



Mongolian Marketing
Consulting Group

YOUR
RESEARCH
PARTNER



ХАРИЛЦАА ХОЛБООНЫ
ЗОХИЦУУЛАХ
ХОРОО

МЭДЭЭЛЭЛ, ХАРИЛЦАА ХОЛБООНЫ САЛБАРЫН ЗАХ ЗЭЭЛ, ӨРСӨЛДӨӨНИЙ ӨНӨӨГИЙН БАЙДЛЫН СУДАЛГААНЫ ТАЙЛАН



2018.12.24

Захиалагч: Харилцаа холбооны зохицуулах хороо

Гүйцэтгэгч: "Эм Эм Си Жи" ХХК



ASIA
PACIFIC
RESEARCH
COMMITTEE



ESOMAR¹⁸
corporate



УДИРТГАЛ

1

СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

2

ЕРӨНХИЙ ДҮГНЭЛТ,
ЗӨВЛӨМЖ

3

4

5

АГУУЛГА

ХҮСНЭГТИЙН ЖАГСААЛТ	5
ЗУРГИЙН ЖАГСААЛТ	5
НЭГ. УДИРТГАЛ	8
УДИРТГАЛ.....	9
ХОЁР. СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН	10
2.1 МЭДЭЭЛЭЛ, ХАРИЛЦАА ХОЛБООНЫ САЛБАРЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ	11
2.2 ҮҮРЭН ХОЛБООНЫ ҮЙЛЧИЛГЭЭ	16
1. Үүрэн холбооны хамрах хүрээ	16
2. Үүрэн холбооны салбарын хэрэглэгчийн судалгаа	22
3. Үүрэн холбооны ярианы ачааллын судалгаа.....	27
4. Үүрэн холбооны салбарын санхүүгийн үзүүлэлтүүд	31
5. Үүрэн холбооны бүлгийн дүгнэлт	32
2.3 СУУРИН ТЕЛЕФОН ХОЛБООНЫ ҮЙЛЧИЛГЭЭ	34
1. Суурин телефон холбооны үйлчилгээний хамрах хүрээ	34
2. Суурин телефон холбооны хэрэглэгчийн судалгаа.....	34
3. Суурин телефон холбооны ачааллын судалгаа	43
4. Суурин телефон холбооны санхүүгийн үзүүлэлтүүд	44
5. Суурин телефон холбооны бүлгийн дүгнэлт	45
2.4 ТЕЛЕВИЗИЙН ОЛОН СУВАГ ДАМЖУУЛАХ ҮЙЛЧИЛГЭЭ	48
1. Телевиз, радиогийн олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний хамрах хүрээ	48
2. Телевиз, радиогийн Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний хэрэглэгчийн судалгаа	48
3. Улаанбаатар хотын олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн судалгаа	52
4. Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн санхүүгийн үзүүлэлтүүд	55
5. Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний бүлгийн дүгнэлт	58
2.5 МЭДЭЭЛЭЛ ХОЛБООНЫ СҮЛЖЭЭНИЙ ҮЙЛЧИЛГЭЭ БОЛОН ИНТЕРНЭТИЙН ХЭРЭГЛЭЭ	60
1. Сүлжээний үйлчилгээний хамрах хүрээ	60
2. Сүлжээний үйлчилгээ болон ИНТЕРНЭТИЙН хэрэглээний судалгаа	60
3. Сүлжээний үйлчилгээ болон ИНТЕРНЭТИЙН үйлчилгээний санхүүгийн үзүүлэлтүүд	62
4. Мэдээлэл холбооны сүлжээний үйлчилгээ болон ИНТЕРНЭТИЙН хэрэглээ бүлгийн дүгнэлт	64
2.6 ТЕЛЕВИЗ, РАДИО, СУВГИЙН ӨРГӨН НЭВТРҮҮЛГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭ.....	65
1. Телевиз, радио, сувгийн өргөн НЭВТРҮҮЛГИЙН үйлчилгээний хамрах хүрээ	65



2. Телевиз үзэгчдийн судалгаа.....	65
3. Фм, радио сонсогчдын судалгаа	70
4. Телевиз, радио, сувгийн өргөн НЭВТРҮҮЛГИЙН зөвшөөрөл эзэмшигчдийн санхүүгийн үзүүлэлтүүд.....	72
5. Телевиз, радио, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн бүлгийн дүгнэлт.....	74
2.7 ШУУДАН ХОЛБООНЫ ҮЙЛЧИЛГЭЭ	75
1. Шуудангийн үйлчилгээний хамрах хүрээ	75
2. Шуудангийн салбарын өнөөгийн байдал	75
3. Шуудан холбооны үйлчилгээний санхүүгийн үзүүлэлтүүд	81
4. Шуудангийн үйлчилгээний бүлгийн дүгнэлт	82
ЕРӨНХИЙ ДҮГНЭЛТ, ЗӨВЛӨМЖ	86
ГУРАВ. ЕРӨНХИЙ ДҮГНЭЛТ, ЗӨВЛӨМЖ.....	87

ИХҮСНЭГТИЙН ЖАГСААЛТ

Хүснэгт 1. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын нийт орлогын бүтэц, аймгаар	12
Хүснэгт 2. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын хөрөнгө оруулалт, үйлчилгээний төрлөөр, тэрбум төгрөг	15
Хүснэгт 3. Үүрэн холбооны үйлчилгээ эрхлэгчдийн ерөнхий мэдээлэл.....	16
Хүснэгт 4. Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн төлбөрийн нөхцөл.....	17
Хүснэгт 5. Үүрэн холбооны нэвтрэлтийн түвшин, дэлхийн дундажтай харьцуулсан байдлаар	17
Хүснэгт 6. Үүрэн холбооны ярианы үйлчилгээний дундаж тариф	19
Хүснэгт 7. Үүрэн холбооны үйлчилгээний нэг хэрэглэгчээс олсон дундаж орлого (ARPU), 2015-2017	20
Хүснэгт 8. Үүрэн холбооны оператор компаниудын зах зээлд эзлэх хувь, таамаглал	24
Хүснэгт 9. Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны сарын индекс, оператор компаниар	26
Хүснэгт 10. Үүрэн холбооны зах зээлийн өрсөлдөөний шинжилгээ	26
Хүснэгт 11. Суурин телефон холбооны үйлчилгээ эрхлэгчдийн ерөнхий мэдээлэл	34
Хүснэгт 12. Суурин телефон холбооны идэвхтэй хэрэглэгчид, аймгаар	38
Хүснэгт 13. Суурин телефон холбооны оператор компаниудын бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн зах зээлд эзлэх хувь.....	40
Хүснэгт 14. Суурин холбооны зах зээлийн өрсөлдөөний шинжилгээ	40
Хүснэгт 15. Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний тусгай зөвшөөрлийн тоо	48
Хүснэгт 16. Олон сувгийн үйлчилгээний идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо, дамжууллын төрлөөр	49
Хүснэгт 17. Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний бүртгэлтэй хэрэглэгчид, хувиар	51
Хүснэгт 18. Нийслэлийн хэмжээнд телевизортой өрхийн тоо дүүрэг тус бүрээр, хувиар	52
Хүснэгт 19. Нийслэлийн олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн зах зээлд эзлэх хувь	53
Хүснэгт 20. Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн хэрэглэгчийн тоо /Нийслэлийн хэмжээнд/	53
Хүснэгт 21. Үйлчилгээний зах зээлийн шинж чанар (Улаанбаатар хот-IPTV)	54
Хүснэгт 22. IPTV-ийн бүртгэлтэй хэрэглэгчийн тоо, технологийн төрлөөр	54
Хүснэгт 23. Мэдээлэл, холбооны сүлжээний үйлчилгээний зах зээлийн зохицуулалт	60
Хүснэгт 24. Дотоод болон улс хоорондын түрээсэлж буй интернетийн урсгал, Gbps.....	63
Хүснэгт 25. Телевизийн зар сурталчилгаа явахаар үзүүлдэг хариу үйлдэл	70
Хүснэгт 26. Радио өргөн нэвтрүүлэг сонсож буй төхөөрөмж.....	71
Хүснэгт 27. Телевизийн зар сурталчилгаа явахаар үзүүлдэг хариу үйлдэл	71
Хүснэгт 28. Радио өргөн нэвтрүүлгийн сонсогчийн тоо, сонсогчийн тооны бүлгээр, 2018	71
Хүснэгт 29. Телевиз, радио, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлогын бүтэц, 2017.....	73
Хүснэгт 30. Телевиз, радио, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн хөрөнгө оруулалт, сая төгрөг	73
Хүснэгт 31. Шуудан холбооны үйлчилгээ үзүүлэгчдийн тоо	76
Хүснэгт 32. Монгол Улсад шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагууд, 2017 он.....	76
Хүснэгт 33. Улс хоорондын шуудан холбооны үйлчилгээ, ширхэг	79
Хүснэгт 34. Буухиа шуудангийн үйлчилгээ, ширхэг	79
Хүснэгт 35. Дотоод шуудангийн үйлчилгээ, ширхэг.....	80

ЗУРГИЙН ЖАГСААЛТ

Зураг 1. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын нийт орлого, сая ₮, өсөлтийн хувь.....	11
--	----

Зураг 2. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын нийт орлогын бүтэц.....	12
Зураг 3. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын орлогын бүтэц, үйлчилгээний төрлөөр.....	13
Зураг 4. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын орлогод эзлэх хувийн жин, үйлчилгээний төрлөөр	14
Зураг 5. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын хөрөнгө оруулалт, тэрбум төгрөг	15
Зураг 6. Үүрэн холбооны бүртгэлтэй болон идэвхтэй хэрэглэгчийн тоо, мянган хэрэглэгч, 2013-2017 он	17
Зураг 7. Үүрэн холбооны хөдөлгөөнт өргөн зурвасын хэрэглэгчийн тоо	18
Зураг 8. Үүрэн холбооны хэрэглэгчдийн үүсгэсэн дата ачаалал, ТВ.....	18
Зураг 9. Үүрэн холбооны үйлчилгээний нэг хэрэглэгчээс олох дундаж орлого (ARPU)	20
Зураг 10. Үүрэн холбооны нэг хэрэглэгчид ногдох дундаж орлого, сараар, ₮	21
Зураг 11. Үүрэн холбооны идэвхтэй болон бүртгэлтэй хэрэглэгчийн тоо, өсөлтийн хувь.....	22
Зураг 12. Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны өсөлтийн хувь, оператор компаниар	23
Зураг 13. Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны бүтэц, байршлаар	23
Зураг 14. Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо, аймгаар, 2017	24
Зураг 15. Үүрэн холбооны үйлчилгээний зах зээлийн BCG матриц, 2014-2017	25
Зураг 16. Үүрэн холбооны ярианы ачааллын өсөлт.....	27
Зураг 17. Үүрэн холбооны нэг идэвхтэй хэрэглэгчид ногдох ярианы ачаалал, минут	28
Зураг 18. Үүрэн холбооны хэрэглэгчийн хэрэглээний өөрчлөлт.....	28
Зураг 19. Үүрэн холбооны яриа, дата ачаалал , минут.....	29
Зураг 20. Үүрэн холбооны хэрэглэгчийн хэрэглээний бүтэц	30
Зураг 21. Үүрэн холбооны салбарын орлого, мянган төгрөг	31
Зураг 22. Үүрэн холбооны салбарын орлогын бүтэц.....	31
Зураг 23. Суурин телефон холбооны бүртгэлтэй хэрэглэгчийн тоо.....	35
Зураг 27. Суурин телефон холбооны бүртгэлтэй болон идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо	35
Зураг 24. Суурин телефон холбооны үйлчилгээний бүртгэлтэй хэрэглэгчид, компаниар.....	36
Зураг 25. Суурин телефон холбооны бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн тоо, төрлөөр.....	36
Зураг 26. Суурин телефон холбооны үйлчилгээний хэрэглэгчдийн тоо, орлого, ARPU	37
Зураг 29. Суурин телефон холбооны үйлчилгээний идэвхтэй хэрэглэгчид, оператороор, эзлэх хувь.....	38
Зураг 30. Суурийн телефон холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо, 2017, аймгаар.....	39
Зураг 31. Суурин телефон холбооны үйлчилгээний зах зээлийн BCG матриц.....	41
Зураг 32. Суурин телефон холбооны ачааллын үзүүлэлтүүд /сая.минут/	43
Зураг 33. Суурин телефон холбооны ярианы ачаалал, өсөлт	44
Зураг 34. Суурин телефон холбооны орлого, түүний өсөлт	44
Зураг 35. Суурин телефон холбооны орлогын бүтэц	45
Зураг 36. ОСДҮ-ний идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо	49
Зураг 37. ОСДҮ-ний бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн тоо, аймгаар.....	50
Зураг 38. ОСДҮ эрхлэгчдийн орлого, тэрбум төгрөг	55
Зураг 39. ОСДҮ эрхлэгчдийн орлогын бүтэц	56
Зураг 40. ОСДҮ-ний орлогын бүтэц, хувиар.....	56
Зураг 41. ОСДҮ-нд хийсэн хөрөнгө оруулалт, сая төгрөг.....	57
Зураг 42. Монгол улсын үндсэн сүлжээ эзэмшигчид, сүлжээний үрт.....	61
Зураг 43. Мэдээлэл, холбооны үндсэн сүлжээ	62
Зураг 44. Интернетийн бөөний үйлчилгээний орлого, тэрбум төгрөг.....	62
Зураг 45. Интернетийн бөөний үйлчилгээнд хийгдсэн хөрөнгө оруулалт, тэрбум төгрөг.....	63
Зураг 46. Монгол Улсын улс хоорондын интернетийн багтаамж, Gbps	63



Зураг 47. Монголчуудын медиа хэрэглээ, медиа хэрэгсэл тус бүрийн зах зээлд эзлэх хувиар	66
Зураг 48. Монголчуудын медиа хэрэгсэлд зарцуулж буй хугацаа, минутаар	67
Зураг 49. Телевиз, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үзэгчдийн тоо, 2017	68
Зураг 50. Телевиз, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үзэгчдийн тоо, үзэгчдийн тооны бүлгээр, 2018	69
Зураг 51. Радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн рейтинг, 2018	70
Зураг 52. Телевиз, радио, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлого, тэрбум төгрөг	72
Зураг 53. Улс хоорондын шуудангийн илгээлтийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчид, 2016	76
Зураг 54. Бичиг, захидал, боодол, мян.ш	78
Зураг 55. Хэвлэл, цахилгаан мэдээ, сая.ш	78
Зураг 56. Улс хоорондын шуудангийн үйлчилгээний хандлага, 2010-2017	79
Зураг 57. Буухиа шуудангийн үйлчилгээний хандлага, 2010-2017	80
Зураг 58. Дотоод шуудангийн үйлчилгээний хандлага, 2010-2017	80
Зураг 59. Шуудан холбооны үйлчилгээний нийт орлого, хөрөнгө оруулалт, 2010-2017	81



НЭГ. УДИРТГАЛ

1



УДИРТГАЛ

Дэлхий нийтээр харилцаа холбоо, мэдээллийн технологи асар хурдтай хөгжиж аливаа улс орны хөгжлийн хурдасгуур, гол хөдөлгөгч хүч болоод байна. Технологийн хөгжлийн зарим онцлогийг дурдвал:

- Аж үйлдвэрийн 4 дүгээр хувьсгал буюу хиймэл оюун ухаан, робот, машины суралцахуйн үе (Дэлхийн эдийн засгийн форум, 2016) нь дэлхийн болон хувь хүн, нийгэм эдийн засгийн хөгжил, засаглал, аж үйлдвэрийн өсөлтөд эрс өөрчлөлт, хурдацтай нөлөөг үзүүлж эхлээд байна.
- Мэдээлэл харилцаа холбооны технологийн тоон шилжилтийн 3 дах давалгаа (Digital transformation – Digitalization wave: 3rd Wave of Digitalization) нь нийгэм, эдийн засагт тоон технологид суурилсан тоон эдийн засгийн орчныг бүрдүүлж байна.
- Үүрэн холбооны 5 дахь үе (5G), LTE өндөр технологийн нэвтрэлт нь ухаалаг утас, интернетийн мэдээллийн хурдыг эрс нэмэгдүүлж, хэрэглээ үйлчилгээний хамрах хүрээ, хүртээмжийг өргөжүүлж байна.
- Юмсын интернет (IoT), үүлэн тооцоолол, их хэмжээний өгөгдөл, түүний анализ, зэрэг технологийн шийдлүүд нь хүний амьдралын хэв маягыг өөрчилж байна.
- Зохицуулалтын хөгжлийн 5 дугаар үе шат (5th Generation of Regulation) эхэлсэн.

Дэлхийн эдгээр чиг хандлагаас гадна манай улсын харилцаа холбооны салбарын зах зээлд олон төрлийн үйлчилгээний нэгдэн нийлэлт явагдаж, дараа үеийн харилцаа холбооны үйлчилгээнүүд эрчимтэй нэвтэрснээр хэрэглэгчдийн авч буй үйлчилгээний хэрэглээ, чанар, үнэ тариф, хүртээмж, ирээдүйн чиг хандлагын талаар судлах зайлшгүй шаардлага тулгарч байна.

Иймээс бид ХХЗХ-ны захиалгаар “Харилцаа холбоо, мэдээллийн технологийн салбарын зах зээлийн өнөөгийн байдал” судалгаа, шинжилгээг хийж гүйцэтгэлээ.

Энэхүү судалгааны ажлын зорилго нь Монгол улсын мэдээлэл харилцаа холбооны салбарын зах зээлийн өрсөлдөөний өнөөгийн байдалд шинжилгээ хийх, зах зээлийн суурь мэдээллийг бүрдүүлэхэд оршино.

Уг судалгаанд мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын өнөөгийн байдал, үүрэн ба суурин холбоо, телевизийн олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээ, мэдээлэл холбооны сүлжээний үйлчилгээ болон интернетийн хэрэглээ, телевиз, радио, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ, шуудан холбооны үйлчилгээний зах зээлийн сүүлийн 4- 10 жилийн статистик тоон мэдээлэлд үндэслэн дүн шинжилгээ хийсэн.

Судалгаанд статистик, эконометрикийн арга аргачлалууд, Eviews, ArcGIS програм хангамжуудыг ашигласан болно.

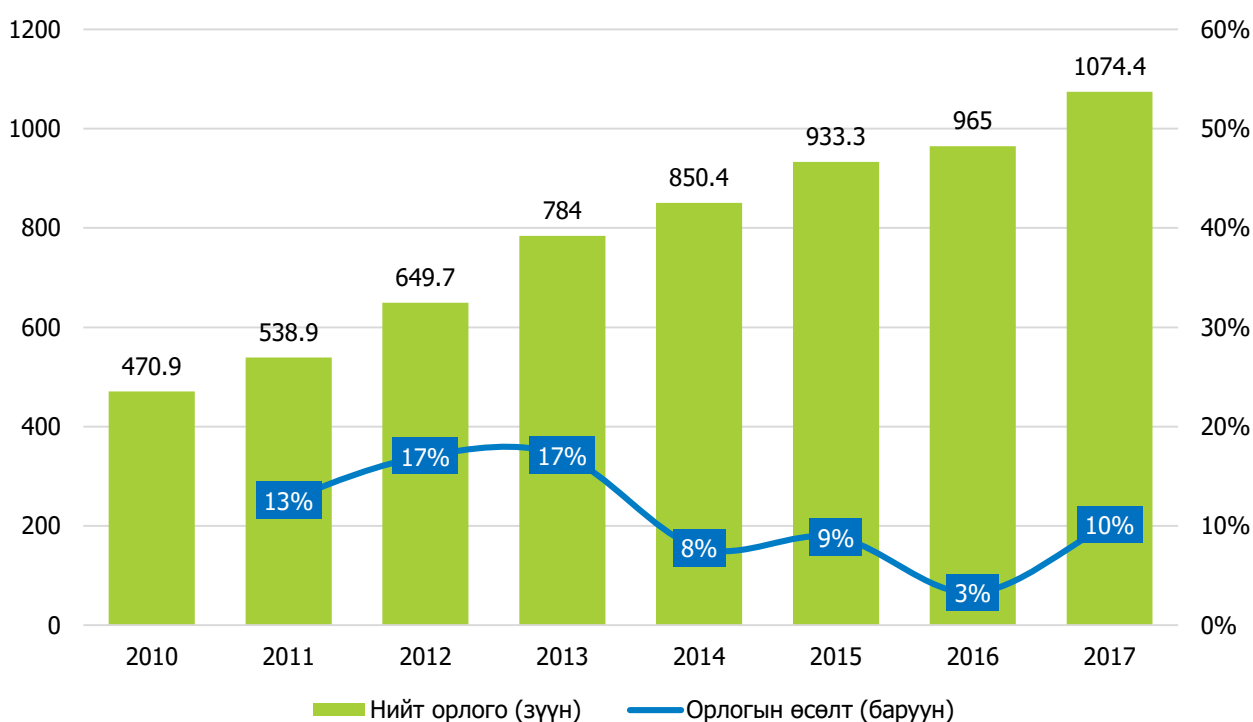


ХОЁР. СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

2.1 МЭДЭЭЛЭЛ, ХАРИЛЦАА ХОЛБООНЫ САЛБАРЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ

ХХЗХорооны тоон мэдээллээс харахад мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын нийт орлого 2010 онд 470.9 тэрбум төгрөг байсан бол жилд дунджаар 10 хувиар өссөөр 2017 онд 1,074.4 тэрбум төгрөгт хүрсэн байна. Хамгийн өндөр өсөлттэй байсан жил нь 2012-2013 он байсан ба 17% өссөн байна. Гэхдээ сүүлийн жилүүдэд өсөлтийн хурд тогтворжиж байна.

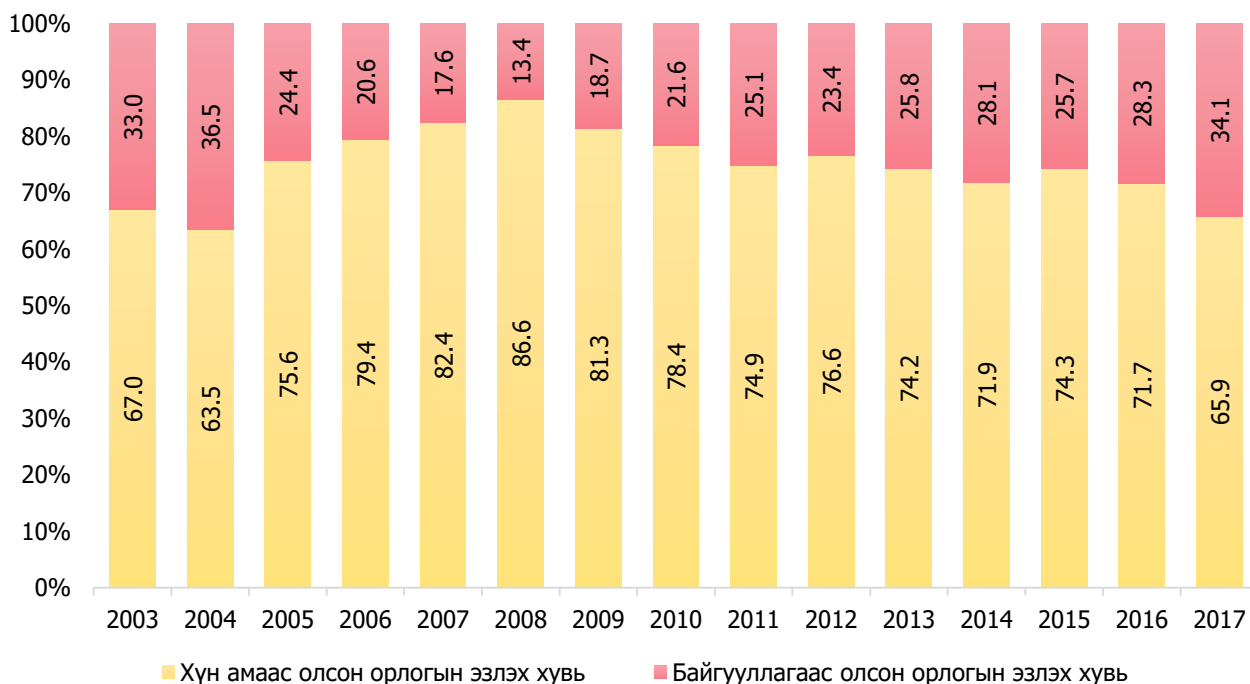
Зураг 1. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын нийт орлого, сая ₮, өсөлтийн хувь



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Үндэсний статистикийн хорооноос гаргасан салбарын нийт орлогод хүн амаас олсон орлого дунджаар 74.9 хувийг эзэлж байна. Сүүлийн гурван жилд салбарын нийт орлогод байгууллага хэрэглэгчдээс бүрдүүлсэн орлогын эзлэх хувь өсөх хандлагатай байна. 2017 онд нийт орлогын 65.9 хувийг хүн амаас бүрдүүлсэн орлого эзэлж байгаа бол 34.1 хувийг байгууллага хэрэглэгчдээс бүрдүүлсэн байгаа нь харагдаж байна. Эндээс харахад салбарын нийт орлогын өсөлд цаашид байгууллага хэрэглэгчдээс бий болох төлөв ажиглагдаж байна.

Зураг 2. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын нийт орлогын бүтэц



Эх сурвалж: ҮСХ-ны мэдээллийн санд тулгуурлан судлаачдын тооцоолсноор

2003 онд Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын орлогын 2.5 хувийг баруун бүс, 4.1 хувийг хангайн бүс, 3.5 хувийг төвийн бүс, 1.4 хувийг зүүн бүс, 88.5 хувийг нийслэл Улаанбаатар хот бүрдүүлж байсан бол 15 жилийн дараа буюу 2017 онд салбарын нийт орлогын 98.1 хувийг Улаанбаатар хот бүрдүүлж байна. Энэ нь нийслэлийн хүн амын төвлөрөлтэй холбоотой.

2017 оны байдлаар харилцаа холбооны салбарын нийт орлогыг бүсийн дүнд эзлэх хувиар авч үзвэл Баруун бүсийн 36.2 хувийг Баян-Өлгий аймаг, 20.8 хувийг Увс аймаг, Хангайн бүсийн 43.0 хувийг Орхон аймаг, Төвийн бүсийн 32.6 хувийг Дархан-Уул аймаг, 28.9 хувийг Дорноговь аймаг, Зүүн бүсийн 51.4 хувийг Дорнод аймаг бүрдүүлж байна.

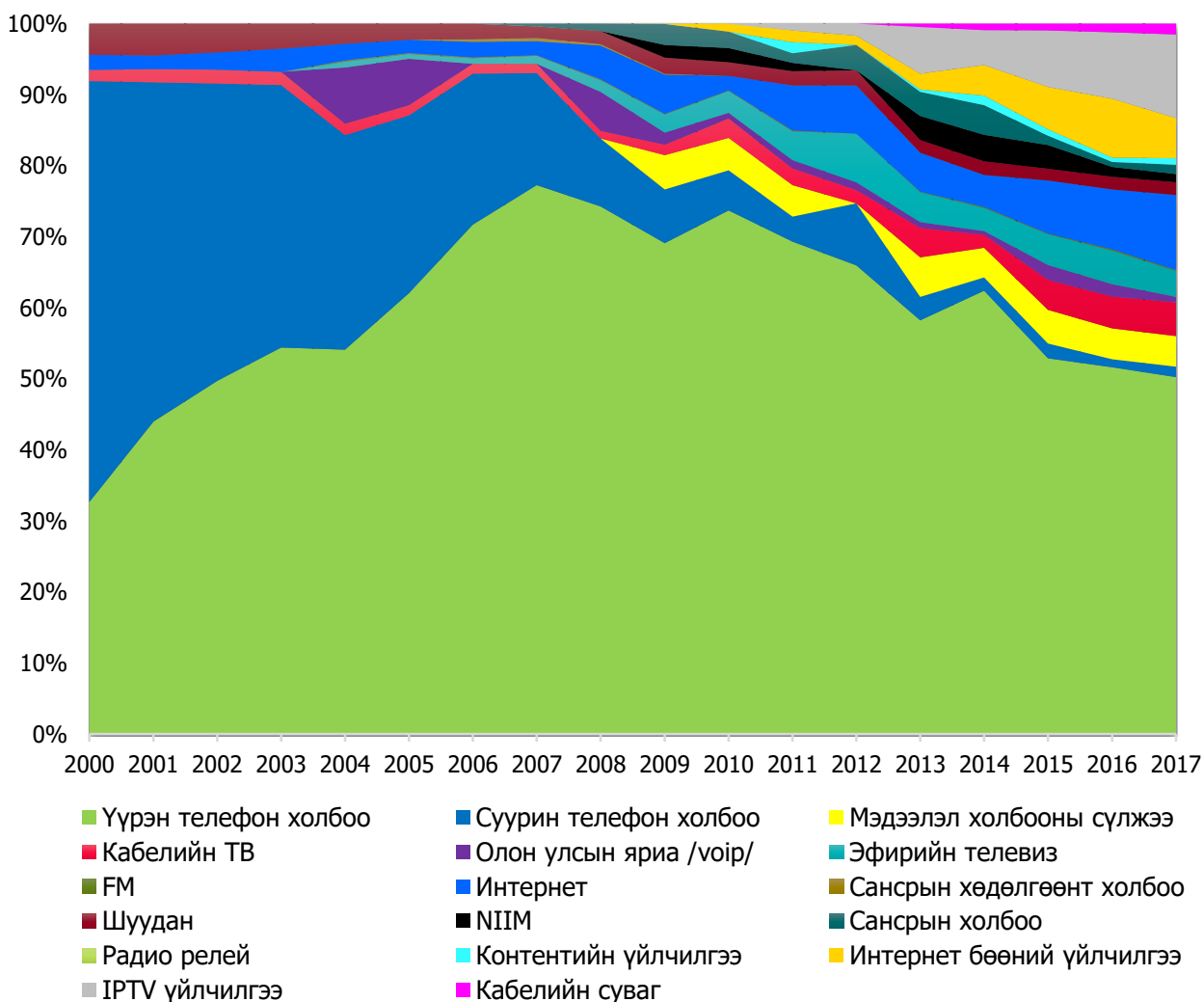
Хүснэгт 1. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын нийт орлогын бүтэц, аймгаар

Аймаг	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Улсын дүн	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Баруун бүс	2.5	2.8	2.2	1.6	1.2	0.9	0.5	0.5	0.5	0.4	0.3	0.4	0.4	0.4	0.3
Баян-Өлгий	17.7	17.9	19.6	20.7	21.1	23.0	24.8	33.2	27.6	29.5	35.5	41.1	40.6	43.1	36.2
Говь-Алтай	18.5	17.6	17.6	16.5	15.5	15.9	16.7	13.7	16.0	21.6	16.2	13.8	13.6	12.2	14.6
Завхан	22.1	22.4	22.6	22.6	24.8	22.8	18.1	13.4	13.6	12.9	14.6	15.5	16.0	14.5	13.6
Увс	19.0	20.5	18.5	18.5	19.2	19.9	21.8	23.6	18.4	16.8	18.2	16.9	17.6	18.2	20.8
Ховд	22.7	21.7	21.7	21.7	19.3	18.3	18.6	16.1	24.4	19.1	15.4	12.6	12.1	11.9	14.7
Хангайн бүс	4.1	4.5	3.7	2.6	1.8	1.3	0.9	0.8	0.7	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7	0.6
Архангай	10.9	11.1	10.7	10.5	10.9	7.8	7.9	7.5	7.1	7.2	6.9	7.1	7.6	7.2	8.8
Баянхонгор	12.4	12.3	12.2	13.3	12.2	13.6	11.1	10.5	9.1	9.9	8.8	16.1	13.9	10.3	11.9
Булган	10.0	9.0	8.9	8.8	9.7	9.8	9.2	8.3	10.8	10.4	7.9	11.7	10.1	10.4	10.2
Өвөрхангай	14.4	13.5	13.7	11.8	12.3	12.2	11.1	11.3	12.4	12.2	14.0	12.5	13.8	15.8	15.2
Хөвсгөл	15.1	18.2	16.9	18.4	17.2	4.7	14.4	10.8	12.3	8.9	12.3	11.1	11.5	12.5	10.9

Орхон	37.2	35.9	37.6	37.2	37.7	51.8	46.3	51.5	48.2	51.3	50.1	41.7	43.1	43.9	43.0
Төвийн бүс	3.5	3.7	4.2	3.1	1.7	1.2	1.0	0.8	0.9	0.8	0.7	0.7	0.8	0.8	0.7
Дорноговь	11.9	12.1	23.5	26.9	24.3	24.9	22.3	19.1	24.6	22.8	24.4	27.8	30.2	25.6	28.9
Дундговь	9.8	10.3	9.4	8.0	7.9	7.0	7.3	5.7	5.7	5.5	5.5	6.1	7.4	6.3	7.2
Өмнөговь	13.6	13.6	10.1	10.5	11.2	10.1	11.9	11.6	9.7	7.2	8.0	9.5	10.0	10.0	10.2
Сэлэнгэ	11.3	10.4	7.3	7.1	8.6	8.3	9.1	8.0	8.8	8.8	9.0	8.3	11.5	11.9	11.9
Төв	9.5	9.6	7.2	6.8	7.8	6.0	5.0	3.5	3.9	5.8	6.4	5.6	4.0	5.1	6.5
Дархан-Уул	39.3	39.8	39.8	38.3	36.8	40.3	40.8	48.0	43.6	46.2	42.6	38.6	33.2	37.7	32.6
Говьсүмбэр	4.7	4.1	2.7	2.5	3.3	3.4	3.6	4.0	3.8	3.7	4.1	4.2	3.8	3.5	2.6
Зүүн бүс	1.4	1.7	1.3	0.9	0.6	0.4	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3
Дорнод	43.3	40.7	39.5	40.9	40.9	39.5	45.5	45.4	45.7	40.6	41.8	45.5	40.5	51.9	51.4
Сүхбаатар	28.0	26.5	28.0	28.4	28.3	24.0	22.2	22.7	19.2	30.1	29.2	27.3	23.3	18.7	24.1
Хэнтий	28.7	32.8	32.4	30.7	30.8	36.5	32.3	32.0	35.1	29.3	29.0	27.2	36.2	29.3	24.4
Улаанбаатар	88.5	87.4	88.6	91.8	94.6	96.3	97.2	97.7	97.7	97.9	98.1	98.1	97.9	97.9	98.1

Эх сурвалж: ҮСХ-ны мэдээллийн санд тулгуурлан судлаачдын тооцоолсноор

Зураг 3. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын орлогын бүтэц, үйлчилгээний төрлөөр

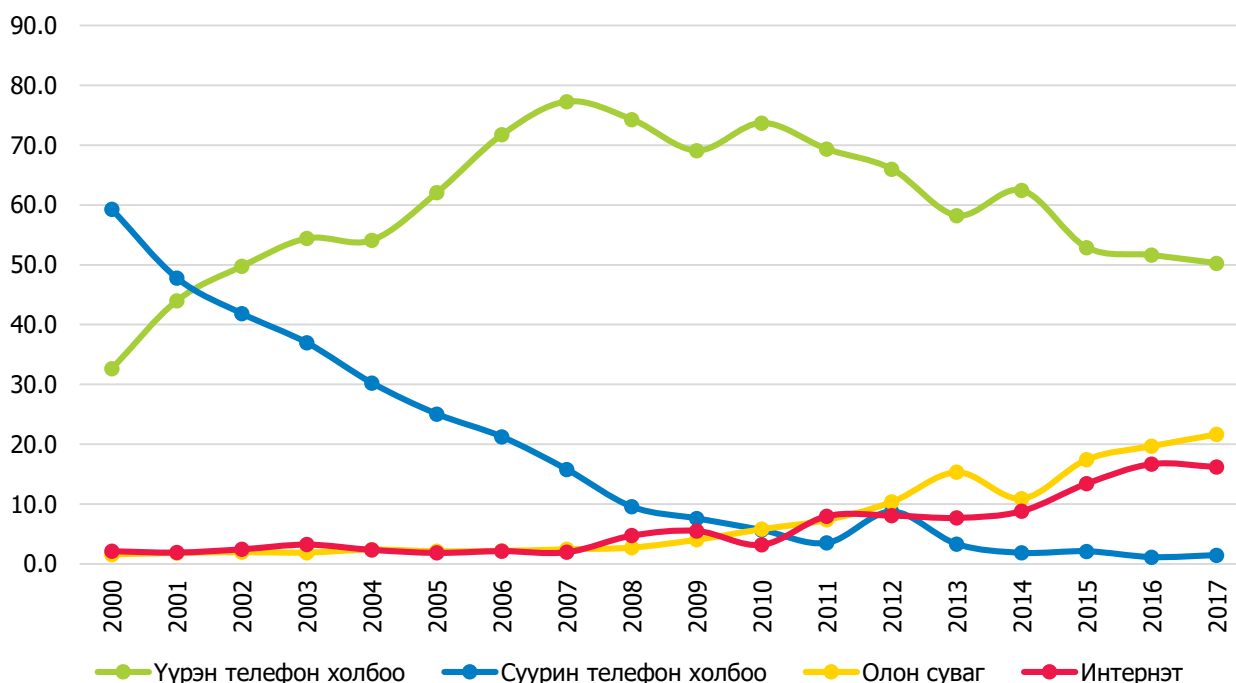


Эх сурвалж: ХХЗХороо

2000 онд мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын нийт орлогын 59.3 хувийг суурин холбооны үйлчилгээний орлого, үүрэн холбооны үйлчилгээний орлого 32.7 хувь, кабелийн телевизийн орлого 1.6 хувь, интернетийн орлого 2.1 хувь, шуудан холбооны орлого 4.4 хувийг тус тус эзэлж байсан бол 2017 оны байдлаар салбарын орлогын 50.3 хувийг үүрэн холбооны орлого, интернетийн (бөөний үйлчилгээ ороод) үйлчилгээний орлого 16.3 хувь, IPTV үйлчилгээний орлого 11.8 хувь, үлдсэн хэсгийг бусад 13 нэр төрлийн үйлчилгээний орлого бүрдүүлж байна. Технологийн хөгжилтэй уялдан зах зээлд шинэ үйлчилгээ нэвтэрч, IP-суурилсан үйлчилгээнүүд нэмэгдсээр байна.

Мөн салбарын хөгжлийн түвшинтэй уялдан үүрэн холбооны үйлчилгээний орлогын эзлэх хувийн жин 2007 оноос эхлэн буурах хандлагатай болсон бол суурин холбоо, олон суваг, интернетийн үйлчилгээний орлогын эзлэх хувийн жин өсөх хандлагатай болжээ.

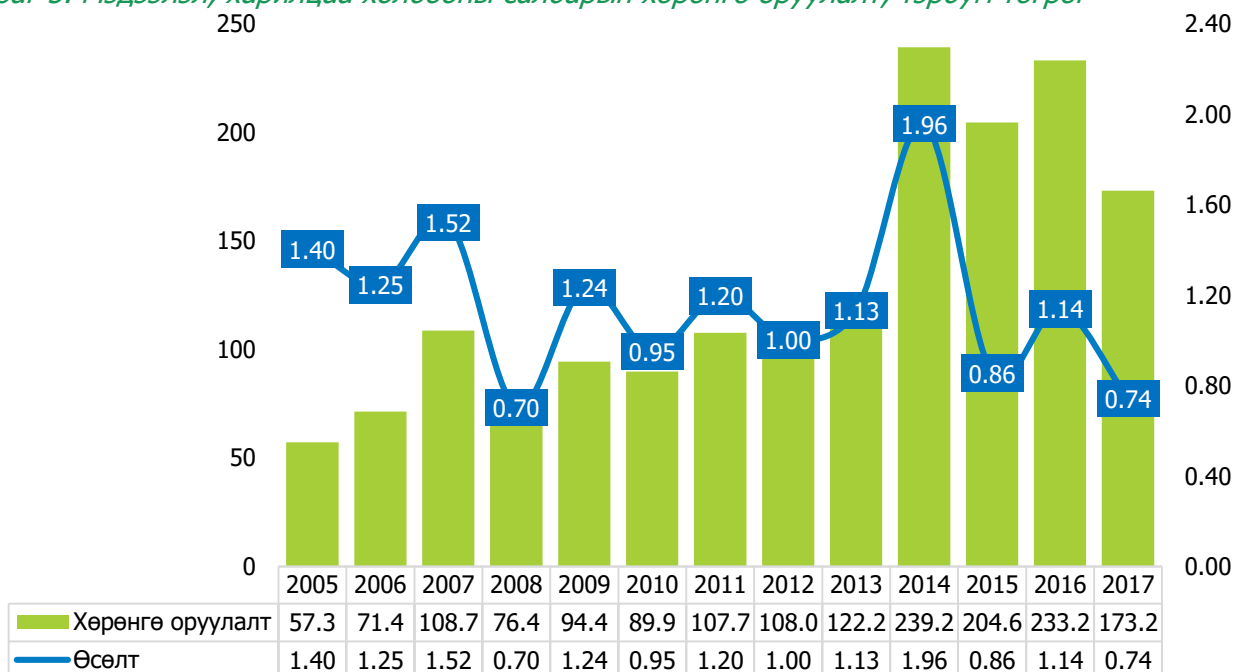
Зураг 4. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын орлогод эзлэх хувийн жин, үйлчилгээний төрлөөр



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарт 2005 онд 57.3 тэрбум төгрөгийн хөрөнгө оруулалт хийгдэж байсан бол сүүлийн дөрвөн жилийн хугацаанд жилд дунджаар 212.5 тэрбум төгрөгийн хөрөнгө оруулалт хийгдсэн байна.

Зураг 5. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын хөрөнгө оруулалт, тэрбум төгрөг



Эх сурвалж: ХХЗХороо

2013 онд мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарт 122.2 тэрбум төгрөгийн хөрөнгө оруулалт хийгдсэний 69.7 хувь нь үүрэн холбоонд, 8.3 хувь нь мэдээлэл холбооны сүлжээнд, 5.5 хувь нь интернетийн үйлчилгээнд, мөн 5.3 хувь нь IPTV –д зориулагдсан бол суурин холбоонд ямар нэгэн хөрөнгө оруулалт хийгдээгүй байна. 2014 онд хөрөнгө оруулалт өмнөх оноос 2 дахин өсөж 239.2 тэрбум төгрөгт хүрсэн байна. 2016-2017 онд тус бүр 233.2 ба 173.2 тэрбум төгрөгийн хөрөнгө оруулалтын 72.0 хувь нь үүрэн холбооны үйлчилгээнд хийгдсэн байна.

Хүснэгт 2. Мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын хөрөнгө оруулалт, үйлчилгээний төрлөөр, тэрбум төгрөг

Үйлчилгээний төрөл	2013	2014	2015	2016	2017
Мэдээлэл холбооны сүлжээ	10.1	9.4	17.8	10.6	15.9
Суурин телефон холбоо	0.0	2.2	3.8	3.5	0.9
Үүрэн холбоо	85.2	122.0	84.4	166.3	124.6
Улс хоорондын яриа	0.0	0.0	18.0	0.0	0.0
Интернэт	6.7	2.0	8.5	5.1	0.3
Интернэт бөөний үйлчилгээ	0.0	49.5	32.8	21.6	7.8
IPTV	6.5	25.7	26.8	14.2	9.5
Mobile TV	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0
Кабелийн телевиз	2.3	2.2	2.1	4.5	2.2
Телевизийн өргөн нэвтрүүлэг	5.3	11.7	3.1	2.3	3.3
Радио өргөн нэвтрүүлэг	0.2	0.3	0.2	0.3	0.2
Кабелийн суваг	2.0	5.1	2.5	1.9	3.0
Шуудан	0.2	1.2	0.9	0.8	4.5
Контент	0.2	1.4	0.4	1.0	0.8
Сансрын холбоо	0.1	4.4	0.6	0.0	0.1
Кабель шугам, угсралт	3.5	2.0	0.3	1.1	0.2
Нийт	122.2	239.2	204.6	233.2	173.2

Эх сурвалж: ХХЗХороо

2.2 ҮҮРЭН ХОЛБООНЫ ҮЙЛЧИЛГЭЭ

Монгол Улсын харилцаа холбооны салбарт 1995 оноос үүрэн холбооны үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрлийг олгож эхэлсэн бөгөөд одоогийн байдлаар Мобиком корпораци ХХК, Скайтел ХХК, Юнител ХХК, Жи-Мобайл ХХК үүрэн холбооны үйлчилгээ эрхэлж байна.

Хүснэгт 3. Үүрэн холбооны үйлчилгээ эрхлэгчдийн ерөнхий мэдээлэл

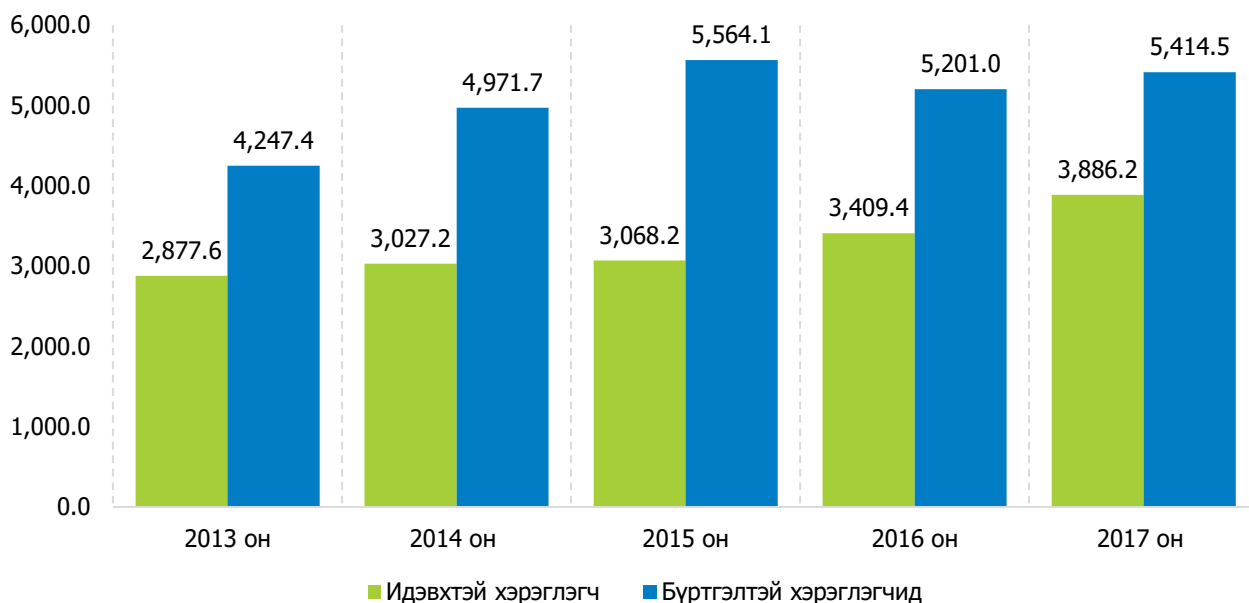
	МОБИКОМ ХХК	СКАЙТЕЛ ХХК	ЮНИТЕЛ ХХК	ЖИ-МОБАЙЛ ХХК
Байгуулагдсан огноо	1996 он	1999 он	2006 он	2007 он
Ашиглаж буй технологи	GSM, HSPDA	CDMA 2000 1x/ EVDO, HSPA+	GSM, HSPDA	CDMA 2000 1x/ EVDO, HSPA+
Үйлчилгээний хамрах хүрээ	21 аймаг, 420 сум, суурин газар	21 аймаг, 340 сум, суурин газар	21 аймаг, 327 сум суурин газар	21 аймаг, 296 сум, суурин газар
Салбарын тоо	63 салбар	60 салбар	40 салбар	40 салбар
Гэрээт борлуулагчийн тоо	1 гэрээт борлуулагч, 11829 хөдөлгөөнт борлуулагч	2400 гэрээт борлуулагч	2450 орчим гэрээт борлуулагч	6229 гэрээт борлуулагч, олон улсад 70 гэрээт борлуулагчтай
Ажиллагсдын тоо	1031	478	562	378

1. ҮҮРЭН ХОЛБООНЫ ХАМРАХ ХҮРЭЭ

Монгол Улсын нутаг дэвсгэрт үүрэн холбооны үйлчилгээ эрхлэгчид Улаанбаатар хот, 21 аймгийн төв, 520 орчим сум суурин газарт үүрэн холбооны үйлчилгээг үзүүлж байна. Сүлжээний хамрах хүрээний тухайд Монгол Улсын засаг захиргааны нэгжид 100% хүрч, 2009 онд 3G үйлчилгээ, 2016 онд 4G үйлчилгээг үүрэн холбооны зах зээлд нэвтрүүлээд байна.

Үүрэн холбооны бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн тоо 2017 оны жилийн эцсийн байдлаар 5.4 сая хүргээд байгаа юм. Харин үүнээс идэвхтэй хэрэглэгчийн тоо 2017 онд 3,886,167 хүрч 2013 оны мөн үетэй харьцуулахад 35 хувиар өссөн байна. Харин

Зураг 6. Үүрэн холбооны бүртгэлтэй болон идэвхтэй хэрэглэгчийн тоо, мянган хэрэглэгч, 2013-2017 он



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Үүрэн холбооны төлбөрийн нөхцөлийн хувьд нийт хэрэглэгчийн 83.51 хувь нь урьдчилсан төлбөрт, 11.76 хувь нь дараа төлбөрт 4.73 хувь нь хосолсон төлбөрт хэрэглэгч байна.

Харин яриа, мессеж, дата үйлчилгээний орлогын 53.80 хувийг урьдчилсан төлбөрт, 40.40 хувийг дараа төлбөрт, 5.80 хувийг хосолсон төлбөрт хэрэглэгчид бүрдүүлж байна.

Хүснэгт 4. Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн төлбөрийн нөхцөл

Төрөл	2013 он	2014 он	2015 он	2016 он	2017 он
Дараа төлбөрт	11.88%	11.71%	12.28%	11.21%	11.76%
Урьдчилсан төлбөрт	88.12%	88.29%	87.72%	85.77%	83.51%
Хосолсон төлбөрт				3.02%	4.73%
Нийт	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Эх сурвалж: ХХЗХороо

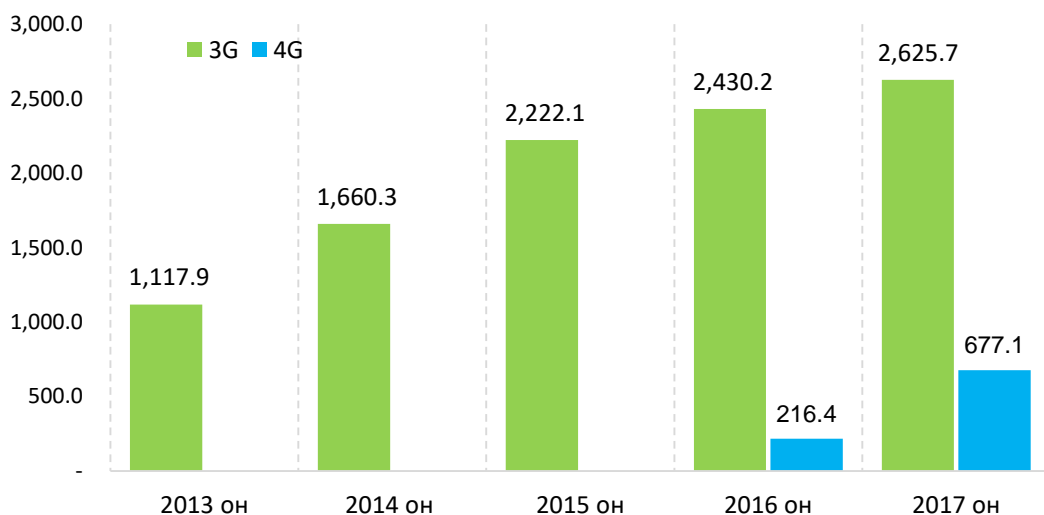
2017 оны жилийн эцсийн байдлаар үүрэн холбооны хэрэглэгчийн тоо 3,886.2 мянгад хүрч, нийт үүрэн холбооны нэвтрэлтийн түвшин 122-д хүрсэн нь дэлхийн дундаж үзүүлэлтээс 19 пунктээр өндөр байна.

Хүснэгт 5. Үүрэн холбооны нэвтрэлтийн түвшин, дэлхийн дундажтай харьцуулсан байдлаар

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Үүрэн /Дэлхий/	76.6	83.8	88.1	93.1	94	96.8	99.7	103.5*
Үүрэн /Монгол/	72.75	84.4	98.04	98.2	101.1	102.3	109.3	122

Үүрэн холбооны зах зээлд 2009 оноос 3G үйлчилгээ нэвтэрснээс хойш хэрэглэгчийн тоо тасралтгүй өссөөр байна. 2017 онд үүрэн холбооны хэрэглэгчийн тоог 2013 онтой харьцуулахад 8.0 хувиар өссөн байна. Харин үйлчилгээ эрхлэгчид 2016 онд 4G үйлчилгээг нэвтрүүлсэн ба 2017 оны байдлаар хэрэглэгчийн тоо 677,131-д хүрсэн байна.

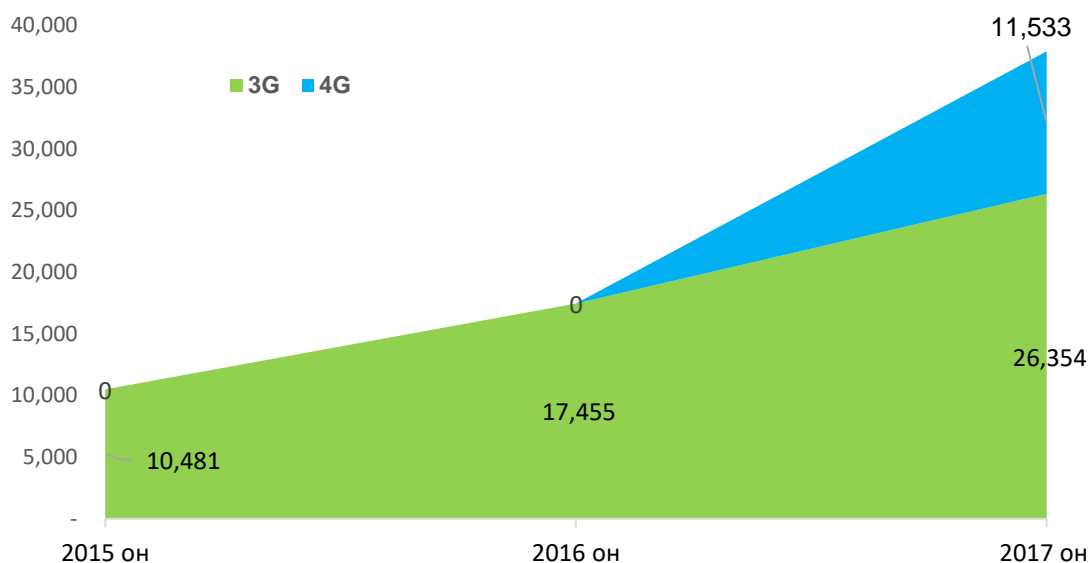
Зураг 7. Үүрэн холбооны хөдөлгөөнт өргөн зурвасын хэрэглэгчийн тоо



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Үүрэн холбооны операторууд 3G, 4G үйлчилгээг зах зээлд нэвтрүүлснээр хэрэглэгчдэд гар утаснаасаа дотоодын болон гадаадын контентуудыг үзэх, төрөл бүрийн аппликэйшн ашиглаж үүнийг дагаж дата ачаалал нэмэгдсээр байна. Үүрэн холбооны 3G хэрэглэгчдийн үүсгэсэн дата ачааллыг 2015 онтой харьцуулахад 151 хувиар өссөн байна. 2017 онд 4G үйлчилгээний дата хэрэглээ 11,533 ТВ-д хүрч сарын дундаж дата ачаалал 15 хувийн өсөлттэй байна. Цаашид ч гэсэн дата ачаалал хурдацтай өсөхөөр байна.

Зураг 8. Үүрэн холбооны хэрэглэгчдийн үүсгэсэн дата ачаалал, ТВ



Эх сурвалж: ХХЗХороо

1996 онд үүрэн холбооны үйлчилгээний дундаж тариф¹ 407.5 төгрөг байсан бол 1999 онд Скайтел ХХК байгуулагдан үүрэн холбооны үйлчилгээг үзүүлж эхэлснээр 242.3, 2006 онд Юнител ХХК уг зах зээлд нэвтэрснээр 106.1, 2007 онд Жи-Мобайл ХХК үйлчилгээ үзүүлж эхэлснээр үүрэн холбооны ярианы дундаж тариф 64.5 төгрөг болж улмаар техник, технологийн шинэчлэл, сүлжээ үйлчилгээний нэр төрөл, хамрах хүрээ, хэрэглэгчийн тооны өсөлт зах зээлийн бүтцийг өөрчилж дундаж үнэ, тарифыг бууруулсаар иржээ. Сүүлийн жилүүдэд үүрэн холбооны оператор компаниуд багц үйлчилгээг нэгдсэн тарифаар санал болгож иргэд өөрсдийн хэрэгцээнд тохируулан яриа эсвэл дата үйлчилгээ давамгайлсан багцуудыг сонгон хэрэглэх болсон. (Эдгээр багц үйлчилгээний үнэ тариф, багцад багтаж буй үйлчилгээний талаар операторуудын цахим хуудаснаас үзэх боломжтой.) Үүнтэй холбоотой үйлчилгээний дундаж тариф тооцоход хүндрэлтэй болж, цаашид багцийн өртгийг тооцох шаардлага урган гарч байна.

Хүснэгт 6. Үүрэн холбооны ярианы үйлчилгээний дундаж тариф

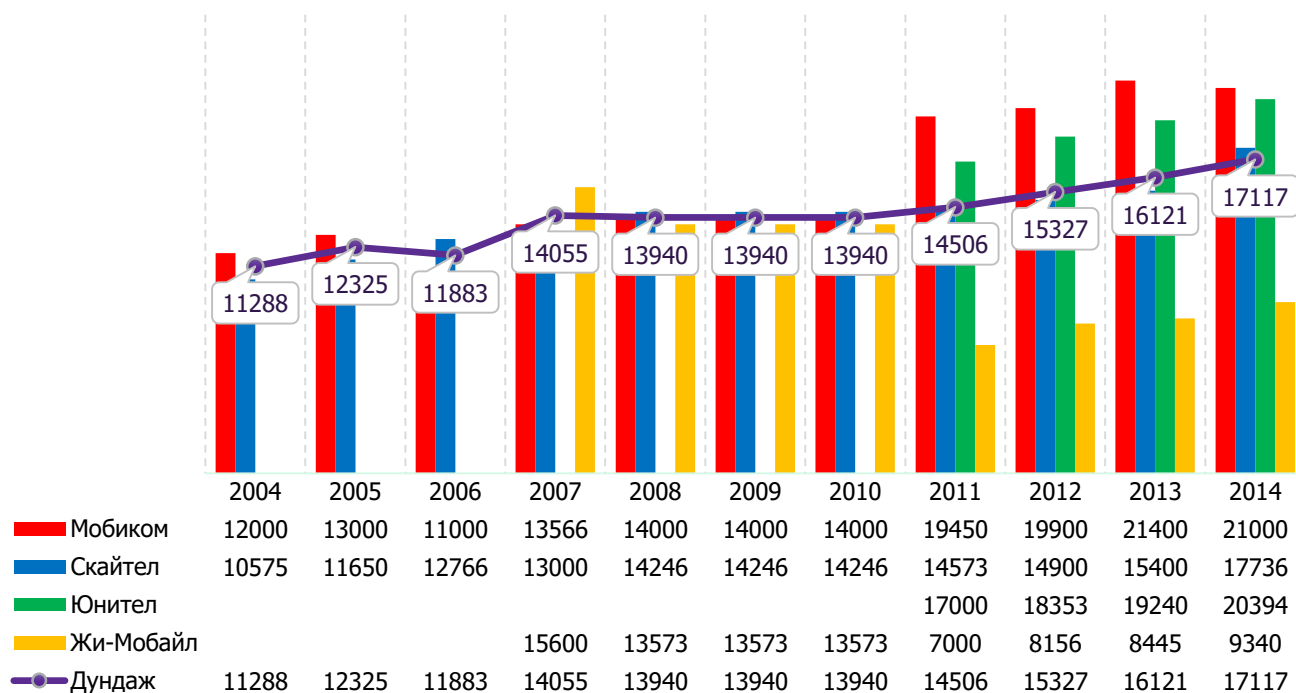
Он	Мобиком	Скайтел	Юнител	Жи-Мобайл	Дундаж
1996	407.5	-	-	-	407.5
1999	262.0	222.5	-	-	242.3
2005	163.0	136.0	-	-	149.5
2006	148.0	104.0	66.3	-	106.1
2007	82.5	66.3	66.3	43.0	64.5
2008	82.5	60.5	57.0	43.4	60.9
2009	82.5	60.5	57.0	43.4	60.9
2010	78.5	59.3	54.9	44.2	59.2
2011	75.3	57.5	59.4	44.2	59.1
2012	74.4	56.1	60.4	36.3	56.8
2013	65.9	56.1	60.4	36.5	54.7
2014	73.1	57.1	60.6	38.5	57.3
2017	74.2	46.7	58.3	45.0	56.1

Эх үүсвэр: ХХЗХ-ны мэдээлэл, үүрэн холбооны операторуудын цахим хуудасны мэдээлэлд үндэслэн тооцов.

Үүрэн холбооны нэг хэрэглэгчээс олох дундаж орлого (ARPU) 2004 онд 11.3 мянган төгрөг байсан бол 2014 онд буюу 10 жилийн хугацаанд жилд дунжаар 4.7 хувиар өсч 17.1 мянган төгрөг болжээ.

¹ Дундаж тарифыг тооцохдоо урьдчилсан, дараа, хосолсон төлбөрт хэрэглэгчдийн сүлжээндээ болон бусад сүлжээнд ярих тарифуудын дунджаар тооцсон болно.

Зураг 9. Үүрэн холбооны үйлчилгээний нэг хэрэглэгчээс олох дундаж орлого (ARPU)



Эх үүсвэр: ХХЗХ-ны мэдээлэл

Жич: Юнител компани 2011 оноос өмнө тоон мэдээллээ өгөөгүй тул тооцоололд оруулж чадаагүй болно.

Сүүлийн гурван жилийн нэг хэрэглэгчээс олох орлогыг дэлгэрэнгүйгээр авч үзвэл (улс хоорондын болон роуминг үйлчилгээ ороогүй) 2015 онд 9060, 2016 онд 11134, 2017 онд 9918 төгрөг байна. 2017 онд өмнөх онтой харьцуулахад Мобиком ХХК, Скайтел ХХК-ий нэг хэрэглэгчээс олсон дундаж орлого тус бүр 13.4 хувиар, Жи-Мобайл ХХК-ий хувьд 28.1 хувиар тус тус буурсан бол Юнител ХХК-ий хувьд 14.9 хувиар өссөн байна. Салбарын хувь нэг хэрэглэгчээс олсон дундаж орлого сүүлийн онд 10.9 хувиар буурчээ.

Хүснэгт 7. Үүрэн холбооны үйлчилгээний нэг хэрэглэгчээс олсон дундаж орлого (ARPU), 2015-2017

Операторын нэр	Яриа		SMS		Дата	ARPU
	Onnet	Offnet	Onnet	Offnet		
2015 он						
Мобиком	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a
Скайтел	2684.0	4690.0	307.0	610.0	2611.0	10902.0
Юнител	1637.3	5554.7	706.6	491.8	1597.3	9987.7
Жи-Мобайл	2974.0	2598.0	100.0	254.0	364.0	6290.0
Дундаж	2431.8	4280.9	371.2	451.9	1524.1	9059.9
2016 он						
Мобиком	5026.7	4014.7	950.5	416.6	4059.7	14468.2
Скайтел	2731.0	4398.0	229.0	376.0	2006.0	9740.0
Юнител	3701.7	2994.0	543.6	408.0	1870.7	9518.0
Жи-Мобайл	4986.4	4602.8	176.6	328.1	717.1	10811.0
Дундаж	4111.4	4002.4	474.9	382.2	2163.4	11134.3
2017 он						

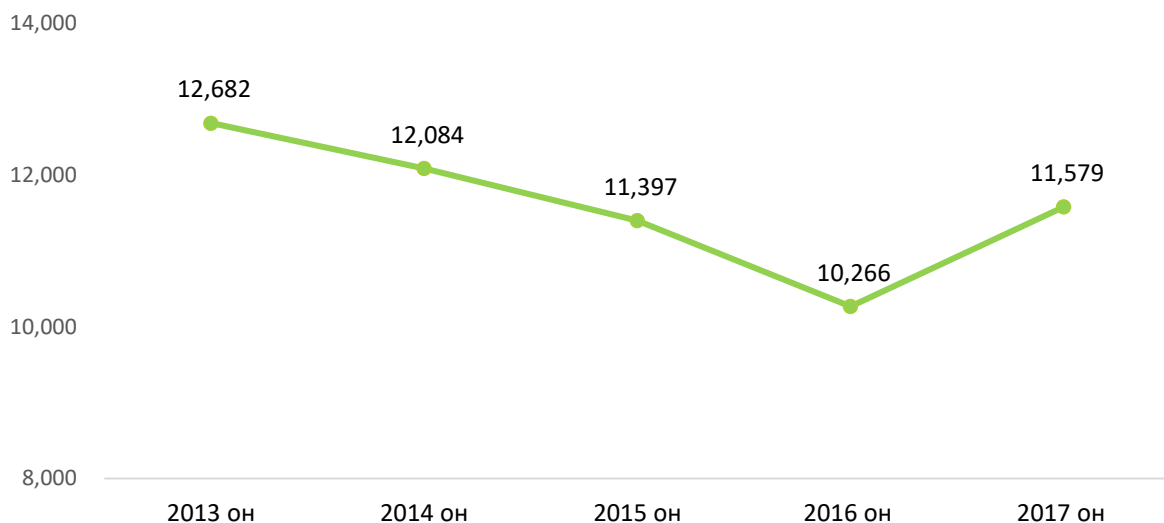
Мобиком	4647.8	4112.9	867.5	364.3	2542.5	12535.0
Скайтел	1999.0	3824.0	97.0	342.0	2168.0	8430.0
Юнител	3967.9	3054.2	552.9	424.8	2940.7	10940.6
Жи-Мобайл	3582.8	3307.2	126.9	235.7	515.3	7767.8
Дундаж	3549.4	3574.6	411.1	341.7	2041.6	9918.3

**onnet – сүлжээ дотор; offnet – бусад сүлжээнд, sms – богино үсэгт мессеж
Эх үүсвэр: ХХЗХ-ны мэдээлэлд үндэслэн тооцов.*

Жич: Мобиком корпораци 2015 онд тоон мэдээллээ өгөөгүй тул тооцоололд оруулж чадаагүй болно.

Харин нэг хэрэглэгчид ногдох дундаж орлогыг тооцоолоход өсөлт, бууралт харилцан адилгүй байна.

Зураг 10. Үүрэн холбооны нэг хэрэглэгчид ногдох дундаж орлого, сараар, ₮



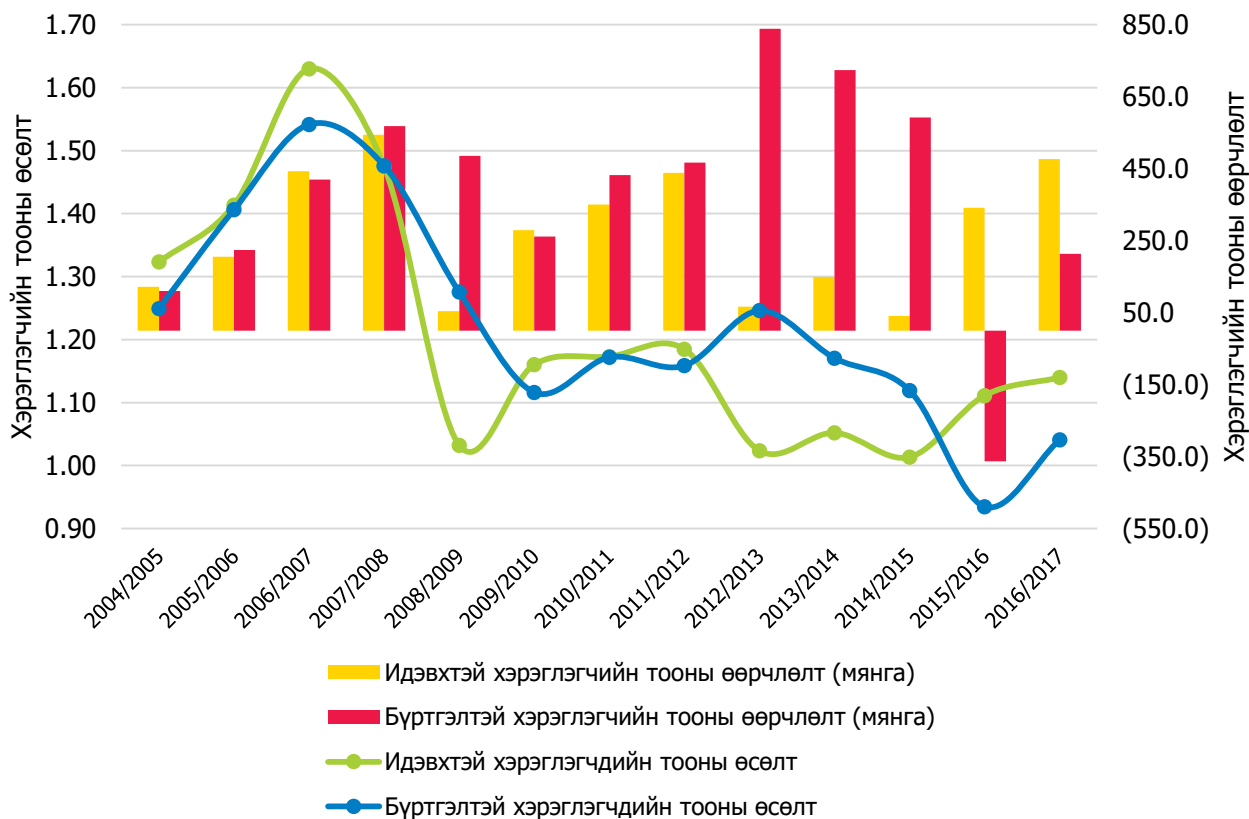
Эх сурвалж: ХХЗХороо, судлаачийн тооцоолол

2013 оныг 2016 онтой харьцуулахад нэг хэрэглэгчид ногдох дундаж орлого 19 хувиар буурсан, 2016 оныг 2017 онтой харьцуулахад 13 хувиар өссөн байна. Магадгүй үүрэн холбооны үйлчилгээ эрхлэгчид үнэ тарифаа багцын тариф руу шилжүүлсэнтэй холбон үзэж болох юм.

2. ҮҮРЭН ХОЛБООНЫ САЛБАРЫН ХЭРЭГЛЭГЧИЙН СУДАЛГАА

Монгол Улсын үүрэн холбооны үйлчилгээний бүртгэлтэй ба идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны 2004 – 2017 оны өсөлтөөс харахад бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн тооны жилийн дундаж өсөлт 1.21, идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны жилийн дундаж өсөлт 1.18 байна.

Зураг 11. Үүрэн холбооны идэвхтэй болон бүртгэлтэй хэрэглэгчийн тоо, өсөлтийн хувь



Эх сурвалж: ХХЗХороо

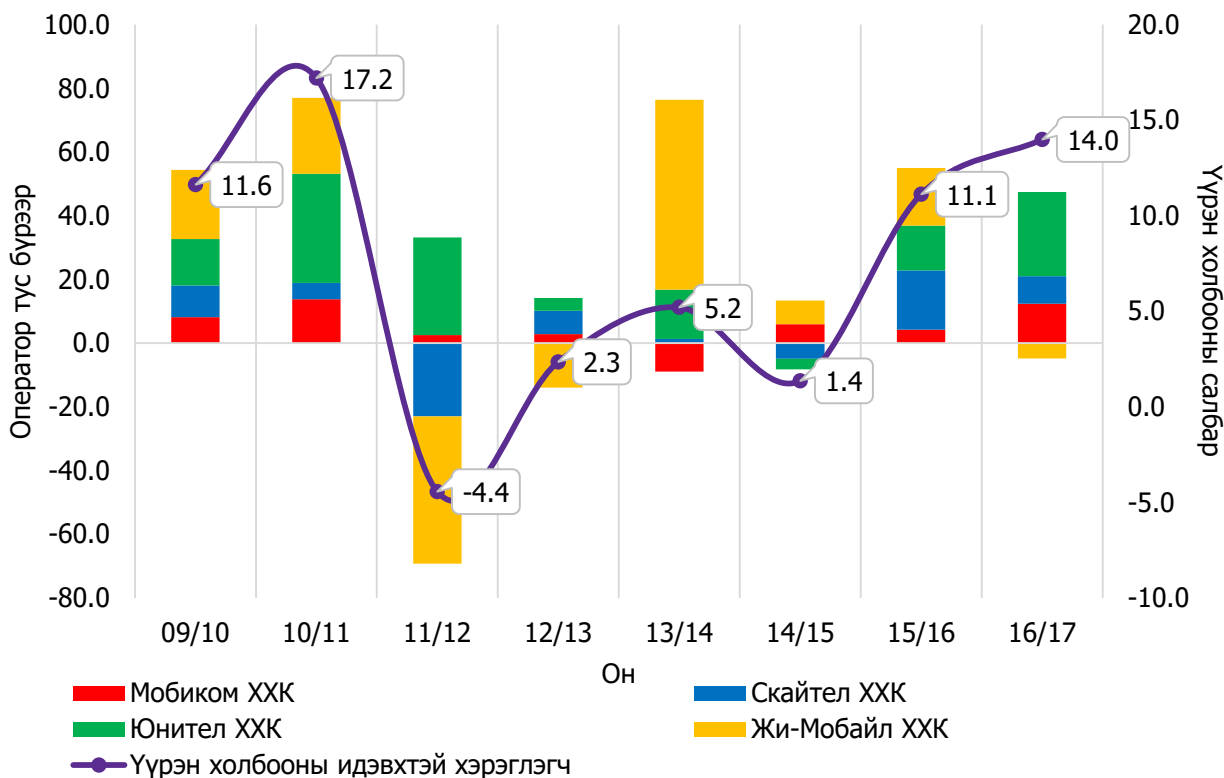
Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо 2011 онд өмнөх онтой харьцуулахад 17.2 хувиар өссөн ч 2012 онд 4.4 хувиар буурчээ. Энэ үеэс хойш өссөөр 2017 оны байдлаар өмнөх онтой харьцуулахад 14 хувиар өссөн байна.

2012 онд үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо буурахад Жи-Мобайлын идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо 46.3 хувиар, Скайтелийн идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо 23.0 хувиар буурсан нь нөлөөлжээ. Үүрэн холбооны оператор Жи-Мобайлын хувьд өмнөх онтой харьцуулахад 2012 онд 46.3, 2013 онд 14.0 хувиар тус тус буурсан хэдий ч 2014 онд 59.6 хувиар идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоог нэмэгдүүлж чадсан байна. Үүнээс хойш идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо нь тодорхой өсөлттэй байсан боловч 2017 онд өмнөх онтой харьцуулахад 4.8 хувиар буурсан байна. Мобиком корпорацийн идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо 2013 – 2014 онд 9.0 хувиар буурсан нь тухайн онд Жи-Мобайл компанид идэвхтэй хэрэглэгчдээ алдсан байх магадлалтай байна. 2014 – 2015 онд Скайтел 4.9, Юнител 3.3 хувиар идэвхтэй хэрэглэгчдээ алдсан байна.

Сүүлийн жилүүдэд бүртгэлтэй болон идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны зөрүү өндөр байгаа нь үүрэн холбооны операторуудын үнэнч хэрэглэгчийг нэмэгдүүлэх урамшууллын бодлоготой холбоотой ба энэ хэрэглэгчийн хөөс үүсгэж байх магадлалтай юм. Тухайлбал, оюутан,

залуусын хувьд тодорхой хугацаанд ашиглах үнэгүй дата эрх, ярианы минуттай шинэ дугаарыг маш ихээр худалдан авч ашиглах хандлага ажиглаж байгаа ба урамшууллын хугацаа дуусахад уг дугаартаа хэрэглээ үүсгэхгүй байгаа юм.

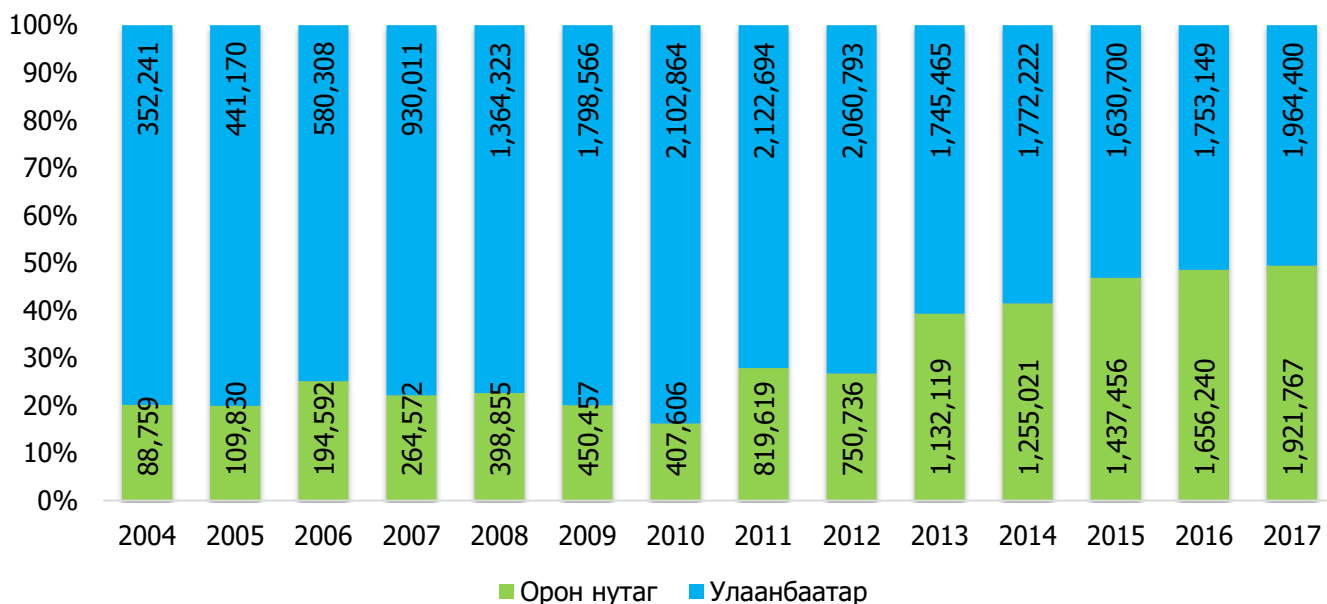
Зураг 12. Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны өсөлтийн хувь, оператор компаниар



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Сүүлийн жилүүдэд хөдөө, орон нутгийн идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо өсөж, 2017 оны байдлаар үүрэн холбооны нийт идэвхтэй хэрэглэгчийн 49.5 хувийг эзлэх болсон байна.

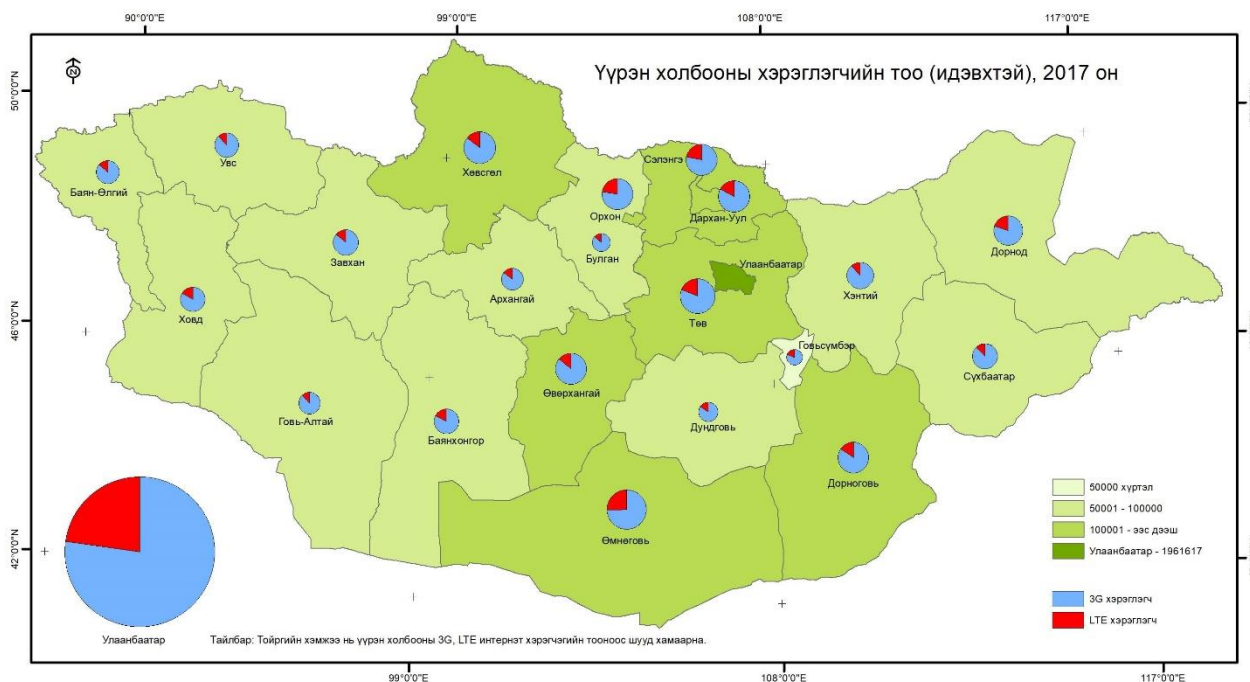
Зураг 13. Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны бүтэц, байршлаар



Эх сурвалж: ХХЗХ, Нийслэлийн статистикийн газар

Доорх зурагт үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоог байршлаар харууллаа. Эндээс Хөвсгөл, Сэлэнгэ, Дархан-Уул, Орхон, Төв, Өвөрхангай, Өмнөговь, Дорноговь аймгийн үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо нь бусад аймагтай харьцуулахад өндөр байгааг харж болно. Мөн Өмнөговь аймагт LTE хэрэглэгчдийн эзлэх хувь өндөр байна.

Зураг 14. Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо, аймгаар, 2017



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Хэрэглэгчийн тоог зах зээлд эзлэх хувиар нь авч үзвэл нийт хэрэглэгчийн 38.6 хувийг Мобиком корпораци ХХК, 35.2 хувийг Юнител ХХК, 15.3 хувийг Скайтел ХХК, 10.9 хувийг Жи-Мобайл ХХК тус тус эзэлж байна.

Хүснэгт 8. Үүрэн холбооны оператор компаниудын зах зээлд эзлэх хувь, таамаглал

Үзүүлэлт		2013	2014	2015	2016	2017	2018*	2019*	2020*
Зах зээлд эзлэх хувь	Мобиком	46.3	40.0	41.8	39.2	38.6	37.6	36.9	36.2
	Скайтел	16.6	16.0	15.0	16.0	15.3	15.9	16.0	16.2
	Юнител	29.5	32.4	30.9	31.7	35.2	35.6	36.7	37.6
	Жи-Мобайл	7.7	11.6	12.3	13.1	10.9	10.9	10.4	10.0
Идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо (мян.хүн)		2877.6	3027.2	3068.2	3409.4	3886.2	4066.2	4188.2	4399.4

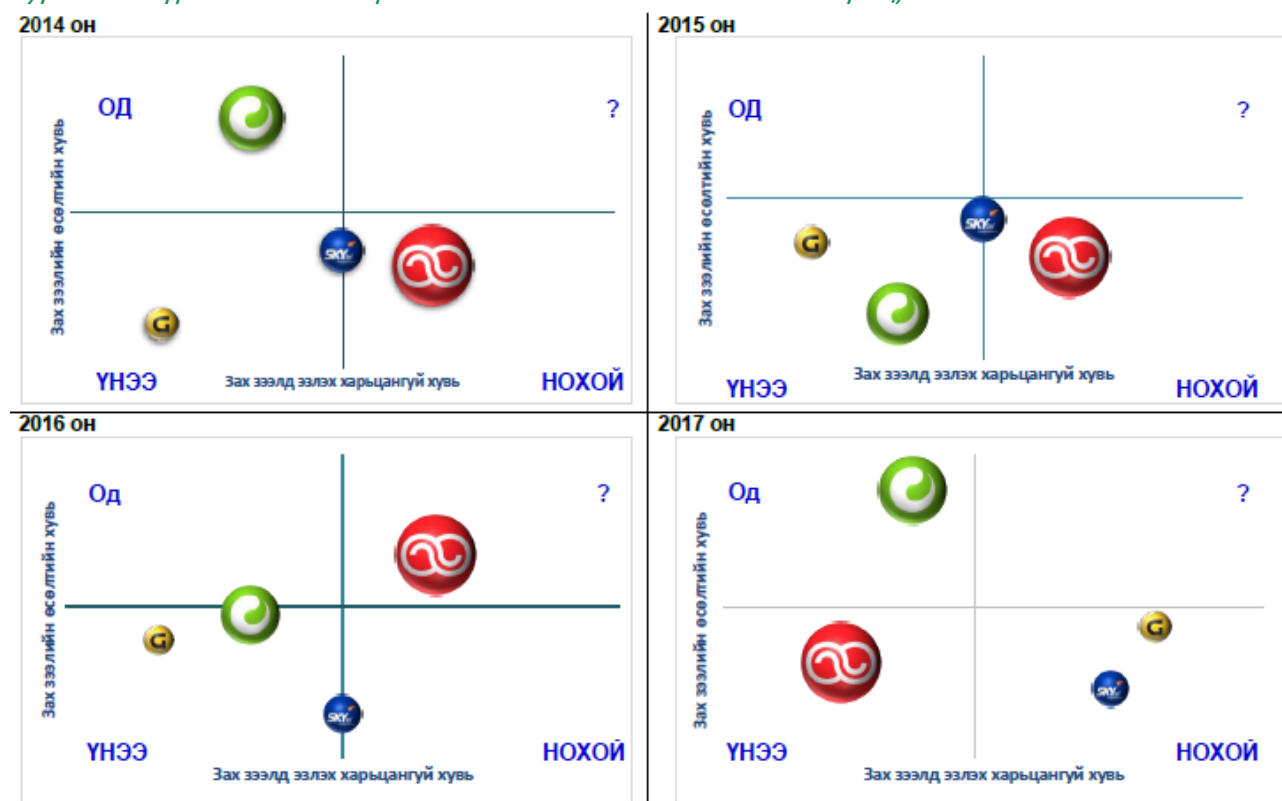
*-прогноз

Эх сурвалж: ХХЗХороо, судлаачийн тооцоолол

Хэрэглэгчийн тооны прогнозыг Холт Винтерсийн I загвараар тодорхойлсон болно. Хэрэглэгчийн тооны өсөлтийг 2020 он хүртэл төлөвлөхөд нийт идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо 4 сая давах төлөвтэй байна.

Үүрэн холбооны операторуудын зах зээлд эзлэх харьцангуй хувь хэмжээ болон зах зээлийн өсөлтийн хувиар тэдний зах зээлд эзлэх байр суурийг авч үзвэл 2017 оны байдлаар Юнител ХХК нь зах зээлийн өсөлтийн хувь бусад операторуудаас өндөр, зах зээлийн харьцангуй хувь өндөр байгаагаас “Од” байрлалд, Мобиком корпораци ХХК нь зах зээлийн харьцангуй хувь өндөр боловч зах зээлийн өсөлтийн хувь өмнөх онтой харьцуулахад 1.07 хувийн бууралттай байсан тул “Үнээ” байрлалд, Жи-Мобайл болон Скайтел операторуудын хувьд эдгээр үзүүлэлтүүд нь бага тул “Нохой” байрлалд байна.

Зураг 15. Үүрэн холбооны үйлчилгээний зах зээлийн BCG матриц, 2014-2017



**Бөмбөлгийн хэмжээ нь операторуудын орлогыг хэмжээг илэрхийлнэ.
Эх сурвалж: ХХЗХороо*

Мобиком корпораци ХХК нь 2014, 2015 онд зах зээлд эзлэх харьцангуй хувь болон зах зээлийн өсөлтийн хувь бага байснаас нохой байрлалд, 2016 онд зах зээлийн өсөлтийн хувь өсөж асуултын тэмдэг байрлалд, 2017 онд зах зээлд эзлэх харьцангуй хувь өсөж, харин зах зээлийн өсөлтийн хувь эргэн буурснаар саалийн үнээ байрлалд шилжсэн.

Юнител ХХК нь 2014 онд зах зээлийн өсөлтийн хувь болон зах зээлд эзлэх харьцангуй хувь хамгийн өндөр буюу од байрлалд байсан бол 2015 онд зах зээлийн өсөлтийн хувь буурч саалийн үнээ байрлалд шилжсэн. 2016, 2017 онуудад зах зээлийн өсөлт аажмаар нэмэгдэж Од байрлалд хүрсэн байна.

Жи-Мобайл ХХК нь 2014-2016 онд зах зээлд эзлэх харьцангуй хувь өндөр боловч зах зээлийн өсөлтийн хувь нь бага байгаагаас саалийн үнээ байрлалд байсан хэдий ч 2017 онд зах зээлд эзлэх харьцангуй буурснаар нохой байрлалд шилжжээ.

Скайтел ХХК-ийн хувьд 2014-2016 оны хугацаанд зах зээлийн өсөлтийн хувь бага, зах зээлд эзлэх харьцангуй хувь дундаж байсан тул саалийн үнээ болон нохой байрлалын зааг дээр, 2017 онд эдгээр үзүүлэлтүүд буурч нохой байрлалд шилжжээ.

Хэрэглэгчийн тооны сарын индексийг 2012 – 2017 оны зургаан жилийн утгаар тооцож үзэхэд жил бүрийн 7-12 дугаар сарууд таагүй нөлөө үзүүлж байгааг харж болохоор байна.

Хүснэгт 9. Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны сарын индекс, оператор компаниар

Сар	Сарын индекс				Ерөнхий индекс
	Мобиком	Скайтел	Юнител	Жи-Мобайл	
1	99.7	101.3	100.0	101.5	100.4
2	99.1	100.1	99.5	99.1	99.5
3	98.6	99.8	100.8	98.8	99.5
4	98.0	99.9	101.4	99.1	99.5
5	98.1	100.9	101.6	98.2	99.5
6	100.4	100.2	100.2	97.4	99.9
7	79.8	77.5	79.9	77.2	79.2
8	81.0	76.8	78.7	78.9	79.4
9	81.6	80.3	80.6	80.5	81.0
10	80.6	81.6	80.2	81.4	80.7
11	81.0	80.5	78.9	81.9	80.3
12	81.1	80.1	77.1	85.1	80.1

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

ӨРСӨЛДӨӨНИЙ ЭРЧИЙГ ТООЦООЛОХ нь боломж, аюул занал, эрсдэлийг тодорхойлох боломжийг олгодог. Өрсөлдөөний эрчийг дараах томъёогоор тодорхойлсон.

$$CM = 1 - \sqrt{\frac{\sum [y_k - \frac{1}{n}]^2}{n}} \quad (1)$$

CM- зах зээл дээрх өрсөлдөөний эрч, (competition momentum)

y_k – k дугаар оролцогчийн зах зээлд эзлэх хувь

n – зах зээл дээрх оролцогчдын тоо.

Үүрэн холбооны зах зээлийн өрсөлдөөний эрч нь 2016 онд 0.67 байсан бол 2020 онд 0.65 болж үүрэн холбооны зах зээлийн өрсөлдөөний эрч буурах магадлалтай, зах зээлийн багтаамж тогтворжих хандлагатайг харуулж байна.

Хүснэгт 10. Үүрэн холбооны зах зээлийн өрсөлдөөний шинжилгээ

	2016	2017	2018	2019	2020
Өрсөлдөөний эрч	0.671	0.653	0.657	0.655	0.652
Херфиндал Хершманы индекс	0.297	0.308	0.305	0.307	0.309

Эх сурвалж: ХХЗХороо, судлаачийн тооцоолол

НИИ 0.3 байгаа нь үүрэн телефон холбооны зах зээлийн төвлөрөл их биш байгааг харуулж байна.

РЕГРЕССИЙН ШИНЖИЛГЭЭ: Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны өсөлтийг 2005 – 2014 оны макро эдийн засгийн үзүүлэлтүүдээс хамааруулан судалж үзэхэд дараах регрессийн тэгшитгэл гарсан.

$$\tilde{y} = 1.99 - 0.0007x_1 + 0.2x_2 \quad (R^2 = 0.61)$$

\tilde{y} – идэвхитэй хэрэглэгчийн тооны өсөлт

x_1 –долларын ханш

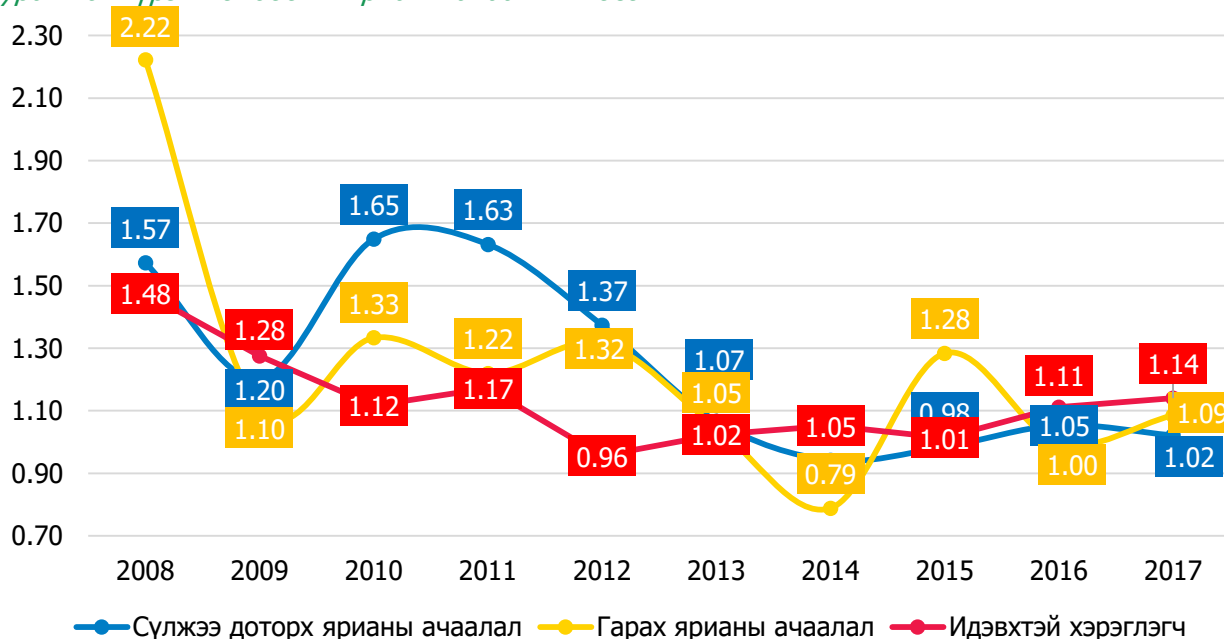
x_2 – өрхийн орлогын өсөлт

Долларын ханш нэг төгрөгөөр өсөхөд идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны өсөлт 0.0007 нэгжээр буурч байхад өрхийн орлогын өсөлт нэг пунктээр өсөхөд үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны өсөлт дунджаар 0.2 пунктээр өснө.

3. ҮҮРЭН ХОЛБООНЫ ЯРИАНЫ АЧААЛЛЫН СУДАЛГАА

Үүрэн холбооны хэрэглэгчийн тооны өсөлттэй ярианы ачааллыг харьцуулан авч үзвэл сүүлийн жилд идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны өсөлт 2012 онд 4 хувиар ялимгүй буурсныг эс тооцвол харьцангуй тогтвортой байна. Сүлжээ доторх ярианы ачаалал сүүлийн 10 жилд 2008, 2010, 2011 онуудад хамгийн өндөр өсөлттэй байсан боловч түүний өсөлт 2010 оноос хойш удааширч, улмаар 2014, 2015 онд 2-4 хувиар буурсан байна. Харин сүлжээнээс гарах ярианы ачааллын өсөлт жил бүр хэлбэлзэлтэй байгаа нь ажиглагдаж байна.

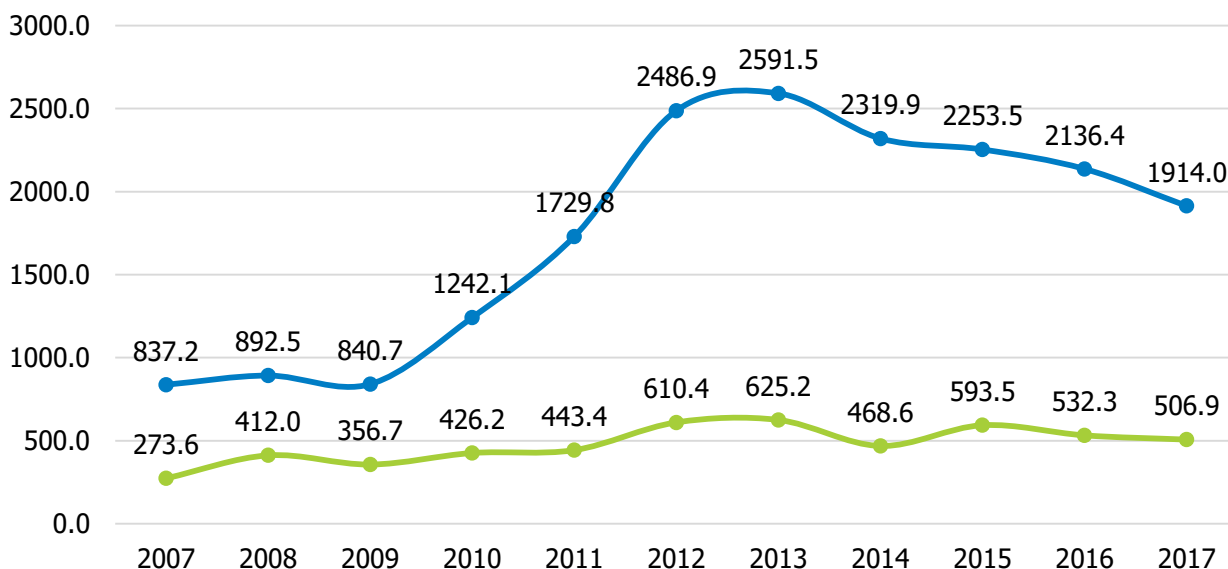
Зураг 16. Үүрэн холбооны ярианы ачааллын өсөлт



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Үүрэн холбооны 1 идэвхтэй хэрэглэгчид ногдох ярианы ачааллыг авч үзвэл сүүлийн 4 жилд сүлжээ доторх ярианы ачаалал дунджаар жил бүр 6 хувиар, сүлжээнээс гарах ярианы ачаалал сүүлийн 3 жилд дунджаар 8 хувиар тус тус буурч байна. 2017 оны байдлаар үүрэн холбооны нэг идэвхтэй хэрэглэгч дунджаар өөрийн сүлжээндээ 1917 минут, бусад сүлжээнд 506.9 минутын ярианы ачааллыг үүсгэж байна.

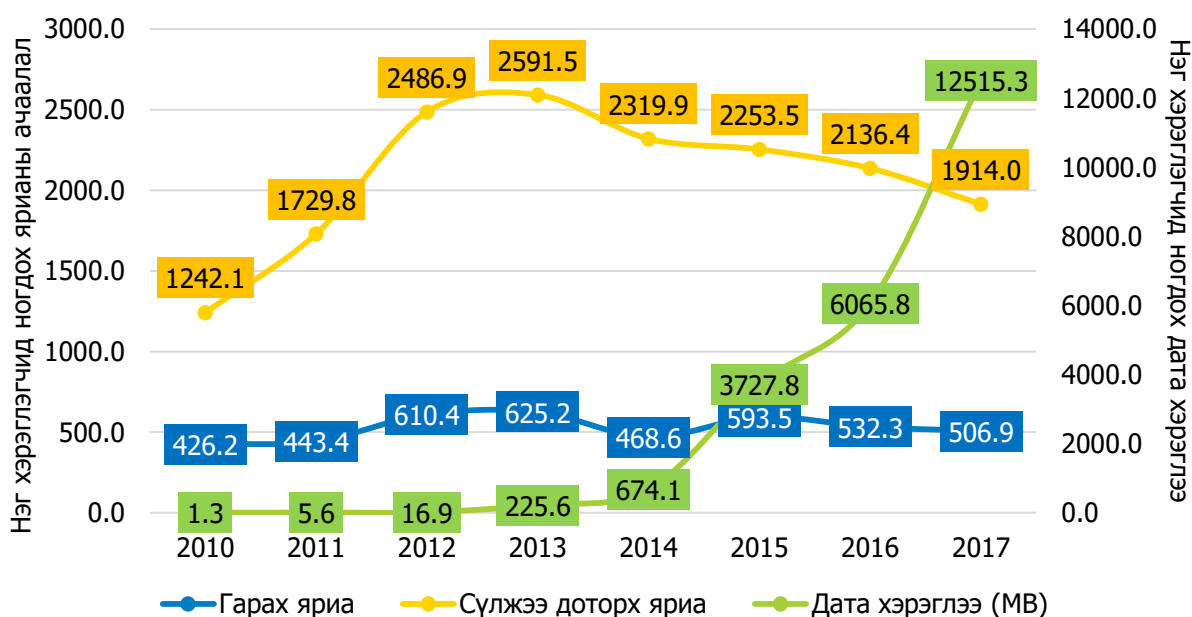
Зураг 17. Үүрэн холбооны нэг идэвхтэй хэрэглэгчид ногдох ярианы ачаалал, минут



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Цаашид үүрэн телефон холбооны ярианы ачаалал нь дата өгөгдөл рүү шилжих хандлагатай байна. Зах зээлийн өрсөлдөөн, технологийн хөгжил дэвшил, ухаалаг гар утасны хэрэглээ, түүнийг дагасан нэмэлт үйлчилгээ болон контентууд ОТТ (over the top) төрлийн үйлчилгээ нь хэрэглэгчийн тооны өсөлтөд нөлөөлж ярианы ачаалал буурах хүчин зүйл болж байна.

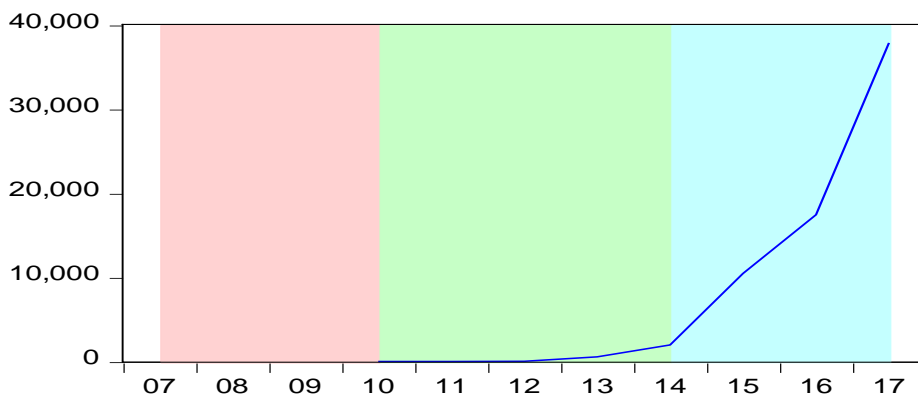
Зураг 18. Үүрэн холбооны хэрэглэгчийн хэрэглээний өөрчлөлт



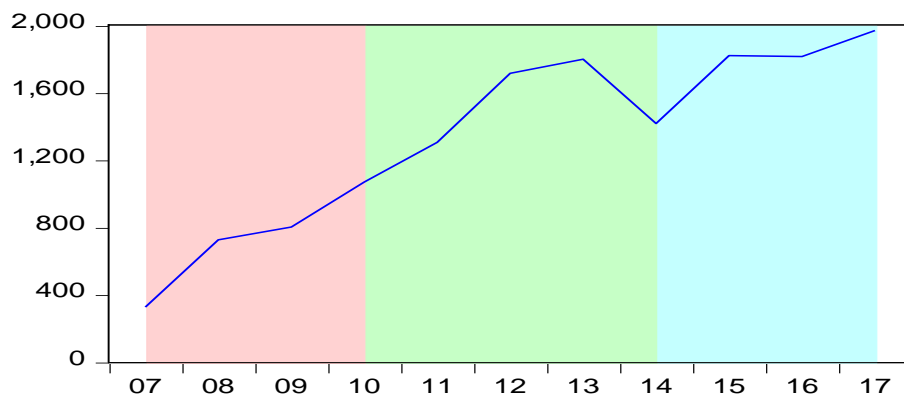
Эх сурвалж: ХХЗХороо

Дата хэрэглээ үүсэх 2010 оноос өмнөх үед сүлжээнээс гарах болон сүлжээ доторх ачаалал хэвийн өсөлттэй, дата хэрэглээ үүсэж эхэлсэн 2010- 2014 онд эдгээр ярианы ачааллууд өсөлт өндөр байсан хэдий ч сүүлийн 2013-2014 онуудад буурах, дата хэрэглээ огцом өссөн 2014-2017 онд ярианы ачаалал тогтворжсон байна.

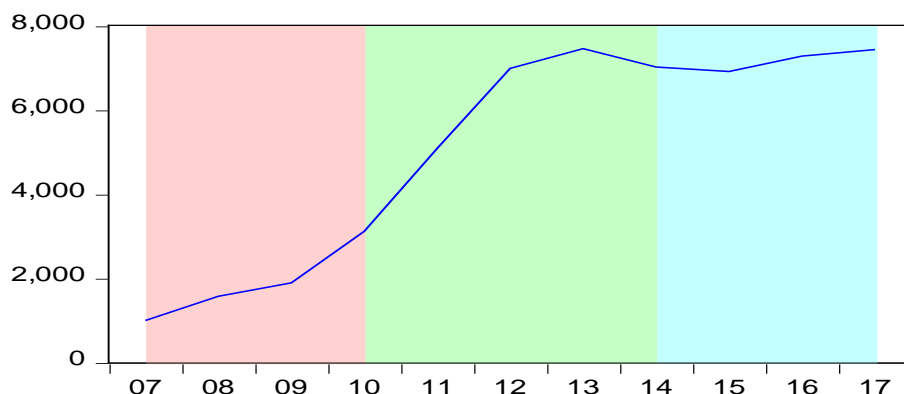
Зураг 19. Үүрэн холбооны яриа, дата ачаалал, минут data



offnet



onnet

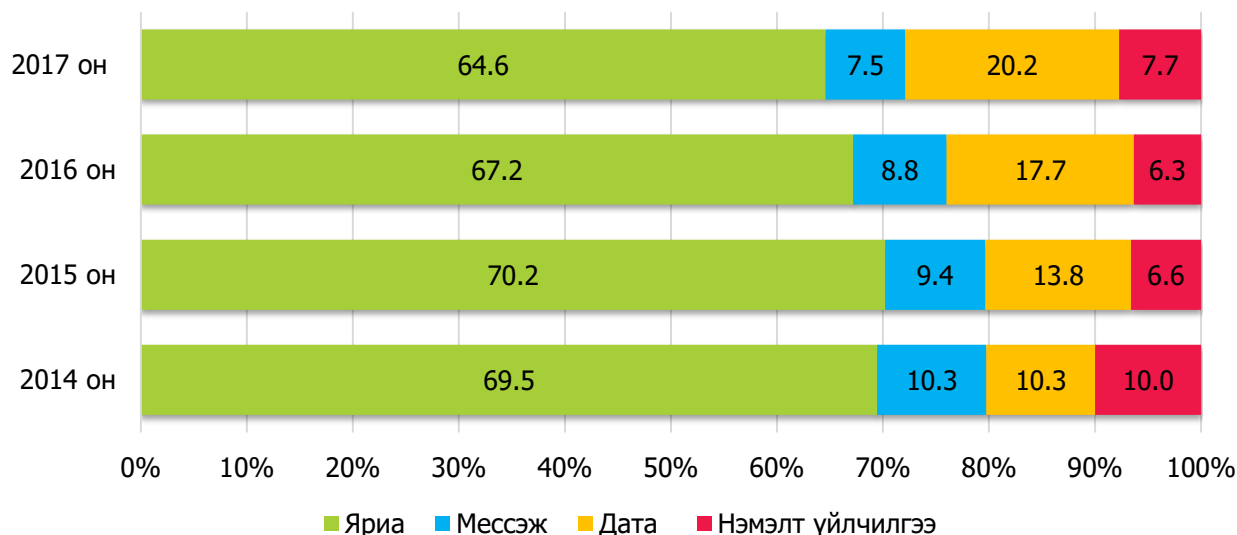


Эх сурвалж: ХХЗХороо

Өнөөдөр нэг үүрэн хэрэглэгчийн хэрэглээний бүтцэд ойролцоогоор 65 хувийг яриа, 9.7 хувийг дата багцын хэрэглээ, 7.5 хувийг мессеж, 7.7 хувийг нэмэлт үйлчилгээ эзэлж байгаа бол 20.2

хувийг дата хэрэглээ эзэлж байна. Хэрэглэгчийн хэрэглээний бүтцэд дата хэрэглээний эзлэх хувь сүүлийн 4 жилд 2 дахин өссөн байгаа нь харагдаж байна.

Зураг 20. Үүрэн холбооны хэрэглэгчийн хэрэглээний бүтэц



Эх сурвалж: ХХЗХороо

РЕГРЕССИЙН ШИНЖИЛГЭЭ: 2006 – 2014 оны гарах ярианы өсөлт нь идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны өсөлтөөс хамаарсан регрессийн шинжилгээнээс харахад хэрэглэгчийн тооны өсөлтийг нэг пунктээр нэмэгдүүлэхэд гарах ярианы нийт ачаалал дунджаар 2 пунктээр нэмэгдэж байна.

$$y = -1.03 + 2.01x \quad (R^2 = 0.59)$$

Энд:

y – Гарах ярианы нийт ачааллын өсөлт

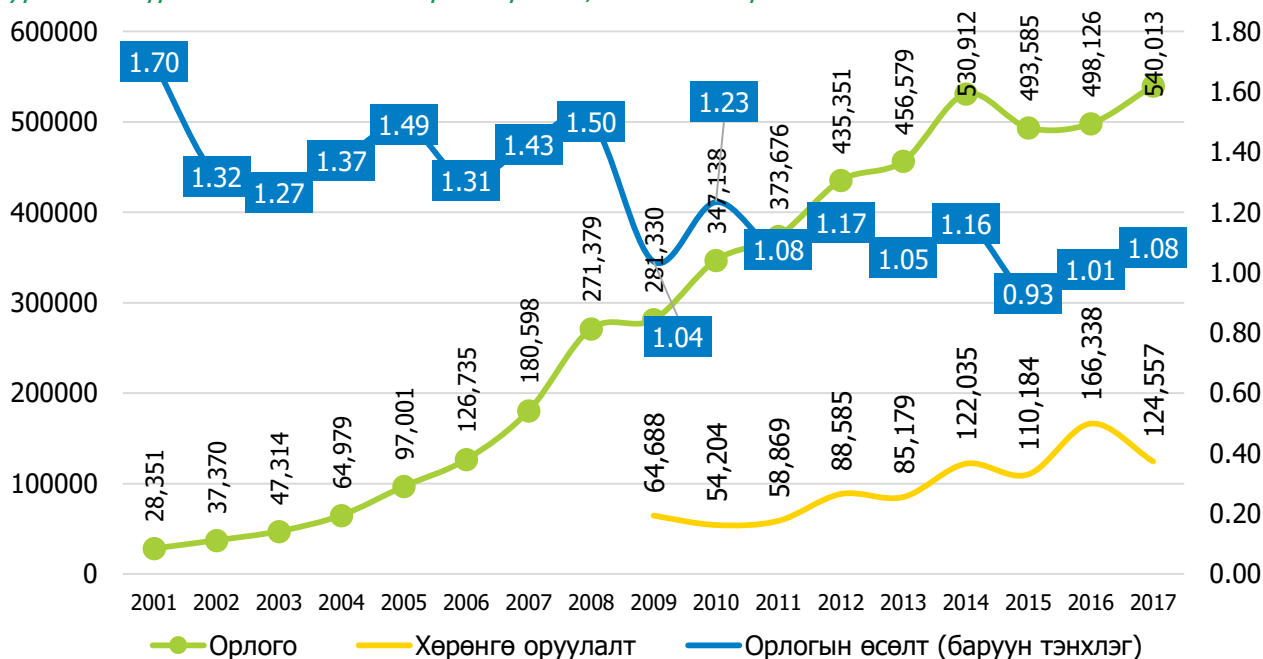
x – Идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны өсөлт

Хэрэглэгчийн тооны өсөлтийг даган хэрэглэгчдийн ярианы гарах ачаалал нэмэгдэнэ.

4. ҮҮРЭН ХОЛБООНЫ САЛБАРЫН САНХҮҮГИЙН ҮЗҮҮЛЭЛТҮҮД

Үүрэн телефон холбооны хэрэглэгчийн тоо өсөж үйлчилгээний нэвтрэлтийн түвшин олон улсын дундаж үзүүлэлттэй харьцуулахад өндөр байгаа хэдий ч үйлчилгээний үнэ тариф дахь ашгийн түвшин буурч, нэг хэрэглэгчээс олох дундаж орлого буурсаар байна.

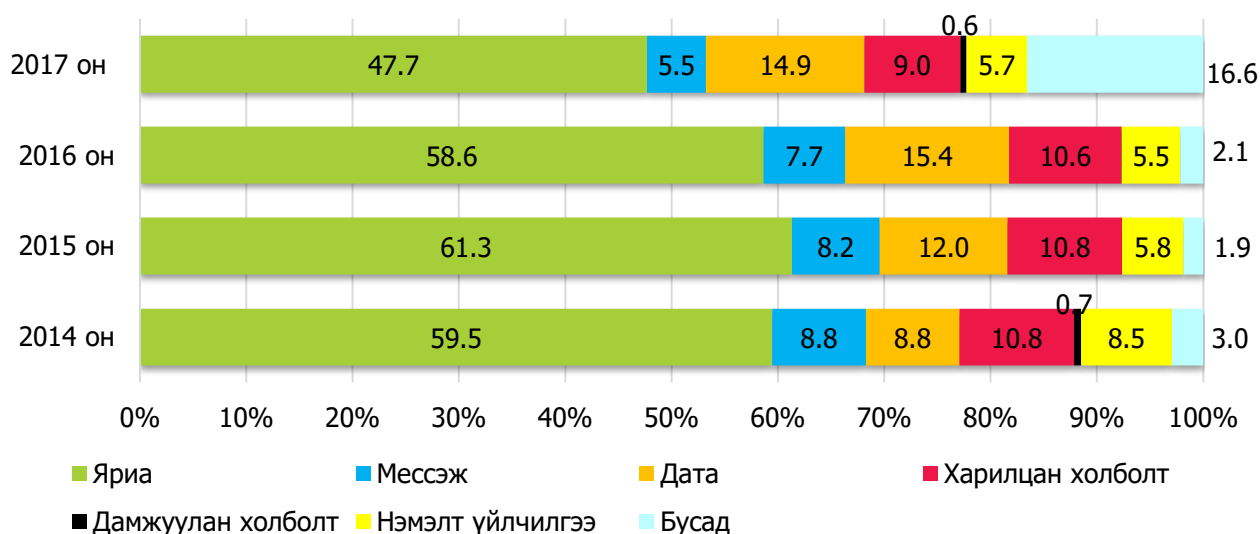
Зураг 21. Үүрэн холбооны салбарын орлого, мянган төгрөг



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Үүрэн холбооны салбарын орлогын 47.7 хувийг ярианы орлого, 14.9 хувийг дата, 9 хувийг харилцан холболт, 5.7 хувийг нэмэлт үйлчилгээ, 5.5 хувийг дамжуулан холболт, 5.5 хувийг мессеж, 17.2 хувийг бусад төрлийн орлогууд бүрдүүлж байна.

Зураг 22. Үүрэн холбооны салбарын орлогын бүтэц



Эх сурвалж: ХХЗХороо

5. ҮҮРЭН ХОЛБООНЫ БҮЛГИЙН ДҮГНЭЛТ

Үүрэн холбооны тусгай зөвшөөрлийн тухай:

Монгол улсад 1996 онд Мобиком ХХК онд тусгай зөвшөөрөл авч үүрэн холбооны үйлчилгээг анх удаа нэвтрүүлсэн. Харин 1999 онд онд Скайтел ХХК-д хоёр дахь үүрэн холбооны тусгай зөвшөөрлийг олгож ингэснээр анх удаа тухайн зах зээлд өрсөлдөөнийг бий болгосон. Гэвч тухайн үед тус хоёр компани өөр төрлийн төрлийн технологи ашиглаж байснаас шалтгаалан өрсөлдөөн үүсэлгүй 2005 он хүртэл Мобиком компани монополь шинжтэй явж ирсэн байна. Харин 2006 онд Юнител ХХК, 2007 онд Скайтел ХХК үүрэн холбооны үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөл авснаар тухайн зах зээлд өрсөлдөөнт чанартай болсон.

Өнөөдрийн байдлаар Монгол улсын үүрэн холбооны зах зээлд нийт 4 компани 2G, 3G, 4G үйлчилгээ нэвтрүүлэх тусгай зөвшөөрлийг ХХЗХ-оос авч ажиллаж байна.

Үүрэн холбооны хэрэглэгчийн төлөв:

Үүрэн холбооны үйлчилгээний бүртгэлтэй ба идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны 2004 – 2017 оны өсөлтөөс харахад бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн тооны жилийн дундаж өсөлт 1.21, идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны жилийн дундаж өсөлт 1.18 байна.

2008-2011 онд бүртгэлтэй хэрэглэгчийн тоо илүү өсөлттэй байсан нь Хөдөөг холбоожуулах төслийн хүрээнд төр, хувийн хэвшлийн хамтын ажиллагаагаар (Бүх нийтийн үйлчилгээний үүргийн сан) Монгол Улсын бүх сум, суурин газарт үүрэн холбооны үйлчилгээ хүрсэнтэй холбож үзэж болох юм. Тухайлбал 2010 онд өсөлтийн хувь 11.6, 2011 онд 17.2 хувь хүртэл нэмэгдэж байсан байна.

Идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо бүртгэлтэй хэрэглэгчтэй харьцуулахад буурах хандлагатай байгаа нь ХХЗХ хорооноос идэвхтэй хэрэглэгчдийн бүртгэлийг шинэчлэх шаардлага тавьсан байдал болон оператор компаниас хэрэглэгчдийн бүртгэлийг сайжруулж иргэний эзэмших дугаарт хязгаарлалт тавьж эхэлсэнтэй холбоотой. Өөрөөр хэлбэл зохиомол өсөлтийн хувь хэмжээ багасаж цаашид бүртгэлтэй ба идэвхтэй хэрэглэгчийн тоо мэдээлэл тэнцвэржих хандлагатай байна.

Мөн хэрэглэгчдийн бүлгээр авч үзэхэд орон нутагт үүрэн холбооны үйлчилгээний нэвтрэлт ихэссэнтэй холбоотойгоор хөдөө орон нутгийн хэрэглэгчид 2010 онд ердөө 20 хувийг эзэлж байсан 2017 оны байдлаар нийт идэвхтэй хэрэглэгчдийн 49.5 хувийг эзэлж байна.

Үүрэн холбооны салбарын өрсөлдөөний байдал:

Хэрэглэгчийн тооны таамаглалыг Холт Винтерсийн I загвараар тодорхойлсон бөгөөд тооны өсөлтийг 2020 он хүртэл төлөвлөхөд нийт идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо 4 сая давах төлөвтэй байна.

2013 оны байдлаар үүрэн холбооны зах зээлийн идэвхтэй хэрэглэгчдийн 46.3 хувийг Мобиком корпораци ХХК, 29.5 хувийг Юнител ХХК, 16.6 хувийг Скайтел ХХК, 7.7 хувийг Жи-Мобайл ХХК тус тус эзэлж байсан бол 2020 он гэхэд Мобиком корпораци ХХК 36.2 хувь, Юнител ХХК 37.6 хувийг эзэлж зах зээлийн давамгайлал байх төлөвтэй байна. Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны тодорхойлсноор 2017 онд Мобиком корпораци ХХК болон Юнител ХХК

үүрэн холбооны зах зээлд зах зээлд давамгайл байдалтай бөгөөд тус компаниудын үнэ тарифын зохицуулалт хийх замаар зах зээлийн өрсөлдөөнийг зохицуулж байгаа бол 2020 онд мөн дээрх компаниуд давамгайл байдлаа алдахгүй байдалтай байгаа тул ойрын 3 жилд давамгайллагчийн зохицуулалт мөн хэвээр хадгалагдах төлөвтэй байна. Харин зах зээлийн эзлэх хувиар Юнител компани илүү болох төлөв ажиглагдаж байна.

Үүрэн холбооны зах зээлийн өрсөлдөөний эрч нь 2016 онд 0.67 байсан бол 2020 онд 0.65 болж үүрэн холбооны зах зээлийн өрсөлдөөний эрч буурах магадлалтай, Херфиндал Хершманы индекс 0,3 байгаа нь зах зээл хэт төвлөрөөгүй зах зээлийн багтаамж тогтворжих хандлагатайг харуулж байна. Өөрөөр хэлбэл энэ хугацаанд хэрэглэгчийн шилжилт огцом явагдах төлөвгүй өрсөлдөөний зохицуулалтад өөрчлөлт орохооргүй байна.

Үүрэн холбооны хэрэглэгчийн ачаалал:

Үүрэн холбооны 1 идэвхтэй хэрэглэгчид ногдох ярианы ачааллыг авч үзвэл сүүлийн 4 жилд сүлжээ доторх ярианы ачаалал дунджаар жил бүр 6 хувиар, сүлжээнээс гарах ярианы ачаалал сүүлийн 3 жилд дунджаар 8 хувиар тус тус буурч байна. Цаашид үүрэн телефон холбооны ярианы ачаалал нь дата өгөгдөл рүү шилжих хандлагатай байна. Зах зээлийн өрсөлдөөн, технологийн хөгжил дэвшил, ухаалаг гар утасны хэрэглээ, түүнийг дагасан нэмэлт үйлчилгээ болон контентууд ОТТ (over the top) төрлийн үйлчилгээ нь хэрэглэгчийн тооны өсөлтөд нөлөөлж ярианы ачаалал буурах хүчин зүйл болж байна.

Нэг үүрэн хэрэглэгчийн хэрэглээний бүтцэд ойролцоогоор 65 хувийг яриа, 9.7 хувийг дата багцын хэрэглээ, 7.5 хувийг мессеж, 7.7 хувийг нэмэлт үйлчилгээ эзэлж байгаа бол 20.2 хувийг дата хэрэглээ эзэлж байна. Хэрэглэгчийн хэрэглээний бүтцэд дата хэрэглээний эзлэх хувь сүүлийн 4 жилд 2 дахин өссөн байгаа нь харагдаж байна. Гэсэн хэдий ч үүрэн холбооны салбарын нийт орлогоос ярианы орлого 47.7 хувь байхад дата хэрэглээний орлого дөнгөж 14.9 хувь байгаа тул үүрэн холбооны ярианы үйлчилгээний зохицуулалт цаашид хэвээр хадгалагдах төлөвтэй байна.

Үүрэн холбооны хэрэглэгчийн үнэ тариф:

Харилцаа холбооны зохицуулах хорооноос 2014 он хүртэл ярианы үйлчилгээний 1 минутын дундаж тарифыг тооцоолон гаргаж байсан боловч 2014 оноос үүрэн холбооны үйлчилгээг багц хэлбэрт шилжүүлэн сүлжээндээ хязгааргүй ярих боломж болон бусад сүлжээнд ярих хязгаарлагдмал минутын эрх өгдөг болсноор нэгж минутын дундаж тарифыг тооцоолоход бэрхшээлтэй болсны дээр тооцох ач холбогдол багассан байна.

Оператор компаниуд үндсэн үйлчилгээний 1 минутын үнэ тарифын хяналт тавихаас илүүтэйгээр 1 хэрэглэгчээс олох дундаж орлого (ARPU)-ын хэмжээг тогтвортой байлгахад илүү анхаарал хандуулах болсон байна. Гэвч үүрэн телефон холбооны хэрэглэгчийн тоо өсөж, үйлчилгээний нэвтрэлтийн түвшин олон улсын дундаж үзүүлэлттэй харьцуулахад өндөр байгаа хэдий ч үйлчилгээний үнэ тариф дахь ашгийн түвшин буурч, нэг хэрэглэгчээс олох дундаж орлого буурсаар байна. Тухайлбал, 2013 оныг 2016 онтой харьцуулахад нэг хэрэглэгчээс олох дундаж орлого 19 хувиар буурсан, 2016 оныг 2017 онтой харьцуулахад 13 хувиар өссөн байна. Харин үүрэн холбооны үйлчилгээг багц хэлбэрт шилжүүлэх болсноос хойш буюу 2014 оноос ARPU –ийн төвшин тогтворжих хандлагатай байна. Иймд ярианы үйлчилгээнээс бусад төрлийн үйлчилгээний үнэ тарифын зохицуулалт хийх замаар багцын үйлчилгээг дэмжиж ажиллах шаардлагатай байна.

2.3 СУУРИН ТЕЛЕФОН ХОЛБООНЫ ҮЙЛЧИЛГЭЭ

Монгол Улсын мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарт суурин телефон холбооны үйлчилгээ 1913 оноос үүссэн бөгөөд 1995 онд суурин телефон холбооны үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрлийг олгож эхэлсэн бөгөөд одоогийн байдлаар МЦХ ХК, УБТЗ ХНН, Мобинэт ХХК, Юнивишн ХХК, Скаймедиа корпораци ХХК суурин телефон холбооны зах зээлд үйлчилгээ эрхэлж байна.

Хүснэгт 11. Суурин телефон холбооны үйлчилгээ эрхлэгчдийн ерөнхий мэдээлэл

	МЦХ ХК	УБТЗ ХНН	Мобинэт ХХК	Юнивишн ХХК	Скаймедиа корпораци ХХК
Байгуулагдсан огноо	1992 он	1998 он	2009 он	2012 он	2012 он
Үйлчилгээний хамрах хүрээ	21 аймаг, сум суурин газар	Төмөр замын дагуу сум суурин газруудад	УБ,	УБ, Дархан-Уул, Орхон аймаг	УБ, Дархан-Уул, Орхон аймаг

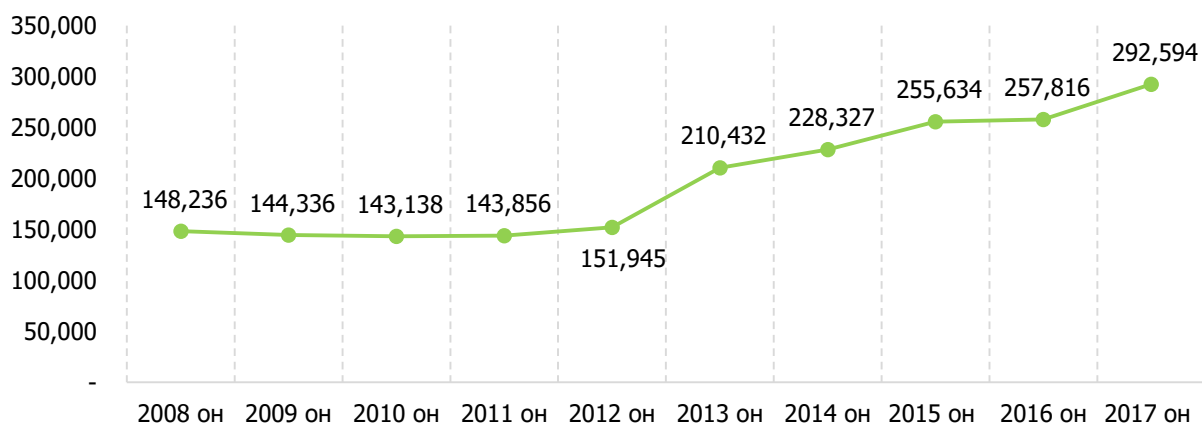
1. СУУРИН ТЕЛЕФОН ХОЛБООНЫ ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ХАМРАХ ХҮРЭЭ

Монгол улсын нутаг дэвсгэрт суурин телефон холбооны үйлчилгээ эрхлэгчид Улаанбаатар хот, 21 аймгийн төв, 330 сум суурин газарт суурин телефон холбооны үйлчилгээг үзүүлж байна. Сүлжээний хамрах хүрээний тухайд Монгол Улсын засаг захиргааны нэгжид 100%-д нь суурин телефон холбооны сүлжээ хүрсэн байна.

2. СУУРИН ТЕЛЕФОН ХОЛБООНЫ ХЭРЭГЛЭГЧИЙН СУДАЛГАА

Шинэ техник технологи нэвтэрч байгаа өнөө үед уламжлалт суурин телефон холбооны зах зээл манай улсад төдийгүй олон улсад хумигдаж байна. 2017 оны жилийн эцсийн байдлаар суурин телефон холбооны хэрэглэгчийн тоо 292,594-д хүрсэн байна. 2012 оноос суурин телефон холбооны хэрэглэгчийн тоо тогтмол өссөн нь Ай Пи Ти Ви /IPTV/ үйлчилгээ нэвтэрсэнтэй холбоотой байна. Мөн үүрэн телефон холбооны үйлчилгээ эрхлэгчид 1995 оноос мэдээлэл, харилцаа холбооны зах зээлд нэвтэрсэн нь суурин телефон холбооны хэрэглэгчийн тоо буурах гол шалтгаан болсон бөгөөд суурин телефон холбооны хэрэглэгчид үүрэн холбооны үйлчилгээ рүү хурдацтай шилжиж эхэлсэн байна. Үүний зэрэгцээ суурин телефон холбооны эрэлт хэрэгцээ зах зээлийг тодорхойлж, үүрэн холбооны үйлчилгээтэй зэрэг хөгжүүлэхийн тул шинэ үйлчилгээ хэтийн төлөвийг тодорхойлох шаардлага гарч байна.

Зураг 23. Суурин телефон холбооны бүртгэлтэй хэрэглэгчийн тоо



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Суурин холбооны бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн тоо 2005 – 2012 онд жилд дунджаар 1.5 хувиар буурч байсан ч 2012 онд өмнөх онтой харьцуулахад 5.6 хувиар өссөнөөр цаашид жилд дунджаар 14.2 хувиар өсөж 2017 оны байдлаар 295.6 мянга болсон байна.

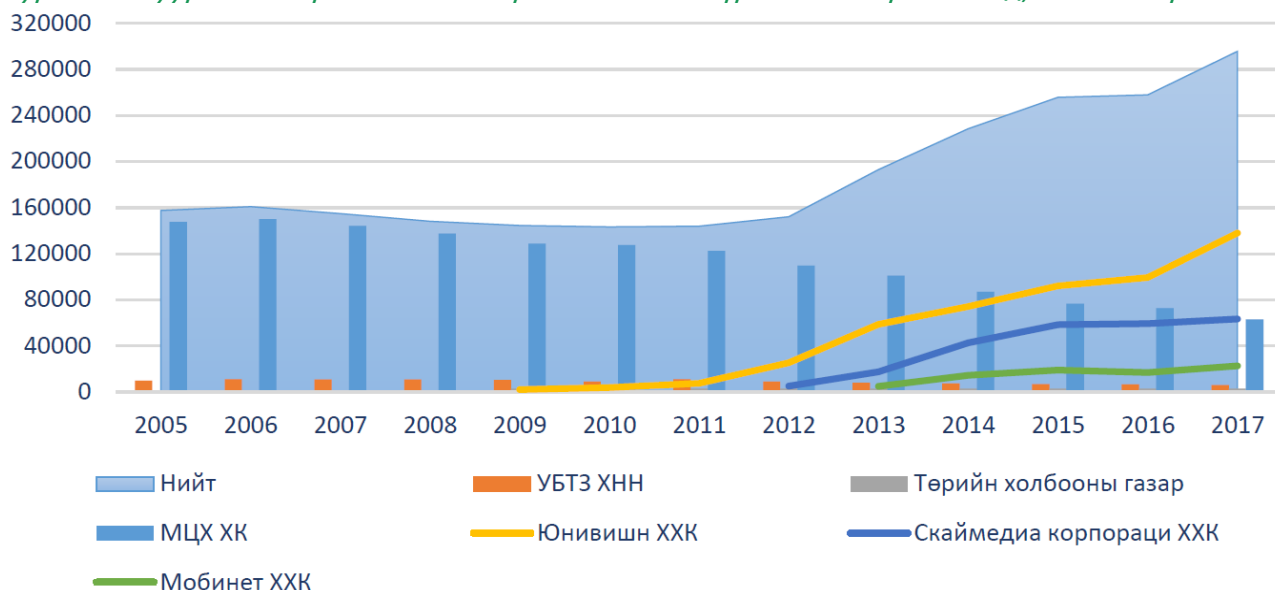
Суурин холбооны үйлчилгээний бүртгэлтэй болон идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны зөрүү өндөр байгаагаас харахад IPTV үйлчилгээ нэвтэрсэнтэй холбоотой шилэн кабель тавигдсан суурин утасны цэгийн тоогоор бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн тоо өсч байгаатай холбоотой байж болно.

Зураг 24. Суурин телефон холбооны бүртгэлтэй болон идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо



Энэ хугацаанд (2012-2017) МЦХ ХК-ийн бүртгэлтэй хэрэглэгчид жил дунджаар 10.5 хувиар, УБТЗ ХНН-ийн бүртгэлтэй хэрэглэгчид жилд дунджаар 7.9 хувиар тус тус буурсан ч Юнивишн ХХК-ийн хэрэглэгчид жилд дунджаар 40.3 хувиар, Скаймедиа ХХК-ийн хэрэглэгчид жилд дунджаар 65.6 хувиар, Мобинэт ХХК-ийн бүртгэлтэй хэрэглэгчид жилд дунджаар 46.9 хувиар тус тус өссөн байна.

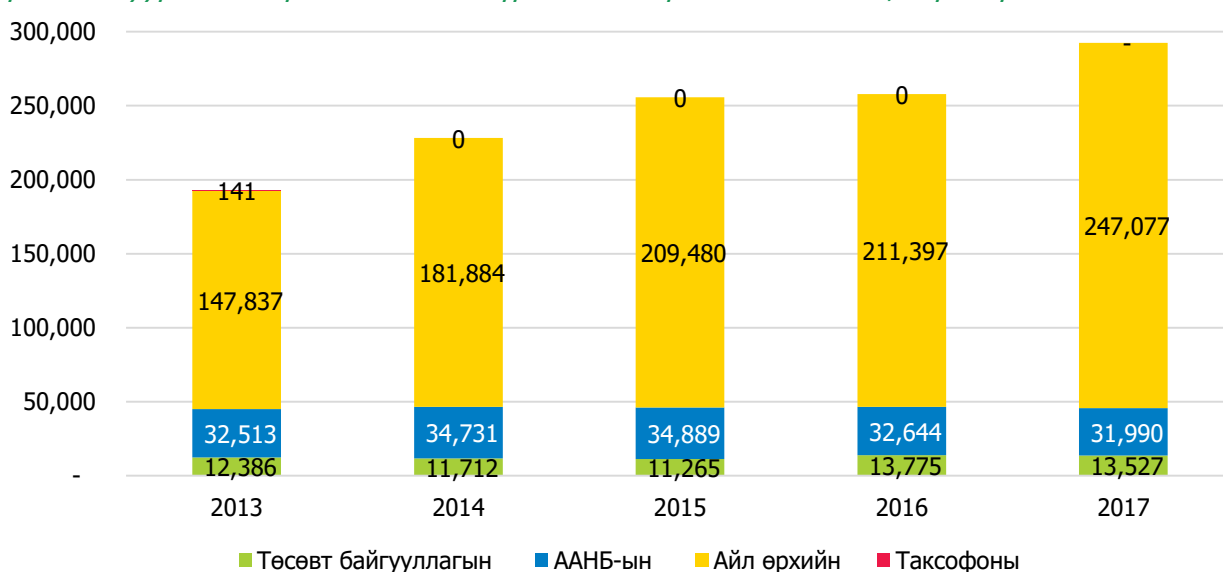
Зураг 25. Суурин телефон холбооны үйлчилгээний бүртгэлтэй хэрэглэгчид, компаниар



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Суурин телефон холбооны 2017 оны бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн 84.4 хувийг айл өрхийн хэрэглэгч, 10.9 хувийг аж ахуйн нэгж, байгууллага хэрэглэгч, 4.6 хувийг төсөвт байгууллагын хэрэглэгчид эзэлж байна. Оператор тус бүрээр авч үзвэл МЦХ ХК-ийн хэрэглэгчдийн 49.2 хувийг айл өрхийн хэрэглэгч, 34.5 хувийг төсөвт байгууллагын хэрэглэгч, 16.3 хувийг төсөвт байгууллагын хэрэглэгчид бүрдүүлж байна. Харин УБТЗ ХНН-ийн нийт хэрэглэгчдийн 54.4 хувийг төсөвт байгууллага, 35.7 хувийг айл өрхийн, 9.9 хувийг аж ахуйн нэгж, байгууллага байгаа бол Юнивишн ХХК болон Скаймедиа ХХК-ийн хэрэглэгчдийн 98.4 – 97.3 хувийг айл өрхийн хэрэглэгч, 1.5 – 2.7 хувийг аж ахуйн нэгж байгууллага хэрэглэгч эзэлж байна. Харин Мобинет ХХК-ийн хэрэглэгчдийн 73.8 хувийг өрхийн хэрэглэгч, 26.2 хувийг байгууллага хэрэглэгч эзэлж байна.

Зураг 26. Суурин телефон холбооны бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн тоо, төрлөөр

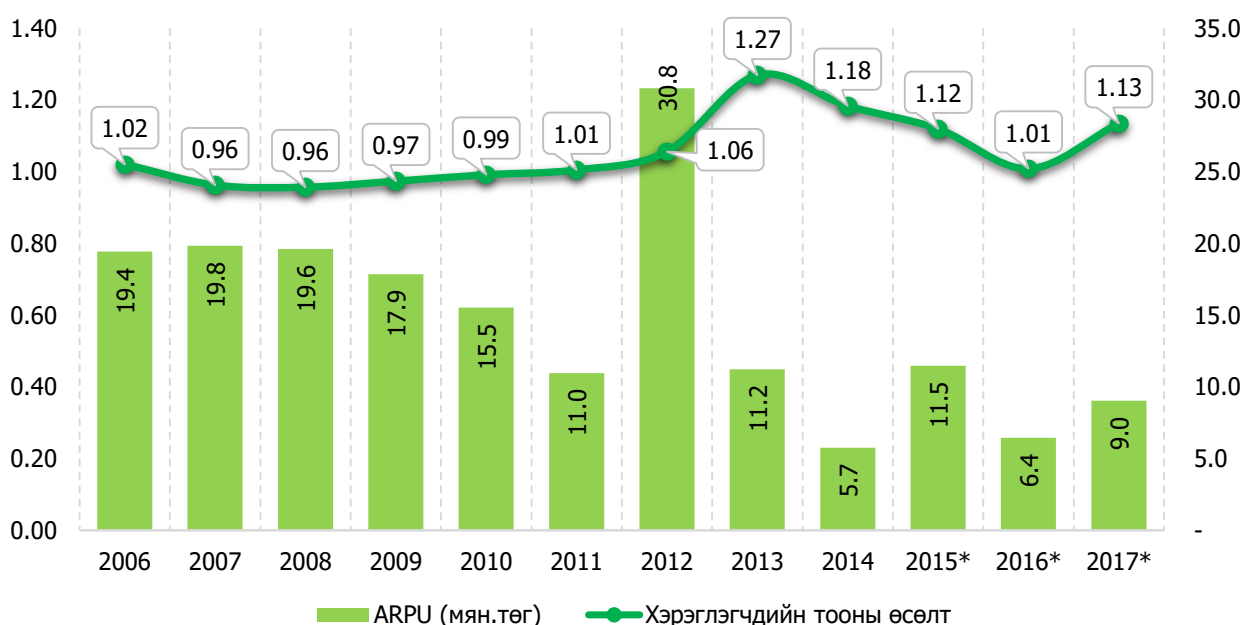


Эх сурвалж: ХХЗХороо

Суурин холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо 144.8 мянга байгаа нь бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн 49.0 хувийг эзэлж байна. 2015 онд энэ хувь 55.9 байсан бол 2017 онд 6.9 пунктээр буурчээ.

Суурин холбооны бүртгэлтэй хэрэглэгчийн тоо 2006 – 2017 он хүртэл жилийн дундаж өсөлт 1.06 буюу 6.0 хувийн өсөлт ажиглагдаж байна. Нэг хэрэглэгчээс олох дундаж орлого 2006 онд 19.4 мянган төгрөг байсан бол 2012 онд 30.8 мянган төгрөгт хүрсэн огцом өсөлт гарсан бол 2015 онд 11.5 мянга, 2017 онд 9.0 мянган төгрөгт хүрсэн байна. Гэвч энэхүү дундаж орлого нь 2006-2014 онд бүртгэлтэй хэрэглэгчийн тоогоор, 2015-2017 онд идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоогоор тус тус авч үзсэн бөгөөд суурин холбооны оператор компаниуд идэвхтэй хэрэглэгчийн тоог ялгаатайгаар (идэвхтэй хэрэглээ үүсгэсэн болон суурин утасны үзүүр холбосон зэргээр) тодорхойлж байгаатай холбоотой идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоог тодорхойлоход бэрхшээл тулгарч байна.

Зураг 27. Суурин телефон холбооны үйлчилгээний хэрэглэгчдийн тоо, орлого, ARPU

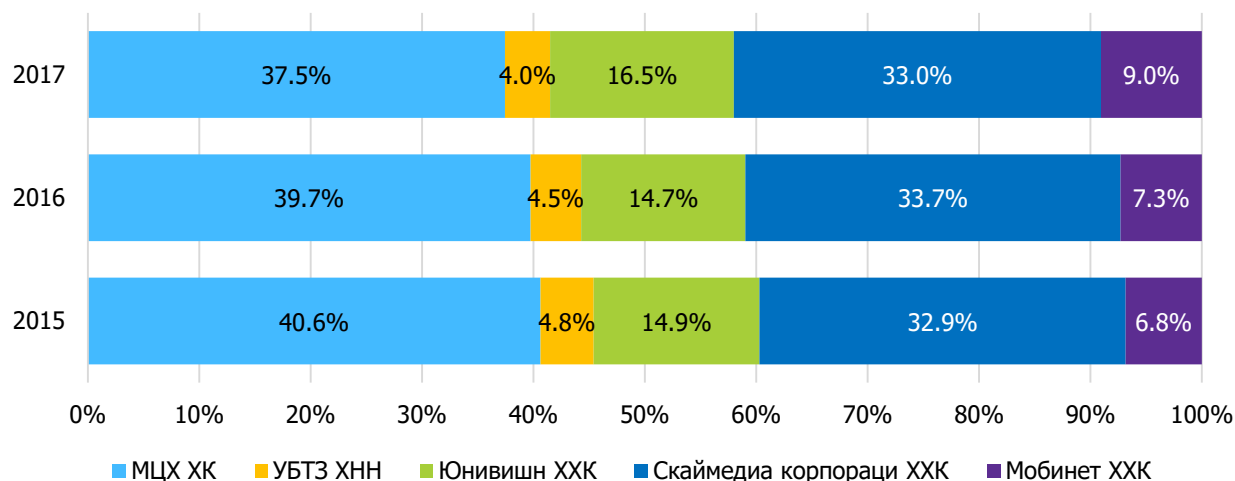


Эх үүсвэр: ХХЗХ,

* - идэвхтэй хэрэглэгчид ногдох дундаж орлого

Суурин холбооны зах зээлийн идэвхтэй хэрэглэгчдийн 37.5 хувийг МЦХ ХК, 33.0 хувийг Скаймедиа, 16.5 хувийг Юнивишн, 9.0 хувийг Мобинэт, 4.0 хувийг УБТЗ ХНН эзэлж байна.

Зураг 28. Суурин телефон холбооны үйлчилгээний идэвхтэй хэрэглэгчид, оператороор, эзлэх хувь



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Суурин холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо 2015 онд 9.4 хувиар өссөн бол 2016 онд 0.4 хувиар ялимгүй буурч, 2017 онд өмнөх онтой харьцуулахад 1.7 хувиар өсжээ. 2017 онд идэвхтэй хэрэглэгчдийн 78.9 хувийг нийслэл, 10.9 хувийг төвийн бүс, 6.1 хувийг хангайн бүс, 2.5 хувийг баруун бүс эзэлж байсан бол 1.6 хувийг зүүн бүсийн хэрэглэгчид эзэлж байна. Хангайн бүсийн идэвхтэй хэрэглэгчид 2017 онд ойролцоогоор 40 хувиар, төвийн бүсийн хэрэглэгчид 4 хувиар буурч, баруун бүсийн идэвхтэй хэрэглэгчид 6.2 хувь, зүүн бүс 3.6 хувь, нийслэлд 8.1 хувиар тус тус өссөн байна.

Хүснэгт 12. Суурин телефон холбооны идэвхтэй хэрэглэгчид, аймгаар

Аймаг, бүсийн нэр	Идэвхитэй хэрэглэгчийн тоо (мянга)				Улс ба бүсэд эзлэх хувь				Өсөлт		
	2014	2015	2016	2017	2014	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Монгол Улс	130.7	143.0	142.4	144.8	100	100	100	100	1.094	0.996	1.017
Баруун бүс	4.4	4.1	3.4	3.6	3.4	2.8	2.4	2.5	0.914	0.840	1.062
Баян-өлгий	1.9	1.9	1.4	1.6	43.6	47.3	40.3	43.1	0.990	0.716	1.135
Говь-алтай	0.7	0.7	0.6	0.5	16.5	16.0	18.4	13.3	0.888	0.966	0.768
Завхан	0.5	0.6	0.5	0.6	11.7	14.3	13.6	16.0	1.119	0.797	1.248
Увс	0.6	0.5	0.5	0.5	13.2	12.9	14.2	13.9	0.896	0.924	1.041
Ховд	0.7	0.4	0.5	0.5	15.0	9.5	13.5	13.8	0.577	1.197	1.082
Хангайн бүс	10.7	11.6	14.6	8.8	8.2	8.1	10.3	6.1	1.084	1.263	0.602
Архангай	0.5	0.4	0.4	0.4	4.5	3.7	2.7	4.5	0.912	0.924	0.990
Баянхонгор	1.2	1.3	1.3	1.1	11.4	10.9	8.6	12.0	1.033	1.004	0.839
Булган	1.0	1.0	0.8	0.6	8.9	8.9	5.2	7.0	1.077	0.732	0.814
Өвөрхангай	0.9	1.0	0.6	0.7	8.8	8.4	4.2	7.4	1.037	0.634	1.052
Хөвсгөл	0.7	0.9	0.8	0.8	6.8	7.9	5.8	8.6	1.259	0.929	0.890
Орхон	6.4	7.0	10.7	5.3	59.6	60.2	73.4	60.5	1.095	1.541	0.496
Төвийн бүс	13.5	15.3	16.5	15.8	10.3	10.7	11.6	10.9	1.135	1.077	0.959
Говьсүмбэр	0.4	0.7	0.6	0.6	3.1	4.3	3.5	3.8	1.581	0.889	1.024

Дархан -уул	5.4	6.2	8.6	7.9	40.0	40.8	52.0	50.0	1.156	1.373	0.923
Дорноговь	2.3	3.0	1.9	2.4	17.0	19.5	11.6	15.1	1.297	0.643	1.248
Дундговь	0.6	0.4	0.5	0.4	4.3	2.8	3.3	2.8	0.728	1.266	0.810
Өмнөговь	1.0	0.9	1.0	1.0	7.1	5.9	6.1	6.5	0.953	1.114	1.013
Сэлэнгэ	2.6	2.7	2.8	2.5	19.5	17.9	17.0	15.8	1.045	1.020	0.894
Төв	1.2	1.3	1.1	1.0	9.0	8.8	6.5	6.0	1.116	0.793	0.889
Зүүн бүс	2.6	2.2	2.3	2.3	2.0	1.6	1.6	1.6	0.850	1.018	1.036
Дорнод	0.9	0.8	0.8	0.9	35.3	34.2	34.3	37.6	0.825	1.020	1.134
Сүхбаатар	0.7	0.6	0.6	0.6	25.2	25.7	24.4	26.5	0.864	0.968	1.125
Хэнтий	1.0	0.9	0.9	0.8	39.5	40.1	41.3	35.9	0.863	1.047	0.902
Улаанбаатар	99.5	109.8	105.6	114.2	76.1	76.8	74.2	78.9	1.104	0.961	1.081

Эх сурвалж: ХХЗХороо

Суурин телефон холбооны идэвхитэй хэрэглэгчдийн тоог аймгаар харахад, Баян-Өлгий, Баянхонгор, Өмнөговь, Дорноговь, Сэлэнгэ, Орхон, Дархан-Уул зэрэг аймагт хэрэглэгчдийн тоо өндөр байна.

Зураг 29. Суурийн телефон холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо, 2017, аймгаар



Эх сурвалж: ХХЗХороо

ТААМАГЛАЛ: Суурин холбооны бүртгэлтэй хэрэглэгчийн тооны өсөлт, зах зээлд эзлэх хувийн жинг 2019 он хүртэл төлөвлөхөд 337.0 мянга хүрэх төлөвтэй байна. Хэрэглэгчийн тооны прогнозыг Холт Винтерсийн I загвараар тодорхойлсон болно.

Хүснэгт 13. Суурин телефон холбооны оператор компаниудын бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн зах зээлд эзлэх хувь

Үзүүлэлт		2013	2014	2015	2016	2017	2018*	2019*
Зах зээлд эзлэх хувь	МЦХ ХК	52.2	38.0	29.9	28.2	21.3	17.8	14.2
	УБТЗ ХНН	4.2	3.3	2.7	2.5	2.0	1.7	1.4
	Төрийн холбооны газар	1.6	1.3	1.2	1.2	1.0	1.0	0.9
	Юнивишн ХХК	30.4	32.4	35.9	38.6	46.7	50.3	53.8
	Скаймедиа корпораци ХХК	9.1	18.7	22.8	23.0	21.4	22.2	22.2
	Мобинэт ХХК	2.5	6.3	7.5	6.6	7.7	8.1	8.4
Суурин телефон холбооны бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн тоо (мянга)		192.9	228.3	255.6	257.8	295.6	312.7	337.0

Эх сурвалж: ХХЗХороо, судлаачийн тооцоолол

ӨРСӨЛДӨӨНИЙ ШИНЖИЛГЭЭ: Суурин холбооны зах зээлийн өрсөлдөөний эрч 2015 онд 0.285 байсан бол 2017 онд 0.336, 2019 онд 0.366 болж өрсөлдөөн эрчимжих хандлагатай байна. НИИ 0.4 байгаа нь суурин холбооны зах зээлийн төвлөрөл их биш байгааг харуулж байна.

Хүснэгт 14. Суурин холбооны зах зээлийн өрсөлдөөний шинжилгээ

	2015	2016	2017	2018*	2019*
Өрсөлдөөний эрч	0.285	0.310	0.336	0.340	0.366
Херфиндал Хершманы индекс	0.486	0.479	0.460	0.448	0.434

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

РЕГРЕССИЙН ШИНЖИЛГЭЭ: Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны 1 хувийн өсөлтөд суурин холбооны орлого 1.5 хувиар буурах бол суурин холбооны орох ярианы ачааллын 1 хувийн өсөлтөд суурин холбооны орлого 1.6 хувиар буурахаар байна.

$$\ln(y) = 12.6 - 1.52\ln(x_1) - 1.61\ln(x_2) \quad (R^2=0.85)$$

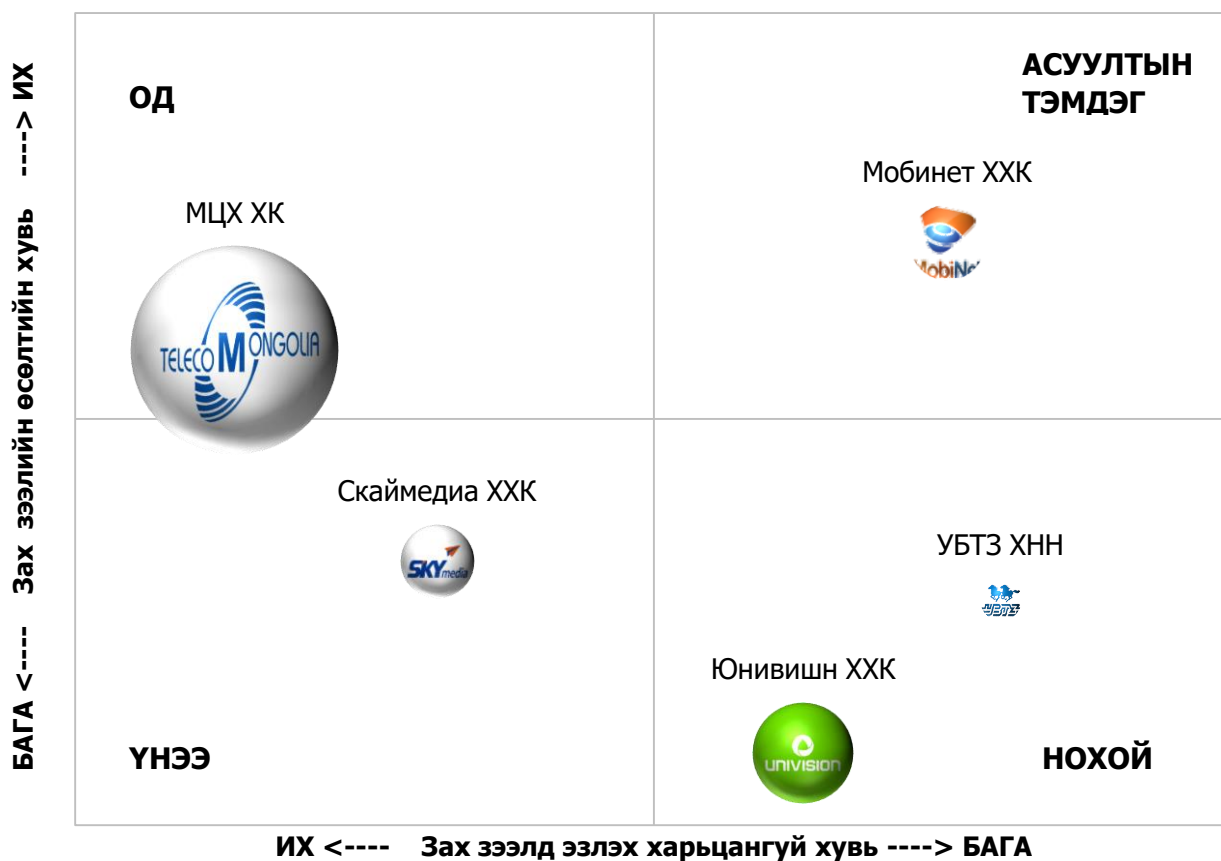
y – Суурин холбооны орлого

x_1 – Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчийн тооны өсөлт

x_2 – Суурин холбооны орох ярианы ачааллын өсөлт

Суурин холбооны операторуудын зах зээлд эзлэх харьцангуй хувь хэмжээ болон зах зээлийн өсөлтийн хувиар тэдний зах зээлд эзлэх байр суурийг авч үзвэл 2016 онд МЦХ ХК нь зах зээлийн өсөлтийн хувь өндөр, мөн өрсөлдөгчтэй харьцуулсан зах зээлд эзлэх харьцангуй хувь хэмжээ өндөр байж ВСГ матрицын “Од”, Мобинет ХХК нь зах зээлийн өсөлтийн хувь өндөр ч, зах зээлд эзлэх харьцангуй хувь бага тул “Асуултын тэмдэг”, Юнивишн ХХК, УБТЗ ХНН нь зах зээлд эзлэх харьцангуй хувь ба өсөлтийн хувь бага тул “Нохой”, Скаймедиа ХХК нь зах зээлд эзлэх харьцангуй хувь их боловч өсөлтийн хувь бага тул “Үнээ” байрлалд тус тус байрлаж байсан.

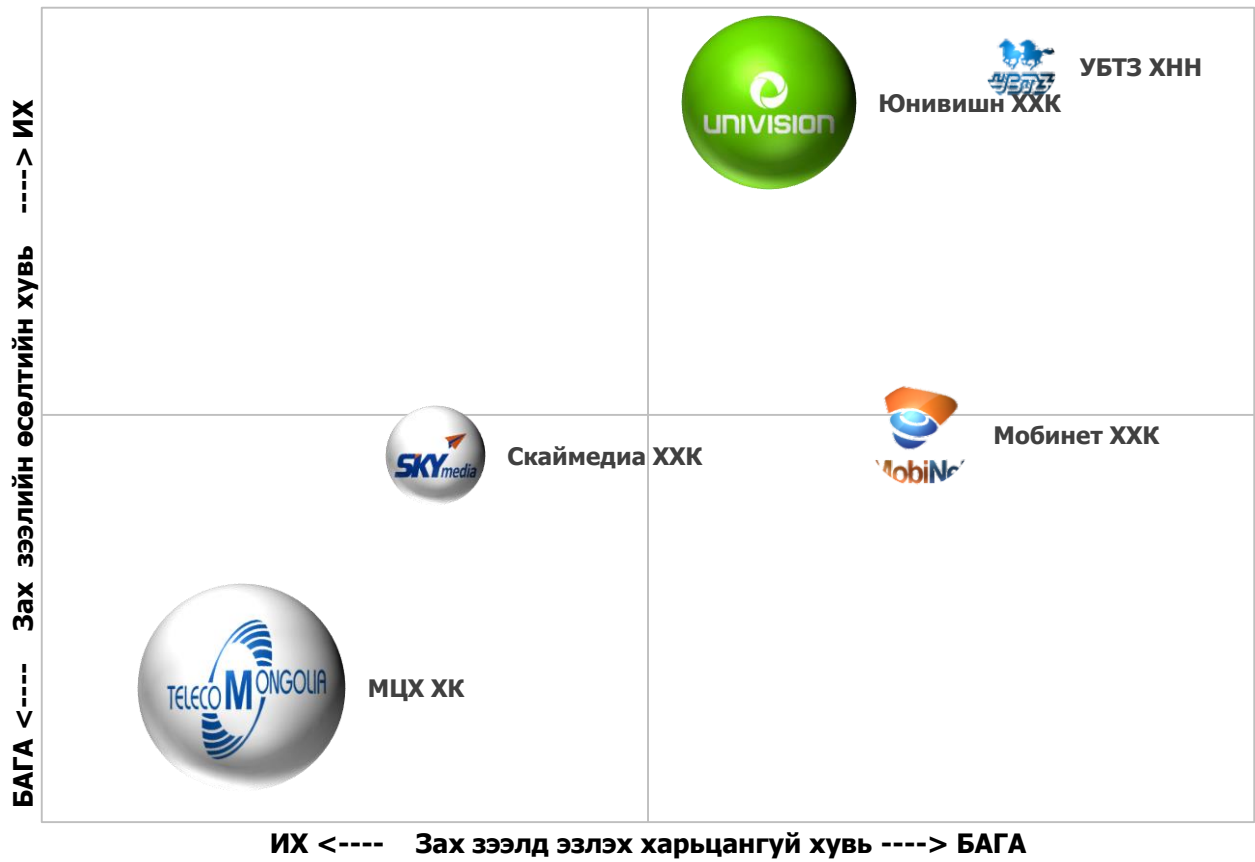
Зураг 30. Суурин телефон холбооны үйлчилгээний зах зээлийн ВСГ матриц 2016 он



Эх сурвалж: ХХЗХороо, судлаачийн тооцоолол

2017 онд оператор компаниудын эдгээр зах зээлд эзлэх байр суурь дараах байдлаар өөрчлөгджээ. “Од” байрлалд байсан МЦХ ХК нь зах зээлийн өсөлтийн хувь буурч “Үнээ” байрлалд, Юнивишн ХХК болон УБТЗ ХНН-ийн зах зээлийн өсөлтийн хувь өсөж “Асуултын тэмдэг” байрлалд, харин Мобинет ХХК-ийн өсөлтийн хувь буурч “Нохой” байрлал руу шилжиж эхэлжээ. Скаймедиа ХХК нь зах зээлийн өсөлтийн хувь бага зэрэг нэмэгдсэн ч “Үнээ” байрлалаас хөдлөөгүй байна.

2017 он

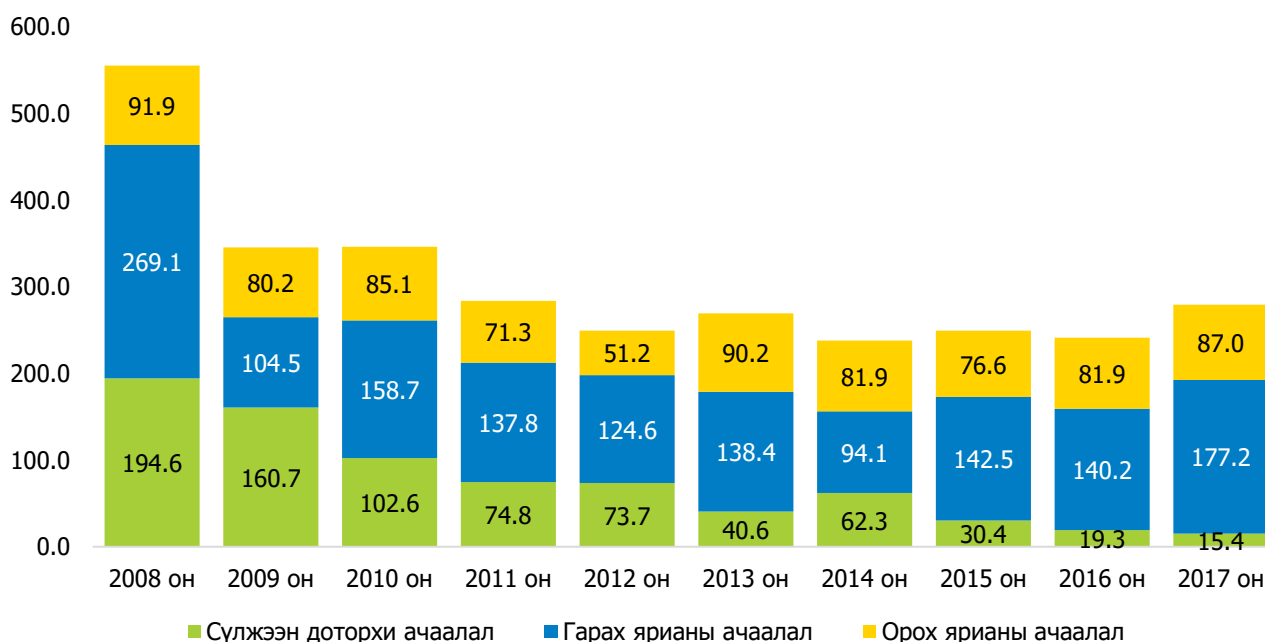


Графикийн бөмбөлгийн хэмжээ нь оператор компаниудын орлогын хэмжээг илэрхийлнэ.
Эх сурвалж: ХХЗХороо, судлаачийн тооцоолол

3. СУУРИН ТЕЛЕФОН ХОЛБООНЫ АЧААЛЛЫН СУДАЛГАА

Суурин телефон холбооны сүүлийн 5 жилийн сүлжээ доторх, гарах, орох ачааллын үзүүлэлтүүдээс харахад өсөлт бууралт нь харилцан адилгүй байна. Хэрэглэгчдийн хандлагаас харахад суурин телефон холбооны үйлчилгээг тогтмол ашигладаггүй, нийт хэрэглэгчдийн ихэнх нь тэтгэврийн насны хүмүүс, төрийн байгууллагын хэрэглэгчид ашиглаж байна. Суурингаас бусад сүлжээ рүү 30-35 төгрөг байгаа ч хэрэглэгчид үүрэн холбооны үйлчилгээг ашигласаар байна.

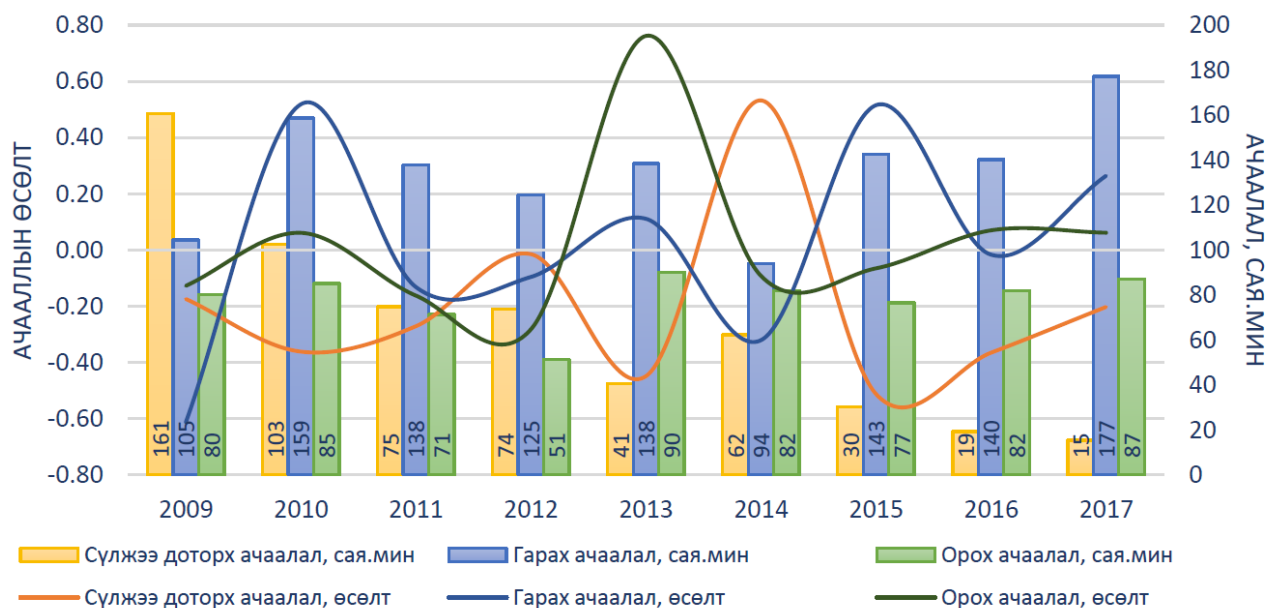
Зураг 31. Суурин телефон холбооны ачааллын үзүүлэлтүүд /сая.минут/



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Суурин холбооны ярианы сүлжээ доторх ачаалал 2017 онд 2009 онтой харьцуулахад жилд дунджаар 25.4 хувиар буурч, сүлжээнээс гарах ярианы ачаалал жилд дунджаар 6.8 хувиар, суурин холбооны сүлжээнд орох ачаалал 1.0 хувиар өссөн байна. Гарах ярианы ачаалал 2010, 2013, 2015, 2017 онд өсөлттэй байсан бол 2009, 2011, 2014, 2016 онд өмнөх онтой харьцуулахад бууралттай байна. Сүлжээ доторх ярианы ачаалал 2014 оныг эс тооцвол тогтмол буурсан. Сүлжээнд орох ачаалал мөн тогтворгүй, сүүлийн 2 жил 7-6 хувиар өссөн харагдаж байна.

Зураг 32. Суурин телефон холбооны ярианы ачаалал, өсөлт

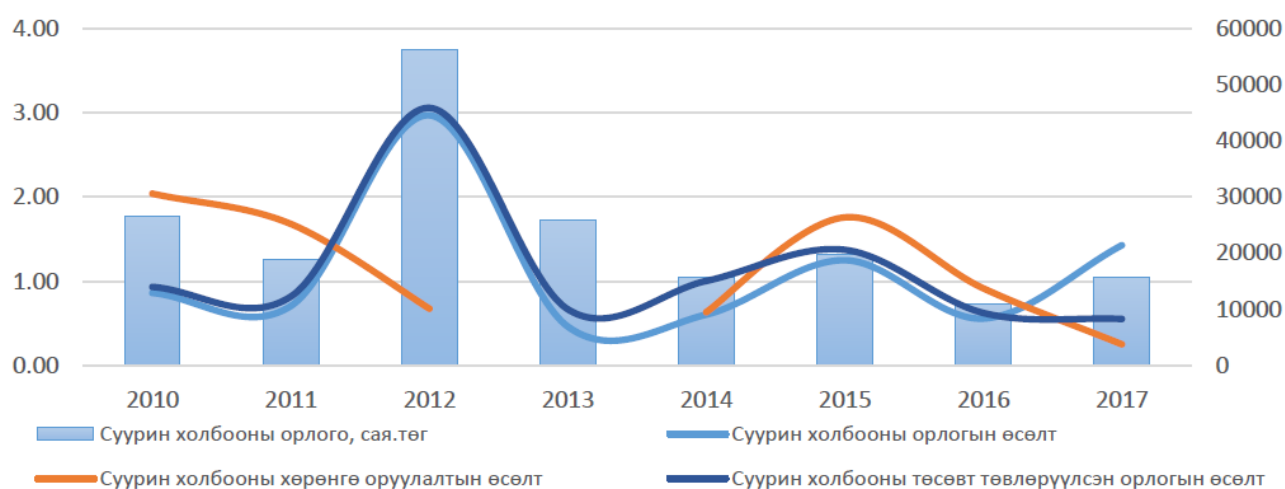


Эх сурвалж: ХХЗХороо

4. СУУРИН ТЕЛЕФОН ХОЛБООНЫ САНХҮҮГИЙН ҮЗҮҮЛЭЛТҮҮД

Суурин телефон холбооны үйлчилгээний орлого 2012-2013 онд өсөж, 2014 онд 18.1 хувиар буурсан байна. 2016 оны орлогыг өмнөх оны мөн үетэй харьцуулахад 6.1 хувиар буурсан байна. МЦХ ХК, УБТЗ ХНН-ийн хувьд нэг хэрэглэгчээс олох дундаж орлого тогтмол буурах хандлагатай байна. МЦХ ХК-ийн хувьд 21 аймагт 330 сум суурин газар өөрийн сүлжээ байгаа боловч УБ, орон нутгийн хэрэглэгчдээ алдсаар байна.

Зураг 33. Суурин телефон холбооны орлого, түүний өсөлт

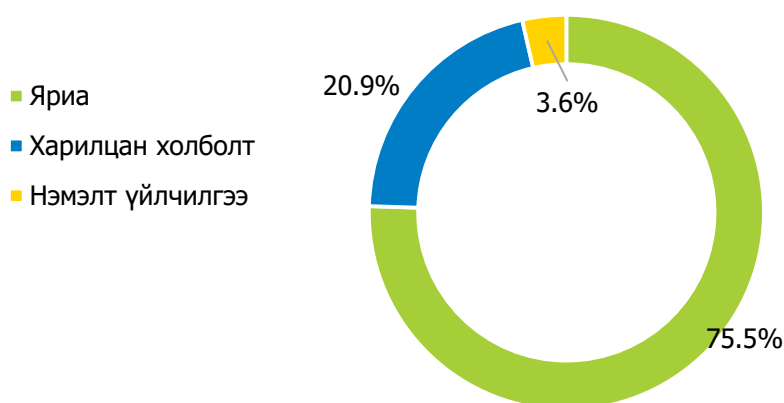


Эх сурвалж: ХХЗХороо

МЦХ ХК-ийн хувьд суурин телефон холбооны үйлчилгээ үзүүлэхээс гадна интернетийн болон кабелийн телевизийн үйлчилгээ орлогыг бүрдүүлэх гол хүчин зүйл болж байна. УБТЗ ХНН-ийн хувьд төмөр зам дагуух сум суурин газар өөрийн сүлжээгээр дамжуулан хэрэглэгчдэд интернетийн үйлчилгээг хүргэж байна.

Суурин телефон холбооны орлогын бүтцээс харахад нийт орлогын 75.50 хувь нь ярианы орлого, 20.90 хувь нь харилцан холболтын орлого, 3.59 хувь нь нэмэлт үйлчилгээнээс олсон байна. 2016 оны жилийн байдлаар суурин телефон холбооны үйлчилгээ эрхлэгчид 5.6 тэрбум төгрөгийн хөрөнгө оруулалтыг хийсэн бол 2017 онд 889 сая ₮-ийн хөрөнгө оруулалт хийсэн байна.

Зураг 34. Суурин телефон холбооны орлогын бүтэц



Эх сурвалж: ХХЗХороо

5. СУУРИН ТЕЛЕФОН ХОЛБООНЫ БҮЛГИЙН ДҮГНЭЛТ

Суурин телефон холбооны тусгай зөвшөөрлийн тухай:

Монгол улсад интернетэд суурилсан суурин холбооны үйлчилгээ нэвтэртэл суурин холбооны үйлчилгээний салбарт МЦХ ХК болон УБТЗ ХНН тусгай зөвшөөрөл авч үйлчилгээ явуулж байсан. Харин үүрэн холбооны үйлчилгээ нэвтэрснээс эхлэн утасгүй суурин холбоо, мөн интернетэд суурилсан үүрэн холбооны үйлчилгээний тусгай зөвшөөрлүүдийг харилцаа холбооны зохицуулах хорооноос олгох болсноор энэ салбарт өрсөлдөөн идэвхэжсэн гэж үздэг. Өнөөдрийн байдлаар Монгол улсын суурин телефон холбооны зах зээлд МЦХ ХК, УБТЗ ХНН, үүрэн холбооны 4 үйлчилгээ үзүүлэгчид суурин холбооны үйлчилгээ үзүүлэх тусгай зөвшөөрлийг ХХЗХ-оос авч ажиллаж байна.

Суурин холбооны хэрэглэгчийн төлөв:

Олон улсын байгууллагуудын судалгаанаас харахад харилцаа холбооны салбарт үүрэн холбооны үйлчилгээ эрчимтэй нэвтэрч эхэлснээс хойш суурин телефон холбооны хэрэглээ тасралгүй буурч ирсэн байна. Судалгаанаас харахад **Монгол улсын хувьд** Суурин телефон холбооны бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн тоо 2005 – 2012 онд жилд дунджаар 1.5 хувиар буурч байсан ч 2012 оноос эхлэн өсөлт ажиглагдаж эхэлсэн байна. Энэ нь уламжлалт суурин холбооны хэрэглэгчид /МЦХ ХК, УБТЗ ХНН/ 2012-2017 онуудад 8-12 хувиар буурсаар байсан ч

интернетэд суурилсан суурин холбоо болох Юнивишн ХХК, Скаймедиа ХХК, Мобинэт ХХК-ийн хэрэглэгчид огцом буюу 40-65 хувийн өсөлттэй шууд холбоотой юм.

Суурин холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо 144.8 мянга байгаа нь бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн 49.0 хувийг эзэлж байна. 2015 онд энэ хувь 55.9 байсан бол 2017 онд 6.9 пунктээр буурчээ. Суурин телефон холбооны хэрэглэгчдийн 84.4 хувийг айл өрхийн хэрэглэгч, 10.9 хувийг аж ахуйн нэгж, байгууллага хэрэглэгч, 4.6 хувийг төсөвт байгууллагын хэрэглэгчид эзэлж байна.

МЦХ ХК-ийн хувьд хэрэглэгчдийг авч үзвэл байгууллага, өрхийн хэрэглээ тэгш хуваагдсан байсан бол гурвалсан үйлчилгээ явуулдаг Юнивишн ХХК, Скаймедиа ХХК-ийн нийт хэрэглэгчдийн 98 хүртэл хувийг өрхийн хэрэглэгч эзэлж байгаа бол Мобинет ХХК-ийн нийт хэрэглэгчдийн 70 хувийг өрхийн 28 хувийг байгууллагын хэрэглэгч эзэлж байна.

Мөн хэрэглэгчдийн бүлгээр авч үзэхэд орон нутагт гурвалсан үйлчилгээ нэвтэрч эхэлсэн ч хөдөө орон нутгийн хэрэглэгчдийн тооны өсөлт ажиглагдахгүй байна.

Суурин холбооны салбарын өрсөлдөөний байдал:

Суурин телефон холбооны бүртгэлтэй хэрэглэгчийн тооны өсөлт, зах зээлд эзлэх хувийн жинг 2019 он хүртэл төлөвлөхөд 337.0 мянга хүрэх төлөвтэй байна. Хэрэглэгчийн тооны прогнозыг Холт Винтерсийн I загвараар тодорхойлсон болно.

Суурин телефон холбооны зах зээлийн идэвхтэй хэрэглэгчдийн 37.5 хувийг МЦХ ХК, 33.0 хувийг Скаймедиа ХХК, 16.5 хувийг Юнивишн ХХК, 9.0 хувийг Мобинэт ХХК, 4.0 хувийг УБТЗ ХНН эзэлж байна.

Хэрэглэгчийн тооны прогнозыг харахад 2020 он хүртэл МЦХ ХК давамгайллагч байдлаа хадгалах шинжтэй бол 2019 оноос Скаймедиа ХХК давамгай байдалтай болох төлөвтэй байна. Харин гурвалсан үйлчилгээний хэрэглэгчийн тоогоор **Юнивишн ХХК хамгийн их хэрэглэгчтэй боловч** суурин холбооны үйлчилгээний зах зээлд давамгай байдалтай болж харагдахгүй байна.

Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны тодорхойлсноор 2017 онд МЦХ ХК суурин холбооны зах зээлд давамгай байдалтай байгаа бөгөөд тус компанийн үйлчилгээний үнэ тарифын зохицуулалт хийх замаар зах зээлийн өрсөлдөөнийг зохицуулж байгаа бол 2020 онд 2 компани давамгай байдалтай болох төлөвтэй тул давамгайллагчийн зохицуулалтын асуудлыг шинээр авч үзэх шаардлагатай болох юм.

Суурин телефон холбооны зах зээлийн өрсөлдөөний эрч 2015 онд 0.285 байсан бол 2017 онд 0.336, 2019 онд 0.366 болж өрсөлдөөн эрчимжих хандлагатай байна. ННН 0.4 байгаа нь суурин холбооны зах зээлийн төвлөрөл их биш байгааг харуулж байна. Өөрөөр хэлбэл 2019 оноос хэрэглэгчийн шилжилт явагдах магадлалтай тул өрсөлдөөний зохицуулалтад өөрчлөлт орох магадлалтай байна.

Суурин телефон холбооны хэрэглэгчийн ачаалал:

Суурин телефон холбооны ярианы сүлжээ доторх ачаалал 2017 онд 2009 онтой харьцуулахад жилд дунджаар 25.4 хувиар буурч, сүлжээнээс гарах ярианы ачаалал жилд дунджаар 6.8 хувиар, суурин холбооны сүлжээнд орох ачаалал 1.0 хувиар өссөн байна. Сүлжээ

доторх ярианы ачаалал 2014 оныг эс тооцвол тогтмол буурсан. Сүлжээнд орох ачаалал мөн тогтворгүй тул цаашдын прогноз хийхэд түвэгтэй байгаа юм.

Цаашид суурин телефон холбооны ярианы ачаалал нь үүрэн холбооны ачаалал руу шилжих хандлагатай байна. Зах зээлийн өрсөлдөөн, технологийн хөгжил дэвшил, ухаалаг гар утасны хэрэглээ, түүнийг дагасан нэмэлт үйлчилгээ болон контентууд OTT (over the top) төрлийн үйлчилгээ нь хэрэглэгчийн тооны өсөлтөд нөлөөлж ярианы ачаалал буурах хүчин зүйл болж байна.

Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны 1 хувийн өсөлтөд суурин холбооны орлого 1.5 хувиар буурах бол суурин холбооны орох ярианы ачааллын 1 хувийн өсөлтөд суурин холбооны орлого 1.6 хувиар буурахаар байна.

Суурин телефон холбооны үйлчилгээний үнэ тариф:

Суурин телефон холбооны хэрэглээг нэг төлбөрт систем /flat rate/ руу шилжүүлэх процесс 2005 оноос эхэлсэн байдаг төрийн өмчийн МЦХ ХК нь энэ системд шилжүүлэлгүй цаг алдсанаар ярианы зах зээлийг үндсэндээ үүрэн холбооны үйлчилгээ эрхлэгчдэд алдсан байна. Өнөөдөр Харилцаа холбооны зохицуулах хорооноос үүрэн, суурин хоорондын харилцан холболтын төлбөр адил тэнцүү 20 төгрөгөөр тогтоосон нь суурин холбооны хэрэглэгчдэд үнэ тарифын таатай нөхцөл бүрдээгүйгээс айл өрхүүд тухайн үйлчилгээнээс олноороо татгалзсан. Мөн зах зээлд гурвалсан үйлчилгээ нэвтэрч интернетэд суурилсан үйлчилгээ технологийн хувьд хэрэглэгчдэд хямд үйлчлэх боломжийг бий болгоод байна.

Мөн харилцаа холбооны зохицуулах хорооноос гурвалсан үйлчилгээний суурин холбоо болон уламжлалт суурин холбооны суурь хураамжийг нарийвчлан ялгаж өгөөгүй тул тодорхой дүгнэлт гаргахад түвэгтэй байна.

Суурин үйлчилгээний хувьд 2014 он хүртэл ярианы үйлчилгээний 1 минутын тарифыг мөрдөж ажиллаж байсан бол үүрэн холбооны үйлчилгээг багц хэлбэрт шилжүүлэн сүлжээндээ хязгааргүй ярих боломжтой дүйцүүлэн өөрсдийн үйлчилгээнд багц болгох ялангуяа гурвалсан үйлчилгээ үзүүлж байгаа компаниуд өөрийн бусад үйлчилгээндээ суурин холбооны үйлчилгээг нэмэлт үйлчилгээ (VAS) маягаар санал болгож байна. Ингэхээр тухайн үйлчилгээний хувьд 1 хэрэглэгчээс олох дундаж орлого (ARPU)-ын хэмжээг тогтоох шаардлага гурвалсан үйлчилгээ үзүүлж байгаа компаниудын хувьд шаардлагагүй болж байгаа юм.

Олон улсад техник технологийн шинэ дэвшлийн дүнд суурин телефон холбооны хэрэглээ улам бүр багасаж байгаа хэдий ч Монгол улсын хувьд суурин холбооны үйлчилгээний нэвтрэлтийн түвшин олон улсын хандлагаас буурсан байна.

Мөн уламжлалт суурин үйлчилгээний үнэ тариф дахь ашгийн түвшин буурч, нэг хэрэглэгчээс олох дундаж орлого буурсаар байна. Тухайлбал, 2013 оныг 2016 онтой харьцуулахад нэг хэрэглэгчээс олох дундаж орлого 15 хувиар буурсан байна.

Иймд суурин ярианы үйлчилгээний зохицуулалтыг уламжлалт суурин холбооны үйлчилгээний болон интернетэд суурилсан суурин телефон холбооны үйлчилгээ гэж үзэн өрсөлдөөний болон үнэ тарифын зохицуулалт хийх боломжтой юм.

2.4 ТЕЛЕВИЗИЙН ОЛОН СУВАГ ДАМЖУУЛАХ ҮЙЛЧИЛГЭЭ

1. ТЕЛЕВИЗ, РАДИОГИЙН ОЛОН СУВГИЙН ДАМЖУУЛАХ ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ХАМРАХ ХҮРЭЭ

Кабелийн телевизийн тусгай зөвшөөрлийг анх Харилцаа холбооны зохицуулах хорооноос 1995 онд кабелийн сувгийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрлийг олгосон. ХХМТГ-ын даргын 2009 оны 09-р сарын 29-ний өдрийн 111-р тушаалаар “Монгол Улсад интернэт протоколд суурилсан телевизийн үйлчилгээ (цаашид Ай ПиТВ гэх)-г нэвтрүүлэхэд баримтлах чиглэл” батлагдан гарснаар тус үйлчилгээ нь телевиз, радиогийн олон суваг дамжуулах үйлчилгээний Б ангиллын тусгай зөвшөөрлийн хүрээнд хамрагдаж байгаа ба үүнд КаТВ, MMDS, Ай Пи ТВ, Мобайл ТВ, Хиймэл дагуулын ТВ-ийн үйлчилгээнүүд тус тус багтаж байна.

2018 онд олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний 48 тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчид байгаагийн 16.6 хувь нь нийслэлд, 70.8 хувь нь орон нутагт, 12.5 хувь нь нийслэл болон орон нутагт үйл ажиллагаа явуулж байна. 2010 онтой харьцуулахад 38.5 хувиар, 2015 онтой харьцуулахад 23.8 хувиар буурсан бол өмнөх 2017 онтой харьцуулахад 11.6 хувиар өссөн байна.

Хүснэгт 15. Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний тусгай зөвшөөрлийн тоо

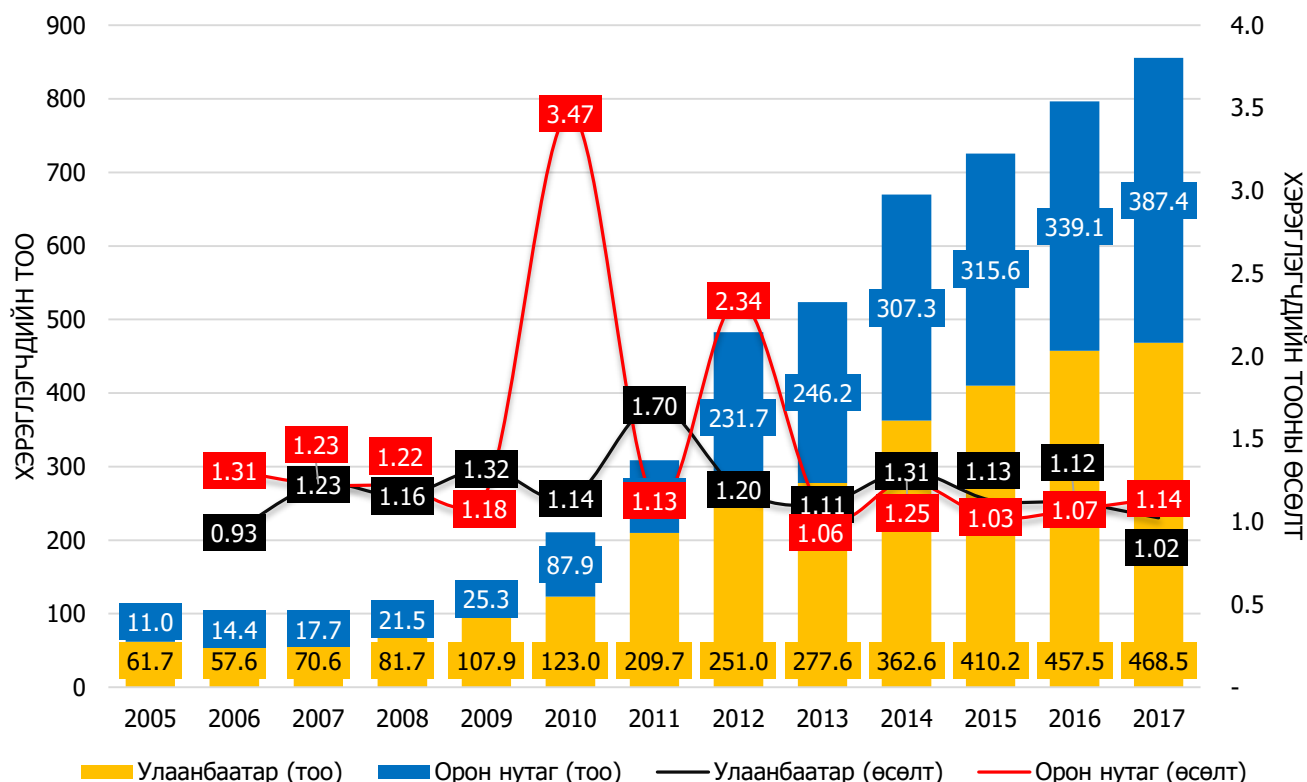
Он	Тусгай зөвшөөрлийн тоо			
	Нийслэл	Орон нутаг	Монгол Улс	Нийт
2018	8	34	6	48
2017	7	28	8	43
2016	10	36	7	53
2015	11	45	7	63
2011	16	63	2	81
2010	20	54	1	75

Эх сурвалж: ХХЗХороо

2. ТЕЛЕВИЗ, РАДИОГИЙН ОЛОН СУВГИЙН ДАМЖУУЛАХ ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ХЭРЭГЛЭГЧИЙН СУДАЛГАА

Олон сувгийн үйлчилгээний идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо 856.0 мянгад хүрсэн нь 2005 онтой харьцуулахад 11.8 дахин өссөн, жилийн дундаж өсөлтийн хурд нь 1.23 байна. Нийт хэрэглэгчдийн 54.7 хувь нь Улаанбаатар хот, 45.3 хувь нь орон нутгийн хэрэглэгчид байна. Орон нутгийн идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны өсөлт 2010 онд нь 3.47 буюу өмнөх онтой харьцуулахад 3.5 дахин өссөн, мөн 2012 онд хэрэглэгчдийн тооны өсөлт 2.34 байна. Улаанбаатар хотын идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны өсөлт харьцангуй тогтвортой байна.

Зураг 35. ОСДҮ-ний идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо



Эх сурвалж: ХХЗХороо, судлаачийн тооцоолол

Олон сувгийн дамжууллын төрлөөр идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоог авч үзвэл 2017 онд 44.7 хувь нь хиймэл дагуулаар, 28.3 хувь нь IPTV буюу интернет телевизээр, 21.4 хувь нь агаарын (MMDS) телевизээр, 5.7 хувь нь кабелийн телевизээр хүлээн авч байна. Ай Пи ТВ үйлчилгээ эрхлэгчдийн хэрэглэгчийн тоо жил бүр тогтмол өсөж байгаа бөгөөд CaTV, DTV-ийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн хэрэглэгчдийн тодорхой хувь нь IPTV үйлчилгээ рүү шилжиж байна.

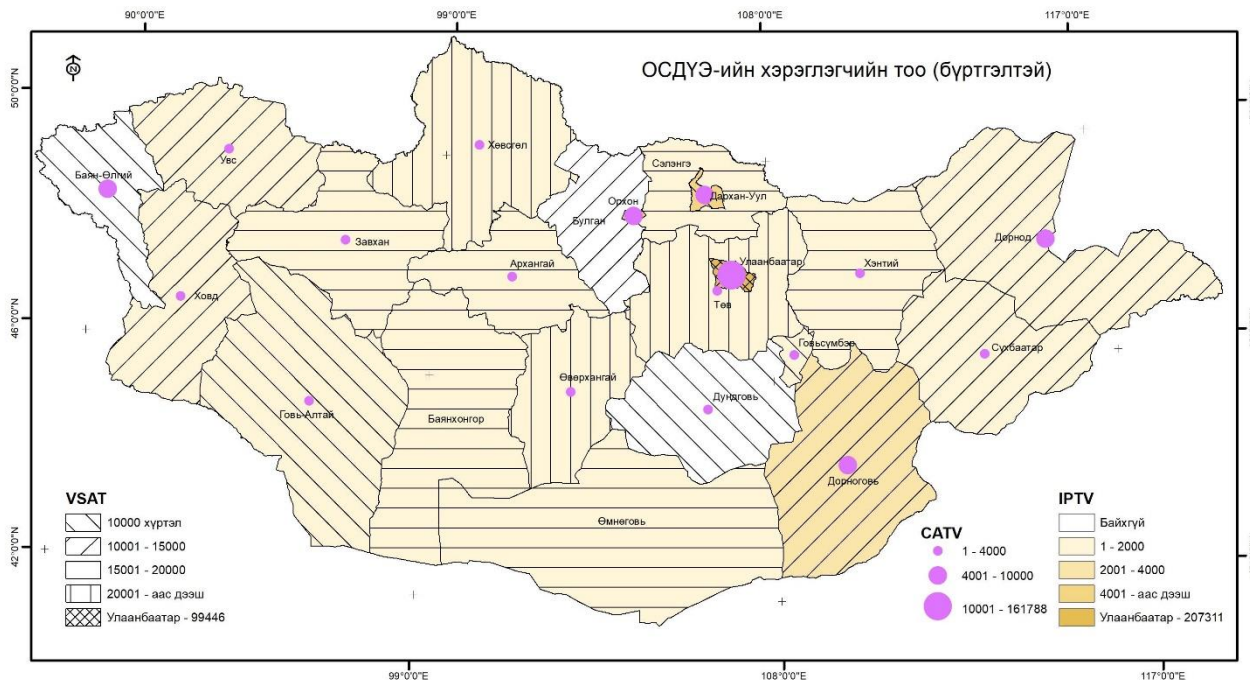
Хүснэгт 16. Олон сувгийн үйлчилгээний идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо, дамжууллын төрлөөр

	CaTV	MMDS	VSAT	IPTV	CaTV - өсөлт	MMDS - өсөлт	VSAT - өсөлт	IPTV - өсөлт
2006	65,197	6,792			-1%	1%		
2007	81,221	7,032			25%	4%		
2008	87,487	15,703			8%	123%		
2009	105,296	27,923			20%	78%		
2010	113,108	39,426	58,349		7%	41%		
2011	119,427	61,993	113,072	14,182	6%	57%	94%	
2012	138,220	86,835	225,055	32,518	16%	40%	99%	129%
2013	139,837	59,193	238,729	86,000	1%	-32%	6%	164%
2014	99,120	122,472	321,178	127,111	-29%	107%	35%	48%
2015	80,140	154,639	328,260	162,800	-19%	26%	2%	28%
2016	69,846	182,761	354,721	189,281	-13%	18%	8%	16%
2017	48,823	182,887	382,401	241,797	-30%	0%	8%	28%

Эх сурвалж: ХХЗХороо

Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний 8.5 хувь нь баруун бүс, 15.4 хувь нь хангайн бүс, 15.4 хувь нь төвийн бүс, 6.3 хувь нь зүүн бүсийн хэрэглэгчид байгаа бол 54.7 хувь нь Улаанбаатар хотын хэрэглэгчид эзэлж байна.

Зураг 36. ОСДҮ-ний бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн тоо, аймгаар



Эх сурвалж: ХХЗХороо

2017 оны байдлаар IPTV хэрэглэгчдийн 1.0 хувь нь баруун бүсэд, 5.7 хувь нь хангайн бүсэд, 6.4 хувь нь төвийн бүсэд, 1.2 хувь нь зүүн бүсэд, 84.7 хувь нь нийслэлд харьяалагдаж байгаа бол хиймэл дагуулаар олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээг хүлээн авч буй хэрэглэгчдийн 14.5 хувь нь баруун бүс, 26.1 хувь нь хангайн бүс, 23.0 хувь нь төвийн бүс, 10.5 хувь нь зүүн бүс, 26.0 хувь нь нийслэлийн өрх болон байгууллага хэрэглэгчид эзэлж байна. Кабелийн болон агаарын телевизийн хэрэглэгчдийн 69.8 хувь нь нийслэлд, 4.9 хувь нь зүүн бүсэд, 11.1 хувь нь төвийн бүс, 7.8 хувь нь хангайн бүс, 6.4 хувь нь баруун бүсэд оршиж байна.

Баруун бүсийн олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний бүртгэлтэй хэрэглэгчид 2015 онд 7.9 хувиар, 2016 онд 6.6 хувиар, 2017 онд 14.4 хувиар өсжээ. Хэрэглэгчдийн 3.3 хувь нь IPTV, 20.5 хувь нь кабелийн болон агаарын телевиз, 76.2 хувь нь хиймэл дагуулаар олон сувгийн үйлчилгээг хүлээн авч байна. 2017 онд баруун бүсэд Баян-Өлгий аймгаас бусад аймгуудад IPTV үйлчилгээ нэвтэрч 2.4 мянган хэрэглэгчидтэй болсон бөгөөд эдгээр хэрэглэгчдийн 45.1 хувь нь Ховд аймгийн өрх, байгууллага хэрэглэгч байна.

Хангайн бүсийн олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний бүртгэлтэй хэрэглэгчид 2015 онд 7.5 хувиар буурсан ч, 2016 онд 8.6 хувиар, 2017 онд 11.3 хувиар өсжээ. Хэрэглэгчдийн 10.5 хувь нь IPTV, 13.7 хувь нь кабелийн болон агаарын телевиз, 75.8 хувь нь хиймэл дагуулаар олон сувгийн үйлчилгээг хүлээн авч байна.

Төвийн бүсийн олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний бүртгэлтэй хэрэглэгчид 2015 онд 9.2 хувь, 2016 онд 8.6 хувиар, 2017 онд 18.7 хувиар өсжээ. Хэрэглэгчдийн 12.0 хувь нь IPTV, 20.0

хувь нь кабелийн болон агаарын телевиз, үлдсэн 68.1 хувь нь хиймэл дагуулаар олон сувгийн үйлчилгээг хүлээн авч байна.

Зүүн бүсийн олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний бүртгэлтэй хэрэглэгчид 2015 онд 10.2 хувь, 2016 онд 3.5 хувиар, 2017 онд 11.2 хувиар өсжээ. Хэрэглэгчдийн 5.3 хувь нь IPTV, 20.8 хувь нь кабелийн болон агаарын телевиз, 73.9 хувь нь хиймэл дагуулаар олон сувгийн үйлчилгээг хүлээн авч байна.

Харин нийслэл Улаанбаатар хотын сувгийн дамжуулах үйлчилгээний бүртгэлтэй хэрэглэгчид 2015 онд 13.1 хувь, 2016 онд 11.5 хувиар, 2017 онд 2.4 хувиар өсжээ. Хэрэглэгчдийн 44.2 хувь нь IPTV, 34.5 хувь нь кабелийн болон агаарын телевиз, 21.2 хувь нь хиймэл дагуулаар олон сувгийн үйлчилгээг хүлээн авч байна.

Хүснэгт 17. Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний бүртгэлтэй хэрэглэгчид, хувиар

Аймаг	2014 он			2015 он			2016 он			2017 он		
	IPTV	VSAT	CATV, MMDS	IPTV	VSAT	CATV, MMDS	IPTV	VSAT	CATV, MMDS	IPTV	VSAT	CATV, MMDS
Монгол улс	127111	321178	221592	162800	328260	234779	189281	354721	252607	241797	382401	231710
Баруун бүс	0	13.6	5.1		13.9	6.0		14.1	5.3	1.0	14.5	6.4
Баян-өлгий	-	5.2	20.7	-	5.3	41.9	-	5.9	43.6	-	5.8	48.5
Говь-алтай	-	21.9	14.9	-	21.4	14.3	-	21.1	-	13.9	20.6	11.4
Завхан	-	31.1	3.5	-	31.1	5.0	-	31.0	6.7	12.6	30.7	4.2
Увс	-	21.0	50.6	-	20.5	30.8	-	20.3	37.4	28.4	21.6	26.7
Ховд	-	20.7	10.3	-	21.8	8.0	-	21.7	12.3	45.1	21.2	9.3
Хангайн бүс	4.0	26.0	13.1	5.2	25.2	7.5	5.2	25.5	7.1	5.7	26.1	7.8
Архангай	-	20.6	12.6	-	19.1	12.2	-	18.8	21.0	4.6	18.3	14.5
Баянхонгор	-	17.8	-	-	18.3	-	-	17.7	-	7.4	17.4	-
Булган	-	13.1	1.7	-	13.2	-	-	13.6	-	-	13.4	-
Өвөрхангай	-	19.8	13.9	-	20.3	21.9	-	19.8	29.3	4.7	20.2	21.9
Хөвсгөл	-	25.6	3.7	-	25.8	14.9	-	25.3	19.3	2.6	25.9	19.1
Орхон	100	3.2	68.1	100	3.3	51.0	100	4.8	30.4	80.7	4.8	44.5
Төвийн бүс	2.2	21.0	9.7	4.4	21.0	10.3	4.5	22.3	8.4	6.4	23.0	11.1
Говьсүмбэр	-	2.3	10.0	-	2.5	10.7	-	4.1	10.8	3.7	2.9	7.4
Дархан -уул	100	5.9	33.3	100	6.2	31.1	100	5.8	35.9	63.4	5.9	37.9
Дорноговь	-	14.1	27.1	-	14.3	33.8	-	14.6	28.8	17.5	15.8	23.3
Өмнөговь	-	24.1	0.9	-	23.2	-	-	22.0	-	8.1	21.4	-
Дундговь	-	9.1	4.7	-	9.8	7.2	-	10.0	6.0	-	10.5	4.9
Сэлэнгэ	-	19.0	9.0	-	19.7	7.3	-	19.6	4.4	3.8	20.0	15.2
Төв	-	25.5	15.0	-	24.3	9.9	-	23.8	14.2	3.5	23.5	11.2
Зүүн бүс	0.0	9.3	5.7	0.0	9.9	6.2	0.0	10.3	4.8	1.2	10.5	4.9
Дорнод	-	21.4	65.4	-	22.4	60.0	-	23.1	58.9	64.0	26.2	80.6
Сүхбаатар	-	36.1	11.8	-	35.9	24.5	-	35.2	21.2	18.9	34.7	5.8
Хэнтий	-	42.5	22.8	-	41.7	15.5	-	41.6	19.9	17.1	39.1	13.6
Улаанбаатар	93.7	30.0	66.3	90.4	30.1	70.0	90.4	27.8	74.4	85.7	26.0	69.8

Эх сурвалж: ХХЗХороо

РЕГРЕССИЙН ШИНЖИЛГЭЭ: Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны 10 хувийн өсөлтөд дундаж орлого (ARPU) 6.1 хувиар өсөх бол хөрөнгө оруулалтын 10.0 хувийн өсөлт нь дундаж орлогыг 1.1 хувиар өсгөхөөр байна. $R^2=0.943$ байгаагаас харахад идэвхтэй хэрэглэгчийн тоо болон хөрөнгө оруулалтын өсөлтөөр дундаж

орлого (ARPU) нь 94 хувиар тайлбарлагдаж байна. F-статистик, магадлалын түвшний утгаас харахад загвар найдвартай болох нь харагдаж байна.

$$\ln \text{ARPU} = 0.248 + 0.61 \ln(x_1) + 0.11 \ln(x_2)$$

x_1 – ОСДҮ-ний идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны өсөлт

x_2 – ОСДҮ дэх хөрөнгө оруулалтын өсөлт

3. УЛААНБААТАР ХОТЫН ОЛОН СУВГИЙН ДАМЖУУЛАХ ҮЙЛЧИЛГЭЭ ЭРХЛЭГЧДИЙН СУДАЛГАА

Улаанбаатар хотын хэмжээнд телевиз, радиогийн олон сувгийг дамжуулах үйлчилгээний зах зээлийн багтаамжийг тооцоолохын тулд Нийслэлийн статистикийн газраас гаргасан өрхийн статистик мэдээлэлд үндэслэн дараах судалгаа, дүн шинжилгээг хийв. Жил бүр Улаанбаатар хотын өрхийн тоо 3-аас 9 хувиар өсөж, 2016 оны жилийн эцсийн байдлаар Улаанбаатар хот 380.8 мянган өрхтэй гэсэн статистик мэдээлэл гарчээ.

Нийслэлийн нийт өрхийн 24.6% нь Баянзүрх, 22.3% нь Сонгинохайрхан, 15.3% нь Баянгол, 10.7% нь Чингэлтэй, 11.9% нь Хан-Уул, 10.0% нь Сүхбаатар дүүрэгт суурьшиж байна. Баянзүрх, Сонгинохайрхан дүүрэгт оршин суугч өрхийн тоо жил бүр өссөөр байна.

2016 оны эцсийн байдлаар Нийслэлийн нийт өрхийн 99.6 хувь нь телевизортой бөгөөд үүний 24.5% нь Баянзүрх, 22.5% нь Сонгинохайрхан дүүрэгт ногдож байна.

Хүснэгт 18. Нийслэлийн хэмжээнд телевизортой өрхийн тоо дүүрэг тус бүрээр, хувиар

он	БНД	БХД	НД	БГД	БЗД	СХД	СБД	ХУД	ЧД
2009	2.6	0.3	3	15.9	22.9	19.8	12	9.9	11.3
2010	2.5	0.3	2.9	15.9	22.4	19.2	11.9	10.4	11.8
2011	2.4	0.3	2.9	15.8	23.1	20.4	11.8	10.2	11.9
2012	2.5	0.3	2.8	15.7	23.5	20.5	11.4	10.7	11.9
2013	2.4	0.3	2.7	15.7	23.9	21.2	10.8	10.6	11.6
2014	2.3	0.3	2.8	15.7	24.3	21.9	10.2	11.1	11.2
2015	2.2	0.3	2.7	15.4	24.8	22	10.1	11.5	11.0
2016	2.3	0.3	2.7	15.3	24.5	22.5	10.0	12.0	10.7

Эх сурвалж: Нийслэлийн статистикийн газар

Сүүлийн 10 жилд телевизтэй өрхийн тоо нэмэгдсээр, телевизоргүй өрхийн тоо дүүргүүдэд 2-589 хүртэл буурсан байна. Хамгийн их телевизоргүй өрхтэй дүүргүүдэд Баянгол, Чингэлтэй, Хан-Уул, Сүхбаатар дүүргүүд тооцогдож байна.

Улаанбаатар хотод 2017 оны байдлаар дараах 11 байгууллага 161788 хэрэглэгчдэд олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээг үзүүлж байна. Үүнд:

- Эн Би Си ХХК
- МЦХ ХК
- Сансар кабель ХХК
- Сансар дижитал ХХК
- Супервижн нэтворк ХХК

- Талст эрчим ХХК
- Монсателлайт ХХК
- Болор утас ХХК
- Сансар түр ХХК
- Оптимум нэтворк ХХК
- Мегажит ХХК

Хэрэглэгчдийн тоогоор Эн Би Си ХХК зах зээлийн 58.7 хувийг, Сансар кабель ХХК 21.3 хувийг, бусад үйлчилгээ эрхлэгчид үлдсэн 20.0 хувийг эзэлж байна.

Хүснэгт 19. Нийслэлийн олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн зах зээлд эзлэх хувь

Байгууллагын нэр	Хэрэглэгчийн төрөл			Хувийн жин	Дамжууллаар	
	Өрх	Төрийн байгууллага	Аж ахуйн нэгж		CaTV	MMDS
Эн Би Си ХХК	99.8	-	0.2	58.7	-	100.0
МЦХ ХК	90.5	1.3	8.2	2.5	75.0	25.0
Сансар кабель ХХК	81.0	5.0	14.0	21.3	100.0	-
Сансар дижитал ХХК	96.5	0.0	3.5	6.6	-	100.0
Супервижн нэтворк ХХК	62.7	-	37.3	0.7	100.0	-
Талст эрчим ХХК	100.0	-	-	3.4	-	100.0
Монсателлайт ХХК	97.8	1.1	1.1	1.1	-	100.0
Болор утас ХХК	100.0	-	-	1.5	-	100.0
Сансар түр ХХК	99.6	-	0.4	3.1	-	100.0
Оптимум нэтворк ХХК	100.0	-	-	0.8	-	100.0
Мегажит ХХК	93.4	0.3	6.3	0.2	100.0	-
НИЙТ	95.1	1.1	3.8	100.0	24.1	75.9

Эх сурвалж: Нийслэлийн статистикийн газар

Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний хэрэглэгчдийн 95.1 хувийг өрх, 3.8 хувийг аж ахуйн нэгж байгууллага, 1.1 хувийг төрийн байгууллагын хэрэглэгчид эзэлж байна. Дамжууллын төрлөөр авч үзвэл 75.9 хувь нь MMDS, 24.1 хувь нь кабелийн телевиз эзэлж байна. Дараах хүснэгтэд үйлчилгээ эрхлэгч тус бүрээр зах зээлд эзлэх хувийг харууллаа.

Хүснэгт 20. Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн хэрэглэгчийн тоо /Нийслэлийн хэмжээнд/

Он	Нийт өрхийн тоо	Телевизтэй өрхийн тоо	Эрэлт	CaTV-ийн хэрэглэгч	DTV-ийн хэрэглэгч	IPTV-ийн хэрэглэгч	Хиймэл дагуулын хэрэглэгчийн тоо	Нийт
2009	273,182	267,239	5,943	89,463	19,158	-	3,000	111,621
2010	294,416	286,615	7,801	92,166	27,000	-	17,504	136,670
2011	306,795	303,257	3,538	92,008	48,292	-	33,921	174,221
2012	317,131	314,619	2,512	90,806	58,698	32,518	67,516	249,538
2013	333,379	330,778	2,601	99,042	43,853	86,000	71,618	300,513
2014	352,812	352,076	736	69,205	82,914	119,160	96,445	367,724
2015	376,419	375,830	589	53,485	110,873	147,187	98,698	410,243
2016	380,828	379,429	1399	48,425	139,415	179,697	98,610	466,147

Эх сурвалж: Нийслэлийн статистикийн газар, ХХЗХороо

Улаанбаатар хотод телевиз, радиогийн олон сувгийг дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн хэрэглэгчийн тооны өсөлт нь хүн амын суурьшил, нягтралаас хамаарч тогтмол өсөж байна.

Харилцаа холбооны зохицуулах хорооноос 2016 оны жилийн эцсийн статистик тайлан мэдээллийг нэгтгэн гаргахад уг үйлчилгээний нийт хэрэглэгчийн 58.52 хувийг Улаанбаатар хотын хэрэглэгчид эзэлж, хэрэглэгчийн тоог технологийн ангиллаар нь салгаж үзвэл 38.55 хувь нь IPTV технологийг ашигласан үйлчилгээг, 29.91 хувь нь DTV технологийг ашигласан үйлчилгээг, 21.15 хувь нь хиймэл дагуулын сүлжээг ашигласан үйлчилгээг, 10.93 хувь нь кабелийн сүлжээг ашигласан үйлчилгээг тус тус сонгон хэрэглэж байна.

Телевиз, радиогийн олон сувгийг дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн хэрэглэгчийн тоо нийт дүнгээрээ өссөн дүнтэй гарч байгаа хэдий ч кабелийн телевиз /CaTV/ болон олон сувгийг агаар дамжуулах үйлчилгээ /DTV/ эрхлэгчдийн хэрэглэгчийн тооны өсөлт, бууралт харилцан адилгүй байна. Энэ нь тухайн зах зээлд 2008 оноос хиймэл дагуулын сүлжээ, 2009 оноос IPTV үйлчилгээ нэвтэрсэнтэй холбоотой байна.

Хиймэл дагуулын сүлжээгээр дамжуулах үйлчилгээ болон DTV-ийн үйлчилгээний хэрэглэгчийн хамрах хүрээг харахад дийлэнх хэрэглэгчид нь малчид, гэр хороолол, зуслангийн өрхүүдэд үйлчилгээгээ хүргэж байгаа бөгөөд зарим хэрэглэгчдийн хувьд улирлын шинж чанартай хэрэглэгчид цөөнгүй байна. Харин кабелийн телевизийн болон IPTV технологийг ашигласан үйлчилгээ эрхлэгчдийн хэрэглэгчийн бүтцийг харахад орон сууцны тогтмол хэрэглэгчид байна.

Хүснэгт 21. Үйлчилгээний зах зээлийн шинж чанар (Улаанбаатар хот-IPTV)

Он	Орон сууцны өрх	IPTV	Гурвалсан үйлчилгээний боломжит зах зээл
2012	127,596	32,518	95,078
2013	136,285	86,000	50,285
2014	148,651	119,160	29,491
2015	156,116	126,461	29,655
2016	162,476	149,106	13,370

Эх сурвалж: Нийслэлийн статистикийн газар, ХХЗХ

Дээрх хүснэгтээс харахад Улаанбаатар хотод IPTV технологид суурилсан үйлчилгээ эрхлэгчдийн хэрэглэгчийн тоо хурдтай өсөж үйлчилгээ нэвтэрснээс хойш таван жилийн дотор 2016 оны жилийн эцсийн байдлаар IPTV-ийн идэвхтэй хэрэглэгчийн тоо 149,106-д хүрсэн байна. Нийт IPTV-ийн үйлчилгээнд хамрагдах боломжит орон сууцны өрхийн 13,370-д хүрсэн байна.

Хүснэгт 22. IPTV-ийн бүртгэлтэй хэрэглэгчийн тоо, технологийн төрлөөр

Он	IPTV	IPTV+VOIP	IPTV+VOIP+INTERNET	НИЙТ
2013 он	6,727	454	78,819	86,000
2014 он	10,074	3,786	113,251	127,111
2015 он	10,387	7,971	144,442	162,800
2016 он	13,612	752	174,917	189,281

Эх сурвалж: Нийслэлийн статистикийн газар, ХХЗХ

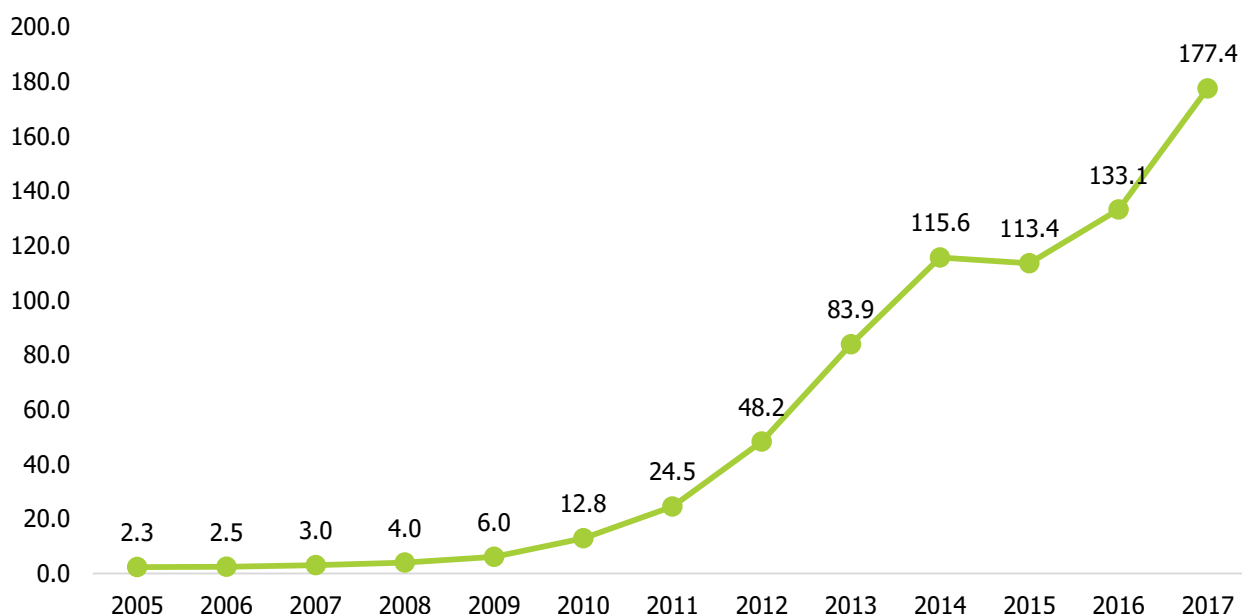
4. ОЛОН СУВГИЙН ДАМЖУУЛАХ ҮЙЛЧИЛГЭЭ ЭРХЛЭГЧДИЙН САНХҮҮГИЙН ҮЗҮҮЛЭЛТҮҮД

Телевиз, радиогийн олон сувгийг дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн хэрэглэгчийн тооны өсөлтийг дагаад орлого болон зардал нь тогтмол өсөж байна.

Телевиз, радиогийн олон сувгийг дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлогын эх үүсвэр нь хэрэглэгчийн сарын хураамж, телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн болон кабелийн сувгийн үйлчилгээ эрхлэгчдэд түрээсэлж буй сувгийн түрээсийн төлбөр, хэрэглэгчийн хүлээн авах төхөөрөмж /антен, STB/, багцын үйлчилгээ, нэмэлт үйлчилгээ, контентын үйлчилгээнүүдээс орлогоо бүрдүүлэн ажиллаж байна. 2011 оноос 2014 хүртэл олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлого тогтмол өссөн байна.

Харин 2015 онд орлогыг өмнөх онтой харьцуулахад 1.8 хувиар буурсан дүнтэй гарсан байна. Энэ орлогын энэ бууралт нь эдийн засгийн хүндрэлтэй нөхцөл байдал, хэрэглэгчийн төлбөрийн чадамж, валютын ханшны нөлөөлөл, зах зээлийн ханалт зэргээс хамаарч байна гэж үзэж болохоор байна. Харин 2016 оны жилийн эцсийн байдлаар олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлого 133.1 тэрбум төгрөгт хүрч өмнөх онтой харьцуулахад 17.4 хувиар өссөн байна. Нийт орлогын 68 хувийг зөвхөн IPTV-ийн үйлчилгээ эрхлэгчид бүрдүүлж байна.

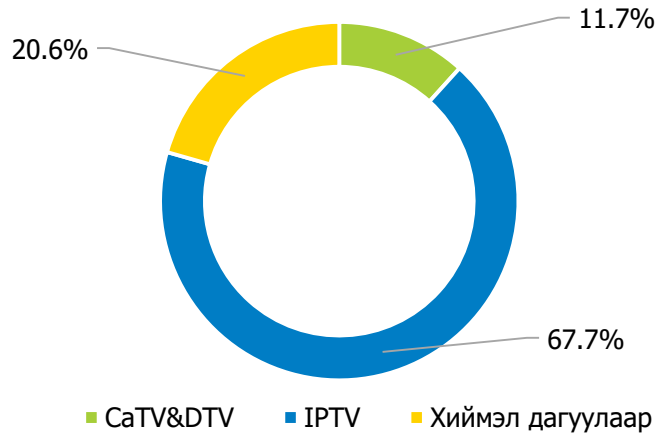
Зураг 37. ОСДҮ эрхлэгчдийн орлого, тэрбум төгрөг



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Телевиз, радиогийн олон сувгийг дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчдийн 2016 оны жилийн эцсийн орлогын бүтцээс харахад нийт орлогын 67.71 хувь нь IPTV, 20.58 хувь нь хиймэл дагуулын сүлжээгээр, 11.71 хувь нь кабелийн сүлжээ болон DTV технологийг ашигласан үйлчилгээ эрхлэгчид бүрдүүлж байна. Мөн олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгчид 2016 оны жилийн эцсийн байдлаар 18.6 тэрбум төгрөгийн хөрөнгө оруулалтыг хийсэн бөгөөд нийт хөрөнгө оруулалтын 76 орчим хувийг IPTV-ийн үйлчилгээ эрхлэгчид хийсэн байна.

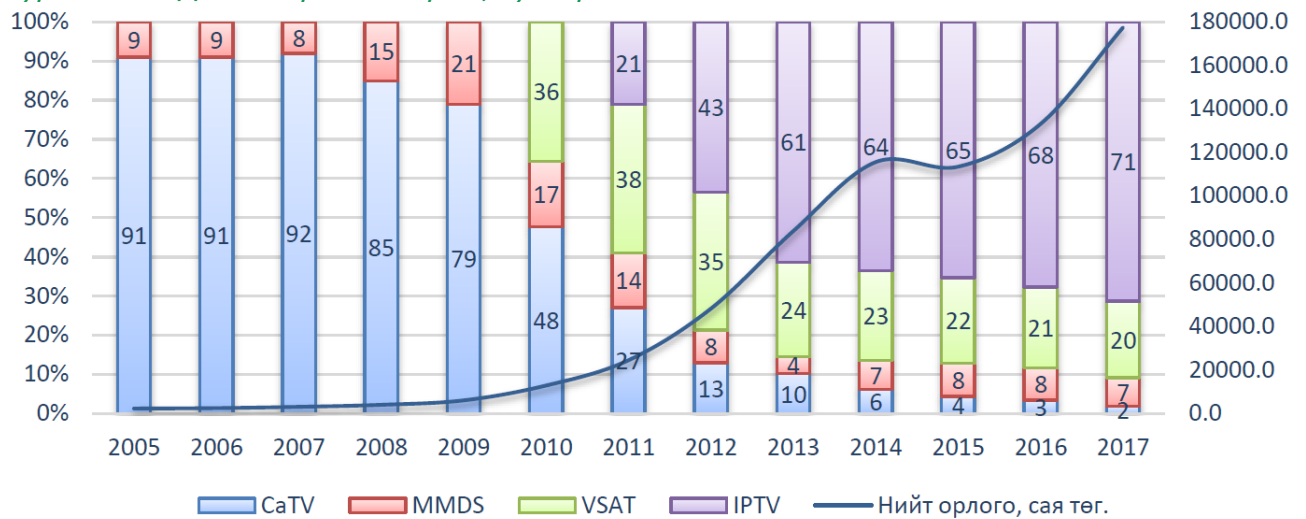
Зураг 38. ОСДҮ эрхлэгчдийн орлогын бүтэц



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний орлого 2017 онд 177.4 тэр бум төгрөг байгаа нь 2005 онтой харьцуулахад 78.7 дахин, 2010 онтой харьцуулахад 13.8 дахин, 2015 оноос 56.4 хувиар өссөн байна. Нийт орлогын 71 хувийг интернет телевиз, 20 хувийг хиймэл дагуулын телевиз, 7 хувийг агаараар дамжуулах үйлчилгээ эзэлж байгаа бол 2 хувийг кабелийн телевиз эзэлж байна.

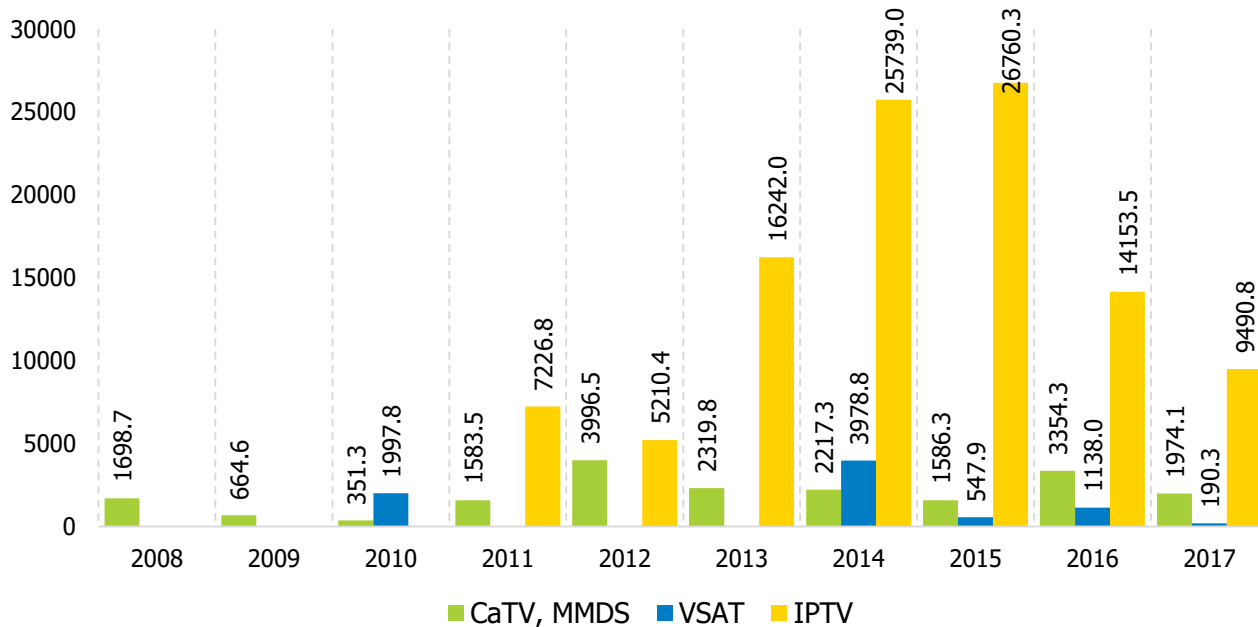
Зураг 39. ОСДҮ-ний орлогын бүтэц, хувиар



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Сүүлийн жилүүдэд олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний IPTV-д хийгдэх хөрөнгө оруулалт давамгайлж байна. Тухайлбал 2015-2016 онд нийт 52.5 тэрбум төгрөгийн хөрөнгө оруулалт хийгджээ.

Зураг 40. ОСДҮ-нд хийсэн хөрөнгө оруулалт, сая төгрөг



Эх сурвалж: ХХЗХороо

5. ОЛОН СУВГИЙН ДАМЖУУЛАХ ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ БҮЛГИЙН ДҮГНЭЛТ

Тусгай зөвшөөрлийн тухай:

Монгол улсад анх Улаанбаатар хотод 1995 онд Сансар ТВ ХХК кабелийн телевиз буюу анхны олон сувгийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөл авч кабелийн телевиз үйлчилгээг анх удаа нэвтрүүлсэн.

Үүнээс хойш Хийморь Супервижн зэрэг компаниудад кабелийн телевизийн тусгай зөвшөөрлийг олгож ингэснээр анх удаа тухайн зах зээлд өрсөлдөөнийг бий болгосон.

Харин 2009 онд шинэ техник технологийн анхдагч болох АЙ ПИ ТВ-г Монгол улсад нэвтрүүлэх тухайн бодлогын шийдвэр гарснаар тухайн жилдээ Юнивишн, Скаймедиа компаниуд Ай Пи технологиор олон сувгийн үйлчилгээ нэвтрүүлэх боломжтой болсон байна. Хиймэл дагуулын тоон телевизийн үйлчилгээ үзүүлэгч ДДэшТВ компани нь 2008 онд тусгай зөвшөөрөл авч телевизийн 18 сувгийг Монгол орон даяар дамжуулж эхэлсэн байна. Мөн Улаанбаатар хотод дэд бүтцээр холбогдох боломжгүй гэр хорооллын айл өрхүүдэд утасгүй технологи буюу DTV /ММДС/-ээр олон сувгийн үйлчилгээг хүргэж байна.

2018 онд олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээний 48 тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчид байгаагийн 16.6 хувь нь нийслэлд, 70.8 хувь нь орон нутагт, 12.5 хувь нь нийслэл болон орон нутагт үйл ажиллагаа явуулж байна.

Харин тусгай зөвшөөрлийн тооны хувьд 2010 онтой харьцуулахад 38.5 хувиар, 2015 онтой харьцуулахад 23.8 хувиар буурсан байна.

Хэрэглэгчийн төлөв:

Судалгаанаас харахад олон сувгийн үйлчилгээний хэрэглэгчийн тоо 856.0 мянгад хүрсэн нь 2005 онтой харьцуулахад 11.8 дахин өссөн, жилийн дундаж өсөлтийн хурд нь 1.23 байна. Нийт хэрэглэгчдийн 54.7 хувь нь Улаанбаатар хот, 45.3 хувь нь орон нутгийн хэрэглэгчид байна. Орон нутгийн хэрэглэгчийн тооны өсөлт 2010 онд нь 3.47 буюу өмнөх онтой харьцуулахад 3.5 дахин өссөн, мөн 2012 онд хэрэглэгчийн тооны өсөлт 2.34 байна. Улаанбаатар хотын хэрэглэгчдийн тооны өсөлт харьцангуй тогтвортой байна.

Тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн тоо буураад байхад хэрэглэгчдийн тоо яагаад өсөж байна вэ. Үүнийг дараах шалтгаануудтай гэж үзэж байна.

1. Хэрэглэгчид үйлчилгээний үнэ тарифаас үл шалтгаалан зөвхөн хамгийн сүүлийн технологи, боломжит үйлчилгээг сонгох болсноос УБ-ын орон сууцны кабелийн телевиз хэрэглэгчид үндсэндээ Ай Пи Тв үйлчилгээг сонгох болсон байна.
2. Гэр хорооллын хэрэглэгчид хиймэл дагуулын үйлчилгээ болон DTV /ММДС/ -г сонгож байна.
3. Монгол орон даяар технологийн хувьд 2015 онд бүрэн тоон технологид шилжсэнтэй холбогдуулан орон нутгийн хэрэглэгчид үндсэндээ УБ хотоос үйл ажиллагаа явуулдаг ДДэш ХХК-ийн хэрэглэгч болсноор орон нутгийн кабелийн телевизийн үйл ажиллагаа үндсэндээ зогсоод байна.

Олон сувгийн дамжууллын төрлөөр идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоог авч үзвэл 2017 онд 44.7 хувь нь хиймэл дагуулаар, 28.3 хувь нь IPTV буюу интернет телевизээр, 21.4 хувь нь агаарын (MMDS) телевизээр, 5.7 хувь нь кабелийн телевизээр хүлээн авч байна.

Салбарын өрсөлдөөний байдал:

Олон сувгийн үйлчилгээ эрхлэх зах зээлийг гаднаас ажиглавал өрсөлдөөнт шинжийг агуулж байгаа хэдий ч яг технологийн хувьд авч үзвэл тус бүртээ монополь шинжийг агуулж байна.

Тухайн зах зээл маань харилцан хамааралгүй тус бүрдээ бие даасан сегментэд хуваагдаж байгаа тул нэг зах зээл гэж үнэлж өрсөлдөөний талаас шинжлэхэд нэн бэрхшээлтэй байна.

1. **АЙПИТВ Хэрэглэгчийн зах зээл:** Энэ зах зээлд Улаанбаатар хот болон Ай Пи ТВ-ийн үйлчилгээ нэвтэрсэн орон нутгийн орон сууцанд амьдардаг иргэд ноогдож байна. ОСДҮ-ний хэрэглэгчдийн 28.3 хувь бөгөөд энэ зах зээл нь өөрөө монополь шинжтэй бөгөөд зөвхөн 2 тоглогч буюу Юнивишн, Скаймедиа ХХК-үүд тухайн зах зээлд үйл ажиллагаа явуулж байна.
2. **Хиймэл дагуулаар ОСДҮ авдаг хэрэглэгчийн зах зээл:** Энэ зах зээлд хөдөө орон нутаг, Улаанбаатар болон бусад төв суурин газрын гэр хорооллын хэрэглэгчид ноогдож байна. ОСДҮ-ний хэрэглэгчдийн 44.7 хувийг эзэлдэг хамгийн том зах зээл бөгөөд үндсэндээ цэвэр монополь байдалтай зах зээл юм. Шударга өрсөлдөөний газраас монополь зах зээл гэж тогтоогдсон тул ХХЗХ-ноос хэрэглэгчдийн үнэ тарифт нь зохицуулалт хийгддэг. Үндсэн гол тоглогч нь саяхныг хүртэл ДДэш ХХК байсан бөгөөд 2018 оноос Монсат ХХК нь тухайн зах зээлд шинээр нэвтэрч байна. Гэвч энэ зах зээл хөрөнгө оруулалт, технологийн онцлогоос хамааран шинээр нэвтрэхэд маш хэцүү тул тухайн зах зээлд өрсөлдөөн орсон гэж хэлэхэд эрт байна.
3. **Агаарын DTV /ММДС/ хэрэглэгчийн зах зээл:** Энэ зах зээлд Улаанбаатар болон бусад төв суурин газрын гэр хорооллын хэрэглэгчид ноогдож байна. ОСДҮ-ний хэрэглэгчдийн 21.4 хувийг эзэлдэг том зах зээл юм. Гэхдээ уг зах зээлийг тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн тоогоор өрсөлдөөнт гэж гаднаас харж болох боловч радио давтамжийн нөөц, технологийн онцлогоос шалтгаалан тухайн бүс нутаг бүртээ тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч нь монополь байдалтай зах зээл юм.
4. **Зах зээл нь уламжлалт кабелийн ТВ-ийн зах зээл:** Саяхан болтол 60-70 хувьд хүрч байсан монополь зах зээл өнөөдөр нийт хэрэглэгчдийн 5.7 хувь хүртэл буурч цаашид шинэ техник технологид бүрэн шахагдах магадлалтай.

Иймд цаашид олон сувгийн зах зээлийг задалж, тусгай зөвшөөрлийн ангиллыг өөрчилж, шинээр тусгай зөвшөөрлүүд олгох боломжтой юм.

2.5 МЭДЭЭЛЭЛ ХОЛБООНЫ СҮЛЖЭЭНИЙ ҮЙЛЧИЛГЭЭ БОЛОН ИНТЕРНЭТИЙН ХЭРЭГЛЭЭ

1. СҮЛЖЭЭНИЙ ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ХАМРАХ ХҮРЭЭ

Мэдээлэл холбооны сүлжээ байгуулах, эзэмших, түүний ашиглалт үйлчилгээний зах зээлийг хамрах хүрээгээр нь нийтэд үйлчлэх зорилго бүхий хотын доторх худаг, сувагчлал байгуулах, түүнийг эзэмших, ашиглах үйлчилгээний зах зээл, хот болон хот хоорондын үндсэн сүлжээ, дэд бүтэц байгуулах, эзэмших, ашиглах, түрээслэх үйлчилгээний зах зээл, мөн улс хоорондын интернетийн бөөний болон транзит ангиллын үйлчилгээний зах зээл гэж авч үздэг.

Хотын доторх худаг, сувагчлал байгуулах, түүнийг эзэмших, ашиглах үйлчилгээний зах зээл нь үнэ тарифын зохицуулалттай бөгөөд энэ зах зээлд Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК "цэвэр монополь" шинж чанартай байхаас гадна уг компани нь ШӨХТГ-ын 2015 оны 20 тоот тогтоолоор Монгол Улсын нутаг дэвсгэрт Мэдээлэл холбооны үндсэн сүлжээ, дэд бүтэц байгуулах, түүнийг эзэмших, ашиглах үйлчилгээний зах зээлд зүй ёсны монополь байдалтай аж ахуй эрхлэгчээр тогтоогджээ.

2. СҮЛЖЭЭНИЙ ҮЙЛЧИЛГЭЭ БОЛОН ИНТЕРНЭТИЙН ХЭРЭГЛЭЭНИЙ СУДАЛГАА

Мэдээлэл холбооны үндсэн сүлжээ, дэд бүтэц байгуулах, түүнийг эзэмших, ашиглах үйлчилгээний зах зээлийн үнэ тарифын зохицуулалт сул бөгөөд хүртээмжээр нь авч үзвэл Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК уг зах зээлийн 47.0 хувийг, Мобиком нэтворкс ХХК 23.2 хувь, Скайнэтворкс ХХК 23.7 хувь, Жемнэт ХХК 6.0 хувийг тус тус эзэлж байна.

Улс хоорондын интернетийн бөөний үйлчилгээний зах зээлийн Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК 5.4 хувь, Мобиком нэтворкс ХХК 29.9 хувь, Жемнэт ХХК 64.7 хувийг тус тус эзэлж байна. Энэ зах зээлд Мобиком нэтворкс ХХК-ийн эзлэх хувь аажмаар өсөж, Жемнэт ХХК-ийн эзлэх хувийн жин аажмаар буурч байна. Эдгээр гурван байгууллага нь улс хооронд транзит ангиллын үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөл эзэмшиж байна.

Хүснэгт 23. Мэдээлэл, холбооны сүлжээний үйлчилгээний зах зээлийн зохицуулалт

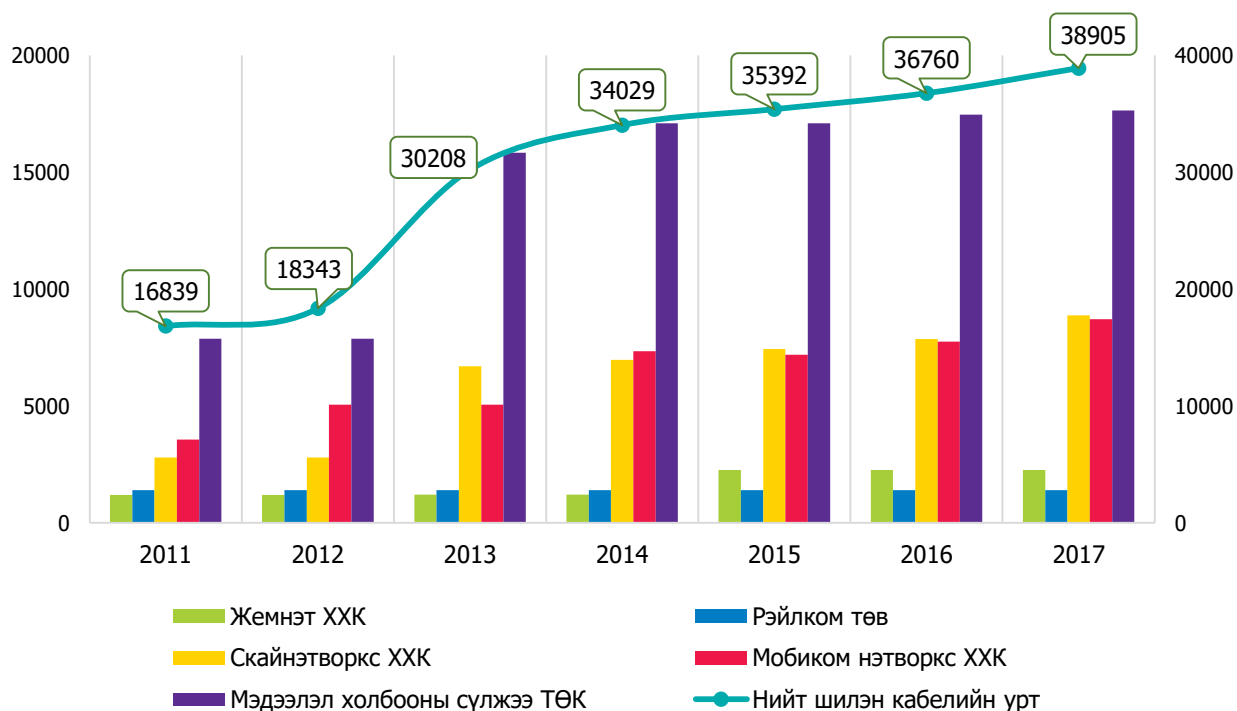
Үйлчилгээ эрхлэгчид "А" ангиллын тусгай зөвшөөрөл	Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК	Мобиком нэтворкс ХХК	Скай нэтворкс ХХК	Жемнэт ХХК	Үнэ тарифын зохицуулалтын орчин
Хотын доторх худаг, сувагчлал байгуулах, түүнийг эзэмших, ашиглах үйлчилгээний зах зээл	Монополь	-	-	-	Зохицуулалттай
Үндсэн сүлжээ, дэд бүтэц байгуулах, эзэмших, ашиглах, түрээслэх үйлчилгээний зах зээл /хот, хот хооронд/	17637 км	8714 км	8883 км	2265 км	Зохицуулалт сул
	2015 он	5.5%	22.2%	-	72.3%

Улс хоорондын интернетийн бөөний үйлчилгээний зах зээлд эзлэх хувь	2016 он	5.3%	24.9%	-	69.8%	Давамгайллагчийн үнэ тарифын зохицуулалтай "Холболт /Access/"
	2017 он	5.4%	29.9%	-	64.7%	
Улс хооронд транзит ангиллын үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөлтэй эсэх		+	+	-	+	Зохицуулалтгүй

Эх сурвалж: ХХЗХороо

Монгол улсад Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК, Мобиком нэтворкс ХХК, Скайнэтворкс ХХК, Жемнэт ХХК-аас гадна Рэйлком төв шилэн кабелийн дамжуулах сүлжээ байгуулан мэдээлэл харилцаа холбооны зах зээлд сүлжээний бизнесийн үйл ажиллагаа эрхэлж байна. Үндсэн сүлжээний шилэн кабель нь 2013 онд өмнөх онтой харьцуулахад 64.7 хувиар өссөн бөгөөд энэ нь Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК тухайн онд 8.0 мянган километр шилэн кабелийг шинээр тавьсантай холбоотой байна. 2017 оны байдлаар 38.9 мянган км шилэн кабелийн 17.6 мянган км буюу 45.3 хувийг Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК, 8.9 км буюу 22.8 хувийг Скайнэтворкс ХХК, 8.7 мянган км буюу 22.4 хувийг Мобиком нэтворкс ХХК эзэмшиж байгаа бол Жемнэт ХХК, Рэйлком төв нь тус тус 6.2 ба 3.8 хувийг эзэмшиж байна.

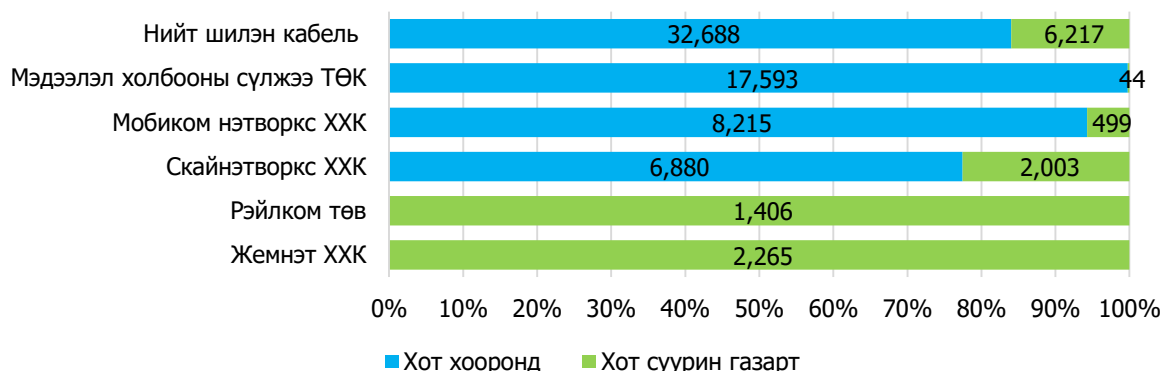
Зураг 41. Монгол улсын үндсэн сүлжээ эзэмшигчид, сүлжээний урт



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Нийт шилэн кабелийн 16.0 хувь нь хот суурин газарт, 84.0 хувь нь хот хоорондын дамжуулах сүлжээнд хамаарч байна. Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК-ийн шилэн кабелийн 99.8 хувь, Мобиком нэтворкс ХХК-ийн шилэн кабелийн 94.3 хувь, Скайнэтворкс ХХК-ийн шилэн кабелийн 77.5 хувь нь хот хоорондын дамжуулах сүлжээнд ашиглагдаж байна.

Зураг 42. Мэдээлэл, холбооны үндсэн сүлжээ

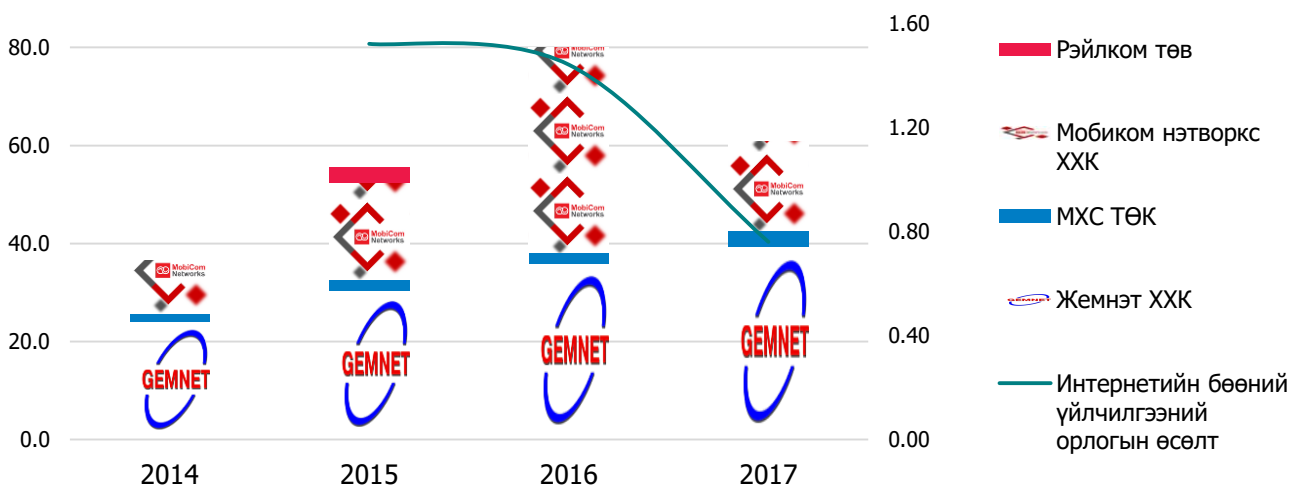


Эх сурвалж: ХХЗХороо

3. СҮЛЖЭЭНИЙ ҮЙЛЧИЛГЭЭ БОЛОН ИНТЕРНЕТИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ САНХҮҮГИЙН ҮЗҮҮЛЭЛТҮҮД

Интернетийн бөөний үйлчилгээний нийт орлого 2014 онтой харьцуулахад 2017 онд дунджаар 18.4 хувиар өссөн. Гэвч өсөлтийн хурд 2015 онд 1.52, 2016 онд 1.44 болон саарч, улмаар 2017 онд 0.76 болж буурсан байна. Энэхүү орлогын бууралтад Мобиком нэтворкс ХХК-ийн орлогын 56.7 хувийн бууралт нөлөөлсөн байна.

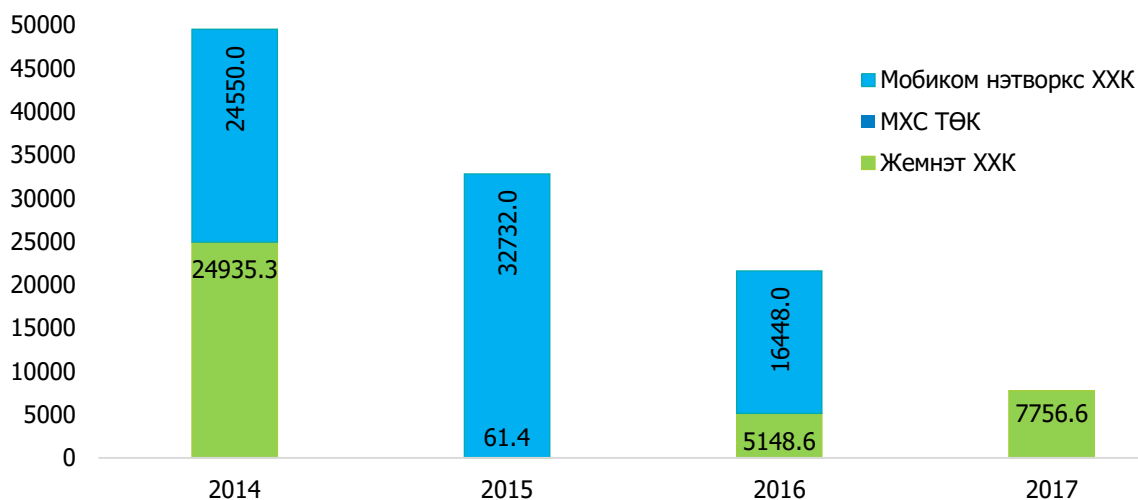
Зураг 43. Интернетийн бөөний үйлчилгээний орлого, тэрбум төгрөг



Эх сурвалж: ХХЗХороо

Интернетийн бөөний үйлчилгээний технологи, үйл ажиллагаанд 2014 онд 49.5 тэрбум төгрөгийн хөрөнгө оруулалт хийгдэж байсан бол 2017 онд Жемнэт ХХК-ийн 7.7 тэрбум төгрөгөөр хэмжигдэж байна. Сүүлийн дөрвөн жилд /2014-2017/ Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК-д энэ үйлчилгээнд ямар нэгэн хөрөнгө оруулалт хийгдээгүй байна.

Зураг 44. Интернетийн бөөний үйлчилгээнд хийгдсэн хөрөнгө оруулалт, тэрбум төгрөг



Эх сурвалж: ХХЗХороо

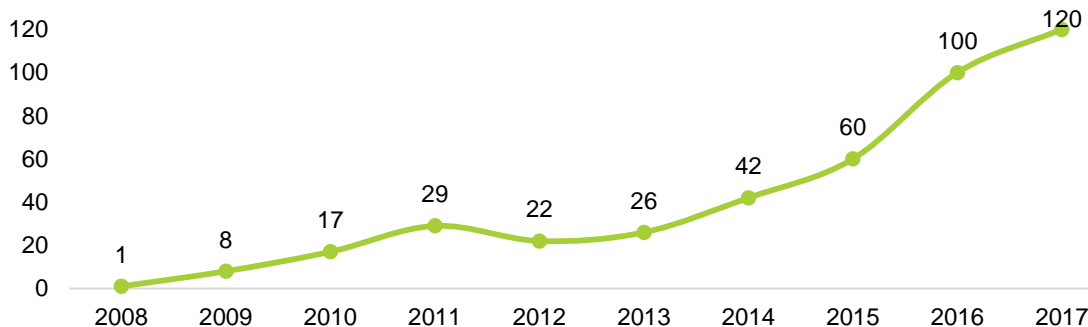
Монгол Улсын улс хоорондын интернетийн багтаамж 2008 онтой харьцуулахад 120 дахин, 2014 онтой харьцуулахад 3 дахин өсөж 120 Gbps өссөн бол дотоод урсгал 2014 онтой харьцуулахад 76.3 хувиар өсөж 53.2 Gbps болжээ.

Хүснэгт 24. Дотоод болон улс хоорондын түрээсэлж буй интернетийн урсгал, Gbps

Үзүүлэлт	Жемнэт ХХК	МХС ХХК	Мобиком нэтворкс ХХК	Рэйлком төв	Нийт
2014 Дотоод	24.2	1.1	4.9	-	30.2
Улс хооронд	32.5	2.5	7.0	-	42.0
2015 Дотоод	31.0	1.2	7.3	0.6	40.1
Улс хооронд	50.0	2.5	7.0	0.6	60.1
2016 Дотоод	38.3	1.9	8.3	-	48.5
Улс хооронд	80.0	2.5	15.5	-	98.0
2017 Дотоод	32.6	3.4	17.2	-	53.2
Улс хооронд	80.0	20.0	20.0	-	120.0

Эх сурвалж: ХХЗХороо

Зураг 45. Монгол Улсын улс хоорондын интернетийн багтаамж, Gbps



Эх сурвалж: ХХЗХороо

4. МЭДЭЭЛЭЛ ХОЛБООНЫ СҮЛЖЭЭНИЙ ҮЙЛЧИЛГЭЭ БОЛОН ИНТЕРНЕТИЙН ХЭРЭГЛЭЭ БҮЛГИЙН ДҮГНЭЛТ

Мэдээлэл холбооны үндсэн сүлжээ, дэд бүтэц байгуулах, түүнийг эзэмших, ашиглах үйлчилгээний зах зээлд кабель сувгийн уртаар авч үзвэл Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК уг зах зээлийн 47.0 хувийг, Мобиком нэтворкс ХХК 23.2 хувь, Скайнэтворкс ХХК 23.7 хувь, Жемнэт ХХК 6.0 хувийг тус тус эзэлж байна. Үүний дагуу давамгай байдалтай аж ахуйн нэгжийг тогтоож ХХЗХ-ноос үнэ тарифт нь хяналт тавьж ажилладаг байна. Харин тухайн компаниудын үйлчилгээний хүрээгээр нь авч үзвэл МХС болон Мобиком нэтворкс компаниуд хот хооронд буюу хөдөө орон нутагт илүү сүлжээтэй үйлчилгээг тийш нь хандуулдаг Скайнэтворк компани нь хотын доторх буюу аксэсс сүлжээ руу илүү анхаарсан шинжтэй. Харин Жемнет компани нь МУ-ын хойноос урд хил хүртэл цэвэр интернетийн урсгал дамжуулах зориулалтаар барьж байгуулан ашиглаж байна. Иймд тусгай зөвшөөрлийн төрөл ангилал, зохицуулалтын үйлчилгээний төлбөр, зах зээлийн зөв тодорхойлоход анхаарал тавьж ажиллах шаардлагатай.

Нийт шилэн кабелийн 16.0 хувь нь хот суурин газарт, 84.0 хувь нь хот хоорондын дамжуулах сүлжээнд хамаарч байна. Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК-ийн шилэн кабелийн 99.8 хувь, Мобиком нэтворкс ХХК-ийн шилэн кабелийн 94.3 хувь, Скайнэтворкс ХХК-ийн шилэн кабелийн 77.5 хувь нь хот хоорондын дамжуулах сүлжээнд ашиглагдаж байна. Үндсэн сүлжээ бүхий компаниудыг зөвхөн кабелийн уртаар бус хэрэглэгчийн төлөвөөр ангилж үзэж болох юм. Тухайлбал Ай Пи ТВ үйлчилгээ эрхлэгч компаниудын аксэсс сүлжээ хаана байгаа тухайн аксэсс сүлжээний зах зээлд ямар компани давамгай байгаа болохыг тодорхойлж давамгай аж ахуйн нэгжийг шууд эцсийн хэрэглэгчдэд хүрэх сувгийг бүх компаниудад адил тэгш эрхээр ханган ажиллаж байх нь зүйтэй юм.

Монгол Улсын улс хоорондын интернетийн багтаамж 2008 онтой харьцуулахад 120 дахин, 2014 онтой харьцуулахад 3 дахин өсөж 120 Gbps өссөн бол дотоод урсгал 2014 онтой харьцуулахад 76.3 хувиар өсөж 53.2 Gbps болжээ. Энэ зах зээлд ШӨХТГ-ын шийдвэрээр Жемнет ХХК давамгай байдалтай аж ахуйн нэгжээр тогтоогдсон тул тухайн компанийн дотоодод борлуулах интернет урсгалын үнэ тарифт ХХЗХ-оос шал үнийг тогтоон зохицуулалт хийж ажиллаж байна. Ойрын хугацаанд энэ зах зээлд зарчмын өөрчлөлт гарах төлөв ажиглагдахгүй байгаа тул тухайн зохицуулалт хэвээр хадгалагдах боломжтой юм.

Улс хооронд транзит ангиллын үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөлтэй Жемнет, Мобикомнэтворкс, МХС гэсэн 3 компани үйл ажиллагаа явуулж байна. Энэ зах зээлийг ХХЗХ-ны тодорхойлсноор ямар нэг зохицуулалтгүй байгаа зах зээл гэж үзсэн байна. Судалгааны ажлын хэсэгт тус хорооноос улс хоорондын транзит урсгалын талаар ямар нэг мэдээлэл өгөөгүй. Цаашид энэ зах зээлийг нарийвчлан судлах шаардлагатай бөгөөд Монгол улсын хувьд реэкспортын бүтээгдэхүүн байх боломжтой.

2.6 ТЕЛЕВИЗ, РАДИО, СУВГИЙН ӨРГӨН НЭВТРҮҮЛГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭ

1. ТЕЛЕВИЗ, РАДИО, СУВГИЙН ӨРГӨН НЭВТРҮҮЛГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ХАМРАХ ХҮРЭЭ

Телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөлтэй 80 үйлчилгээ эрхлэгчид 2017 оны жилийн эцсийн байдлаар үйл ажиллагаа явуулж байна. Үүний 28% буюу 22 нь Монгол улсын хэмжээнд үйл ажиллагаа явуулах зөвшөөрөлтэй бол 57 нь орон нутгийн хэмжээнд, 1 тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч нь зөвхөн Улаанбаатар хотын Налайх дүүрэгт үйл ажиллагаа явуулах эрхтэй байна.

Харин кабелийн сувгийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөлтэй 71 үйлчилгээ эрхлэгч 2017 оны жилийн эцсийн байдлаар байгаа ба 40 нь Монгол улсын хэмжээнд, 22 нь Улаанбаатар хотын хэмжээнд, үлдсэн 9 үйлчилгээ эрхлэгч нь орон нутагт үйл ажиллагаа явуулахаар тусгай зөвшөөрөл авчээ.

Радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөлтэй 60 үйлчилгээ эрхлэгч байна. Үүний 29 нь Улаанбаатар хотод үйл ажиллагаа явуулах тусгай зөвшөөрөл эзэмшдэг бөгөөд 4 нь Улаанбаатар хотоос гадна орон нутагт үйл ажиллагаа явуулах эрхтэй байна. Харин үлдсэн 31 нь орон нутагтаа үйл ажиллагаа явуулах эрх авчээ.

2. ТЕЛЕВИЗ ҮЗЭГЧДИЙН СУДАЛГАА

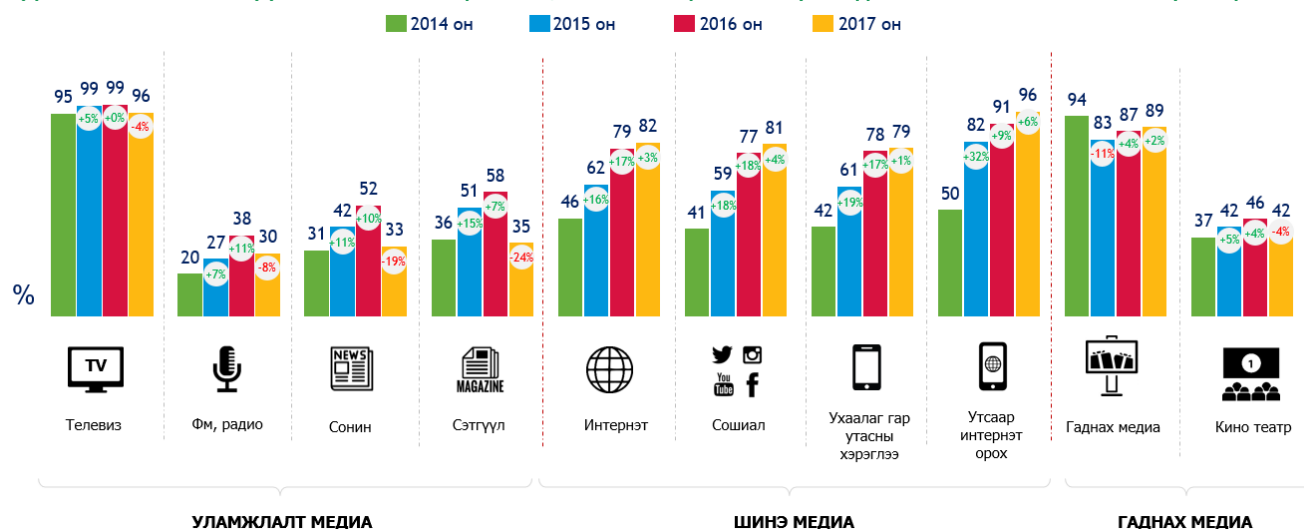
MMCG компани нь сүүлийн 4 жилийн хугацаанд хийж байгаа Монголчуудын медиа хэрэглээний судалгааг тасралтгүй зохион байгуулж байгаа. Уг “ҮНДЭСНИЙ МЕДИА ХЭРЭГЛЭЭНИЙ СУДАЛГАА” нь зах зээлийн багтаамж, өрсөлдөөний нөхцөлийг тодорхойлдог үндэсний хэмжээний, харилцаа холбооны салбарын нөхцөл байдлыг тодорхойлдог судалгаа юм.

Уг судалгаа нь үндэсний хэмжээний 300 орчим хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүдийн нэвтрэлт, рейтинг үнэлгээ, зах зээлийн өрсөлдөөн, зах зээлийн багтаамж зэргийг тодорхойлдог. Уг судалгаагаар дотоодын 57 телевизийн суваг, 10 олон сувгийн дамжуулах үйлчилгээ эрхлэгч, 54 сонин, сэтгүүл, 70 вэб сайт, 24 ФМ радио, 6 кино театр үнэлэгдсэнээс гадна монголчуудын чөлөөт цагаа өнгөрөөх хэв маяг, дуртай спорт, хичээллэдэг спорт зэргийг цогцоор нь судалдаг. Судалгааны бүхий л үр дүнг Улаанбаатар хот, жижиг хот, аймгийн төв, хүм ам ихээр төвлөрсөн сум суурин, хөдөөгийн сумд гэж ангилан гаргахаас гадна хүн ам зүйн бүхий л үр дүнгээр холбон харуулах боломжтой.

Үндэсний Медиа Хэрэглээний Судалгаанаас гардаг зарим үр дүнг харуулбал:

Сүүлийн жилүүдэд уламжлалт медиа хэрэглээ буурсан дүр зураг харагдаж байна. Ялангуяа сонин, сэтгүүлийн хэрэглээ хамгийн өндөр хувиар буурсан байна. 2018 оны байдлаар ТВ үзэх хандлага хамгийн өндөр хувьтай байна. 15-60 настай хүн амын 96 хувь нь /1'898'535 иргэн/ ТВ-г үзэж байна. Нөгөө талдаа сүүлийн 4 жилийн хугацаанд интернетийн хэрэглээ 40 орчим хувиар өссөн байгаа юм ба 15-60 настай хүн амын 82 хувь нь /1'500'843 иргэн/ интернет орж байна. Мөн социал медиагийн хэрэглээ хамгийн өндөр өсөлттэй байгаа бөгөөд Монголчуудын 81 хувь нь /1'470'872 иргэн/ социал медиа ашиглаж байна.

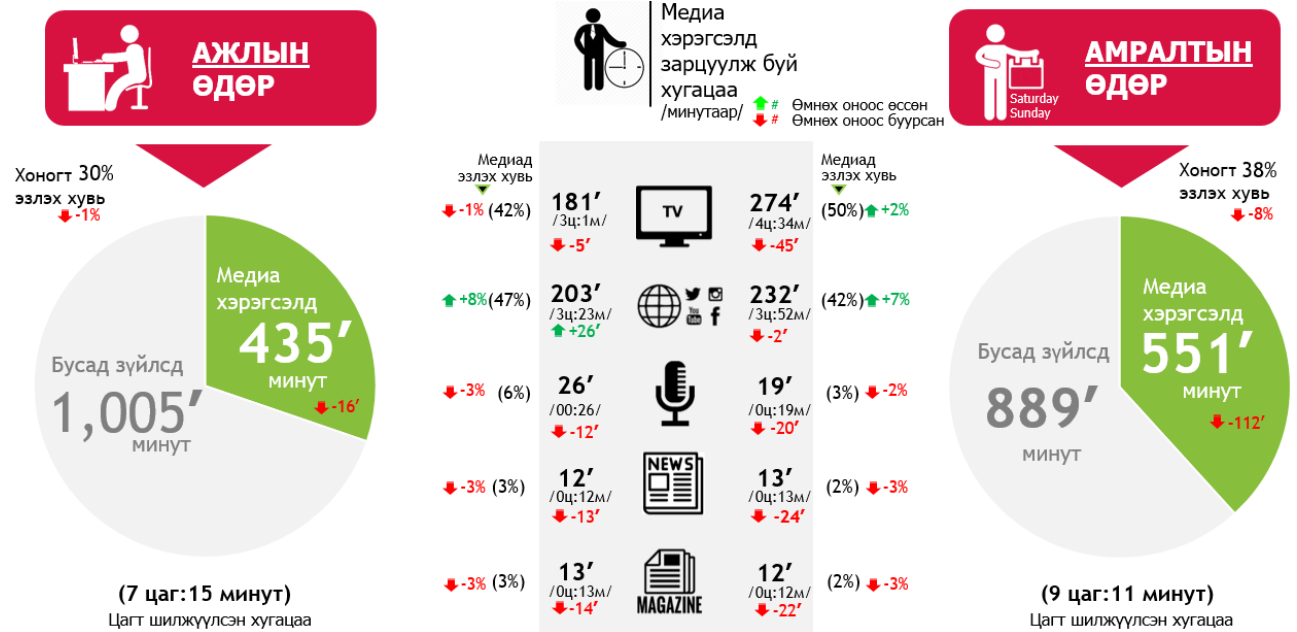
Зураг 46. Монголчуудын медиа хэрэглээ, медиа хэрэгсэл тус бүрийн зах зээлд эзлэх хувиар



Эх үүсвэр: Эм Эм Си Жи ХХК-ийн Үндэсний Медиа Хэрэглээний Судалгаа 2018

Медиа хэрэгсэлд зарцуулж буй хугацааг харахад ажлын өдрүүдэд 7 цаг 15 минутыг медиа хэрэгслүүдтэй харьцах, мэдээлэл авахад зарцуулж байгаа нь нэг өдрийн 24 цагийн 30%-тай тэнцэж байна. Үүнийг 42% нь буюу 181 минутыг ТВ үзэхэд зарцуулдаг байна. Харин амралтын өдрүүдэд медиа хэрэгсэлд зарцуулдаг хугацаа 9 цаг 11 минут болж нэмэгддэг. Үүнийг медиа хэрэгслүүдээр задлан харахад, ажлын өдрүүдэд 181 минутыг ТВ үзэхэд зарцуулж байгаа нь өнгөрсөн жилтэй харьцуулахад 5 минутаар буурсан байгаа юм. Харин амралтын өдрүүдэд ТВ үзэхэд 274 минутыг зарцуулж байгаа нь өнгөрсөн жилтэй харьцуулахад 45 минутаар буурчээ. Мөн дунджаар 19-26 минутыг фм, радио сонсоход зарцуулж байгаа бөгөөд өнгөрсөн жилтэй харьцуулахад 12-20 минутаар буурсан байна.

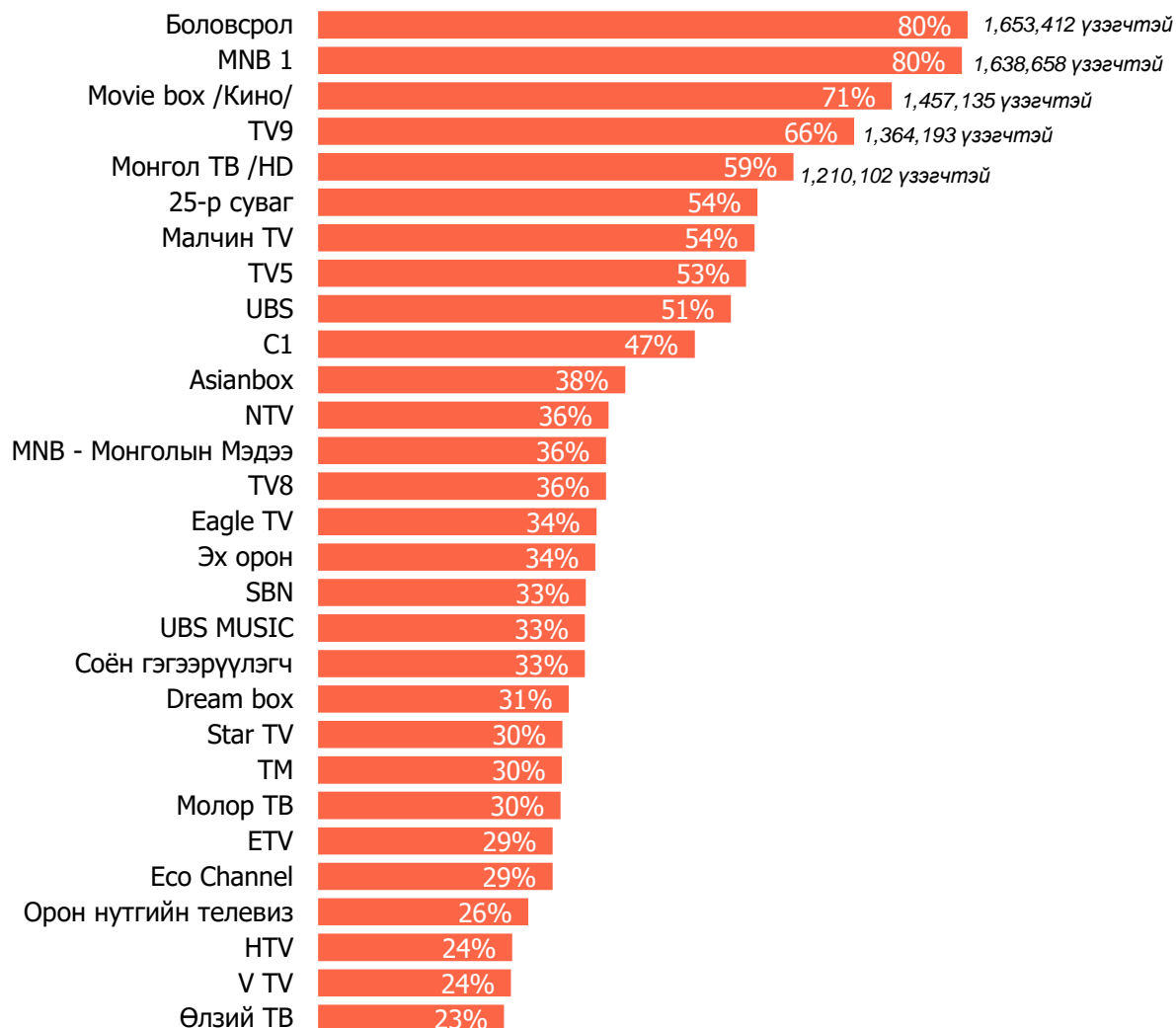
Зураг 47. Монголчуудын медиа хэрэгсэлд зарцуулж буй хугацаа, минутаар



Эх үүсвэр: Эм Эм Си Жи ХХК-ийн Үндэсний Медиа Хэрэглээний Судалгаа 2018

Үндэсний медиа судалгааны онцлог нь тухайн телевизийг нийт хэдэн үзэгч үздэг болохыг тодруулдаг. 15-60 насны Монголчуудын 80% нь Боловсрол ТВ үзэж байгаа ба нийт 1'653'412 иргэн үздэг байна. Үүний дараа МҮОНРТ орж байгаа бөгөөд 1'638'658 үзэгчтэй байна.

Зураг 48. Телевиз, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үзэгчдийн тоо, 2017



Эх үүсвэр: Эм Эм Си Жи ХХК-ийн Үндэсний Медиа Хэрэглээний Судалгаа 2018

Доорх хүснэгтэд телевиз, кабелийн сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үзэгчдийн тоон 4 бүлэгт хуваан харууллаа. Ингэхэд 2017 оны байдлаар үндэсний хэмжээнд 100 мянган үзэгчдээс бага тооны иргэд үздэг 15 үйлчилгээ эрхлэгчид байна. Харин 100-300 мянган үзэгчтэй үйлчилгээ эрхлэгч 19 байгаа бол 300-500 мянган үзэгчтэй үйлчилгээ эрхлэгч 16 байгаа юм. Мөн 1 сая болон түүнээс олон үзэгч үздэг 9 телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгч байна.

Зураг 49. Телевиз, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үзэгчдийн тоо, үзэгчдийн тооны бүлгээр, 2018

100 мянгаас доош үзэгчтэй ТВ		100-300 мянган үзэгчтэй ТВ		300-500 мянган үзэгчтэй ТВ		500 мянгаас дээш үзэгчтэй ТВ	
MMC	98497	SPS Тулаан	277034	V TV	490876	Боловсрол	1653412
Mon Music	90492	Sky TV /Кино/	271949	НТВ	488290	MNB 1 /МҮОНРТ/	1638658
TV7	68180	SPS Хөлбөмбөг	267548	Өлзий ТВ	466139	Movie box /Кино/	1457135
WORLD	67061	TB5-2	251129	Сүлд суваг /Спорт, өв соёл/	440531	TV9	1364193
Дотно ТВ	64825	SPS /Спорт/	240554	Like суваг	436025	Монгол ТВ /HD Mongol/	1210102
LCN channel	61386	ШОП Монголия	238565	E-box	421341	25-р суваг	1117999
Трейд суваг	59166	TB1	218546	SPS Сагсан бөмбөг	415603	Малчин TV	1101956
Volume plus	57492	TV10	217722	Шууд ТВ	396690	TV5	1089476
TV6	50156	MNC	204021	Channel11	368662	UBS	1050300
City channel	38444	MNBA	203313	Royal	354823	C1	958420
TV3	36040	O TV	200259	TV9-2	340663	Asianbox	774921
4K SMART	26791	Парламентийн суваг	193556	UBS GLOBAL	338751	NTV	739497
BBQ	21895	SCH	163991	Блүүмберг суваг	333187	MNB - Монголын Мэдээ	732786
PP channel	21619	SPS Их спорт	148564	Нутаг21	320855	TV8	732642
Hyundai I shopping	9069	ЗА	146960	Оллоо	304899	Eagle TV	708197
		NTN	132371	TV5-3	300279	Эх орон	705137
		Масс ТВ	124495			SBN	681375
		ONTV	112045			Соён гэгээрүүлэгч	676709
		Аист Монголиа	107066			UBS MUSIC	671892
						Dream box	633877
						Star TV	621457
						TM	620409
						Молор ТВ	613601
						Ийгл ньюс	597772
						ETV	596904
						Eco Channel	587619

Эх үүсвэр: Эм Эм Си Жи ХХК-ийн Үндэсний Медиа Хэрэглээний Судалгаа 2018

Телевизийн зар сурталчилгаа гарахад үзэгчид ямар хариу үйлдэл үзүүлдэг болохыг доор харууллаа. Үзэгчдийн хувьд зар сурталчилгааг 31% нь л үздэг байхад 41% нь сувгаа шууд сольдог, 22% нь зар сурталчилгаа дуустал өөр зүйлс хийдэг, сошиал сайтууд руу ордог байна.

Хүснэгт 25. Телевизийн зар сурталчилгаа явахаар үзүүлдэг хариу үйлдэл

Хариу үйлдэл	Хувь
Шууд сувгаа сольдог	41%
Зар сурталчилгааг үздэг	31%
Үзэж байгаад сувгаа сольдог	26%
Зар сурталчилгаа дуусах хүртэл өөр зүйл хийдэг	17%
Зар сурталчилгаа дуустал сошиал сайт руу ордог	5%

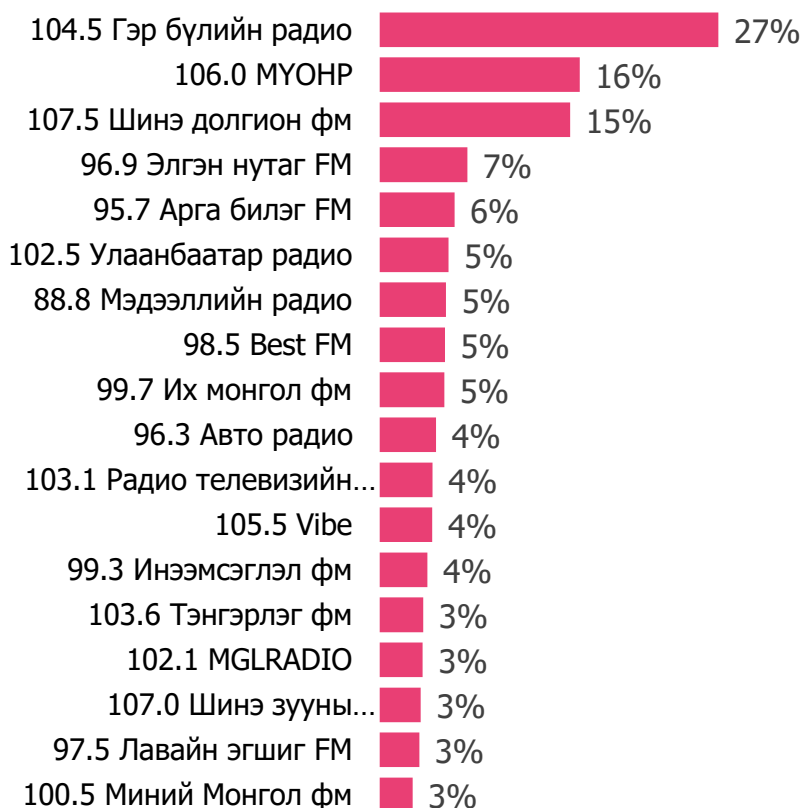
Эх үүсвэр: Эм Эм Си Жи ХХК-ийн Үндэсний Медиа Хэрэглээний Судалгаа 2018

Мөн IPTV үйлчилгээний нөхөж үзэх, ухраах үйлчилгээг ашигладаг хэрэглэгчдийн 97% нь зар сурталчилгааг гүйлгэдэг байгаагаас харахад зар сурталчилгаа үзэх хандлага маш бага, үзэгчид зар сурталчилгаанаас залхсан байгааг харж болно.

3. ФМ, РАДИО СОНСОГЧДЫН СУДАЛГАА

Үндэсний медиа хэрэглээний судалгаанаас харахад Монгол улсын 15-60 насны 10 хүн тутмын 3 нь буюу 636,215 хүн ямар нэгэн байдлаар ФМ сонсож байна. Энэ нь 2016 оны үр дүнгээс 9%-аар буурсан үзүүлэлт юм. Үндэсний хэмжээнд хамгийн олон сонсогчтой радио нь “Гэр бүлийн радио 104.5” байгаа бөгөөд нийт 171 мянган сонсогч уг радиог сонсдог байна.

Зураг 50. Радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн рейтинг, 2018



Эх үүсвэр: Эм Эм Си Жи ХХК-ийн Үндэсний Медиа Хэрэглээний Судалгаа 2018

Сонсогчдын хувьд радиог ихэвчлэн автомашиндаа сонсох хандлага өндөр байгаа ба сүүлийн жилүүдэд интернет, ухаалаг утас, вэб сайт, sound cloud, facebook live зэргээр сонсох хандлага нэмэгдэж байна.

Хүснэгт 26. Радио өргөн нэвтрүүлэг сонсож буй төхөөрөмж

Хариу үйлдэл	Хувь
Автомашиндаа	50%
Гэртээ	23%
Нийтийн тээврийн автобусанд	10%
Ухаалаг гар утасны апп ашиглаж	10%
Энгийн гар утсаар	5%
Интернетээр	4%

Эх үүсвэр: Эм Эм Си Жи ХХК-ийн Үндэсний Медиа Хэрэглээний Судалгаа 2018

2017 оны нийт радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлогын 67% нь зар сурталчилгааны орлогоос бүрдсэн байсан. Тэгвэл сонсогчид зар сурталчилгаа явахаар ямар хариу үйлдэл үзүүлдэг болохыг тодруулахад 52% нь сонсдог бол 20% нь долгионоо сольдог, аль эсвэл хөгжмөө унтраадаг байна. Радиогийн хувьд сонсогчийн тоо бага ч гэсэн телевизийн зар сурталчилгаатай харьцуулахад радио зар сурталчилгааг сонсох хандлага өндөр байна.

Хүснэгт 27. Телевизийн зар сурталчилгаа явахаар үзүүлдэг хариу үйлдэл

Хариу үйлдэл	Хувь
Сонсдог	52%
Долгионоо сольдог, унтраадаг г.м	20%
Сонсож байгаад долгионоо сольдог	16%
Сурталчилгаа дуусах хүртэл өөр зүйл хийдэг	5%
Автомашинны хөгжмөө сонсдог	5%

Эх үүсвэр: Эм Эм Си Жи ХХК-ийн Үндэсний Медиа Хэрэглээний Судалгаа 2018

Радио өргөн нэвтрүүлгийн сонсогчдыг 4 бүлэгт хуваан авч үзлээ. Хамгийн олон сонсогчтой нь "Гэр бүлийн радио 104.5" байгаа ба нийт 171,693 хүн сонсдог болох нь 2018 оны "Үндэсний медиа судалгаа"-аас харагдаж байна. Үүний дараа МҮОРТ 106.0 долгион нь 101,368 сонсогчтойгоор хоёрдугаарт жагсжээ. Харин 10-30 мянган сонсогчтой гэсэн бүлэгт 13 радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчид багтаж байгаа бол 10 мянгаас доош сонсогчтой бүлэгт нийт 10 үйлчилгээ эрхлэгч байна.

Хүснэгт 28. Радио өргөн нэвтрүүлгийн сонсогчийн тоо, сонсогчийн тооны бүлгээр, 2018

10 мянгаас доош сонсогчтой радио		10-30 мянган сонсогчтой радио		30 -100 мянган сонсогчтой радио		100 мянгаас дээш сонсогчтой радио	
101.7 Тэргүүлэгч фм	9,846	96.3 Авто радио	28,480	107.5 Шинэ долгион фм	96,463	104.5 Гэр бүлийн радио	171,693
106.6 VOA	9,613	103.1 Радио телевизийн сүлжээ УТҮГ	26,690	96.9 Элгэн нутаг FM	44,348	106.0 МҮОНР	101,368
98.1 Формула FM	9,013	105.5 Vibe	26,481	95.7 Арга билэг FM	37,936		
100.1 Kiss фм	7,064	99.3 Инээмсэглэл фм	24,052	102.5 Улаанбаатар радио	34,848		

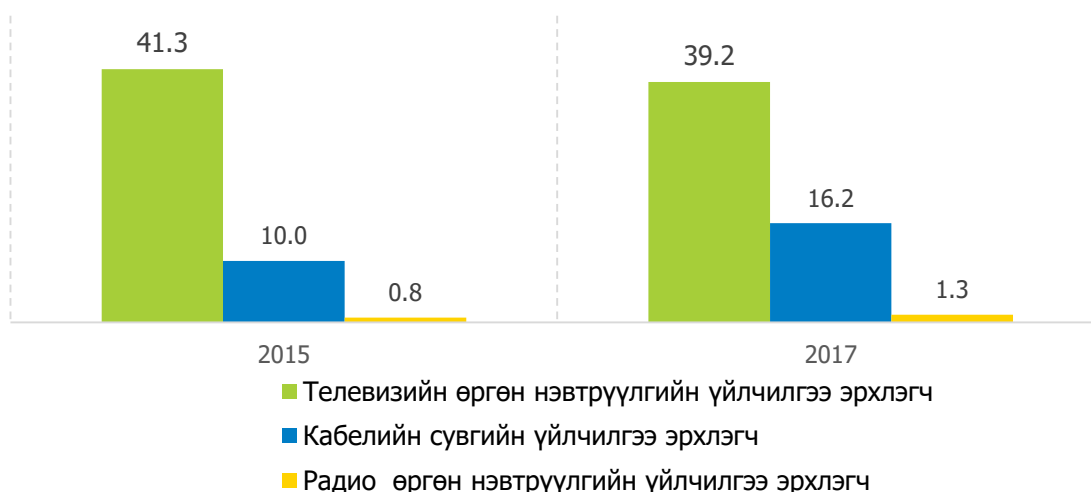
100.9 P3	6,150	103.6 Тэнгэрлэг фм	22,049	88.8 Мэдээллийн радио	33,547
91.1 Цаг үе залуус радио	5,435	102.1 MGLRADIO	21,732	98.5 Best FM	33,011
90.5 VIP радио	4,175	107.0 Шинэ зууны радио/Смарт	20,753	99.7 Их монгол фм	32,668
91.7 Metro Lounge радио	2,568	97.5 Лавайн эгшиг FM	20,004		
92.1 Тойм радио	1,573	100.5 Миний Монгол фм	16,603		
92.5 Стар радио	578	95.1 Хамаг монгол FM	16,470		
		104.0 Voice of Mongolia	15,863		
		89.7 Зохист аялгуу	15,271		
		98.9 Бизнесийн радио	14,878		

Эх үүсвэр: Эм Эм Си Жи ХХК-ийн Үндэсний Медиа Хэрэглээний Судалгаа 2017

4. ТЕЛЕВИЗ, РАДИО, СУВГИЙН ӨРГӨН НЭВТРҮҮЛГИЙН ЗӨВШӨӨРӨЛ ЭЗЭМШИГЧДИЙН САНХҮҮГИЙН ҮЗҮҮЛЭЛТҮҮД

Телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлого 2017 он жилийн эцсийн байдлаар 39.2 тэрбум төгрөг байгаа нь 2015 оны үр дүнтэй харьцуулах 2.1 тэрбум төгрөгөөр буурсан байгаа юм. Харин кабелийн сувгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлого 6.2 тэрбум төгрөгөөр, радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлого 0.5 тэрбум төгрөгөөр тус тус нэмэгджээ.

Зураг 51. Телевиз, радио, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлого, тэрбум төгрөг



Эх үүсвэр: ХХЗХороо

Нийт орсон орлогыг ангилан авч үзвэл, зар сурталчилгаа болон өөрийн бүтээл борлуулалтаас олсон орлого нь хамгийн их жин дарж байна. Тухайлбал, телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн нийт орлогын 35% нь зар сурталчилгаанаас бүрдэж байхад кабелийн сувгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн хувьд 50%, радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн хувьд 67% нь болж тус тус орлогод эзлэх хувь нэмэгдэж байна. Эндээс зар сурталчилгааны орлогоос ихээхэн хамааралтай байгааг харж болно.

Хүснэгт 29. Телевиз, радио, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлогын бүтэц, 2017

Үйлчилгээ эрхлэгчийн төрөл	Зар сурталчилгаанаас олсон орлогын эзлэх %	Өөрийн бүтээл борлуулалтаас олсон орлогын эзлэх %
Телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчид	35%	9%
Кабелийн сувгийн үйлчилгээ эрхлэгчид	50%	30%
Радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчид	67%	11%

Эх үүсвэр: ХХЗХороо

Телевиз, радио, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн нийт хөрөнгө оруулалтын хэмжээ 2015 онд 6,560.3 сая төгрөг байсан бол 2017 6,520.7 сая төгрөг болж 40.6 сая төгрөгөөр буурчээ. Өнгөрсөн хугацаанд хамгийн их хөрөнгө оруулалт хийсэн нь телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчид байгаа ба 2017 онд нийт 3.3 тэрбум төгрөгийн хөрөнгө оруулалт хийжээ.

Хүснэгт 30. Телевиз, радио, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн хөрөнгө оруулалт, сая төгрөг

Үйлчилгээ эрхлэгчийн төрөл	Хөрөнгө оруулалт, сая ₮, 2015	Хөрөнгө оруулалт, сая ₮, 2017
Телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчид	3,680.6	3,348.1
Кабелийн сувгийн үйлчилгээ эрхлэгчид	2,511.2	2,963.4
Радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчид	369.5	209.2
Нийт	6,560.3	6,520.7

Эх үүсвэр: ХХЗХороо

5. ТЕЛЕВИЗ, РАДИО, СУВГИЙН ӨРГӨН НЭВТРҮҮЛГИЙН БҮЛГИЙН ДҮГНЭЛТ

Монгол улсын хэмжээнд үйл ажиллагаа явуулах телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэх зөвшөөрөлтэй 22, орон нутгийн хэмжээнд 57, 1 тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч Улаанбаатар хотын Налайх дүүрэгт үйл ажиллагаа явуулах эрхтэй 1 нийт 80 аж ахуйн нэгж байна. Харин кабелийн сувгийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөлтэй 71 үйлчилгээ эрхлэгч 2017 оны жилийн эцсийн байдлаар байгаа ба 40 нь Монгол улсын хэмжээнд, 22 нь Улаанбаатар хотын хэмжээнд, үлдсэн 9 үйлчилгээ эрхлэгч нь орон нутагт үйл ажиллагаа явуулахаар тусгай зөвшөөрөл авчээ. Радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөлтэй 29 аж ахуйн нэгж Улаанбаатар хотод үйл ажиллагаа явуулах тусгай зөвшөөрөлтэй 31 нь орон нутагтаа үйл ажиллагаа явуулах эрх авчээ. Нийт 3.2 сая хүнтэй улсын хувьд энэ нь хэт их тоо бөгөөд цаашид тусгай зөвшөөрөл олгох нөхцөл шаардлагыг өөрчлөх шаардлагатай.

Телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлого 2017 оны жилийн эцсийн байдлаар 39.2 тэрбум төгрөг байгаа нь 2015 оны үр дүнтэй харьцуулахад 2.1 тэрбум төгрөгөөр буурсан байгаа юм. Телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн нийт орлогын 35% нь зар сурталчилгаанаас бүрдэж байхад кабелийн сувгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн хувьд 50%, радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн хувьд 67% нь байна. Нөгөө талаас зар сурталчилгаа нийлүүлэгч маркетеруудын 18% нь уламжлалт медиа хэрэгсэлд байршуулах зар сурталчилгаагаа бууруулна гэж үзсэн байна. Тиймээс дижитал медиа давамгайлах болсон өнөө үед уламжлалт медиа бизнес санхүүгийн хувьд оршин тогтнох нь нэн бэрхшээлтэй байна.

Телевиз, радио, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн нийт хөрөнгө оруулалтын хэмжээ 2015 онд 6,560.3 сая төгрөг байсан бол 2017 6,520.7 сая төгрөг болж 40.6 сая төгрөгөөр буурчээ. Нийт тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн тоо тогтмол өсөж байхад нийт хөрөнгө оруулалт буурсан байна. Нэг талаар техник тоног төхөөрөмжийн үнэ буурч байх магадлалтай боловч телевиз, радио, студид тавигдах техникийн шаардлага хангалт сулрах магадлалтай. Иймд телевиз, радиогийн нөхцөл шаардлагын хүрээнд нарийвчлан судлах шаардлагатай.

Үндэсний медиа хэрэглээний судалгаанаас харахад Монголчуудын 10-иас бага хувь нь үздэг 26 телевиз, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ үзүүлэгч, Улаанбаатарчуудын 1% нь ч сонсдоггүй 8 радио өргөн нэвтрүүлгийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч байна. Үзэгчгүй медиа хэрэгсэл өөрөө өөрийгөө санхүүжүүлэх боломж хязгаарлагдмал тул тусгай зөвшөөрлийн хугацааг сунгахдаа үзэгчийн тоотой уяж авч үзэх боломжтой юм. Мөн ТВ контентоороо өрсөлдөх болсон үед жилийн 500 саяас бага борлуулалттай ТВ-үүд хэрэглэгчийг татах контент хийхэд маш хүндрэлтэй.

Эм Эм Си Жи компанийн гүйцэтгэсэн СМО-2018 судалгаагаар маркетингдаа анхаардаг ТОП 50 компани нийтдээ социал медиа зар сурталчилгаанд 13 тэрбум ₮-ийг зарцуулсан байна. Энд улс төрчид, бусад жижиг байгууллагын зарцуулдаг мөнгөн дүн багтаагүй. Мөн цаашид зардлаа эдгээр ТОП 50 байгууллагын 70% нь ямар нэгэн байдлаар нэмэгдүүлэх хандлагатай байгаа тул орлого бүрдүүлэх чиглэлээр зохицуулалт хийж болохоор байна.

2.7 ШУУДАН ХОЛБООНЫ ҮЙЛЧИЛГЭЭ

1. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ХАМРАХ ХҮРЭЭ

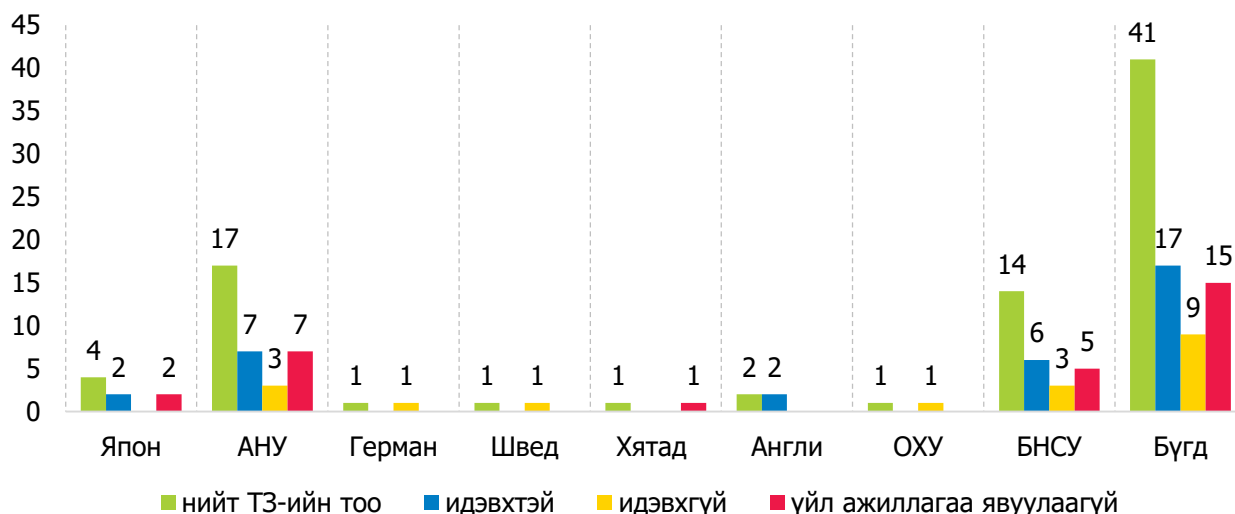
Монгол Улсын шуудангийн салбар нь “Харилцаа холбооны тухай”, “Шуудангийн тухай” хуулиуд болон бусад холбогдох хууль, тэдгээрийг дагалдаж, гарсан эрх зүйн баримт бичгүүд, олон улсын гэрээ хэлэлцээрээр зохицуулагдаж байдаг. “Шуудангийн тухай” Монгол Улсын хууль 2003 онд батлагдсанаар шуудангийн салбарт хувийн хэвшлийн байгууллагууд олноор бий болоод зогсохгүй шуудангаар үйлчлүүлэгчдийн хэрэгцээ, сонголт шинэчлэгдэж, үйлчилгээний болон шуудангийн илгээмжийн нэр төрлийг нэмэгдүүлэх шаардлагатай болж байна. Мөн шуудангийн үндсэн сүлжээний хувьчлалын асуудал, мэдээллийн технологийн хөгжлийг дагасан шинэ бүтээгдэхүүн, технологийн давуу талуудыг шуудангийн үйл ажиллагаанд нэвтрүүлэх зэрэг өөрчлөлттэй уялдуулан хууль эрхзүйн орчныг сайжруулах уян хатан байдлыг хангасан тогтвортой зохицуулалт шаардлагатай байна.

Улсын Их Хурлын 2015 оны 07 сарын 03-ны өдрийн 70, Засгийн Газрын 2015 оны 08 сарын 17-ны өдрийн 330 дугаар тогтоолыг үндэслэн шуудангийн төрийн мэдлийн үндсэн сүлжээг эзэмшигч “Монгол шуудан” ХК-ийг Төрийн өмчийн хорооны 2015 оны 09 сарын 28-ны өдрийн 594-р тогтоолоор 100% хувьчлахаар шийдвэрлэсэн. Энэ нөхцөлд төрөөс иргэдэд хүргэх үйлчилгээг газар нутгийн алслагдмал байдлаас үл хамааран ижил нөхцөлөөр хүргэх, Монгол Улсын олон улсын өмнө хүлээсэн үүрэг зэрэг олон асуудлыг зохицуулах шаардлагатай болж байна.

2. ШУУДАНГИЙН САЛБАРЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ

Манай улсын шуудангийн салбарт бий болсон нөхцөл байдал, гадаад орнууд болон олон улсын шуудангийн чиг хандлагатай холбогдох харилцааны зохицуулалтаар шуудангаар үйлчлүүлэгч нийт иргэд, аж ахуйн нэгж, байгууллага болон шуудангаар үйлчлэгч 50 гаруй байгууллагын эрх, хууль ёсны ашиг сонирхол хөндөгдөж байгаа болно. Хэдийгээр улсын хэмжээнд 50 гаруй аж ахуйн нэгж шуудангийн ашиглалт, үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөл эзэмшиж байгаа боловч тэдгээрээс 32 нь үйл ажиллагаа явуулж байгаа нь шуудангийн салбарт хувийн хэвшлийн аж ахуйн нэгжүүд нэвтрэх хууль эрх зүйн орчин төдийлөн таатай бус байгааг харуулж байна.

Зураг 52. Улс хоорондын шуудангийн илгээлтийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчид, 2016



Эх үүсвэр: ХХЗХороо

2017 оны байдлаар Монгол Улсад шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч 30 байгууллага байгаагаас улс хоорондын шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч 23, дотоодын шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч 3, буухиа шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч 6 байгууллага үйл ажиллагаа явуулж байна.

Хүснэгт 31. Шуудан холбооны үйлчилгээ үзүүлэгчдийн тоо

Үйлчилгээний төрөл	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Улс хоорондын шуудангийн үйлчилгээ	23	n.a	20	14	21	22	17	23
Дотоодын шуудангийн үйлчилгээ	4	5	4	4	4	4	4	3
Буухиа шуудангийн үйлчилгээ	6	6	6	6	6	7	6	6
Нийт	33	32	30	24	31	33	27	32

Эх сурвалж: ХХЗХ

Эдгээр 30 байгууллагаас Монгол Шуудан ХХК нь улс хоорондын, дотоодын, буухиа шуудангийн үйлчилгээг зэрэг үзүүлдэг. Улс хоорондын шуудангийн үйлчилгээний зах зээлийн 45.5 хувийг Монгол Шуудан ХХК, 8.5 хувийг Мон корей топ ложистик ХХК, ВИПМК ХХК, Монгол таун онлайн экспресс ХХК тус бүр 8.2 хувийг, 7.4 хувийг Асралт хөхий ХХК, 6.9 хувийг Гэрэлт хүрэх оргил ХХК, Сакура мандал ХХК 3.9 хувийг тус тус эзэлж байна. Буухиа шуудангийн үйлчилгээний зах зээлийн 56.2 хувийг Монгол Шуудан ХХК эзэлж байгаа бол 30.8 хувийг Ди Эйч Эл ХХК, үлдсэн 13 хувийг бусад компаниуд, дотоодын шуудангийн үйлчилгээний зах зээлийн 93.7 хувийг Монгол Шуудан ХХК эзэлж байна.

Хүснэгт 32. Монгол Улсад шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагууд, 2017 он

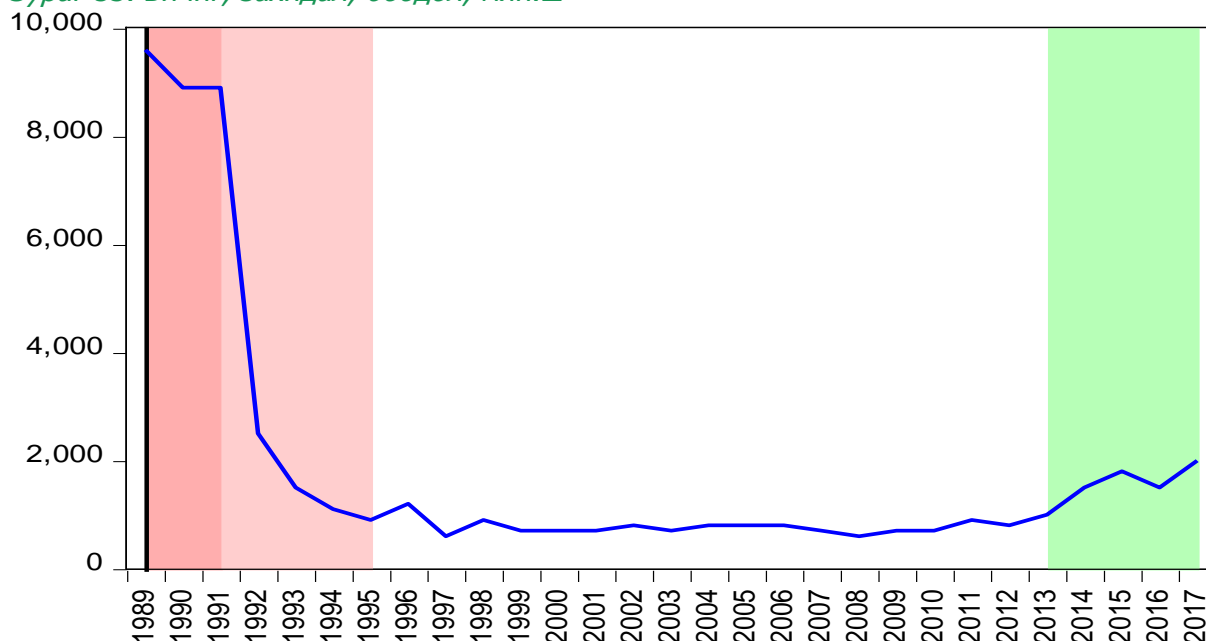
№	Байгууллагын нэр	Улс хоорондын шуудан	Буухиа шуудан	Дотоодын шуудан
1	Гэрэлт хүрэх оргил ХХК	6.9%		
2	Амекс эм эн жи ХХК	0.6%		
3	Англофрейт ХХК	0.4%		

4	Аршгүүр ХХК	0.2%		
5	Асралт хөхий ХХК	7.4%		
6	Баянтүмбэ трейд ХХК	0.5%		
7	Би Даблю Ай Эс ХХК	0.8%		
8	Бритлайн ХХК	1.6%		
9	ВИПМК ХХК	8.2%		
10	Глобал ворлдвайд ХХК	0.2%		
11	Ди Эйч Эл ХХК /DHL/		30.8%	
12	Дөлгөөн дэлгэрэх ХХК	0.6%		
13	Ибид ХХК	1.7%		
14	Коко групп ложистик ХХК	n.a		
15	МК транс ворлд ХХК	1.5%		
16	Мон корей топ ложистик ХХК	8.5%		
17	Мон ложистикс ворлдвайд ХХК	0.1%		
18	Мон тээвэр сервис ХХК	1.2%		
19	Монгол таун онлайн экспресс ХХК	8.2%		
20	Монгол шуудан ХХК	45.5%	56.2%	93.7%
21	Монкор карго ХХК	0.7%		
22	Сакура мандал ХХК	3.9%		
23	Сэлэнгэ групп ХХК /ups/		4.2%	
24	Туушин ХХК /fedex/		6.4%	
25	Түгээмэл шуурхай шуудан ХХК			3.4%
26	Улаанбаатар шуудан ХХК			2.8%
27	Хамаг монгол хуралдай ХХК	1.0%		
28	Централ экспресс ХХК		0.7%	
29	Эбо холдинг ХХК	0.4%		
30	Эс Эф Эм Эл ХХК		1.7%	

Эх сурвалж: ХХЗХ

Шуудан холбооны үйлчилгээ нь 1992 оноос огцом буурч, улмаар 2013 оноос бичиг, захидал, боодлын хэмжээ өсөх хандлагатай болжээ.

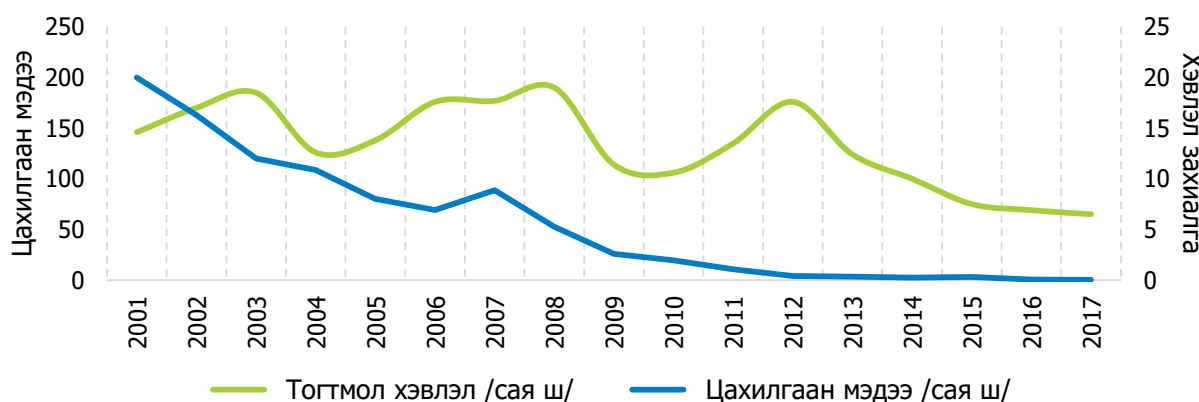
Зураг 53. Бичиг, захидал, боодол, мян.ш



Эх сурвалж: ҮСХ-ны мэдээллийн санд тулгуурлан судлаачдын тооцоолсноор

Цахилгаан мэдээ нь сүүлийн жилүүдэд буурч 300.0 мянгад хүрсэн байна. Тогтмол хэвлэл захиалга тогтворгүй бөгөөд өмнөх онтой харьцуулахад 2016 онд 8 хувиар буурч 6.9 сая, 2017 онд 6 хувиар буурч 6.5 саяд хүрчээ.

Зураг 54. Хэвлэл, цахилгаан мэдээ, сая.ш



Эх сурвалж: ҮСХ-ны мэдээллийн санд тулгуурлан судлаачдын тооцоолсноор

Улс хоорондын шуудан холбооны үйлчилгээний 2010-2017 оны мэдээллийг авч үзвэл бичиг захидал нь 2014 онд өмнөх онтой харьцуулахад орох урсгал 24.5, гарах урсгал 7 хувиар тус тус өссөнийг эс тооцвол энэ хугацаанд жилд дунджаар орох бичиг захидал 7 хувиар, гарах бичиг захидал 9 хувиар буурсан байна. Харин орох илгээлт болон боодол энэ хугацаанд жилийн дундаж өсөлт нь тус бүр 1.2 ба 1.09 байна. Гарах илгээлт 2014 онд хамгийн өндөр

буюу 43.0 мянга байсан бол 2017 онд үүнээс ойролцоогоор 3 дахин буурч 14.5 мянга болжээ. Гарах илгээлт болон боодлын жилийн дундаж өсөлт тус бүр 0.99 ба 0.93 байна.

Хүснэгт 33. Улс хоорондын шуудан холбооны үйлчилгээ, ширхэг

Он	Бичиг захидал			Илгээлт			Боодол		
	орох	гарах	дамжих	орох	гарах	дамжих	орох	гарах	дамжих
2010	172120	317598	4961	44230	15222	309	87430	18634	801
2012	179108	316113	30	60520	20591	-	107041	18303	-
2013	145928	251464	397392	89602	20192	109794	82372	8108	90480
2014	181712	270946	-	206320	43033	-	98647	12726	-
2015	123931	229628	-	137876	20522	-	87628	12319	-
2016	108373	183824	-	107040	20228	-	88355	8233	-
2017	108896	181403	290299	135237	14453	149690	143801	12398	156199
Жилийн дундаж өсөлт	0.93	0.91	-	1.2	0.99	-	1.09	0.93	-

Эх сурвалж: ХХЗХ

Зураг 55. Улс хоорондын шуудангийн үйлчилгээний хандлага, 2010-2017



Буухиа шуудангийн үйлчилгээ 2010-2017 оны хугацаанд жилд дунджаар 26 хувиар өссөн бөгөөд жилийн дундаж өсөлт нь бичиг захидлын хувьд 1.26, илгээлтийн хувьд 1.23, шуудангийн боодлын хувьд 1.38 байна. Буухиа шуудангийн үйлчилгээний дамжих урсгалын жилийн дундаж өсөлт нь 2.93-4.25 байгаа нь бусадтай харьцуулахад өндөр байна.

Хүснэгт 34. Буухиа шуудангийн үйлчилгээ, ширхэг

Он	Бичиг захидал			Илгээлт			Боодол		
	орох	гарах	дамжих	орох	гарах	дамжих	орох	гарах	дамжих
2010	49423	24771	239	24897	5021	9	4176	602	10
2011	68126	32305	128	27603	5796	10	10822	2003	8
2013	71442	37001	108443	33187	8746	41933	4815	2627	7442
2014	62246	25638	87884	28738	5263	34001	17359	1865	19224
2015	77066	45330	122396	33610	10882	44492	91891	5408	97299
2016	71885	47831	119716	35310	12658	47968	11552	6364	17916
2017	96573	55154	151727	42607	10415	53022	10333	6148	16481
Жилийн дундаж өсөлт	1.12	1.14	2.93	1.09	1.13	4.25	1.16	1.47	3.44

Эх сурвалж: ХХЗХ



Зураг 56. Буухиа шуудангийн үйлчилгээний хандлага, 2010-2017

Дотоодын шуудангийн үйлчилгээ нь 2010-2017 онд жилд дунджаар 14.0 хувиар өссөн бөгөөд дотоодын бичиг захидлын жилийн дундаж өсөлт 1.14, дотоодын илгээлтийн жилийн дундаж өсөлт 1.08 байгаа бол дотоод шуудангийн боодлын хувьд жилийн дундаж өсөлт 1.2 байна. Гэвч дотоод орох шуудангийн боодол нь өмнөх жилтэй харьцуулахад хоёр дахин, 2010 онтой харьцуулахад 1.5 дахин буурсан байна.

Хүснэгт 35. Дотоод шуудангийн үйлчилгээ, ширхэг

Он	Бичиг захидал			Илгээлт			Боодол		
	орох	гарах	дамжих	орох	гарах	дамжих	орох	гарах	дамжих
2010	355.702	359.392	32.060	8.572	17.735	425	15.701	12.235	-
2011	367.548	389.412	3	8.822	17.407	-	13.573	10.069	-
2013	450.927	505.424	168	1.116	30.441	-	22.480	17.682	-
2014	523.189	90.877	-	15.043	22.490	-	23.895	24.787	-
2015	580.518	1.540.019	-	15.925	19.841	-	23.889	22.123	-
2016	580.892	652.358	-	13.653	23.586	-	22.856	23.664	-
2017	455.979	986.859	-	15.604	23.790	-	10.533	47.520	-
Жилийн дундаж өсөлт	1.04	1.18	-	1.10	1.05	-	0.94	1.25	-

Эх сурвалж: ХХЗХ

Зураг 57. Дотоод шуудангийн үйлчилгээний хандлага, 2010-2017

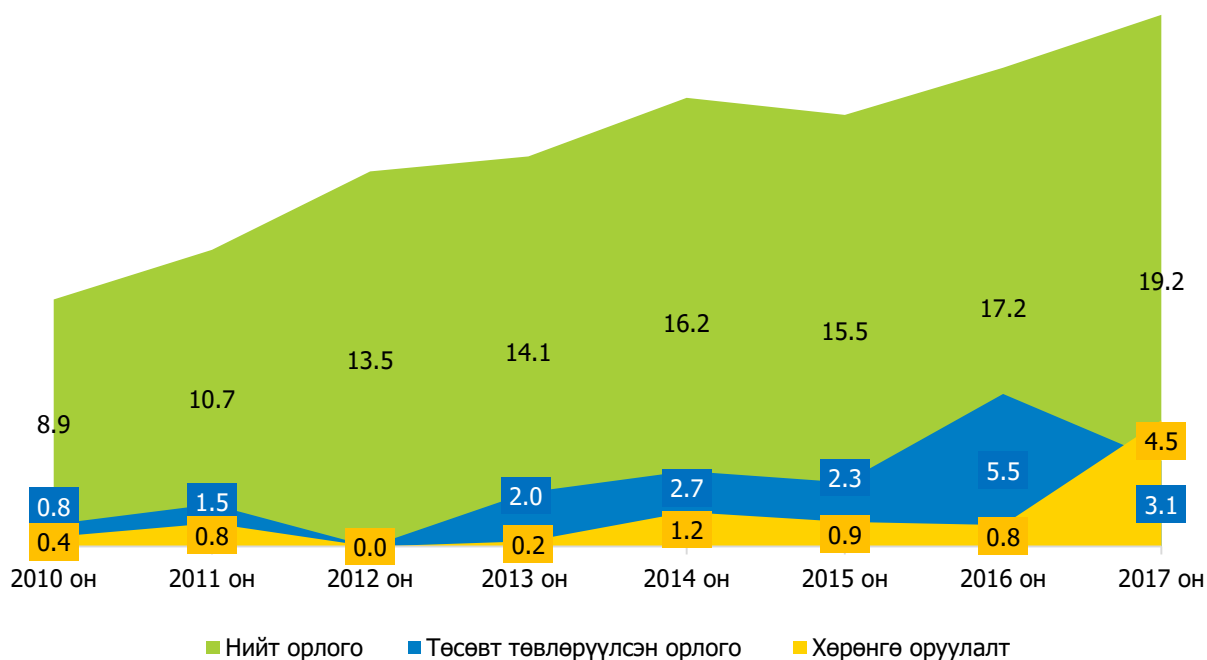


Эх сурвалж: ХХЗХ

3. ШУУДАН ХОЛБООНЫ ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ САНХҮҮГИЙН ҮЗҮҮЛЭЛТҮҮД

Шуудан холбооны үйлчилгээний нийт орлого 2010-2014 онд 81.6 хувиар буюу жилд дунджаар 16.1 хувиар өсөж байсан ч 2015 онд өмнөх онтой харьцуулахад 4 хувиар ялимгүй буурч 2016, 2017 онуудад тус бүр 11 хувиар өссөн байна. Шуудангийн төсөвт төвлөрүүлсэн орлого энэ хугацаанд харилцан адилгүй, өсөлт нь тогтворгүй байна. 2016 онд шуудангийн үйлчилгээний салбарын төсөвт төвлөрүүлсэн орлого өмнөх онтой харьцуулахад өсөлт 2.38 байсан бол 2017 онд 0.56 болж 44 хувиар буурсан нь харагдаж байна. Салбарт хийгдсэн хөрөнгө оруулалт нь 2017 онд хамгийн өндөр буюу 4.5 тэрбум төгрөг байна.

Зураг 58. Шуудан холбооны үйлчилгээний нийт орлого, хөрөнгө оруулалт, 2010-2017



Эх сурвалж: ХХЗХ

4. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ БҮЛГИЙН ДҮГНЭЛТ

Монгол улсын шуудангийн зах зээлийн чиг хандлага

Зах зээлийн эдийн засагт шилжихээс өмнө буюу 1990 оноос өмнө шуудангийн гол зонхилох үйлчилгээ нь хэвлэл захиалга-түгээлт, энгийн захидал бичгийн харилцаа, цахилгаан мэдээ хүргэлтийн үйлчилгээ байсан бол шилжилтийн 10-аад жилийн хугацаанд шуудангийн үйлчилгээ уналтад орж 2000-2010 онд хэвлэл захиалга эрс буурсан ч хэвлэл түгээлт, байгууллага хоорондын албан бичгийн солилцоо, гадаадын шуудангийн байгууллага хооронд хийгдэх тооцооны орлогоос гол орлогоо бүрдүүлэх болжээ.

Энэ үеэс шуудангийн зах зээлд монополь үйл ажиллагаа явуулж байсан Монгол шуудан компани өрсөлдөгчтэй болж эхэлсэн ба 2000 оноос улс хоорондын шуудангийн зах зээлд буухиа шуудангийн компаниуд, 2002 оноос дотоодод хэвлэл захиалгын зах зээл дээр хувийн шуудангийн байгууллагууд өрсөлдөх болсон байна. 2008 оноос улс орны эдийн засгийн хүндрэлтэй байдал, хүн амын худалдан авах чадвар, төрийн байгууллагуудын шуудангийн зардлын төсвийн таналт зэргээс шалтгаалж хэвлэл захиалгын хэмжээ, албан бичгийн солилцоо жилээс жилд буурч, зарим хувийн шуудангийн байгууллагууд үүдээ барьж, цар хүрээгээ хумьж, зардлаа танах болсноос гадна үндсэн сүлжээ эзэмшигч Монгол шуудан компанийн хувьд ч хүндрэл үүсэж шинээр орлогын эх үүсвэр бий болгох шаардлага тавигдаж эхэлсэн байна.

Харин нөгөө талаас олон Монголчууд гадаад улс оронд ажиллаж амьдрахаар БНСУ, Чех, Швед, Япон, АНУ, Канад гэх мэт орныг зорих болж шуудангаар харилцах зайлшгүй шаардлага бий болсноор эхэндээ хувь хүмүүс дайвар байдлаар харилцааг зохицуулдаг байснаа яваандаа 2005 оноос олон карго үйлчилгээний компаниуд байгуулагдаж үйл ажиллагаа явуулах болсон юм. Энэ үйл ажиллагааг зохицуулах ажлыг ХХЗХ-ны зүгээс авч хэрэгжүүлсний үр дүнд өнөөдөр улс хоорондын илгээлтийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөлтэй 28 аж ахуйн нэгж 7 чиглэлд идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулж байна.

Монгол шуудан ХК-ийн хувьд 2010 оноос эхлэн дараах нэр төрлийн:

- Дотоодын болон хил дамнасан шуудангийн логистик үйлчилгээ
- Замын хөдөлгөөний торгуулийн хуудасны хүргэлт
- Гибрид шуудангийн үйлчилгээ
- Банкны байгууллагуудын кредит картын хүргэлт
- Төрийн байгууллагуудын төрөл бүрийн бичиг баримтын хүргэлт зэрэг үйлчилгээг нэвтрүүлэхээр зорьж, судлан, хэрэгжүүлсний үр дүнд өнөөдөр тус компанийн гол орлогыг бүрдүүлж буй, зах зээлд танигдсан бүтээгдэхүүн болжээ.

Сүүлийн үед Монгол улсын шуудангийн зах зээлд дараах боломж, орон зай бий болсон төдийгүй энэ орон зайд зохицуулалтын арга хэмжээ зайлшгүй шаардлагатай байна гэж үзэж байна. Үүнд:

Дотоод шуудангийн зах зээлийн хувьд:

- **Цахим бичиг захидал**

Цахим харилцаа хөгжихийн хэрээр бичиг захидлаар харилцах хэрэглээ буурч, сүүлийн үед цахим гарын үсгээр баталгаажуулах, байгууллага хоорондын албан захидал ч цахим

хэлбэрт шилжих, бизнесийн байгууллагуудаас төрийн байгууллагуудад явуулдаг тайлан, бусад бичиг баримтуудыг ч цахимжуулах болсон нь албан бичиг захидлын солилцоог бууруулж байна. Иймээс шуудангийн байгууллагуудын хувьд дэлхийн чиг хандлагыг дагаж цахим гарын үсгээр баталгаажсан шуудангийн аюулгүй байдлыг хангах, хэрэглээг бий болгохын тулд холбогдох хууль, эрх зүйн орчныг бүрдүүлэхэд анхаарч ажиллах нь зүйтэй юм.

Мөн гибрид шуудангийн үйлчилгээг хөгжүүлж, цахимаар мэдээллийг хүлээн авах, ялган боловсруулах, эцсийн цэг дээр нь хэвлэн дугтуйлах замаар түүний нууцлалыг ханган, найдвартай, шуурхай гардуулж, хүргэлтийн тайланг илгээгчид нь цахимаар мэдээлэх цогц системийг бий болгох шаардлагатай байна.

- Сошиал сүлжээ болон интернет дэлгүүрүүдийн хүргэлт

Өнөөдөр бүхий л худалдаа эрхлэгчид, дэлгүүр, лангуунууд, интернет худалдааны сайтууд фэйсбүүк, сошиал орчноор бараагаа сурталчлан борлуулж байгаа ба захиалагдсан бараа бүтээгдэхүүнийг хүргэх асуудлыг тус бүртээ хариуцаж, өөрийн болон бусдын тээврийн хэрэгслээрээ хүргэлт хийж байгаагаас замын хөдөлгөөний ачааллыг нэмэгдүүлж, хүргэлтийн хурд, чанарыг алдагдуулахаас гадна олон эрсдэлийг дагуулж байна. Нийслэлийн тээврийн газрын судалгаагаар дээрх хүргэлтүүд болон үйлдвэрлэгч байгууллагуудын бараа түгээлт, хүргэлтэд өдөрт 20000-30000 тээврийн хэрэгсэл замын хөдөлгөөнд оролцдог гэжээ. Иймээс:

- хүргэлтийн чанар, хурдыг сайжруулах,
- хүргэлт хийж буй жолооч, хүлээн авагчийн эрүүл мэндтэй холбоотой эрсдэлийг бууруулах /барааны онцлогоос шалтгаалсан тээвэрлэлт/,
- тухайн бараа илгээмжийн аюулгүй байдлыг хангах шаардлагын үүднээс зөв зохион байгуулалтад оруулах, шуудангийн байгууллагуудын оролцоог нэмэгдүүлэх, ачаалах шаардлага тавигдаж байна.

Мөн хүргэлтийн хурд, чанарыг сайжруулах, хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийг бий болгох үүднээс сүүлийн үеийн технологийн дэвшил, ухаалаг соёлтой хэрэглээг шуудангийн хүргэлтэд ашиглах, нэвтрүүлэх шаардлага тавигдаж байна. Жишээлбэл: Ухаалаг шуудангийн хайрцгаар дамжуулан захиалагдсан барааг хүргэх зохион байгуулалт, зохицуулалтыг хийх, шуудан хүргэлтэд нисдэг дрон ашиглах, шуудан хүргэлтийн цахилгаан тээврийн хэрэгсэл нэвтрүүлэх гэх мэт.

- Дайвар шуудан-ачаа тээвэр

Дотоод шуудангийн зах зээл дээр давамгайл байдалтай (зах зээлийн 93,7%) үйл ажиллагаа явуулдаг Монгол шуудан ХК-ийн сүлжээгээр дамжин хот хооронд явж буй илгээлт, боодлын хэмжээ нь жилдээ 50-60 мянган ширхэг.

Орон нутаг руу ямар нэгэн зүйл, эд материал илгээхийг хүссэн байгууллага, иргэдийн дийлэнх нь Нарантуул худалдааны төв эсвэл баруун, зүүн авто вокзал, төмөр замын вокзал орж /нисэх онгоцоор бусдын дайвар ачааг 2013 оноос хориглосон/ дайж явуулахыг илүүд үздэг. Аймаг, сумдын хооронд мөн адил. Гэхдээ энэ байдал нь дараах эрсдэл, хүндрэлийг дагуулж байна. Үүнд:

- Стандарт технологийн хяналт, бүртгэлгүйгээс аюултай ачаа тээвэрлэх, ачаа гэмтэх, бохирдох, муудах, үрэгдэх, алга болох эрсдэлтэй
- Үнэ тарифын хяналтгүй, жолооч нар дураараа үнэ зохион хэрэглэгчийг хохироох,

- Тогтсон маршрут, зам хугацааны хяналтгүйгээс хэрэглэгч ачаа илгээмжээ хэзээ, хаанаас хүлээж авах нь тодорхойгүй,
- Хэдий хэмжээний, ямар бүтээгдэхүүн ачаа тээвэрлэгдэж байгаа бүртгэл, статистик тоо байхгүй,
- Зөвшөөрөл, бүртгэлгүйгээс орлого тооцох боломжгүй, гаалийн болон орлогын албан татвараас зайлсхийдэг.

“Шуудангийн салбарын зохицуулалт-2018” арга хэмжээний үеэр танилцуулагдсан мэдээлэлд үндэслэн тооцоо хийхэд: хот хоорондын 24 чиглэлийн зорчигч тээврийн автобусанд зорчигчдын тээшнээс гадна өдөртөө 10 тн дайвар ачаа, Нарантуул олон улсын худалдааны төв дээр орон нутаг руу явдаг зогсоолоос өдөрт доод тал нь 100 гаруй тн ачаа тээвэрлэгддэг гэж үзвэл дундаж жингээр бодвол өдөрт 12000 ширхэг, багаар тооцоход жилд **3,6 сая ширхэг** илгээмж дайвар байдлаар хот хооронд дамжиж байна.

Гадаад шуудангийн зах зээлийн хувьд:

- Интернет худалдаа /E-commerce/

Монгол улсын 3,9 сая үүрэн холбооны хэрэглэгчдийн 2,6 сая нь дата хэрэглэгч, 2,4 сая нь ухаалаг утастай, 2,9 сая интернет хэрэглэдэг, 1,7 сая нь ямар нэгэн байдлаар сошиал медиа ашигладаг болжээ. Энэ өндөр хэрэглээг дагаад дэлхийн бүхий л улс орноос интернетээр худалдаа хийдэг болсон бөгөөд үүнийг дагаад шуудангийн хэрэглээ нэмэгдэж, илүү их зохицуулалт, хяналтыг шаардах болсон.

Цуглуулбар, түүвэр ачаа

Монголоос захиалсан интернет худалдааны бараа бүтээгдэхүүн болон тухайн улсад амьдарч буй Монголчуудын илгээж буй ачааг Монгол улс руу илгээх үед ХХЗХ-ноос шуудангийн тусгай зөвшөөрөлтэй аж ахуйн нэгжээс гадна Тээвэр зуучийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөлтэй байгууллагууд контейнерээ дүүргэхийн тулд нэг хүний нэр дээр цуглуулж, Монгол улс руу тээвэрлэн, Буянт ухаа дахь болон Улаанбаатар хотын гаалийн хяналтын бүсээр дамжуулан оруулж байгаа асуудлыг Гааль болон Мэргэжлийн хяналтын байгууллагуудтай хамтран таслан зогсоож нэг мөр болгох шаардлагатай байна. Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газраар дамжиж буй шуудангийн илгээмжийн хэмжээ 820 мянган ширхэг гэж мэдээлсэн ба үүний 550 мянган ширхэг нь импорт юм. Монгол улсад орж ирж буй энэ төрлийн нийт ачааны 50 гаруй хувь нь уг УХШИГГ-аар дамждаг байна.

Хил дамнасан /транзит/ шуудангийн логистик үйлчилгээ

ОХУ-ын хэрэглэгчид БНХАУ-ын бүтээгдэхүүнийг онлайн худалдаагаар дамжуулан худалдан авах нь сүүлийн жилүүдэд эрс нэмэгдлээ. Учир нь БНХАУ- аас онлайн худалдаа хийх нь ОХУ-ын хэрэглэгчдийн хувьд өргөн сонголт, хямд үнэ, гэрээсээ худалдаа хийж болох, 31 кг/1000 еврогоос доош үнийн дүнтэй илгээмж нь татваргүй зэрэг олон давуу талыг бий болгож байдаг. ОХУ-ын хэрэглэгчид 2017 онд гадаад орнуудаас 75 сая орчим ширхэг захиалга хийсэн гэж Оросын анхны дижитал эдийн засгийн зөвлөгөө судалгааны Дата Инсайт байгууллагаас мэдээллээ. Үүний 61.1 сая ширхэг захиалгыг БНХАУ-аас хийжээ. Тэгвэл Оросын Илгээмжийн Захиалга ба Зайн Борлуулалтын Үндэсний Холбооноос 2018 онд ОХУ нь гадаад орнуудаас 120 сая орчим захиалгын онлайн худалдан авалт хийнэ гэж таамаглажээ. Мөн ихэнх шуудангийн жин 1кг-аас бага байгаа гэж мэдээлсэн байна.

АлиЭкспрессээс гадна Хятадын онлайн худалдааны хоёр дахь том компани JD.COM нь ОХУ-д үйл ажиллагаагаа өргөтгөж ирэх таван жилийн хугацаанд зах зээлийн 20 хувийг эзлэхээр ажиллаж байна.

БНХАУ-аас энэ захиалгыг гүйцэлдүүлэхийн тулд олон сувгаар тээвэрлэлт, түгээлтийн ажлыг хийж байгаа ч шуудангийн хамгийн чухал “хурдан шуурхай байх”, “бага өртөгтэй байх” үндсэн үзүүлэлтийг хангахын тулд хамгийн дөт замыг сонгох шаардлагатай болж байна. Энэ зам нь Монгол улсаар дамжуулан өнгөрөх зам бөгөөд энэ нь Киргиз, Казакстан, Манжуураар тойрсон замаас даруй 1000 гаруй км-аар дөт юм.

Иймээс энэ орон зайг бизнесийн компаниудад нээж өгөхийн тулд зохицуулалтын болон гааль, хяналтын байгууллагууд нягт хамтран ажиллах шаардлага зүй ёсоор тавигдаж байна.

Дэлхийн шуудангийн байгууллагуудын бизнесийн чиг хандлага:

- Интернет худалдааны бараа хүргэлтийн үйлчилгээ
- Дотоодын болон хил дамнасан шуудангийн логистикийн үйлчилгээ
- Мэдээллийн технологид суурилсан цахим шуудангийн технологи, үйлчилгээ, хамгаалалт
- Технологийн дэвшилд суурилсан өртөг багатай шуудангийн хүргэлт



ЕРӨНХИЙ ДҮГНЭЛТ, ЗӨВЛӨМЖ

3



ГУРАВ. ЕРӨНХИЙ ДҮГНЭЛТ, ЗӨВЛӨМЖ

ҮҮРЭН ХОЛБОО:

- Үүрэн холбооны зах зээл ерөнхийдөө тогтворжиж байгаа ба хэрэглэгчийн тооны прогнозыг Холт Винтерсийн I загвараар 2020 он хүртэл таамаглахад нийт хэрэглэгчдийн тоо 4 сая давах төлөвтэй байна.
- Энэ зах зээлд 2 ААН давамгайл байдалтай нь тогтоогдсон тул ХХЗХ-ноос тухайн компаниудын үнэ тарифын шал үнэ тогтоох замаар зохицуулалт хийн ажиллаж байгаа ба 2020 он гэхэд Мобиком корпораци ХХК 36.2%, Юнител ХХК 37.6% -ийг эзэлж зах зээлийн давамгайллагч байх төлөвтэй байгаа тул ойрын 3 жилд давамгайллагчийн зохицуулалт хэвээр хадгалагдахаар байна. Гэхдээ зах зээлийн эзлэх хувиар Юнител компани илүү болох төлөв ажиглагдаж байна.
- Сүүлийн жилүүдэд бүртгэлтэй болон идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны зөрүү өндөр байгаа нь үүрэн холбооны операторуудын үнэнч хэрэглэгчийг нэмэгдүүлэх урамшууллын бодлоготой холбоотой. Үүнээс улбаалан хэрэглэгчийн хөөс үүсгэж байх магадлалтай юм. Тухайлбал, оюутан, залуусын хувьд тодорхой хугацаанд ашиглах үнэгүй дата эрх, ярианы минуттай шинэ дугаарыг маш ихээр худалдан авч ашиглах хандлага ажиглаж байгаа ба урамшууллын хугацаа дуусахад уг дугаартаа хэрэглээ үүсгэхгүй байна. Ер нь олон улсын жишгээр нэг иргэнд олгох дугаарт хязгаарлалт тавигддаг бөгөөд ингэх нэг шалтгаан нь бүртгэлтэй болон идэвхтэй хэрэглэгчийн тоон ялгааг багасгах хэрэглэгчийн нэвтрэлтийн хөөсөрсөн тооноос илүү бодит мэдээлэлд тулгуурлаж байхад статистик мэдээлэлд анализ хийхэд илүү боломжтой болдог.
- 1 идэвхтэй хэрэглэгчид ногдох ярианы ачааллыг авч үзвэл сүүлийн 4 жилд сүлжээ доторх ярианы ачаалал дунджаар жил бүр 6 хувиар, сүлжээнээс гарах ярианы ачаалал сүүлийн 3 жилд дунджаар 8 хувиар тус тус буурсан. Нөгөө талаас хэрэглэгчийн хэрэглээний бүтцэд дата хэрэглээний эзлэх хувь сүүлийн 4 жилд 2 дахин өссөн байгаа нь харагдаж байна. Үүнийг оператор компаниуд мэдэрч, дата үйлчилгээ давамгайлсан багц үйлчилгээнд гаргаж байгаагаас харахад дата үйлчилгээний зохицуулалт зайлшгүй шаардлагатай болж ирж байна. Иймд үүрэн холбоонд багцлагдаж байгаа бүх бүтээгдэхүүний өртгийг тооцох шаардлагатай байна.
- Цаашид ярианы үйлчилгээний минутын тариф гэдэг ойлголт багасаж бүх төрлийн үйлчилгээг багц бүтээгдэхүүн болгож байгаатай холбогдуулан тарифын зохицуулалт хийх арга үр дүнгүй болох талтай. Жишээлбэл, зах зээлд давамгайллагч Юнител компани гэр бүлийн гишүүдийн Юнителийн гар утасны дугаарыг Юнивишнийн үйлчилгээнд бүртгүүлснээр сар бүр зарцуулдаг байсан зардлаасаа хэмнэх, нэмэлт бонус эрх бэлгэнд авах боломжтой болж байна. Мөн Мобиком компани өөрсдийн дараа төлбөрт хэрэглэгчдийг сүлжээн болон бусад сүлжээнд хязгааргүй хэрэглээтэй Мини Моби болон Хабрид багцууд руу шилжүүлж байна. Гэхдээ үүрэн холбооны хэрэглэгчдийн 83.5% хувь урьдчилсан төлбөрт хэрэглэгч тул ХХЗХ-ны зүгээс давамгайл операторуудын нэгж минутын шал үнийн зохицуулалтыг үргэлжлүүлэн мөрдөх боломжтой.

СУУРИН ХОЛБОО:

- Бүртгэлтэй хэрэглэгчийн тооны өсөлт, зах зээлд эзлэх хувийн жинг Холт Винтерсийн I загвараар 2019 он хүртэл таамаглахад 337.0 мянга хүрэх төлөвтэй байна.
- 2020 он хүртэл МЦХ ХК давамгайллагч байдлаа хадгалах шинжтэй бол 2019 оноос Скаймедиа ХХК давамгай байдалтай болох төлөвтэй байна. Харин гурвалсан үйлчилгээний хэрэглэгчийн тоогоор Юнивишн ХХК хамгийн их хэрэглэгчтэй боловч суурин холбооны үйлчилгээний зах зээлд давамгай байдалтай болж харагдахгүй байгаа нь бага зэрэг гайхширал төрүүлж байна. (2017 оны байдлаар Юнивишн ХХК-ийн бүртгэлтэй хэрэглэгчдийн 17%, Скаймедиа ХХК-ийн хэрэглэгчийн 75% нь идэвхтэй гэж мэдээлсэн байна.) Тиймээс идэвхтэй хэрэглэгчийн бүртгэл, давамгайллагчийн зохицуулалтын асуудлыг шинээр авч үзэх шаардлагатай бий болж байна. Учир нь гурвалсан үйлчилгээнд дагалдаж байгаа суурин утасны хэрэглэгчийн бүртгэлийн асуудлыг шийдвэрлэж чадвал дан ганц Ай Пи технологид суурилсан үйлчилгээний зах зээлтэй нэгтгэн авч үзэж болох талтай юм. Технологийн шийдлийн талаас уламжлалт болон Ай Пи технологи өөр боловч хэрэглэгчдэд хүрч буй үйлчилгээ ижил тул өрсөлдөөний хувьд судалж үзэх боломжтой юм.
- Гурвалсан үйлчилгээнд суурин утас хамрагдах болсонтой холбогдуулан Юнител болон Скаймедиа компаниудын суурин утасны цэгийн тоог гаргах зөвлөмж боловсруулах боломжтой. Судалгааны явцад энэ тооны зөрүүнээс шалтгаалан дүгнэлт хийхэд бэрхшээлтэй байв.
- Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийн судалгаагаар нийт хэрэглэгчдийн 30% нь гурвалсан үйлчилгээг авахад дагалдаж ирсэн тул ашиглаж байгаа гэж хариулсан. Хэдийгээр суурин холбооны үйлчилгээ эрхлэгчид сүлжээндээ үнэгүй ярих эрхийг сар бүр өгдөг хэдий ч хэрэглэгчид энэ талаар мэдээлэлгүй байгаагийн улмаас ашиглаж чадахгүй байгаа болох нь хэрэглэгчийн судалгаагаар ажиглагдсан. Тиймээс гурвалсан үйлчилгээний багцад орсон суурин утасны өртгийг тодорхойлох шаардлагатай байна.
- Үүрэн холбооны идэвхтэй хэрэглэгчдийн тооны 1 хувийн өсөлтөд суурин холбооны орлого 1.5 хувиар буурахаар байна. Тиймээс цаашид суурин телефон холбооны ярианы ачаалал нь үүрэн холбооны ачаалал руу шилжих хандлагатай байна. Зах зээлийн өрсөлдөөн, технологийн хөгжил дэвшил, ухаалаг гар утасны хэрэглээ, түүнийг дагасан нэмэлт үйлчилгээ болон контентууд ОТТ (over the top) төрлийн үйлчилгээ нь хэрэглэгчийн тооны өсөлтөд нөлөөлж ярианы ачаалал буурах хүчин зүйл болж байна.
- Мөн уламжлалт суурин үйлчилгээний үнэ тариф дахь ашгийн түвшин буурч, нэг хэрэглэгчээс олох дундаж орлого буурсаар байна. Тухайлбал, 2013 оныг 2016 онтой харьцуулахад нэг хэрэглэгчээс олох дундаж орлого 15 хувиар буурсан байна. Иймд суурин ярианы үйлчилгээний зохицуулалтыг уламжлалт суурин холбооны үйлчилгээний болон интернетэд суурилсан суурин телефон холбооны үйлчилгээ гэж үзэн өрсөлдөөний болон үнэ тарифын зохицуулалт хийх боломжтой.

ОЛОН СУВГЫН ДАМЖУУЛАХ ҮЙЛЧИЛГЭЭ:

- Олон сувгийн үйлчилгээний хэрэглэгчийн тоо 2017 оны жилийн эцсийн байдлаар 856.0 мянгад хүрсэн нь 2005 онтой харьцуулахад 11.8 дахин өссөн, жилийн дундаж өсөлтийн хурд нь 1.23 байна. Нийт хэрэглэгчдийн 54.7% нь Улаанбаатар хот, 45.3% нь орон нутгийн хэрэглэгчид байна. Улаанбаатар хотын хэрэглэгчдийн тооны өсөлт харьцангуй тогтвортой байна. Тиймээс цаашид уг салбарын өсөлт орон нутагт явагдахаар байгаа тул Улаанбаатар хот, орон нутаг гэж ялгаатай байдлаар зохицуулалт хийх шаардлага бий болж байна.
- Хэрэглэгчийн судалгаанаас харахад 4 өрх тутмын нэг нь кабелийн телевизээ солиулах хүсэлтэй байна. Уг үзүүлэлт УБ хотод 29 хувь болж нэмэгдэж байна. Мөн телевизийн олон сувгийн үйлчилгээг сонгодог шалтгааныг тодруулахад, нийт өрхийн 40 хувь, орон нутгийн өрхүүдийн 45 хувь нь СОНГОЛТ байгаагүй гэж хариулсан нь хамгийн өндөр үзүүлэлт болж байна. Энэ нь орон нутагт олон суваг дамжуулах үйлчилгээг олшруулах, хэрэглэгчдийг сонголт хийх боломжийг олгох шаардлагатайг харуулж байна. Мөн орон сууцны СӨХ-тэй хаалтын гэрээ хийх, анх гэрээ хийхдээ “гэрээ цуцалбал алданги тооцно”, “2 жил хэрэглэвэл төхөөрөмжөө өөрийн болгоно” гэх мэт заалт оруулсан байдаг нь хэрэглэгчийн өөр бүтээгдэхүүн үйлчилгээ сонгох боломжийг хязгаарладаг байна.
- ОСДҮ-ний хувьд өрсөлдөөнт шинжийг агуулж байгаа мэт харагдаж байгаа хэдий ч яг технологийн хувьд тус бүртээ монополь шинжийг агуулж байна. Технологийн хувьд ялгаатай 4 сегментэд хувааж болох ч зах зээлийн хувьд орон сууцны хороолол болон гэр хороолол гэж ялгаж харж болохоор байна. Тухайлбал, хэрэглэгчид үйлчилгээний үнэ тарифаас үл шалтгаалан зөвхөн хамгийн сүүлийн технологи, боломжит үйлчилгээг сонгох болсноос УБ-ын орон сууцны кабелийн телевиз хэрэглэгчид үндсэндээ Ай Пи Тв үйлчилгээг сонгох болсон байна. Харин Улаанбаатар хотын болон орон нутгийн гэр хорооллын хэрэглэгчид хиймэл дагуулын үйлчилгээ болон DTV /ММДС/ -г сонгож байна.
- ҮСХ-ны тоон мэдээллээс харахад 21 аймгийн төвд 57.4 мянган өрх орон сууцанд амьдардаг ба үүний 34.5 мянга нь IPTV ашигладаг. Үүн дээр нэмэгдээд ирэх 3 жилд буюу 2018-2020 онд зөвхөн 21 аймгийн төвд (сумдыг оруулаагүй) 10.8 мянга, УБ хотод 38.5 мянган айлын орон сууц баригдахаар байгаа гэж БХБЯ-аас мэдээлсэн. Тэгэхээр 2017 жилийн эцсийн байдлаар 241.8 мянган хэрэглэгчтэй IPTV зах зээл цаашид 72.2 мянгаар өсөх боломжтой байна. Нөгөө талаас нийт өрхийн тоо сүүлийн 10 жилийн хугацаанд жил тутам 24 мянгаар өссөн байна. Тэгэхээр ирэх 3 жилд ойролцоогоор 70 гаруй мянгаар өсөх магадлалтай буюу хиймэл дагуулын үйлчилгээ болон DTV /ММДС/ зах зээл өсөх хандлагатай байна.
- Хэрэглэгчид хүрэх үйлчилгээ ижил боловч технологи, зах зээлийн сегментээр ялгагдаж байгаа тохиолдолд салгаж авч үзэх боломжтой. Тиймээс технологийн хувьд олон суваг дамжуулах үйлчилгээний зах зээлийг задалж, тусгай зөвшөөрлийн ангиллыг өөрчилж, шинээр тусгай зөвшөөрлүүд олгох боломжийг судлах шаардлагатай. Зах зээлийг зөв шинэчлэн тодорхойлсноор давамгайл байдалтай үйлчилгээ эрхлэгчдийг шинээр тогтоох боломжтой.

ТЕЛЕВИЗ, РАДИОГИЙН ӨРГӨН НЭВТРҮҮЛЭГ:

- 2017 оны жилийн эцсийн байдлаар Монгол улсын хэмжээнд үйл ажиллагаа явуулах телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэх зөвшөөрөлтэй нийт 80, кабелийн сувгийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөлтэй 71 үйлчилгээ эрхлэгч байна. Радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрлийг 60 аж ахуйн нэгж авчээ. 3.2 сая хүнтэй улсын хувьд хэт их тоо бөгөөд цаашид тусгай зөвшөөрөл олгох нөхцөл шаардлагыг өөрчлөх шаардлагатай.
- Үндэсний медиа хэрэглээний судалгаанаас харахад Монголчуудын 10-иас бага хувь нь үздэг 26 телевиз, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ үзүүлэгч, Улаанбаатарчуудын 1% нь ч сонсдоггүй 8 радио өргөн нэвтрүүлгийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч байна. Үзэгчгүй медиа хэрэгсэл өөрөө өөрийгөө санхүүжүүлэх боломж хязгаарлагдмал тул тусгай зөвшөөрлийн хугацааг сунгахдаа үзэгчийн тоотой уяж авч үзэх боломжтой юм. Мөн ТВ контентоороо өрсөлдөх болсон үед жилийн 500 саяас бага борлуулалттай ТВ-үүд хэрэглэгчийг татах контент хийхэд маш хүндрэлтэй. Телевиз радиогийн тусгай зөвшөөрөл олгох хугацааг багасгаж тусгай зөвшөөрлийн хугацааг сунгахдаа үзэгчийн тоотой уяж авч үзэх боломжтой юм.
- Телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн орлого 2017 оны жилийн эцсийн байдлаар 39.2 тэрбум төгрөг байгаа нь 2015 оны үр дүнтэй харьцуулахад 2.1 тэрбум төгрөгөөр буурсан байгаа юм. Телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн нийт орлогын 35% нь зар сурталчилгаанаас бүрдэж байхад кабелийн сувгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн хувьд 50%, радио өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн хувьд 67% нь байна. Нөгөө талаас зар сурталчилгаа нийлүүлэгч маркетеруудын 18% нь уламжлалт медиа хэрэгсэлд байршуулах зар сурталчилгаагаа бууруулна гэж үзсэн байна. Тиймээс дижитал медиа давамгайлах болсон өнөө үед уламжлалт медиа бизнес санхүүгийн хувьд оршин тогтнох нь нэн бэрхшээлтэй байна.
- Телевиз, радио, сувгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн нийт хөрөнгө оруулалтын хэмжээ 2015 онд 6,560.3 сая төгрөг байсан бол 2017 6,520.7 сая төгрөг болж 40.6 сая төгрөгөөр буурчээ. Нийт тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн тоо тогтмол өсөж байхад нийт хөрөнгө оруулалт буурсан байна. Нэг талаар техник тоног төхөөрөмжийн үнэ буурч байх магадлалтай боловч телевиз, радио, студид тавигдах техникийн шаардлага хангалт сулрах магадлалтай. Иймд телевиз, радиогийн нөхцөл шаардлагын хүрээнд нарийвчлан судлах шаардлагатай.
- Эм Эм Си Жи компанийн гүйцэтгэсэн СМО-2018 судалгаагаар маркетингдаа анхаардаг ТОП 50 компани нийтдээ социал медиа зар сурталчилгаанд 13 тэрбум ₮-ийг зарцуулсан байна. Энд улс төрчид, бусад жижиг байгууллагын зарцуулдаг мөнгөн дүн багтаагүй. Мөн цаашид зардлаа эдгээр ТОП 50 байгууллагын 70% нь ямар нэгэн байдлаар нэмэгдүүлэх хандлагатай байгаа тул орлого бүрдүүлэх чиглэлээр зохицуулалт хийж болохоор байна.

ШУУДАН ХОЛБООНЫ ҮЙЛЧИЛГЭЭ:

- Сүүлийн үед байгууллага хоорондын албан захидал цахим хэлбэрт шилжих, бизнесийн байгууллагуудаас төрийн байгууллагуудад явуулдаг тайлан, бусад бичиг баримтуудыг ч цахимжуулах болсон нь албан бичиг захидлын солилцоог бууруулж байна. Иймээс дэлхийн чиг хандлагыг дагаж цахим гарын үсгээр баталгаажсан шуудангийн аюулгүй байдлыг хангах, хэрэглээг бий болгохын тулд холбогдох хууль, эрх зүйн орчныг бүрдүүлэхэд анхаарч ажиллах хэрэгтэй.
- Мөн цахимаар мэдээллийг хүлээн авах, ялган боловсруулах, эцсийн цэг дээр нь хэвлэн дугтуйлах замаар түүний нууцлалыг ханган, найдвартай, шуурхай гардуулж, хүргэлтийн тайланг илгээгчид нь цахимаар мэдээлэх гибрид шуудангийн үйлчилгээг хөгжүүлж, цогц системийг бий болгох шаардлагатай байна.
- Орон нутагруу ямар нэгэн зүйл, эд материал илгээхийг хүссэн байгууллага, иргэдийн дийлэнх нь Нарантуул худалдааны төв эсвэл баруун, зүүн автовокзал, төмөр замын вокзал орж дайж явуулж байна. Гэхдээ энэ байдал нь олон эрсдэл, хүндрэлийг дагуулдаг. “Шуудангийн салбарын зохицуулалт-2018” арга хэмжээний үеэр танилцуулагдсан мэдээлэлд үндэслэн тооцоо хийхэд: Хот хоорондын 24 чиглэлийн зорчигч тээврийн автобусанд зорчигчдийн тээшнээс гадна өдөртөө 10 тн дайвар ачаа, Нарантуул олон улсын худалдааны төв дээр орон нутаг руу явдаг зогсоолоос өдөрт доод тал нь 100 гаруй тн ачаа тээвэрлэгддэг гэж үзвэл өдөрт 12000 ширхэг, багаар тооцоход жилд 3,6 сая ширхэг илгээмж дайвар байдлаар хот хооронд дамжиж байна.
- Монгол улсын 3,9 сая үүрэн холбооны хэрэглэгчдийн 2,6 сая нь дата хэрэглэгч, 2,4 сая нь ухаалаг утастай, 2,9 сая интернэт хэрэглэдэг, 1,7 сая нь ямар нэгэн байдлаар социал медиа ашигладаг болжээ. Эм Эм Си Жи компанийн судалгаагаар харахад 2015 онд Монголчуудын 12% нь интернэтээр бараа, бүтээгдэхүүн захиалан худалдан авсан бөгөөд 2018 онд 29 хувь болон нэмэгджээ. Уг тоо цаашид ч өсөхөөр байгаа ба үүнийг дагаад дотоодын болон олон улсын шуудангийн хэрэглээ нэмэгдэж, илүү их зохицуулалт, хяналтыг шаардах болж байна.
- ОХУ-ын хэрэглэгчид БНХАУ-ын бүтээгдэхүүнийг онлайн худалдаагаар дамжуулан худалдан авах нь сүүлийн жилүүдэд эрс нэмэгдсэн. Учир нь БНХАУ- аас онлайн худалдаа хийх нь ОХУ-ын хэрэглэгчдийн хувьд өргөн сонголт, хямд үнэ, гэрээсээ худалдаа хийж болох, 31 кг/1000 еврогоос доош үнийн дүнтэй илгээмж нь татваргүй зэрэг олон давуу талыг бий болгож байдаг. ОХУ-ын хэрэглэгчид 2017 онд гадаад орнуудаас 75 сая орчим ширхэг захиалга хийсэн гэж Оросын анхны дижитал эдийн засгийн зөвлөгөө судалгааны Дата Инсайт байгууллагаас мэдээллээ. Үүний 61.1 сая ширхэг захиалгыг БНХАУ-аас хийжээ. Тэгвэл Оросын Илгээмжийн Захиалга ба Зайн Борлуулалтын Үндэсний Холбооноос 2018 онд ОХУ нь гадаад орнуудаас 120 сая орчим захиалгын онлайн худалдан авалт хийнэ гэж таамаглажээ. Мөн ихэнхи шуудангийн жин 1кг-аас бага байгаа гэж мэдээлсэн байна. Мөн АлиЭкспрессээс гадна Хятадын онлайн худалдааны хоёр дахь том компани JD.COM нь ОХУ-д үйл ажиллагаагаа өргөтгөж ирэх 5 жилийн хугацаанд зах зээлийн 20 хувийг эзлэхээр ажиллаж байна. БНХАУ-аас энэ захиалгыг гүйцэлдүүлэхийн тулд олон сувгаар тээвэрлэлт, түгээлтийн ажлыг хийж байгаа ч

шуудангийн хамгийн чухал “хурдан шуурхай байх”, “бага өртөгтэй байх” үндсэн үзүүлэлтийг хангахын тулд хамгийн дөт замыг сонгох шаардлагатай болж байна. Энэ зам нь Монгол улсаар дамжуулан өнгөрөх зам бөгөөд энэ нь Киргиз, Казакстан, Манжуураар тойрсон замаас даруй 1000 гаруй км-аар дөт юм. Иймээс энэ орон зайг бизнесийн компаниудад нээж өгөхийн тулд зохицуулалтын болон гааль, хяналтын байгууллагууд нягт хамтран ажиллах шаардлага бий болж байна.

МЭДЭЭЛЭЛ ХОЛБООНЫ СҮЛЖЭЭ, ИНТЕРНЕТИЙН БӨӨНИЙ ҮЙЛЧИЛГЭЭ:

- Мэдээлэл холбооны үндсэн сүлжээ, дэд бүтэц байгуулах, түүнийг эзэмших, ашиглах үйлчилгээний зах зээлд кабель сувгийн уртаар авч үзвэл Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК уг зах зээлийн 47.0 хувийг, Мобиком нэтворкс ХХК 23.2 хувь, Скайнэтворкс ХХК 23.7 хувь, Жемнэт ХХК 6.0 хувийг тус тус эзэлж байна. Үүний дагуу давамгай байдалтай аж ахуйн нэгжийг тогтоож ХХЗХ-ноос үнэ тарифт нь хяналт тавьж ажилладаг. Харин тухайн компаниудын үйлчилгээний хүрээгээр нь авч үзвэл МХС болон Мобиком нэтворкс компаниуд хот хооронд буюу хөдөө орон нутагт илүү сүлжээний үйлчилгээ рүү төвлөрдөг, харин Скайнэтворк компани нь хотын доторх буюу аксэсс сүлжээ руу илүү анхаарсан шинжтэй. Харин Жемнет компани нь МУ-н хойд хийлээс урд хил хүртэл цэвэр интернетийн урсгал дамжуулах зориулалтаар барьж байгуулан ашиглаж байна. Иймд тусгай зөвшөөрлийн төрөл ангилал, зохицуулалтын үйлчилгээний төлбөр, зах зээлийн зөв тодорхойлоход анхаарал тавьж ажиллах боломжтой.
- Нийт шилэн кабелийн 16.0 хувь нь хот суурин газарт, 84.0 хувь нь хот хоорондын дамжуулах сүлжээнд хамаарч байна. Мэдээлэл холбооны сүлжээ ХХК-ийн шилэн кабелийн 99.8 хувь, Мобиком нэтворкс ХХК-ийн шилэн кабелийн 94.3 хувь, Скайнэтворкс ХХК-ийн шилэн кабелийн 77.5 хувь нь хот хоорондын дамжуулах сүлжээнд ашиглагдаж байна. Үндсэн сүлжээ бүхий компаниудыг зөвхөн кабелийн уртаар бус хэрэглэгчийн төлөвөөр ангилж үзэж болох юм. Тухайлбал Ай Пи ТВ үйлчилгээ эрхлэгч компаниудын аксэсс сүлжээ хаана байгаа, тухайн аксэсс сүлжээний зах зээлд ямар компани давамгай байгаа болохыг тодорхойлж, давамгай аж ахуйн нэгжийг шууд эцсийн хэрэглэгчдэд хүрэх сувгийг бүх компаниудад адил тэгш эрхээр ханган ажиллаж байгаа эсэх талаар судалгаа хийх боломжтой.
- Улс хооронд транзит ангиллын үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөлтэй Жемнет, Мобикомнэтворкс, МХС гэсэн 3 компани үйл ажиллагаа явуулж байна. Энэ зах зээлийг ХХЗХ-ны тодорхойлсноор ямар нэг зохицуулалтгүй байгаа зах зээл гэж үзсэн байна. Энэ талаарх мэдээллийн олдох боломж хязгаарлагдмал байдаг. Улс хоорондын транзит урсгалын орлого нь Монгол улсын экспортын орлого боловч аль компани ямар хэмжээний урсгал дамжуулдаг мэдээлэл бүрхэг байдаг тул ямар нэг зохицуулалтын санал өгөх боломжгүй байна.



**Mongolian Marketing
Consulting Group**

YOUR
RESEARCH
PARTNER



 976 77000188

 info@mmcg.mn

 www.mmcg.mn

 Mongolian Marketing Consulting Group

Монгол Улс, Улаанбаатар хот, Баянзүрх дүүрэг, 14-р хороо,
Зүүн хүрээ хотхон, 203-р барилга, 4 давхарт