



Сургалтын сэдэв:
Зах зээлийн
судалгаа



ШИНЖЛЭХ УХААН ТЕХНОЛОГИЙН ИХ СУРГУУЛЬ
Бизнесийн Удирдлага Хүмүүнлэгийн Сургууль

ГОМБЫН ЦОЛМОН

Бизнесийн удирдлагын
салбарын ахлах багш

Улаанбаатар-49, ШХ-313
Баянзүрх дүүрэг,
ШУТИС-ийн V байр
Вэб: www.sbh.edu.mn/mn/

Утас: -976-96602600
E-mail: tsolmon07@must.edu.mn

2020.01.17

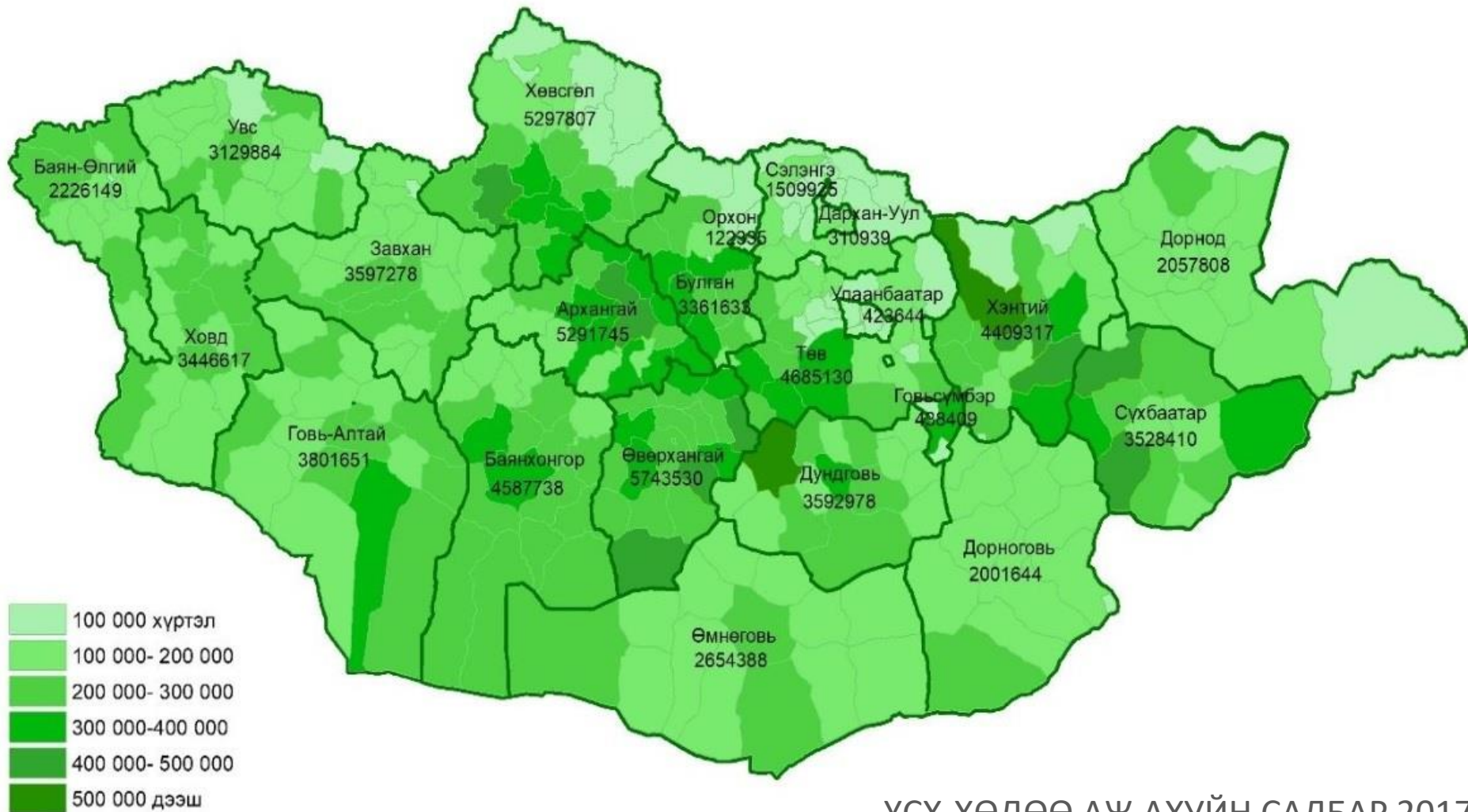
Агуулга

1. ХАА-н бүтээгдэхүүний зах зээлийн тойм
2. Зах зээлийн судалгааны бүтэц, агуулга
 - Алхам 1. Зах зээлийн багтаамжийг тооцох,
 - Алхам 2. Хэрэглэгчийн судалгаа: Хэрэглэгчийн худалдан авах чадварыг тодорхойлох, Хэрэглэгчийн худалдан авалтын зан төлөв
 - Алхам 3. Өрсөлдөгчийн судалгаа

Аймгуудын байршил

Монгол улсын 21 аймгийн 5 нь нийслэлээсээ 1000-аас дээш км-т, 10 нь 500-аас дээш км-т, нийт 333 сумдын 63 нь аймгийнхаа төвөөс 200-аас дээш км-т, 209 нь 100-аас дээш км-т алслагдсан байдаг нь зах зээл болон үйлдвэрлэгчдийг тусгаарлаж байна.

2017 ОНЫ ЭЦЭСТ ТООЛОГДСОН НИЙТ МАЛЫН ТОО, нийслэл, аймаг, сумаар



ҮСХ-ХӨДӨӨ АЖ АХУЙН САЛБАР 2017.

Махны үйлдвэр

- Манай улс жилд хонин толгойд шилжүүлснээр 8,7 сая гаруй толгой мал хүнсэнд хэрэглэж, 220 гаруй мянган тн мах үйлдвэрлэдэг.
- Улсын хэмжээнд махны үйлдвэр 40 гаруй байгаагийн 10 орчим үйлдвэр нь тогтмол үйл ажиллагаа явуулж байна. Хөдөө аж ахуйд үйлдвэрлэсэн нийт махны дөнгөж 10 хүрэхгүй хувь нь мал нядлах үйлдвэрүүдэд бэлтгэгдэж, 20 гаруй мянган тонн махыг үйлдвэрлэлийн аргаар боловсруулж байна.
- 2014 оны эцсийн байдлаар жишсэн нэг хүний махны сарын дундаж хэрэглээ 7,6 кг буюу жилийн 91,2 кг байна.
- Монгол улсын мах, махан бүтээгдэхүүний хэрэглээ жилийн 242,0 мянган тонн байна. Үүнийг мөнгөн дүнгээр авч үзвэл 889,3 тэрбум төгрөг буюу ДНБ-ий 14,5% байгаа юм.



Нэг хониноос 25-32 кг мах.



Нэг ямаанаас 20-28 кг мах.



Нэг үхрээс 150-180 кг мах



Нэг адуунаас 160-170 кг мах

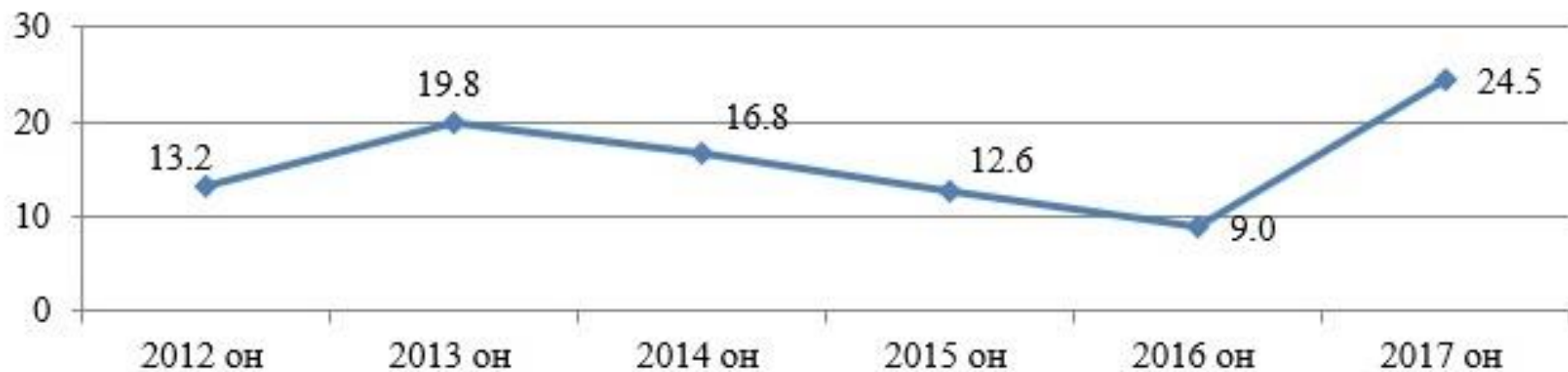


Нэг тэмээнээс 250 кг мах



Нэг гахайнаас 60-100 кг мах

Үйлдвэрийн аргаар бэлтгэсэн мах, мян.тн



Үндэсний статистикийн хороо, 2017

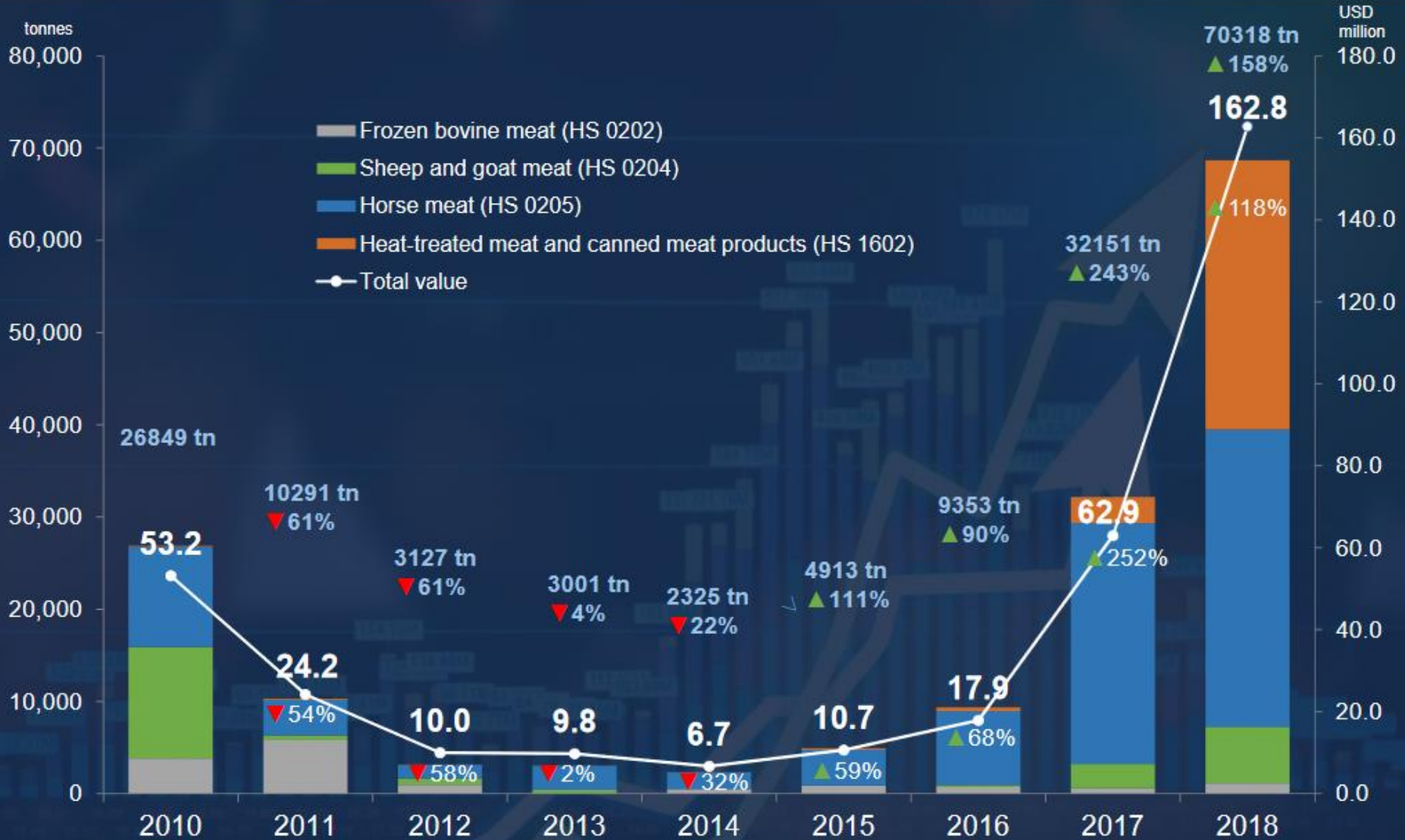
Мах, махан бүтээгдэхүүний экспорт, тн



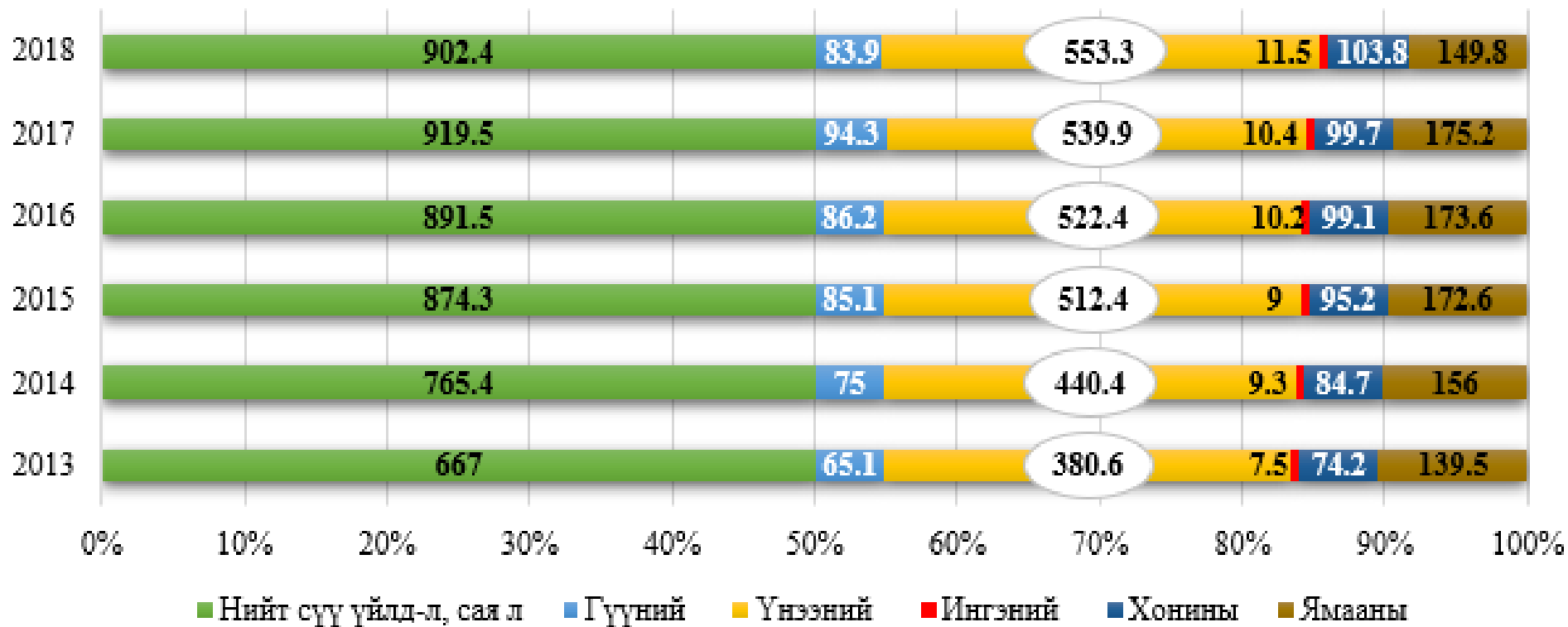
<http://mofa.gov.mn/exp/blog/10/81>



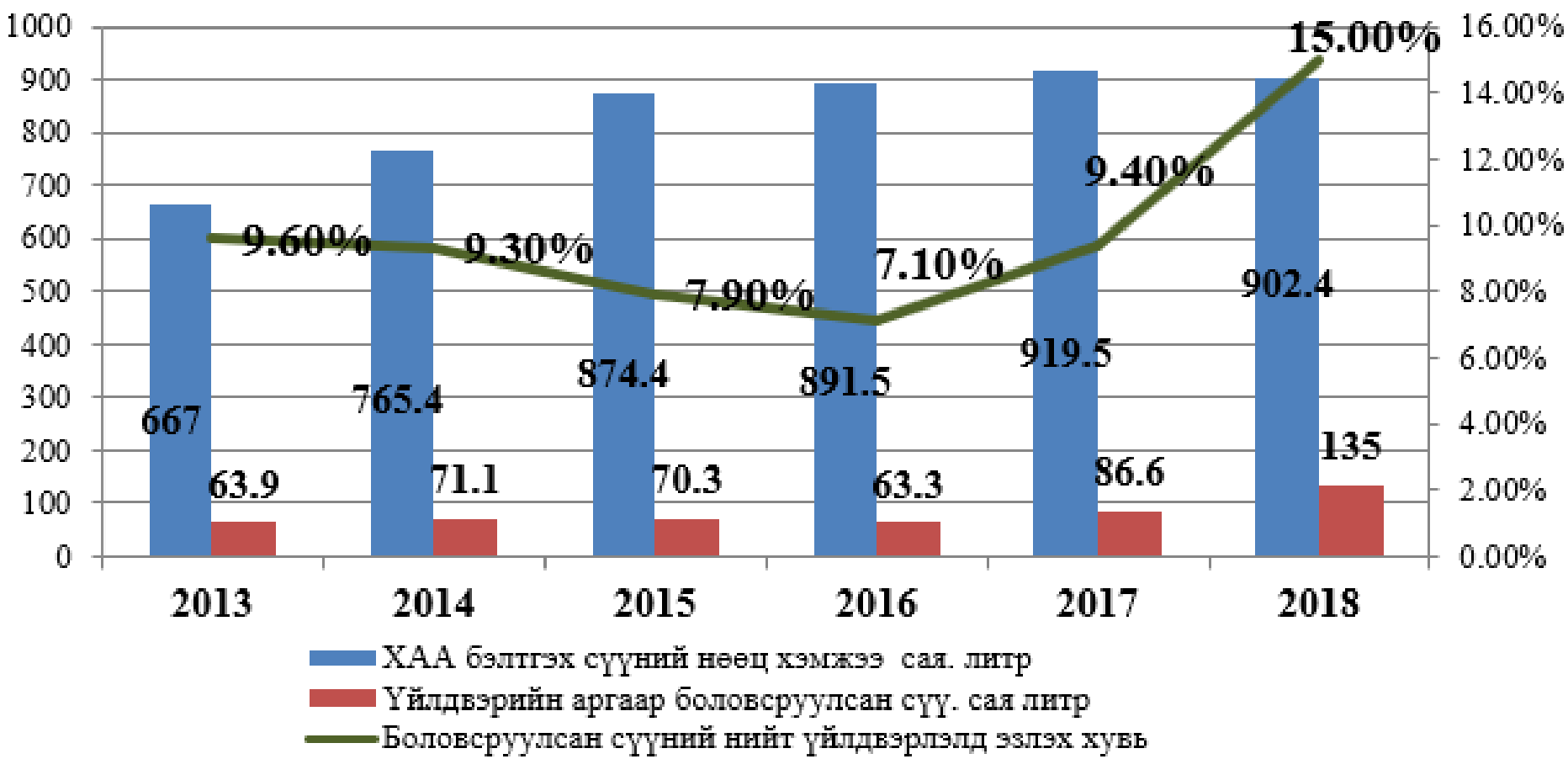
EXPORT OF MEAT AND MEAT PRODUCTS (2010-2018, tonnes, USD million, growth rate)



Хөдөө аж ахуйгаас бэлтгэх сүүний нөөц хэмжээ, сая литрээр



<http://mofa.gov.mn/exp/blog/10/80>



<http://mofa.gov.mn/exp/blog/10/80>



Тарагны зах зээл

- Үхрийн 60%-ийг саадаг, хонь ямааны 3-5%-ийг саадаг.
- Манай улсын сүүн, сүүн бүтээгдэхүүний хэрэгцээний 98 орчим хувийг 1554 фермерийн аж ахуй, 170 гаруй мянган малчин өрх хангадаг.
- МХЕГ-т задгай тарагны асуудлаар гомдол, санал бараг ирдэггүй тул тэр бүр шалгалт хийдэггүй.
- Эрүүл мэндийн сайдын 2008 оны тушаалаар Нэг хүн өдөрт 175 гр сүү, 248 гр сүүн бүтээгдэхүүн хэрэглэвэл өдрийн хэрэгцээгээ хангана гэж тогтоожээ. Үүгээр тооцвол монголчуудын тарагны өдрийн хэрэгцээ 744 мянган литр, жилийнх нь 267 сая литр болж байна. Гэтэл нийлүүлэлт нь жилд дунджаар 7.1 сая литр. Ийнхүү тарагны хэрэгцээ ба нийлүүлэлт хол зөрүүтэй байна.

ЗГМ- 2016.10.17

Түүхий эдийн нөөц, тн

	Түүхий эд	2015	2016	2017	2018	2019
1.	Хонины ноос	25500	27400	30600	33000	33600
2.	Ямааны ноолуур	7700	8300	9000	9600	9500
3.	Тэмээний эм ноос	1050	1100	1200	1300	1400
4.	Сарлагийн хөөвөр	200	220	240	250	260

<http://mofa.gov.mn/exp/blog/10/80>



**Хонины
ноосны
нөөц
36,0 мян.тн**



**Сарлагийн
хөөврийн нөөц
380 тн**



**Тэмээний
ноосны нөөц
1,7 мян.тн**

Эсгий ба эсгий эдлэл

- Жилийн хэрэгцээт гэрийн эсгийний 10%, эсгий гутлын дөнгөж 1%-ийг үйлдвэрлэлийн аргаар боловсруулж байна.
- Гэрт амьдардаг иргэд гэрийн эсгийгээ дунджаар 5-6 жилд нэг сольдог бөгөөд шинээр гэрлэгсдийн 75% нь гал голомтоо гэрт эхлүүлэн бадрааж байгаа гэсэн энгийн тооцоо хийж үзэхэд жилд 20 гаруй мянган гэрийн эсгийний хэрэгцээ байна.

Монгол дахь Норвегийн тусламжийн байгууллага. 2003-2008. <http://www.mongolianwoolcraft.mn/>

Цагаан Алт Ноосон Урлалын дэлгүүрийг 2001 онд Улаанбаатар хотод байгуулсан.

- Аксессуар: Түрийвч, олбог, дэр (гоёлын), утасны гэр. 15900-28100.
- Хувцас: Эсгий шаахай. 33700-44900. Цүнх. 33700-41200. Малгай. 20600-46800.
- Гэр ахуйн бүтээгдэхүүн: Дэрний уут, ванны өрөөний шалавч, гал тогооны сэтний суурь. 21000-33700
- Хүүхдийн бойтог: Жижиг- 10000-18700, 29950-37400
- Үнийн хөнгөлөлт. Гар урлалын бүтээгдэхүүнийг 1ш эсвэл 100ш-г урлах нь ижил хэмжээний зардал гардаг учраас олон тоогоор үйлдвэрлэснээр зардал хэмнэх боломжгүй байдаг. Иймд үнийн хөнгөлөлт үзүүлдэггүй.

Award of Excellence for Handicrafts

2008 East Asia Programme



"Lady" Woolen Slippers
Mongolia
Submitted by *Erdenebayar Huyag, Ulaanbaatar*

The International 2008 Panel of Experts acknowledges that this handicraft product conforms to the rigorous standards set by the four criteria in the Award of Excellence programme. More specifically, the Experts were impressed with the excellence in production, cultural authenticity, innovative features or techniques, and potential for the world market. This handicraft product also fulfils the two pre-conditions of eco-friendliness and social responsibility.

Sheldon Shaaffer

Sheldon Shaaffer
Director,
UNESCO Bangkok

邓颖

Deng Ying
President,
China Arts and Crafts Association

Award of Excellence for Handicrafts

2008 East Asia Programme



"Maayaa" Angor Scarf
Mongolia
Submitted by *Tsend-Ayush Tseleejav, Ulaanbaatar*

The International 2008 Panel of Experts acknowledges that this handicraft product conforms to the rigorous standards set by the four criteria in the Award of Excellence programme. More specifically, the Experts were impressed with the excellence in production, cultural authenticity, innovative features or techniques, and potential for the world market. This handicraft product also fulfils the two pre-conditions of eco-friendliness and social responsibility.

Sheldon Shaaffer

Sheldon Shaaffer
Director,
UNESCO Bangkok

邓颖

Deng Ying
President,
China Arts and Crafts Association

Award of Excellence for Handicrafts

2012 East Asia Programme



Stitched Clouds
Mongolia
Submitted by "Nooson Zangilaa" Cooperative

In particular, the International 2012 Jury acknowledged that this handicraft product demonstrates strong cultural identity, well-chosen raw materials and even stitching. It was also a good representation of a Mongolian felt product. The Jury, however, expressed some concerns about the questionable design of "holes", which may confuse the potential buyers.

Abhimanyu Singh

Abhimanyu Singh
Director and Representative,
UNESCO Beijing Office

周正生

Zhou Zhengsheng
President,
China Arts and Crafts Association

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization and PAF&A are not able to guarantee the validity of information submitted about this product and therefore cannot be held responsible for misuse of the programme's name and destination.

Award of Excellence for Handicrafts

2010 East Asia Programme



Halzan
Mongolia
Submitted by "Nooson Zangilaa" Cooperatives union

The International 2010 Panel of Experts acknowledges that this handicraft product conforms to the rigorous standards set by the four criteria in the Award of Excellence programme. More specifically, the Jury praised the fine knitting and finishing of the handicraft product, the use of a unique technique and the successful blend of traditional patterns for a modern practical use. The use of natural raw materials for the bottom part of the product was also commended.

Abhimanyu Singh

Abhimanyu Singh
Director and Representative,
UNESCO Beijing Office

周正生

Zhou Zhengsheng
President,
China Arts and Crafts Association

Your desired design

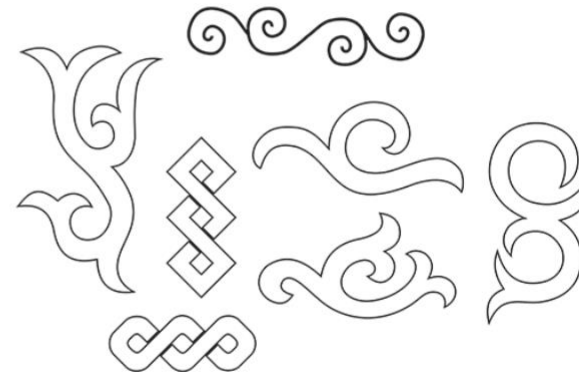
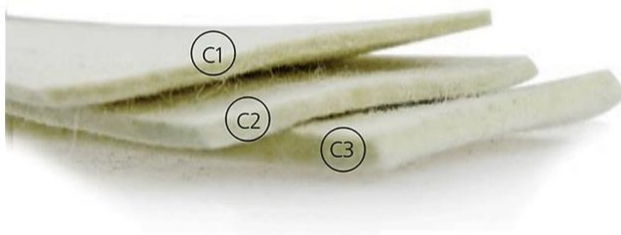
Available colors



C1 = 2mm

C2 = 4mm

C3 = 6mm



Экспортын бүтээгдэхүүн



<https://www.mmmongolia.com/> - Mary and Martha Mongolia

- 2007 онд байгуулагдсан.
- Жил бүр 20-30%-ийг өсөлттэй ажилласан.
- 2014 онд дэлгүүрийн зай талбайгаа 2 дахин нэмэгдүүлж, 150м.кв-д хүргэсэн.
- Одоогоор 4 ЖДҮ эрхлэгчид, 5 хоршоо, олон тооны хувь хүмүүстэй хамтран ажиллаж байна.
- Мийгаа: 95200841 (Монгол, Англи хэлээр), Irene: 99725297 (Англи хэлээр)



Ажиллагсдын тоо:

Эсгийлэх цехийн хүчин чадал

Эсгий шаахайны цехийн хүчин чадал

Хаягдал боловсруулах цехийн хүчин чадал

Бүтээгдэхүүн экспортлогч орнууд

500 гаруй

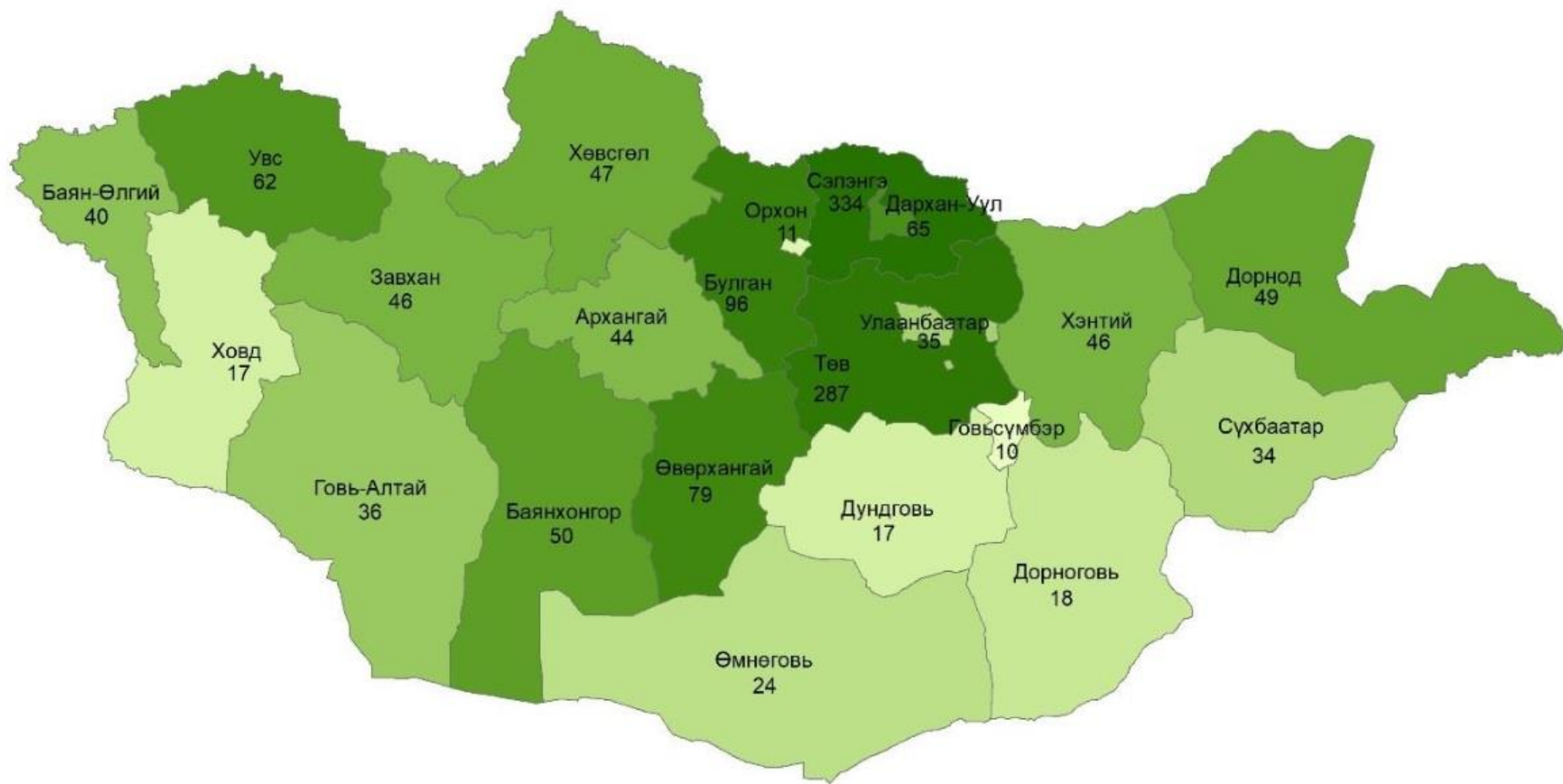
Жилд 60,000м гэрийн эсгий

Жилд 25,000 хос эсгий шаахай, 12,000ш эсгий гудас, бусад эсгий эдлэл

180.0 мян. м2 барилгын дулаалгын материал

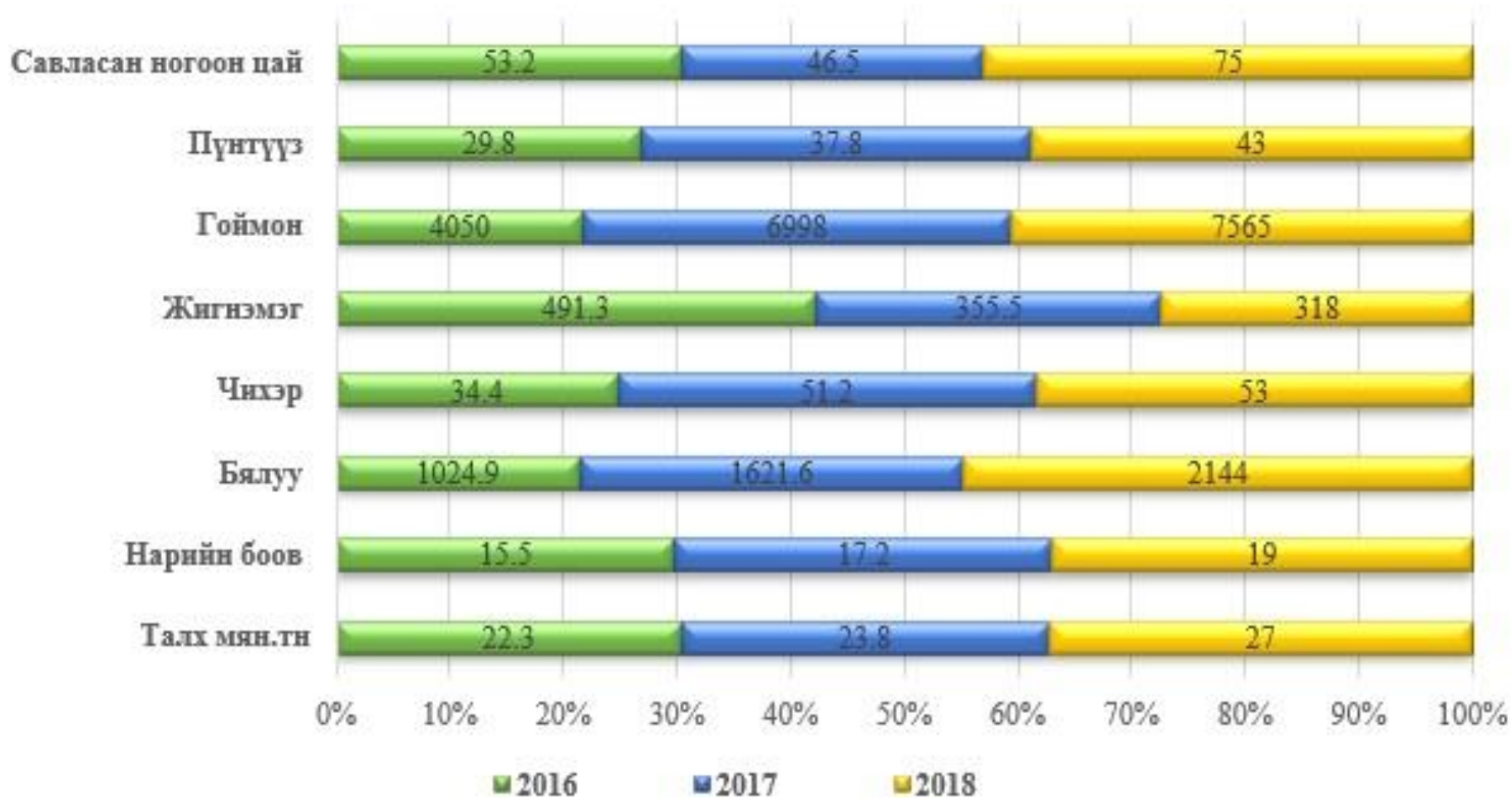
Голланд, Испани, Норвеги, Итали, Герман, ОХУ, Израйл, Казакстан, Япон, Америк

ТАРИАЛАН ЭРХЭЛДЭГ АЖ АХУЙН НЭГЖ БАЙГУУЛЛАГЫН ТОО, 2017 ОН, аймаг, нийслэлээр



ҮСХ-ХӨДӨӨ АЖ АХУЙН САЛБАР 2017.

Гурилан бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл, тонн



Монгол орны жимс, жимсгэний нөөц \тонн\													
Аймгийн нэр	Мойл	Аньс	Хад	Өрөл	Үхрийн нүд	Долоог оно	Хөх нэрс	Чацарг ана	Улаалзг ана	Гүзээлз гэнэ	Тошлой	Хармаг	
Баян-Өлгий			1.2		3.4			0.5	0.25		1.5		
Ховд					1.5			3	0.5		2		
Увс	6		5.8		10.5	0.5		11	2.5	1	7.5		
Завхан		58.5	4.5		8.5		77.5	5.5	6.5		15.5		
Хөвсгөл	4.5	5	8.5	1	15		33.5		8	7	4.5		
Говь-Алтай					1			1				113	
Баянхонгор			2.2								1	156	
Архангай	2	33.5	84.5		7		40			3.5	7.5		
Өвөрхангай	4	2	0.6							1	2		
Булган	7.5	3	3.1	3	3.5		12	1.5	3.5	6.5	0.5		
Сэлэнгэ	10	3.5	3.4	3	3.5		1.2	1.5	4.5	9.5			
Төв	3	87	12.1	2.5	16	0.5	10.5		8	4			
Хэнтий	5	2	4.2	5.5	1.5		4		3	3.5			
Дорнод	3.5		1.3	3	0.5	0.5	0.6		1	1.5			
Өмнөговь							0.5					135	
Дорноговь												62	
Сүхбаатар	0.5												
Дундговь													
Нийт	48	195	131	18	70.9	1.5	180	24	40	37.5	42	466	

Алхам 1. Зах зээлийн орчны судалгаа:

1.1. Зах зээлийн багтаамжийн судалгаа

- Зорилтот зах зээлээ сонгосны дараа хэдий хэмжээний багтаамжтай зах зээлд бүтээгдэхүүн, үйлчилгээгээ нэвтрүүлэх гэж байна вэ гэдгээ тодорхойлно. Ингэснээр таны нэвтрэх гэж буй зах зээлд орон зай байгаа эсэх, энэ зах зээлд импортын болон дотоодын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний аль нь илүү давамгайлдаг, гол тоглогчид нь хэн хэн байдаг, зах зээлийн багтаамжийн өсөлт, бууралт, цаашдын чиг хандлага ямар байх талаар бүрэн мэдээлэлтэй болно.
- Хаанаас, хэдэн хувийг нь импортолдог талаарх мэдээллийг хоёрдогч эх сурвалжуудаас цуглуулна.

Зах зээлийн багтаамжийг тооцох нь

Зах зээлийн багтаамжийг хэмжихэд дараах томъёог өргөн хэрэглэдэг.

$$Q = n * q * p$$

Q – Зах зээлийн нийт эрэлт

n – Зах зээл дэх нийт хэрэглэгчдийн тоо

q – Дундаж хэрэглэгчийн жилийн туршид хийх худалдан авалтын тоо

p – Тухайн бүтээгдэхүүний дундаж үнэ

Зах зээлийн дээд боломж

- Бүх компаниудын хийж чадах борлуулалтын дээд хэмжээ
- Жишээ: Номын зах зээлийн дээд боломж

Монгол улсын нийт хүн амын тоо: 3,245,156

- 15 ба түүнээс доош насны хүүхэд 30,5%-2017 болон бичиг үсэг тайлагдаагүй хүмүүс 34000-2009. 2,220,383

Зах зээлийн багтаамжийг тооцох нь: Харьцааны гинжин арга

- Монгол улс дахь угаалгын машины зах зээлийн багтаамжийг тооцохын тулд:
- Монгол улсын хүн ам 3,245,156, төвийн цахилгаан эрчим хүчний сүлжээнд холбогдсон айл өрхийн хувь-82%, цэвэр усны шугамд холбогдсон айл өрхийн хувь-50% гэж үзвэл
- Зах зээлийн багтаамж: $3,245,156 * 0,82 * 0,50 = 1,330,514$ ш болно.

Шинэ хөнгөн шар айрагны эрэлт	×	Хүн амын тоо	×	Нэг хүний хоол хүнсэндээ зарцуулдаг орлогын дундаж хувь хэмжээ	×	Хоол хүнсний зардалд уух юмны эзлэх дундаж хувь хэмжээ	×	Нийт уух юмны зардалд согтууруулах ундааны эзлэх дундаж хувь хэмжээ	×	Согтууруулах ундааны зардалд шар айрагны эзлэх дундаж хувь хэмжээ	×	Шар айрагны зардалд хөнгөн шар айрагны эзлэх дундаж хувь хэмжээ
-------------------------------	---	--------------	---	--	---	--	---	---	---	---	---	---

Алхам 2. Хэрэглэгчийн судалгаа

- Хувь хүмүүс шинэ бүтээгдэхүүн үйлчилгээг худалдан авах тухай байнга үнэн зөв мэдээлэл өгдөггүй нөгөө талаас үнэхээр худалдан авах сонирхолтой байсан ч гадаад, дотоод хүчин зүйлийн нөлөөгөөр шийдвэр өөрчлөгддөг.
- Мөн судалгаа хийсэн ба бүтээгдэхүүн зах зээлд нэвтрэх цаг хугацааны хооронд маркетингийн орчны хүчин зүйл өөрчлөгдөж гарсан үр дүн худал болдог.

Алхам 2. Хэрэглэгчийн судалгаа

2.1. Хэрэглэгчийн худалдан авах чадварыг тодорхойлох

- Сүүлийн 3-5 жилийн хэрэглэгчийн дундаж орлого, өөрчлөлт, чиг хандлага.
- Тухайн бүтээгдэхүүн, үйлчилгээтэй ижил болон орлох бүтээгдэхүүн, үйлчилгээнд гаргадаг зардал, өөрчлөлт, чиг хандлага

Алхам 2. Хэрэглэгчийн судалгаа

2.2. Хэрэглэгчийн худалдан авах зан төлөв

- Хэрэгцээ шаардлага: Хэрэглэгч яг юу хүсээд байна вэ (өнгө, загвар, хэмжээ, материал ...), тэдгээрийн сонирхол, хүлээлт нь ямар вэ г.м. асуултуудын хариултыг хайна;
- Худалдан авалтын зуршил: Юуг, хаанаас, хэдийд, хэр хэмжээтэйгээр худалдан авдаг вэ? Худалдан авалтын давтамж нь хэр байдаг вэ? Яагаад тухайн бүтээгдэхүүнийг худалдан авахаар шийддэг вэ? Орлогоо ихэвчлэн юунд зарцуулдаг вэ? Төлбөрийн ямар хэрэгслийг голдуу ашигладаг вэ?
- Сэтгэл зүйн хүчин зүйлс: Зар сурталчилгаа, хямдрал зэрэг нийлүүлэгчдийн зүгээс явуулдаг төрөл бүрийн арга хэмжээнд ямар хариу үйлдэл үзүүлдэг вэ? Хэрэглэгчдийн хангагдаагүй хэрэгцээ нь юу вэ? Хэрэглэгчид худалдан авалтын дараах хэрэглэгчийн үйлчилгээг сонирхдог уу?

Алхам 3. Өрсөлдөгчийн судалгаа

3.1: Өрсөлдөгчдөө танин мэдэх

- Голлох өрсөлдөгчдийг тодорхойлохдоо зах зээлийн өөр өөр сегментээс төлөөлөл болгон сонгон авах шалгуурт үндэслэнэ. Тансаг зэрэглэл, дундаж болон масс-д зориулсан бүтээгдэхүүн нийлүүлдэг компаниудаас тус бүр сонгох нь аль сегментийг зорин өрсөлдөх шийдвэр гаргахад чухал нөлөөтэй.
- Өрсөлдөгчдийн зорилтот хэрэглэгчдийг тодорхойлох
- Зах зээлийн ололт амжилтыг судлах
- Бүтээгдэхүүний давуу болон сул талыг гаргах
- Өрсөлдөгчийн зах зээлд эзлэх хувь, байр суурийг тодорхойлох
- ЗАХ ЗЭЭЛИЙН ӨӨРЧЛӨЛТ, динамик, хандлагыг үнэлэх

Алхам 3. Өрсөлдөгчийн судалгаа

3.1: Өрсөлдөгчдөө танин мэдэх

- Зах зээлд тэргүүлэгч дөрвөн ААН-ийн борлуулалтын орлогыг салбарын нийт борлуулалтад эзлэх хувиар тухайн зах зээлийн өрсөлдөөний хэлбэрийг тодорхойлж болно. Энэ харьцаа зах зээлийн бүтцийг үнэлэх гол үзүүлэлт болдог.
- Дөрвөн ААН-ийн төвлөрлийн харьцаа 60 хувиас давж байвал тэр зах зээл төвлөрөл ихтэй, олигополь хэлбэрийн цөөн ААН ноёрхож байгаагийн шинж гэж үздэг. Уг харьцаа 60 хувиас бага байвал өрсөлдөөнт зах зээлийн шинжтэй гэж үздэг.

Маркетингийн иж бүрдэл		Өрсөлдөгч #1	Өрсөлдөгч #2	Өрсөлдөгч #3	Өрсөлдөгч #4
Бүтээгдэхүүн	Чанар				
	Онцлог шинж				
	Үзэмж, хийц загвар				
	Сав, баглаа боодол				
	Шошго				
Үнэ					
Хуваарилалт (хэрэглэгчдэд хүргэх аргууд)	Интернет худалдаа				
	Жижиглэнгийн худалдаа ^(a)				
	Бөөний худалдаа				
	Төлөөлөгчийн газар				
	Шууд борлуулалт				
Идэвхжүүлэлт	Зар сурталчилгааны хэрэгсэл				
	Борлуулалтын урамшуулал				
	Олон нийтийн харилцаа				
	Биечилсэн борлуулалт				
	Шууд маркетинг				

Тэмдэглэгээ: ^(a)- төрөлжсөн дэлгүүр, их дэлгүүр, худалдааны төв, супермаркет, зах

Амжилтын гол хүчин зүйлс	Жин	Өрсөлдөгч #1		Өрсөлдөгч #2		Өрсөлдөгч #3	
		Авсан оноо	Жигнэсэн оноо	Авсан оноо	Жигнэсэн оноо	Авсан оноо	Жигнэсэн оноо
Бүтээгдэхүүний шинэлэг байдал	0.3	10	3	6	1.8	1	0.3
Бүтээгдэхүүний ялгарал	0.2	6	1.2	8	1.6	2	0.4
Үнэ хямд	0.1	8	0.8	5	0.5	10	1
Интернет худалдаа	0.2	5	1	10	2	5	1
Хүргэлтийн үйлчилгээ	0.1	1	0.1	10	1	3	0.3
Зар сурталчилгаа	0.1	4	0.4	6	0.6	3	0.3
Нийт оноо	1	34	6.5	45	7.5	24	3.3

Эндээс Өрсөлдөгч #2 тухайн зах зээлд бий болсон амжилтуудаас үйл ажиллагаандаа хамгийн их нэвтрүүлж чадсан нь харагдаж байна.



Анхаарал хандуулсанд баярлалаа