Монголын тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний талаарх Монгол хэрэглэгчдийн ойлголт, чадавхыг тодорхойлох судалгаа

VMLY&R Mongolia

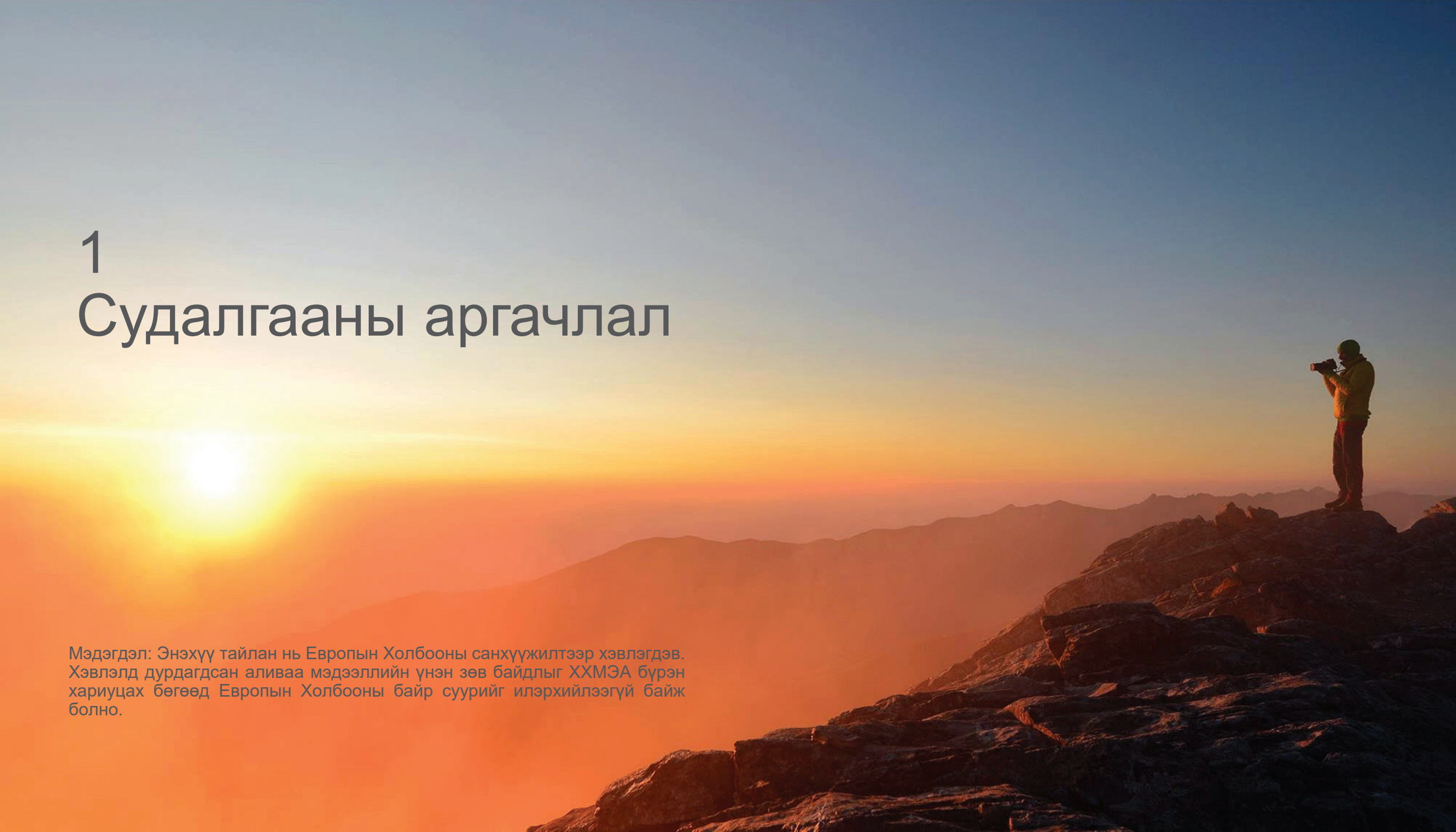
Европын Холбооны Монголын ноос, ноолуурын тогтвортой үйлдвэрлэл ба эко тэмдэг төсөлд зориулан бэлтгэв.

2020 оны 6-р сар

KANTAR

Агуулга

1	Судалгааны аргачлал	3
2	Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн шинж байдал	9
3	Хэрэглэгчдийн тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх ойлголт, хүрээлэн буй орчиндоо анхаарал хандуулах байдал	12
4	Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнийг хүлээж авах хандлага	27
5	Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний худалдан авалт	35
6	Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний хүсэмжит консепт	67
7	Мэдээлэл авдаг суваг	81
8	Дүгнэлт, санал зөвлөмж	86
9	Хавсралт	92



1
Судалгааны аргачлал

Мэдэгдэл: Энэхүү тайлан нь Европын Холбооны санхүүжилтээр хэвлэгдэв. Хэвлэлд дурдагдсан аливаа мэдээллийн үнэн зөв байдлыг ХХМЭА бүрэн хариуцах бөгөөд Европын Холбооны байр суурийг илэрхийлээгүй байж болно.

Судалгааны үндэслэл

STeP EcoLab

switchasia

Funded by the European Union

Европын Холбооны Монголын ноос, ноолуурын тогтвортой үйлдвэрлэл ба эко тэмдэг төсөл

AVSF буюу Хил Хязгааргүй Малын эмч нар ба Агрономчид ТББ-ийн хэрэгжүүлж буй Европын Холбооны Монголын ноос, ноолуурын тогтвортой үйлдвэрлэл ба эко тэмдэг төслийн үндсэн үйл ажиллагааны 6-р хэсгийн “Мэргэшсэн экспертийн дэмжлэгтэйгээр Монголын болон Европын хэрэглэгчдийн хүлээлтийг судлах” зорилтын хүрээнд Монголын тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний талаарх Монгол хэрэглэгчдийн ойлголт, чадавхын судалгааны ажлын шалгаруулалтад Kantar Mongolia Олон улсын Судалгааны Байгууллага нь хамрагдаж, ажлыг гардаж авснаар ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх ойлголт, өнөөгийн ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлийн талаарх мэдлэгийг судалж цаашид тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний худалдан авалт, байнгын хэрэглээнд дэмжлэг болох хүчин зүйлсийг тодруулан мэдээллийг нэгтгэн дүгнэж, санал зөвлөмж бэлтгэв.

Судлагдахууны хүрээ

Хэрэглэгчдийн өнөөгийн ойлголт

- Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх ойлголт
- Тэдний хүрээлэн буй орчны асуудалд анхаарлаа хандуулах байдал
- Монголын өнөөгийн ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн явцын талаарх мэдлэг

Хэрэглэгчдийн хандлага

- Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнийг хүлээж авах хандлага
- Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнд илүү үнэ төлөхөд бэлэн байдал
- Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний хүсэмжит консепт

Судалгааны загвар

Зорилтот бүлэг

- Улаанбаатар хотын оршин суугч
- Өрхийн сарын дундаж орлого 1,5 сая төгрөгөөс дээш
- Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнийг жилд нэгээс дээш давтамжтай худалдаж авдаг

Чанарын судалгааны аргачлал

- Чанарын судалгааны фокус бүлгийн ярилцлагын аргачлал
- Ярилцлагын урт: 90 минут
- 8 бүлгийн ярилцлага
- Бүлэг тус бүр 3 оролцогчтой

Тоон судалгааны аргачлал

- F2F нүүр тулсан ярилцлага
- CLT буюу
- CAPI технологид суурилсан буюу ухаалаг утас / таблет ашигласан
- Нийт түүврийн хэмжээ n=515
- Ярилцлагын урт: 20-30 минут
- KAP буюу мэдлэг, хандлага, үйлдлийн загварын судалгааны аргачлалын дагуу асуулгыг боловсруулав.

Мэдээлэл цуглуулалт

- УБ хотод байршилтай олон улсын салбар кофе шопуудад мэдээлэл цуглуулалтыг хийж гүйцэтгэв.
- Мэдээлэл цуглуулалт 2020.05.09 - 2020.05.14 өдрүүдэд хийгдсэн.
- 22 ярилцлага авагч, 4 супервайзор, 4 чанар хянагч, 4 аудио болон утсаар чанар хянагч ажилтнууд мэдээлэл цуглуулалтыг хийж гүйцэтгэсэн.

Бүлгийн ярилцлагын оролцогчид

Бүлгийн ярилцлагыг өрнүүлэхдээ хэрэглэгчдийн тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх **ойлголтоор** ангилан ярилцав.

1,2-р бүлэг

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар **сонсож байгаагүй.**

3,4-р бүлэг

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар **сонсож байсан**, багахан ойлголттой.

5,6-р бүлэг

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар **ойлголттой**, хэрэглэж үзсэн эсвэл цөөн хэрэглэдэг.

7,8-р бүлэг

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар **маш сайн ойлголттой**, өдөр тутамдаа хэрэглэдэг.

Ач холбогдлын тест унших заавар

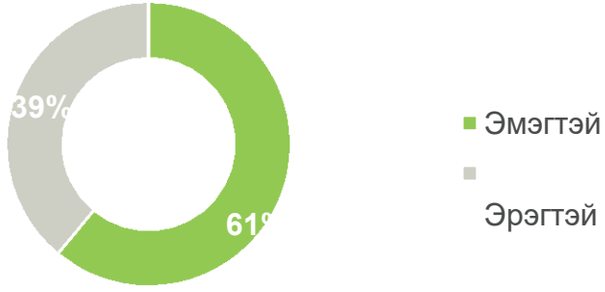
- Хүснэгт болон график дээрх үзүүлэлтүүд хооронд ач холбогдлын тест хийгдсэн.
- Зэрэгцүүлсэн үсэгнүүд нь тухайн бүлгүүдийг орлох бөгөөд уг бүлгийн харьцуулж буй бусад бүлгүүдээс 95%-н итгэлийн түвшин (confidence level) дэх утгатай ялгааг харуулна.
- Жишээ нь: “a” баганад байгаа “b” үсэг нь, а групп 95%-н итгэлцлийн түвшин дэх b-группээс статистикийн хувьд ач холбогдолтойгоор өндөр байгааг илэрхийлнэ.
- Ач холбогдлын тест нь 30-с их суурьтай үзүүлэлтүүдийн хувьд хийгдэх болно.

	А групп (n=100)	В групп (n=50)
Test	a	b
ABC	50%b	20%
XYZ	10%	5%

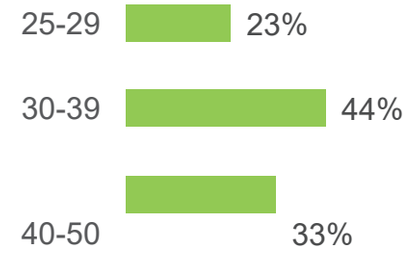
2
Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн шинж байдал

Оролцогчдын шинж байдал 1/2

Хүйс



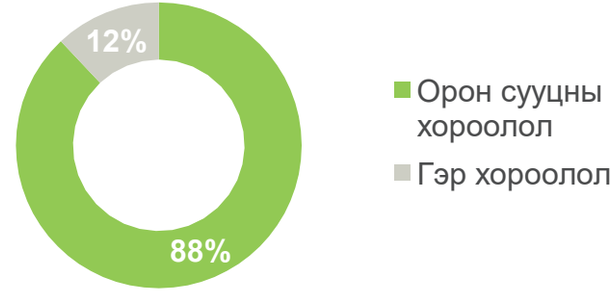
Насны бүлэг



Байршил

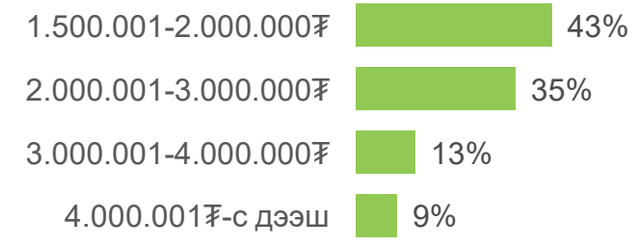
Боловсрол

Сууцны төрөл



Өрхийн орлого

(сарын дундаж)



Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Оролцогчдын шинж байдал 2/2

Ажил эрхлэлт

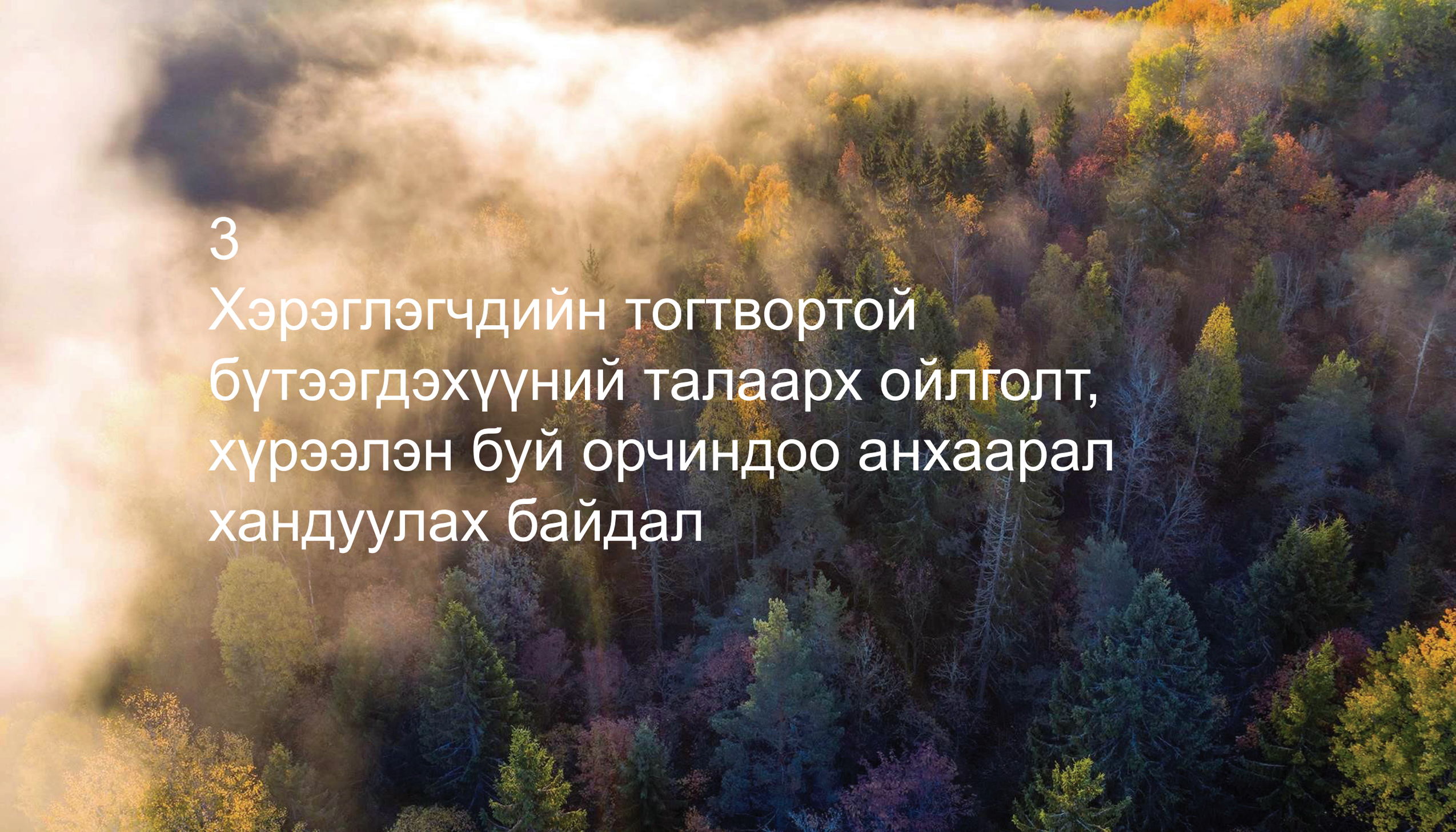
Байгууллага

(n=493)

Гэрлэлтийн байдал

Ам бүлийн тоо

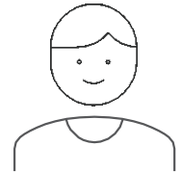
Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)



3
Хэрэглэгчдийн тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх ойлголт, хүрээлэн буй орчиндоо анхаарал хандуулах байдал

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх мэдлэг, төсөөлөл

17%



Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонсож байсан

- Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх мэдлэг, төсөөлөл хэрэглэгчдийн боловсролын түвшнээс шалтгаалж ялгаатай байгаа бөгөөд магистр болон түүнээс дээш боловсролтой хэрэглэгчид уг ойлголтын талаар илүү сонсож байсан байна.
- Мөн 4 саяас дээш орлоготой хэрэглэгчид тус төрлийн бүтээгдэхүүний талаар илүү сонссон байна.

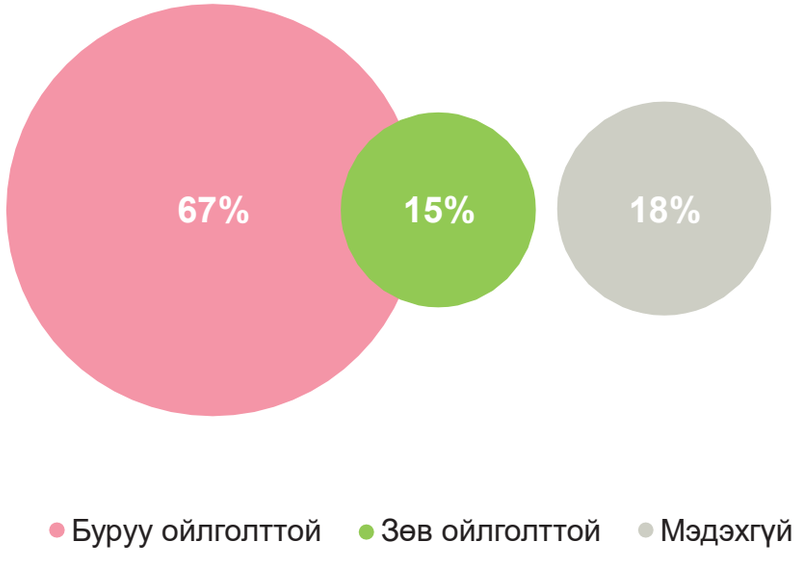
	Нийт	Насны бүлэг			Хүйс		Өрхийн сарын орлого				Боловсрол		
		25-29	30-39	40-49	Эмэгтэй	Эрэгтэй	1.5-2 сая ₮	2-3 сая ₮	3-4 сая ₮	4 сая ₮-с дээш	Бүрэн дунд	Бакалавр	Магистр, түүнээс дээш
Base	515	118	226	171	316	199	222	182	65	46	92	347	76
Test		a	b	c	a	b	a	b	c	d	a	b	c
Сонсож байсан	17%	17%	17%	16%	18%	14%	13%	18%	15%	30% abc	10%	15%	33%ab
Сонсож байгаагүй	83%	83%	83%	84%	82%	86%	87%d	82%d	85%d	70%	90%c	85%c	67%

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх мэдлэг, төсөөлөл

Хэрэглэгчдийн **15%** нь тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар зөв ойлголттой.

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх ойлголт



- Хэрэглэгчдийн тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар зөв ойлгож байгаа эсэх нь мөн боловсролын түвшнээс хамаарч ялгаатай байгаа ба магистр болон түүнээс дээш боловсролтой хэрэглэгчдийн зөв ойлголттой байх нь бусад хэрэглэгчдээс өндөр байна.
- Насны хувьд 30-39 насны хэрэглэгчид 40-50 насны хэрэглэгчдээс илүү зөв ойлголттой байна.

	Насны бүлэг			Хүйс		Боловсрол		
	25-29	30-39	40-50	Эмэгтэй	Эрэгтэй	Бүрэн дунд	Бакалавр	Магистр, түүнээс дээш
Base	**118**	**226**	**171**	**316**	**199**	**92**	**347**	**76**
Test	**a**	**b**	**c**	**a**	**b**	**a**	**b**	**c**
Зөв ойлголттой	12%	19%**a**	13%	16%	13%	8%	14%**a**	28%**ab**
Буруу ойлголттой	67%	62%	72%**b**	67%	67%	69%	68%	58%
Мэдэхгүй	21%	19%	15%	17%	20%	23%	18%	14%

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх мэдлэг, төсөөлөл

15% **Зөв** ойлголттой хэрэглэгчид

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар зөв ойлголттой хэрэглэгчдийн 54% нь тогтвортой бүтээгдэхүүнийг “Байгаль орчинд ээлтэй”, 26% нь “Олон жил хэрэглэгдэх удаан эдэлгээтэй бүтээгдэхүүн” хэмээн тодорхойлж байна.

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн зөв ойлголт	%
Байгаль орчинд ээлтэй /түүхий эд, бүтээгдэхүүн, үйлдвэрлэл/	54%
Олон жил хэрэглэгдэх удаан эдэлгээтэй бүтээгдэхүүн	26%
Дахин ашиглах боломжтой бүтээгдэхүүн	12%
Малын тавлаг байдлыг хангасан	4%
Бусад	4%

67% **Буруу** ойлголттой хэрэглэгчид

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар буруу ойлголттой хэрэглэгчдийн 37% нь тогтвортой бүтээгдэхүүнийг “Өдөр тутамд байнга хэрэглэдэг бүтээгдэхүүн”, 30% нь “Эдийн засгийн эрэлттэй бүтээгдэхүүн”-тэй холбож ойлгож байна.

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн буруу ойлголт	%
Өдөр тутамд байнга хэрэглэгдэг бүтээгдэхүүн	37%
Эдийн засгийн тогтвортой бүтээгдэхүүн /эрэлт өндөр, борлуулалт сайтай, тогтмол үйлдвэрлэгддэг, байнгын хэрэглэгчтэй/	30%
Үнэ ханш нь тогтвортой бүтээгдэхүүн	4%
Ноос ноолууран бүтээгдэхүүн	4%
Үйл ажиллагаа нь тогтвортой байгууллагын бүтээгдэхүүн	4%
Хүмүүсийн хэрэгцээнд нийцсэн бүтээгдэхүүн	3%
Чанартай удаан эдэлгээтэй бүтээгдэхүүн	2%

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх мэдлэг, төсөөлөл

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонсож байсан хэрэглэгчдийн хувьд

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонсож байсан хэрэглэгчдийн 38% нь зөв ойлголттой байгаа ба хэрэглэгчдийн дунд “Байгаль орчинд ээлтэй бүтээгдэхүүн” (24%) гэсэн ойлголт хамгийн түгээмэл байна. Харин тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар буруу ойлголттой байгаа хэрэглэгчид тогтвортой бүтээгдэхүүнийг “Эдийн засгийн байнгын эрэлт нийлүүлэлттэй бүтээгдэхүүн”-тэй (21%) холбож ойлгож байна.

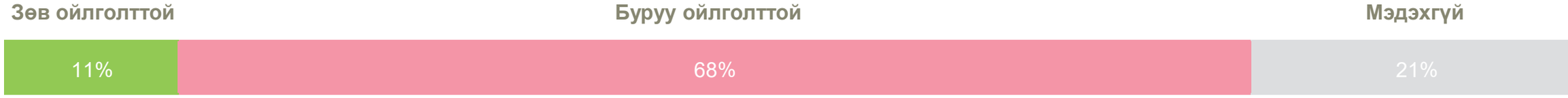
Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн зөв ойлголт	%
Байгаль орчинд ээлтэй /түүхий эд, бүтээгдэхүүн, үйлдвэрлэл/	24%
Дахин ашиглах боломжтой бүтээгдэхүүн	7%
Олон жил хэрэглэгдэх удаан эдэлгээтэй бүтээгдэхүүн	3%
Малын тавлаг байдлыг хангасан	3%
Бүтээгдэхүүний нэмүү өртгийн сүлжээнд шударгаар оролцдог	1%
Малчдад хөрөнгө оруулалт болдог	1%

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн буруу ойлголт	%
Эдийн засгийн тогтвортой бүтээгдэхүүн /эрэлт өндөр, борлуулалт сайтай, тогтмол үйлдвэрлэгддэг, байнгын хэрэглэгчтэй/	21%
Өдөр тутамд байнга хэрэглэгддэг бүтээгдэхүүн	16%
Үйл ажиллагаа нь тогтвортой байгууллагын бүтээгдэхүүн	4%
Чанартай бүтээгдэхүүн	3%

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=85)

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх мэдлэг, төсөөлөл

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонсож байгаагүй хэрэглэгчдийн хувьд



Харин тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар урьд өмнө сонсож байгаагүй хэрэглэгчдийн 11% нь зөв ойлголттой байсан ба тогтвортой бүтээгдэхүүнийг “Олон жил хэрэглэгдэх удаан эдэлгээтэй” (5%), “Байгаль орчинд ээлтэй” (4%) гэсэн утгаар тодорхойлж байгаа бол буруу ойлголттой хэрэглэгчид “Өдөр тутамд байнга хэрэглэгддэг бүтээгдэхүүн”-тэй (31%) хамгийн их холбож ойлгож байна

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн зөв ойлголт	%
Чанартай удаан эдэлгээтэй бүтээгдэхүүн	5%
Байгаль орчинд ээлтэй бүтээгдэхүүн	4%
Хүмүүсийн хэрэгцээнд нийцсэн бүтээгдэхүүн	1%
Тогтвортой хөгжилтэй адил стандартуудыг хангасан бүтээгдэхүүн	1%
Дахин ашиглах боломжтой бүтээгдэхүүн	0,5%

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн буруу ойлголт	%
Өдөр тутамд байнга хэрэглэгддэг бүтээгдэхүүн	31%
Эдийн засгийн тогтвортой бүтээгдэхүүн /эрэлт өндөр, борлуулалт сайтай, тогтмол үйлдвэрлэгддэг, үнэ тогтвортой/	26%
Ноос ноолууран бүтээгдэхүүн	3%
Үндэсний үйлдвэрлэлийн бүтээгдэхүүн	1%

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=421)

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголт нь хэрэглэгчдийн мэдлэгээс шалтгаалж харилцан адилгүй байна.

Уг талаар урьд өмнө сонсож үзээгүй хэрэглэгчдийн хувьд эдийн засагт байнгын эрэлт нийлүүлэлттэй байдаг бүтээгдэхүүнтэй холбож ойлгох хандлагатай байна.

“Зах зээлд тогтмол хэмжээгээр борлогддог, улирлын хэлбэлзэлд ордоггүй бүтээгдэхүүнийг хэлнэ”
1-р бүлгийн хэрэглэгч

Энэ талаар сонсож байсан хэрэглэгчдийн хувьд тогтвортой бүтээгдэхүүнийг зөвхөн органик бүтээгдэхүүн, үндэсний үйлдвэрлэлийн бүтээгдэхүүн зэрэг байдлаар хэсэгчилж ойлгож байна.

“Ер нь бол байгалийн гаралтай бүх орц найрлага нь байгальд ээлтэй, харшил өгөхгүй, ямар нэгэн химийн бодис ороогүй, хязгаарлагдмал бус нөөцийн баялгаар хийж байгаа учир дуусах асуудалгүй бүтээгдэхүүн гэж ойлгож байна”
4-р бүлгийн хэрэглэгч

Тогтвортой хөгжлийн талаар ойлголттой хэрэглэгчид тогтвортой бүтээгдэхүүнийг бүрэн утгаар нь ойлгож байна.

“Байгаль орчинд хор хөнөөлгүй, эдийн засагт үр ашигтай, нийгэмдээ тустай бүтээгдэхүүнийг тогтвортой бүтээгдэхүүн гэж хэлэх байх даа”
5-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Тэд тогтвортой хөгжлийн талаар үзэл бодлоо хуваалцахдаа:

Тогтвортой хөгжлийн талаарх ойлголт бидний хүрээлэлд байсаар ирсэн бөгөөд тогтвортой хөгжлийн 17 зорилго, зорилтын талаар яригдах болсноор илүү системтэй ойлголт болж ирсэн гэж үзэж байна.

"Тогтвортой гэдэг нэршил сүүлийн үед яригдаад байгаа ч бидний хүрээлэлд энэ ойлголт байсаар ирсэн" 5-р бүлгийн хэрэглэгч

Монгол уламжлалд эрт дээр үеэс тогтвортой амьдралын хэв маяг агуулагдсан байсан бөгөөд суурин амьдралд шилжсэнээр байгаль орчиндоо хор хөнөөлтэй хэв маягт шилжсэнд харамсаж байгаагаа илэрхийлж байлаа.

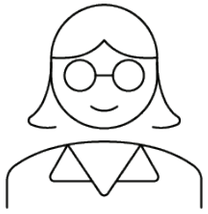
"Манай уламжлал өөрөө SDG (тогтвортой) байхгүй юу" 7-р бүлгийн хэрэглэгч

Зарим хэрэглэгчдэд тогтвортой гэх нэршил Монгол хэлнээ өөр байдлаар хөрвүүлэх саналтай байна.

"Надад бол англиараа илүү ойлгомжтой санагддаг. Тогтвортой бүтээгдэхүүн гээд хэлчихээр нэг их наалдаж хүлээж авахгүй л байна. Монгол хэлэндээ буулгаад хүмүүстээ хүргэхийг зорих ёстой байтал зүгээр орчуулаад тавьчихсан" 3-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

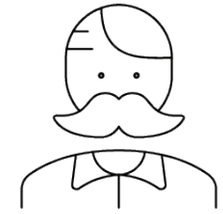
Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголттой хэрэглэгчдийн ажиглаж байгаагаар уг талаар ойлголттой иргэд тодорхой **цикл дотор байгаа хэмээн харж байгаа ба нас, хүйсийн ялгаа ажиглагдаж байгаа талаар дурдав.**



Тус ойлголтыг сонирхож судалж буй хэрэглэгчид ойролцоогоор 20-30% байна хэмээн харж байгаа ба боловсролтой, нярай хүүхэдтэй ээж, залуу насныхан давамгайлж байна хэмээн харж байна.

“Залуу ээжүүд ялангуяа био, эко бүтээгдэхүүнүүд сонирхдог, бас амьдралдаа мөрддөг болчихсон юм шиг санагдсан. Фэйсбүүк дээр био амьдрал гээд дэлгүүр байдаг шүү дээ. Тэрний группд харж байхад залуу эмэгтэйчүүд илүү идэвхтэй зөвлөгөө оруулдаг байдаг юм байна лээ”

7-р бүлгийн хэрэглэгч



Тус ойлголтын талаар мэдээлэхэд анхаарч хүлээж авахгүй байх магадлалтай хэрэглэгчид мөн байж болзошгүй хэмээн харж байсан ба өөрийн гэсэн тодорхой хэв маягтаа дассан, өөрчлөх хүсэлгүй хүмүүсийн дурдаж байсан. Ингэхдээ голдуу ахимаг насныхныг дурдаж байлаа.

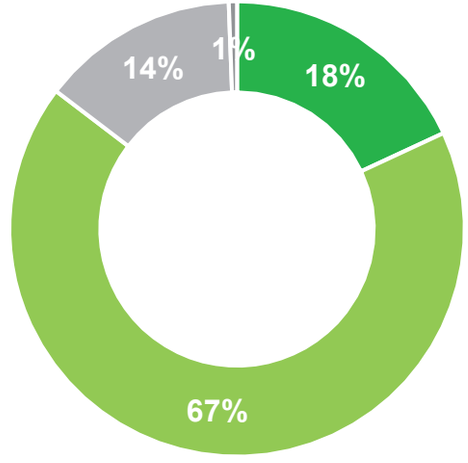
“Тодорхой насны хүмүүс таатай хүлээж авахгүй байх. Шинэ зүйл хүлээж авахдаа муу, насаараа ингээд хэрэглээд заншсан. Хүмүүс уурлах л байх. Бид нараас доош үе таатай сайнаар хүлээж авна. Гол нь ирээдүйн хэрэглэгчээ яаж бэлдэх вэ? гэдэг чухал байх”

6-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Хэрэглэгчдийн 85% нь байгаль орчны асуудалд анхаарлаа хандуулдаг.

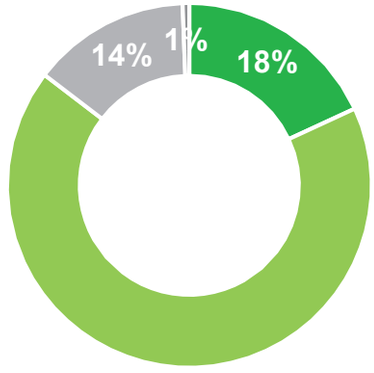
Нийт хэрэглэгчдийн дийлэнх буюу 67% нь байгаль орчны асуудалд “Ер нь анхаарлаа хандуулдаг” бол 18% нь “Байнга анхаарлаа хандуулдаг” байна. Харин үлдсэн 15% нь байгаль орчны асуудалд анхаарал хандуулдаггүй хэмээн хариулсан байна.



- Байнга анхаарлаа хандуулдаг
- Ер нь анхаарлаа хандуулдаг
- Нэг их анхаардаггүй
- Огт анхаардаггүй

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Байгаль орчны асуудалд анхаардаггүй хэрэглэгчдийн хувьд тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар урьд өмнө сонсож байгаагүй хэрэглэгчид байх нь илүү өндөр байна.



- Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар зөв ойлголттой хэрэглэгчдийн байгаль орчны асуудалд байнга анхаарал хандуулах хандлага илүү өндөр байна. Мөн магистр болон түүнээс дээш зэрэгтэй хэрэглэгчид байгаль орчны асуудалд байнга анхаарал хандуулах нь илүү байна.
- Харин байгаль орчны асуудалд “Нэг их анхаардаггүй” хэрэглэгчдийн хувьд тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар урьд өмнө сонсож байгаагүй хэрэглэгчид байх нь илүү өндөр байна.

	Нийт	Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонссон эсэх		Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх ойлголт			Боловсрол		
		Сонссон	Сонсоогүй	Зөв	Буруу	Мэдэхгүй	Бүрэн дунд	Бакалавр	Магистр, түүнээс дээш
Base	**515**	**85**	**430**	**78**	**344**	**93**	**92**	**347**	**76**
Test		a	b	a	b	c	a	b	c
Байнга анхаарлаа хандуулдаг	**18%**	24%	17%	29%bc	18%c	6%	15%	16%	28%ab
Ер нь анхаарлаа хандуулдаг	**68%**	71%	67%	53%	70%a	72%a	64%	69%	66%
Нэг их анхаардаггүй	**14%**	6%	16%a	18%	11%	22%b	21%c	14%c	4%
Огт анхаардаггүй	**1%**	-	1%	-	1%	-	-	0.3%	3%

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Хэрэглэгчдийн сэтгэлийг хамгийн ихээр эмзэглүүлж буй хүрээлэн буй орчны асуудал нийслэл хотын хувьд **бохирдлын асуудал давамгайлж байна.**

Үүнд иргэдийн байгаль орчны асуудалд хайнга хандах, төрийн хараа хяналтгүй байдал, үйлдвэрүүдийн бохир усны асуудал гэх мэт олон талын хариуцлагын асуудал хөндөгдөж байна.

Агаарын

Хүн ам нягтарсантай холбоотой

Бохирдол

Усны

Хөрсний

Үйлдвэрүүдийн бохир уснаас үүдсэн Туул голын

Усны хомсдол

Хог хаягдлын менежмент

“Нэг үйлдвэрлэл гэхэд бохирдол ус нь Туул гол руу маань ороод тэр уснаас уугаад, мөн хөрс рүү шингэж, энэ нь агаарт дэгдээд, тэрийгээ амьсгалж байна”

5-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

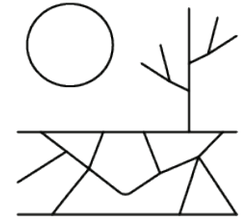
Орон нутгийн хувьд тэдний сэтгэлийг хамгийн ихээр эмзэглүүлж буй асуудал нь **цөлжилт болон байгалийн баялгийн хариуцлагагүй хэрэглээ байна.**

Монголын эртний байгаль орчинд ээлтэй уламжлалт соёлоо алдаж, бизнесийн байгууллагууд ашгийн төлөө үйлдэл гаргаж байгаад ундууцаж байгаа бөгөөд байгалийн эко систем алдагдаж нэг асуудал нь нөгөө асуудлыг үүсгэж байгаад сэтгэл эмзэглэж байна.

Малчдын орлого

Даац нь хэтэрсэн малын тоо

Бэлчээрийн талхагдал, цөлжилт

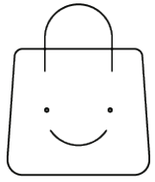


Эдгээр байгаль орчны асуудлыг нөхөн сэргээж чадахгүй байгаа нь хамгийн гол асуудал хэмээн харж байна.

"Байх ёстой хэмжээнээсээ давсан, даац нь хэтэрсэн малын тоо, тэр нь буцаад малчдын орлогын үүсвэр болж байгаа. Бүгдээрээ л илүү орлоготой сайхан амьдрах гээд л зүтгэж байна. Энэ нь бэлчээрийг байхгүй болгоод, ер нь хүүхдүүддээ зан уламжлалаа үлдээж чадах уу, үгүй юу гэдэг асуудал яригдаж байна"

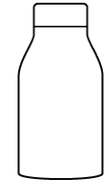
5-р бүлгийн хэрэглэгч

Тогтвортой хөгжлийн талаарх мэдлэгээс үл хамаарч, хүрээлэн буй орчны асуудалд анхаарлаа хандуулдаг хэрэглэгчдийн хувьд байгальд ээлтэй бүтээгдэхүүн худалдаж авах, хүрээлэн буй орчинд хор хөнөөлгүй амьдралын хэв маягийг өдөр тутамдаа хэвшүүлсэн байна.

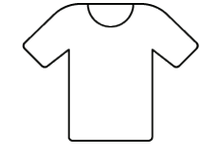


Даавуун тор ашиглах

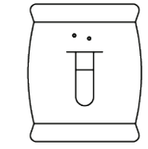
Хог хаягдлаа ангилж хаях



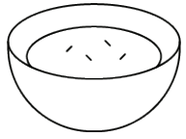
Усны савыг байнга биедээ авч явах



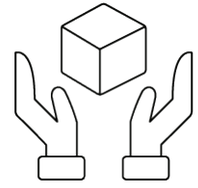
Олон хувцас худалдаж авахгүй байх



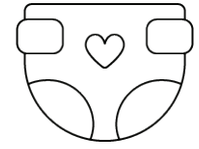
Химийн орц найрлагагүй ахуйн бүтээгдэхүүн хэрэглэх



Гэртээ, гар аргаар хийж болох зүйлийг худалдаж авахгүй байх. Ж.нь: Талх барих



Бүтээгдэхүүний том савлагаатайг сонгож хэрэглэх



Нэг удаагийн живх/ариун цэврийн хэрэгсэл ашиглахгүй байх

Гэртээ ургамал тарих

Хувцсаа ‘up-cycle’ хийх

Хэрэглэгчид хүрээлэн буй орчинд хор хөнөөлгүй амьдралын хэв маягтаа “Зөвхөн өөрт хэрэгцээтэй бүтээгдэхүүн худалдаж авах” (83%) үйлдлийг хамгийн их хэрэгжүүлж байна.

Хүрээлэн буй орчинд ээлтэй амьдралын хэв маяг

	#	%
Зөвхөн өөрт хэрэгцээтэй бүтээгдэхүүн худалдаж авдаг	428	83%
Усаа хэмнэдэг	359	70%
Цахилгаан хэмнэдэг	350	68%
Том савлагаатай бүтээгдэхүүн сонгож худалдан авдаг	303	59%
Хүний бие, байгаль орчинд хоргүй цэвэрлэгч бодис ашигладаг	286	56%
Нэг удаагийн хэрэгсэл, сав ашиглахаас зайлсхийдэг	242	47%
Цаасны хэрэглээг бага байлгах гэж хичээдэг	234	45%
Хувцсаа дахин ашигладаг, шинэчилж өмсдөг	220	43%
Даавуун тор ашигладаг	208	40%
Гэртээ, гар аргаар хийж болох зүйлийг худалдаж авдаггүй	206	40%
Хогоо ялгаж хаядаг	168	33%

- Мөн ус болон цахилгаанаа хэмнэдэг хэрэглэгчид 2/3 орчим хувийг эзэлж байна. Харин хогоо ялгаж ангилдаг үйлдлийг хамгийн бага буюу 1/3 орчим хэрэглэгчид хэрэгжүүлж байна.
- Эдгээрээс алийг нь ч хэрэгжүүлдэггүй хэрэглэгч байхгүй байлаа.

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515, Top 2 boxes)

4
Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнийг хүлээж авах хандлага

Ямар бүтээгдэхүүн байгальд ээлтэй байх хэрэгтэй вэ?

- Хэрэглэгчдийн 56% нь автомашиныг, 54% нь хүнсний бүтээгдэхүүнийг, 46% нь гэр ахуйн цэвэрлэгээний бүтээгдэхүүнийг, 37% нь хувцас эдлэлийг байгальд ээлтэй байх хэрэгтэй хэмээн үзэж байна.
- Харин тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар зөв ойлголттой хэрэглэгчид хувцас эдлэлийг байгальд ээлтэй байх хэрэгтэй гэж үзэх нь тус талаар ойлголтгүй хэрэглэгчдээс өндөр байна.

	Нийт	Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонссон эсэх		Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх ойлголт			Байгаль орчны асуудалд анхаарал хандуулах байдал	
		Сонссон	Сонсоогүй	Зөв	Буруу	Мэдэхгүй	Тийм	Үгүй
Base	**515**	**85**	**430**	**78**	**344**	**93**	**440**	**75**
Test		a	b	a	b	c	a	b
Автомашин	**56%**	60%	55%	65%b	53%	57%	54%	67%
Хүнсний бүтээгдэхүүн	**54%**	59%	53%	56%	55%	49%	55%	49%
Цэвэрлэгээний бүтээгдэхүүн	**46%**	52%b	24%	51%c	48%c	35%	48%b	37%
Хувцас эдлэл	**37%**	45%	36%	51%bc	36%	29%	38%	32%

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Тогтвортой бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлд хамаарагдах үйл ажиллагаа

- Хэрэглэгчдийн тал орчим хувь нь тогтвортой бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлийг “Эрчим хүч, ундны цэвэр усны хэрэглээний хяналт” (53%), “Байгалийн гаралтай түүхий эдийг байгаль орчинд хор хөнөөл бага байдлаар ашиглах” (51%) үйл ажиллагаатай хамгийн их холбож ойлгож байна.
- Асуулгын хүрээнд асуусан доор хүчин зүйлсээс бүгдийг нь сонгож, тогтвортой бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлд холбож ойлгож буй хэрэглэгчид нийт 4% байв.

Тогтвортой бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлд хамаарагдах үйл ажиллагаа

	#	%
Эрчим хүч, ундны цэвэр усны хэрэглээний хяналт	275	53%
Байгалийн гаралтай түүхий эдийг байгаль орчинд хор хөнөөл бага байдлаар ашиглах	263	51%
Бараа бүтээгдэхүүний дахин ашиглалт	222	43%
Үйлдвэрээс гарч байгаа хаягдал усыг цэвэршүүлэн эргүүлэн ашиглах	184	36%
Хортой химийн бодисын хэрэглээг хязгаарлах	122	24%
Байгууллагын нийгмийн хариуцлагатай удирдлагын систем	79	15%
Нийлүүлэлтийн сүлжээн дэх ёс суртахуунтай үйл ажиллагаа	77	15%

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Тогтвортой бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлд хамаарагдах үйл ажиллагаа

Хэрэглэгчийн шинж байдлаар

- Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонсож байсан бөгөөд зөв ойлголттой хэрэглэгчдийн хувьд тогтвортой бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлд хамаарагдах үйл ажиллагааг өргөн хүрээнд ойлгох нь өндөр байна.
- Мөн байгаль орчны асуудалд анхаарлаа хандуулдаг хэрэглэгчдийн хувьд тус асуудалд анхаарлаа хандуулдаггүй хэрэглэгчдээс “Байгалийн гаралтай түүхий эдийг байгаль орчинд хор хөнөөл бага байдлаар ашиглах” (53%), “Бараа бүтээгдэхүүний дахин ашиглах” (45%) үйл ажиллагааг холбож ойлгох нь өндөр байна.

Тогтвортой бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлд хамаарах зүйлс	Нийт	Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонссон эсэх		Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх ойлголт			Байгаль орчны асуудалд анхаарал хандуулах байдал	
		Сонссон	Сонсоогүй	Зөв	Буруу	Мэдэхгүй	Тийм	Үгүй
Base Test	515	85 a	430 b	78 a	344 b	93 c	440 a	75 b
Эрчим хүч, ундны цэвэр усны хэрэглээний хяналт	53%	54%	53%	44%	56%a	52%	54%	48%
Байгалийн гаралтай түүхий эдийг байгаль орчинд хор хөнөөл бага байдлаар ашиглах	51%	61%b	49%	72%bc	49%	42%	53%b	39%
Бараа бүтээгдэхүүний дахин ашиглалт	43%	54%b	41%	62%bc	42%	33%	45%b	33%
Үйлдвэрээс гарч байгаа хаягдал усыг цэвэршүүлэн эргүүлэн ашиглах	36%	51%b	33%	53%bc	34%	27%	37%	29%
Хортой химийн бодисын хэрэглээг хязгаарлах	24%	33%b	22%	49%bc	18%	23%	24%	20%
Байгууллагын нийгмийн хариуцлагатай удирдлагын систем	15%	20%	14%	31%bc	13%	10%	15%	19%
Нийлүүлэлтийн сүлжээн дэх ёс суртахуунтай үйл ажиллагаа	15%	22%b	13%	28%bc	13%	10%	16%	11%

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголт багатай хэрэглэгчид ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн бүтэх үйл явцын талаар бодолцож байгаагүй байдаг бөгөөд үндэсний үйлдвэрлэл гэсэн утгаар үйлдвэрлэлийн явцад итгэдэг байна.

Үйлдвэрлэлийн үе шатын талаар бодолцдоггүй, сонирхдоггүй

“Худалдан авч байгаа хүн бол тэрийг бодохгүй л дээ” 2-р бүлгийн хэрэглэгч

Харин тогтвортой үйлдвэрлэлийн үйл явц хэрхэн явагддаг талаар хэрэглэгчдэд тайлбарлаж өгөхөд зах зээл дэх ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл тогтвортой явагддаг эсэхэд **эргэлзээтэй байдаг** бөгөөд **хэсэг** хэрэглэгчдийн хувьд **цаашид сонирхож судлах** талаар дурдаж байв.

“Ноос, ноолуур үйлдвэрлэлийн явцын талаар бодож байгаагүй юм байна. Итгэж байгаа. Гэхдээ цаашдаа сонирхмоор л юм байна” 2-р бүлгийн хэрэглэгч

Ийм байдлаар хүрээлэн буй орчиндоо анхаардаг хэрэглэгчдийн хувьд тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх мэдээлэлтэй болох тусам бүтээгдэхүүнд тавигдах шалгуур нэмэгдэж болзошгүй байна.

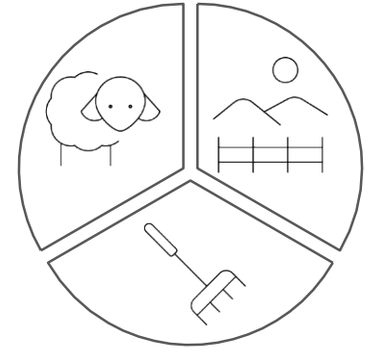
Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар **ойлголттой** хэрэглэгчдийн хувьд Монголын ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн шат дамжлага бүрийг бодолцож үзсэн байдаг ба малын тавлаг байдлаас бусад дамжлага тогтвортой явагддаг эсэхэд эргэлзээтэй байна.

Малын тавлаг байдал

Монгол улсын уламжлалт ёс заншлын талаар ойлголттой хэрэглэгчид малын ноос самнах үйл явцад **итгэлтэй байдаг** ба малыг зовоож самнаагүй гэдэгт итгэдэг байна.

“Тухайн амьтны ноосыг хавар нь хөнгөлчихвөл зундаа амар болох учраас тогтвортой хөгжилдөө орох байх” *6-р бүлгийн хэрэглэгч*



Мал самнах

Харин мал самнаж буй ажиллах хүчний хувьд улирлын шинж чанартай, богино хугацаанд самнах хэрэг гардаг тул **хөдөлмөрийн хүнд нөхцөлд ажилладаг** хэмээн харж байна.

“Ямаагаа самнах процесс нь улиралд бага, богино хугацаанд самнадаг. Тэгэхээр хөдөө орон нутагт ямаа самнах хүн олдохгүй, хөлсний ажилчид авна.Тэдгээр хүмүүсээ богино хугацаанд үр бүтээмжтэй ажиллуулахын тулд хэчнээн бол хэчнээн цагаар ажиллуулдаг. Түүхий эд бэлтгэх ажилчид байхгүйгээс тийм байна” *8-р бүлгийн хэрэглэгч*

Бэлчээр

Мөн бэлчээрийн асуудал дээр малын тоо ихсэж байгаад эмзэглэж байгаа бөгөөд **цөөн тооны малаас чанартай түүхий эд хүртэх, бэлчээрийн нөхөн сэргээлтэд** анхаарч үйл ажиллагаагаа явуулах хэрэгтэй гэсэн үзэл бодолтой байна.

“Бэлчээрийн мал аж ахуй маань яах вэ гэдэг л асуудалтай байна. Бид ихээр ноолууран бүтээгдэхүүн худалдан авалт хийвэл малчид маань ямаагаа их өсгөөд тэр нь эргээд байгаль орчинд сөрөг байх вий” *6-р бүлгийн хэрэглэгч*

“Нэг айл 500 ямаатай байх нь чухал биш, 250 ямаатай байгаад 600 ямааны бүтээгдэхүүн гаргаж чадах л чухал байх” *5-р бүлгийн хэрэглэгч*

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлийн шат дамжлага хэрхэн явагддаг тал дээр мөн **сөрөг төсөөлөлтэй** байна. Ингэхдээ хүрээллийн хүмүүсээс сонссон мэдээллүүдийг дурдаж байна.

Үйлдвэрийн дамжлагын тоног төхөөрөмж

Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний тоног төхөөрөмжүүд хуучирч, элэгдсэн байдаг гэсэн төсөөлөлтэй байна. Ингэснээр **эрчим хүч болон бусад нөөцийн үр ашиггүй зарцуулалтыг ихэсгэж байна** хэмээн харж байна.

“Манай үйлдвэрүүдэд хуучны социалист үеийн тоног төхөөрөмжтэй цахилгаан зарцуулалт, хог хаягдлыг шийдвэрлэж байгаа зүйлс нь хуучирсан байдаг. Одоогийн техниктэй харьцуулахад зарцуулалт нь их байдаг” 8-р бүлгийн хэрэглэгч

Үйлдвэрийн бодис, бохир ус

Үйлдвэрлэлийн явцад ашиглаж буй угаагч, будагч бодисуудын талаар мэдээлэл байхгүй байгаа бөгөөд байгаль орчин болон ажилчдын эрүүл мэндэд хор хөнөөлгүй бодис ашиглаж байгаа тал дээр **эргэлзээтэй байна**. Бохир усны хаягдлын хувьд мөн анхаарал хандуулдаггүй хэмээн харж байгаа бөгөөд зарим нэг үйлдвэрүүд энэ тал дээр анхаарч ажиллаж эхэлсэн байгааг **сайшааж байв.**

“Ноолуурын үйлдвэрт ямар савангаар угааж байгаа, ус нь хаашаа очиж байгаа талаар мэддэггүй. Будаг нь ямар будаг гэдгийг ч мэдэхгүй. Ургамалаас будаг гаргаад будна гэж манай улсад байхгүй, хүндрэлтэй” 8-р бүлгийн хэрэглэгч

Үйлдвэрийн хөдөлмөр эрхлэлт

Зарим хэрэглэгчид ойр дотнын болон хүрээллийн хүмүүсээс ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн үйлдвэрийн ажилчдын хөдөлмөрийн хөлс болон ажлын цагийн талаарх мэдээллийг сонссон байдаг бөгөөд энэ асуудал дээр эмзэглэж байлаа.

“Үйлдвэрийн ажилтнуудын хувьд хагас цэрэгжилтийн байдалтай байх шаардлагатай ч урт цагаар ажилладаг. Гэхдээ цалин мөнгө нь хангалттай юу гэхээр үгүй байдаг”
8-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Хэрэглэгчид тогтвортой бүтээгдэхүүн худалдаж авахдаа харилцан адилгүй хэмжүүрээр худалдан авалт хийж байна.

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар хангалттай мэдээлэлгүй хэрэглэгчдийн хувьд бүтээгдэхүүний сав баглаа боодол нь **эко харагдаж байгааг** анзаарч хардаг, **брэндийн имидж** ерөнхийдөө байгаль орчинд ээлтэй байдлаар хоногшсон тохиолдолд худалдан авалт хийж байгаа бөгөөд уг талаар ойлголт сайтай хэрэглэгчдийн хувьд худалдан авалт хийхээс өмнө бүтээгдэхүүний талаар **сайтар судалж** олон улсын тогтвортой стандарт хангасан **бүтээгдэхүүний шошго** байгаа эсэхийг анзаарч худалдан авалтаа хийж байна.

Сав баглаа боодол

*"Цэв цэвэрхэн цааснаас илүү бор цаасан уут, олсоор эрчлээд уячихсан бариултай байвал **eco friendly** бүтээгдэхүүн юм байна гэсэн бодол төрдөг. Дээр нь ямар нэгэн хэвлэлт хийгдээгүй гараар бичсэн ч юм уу" 3-р бүлгийн хэрэглэгч*

Брэндийн имидж

*"Мөн **компанийн өөрийн бодлого** байдаг шүү дээ. Тэр нь өгөөжтэй, амьтан дээр туршаагүй гэдэг ч юм уу, үйлдвэрлэлийн явц нь зөв байдаг талаар танигдсан байх нь чухал"*

7-р бүлгийн хэрэглэгч

Худалдан авалтын өмнө судлах

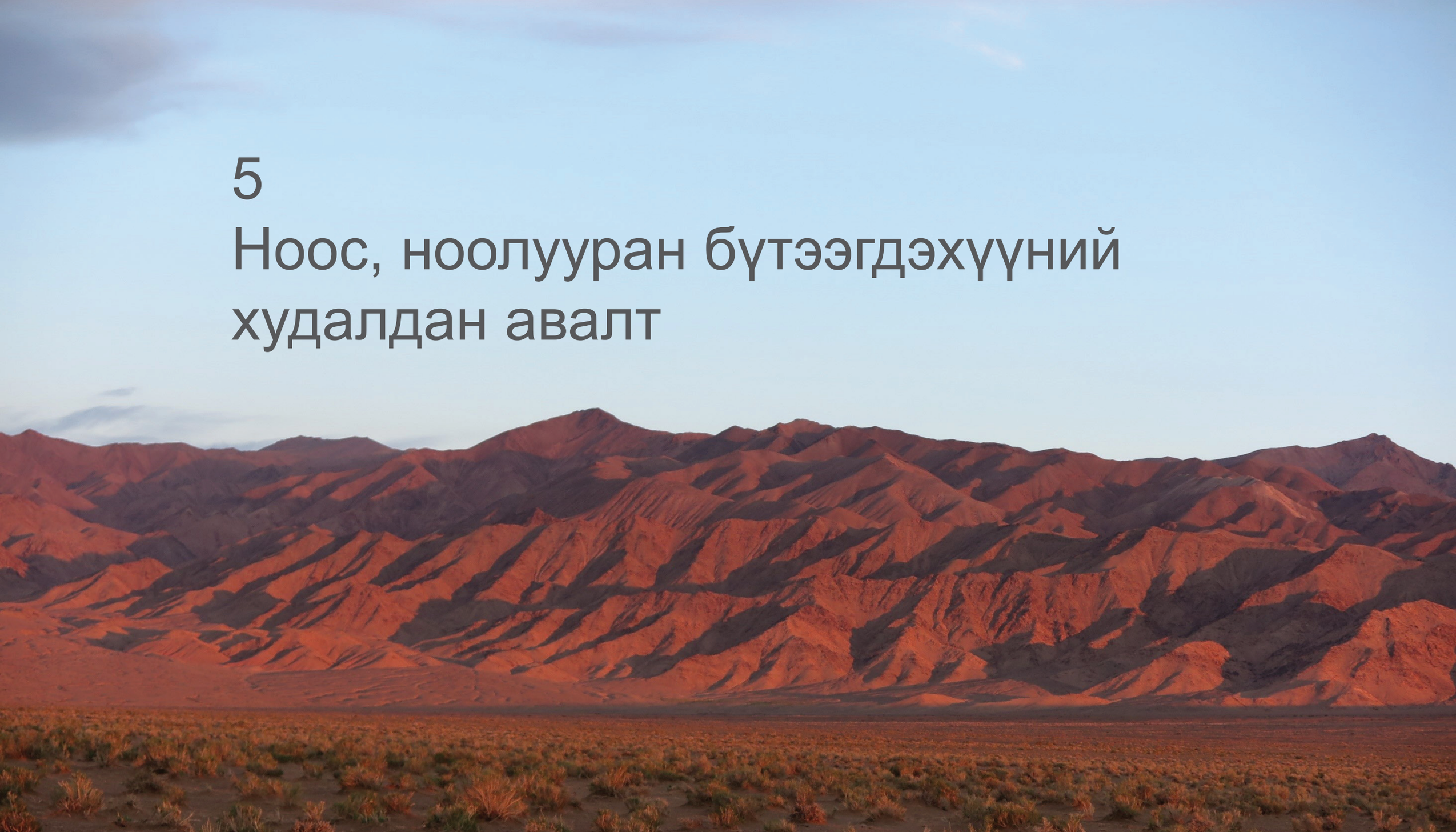
"Би бол худалдан авалт хийхээсээ өмнө нэлээн удаан ажигладаг. *Цахим орчин дахь хүмүүсийн хандалт, үүсгэн байгуулагчдын түүх, хүмүүсийн сэтгэгдлийг харж байгаад л хэрэглэж үзье гэж шийддэг дээ. Тэгж байж худалдаж авдаг"*

6-р бүлгийн хэрэглэгч

Байгальд ээлтэй бүтээгдэхүүний шошго

*"Зүгээр нэг энгийн бүтээгдэхүүн байлаа гэж бодоход тэрийг **хэн, хаана, яаж үйлдвэрлэснийг** мэдэхгүй байна гэдэг чинь түүний ард хүний эрхийг зөрчсөн, байгаль орчны тэнцлийг алдагдуулсан үзэгдлүүд их байдаг болохоор аль болох албан ёсны байгууллагаар тодорхойлуулсан **тогтвортой бүтээгдэхүүн гэсэн шошгыг харж авахыг илүүд үздэг"*** *8-р бүлгийн хэрэглэгч*

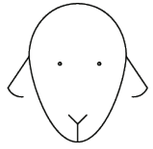
Source: Чанарын судалгааны үр дүн



5
Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний худалдан авалт

Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдан авах давтамж

- Хэрэглэгчдийн 85% нь ноосон бүтээгдэхүүнийг, 95% нь ноолууран бүтээгдэхүүнийг жилд дор хаяж нэг удаа тогтмол худалдан авдаг байна.
- Тус бүтээгдэхүүнүүдийг жилд 2-с дээш удаа худалдан авах давтамж ойролцоо байгаа бол жилд нэг удаа худалдан авах давтамж нь ноолууран бүтээгдэхүүн дээр өндөр байна.



Ноос (a)

87%
нь жилд дор хаяж нэг удаа тогтмол худалдан авдаг

Ноолуур (b)

95%
нь жилд дор хаяж нэг удаа тогтмол худалдан авдаг

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)
*Тус судалгаанд ноос эсвэл ноолууран бүтээгдэхүүнийг жилдээ дор хаяж нэг удаа худалдаж авдаг хэрэглэгчдийг зорьсон.

Ноосон бүтээгдэхүүний худалдан авалтын давтамж

Хэрэглэгчийн шинж байдлаар

87%
нь жилд дор хаяж нэг удаа тогтмол худалдан авдаг

- Ноосон бүтээгдэхүүнийг улиралд 1 болон түүнээс олон удаа худалдан авах байдал 25-29 насны хэрэглэгчдийн хувьд илүү өндөр байгаа бол огт худалдан авдаггүй байдал 30-50 насны хэрэглэгчдийн хувьд илүү өндөр байна.
- Мөн 4 сая төгрөгөөс дээш орлоготой хэрэглэгчид ноосон бүтээгдэхүүнийг илүү олон давтамжтай худалдан авдаг байна.

	Нийт	Нас			Хүйс		Өрхийн сарын орлого			
		25-29	30-39	40-50	Эмэгтэй	Эрэгтэй	1.5-2 сая ₮	2-3 сая ₮	3-4 сая ₮	4 сая ₮-с дээш
Base	515	118	226	171	316	199	222	182	65	46
Test		a	b	c	a	b	a	b	c	d
Улиралд 1 болон түүнээс олон удаа	12%	17%b c	10%	10%	12%	11%	9%	11%	14%	26%ab
Жилд 2 удаа	31%	32%	33%	28%	33%	28%	32%	31%	28%	33%
Жилд 1 удаа	45%	46%	43%	45%	42%	49%	49%d	43%d	46%d	24%
2 жилд 1 болон түүнээс цөөн удаа	2%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	4%
Огт авдаггүй	10%	3%	11%a	15%a	10%	11%	8%	13%	11%	13%

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Ноолууран бүтээгдэхүүний худалдан авалтын давтамж

Хэрэглэгчийн шинж байдлаар

95%
нь жилд дор хаяж нэг удаа тогтмол худалдан авдаг

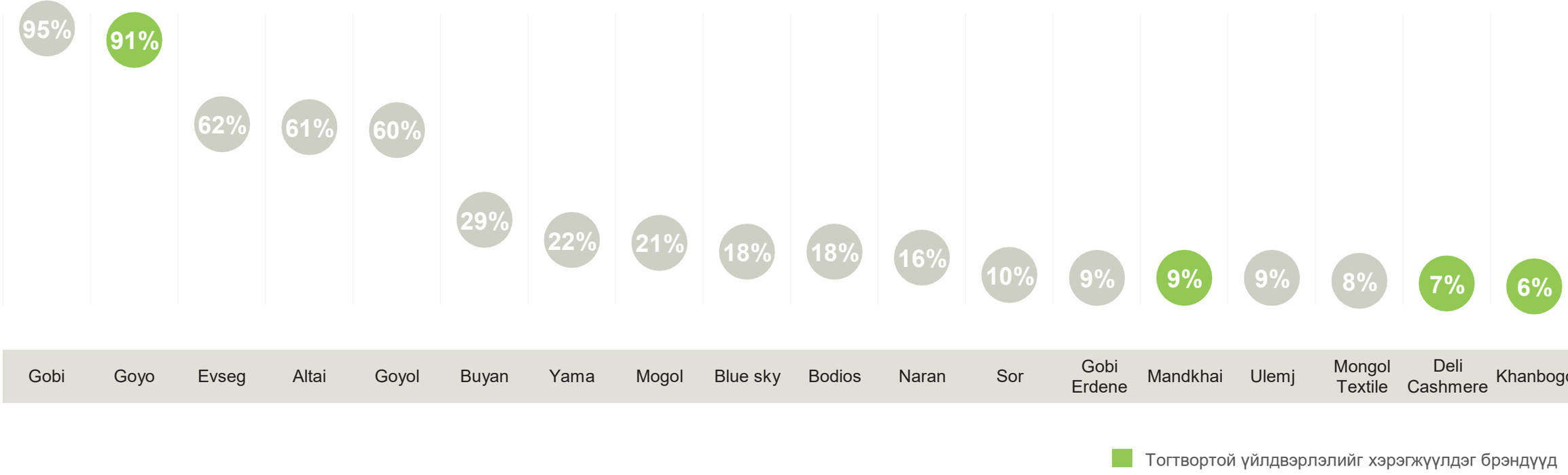
- Ноолууран бүтээгдэхүүнийг 30-50 насны, эмэгтэй хэрэглэгчид жилд 2 удаагийн давтамжтай худалдан авах нь өндөр байна.
- Мөн өрхийн сарын орлого нь 1.5-2 сая төгрөг бүхий хэрэглэгчдийн хувьд ноолууран бүтээгдэхүүнийг жилд 1 удаа худалдан авах нь өндөр байна.

	Нийт	Нас			Хүйс		Өрхийн сарын орлого			
		25-29	30-39	40-50	Эмэгтэй	Эрэгтэй	1.5-2 сая ₮	2-3 сая ₮	3-4 сая ₮	4 сая ₮-с дээш
Base	**515**	**118**	**226**	**171**	**316**	**199**	**222**	**182**	**65**	**46**
Test		**a**	**b**	**c**	**a**	**b**	**a**	**b**	**c**	**d**
Улиралд 1 болон түүнээс олон удаа	12%	14%	12%	10%	12%	12%	7%	13%a	20%a	22%a
Жилд 2 удаа	30%	19%	35%a	30%a	34%b	24%	27%	32%	29%	39%
Жилд 1 удаа	53%	59%b	47%	56%b	51%	56%	60%bcd	50%	48%	37%
2 жилд 1 болон түүнээс цөөн удаа	2%	3%	1%	3%	2%	4%	3%	2%	3%	2%
Огт авдаггүй	3%	3%	4%	1%	2%	4%	3%	4%		

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Одоогийн зах зээл дэх ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний брэндийн танигдсан байдал

- Хэрэглэгчдийн талаас дээш хувь нь Говь, Гоёо, Эвсэг, Алтай, Гоёл брэндүүдийг мэддэг хэмээн хариулсан байна.
- Тогтвортой үйл ажиллагааг хангахыг эрмэлзэж буй брэндүүдийн хувьд Гоёо (91%) брэнд хэрэглэгчдийн дунд хамгийн их танигдсан байгаа бөгөөд Мандхай, Deli cashmere, Ханбогд брэндүүдийн танигдсан байдал 10%-с бага байна.



Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Тогтвортой үйлдвэрлэлийг хэрэгжүүлдэг брэндийн танигдах байдал

- Тогтвортой үйлдвэрлэлийг хэрэгжүүлдэг брэндүүдээс,

  Deli Cashmere брэнд 25-29 насны хэрэглэгчдийн дунд харьцангуй илүү танигдсан байгаа бол Ханбогд брэнд 40-50 насны хэрэглэгчдийн дунд илүү танигдсан байна.

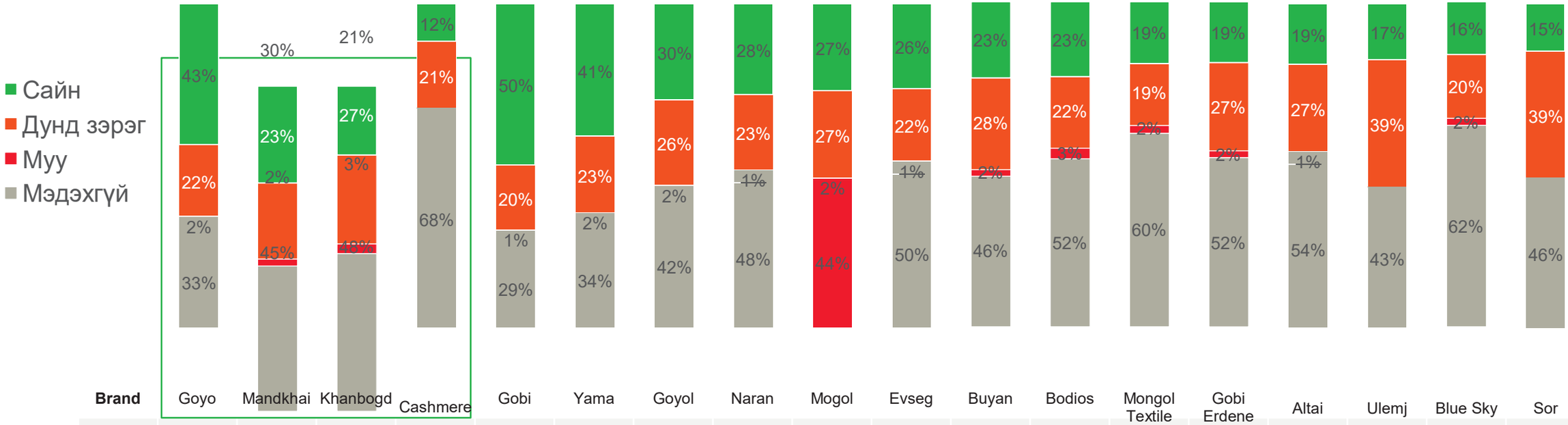
- Харин Мандхай брэндийн хувьд, өрхийн сарын орлого

  нь 4 сая төгрөгөөс дээш хэрэглэгчдийн дунд илүү танигдсан байна.

			GOYO	MANDKHAI	Deli Cashmere	KhanBogd
	Base		467	47	34	33
	Test		a	b	c	d
Насны бүлэг	25-29	23%	23%d	26%	41%ad	12%
	30-39	44%	44%	51%	38%	64%ac
	40-50	33%	33%	23%	21%	24%
Хүйс	Эмэгтэй	61%	62%	60%	65%	67%
	Эрэгтэй	39%	38%	40%	35%	33%
Өрхийн сарын орлого	1.5-2 сая ₮	43%	42%	36%	35%	30%
	2-3 сая ₮	35%	36%	26%	38%	39%
	3-4 сая ₮	13%	13%	19%	15%	24%
	4 сая ₮-с дээш	9%	9%	19%ad	12%	6%
Боловсрол	Бүрэн дунд	18%	18%	23%	21%	18%
	Бакалавр	67%	67%	55%	68%	61%
	Магистр болон түүнээс дээш	15%	15%	21%	12%	21%

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

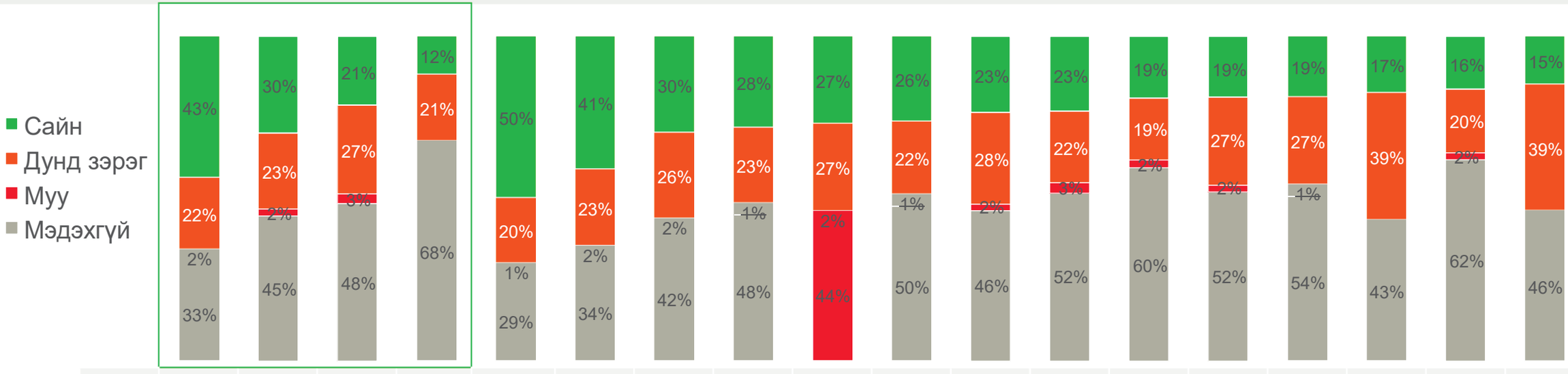
Брэндүүдийн үйл ажиллагааг хэрэглэгчид хэр байгальд ээлтэй хэмээн харж байна вэ?



Brand	Goyo	Mandkhai	Khanbogd	Cashmere	Gobi	Yama	Goyol	Naran	Mogol	Evseg	Buyan	Bodios	Mongol Textile	Gobi Erdene	Altai	Ulemj	Blue Sky	Sor
Base	467	47	33	Deli 34	491	115	307	82	108	321	149	91	42	48	316	46	92	54

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

- Тогтвортой үйл ажиллагааг хангаж ажилладаг брэндүүдийн байгальд ээлтэй үйл ажиллагааг хэрэглэгчид хэрхэн хардаг талаарх үр дүнг харахад Гоёо брэндийг мэддэг хэрэглэгчдийн 43% нь “Сайн” хангадаг хэмээн харж байгаа бол 22% нь “Дунд зэрэг”, 2% нь “Муу” хангадаг хэмээн харж байна. Харин 33% хэрэглэгчид “Мэдэхгүй” буюу энэ талаар мэдээлэл байхгүй хэмээн хариулсан байна.
- Бусад тогтвортой үйл ажиллагааг хангаж ажилладаг брэндүүдийн байгальд ээлтэй үйл ажиллагааг “Сайн” хэмээн харж байгаа нь Мандхай брэндийн хувьд 30%, Ханбогд брэндийн хувьд 21%, Deli Cashmere брэнд 12% байна.
- Дээрх брэндүүдийн байгальд ээлтэй үйл ажиллагааг хэрэглэгчид хэрхэн төсөөлж байгааг зах зээл дэх бусад брэндүүдтэй харьцуулж харахад төстэй, зарим брэндүүдээс илүү мэдээлэлгүй хэмээн хариулсан байгаа бөгөөд тус брэндүүд нь өөрсдийн үйл ажиллагааны давуу бөгөөд ялгарах онцлогийг хэрэглэгчдэдээ илүү сайн таниулах хэрэгтэй байна.
- Мөн Говь брэндийг мэддэг хэрэглэгчдийн тал хувь нь тус брэндийг байгальд ээлтэй үйл ажиллагааг Сайн хангадаг хэмээн харж байгаа бөгөөд Мэдэхгүй гэж хариулсан хувь хамгийн бага (29%) байгаагаас харахад хэрэглэгчдэдээ байгальд ээлтэй үйл ажиллагаатай гэх төсөөллийг хамгийн сайн бүрдүүлж чадсан байна.



Brand	Goyo	Mandkhai	Khanbogd	Deli Cashmere	Gobi	Yama	Goyol	Naran	Mogol	Evseg	Buyan	Bodios	Mongol Textile	Gobi Erdene	Altai	Ulemj	Blue Sky	Sor
Base	467	47	33	34	491	115	307	82	108	321	149	91	42	48	316	46	92	54

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний худалдан авалтад нөлөөлөх хүчин зүйлс

— Хэрэглэгчид ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдан авахдаа нэн түрүүнд Эдэлгээ даах байдал (60%), Бүтээгдэхүүн болон загварын өргөн сонголт (42%), Боломжийн үнийг (37%) чухалчилж байна.

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний худалдан авалтад нөлөөлөх хүчин зүйлс

Худалдан авалтад нөлөөлөх хүчин зүйлс		Байгаль орчны асуудалд анхаарал хандуулдаг эсэх	
		Тийм	Үгүй
Base Test	515	440 a	75 b
Эдэлгээ даадаг, чанартай	60%	63%b	47%
Бүтээгдэхүүний төрөл болон загварын өргөн сонголттой	42%	43%b	32%
Боломжийн үнэтэй	37%	38%	33%
Хөнгөлөлт, урамшуулал зарладаг	36%	38%b	27%
Нэр хүндтэй	35%	35%	36%
Дэлгүүрийн байршил ойрхон	32%	33%	31%
Худалдан авалтын дараа цэвэрлэх, сэргээх үйлчилгээ сайн	23%	24%	19%
Арчлахад хялбар	22%	21%	25%
Бүтээгдэхүүний размер/хэмжээний сонголттой	21%	20%	24%
Ойрын хүрээллийн хүмүүс санал болгодог	19%	19%	23%
Зар сурталчилгаа сайтай	18%	18%	21%
Ажилтнуудын үйлчлүүлэгчидтэй харилцах чадвар сайн	18%	19%	15%
Онлайнаар худалдаж авах боломжтой	17%	16%	17%
Хувь хүнд тохирсон үйлчилгээг үзүүлдэг	16%	17%b	9%
Үйлдвэрлэлийн үе шат нь байгаль орчинд ээлтэй	15%	16%b	8%
Бүтээгдэхүүний талаарх мэдээлэл хүргэлт сайн	13%	13%	9%
Хэрэглэгчийн санал хүсэлтийг сонсдог	9%	9%	7%

Байгаль орчны асуудалд анхаардаг хэрэглэгчдийн хувьд:

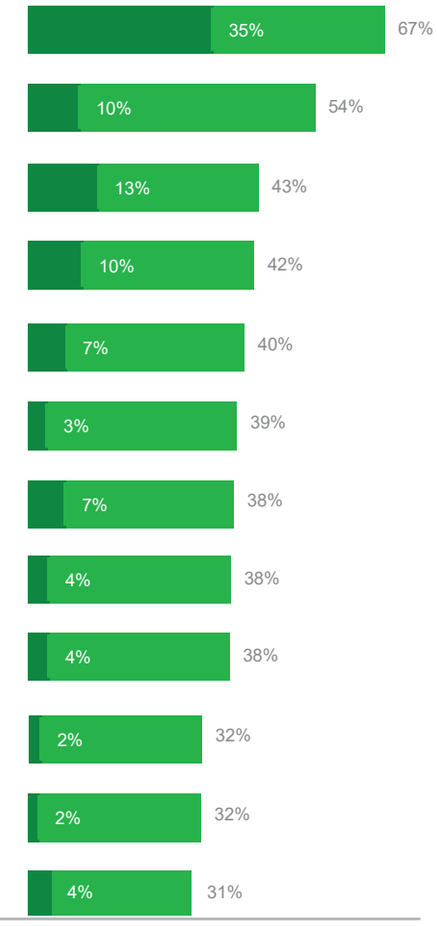
- Эдэлгээ даадаг, чанартай
- Бүтээгдэхүүний төрөл болон загварын өргөн сонголттой
- Хөнгөлөлт, урамшуулал зарладаг
- Хувь хүнд тохирсон үйлчилгээг үзүүлдэг
- Үйлдвэрлэлийн үе шат нь байгаль орчинд ээлтэй зэрэг хүчин зүйлсийг тус асуудалд анхаардаггүй хэрэглэгчдээс илүү чухалчилж байна.

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнийг байгаль орчинд ээлтэй аргаар үйлдвэрлэхэд тавигдах шалгуурууд

Importance rank

		Хамгийн чухал шалгуур (эрэмбээр)
Сөрөг нөлөөгүй химийн бодис ашиглах	Үйлдвэрлэлийн явцад хүний бие болон байгаль орчинд сөрөг нөлөөгүй химийн бодис ашигладаг байх	**#1**
Хаягдал ус	Үйлдвэрийн хаягдал усыг цэвэршүүлэх дэвшилтэт технологи бүхий байгууламжтай байх	**#4**
Үйлдвэрлэлийн ил тод байдал	Үйлдвэрлэлийн бүх үе шатанд хэрхэн байгальд ээлтэй тогтвортой байдлыг хангаж байгаагаа ил тод нээлттэй мэдээлдэг байх	**#2**
ТЭМ	Бэлчээрийн нөхөн сэргээлт болон малын тавлаг байдлыг хангасан, найдвартай эх үүсвэрээс түүхий эд материалаа авдаг байх	**#3**
Саарал ус	Үйлдвэрийн саарал усыг эргүүлэн ашиглах технологийн шийдэлтэй байх	**#5**
Хөдөлмөрийн үнэлгээ	Ажилтнуудын хөдөлмөрийг шударга, хууль ёсны дагуу үнэлдэг байх	**#10**
Ундны цэвэр ус	Ундны цэвэр усанд хэмнэлт гарган олон нийтэд мэдээлдэг байх	**#6**
Дайвар бүтээгдэхүүн ашиглалт	Үйлдвэрийн дамжлагаас гарч байгаа дайвар бүтээгдэхүүнийг (хялгас, эсгүүрийн хаягдал гэх мэт) бүрэн ашигладаг байх	**#9**
Агаарын бохирдол	Үйлдвэрлэлийн явцад ялгарсан тоосонцор, нүүрсхүчлийн хэмжээ зэргийг хянаж, агаарт хортой нөлөө үзүүлэхгүй хэмжээнд барьдаг байх	**#8**
Эрчим хүчний хэрэглээ	Эрчим хүчний хэрэглээг үйлдвэрлэлийн үе шат бүрд хянаж, хэмнэдэг байх	**#11**
Ажиллах орчин	Ажилтнуудыг хөгжих боломжоор хангасан байх	**#12**
Химийн бодис саармагжуулах	Ашигласан химийн бодисыг МУ-ын хууль тогтоомжийн дагуу саармагжуулж зохих байгууллагуудад нийлүүлдэг байх	**#7**



Хамгийн чухал шалгуур (Нэг сонголттой)

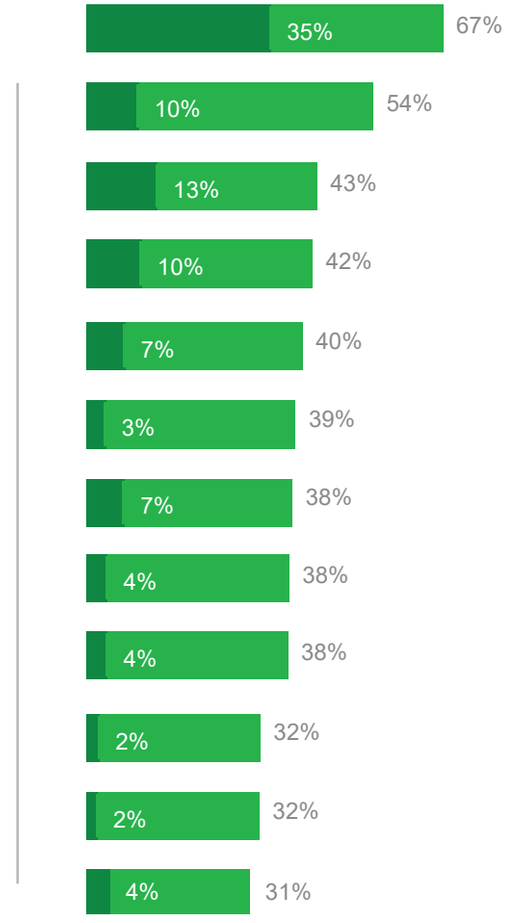
Чухал хэмээн сонгосон шалгуур (Олон сонголттой)

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

— Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнийг байгаль орчинд ээлтэй аргаар үйлдвэрлэхэд “Үйлдвэрлэлийн явцад хүний бие болон байгаль орчинд сөрөг нөлөөгүй химийн бодис ашигладаг байх” шалгуурыг нийт хэрэглэгчдийн 67% нь чухал хэмээн үзсэн бөгөөд 35% хэрэглэгчид хамгийн чухал нэг шалгууруар сонгосон байна. Үүний дараагаар хаягдал ус болон үйлдвэрлэлийн ил тод байдалтай холбоотой шалгуурыг чухал хэмээн харж байгаа бөгөөд үйлдвэрүүд хамгийн чухал шалгуурын дараалаар хэрэглэгчдэд байгальд ээлтэй үйлдвэрлэлээ таниулснаар илүү үр ашигтай харилцах боломжтой байна.

Importance rank

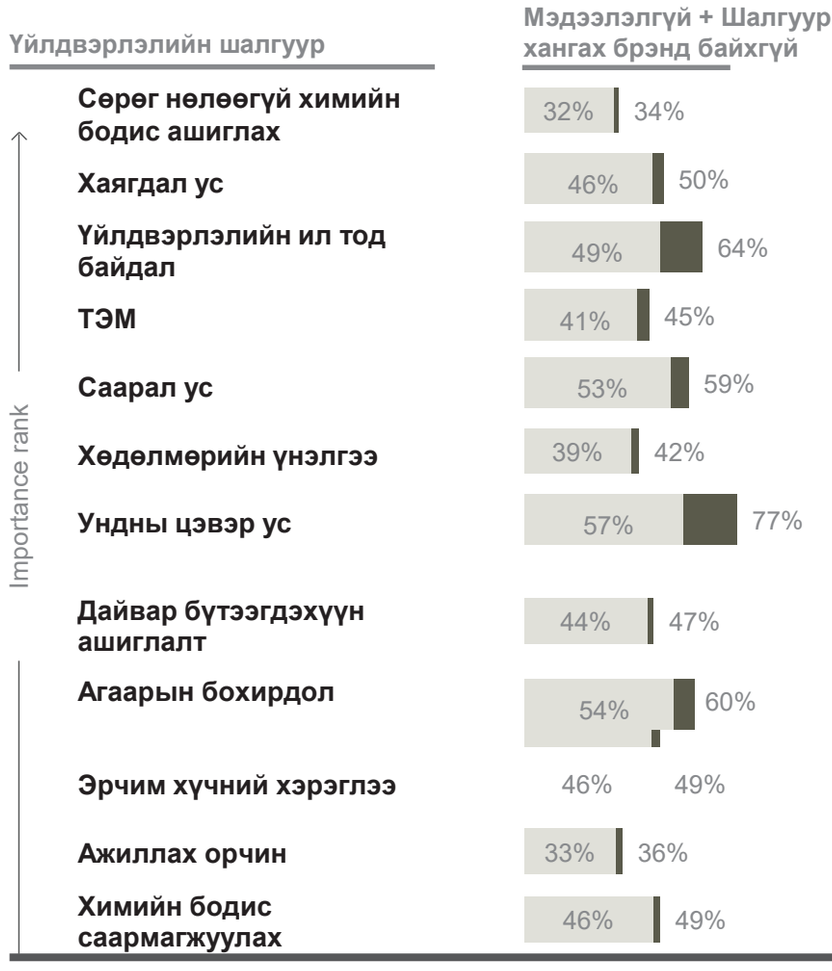
		Хамгийн чухал шалгуур (эрэмбээр)
Сөрөг нөлөөгүй химийн бодис ашиглах	Үйлдвэрлэлийн явцад хүний бие болон байгаль орчинд сөрөг нөлөөгүй химийн бодис ашигладаг байх	**#1**
Хаягдал ус	Үйлдвэрийн хаягдал усыг цэвэршүүлэх дэвшилтэт технологи бүхий байгууламжтай байх	**#4**
Үйлдвэрлэлийн ил тод байдал	Үйлдвэрлэлийн бүх үе шатанд хэрхэн байгальд ээлтэй тогтвортой байдлыг хангаж байгаагаа ил тод нээлттэй мэдээлдэг байх	**#2**
ТЭМ	Бэлчээрийн нөхөн сэргээлт болон малын тавлаг байдлыг хангасан, найдвартай эх үүсвэрээс түүхий эд материалаа авдаг байх	**#3**
Саарал ус	Үйлдвэрийн саарал усыг эргүүлэн ашиглах технологийн шийдэлтэй байх	**#5**
Хөдөлмөрийн үнэлгээ	Ажилтнуудын хөдөлмөрийг шударга, хууль ёсны дагуу үнэлдэг байх	**#10**
Ундны цэвэр ус	Ундны цэвэр усанд хэмнэлт гарган олон нийтэд мэдээлдэг байх	**#6**
Дайвар бүтээгдэхүүн ашиглалт	Үйлдвэрийн дамжлагаас гарч байгаа дайвар бүтээгдэхүүнийг (хялгас, эсгүүрийн хаягдал гэх мэт) бүрэн ашигладаг байх	**#9**
Агаарын бохирдол	Үйлдвэрлэлийн явцад ялгарсан тоосонцор, нүүрсхүчлийн хэмжээ зэргийг хянаж, агаарт хортой нөлөө үзүүлэхгүй хэмжээнд барьдаг байх	**#8**
Эрчим хүчний хэрэглээ	Эрчим хүчний хэрэглээг үйлдвэрлэлийн үе шат бүрд хянаж, хэмнэдэг байх	**#11**
Ажиллах орчин	Ажилтнуудыг хөгжих боломжоор хангасан байх	**#12**
Химийн бодис саармагжуулах	Ашигласан химийн бодисыг МУ-ын хууль тогтоомжийн дагуу саармагжуулж зохих байгууллагуудад нийлүүлдэг байх	**#7**



■ Хамгийн чухал шалгуур (Нэг сонголттой)
■ Чухал хэмээн сонгосон шалгуур (Олон сонголттой)

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Байгальд ээлтэй үйлдвэрлэлийн шалгууруудыг одоогийн зах зээл дэх брэндүүд хэрхэн хангаж байгаа талаар хэрэглэгчдийн төсөөлөл



— Өмнөх шалгууруудыг одоогийн зах зээл дэх брэндүүд хэрхэн хангаж ажилладаг тал дээр тэдний хамгийн чухал хэмээн үзэж буй “Үйлдвэрлэлийн явцад хүний бие болон байгаль орчинд сөрөг нөлөөгүй химийн бодис ашигладаг байх” шалгуурыг хангаж ажилладаг талаар мэдээлэлгүй, тус шалгуурыг хангаж ажилладаг брэнд одоогоор байхгүй хэмээн хариулсан хэрэглэгчид нийт 34% байна. Үлдсэн хэрэглэгчдийн хувьд тус шалгуурыг хангах ямар нэгэн брэнд нэрлэж байлаа.

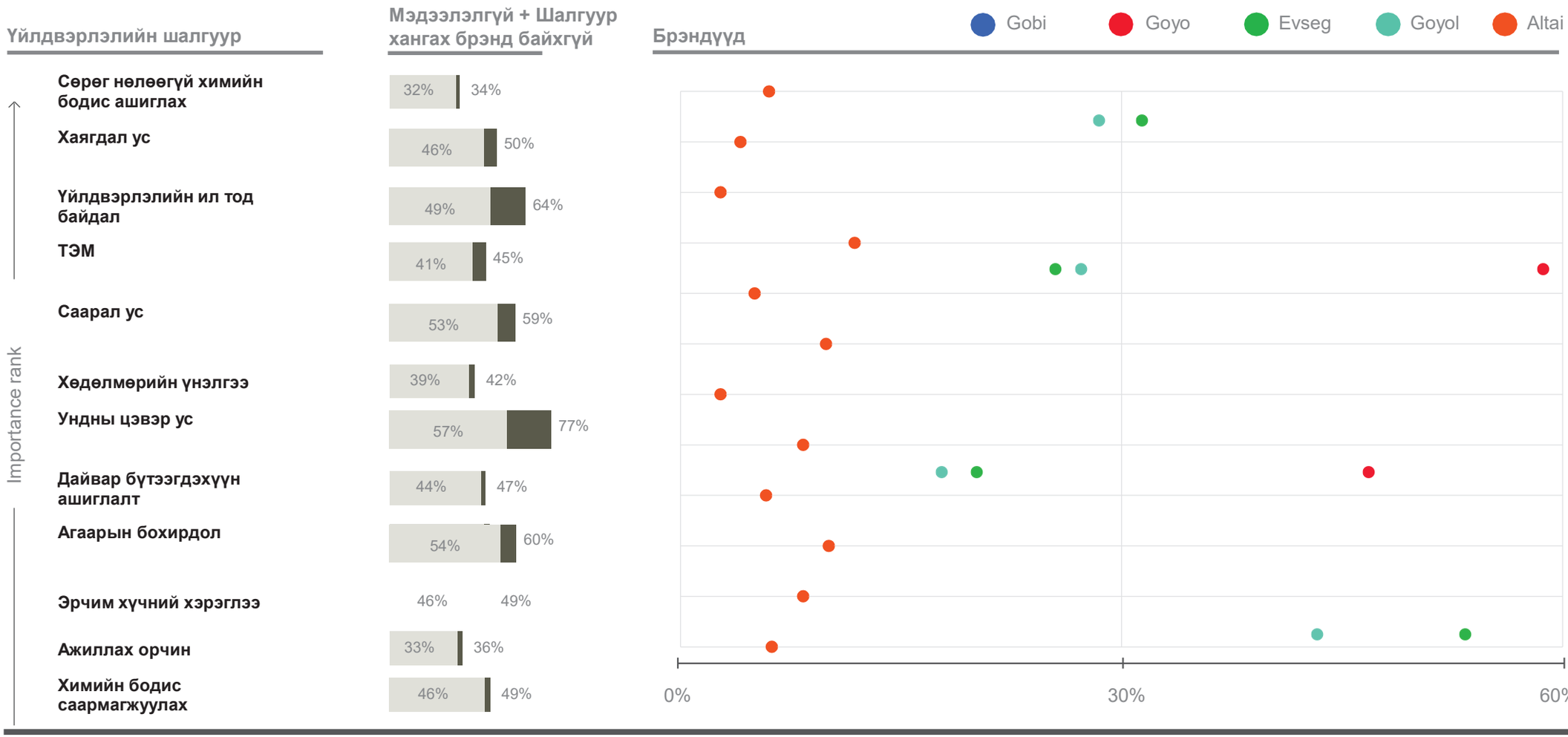
— Харин “Ундны цэвэр усанд хэмнэлт гарган олон нийтэд мэдээлдэг байх”, “Үйлдвэрлэлийн бүх үе шатанд хэрхэн байгальд ээлтэй тогтвортой байдлыг хангаж байгаагаа ил тод нээлттэй мэдээлдэг байх” шалгууруудад хэрэглэгчид тус тус 77%, 64% ямар нэгэн брэнд нэрлээгүй буюу тус талаар мэдээлэлгүй эсвэл шалгуур хангах брэнд байхгүй хэмээн үзэж байна.

Зах зээл дэх брэндүүд тус шалгуурыг хангаж ажилладаг эсэх талаар мэдээлэлгүй

Одоогийн зах зээл дэх ямар ч брэнд тус шалгуурыг хангаагүй

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

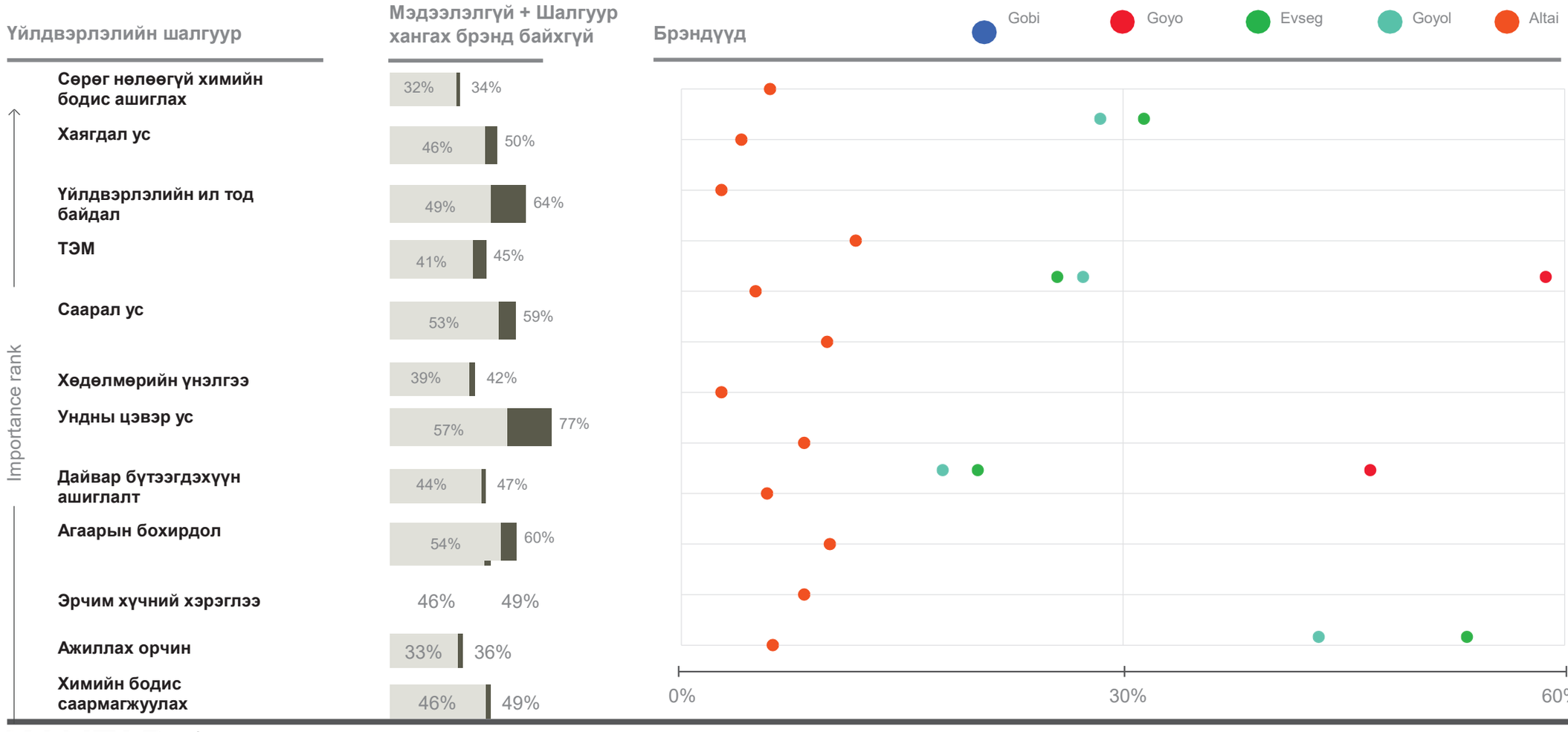
Байгальд ээлтэй үйлдвэрлэлийн шалгууруудыг одоогийн зах зээл дэх брэндүүд хэрхэн хангаж байгаа талаар хэрэглэгчдийн төсөөлөл



Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

— Хэрэглэгчид байгальд ээлтэй үйлдвэрлэлийн шалгуур тус бүрийг хангаж ажилладаг хэмээн боддог брэндүүдийг нэрлэхдээ Говь брэндийг бусад брэндүүдтэй харьцуулахад их нэрлэжээ. Үүнээс харахад тус брэнд нь хэрэглэгчдэдээ “байгаль орчинд ээлтэй үйлдвэрлэлтэй” гэх сэтгэгдлийг хамгийн сайн бүрдүүлж чадсан байгааг олж харж болж байна.

— Говь брэндийн хувьд хамгийн их нэрлэгдсэн шалгуурыг харахад “Сөрөг нөлөөгүй химийн бодис ашиглах” болон “Ажиллах орчин”-той холбоотой шалгуурууд дээр хамгийн их нэрлэгдсэн байгаа бөгөөд Гоёо брэндийн хувьд “Ажиллах орчин” болон “ТЭМ”-тай холбоотой шалгуруудад хамгийн их нэрлэгдсэн, тус шалгуруудыг хангаж ажилладаг гэх сэтгэгдлийг хамгийн ихээр төрүүлсэн байна.



Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Байгальд ээлтэй үйлдвэрлэлийн шалгуурыг одоогийн зах зээл дэх брэндүүд хэрхэн хангаж байгаа талаар хэрэглэгчдийн төсөөлөл

Тогтвортой үйлдвэрлэлийг хэрэгжүүлдэг брэндүүдийн хувьд

		GOYO	Deli Cashmere	MANDKHAI	KhanBogd
Сөрөг нөлөөгүй химийн бодис ашиглах	Үйлдвэрлэлийн явцад хүний бие болон байгаль орчинд сөрөг нөлөөгүй химийн бодис ашигладаг байх	23%	1%	1%	1%
Хаягдал ус	Үйлдвэрийн хаягдал усыг цэвэршүүлэх дэвшилтэт технологи бүхий байгууламжтай байх	17%	1%	0.4%	1%
Үйлдвэрлэлийн ил тод байдал	Үйлдвэрлэлийн бүх үе шатанд хэрхэн байгальд ээлтэй тогтвортой байдлыг хангаж байгаагаа ил тод нээлттэй мэдээлдэг байх	13%	0.4%	0.4%	0.2%
ТЭМ	Бэлчээрийн нөхөн сэргээлт болон малын тавлаг байдлыг хангасан, найдвартай эх үүсвэрээс түүхий эд материалаа авдаг байх	25%	2%	2%	1%
Саарал ус	Үйлдвэрийн саарал усыг эргүүлэн ашиглах технологийн шийдэлтэй байх	14%	1%	1%	1%
Хөдөлмөрийн үнэлгээ	Ажилтнуудын хөдөлмөрийг шударга, хууль ёсны дагуу үнэлдэг байх	24%	2%	2%	1%
Ундны цэвэр ус	Ундны цэвэр усанд хэмнэлт гарган олон нийтэд мэдээлдэг байх	7%	0.4%	1%	0.2%
Дайвар бүтээгдэхүүн ашиглалт	Үйлдвэрийн дамжлагаас гарч байгаа дайвар бүтээгдэхүүнийг (хялгас, эсгүүрийн хаягдал гэх мэт) бүрэн ашигладаг байх	19%	2%	1%	1%
Агаарын бохирдол	Үйлдвэрлэлийн явцад ялгарсан тоосонцор, нүүрсхүчлийн хэмжээ зэргийг хянаж, агаарт хортой нөлөө үзүүлэхгүй хэмжээнд барьдаг байх	16%	1%	1%	1%
Эрчим хүчний хэрэглээ	Эрчим хүчний хэрэглээг үйлдвэрлэлийн үе шат бүрд хянаж, хэмнэдэг байх	24%	2%	2%	1%
Ажиллах орчин	Ажилтнуудыг хөгжих боломжоор хангасан байх	29%	1%	1%	0.4%
Химийн бодис саармагжуулах	Ашигласан химийн бодисыг МУ-ын хууль тогтоомжийн дагуу саармагжуулж зохих байгууллагуудад нийлүүлдэг байх	21%	1%	1%	1%

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Нийт хэрэглэгчид тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнийг худалдан авахыг илүүд үздэг болтол хэр удаан хугацаа шаардагдах тал дээр тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголт сайтай хэрэглэгчдээс асуухад..

.. хэчнээн хугацаа зарцуулах тал дээр хэрэглэгчид янз бүрийн үзэл бодолтой байгаа бөгөөд олон нийтэд хүрэх мэдлэг, мэдээллийг сайтар түгээснээр тус хугацаа богиносно хэмээн харж байна.

“Манайхан этиктэй бүтээгдэхүүн хэрэглэх гэдэг дээр жаахан дутмаг. Одоогоор нэгнийгээ даган дуурайж худалдан авалт хийдэг түвшин дээрээ л явж байгаа гэж би боддог”
8-р бүлгийн хэрэглэгч

“Цаг хугацаа өнгөрөх тусам илүү өргөн хүрээг хамраад түгэх байх гэж бодож байна. Нэг их удахгүй байх. Манай Монголчууд нэг нь мэдсэн юмыг заавал мэдэхгүй бол хоцрогдсон ч юм шиг байгаад байдаг, шартай хүмүүс шүү дээ”
5-р бүлгийн хэрэглэгч

“Одоохондоо хүмүүст танигдаж мэдэгдээгүй болохоор тэр нь жаахан саад болоод байна. Тэрнээс биш үүрэг чиглэлийг нь ойлгоод, хэрэглээд мэдэрчихсэн хүнд бол үнийн ялгаа тийм чухал биш”
7-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Байгальд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхол

- Байнгын хэрэглээгээ болгоно
- Энгийн ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнтэй хослуулж хэрэглэнэ
- Худалдаж авч үзнэ
- Одоохондоо сонирхохгүй байна

Нийт хэрэглэгчдийн 93% нь байгальд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолтой байна.

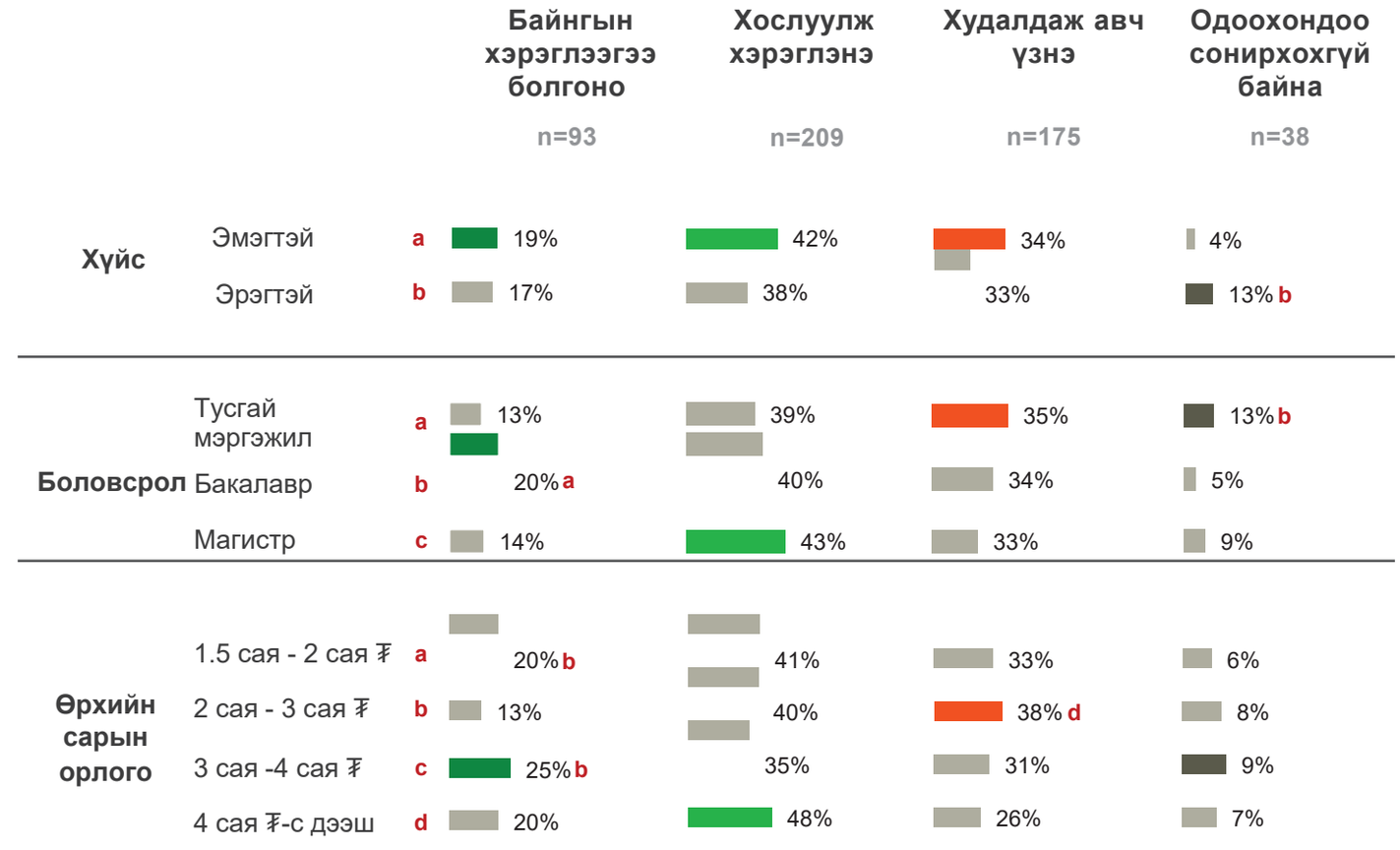
— Хэрэглэгчдийн 18% нь тус төрлийн бүтээгдэхүүнийг байнгын хэрэглээгээ болгох сонирхолтой байгаа бол 41% нь энгийн ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнтэй хослуулж хэрэглэх сонирхолтой байна. Мөн хэрэглэгчдийн 34% нь байгальд ээлтэй ноос ноолууран бүтээгдэхүүнийг худалдаж авах буюу туршиж үзэх сонирхолтой байна.

— Хэрэглэгчдийн 7% нь тус төрлийн бүтээгдэхүүнийг худалдаж авах талаар одоохондоо сонирхохгүй байгаа хэмээн хариулсан байх ба байгальд ээлтэй ноос ноолууран бүтээгдэхүүнийг худалдаж авахгүй хэмээн хариулсан хэрэглэгчид байхгүй байна.

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Байгальд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхол

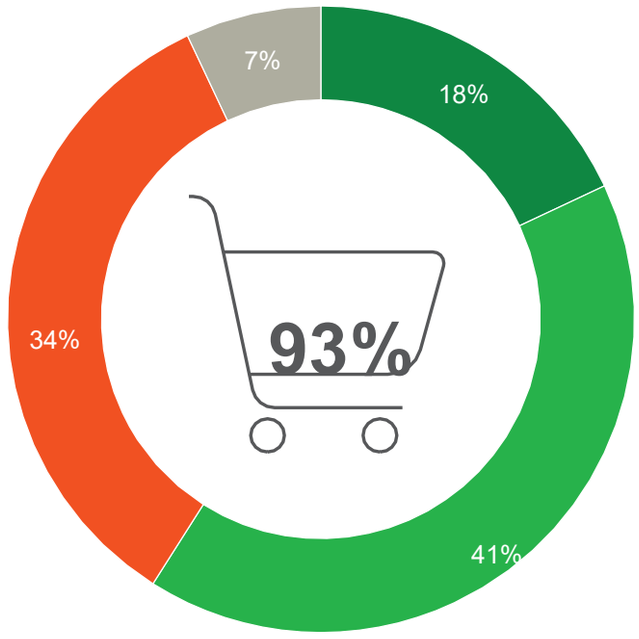
- Байгнын хэрэглээгээ болгоно
- Энгийн ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнтэй хослуулж хэрэглэнэ Худалдаж авч үзнэ
- Одоохондоо сонирхохгүй байна



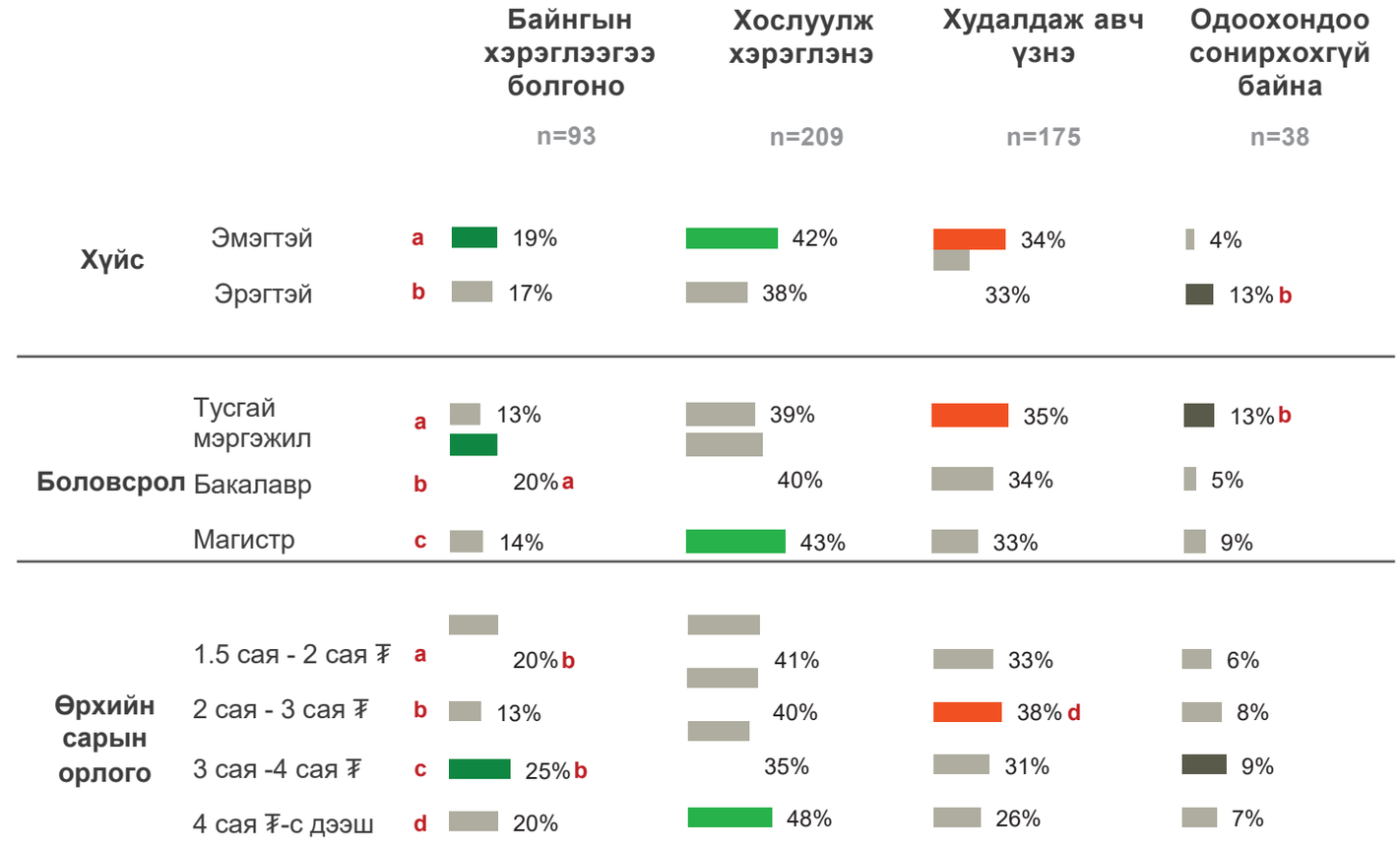
Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

— Байгальд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхлыг хэрэглэгчдийн шинж байдлаар ангилан харахад байнгын хэрэглээгээ болгоно хэмээн хариулсан хэрэглэгчид нь **Эмэгтэй, Бакалавр зэрэгтэй дээд боловсролтой, Сард 3-4 сая төгрөгийн өрхийн орлоготой хэрэглэгчид** байх нь өндөр байна.

— Тус төрлийн бүтээгдэхүүнийг одоохондоо худалдан авах талаар сонирхохгүй байгаа хэрэглэгчдийн хувьд **Эрэгтэй болон Тусгай мэргэжлийн боловсролтой** хэрэглэгчид байх нь ач холбогдолтойгоор өндөр байлаа.



- Байнгын хэрэглээгээ болгоно
- Энгийн ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнтэй хослуулж хэрэглэнэ Худалдаж авч үзнэ
- Одоохондоо сонирхохгүй байна



Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Тогтвортой бүтээгдэхүүнийг **илүү үнэ** төлж худалдаж авах талаар..

Тогтвортой бүтээгдэхүүнд үнэ чухал биш:

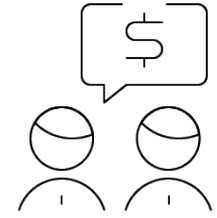
“Би бол үнэтэй байсан ч хамаагүй тогтвортой юм чинь гээд шууд авна. Жишээ нь Nike чинь recycle пүүз хийгээд гаргасан юм байна шүү дээ. Тэрийг сонссон хүн бол шууд авна” *5-р бүлгийн хэрэглэгч*

Үнэ дагаж үнэ цэн хүргэх:

“Үнээ өсгөөд илүү давуу тал гаргаж өгөх. Жишээ нь дагалдах үйлчилгээг хөгжүүлэх, эсвэл загвараа сайжруулах, luxury эхэлж гаргангуутаа масс руу оруулдаг ч юм уу компанийн бодлого л мэдэх байх” *6-р бүлгийн хэрэглэгч*

Мэдээллээр хангавал тааламжтай хүлээж авна:

“Яг цаад утгаар нь бид нар ийм учраас үнээ нэмж байна гэдгийг ойлгуулбал хүмүүс зарим тал нь маш ихээр сайшаана гэж бодож байна” *1-р бүлгийн хэрэглэгч*



Тогтвортой байдлаас илүү нэр хүнд, загвар чухал:

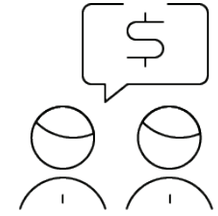
“Бид нарт хамаагүй. Байгаль орчинд ээлтэй л байх л даа хүмүүс тэрийг бол харж үзэхгүй ээ. Аль нь нэр хүндтэй байна аль загвар гоё байна тэрийг нь л авна” *2-р бүлгийн хэрэглэгч*

Зорилтот зах зээлд үнэ нэмэгдэх нь өндөр хамааралгүй:

“Жаахан муухай сонсогдож байж магадгүй ч доогуур орлоготой хүмүүст ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний үнэ нэмэгдлээ ч тэр хүмүүсийн зах зээл угаасаа биш”
6-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Тогтвортой бүтээгдэхүүнийг **илүү үнэ** төлж худалдаж авах талаар..



1. Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний үнэ зах зээлийн дундаж үнээс **тодорхой хэмжээнд өндөр үнэтэй** (20-50%) байхад хэрэглэгчид туршиж үзэх сэдэлтэй байна.

Зах зээл дэх тогтвортой бүтээгдэхүүний хувьд бусад бүтээгдэхүүнээс удаан эдэлгээтэй, эрүүл мэндэд хор хөнөөлгүй зэрэг шалтгаануудыг харгалзаж тодорхой хэмжээнд нэмүү өртөг төлж сурсан, төлөхөд бэлэн байдаг байна.

2. Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний үнэ зах зээлийн дундаж үнээс **хэт үнэтэй** байхад илүү өндөр орлоготой хэрэглэгчдэд чиглэх, гадаадын зах зээлд нийлүүлэх саналыг гаргаж байна.

Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний үнийг тогтооход үйлдвэрлэлийн үе шатаас гадна брэндийн нэр хүнд, загвар, эдэлгээ, хэрэглэгчийн үйлчилгээ зэрэг өөр бусад хүчин зүйлийн нөлөөлөл байх бөгөөд хэрэглэгчийн тогтвортой бүтээгдэхүүнд төлж дадсан үнээс давсан тохиолдолд өөр сегментийг зорихыг зөвлөж байна.

3. Одоогийн зах зээлийн үнэтэй ижил үнэтэй байж байж худалдаж авах бөгөөд нэмж мөнгө төлж тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн **худалдаж авах сонирхолгүй** хэрэглэгчид байна.

Хүрээлэн буй орчны асуудалд анхаарал хандуулдаггүй хэрэглэгчид ийнхүү саналтай байсан бөгөөд бага өртгөөр олон бүтээгдэхүүн худалдаж авах нь илүү чухал байна. Ижил үнэтэй тохиолдолд худалдаж авахад бэлэн байгаа талаар дурдаж байв.

4. Тогтвортой бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл, борлуулалтад **төрөөс дэмжлэг** үзүүлж ажиллах хэрэгтэй хэмээж харж байна.

Хэрэглэгчдэд таатай хэр нь байгаль орчинд ээлтэй, нийгэмдээ үр ашигтай бүтээгдэхүүний борлуулалтад төрийн оролцоо мөн хэрэгтэй хэмээн зарим хэрэглэгчид үзэж байна.

“Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн дээр нэмэгдсэн өртгийн албан татварыг хямдруулбал ард иргэд авах байх”
1-р бүлгийн хэрэглэгч

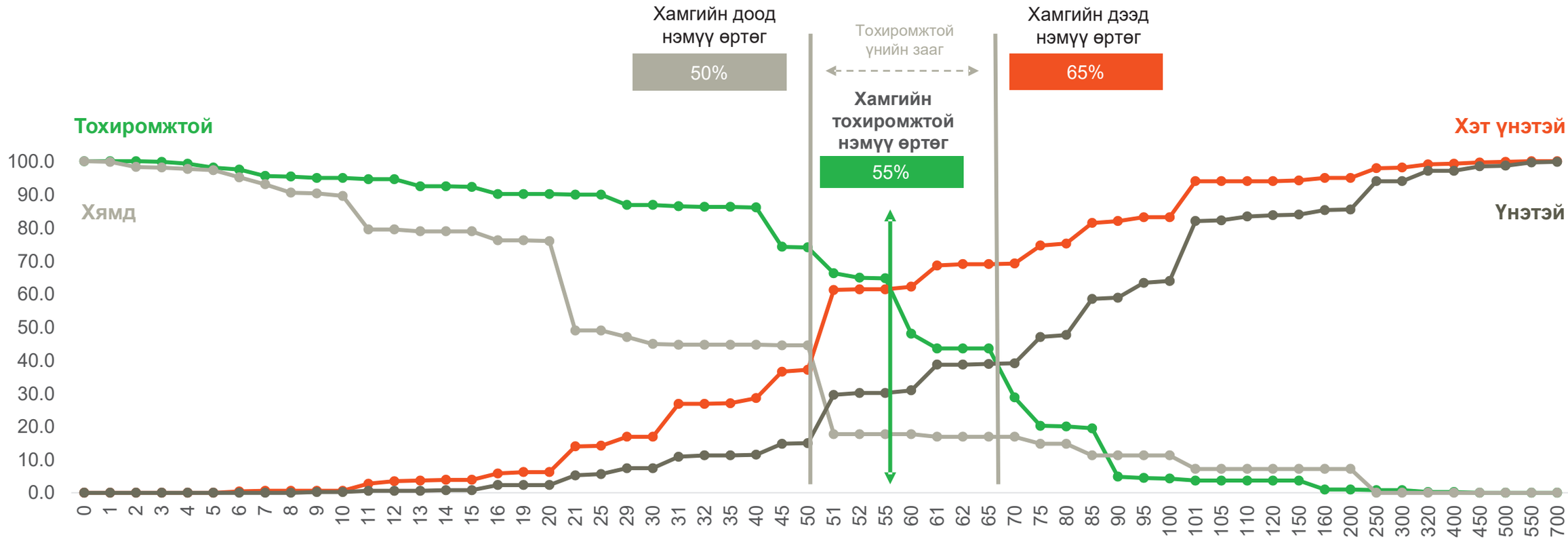
Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Байгаль орчинд ээлтэй үйлдвэрлэл дамжсан ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний үнийн боломжийн түвшин

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515) Price sensitivity meter Van Westendorp Price Model

— Хэрэглэгчдэд байгаль орчинд ээлтэй үйлдвэрлэл дамжсан ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн нь тус шалгуурыг хангахын тулд нийлүүлэлтийн сүлжээ болон бусад бүх үйлдвэрлэлийн явцад нэмүү өртөг шингэх шаардлагатай байдаг талаар товч мэдээлэл өгч тэдний хувьд тус төрлийн эцсийн бүтээгдэхүүнд энгийн ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнээс ямар хэмжээний нэмүү өртгийг төлөхөд бэлэн байгаа талаар асуухад **байгаль орчинд ээлтэй үйлдвэрлэл дамжсан ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнд энгийн ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнээс 55% нэмүү өртөг төлөхийг хамгийн тохиромжтой хэмээн харж байна.**

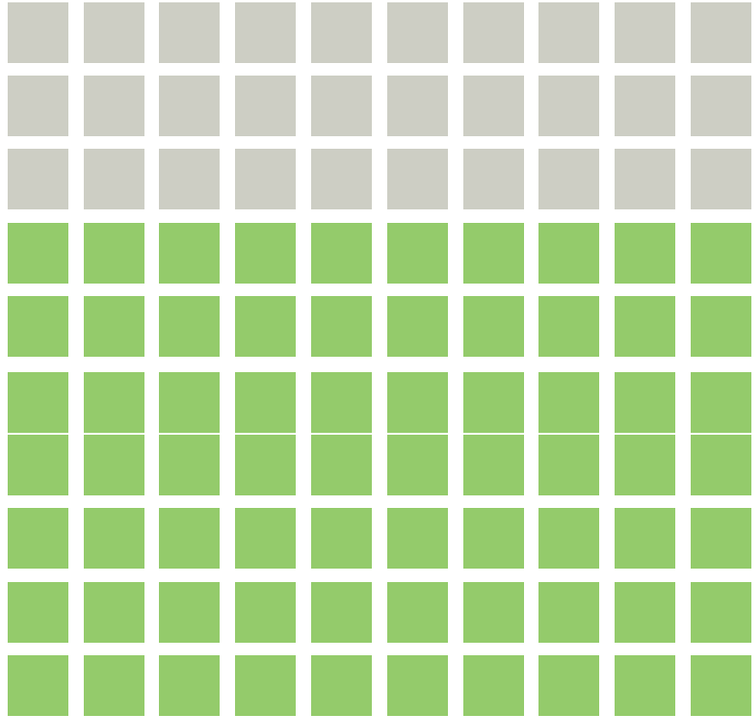
— Нэмүү өртөг нь 50%-аас доош байх тохиолдолд байгаль орчинд ээлтэй үйлдвэрлэл дамжсан байдалд эргэлзэж эхлэх бөгөөд 65%-аас өндөр нэмүү өртөгтэй тохиолдолд үнэтэй санагдаж худалдан авахаас татгалзах эрсдэлтэй байна.



Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515) Price sensitivity meter Van Westendorp Price Model

Байгаль орчинд ээлтэй үйлдвэрлэл дамжсан ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний үнийн боломжийн түвшин

Мэдээлэл өгөхийн өмнө болон дараах харьцуулалт



Байгальд ээлтэй үйлдвэрлэлийн талаар мэдээлэл өгөхийн өмнө болон дараа тус үйлдвэрлэлийг дамжсан бүтээгдэхүүнд төлөхөд бэлэн нэмүү өртгийн хэмжээг харьцуулж харахад:

70%

нь байгаль орчинд ээлтэй үйлдвэрлэлийн талаар товч мэдээлэл өгсний дараа тус үйлдвэрлэл дамжсан бүтээгдэхүүнд төлөхөд бэлэн нэмүү өртгийн хэмжээг нэмэгдүүлж хэлсэн байна.

Ингэхдээ дунджаар

> 183%

нэмэгдүүлсэн байна.

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Хэрэглэгчдийн ангилал

Хүрээлэн буй орчны асуудалд анхаардаг

Байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолтой ч хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн бус хэрэглэгчид

Зорилтот хэрэглэгч

Байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолтой бөгөөд хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн хэрэглэгчид

Категорийн худалдан авагч

Байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолгүй бөгөөд хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн бус хэрэглэгчид

Илүү үнэ төлөхөд бэлэн

Байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолгүй ч хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн хэрэглэгчид

- Нийт хэрэглэгчдийн байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний худалдаж авах сонирхол болон хамгийн тохиромжтой нэмүү өртгийн хэмжээ буюу 55%-аас дээш нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн байдлаар ангилан харахад нийт хэрэглэгчдийн 13% “Зорилтот хэрэглэгчид” буюу байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолтой бөгөөд хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн хэрэглэгчид байна.
- Харин хэрэглэгчдийн 80% нь “Хүрээлэн буй орчны асуудалд анхаардаг” буюу тус төрлийн бүтээгдэхүүнийг худалдан авах сонирхолтой ч хамгийн тохиромжтой нэмүү өртөг болох 55%-аас бага нэмүү өртөг төлөх сонирхолтой хэрэглэгчид байна.
- Энгийн ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний худалдан авалтыг илүүд үзэж байгаа “Категорийн худалдан авагч” ангиллын хэрэглэгч 7% орчим байгаа бөгөөд “Илүү үнэ төлөхөд бэлэн” хэрэглэгчид маш цөөн буюу 0.6%-ийг эзэлж байна.

80%

Хүрээлэн буй орчны асуудалд анхаардаг

Байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолтой ч хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн бус хэрэглэгчид

13%

Зорилтот хэрэглэгч

Байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолтой бөгөөд хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн хэрэглэгчид

7%

Категорийн худалдан авагч

Байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолгүй бөгөөд хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн бус хэрэглэгчид

0.6%

Илүү үнэ төлөхөд бэлэн

Байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолгүй ч хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн хэрэглэгчид

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Хэрэглэгчдийн ангилал

			Эмэгтэй a	Эрэгтэй b	25-29 a	30-39 b	40-50 c
		n=515	n=316	n=199	n=118	n=226	n=171
Хүрээлэн буй орчны асуудалд анхаардаг	Байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолтой ч хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн бус хэрэглэгчид	**80%**	84%**b**	72%	75%	80%	82%
Зорилтот хэрэглэгч	Байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолтой бөгөөд хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн хэрэглэгчид	**13%**	12%	15%	17%	13%	11%
Категорийн худалдан авагч	Байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолгүй бөгөөд хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн бус хэрэглэгчид	**7%**	3%	13%**a**	7%	6%	8%
Илүү үнэ төлөхөд бэлэн	Байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолгүй ч хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн хэрэглэгчид	**1%**	1%	-	1%	1%	-

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн зах зээлд нэвтрэх нь ямар ашигтай вэ?

Хэрэглэгчдийн хувьд тус салбар нь Монголын экспортод томоохон хувь нэмрийг оруулдаг салбар тул нийгмийн хариуцлагыг ухамсарлаж тогтвортой үйлдвэрлэлийг хэрэгжүүлснээр олон улсад танигдсан, бахархалтай брэнд болж чадна хэмээн үзэж байна.

Хэрэглэгчдийн харж байгаагаар тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэснээр:

Нэн түрүүнд, нийгмийн хариуцлагаа ухамсарласан брэнд болно,

Хоёрт, бусад ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнээс ялгарсан, давуу талтай брэнд болж чадна,

Цаашлаад бусад брэндээс тогтвортой үйлдвэрлэлийг шаардахад хүргэдэг үлгэр жишээ брэнд болж чадна хэмээн үзэж байна.

“Одоогоор өрсөлдөгчдөө яаж давах вэ? гэдэг хамгийн том сорил. Тогтвортой гэдгийг буруу талаас нь харах гээд ч буруу байхгүй л дээ. Давуу тал л болох байх” *6-р бүлгийн хэрэглэгч*

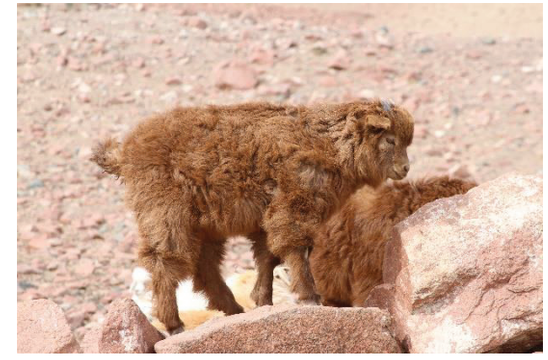
“Тогтвортой биш бүтээгдэхүүн байвал худалдан авагчид нь хүртэл тогтвортой байхыг шахдаг, шаарддаг болох байх”
5-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Хэрэглэгчдийн харж байгаагаар ноос, ноолууран салбар тогтвортой үйлдвэрлэлтэй болохын тулд **хамгийн түрүүнд хийгдэх ёстой ажил юу вэ?**

Бэлчээрийн сэргээх үйл ажиллагаа

“Бэлчээрийн менежмент байж магадгүй юм. Малын эзлэх хувинд ямааны эзлэх хувь маш их болоод ирж байгаа. Хүн амьдрах гэж байгаа юм чинь аль ашигтайг нь л үржүүлж л дээ. Тэр тал дээр жаахан менежмент оруулж ирэх хэрэгтэй. Одоо уг нь бэлчээрийн хууль гэж гаргах гэж байгаа юм байна лээ” 7-р бүлгийн хэрэглэгч



Нэг малаас гарах бүтээгдэхүүний чанарт анхаарах

“Малчдаа малын тэжээлээр хангаж, малын тарилга туулгалтыг нь хийхэд нь дэмжлэг болох хэрэгтэй байх. Ингэснээр малын тоо өсгөх биш, нэг малаас гарах бүтээгдэхүүний чанарт анхаарахад дэмжлэг болно” 5-р бүлгийн хэрэглэгч

Байгууллагын удирдлага тогтвортой байдлын талаар бүрэн ойлголттой байх

“Үйлдвэрийн ажилтнуудад тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонсох нөхцөл бүрдээгүй байж болох тул удирдлага нь дээрээсээ хангалттай мэдлэгтэй байвал үүндээ уялдуулж байгууллагын алсын хараа, чиг хандлага, стратеги нь зохицсон 3-5 жилийн action plan гаргаж доод түвшиндээ нэг ойлголттой болсноор байгальд ээлтэй бүтээгдэхүүн хийж хүмүүст хүргэж чадах байх” 8-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Мөн хэрэглэгчдийн худалдан авалтын **сэтгэл зүйд** нөлөөлөх байдлаар тогтвортой үйлдвэрлэлийн үр ашгийг ойлгуулаагүй тохиолдолд хэрэглэгчид худалдан авч дадсан бүтээгдэхүүнээ сонгоно хэмээн үзэж байна.

"Яг зах зээл дээр хоёр адилхан юм байгаад байдаг, хүмүүс мэдээж хямдаа сонгохыг бодно, тэгэхээр ялгарах мэдээллээ сайн хүргэх хэрэгтэй" 5-р бүлгийн хэрэглэгч

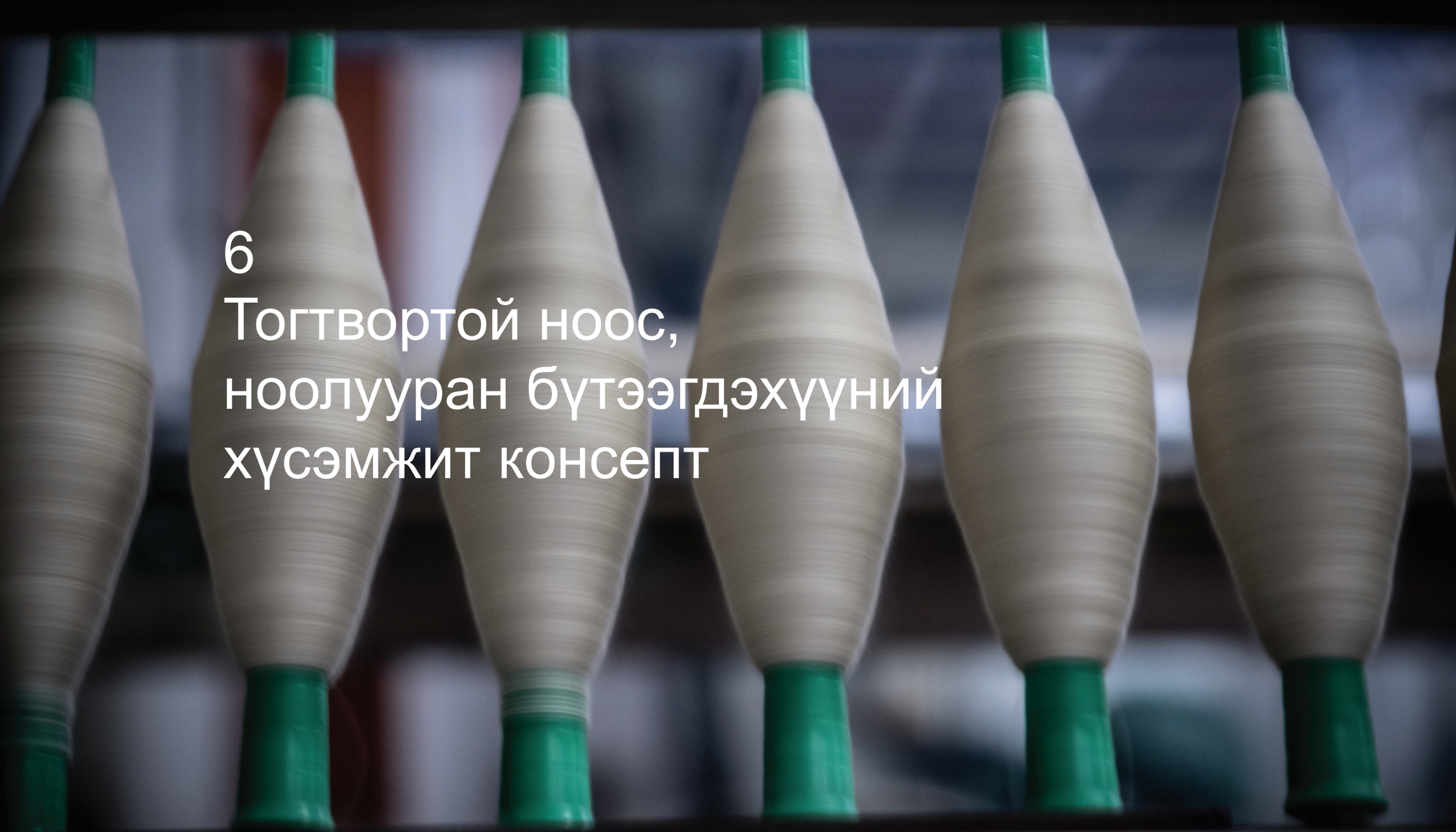
Тогтвортой бүтээгдэхүүний үр ашгийг тайлбарлаж байж худалдан авалтад тусгана.

"Хүмүүст тогтвортой үйлдвэрлэлийн бүтээн байгуулалт хийгээд хойч үедээ байгаль орчноо хадгалж үлдээж байгаагаа харуулж, ойлгуулах хэрэгтэй байх. Ноолуурын үнэ гэнэт өсөхөөр хэрэглэгчид даварчихсан, гадаад эзэнтэй, гадагшаа хамаг мөнгө нь урсаж байна гэх мэтээр хүлээж авч магадгүй. Гэхдээ одоо яг энэ маягаараа үйлдвэрлээд байвал маш хортой" 1-р бүлгийн хэрэглэгч

Нэгж бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл нь хүрээлэн буй орчинд ямар хор уршигтай байгааг мэдэрсэн тохиолдолд худалдан авалтдаа тусгаж бодолцоно.

"Надад муухай сэтгэгдэл төрөөгүй эсвэл бусад бүтээгдэхүүнээс ялгарсан шинж чанар байхгүй бол авдаг бүтээгдэхүүнээ л авна. Жишээ нь амьтны арьс өмсдөггүй хүмүүс, ноолууран бүтээгдэхүүн хэрэглэдэггүй хүмүүс байдаг шүү дээ" 5-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн



6
Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний хүсэмжит консепт

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголт БАГА хэрэглэгчдийн хувьд тогтвортой үйлдвэрлэлийг бүх хэрэглэгчдэд энгийн бөгөөд ойлгомжтой байдлаар таниулж, ойлгуулахыг илүүд үзэж байна.

тогтвортой үйлдвэрлэлээр үйлдвэрлэдэг

Байгальд ээлтэй

100% эко брэнд

чанараар танигдсан

дулаан, зөөлөн, чанартай, чөлөөтэй

Хэрэглэгчдэд мэдлэг олгосон

"Хүүхдүүдэд хүртэл ойлгомжтойгоор бүтээгдэхүүнээ хамгийн эхний шатаас хэрэглэгчдэд хүрэх эцсийн шат хүртэл тогтвортой бүтээгдэхүүн гэдгээ ойлгуулж таниулна" 1-р бүлгийн хэрэглэгч

"Байгальд ээлтэй 100% эко гэх юм бол бусдад хүрэх нь арай илүү. Үүгээрээ давуу тал үүсэх байх гэж бодож байна"
3-р бүлгийн хэрэглэгч

Байгальд ээлтэй

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголт САЙН хэрэглэгчдийн хувьд..

..Үйлдвэрлэлийн бүх үе шат тогтвортой явагдсан байдлыг **хялбар байдлаар хянах боломжтой, хэрэглэхэд хялбар байдлыг дэмжсэн, дахин ашиглах боломжтой** байдлыг давуу тал болгох хэрэгтэй хэмээн үзэж байна. Бүтээгдэхүүний үр ашгийг ойлгуулсан ажил мөн явагдах хэрэгтэй хэмээн үзэж байна

Үйлдвэрлэлийн үйл явцыг харуулсан бариматат киногоор танигдана.

Өмсөж байгаараа бахархдаг брэнд

Аз жаргалтайгаар таны гарт хүргэв

Хэрэглэхэд амар, дахин боловсруулдаг,

орчин үеийн брэнд байна.

Ямар ч хог хаягдалгүй (Zero waste) үйлдвэр байна.

Бүх үйл явцад сэтгэлээ шингээсэн

"Ноолуур өгдөг Болд, түүний гэр бүлийн түүх, оёдолчин Дулмаад хэрэглэгч бүтээгдэхүүн худалдаж авснаар ямар хувь нэмэр оруулж байгааг зурган байдлаар үзүүлбэл илүү ойлгож хүлээж авах юм байна"
5-р бүлгийн хэрэглэгч

"QR кодоор бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн мэдээлэл болон хэрхэн арчлах мэдээлэл өгсөн байвал зүгээр"
8-р бүлгийн хэрэглэгч

Хянах, мэдээлэл авах боломжтой

"Хамгийн эхэнд хэрэглэхэд амар байя. Цэвэрлэхэд хэцүү тул хүмүүс худалдаж авахаас жаахан төвөгшөөгөөд байдаг"
7-р бүлгийн хэрэглэгч

Хэрэглэхэд амар хялбар

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Ялангуяа тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар маш сайн ойлголттой нэг бүлгийн хувьд үйлдвэрлэлийн бүх үе шатыг тогтвортой байлгах тал дээр **өөрсдийн зүгээс гаргалгаа гаргаж байв.**

Түүхий эд бэлтгэн нийлүүлэлт

“

— *Ноос, ноолуур нь ченжийн гар дамжихгүй, малчдын гараас шууд үйлдвэрт хүрдэг байх.*

— *Аймаг бүрд түүхий эдийн агуулахтай байх. Түүхий эд хариуцсан мэргэжилтэнтэй байх. Тус мэргэжилтэн нь тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар маш сайн мэдлэгтэй байх.*

— *Ноос самнах үйл явцад хүн хүч дутдаг тул оюутнуудыг ургац хураалтад дайчилдаг шиг ноос самнах үйл явцад оролцуулах.*

— *Энэхүү үйл явцыг хэрэглэгчдэд таниулах. Ингэхдээ тогтвортой хөгжлийн талаар ойлгож дэмждэг олны танилтай хамтран ажиллах.*

”

8-р бүлгийн хэрэглэгчид

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Ялангуяа тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар маш сайн ойлголттой нэг бүлгийн хувьд үйлдвэрлэлийн бүх үе шатыг тогтвортой байлгах тал дээр **өөрсдийн зүгээс гаргалгаа гаргаж байв.**

Үйлдвэр

— Үйлдвэрийн зүгээс ажилтнаа тогтоон барих бодлого баримталдаг, хөгжүүлдэг, урамшуулдаг, илүү цагаар ажиллуулахгүй, хүний эрхийг дээд зэргээр эрхэмлэдэг. Үйлдвэрийн үе шат дамжлага бүрийн ажилтнуудад ажиллах орчныг нь бүрдүүлэх.

— Техник технологийн шинэчлэл хийх, эрчим хүч зарцуулалтад хэмнэлттэй тоног төхөөрөмж ашиглаж хуучин тоног төхөөрөмжийг ашиглалтаас гаргах. 50 хүн ажилладаг байсан тоног төхөөрөмжийг автоматжуулан 10 хүн ажилладаг болгох, үлдсэн 40 хүнийг бусад хэсэгт сурган, ажиллуулах.

— Хүчтэй химийн бодис ороогүй, эко будаг ашиглах. Хортой бодис нь үйлдвэрийн ажилтан, цаашлаад хэрэглэгчдэд харшлах учраас бүхий л химийн бодисоо анхаарч авах.

— Нөгөө талаас байгууллагын удирдлага бүх боловсон хүчинд тогтвортой үйлдвэрлэлийн үр ашгийг сайтар ойлгуулдаг, нийгэмдээ ээлтэй үйлдвэрлэлд хувь нэмрээ оруулж байгааг ойлгуулж, ажилдаа төвөгтэй байдлаар хандахаас сэргийлдэг байх.

8-р бүлгийн хэрэглэгчид

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний хувьд онлайн худалдан авалт хийх боломжоор хангасан байх хэрэгтэй хэмээн үзэж байна.

Зарим нэг хэрэглэгчдийн хувьд ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний загвар өмсөгчид гоолиг, туранхай байдагт багахан гомдолтой байдаг байна.

Үүнд, энгийн иргэдийн биеийн харьцаанд тохирох байдлыг харуулсан зураг авалтууд хийгдэх хэрэгтэй хэмээн харж байна.

Онлайнаар шууд худалдан авалт хийхэд дэмжлэг болох дараах мэдээллүүдийг дурдсан байхыг хүсэж байна.

- Бүтээгдэхүүний нарийвчилсан зураг авалт
- Өөрт таарах хэмжээг мэдэх боломжтой
- Загвар өмсөгчийн биеийн хэмжээг дурдах
- Хүлээн авах хаягийг тодорхой заах хэсэгтэй байх

Мөн хэрэглэгчдийн онлайн худалдан авалтыг дэмжих үүднээс уламжлалт дэлгүүрээс илүү хөнгөлөлт үзүүлдэг байхыг хүсэж байна.

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Уламжлалт дэлгүүрийн хувьд хэрэглэгчид гараар хүрч мэдрэх, өмсөж үзэх боломжтой тул тус худалдан авалтын суваг байх хэрэгтэй хэмээн үзэж байна.

Тогтвортой бүтээгдэхүүний агуулгатай нийцсэн дизайн, шийдэлтэй байхыг илүүд үзэж байна.

“Дэлгүүр нь байгалийн консепттой, стайлисттай байна”
5-р бүлгийн хэрэглэгч

Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний дэлгүүрийн байршил хэрэглэгчдэд хүрэлцэн очиход ойр байрлах, эсвэл олон салбартай байхыг чухалчилж байна.

Дэлгүүр дээр бүтээгдэхүүний үр ашгийг сайтар ойлгуулж чадах зөвлөх мэргэжилтэнтэй, мөн хэрэглэгчдэд тохирох загварыг санал болгодог мэргэжилтэн байхыг санал болгож байна.

“Бүтээгдэхүүний талаар маш сайн мэдээлэл өгдөг ажилтан байх хэрэгтэй”
8-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

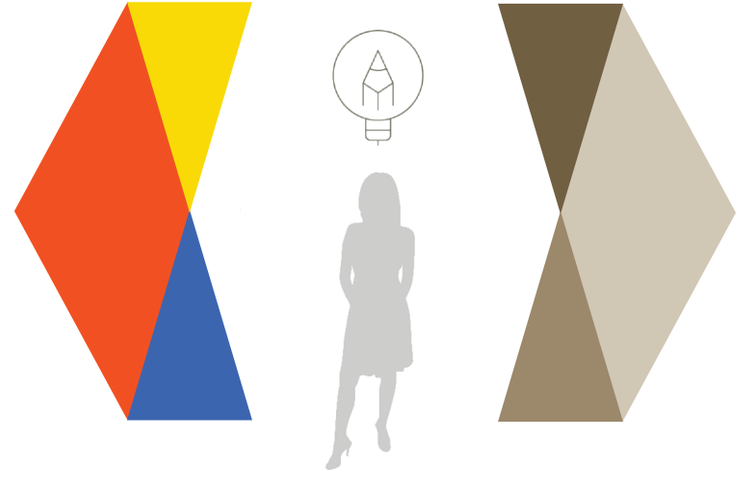
Бүтээгдэхүүний загвар дээр хэрэглэгчдийн санал хуваагдаж байна.

Орчин үеийн өнгө, загвартай

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголт бага хэрэглэгчдийн хувьд орчин үеийн чиг хандлагад тохирсон өнгөтэй байхыг илүүд үзэж байгаа бөгөөд бүтээгдэхүүний өнгөнд ноос, ноолуурын байгалийн өнгө мэдээж байх ч олон өнгийн сонголт байх хэрэгтэй хэмээн үзэж байна.

“Бүх төрлийн өнгийг ашиглах ч шаргал өнгө давамгайлна. Шохойн өнгийн бүтээгдэхүүнээр бусад брэндээс ялгарна” 2-р бүлгийн хэрэглэгч

“Байнгын өөрчлөгдөж шинэчлэгддэг, орчин үеийн чиг хандлагад нийцсэн загвартай”
4-р бүлгийн хэрэглэгч



Хоцрогдохгүй, сонгодог загвартай

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголт сайтай хэрэглэгчид түлхүү энгийн, байгалийн өнгөтэй бүтээгдэхүүнийг илүүд үзэж байгаа нь удаан эдэлгээ, химийн будагч бодис ашиглаагүй гэсэг агуулгыг ойлгож байгаатай холбоотой. Будагч бодис ашигласан ч байгалийн будаг ашиглах нь таатай санагдаж байна.

“Сүлжмэлүүд хийхэд хэцүү болохоор олон төрлийн загвар байгаасай гэж боддоггүй. Классик бол timeless, хэзээ ч алга болохгүй, өдөр тутамдаа өмсөнө” 8-р бүлгийн хэрэглэгч

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголт сайн хэрэглэгчийн харж буй өнцгөөс зарим хүмүүс ноос, ноолуурын байгалийн өнгөөр хийсэн бүтээгдэхүүнийг хуучин, хөгшин гэх өнцгөөс хардаг бөгөөд энэ үзэл бодлыг өөрчлөх хэрэгтэй хэмээн үзэж байв.

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Загварын илүүд үзэх байдал

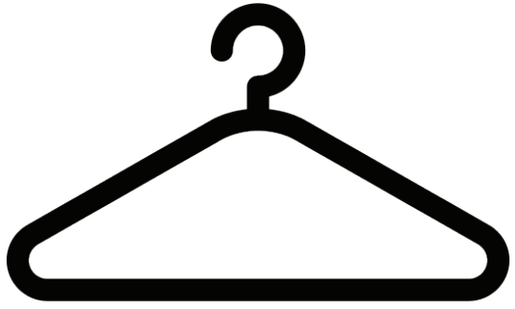
- Нийт хэрэглэгчдийн 68% нь ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний загвар бүх цаг үед хоцрогддоггүй, сонгодог байхыг илүүд үзэж байна.
- Хэрэглэгчдийн шинж байдлаар задлан харахад ялгаа гараагүй.

	Нийт	Нас			Хүйс		Өрхийн орлого			
		20-29	30-39	40-49	Эмэгтэй	Эрэгтэй	1.5-2 сая ₮	2-3 сая ₮	3-4 сая ₮	4 сая ₮-с дээш
Base	515	118	226	171	316	199	222	182	65	46
Test		a	b	c	a	b	a	b	c	d
Бүх цаг үед хоцрогддоггүй, сонгодог загвар	68%	62%	69%	70%	67%	69%	70%	68%	66%	61%
Үргэлж шинэчлэгддэг, орчин үеийн загвар	32%	38%	31%	30%	33%	31%	30%	32%	34%	39%

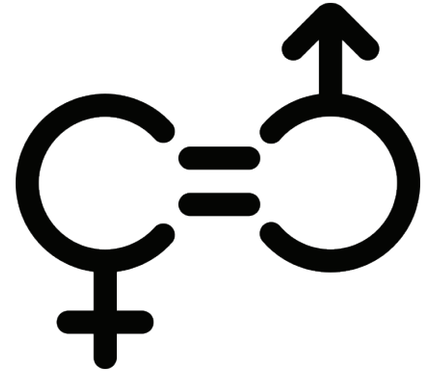
Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515)

Хүрээлэн буй орчинд анхаарлаа хандуулдаг зорилтот хэрэглэгчдийн хувьд сонгодог загварыг илүүд үзэх хандлагатай бөгөөд цаг үедээ нийцсэн загварыг тодорхой хугацаанд гаргадаг байж болно хэмээн үзэж байна.

“Capsule wardrobe-д тохирсон загвартай” 6-р бүлгийн хэрэглэгч



“Unisex, олон талаар нь ашиглах боломжтой байх” 8-р бүлгийн хэрэглэгч



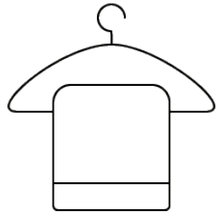
“Загварыг тухайн улирлын тренд байлгаа гэвэл limited edition гаргах”
8-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн
Capsule wardrobe: Загвар нь хоцрогдохгүй юбка, өмд, цув зэрэг цөөн хэдэн хувцасны бүрдэл бөгөөд улирлын чанартай хувцас эдлэлээр баяжуулж болно.
Unisex: Эрэгтэй, эмэгтэй хүмүүсийн хооронд ялгаагүй загварыг илтгэнэ.

Мөн ноолууран бүтээгдэхүүн нь 100% ноолуур байх шаардлагатай эсэх дээр яриа өрнүүлж байв.

Ноолуурыг бусад ширхэгт болон материалын хольцтой гаргаж арчилгаанд хялбар, үнийн хувьд илүү хямд бодлого хэрэгжүүлэх.

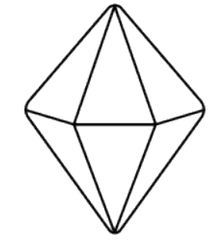
Ялангуяа хүүхдийн хувцас амархан хир толбо болдог тул өөр материалтай хослуулах нь зүйтэй хэмээн үзэж байна.



Өдөр тутмын хэрэглээнд арчилгаа бага шаардах технологиор хийгдсэн бүтээгдэхүүн хэрэглэх сонирхолтой байна

VS

100% ноолуур бол тансаг хэрэглээ бөгөөд ямар нэгэн хольцтой байх нь уг байдлыг алдагдуулна



“Юугаар ч харьцуулшгүй тансаг дулаахан тэр талаасаа эн зэрэгцэх бүтээгдэхүүн ховор. Монголынхоо нөхцөлд бол маш сайн тохирсон” *4-р бүлгийн хэрэглэгч*

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Сав, баглаа боодлын хувьд байгальд хор хөнөөл багатай материалыг илүүд үзэж байгаа бөгөөд ямар нэгэн химийн бодисоор цайруулаагүй, хэвлэлт ороогүй боодлыг илүүд үзэж байна. Мөн ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний хадгалалтад зориулсан савлагаа байх нь таатай санагддаг байна.

Цаасан **Даавуун**

эко, тогтвортой байдлыг илтгэх **шошготой**

Дахин ашиглаж болохуйц

Бүтээгдэхүүнээ **хадгалах** боломжтой

Бэлгийн сав баглаа боодолтой

бор болон ногоон өнгөтэй

Хэвлэлт ороогүй

FACT

“Шошго нь дээр тухайн бүтээгдэхүүний талаарх факт мэдээллүүд байвал худлалдан авч байгаа хүмүүст давуу тал болно. Уутны хувьд битүүмжлэл сайтай буцаагаад бүтээгдэхүүнээ хадгалсан ч ус чийг орохгүй байх. Удаан ашиглах тийм уут байвал зүгээр” *8-р бүлгийн хэрэглэгч*

Мөн, дэлгүүрээс олгодог **гялгар уут, хуванцар шошгыг** байгальд ээлтэй хувилбараар орлуулахыг илүүд үзэж байна.

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Одоогийн брэндүүдийн сэргээн засварлах, угааж цэвэрлэх үйлчилгээнд сэтгэл хангалуун байдаг ч..

- **Тус үйлчилгээг байнга авах нь санхүүгийн хувьд хүндрэлтэй, байршлын хувьд хол санагддаг байна.**
- **Дахин сэргээх боломжгүй болсон ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн байдаг. Олон жил өмсөж, загвараас нь залхах тохиолдол мөн байдаг.**
- **Хэрэглэгчдээ гишүүнчлэлд хамруулж сэтгэл ханамжийн баталгаа олгохыг хүсэж байна.**

Эдгээр асуудлыг шийдвэрлэх боломжууд:

Хэрэглэгчдэд ойр байрлах Нарта, CU, Circle K зэрэг газруудтай хамтран ажиллаж бүтээгдэхүүн хүлээж авч, цэвэрлээд эргүүлж өгөх үйлчилгээг хэрэгжүүлэх, Гэртээ хэрхэн арчилж болох талаар дэлгэрэнгүй зааварчилгаа олгох

Эдгээр бүтээгдэхүүнийг татан авч, **дараагийн бүтээгдэхүүн худалдан авалтад хөнгөлөлт үзүүлэх, татан авсан утсаар өөр бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх** саналтай байна. Жишээ бүтээгдэхүүнүүдэд: хөнжил, оймс, өмд зэргийг дурдаж байна. Монголчууд хүний хэрэглэсэн хуучин эдлэл хэрэглэхээс цааргалах хандлагатай байдаг тул уг талаар үр ашгийг нь сайтар ойлгуулах хэрэгтэй гэж үзэж байна. Дахин ашигласан утсаар хийсэн бүтээгдэхүүнийг илүү хямд борлуулахыг санал болгож байна.

Хэрэглэгчдэдээ гишүүнчлэлд хамруулж гэрээт байгууллагуудаар хөнгөлөлттэй үнээр үйлчлүүлэх, картдаа оноо цуглуулах, хими цэвэрлэгээнд хөнгөлөлттэй үнээр цэвэрлүүлэх боломжийг олгох

Мөн үйлдвэрлэлийн зарим хэсэгт бусад жижиг хоршоодыг дэмжиж, хамтран ажиллаж болох талаар дурдаж байв.

“Хуучин утсаар бүтээгдэхүүн хийхдээ хэрэглэгчдэдээ өөр хүний өмсөж байсан зүйлийг шууд танд өмсүүлээгүй шүү, гэдгийг маш сайн ойлгуулах хэрэгтэй” 1-р бүлгийн хэрэглэгч

“Том брэндүүд бүх юмаа өөрөө хийх гээд байдаг. Жижиг хоршоодтой хамтарч тухайн угаалгын газрыг ч гэсэн дэмжиж байгаагаа харуулж болно” 5-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Хэрэглэгчдийн сэтгэлд хоногшсон кампанит ажил

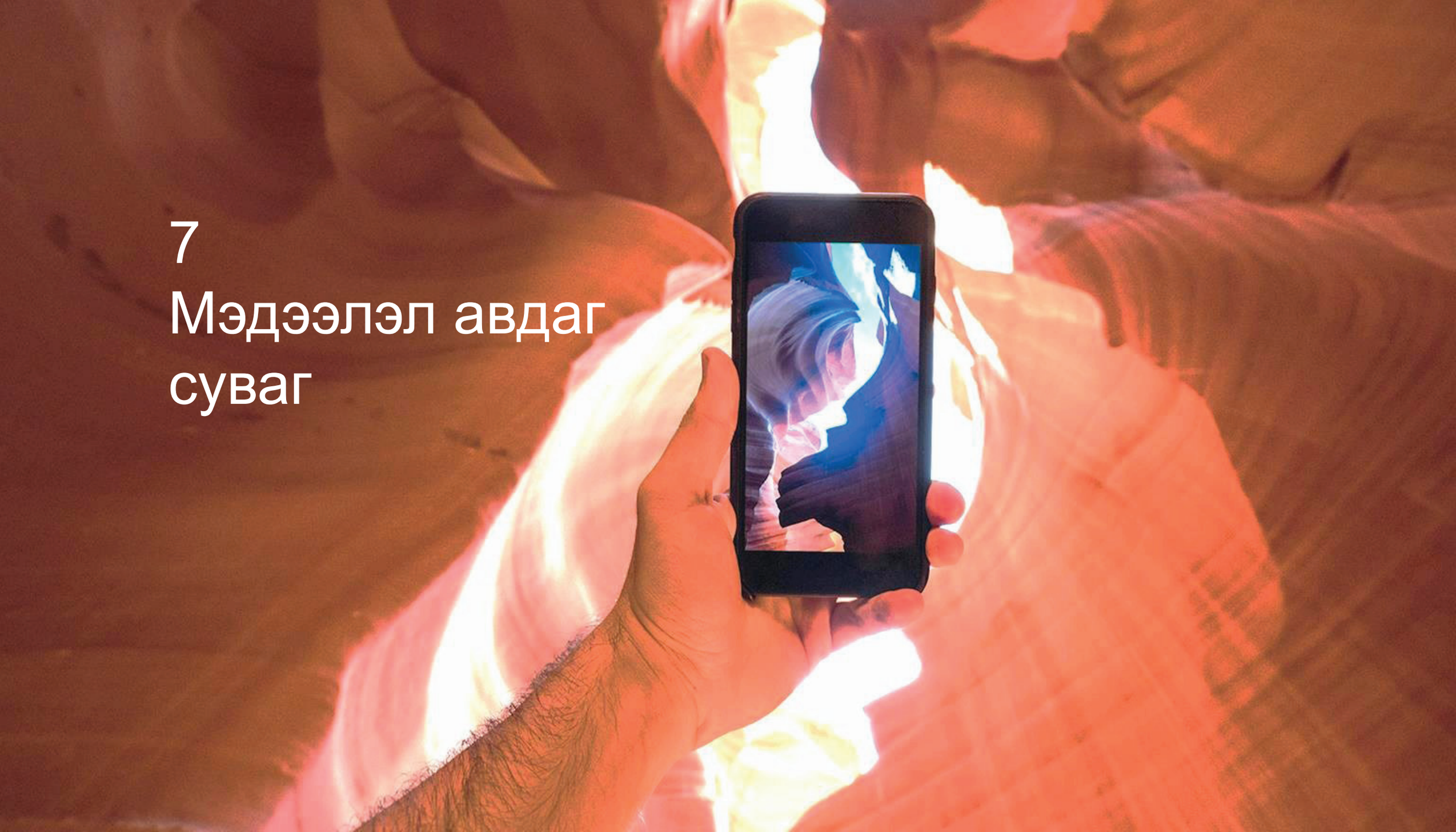
“Х компанийн 2007 онд хийсэн бичлэгийг харсан. Малчины хотод очоод ноолуураа авдаг. Ноолуур авах улирал нь 3-4 сард самнахад тохиромжтой байдаг юм байна. Тэгэхээр тухайн үйл явцыг тогтвортой гэж харж болохоор байгаа юм” *6-р бүлгийн хэрэглэгч*

“Хоёр америк залуу Монголд ирээд ноолуур аваад үйлдвэр барьдаг бариматат кино байдаг үзсэн үү? Тэрийг үзээд Монголын ноос, ноолуур тогтвортой гэдгийг нэлээд ойлгосон” *6-р бүлгийн хэрэглэгч*

“Х компанийн сүүлд хийсэн ажил нь таалагдсан. Ажилтнууддаа бүтээгдэхүүнээ өмсгөж танилцуулж байсан. 20 жил ажилласан гээд нэг өмсчихсөн. Хүмүүст бас гоё хүрч байгаа. Энэ хүмүүс цаана нь ажилладаг юм байна гэж мэдэгдээд” *5-р бүлгийн хэрэглэгч*

Хэрэглэгчид бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн ард ямар үйл явц өрнөдөг талаар түүхийг агуулсан кампанит ажлуудад таатай хандаж байгаа бөгөөд ялангуяа тогтвортой бүтээгдэхүүний хувьд хүрээлэн буй орчин, нийгэмдээ, хэрэглэгчдэдээ хэрхэн анхаардаг талаар **хэрэглэгчдийн нүдэнд тэр бүр ил тод байдаггүй мэдээллийг түгээснээр тухайн брэндэд таатай сэтгэгдэл төрдөг байна.**

Source: Чанарын судалгааны үр дүн



7
Мэдээлэл авдаг суваг

Олон нийтэд тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар мэдлэг түгээх нэгдсэн эх сурвалж одоогоор байхгүй байгаагийн улмаас хэрэглэгчид өөр, өөр эх сурвалжаас мэдлэг олж авч байна.

Хөгжингүй оронд амьдрах үедээ

Ажил мэргэжлийн онцлогийн дагуу

Хүрээллийн хүмүүсээс сонсох

Сошиал медиагийн тодорхой группүүдээр дамжуулж

Хичээлийн хөтөлбөрийн дагуу

“Анх би 9 настайдаа Герман явсан тэр үед Европт хогоо ангилж хаядаг байсан. Их сургуульд мөн Европт сурахдаа хог хаягдлаар янз бүрийн юм их хийдэг байсан. Хог хаягдал гэхээр заавал хэрэггүй зүйл биш, бид нарын хэрэглэдэг зарим зүйл маш хортой байдаг бөгөөд тэрийг яаж хоргүй болгох талаар хичээл бас ордог. Ирснээсээ хойш наад зах нь өдөр тутмынхаа хогийг ангилах, гялгар уут аль болох хэрэглэхгүй байх гээд хэвшүүлж ирсэн” – 8-р бүлгийн хэрэглэгч

“Миний нэг танил намайг Дорнодод байхад жижиг дунд үйлдвэрлэлийн хөрөнгө оруулалт аваад био дэлгүүр нээж байсан. Тэнд анх ороод хатуу шампунийг гэр бүлээрээ хэрэглэж болдог, удаан хэрэглээтэй гэх байдлаар анх мэдээлэл авч байсан даа”

“Би энэ хичээлийн семестр “Тогтвортой хөгжил ногоон ирээдүй” гэдэг хичээлийн хүрээнд тогтвортой хөгжил, тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар илүү судалж, илүү ойлгож байгаа. Тогтвортой бүтээгдэхүүн гэдэг нь үйлдвэрлэлийн бүхий л үйл явц нь байгальд ээлтэй тийм бүтээгдэхүүнийг хэлнэ” – 3-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн

Сүүлийн үед Минимал, Эко амьдрал, Zero waste зэрэг тогтвортой хөгжилтэй уялдах олон нэршил ихээр яригдаж, хэрэглэгчид энэ талаар мэдээллийг хоорондоо идэвхтэй солилцож байна.

Сошиал орчинд тодорхой групп үүсгэсэн байна.

Сошиал орчин дахь тогтвортой амьдралын экспертүүдээс үлгэр жишээ авч, даган дуурайдаг бөгөөд тогтвортой амьдрал руу чиглэх үйлдэл бүртээ **урамшдаг байна.** Хэрэглэгчдийн дурдсанд Facebook хуудас болон группүүд, подкаст, Youtube сувгууд байлаа*

"Зеро вэйст ерөнхийдөө нөлөөлсөн. Энэрэл гээд эмэгтэйгээс inspiration авсан" 6-р бүлгийн хэрэглэгч

Хоорондоо мэдээлэл маш сайн солилцдог.

Эдгээр хүмүүс нь чадах чинээгээрээ өөрийн хүрээллийн хүмүүстээ тогтвортой байдлын талаар **ойлгуулах арга хэмжээ** авдаг бөгөөд хүн бүрийн хүлээж авах байдал янз бүр байдаг талаар ярьж байлаа.

"Би бол үүнтэй холбоотой мэдээллүүдийг хүмүүстэй хуваалцах дуртай. Зеро вэйст группийг 2015 оноос хойш manage хийж холбоотой мэдээллийг нь тавьдаг"

8-р бүлгийн хэрэглэгч

Тогтвортой амьдралын хэв маягтай болох нь хэрэглэгчдэд аз жаргалтай мэдрэмжийг төрүүлдэг байна.

"Сайхан мэдрэмж төрдөг, аз жаргалтай болдог"
1-р бүлгийн хэрэглэгч

"Дахин боловсруулсан бүтээгдэхүүн гэхээр цаанаа л сэтгэлд өег байдаг. Илүү хайртай, илүү итгэдэг"
8-р бүлгийн хэрэглэгч

Source: Чанарын судалгааны үр дүн
*Sustainable Mongol podcast, Zero Waste Mongolia Facebook хуудас, Zero waste community of Mongolia! Facebook групп, ECO LiFe Facebook хуудас, Facebook хуудас, БиоАмьдрал Facebook групп, Хөдөөний айл Youtube суваг

Хэрэглэгчдийн мэдээлэл авдаг сувгууд

	Нийт	Эмэгтэй a	Эрэгтэй b	25-29 a	30-39 b	40-50 c
		n=316	n=199	n=118	n=226	n=171
Facebook	71%	75%b	65%	76%c	74%c	64%
Youtube	46%	48%	43%	65%bc	51%c	27%
Онлайн мэдээний сайт	40%	42%	36%	42%	40%	38%
Телевиз	38%	38%	38%	19%	39%a	50%ab
Instagram	36%	39%	32%	71%bc	37%c	11%
Подкаст	21%	23%b	17%	36%bc	22%c	8%
Сонин, сэтгүүл	13%	14%	12%	8%	9%	21%ab
Twitter	11%	9%	14%a	14%	12%	9%
FM/Радио	8%	7%	10%	3%	8%a	11%a

- Хэрэглэгчдийн мэдээлэл авдаг сувгуудаас Фэйсбүүкийг байнга ашиглах байдал (4 болон 5 оноо) хамгийн өндөр 71% байна.
- Хүйсийн хувьд эмэгтэй хэрэглэгчид Фэйсбүүк болон Подкастаас мэдээлэл авах байдал эрэгтэйчүүдээс өндөр байгаа бол эрэгтэйчүүд Твиттэрээс мэдээлэл авах байдал эмэгтэйчүүдээс өндөр байна.
- 25-29 насны хэрэглэгчид Ютүб, Инстаграм, Подкастаас мэдээлэл авах байдал бусад насныхантай харьцуулахад өндөр байгаа бол 40-50 насны хэрэглэгчид Телевиз болон Сонин сэтгүүлээс мэдээлэл авах байдал бусад насныхнаас өндөр байна.

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515, Top 2 boxes)

Хэрэглэгчдийн **үзэх дуртай** контентийн төрөл

	Эмэгтэй a	Эрэгтэй b	25-29 a	30-39 b	40-50 c
	n=316	n=199	n=118	n=226	n=171
Видео/бичлэгэн контент	78%	83%**a**	88%**bc**	79%	75%
Зурган контент	34%**b**	23%	33%	29%	29%
Аудио (Подкаст, Радио)	18%**b**	13%	19%**c**	19%**c**	11%
Текстэн контент	9%	13%	10%	9%	12%
Бусад (Инфографик)	-	1%	1%	-	-

- Хэрэглэгчдийн дийлэнх буюу 80% нь видео/бичлэгэн контентийг илүүд үзэж байна. Харин зурган контентийг үзэх дуртай хэрэглэгчид 30% байна.
- Шинж байдлын хувьд задалж харахад эмэгтэйчүүд зурган болон аудио контентийг эрэгтэйчүүдээс илүү үзэх дуртай байдаг бол эрэгтэйчүүд видео/бичлэгэн контентийг эмэгтэйчүүдээс илүү үзэх дуртай байна.
- Насны хувьд 25-29 насныхан видео/бичлэгэн контентийг үзэх илүү дуртай байдаг бөгөөд 25-39 насныхан аудио контентийг бусад насныхнаас илүү үзэх дуртай байдаг байна.

Source: Тоон судалгааны үр дүн (Base: Total n=515, Top 2 boxes)

8
Дүгнэлт, санал зөвлөмж

Хэрэглэгчдийн тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх ойлголт, хүрээлэн буй орчиндоо анхаарал хандуулах байдал

Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаарх ойлголт

- Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар нийт ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн 17% нь сонсож байсан гэж хариулсан боловч тэдний 58% нь буруу ойлголттой байлаа.
- Харин нийт хэрэглэгчдийн 15% нь тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар зөв ойлголттой байна. Тус хэрэглэгчдийг шинж байдлаар задлан харахад 30-39 насны, магистр болон түүнээс дээш боловсролтой хэрэглэгчид байх нь илүү өндөр байв.
- Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар зөв ойлголттой хэрэглэгчид уг ойлголтыг “Байгаль орчинд ээлтэй” (54%) “Дахин ашиглах боломжтой” (26%) бүтээгдэхүүнтэй холбож ойлгож байгаа бол энэ талаар буруу ойлголттой хэрэглэгчид “Өдөр тутамд байнга хэрэглэгддэг” (37%), “Эдийн засгийн тогтвортой бүтээгдэхүүн” (30%) гэсэн ойлголттой илүү холбож ойлгож байна.

Үүнээс харахад “тогтвортой” гэх нэршлийг анх сонсож буй хэрэглэгчдийн хувьд үгийн утгаар нь ойлгож байгаа нь ажиглагдсан тул тогтвортой бүтээгдэхүүнийг зах зээлд нэвтрүүлэхдээ тус нэршлийг “Байгаль орчинд ээлтэй”, “Болзошгүй доройтлоос урьдчилан сэргийлсэн” зэрэг бүх нийтэд ойлгомжтой үг ашиглан хүргэснээр зорилтот сегмент тэлэх боломжтой байна. Мөн зарим хэрэглэгчдийн хувьд англи нэршил болох “Sustainable” нэршлийг илүүд үзэж байна.

Байгальд ээлтэй хандах хандлага

- Нийт хэрэглэгчдийн 85% нь байгаль орчны асуудалд анхаарлаа хандуулдаг өөрсдийгөө гэж тодорхойлсон.
- Хэрэглэгчид хотын агаарын, усны, хөрсний гэх мэт бохирдол, усны хомсдол, хог хаягдлын хяналтгүй байдал, орон нутгийн бэлчээрийн талхагдал, байгалийн баялгийн хариуцлагагүй хэрэглээ зэрэг байгаль орчны асуудлуудад сэтгэл эмзэглэж байна.
- Хэрэглэгчид өөрийн зүгээс хүрээлэн буй орчиндоо хор хөнөөлгүй байж болох үйлдлүүдийг амьдралдаа хэвшүүлж хэрэгжүүлдэг бөгөөд талаас дээш хувь нь “Хүний бие, байгаль орчинд хоргүй цэвэрлэгч бодис ашигладаг”, “Том савлагаатай бүтээгдэхүүн сонгож худалдан авдаг”, “Ус болон цахилгаанаа хэмнэдэг”, “Зөвхөн өөрт хэрэгцээтэй бүтээгдэхүүн худалдаж авдаг” зэрэг үйлдлүүдийг хэрэгжүүлж байна. Харин байгаль орчинд ээлтэй эдгээр үйлдлүүдээс алийг нь ч хэрэгжүүлдэггүй хэрэглэгч байхгүй байлаа.

Байгаль орчны асуудалд анхаарал хандуулдаггүй үлдсэн 15% хэрэглэгчид нь тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонсоогүй байх нь илүү өндөр байлаа.

Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл

Тогтвортой үйлдвэрлэлийн талаарх ойлголт

- Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголттой хэрэглэгчдийн хувьд Монголын ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн шат дамжлага бүрийг бодолцож үзсэн байдаг ба малын тавлаг байдлаас бусад дамжлага тогтвортой явагддаг эсэхэд эргэлзээтэй байна. Харин тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголт багатай хэрэглэгчид ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн бүтэх үйл явцын талаар бодолцож байгаагүй байдаг бөгөөд үндэсний үйлдвэрлэл гэсэн утгаар үйлдвэрлэлийн явцад итгэдэг байна.
- Тогтвортой бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэлийг “Эрчим хүч, ундны цэвэр усны хэрэглээний хяналт” (53%), “Байгалийн гаралтай түүхий эдийг байгаль орчинд хор хөнөөл бага байдлаар ашиглах” (51%) зэрэг үйл ажиллагааг хэрэглэгчид илүү холбож ойлгож байна. Судалгаанд авч үзсэн тогтвортой бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлд хамаарагдах 7 үйл ажиллагааг бүрэн утгаар нь ойлгож байгаа хэрэглэгчид 4% байв.

Тогтвортой үйлдвэрлэлийн шалгуур

- Хэрэглэгчид ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнийг байгаль орчинд ээлтэй аргаар үйлдвэрлэхэд
  - “Үйлдвэрлэлийн явцад хүний бие болон байгаль орчинд сөрөг нөлөөгүй химийн бодис ашигладаг байх” (67%)
  - “Үйлдвэрийн хаягдал усыг цэвэршүүлэх дэвшилтэт технологи бүхий байгууламжтай байх” (53%)
  - “Үйлдвэрлэлийн бүх үе шатанд хэрхэн байгальд ээлтэй тогтвортой байдлыг хангаж байгаагаа ил тод нээлттэй мэдээлдэг байх” (43%),
  - “Бэлчээрийн нөхөн сэргээлт болон малын тавлаг байдлыг хангасан, найдвартай эх үүсвэрээс түүхий эд материалаа авдаг байх” (42%) зэрэг үйлдвэрлэлийн шалгуурын илүү чухалчилж байна.
- Тэднээс ямар бүтээгдэхүүнийг байгальд ээлтэй байх хэрэгтэй талаар асуухад хувцас эдлэлийг дурдсан хэрэглэгчид нийт 37% байсан бөгөөд тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар зөв ойлголттой хэрэглэгчид тус төрлийн бүтээгдэхүүнийг байгальд ээлтэй байх хэрэгтэй хэмээн хариулсан нь ойлголтгүй хэрэглэгчдээс илүү өндөр (51%) байв

Үүнээс харахад нийт хэрэглэгчдэд тогтвортой үйлдвэрлэл хэрхэн явагддаг талаар бүрэн мэдээлэл түгээж, тэдний эдэлж хэрэглэж буй хувцас эдлэл ч мөн байгальд ээлтэй үйлдвэрлэгдэж, хэрэглэгдэх ёстой талаар мэдлэг олгох нь чухал байна. Ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний салбар нь Монголын экспортод томоохон хувь нэмрийг оруулдаг салбар тул компаниуд нийгмийн хариуцлагыг ухамсарлаж тогтвортой үйлдвэрлэлийг хэрэгжүүлснээр олон улсад танигдсан, бахархалтай брэнд болж чадна хэмээн үзэж байна.

Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний худалдан авалт

Худалдан авалтад нөлөөлөх хүчин зүйлс

- Нийт хэрэглэгчдийн 93% нь байгальд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнийг худалдаж авах сонирхолтой байна.
- Тэд ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдан авалтад нөлөөлөх зах зээлийн хүчин зүйлсэд Эдэлгээ даах байдал (60%), Бүтээгдэхүүн болон загварын өргөн сонголт (42%), Боломжийн үнийг (37%) чухалчилдаг байна.
- Харин байгаль орчны асуудалд анхаардаг хэрэглэгчид ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдан авалтад:
  - “Эдэлгээ даадаг, чанартай”
  - “Бүтээгдэхүүний төрөл болон загварын өргөн сонголттой”
  - “Хөнгөлөлт, урамшуулал зарладаг”
  - “Хувь хүнд тохирсон үйлчилгээг үзүүлдэг”
  - “Үйлдвэрлэлийн үе шат нь байгаль орчинд ээлтэй” зэрэг хүчин зүйлсийг тус асуудалд анхаардаггүй хэрэглэгчдээс илүү чухалчилж байна.

Илүү үнэ төлөхөд бэлэн байдал

- Хэрэглэгчид байгаль орчинд ээлтэй үйлдвэрлэл дамжсан ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнд энгийн ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнээс 55% нэмүү өртөг төлөхийг хамгийн тохиромжтой хэмээн харж байна. Нэмүү өртөг нь 50%-аас доош байх тохиолдолд байгаль орчинд ээлтэй үйлдвэрлэл дамжсан байдалд эргэлзэж эхлэх бөгөөд 65%-аас өндөр нэмүү өртөгтэй тохиолдолд үнэтэй санагдаж худалдан авахаас татгалзахаар байна.

Хэрэглэгчдийн 70% нь байгаль орчинд ээлтэй үйлдвэрлэлийн талаар товч мэдээлэл өгсний дараа тус үйлдвэрлэлийг дамжсан бүтээгдэхүүнд төлөхөд бэлэн нэмүү өртгийн хэмжээг нэмэгдүүлж хэлсэн бөгөөд дунджаар 183%-аар нэмэгдүүлж хэлсэн. Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүнийг хүргэхдээ хэрэглэгчдэд үйлдвэрлэлийн дамжлагын талаар тодорхой мэдээлэл өгч, тус бүтээгдэхүүний үр ашгийг ойлгуулсан тохиолдолд тэд нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн байна. Одоогоор нийт хэрэглэгчдийн 13% “Зорилтот хэрэглэгчид” буюу байгаль орчинд ээлтэй ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдаж авах сонирхолтой бөгөөд хамгийн боломжит үнийн түвшнээс илүү нэмүү өртөг төлөхөд бэлэн хэрэглэгчид байна.

Тогтвортой ноос, ноолууран бүтээгдэхүүний хүсэмжит консепт, мэдээлэл авдаг суваг

Хүсэмжит консепт

- Бүтээгдэхүүний загвар нь ямар ч цаг үед хоцрогдохгүй сонгодог, олон бүтээгдэхүүнтэй хослох боломжтой, хэрэглэгчдийн биеийн онцлог болон хүйсээр ялгаварлаагүй, бүх нийтэд зохимжтой байхыг илүүд үзэж байна. Харин цаг үетэйгээ нийцсэн загварыг улирлын шинж чанартай, хязгаарлагдмал тоо хэмжээгээр үйлдвэрлэсэн байж болох талаар саналаа гаргаж байв.
- Бүтээгдэхүүн худалдан авалтыг онлайнаар хийх боломжтой байхыг хүсэж байгаа бөгөөд үүний тулд хэрэглэгчид өөртөө таарах хэмжээ, бүтээгдэхүүний нарийвчилсан хийц зэрэг худалдан авалтад шаардлагатай хангалттай мэдээллээр хангаж өгөхийг хүсэж байна.
- Бүтээгдэхүүний сав баглаа боодлын хувьд дахин ашиглах боломжтой, химийн аргаар хэвлэлт хийгдээгүй зэрэг байгаль орчинд хор хөнөөлгүй байдлыг илүүд үзэж байна.
- Худалдан авалтын дараах үйлчилгээ нь тогтвортой хэрэглээг дэмжсэн байх бөгөөд гэр арчилгааны талаар дэлгэрэнгүй зааварчилгаа олгох, цэвэрлэгээ, сэргээн засварлах үйлчилгээнд хөнгөлөлт урамшуулал үзүүлдэг байх, сэргээх боломжгүй бүтээгдэхүүнийг эргүүлж авч бусад бүтээгдэхүүнд дахин ашиглах саналтай байна.

Зорилтот хэрэглэгчид Монголын өнөөгийн нөхцөлд тогтвортой үйлдвэрлэлийг хангасан бүтээгдэхүүн ховор байгаад сэтгэл эмзэглэдэг бөгөөд бүтээгдэхүүний эхний гарааны цэгээс бүтээгдэхүүний хэрэглээ дуусах мөчлөг бүхэнд тогтвортой байдлыг хангах тал дээр гаргалгаа гаргаж, үүнийгээ хэрэглэгчидтэйгээ ил тод хуваалцсан байдлаар бүтээгдэхүүнээ хүргэхийг хүсэж байна. Бүтээгдэхүүн худалдан авалт, хэрэглэгчийн урамшууллуудад QR код ашиглаж мэдээлэл солилцох зэргээр амар хялбар байдлаар шийдэл гаргасан байхыг эрмэлзэж байна.

Мэдээлэл авдаг суваг

- Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар мэдлэг түгээх нэгдсэн эх сурвалж байхгүй байгаагийн улмаас хэрэглэгчид одоогоор өөр, өөр эх сурвалжаас мэдлэг олж авч байгаа нь хэрэглэгчдийн ойлголт харилцан адилгүй байхад хүргэж байна.
- Мөн сүүлийн үед Минимал, Эко амьдрал, Zero waste зэрэг тогтвортой хөгжилтэй уялдах олон нэршил ихээр яригдаж байгаа бөгөөд хэрэглэгчид цахим орчинд тодорхой групп үүсгэж энэ талаарх мэдээллүүдийг идэвхтэй солилцож өөрсдийн мэдлэг, туршлагаа солилцож байна.
- Хэрэглэгчдийн хамгийн их ашигладаг мэдээллийн суваг болох Фэйсбүүкээр (71%) дамжуулж, Видео/бичлэгэн контент (80%) хүргэх нь хамгийн их хандалттай байх бөгөөд хэрэглэгчдийн насны онцлогийн дагуу мэдээлэл авдаг суваг ялгаатай байсан тул тэдний байнга ашигладаг сувгаар нь мэдээллийг ялгаж хүргэхийг зөвлөнө.

Thank you

Khaliunaa Jargal
Khaliunaa.J@vmlyr.com
+976 8801 4132

Ariunsarnai Tumenjargal
Ariunsarnai.T@vmlyr.com
+976 8800 1513

Tuul Badamdorj
Tuul.B@vmlyr.com
+976 8811 6623

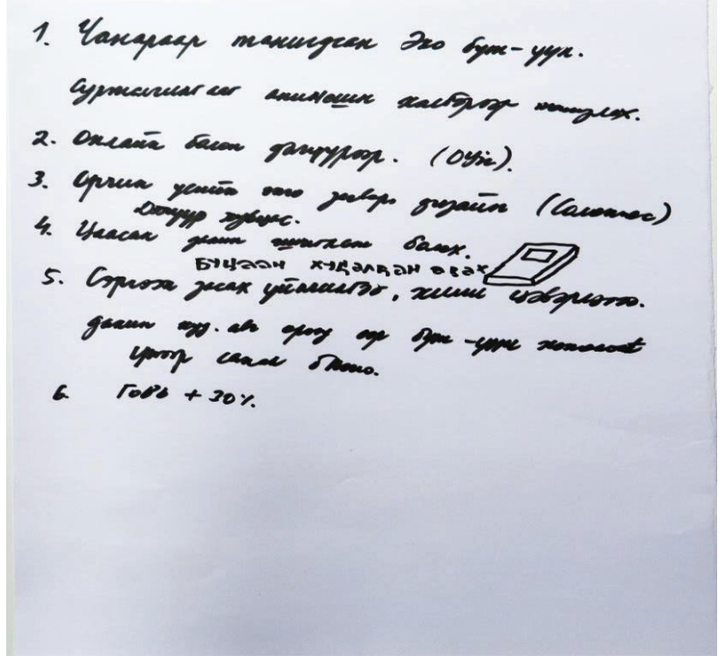
VMLY&R Mongolia - a Kantar affiliate #601, 6th floor, City Plaza, Seoul street, Sukhbaatar district - 1, Ulaanbaatar 14251, Mongolia
www.kantar.com

KANTAR

9

Хавсралт

1-р бүлгийн ажилбар
(Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонсож байгаагүй)



— *“Манай бүтээгдэхүүн бол чанараар танигдсан эко брэнд”*

— Телевиз, радио, фейсбүүк ашиглан мэдээллээ цацна. Анимэйшн эсвэл видео маягаар хүүхдүүдэд хүртэл ойлгомжтойгоор бүтээгдэхүүнээ хамгийн эхний шатаас хэрэглэгчдэд хүрэх эцсийн шат хүртэл тогтвортой бүтээгдэхүүн гэдгээ ойлгуулж таниулна.

— Онлайн болон уламжлалт дэлгүүр хосолж байна. Онлайн сувгаар дамжуулж олон улсад борлуулалт хийх боломжтой байна. Онлайн худалдан авалтад хөнгөлөлт үзүүлнэ.

“Онлайнаар худалдаж авбал дэлгүүрийн үнээс гурван хувь хямд ч юм уу, мөн хүргэлт үнэгүй байна”

— Уламжлалт дэлгүүр нь хүмүүсийн хамгийн их төвлөрсөн газар байрлана.

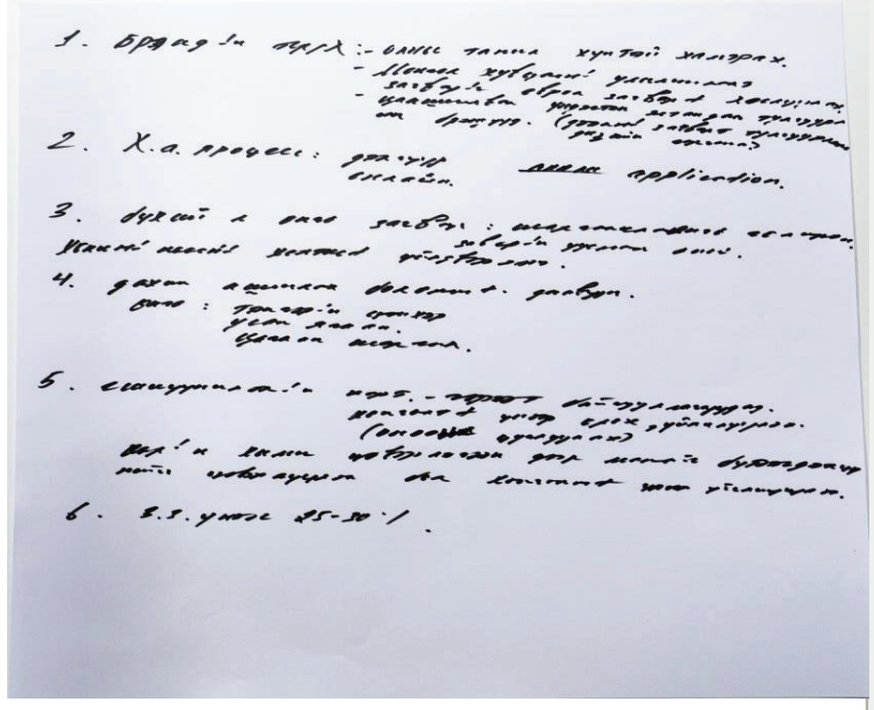
— Бүтээгдэхүүний өнгө, загварт Азийн сүүлийн үеийн загварын чиг хандлагыг тусгасан байна.

— Сав, боодол дахин ашиглах боломжтой байна.

— Сэргээн засварлах боломжгүй, загвар нь хоцрогдсон бүтээгдэхүүнүүдийг буцаан авч дараагийн бүтээгдэхүүн худалдан авалтад хөнгөлөлт үзүүлнэ. Мөн хими цэвэрлэгээ болон угаалга үйлчилгээ байна.

— Бүтээгдэхүүний үнэ Говь брэндийн үнээс 30 хувь өндөр байна

2-р бүлгийн ажилбар
(Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонсож байгаагүй)

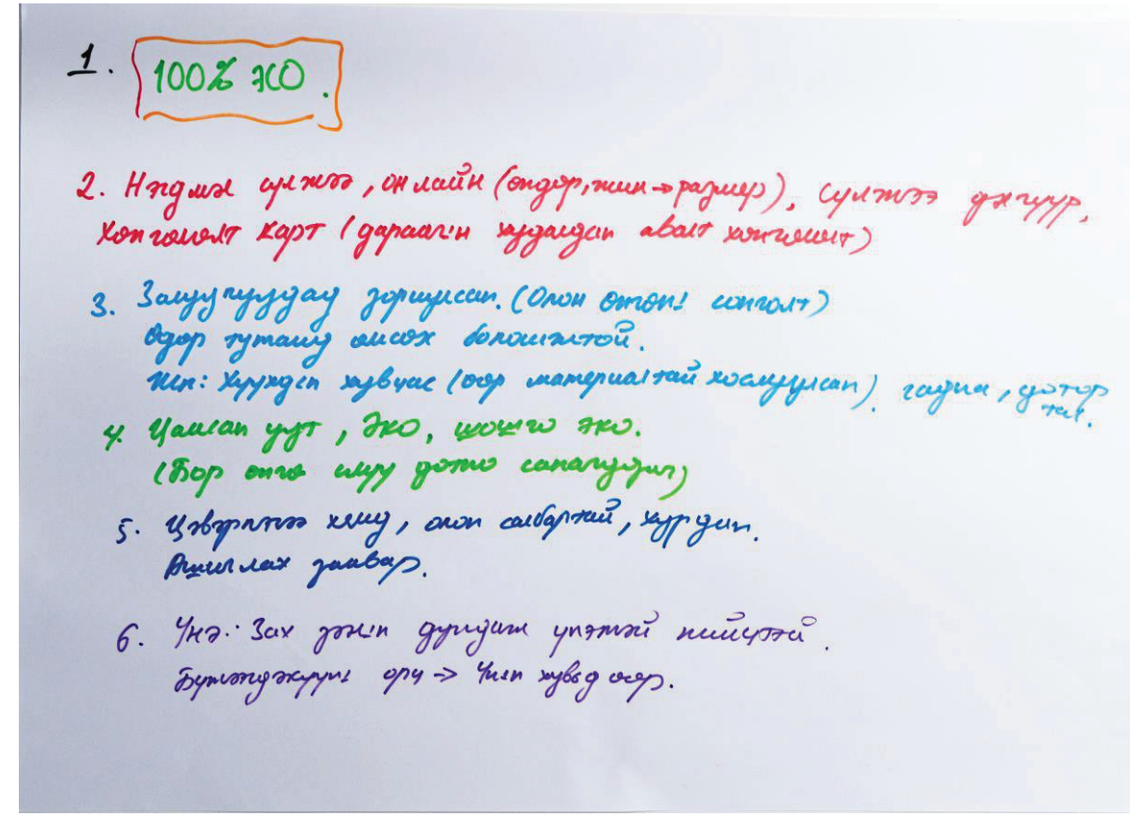


“Байгальд ээлтэй тогтвортой үйлдвэрлэлээр үйлдвэрлэдэг. Давуу тал нь Монгол үндэстэн ястны онцлогийг гаргасан уламжлалт өмсгөлийг орчин үеийн загвартай хослуулсан загвартай байна. Монгол дээлийн загвартай хийснээр тогтвортой бүтээгдэхүүний агуулгатай нийцнэ гэж үзсэн”

- Ноолуур 80%, ноос 20% хольцтой
- Бүх төрлийн өнгийг ашиглах ч шаргал өнгө давамгайлна. Шохойн өнгийн бүтээгдэхүүнээр бусад брэндээс ялгарна. (Тэнгэрийн цэнхэр, усан ягаан, цагаан шаргал гэсэн гурван өнгөтэй)
- Дахин ашиглах боломжтой даавуун сав, баглаа боодолтой байна
- Хэрэглэгчдэдээ гишүүнчлэлийн карт олгож гэрээт байгууллагуудаар хөнгөлөлттэй үнээр үйлчлүүлэх, картдаа оноо цуглуулах, хими цэвэрлэгээнд хөнгөлөлттэй үнээр цэвэрлүүлэх
- Бүтээгдэхүүний үнэ нь зах зээлийн дундаж үнээс 25-30% өндөр байна.

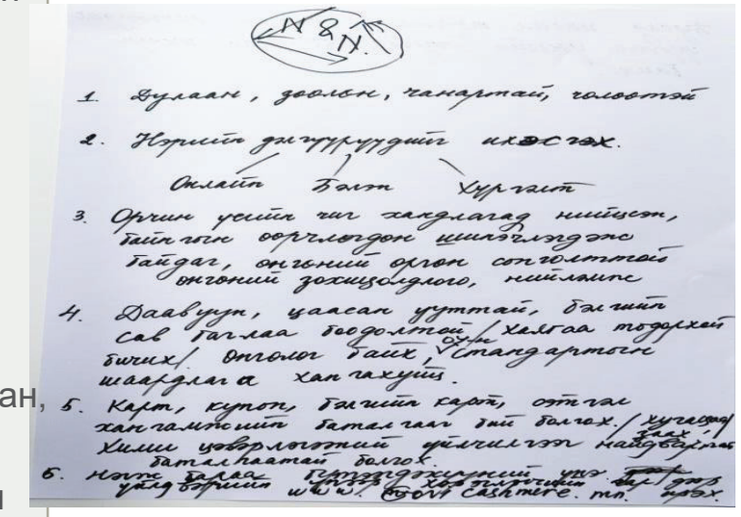
3-р бүлгийн ажилбар
(Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонсож байсан, багахан ойлголттой)

- *“Байгальд ээлтэй 100% эко”* брэндийн консепттой.
- Залуучуудад зориулсан олон өнгөний сонголттой, өдөр тутамдаа өмсөх боломжтой, хүүхдийн хувцасны хувьд амархан хир, толбо болдог тул өөр материалтай хослуулна.
- Онлайнаар борлуулалт хийхдээ өөрийн размерийг тодорхойлж чаддаг байх. Мөн сүлжээ дэлгүүрүүдэд бүтээгдэхүүнээ байршуулах. Хөнгөлөлтийн карттай байна.
- Сав, баглаа, боодол эко шошготой, бор болон ногоон өнгөтэй байх.
- Цэвэрлэгээ хямд, хурдан, хэрэглэгчдэд ойрхон байрших.
- Ашиглах, арчлах зааврыг тусгасан байх.
- Зах зээлийн дундаж үнэтэй нийцэх бөгөөд бүтээгдэхүүний орцоос шалтгаалж үнэ өөр байна.

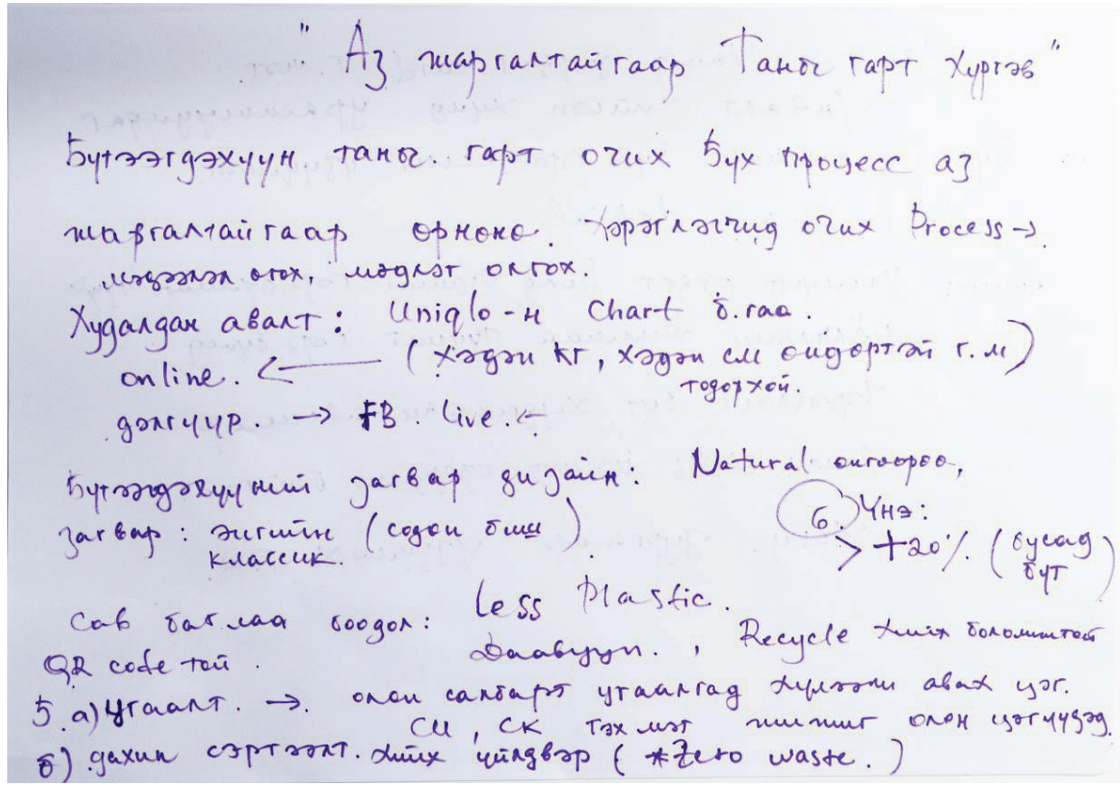


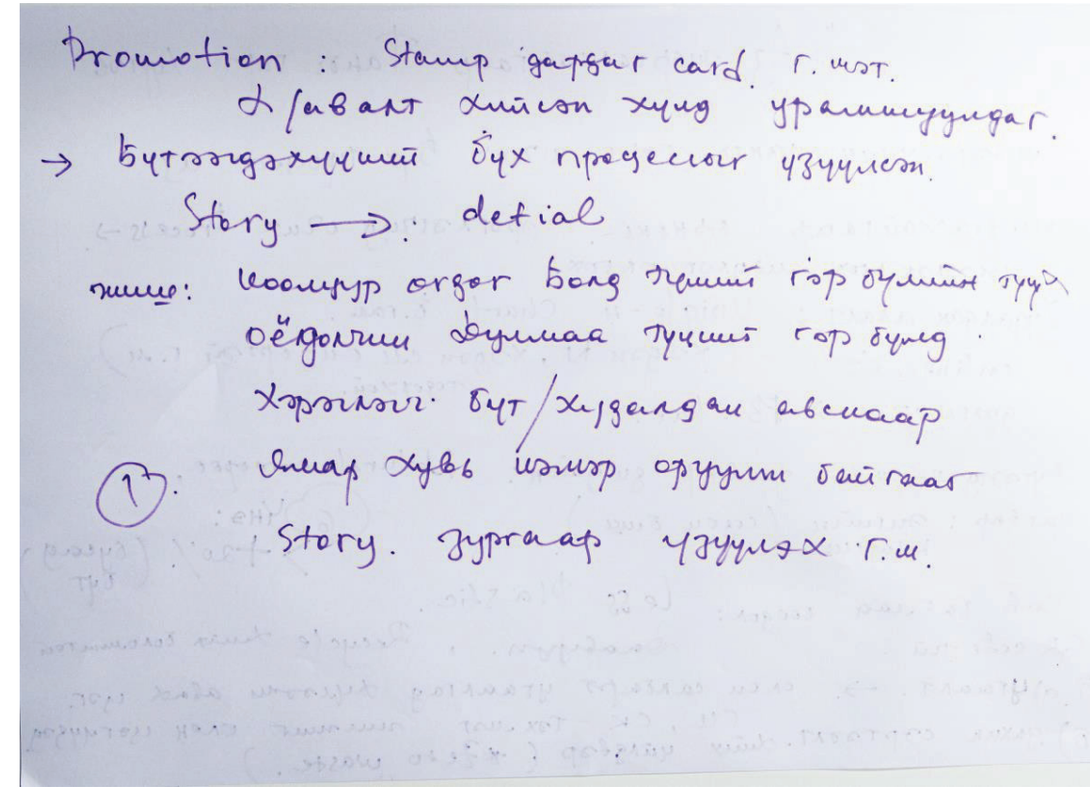
4-р бүлгийн ажилбар
(Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар сонсож байсан, багахан ойлголттой)

- *“Жилийн дөрвөн улиралд өмсөхөд тохиромжтой, дулаан, зөөлөн, чанартай, чөлөөтэй гэсэн давуу талуудаар танигдана”*
- Олон нэрийн дэлгүүртэй байх, онлайн худалдан авалт хийгддэг, хүргэлттэй байх.
- Онлайнаар худалдан авалт хийж болдог байх. Тодорхой хаягийг заах хэсэгтэй. Олон улсад худалдаалах боломжтой.
- Орчин үеийн чиг хандлагад нийцсэн загвартай. Байнгын өөрчлөгдөж шинэчлэгддэг. Өнгөний өргөн сонголттой. Бүтээгдэхүүн хоорондоо нийцсэн өнгөтэй. 2 талаараа өмсдөг пальто гэхэд хоорондоо ууссан өнгөтэй байх.
- Сав баглаа боодол нь даавуун болон цаасан байх ба өнгөлөг, олон улсын стандартыг хангасан, шаардлагад нийцсэн байна. Бэлгийн сав баглаа боодолтой.
- Хэрэглэгчийн хөнгөлөлт урамшуулал үзүүлдэг байх. Сэтгэл ханамжийн баталгаа олгох. Хими цэвэрлэгээний бүтээгдэхүүн найдвартай, баталгаатай байна.
- Үйлдвэрийн үнээр хэрэглэгчийн гарт хүрдэг байх. Зах зээлийн дундаж үнээс 50%-с хэтрэхгүй үнэтэй байх.



5-р бүлгийн ажилбар
(Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголттой, тогтвортой бүтээгдэхүүн хэрэглэж үзсэн эсвэл цөөн хэрэглэдэг)





5-р бүлгийн ажилбар
(Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголттой, тогтвортой бүтээгдэхүүн хэрэглэж үзсэн эсвэл цөөн хэрэглэдэг)

— *“Аз жаргалаар таны гарт хүргэв”* брэндийн консепттой

— Бүтээгдэхүүн бүтсэн бүх үйл явцыг ил тод харуулсан байх.

“Ноолуур өгдөг Болд, түүний гэр бүлийн түүхийг ч юм уу, оёдолчин Дулмаад хэрэглэгч бүтээгдэхүүн худалдаж авснаар ямар хувь нэмэр оруулж байгааг стори юм уу, зурган байдлаар үзүүлбэл илүү ойлгож хүлээж авах юм байна”

— Онлайн болон дэлгүүрээр худалдан авалт хийгдэнэ. Онлайн борлуулалтын хувьд загвар өмсөгчийн биеийн харьцааг дурдсан байх. Өөрийн хэмжээг мэдэх боломжтой байх. Ямар ч хүнд тодорхой ойлгогдохуйц тайлбартай. Уламжлалт дэлгүүртэй, дэлгүүрүүд дээр Фэйсбүүк лайв хийхэд хэрэглэгчдэд маш сайн хүрдэг.

— Сав баглаа боодол даавуун байвал зүгээр. Дахин боловсруулалт хийх боломжтой.

— Бүтээгдэхүүн нь натурал өнгөтэй, энгийн классик буюу содон биш загвартай.

— QR кодоор бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлийн мэдээлэл болон арчилгааны мэдээлэл авах боломжтой, дахин боловсруулалт хийгддэг. Ямар ч хог хаягдалгүй (Zero waste) үйлдвэр байна.

— Олон салбарт бүтээгдэхүүнийг угаалгад өгөх цэгтэй.

“CU, Cirkle K гээд жижиг цэгүүдэд угаалга хүлээж авдаг байна”

— Үйлдвэрлэлийн зарим хэсэгт бусад жижиг хоршоодтой хамтран ажиллах.

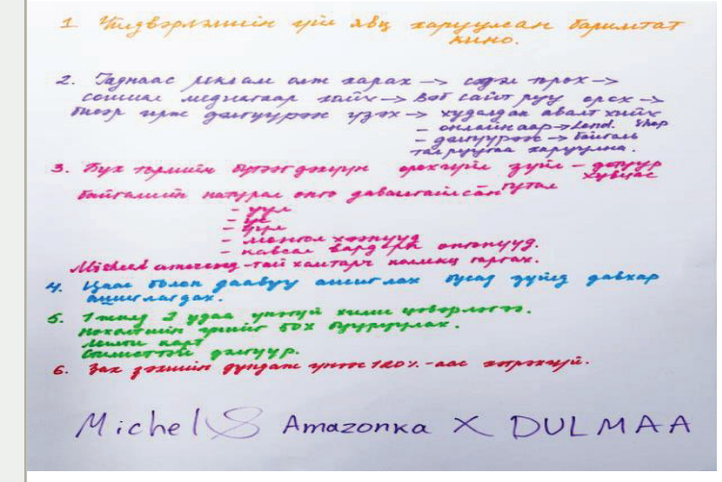
“Том брэндүүд бүх юмаа өөрөө хийх гээд байдаг. Үүний оронд жижигхэн хоршоодтой хамтарч тухайн угаалгын газрыг ч гэсэн дэмжиж байгаагаа харуулах”

— Үнэ зах зээлийн дундаж үнээс 20%-с дээшгүй үнэтэй байна.

— Хэрэглэгчдэд урамшууллын карт олгодог байх

6-р бүлгийн ажилбар
(Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар ойлголттой, тогтвортой бүтээгдэхүүн хэрэглэж үзсэн эсвэл цөөн хэрэглэдэг)

- *“Үйлдвэрлэлийн үйл явцыг харуулсан баримтат киногоор танигдана”*
- Бүх үе шатад тогтвортой байдлыг хангасан гэдгийг баталж харуулсан баримтат кинотой байна.
- Онлайн болон уламжлалт дэлгүүртэй байна. Онлайн борлуулалтад хүмүүс өөрсдийн хэмжээгээ тодорхойлж чаддаг байна. Зураг авалт маш ойлгомжтой, бүх детайлийг нь харуулсан байна. Уламжлалт дэлгүүр нь байгалийн консепттой байна. Дэлгүүр дээр стайлисттай байна.
- Бүтээгдэхүүний өнгө нь натурал өнгө давамгайлсан байна. Загвар дээр Michel&Amazonka-тай хамтарна. Тансаг хэрэглээний бүтээгдэхүүн байна.
- Сав баглаа боодол цаасан байна. Дахин ашиглаж болохуйц байна.
- Жилд 2 удаа үнэгүй хими цэвэрлэгээний үйлчилгээ үзүүлнэ. Нөхөлт, сэргээн засварын үйлчилгээ зах зээлийн үнээс 50% хямд байна.
- Бүтээгдэхүүний үнэ зах зээлийн дундаж үнээс 20%-с хэтрэхгүй үнэтэй байна.

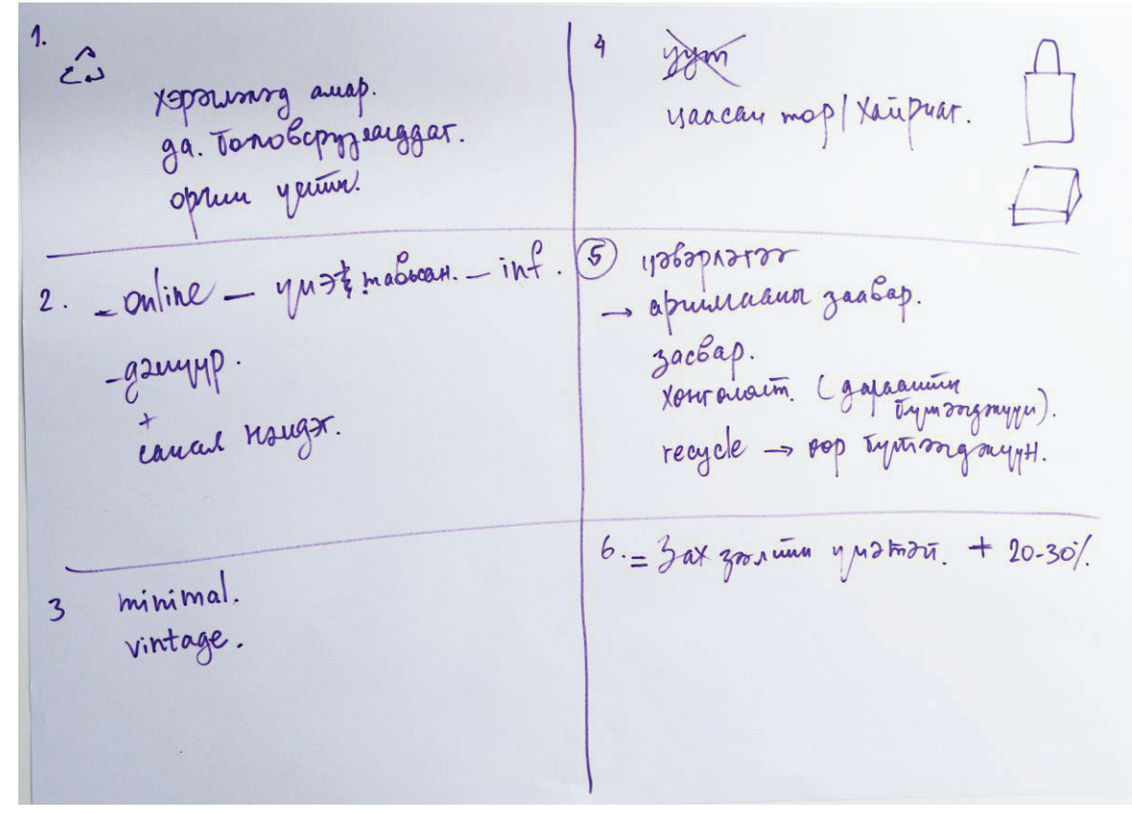


7-р бүлгийн ажилбар
(Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар маш сайн ойлголттой, тогтвортой бүтээгдэхүүнийг өдөр тутамдаа хэрэглэдэг)

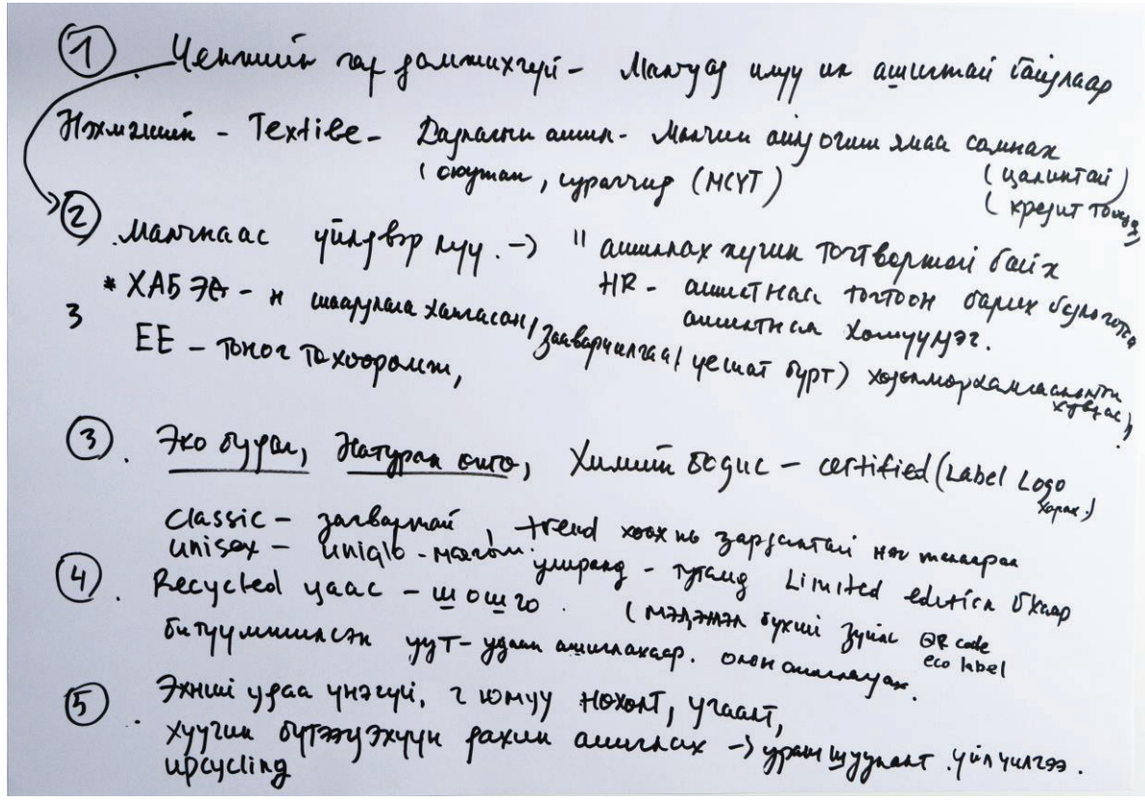
- *“Хэрэглэхэд амар, дахин боловсруулдаг, орчин үеийн брэнд”*
- Онлайнаар борлуулалт бүтээгдэхүүний мэдээлэл тодорхой байх. Онлайнаар мөн мэдээллээ түгээнэ. Уламжлалт дэлгүүрийн хувьд хэрэглэгчид өөрийн биеэр өмсөж үзэх шаардлагатай хэмээн үзэж байх шаардлагатай хэмээсэн байна.
- Бүтээгдэхүүний загвар дээр өөрийн саналыг нэмж болдог байх.

“Турк улсад байдаг. Доод давхарт нь хувцсаа хийгээд дээд давхарт нь дэлгүүртээ зардаг. Үүн шиг санал нэмэгдэх тохиолдолд саналыг нэмээд борлуулдаг маягаар байх гээд байна тийм ээ? зарим цамц нь энийгээ ингэчихгүй яагаав дээ гэмээр юмнууд байдаг шүү дээ”

- Цаасан тор, хайрцагт савлана.
- Арчилгааны зааврыг маш сайн дурдаж өгнө.
- Бүтээгдэхүүний үнэ зах зээлийн дундаж үнээс 20-30% өндөр үнэтэй байна.



8-р бүлгийн ажилбар
(Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар маш сайн ойлголттой, тогтвортой бүтээгдэхүүнийг өдөр тутамдаа хэрэглэдэг)



1. Брэндийн түүх (Хэрэглэгчдэдээ ямар имиджээр танигдах)
2. Худалдан авалтын процесс
3. Бүтээгдэхүүний өнгө загвар, дизайн
4. Сав, баглаа боодол
5. Худалдан авалтын дараах үйлчилгээ
6. Үнэ -> үнэ нэмэгдүүлж хэрэглэдэг ашуудилгүй тодорхой бүлгийн гишүүст зориулсан үнэ. гаралтаа зах зээлд тогтох

8-р бүлгийн ажилбар
(Тогтвортой бүтээгдэхүүний талаар маш сайн ойлголттой, тогтвортой бүтээгдэхүүнийг өдөр тутамдаа хэрэглэдэг)

- Сав баглаа боодол дээр лэйбэл, логотой байх. Шошго дээр тухайн бүтээгдэхүүний талаарх факт мэдээллүүд байвал худлалдан авч байгаа хүмүүст давуу тал болно. Уутны хувьд битүүмжлэл сайтай, буцаагаад бүтээгдэхүүнээ хадгалсан ч ус чийг орохгүй, удаан ашиглах боломжтой байх, мөн дахин боловсруулах боломжтой байх. Дэлгүүрийн борлуулагч уут ашиглаж хадгалах тал дээр зааварчилгаа өгдөг байх.
- Загварын хувьд аль ч цаг үед загвараа алдахааргүй классик, “unisex”, олон талаар нь ашиглах боломжтой байх. Загварыг тухайн улирлын тренд байлгая гэвэл “limited edition” гаргах. Үүн дээр илүү хэмжээний зардал орж байгаа учраас үнэ нэмэх. Гоё загвартай бол загвар хөөдөг хүмүүс худалдаад авчихна.
- Мөн үйлдвэрийн ажилчид, удирдлага, хэрэглэгчдийг сайн мэдлэгжүүлэх хэрэгтэй. Хүн яг мэдээлэлгүй бол юу худалдаж авах аа мэддэггүй.
- Худалдан авалтын дараах үйлчилгээ болох угаалт, цэвэрлэгээ нь нэг удаадаа үнэгүй байвал зүгээр. Буцаагаад хуучин хувцсаа үйлдвэрт тушаах боломжтой байх. Уг тохиолдолд үйлчлүүлэгчдээ урамшуулдаг

  байх. Дахин ашиглах буюу recycling байх талаасаа худалдан авалтын дараах үйлчилгээг сайн үзүүлдэг байх.

- Худалдан авалтын дараах үйлчилгээ болох угаалт, цэвэрлэгээ нь нэг удаадаа үнэгүй байвал зүгээр. Буцаагаад хуучин хувцсаа үйлдвэрт тушаах боломжтой байх. Уг тохиолдолд үйлчлүүлэгчдээ урамшуулдаг байх. Дахин ашиглах буюу recycling байх талаасаа худалдан авалтын дараах үйлчилгээг сайн үзүүлдэг байх. Жишээлбэл, цэвэрлэгээ, дахин сэргээлтэд өгөхөд хөнгөлөлт урамшуулал үзүүлдэг. Тухайн бүтээгдэхүүний QR кодыг уншуулахад хэдэн онд манай үйлдвэрлэгдсэн, худалдаанд гарсан байна гэдэг мэдээлэл нь гараад ирдэг, тэгээд цэвэрлэгээ, дахин сэргээлт, нөхөлт хийгээд буцааж хүргээд өгдөг.

“Хуучин бүтээгдэхүүн авч ирэхэд шинэ бүтээгдэхүүнд 5 хувийн хөнгөлөлт үзүүлэх гэх мэт эсвэл олон бүтээгдэхүүн авч ирвэл нэг оймс юм уу, бээлий өгдөг байх”

- Үйлчлүүлэгчдээс авсан хуучин ноолууран хувцсыг өөр бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлд ашиглах.
- Үнийн хувьд дотооддоо 10, 20 хувийн нэмэгдэл, бараг тал хувиар нь нэмж магадгүй гэж айж байна. Гадагшаа болон жуулчдад чиглэсэн маркетингаа сайжруулаад гадагшаа зарж ашгаа нөхдөг байвал зүгээр байх гэж ярилцлаа. Жижигхэн exclusive үйлдвэр байж таарах гэзэг байгаа. Sustainable гэдгээ маш сайн таниулж байж л үнээ тогтоох хэрэгтэй.