2009

Уул уурхайн тоног төхөөрөмжийн судалгаа

Агуулга

1. Оршил...

2. Уул уурхайн салбарын өнөөгийн байдал, цаашпын ха

   2.1 Хөрөнгө оруулалт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлий

   2.2 Салбар дахь аж ахуй нэгж ажиллгсдын тоо........

   2.3 Зэс, алт, нүүрсний үйлдвэрлэлийн хэмжээ.........

   2.4 Шинээр нээгдсэн томоохон орд газрууд...........

3. Зах зээлийн багтаамж ба бүтэц

   3.1 Импортын ерөнхий бүтэц...................................

   3.2 Импортын нарийвчилсан бүтэц..........................

Монголын Уул Уурхайн Бирж

4. Хэрэглэгчийн судалгааа..19
5. Судалгааны дүгнэлт, санал зөвлөмж... 29

Хүснэгтийн жагсаалт

Шинээр нээгдээд ашиглалтын шатанд бэлтгэгдэж буй ордууд..9
2003 ба 2004 оны ТОП 10-н импорт..12
2005 ба 2006 оны ТОП 10-н импорт..13
2007 ба 2008 оны ТОП 10-н импорт..13
2009 оны ТОП 10-н импорт...13
Уул уурхайн тоног төхөөрөмжийн гол экспортлогч орнууд..14
Уул уурхайн тоног төхөөрөмж тус бүрийн импортын хэмжээ (ширхгээр).........................14
Уул уурхайн тоног төхөөрөмж тус бүрийн импортын хэмжээ (мөнгөн дүнгээр)..............15

Уул уурхайн тоног төхөөрөмж тус бүрийн импортын үйлдвэрлэсэн жилээрх ангилал.........15
Уул уурхайн тоног төхөөрөмж тус бүрийн импортын үйлдвэрлэсэн брэндээрх ангилал.........17
Судалгаанд хамрагдсан уул уурхайн компаниудын ажилласан жил.........20
Компаниудын тоног төхөөрөмжийн худалдан авалтаа хийдэг үе.........20
Компаниудын төлбөрийн нөхцлийн талаарх хандлага.........20
Худалдан авах сонголтонд нөлөөлөх хүчин зүйлс.........22
Компаниудын хэрэглээний бүтэц.........24
Худалдан авалтын дараах сэтгэл ханамж.........26
Тэдний ойрын 1-3 жилийн хугацаан дахь тоног төхөөрөмж худалдан авах хэрэгцээ........26
Худалдан авах шийдвэрт гол нөлөө үзүүлдэг этгээдүүд.........27
Хэрэглэгчдийн брэндүүдийн талаарх үзэл бодол, хандлага.........28
Тоног төхөөрөмжийн зах зээлийн сегмент тус бүрийн гол өрсөлдөгчид.........28
Хэрэглэгч нарын санал хүсэлт.........29
“Вагнер Ази Тоног Төхөөрөмж” ХХК-ны бүтээгдэхүүний үнэ.........30
“Хера Инвестмент” ХХК-ны бүтээгдэхүүний шууд болон түрээсийн үнэ.........31

График, диаграммын жагсаалт

Уул уурхайн хөрөнгө оруулалт ба бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн хэмжээ.........6
Уул уурхайн салбар дахь аж ахуй нэгж ба ажиллагсдын тоо.........7
Зэсний үйлдвэрлэлийн хэмжээ.........8
Алтны үйлдвэрлэлийн хэмжээ.........8
Нүүрсний үйлдвэрлэлийн хэмжээ.........9
Уул уурхайн тоног төхөөрөмж ба хүнд даацын ачааны автомашины импортын тоо хэмжээ.........10
Нийт импортод компани болон хувь хүний эзлэх хувийн жин (ширхгээр).........11

Судалгаанд хамрагдсан уул уурхайн компаниудын ажилласан жил....................................20

Худалдан авах сонголтонд нөлөөлөх хүчин зүйлс...21

1. Оршил

Энэхүү маркетингийн судалгаа нь монгол улсын уул уурхайн зах зээлийн багтаамж, эрэлт ба түүний хандлага, өрсөлдөөний нөхцөл байдал зэргийг багтаасан болно. Судалгааны зорилго нь уул уурхайн тоног төхөөрөмжийн зах зээлийн өнөөгийн байдал, эрэлт хэрэгцээ түүний чиг хандлагыг нээн илрүүлэх, хэтийн төлвийг тодорхойлох ингэснээр тус салбарт үйл ажиллагаа эрхэлдэг компани, менежерүүдэд зөв шийдвэр гаргахад нь туслах явдал болно. Тус зах зээл нь зуун хувь импортын бүтээгдэхүүний зах зээл бөгөөд өмнө нь энэ чиглэлээр хийгдэж байсан судалгааны ажил тун бага байсныг энд дурдах нь зүйтэй. Судалгаа нь үндсэндээ хоёр гол хэсгээс бүрдсэн болно. Үүнд:

Нэгдүгээр хэсэг нь тоног төхөөрөмжийн зах зээлийн багтаамж бүтэц, онцлог зэргийг тодорхойлох зорилгоор гаалийн ерөнхий газрын импортын 2003-2009 оны мэдээн дээр тулгуурлаж хийсэн шинжилгээний хэсгээс бүрдэнэ.

Хоёрдугаар хэсэг болох хэрэглэгчийн судалгааны хэсэгт уул уурхайн компаниуд худалдан авалтаа хэдий үед хийдэг, худалдан авах шийдвэрт ямар албан тушаалтан хамгийн гол нөлөө үзүүлдэг, худалдааны саналуудыг үнэлж үзэхдээ аль үзүүлэлтэнд илүү ач холбогдол өгдөг болон тэдний хэрэглээ болон цаашдын хандлагыг тодорхойлсон хэсгүүдээс бүрдэнэ.

Судалгааны арга болон түүврийн тухайд гэвэл уул уурхайн тоног төхөөрөмжийн зах зээл нь байгууллагын худалдан авалтын зах зээл учраас цөөн тооны ончилсон бүлгийг сонгож маркетингийн судалгаанд өргөн ашиглагддаг чанарын судалгааны аргыг ашиглалаа.