ... гарч байгаа нэвтрүүлэг, мэдээлэл нь сайн л байдаг байх.Тэр нь яахав.Гол нь энэ утаа л багасах хэрэгтэй байна. Хичнээн сайн нэвтрүүлэг байгаад яахав дээ ... /СХД 22 хорооны иргэний ярианаас/

3.4 Агаарын чанарын мэдээ хүлээн авсан байдал

Телевизийн мэдээний доогуур урсдаг агаарын чанарын мэдээг үзэж байсан уу гэсэн асуултанд судалгаанд хамрагдсан иргэдийн олонх нь буюу 82 нь тийм гэж хариулсан. Эндээс харахад иргэдийн ихэнх нь буюу 82% нь агаарын чанарын мэдээг үзсэн байна.

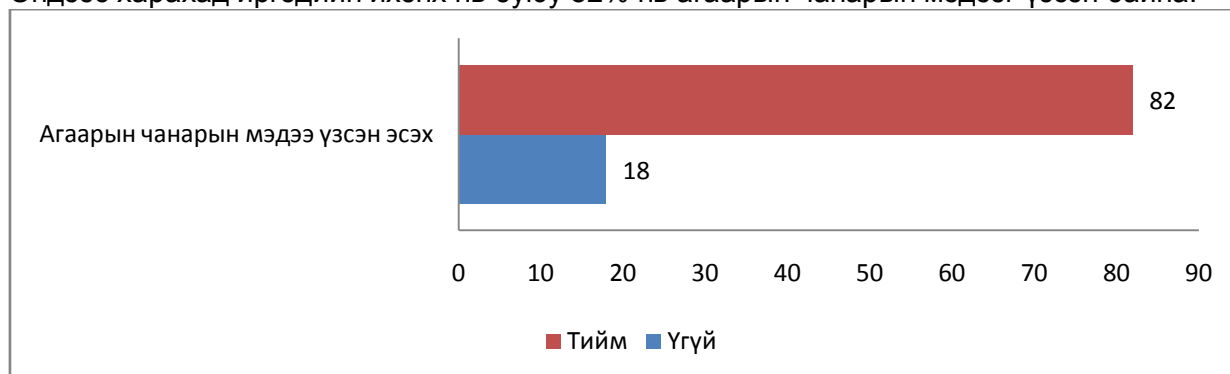


График 10: Агаарын чанарын мэдээ үзсэн оролцогчийн тоо

Уг агаарын чанарын мэдээ ойлгомжтой байсан эсэх талаар асуухад оролцогчид доорх байдлаар хариулт өгчээ.

Агаарын чанарын мэдээний хүртээмж	Ойлгомжтой	Бага зэрэг ойлгосон	Огт ойлгоогүй	Үзээгүй
%	25	50	7	18
Мэдэхгүй				28

Хүснэгт 11: Оролцогчдын агаарын чанарын мэдээг ойлгосон байдал

Агаарын чанарын мэдээ үзсэн гэж хариулсан 82 оролцогчийн 25 нь ойлгомжтой байсан гэсэн бол 50 нь бага зэрэг л ойлгосон, 7 нь огт ойлгоогүй гэсэн хариулт өгсөн байна. Агаарын чанарын мэдээ нь иргэдэд төдийлөн бүрэн ойлгомжтой байж чадаагүй нь харагдаж байна.

Агаарын чанарын мэдээг иргэдэд ямар байдлаар хүргэвэл үр дүнтэй, хүртээмжтэй талаар асуухад дараах саналууд гарсан байна.

Гарсан саналууд	%
Олон үзэгчтэй киноны дундуур гаргах	7
Иргэдэд агаарын чанарын мэдээний ач холбогдлыг нь ойлгуулж сурталчилах	6
Тусад нь нэвтрүүлэг бэлтгэн хүргэх	5
Телевизээр сайн үзүүлэх тэгэхдээ мэргэжлийн хүний тайлбартай хүргэх	29
Цаг агаарын мэдээ, машины түгжрэл зэргийг үзүүлдэг шиг үзүүлэх	5
Сургалт, сурталчилгааны ажил явуулах	10
Гар утсаар дамжуулан хүргэх	4
Энэ нь ач холбогдолтой зүйл биш, мэдээлэхгүй байсан ч болно	6
Мэдэхгүй	28

Хүснэгт 12: Агаарын чанарын мэдээг хүргэх чиглэлд гарсан саналууд

Олон үзэгчтэй киноны дундуур гаргах хэрэгтэй гэж 7 хүн, Иргэдэд агаарын чанарын мэдээний ач холбогдлыг нь ойлгуулж сурталчилах шаардлагатай. Хэрвээ хүмүүс ач холбогдлыг нь мэддэг болчихвол ямарч аргаар хүргэсэн олж үзнэ гэж 6 хүн, Тусад нь нэвтрүүлэг бэлтгэн хүргэх нь зүйтэй гэж 5 хүн, Телевизээр сайн үзүүлэх тэгэхдээ

мэргэжлийн хүний тайлбартай хүргэх гэж 29 хүн, Цаг агаарын мэдээ, машины түгжрэл зэргийг үзүүлдэг шиг үзүүлэх нь илүү үр дүнтэй ойлгомжтой байна гэж 5 хүн, Сургалт, сурталчилгааны ажил явуулах хэрэгтэй телевиз муу гардаг интернэт байхгүй зэргээс болж мэдээлэл авахад хүндрэлтэй байдаг гэж 10 хүн, Гар утсаар дамжуулан хүргэвэл дээр одоо хүн бүр гар утастай учир бүх хүнд хүрнэ гэж 4 хүн, Энэ нь ач холбогдолтой зүйл биш учраас энэ төрлийн мэдээллийг хүргэхгүй байсан ч болно гэж 6 хүн үзсэн бол сайн мэдэхгүй байна гэж 28 хүн тус тус хариулжээ. Хүмүүс өөрсдийн мэдээлэл авдаг эх үүсвэрт тулгуурлан олон саналуудыг гаргасан.

4 Судалгааны ажлын дүгнэлт

1. Иргэдийн хувьд телевизээр гарч буй агаарын бохирдолтой холбоотой нэвтрүүлэг, мэдээ мэдээллийг тодорхой хэмжээнд үздэг нь судалгааны үр дүнд харагдаж байна.
2. Тухайн нэвтрүүлгүүдээр дамжуулан хүргэж буй мэдээллийн агуулгад анхаарах шаардлагатай байна. Судалгаанд оролцогчдоос нэвтрүүлэг үзээд санаандаа үлдсэн 2 зүйлийг хэлнэ үү гэж асуухад ихэнх нь санаанд үлдсэн зүйл байхгүй гэсэн хариулт өгч, санаж байгаа хэсэг нь хэтэрхий ерөнхий тойм байдлаар санаанд үлдсэн зүйлээ илэрхийлж байсан. Мөн оролцогчдын 80 орчим хувь нь нэвтрүүлгээс шинэ мэдээлэл аваагүй ярьж байсан зүйлээ л давтаж байдаг гэсэн хариулт өгсөн зэргээс үзэхэд нэвтрүүлэг нь зөвхөн мэдээлэл өгөхөд анхаарлаа хандуулж, төдийлөн хүмүүсийн хэрэгцээ шаардлагыг олж хараагүй байх тал ажиглагдаж байна.
3. Иргэдийн хувьд жишээ нь UBS телевизээр үзсэн гэдгээ мэдэж байгаагаас “Цэлмэг ирээдүй” гэдэг нэвтрүүлэг байсан гэдгийг сайн санахгүй байх тал ажиглагдаж байсан. Тиймээс телевизээр гаргаж буй нэвтрүүлгээ богино хэмжээний шторкоор сурталчилвал хүмүүст хүрэх нь илүү байх магадлалтай.
4. Телевизийн нэвтрүүлгийг илүү сонирхолтой байдлаар бэлтгэх нь зүйтэй. Иргэд хэдийгээр үзсэн гэсэн хариулт өгч байсан ч байдаг л зүйл гардаг, нөгөө л утаа зуухаа ярьдаг гэх мэтээр сэтгэл дундуур байдаг нь ажиглагдаж байсан. Тиймээс нэвтрүүлгийн агуулга, үзэгчдэд хүргэх тал дээр анхаарч ажиллах хэрэгцээ байгааг хамтран ажиллаж буй телевиз, хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудад уламжлах хэрэгтэй.
5. Вэб сайт болон сонингоор дамжуулан хүргэсэн мэдээллийг цөөн тооны боловч хүмүүс үзэж, уншсан байна. Энэ нь ажил ихтэй телевиз үзэж амждаггүй хэсэгт хүрч байгаа нь сайшаалтай. Гэхдээ хүмүүс ямар утга агуулгатай мэдээлэл үзсэнээ шууд хэлж чадахгүй байгаа нь сайжруулах зүйл байгааг харуулж байна. Мөн вэб сайтад нийтлэгдсэн мэдээллийг харахад зөвхөн үйл явдлын мэдээлэл нийтлэгдсэн нь харагдаж байсан. Тиймээс иргэдэд хэрэгцээтэй зөвлөгөө, мэдээлэл өгөх тал дээр анхаарах хэрэгтэй.
6. Агаарын чанарын мэдээг судалгаанд хамрагдсан иргэдийн дийлэнх нь буюу 82% нь хүлээн авч үзсэн гэсэн хариулт өгсөн байна. Гэвч ойлгомжтой байсан уу гэхэд бага зэрэг л ойлгосон гэсэн нь 61%-ийг эзэлж байгаа нь цаашид илүү ойлгомжтойгоор хүргэх шаардлага байгааг харуулж байна. Иргэдийн зүгээс ч агаарын чанарын мэдээг хүргэх тал дээр санал дэвшүүлж байсан юм. Тухайлбал агаарын чанарын мэдээг хүргэхдээ цаг агаарын мэдээ болон түгжрэлийн мэдээ гаргадаг хэлбэрүүдийг ашиглах, мэргэжлийн хүний тайлбартай хүргэх хэрэгтэй гэсэн байхад иргэдэд агаарын чанарын мэдээг хүргэсний ач холбогдлыг нь ойлгуулах хэрэгтэй гэсэн саналууд ч байсан юм. Тиймээс цаашид агаарын чанарын мэдээг хүргэх үйл ажиллагааг хэрэгжүүлэхдээ иргэдээс гарсан саналууд нь боломжтой эсэхийг судалж нэвтрүүлэх нь зүйтэй.
7. Хамгийн чухал зүйл бол хүмүүсийн хандлагын асуудал юм. Хийж байгаа ажлыг үр дүнгүй байгаа мэт харагдуулж байгаа аюул бол иргэдийн хандлага юм. Юу ч хийсэн нэмэргүй утаа багассан зүйл алга, яриад л байдаг хийдэггүй, бүгд л ижилхэн учраас үзэх ч, сонсох ч шаардлагагүй гэж үздэг иргэдийн хандлага нь эргээд сөрөг үр дүнг авчирч байгаа нь илт харагдаж байсан. Тиймээс иргэдийн дунд тогтсон буруу хандлага, ойлголтыг залруулахад анхаарч ажиллах нь зүйтэй. Хэдийгээр хүмүүсийн хандлага өөрчлөгдлөө гээд утаа багасахгүй ч хийгдэж буй ажлын үр дүнг бодитоор харахад чухал нөлөө үзүүлнэ.

Хавсралт 1: Судалгааны асуумж

Агаарын бохирдлыг бууруулах чиглэлээр иргэдэд мэдээлэл хүргэх ажлын хүртээмжийг тандах судалгаа

2013-04 сар

Үндэслэл:

Агаарын бохирдлыг бууруулах үндэсний хорооноос иргэдэд мэдээлэл хүргэх зорилгоор хэрэгжүүлсэн ажлууд болох телевизийн захиалгат нэвтрүүлэг, вэб сайт болон сонингуудад гарсан нийтлэл зэрэг олон нийтэд түгээсэн мэдээлэл нь зорилтот бүлэгтээ хүрсэн эсэхийг тандах зорилгоор судалгааг явууллаа. Мөн агаарын чанарын мэдээг иргэд үздэг эсэх, тэр нь ойлгомжтой байсан эсэх болон цаашид хэрхэн хүргэх талаар санал хүсэлтийг тодруулахад чиглэнэ.

1. Судалгааны зорилт:

- Мэдээлэл түгээх ажлын хүрээнд хийгдсэн телевизийн нэвтрүүлэг мэдээ нь иргэдэд шинэ мэдээ мэдээлэл, хэрэгцээтэй мэдээллийг өгч чадсан эсэхийг мэдэх
- Мөн вэб сайт, сонингоор дамжуулан хүргэсэн мэдээлэл нь олон нийтэд хүрсэн эсэх, хүртээмжтэй байсан эсэхийг тодруулах
- Агаарын чанарын мэдээг цаашид хэрхэн хүргэвэл хүртээмжтэй ойлгомжтой байхыг иргэдээр өөрсдөөр нь тодорхойлуулах

2. Судалгааны арга: Иргэдтэй ярилцлага хийх

3. Эхний түүвэр жишээний хэмжээ: 100 иргэн Үүнээс:

Баянгол дүүргээс: Түүхий нүүрс түлэхийг хориглосон бүсээс 17 иргэн

Чингэлтэй дүүргээс: 21 иргэн

Баянзүрх дүүргээс: 21 иргэн

Сүхбаатар дүүргээс: 20 иргэн

Сонгинохайрхан дүүргээс: 21 иргэнийг тус тус хамруулсан

4. Шалгуур үзүүлэлт:

а. Хотын өөр өөр хэсэгт байршлын хувьд ялгаатай 5 дүүргийг сонгосон бөгөөд тэдгээрийн 1 нь боловсруулсан түлш хэрэглэдэг бүс харин нөгөө 4 нь уг боловсруулсан түлшний туршилтын хөтөлбөрийн дэмжлэгийг одоогоор аваагүй байгаа газрууд орсон байна. Судалгааны санал асуулгыг тухайн сонгосон газруудад санамсаргүй түүвэр хэлбэрээр авсан болно.

Асуумжийн № _____

Агаарын бохирдлыг бууруулах
Үндэсний кампанит ажлын хүртээмжийг тандах
судалгааны асуулт

A. Судалгаанд оролцогчийн талаарх товч мэдээлэл

1. Нас: _____
2. Хүйс: _____
3. Дүүрэг: _____ Хороо: _____ Хэсэг: _____
4. Боловсролын түвшин (тохирох хэсгийг дугуйлна уу)

а. Боловсролгүй/бага сургууль дүүргээгүй/	б. Бага боловсрол	в. Бүрэн бус дунд /4-9 анги дүүргэсэн/
г. Бүрэн дунд /10-11 анги дүүргэсэн/	д. Тусгай мэргэжлийн	е. Дээд /их, дээд сургууль/

5. Хөдөлмөр эрхлэлтийн байдал: _____
6. Орон байрны нөхцөл (тохирох хэсгийг дугуйлна уу):

А. Гэрт	Б. 1-2 өрөөтэй байшинд	В. 3 болон түүнээс дээш өрөөтэй байшин	Г. Гэр байшин аль алинд
---------	------------------------	----------------------------------------	-------------------------

7. Танай гэрт телевиз байгаа юу? А. Тийм Б. Үгүй
8. Өрхийн сарын дундаж орлого хэд вэ? (тохирох хэсгийг дугуйлна уу)
А. 200,000 – с доош Б. 200,001 – 400,000 В. 400,001 – 600,000
Г. 600,001 – 800,000 Д. 800,001 – 1,000,000 Е. 1,000,001 – с дээш
9. Орон гэрээ халаахад ямар төрлийн халаалтын хэрэгсэл хэрэглэдэг вэ?
а) Яндантай уламжлалт зуух
б) Ханан пийшинтэй холбосон уламжлалт/ердийн зуух
в) Сайжруулсан зуух (ямар төрөл) _____
д) Нам даралтын зуух
е) Цахилгаан халаагуур/хийн халаагуур
10. Орон байраа ХАЛААХАД ямар төрлийн түлш ашигладаг вэ?/Сарын дунджаар тооцох/

А. Цахилгаан эсхүл хийнд _____ төгрөг буюу нийт түлшний зардлын _____ %	Б. Мод _____ төгрөг буюу нийт түлшний зардлын _____ %	В. Түүхий нүүрс (Багануур/Налайх/ Алаг толгой) _____ төгрөг буюу нийт түлшний зардлын _____ %
Г. Боловсруулсан түлш ХКН/ ХКН ШТ/ Үртсэн ШТ _____ төгрөг буюу нийт түлшний зардлын _____ %	Д. Аргал нийт түлшний зардлын _____ % орчим	Е. Хаягдал нийт түлшний зардлын _____ % орчим

11. Хоол цай ЧАНАХДАА ямар төрлийн түлш ашигладаг вэ?

А. Цахилгаан эсхүл хийнд _____ төгрөг буюу нийт түлшний зардлын _____ %	Б. Мод _____ төгрөг буюу нийт түлшний зардлын _____ %	В. Түүхий нүүрс (Багануур/ Налайх/ Алаг толгой) _____ төгрөг буюу нийт түлшний зардлын _____ %
Г. Боловсруулсан түлш ХКН/ ХКН ШТ/ Үртсэн ШТ _____ төгрөг буюу нийт түлшний зардлын _____ %	Д. Аргал нийт түлшний зардлын _____ % орчим	Е. Хаягдал нийт түлшний зардлын _____ % орчим

Б. Агаарын бохирдлын талаарх мэдээлэл хүлээн авсан байдал

12. Сүүлийн 3 сард телевизээр агаарын бохирдолтой холбоотой ямар нэвтрүүлэг, хөтөлбөр үзсэн бэ? Та үзсэн хөтөлбөрөө үнэлнэ үү?

№	ТВ	Хөтөлбөрийн нэр	Үнэлгээ (тохирох нүдэнд + тэмдэг тавина уу)				
			Маш сайн	Сайн	Дунд	Муу	Маш муу
1	UBS	Цэлмэг Ирээдүй					
2	TV25	Цэвэр агаар					
3	SBN	Мэдээ, форум					
4	NTV	Амьдрал тэтгэгч					
5	Бусад					

13. Дээрх хөтөлбөрүүдээс таны санаанд үлдсэн 2 гол зүйлийг хэлнэ үү?

14. Эдгээр хөтөлбөрүүдээс та шинэ мэдээ, мэдээлэл олж авч чадсан уу? Тийм бол энэ нь ямар мэдээлэл байсан бэ?

15. Агаарын бохирдлын талаар таны мэдэхийг хүссэн, дээрх хөтөлбөрүүдэд тусгагдаагүй зүйл байвал хэлнэ үү?

16. Агаарын бохирдлын талаарх мэдээллийг вэб сайтуудаас авч байсан үү? А. Тийм Б. Үгүй

17. Тийм бол ямар утга агуулгатай мэдээлэл, ямар сайтаас авч байсан бэ?

18. Агаарын бохирдлын талаарх мэдээллийг сонингоос авч байсан уу? А. Тийм Б. Үгүй

19. Тийм бол ямар утга агуулгатай мэдээлэл, ямар сонингоос уншиж байсан бэ?

В. Агаарын чанарын мэдээ хүлээн авсан байдал

20. Та агаарын чанарын мэдээ (ТВ-ийн мэдээний доогуур урсдаг) үзэж байсан уу? А.
Тийм Б. Үгүй

21. Тийм бол танд агаарын чанарын мэдээ хэр ойлгомжтой байсан бэ?

А. Ойлгомжтой Б. Бага зэрэг л ойлгосон В. Огт ойлгоогүй

22. Цаашид агаарын чанарын мэдээг ямар хэлбэрээр түгээвэл илүү үр дүнтэй гэж та
үзэж байна вэ?

Танд баярлалаа.

Хавсралт 2: Нэмэлт тэмдэглэл

Гэрээний нэр:	Улаанбаатар хотын Цэвэр агаарын санаачлага – II үе – Төслийн хяналт удирдлага
Тайлангийн нэр:	Агаарын бохирдлыг бууруулах кампанит ажлын хүртээмжийг тандах судалгаа
Захиалагч	Байгаль орчин, ногоон хөгжлийн яам
Захиалагчийн гэрээний дугаар	C22384/EBSF-2009-09-117/01
Захиалагчийн холбогдох мэдээлэл:	БОНХЯ, Хүрээлэн буй орчин, байгалийн нөөцийн газар Засгийн газрын байр II Нэгдсэн Үндэстний гудамж 5/2 Улаанбаатар хот-210646 Монгол улс
Зөвлөх	Евроконсалт Мотт Макдоналд Амстердамсевег 15, Арнхем Шуудангийн хайрцаг 441 6800 АК Арнхем Нидерланд улс Утас:+31 (0) 26 357 7111, Факс: +31 (0) 26 357 7577 И-мэйл: euroconsult@mottmac.nl , веб хуудас: www.euroconsult.nl
Гэрээний менежер/ Төслийн захирал	Каролин ла Чапелл И-мэйл: caroline.lachapelle@mottmac.nl
Багийн ахлагч/ Төслийн менежер	Пиет де Вилдт И-мэйл: piet.wildt@mottmac.nl