

ЗАВХАН АЙМГИЙН ХЭРЭГЛЭЭНИЙ МАРКЕТИНГИЙН ЗАРИМ АСУУДЛУУД

М.Эрдэнэчимэг

Улс орны эдийн засгийн бүтцийг өөрчлөн, хөгжилтэй орны түвшинд хүргэхэд хөгжлийн стратегийг зөв тодорхойлох нь чухал юм. Монголын төр дэлхийн эдийн засгийн хөгжлийн ерөнхий хандлагаар чиг баримжаа авч, өөрийн орны онцлог, гадаад дотоод хүчин зүйлийг харгалзан, эдийн засгаа сэргээн хөгжүүлэх, хүн амын амьдралын түвшинг тогтвортой дээшлүүлэхэд чиглэсэн хөгжлийн стратеги, түүнийг хэрэгжүүлэх бодлого, арга хэмжээг боловсруулан баталгаажуулсан. Энэ нь УИХ-ын 1996 оны 26-р тогтоолоор батлагдсан “Монгол улсын хөгжлийн үзэл баримтлал” гэсэн баримт бичигт тодорхой тусгагдсан. Тус баримт бичигт тусгагдсан зорилтыг хэрэгжүүлэхэд аймаг, орон нутгийн тогтвортой хөгжлийн тухай асуудал чухал ач холбогдолтой гэж үзэж байна. Аймаг, орон нутгийн тогтвортой хөгжил, тулгарч буй асуудлуудыг шийдвэрлэх боломжийг эрж хайхад Завхан аймгийн хэрэглээний маркетингийн асуудлуудыг авч үзэх нь зайлшгүй чухал зүйл юм.

Маркетингийн судалгааны арга зүйн асуудлууд

Одоо манай оронд зах зээлийн харилцааны үйл ажиллагаанд хүн бүр, аж ахуйн нэгж, байгууллага бүхэн хүссэн, хүсээгүй татагдан орж байна. Тэгэхээр хүн бүр аж ахуйн нэгж, байгууллага бүхэн зах зээлийн нөхцөлд амьдрахын тулд маркетингийн арга ухааныг судалж, түүнд үйл ажиллагаагаа зохицуулах зайлшгүй шаардлагатай. Зах зээлийн нөхцөлд үйл ажиллагаа явуулж байгаа үйлдвэр, компани, аж ахуйн нэгжүүдэд маркетингийн судалгаа ус агаар мэт үгүйлэгддэг нь зах зээлийн өндөр хөгжилтэй орнуудын туршлагаас харагдаж байна. Маркетингийн судалгааны гол зорилго бол маркетингийн үзүүлэлтүүдийн тухайн үеийн төлөв байдлыг тодруулаад зогсохгүй цаашдын чиглэл, хандлагыг нь олж харан тухайн үйл ажиллагааны зорилго ба стратегийг тодорхойлоход ашиглах явдал юм. Маркетингийн судалгаа нь доорх үндсэн чиглэлүүдээр хийгдэж болно. Үүнд:

1. Зах зээл ба борлуулалтын судалгаа

- Зах зээлийн багтаамжийн үнэлгээ

- Зах зээлийн хэсгийн үнэлгээ
- Зах зээлийн хөгжлийн хандлага
- Борлуулалтын прогноз
- Зах зээлийн чадавхийн үнэлгээ
- Өрсөлдөгчийн үнэлгээ

2. Бүтээгдэхүүний судалгаа

- Шинэ бүтээгдэхүүний санаа олох
- Бүтээгдэхүүний концепци бий болгох
- Бүтээгдэхүүнийг турших
- Туршиж буй бүтээгдэхүүний маркетингийг зохион байгуулах
- Баглаа боодлын янз бүрийн төрлийг судалж турших

3. Үнийн судалгаа

- Үнэ ба эрэлтийн хамаарлын судалгаа
- Амьдралын мөчлөгийн янз бүрийн шатууд дахь үнийн бодлогын прогнози

4. Бүтээгдэхүүний идэвхжүүлэлтийн судалгаа

- Зарлал сурталчилгааны үр ашиг
- Мэдээллийн хэрэгслүүдийн үр ашиг сурталчилгаануудын янз бүрийн хувилбаруудыг турших
- Идэвхжүүлэлтийн хэрэгсэл аргуудыг харьцуулан шинжлэх

Бүтээгдэхүүний хэрэглэгчид хүргэж буй явц:

- Агуулгын байршил
- Жижиглэн худалдаалах цэгүүдийн байршил
- Үйлчилгээний албадын байршил

5. Маркетингийн орчны судалгаа

- Маркетингийн бага орчны үнэлгээ
- Их орчны хүчин зүйлсийн нөлөөлөл

6. Өрсөлдөгчийн судалгаа

- Өрсөлдөгчидийн зорилго, хүчтэй ба сул талын судалгаа
- Өрсөлдөгчидийн хариу үйлдлийн үнэлгээ
- Өрсөлдөгчидийн санхүүгийн хүчин чадлын ба технологийн түвшиний үнэлгээ
- Нөөц ба шинжлэх ухааны чадавхийн үнэлгээ

Эдгээр судалгааг хийснээр:

1. Маркетингийн хольцын зохистой хослолыг хэрэглэн зах зээлд амжилт олно.
2. Хэрэглэгчийн гачигдал хэрэгцээг илрүүлэн гаргаж болно.
3. Үйлдвэр компани, аж ахуйн нэгжийн хүрээлэн байгаа гадаад дотоод орчны өөрчлөлтийг мэдэж болно.
4. Байгууллага, аж ахуйн хөгжлийн үндсэн чиглэл, урт ба дунд, богино хугацааны төлөвлөгөө боловсруулах бодит үндэслэлийг олж авдаг.
5. Судалгаа хийснээр маркетингийн шинэ шинэ боломжуудыг нээн илрүүлж дээшлэн хөгжих арга замыг олж авдаг.

Завхан аймгийн хэрэглээний өнөөгийн байдал, цаашдын хандлага

Нийт хүн амын 50 гаруй хувь нь аймгийн төвд оршин амьдардаг. Монголын хөдөө нутаг нь эдийн засгийн суурь, үндэс салбар хэвээрээ байсаар байна. Тухайлбал, Завхан аймаг нь 2000 оны байдлаар 87.2 мянган хүн амтай байгаа бөгөөд 1999 онтой харьцуулбал 2800 хүн буюу 3.2 хувиар буурсан байна. Энэ нь хөдөөд төрийн бодлого, зохицуулалт, туслалцаа дэмжлэг дутмаг байгаагаас төрж өссөн нутгаа орхин, төв суурин газар руу нүүх хөдөлгөөн улам бүр ихсэх шинжтэй болж байгаа ба үүнтэй уялдан хөдөө нутагт ажил үйлчилгээ, үйлдвэрлэл явуулж байгаа аж ахуйн нэгж байгууллага, үйлдвэрийн газар цөөн тоотой боллоо.

Жишээ нь: Завхан аймгийн хэмжээнд 2000 оны байдлаар дараах аж ахуйн нэгж байгууллагууд үйл ажиллагаа явуулж байна.

№	Байгууллагын нэр	Тоо	Тоонд эзлэх хувийн жин
1	Нөхөрлөл	2	0.3%
2	Хувьцаат компани	8	2.4%
3	Хязгаарлагдмал хариуцлагатай компани	86	13.1%
4	Хоршоо	64	9.7%
5	Төсөвт байгууллага	264	40.3%
6	Олон нийтийн байгууллага	26	3.9%
7	Төрийн өмчийн үйлдвэрлэлийн газар	5	0.8%
8	ХЭАА	198	29.9%
9	Улсын үйлдвэрийн газар	2	0.3%
Бүгд		655	100%

Эдгээрийн 70% орчим нь үйл ажиллагаагаа хэвийн явуулж байгаа гэж үздэг. Гэвч эдгээр аж ахуйн нэгж байгууллагууд нь Завхан аймгийн хүн амын хэрэглээг хангах бодитой эх үүсвэр болж чадахгүй байна. Энэ нь санхүүгийн эх үүсвэр, хөрөнгө оруулалтын дутагдалтай байдлаас болж, нөгөө талаас дэд бүтцийн хөгжлийн сул дорой байдлаас ихээхэн шалтгаалж, үйл ажиллагаа нь жигд бус зогсонги байдалтай байна.

Тус аймгийн аж үйлдвэрийн салбарын бүтээгдэхүүний борлуулалтыг авч үзвэл:

Салбарууд	Дэд салбарууд	2000 оны гүйцэтгэл
Аж үйлдвэрийн салбарт дэд салбаруудын эзлэх хувийн жин	Олзворлох аж үйлдвэр	0.2
	Боловсруулах аж үйлдвэр	36.6
	Эрчим хүчний үйлдвэрлэл	63.2
Боловсруулах үйлдвэрт бүлгүүдийн эзлэх хувийн жин	Хүнсний үйлдвэрлэл	72.8
	Ноос ээрмэл, сүлжмэл, оёдлын үйлдвэрлэл	0.2
	Арьс шир боловсруулах үйлдвэр	0.4
	Гутлын жижиг үйлдвэрлэл	2.7
	Зүсмэл модон эдлэлийн үйлдвэр	13.1
	Хэвлэх үйлдвэр	2.6
	Барилгын материалын үйлдвэрлэл	6.0
	Бусад бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл	2.2

Энэ үзүүлэлтээс харвал олзворлох аж үйлдвэр бараг хөгжөөгүй, боловсруулах аж үйлдвэр сул дорой хөгжиж байгаа нь харагдаж байна. Орон нутагт жижиг үйлдвэрүүдийг хөгжүүлэхэд нэг талаас гадаадын болон дотоодын хөрөнгө оруулалт зээл тусламжийн хуваарилалт байхгүй, нөгөө талаас орон нутагт үйл ажиллагаагаа явуулдаг салбар банкуудын зээлийн хүү өндөр, мөн зээл олгох хугацаа, хэмжээ багаас гадна, мөн техник тоног төхөөрөмжийн хоцрогдлоос үүдэх, өндөр зардал гэх мэт бодит хүчин зүйлүүдээс хамаарч хүндрэл саад бэрхшээлүүд тулгарч байдаг. Ер нь: хөдөөгийн хүн амын хэрэглээ нь тэдний онцлог газар зүй, цаг агаарын нөхцөлтэй холбоотойгоор цөөн даруухан хэрэглээ байдгаараа, хот суурин газрын хэрэглээнээс эрс ялгаатай юм. Өнөөгийн байдлаас харахад дан дангаараа амиа аргацаасан, малчид зах зээлд тэр бүр оролцож чадахгүй явуулын наймаачидад бүтээгдэхүүнээ хямд үнээр борлуулж, зарим гол зах зээлээс, хол орших малчин хэрэглэгчид нэлээд хэмжээний бүтээгдэхүүн борлуулж чадахгүй шахам байгаагаас амьдралын нь түвшин нь сул дорой, худалдан авах чадвар нь доогуур байгаа ба өдөр тутмын хэрэгцээтэй бараанаас хэтэрч худалдан авалт хийх чадвар сул байна. Завхан аймгийн хувьд төвлөрсөн хот суурингуудаас 800-1500 км алслагдсан байдаг учраас тээврийн зардал өндөр байдагтай холбоотойгоор бараа бүтээгдэхүүний үнэ төвийн районаас 40-60% буюу зарим нэр төрөлд 2 дахин илүү үнэтэй байна. Иймээс худалдан авах барааны нэр төрөл энгийн бөгөөд цөөн байна. Бэлэн мөнгөний хомс-долоос шалтгаалж хүн ам ялангуяа хөдөөгийн малчид **Бараа → мал, эсвэл бараа → мал аж ахуйн бүтээгдэхүүн** гэсэн биет арилжаа голлон хийж байна. Эдгээр хүндрэлтэй нөхцөл байдлуудаас гадна үйлдвэрийн хүрээнд нааштай ахицтай алхмууд хийгдэж байна. Тухайлбал: жилдээ 1500 тонн мах бэлтгэх хүчин чадалтай мах боловсруулах үйлдвэр маань арваад жил зогсонги байдалтай байж байгаад сүүлийн 2 жилд аж ахуйн нэгж байгууллагуудтай гэрээ байгуулж түрээсээр ажиллуулснаар жилд 500-600 тонн махыг үйлдвэрийн аргаар нядалж Оросын холбооны улс руу экспортлон хүмүүсийн өргөн хэрэгцээний барааг импортоор оруулж ирсэнээр төвийн бүсийн аймгуудын барааны үнэ ханштай ойролцоо түвшинд зарим барааны үнийг тогтоон барьж байна. Энэ нь Завхан аймгийн экспорт, импортын бүтцэд өөрчлөлт орж байгааг гэрчилж байна. Мөн сүүлийн жилүүдэд олон улсын хандивлагч байгууллагуудын зээл тусламж төсөл хэрэгжиж эхлэх суурь тавигдсан явдал нь үйлдвэрлэгчид хэрэглэгчидийн уялдаа холбоонд өөрчлөлт оруулж байна. Завхан аймгийн холбооны салбар нь интернетийн сүлжээнд холбогдсоноор дэлхийн улс орны мэдээллийн сүлжээнээс төрөл бүрийн мэдээллийг авч ашиглаж бизнесийн амжилтуудыг гаргах боломжтой болж байна. Завхан аймгийн томоохон амралт рашаан сувилалын газрууд үйл ажиллагаагаа сэргээж ажиллаж байгаа явдал болон байгалийн үзэсгэлэнтэй сайхан газруудад шинээр хэд хэдэн амралт сувилалын газар барьж байгуулж байгаа явдалд нь тус аймагт аялал жуулчлалын салбарыг хөгжүүлэх суурь хөрс нь тавигдаж байна гэж үзэж байна.

Завхан аймгийн тогтвортой хөгжлийг хангахад маркетингийн боломжуудыг ашиглах нь: Өнөөдөр хөдөө орон нутагт үйлдвэрлэл үйлчилгээ явуулах асар их боломж байгаа боловч чухам яаж эрхлэх арга ухаанаа олохгүй байгаа явдал бол маркетингийн мэдлэг мэдээлэл дутагдалтай байгаа явдалтай холбоотой юм. Иймээс юуны түрүүнд зах зээл болон хэрэглэгчдээ судалж таньж мэдэх асуудал хамгийн чухлаар тавигддагийг анхаарч дараах концепцтой (үзэл баримтлалыг) уялдуулж ашиглах боломжтой юм гэж үзэж байна. Үүнд:

1. Манай аймаг 2 сая орчим толгой малтай, үүнээс 1.1 сая нь хонь бөгөөд улсад хониор тэргүүн байр эзэлдэг. Хонь сүргийн бүтэц гарц сайтай, чанар сайтай, ноос ноолуурын чиглэлийн нутгийн шилмэл үйлдвэрийн хонь тодорхой хувийг эзэлдэг учраас түүний ноосыг боловсруулж экспортлох мөн ээрмэлийн, сүлжмэлийн, эсгий ба эсгий гутлын үйлдвэрийг барьж байгуулах боломжтой гэж үзэж байна.
2. Завхан аймаг цаг уурын эрс тэс уур амьсгалтай өндөр уулсын бүсэд оршдог учраас газар тариаланг өргөн хэмжээгээр ашиглах боломж муутай ч гэсэн хуучин ашиглаж байсан талбайг эргэлтэнд оруулах замаар үр тариа хүнсний ногоог ашиглах боломжтой.
3. Манай аймгийн нутаг дэвсгэрийн 5% буюу 669279 га ой модтой. Төлөвлөгөөт эдийн засгийн

- үед мод боловсруулах үйлдвэрүүд нь жилд 150 мянган м² мод бэлтгэж байсан ба нөхөн сэргээх ажил хангалтгүй хийгддэг байснаас ойн нөөц багасахад хүрсэн. Иймээс ой ашиглах, хамгаалах, нөхөн сэргээх үйл ажиллагаанд мэргэжлийн байгууллагын гүйцэтгэх үүрэг хяналтыг сайжруулж мод бэлтгэлийн технологийг боловсронгуй болгох, нөхөн сэргээх ажлыг эрчимжүүлж мод үржүүлгийн газар сэргээснээр мод болон модон эдлэл хийх үйлдвэрлэлийг хөгжүүлэх боломжтой.
4. Тус аймаг 97 нуур, 599 гол горхи байдаг ба өөрөөр хэлбэл нутаг дэвсгэрийн 1%-ийг ус эзэлнэ. Иймээс Завхан, Буянт, Тэс, Идэр, Богд, Чигэстэй зэрэг томоохон голуудыг ашиглан усны эх үүсгэвэрээр ажилладаг эрчим хүчийг хөгжүүлэх боломжтой.
 5. Аймгийн хэмжээгээр худалдаа үйлчилгээний салбар нь 2.5 тэрбум төгрөгний бараа гүйлгээ хийж, дотоодын нийт бүтээгдэхүүнд тус салбар 40 орчим хувийг эзэлж байдаг. Энэ нь олон жижиг аж ахуй, хувийн ганзгын наймаачдаар дамжин хийгддэг учраас тээврийн зардал барааны үнийг өндөржүүлж байна. Иймээс цаашид ОХУ-ын Тува улстай хил залгаа оршдог давуу талаа ашиглан бөөний худалдааны сүлжээг бий болгох худалдаа гүйлгээний тоног төхөөрөмжийг шинэчлэх, бөөний болон жижиглэн худалдааны газруудтай болох боломжтой юм.
 6. Манай аймаг байгалийн баялаг, ашигт малтмалын нөөцтэй гэдэг нь эрдэмтэд судлаачдын судалгаагаар илэрч байгаа учраас олдворлох чиглэлийн үйлдвэрлэлүүдийг хөгжүүлэх боломжтой.
 7. Манай аймгийн эдийн засгийн үндсэн салбар нь ХАА ялангуяа мал аж ахуйн салбар учраас мал аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүнийг боловсруулах чиглэлийн үйлдвэрийг хөгжүүлэх боломжтой.

Дүгнэлт

Орон нутгийн үйлдвэрлэгч хэрэглэгчдийн уялдаа холбоо болон түүний маркетингийн үндсэн асуудлуудыг судалж дүгнэлт хийхийн тулд Завхан аймгийн эдийн засаг, зах зээлийн харилцааны өнөөгийн тодорхойлох асуудал чухал юм. Үүнд:

1. Эрчим хүчний найдвартай ажиллагаа эх үүсвэргүйгээс үйлдвэрлэл үйлчилгээгээ тасалдаж заримдаа зогсонги байдалтай байна.
2. Боловсруулах аж үйлдвэр хөгжөөгүй учраас хүн амын өргөн хэрэглээний бараа бүтээгдэхүүнийг гаднаас болон бусад аймаг хотуудаас тээвэрлэн ирж зардал их хэмжээгээр гаргаж өртгийг өндөржүүлж байна.
3. Газрын хэвлэлийн баялагийг шинэчлэн судалж, нөөцийг тогтоох дорвитой ажил хийгдээгүйгээс олдворлох үйлдвэрлэлийн хөгжил зогсонги байна.
4. Хөдөө орон нутагт зах зээлд орж байна. Зах зээлийг хөгжүүлнэ гэж яриад байгаагаас биш зах зээлийг жам ёсоор нь хөгжүүлэх арга ухаан өөрөөр хэлбэл маркетингийн арга ухааны талаарх ойлголт дутмаг байна.
5. Бэлэн мөнгөний хомсдолоос шалтгаалж **Бараа → мал, эсвэл бараа → мал аж ахуйн бүтээгдэхүүн** гэсэн биет арилжаа голлон хийгдэж байна гэж дүгнэж байна.