

Survey on citizens' political decision-making



Does vote-buying work?

Ulaanbaatar, Mongolia
2019

CONTENT

LIST OF TABLES AND FIGURES	2
CHAPTER1. SURVEY METHODOLOGY	4
1.1 The aim and objectives of the survey.....	4
1.2 Importance	4
1.3 Principles followed	4
1.4 Survey methods and organization	5
1.5 Data Collection and Data Processing	9
CHAPTER 2. BACKGROUND OF RESPONDENTS.....	11
2.1 Information about citizens selected in the survey	11
CHAPTER 3. MAIN FINDINGS OF THE SURVEY	14
3.1 Findings of the survey	14
3.2 Conclusions.....	26
CHAPTER 4. ADDITIONAL QUESTIONS.....	27
4.1 Results of the Survey conducted in Ulaanbaatar	27
4.2 Results of the Survey carried out in rural areas	30
CONCLUSION.....	34

LIST OF TABLES AND FIGURES

Table 1. Type of the survey	5
Table 2. Sample size	6
Table 3. Number of respondents of each selected districts	7
Table 4. Number of respondents of each selected soum	7
Table 5. Information of surveyed districts	7
Table 6. Number of respondents of each soum	8
Table 7. Kish grid method.....	8
Table 8. Background information of respondents.....	11
Table 9. Whether received gifts	14
Figure 1. Survey methods	5
Figure 2. Household-based GIS mapping	8
Figure 3. Internet usage of respondents.....	12
Figure 4. Dwelling types of respondents	12
Figure 5. Channels obtaining information.....	13
Figure 6. Which party or party candidate gave the gift or a grant, Citizens who received gifts in UB.....	14
Figure 7. What gift was given	15
Figure 8. Period of gift delivery	15
Figure 9. Which party or party candidate gave the gift or a grant	16
Figure 10. Which party or party candidate gave the gift or a grant, Citizens who received gifts in UB	16
Figure 11. Whether the gift or assistance has been affected by the vote. Citizens who received gifts in rural areas	17
Figure 12. Whether the gift or assistance has been affected by the vote for whom, Citizens in UB.....	17
Figure 13. During the non-election period, did any parties or politicians give you or your family assistance or gift or cash?	17
Figure 14. When to give the gift or assistance, Citizens in UB.....	18
Figure 15. When to give the gift or assistance, Rural citizens.....	18
Figure 16. What gift was given, rural citizens	19
Figure 17. What gift was given, citizens in UB	19
Figure 18. How to affect your vote if any politician or political party give you gift during the parliamentary election 2020, for rural citizens	19

Figure 19. How to affect your vote if any politician or political party give you gift during the parliamentary election 2020, for citizens in UB	20
Figure 20. Votes in the parliamentary election, whether gifts received, for citizens in UB	21
Figure 21. Votes in the parliamentary election, whether gifts received, for rural citizens	21
Figure 22. Can the government or political parties know which party or candidate you voted for?	22
Figure 23. Let's ask about the upcoming Parliamentary Election of 2020. Which next member elected from your ward wanted more attention to what kind of activities?	22
Figure 24. Have enough information about election candidates and their programs.	23
Figure 25. How much news and information about government activities and politics?	23
Figure 26. When clarifying whether agree the following statements, rural citizens	24
Figure 27. When clarifying whether agree the following statements, citizens in UB	24
Figure 28. How much interested in politics?	25
Figure 29. How did the party candidates vote in the parliamentary elections of 2016?	27
Figure 30. When did you decide which person to vote in the parliamentary election 2016?	27
Figure 31. Who has voted in the first round of the presidential election?	27
Figure 32. Who has the second round of the presidential election?	28
Figure 33. Does any party emphasize?	28
Figure 34. Which party emphasizes? (For 19 percent or 265 respondents who answered yes)	28
Figure 35. If the Parliamentary Election is due tomorrow, what party will vote?	29
Figure 36. Which party or party politician wanted help? /for 30 respondents who answered yes to the question above/	29
Figure 37. How many times did you get help from this party or politician?	29
Figure 38. The party candidate who voted in the Parliamentary Election of 2016	30
Figure 39. When did you decide to vote for whom by the parliamentary election?	30
Figure 40. Who has voted in the first round of the presidential election?	30
Figure 41. Who has voted in the second round of the presidential election?	31
Figure 42. Does any party emphasize?	31
Figure 43. Which party emphasizes? /26.5 percent or 159 persons who answered yes/	31
Figure 44. How much party do you prefer?	32
Figure 45. If the Parliamentary Election is due tomorrow, what party will vote?	32
Figure 46. Which party or party politician wanted help? / for 28 respondents who answered yes to the question above/	32
Figure 47. How many times did you get help from this party or politician?	33

CHAPTER 1. SURVEY METHODOLOGY

1.1 The aim and objectives of the survey

This survey was completed in September-November 2019 by SICA LLC funded by Konrad-Adenauer-Foundation. The survey aims to define the attitudes towards citizens' current political situation and to identify factors and motivations that affect their decision-making. The following objectives have been put in place to achieve the aim of the survey. These include:

- Determine the degree of political activism and interest of citizens,
- Determine how often the government information and other political news are available from which sources,
- Identify factors affecting citizen's political decision-making. Namely, how many political parties and their candidates were trying to give gifts and cash to citizens; and how much they tried to buy their votes during the Parliamentary Election of 2016 and to measure quantitatively whether it was realistic,
- Identify what level of trust to politicians and political parties among citizens, and what will be expected of them in the future.

1.2 Importance

In recent years, a criticism that Mongolia's elections are not free, fair, and democratic has increased. Politicians were giving a lot of gifts, cash and supplies to citizens during election and holiday celebrations, are repeatedly documented and criticized. Researchers are warned that despite the banning of laws, the buying of voters violates the fundamental principles of democracy. International election observers reported that more than 500 complaints were filed last year by the National Police Agency (NPA), as many complaints were related to sell votes. However, public statistical research has not yet been conducted as to whether or not the buying votes. It is a misunderstanding to conclude that if the citizens received gifts, they must be sold their votes. The voting rights and the opportunity to vote for candidates are open to citizens even they received gifts. Therefore, it is one of the main aims of the survey to consider separately the two concepts of gifts and vote buying. If buying votes is realistic, and many citizens change their voice and views in exchange for money, our country's democracy will be deeply in crisis. However, if the attempts to buy a vote were mostly unsuccessful, the politicians who use that strategy proved to be beneficial for them to spend their money on something else.

In this report, we present only the aggregate results of the survey. In the next report, the survey data will be used in more in-depth statistical methods and answer specific questions.

1.3 Principles followed

The following principles were followed during data collection and reporting. These include:

- Using a scientific-based and integrated methodology,
- The confidentiality of the respondents' information,

- All concepts and definitions should be clear and understandable to stakeholders (eg, questionnaire developers, data collectors, and data analysts)
- The data collected by the survey should be consistent with the purpose and accurate,
- The findings and reports should be clear and understandable,
- Be honest,
- Provide equity,
- Be interfere with and independent.

The basic concept definition refers to a definition of indicators that will estimate based on survey units and survey data consistent with the survey objectives.

1.4 Survey methods and organization

We used the quantitative approach to the survey on citizens' political decision-making.

Figure 1. Survey methods



Quantitative study

The trained interviewers (data collector) asked from all respondents of selected households according to the statistical methodology every question included in the questionnaire, and collected data using designated software. Citizens distributed by proportional depending on population size when selecting respondents.

A sampling of the Survey

This survey was conducted in 37 khorooos of 4 districts in Ulaanbaatar and 3 soums each of Uvs and Dundgovi aimags. And we identified the scope of the survey as follows.

Table 1. Type of the survey

№	Type of the survey	Sampling unit	Scope of sample		
			Location	District	Khoroo/Soum
1	<i>Quantitative study</i>	Citizen	Ulaanbaatar city	Bayanzurkh	14 khoroo
				Bayangol	10 khoroo
				Chingeltei	8khoroo
				Nalaikh	3 khoroo
			Rural area	Uvs	3 soum
				Dundgobi	3 soum

In the sampling design of any survey, sample size, the sampling methodology and technique identify depending on the objectives, scope, duration, and cost of the survey. In this survey, the multi-stage cluster sampling method is preferred and it is considered as the most appropriate to the survey aim.

Sample size

On basis of above considerations, the sample size (n) was defined by the following standard function:

$$n = \left(\frac{z^2 \times P_0 \times (1 - P_0)}{e^2} \right) \times Deff$$

- z – value of t-statistics at 95 % significance level = 1.96
- P_0 – key indicator's weight. There are no defined key indicators in the survey and similar surveys have not been conducted before. Weight of key indicators – 50% or 0.5
- e – we try to minimize standard error of the survey and 5-15 % standard error is feasible in practice. (In our case, standard error is 5 %)
- $Deff$ – calculated at regional level

Table 2. Sample size

	Z^2	p	$1-p$	$e(a)$	$e^2(a)$	n	$Deff$	n^*
Sample size	3.84	0.63	0.38	0.03	0.00090	1000	2	2000
Total								2000

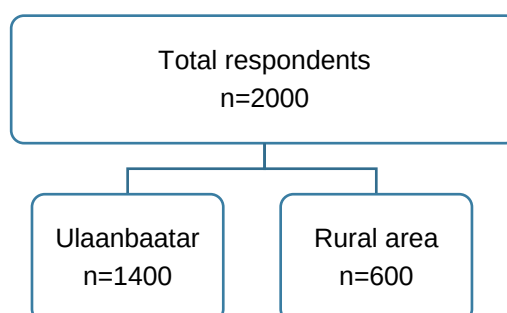
Depending on the target audience and distinction of the survey, we used four stages of sampling: firstly selected urban and rural, secondly, district (soum), the third bag and the khoroos, and the fourth, households selected. This is a proven method of household socioeconomic survey and other similar experiences conducted by foreign nationals and the National Statistics Office of Mongolia.

Sample distribution and sampling stage

Selecting respondents was household-based and selected any member of the household who aged 22 years old. The following steps have been taken to select the respondents and households.

Sampling stage 1

The sampling frame, which is the first step in the survey sampling, is very important. The survey aims to involve representatives from Ulaanbaatar and rural areas. For the above calculation, the household sample size is 2000 and the allocation of the sample to the primary sample units is as follows.



Sampling stage 2

In the next stage of the sampling, districts were chosen for the capital and aimags for rural areas. A total of 1400 people from 4 districts in Ulaanbaatar and 600 people from 6 soums of two aimags were

surveyed. The number of respondents in each district and soum was calculated proportionally based on the number of households in the last year.

Table 3. Number of respondents of each selected districts

№	District	Number of total household	Percent of survey respondent's	Number of survey respondent's
1	Bayanzurkh	95714	46.5%	651
2	Bayangol	59536	28.9%	405
3	Chingeltei	40017	19.4%	272
4	Nalaikh	10606	5.2%	72
Total		205873	100%	1400

Table 4. Number of respondents of each selected soum

№	Rural area	Number of total household	Percent of survey respondent's	Number of survey respondent's
1	Uvs	22047	50%	300
2	Dundgobi	41863	50%	300
Total		63910	100%	600

Sampling stage 3

In Ulaanbaatar, four khoros selected in the survey sample were divided into three categories based on the type of housing. These included:

According to the types of dwelling in statistical databases of the capital city as a) Apartments, b) Ger areas, and c) mixed housing, the khoros divided into 3 categories. The 76 khoros of 4 khoros were grouped according to housing types, then randomly selected 50 percent or 37 khoros by sorting number of households.

Table 5. Information of surveyed districts

№	District	Total number of khoroo	Khoros' number which all residents live in apartments and the house	Khoros' number which all residents living in gers	Khoros' number which all residents living in houses and gers (mixed)
1	Bayanzurkh	14	3,7,18	12,21,14,28	2,5,10,13,16,19,25
2	Bayangol	10	2,12, 15, 19	22	3,6,9,11,20
3	Chingeltei	8	1,3, 5	7,10,13,17	15
4	Nalaikh	3	1	4	5
Total		37	11	12	14

Table 6. Number of respondents of each soum

No	Rural area	Soums	Number of survey respondents
1	Uvs	Ulaangom	150
		Turgen	75
		Malchin	75
2	Dundgobi	Mandalgobi	150
		Gurvansaikhan	75
		Adaatsag	75
Total	2 province	6 soums	600 respondents

Sampling stage 4

Households are randomly sampled based on the geographic information system of selected khoroos and soums. The data collector visited the selected household according to their address and collected data.

Figure 2. Household-based GIS mapping

At the time of the survey data collection phase, selected households were chosen by the **Kish grid** method to select their target audience.

Table 7. Kish grid method

Number of household members aged 22 and older	Number of household	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	-	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2
3	-	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1
4	-	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
5	-	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3
6	-	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1
7	-	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5
8	-	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4
9	-	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2
10	-	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1

For the simple random sampling, a citizen who is selected in a survey is used as a random choice. By using this method, it provides a possibility to have the same probability for the adult members of the household should be selected. This method has the advantage to select main characteristics as parents, spouses, children, sex, employment and education are well-represented in terms of the full representation of the characteristics of the population.

The choice of the Kish grid method is a method to select the head of the first household and second member for within the second household and so on.

1.5 Data Collection and Data Processing

Data collection

The data collection of the quantitative survey was done during the following periods:

- 6 interviewers worked for data collection of 600 citizens in rural areas from 24 October to 6 November 2019.
- 8 interviewers worked for data collection of 1400 citizens in Ulaanbaatar from October 24 to November 20, 2019.

During the data collection, we organized training for interviewers and discussed the mistakes and issues raised in the previous pilot survey. As well as, we explained the changes to the questionnaire.

Control of operations and information security

Our company operates in accordance with the Mongolian standard MNS ISO 20252: 2012 "Market, public opinion, social research, glossary of terms and service requirements". In accordance with this standard, controls are carried out in the following scheme.

Data privacy, security, storage and protection

We fully followed instructions from the client agency within the framework of data security. Also, the questionnaire and database were strictly kept confidentiality in order to ensure data security and privacy, and concluded a separate contract to keep confidential information with the employees who deal with those data.

Data processing

The following software was used during the data processing phase.

- Check in data entry and checking errors: CS Pro 7.1
- Data processing: SPSS Software 25.0, IBM8 SPSS, and STATA
- Report preparing: MS-Office 2016

Data entry and checking errors: CS Pro 7.1

Whenever the survey data is sent to the SICA central server, the database manager read error protocols using specially designed error software, and then he informed to the survey team about discovered errors, and took measures to revise.

Data processing: **SPSS Software 25.0, IBM8 SPSS, and STATA**

From the data entry phase, the initial editing and advanced monitoring will begin. An additional set of tables that will be adapted to the questionnaire will be developed by SPSS 25.0, statistical packages used in social sciences.

Report processing: **MS-Office 2016**

We used the Word, Excel and Power point software in the MS-Office 2016 program for the report processing.

CHAPTER 2. BACKGROUND OF RESPONDENTS

2.1 Information about citizens selected in the survey

This section summarizes the gender, age, education, and employment status of respondents.

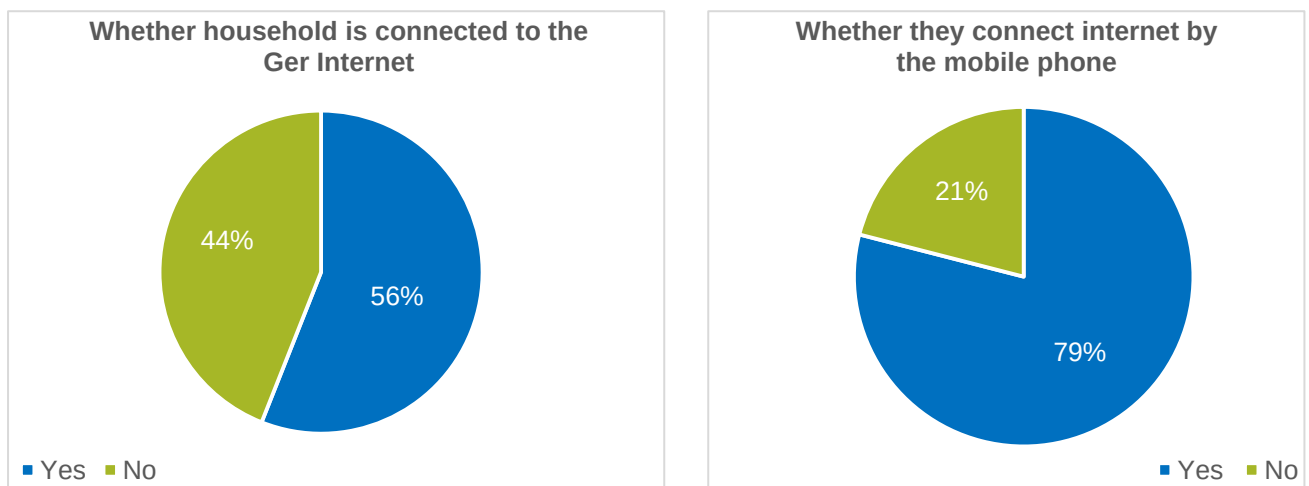
When considering the age group of respondents, 22-34 year olds were significantly higher than other age groups. For gender, women are slightly more involved. In terms of education, citizens with bachelor's and completed secondary education account for 67.3 percent of the total. In terms of employment, employees in the private sector are 27.8 percent and 17.6 percent are employed in government organizations. Observing adult members within the households, 50.8% of the selected households have 2 adults. In terms of the monthly average income, 26 percent of the respondents had income up to 500 thousand MNT, 31.9 percent from 501-800 thousand togrogs, 13.9 percent from 801-1 million togrogs, and 30.3 percent for households with income above 1 million tugriks as results of the survey.

Table 8. Background information of respondents

No	Background information	Measure	Frequency	Percent
1	Age group	22-34 years old	894	44.6%
		35-44 years old	383	19.1%
		45-54 years old	313	15.7%
		55-64 years old	261	13.1%
		Over 65 years old	149	7.5%
2	Respondent's gender	Male	829	41.5%
		Female	1171	58.5%
3	Education	Primary	46	2.3%
		Basic	210	10.4%
		High school	539	27.0%
		Technical and vocational / VTPC /	77	3.9%
		Special professional	132	6.6%
		Diploma and bachelor degree	846	42.3%
		Master	139	7.0%
		Dr./PhD	11	0.5%
4	Employment status	No answer	3	0.2%
		Disabled	36	1.8%
		Herder	61	3.1%
		Student	83	4.2%
		Non-governmental organizations	100	5.0%
		Unemployment	217	10.9%
		Retired	289	14.5%
		Family or personal business	304	15.2%
		Work in public sector	352	17.6%
		Working in the private sector	555	27.8%
5	Number of household's adult	With 1 adult	149	7.5%
		With 2 adults	1016	50.8%
		With 3 adults	486	24.3%
		With 4 adults	245	12.3%
		With 5 adults	72	3.6%
		With 6 adults	24	1.2%
		With 7 adults	3	0.2%
		With 8 adults	2	0.1%

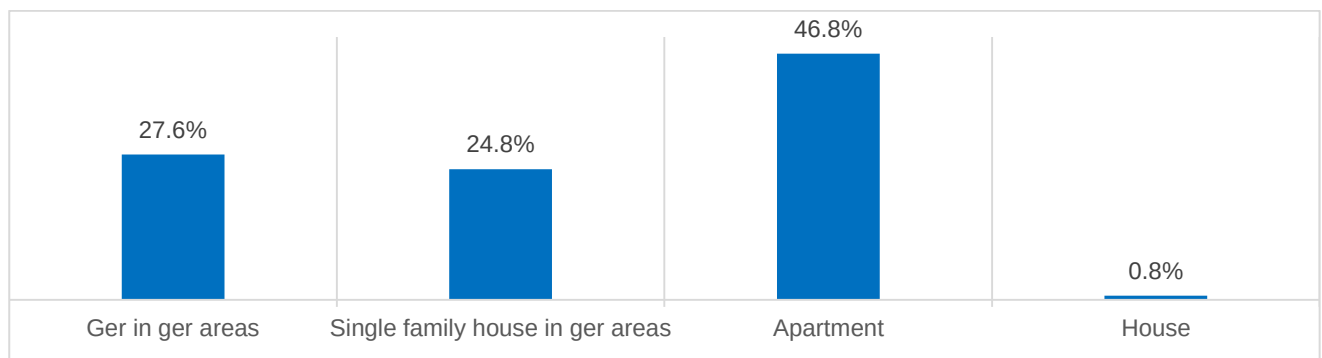
6	Monthly average income	With 12 adults	1	0.1%
		No answer	2	0.2%
		up to 300,000 ₺	192	9.6%
		301,000-400,000 ₺	178	8.9%
		401,000-500,000 ₺	150	7.5%
		501,000-600,000 ₺	210	10.5%
		601,000-700,000 ₺	153	7.7%
		701,000-800,000 ₺	171	8.6%
		801,000-900,000 ₺	101	5.1%
		901,000-1,000,000 ₺	176	8.8%
		1,001,000-1,100,000 ₺	138	6.9%
		1,100,000 ₺ and above	468	23.4%
		Don't know	32	1.6%
		No answer	31	1.6%

Figure 3. Internet usage of respondents

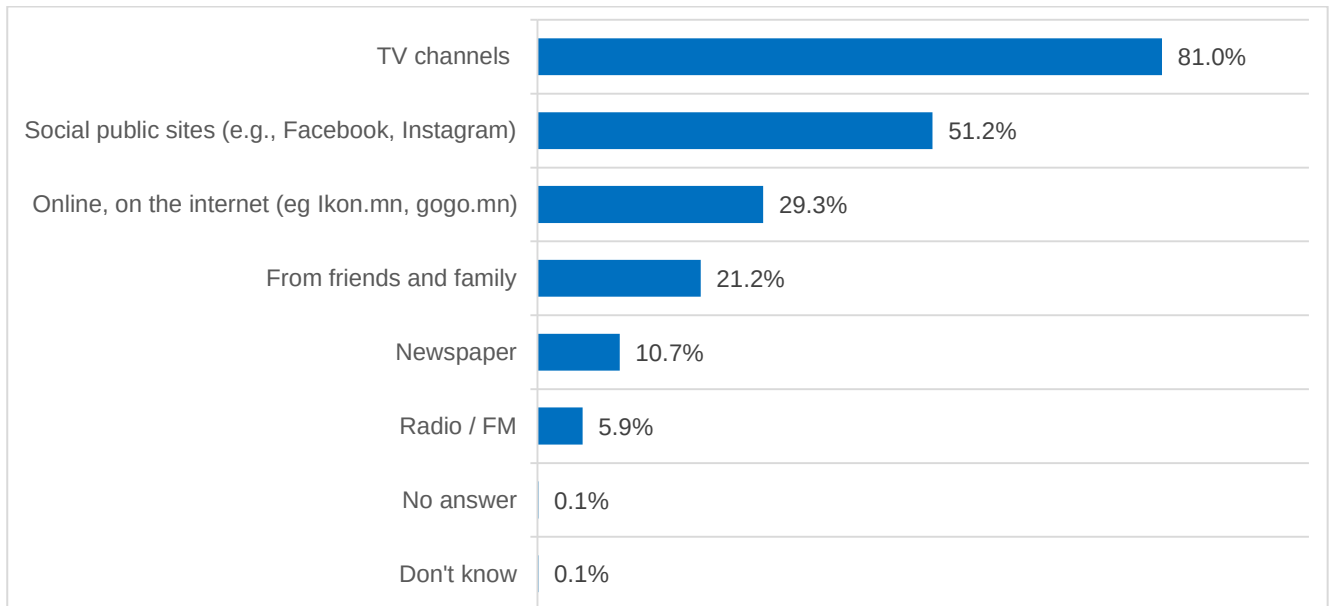


56 percent of respondents are connected to the Ger Internet, 79 percent are connected to their mobile Internet. Compared to age groups of respondents who connect to mobile Internet, 54.6% are 22-34 years old, 20.3% are 35-44, and 12.9% are 45-54 years old. This shows that no matter how much the age group is connected to the Internet from their cell phones.

Figure 4. Dwelling types of respondents



In terms of the dwelling type, 46.8 percent live in public apartments, while 52.4 percent live in ger areas. The proportion of people living in apartment areas and ger districts is relatively equal with the survey sample.

Figure 5. Channels obtaining information

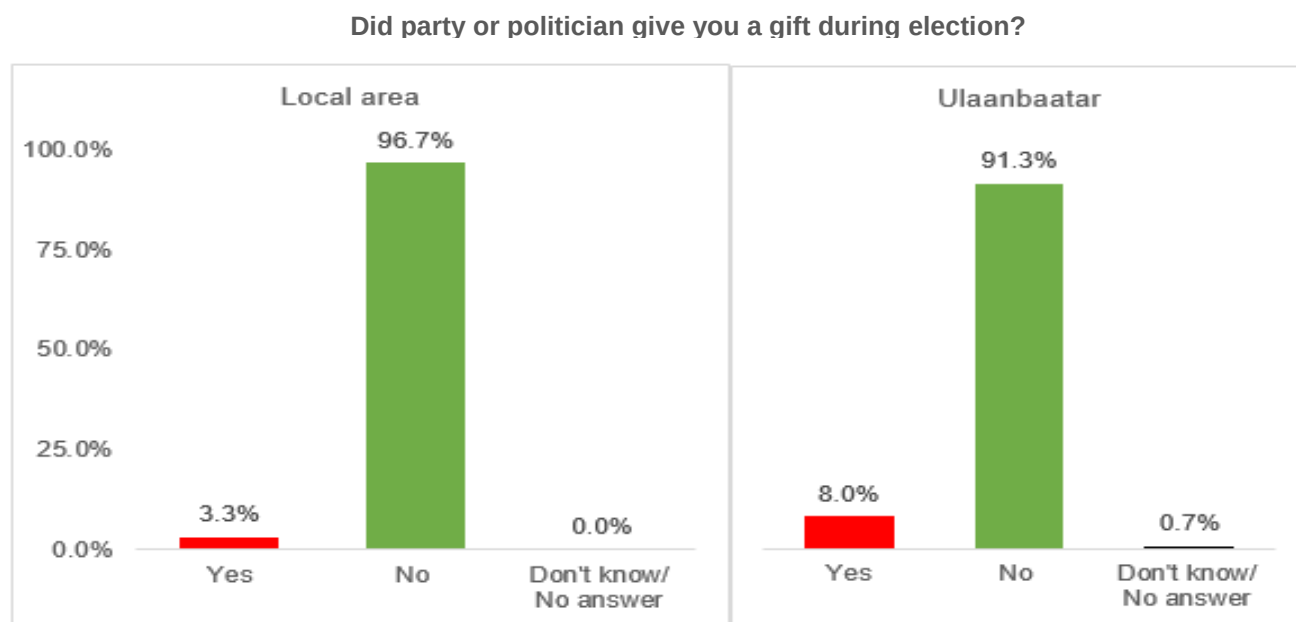
The majority (81 percent) of respondents obtained information from television, while 51.2 percent were from social media. This question has a answers with multi-choice, so the sum is over 100%.

CHAPTER 3. MAIN FINDINGS OF THE SURVEY

This chapter presents about the main question of the survey related to the buying votes such as whether citizens received gifts and the cash, if so, which party when gave them.

3.1 Findings of the survey

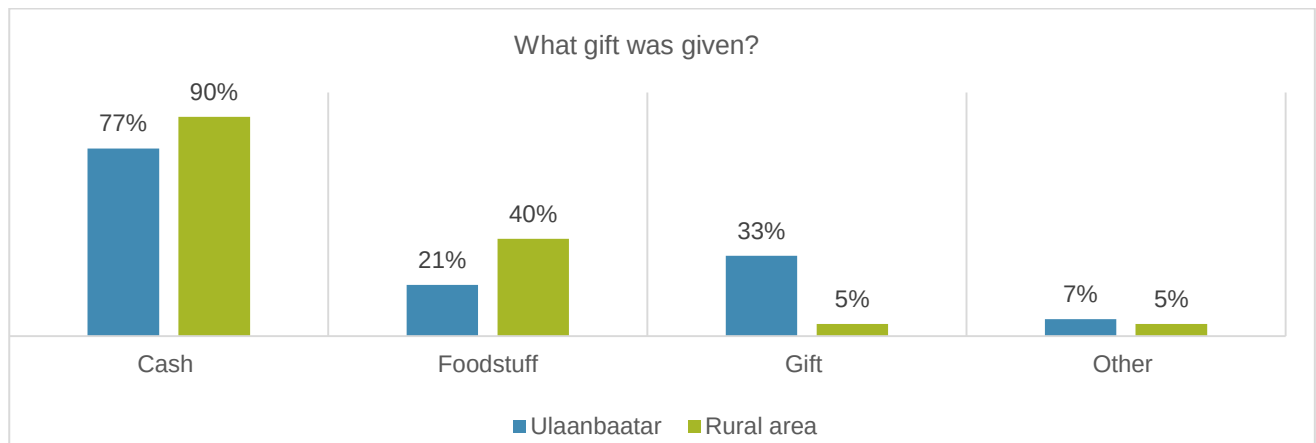
Figure 6. Which party or party candidate gave the gift or a grant, Citizens who received gifts in UB



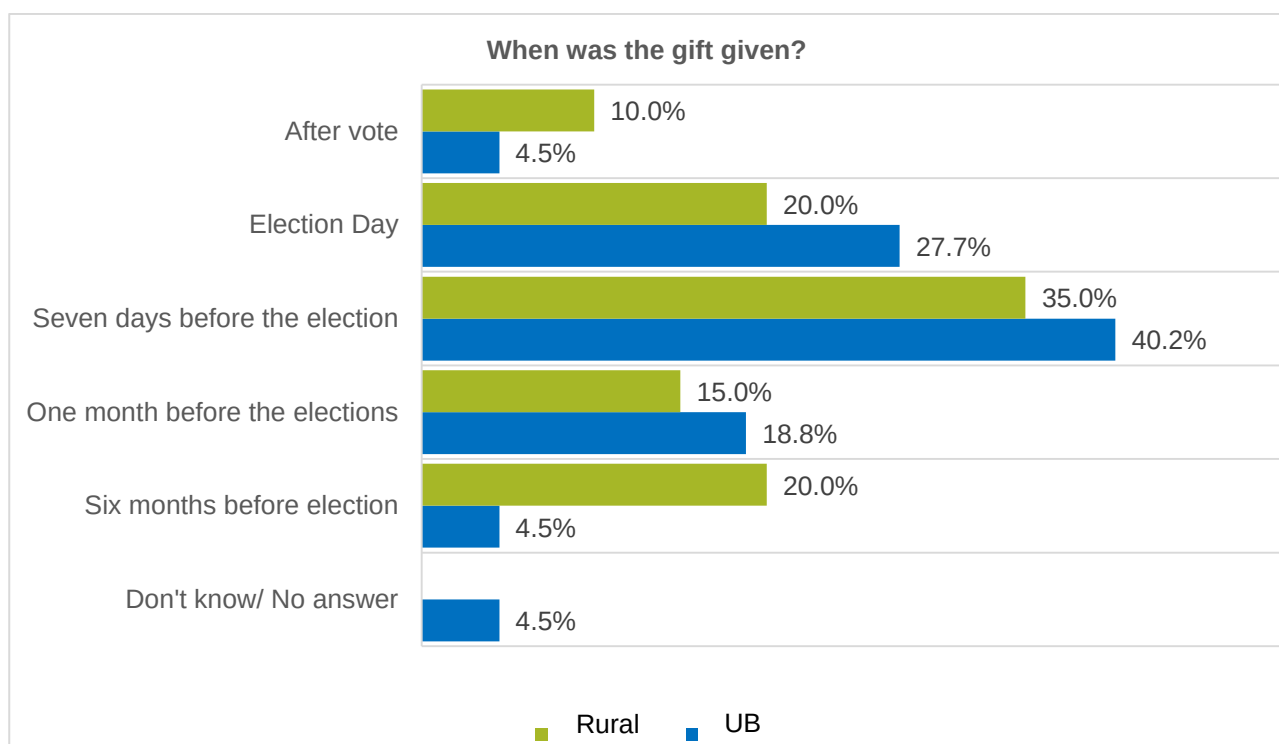
Of the 2000 survey respondents, 132 or 6.6 percent said they received gifts, cash and materials from political parties and politicians during the 2016 parliamentary elections. About 8 percent of Ulaanbaatar residents received gifts during the election, while the number was 3.3 percent in rural areas. 9% of respondents from Bayangol districts in Ulaanbaatar received gifts during the election, which was the highest in other districts.

Table 9. Whether received gifts

№	Location	Received gift	Not gifted	Do not know / no answer	Percentage of receiving gifts
1	Bayanzurkh	46	602	4	7.0%
2	Bayangol	39	362	4	9.0%
3	Chingeltei	22	247	2	8.0%
4	Nalaikh	5	67	0	7.0%
UB total		112	1278	10	8.0%
5	Uvs	7	293	0	2.3%
6	Dundgobi	13	287	0	4.3%
Rural area total		20	580	0	3.3%

Figure 7. What gift was given

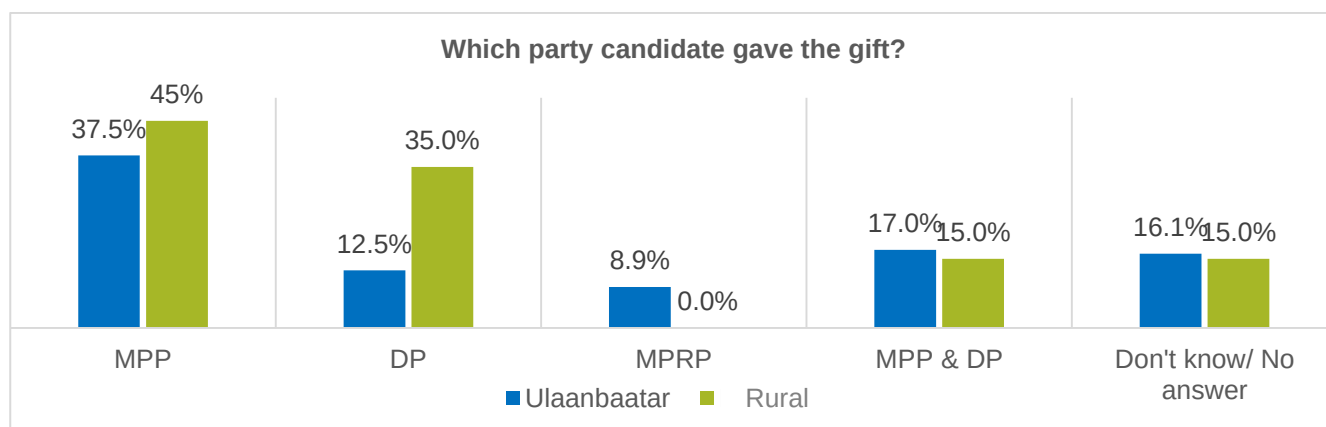
The answer above is only an estimate of the gifts received. Since the question has multiple options, write up to 1-3 answers and note that the sum of 100% is greater. The most common form of gifts given by politicians to the public during the 2016 parliamentary elections was cash and people's cash flows range from 10,000 ₮-50,000 ₮. Various food products and gifts are provided. For example, it includes calendar, clock, kettle, cup, school supplies, and silk. Food items include pastries, sugar, rice, flour, candy, etc. It is apparent that food products in rural areas are relatively higher than UB city.

Figure 8. Period of gift delivery

Shown in Figure 7, the vast majority of citizens have received gifts on Election Day or one month before the election. Interestingly, only a small proportion or just 9 percent of citizens got gifts in UB 6 months before the election, or after the ballot, while this number is over 30 percent in rural. There may be two reasons for a long period of time between gift distribution and voting day in rural areas. Firstly, a high probability that so people who giving and receiving gifts is likely to know each other due to a few

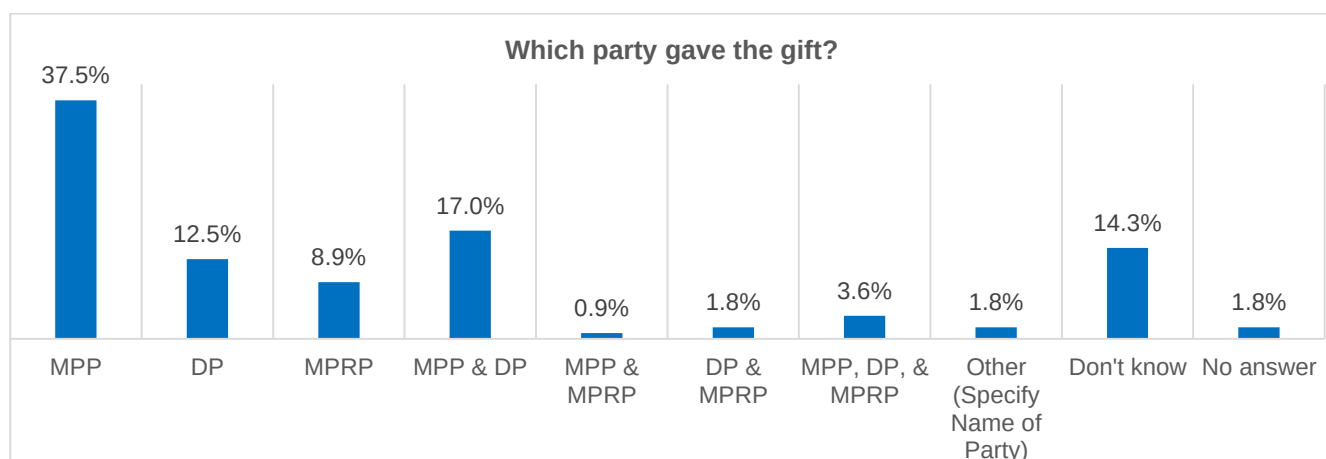
populations in rural areas. Therefore, the person who distributed a gift may have high enough to make a gift by changing the vote. In that case, it is possible to give a gift long before the elections. Secondly, if the politician comes personally from UB or sends out a delegate from the city and distributes the gift, it may be possible to start the work as early as possible.

Figure 9. Which party or party candidate gave the gift or a grant



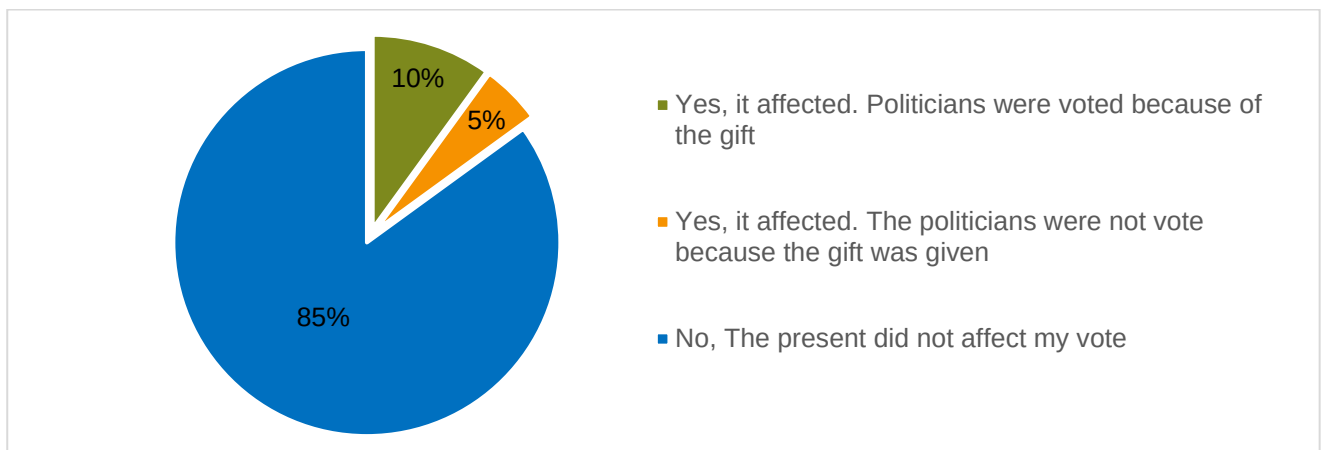
Many of the people who received the gifts said that the MPP, the DP or the both of two big parties gave a gift. The largest percentage of people who received gifts in UB city and rural areas called the MPP as distributed a gift. Of course, we note that it is not possible to represent the whole country because it is included in the rural sample only in two aimags. In other words, the MPP is more powerful in Uvs aimag than other parties, so other parties are less likely to be distributed gifts in this survey. Of course, depending on how the election competition is, there is a possibility to be a different gift distribution of the parties to each aimag.

Figure 10. Which party or party candidate gave the gift or a grant, Citizens who received gifts in UB



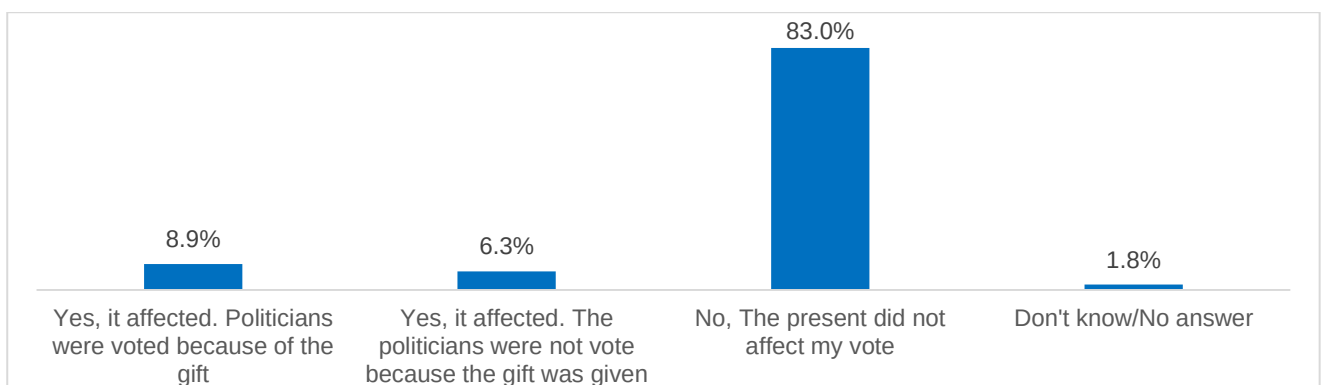
Many parties have distributed gifts in UB, as shown in Figure 9. In our study, the MPP has distributed more gifts than other parties, and it is interesting to note that some people have received gifts from one party as well as multiple parties. For instance, 17 percent of respondents in UB received gifts both from MPP and DP, 1.8 percent from DP and MPRP, 3.6 percent from MPP, DP and MPRP. Also, a relatively large number or 14.3 percent said they did not know which party distributed gifts.

Figure 11. Whether the gift or assistance has been affected by the vote. Citizens who received gifts in rural areas



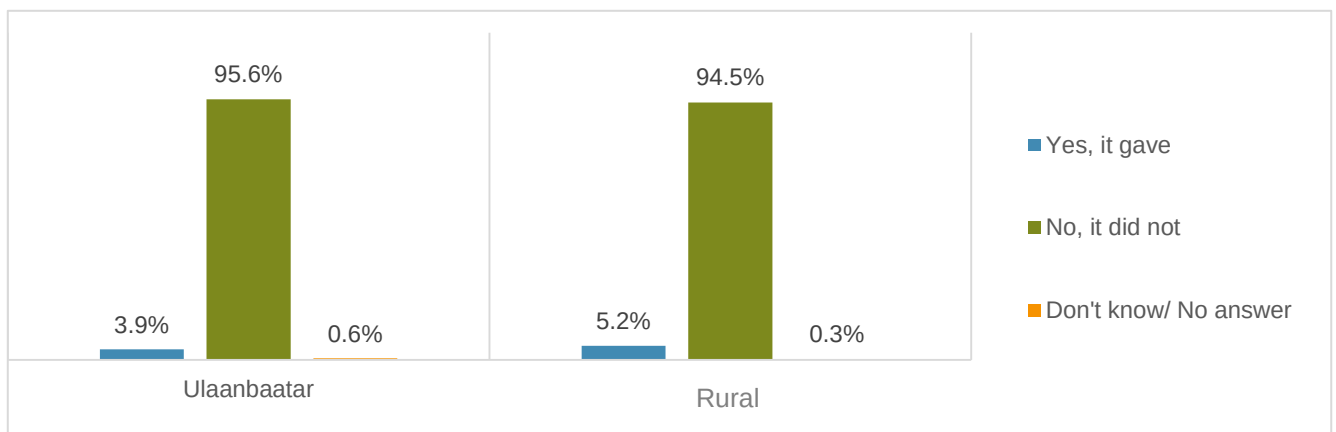
Asked from rural residents how the gifts affected their votes, 85 percent said that gifts did not affect their vote, and 10 percent said that they voted politicians who gave gifts to them. Also, 5 percent of these citizens said that they did not vote politicians who gave a gift.

Figure 12. Whether the gift or assistance has been affected for the vote, Citizens in UB



8.9 percent of the people who received gifts in Ulaanbaatar, the politicians gave gifts, and 6.3 percent did not vote them. Most of the respondents (83 percent) said that gifts did not influence their vote.

Figure 13. During the non-election period, did any parties or politicians give you or your family assistance or gift or cash?



We identified the election period that voting day and 6 months before the election. The rest of the time we have seen as a non-election period, and we have split two. Asked whether parties and politicians distributed gifts during the non-election period, 3.9 percent of UB residents and 5.2 percent of rural residents answered yes. It is interesting to note that this is higher compared to the election period. The gifts were relatively higher during the non-election periods in rural, but in UB the gifts were higher during the elections.

Figure 14. When to give the gift or assistance, Citizens in UB

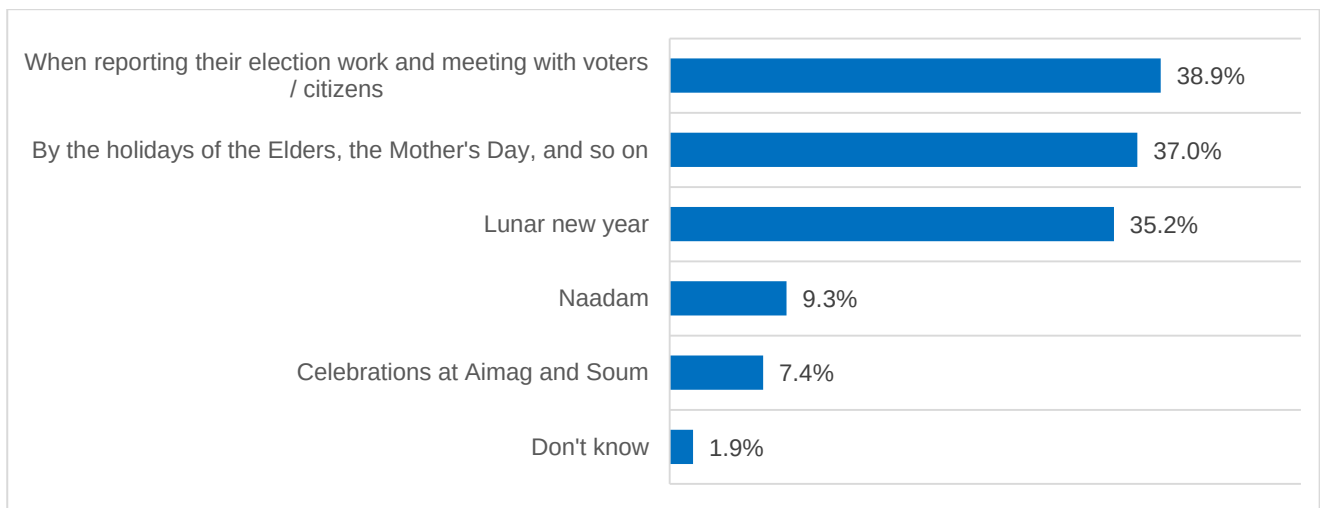
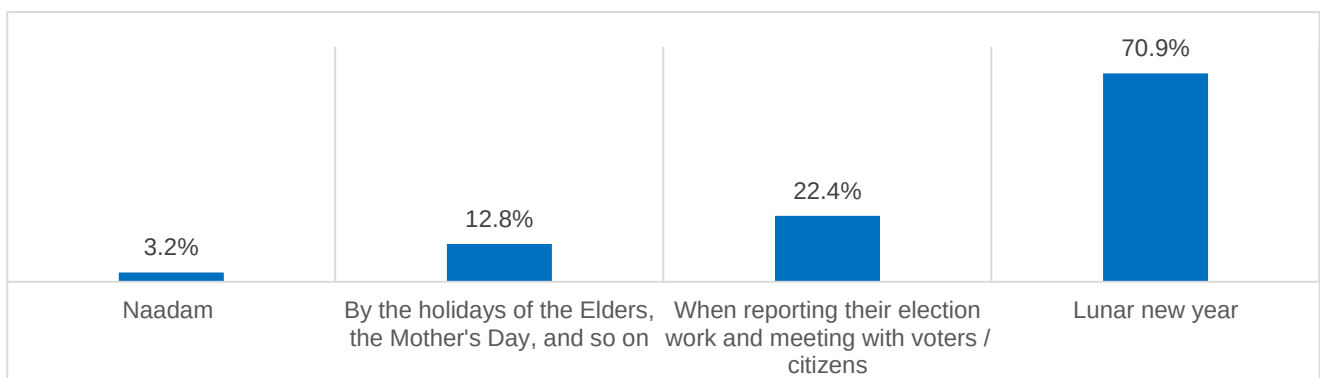
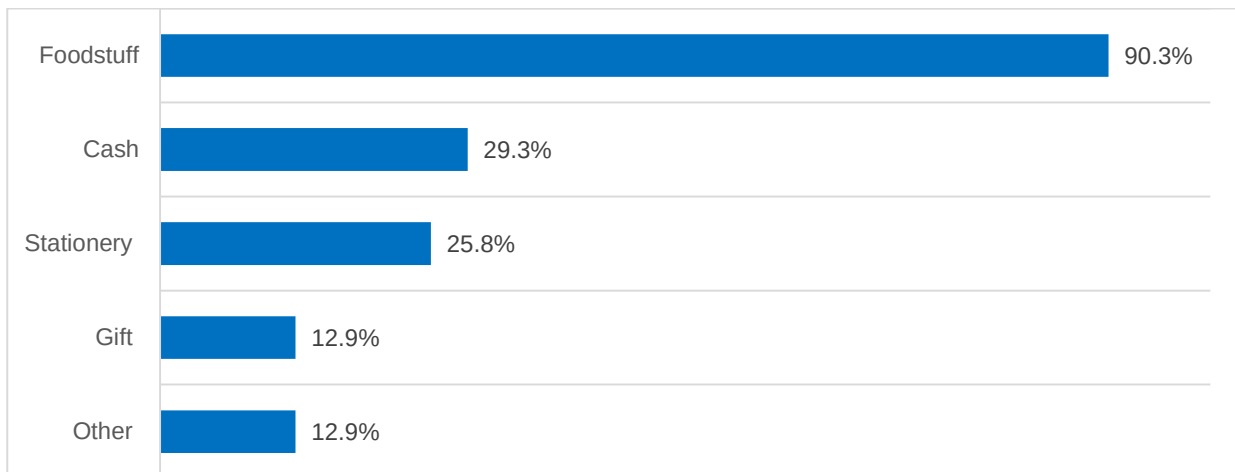
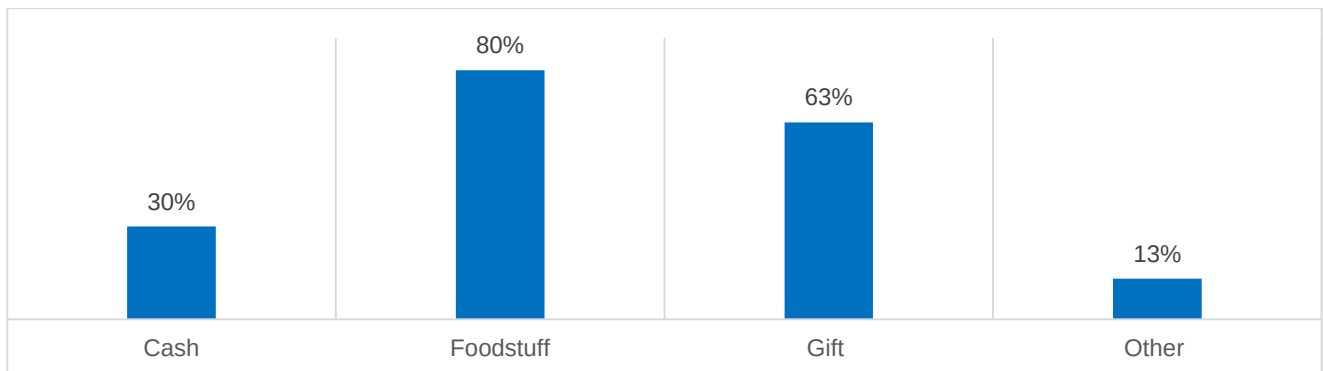


Figure 15. When to give the gift or assistance, Rural citizens



Politicians give gifts to citizens during the non-election period, which is very different between UB and rural areas. In Ulaanbaatar, 38.9 percent of people who received gifts during politicians report on elected duties and meeting voters, while in the country it was relatively small (22.4 percent). Also, 70.9 percent of those who received gifts during the non-election days in rural said they received in lunar New Year days gifts, while this number was 35.2 percent in the city.

Please note that the questions have multiple-choice, so we specified 1-3 answers, so the sum is greater than 100 percent in Figures 12 and 13.

Figure 16. What gift was given, rural citizens**Figure 17. What gift was given, citizens in UB**

The most common gift of party or politicians during the non-election was food products. As for rural, many of them received gifts such as flour, rice, milk, and so on from politicians, is shown in Figure 14. Figure 15 shows the high percentage of foodstuffs in UB. In contrast, both in UB and rural areas the gifts of cash in non-election period are much lower than in the electoral period.

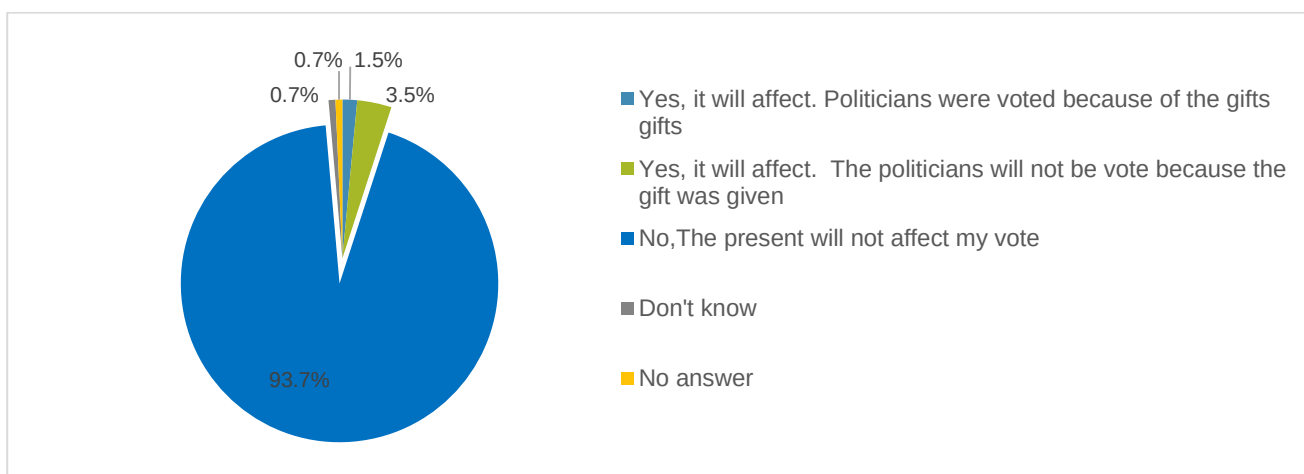
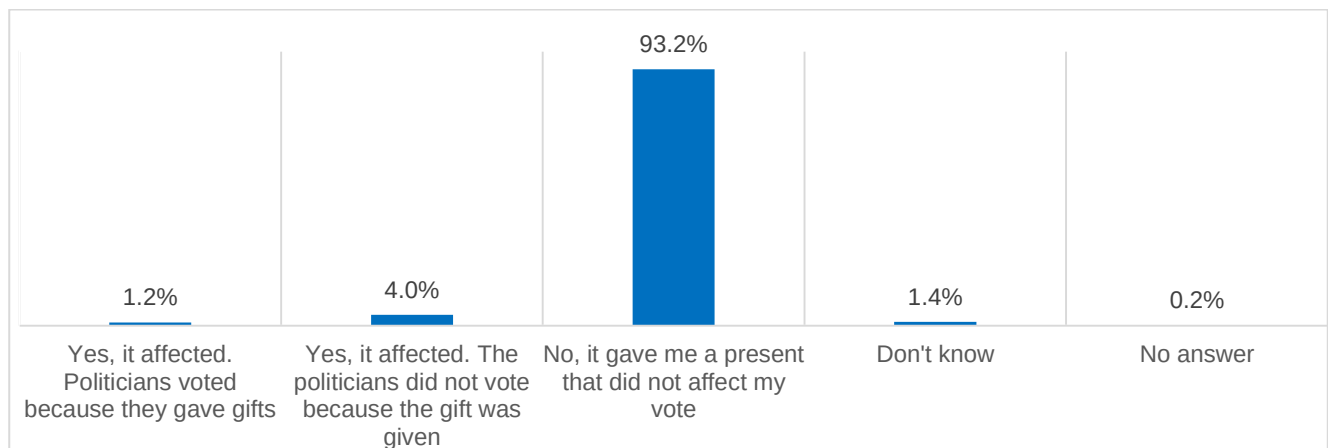
Figure 18. How to affect your vote if any politician or political party give you gift during the parliamentary election 2020, for rural citizens

Figure 19. How to affect your vote if any politician or political party give you gift during the parliamentary election 2020, for citizens in UB



Attempts to buy votes for parties and politicians during the 2016 parliamentary election resulted in an increase of 8% of UB residents and 3.3% of the surveyed population in two aimags. 8.9% of UB residents and 10% of rural residents "sold" their votes.

Buying votes is prohibited by the law, so it is likely that the respondents will not be able to answer the question directly whether they have received gifts or not. If respondent who gifted were many cases of false or misleading answers to the fact that they embarrassed by the interviewer. This is the least conservative estimate.

In recent years, political science has been asking questions directly about buying votes, as well as conducting other experimental researches. Therefore, the survey asked questions directly to buy votes and the pilot "List Experiment" method was also used. The results of this experiment did not include the results of the test, as the result of the experimental results did not differ significantly from the results of the questionnaire. The detailed report on how the experiment would be prepared and we decided separately after the more detailed analysis on data collected by 2000 respondents.

This survey suggests that however there are certain attempts to buy votes, were likely to be relatively inefficient. The majority of the citizens answered that they did not receive any gifts and if did not affect to vote even they receive gifts. As shown in Figures 16 and 17, the majority of citizens said that if the Parliamentary Election was given by a party or politician, it would not affect who to vote. So it can be considered that people receive gifts, but they voted candidate who likes to vote.

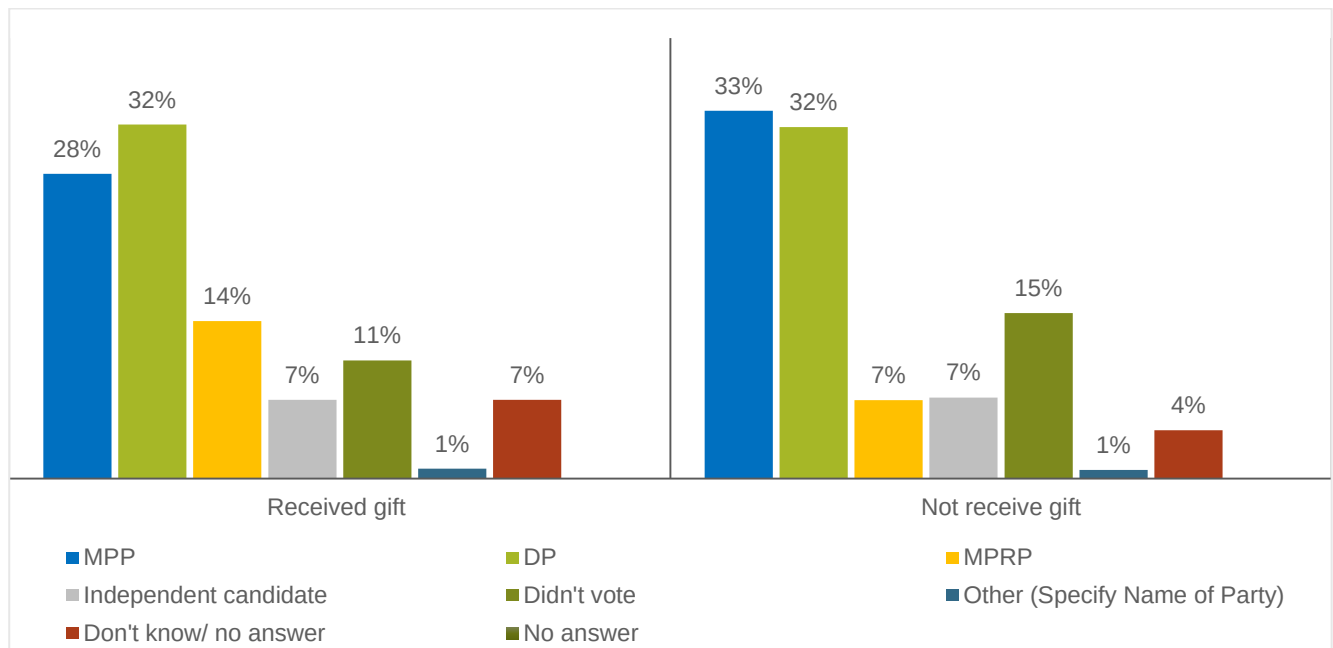
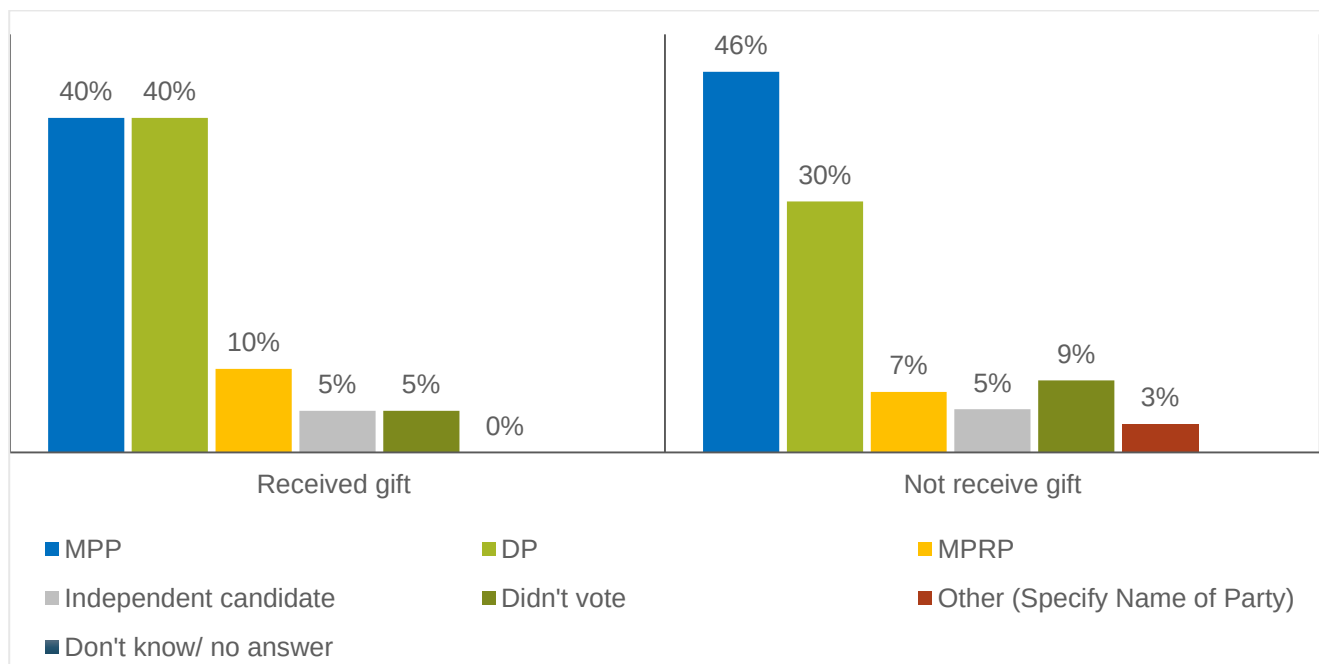
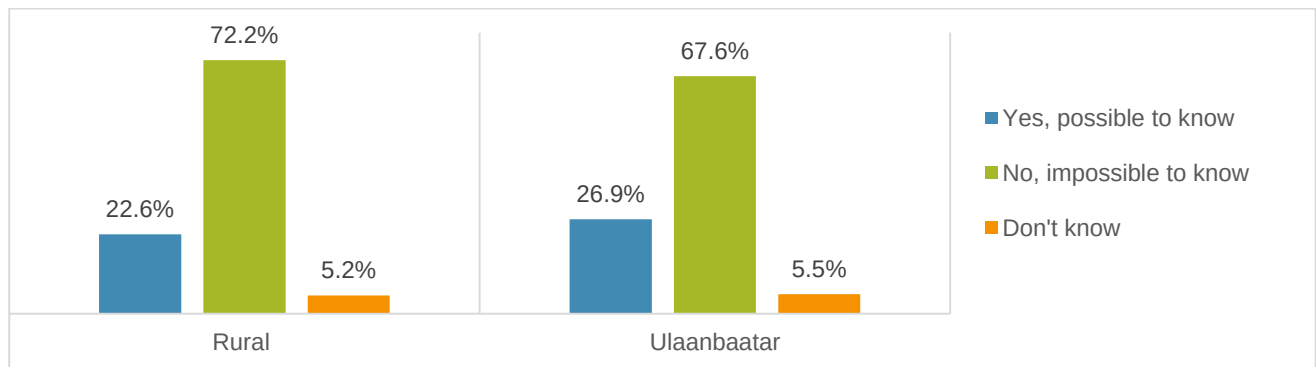
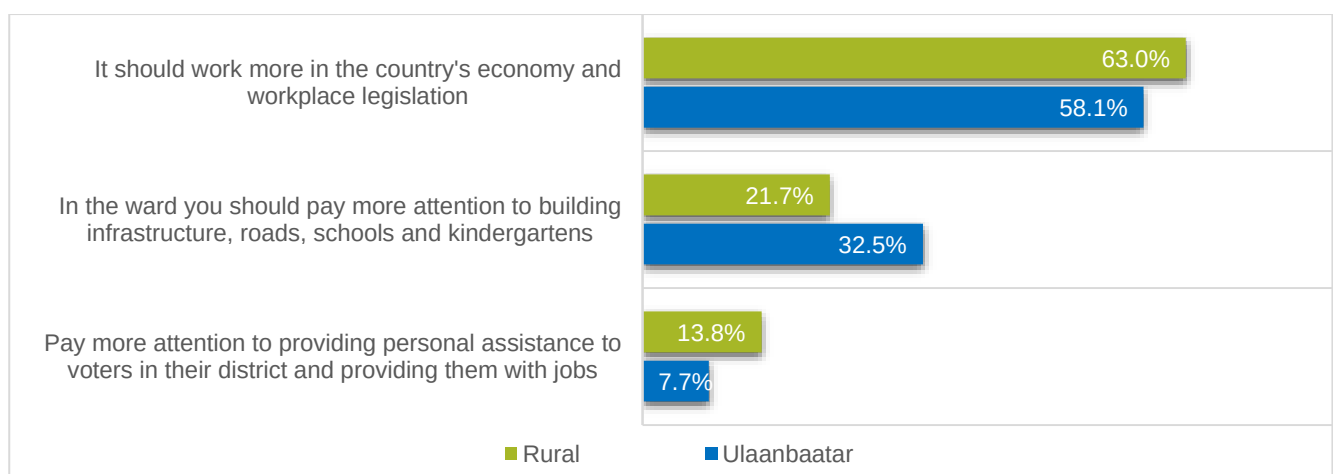
Figure 20. Votes in the parliamentary election, whether gifts received, for citizens in UB**Figure 21. Votes in the parliamentary election, whether gifts received, for rural citizens**

Figure 18 and 19 illustrate the polls in the parliamentary elections of 2016 that whether they have been received gifts or not. There is no significant difference in the proportion of people received gifts and not gifted, increasing the probability that the buying vote will fail. Obviously, more in-depth statistical analysis can make sure that gifted people have different characteristics of those who did not receive. It is further explained in the next report.

Figure 22. Can the government or political parties know which party or candidate you voted for?

The attempts to buy vote are unsuccessful because citizens give their votes secretly. Examples of other countries illustrate political scientists comparing political parties to breaking secret ballot in some way and how people vote on whom they vote. Therefore, if the majority of our citizens if they think the government or any political force have been able to find out who has voted, there is a basis for successful implement to buy votes in Mongolia. However, it is good news that the majority of citizens believe in the vote secretly. A vote secretly is a way of giving citizens a chance to make a political choice even if they want to.

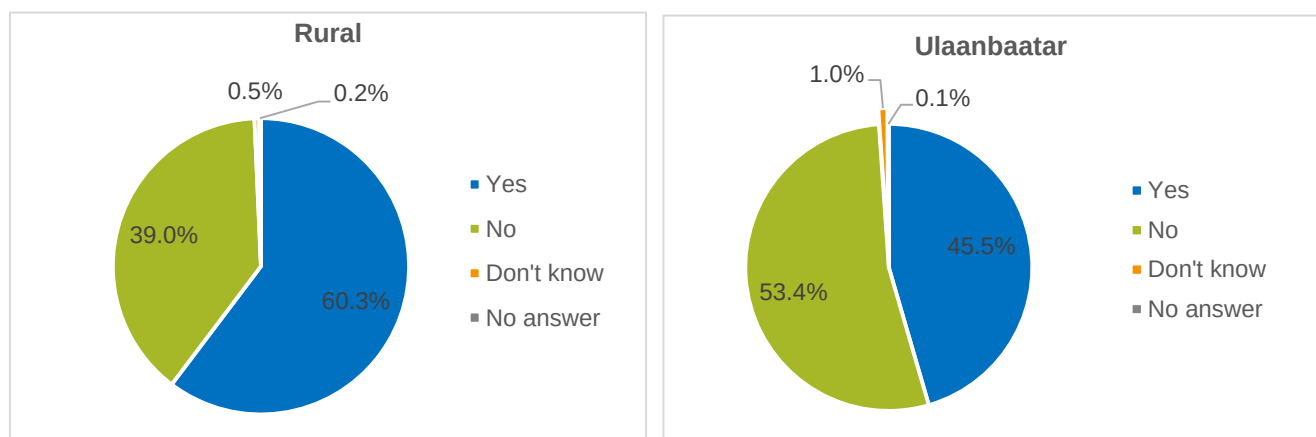
Figure 23. Let's ask about the upcoming Parliamentary Election of 2020. Which next member elected from your ward wanted more attention to what kind of activities?

Political parties can communicate with their voters through a policy or political ideology, which can be a healthy democracy and party system. Instead, system that political parties and politicians support citizens and in turn politicians demand political support is called clientelism. Clientelism tends to be abundant in developing young democracies, and political scientists warn that it eliminate potentials of the right to vote, the right to freedom of expression, elect a good politician and punish bad one. Therefore, in order to examine how much our expectations of clientelism, we ask the following questions: "Let's ask about the forthcoming Parliamentary Election of 2020. Which next member who has been elected from your ward wants more attention to what kind of work?"

Because of the closed question, we have divided the answer into 3 types and only one selected by the respondent. The answer that responding to the needs of their constituents to personal assistance and providing them with jobs is that the individual wants personal welfare from a politician, and this answer can be understood as the expectation of clientelism. However, the answer to paying attention to infrastructure, roads, schools and kindergartens in the constituency is that the citizen only enjoys the welfare of his constituency, thus expressing the expectation of “pork politics”. Finally, considering the country's economic growth and job creation law, we expect that policymakers are willing to pursue civil-based relations, because we want a country-wide policy.

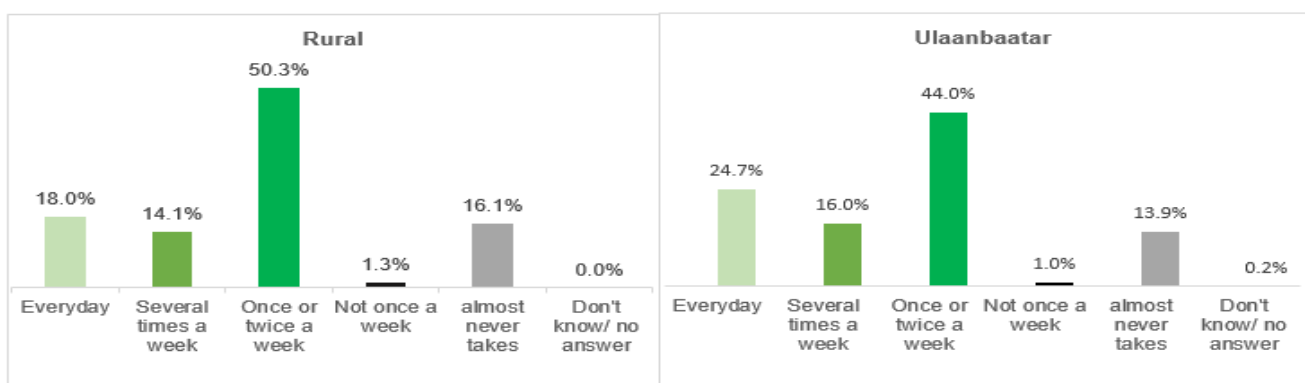
The survey finds that the vast majority of citizens are politically motivated. And a relatively small number of people want clientelism is good news. It is also evident that rural people expect more clients from UB citizens.

Figure 24. Have enough information about election candidates and their programs.



Citizens need to have enough information to make political decisions. We have the following questions in this study because the attempts to buy votes such as gifts, which are not sufficiently informed about the candidates for parliamentary elections, will have a greater impact. 60.3 percent of respondents in the survey had sufficient information on candidates, while less than half of UB respondents received enough information. The number of candidates in UB is relatively high, so citizens may not be able to get information about them.

Figure 25. How much news and information about government activities and politics?



Of course, it is clear that citizens with a better understanding of politics should make better choices, and this survey has been observed in the next election as a way to deliver quality information on candidates' platforms and elected activities.

Figure 26. When clarifying whether agree the following statements, rural citizens

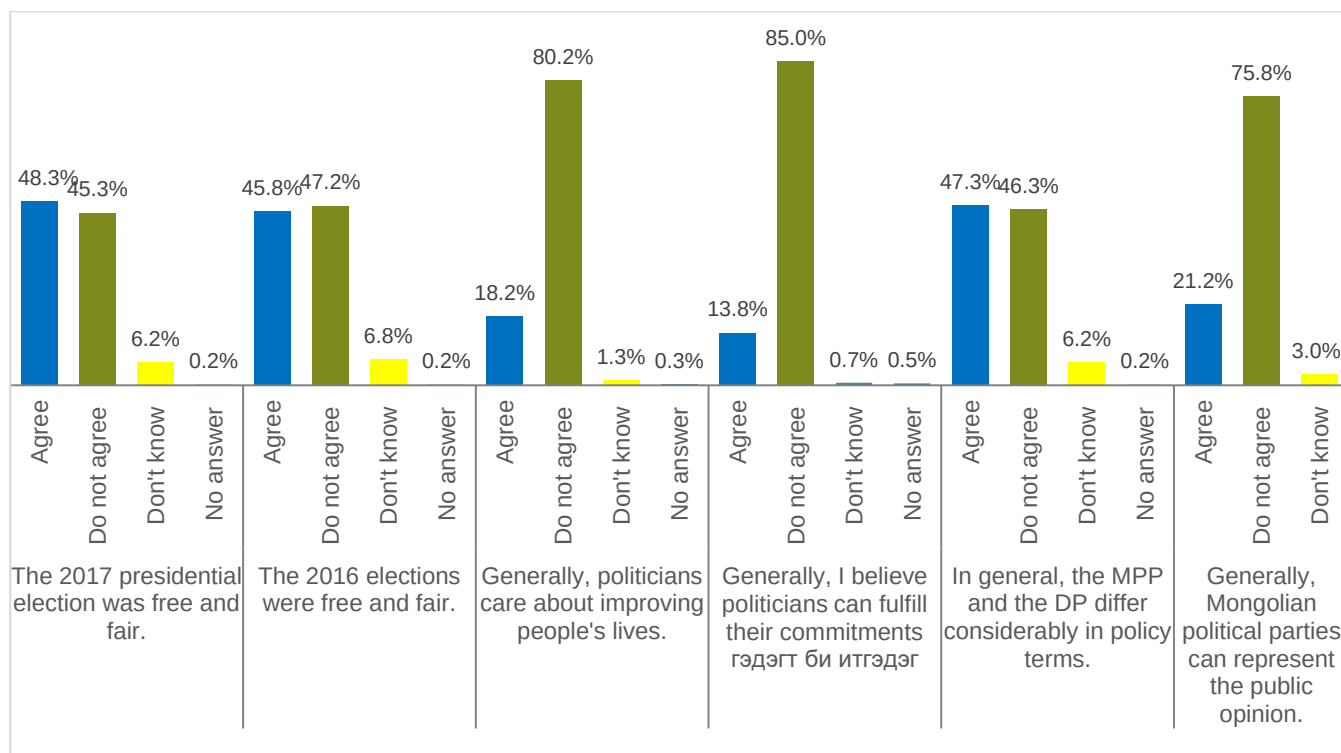
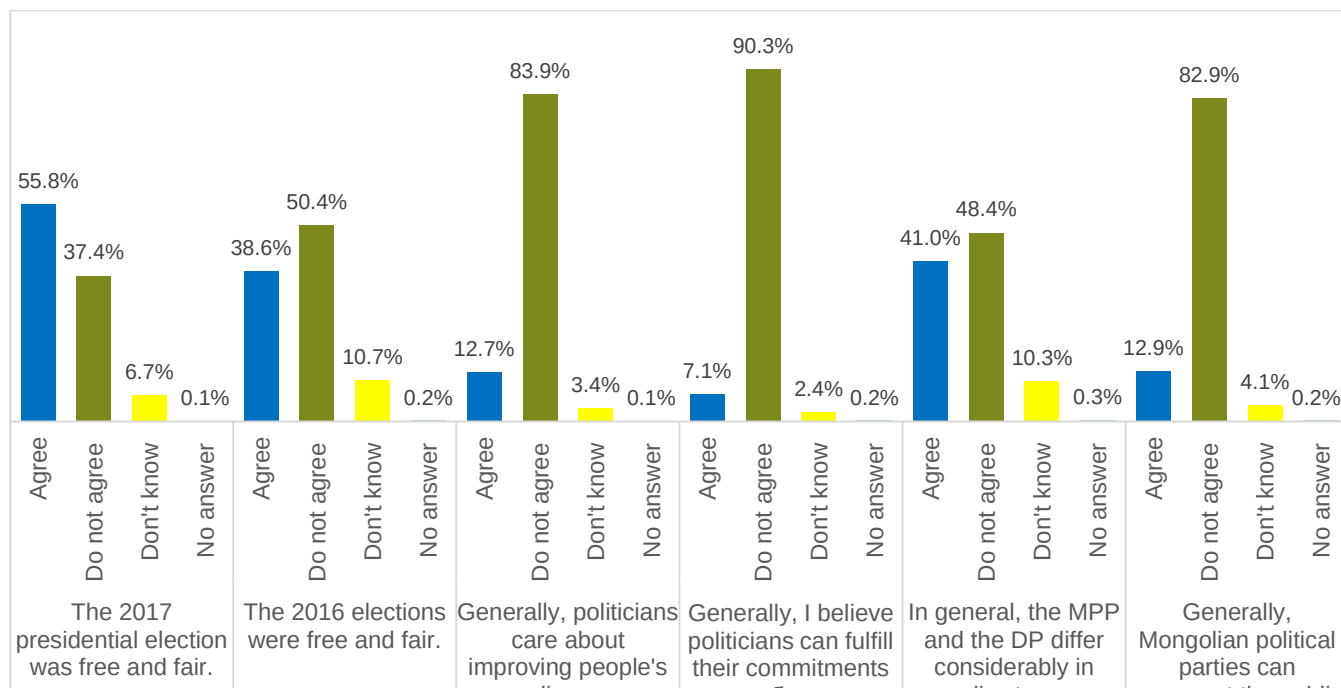


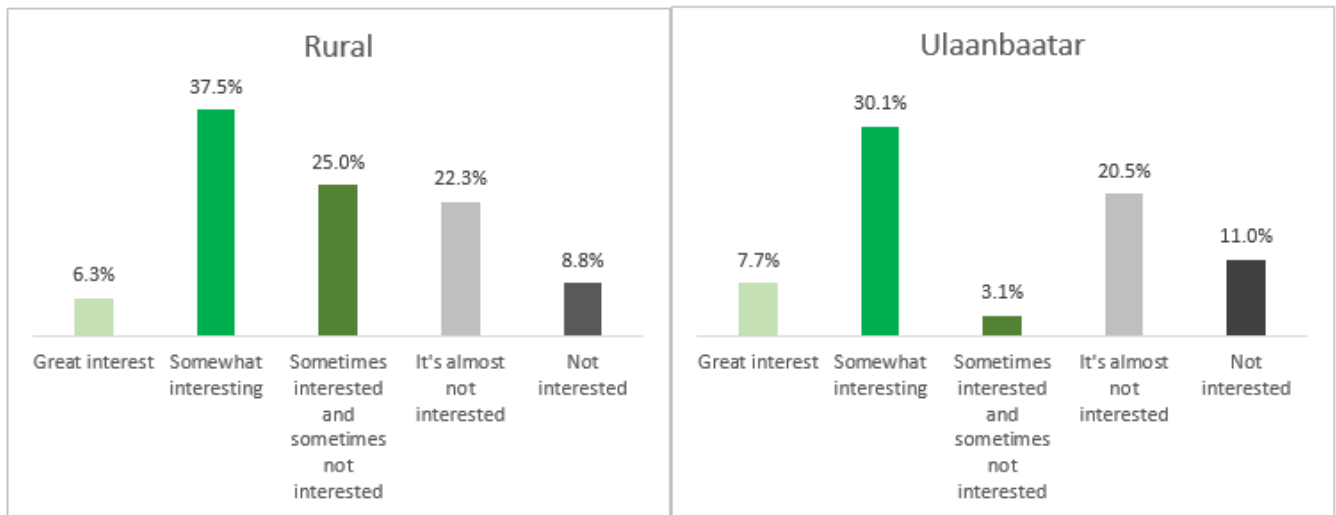
Figure 27. When clarifying whether agree the following statements, citizens in UB



In the last set of questions, we asked about the level of confidence in the party and politicians, their belief in the fairness of elections, and whether the two big parties are politically different. In UB, the vast

majority of the surveyed respondents did not do well in the 2016 parliamentary elections, but the 2017 presidential election was fair. The majority of citizens, or more than 80 percent, do not believe in both politicians and parties, illustrated in Figure 24 and 25. They also agree that the MPP and the DP are in substantial policy terms, which is less than 50 percent.

Figure 28. How much interested in politics?



There are very few people who are interested in politics in this study. The lack of confidence in the party and politicians is likely to reduce the political interest of citizens. Politicians who are not interested in politics

3.2 Conclusions

The survey uses quantitative methods of how many political parties and candidates during the parliamentary election and non-election periods in the 2016 polls and gave them the opportunity to buy votes distributing gifts and cash. Of the 2000 surveyed respondents, 6.6 percent or 132 have received gifts during the election. Of these, 112 people received 8% of the 1400 citizens who participated in the survey from 4 districts of UB, whereas 20 people or 3.3% of 600 respondents from Uvs and Dundgobi aimags received gifts. A few percent of the people who received the gifts said that they voted the politician who gave a gift. Although the majority received gifts, gifts did not influence their vote.

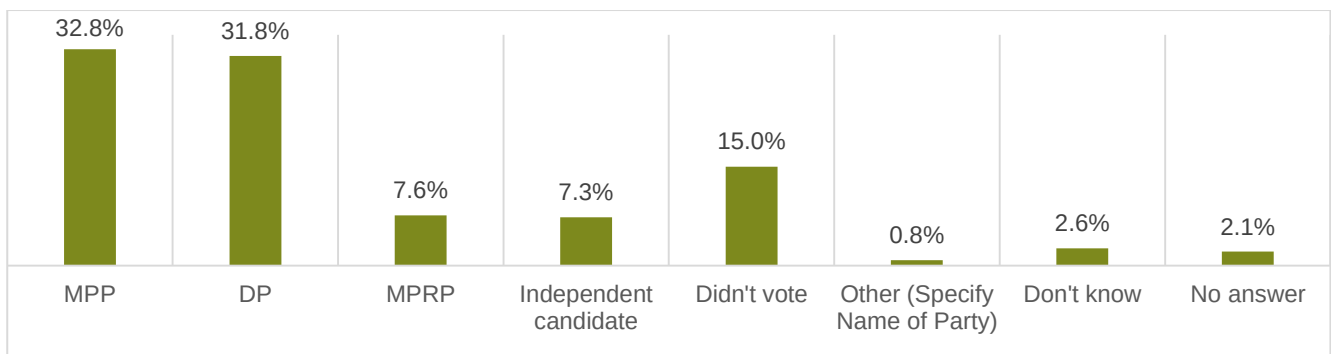
The survey also identifies what types of services are available to citizens from politicians. The good news is that many of the respondents said they expect from future parliament member to be elected by their constituencies to take more attention to improve country's economy and create working places. However, the number of people who wanted personal care was relatively small.

It is not surprising that the survey shows very little confidence in politicians and parties. Also, in the 2016 elections, many UB citizens did not get enough information about candidates' platforms. The survey shows that political parties do not give a gift to citizens in the future. It is worthwhile to emphasize the fact that the party's willingness to provide enough information about candidates and platforms is a real result.

CHAPTER 4. ADDITIONAL QUESTIONS

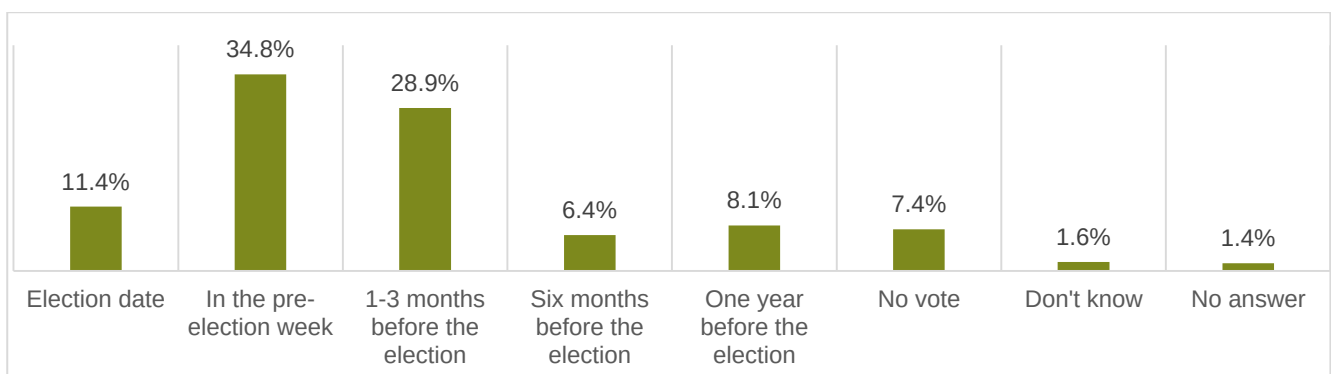
4.1 Results of the Survey conducted in Ulaanbaatar

Figure 29. How did the party candidates vote in the parliamentary elections of 2016?



In the last parliamentary election 2016, 32.8 percent of the respondents in UB were voted for MPPs, 31.8 percent voted for the DP, and 15 percent did not vote. The high proportion of non-voters is due to the fact that citizens do not believe in politics, voting practices are unfair, and they are not able to vote, so it is necessary to focus on political activism in the coming 2020 elections.

Figure 30. When did you decide which person to vote in the parliamentary election 2016?



One-third of the respondents decided to vote whom a week before election and 28.9 percent decided to vote whom for one to three months before the election day.

Figure 31. Who has voted in the first round of the presidential election?

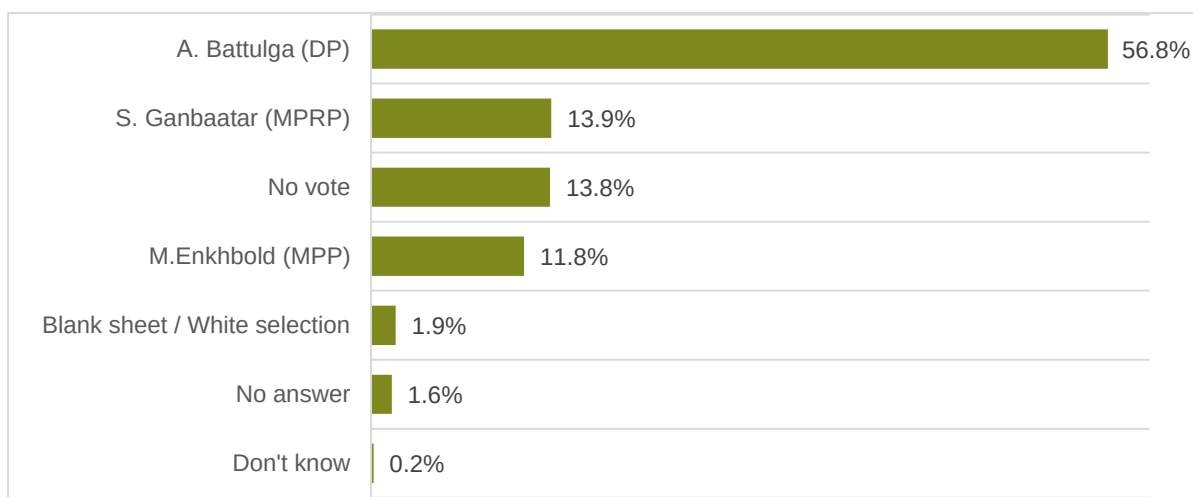
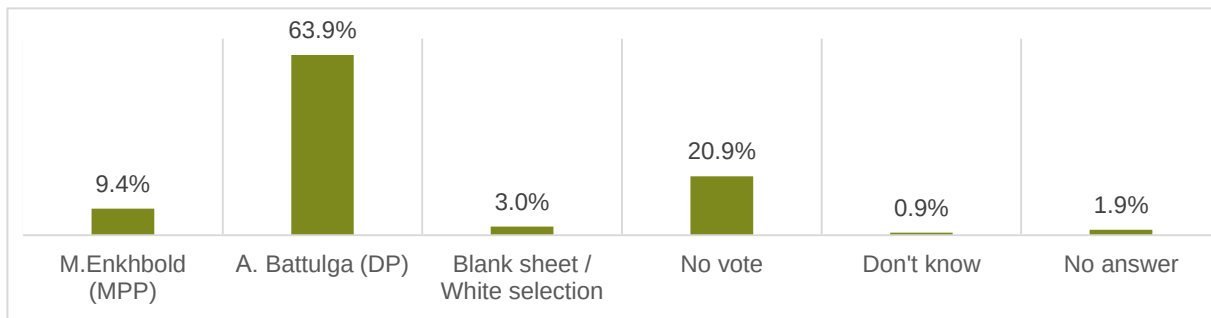
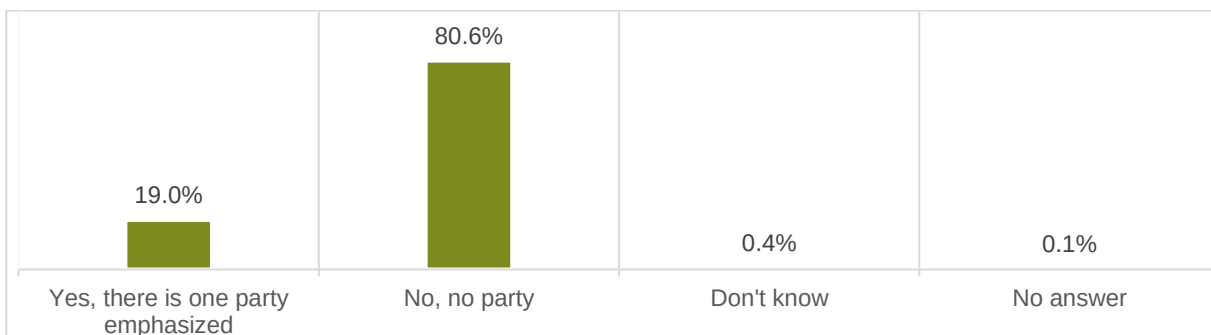
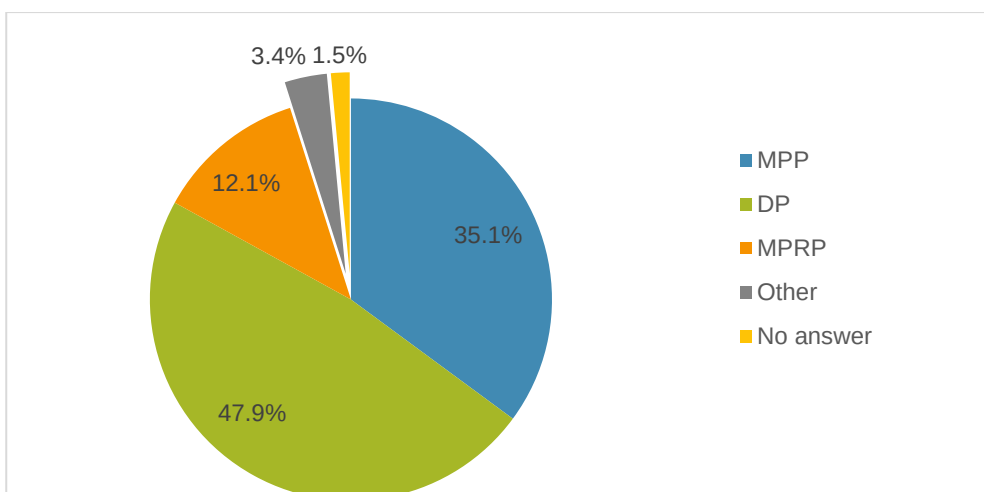


Figure 32. Who has the second round of the presidential election?

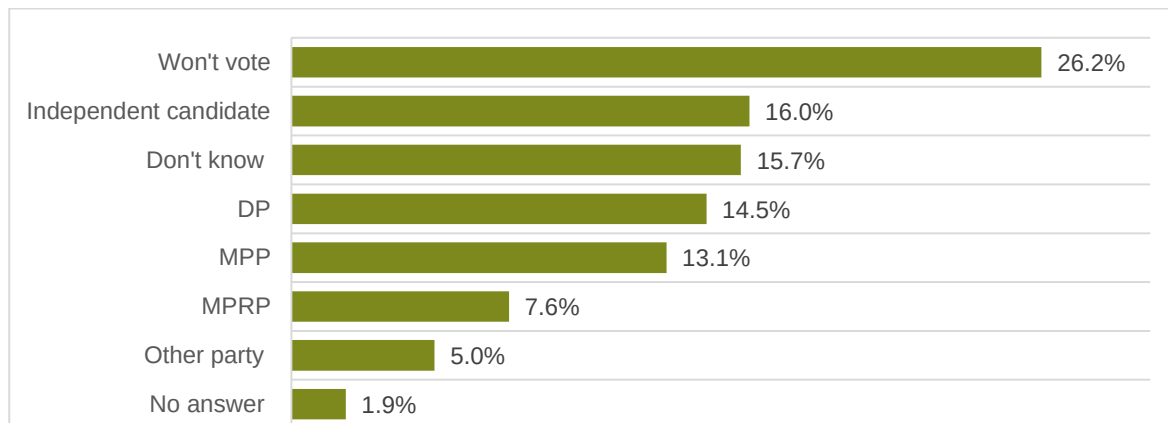
The majority of the surveyed population in the first and second stages of the Presidential Election of 2017 was voted by Kh.Battulga, the current president.

Figure 33. Does any party emphasize?

The majority or 80.6 percent of total participants do not emphasize any party, while 19 percent emphasize any party. This suggests that people are more likely to focus on one candidate than to emphasize a party.

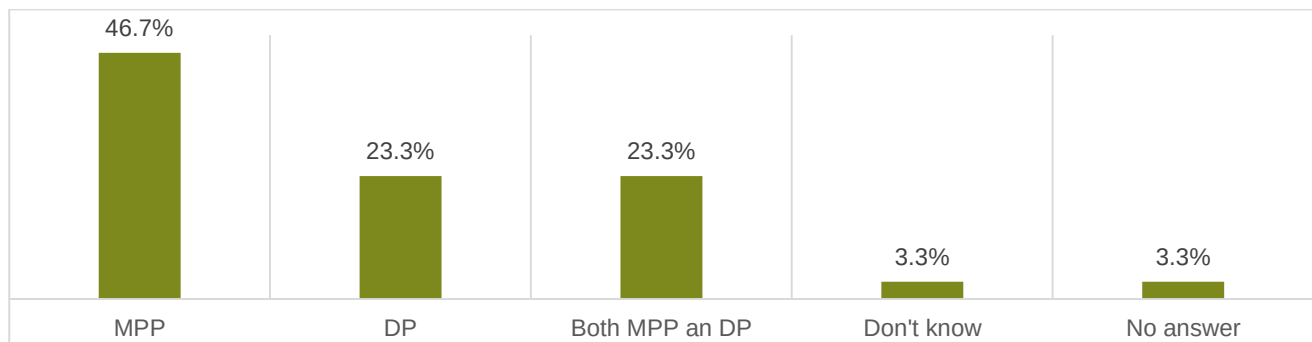
Figure 34. Which party emphasizes? (For 19 percent or 265 respondents who answered yes)

265 out of 2,000 participants in the survey responded to emphasize a particular party. Of these, 47.9 percent are DP, 35.1 percent MPP, 12.1 percent MPRP, 3.4 percent as New Party, Truth and Right Party and Republican Party, while 1.5 percent refuses to answer. 60 percent of mentioned 265 respondents moderately liked parties emphasized, and 16.2 percent are very pleased.

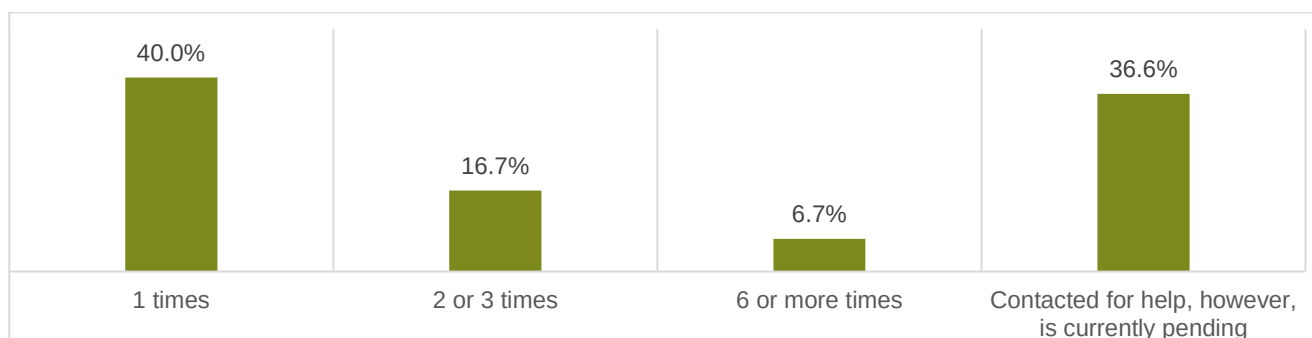
Figure 35. If the Parliamentary Election is due tomorrow, what party will vote?

The respondents asked if the parliamentary elections were to take place tomorrow and 26.2 percent said they would not vote. It is showing that political activity is weak. The survey results show that the candidates are likely to support independent candidates.

97.7% of all respondents did not contact any politician or party to help solve problems related to their life or work. 2.1 percent or 30 people in the survey asked for help.

Figure 36. Which party or party politician wanted help? /for 30 respondents who answered yes to the question above/

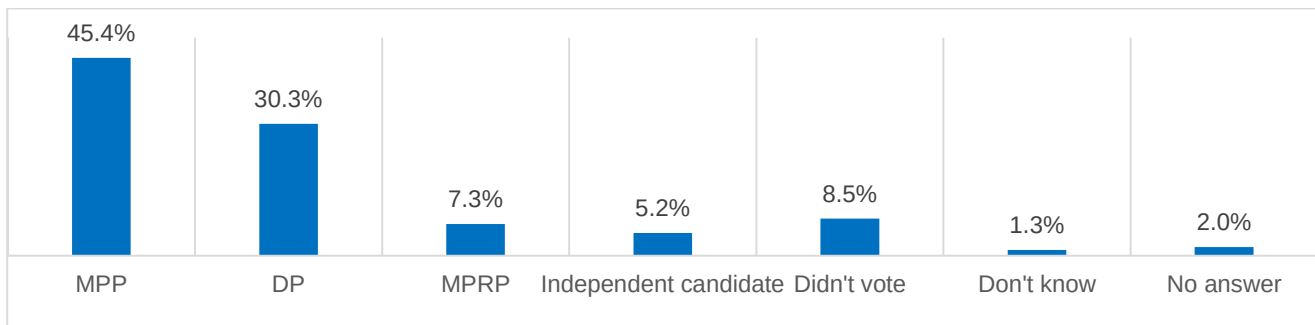
46.7 percent of the 30 people who received any assistance and support from the MPP, 23.3 percent from DP and 23.3 percent asked for assistance from both the MPP and the DP.

Figure 37. How many times did you get help from this party or politician?

40 percent of those who once received assistance, while 36.6 percent had been contacted for assistance, but it is still awaiting.

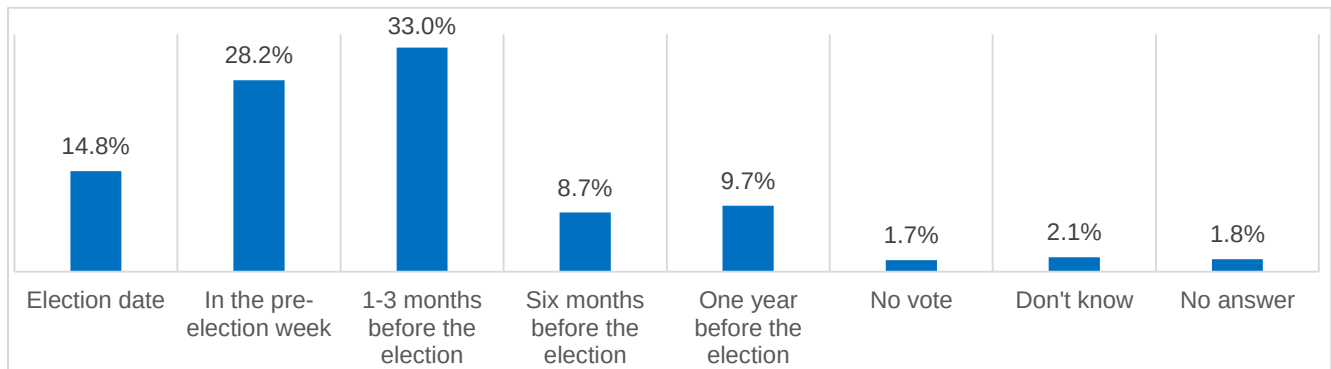
4.2 Results of the Survey carried out in rural areas

Figure 38. The party candidate who voted in the Parliamentary Election of 2016



In rural, 45.4% of the surveyed population voted for MPP, 30.3% voted for the DP, and 5.2% voted for independent candidates in the 2016 parliamentary elections.

Figure 39. When did you decide to vote for whom by the parliamentary election?



14.8 percent of those surveyed decided to vote on whom in Election Day. 28.2 percent decided to vote whom a week before of election, one third of the respondents decided to vote for which they would vote in the very short term.

Figure 40. Who has voted in the first round of the presidential election?

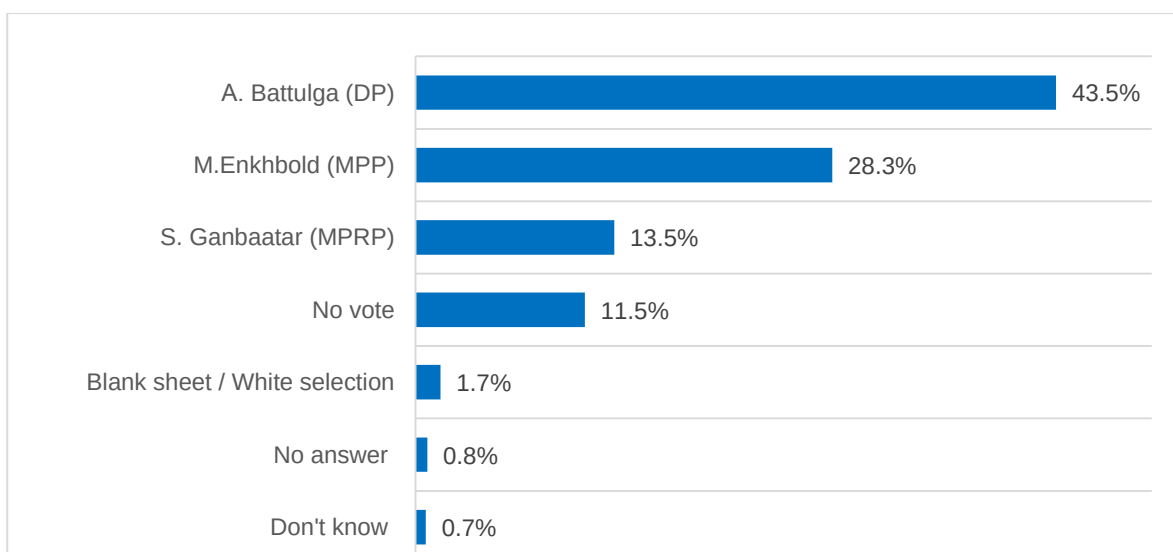
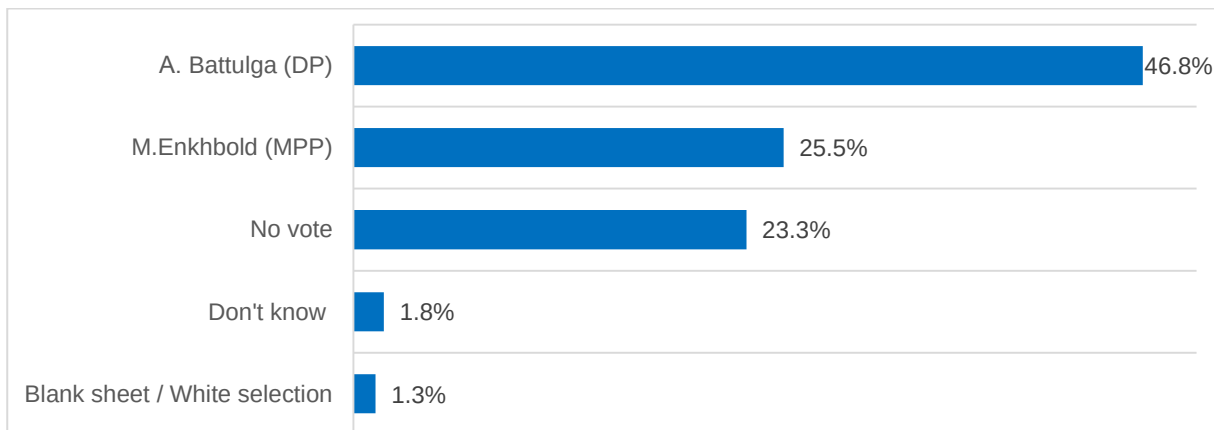
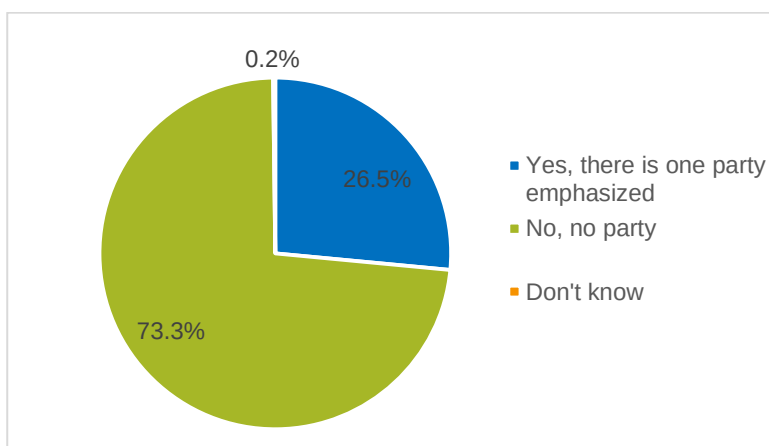
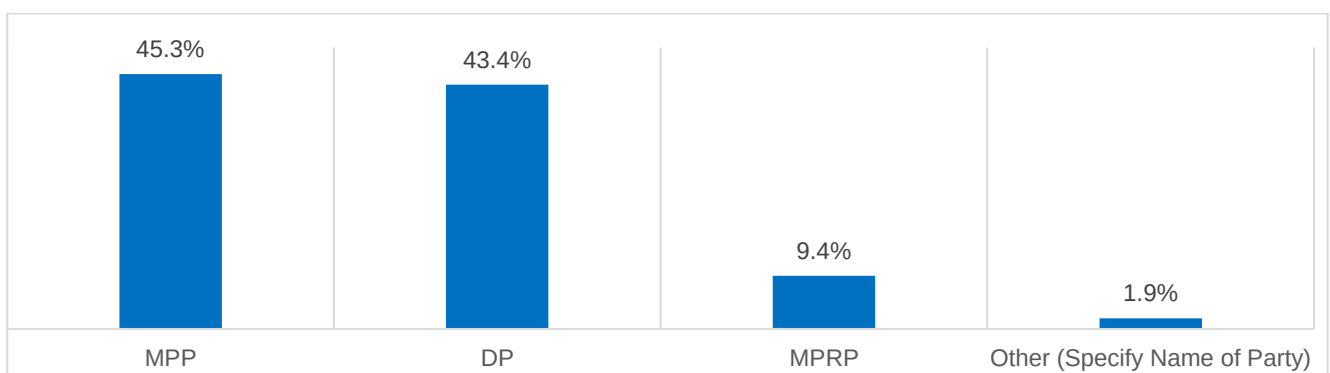


Figure 41. Who has voted in the second round of the presidential election?

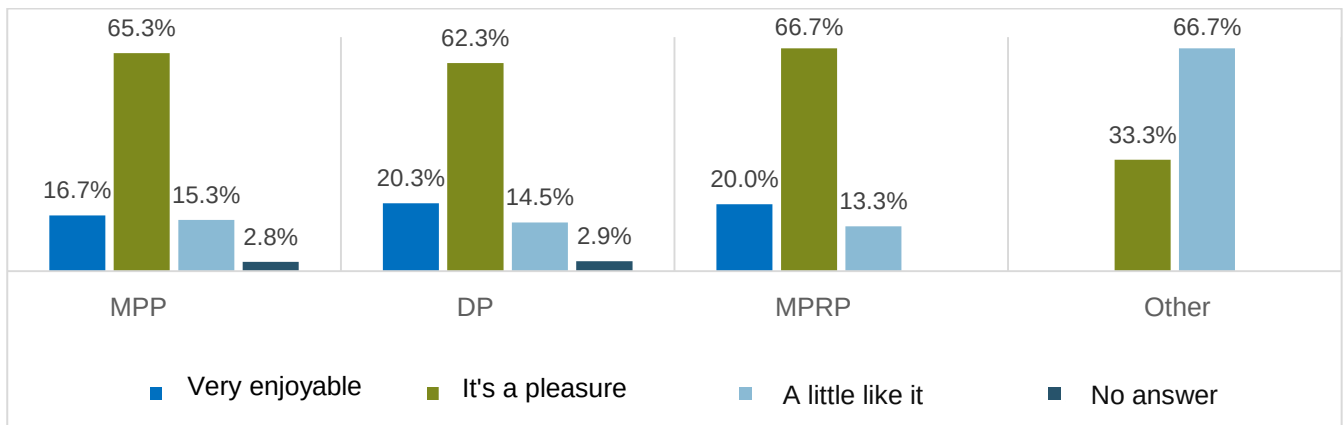
The survey results show that rural people support for Kh.Battulga in the first and second phases of the Presidential Election of 2017. Interestingly, the percentage of respondents who did not vote was high, 11.5 percent of respondents did not vote in first phase, and 23.3 percent of the respondents did not vote in second phase.

Figure 42. Does any party emphasize?

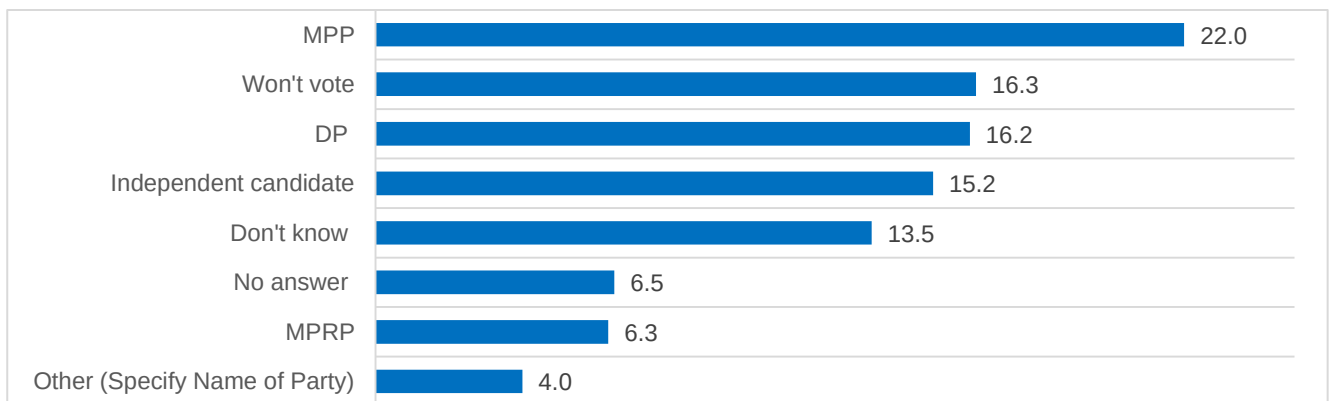
For rural respondents, the percentage of respondents who emphasize any party is higher by 7 percent than the UB.

Figure 43. Which party emphasizes? /26.5 percent or 159 persons who answered yes/

In rural, 45.3 percent of the respondents who emphasize any party prefer the MPP and 43.4 percent in favor of the DP, it is suggesting that the two MPPs and MPs have a superior position.

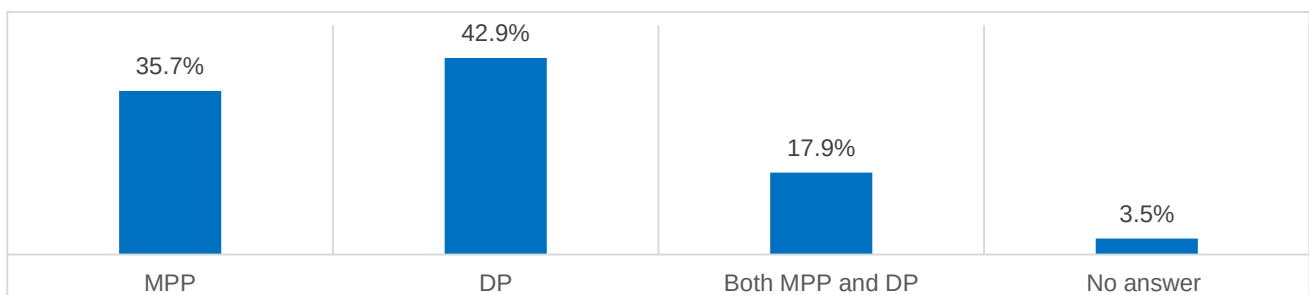
Figure 44. How much party do you prefer?

Regardless of the emphasis on the MPP, DP and the MPRP, the majority of the citizens, 60 percent of whom prefer to be moderate, 66.7 percent of the parties who prefer other parties prefer a party.

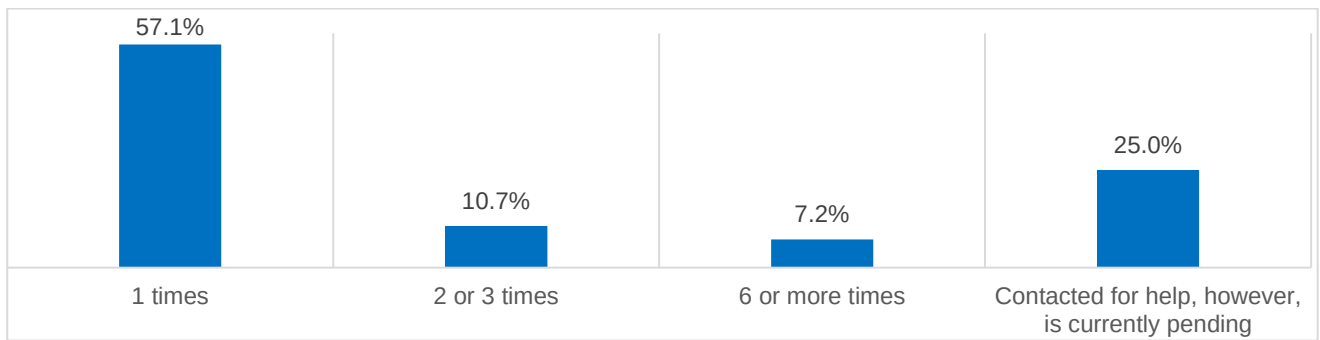
Figure 45. If the Parliamentary Election is due tomorrow, what party will vote?

22 percent of the rural respondents said they would vote MPP if the election would tomorrow, 16.2 percent answered that the DP and 16.3 percent did not vote, but 13.5 percent did not know what to vote.

28 percent or 4.7 percent of the total 600 respondents had contact with a politician or party to assist in resolving personal and business issues related to life.

Figure 46. Which party or party politician wanted help? / for 28 respondents who answered yes to the question above/

42.9% of people received assistance from the DP, 35.7% from the MPP and 17.9% from the both of MPP and DP.

Figure 47. How many times did you get help from this party or politician?

57.1 percent of those who seek assistance and support received once assistance, while 25 percent had been contacted for assistance, but they are still waiting.

CONCLUSION

SICA LLC carried out the **Survey on citizens' political decision-making** in September-November 2019 funded by Konrad-Adenauer-Foundation. The survey aims to define the attitudes towards citizens' current political situation and to identify factors and motivations that affect their decision-making. For the survey methodology, we used the quantitative method and respondents were selected by a multi-stage cluster sampling method. Also, we applied the "List Experiment" piloting method, which has been used internationally for the last years, is the first such survey in Mongolia. A total of 2000 citizens were involved in the survey, representing 4 districts of UB, Uvs and Dundgovi aimags.

58.5 percent of respondents are women, and 41.5 percent are male, is gender as a representative. By the five-year age group, the percentage of 22-34 years higher than those of other age groups. In terms of education, citizens with a bachelor's degree and completed secondary education account for 67.3 percent of the total.

In terms of employment, employees in the private sector are 27.8 percent and 17.6 percent are employed in government organizations. For the average monthly income, 45.8 percent of the respondents had an income of 500 thousand-1 million MNT. 79% of survey respondents said that they connect to the Internet via their mobile devices, which indicates the usage of smartphones and the internet are high. The majority (81 percent) of respondents obtain information from television, while 51.2 percent were from social media.

The following conclusions are being made from the survey findings. These include:

- 132 or 6.6 percent of the surveyed 2000 persons have received gifts, cash, and supplies during the parliamentary election of 2016. Of these, 8 percent of citizens in Ulaanbaatar and 3.3 percent of the rural population have received gifts, cash, and supplies.
- Both two big parties or the MPP and DP have been given gifts. The largest percentage of people who received gifts in UB city and rural answered about they received MPP's gifts. Of course, it is worth noting that the rural sample includes only two aimags, so it could not able to represent the whole country.
- During the parliamentary election of 2016, 37.5 percent of the respondents in UB received gifts of MPPs, 12.5 percent were DP gifts and cash, while 45 percent of rural people received MPP's and DP gave gifts to 35 percent of rural respondents.
- Buying votes is mostly held on the day of election or a week before the election.
- Citizens receive gifts and cash from parties and candidates, but they vote to their desired candidates, indicating that buying votes was unsuccessful.
- Vote-buying attempts are a failure because citizens give their votes secretly. If the majority of our citizens think the government or any political force has been able to find out who they voted for, it indicates that a basis for successful vote-buying is available in Mongolia. However, it is good news that the majority of citizens believe that they voted

for whom. Citizen votes secretly are a way of giving citizens a chance to make a political choice even if they gifted.

- Most of the respondents said they expect from future parliament members to be elected from their election district to take more attention to improve the country's economy and create working places. However, the number of people who wanted personal assistance was relatively less.
- In the last election of 2016, many citizens in UB did not obtain enough information about candidates' platforms. The survey shows that political parties cannot be successful because of giving gifts to citizens.

ИРГЭДИЙН УЛС ТӨРИЙН ШИЙДВЭР ГАРГАЛТЫН СУДАЛГАА



САНАЛ ХУДАЛДАН АВАЛТ БОДИТОЙ ЮУ?

УЛААНБААТАР ХОТ
2019 ОН

АГУУЛГА

АГУУЛГА	1
ХҮСНЭГТ, ЗУРГИЙН ЖАГСААЛТ	2
БҮЛЭГ 1. СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ	4
1.1 Судалгааны зорилго, зорилт	4
1.2 Ач холбогдол	4
1.3 Баримталсан зарчим	5
1.4 Судалгааны арга, зохион байгуулалт	5
1.5 Мэдээлэл цуглуулалт болон мэдээлэл боловсруулалт	9
БҮЛЭГ 2. СУДАЛГААНД ОРОЛЦОГЧДЫН ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ	11
2.1 Судалгаанд хамрагдсан иргэдийн мэдээлэл	11
БҮЛЭГ 3. СУДАЛГААНЫ ЕРӨНХИЙ ҮР ДҮН	14
3.1 Судалгааны үр дүн	14
3.2 Дүгнэлт	27
БҮЛЭГ 4. НЭМЭЛТ АСУУЛТУУД	28
4.1 Улаанбаатар хотын судалгааны үр дүн	28
4.2 Орон нутгийн судалгааны үр дүн	32
ДҮГНЭЛТ	36

ХҮСНЭГТ, ЗУРГИЙН ЖАГСААЛТ

Хүснэгт 1. Судалгааны төрөл	6
Хүснэгт 2. Түүврийн хэмжээг тодорхойлох	6
Хүснэгт 3. Дүүрэг тус бүрийн судалгаанд оролцогчдын тоо	7
Хүснэгт 4. Сум тус бүрийн судалгаанд оролцогчдын тоо.....	7
Хүснэгт 5. Судалгаанд хамрагдсан дүүргийн мэдээлэл.....	8
Хүснэгт 6. Сум тус бүрийн судалгаанд оролцогчдын тоо.....	8
Хүснэгт 7. Киш гридийн арга.....	9
Хүснэгт 8. Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл	11
Хүснэгт 9. Бэлэг авсан эсэх	14
 Зураг 1. Судалгааны арга	5
Зураг 2. Өрхөд суурилсан газарзүйн мэдээллийн системийн зураглал	8
Зураг 3. Судалгаанд оролцогчдын интернэтийн хэрэглээ	12
Зураг 4. Судалгаанд оролцогчдын орон сууцны төрөл	12
Зураг 5. Мэдээлэл авч буй суваг	13
Зураг 6. Сонгуулийн үеэр бэлэг өгсөн эсэх.....	14
Зураг 7. Ямар бэлэг өгсөн талаар	15
Зураг 8. Бэлэг өгсөн хугацаа.....	15
Зураг 9. Аль нам эсвэл намын нэр дэвшигч уг бэлэг эсвэл тусламжийг өгсөн талаар.....	16
Зураг 10. Аль нам эсвэл намын нэр дэвшигч уг бэлэг эсвэл тусламжийг өгсөн талаар, УБ хотын бэлэг сэлт авсан иргэд.....	16
Зураг 11. Хэнд саналаа өгөхөд уг бэлэг эсвэл тусламж нөлөөлсөн эсэх. Орон нутгийн бэлэг сэлт авсан иргэд.....	17
Зураг 12. Хэнд саналаа өгөхөд уг бэлэг нөлөөлсөн эсэх талаар, УБ хотын иргэд	17
Зураг 13. Сонгуулийн бус үеэр аль нэг нам эсвэл улстөрч бэлэг сэлт, бэлэн мөнгө өгсөн эсэх, хувиар	18
Зураг 14. Хэзээ уг бэлэг эсвэл тусламжийг өгсөн талаар, УБ хотын иргэд	18
Зураг 15. Хэзээ уг бэлэг эсвэл тусламжийг өгсөн талаар, орон нутгийн иргэд	18
Зураг 16. Ямар бэлэг өгч байсан талаар, орон нутгийн иргэд	19
Зураг 17. Ямар бэлэг өгч байсан талаар, УБ хотын иргэдийн хувьд	19
Зураг 18. Хэрэв танд 2020 оны УИХ-ын сонгуулиар ямар нэг улстөрч эсвэл нам бэлэг өгвөл яаж нөлөөлөх бол, орон нутгийн иргэдийн хувьд	20
Зураг 19. Хэрэв танд 2020 оны УИХ-ын сонгуулиар ямар нэг улстөрч эсвэл нам бэлэг өгвөл яаж нөлөөлөх бол, УБ хотын иргэдийн хувьд	20
Зураг 20. УИХ-ын сонгуульд санал өгсөн байдал, бэлэг авсан, аваагүй байдлаар, УБ хотын иргэдийн хувьд	21

Зураг 21. УИХ-ын сонгуульд санал өгсөн байдал, бэлэг авсан, аваагүй байдлаар, орон нутгийн иргэдийн хувьд	21
Зураг 22. Таны аль нам эсвэл нэр дэвшигчид саналаа өгснийг засгийн газар эсвэл улс төрийн намууд мэдэх боломжтой юу?	22
Зураг 23. Удахгүй болох 2020 оны УИХ-ын сонгуулийн талаар асууя. Танай тойргоос сонгогдон гарч ирсэн дараагийн гишүүн ямар төрлийн ажилд илүү анхаарал хандуулаасай гэж хүсэж байна вэ?	22
Зураг 24. Сонгуулийн нэр дэвшигчдийн тухай болон тэдний мөрийн хөтөлбөрийн талаар хангалттай мэдээлэл авч чадсан эсэх.	23
Зураг 25. Засгийн газрын үйл ажиллагаа болон улс төрийн тулаар мэдээ, мэдээлэл хэр их авдаг бэ?	24
Зураг 26. Дараах өгүүлбэрүүдтэй санал нийлж буй эсэхийг тодруулахад, орон нутгийн иргэд..	25
Зураг 27. Дараах өгүүлбэрүүдтэй санал нийлж буй эсэхийг тодруулахад, УБ хотын иргэд.....	25
Зураг 28. Улс төрийн хэр их сонирхдог бэ?	26
Зураг 29. 2016 оны УИХ-ын сонгуулиар ямар намын нэр дэвшигчид санал өгсөн бэ?	28
Зураг 30. 2016 оны УИХ-ын сонгуулиар хэнд саналаа өгөхөө хэзээ шийдсэн бэ?	28
Зураг 31. Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн эхний шатанд хэнд саналаа өгсөн бэ?	28
Зураг 32. Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн хоёр дахь шатанд хэнд саналаа өгсөн бэ?	29
Зураг 33. Аль нэг намыг онцолдог эсэх?	29
Зураг 34. Ямар намыг онцолж үздэг вэ? /Тийм гэж хариулсан 19 хувь буюу 265 хүний хувьд/ .	29
Зураг 35. Хэрэв УИХ-ын сонгууль маргааш болох бол ямар намд саналаа өгөх вэ?	30
Зураг 36. Аль нам эсвэл намын улстөрчөөс тусламж хүсэж байсан бэ? /дээрх асуултад тийм гэж хариулсан 30 хүний хувьд/	30
Зураг 37. Хэдэн удаа энэ нам эсвэл улс төрчөөс тусламж авч байсан бэ?	31
Зураг 38. 2016 оны УИХ-ын сонгуулиар санал өгсөн намын нэр дэвшигч	32
Зураг 39. УИХ-ын сонгуулиар хэнд саналаа өгөхөө хэзээ шийдсэн бэ?	32
Зураг 40. Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн эхний шатанд хэнд саналаа өгсөн бэ?	32
Зураг 41. Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн хоёр дахь шатанд хэнд саналаа өгсөн бэ?	33
Зураг 42. Аль нэг намыг онцолдог эсэх?	33
Зураг 43. Ямар намыг онцолж үздэг вэ? /Тийм гэж хариулсан 26.5 хувь буюу 159 хүний хувьд/	33
Зураг 44. Таны онцолдог нам танд хэр их таалагддаг вэ?	34
Зураг 45. Хэрэв УИХ-ын сонгууль маргааш болох бол ямар намд санаалаа өгөх вэ?	34
Зураг 46. Аль нам эсвэл намын улстөрчөөс тусламж хүсэж байсан бэ? /Дээрх асуултад тийм гэж хариулсан 28 хүний хувьд/	34
Зураг 47. Хэдэн удаа энэ нам эсвэл улс төрчөөс тусламж авч байсан бэ?	35

БҮЛЭГ 1. СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

1.1 Судалгааны зорилго, зорилт

Энэхүү судалгааг Конрад-Аденауэр-Сангийн санхүүжилтээр “Эс Ай Си Эй” ХХК нь 2019 оны 9-11 дүгээр сард хийж гүйцэтгэлээ. Судалгааны ажлын зорилго нь иргэдийн улс төрийн өнөөгийн нөхцөл байдалд хандах хандлага, тэдний шийдвэр гаргалтад нөлөөлж буй хүчин зүйлс, идэвх оролцоог тодорхойлоход оршино. Судалгааны зорилгын хэрэгжилтийг хангаж ажиллахын тулд дараах зорилтуудыг дэвшүүлэн ажилсан. **Үүнд:**

- Иргэдийн улс төрийн идэвх, сонирхол ямар түвшинд байгааг тодорхойлох,
- Засгийн газрын үйл ажиллагааны талаар болон бусад улс төрийн мэдээ, мэдээллийг аль эх сурвалжаас, ямар давтамжтайгаар авдаг болохыг тогтоох,
- Иргэдийн улс төрийн шийдвэр гаргалтад нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг тодруулах. Үүнд: 2016 оны УИХ-ын сонгуулиар улс төрийн нам, нэр дэвшигчдийн зүгээс иргэдэд бэлэг сэлт, бэлэн мөнгө өгч тэдний саналыг худалдан авах гэсэн оролдлого хэр их байсан бөгөөд бодитой байсныг тоон үзүүлэлтээр тогтоох,
- Иргэдийн нам, улстөрчдөд итгэх итгэл ямар түвшинд байгааг, ирээдүйд тэднээс юу хүлээж буйг тодруулах юм.

1.2 Ач холбогдол

Сүүлийн жилүүдэд манай улсын сонгууль чөлөөтэй, шударга, ардчилсан явахгүй байна гэсэн шүүмжлэл илбэг сонсогдох болсон. Улстөрчид сонгуулийн болон баяр ёслолын үеэр иргэдэд бэлэг сэлт, бэлэн мөнгө, бараа материал өгч байгаа нь удаа дараа баримтаар нотлогдож, шүүмжлэл дагуулсаар байна. Хэдий хуулиар хорьсон ч гэсэн сонгогчдын саналыг худалдан авч байгаа нь ардчиллын суурь зарчмыг зөрчиж байна хэмээн судлаачид анхааруулсаар байна. Өнгөрсөн 2016 оны сонгуулиар нийт 500 гаруй гомдол ЦЕГ-т ирснээс тодорхой тооны гомдол нь санал худалдан авалттай холбоотой байсан талаар мөн олон улсын сонгуулийн ажиглагчид мэдэгдэж байв. Гэвч санал худалдан авалт хэр газар авсан, бодитой хэрэгждэг эсэх талаар олон нийтийг хамарсан статистикийн судалгаа хараахан хийгдэж байгаагүй юм. Мэдээж бэлэг сэлт авсан л бол саналаа зарсан гэж дүгнэх нь ташаа ойлголт. Бэлэг авчхаад хүссэн нэр дэвшигчдээ саналаа өгөх эрх, боломж онолын хувь иргэдэд нээлттэй бий. Тиймээс бэлэг авсан, санал зарсан гэх хоёр ойлголтыг тус тусад нь авч үзэж судлах нь уг судалгааны ажлын нэг чухал зорилго байлаа. Санал худалдан авалт үнэхээр бодитой хэрэгжиж, олон иргэд дуу хоолой, үзэл бодлоо мөнгөөр сольж байгаа нь нотлогдох аваас манай улсын ардчилал гүн хямралд орсныг илчлэх юм. Харин санал худалдан авах гэсэн оролдлого ихэнхдээ амжилтгүй байсан нь нотлогдвол, уг стратегийг хэрэглэдэг улстөрчид мөнгө хөрөнгөө өөр зүйлд зарцуулсан нь тэдэнд ашигтай гэдгийг нотлох билээ. Энэ тайландаа бид уг судалгааны зөвхөн анхан шатны нэгтгэсэн (aggregate) үр дүнг танилцуулж байна. Дараагийн тайландаа судалгааны дата-г илүү гүнзгий статистикийн арга хэрэглэж, нарын асуултуудад хариулах болно.

1.3 Баримталсан зарчим

Судалгааны ажлын мэдээлэл цуглуулах, тайлагнах явцад дараах зарчмыг баримталж ажилласан. Үүнд:

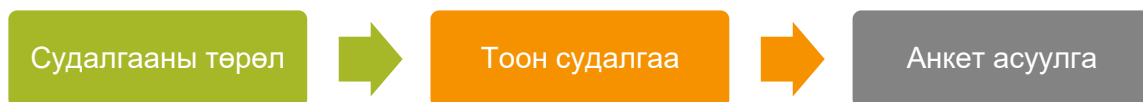
- Шинжлэх ухааны үндэслэлтэй, нэгдсэн арга зүйг ашиглах,
- Судалгаанд оролцогчдын мэдээллийн нууцлалыг хадгалах,
- Бүх ойлголт, тодорхойлолтууд нь оролцогч талуудад /тухайлбал, асуулга боловсруулагчид, мэдээлэл цуглуулагчид болон мэдээлэлд дүн шинжилгээ хийх ажилтнууд/ ойлгомжтой, тодорхой байх,
- Судалгаагаар цуглуулсан мэдээлэл нь зорилгодоо нийцсэн, үнэн зөв байх,
- Судалгааны үр дүн, тайлан нь тодорхой ойлгомжтой байх,
- Шударга байх,
- Тэгш байдлыг хангасан байх,
- Хөндлөнгийн хараат бус байх зэрэг болно.

Үндсэн ойлголт тодорхойлолт гэдэг нь судалгааны зорилгод нийцсэн судалгааны нэгж болон судалгааны мэдээлэлд үндэслэн тооцох үзүүлэлтүүдийн тодорхойлолт юм.

1.4 Судалгааны арга, зохион байгуулалт

Бид энэхүү иргэдийн улс төрийн шийдвэр гаргалтын судалгаанд тоон судалгааны аргыг ашигласан.

Зураг 1. Судалгааны арга



Тоон судалгааны тухай

Статистик арга, аргачлалын дагуу түүвэрлэн авсан өрхийн төлөөллөөс судалгааны зорилгыг хангах асуултуудыг багтаасан асуумжийн дагуу бэлтгэгдсэн судлаач (мэдээлэл цуглуулагч) тухайн оролцогчоос батлагдсан асуулгын хуудасны асуултуудыг нэг бүрчлэн асууж, зориулалтын программд бөглөх зарчмаар мэдээллийг цуглуулсан.

Тоон судалгаанд иргэдийг хамруулахдаа тухайн орон нутагт харьяалах иргэдийн төлөөллийг хүн амын тоо, хэмжээнээс хамааран пропорциональ байдлаар хуваарилсан.

Судалгааны түүвэрлэлт

Энэхүү судалгаа нь Улаанбаатар хотын 4 дүүргийн 37 хороо, Увс болон Дундговь аймгийн тус бүр 3 сумын хэмжээнд хийгдсэн бөгөөд бид судалгааны хамрах хүрээг дараах байдлаар тодорхойлсон.

Хүснэгт 1. Судалгааны төрөл

№	Судалгааны төрөл	Түүврийн нэгж	Хамрах хүрээ		
			Байршил	Дүүрэг	Хамруулах хороо/сум-ын тоо
1	Тоон судалгаа	Иргэдийн төлөөлөл	УБ хот	БЗД	14 хороо
				БГД	10 хороо
				ЧД	8 хороо
				Налайх	3 хороо
			Орон нутаг	Увс	3 сум
				Дундговь	3 сум

Аливаа судалгааны түүвэрлэлтийн загварт тухайн судалгааны зорилго, хамрах хүрээ, цаг хугацаа, зардлын хэмжээ зэргээс шалтгаалан түүврийн хэмжээ, түүвэрлэлт хийх арга зүй, техник ямар байх нь тогтоогддог.

Энэхүү судалгаанд олон шатлалт бүлэглэн түүвэрлэх түүврийн арга илүү зохимжтой ба судалгааны тавьсан зорилтод хамгийн тохиромжтой гэж үзсэн болно.

Түүврийн хэмжээ

Судалгааны эх олонлог нь Улаанбаатар хотын 4 дүүрэг болон орон нутгийн 2 аймгийн нийт өрхийн тоо түүврийн эх олонлогоо төлөөлөх чадварыг үндэслэн дараах томъёогоор түүврийн хэмжээг тодорхойлсон. Үүнд:

$$n = \left(\frac{z^2 \times P_0 \times (1 - P_0)}{e^2} \right) \times Deff \quad (1)$$

- z – 95 хувийн ач холбогдлын түвшин дэх t статистикийн тархалтын утга ($z = s1.96$)
- P_0 – түлхүүр үзүүлэлтийн хувийн жин. Түлхүүр үзүүлэлтийн хувьд Улаанбаатар хотын гэр хорооллын өрхийн хувиар тооцсон. ($P_0 = 0.56$)
- e – таамаглаж байгаа алдааны хязгаарыг аль болох бага хэмжээтэйгээр авдаг бөгөөд практикт 5-15 хувийн алдаатай байхад судалгааны үр дүнг ашиглаж болдог ($e = 0.05$).
- $deff$ – кластерын нөлөө байгаа үед энэ утгыг өмнө үеийн утгаар эсвэл өмнө нь ямар нэгэн ижил төстэй судалгаа явагдаж байгаагүй тохиолдолд 2-той тэнцүү байна гэж таамагладаг ($deff = 2$)

Хүснэгт 2. Түүврийн хэмжээг тодорхойлох

	Z^2	p	$1-p$	$e(a)$	$e^2(a)$	n	$Deff$	n^*
Sample size	3.84	0.63	0.38	0.03	0.00090	1000	2	2000
Total								2000

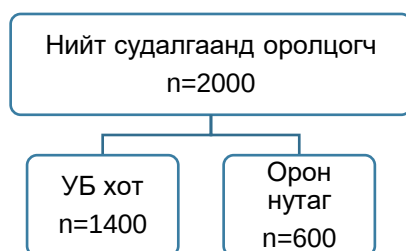
Судалгааны зорилтот оролцогч болон онцлогоос шалтгаалан эхлээд хот, хөдөө хоёрдугаарт дүүрэг (сум), гуравдугаарт хороог (баг), дөрөвдүгээрт өрхийг сонгох гэсэн 4 үе шаттайгаар түүврийг хийсэн. Энэ нь гадаад орнууд, МУ-ын Үндэсний статистикийн хорооноос зохион байгуулдаг өрхийн нийгэм, эдийн засгийн судалгаа болон бусад төрлийн ижил төстэй судалгааны туршлагаар батлагдсан арга юм.

Түүврийн хуваарилалт, түүвэр хийх үе шат

Судалгаанд хамрагдах хүнийг сонгохдоо өрхөд суурилсан байдлаар зохион байгуулсан бөгөөд өрхөөс 22 нас хүрсэн аль нэг гишүүнийг сонгон судалгаанд хамруулсан. Судалгаанд оролцогч болон өрхийг сонгохдоо дараах үе шатны ажлыг гүйцэтгэсэн.

Түүвэрлэлтийн 1-р шат

Судалгааны түүврийн эхний алхам болох түүврийн хүрээг тодорхойлох нь маш чухал юм. Энэхүү судалгаанд Улаанбаатар хот болон хөдөө орон нутгийн төлөөллийг хамруулахыг зорилгоо. Дээрх тооцооны хувьд өрхийн түүврийн хэмжээ 2000 байгаа бөгөөд түүврийн анхан шатны нэгжид дараах байдлаар хуваарилагдсан.

**Түүвэрлэлтийн 2-р шат**

Түүврийн дараагийн алхмаар Улаанбаатар хотын хувьд дүүрэг, хөдөө орон нутгийн хувьд аймгийг сонгосон. Улаанбаатар хотын 4 дүүргээс нийт 1400 иргэнийг судалгаанд хамруулсан бөгөөд хөдөө орон нутгийн 2 аймгийн 6 сумын 600 иргэдээс судалгааг авсан. Дүүрэг болон сум тус бүрээс судалгаанд хамрагдах иргэдийн тоог гаргахдаа өнгөрсөн оны нийт өрхийн тоонд үндэслэн пропорциональ байдлаар тооцоолсон.

Хүснэгт 3. Дүүрэг тус бүрийн судалгаанд оролцогчдын тоо

№	Дүүрэг	Нийт өрхийн тоо	Судалгаанд оролцогчдын хувь	Судалгаанд оролцогчдын тоо
1	БЗД	95714	46.5%	651
2	БГД	59536	28.9%	405
3	ЧД	40017	19.4%	272
4	Налайх	10606	5.2%	72
Нийт		205873	100%	1400

Хүснэгт 4. Сум тус бүрийн судалгаанд оролцогчдын тоо

№	Орон нутаг	Нийт өрхийн тоо	Судалгаанд оролцогчдын хувь	Судалгаанд оролцогчдын тоо
1	Увс	22047	50%	300
2	Дундговь	41863	50%	300
Нийт		63910	100%	600

Түүвэрлэлтийн 3-р шат

Улаанбаатар хотын хувьд судалгааны түүвэрт сонгогдсон 4 дүүргээс судалгаанд хамруулах хороог сонгохдоо орон сууцны төрөлд үндэслэн 3 хуваан авч үзсэн.

Үүнд: Нийслэлийн статистикийн мэдээллийн сангийн орон сууцны төрөл а) Байшин хороолол б) Гэр хороолол в) Холимог сууц гэсэн ангиллын дагуу хороог 3 хэсэгт хуваасан. Нийт 4 дүүргийн 76 хороог сууцны төрлөөр бүлэглэсний дараа нийт өрхийн тоогоор эрэмбэлэн санамсаргүй байдлаар 50 хувь буюу 37 хороог сонгон судалгаанд хамруулсан.

Хүснэгт 5. Судалгаанд хамрагдсан дүүргийн мэдээлэл

№	Дүүрэг	Нийт хорооны тоо	Бүх иргэд байшинд амьдарч буй хорооны дугаар	Бүх иргэд гэрт амьдарч буй хорооны дугаар	Иргэд байшин, гэрт холимог амьдарч буй хорооны дугаар
1	БЗД	14	3,7,18	12,21,14,28	2,5,10,13,16,19,25
2	БГД	10	2,12, 15, 19	22	3,6,9,11,20
3	ЧД	8	1,3, 5	7,10,13,17	15
4	Налайх	3	1	4	5
Нийт		37	11	12	14

Хүснэгт 6. Сум тус бүрийн судалгаанд оролцогчдын тоо

№	Аймаг	Судалгаанд хамрагдах сум	Судалгаанд оролцогчдын тоо
1	Увс	Улаангом	150
		Түргэн	75
		Малчин	75
2	Дундговь	Мандалговь	150
		Гурвансайхан	75
		Адаацаг	75
Нийт	2 аймаг	6 сум	600 оролцогч

Түүвэрлэлтийн 4-р шат

Судалгааны анхан шатны нэгж болох өрхийг сонгогдсон хороо, сумдын газар зүйн мэдээллийн системд үндэслэн санамсаргүй байдлаар түүвэрлэсэн. Санамсаргүй байдлаар өрхийг сонгон тухайн айлын хаягийн дагуу өрх дээр очин судалгааг авсан.

Зураг 2. Өрхөд суурилсан газарзүйн мэдээллийн системийн зураглал



Судалгааны мэдээлэл цуглуулах үе шатанд өрхөд ороод зорилтот хэрэглэгчээ сонгож судалгаанд хамруулахад **Киш гридийн** аргаар сонгосон.

Хүснэгт 7. Киш гридийн арга

Өрхийн 22 болон түүнээс дээш настай гишүүдийн тоо	Өрхийн дугаар	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	-	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2
3	-	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1
4	-	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
5	-	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3
6	-	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1
7	-	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5
8	-	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4
9	-	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2
10	-	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1

Энгийн санамсаргүй түүврийн аргын хувьд судалгаанд сонгогдох иргэн санамсаргүй байх сонголтод ашиглагддаг. Энэ аргыг хэрэглэснээр судалгаанд хамрагдсан иргэд насанд хүрсэн ам бүлийн гишүүд бүгд ижил магадлалтай сонгогдох боломжийг бүрдүүлэх ба эцэг эх, нөхөр эхнэр, үр хүүхэд болон хүйсийн байдал, хөдөлмөр эрхлэлт, боловсрол гэх мэт үндсэн шаардлагууд эх олонлогийн шинж тэмдгийг бүрэн төлөөлж чадахуйц байдлаар сонгогддоогоороо сайн талтай. Киш гридийн аргын сонголт нь судлаач сонгогдсон өрхүүдийн хувьд эхний өрхийн насанд хүрсэн ам бүлийн гишүүдийн эхний буюу өрхийн тэргүүлэгчийг, дараагийн өрхийн хувьд 2 дахь гишүүнийг гэх мэт сонгож судалгаанд хамруулдгаараа онцлог юм.

1.5 Мэдээлэл цуглуулалт болон мэдээлэл боловсруулалт

Мэдээлэл цуглуулалт

Тоон судалгааны мэдээлэл цуглуулах ажлыг дараах хугацаанд хийж гүйцэтгэлээ. Үүнд:

- Хөдөө орон нутгийн 600 иргэний мэдээлэл цуглуулалтыг 2019 оны 10-р сарын 24-ны өдрөөс 11-р сарын 06-ны өдөр 6 судлаачийн бүрэлдэхүүнтэй хийж гүйцэтгэсэн.
- Улаанбаатар хотын 1400 иргэний мэдээлэл цуглуулалтыг 2019 оны 10-р сарын 24-ны өдрөөс 11-р сарын 20-ны өдөр 8 судлаачийн бүрэлдэхүүнтэй хийж гүйцэтгэсэн.

Судалгааны мэдээлэл цуглуулалт хийх хугацаанд судлаач нарт сургалт зохион байгуулан өмнөх туршилтын судалгаанд гарсан алдаа дутагдал, анхаарах асуудлыг нэг бүрчлэн тайлбарлаж сануулахын хамт асуулгын хуудсанд орсон өөрчлөлтийг тайлбарлан дадлагажуулж ажилласан болно.

Үйл ажиллагаанд тавих хяналт, мэдээллийн аюулгүй байдал

Манай компани нь судалгааны үйл ажиллагаанд “Зах зээлийн, олон нийтийн санаа бодол, нийгмийн судалгаа, нэр томъёоны тайлбар толь, үйлчилгээнд тавигдах шаардлага MNS ISO 20252:2012” Монгол Улсын стандартыг баримтлан ажилладаг. Энэхүү стандартын дагуу хяналтын үйл ажиллагааг доорх схемээр хэрэгжүүлдэг.

Мэдээллийн нууцлал, аюулгүй байдал, хадгалалт, хамгаалалт

Мэдээллийн аюулгүй байдлыг хангах хүрээнд захиалагч байгууллагаас ирүүлэх зааварчилгааг бүрэн дагаж ажилсан болно. Мөн мэдээллийн аюулгүй байдал, нууцлалыг хангах зорилгоор асуулгын хуудас, мэдээллийн бааз зэргийг бүрэн нууцалж ажилсан ба эдгээртэй ажиллах ажилтнуудтай нууц хадгалах тусгайлсан гэрээг гүйцэтгэгч компаниас хийж хяналт тавьж ажилсан.

Мэдээлэл боловсруулалт

Мэдээлэл боловсруулах үе шатанд дараах программ хангамжийг ашигласан.

- Мэдээллийн оруулах, алдааг шалгах: **CS Pro 7.1**
- Мэдээлэл боловсруулах: **SPSS Software 25.0, IBM8 SPSS, STATA**
- Тайлан боловсруулах: **MS-Office 2016**

Мэдээллийн оруулах, алдааг шалгах: CS Pro 7.1

Судалгааны мэдээллийг SICA төв сервер рүү илгээх бүрд мэдээллийн сангийн менежер тусгайлан боловсруулсан алдаа шалгах программ хангамжийг ашиглан алдааны протоколыг уншуулан гарсан алдааг судалгааны багт мэдээлэн засварлуулах арга хэмжээг тухай бүр авна.

Мэдээлэл боловсруулах: SPSS Software 25.0, IBM8 SPSS, STATA

Судалгааны мэдээлэл оруулах үе шатнаас эхлэн анхдагч засварлалт, ахисан шатны хяналтууд хийгдэж эхэлнэ. Асуулгын хуудсанд нийцүүлэн өөрчилсөн нэмэлт хүснэгтүүдийг Нийгмийн шинжлэх ухаанд ашигладаг статистикийн багц программ SPSS 25.0-ийг ашиглан боловсруулна.

Тайлан боловсруулах: MS-Office 2016

Тайлан боловсруулах шатанд MS-Office 2016 программын Word, Excel, Powerpoint программ хангамжийг ашиглана.

БҮЛЭГ 2. СУДАЛГААНД ОРОЛЦОГЧДЫН ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

2.1 Судалгаанд хамрагдсан иргэдийн мэдээлэл

Энэ хэсэгт судалгаанд оролцогчдын хүйс, нас, боловсрол, хөдөлмөр эрхлэлтийн байдлыг нэгтгэн харууллаа.

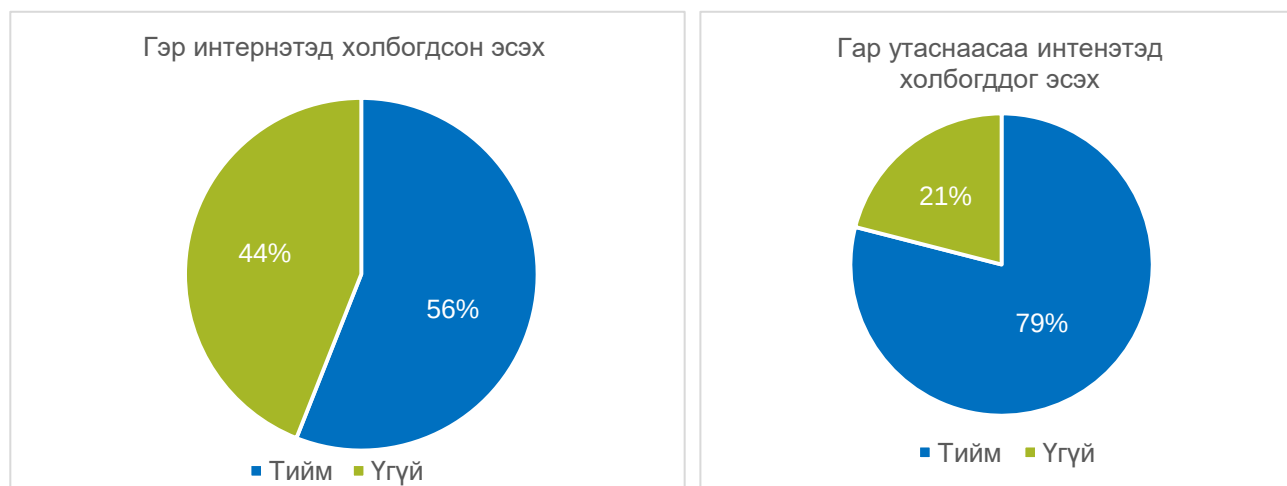
Судалгаанд оролцогчдыг насны бүлгээр авч үзэхэд 22-34 насныхан бусад насны бүлэгтэй харьцуулахад өндөр хувьтай хамрагдсан байна. Хүйсийн хувьд эмэгтэйчүүд бага зэрэг илүү оролцсон байна. Харин боловсролын хувьд бакалавр болон бүрэн дунд боловсролтой иргэд нийлээд 67.3 хувийг эзэлж байна. Хөдөлмөр эрхлэлтийн хувьд хувийн хэвшилд ажилладаг иргэд 27.8 хувь, төрийн байгууллагад ажилладаг иргэд 17.6 хувьтай байна. Өрхөд амьдарч буй насанд хүрэгчдийн тоог судлахад 50.8 хувь буюу талаас илүү өрхөд нь 2 насанд хүрэгч амьдарч байна. Өрхийн сарын дундаж орлогын хувьд судалгаанд хамрагдсан оролцогчдын 26 хувь нь 500 мянган төгрөг хүртэлх орлоготой, 31.9 хувь нь 501-800 мянган төгрөг, 13.9 хувь нь 801-1 сая төгрөг хүртэлх орлоготой бол 30.3 хувь нь 1 сая төгрөгөөс дээш өрхийн орлоготой байгаа нь үр дүнгээс харагдаж байна.

Хүснэгт 8. Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл

№	Ерөнхий мэдээлэл	Үзүүлэлт	Давтамж	Хувь
1	Насны бүлэг	22-34 настай	894	44.6%
		35-44 настай	383	19.1%
		45-54 настай	313	15.7%
		55-64 настай	261	13.1%
		65-аас дээш настай	149	7.5%
2	Хүйс	Эрэгтэй	829	41.5%
		Эмэгтэй	1171	58.5%
3	Боловсрол	Бага	46	2.3%
		Бүрэн бус дунд	210	10.4%
		Бүрэн дунд	539	27.0%
		Техник болон мэргэжлийн дунд /МСҮТ/	77	3.9%
		Тусгай мэргэжлийн дунд	132	6.6%
		Дипломын болон бакалавр	846	42.3%
		Магистр	139	7.0%
		Доктор	11	0.5%
4	Хөдөлмөр эрхлэлтийн байдал	Хариулаагүй	3	0.2%
		Хөдөлмөрийн бэрхшээлтэй	36	1.8%
		Малчин	61	3.1%
		Оюутан	83	4.2%
		Төрийн бус байгууллагад ажилдаг	100	5.0%
		Ажилгүй	217	10.9%
		Тэтгэвэрт гарсан	289	14.5%
		Хувиараа бизнес эрхэлдэг	304	15.2%
		Төрийн байгууллагад ажилладаг	352	17.6%
		Хувийн хэвшилд ажилладаг	555	27.8%
		1 насанд хүрэгчтэй	149	7.5%
5	Өрхөд байгаа насанд хүрэгчдийн тоо	2 насанд хүрэгчтэй	1016	50.8%
		3 насанд хүрэгчтэй	486	24.3%
		4 насанд хүрэгчтэй	245	12.3%
		5 насанд хүрэгчтэй	72	3.6%
		6 насанд хүрэгчтэй	24	1.2%

		7 насанд хүрэгчтэй	3	0.2%
		8 насанд хүрэгчтэй	2	0.1%
		12 насанд хүрэгчтэй	1	0.1%
		Хариулаагүй	2	0.2%
6	Өрхийн сарын дундаж орлого	300,000 ₮ хүртэл	192	9.6%
		301,000-400,000 ₮ хүртэл	178	8.9%
		401,000-500,000 ₮ хүртэл	150	7.5%
		501,000-600,000 ₮ хүртэл	210	10.5%
		601,000-700,000 ₮ хүртэл	153	7.7%
		701,000-800,000 ₮ хүртэл	171	8.6%
		801,000-900,000 ₮ хүртэл	101	5.1%
		901,000-1,000,000 ₮ хүртэл	176	8.8%
		1,001,000-1,100,000 ₮ хүртэл	138	6.9%
		1,100,000 ₮-с дээш	468	23.4%
		Мэдэхгүй	32	1.6%
		Хариулаагүй	31	1.6%

Зураг 3. Судалгаанд оролцогчдын интернэтийн хэрэглээ



Судалгаанд оролцогчдын 56 хувийнх нь гэр интернэтэд холбогддог бол 79 хувь гар утаснаасаа интернэтэд холбогдож байна. Гар утаснаасаа интернэтэд холбогддог оролцогчийг насны бүлгээр харьцуулан авч үзвэл 54.6 хувь нь 22-34 насныхан, 20.3 хувь нь 35-44 насныхан, 12.9 хувь нь 45-54 насныхан байна. Үүнээс харахад насны бүлгээс үл хамааран гар утаснаасаа интернэтэд холбогддог болсон нь харагдаж байна.

Зураг 4. Судалгаанд оролцогчдын орон сууцны төрөл



Орон сууцны төрлийн хувьд судалгаанд оролцогчдын 46.8 хувь нь нийтийн орон сууцанд амьдарч байгаа бол 52.4 хувь гэр хороололд амьдарч байна. Судалгааны түүврийн дагуу орон сууцны хороолол болон гэр хороололд амьдарч буй иргэдийн оролцсон хувь харьцангуй тэгш байна.

Зураг 5. Мэдээлэл авч буй суваг



Судалгаанд оролцогчдын дийлэнх буюу 81 хувь нь зурагтаас мэдээлэл авч байгаа бол 51.2 хувь нь сошиал олон нийтийн сайтаас мэдээлэл авч байна. Дээрх асуулт нь олон сонголттой хариулттай тул нийлбэр 100 хувиас их гарч байгаа нь зүйтэй юм.

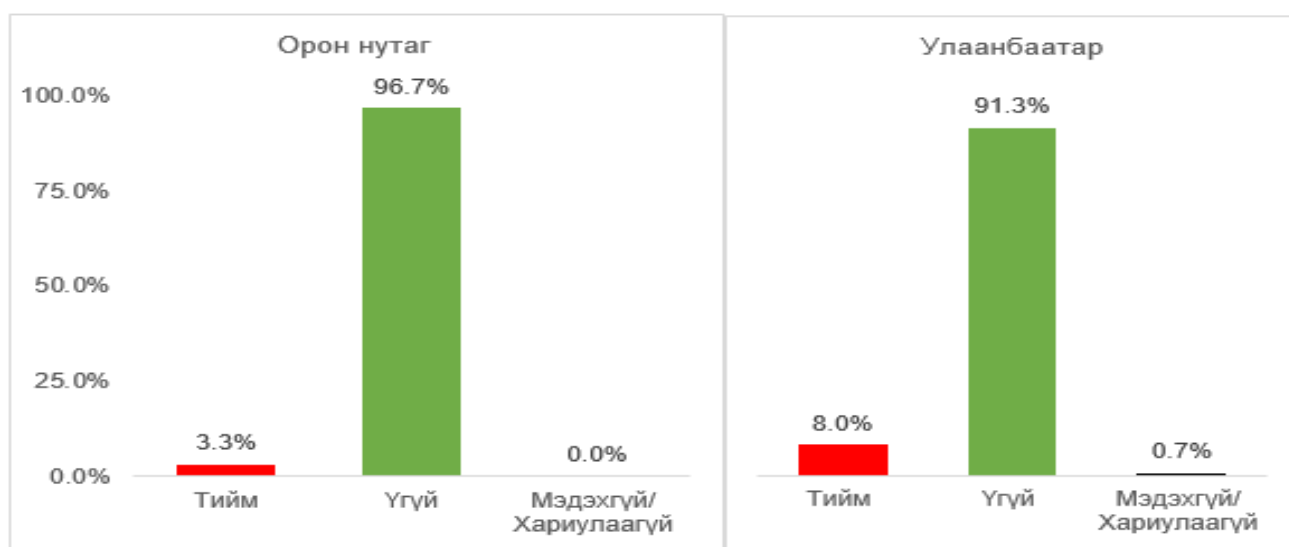
БҮЛЭГ 3. СУДАЛГААНЫ ЕРӨНХИЙ ҮР ДҮН

Энэ бүлэгт судалгааны гол асуулт болох санал худалдан авалттай холбоотой бэлэг сэлт, бэлэн мөнгө авсан эсэх, авсан бол аль намаас, хэзээ авсан талаар мэдээлэл орууллаа.

3.1 Судалгааны үр дүн

Зураг 6. Сонгуулийн үеэр бэлэг өгсөн эсэх

Нам, улс төрчийн зүгээс танд сонгуулийн үеэр бэлэг өгсөн үү?

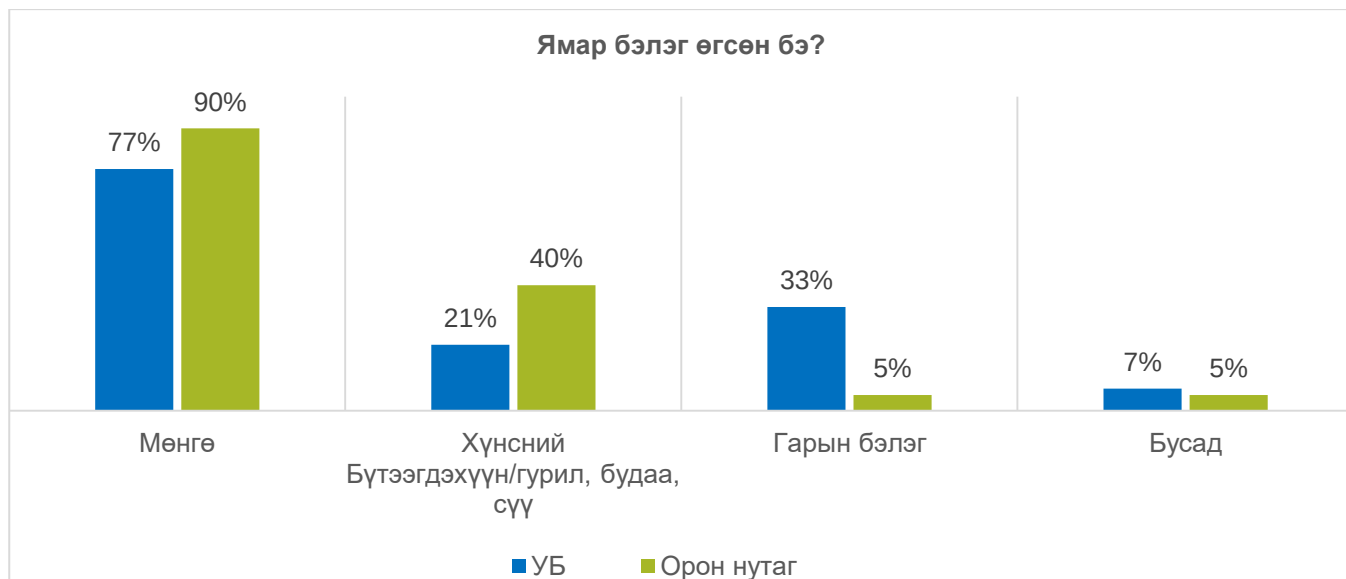


Судалгаанд оролцсон нийт 2000 хүнээс 132 буюу 6.6 хувь нь өнгөрсөн 2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр ямар нэгэн нам, улстөрчийн зүгээс бэлэг сэлт, бэлэн мөнгө, бараа материал авсан гэж хариулжээ. Харин Улаанбаатар хотын иргэдийн 8 хувь нь сонгуулийн үеэр бэлэг авсан бол уг тоо нь орон нутагт 3.3 хувь байна. Улаанбаатар хотын дүүргүүдээс БГД-ийн судалгаанд хамрагдсан иргэдийн 9 хувь сонгуулийн үеэр бэлэг авсан нь бусад дүүргүүдээс хамгийн өндөр хувьтай байна.

Хүснэгт 9. Бэлэг авсан эсэх

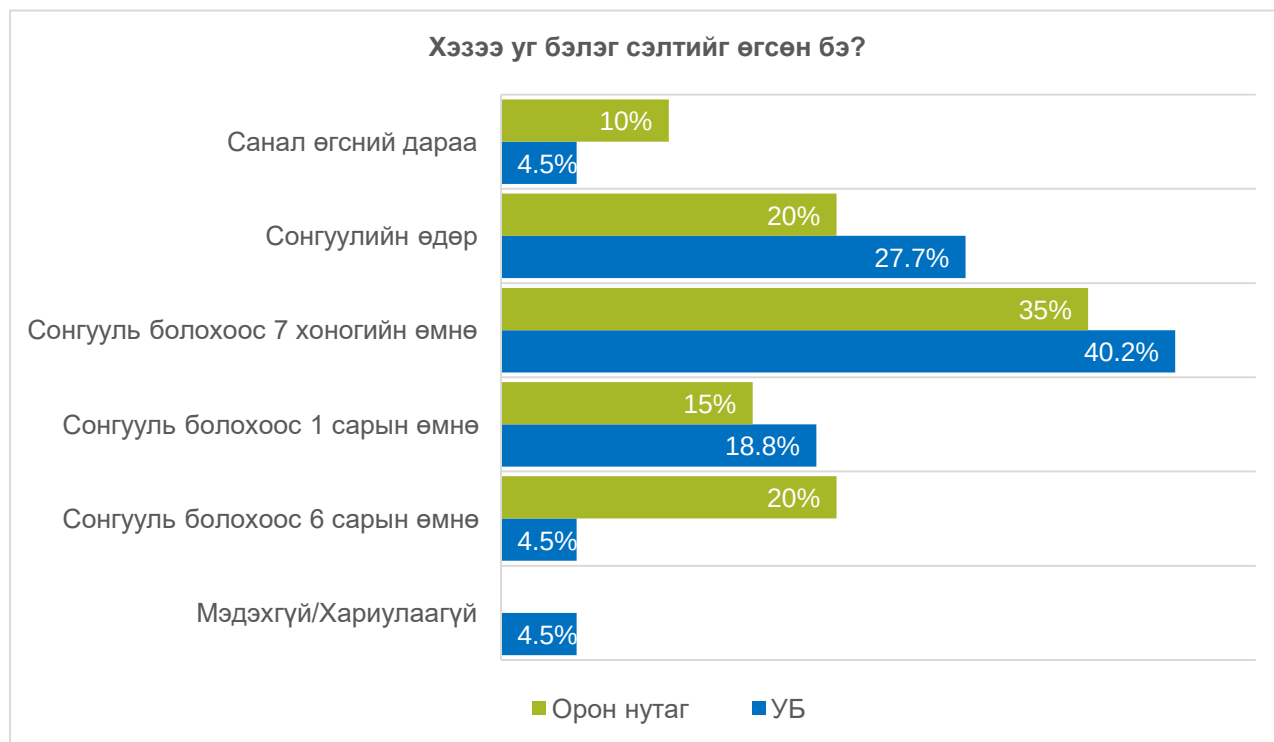
№	Байршил	Бэлэг авсан	Бэлэг аваагүй	Мэдэхгүй/ Хариулаагүй	Бэлэг авсан хувь
1	БЗД	46	602	4	7.0%
2	БГД	39	362	4	9.0%
3	ЧД	22	247	2	8.0%
4	Налайх	5	67	0	7.0%
УБ нийт		112	1278	10	8.0%
5	Увс	7	293	0	2.3%
6	Дундговь	13	287	0	4.3%
ОН нийт		20	580	0	3.3%

Зураг 7. Ямар бэлэг өгсөн талаар



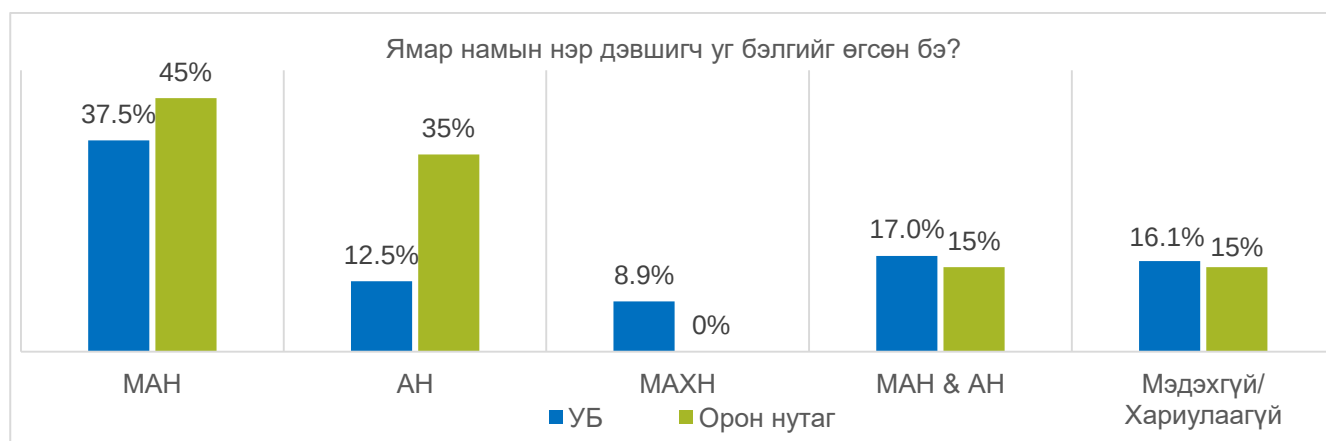
Дээрх хариулт зөвхөн бэлэг сэлт авсан хүмүүсийн хувьд тооцсон үр дүн болно. Асуулт олон сонголттой тул 1-3 хүртэлх хариултыг бичиж, нийлбэр нь 100 хувиас их гарч байгааг анхаарна уу. Өнгөрсөн 2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр улстөрчийн зүгээс иргэдэд өгсөн бэлэг сэлтийн хамгийн нийтлэг хэлбэр нь бэлэн мөнгө байсан бөгөөд иргэдийн авсан мөнгөн дүн 10,000₮-50,000₮-т хэлбэлзэж байна. Төрөл бүрийн хүнсний бүтээгдэхүүн мөн гарын бэлэг өгсөн байна. Жишээлбэл: гарын бэлэгт календарь, цаг, данх, аяга, хичээлийн хэрэгсэл, торго гэх мэт зүйлс багтаж байсан бол хүнсний бүтээгдэхүүнд боов, сахар, будаа, гурил, чихэр гэх мэт зүйлс оржээ. Орон нутагт хүнсний бүтээгдэхүүнийг УБ хотоос харьцангуй илүү өгсөн байгаа нь ажиглагдаж байна.

Зураг 8. Бэлэг өгсөн хугацаа



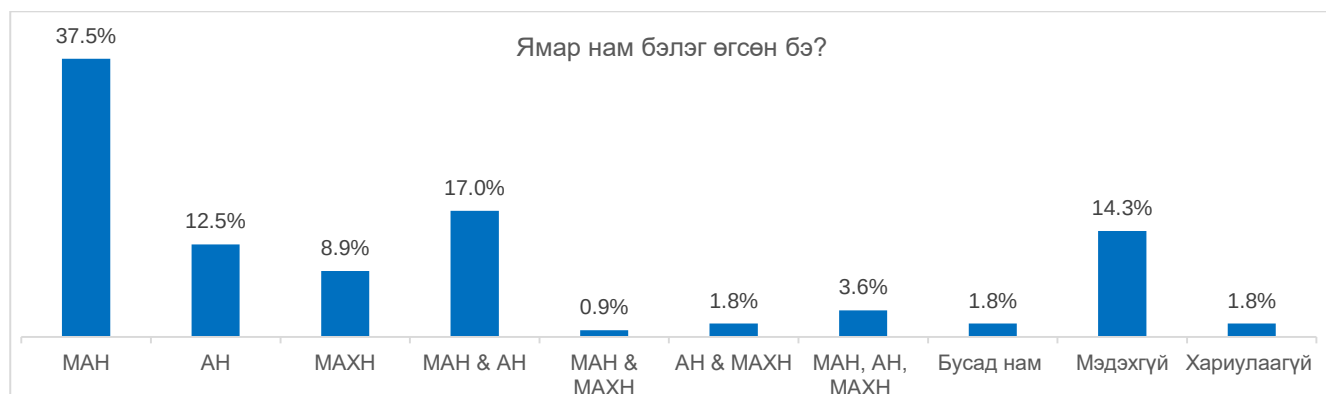
Зураг 7-д харуулсанчлан иргэдийн дийлэнх олонх нь сонгуулийн өдөр эсвэл сонгууль болохоос нэг сарын өмнө бэлэг сэлт авсан байна. Сонирхолтой нь УБ хотын бэлэг авсан иргэдийн маш цөөн хувь нь буюу ердөө 9 хувь нь л сонгууль болохоос 6 сарын өмнө эсвэл санал өгсний дараа бэлэг авсан байхад орон нутагт уг тоо нь 30 хувь байна. Хөдөө орон нутагт бэлэг тараалт, санал өгөх өдөр хоёрын хооронд урт хугацаа өнгөрч байгаа нь хоёр шалтгаантай байж болох юм. Нэгт, орон нутагт хүн ам цөөн тул бэлэг өгч авч буй хүмүүс бие биеэ таньдаг байх магадлал өндөр. Тиймээс бэлэг өгч буй хүн бэлэг аваад сонгуулиар саналаа солино гэсэн найдлага өндөртэй байж магадгүй юм. Ийм тохиолдолд сонгууль болохоос урт хугацааны өмнө бэлэг өгөх магадлалтай. Хоёрт, хэрэв тухайн улстөрч нь УБ хотоос орон нутагт өөрийн биеэр очиж, эсвэл хотоос төлөөлөгчдөө томилон явуулж бэлэг тараадаг тохиолдолд мэдээж сонгууль болохоос аль болох эрт уг ажлаа эхлүүлдэг байх магадлалтай юм.

Зураг 9. Аль нам эсвэл намын нэр дэвшигч уг бэлэг эсвэл тусламжийг өгсөн талаар



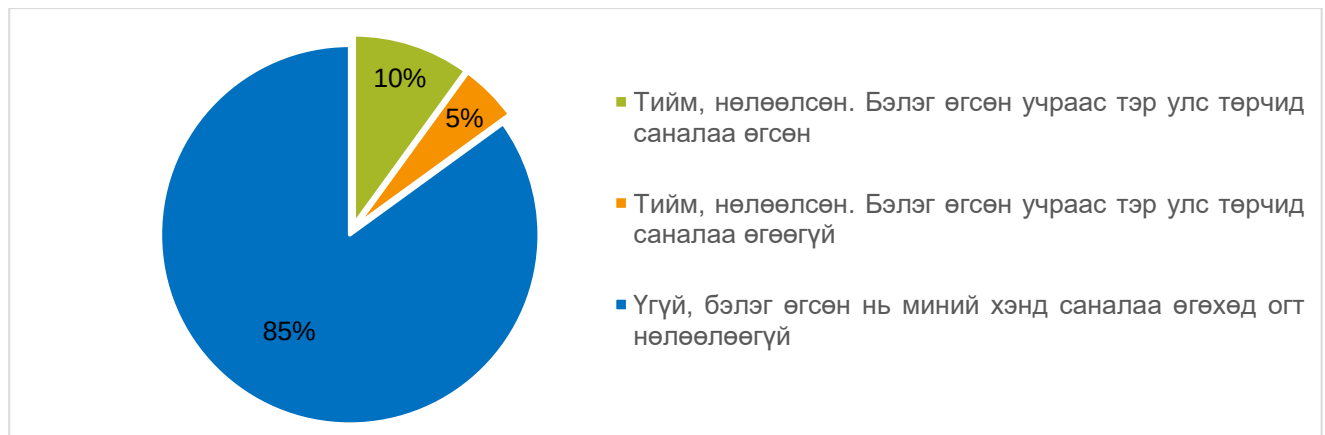
Бэлэг сэлт авсан иргэдийн олонх нь МАН, АН эсвэл хоёр том нам аль аль нь бэлэг өгсөн гэж хариулсан байна. УБ хот болон орон нутагт бэлэг авсан иргэдийн хамгийн олон хувь нь МАН-ыг бэлэг өгсөн гэж нэрлэжээ. Мэдээж орон нутгийн түүвэрт зөвхөн 2 аймаг багтсан тул уг тоо нь нийт улс орныг төлөөлөх боломжгүй гэдгийг анхаарна уу. Тэр тусмаа МАН Увс аймагт бусад намаас илүү хүчтэй байдаг тул уг судалгаанд бусад намын бэлэг тараалт орон нутагт харьцангуй бага тусгагдсан байх магадлалтай. Мэдээж сонгуулийн өрсөлдөөн ямар байдгаас шалтгаалаад аймаг тус бүрд намуудын бэлэг тараалт өөр байх магадлалтай.

Зураг 10. Аль нам эсвэл намын нэр дэвшигч уг бэлэг эсвэл тусламжийг өгсөн талаар, УБ хотын бэлэг сэлт авсан иргэд



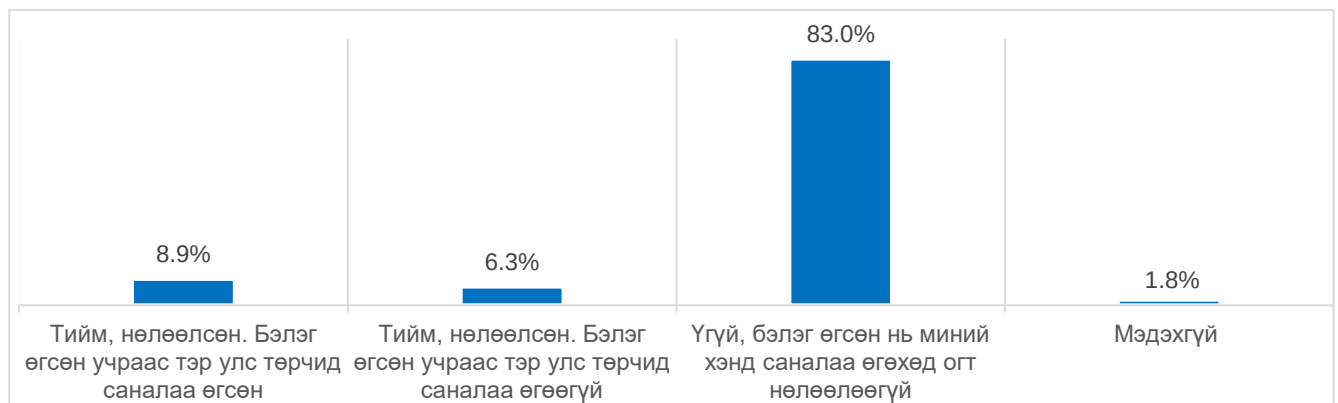
Харьцангуй олон намууд УБ хотод бэлэг тараасан нь зураг 9-д харагдаж байна. УБ хотын хувьд МАН бусад намаас илүү олон хүнд бэлэг тараасан гэж манай судалгаанд тусгагдсан бөгөөд зарим иргэдийн хувьд нэг намаас гадна олон намаас зэрэг бэлэг авсан байгаа нь анхаарал татаж байна. Тухайлбал УБ хотын бэлэг сэлт авсан иргэдийн 17 хувь нь МАН, АН хоёрын аль алинаас нь бэлэг авсан бол 1.8 хувь нь АН болон МАХН, 3.6 хувь нь МАН, АН, МАХН-с бэлэг авсан байна. Мөн харьцангуй олон тооны буюу 14.3 хувь нь ямар намаас бэлэг авснаа мэдэхгүй гэж хариулжээ.

Зураг 11. Хэнд саналаа өгөхөд уг бэлэг эсвэл тусламж нөлөөлсөн эсэх. Орон нутгийн бэлэг сэлт авсан иргэд

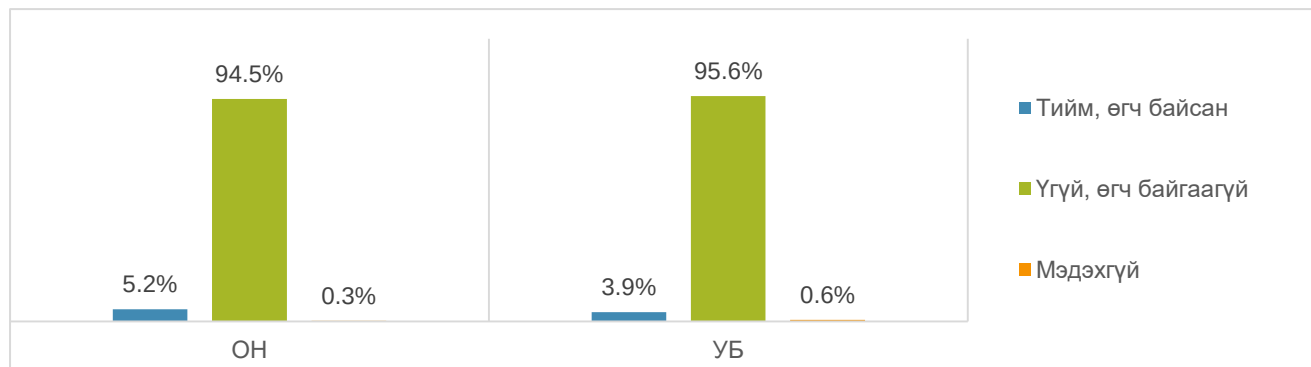


Орон нутгийн бэлэг авсан иргэдээс тухайн бэлэг нь саналаа хэнд өгөхөд хэрхэн нөлөөлсөн талаар асуухад 85 хувь бэлэг өгсөн нь саналаа хэнд өгөхөд огт нөлөөлөөгүй гэсэн бол 10 хувь нь бэлэг өгсөн учраас тухайн улстөрчид саналаа өгсөн гэж хариулжээ. Мөн эдгээр иргэдийн 5 хувь нь бэлэг өгсөн учраас тэр улстөрчид саналаа өгөөгүй гэсэн байна.

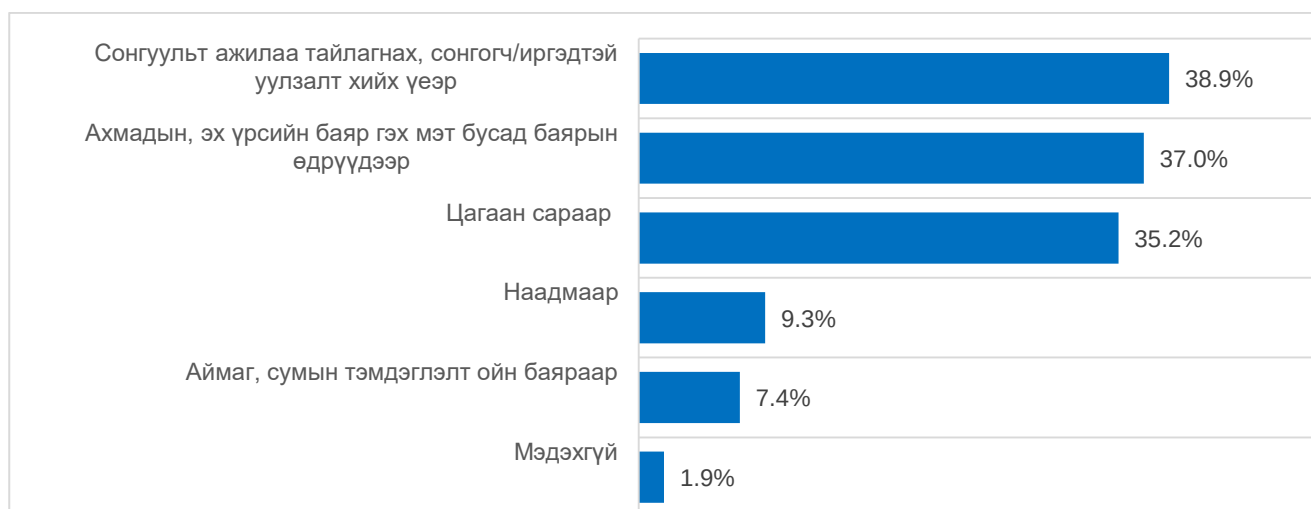
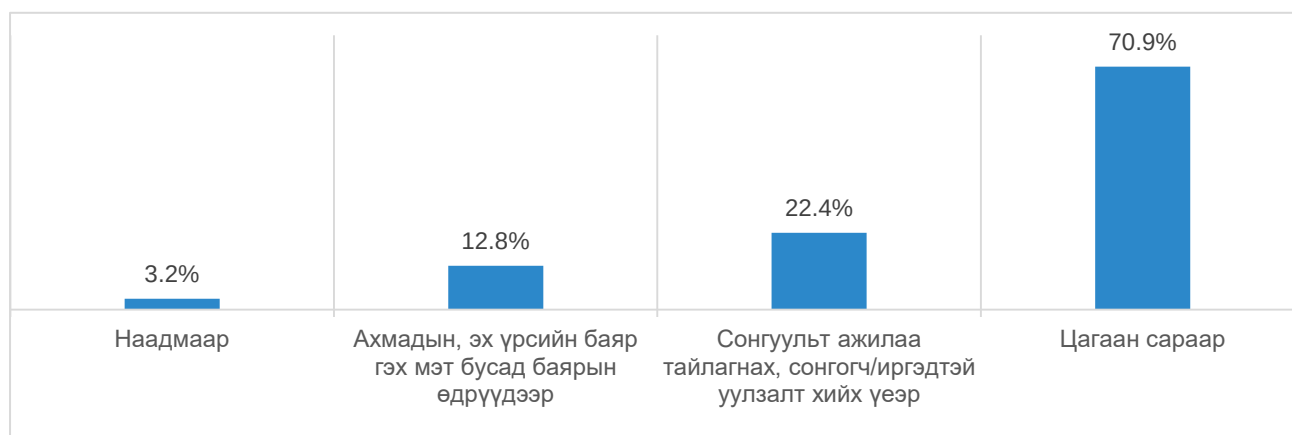
Зураг 12. Хэнд саналаа өгөхөд уг бэлэг нөлөөлсөн эсэх талаар, УБ хотын иргэд



УБ хотын бэлэг авсан иргэдийн 8.9 хувь нь бэлэг өгсөн учраас тухайн улстөрчид саналаа өгсөн бол 6.3 хувь нь бэлэг өгсөн учраас тэр улстөрчид санал өгөөгүй байна. Дийлэнх олонх нь буюу 83 хувь нь санал өгөхөд бэлэг авсан нь огт нөлөөлөөгүй гэж хариулжээ.

Зураг 13. Сонгуулийн бус үеэр аль нэг нам эсвэл улстөрч бэлэг сэлт, бэлэн мөнгө өгсөн эсэх, хувиар

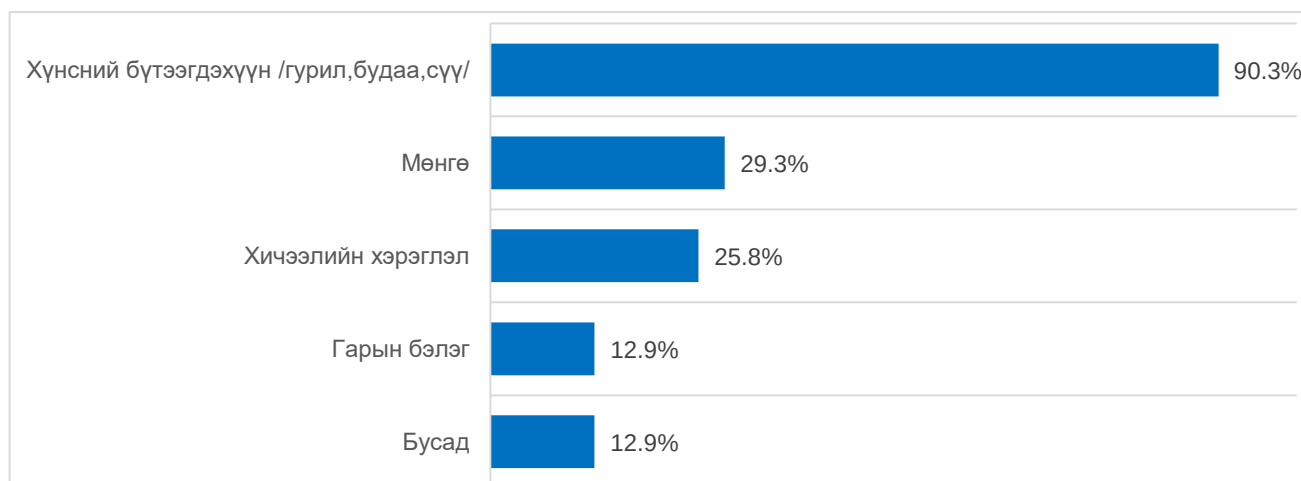
Санал өгөх өдөр болон сонгууль болохоос 6 сарын өмнөх хугацааг бид сонгуулийн үе гэж тодорхойлсон. Бусад хугацааг бид сонгуулийн бус үе гэж үзэн хоёр салгаж судалгаагаа хийсэн юм. Сонгуулийн бус үеэр нам, улстөрчийн зүгээс бэлэг сэлт өгч байсан талаар асуухад УБ хотын иргэдийн 3.9 хувь, орон нутгийн иргэдийн 5.2 хувь тийм гэж хариулжээ. Энэ нь сонгуулийн үеийнхтэй харьцуулахад өөр байгаа нь анхаарал татаж байна. Орон нутагт сонгуулийн бус үеэр бэлэг тараалт харьцангуй илүү байдаг бол УБ хотод эсрэгээрээ сонгуулийн үеэр бэлэг тараалт өндөр байсан байна.

Зураг 14. Хэзээ уг бэлэг эсвэл тусламжийг өгсөн талаар, УБ хотын иргэд**Зураг 15. Хэзээ уг бэлэг эсвэл тусламжийг өгсөн талаар, орон нутгийн иргэд**

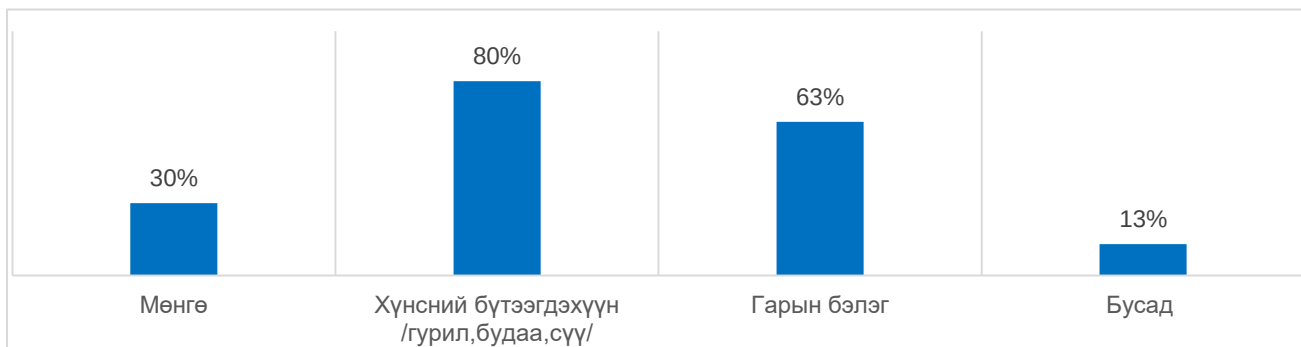
Сонгуулийн бус үеэр улс төрчид хэзээ иргэдэд бэлэг өгдөг нь УБ хот болон орон нутгийн хооронд том ялгаатай байна. УБ хотын хувьд бэлэг авсан иргэдийн 38.9 хувь нь улстөрчийн сонгуульт ажлаа тайлагнах, сонгогч иргэдтэй уулзалт хийх үеэр бэлэг авч байсан бол орон нутагт ийм тохиолдлоор харьцангуй бага буюу 22.4 хувь нь бэлэг авч байжээ. Мөн сонгуулийн бус үеэр орон нутгийн бэлэг авсан иргэдийн 70.9 хувь нь цагаан сараар бэлэг авч байсан бол хотод уг тоо нь 35.2 хувь байна.

Зураг 12, 13-т асуулт нь олон сонголттой тул 1-3 хариулт бичиж байгаа учир нийт хариулт 100 хувиас илүү гарч байгааг анхаарна уу.

Зураг 16. Ямар бэлэг өгч байсан талаар, орон нутгийн иргэд

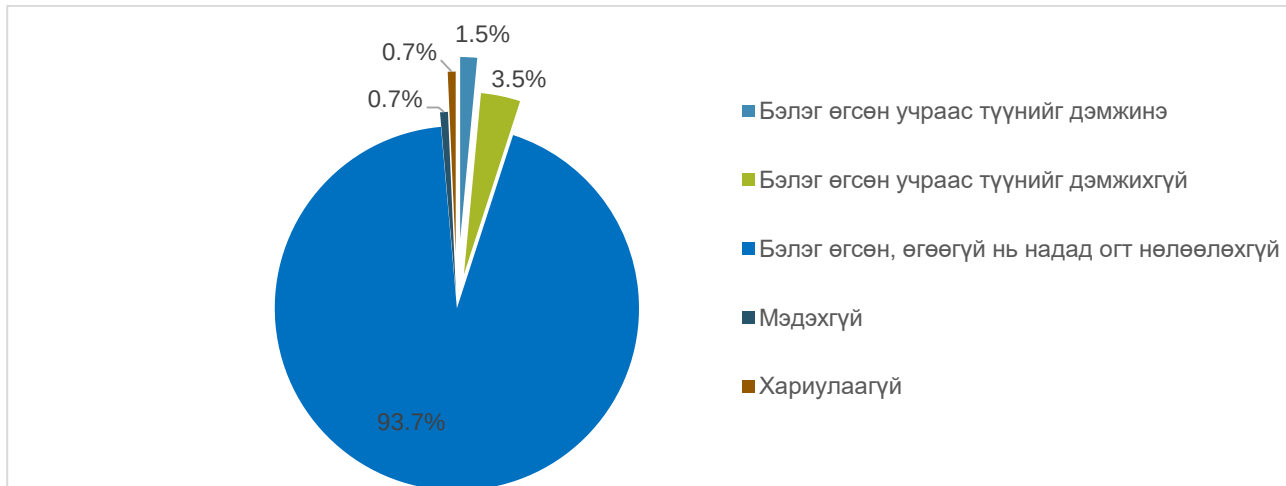


Зураг 17. Ямар бэлэг өгч байсан талаар, УБ хотын иргэдийн хувьд

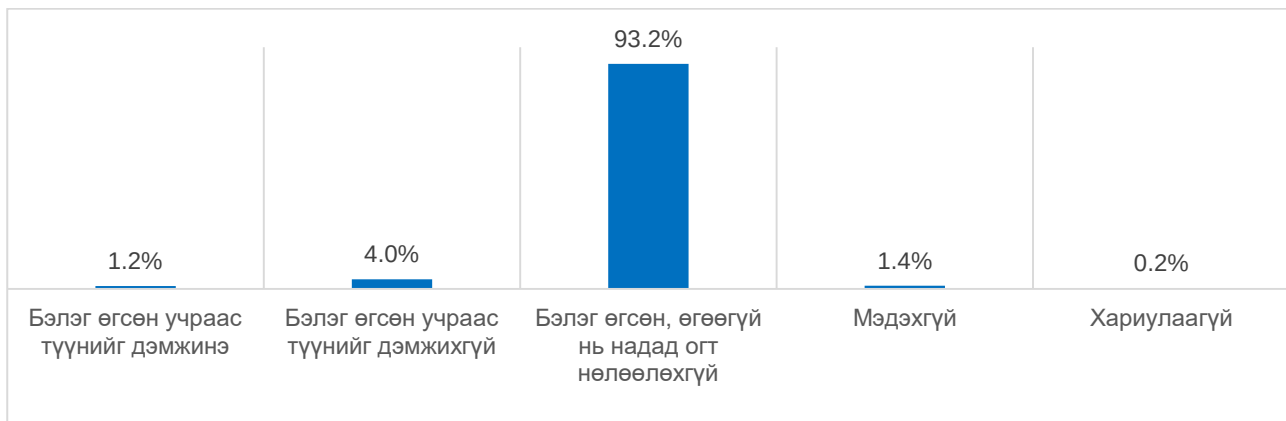


Сонгуулийн бус үеэр нам улс төрчдөөс өгдөг хамгийн нийтлэг бэлэг нь хүнсний бүтээгдэхүүн байжээ. Орон нутгийн иргэдийн хувьд цагаан сараар улстөрчдөөс гурил, будаа, сүү гэх мэт зүйлс бэлгэд авах нь олон байсан нь дээрх зураг 14-өөс харагдаж байна. УБ хотын хувьд мөн ялгаагүй хүнсний бүтээгдэхүүн өндөр хувь эзэлж байгааг зураг 15-аас харж болно. Харин орон нутагт УБ хот аль алинд нь сонгуулийн бус үеийн бэлэгт эзлэх мөнгөн хэлбэрийн бэлэг сонгуулийн үеийнхтэй харьцуулахад хамаагүй бага хувьтай байна.

Зураг 18. Хэрэв танд 2020 оны УИХ-ын сонгуулиар ямар нэг улстөрч эсвэл нам бэлэг өгвөл яаж нөлөөлөх бол, орон нутгийн иргэдийн хувьд



Зураг 19. Хэрэв танд 2020 оны УИХ-ын сонгуулиар ямар нэг улстөрч эсвэл нам бэлэг өгвөл яаж нөлөөлөх бол, УБ хотын иргэдийн хувьд



Өнгөрсөн 2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр нам, улстөрчдийн зүгээс нийт иргэдийн саналыг худалдан авах гэсэн оролдлого УБ хотын иргэдийн 8%, судалгаанд хамрагдсан хоёр аймгийн иргэдийн 3.3%-д хүрсэн байна. Санал худалдан авах оролдлогод өртсөн УБ хотын иргэдийн 8.9%, орон нутгийн иргэдийн 10% тус тус “**саналаа зарсан**” байна.

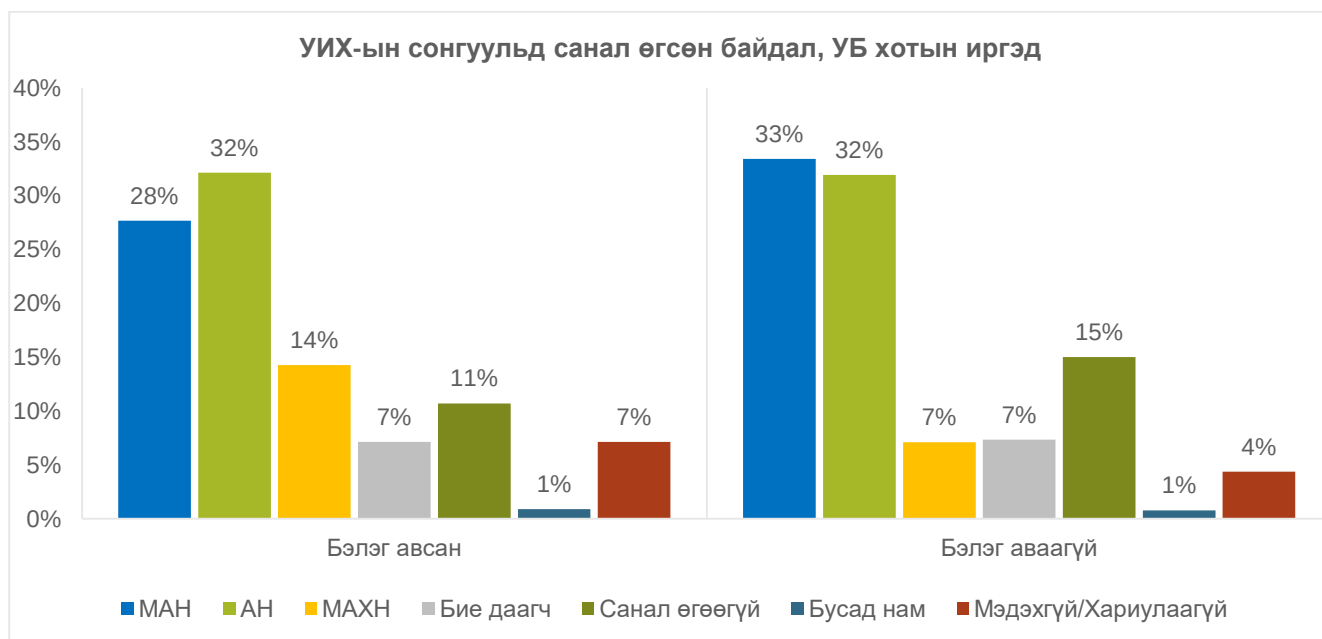
Санал худалдан авах нь хуулиар хориотой зүйл учир судалгаанд оролцсон иргэд бэлэг сэлт авсан эсэх талаар асуусан шууд асуултад үнэн хариулахгүй байх магадлалтай байдаг. Хэрэв бэлэг сэлт авсан хэдий ч судалгаа авч буй судлаачаас санаа зовж, аваагүй хэмээн худал хариулт хэлсэн тохиолдол их гарсан байвал мэдээж энэ судалгааны дүнг бид хамгийн багаар тооцоолсон консерватив тооцоолол гэж ойлгож болох юм.

Сүүлийн үед улс төрийн шинжлэх ухаанд санал худалдан авалтын талаар шууд асуухаас гадна өөр туршилтын арга хэрэглэж судалгаа явуулах болсон билээ. Тиймээс уг судалгаанд санал худалдан авалтын талаар шууд асуухаас гадна туршилтын “**List Experiment**” аргачлалыг мөн давхар хэрэглэсэн. Уг аргачлалын дагуу хийсэн туршилтын анхан шатны үр дүн нь шууд асуусан асуултын үр дүнгээс бараг ялгаа байхгүй гарсан тул энэ танилцуулгад туршилтын дүнг хамруулаагүй юм. Туршилт хэрхэн явагдсан, ямар үр дүнтэй байсан талаар дэлгэрэнгүй тайланг

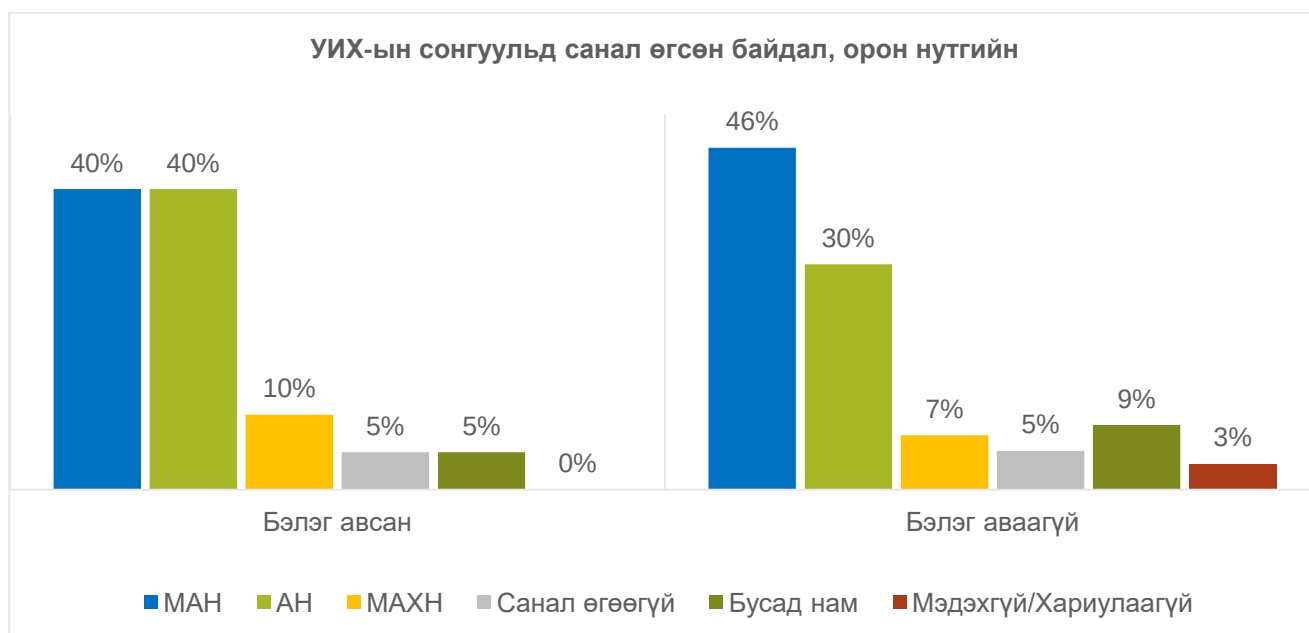
нийт судалгаанд хамрагдсан 2000 хүний судалгааны мэдээллийн баазыг илүү нухацтай анализ хийсний дараа тусад нь танилцуулахаар шийдсэн болно.

Энэхүү судалгаа нь хэдийгээр санал худалдан авах оролдлого тодорхой хэмжээнд байх авч харьцангуй үр дүн муутай байх магадлал өндөр юм гэдгийг харуулж байна. Иргэдийн дийлэнх олонх нь бэлэг аваагүй, авсан ч санал өгөхөд нөлөөлөөгүй хэмээн хариулжээ. Мөн зураг 16,17-харуулж байгаачлан иргэдийн олонх нь хэрэв 2020 оны УИХ-ын сонгуулиар ямар нэгэн нам, улс төрчөөс бэлэг өгвөл хэнд санал өгөхөд огт нөлөөлөхгүй гэж хариулсан байна. Тиймээс иргэд бэлэг өгвөл аваад хэн дуртайдаа саналаа өгдөг гэж ойлгож болох юм.

Зураг 20. УИХ-ын сонгуульд санал өгсөн байдал, бэлэг авсан, аваагүй байдлаар, УБ хотын иргэдийн хувьд

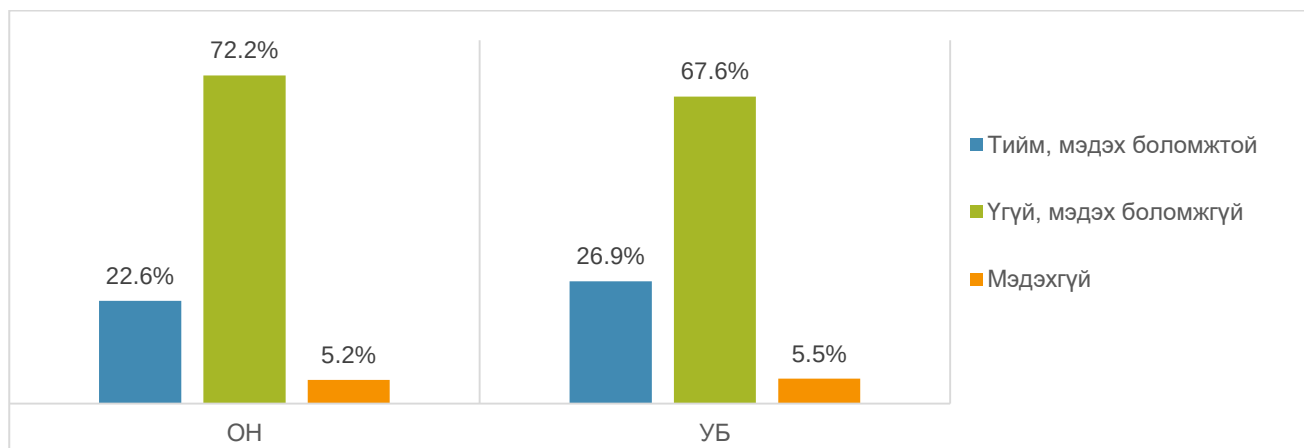


Зураг 21. УИХ-ын сонгуульд санал өгсөн байдал, бэлэг авсан, аваагүй байдлаар, орон нутгийн иргэдийн хувьд



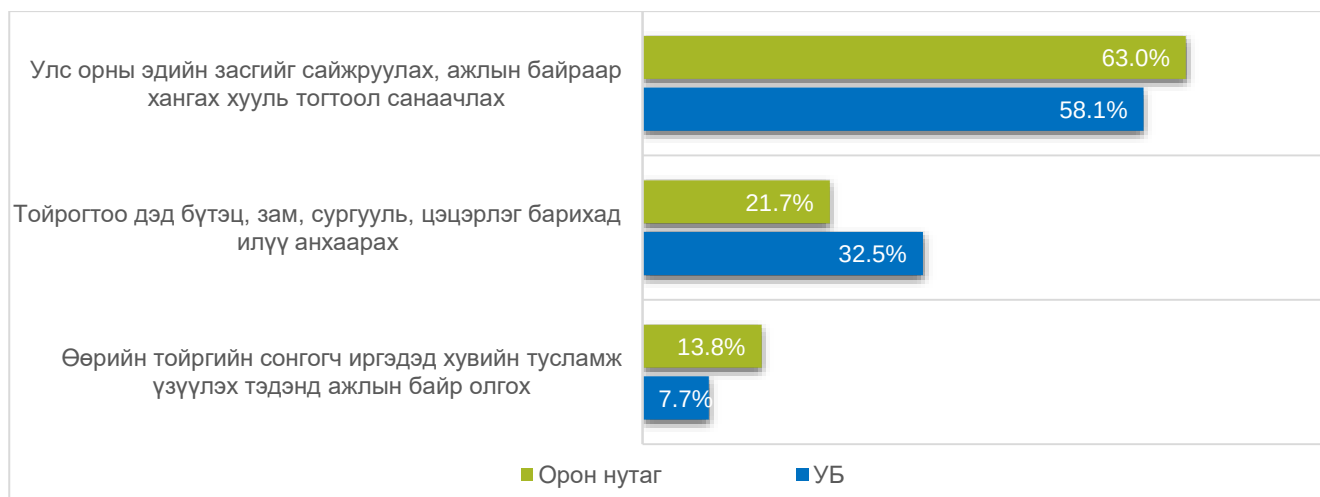
Зураг 18, 19-т өнгөрсөн 2016 оны УИХ-ын сонгуульд санал өгсөн байдлыг иргэдийн бэлэг авсан, аваагүйгээр салгаж харуулсан болно. Бэлэг авсан иргэдийн дэмжсэн нам, аваагүй иргэдтэй харьцуулахад том ялгаа байхгүй байгаа нь санал худалдан авалт амжилтгүй болсон байх магадлалыг өсгөж буй. Мэдээж илүү гүнзгий статистикийн дүн шинжилгээ хийснээр бэлэг авсан иргэд статистикийн хувь аваагүй иргэдээс өөр шинж чанартай эсэхийг мэдэж болно. Үүний талаар дараагийн тайланд дэлгэрэнгүй тайлбарлах юм.

Зураг 22. Таны аль нам эсвэл нэр дэвшигчид саналаа өгснийг засгийн газар эсвэл улс төрийн намууд мэдэх боломжтой юу?



Иргэд саналаа нууцаар өгдөг учраас санал худалдан авах оролдлогыг амжилтгүй болгодог. Улс төрийн намууд нууц санал хураалтыг ямар нэгэн аргаар эвдэж, иргэдийн хэрхэн яаж саналаа өгдгийн мэдэж байж санал худалдан авдаг тухай харьцуулсан улс төр судлаачид бусад орнуудын жишээгээр харуулдаг. Тиймээс манай иргэдийн олонх нь тэдний саналаа хэнд өгссөнийг засгийн газар эсвэл ямар нэгэн улс төрийн хүчин мэдэх боломжтой гэж бодож байвал Монголд санал худалдан авалт амжилттай хэрэгжих суурьтай байна гэсэн үг. Гэвч энэхүү судалгаанд иргэдийн дийлэнх олонх нь санал нууц гэдэгт итгэдэг гэж гарсан нь сайн мэдээ юм. Санал нууц байх нь иргэд бэлэг сэлт авсан ч гэсэн өөрийн хүссэнээр улс төрийн сонголтоо хийх боломжийг бий болгодог.

Зураг 23. Удахгүй болох 2020 оны УИХ-ын сонгуулийн талаар асууя. Танай тойргоос сонгогдон гарч ирсэн дараагийн гишүүн ямар төрлийн ажилд илүү анхаарал хандуулаасай гэж хүсэж байна вэ?

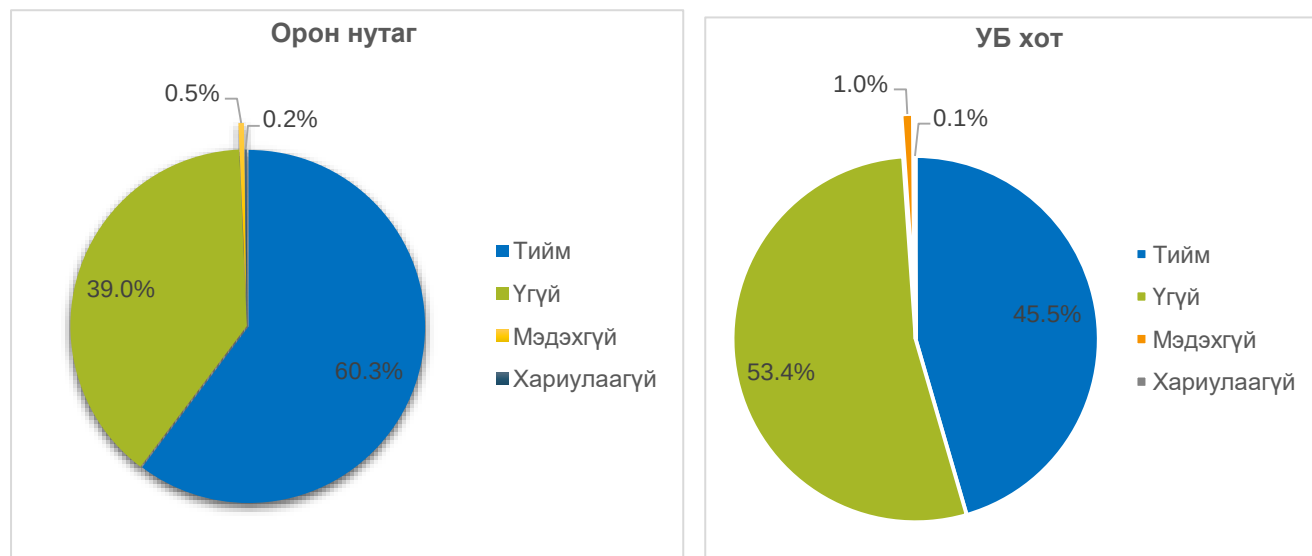


Улс төрийн намууд сонгогч иргэдтэйгээ бодлогоор эсвэл намын үзэл санаагаараа холбогдож байж тухайн улсын ардчилал, намын систем эрүүл байх боломжтой болдог. Харин нам, улстөрчийн зүгээс иргэдэд хувийн тусламж үзүүлж хариуд нь улс төрийн дэмжлэг нэхдэг тогтолцоог клиентелизм гэж нэрлэдэг. Клиентелизм нь манайх шиг хөгжиж буй залуу ардчилсан улсад элбэг байх хандлагатай бөгөөд ардчиллын сонгох сонгогдох, үзэл бодлоо чөлөөтэй илэрхийлэх эрхийг үгүй хийж цаашлаад сайн улстөрчийг сонгогдох боломжийг, муу улстөрчтэй хариуцлага тооцох бололцоог үгүй хийдэг хэмээн улс төр судлаачид анхааруулдаг. Тиймээс манай сонгогч иргэдийн зүгээс клиентелизмийн хүлээлт хэр их байгааг тандах зорилгоор энэхүү судалгаанд бид дараах асуултыг асуусан юм: “Удахгүй болох 2020 оны УИХ-ын сонгуулийн талаар асууя. Танай тойргоос сонгогдон гарч ирсэн дараагийн гишүүн ямар төрлийн ажилд илүү анхаарал хандуулаасай гэж хүсэж байна вэ?”

Хаалттай асуулт учраас бид уг асуултын хариултыг 3 төрлөөр ангилж судалгаанд оролцогчоор зөвхөн нэг хариултыг сонгуулсан юм. Өөрийн тойргийн сонгогч иргэдэд хувийн тусламж үзүүлэх, тэдэнд ажлын байр олгох хэрэгтэй гэсэн хариулт нь тухайн иргэн улстөрчөөс ганцаарчилсан хувийн халамж хүсэж байна гэдгийг илэрхийлж буй учраас энэ хариулт нь клиентелизмийг хүсэж буй хүлээлт гэж ойлгож болох юм. Харин тойрогтоо дэд бүтэц, зам, сургууль, цэцэрлэг барихад илүү анхаарах хэрэгтэй гэх хариулт нь тухайн иргэн зөвхөн өөрийн тойргийн сайн сайхныг илүүд үзэж байгаа учир улс төр судлалын нэрлэсэн “pork politics”-г хүсэж буй хүлээлтийг илэрхийлнэ. Эцэст нь улс орны эдийн засгийг сайжруулах, ажлын байраар хангах хууль тогтоол санаачлах гэдгээр бид тухайн иргэн улс орон даяар хэрэгжих бодлого хүсэж байгаа тул бодлогод суурилсан нам иргэний харилцааг хүсэж байна гэж үзсэн.

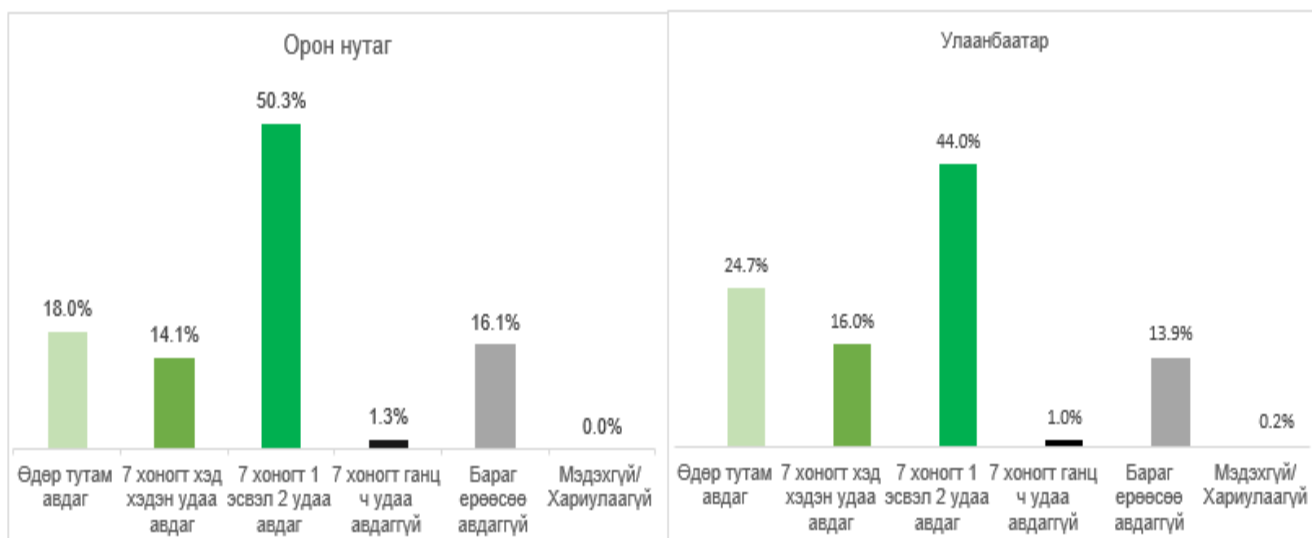
Иргэдийн дийлэнх олонх нь улстөрчөөс бодлого хүсэж байгаа нь энэхүү судалгаанд харагдаж байна. Мөн харьцангуй цөөн тооны иргэд клиентелизмийг хүсэж байгаа нь сайн мэдээ билээ. Орон нутгийн иргэд УБ хотын иргэдээс арай илүү клиентелизмийн хүлээлттэй байгаа нь мөн ажиглагдаж байна.

Зураг 24. Сонгуулийн нэр дэвшигчдийн тухай болон тэдний мөрийн хөтөлбөрийн талаар хангалттай мэдээлэл авч чадсан эсэх.



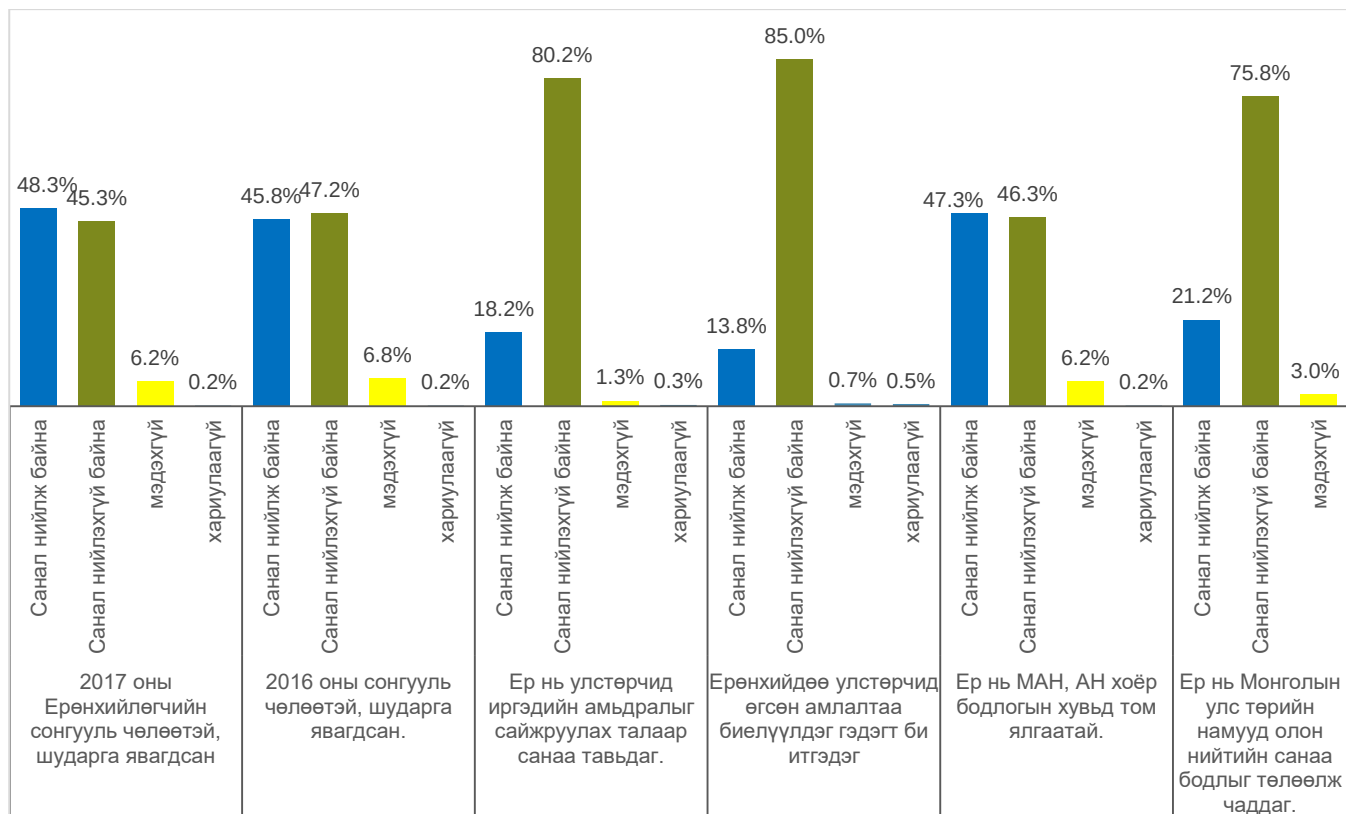
Улс төрийн шийдвэр гаргахдаа иргэд хангалттай мэдээлэлтэй байх хэрэгтэй байдаг. УИХ-ын сонгуулийн нэр дэвшигчдийн талаар хангалттай мэдээлэлгүй иргэдэд бэлэг сэлт гэх мэт санал худалдан авах оролдлогууд илүү хүчтэй нөлөөлөх магадлалтай тул энэхүү судалгаанд бид дээрх асуултыг оруулсан билээ. Судалгаанд оролцсон орон нутгийн иргэдийн 60.3 хувь нь нэр дэвшигчдийн талаар хангалттай мэдээлэл авч чадсан байхад УБ хотын судалгаанд оролцсон иргэдийн талаас бага хувь нь хангалттай мэдээлэл авсан байна. УБ хотод нэр дэвшигчдийн тоо харьцангуй өндөр байсан учраас иргэд тэр болгон тэдний талаар мэдээлэл авч чадаагүй байх магадлалтай юм.

Зураг 25. Засгийн газрын үйл ажиллагаа болон улс төрийн тулаар мэдээ, мэдээлэл хэр их авдаг бэ?

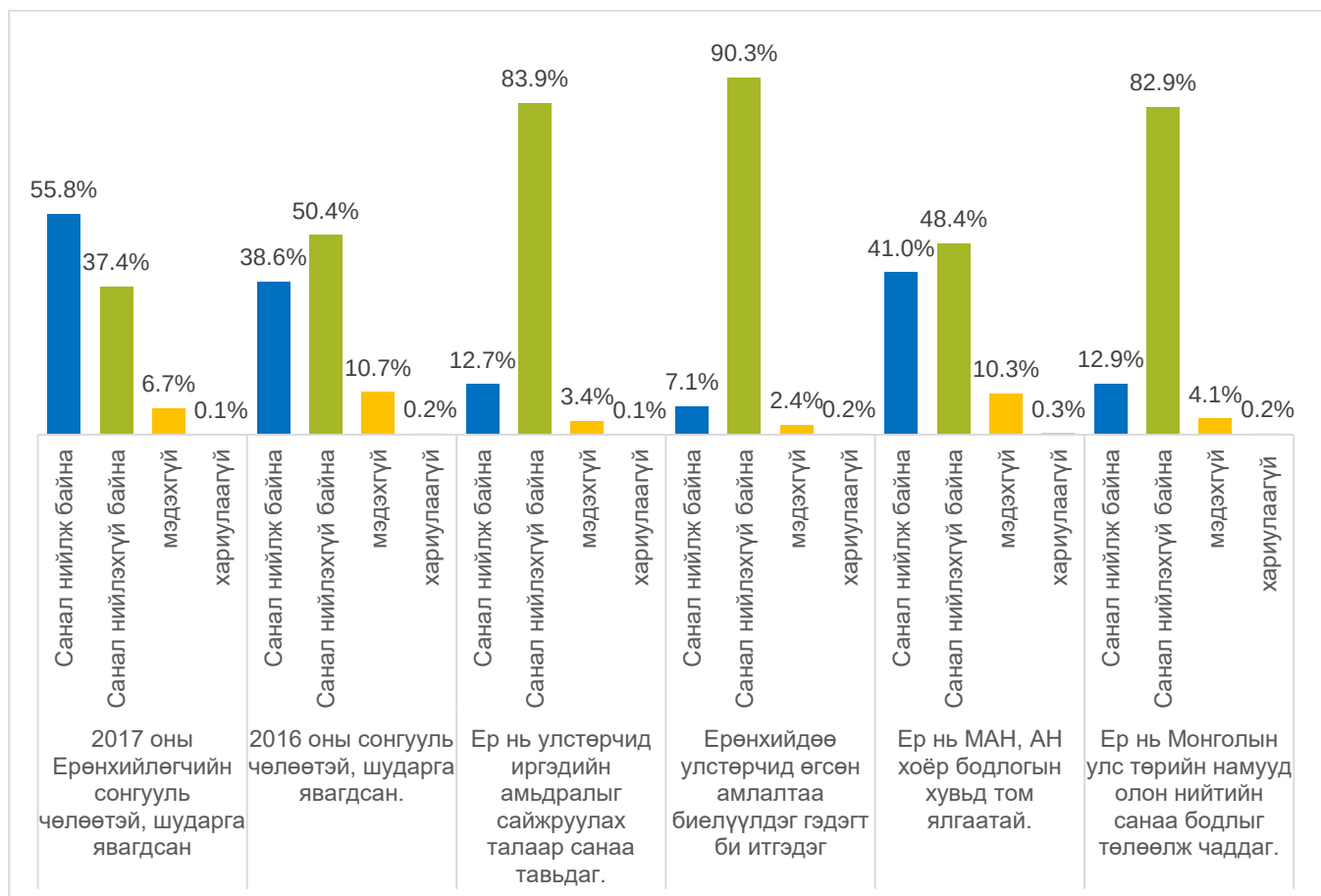


Мэдээж улс төрийн талаар мэдээлэлтэй иргэд илүү сайн сонголт хийх нь ойлгомжтой тул дараа дараагийн сонгуулиар иргэдэд нэр дэвшигчдийн мөрийн хөтөлбөр, сонгуульт ажлын талаар мэдээлэл хэрхэн яаж чанартай хүргэх талаар анхаарах ёстой нь энэхүү судалгаагаар ажиглагдаж байна.

Зураг 26. Дараах өгүүлбэрүүдтэй санал нийлж буй эсэхийг тодруулахад, орон нутгийн иргэд

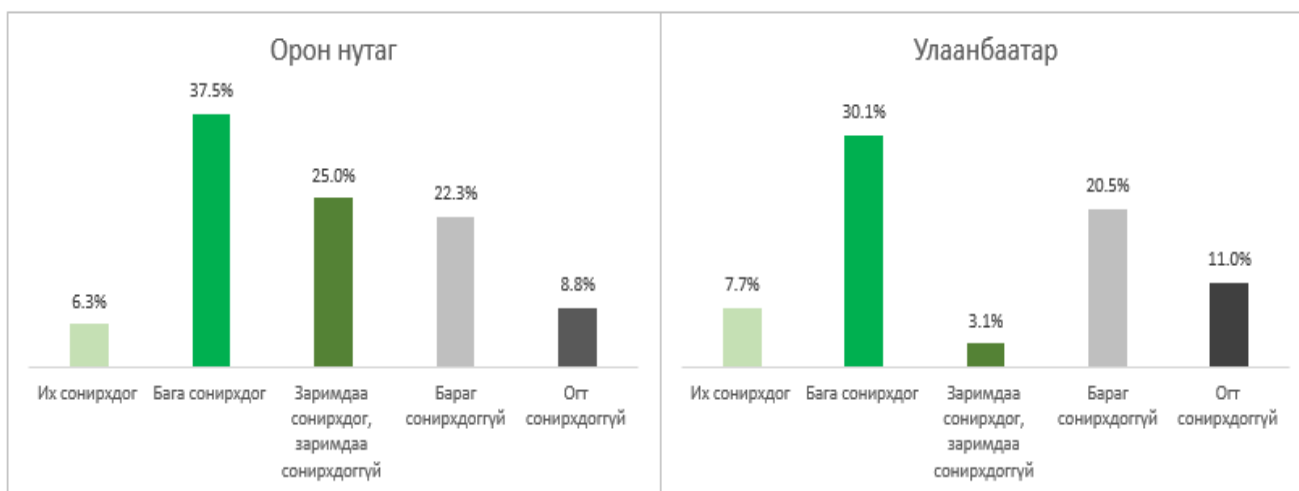


Зураг 27. Дараах өгүүлбэрүүдтэй санал нийлж буй эсэхийг тодруулахад, УБ хотын иргэд



Сүүлийн бүлэг асуултаараа бид иргэдийн нам, улстөрчдөд итгэх итгэл ямар төвшинд байгааг, тэдний сонгуулийн шударга байдалд хэр итгэдэг талаар, хоёр том намыг бодлогын хувьд хоорондоо ялгаатай гэж боддог эсэх талаар асуусан. УБ хотын хувьд судалгаанд оролцсон иргэдийн дийлэнх олонх нь 2016 оны УИХ-ын сонгуулийг шударга явагдаагүй харин 2017 оны ерөнхийлөгчийн сонгуулийг шударга явагдсан гэж үзэж байна. Харин иргэдийн үнэмлэхүй олонх нь буюу 80-с дээш хувь нь улс төрчид болон намд аль алинд нь итгэдэггүй нь зураг 24, 25-д харагдаж байна. Мөн МАН, АН хоёрыг бодлогын хувьд том ялгаатай гэдэгтэй санал нийлж байгаа нь тэдний 50 хувь хүрэхгүй байна.

Зураг 28. Улс төрийн хэр их сонирхдог бэ?



Энэхүү судалгаанд улс төрийг сонирхдог хүмүүсийн тоо маш цөөн гарч байна. Нам, улс төрчдөд итгэх итгэл бага байгаа нь иргэдийн улс төрийн сонирхлыг бууруулах магадлалтай. Улс төр сонирхдоггүй иргэд мөн улс төрийн мэдээ, мэдээлэл авах сонирхол багатай байх нь ойлгомжтой.

3.2 Дүгнэлт

Энэхүү судалгаа нь өнгөрсөн 2016 оны УИХ-ын сонгуулийн болон сонгуулийн бус үеэр улс төрийн нам, нэр дэвшигчдийн зүгээс иргэдэд бэлэг сэлт, бэлэн мөнгө өгч тэдний саналыг худалдан авах гэсэн оролдлого хэр их газар авсан байсныг тоон аргачлал хэрэглэн судаллаа. Судалгаанд оролцсон нийт 2000 иргэнээс 6.6 хувь нь буюу 132 нь сонгуулийн үеэр бэлэг сэлт авсан байна. Үүнээс УБ хотын 4 дүүргийн судалгаанд оролцсон 1400 иргэний 8 хувь буюу 112 иргэн бэлэг авсан байхад Увс, Дундговь аймгаас судалгаанд оролцсон нийт 600 иргэний 3.3 хувь болох 20 иргэн бэлэг сэлт авсан гэж хариулжээ. Бэлэг авсан иргэдийн маш цөөн хувь нь бэлэг өгсөн учраас тухайн улстөрчийг дэмжсэн гэж хариулсан. Дийлэнх олонх нь бэлэг авсан хэдий ч саналаа хэнд өгөхөд нь огтхон ч нөлөөлөөгүй гэж хариулсан байна.

Мөн энэхүү судалгаа нь иргэдийн улс төрчдөөс ямар төрлийн үйлчилгээ хүлээж буйг тодруулсан юм. Судалгаанд оролцогчдын олонх нь тэдний тойргоос сонгогдож гарч ирэх ирээдүйн гишүүнээ улс орны эдийн засгийг сайжруулах, ажлын байр бүтээх тал дээр илүү санаа гаргаж ажиллаасай гэж хүсэж байгаа нь сайн мэдээ байлаа. Харин клиентелизмийн шинж чанартай хувийн халамж хүсэж буй иргэдийн тоо харьцангуй цөөн байв.

Судалгаагаар улстөрчдөд болон намуудад итгэх итгэл маш бага тоотой гарч байгаа нь гайхах зүйл биш байх. Мөн өнгөрсөн 2016 оны сонгуулиар УБ хотын олон иргэд нэр дэвшигчдийн мөрийн хөтөлбөрийн талаар хангалттай мэдээлэл авч чадаагүй байгаа нь харамсалтай. Цаашид улс төрийн намууд иргэдэд бэлэг сэлт өгөх нь сонгуулийн амжилт авчирдаггүй гэдгийг уг судалгаа харуулж байна. Харин намуудын зүгээс иргэдэд мөрийн хөтөлбөр, нэр дэвшигчийн талаар мэдээ, мэдээллийг хангалттай хүргэх тал дээр шахуу ажиллах нь бодитой үр дүн авч ирэх магадлалтайг онцольё.

БҮЛЭГ 4. НЭМЭЛТ АСУУЛТУУД

4.1 Улаанбаатар хотын судалгааны үр дүн

Зураг 29. 2016 оны УИХ-ын сонгуулиар ямар намын нэр дэвшигчид санал өгсөн бэ?



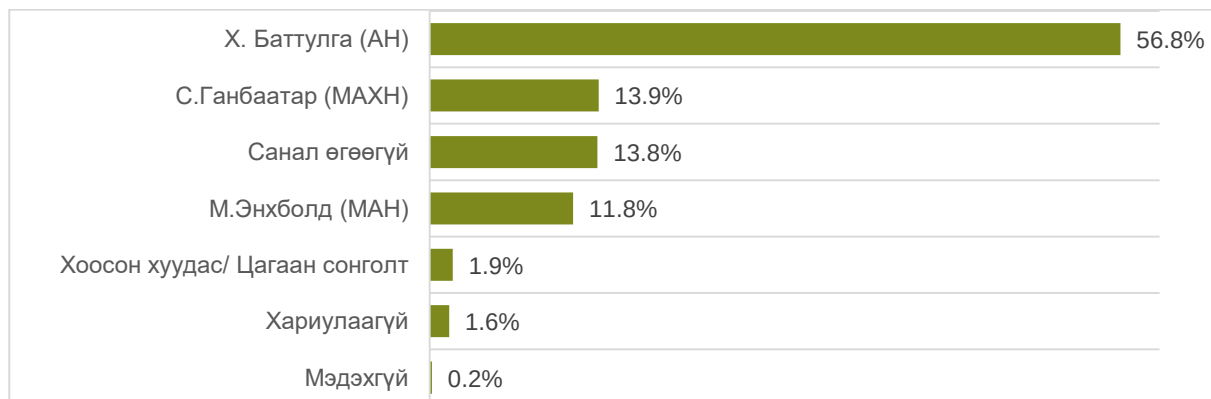
Өнгөрсөн 2016 оны УИХ-ын сонгуулиар УБ хотын хувьд судалгаанд хамрагдсан иргэдийн 32.8 хувь нь МАН, 31.8 хувь нь АН-д саналаа өгсөн бол 15 хувь нь санал өгөөгүй байна. Санал өгөөгүй иргэдийн хувь өндөр байгаа нь иргэд улстөрчдөд итгэдэггүй, санал хураалтын үйл ажиллагаа шударга бус явагддаг, санал хураалтад оролцох боломжгүй байх гэх мэт маш олон зүйлээс шалтгаалж байгаа тул ирэх 2020 оны сонгуулиар иргэдийн улс төрийн идэвхийг нэмэгдүүлэхэд анхаарах шаардлагатай нь харагдаж байна.

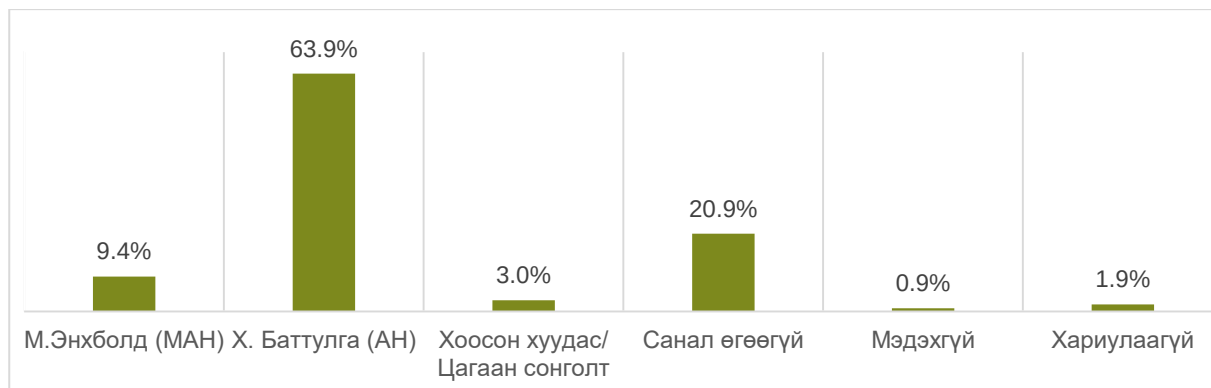
Зураг 30. 2016 оны УИХ-ын сонгуулиар хэнд саналаа өгөхөө хэзээ шийдсэн бэ?



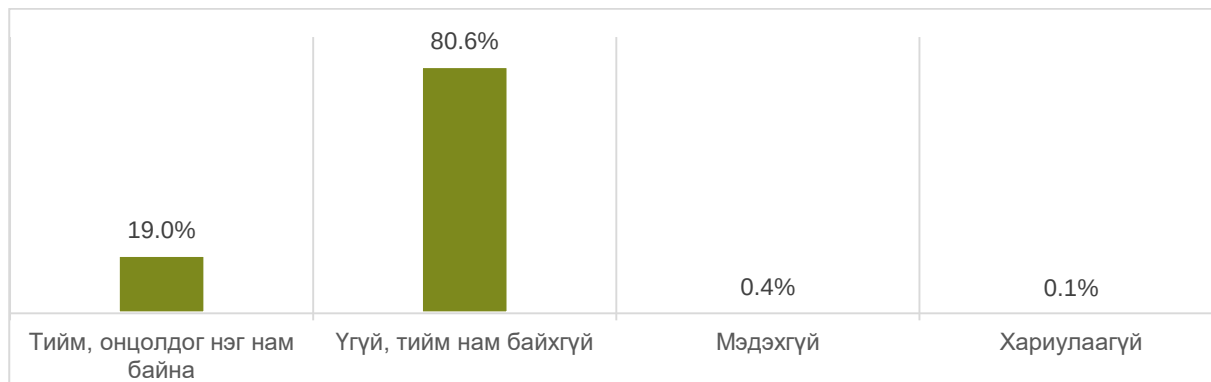
Судалгаанд оролцсон иргэдийн гуравны нэг нь сонгуулийн өмнөх 7 хоногт хэнд саналаа өгөхөө шийдсэн бол 28.9 хувь нь 1-3 сарын өмнө хэнд санал өгөхөө шийдсэн байна.

Зураг 31. Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн эхний шатанд хэнд саналаа өгсөн бэ?

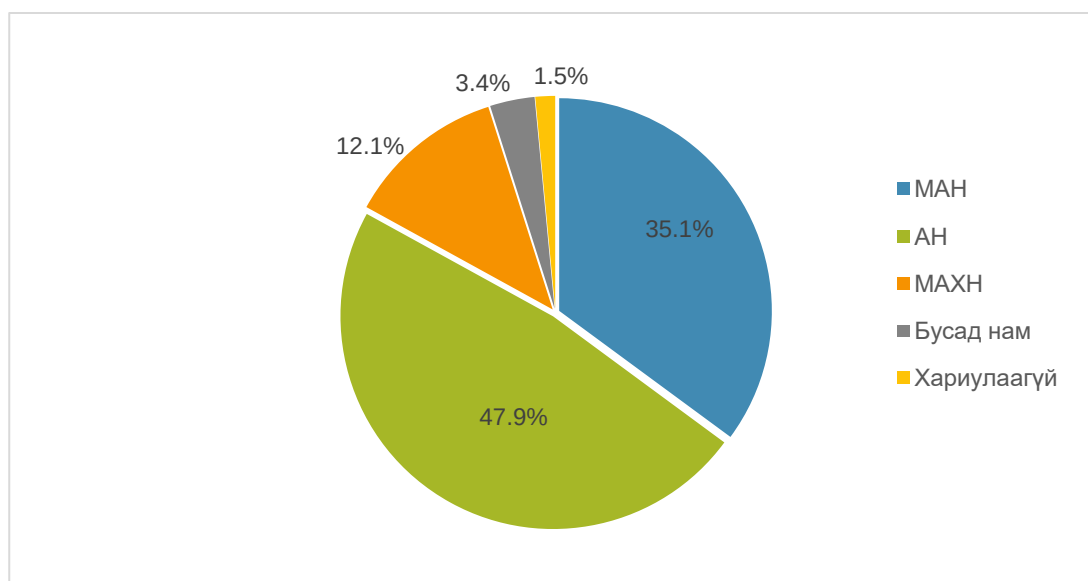


Зураг 32. Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн хоёр дахь шатанд хэнд саналаа өгсөн бэ?

Өнгөрсөн 2017 оны Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн эхний болон хоёр дахь шатанд судалгаанд хамрагдсан иргэдийн дийлэнх олонх нь одоогийн ерөнхийлөгч Х.Баттулгад саналаа өгсөн байна.

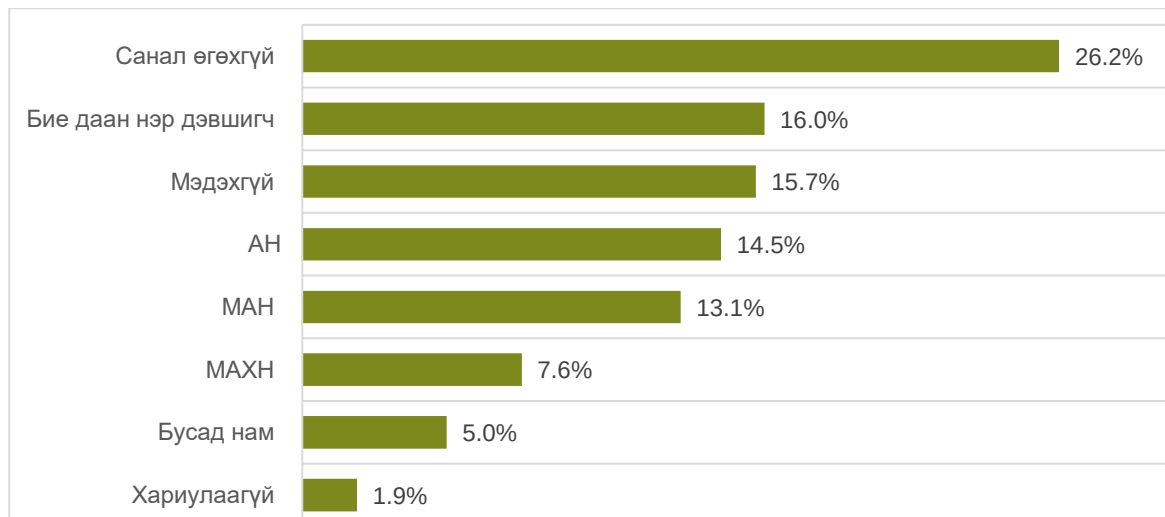
Зураг 33. Аль нэг намыг онцолдог эсэх?

Нийт оролцогчийн 80,6 хувь буюу дийлэнх нь ямар нэгэн намыг онцолдоггүй бол 19 хувь нь ямар нэг намыг онцолж үздэг байна. Үүнээс харахад иргэд аль нэг намыг онцолж үзэхээс илүүтэй нэр дэвшигч буй хүнийг онцолж, санал өгдөг байна.

Зураг 34. Ямар намыг онцолж үздэг вэ? /Тийм гэж хариулсан 19 хувь буюу 265 хүний хувьд/

Судалгаанд хамрагдсан 2000 оролцогчийн 265 нь ямар нэгэн намыг онцолж үздэг хэмээн хариулсан байна. Үүнээс 47.9 хувь нь АН-ыг, 35.1 хувь нь МАН-ыг, 12.1 хувь нь МАХН-ыг, 3.4 хувь нь Шинэ нам, Үнэн ба зөв нам болон БНН-ыг онцолдог бол 1.5 хувь нь ямар намыг онцолдог талаар хариулахаас татгалзсан байна. Дээр дурдсан 265 оролцогчийн 60 хувьд нь онцолдог нам нь дунд зэрэг таалагддаг бол 16.2 хувьд нь маш их таалагддаг байна.

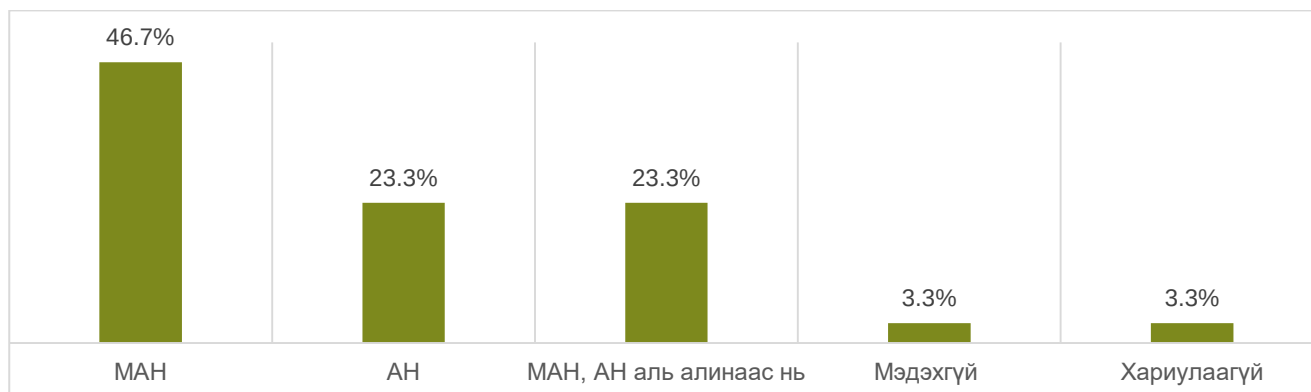
Зураг 35. Хэрэв УИХ-ын сонгууль маргааш болох бол ямар намд саналаа өгөх вэ?



Судалгаанд оролцогчдоос хэрэв УИХ-ын сонгууль маргааш болох бол ямар намд санал өгөхийг асуухад 26.2 хувь нь санал өгөхгүй гэж хариулсан нь иргэд улс төрийн идэвх муу байгааг харуулж байна. Санал өгнө гэж бодож байгаа иргэдийн хувьд бие даан нэр дэвшигчийг дэмжих магадлал өндөр байгааг судалгааны үр дүн харуулж байна.

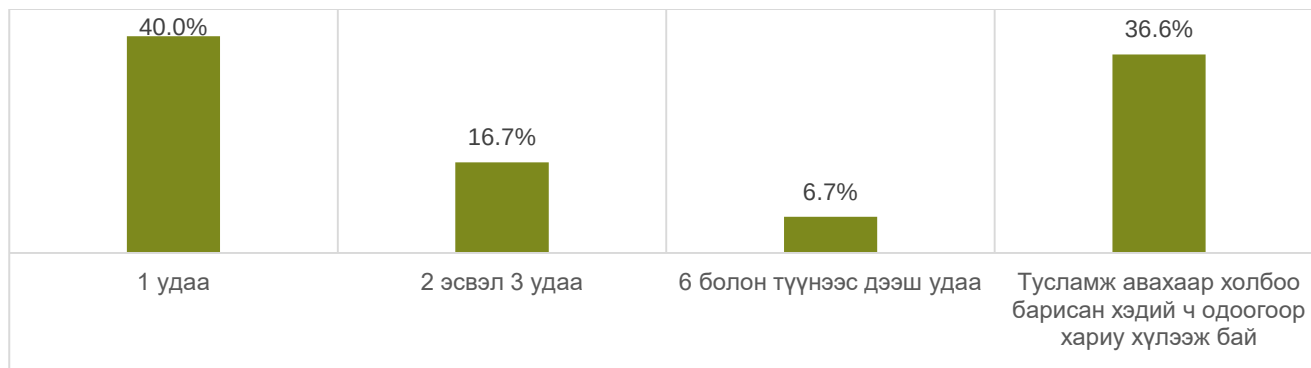
Нийт судалгаанд оролцогчдын хувьд 97.7 хувь нь өөрсдийн амьдрал, ажил төрөлтэй холбоотой асуудлыг шийдүүлэхэд туслуулах зорилгоор ямар нэгэн улстөрч, эсвэл намтай холбоо барьж байсан удаа байхгүй байна. Судалгаанд оролцогчдын 2.1 хувь буюу 30 иргэн тусламж хүсэж байсан байна.

Зураг 36. Аль нам эсвэл намын улстөрчөөс тусламж хүсэж байсан бэ? /дээрх асуултад тийм гэж хариулсан 30 хүний хувьд/



Ямар нэгэн тусламж, дэмжлэг авсан 30 иргэний 46.7 хувь нь МАН-аас, 23.3 хувь нь АН-аас авсан бол 23.3 хувь нь МАН, АН аль алинаас нь тусламж авсан, тусламж хүссэн талаар судалгаанд дурдсан байна.

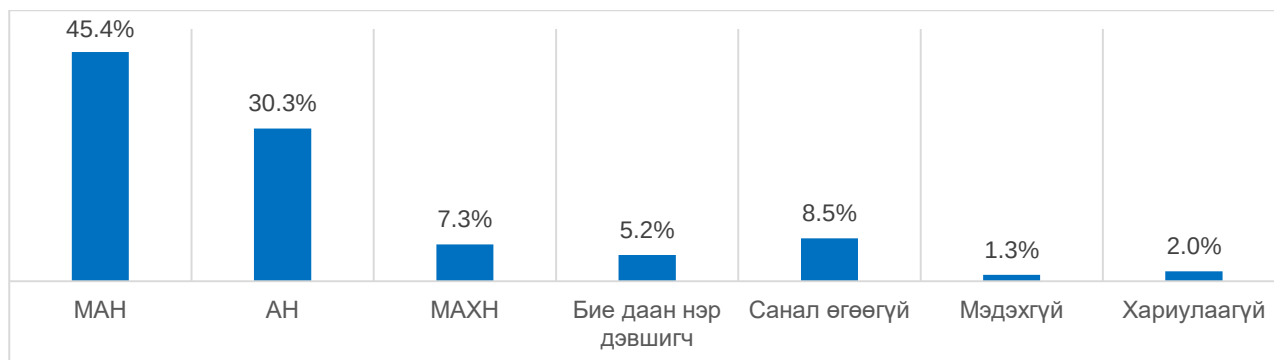
Зураг 37. Хэдэн удаа энэ нам эсвэл улс төрчөөс тусламж авч байсан бэ?



Тусламж, дэмжлэг авсан, хүссэн иргэдийн 40 хувь нь 1 удаа тусламж авсан бол 36.6 хувь нь тусламж авахаар холбоо барьсан хэдий ч одоогоор хариу хүлээж байгаа төлөвтэй байна.

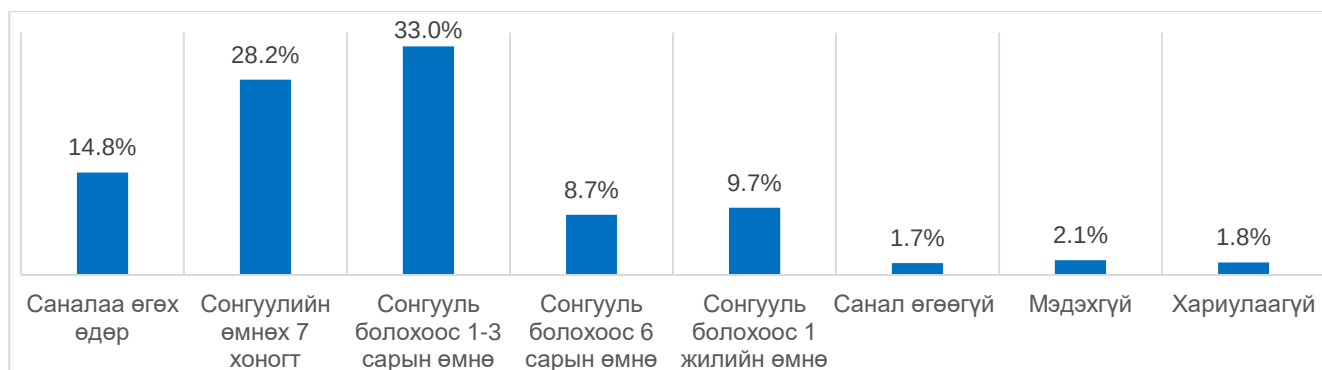
4.2 Орон нутгийн судалгааны үр дүн

Зураг 38. 2016 оны УИХ-ын сонгуулиар санал өгсөн намын нэр дэвшигч



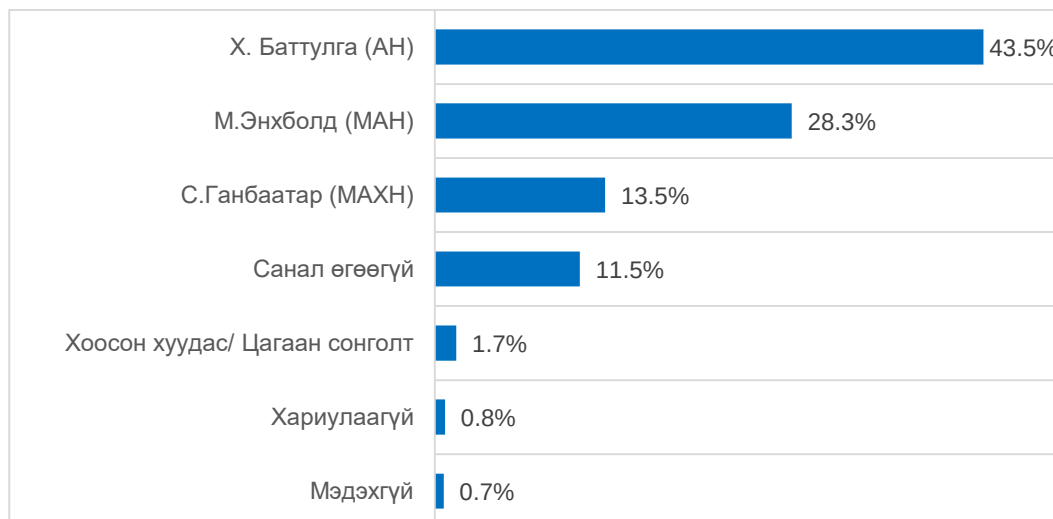
Орон нутгийн иргэдийн хувьд судалгаанд хамрагдсан иргэдийн 45.4 хувь нь өнгөрсөн 2016 оны УИХ-ын сонгуулиар МАН-д, 30.3 хувь нь АН-д тус тус саналаа өгсөн бол 5.2 хувь нь бие даан нэр дэвшигчид саналаа өгсөн байна.

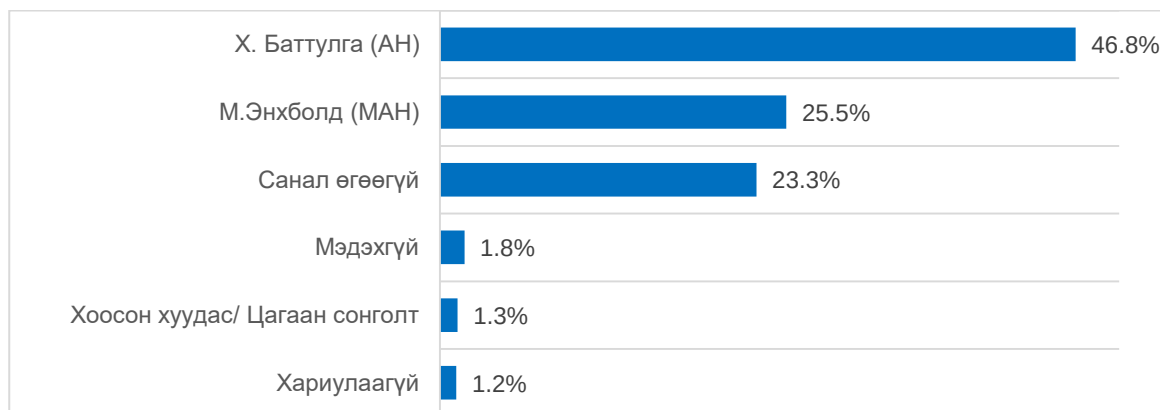
Зураг 39. УИХ-ын сонгуулиар хэнд саналаа өгөхөө хэзээ шийдсэн бэ?



Судалгаанд хамрагдсан иргэдийн 14.8 хувь нь саналаа өгөх өдөр хэнд саналаа өгөхөө шийдсэн байна. Харин 28.2 хувь нь сонгуулийн өмнөх 7 хоногт хэнд саналаа өгөхөө шийдсэн байгаа нь иргэдийн гуравны нэг нь саналаа хэнд өгөхөө сонгууль болохоос маш богино хугацаанд шийддэг байна.

Зураг 40. Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн эхний шатанд хэнд саналаа өгсөн бэ?

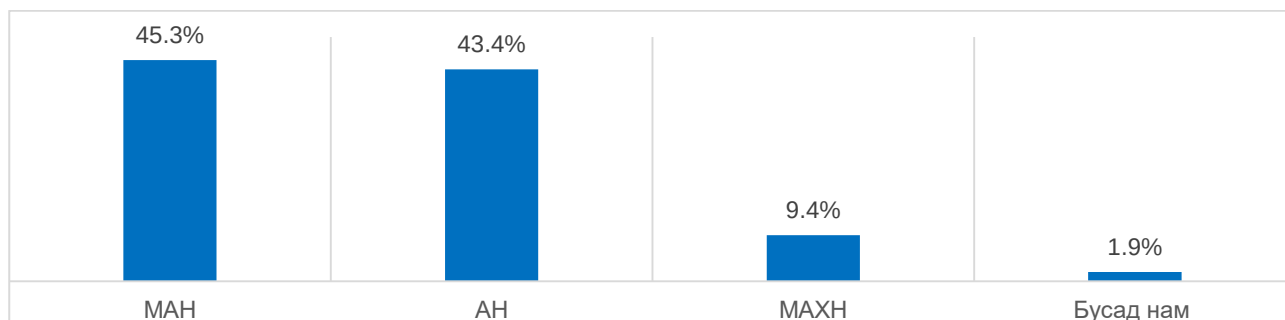


Зураг 41. Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн хоёр дахь шатанд хэнд саналаа өгсөн бэ?

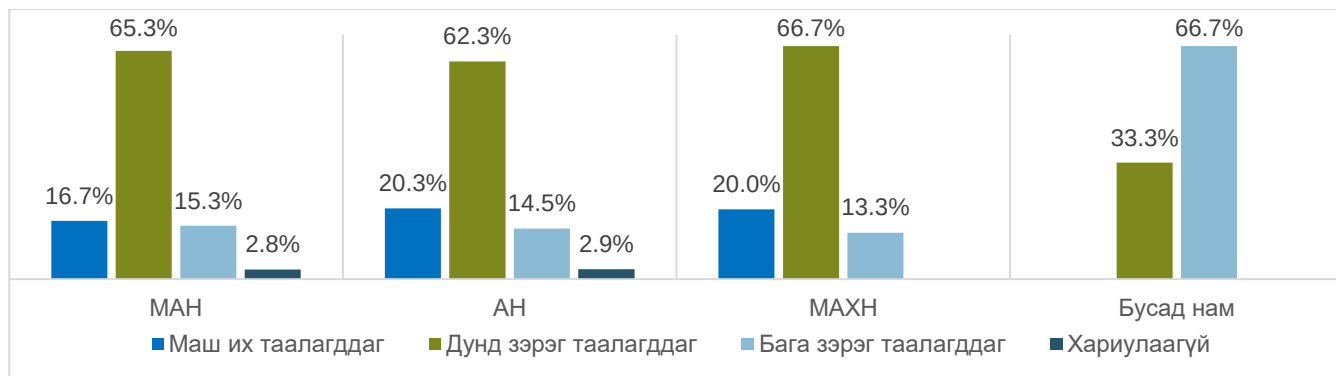
Орон нутгийн иргэдийн хувьд 2017 оны Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн нэг, хоёрдугаар шатанд Х.Баттулгыг дэмжсэн байгаа нь судалгааны үр дүнгээс харагдаж байна. Мөн анхаарал татсан хариулт нь санал өгөөгүй иргэдийн хувь маш өндөр буюу судалгаанд оролцсон иргэдийн 11.5 хувь нь эхний шатанд санал өгөөгүй бол хоёр дахь шатанд 23.3 хувь нь санал өгөөгүй байна.

Зураг 42. Аль нэг намыг онцолдог эсэх?

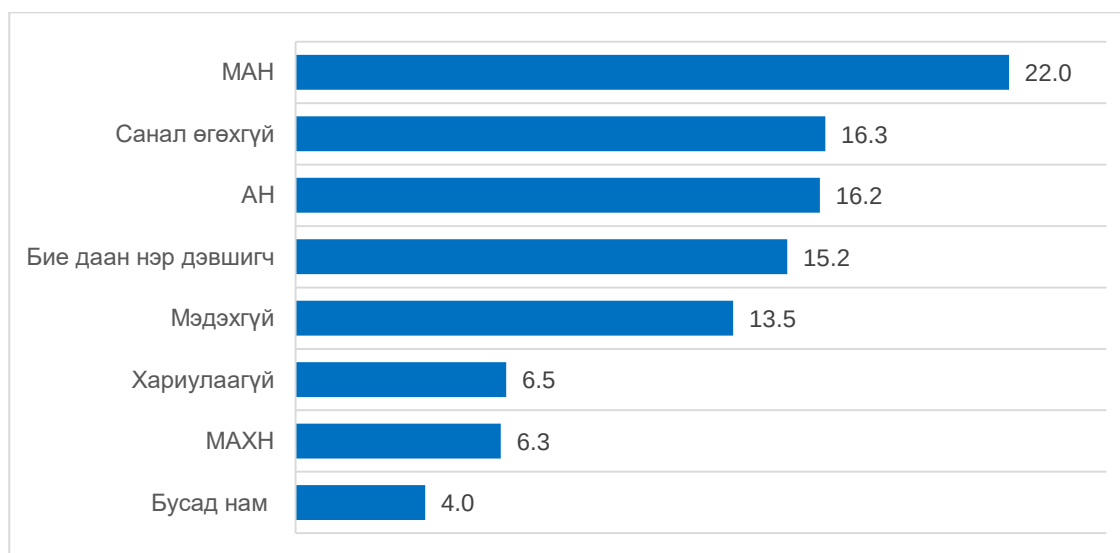
Судалгаанд хамрагдсан орон нутгийн иргэдийн хувьд аль нэг намыг онцолдог оролцогчийн хувь УБ хотынхоос 7 хувиар илүү байгаа нь харагдаж байна.

Зураг 43. Ямар намыг онцолж үздэг вэ? /Тийм гэж хариулсан 26.5 хувь буюу 159 хүний хувьд/

Орон нутгийн хувьд аль нэг намыг онцолдог гэж хариулсан иргэдийн 45.3 хувь МАН-ыг, 43.4 хувь нь АН-ыг илүүд үзэж байгаагаас харахад МАН, АН гэсэн 2 хүчин давуу байр суурьтай байгаа нь харагдаж байна.

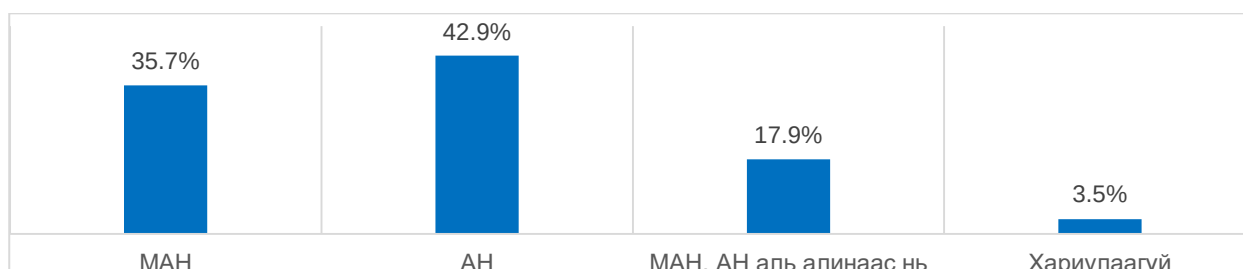
Зураг 44. Таны онцолдог нам танд хэр их таалагддаг вэ?

Судалгаанд оролцогчдын хувьд МАН, АН, МАХН-ыг онцолж үздэгээс үл хамааран иргэдийн дийлэнх нь буюу 60-аад хувьд нь онцолдог нам нь дунд зэрэг таалагддаг бол бусад намыг онцолдог иргэдийн 66.7 хувьд нь нам нь бага зэрэг таалагддаг байна.

Зураг 45. Хэрэв УИХ-ын сонгууль маргааш болох бол ямар намд санаалаа өгөх вэ?

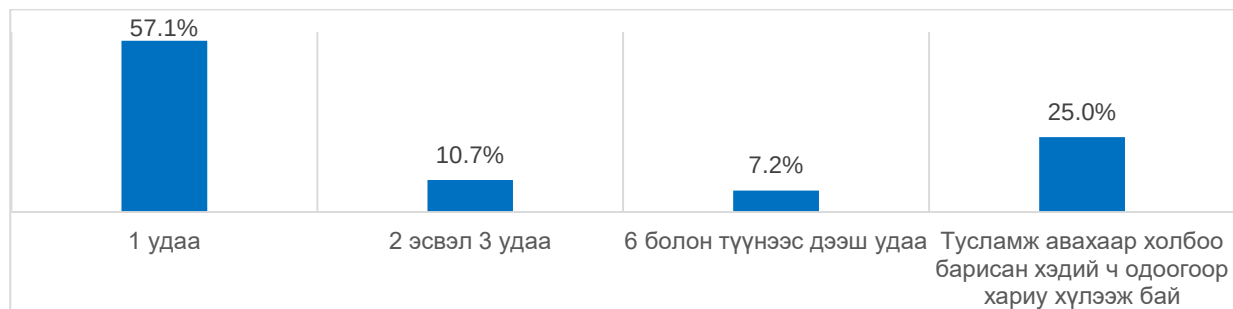
Орон нутгийн иргэдийн 22 хувь нь хэрэв маргааш УИХ-ын сонгууль болох бол МАН-д саналаа өгнө гэж хариулсан бол 16.2 хувь нь АН-д, 16.3 хувь нь санал өгөхгүй гэж хариулсан бол 13.5 хувь нь ямар намд санал өгөхөө мэдэхгүй байна.

Нийт судалгаанд хамрагдсан 600 иргэний 28 хувь нь буюу 4.7 хувь нь амьдрал, ажил төрөлтэй холбоотой хувийн асуудлыг шийдүүлэхэд туслуулах зорилгоор ямар нэгэн улстөрч, эсвэл намтай холбоо барьж байсан байна.

Зураг 46. Аль нам эсвэл намын улстөрчөөс тусламж хүсэж байсан бэ? /Дээрх асуултад тийм гэж хариулсан 28 хүний хувьд/

Тусламж дэмжлэг авсан иргэдийн 42.9 хувь нь АН, 35.7 хувь нь МАН-аас, 17.9 хувь нь МАН, АН-ын аль алинаас нь тусламж дэмжлэг авсан байна.

Зураг 47. Хэдэн удаа энэ нам эсвэл улс төрчөөс тусламж авч байсан бэ?



Тусламж, дэмжлэг авсан, хүссэн иргэдийн 57.1 хувь нь 1 удаа тусламж авсан бол 25 хувь нь тусламж авахаар холбоо барьсан хэдий ч одоогоор хариу хүлээж байна.

ДҮГНЭЛТ

“Эй Ай Си Эй” ХХК нь “Иргэдийн улс төрийн шийдвэр гаргалтын судалгаа”-г Конрад-Аденауэр-Сангийн санхүүжилтээр 2019 оны 9-11-р сард хийж гүйцэтгэсэн. Энэхүү судалгааны зорилго нь иргэдийн улс төрийн өнөөгийн нөхцөл байдалд хандах хандлага, тэдний шийдвэр гаргалтад нөлөөлж буй хүчин зүйлс, идэвх оролцоог тодорхойлох юм. Судалгааны арга зүйн хувьд тоон судалгааны асуулгын аргыг ашигласан бөгөөд судалгаанд оролцогчдыг олон шатлалт бүлэглэсэн түүврийн аргаар сонгосон. Мөн сүүлийн жилүүдэд олон улсад ашиглагдах болсон “List Experiment” туршилтын аргыг давхар ашигласан нь манай улсад хийгдсэн энэ төрлийн анхны судалгаа юм. Судалгаанд нийт 2000 иргэнийг хамруулсан нь Улаанбаатар хотын 4 дүүрэг, Увс болон Дундговь аймгийн иргэдийн төлөөлөл оролцлоо.

Судалгаанд оролцогчдын 58.5 хувь нь эмэгтэйчүүд, 41.5 хувь нь эрэгтэйчүүд хамрагдсан байгаа нь хүйсийн хувьд төлөөлөх чадвартай гэж үзэж байна. Судалгаанд хамрагдсан иргэдийг 5 насны бүлэгт хуваан авч үзвэл 22-34 насныхан бусад насны бүлгийн оролцогчдоос өндөр хувьтай байна. Харин боловсролын хувьд бакалавр болон бүрэн дунд боловсролтой иргэд нийлээд 67.3 хувийг эзэлж байна. Хөдөлмөр эрхлэлтийн хувьд хувийн хэвшилд ажилладаг иргэд 27.8 хувь, төрийн байгууллагад ажилладаг иргэд 17.6 хувьтай байна. Өрхийн сарын дундаж орлогын хувьд судалгаанд оролцогчийн 45.8 хувь нь 500-1 сая төгрөгийн орлоготой байна. Судалгаанд хамрагдсан иргэдийн 79 хувь нь гар утаснаасаа интернэтэд холбогддог гэсэн үр дүн нь ухаалаг утас, интернэтийн хэрэглээ өндөр байгааг харуулж байна. Судалгаанд оролцогчдын дийлэнх буюу 81 хувь нь зурагтаас мэдээлэл авч байгаа бол 51.2 хувь нь сошиал олон нийтийн сайтаас мэдээлэл авч байна.

Судалгааны үр дүнгээс дараах дүгнэлтийг хийж байна. **Үүнд:**

- Судалгаанд хамрагдсан 2000 иргэнээс 132 буюу 6.6 хувьд нь өнгөрсөн 2016 оны УИХ-ын сонгуулиар бэлэг сэлт, бэлэн мөнгө, бараа материал өгсөн байна. Үүнээс Улаанбаатар хотод иргэдийн 8 хувьд нь, орон нутгийн иргэдийн 3.3 хувьд нь бэлэг сэлт, бэлэн мөнгө, бараа материал өгсөн байна.
- Бэлэг сэлт авсан иргэдэд МАН, АН эсвэл хоёр том нам аль аль нь бэлэг өгсөн байна. УБ хот болон орон нутагт бэлэг авсан иргэдийн хамгийн олон хувь нь МАН-ыг бэлэг өгсөн гэж нэрлэсэн. Мэдээж орон нутгийн түүвэрт зөвхөн 2 аймаг багтсан тул уг тоо нь нийт улс орныг төлөөлөх боломжгүй гэдгийг анхаарах нь зүйтэй юм.
- Өнгөрсөн 2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр Улаанбаатар хотод судалгаанд оролцогчдын 37.5 хувьд нь МАН, 12.5 хувьд нь АН бэлэг сэлт, бэлэн мөнгө өгсөн бол орон нутгийн иргэдийн 45 хувьд нь МАН, 35 хувьд нь АН өгсөн байна.
- Санал худалдан авалт дийлэнхдээ сонгууль болох өдөр эсвэл 7 хоногийн өмнө явагддаг байна.

- Иргэд нам, нэр дэвшигчийн бэлэг сэлт бэлэн мөнгө, бараа материалыг авдаг хэдий ч саналаа өөрийн өгнө гэж бодож байсан хүндээ өгдөг нь санал худалдан авалт амжилтгүй болсныг харуулж байна.
- Иргэд саналаа нууцаар өгдөг учраас санал худалдан авах оролдлогыг амжилтгүй болгодог. Манай иргэдийн олонх нь тэдний саналаа хэнд өгссөнийг засгийн газар эсвэл ямар нэгэн улс төрийн хүчин мэдэх боломжтой гэж бодож байвал Монголд санал худалдан авалт амжилттай хэрэгжих суурьтай байна гэсэн үг. Гэвч энэхүү судалгаанд иргэдийн дийлэнх олонх нь санал нууц гэдэгт итгэдэг гэж гарсан нь сайн мэдээ юм. Санал нууц байх нь иргэд бэлэг сэлт авсан ч гэсэн өөрийн хүссэнээр улс төрийн сонголтоо хийх боломжийг бий болгодог.
- Судалгаанд оролцогчдын олонх нь тэдний тойргоос сонгогдож гарч ирэх ирээдүйн гишүүнээ улс орны эдийн засгийг сайжруулах, ажлын байр бүтээх тал дээр илүү санаа гаргаж ажиллаасай гэж хүсэж байна. Харин клиентелизмийн шинж чанартай хувийн халамж хүсэж буй иргэдийн тоо харьцангуй цөөн байв.
- Өнгөрсөн 2016 оны сонгуулиар УБ хотын олон иргэд нэр дэвшигчдийн мөрийн хөтөлбөрийн талаар хангалттай мэдээлэл авч чадаагүй байна. Цаашид улс төрийн намууд иргэдэд бэлэг сэлт өгөх нь сонгуулийн үр дүнд амжилт авчирдаггүй гэдгийг уг судалгаа харуулж байна.