

**ТА-8960 MON: Хөдөө Аж Ахуй Нэмүү Өртгийн Сүлжээг Дэмжих төсөл
Хөдөө Аж Ахуй, Хөдөөгийн Хөгжил төсөл**

**“ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ГАДААД
ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СУДАЛГАА”
ТАЙЛАН**

Хугацаа: 2019-1.02 – 2019.07.31

**Гүйцэтгэгч байгууллага:
БОДЛОГЫН ШИЙДЭЛ ТББ**

ТОВЧИЛСОН ҮГ

ААН	Аж ахуйн нэгж
АНД	Ази Номхон далай
АНР	Шатлан эрэмблэх шинжилгээ
АПТА	Ази Номхон Далайн Худалдааны Хэлэлцээр
АНУ	Америкийн Нэгдсэн Улс
АПЕК	Ази Номхон Далайн Эдийн Засгийн Хамтын Ажиллагаа
АСЕАН	Европын Холбоо, Зүүн өмнөд Азийн улс орнуудын холбоо
БНСУ	Бүгд Найрамдах Солонгос Улс
БНХАУ	Бүгд Найрамдах Хятад Ард Улс
БТКУС	Барааг тодорхойлох, кодлох уялдуулсан систем
ДБ	Дэлхийн Банк
ДНБ	Дотоодын нийт бүтээгдэхүүн
ДХБ	Дэлхийн Худалдааны Байгууллага
ЖДҮ	Жижиг дунд үйлдвэрлэл
ЕФТА	Европын чөлөөт худалдааны холбоо
ИС	Их сургууль
МЕРКОСУР	Өмнөд Америкийн Орнуудын Түншлэл
МЖЖҮХ	Монгол Жимс Жимсгэний Үндэсний Холбоо
МУ	Монгол Улс
МУГХЯ	Монгол Улсын Гадаад Харилцааны Яам
МХЕГ	Мэргэжлийн Хяналтын Ерөнхий Газар
МҮХАҮТ	Монголын Худалдаа Аж Үйлдвэрийн Танхим
НӨАТ	Нэмэгдсэн өртгийн албан татвар
НҮБ	Нэгдсэн Үндэстний Байгууллага
ООТБ	Оюуны өмчийн худалдааны асуудлууд
ОУ	Олон улс
ОХУ	Оросын Холбооны Улс
ТА	Тулгамдсан асуудал
ТЕГ	Татварын Ерөнхий Газар
ТХЕГ	Тариф Худалдааны Ерөнхий Хэлэлцээр
TRQ	Тоон хязгаарлалтын механизм
СХЗГ	Стандарт Хэмжил Зүйн Газар
УИХ	Улсын Их Хурал
ҮДХ	Үндсэн Дүрмийн Хороо

ХАА	Хөдөө Аж Ахуй
ХААОАЯ	Хөдөө Аж Ахуйн Ой Агнуурын Яам
ХХИ	Хүний хөгжлийн индекс
ХХК	Хязгаарлагдмал хариуцлагатай компани
ХБНГУ	Холбооны Бүгд Найрамдах Герман Улс
ХХААХҮЯ	Хүнс Хөдөө Аж Ахуй Хөнгөн Үйлдвэрийн Яам
ХҮБХЗГ	Хөнгөн Үйлдвэрийн Хөгжлийн Бодлого Зохицуулалтын Газар
ХХЕС	Худалдааны хөнгөлөлтийн ерөнхий схем
ЧХХ	Чөлөөт худалдааны хэлэлцээр
ШУА	Шинжлэх Ухааны Академи
ШУТИС	Шинжлэх ухаан технологийн их сургууль
ЭЗХАХБ	Эдийн засгийн хамтын ажиллагаа, хөгжлийн байгууллага
ЭМГ	Эрүүл Мэндийн Газар
ЭМХНБ	Эрүүл Мэндийн Хүнсний Нэмэлт Бүтээгдэхүүн
ЭЗ	Эдийн засаг
ЭШ	Эрдэм шинжилгээ

ТАЙЛАНГИЙН АГУУЛГА

СУДАЛГААНЫ ТОВЧ ТАНИЛЦУУЛГА	6
НЭГДҮГЭЭР БҮЛЭГ. ЧАЦАРГАНЫ НӨӨЦ БҮХИЙ УЛС ОРНУУДЫН ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН ИНТЕГРАЦИ, ХӨГЖЛИЙН ЗАГВАР, ТӨЛӨВ БАЙДЛЫН СУДАЛГАА	16
1.1.БНХАУ-ын чацарганы зах зээлийн төлөв байдал, хөгжлийн судалгаа	16
1.2.ОХУ-ын чацарганы зах зээлийн төлөв байдал, хөгжлийн судалгаа	21
ХОЁРДУГААР БҮЛЭГ. МОНГОЛ УЛСЫН ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ЭКСПОРТ, НӨЛӨӨЛӨХ ХҮЧИН ЗҮЙЛСИЙН СУДАЛГАА	32
2.1.ЧАЦАРГАНЫ ИМПОРТ, ЭКСПОРТЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ	32
2.2.ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ЭКСПОРТОД НӨЛӨӨЛӨХ ХҮЧИН ЗҮЙЛСИЙН СУДАЛГАА: САЛБАРЫН БОДЛОГО, ХУУЛЬ ЭРХ ЗҮЙ, ЧАНАР СТАНДАРТ, ТЭЭВЭР ЛОГИСТИК, ИНСТИТУЦИ, ТЕХНОЛОГИ, СУДАЛГАА БА ХӨГЖИЛ, БҮТЭЭГДЭХҮҮН ХӨГЖҮҮЛЭЛТ	37
2.3.ЧАЦАРГАНЫ ЭКСПОРТЫН ТУЛГАМДСАН АСУУДАЛ, АНР ШИНЖИЛГЭЭНИЙ ҮР ДҮН	51
ГУРАВДУГААР БҮЛЭГ. ЯПОН УЛСЫН ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СУДАЛГАА, ШИНЖИЛГЭЭ	55
3.1. ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН PESTLE ШИНЖИЛГЭЭ	55
3.2 ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ӨРТГИЙН СҮЛЖЭЭНИЙ СУДАЛГАА	72
3.3. ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ӨРТГИЙН СҮЛЖЭЭНД ОРОЛЦОГЧ ТАЛУУДЫН ЧИГ ҮҮРГИЙН ШИНЖИЛГЭЭ	83
3.4. ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СЕГМЕНТИЙН СУДАЛГАА	91
3.4.1. Үйлдвэрлэлийн зориулалтаар	95
3.4.2.Бүтээгдэхүүний хэрэглээний зориулалтаар: хүнсний, гоо сайхны, эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн	100
3.4.3. Борлуулалтын сувгаар	109
3.5 ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАН ТӨЛӨВ, ЗАХ ЗЭЭЛИЙН ЦААШДЫН ЧИН ХАНДЛАГА	112
3.6 ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН МАРКЕТИНГИЙН 7P ШИНЖИЛГЭЭ	118
3.7. МОНГОЛ УЛСААС ЭКСПОРТЛОХ ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ПОРТЕРИЙН 5 ХҮЧНИЙ ЗАГВАР	122
3.8. ЯПОН УЛСЫН ЗАХ ЗЭЭЛД ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙГ ЭКСПОРТЛОХ СТРАТЕГИ, САНАЛ	131
ДӨРӨВДҮГЭЭР БҮЛЭГ. БНСУ-ЫН ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СУДАЛГАА, ШИНЖИЛГЭЭ	141
4.1. ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН PESTLE ШИНЖИЛГЭЭ	141
4.2. ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ӨРТГИЙН СҮЛЖЭЭНИЙ СУДАЛГАА	156

4.3. ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ӨРТГИЙН СҮЛЖЭЭНД ОРОЛЦОГЧ ТАЛУУДЫН ЧИГ ҮҮРГИЙН ШИНЖИЛГЭЭ	168
4.4. ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СЕГМЕНТИЙН СУДАЛГАА	179
4.1.1. Үйлдвэрлэлийн зориулалтаар	187
4.4.2. Бүтээгдэхүүний хэрэглээний зориулалтаар: хүнсний, гоо сайхны, эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн	194
4.4.3. Борлуулалтын сувгийн шинжилгээ	205
4.5. ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАН ТӨЛӨВ, ЗАХ ЗЭЭЛИЙН ЦААШДЫН ЧИГ ХАНДЛАГА	210
4.6. ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН МАРКЕТИНГИЙН 7P ШИНЖИЛГЭЭ	215
4.7. МОНГОЛ УЛСААС ЭКСПОРТЛОХ ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ПОРТЕРИЙН 5 ХҮЧНИЙ ЗАГВАР	220
4.8. БНСУ-ЫН ЗАХ ЗЭЭЛД ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙГ ЭКСПОРТЛОХ СТРАТЕГИ, САНАЛ	230
ТАВДУГААР БҮЛЭГ. ТАЙВАНИЙ ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СУДАЛГАА, ШИНЖИЛГЭЭ	240
5.1. ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН PESTLE ШИНЖИЛГЭЭ	240
5.2. ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ӨРТГИЙН СҮЛЖЭЭНИЙ СУДАЛГАА	252
5.3. ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ӨРТГИЙН СҮЛЖЭЭНД ОРОЛЦОГЧ ТАЛУУДЫН ЧИГ ҮҮРГИЙН ШИНЖИЛГЭЭ	262
5.4. ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СЕГМЕНТИЙН СУДАЛГАА	272
5.4.1. Үйлдвэрлэлийн зориулалтаар	274
5.4.2. Бүтээгдэхүүний хэрэглээний зориулалтаар: хүнсний, гоо сайхны, эмчилгээний буюу бусад	279
5.4.3. Борлуулалтын сувгаар	288
5.5. ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СЕГМЕНТИЙН СУДАЛГАА	292
5.6. ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН МАРКЕТИНГИЙН 7P ШИНЖИЛГЭЭ	295
5.7. МОНГОЛ УЛСААС ЭКСПОРТЛОХ ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ПОРТЕРИЙН 5 ХҮЧНИЙ ЗАГВАР	301
5.8. ТАЙВАНИЙ ЗАХ ЗЭЭЛД ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙГ ЭКСПОРТЛОХ СТРАТЕГИ, САНАЛ	312
НЭГДСЭН ЗӨВЛӨМЖ	334
НОМ ЗҮЙ	338

ХҮСНЭГТИЙН ЖАГСААЛТ

Хүснэгт 1. БНХАУ-ын макро эдийн засгийн үзүүлэлтүүд	16
Хүснэгт 2. БНХАУ-ын байгалийн бүс бүр дэх чацарганы тариалангийн үнэлгээ.....	17
Хүснэгт 3. БНХАУ-ын чацаргана боловсруулах томоохон үйлдвэрүүд.....	18
Хүснэгт 4. ОХУ-ын макро эдийн засгийн үндсэн үзүүлэлтүүд.....	22
Хүснэгт 5. ОХУ-ын жимс жимсгэний тариалалт	23
Хүснэгт 6. Жимс жимсгэний боловсруулалт	25
Хүснэгт 7. Жимс, жимсгэний бүтээгдэхүүний зах зээлийн төрөл ба бүтээгдэхүүний нэр төрөл.....	25
Хүснэгт 8. ОХУ-ын хөлдөөсөн жимсний үйлдвэрлэлийн хэмжээ ба ажилчдын тоо	26
Хүснэгт 9. Алтайн хязгаарт үзүүлж буй дэмжлэгийн төрөл, 2017 оноор.....	30
Хүснэгт 10. Монгол улсын чацарганы импортын хэмжээ \улс орноор, 2014-2018 \	32
Хүснэгт 11. Чацаргана импортлогч компаниуд, 2018 оноор	33
Хүснэгт 12. Экспортлосон чацарганы бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ, нэгжийн дундаж үнэ, улс орноор.....	34
Хүснэгт 13. Чацарганы боловсруулах үйлдвэрүүдийн хүчин чадал, ашиглалтын түвшин	38
Хүснэгт 14. Чацарганы бүтээгдэхүүний экспортод оролцогч байгууллагууд ба чиг үүрэг	41
Хүснэгт 15. Чацаргана салбарт хэрэгжүүлсэн үндэсний хөтөлбөрүүд.....	42
Хүснэгт 16. Чацаргана стандартууд, товч тодорхойлолт, хамаарах барааны HS код.....	45
Хүснэгт 17.Тээврийн зардал /ам.доллараар, тээврийн хэрэгслээр/.....	47
Хүснэгт 18.Чацарганы талаар докторын зэрэг хамгаалсан бүтээлүүдийн товч танилцуулга	48
Хүснэгт 19.Чацарганы бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт	50
Хүснэгт 20.Чацарганы экспортын тулгамдсан асуудлууд	52
Хүснэгт 21.Чацарганы экспортын тулгамдсан асуудлуудын эрэмбэ.....	52
Хүснэгт 22.Гадаад зах зээлд нэвтрэх нөхцөл байдлын хувьд тулгамдаж буй асуудлуудын эрэмбэ	53
Хүснэгт 23. Төрийн бодлого хувьд тулгамдаж буй асуудлуудын эрэмбэ.....	53
Хүснэгт 24. Дотоодын боловсруулалтын хувьд тулгамдаж буй асуудлуудын эрэмбэ	54
Хүснэгт 25. Дотоодын үйлдвэрлэлийн хувьд тулгамдаж буй асуудлуудын эрэмбэ	54
Хүснэгт 26. Япон улсын улс төрийн байдал.....	56
Хүснэгт 27. Монгол, Япон улс хоорондын худалдааны эргэлт	58
Хүснэгт 28. Япон улсын орлогын албан татварын шатлалын хувь хэмжээ	58
Хүснэгт 29. Япон улсын улс төрийн орчны үнэлгээ	59
Хүснэгт 30. Япон улсын эдийн засгийн үзүүлэлтүүд	60
Хүснэгт 31. Япон улсын хэрэглээний зардал	60
Хүснэгт 32. Япон улсын экспорт, импорт.....	61
Хүснэгт 33. Япон улсын топ харилцагч улсууд	61
Хүснэгт 34. Япон улсын хөдөлмөрийн насны хүн амын тоо, түүнд эзлэх эмэгтэйчүүд.....	62
Хүснэгт 35. Япон улсын эдийн засгийн орчны үнэлгээ.....	62
Хүснэгт 36. Япон улсын Хууль эрх зүйн орчны үнэлгээ	65
Хүснэгт 37. Япон улсын хүн ам	66
Хүснэгт 38. Япон улсын хүн амд эзлэх эмэгтэй болон 65-аас дээш настай хүмүүс.....	67
Хүснэгт 39. Япон улсын нас барсан хүмүүст тохиолдсон голлох өвчнүүд.....	68
Хүснэгт 40. Япон улсын Нийгэм, соёлын орчны үнэлгээ.....	68
Хүснэгт 41. Япон улсын инновацийн индекс.....	69
Хүснэгт 42. Япон Улсын Техник, технологийн орчны үнэлгээ.....	69
Хүснэгт 43. Япон улсын хуурай газрын ашиглалт, (1000 км ²).....	70
Хүснэгт 44. Япон Улсын Хүрээлэн буй орчны үнэлгээ	71
Хүснэгт 45. Япон Улсын тэргүүлэх жижиглэн худалдааны компаниуд.....	79
Хүснэгт 46. Япон Улсын импортын татвар, хувиар.....	80
Хүснэгт 47. Япон улсын импортын бараа бүтээгдэхүүнтэй холбоотой хууль, дүрэм.....	83
Хүснэгт 48. Япон улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгчдийн холбооны салбар холбоодын хаяг.....	85
Хүснэгт 49. Япон улсын органик сертификат болон лого авах, хамтран ажиллах байгууллагууд.....	88
Хүснэгт 50. Япон улс дахь хаяг, шошго мэдүүлэгчийн төлбөр	90
Хүснэгт 51. Япон улсын боловсруулах үйлдвэрүүдээс авсан судалгааны дүн	98
Хүснэгт 52. Япон улсын бөөний худалдааны төвөөс авсан судалгааны дүн.....	98
Хүснэгт 53. Япон Улсын жижиглэн худалдааны төвөөс авсан судалгааны дүн	99
Хүснэгт 54. Япон улсад борлуулалтаараа тэргүүлэх буй супермаркетуудын мэдээлэл	101
Хүснэгт 55. Япон улсын хүнсний бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл.....	103
Хүснэгт 56. Япон улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний худалдааны эргэлт	104
Хүснэгт 57. Япон улсын чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл	105
Хүснэгт 58. Япон улсад борлуулагдаж буй чацарганаар хийсэн эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл.....	106

Хүснэгт 59. Япон улсын хэрэглэгчдийн чацарганаар хийсэн бүтээгдэхүүнийг худалдан авдаг сувгууд \хувиар\	108
Хүснэгт 60. Япон улсын хүнсний худалдааны борлуулалт, сувгуудаар \сая иен\	110
Хүснэгт 61. Япон улсын чацарганы бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн 7 “0” шинжилгээ	116
Хүснэгт 62. Япон улсын хэрэглэгчдийн зан төлөвийн насны ангилалаар сегментлэсэн байдал	117
Хүснэгт 63. Япон улсын чацарганы бүтээгдэхүүний багтаамж	118
Хүснэгт 64. Япон улс: Бүтээгдэхүүн \зорилтот бүтээгдэхүүний\	119
Хүснэгт 65. Япон улс: Үнэ \зорилтот бүтээгдэхүүний\	119
Хүснэгт 66. Япон улс: Үйл явц \зорилтот бүтээгдэхүүний\	120
Хүснэгт 67. Япон улс: Бодит нотолгоо \зорилтот бүтээгдэхүүний\	121
Хүснэгт 68. Япон улсын чацарганы гаралтай түүхий эд, хандлагдсан бодисны хүн эмнэлэгт хэрэглэх боломжийн судалгааны ажлуудын товч танилцуулга	123
Хүснэгт 69. Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн Япон улсын боломжит зах зээлд нэвтрэхэд бэлэн байдлын SWOT шинжилгээ	125
Хүснэгт 70. Япон улс: Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн түүхий эдийн бэлтгэн нийлүүлэлтийн SWOT шинжилгээ	126
Хүснэгт 71. Япон улс: Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн бүтээгдэхүүнийг худалдан авагчдын судалгаа	127
Хүснэгт 72. Япон улс: Монголын бүтээгдэхүүний орлох бүтээгдэхүүний судалгаа	128
Хүснэгт 73. Япон улс: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа /Жимсний нунтаг/	128
Хүснэгт 74. Япон улс: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа /Навчны пакеттай цай/	129
Хүснэгт 75. Япон улс: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа /үрийн болон хальсны тос/ ...	129
Хүснэгт 76. Япон улсад чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлоход CROSS SWOT шинжилгээ	131
Хүснэгт 77. Япон улс: Экспортлох боломжтой чацарганы бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ ба орлогын төсөөлөл	134
Хүснэгт 78. Япон улсад экспортлох Бүтээгдэхүүн 1 /Жимсний нунтаг/	135
Хүснэгт 79. Япон улсад экспортлох Бүтээгдэхүүн 2 /Навчны нунтаг хийсэн пакеттай цай/	135
Хүснэгт 80. Япон улсад экспортлох Бүтээгдэхүүн 3 /Үр, хальсны тос/	136
Хүснэгт 81. Япон улсад экспортлох бүтээгдэхүүний худалдааны суваг, зохицуулалтын арга хэмжээ	136
Хүснэгт 82. Япон улс: Оролцогч талуудын хамтын ажиллагааны санал	137
Хүснэгт 83. Япон улстай хийх худалдаанд тулгарах саад хориг, бэрхшээл, шийдвэрлэх арга зам	138
Хүснэгт 84. Япон улс: Импортоор орж ирэх хүнсний бүтээгдэхүүнд хяналт шинжилгээ хийх газар	139
Хүснэгт 85. БНСУ-ын дэлхийн түвшинд эрэмбэлэгдсэн байдал	141
Хүснэгт 86. БНСУ-ын орлогын албан татварын шатлалын хувь хэмжээ	142
Хүснэгт 87. БНСУ-ын улс төрийн орчны үнэлгээ	144
Хүснэгт 88. БНСУ-ын эдийн засгийн үзүүлэлтүүд	145
Хүснэгт 89. БНСУ-ын Эдийн засгийн орчны үнэлгээ	146
Хүснэгт 90. БНСУ-ын хууль, эрх зүйн баримт бичгүүд	147
Хүснэгт 91. БНСУ-ын Хууль эрх зүйн орчны үнэлгээ	149
Хүснэгт 92. БНСУ-ын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг	151
Хүснэгт 93. БНСУ-ын хүн ам зүйн үзүүлэлтүүд	151
Хүснэгт 94. БНСУ-ын Нийгэм, соёлын орчны үнэлгээ	152
Хүснэгт 95. БНСУ-ын инновацийн индекс	152
Хүснэгт 96. БНСУ-ын Техник, технологийн орчны үнэлгээ	154
Хүснэгт 97. БНСУ-ын хөдөө аж ахуйн зориулалттай газрын хэмжээ	154
Хүснэгт 98. БНСУ-ын Хүрээлэн буй орчны үнэлгээ	155
Хүснэгт 99. БНСУ-ын гадаадаас гоо сайхны бараа импортлодог компаниудын тоо	163
Хүснэгт 100. БНСУ-ын импортын татвар, хувиар	164
Хүснэгт 101. БНСУ: Хяналтын чиг үүрэг бүхий оролцогч талууд, үйл ажиллагааны хамрах байдал	168
Хүснэгт 102. Bio Food Story компаний үйлчилгээний хөлс, төлбөрийн мэдээлэл	171
Хүснэгт 103. Хүнсний бүтээгдэхүүний гаалийн шалгалт, үзлэгийн аргачлал	174
Хүснэгт 104. БНСУ-ын Хүнсний аюулгүй байдлын тогтолцоо	175
Хүснэгт 105. БНСУ-ын Импортын хүнсний эрүүл ахуй, аюулгүй байдлын хяналт шалгалт	176
Хүснэгт 106. БНСУ-ын үнэлгээний хугацаа болон төлбөр	177
Хүснэгт 107. БНСУ-ын боловсруулах үйлдвэрүүдээс авсан судалгааны дүн	191
Хүснэгт 108. БНСУ-ын бөөний худалдаалагчдаас авсан судалгааны дүн	192
Хүснэгт 109. БНСУ-ын жижиглэнгийн худалдаалагчдаас авсан судалгааны дүн	193
Хүснэгт 110. БНСУ-ын хүнсний үйлдвэрлэлийн зах зээлийн эхний 20 компани	194
Хүснэгт 111. БНСУ-ын хүнсний бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл	198
Хүснэгт 112. БНСУ-ын чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл	199
Хүснэгт 113. БНСУ-ын эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний борлуулалт \мянган воноор\	200
Хүснэгт 114. БНСУ-д борлуулагдаж буй чацарганаар хийсэн эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл	201
Хүснэгт 115. БНСУ-д хэрэглэгчдийн худалдан авалтын сувгууд \хувиар\	204

Хүснэгт 116. БНСУ-ын борлуулалтын голлох дэлгүүрүүд (2016)	206
Хүснэгт 117. Хүнсний бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг (2016)	207
Хүснэгт 118. БНСУ-ын савлагаатай эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүний жижиглэнгийн борлуулалт, БНСУ /2016 оны ам.долларын ханшаар/	212
Хүснэгт 119. БНСУ-ын савлагаатай эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүний жижиглэнгийн борлуулалтын таамаглал, БНСУ /2016 оны ам.долларын ханшаар/	213
Хүснэгт 120. БНСУ-ын хэрэглэгчдийн гадаадын сайтаас худалдан авалт хийдэг шалтгаан	213
Хүснэгт 121. БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн 7 “0” шинжилгээ	213
Хүснэгт 122. Хэрэглэгчдийн зан төлөвийн насны ангилалаар сегментлэсэн байдал	214
Хүснэгт 123. Монгол улсаас БНСУ-д экспортлох боломжит чацарганы бүтээгдэхүүнүүдийн зах зээлийн багтаамж \тоо хэмжээгээр ба үнийн дүнгээр\	215
Хүснэгт 124. БНСУ: Бүтээгдэхүүн \зорилтот бүтээгдэхүүний\	216
Хүснэгт 125. БНСУ: Үнэ \зорилтот бүтээгдэхүүний\	217
Хүснэгт 126. БНСУ: Хуваарилалт \зорилтот бүтээгдэхүүний\	217
Хүснэгт 127. БНСУ: Идэвхижүүлэлт \зорилтот бүтээгдэхүүний\	218
Хүснэгт 128. БНСУ: Үйлчилгээ үзүүлж буй хүмүүс \зорилтот бүтээгдэхүүний\	218
Хүснэгт 129. БНСУ: Үйл явц \зорилтот бүтээгдэхүүний\	218
Хүснэгт 130. БНСУ: Бодит нотолгоо \зорилтот бүтээгдэхүүний\	219
Хүснэгт 131. БНСУ-ын чацарганы талаар хийгдсэн судалгаанууд	221
Хүснэгт 132. Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн БНСУ-ын боломжит зах зээлд нэвтрэхэд бэлэн байдлын SWOT шинжилгээ	225
Хүснэгт 133. БНСУ: Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн түүхий эдийн бэлтгэн нийлүүлэлтийн SWOT шинжилгээ	225
Хүснэгт 134. БНСУ: Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн бүтээгдэхүүнийг худалдан авагчдын судалгаа	226
Хүснэгт 135. БНСУ: Монголын бүтээгдэхүүний орлох бүтээгдэхүүний судалгаа	227
Хүснэгт 136. БНСУ: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа \Жимсний нунтаг\	228
Хүснэгт 137. БНСУ: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа \Навчны нунтаг бэлдмэл\	228
Хүснэгт 138. БНСУ: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа \үрийн болон жимсний тос\	229
Хүснэгт 139. БНСУ-д чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлох стратеги: CROSS SWOT шинжилгээ	230
Хүснэгт 140. БНСУ-д экспортлох боломжтой чацарганы бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ ба орлогын төсөөлөл	233
Хүснэгт 141. БНСУ-д экспортлох Бүтээгдэхүүн 1 /Жимсний нунтаг/	233
Хүснэгт 142. БНСУ-д экспортлох Бүтээгдэхүүн 2 /Навчны нунтаг/	234
Хүснэгт 143. БНСУ-д экспортлох Бүтээгдэхүүн 3 /жимсний болон үрийн тос/	234
Хүснэгт 144. БНСУ-д экспортлох бүтээгдэхүүний худалдааны суваг, зохицуулалтын арга хэмжээ	235
Хүснэгт 145. БНСУ: Оролцогч талуудын хамтын ажиллагааны санал	235
Хүснэгт 146. БНСУ-тай хийх худалдаанд тулгарах саад хориг, бэрхшээл, шийдвэрлэх арга зам	237
Хүснэгт 147. БНСУ-ын магадлан итгэмжлэгдсэн лабораториудын жагсаалт	238
Хүснэгт 148. Тайваний дэлхийн түвшинд эрэмбэлэгдсэн байдал /эзэлж буй байраар/	240
Хүснэгт 149. Тайвань улсын Ардчилалын индекс	241
Хүснэгт 150. Тайвань улсын орлогын албан татварын шатлалын хувь хэмжээ	241
Хүснэгт 151. Тайваний улс төрийн орчны үнэлгээ	244
Хүснэгт 152. Тайваний эдийн засгийн үзүүлэлтүүд	244
Хүснэгт 153. Тайваний гадаад худалдааны үзүүлэлтүүд	245
Хүснэгт 154. Тайваниас Монгол руу экспортлох буй бараа бүтээгдэхүүний тоон үзүүлэлт /ам.доллар/	245
Хүснэгт 155. Тайваний Эдийн засгийн орчны үнэлгээ	246
Хүснэгт 156. Тайваний Хууль эрх зүйн орчны үнэлгээ	247
Хүснэгт 157. Тайваний хүн ам зүйн үзүүлэлтүүд	248
Хүснэгт 158. Тайваний хүн амын өсөлтийн прогноз	248
Хүснэгт 159. Тайваний Нийгэм, соёлын орчны үнэлгээ	250
Хүснэгт 160. Тайваний техник, технологийн орчны үнэлгээ	251
Хүснэгт 161. Тайваний Хүрээлэн буй орчны үнэлгээ	251
Хүснэгт 162. Тайваний эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний зах зээлийн хэмжээ	256
Хүснэгт 163. Тайваний чацарганы бараа бүтээгдэхүүний импорт, гадаад худалдаанд хамаарах хууль, эрх зүйн актууд	262
Хүснэгт 164. Тайвань улсын хяналтын чиг үүрэг бүхий оролцогч талууд, тэдгээрийн хаяг	268
Хүснэгт 165. Тайвань улсын хүнсний аюулгүй байдлын тогтолцоо	270
Хүснэгт 166. Тайвань улсын хүнсний бүтээгдэхүүнд гаалийн шалгалт, үзлэг	271
Хүснэгт 167. Тайваний импортын ургамлын бүтээгдэхүүний HS код	273
Хүснэгт 168. Монгол улсаас Тайвань руу экспортлосон чацарганы нухаш \аж ахуйн нэгжээр\	274
Хүснэгт 169. Тайваний боловсруулах үйлдвэрүүдээс авсан судалгааны дүн	277
Хүснэгт 170. Тайвань улсын бөөний худалдааны төвөөс авсан судалгааны дүн	277

Хүснэгт 171. Тайвань улсын жижиглэнгийн худалдааны төвөөс авсан санал асуулгын дүн.....	278
Хүснэгт 172. Тайвань улсын хүнсний салбарын ТОП 12 компани, 2018 оны байдлаар	279
Хүснэгт 173. Тайвань улсын чацарганы хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл.....	281
Хүснэгт 174. Чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүний сэтгэгдэл	284
Хүснэгт 175. Тайваний хэрэглэгчдийн чацарганы эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний талаарх сэтгэгдэл	284
Хүснэгт 176. Тайваний зах зээлийн борлуулалтын сүвгийн судалгаа	288
Хүснэгт 177. Тайваний борлуулалтын голлох үүрэг бүхий дэлгүүрүүд (2018).....	290
Хүснэгт 178. Тайвань улсын хүнсний бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг (2016)	290
Хүснэгт 179. Тайвань улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг	291
Хүснэгт 180. Тайваний хэрэглэгчдийн гадаадын сайтаас худалдан авалт хийдэг шалтгаан	293
Хүснэгт 181. Тайваний чацарганы бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн 7 “0” шинжилгээ	293
Хүснэгт 182. Монгол улсаас Тайваньд экспортлох боломжит чацарганы бүтээгдэхүүнүүдийн зах зээлийн багтаамж \тоо хэмжээгээр ба үнийн дүнгээр\	295
Хүснэгт 183. Тайвань: Бүтээгдэхүүн \зорилтот бүтээгдэхүүний\.....	296
Хүснэгт 184. Тайвань: Үнэ \зорилтот бүтээгдэхүүний\.....	297
Хүснэгт 185. Тайвань: Хуваарилалт \зорилтот бүтээгдэхүүний\.....	297
Хүснэгт 186. Тайвань: Идэвхижүүлэлт \зорилтот бүтээгдэхүүний\.....	297
Хүснэгт 187. Тайвань: Үйлчилгээ үзүүлж буй хүмүүс \зорилтот бүтээгдэхүүний\.....	298
Хүснэгт 188. Тайвань: Үйл явц \зорилтот бүтээгдэхүүний\.....	298
Хүснэгт 189. Тайвань: Бодит нотолгоо \зорилтот бүтээгдэхүүний\	299
Хүснэгт 190. Тайвань улсын магадлан итгэмжлэгдсэн лабораториуд болон бусад импортын асуудал хариуцсан байгууллагуудын жагсаалт	302
Хүснэгт 191. Тайвань улсад чацарганы талаар хийгдсэн судалгааны ажил	303
Хүснэгт 192. Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн Тайвань улсын боломжит зах зээлд нэвтрэхэд бэлэн байдлын SWOT шинжилгээ.....	306
Хүснэгт 193. Тайвань: Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн түүхий эдийн бэлтгэн нийлүүлэлтийн SWOT шинжилгээ	306
Хүснэгт 194. Тайвань: Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн бүтээгдэхүүнийг худалдан авагчдын судалгаа	307
Хүснэгт 195. Тайвань: Монголын бүтээгдэхүүний орлох бүтээгдэхүүний судалгаа	308
Хүснэгт 196. Тайвань: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа \Оолонг цай \.....	309
Хүснэгт 197. Тайвань: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа \эрүүл мэндийн бэлдмэл: Омега 7\.....	309
Хүснэгт 198. Тайвань: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа \Үрийн тос\	310
Хүснэгт 199. Тайвань улсад чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлох стратегийн санал: CROSS SWOT шинжилгээ .	312
Хүснэгт 200. Тайвань: Экспортлох боломжтой чацарганы бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ ба орлогын төсөөлөл.....	329
Хүснэгт 201. Тайваньд экспортлох Бүтээгдэхүүн 1 /Омега 7: эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүн/.....	329
Хүснэгт 202. Тайваньд экспортлох Бүтээгдэхүүн 2 \Гарын тос\.....	330
Хүснэгт 203. Тайваньд экспортлох Бүтээгдэхүүн 3 /Чацарганы тос/	330
Хүснэгт 204. Тайваньд экспортлох бүтээгдэхүүний худалдааны суваг, зохицуулалтын арга хэмжээ	331
Хүснэгт 205. Тайвань: Оролцогч талуудын хамтын ажиллагааны санал.....	331
Хүснэгт 206. Тайваньтай хийх худалдаанд тулгарах саад хориг, бэрхшээл, шийдвэрлэх арга зам.....	332
Хүснэгт 207. Тайваний магадлан итгэмжлэгдсэн лабораториуд	333

ЗУРГИЙН ЖАГСААЛТ

Зураг 1. БНХАУ-ын чацарганы тариалалтын бүс	17
Зураг 2. БНХАУ-ын жижиглэнгийн худалдаа (сая юаниар).....	19
Зураг 3. БНХАУ-ын худалдааны сувагт гарсан өөрчлөлт \2012-2017 онд хувиар\.....	19
Зураг 4. ОХУ-ын эдийн засгийн онцгой бүсийн байршил.....	22
Зураг 5. ОХУ-ын чацарганы тархалт	24
Зураг 6. ОХУ-ын чацарганы өртгийн сүлжээ	24
Зураг 7. ОХУ-ын чацарганы хэрэглээний зориулалт	27
Зураг 8. Чацарганы салбарын кластерийн зураглал	29
Зураг 9. ОХУ-ын чацарганы салбарт төрөөс үзүүлж буй дэмжлэг	30
Зураг 10. Чацарганы экспортын тоо хэмжээ, үнийн дүн /2014-2018/.....	33
Зураг 11. Чацарганы бүтээгдэхүүний экспортын дундаж үнэ, ам.доллар.....	34
Зураг 12. Монгол улсын экспортын дүнд улс орнуудын эзлэх хувь \тоо хэмжээ болон үнийн дүнгээр\	36
Зураг 13. Япон, БНСУ, Тайвань улс руу экспортлосон чацарганы бүтээгдэхүүн, үнийн дүнгээр, 2014-2018.....	36
Зураг 14. Монгол улсын чацарганы экспортод Япон, БНСУ, Тайвань улсуудын эзлэх хувийн жин.....	37
Зураг 15. Боловсруулах үйлдвэрүүдийн тоо, байршил, бүтээгдэхүүний төрөл.....	39
Зураг 16. Чацарганы үйлдвэрийн ажилчдын тоо	44
Зураг 17. Чацарганы экспортын тээврийн хэрэгсэл, хувиар	46
Зураг 18. Япон улсын нутаг дэвсгэрийн мужлал.....	56
Зураг 19. Япон улсын Засгийн газрын бүдүүвч.....	57
Зураг 20. Эдийн засгийн үзүүлэлтүүдээр Япон улсын дэлхийд эзэлж буй байх суурь	59
Зураг 21. Япон улсын 2017 оны ДНБ-ний бүтэц	61
Зураг 22. Япон улсын ажиллах хүчний эдийн засгийн салбаруудад эзлэх хувийн жин	62
Зураг 23. Имптоор орж ирэх хүнсний бүтээгдэхүүнд хяналт, шинжилгээ хийх улсын итгэмжлэгдсэн байгууллагуудын байршил.....	64
Зураг 24. Импортын бүтээгдэхүүний худалдаалах хүртлэх үе шалгалт, шинжилгээ	65
Зураг 25. Япон улсын интернэт хэрэглэгчийн худалдан авалт.....	67
Зураг 26. Япон улсын чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл.....	71
Зураг 27. Япон улсын чацарганы бүтээгдэхүүний өртгийн сүлжээ.....	72
Зураг 28. Япон Улсын чацарганы нэмүү өртгийн сүлжээний хамрах хүрээ	73
Зураг 29. Япон улс дахь чацарганы талбай ба ургац хураалтын үе	75
Зураг 30. Япон Улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүнээс олох орлого.....	77
Зураг 31. Япон улсын хүнс болон ундаа, уух зүйлсийн хэрэглэгчид	78
Зураг 32. Япон Улсын дотоодын зах зээл дэх худалдааны сувгуудын борлуулалтын орлогын өөрчлөлт, тэрбум иенээр.....	79
Зураг 33. Япон улс: Хүнсний бүтээгдэхүүн (Цэвэр жүүс)-ий өртгийн тооцоо.....	81
Зураг 34. Япон улс: Гоо сайхны бүтээгдэхүүн (Чацарганы тос)-ий өртгийн тооцоо.....	81
Зураг 35. Япон улс: Түүхий эд (Чацарганы хуурай нунтаг жимс)-ийн өртгийн тооцоо	82
Зураг 36. Япон улсад органик сертификат авах дараалал	87
Зураг 37. Япон улсын органик лого.....	87
Зураг 38. Япон улс руу импорт хийх дараалал	89
Зураг 39. “YELLOW DOCTOR JAPAN” ХХК-ны борлуулж буй бүтээгдэхүүнүүд	91
Зураг 40. Япон Улсын импорт \2013-2017 оноор, тэрбум ам.доллараар\.....	92
Зураг 41. Япон Улсын импортлосон HS 2009 кодтой ундаа, шүүсний импортын хэмжээ.....	93
Зураг 42. Япон Улсын импортлосон HS 2106 кодтой ундаа, шүүсний тоо хэмжээ ба үнийн дүн	93
Зураг 43. Япон Улсын импортлосон HS 2202 кодтой ундаа, шүүсний импортын тоо хэмжээ ба үнийн дүн	94
Зураг 44. Япон улсын импортлосон HS 1515 кодтой тосны импортын тоо хэмжээ ба үнийн дүн	94
Зураг 45. Япон улсын импортлосон HS 1516, 3004 болон 3301 кодтой импортын хэмжээ \тонн\.....	95
Зураг 46. Япон улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалт \2018 оноор, триллион иен\.....	96
Зураг 47. Япон улсын хүнсний салбарын статистик тоо мэдээ \2017 оны байдлаар, тэрбум ам.доллараар\.....	101
Зураг 48. Япон улсын борлуулалтын сувгуудын зах зээлд эзлэх байр суурь, хувиар	102
Зураг 49. Онлайнаар худалдаалагдаж буй Японд үйлдвэрлэсэн чацарганы бүтээгдэхүүний танилцуулга.....	102
Зураг 50. Япон улсын чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүний танилцуулга	105
Зураг 51. Япон улсын хэрэглэгчдийн чацарганы бүтээгдэхүүнийг эмчилгээний зориулалтаар худалдан авахад харгалзан үздэг шалгуурууд \хувиар\	107
Зураг 52. Япон улсын хэрэглэгчдийн чацарганы хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг сонгохдоо харгалзан үздэг шалгуурууд \хувиар\.....	107
Зураг 53. Япон улсын хэрэглэгчдийн чацарганы хийсэн хүнсний бүтээгдэхүүнийг сонгохдоо харгалзан үздэг шалгуурууд \хувиар\.....	108

Зураг 54. Япон улсын хэрэглэгчдийн чацарганы бүтээгдэхүүнийг худалдан авах шийдвэрт нөлөөлдөг хүчин зүйлс \хувиар\.....	109
Зураг 55. Япон улс руу хүнсний бүтээгдэхүүн экспортлогч улсууд /тэрбум ам.дол/	110
Зураг 56. Япон улсын гоо сайхны брендүүдийн борлуулалт /хувиар/.....	111
Зураг 57. Япон улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний онлайн худалдан авалт \хүйсээр, хувиар\.....	111
Зураг 58. Япон улс дахь Маркетингийн өөрчлөлт.....	113
Зураг 59. Япон улсын онлайн худалдааны төлбөрийн хэлбэрүүд	114
Зураг 60. Япон улсын онлайн супер маркетуудийн хүнсний худалдаанд эзлэх хувийн жин	115
Зураг 61. Япон улсад хүнсний бүтээгдэхүүн экспортлогч улсууд ба экспортын хэмжээ, сая ам.дол	115
Зураг 62. Япон улсын чацарганы бүтээгдэхүүний зорилтот зах зээл.....	118
Зураг 63. БНСУ-ын ДНБ-ний бүтэц, 2017,	146
Зураг 64. БНСУ-ын ДНБ-ний бүтэц, 2017,	146
Зураг 65. БНСУ-ын хүн амын насны бүтэц, хувиар	150
Зураг 66. Интернет хэрэглэгчдийн нийт хүн амд эзлэх хувийн жин	150
Зураг 67. БНСУ-ын чацарганы мод, жимс, үр, навч хэрэглээ	153
Зураг 68. БНСУ-ын чацаргана тариалж буй бүс нутгууд	155
Зураг 69. БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүний өртгийн сүлжээ.....	156
Зураг 70. БНСУ-ын чацарганы нэмүү өртгийн сүлжээний хамрах хүрээ.....	157
Зураг 71. “Anna’s Garden” компаний чацарганы боловсруулалтын дараалал.....	158
Зураг 72. БНСУ-ын чацарганаар хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгчдийн тоо.....	161
Зураг 73. БНСУ-ын импортын хүнс, эм, гоо сайхны барааны үзлэг, шалгалтын дараалал.....	162
Зураг 74. БНСУ-ын хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний импортын хэмжээ.....	163
Зураг 75. БНСУ-ын хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн борлуулагч субъектуудын тоо.....	164
Зураг 76. БНСУ: Хүнсний бүтээгдэхүүний өртгийн тооцоо.....	165
Зураг 77. БНСУ: Гоо сайхны бүтээгдэхүүний өртгийн тооцоо.....	166
Зураг 78. БНСУ: Эм, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний өртгийн тооцоо	166
Зураг 79. БНСУ: Чацарганы түүхий эдийн өртгийн тооцоо	167
Зураг 80. БНСУ-ын импортын гаалийн бүрдүүлэлтийн зураглал.....	172
Зураг 81. БНСУ-ын импортын гаалийн бүрдүүлэлт хийгдэх ажилбарууд	173
Зураг 82. БНСУ-ын Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд импортлох эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүнийг бүртгүүлэх дараалал	177
Зураг 83. БНСУ-ын хүнсний бүтээгдэхүүний тэжээллэг чанарын шошгожуулалтын зураглал.....	179
Зураг 84. “Seaberry Farm Products” компаний бүтээгдэхүүн.....	180
Зураг 85. БНСУ руу экспортлосон шүүс \тоо хэмжээгээр болон үнийн дүнгээр\.....	180
Зураг 86. БНСУ-ын 2009.90.90.00 HS код бүхий ундаа, шүүсний импортын хэмжээ	181
Зураг 87. БНСУ-ын 2202.90.20.00 HS код бүхий боловсруулсан ундааны импортын хэмжээ.....	181
Зураг 88. БНСУ-ын чацарганы тосны импорт \тоо хэмжээгээр болон үнийн дүнгээр\.....	182
Зураг 89. БНСУ-ын импортлосон 1515.90.90.90 HS код бүхий тосны импорт	182
Зураг 90. БНСУ-ын 3301.90.48.00 HS код бүхий тосны импорт	183
Зураг 91. БНСУ-ын 3301.29.90.00 HS код бүхий тосны импорт	183
Зураг 92.3004.90.99.00 HS код бүхий тосны импорт	184
Зураг 93. Монгол улсаас БНСУ руу экспортлосон чацарганы нунтаг	184
Зураг 94. БНСУ-ын 2106.90.90.99 HS код бүхий жимсний нунтаг импорт.....	185
Зураг 95. Монгол улсаас БНСУ руу экспортлосон хөлдөөсөн жимс.....	185
Зураг 96. БНСУ-ын 0810.90.90.00 HS код бүхий жимсний импортын хэмжээ.....	186
Зураг 97. Монгол улсаас БНСУ руу экспортлосон чацарганы суулгац \хэмжээ ба үнийн дүнгээр\.....	186
Зураг 98. БНСУ-ын 0602.90.90.90 HS код бүхий жимсний суулгац импорт	187
Зураг 99. БНХАУ-ын БНСУ-д нийлүүлж буй чацарганы тос.....	188
Зураг 100. БНСУ-ын гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгчид ба бүтээгдэхүүний нэр төрөл.....	189
Зураг 101. БНСУ-ын гоо сайхны бүтээгдэхүүн борлуулагчид ба бүтээгдэхүүний нэр төрөл.....	189
Зураг 102. БНСУ-ын хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн борлуулагчид	190
Зураг 103. БНСУ-ын хүнсний бүтээгдэхүүний импорт, мянган ам.доллараар.....	195
Зураг 104. БНСУ-ын хүнсний бүтээгдэхүүний импорт, тонноор	195
Зураг 105. БНСУ-ын зах зээлд онлайнаар борлуулагдаж буй чацарганаар хийсэн хүнсний бүтээгдэхүүнүүд.....	196
Зураг 106. БНСУ-ын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалт, сая воноор.....	198
Зураг 107. БНСУ-ын чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүний танилцуулга	199
Зураг 108. БНСУ-ын эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний борлуулалт \сая воноор, бүтээгдэхүүний төрлөөр\	200
Зураг 109. БНСУ-д борлуулагдаж буй чацарганаар хийсэн эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнүүдийн танилцуулга	201
Зураг 110. БНСУ-ын хэрэглэгчдийн эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн худалдан авахад харгалзан үздэг шалгуурууд \хувиар\.....	202
Зураг 111. БНСУ-ын хэрэглэгчдийн гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг сонгохдоо харгалзан үздэг шалгуурууд \хувиар\.....	203

Зураг 112. БНСУ-ын хэрэглэгчдийн хоол, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг сонгохдоо харгалзан үздэг шалгуурууд \хувиар\.....	203	
Зураг 113. БНСУ-ын хэрэглэгчдийн худалдан авах шийдвэрт нөлөөлдөг хүчин зүйлс \хувиар\.....	204	
Зураг 114. БНСУ-ын томоохон худалдааны компаниудын зах зээлд эзлэх хувь	206	
Зураг 115. БНСУ-ын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг, сая воноор.....	208	
Зураг 116. Импортын гоо сайхны бүтээгдэхүүний БНСУ-д худалдаалагдаж буй борлуулалтын суваг, сая воноор....	208	
Зураг 117. БНСУ-д гадаадаас шууд онлайнгаар борлуулагдаж буй бүтээгдэхүүний үнийн дүн, сая воноор.....	209	
Зураг 118. БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүний зорилтот зах зээл	216	
Зураг 119. “Anna’s Garden” компаний чацарганы боловсруулалтын дараалал.....	223	
Зураг 120. БНСУ: Орлох бүтээгдэхүүн – Хүн орхоодой	227	
Зураг 121. Тайваний хүн амын насны суварга	248	
Зураг 122. Тайваний чацарганы бүтээгдэхүүний нэмүү өртгийн сүлжээний зураглал	252	
Зураг 123. Импортын хүнс, эм, гоо сайхны барааны үзлэг	254	
Зураг 124. Тайвань Улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалт, хувиар	255	
Зураг 125. Тайвань улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний импорт	256	
Зураг 126. Тайваний гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг.....	257	
Зураг 127. Тайвань улсын нийгмийн цахим хуудасны худалдаа эрхлэлт, хувиар	258	
Зураг 128. Тайвань: Чацарганы нунтаг бэлдмэлийн өртгийн сүлжээ.....	259	
Зураг 129. Тайвань: Чацарганы тосны өртгийн сүлжээ.....	260	
Зураг 130. Тайвань: Гоо сайхны бүтээгдэхүүн /гарын тос/-ий өртгийн сүлжээ.....	260	
Зураг 131. Тайвань: Хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний өртгийн сүлжээ.....	260	
Зураг 132. Тайвань: Цайны өртгийн сүлжээ.....	261	
Зураг 133. Тайвань улсын импортын барааны гарал үүслийг тодорхойлох үйл явц	264	
Зураг 134. Тайвань улсын Гаалийн хяналтын хамрах хүрээ	265	
Зураг 135. Тайвань улсын импортын гаалийн бүрдүүлэлтийн зураглал.....	266	
Зураг 136. Тайвань: Өргөдөл гаргагчид өгөх зөвөлгөө.....	267	
Зураг 137. Тайвань улсын хүнсний аюулгүй байдлыг хамаарах субъектууд	270	
Зураг 138. Тайваний тэжээллэг чанарын шошгожуулалт.....	272	
Зураг 139. Тайвань улсын Монгол улсаас импортлосон чацарганы тос \тоо хэмжээгээр болон үнийн дүнгээр\.....	273	
Зураг 140. Монгол улсаас Тайвань руу экспортлосон чацарганы нухаш \тоо хэмжээгээр болон үнийн дүнгээр\	274	
Зураг 141. Тайваний “Алтай” компаний бүтээгдэхүүн	275	
Зураг 142. Тайваний амин дэмийн бүтээгдэхүүний эзлэх хувийн жин /2017 оны 4 сарын байдлаар/	276	
Зураг 143. Тайваний хэрэглэгчдийн эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний хэрэглээний зориулалт \2015-2018 оноор, Тайвань сая доллараар\.....	276	
Зураг 144. Тайвань улсын үйлдвэрүүдийн үйлдвэрлэж буй чацарганы хүнсний бүтээгдэхүүнүүд	280	
Зураг 145. Тайваний гоо сайхны зах зээлд компаниудын эзлэх хувь	282	
Зураг 146. Тайваний чацарганы гоо сайхны бүтээгдэхүүн.....	283	
Зураг 147. Тайвань улсын хэрэглэгчдийн судалгаанд оролцогчдын сарын орлого \Тайвань доллараар\.....	285	
Зураг 148. Тайвань хэрэглэгчдийн	Зураг 149. Тайвань: Та чацарганы бүтээгдэхүүн.....	286
Зураг 150. Тайвань: Таны эргэн тойронд чацарганы	Зураг 151. Тайвань: Ямар төрлийн бүтээгдэхүүн	286
Зураг 152. Тайвань: Эмчилгээний зориулалтаар	Зураг 153. Тайвань: Гоо сайхны зориулалтаар	287
Зураг 154. Эмчилгээний бүтээгдэхүүн	Зураг 155. Гоо сайхны бүтээгдэхүүн.....	287
Зураг 156. Та хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн	Зураг 157. Та онлайнгаар бүтээгдэхүүн	288
Зураг 158. Тайваний чацарганы бүтээгдэхүүний зорилтот зах зээл	295	
Зураг 159. Чацаргана жимсийг хураагч төхөөрөмжийн танилцуулга	305	

СУДАЛГААНЫ ТОВЧ ТАНИЛЦУУЛГА

СУДАЛГААНЫ ЗОРИЛГО

Монгол улсад үйлдвэрлэсэн чацарганы бүтээгдэхүүнийг тогтвортой импортлох боломжтой гадаад зах зээлийг судалж экспортлогчдыг судалгааны үр дүн, бодит мэдээллээр хангахад судалгааны ажлын зорилго оршив. Гадаад зах зээлийг судалгааны зорилтот орнуудад Япон, БНСУ, Тайвань улсууд хамрагдлаа.

СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

Япон, БНСУ, Тайвань улсуудын чацарганы зах зээлийн PESTLE шинжилгээ, өртгийн сүлжээний судалгаа, шинжилгээ, өртгийн сүлжээнд оролцогч талуудын чиг үүргийн шинжилгээ, хэрэглэгчийн зах зээл, зан төлөвийн шинжилгээ, маркетингийн 7 “0”, 7 “P”, Портерийн 5 хүчний шинжилгээ, Cross Swot шинжилгээнүүдийг гүйцэтгэлээ. Судалгааг дараах арга хэлбэрээр авав.

- Анхан шатны баримт цуглуулах
- Үйлдвэр, аж ахуйн нэгж болон бусад холбогдох байгууллагуудын төлөөлөлтэй хамтарсан болон тусгайлсан уулзалт зохион байгуулах
- Интернет эх үүсвэрийн онлайн зэрэг холбогдох борлуулалтын сувгийн эх үүсвэрээс мэдээлэл цуглуулах
- Зорилтот орнуудын бөөний болон жижиглэн худалдаачдаас ганцаарчилсан болон фокус группын ярилцлага хийх
- Тухайн оронд Монгол улсын чацаргана болон чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн судалгааг Google Form ашиглан анкетын арга болон цахим хуудасны Comment–д анализ синтезийн арга, амталгааны дараах санал, асуулгын аргуудаар гүйцэтгэх.

СУДАЛГААНЫ ОБЪЕКТ

Чацарганы бүтээгдэхүүний зах зээлийн судалгаанд Япон, БНСУ, Тайвань улсуудын дараах субъектууд хамрагдав. Үүнд:

- Улс тус бүрээс 5 үйлдвэр, нийт 15 үйлдвэр. Үйлдвэр тус бүрээс 5 хүнээс судалгаа авах ба нийт 75 хүн
- Улс тус бүрээс 5 бөөний худалдаа эрхлэгч компани, нийт 15 компани. Бөөний худалдааны компани бүрээс 10 ажилтныг судалгаанд хамруулах ба нийт 150 хүн
- Улс тус бүрээс 10-аас доошгүй жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгч компани, нийт 30 компани. Жижиглэнгийн худалдааны компани бүрээс 10 ажилтныг судалгаанд хамруулах ба нийт 300 хүн
- БНСУ-ын Самсунг корпорацийн охин компани: “Самсунг херб”
- Япон улсын Хоккайдо арлын Мукава тосгонд тариалалт хийж буй компаниуд
- Улсуудын нийт дүнгээр 200.0 мянган хэрэглэгчид
- Нийт 3 улсын дүнгээр 3000 гаруй комментын түүвэр
- Амталгааны дараах судалгаанд Япон улсын 200-300 хэрэглэгчид
- Хоёрдахь эх үүсвэрийн судалгааг судалгаанд хамрагдсан улсуудын ХААОАЯ, ЭЗХАҮЯ, ДБЗТЯ, БССШУТЯ, ТУХХМЯ, ЭМХХЯ, БОЯ, СЯ, Статистикийн газар, Гаалийн газар г.м

СУДАЛГААНЫ АЖЛЫН ТОВЧ ХУРААНГУЙ

Энэхүү судалгааг ХХААХҮЯ-ны ТА-8960 МОН: Хөдөө Аж Ахуй Нэмүү Өртгийн Сүлжээг Дэмжих” төслийн Хөдөө Аж Ахуй, Хөдөөгийн Хөгжил төслийн захиалгаар Япон, БНСУ, Тайвань улсуудад 6 сарын хугацаанд гүйцэтгэсэн. Хэдийгээр зорилтот орнууд биш хэдий ч чацарганы нөөцөөр дэлхийд тэргүүлэгч БНХАУ, ОХУ-уудыг судалгаанд хамруулах нь ач холбогдолтой гэж үзлээ.

“Чацарганы бүтээгдэхүүний гадаад зах зээлийн судалгаа” судалгааны ажил нь 6 бүлэгтэй. Судалгааны ажлын нэгдүгээр бүлэгт чацарганы нөөц бүхий БНХАУ, ОХУ-ын чацарганы зах зээлийн төлөв байдал, хөгжлийн судалгааг; хоёрдугаар бүлэгт Монгол улсын чацарганы салбарын өнөөгийн байдал, зах зээлийн судалгааг; гуравдугаар бүлэгт Япон улсын чацарганы бүтээгдэхүүний зах зээлийн судалгааг; дөрөвдүгээр бүлэгт БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүний зах зээлийн судалгааг; тавдугаар бүлэгт Тайвань улсын чацарганы бүтээгдэхүүний зах зээлийн судалгааг; эцэст нь нэгдсэн зөвлөмжийг боловсруулсан.

Судалгааны ажлын нэгдүгээр бүлэгт, чацарганы нөөц бүхий БНХАУ, ОХУ-ын чацарганы салбарын өнөөгийн байдал, өртгийн сүлжээний үйлдвэрлэл, боловсруулалт, хуваарилалт, хэрэглээний үе шат бүрийн судалгаа, шинжилгээ, бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт, төрөөс авч хэрэгжүүлсэн бодлогын талаар оруулав. судлан бичлээ.

Хоёрдугаар бүлэгт, Монгол улсын чацарганы бүтээгдэхүүний экспорт, импортын өнөөгийн байдлыг бүтээгдэхүүний HS кодоор нь ангилан судалж тусгасан Экспортын хэмжээг судлахдаа тоо хэмжээ, үнийн дүн, нэгж бүтээгдэхүүний үнийг улс орон бүрээр нь нарийвчлан судаллаа. Мөн уг бүлэгт Монгол улсын чацарганы экспортод нөлөөлөх хүчин зүйлсийг салбарын бодлого, хууль эрх зүй, чанар стандарт, тээвэр логистик, институци, технологи, судалгаа ба хөгжил, бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийн хүрээнд судалсан болно. Харин чацарганы экспортын тулгамдсан асуудлыг салбарын бодлого тодорхойлогч, мэргэжлийн байгууллага, үйлдвэрлэгч, боловсруулах үйлдвэрийн төлөөлөл бүхий 30 хүнээс авсан судалгаанд үндэслэн АНР шинжилгээний арга зүйгээр тодрууллаа.

Гурав, дөрөв, тавдугаар бүлгийн эхний дэд бүлгийн хүрээнд Япон, БНСУ, Тайвань улсуудын чацарганы зах зээлийн PESTLE шинжилгээг Улс төрийн орчин, Эдийн засгийн орчин, Нийгэм, соёлын орчин, Технологийн орчин, Хууль эрх зүйн орчин, Хүрээлэн буй орчныг судалж үнэлгээ өглөө.

Хоёрдугаар дэд бүлэгт, тухайн улсуудын өртгийн сүлжээний судалгааг үйлдвэрлэл, боловсруулалт, хуваарилалт, хэрэглээний үе шат бүрээр нь судалж гол нэрийн бүтээгдэхүүнүүдийн үнэ ба өртгийг тооцов.

Гуравдугаар дэд бүлэгт, өртгийн сүлжээнд оролцогч талуудын чиг үүргийн шинжилгээг гүйцэтгэж субъектуудын хариуцах ажил, холбоо барих хаяг, Монголын экспортлогчдын анхаарах асуудлуудыг тодорхойлон бичив.

Дөрөвдүгээр дэд бүлэгт, хэрэглэгчийн зах зээлийн судалгааг үйлдвэрлэлийн зориулалттай бүтээгдэхүүн, гоо сайхны, эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн тус бүрээр мөн борлуулалтын сувгаар нь шинжилж судалгаанд хамрагдсан субъектуудаас авсан судалгаанд үндэслэн гүйцэтгэв.

Тавдугаар дэд бүлэгт, хэрэглэгчийн зан төлөвийн шинжилгээг 7 “0” шинжилгээний арга зүйгээр тодорхойлж Япон, БНСУ, Тайвань улсуудын хэрэглэгчийн зан төлөвийн ялгаатай байдал, худалдан авах шийдвэрт нөлөөлөх хүчин зүйлс, хэрэглэгчийн зан төлөвийн хэтийн чиг хандлагыг судалсан.

Зургаадугаар дэд бүлэгт, Монгол улсаас экспортлох боломжтой бүтээгдэхүүнүүдийн хувьд 7 “P” шинжилгээг гүйцэтгэлээ. Уг шинжилгээний үндсэн дээр Япон, БНСУ, Тайвань улсууд руу Монгол улсаас экспортлогдох тус бүр гурван бүтээгдэхүүнийг тодорхойлж бүтээгдэхүүн тус бүр дээр Маркетингийн 7P шинжилгээг хийв.

Долдугаар дэд бүлэгт, Портерийн 5 хүчний шинжилгээний арга зүйд тулгуурлан Монгол улсаас Япон, БНСУ, Тайвань улсуудад чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлоход учрах саад бэрхшээл, тухайн улсын зах зээл дэх өрсөлдөөн, орлох бүтээгдэхүүн, бэлтгэн нийлүүлэлтийн саад бэрхшээлүүдийг судалж шийдвэрлэх арга замыг тодорхойллоо.

Наймдугаар дэд бүлэгт, Япон, БНСУ, Тайвань улсуудын зах зээлд бүтээгдэхүүнээ экспортлоход баримтлах бодлогыг Cross Swot шинжилгээний арга зүйд тулгуурлан богино, дунд, урт хугацааны стратегийг боловсруулав. Япон, БНСУ, Тайвань улсуудын зах зээлд экспортлох бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ, олох орлогын хэмжээг суурилагдсан хүчин чадлын 30%, 50%, 70% ашиглах гэсэн гурван хувилбараар тооцлоо. Тухайн улсуудын технологи, судалгаа ба хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн, баглаа боодлын ерөнхий шийдэл, инноваци төвлөрөх байршил, тээвэрлэлтийн боломжийн талаар санал дэвшүүлж улмаар бүтээгдэхүүн нийлүүлэх худалдааны сувгийн хувьд эдийн засгийн үр өгөөжтэй байх шийдлийг тодорхойлж худалдаанд тулгарах саад хориг, бэрхшээл, шийдвэрлэх арга зам, хувилбарыг боловсруулав. Цаашид Монголын чацаргана тариалагч, жимс боловсруулагч, экспортлогч компаниуд, дэмжих байгууллагуудын зүгээс хамтран шийдэх ажил, хэрэгжүүлэх үйл ажиллагаа, хяналт-шинжилгээ хийх арга механизмын талаар саналыг дэвшүүлсэн болно.

Нэгдсэн зөвлөмжийг бодлого боловсруулагчдад хандаж хууль, эрх зүй, бодлогын орчинг бүрдүүлэхэд чиглэсэн зөвлөмж; мэргэжлийн холбоодод хандаж өртгийн сүлжээнд оролцогч талуудын хамтын хүчээр шийдвэрлэх асуудлуудын гарц, шийдлийг тодорхойлоход чиглэсэн зөвлөмж; боловсруулах үйлдвэрийнхэнд хандаж бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт, сав баглаа боодол, тээвэрлэлт, борлуулалтын суваг, учирч болох саад бэрхшээлийг хэрхэн шийдвэрлэх арга замын талаарх саналыг багтаалаа.

ТАЛАРХАЛ

“Чацарганы бүтээгдэхүүний гадаад зах зээлийн судалгаа” зөвлөх үйлчилгээг санхүүжүүлсэн АХБ-ны Хөдөө Аж Ахуй, Хөдөөгийн Хөгжил Төслийн; “Хөдөө аж ахуйн нэмүү өртгийн сүлжээг дэмжих” төслийн хамт олонд талархал дэвшүүлье.

Судалгааг гүйцэтгэх явцад арга зүйн зөвлөгөө, техникийн туслалцаа үзүүлж байсан ХХААХҮЯ-ны ахлах мэргэжилтэн Ж.Төмөрхуяг, төслийн зохицуулагч Т.Энхжаргал, Ж.Түвшинсанаа, төслийн ажилтан У.Туул, Б.Дорждэрэм нарт талархалаа илэрхийлье.

Судалгааны ажлын тайлангийн хэлэлцүүлэгт оролцож үнэтэй зөвлөгөө өгсөн маркетингийн шинжлэх ухааны эрдэмтэд Я.Отгонсүрэн, Л.Тогтохбуян, Г.Бурмаа нарт талархал дэвшүүлье. Мөн хэлэлцүүлэгт оролцож өөрсдийн санал, зөвлөмжөө өгсөн боловсруулах үйлдвэрийнхний төлөөлөлд баярлаж байгаагаа илэрхийлье.

Судалгааны ажлыг гүйцэтгэхэд хамтран оролцсон Хоккайдо Монгол харилцааны нийгэмлэг, Солонгос дахь Монгол Оюутны Холбоо болон Тайваны Пинтуны ШТИС-ийн профессор Хуанг Вен Чи нарт Япон, БНСУ, Тайвань улсуудаас судалгааг авахад тусласанд талархаж байна.

НЭГДҮГЭЭР БҮЛЭГ. ЧАЦАРГАНЫ НӨӨЦ БҮХИЙ УЛС ОРНУУДЫН ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН ИНТЕГРАЦИ, ХӨГЖЛИЙН ЗАГВАР, ТӨЛӨВ БАЙДЛЫН СУДАЛГАА

1.1. БНХАУ-ын чацарганы зах зээлийн төлөв байдал, хөгжлийн судалгаа

БНХАУ нь дэлхийн 14 улстай хиллэдэг, муж, өөртөө засах орон, төрөөс захирах хот, онцгой захиргаат орон бүхий 33 нутаг дэвсгэрийн нэгжид хуваагддаг. Хүн ам нь 1.35 тэрбум, газар нутаг нь 9.6¹ сая км², нэг хүнд ногдох ДНБ 13.4 мянган ам.доллар, импорт нь 1.27 их наяд² ам.доллар юм.

Хүснэгт 1. БНХАУ-ын макро эдийн засгийн үзүүлэлтүүд

	Үзүүлэлтүүд	2014	2015	2016	2017
1	ДНБ, их наяд ам.доллараар	8400	8950	9500	10100
2	ХАА-н салбарын ДНБ-д эзлэх хувь	9.1	8.8	8.6	7.9
3	Экспортын хэмжээ, тэрбум ам.доллар	650.0	620.0	600.0	675.0

Эх үүсвэр: *TheGlobalEconomy.com, World Bank, 2018.*

БНХАУ-ын гол баялгийн тоонд ашигт малтмал, газрын тос болон ой мод орно. Хөдөө аж ахуйн газрын хэмжээ³ нь 56.212 км². Жилдээ 50 орчим төрлийн тайлбайн үр тариа, 60 гаруй төрлийн цэцэрлэгийн ургамал, 80 гаруй төрлийн ногооны талбайн ургамал тариалдаг⁴. Мөн ажиллах хүчний нөөц их бөгөөд дундаж цалин 426 ам.доллар байна.

БНХАУ нь 2018 онд эм тарианаас эхлэн тээврийн хэрэгсэл хүртэлх олон төрлийн бүтээгдэхүүний экспортын татварыг 9,8-7,5 хувь бууруулжээ. 2019 оны 1-р сарын 1-нээс эхлэн БНХАУ улс 706 нэр төрлийн бараа бүтээгдэхүүний импортын тарифыг бууруулах эсвэл хасах болно. Гаалийн ерөнхий газрын мэдээгээр, 2018 оны 11 сарын импортын хэмжээ өнгөрсөн оны мөн үеийнхтэй харьцуулахад 15 орчим хувиар нэмэгдсэн байна. Сангийн яамнаас 2018 оны 12-р сарын 24-ний өдөр гаргасан мэдээгээр, БНХАУ 1-р сарын 1-нээс 94 зүйл дээр экспортын татварыг бууруулж, 2019 оны 7-р сарын 1-ний өдрөөс эхлэн мэдээллийн технологийн бүтээгдэхүүний 298-д тарифын хамгийн тааламжтай нөхцөлөөр тарифыг бууруулах юм⁵.

БНХАУ-ын үйлдвэрүүд 20 гаруй оронд 1,1 тэрбум ам. долларын гаалийн татварын орлого оруулж бүхий 56 чөлөөт бүс /Economic and Trade Cooperation Zone/ байгуулан эдгээр улсуудад 180 000 ажлын байр бий болгосон байна. БНХАУ 2018 онд 10 чөлөөт худалдааны хэлэлцээр (FTA)-ийн гэрээ, Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) гэрээ байгуулжээ.

БНХАУ 2017 онд өрсөлдөх чадвараараа /Comprehensive Competitiveness/ 9 дугаар байранд жагссан бол эдийн засгийн тогтвортой байдлаараа Азидаа тэргүүлэх байр эзэлж байна.

БНХАУ-ын чацарганы тариалалт. Дэлхийн нийт чацарганы 90.0-95.0 хувь⁶ нь Хятадад ургадаг бөгөөд 2,5-2,8 сая орчим га газарт чацаргана ургадаг ба 2001 оноос хойш жил бүр чацарганы тариалалт 50000-80000 га-р нэмэгджээ. Бүх чацарганы нийт ургацын талбай 2,700,000 км² бол зэрлэг чацаргана 1,300,000 км² эзэлдэг.

¹ https://databank.worldbank.org/data/views/reports/reportwidget.aspx?Report_Name=CountryProfile&Id=b450fd57&tbar=y&dd=y&inf=n&zm=n&country=CHN

² <https://macro.market/country/aschn?source=oec>

³ <https://data.worldbank.org/indicator/AG.LND.AGRI.ZS?locations=CN>

⁴ <https://mychinaexpert.ru/selskoe-xozyajstvo-kitaya/>

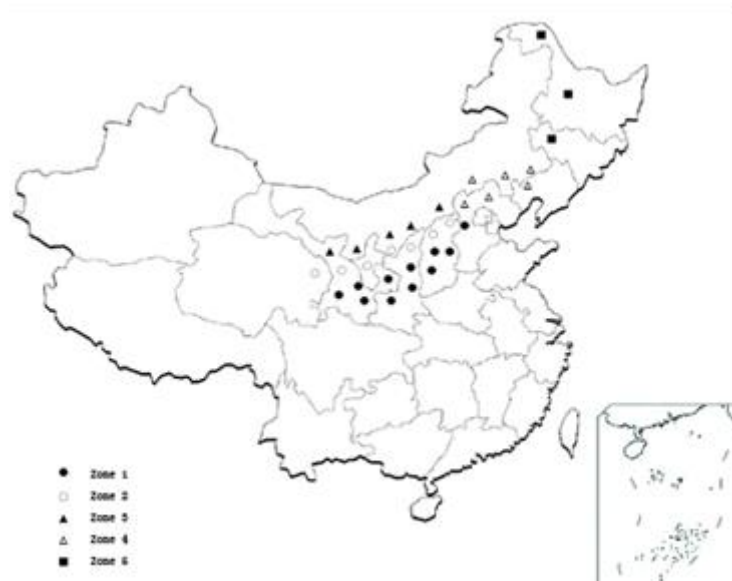
⁵ <https://www.china-briefing.com/news/new-tariff-export-duty-cuts-china-2019-wide-variety-products-affected/>

⁶ [file:///C:/Users/user/Downloads/1474371716SethPascoeeditedreport%20\(6\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/1474371716SethPascoeeditedreport%20(6).pdf)

Анхандаа Хятадын баруун хойд бүсийг ойжуулах ажил хийгдсэн ч амжилттай болохгүй байсан байна. Учир нь их хэмжээний хөрсний элэгдэлд орсон байсан тул төрөл бүрийн мод тарих оролдлого нь бүтэлгүйтжээ. Иймд эрс тэс уур амьсгалд тэсвэртэй, үндэс том /хөрс нь дэх азотын хэмжээг зохицуулдаг/ учир чацаргана тариалах болж улмаар экологийн “витамин” гэж нэрлэгджээ. Чацаргана нь Шар мөрөн болон баруун хойд бүсийн хөрс ус хамгаалах, салхи тэсвэрлэн цөлжилтөөс сэргийлэхэд хамгийн чухал ач холбогдолтой мод болсон байна.

БНХАУ-д чацарганы тариалж буй зорилго нь нэгдүгээрт, цөлийн эсрэг арга хэмжээг авч явуулах арга хэрэгсэл, хоёрдугаарт, дэлхийн зах зээлд хамгийн ирээдүйтэй жимсний боловсруулалтаар дэлхийд тэргүүлэхэд оршино.

Зураг 1. БНХАУ-ын чацарганы тариалалтын бүс



Эх сурвалж: Zonation of Seabuckthorn Planting in Three North Areas of China, Hu Jianzhong (China Administration Center for Seabuckthorn Development, Beijing 100038, P. R. China)

Хятад улсад чацаргана түгээмэл ургадаг газрууд нь Төвд, Хөх нуур, Gan Su, Xin Jian, Shan Xi, Si Chuan, Өвөр Монгол, Hebei, liao Ning зэрэг мужууд юм. Shan Xi муж нь тариалангийн 10 сая га талбайтай бөгөөд чацарганы нөөцөөрөө улсдаа 2 дугаарт ордог⁷. Газар зүйн тархалтын хувьд чацаргана нь баруунаас зүүн рүү Английн баруун өмнөдийн эргээс Хятадын Hebei аймаг, урдаас хойшоогоо Норвегийн зүүн хойд хэсгээс Туркийн баруун урд хэсэг хүртэл буюу 27°N to 68°50' N ба 2°E to 115°E талбайг хамардаг. 15000 км эргийн бүстэй. БНХАУ-д түүхий чацарганы зах зээлийн үнэ нь 1 кг нь 51 юань байна. 1 га-д 120-150 бут тарьдаг. 1 га-аас 7500 кг чацаргана хураах боломжтой.

Хүснэгт 2. БНХАУ-ын байгалийн бүс бүр дэх чацарганы тариалангийн үнэлгээ

Цаг уур	хуурайшилт	Экологийн тохиромжтой байдал	Эдийн засгийн байдал	Чацарганы тариалангийн ашиглалт
Ойн	<1.0	сайн	муу	Генийг хадгалж хамгаалах, чимэглэлд зориулан тариалдаг.

⁷ <https://wenku.baidu.com/view/72530d9e6bec0975f465e218.html>

Ой хээр тал	1.0~1.5	сайн	сайн	Экологийн болон эдийн засгийн үр ашиг, ялангуяа хөрс, усыг хамгаалахад зориулж тариалдаг.
Тал хээр	1.5~2.0	сайн	сайн	Экологийн болон эдийн засгийн үр өгөөж, ялангуяа хөрс хамгаалах, бэлчээрийг хамгаалахад зориулан тариалдаг.
Говь тал	2.0~4.0	дунд зэрэг	дунд зэрэг	Экологийн болон эдийн засгийн үр өгөөж, ялангуяа хашаа барих барилгын ажил, бэлчээрийн хамгаалалтанд зориулан тариалж байна.
Говь	>4.0	муу	муу	

Эх сурвалж: *Zonation of Seabuckthorn Planting in Three North Areas of China, Hu Jianzhong (China Administration Center for Seabuckthorn Development, Beijing 100038, P. R. China)*

Засгийн газрын бодлогын хүрээнд санхүүжилтийн дэмжлэг үзүүлж чацарганы тариалалтыг 1985 оноос хойш ус, хөрсийг хамгаалах зорилгоор нэмэгдүүлж байна. Мөн Дэлхийн банкнаас чацаргана тариалахад зориулан бага хүүтэй зээл олгожээ.

БНХАУ-ын чацарганы үрийн тос болон жимсний тос болон дэлхийн зах зээлд өндөр эрэлттэй байна.

Чацарганы боловсруулалт. БНХАУ-д чацаргана тариалж, боловсруулдаг 200 гаруй үйлдвэр, аж ахуйн нэгж байдаг. Хөх нуурын органик “Qin Hai Yina Wei Kan” компанийн бүтээгдэхүүн тэргүүлэх байр суурьтай байна.

Дэлхийн эрүүл мэндийн байгууллага чацарганы тосыг эрүүл арьс, арчилгааны хамгийн сайн бүтээгдэхүүн хэмээн зарласан байна. Анх БНХАУ-ын 5 том ундаа, жүүсний компани 1977 оноос тус улсын эмийн жагсаалтанд чацарганыг оруулсан бөгөөд 1980-аад оны эхээр нийт хятадын хүрээнд явуулах бодлого боловсруулж хэрэгжүүлж эхэлжээ.

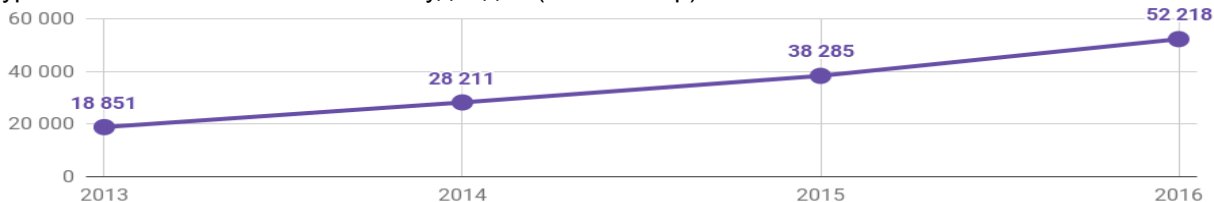
Хүснэгт 3. БНХАУ-ын чацаргана боловсруулах томоохон үйлдвэрүүд

Үйлдвэрийн газар	Үйлдвэрлэсэн хэмжээ	Үйлдвэрлэж буй нөхцөл
Шан Ши	Шан Ши мужийн төгөл 4950000 м ⁸ байдаг бол буттай төгөл 3 сая га байна. Тус улсын чацарганы төглийн хагас хувь нь Шан Ши-д байдаг. Жоо Кү тосгоны чацарганы талбай 20000 м ² байдаг. Энэ хэмжээний га газарт жилд 4 сая кг-аас дээш чацаргана үйлдвэрлэдэг.	2008 онд Жоа Кү мужийн хэмжээгээр жилд 1818 тонн чацаргана жимс боловсруулан авч 3 сая сав ундаа хийсэн.
Шин Жан	250000 м ² чацарганы талбайтай байсан ба 80000 м ² газарт чацаргана суулган 1.420000 тонн чацаргана үйлдвэрлэдэг болсон. Эдгээрийн нийт үнэ нь 0.72 тэрбум юань болно. Алтай газрын талбай нь 12.210000 м ² , 320000 тонн чацаргана үнэ 0.57 тэрбум юань хүрдэг. Голдуу Чин хиэ тосгонд тариалдаг. Chang ji zhou талбайд 5.070000 м ² , 0.30000 тонн чацаргана хураан авдаг. Тариалалт нь QI TAI тосгон, JIMU SA ER тосгон TA CHEN HEN YUAN-нд 0.550000 юү бөгөөд гол нутаг BU KE SAI ER юм.	Чин хиэ тосгонд боловсруулдаг 4 томоохон үйлдвэр нь HEN YUAN group, 10 тэрбум юань-ыг Алтайн бүс нутгийн газрын чацарганы тариалалтанд зориулан олгосон байна. Тухайлбал, 2010 оны 10 сард HEN YUAN GROUP 10 тэрбум юань-аар чацарганы жимс боловсруулах үйлдвэр барьсан.
Хөх нуур	Хөх нуур мужад төрөл бүрийн сортын чацарганы 4 сая га төгөл байна. Хятад улсын чацарганы нөөцийн 20 хувь нь Хөх нуурт байдаг.	Хөх нуур муж 2015 оноос өмнө чацарганы төслийг эхлүүлж 1 сая га газартай байсан бол өдгөө 4 сая га газарт тариалах болжээ.

⁸ 1 м⁸ = 666.6666666667 м²

Чацарганы хуваарилалт, борлуулалт. БНХАУ-д 1 тэрбум хүн гар утас, харилцуур утсаар холбогдож байна. 591 сая хүн тогтмол интернет хэрэглэдэг. Бэйдоу хэмээх хиймэл дагуулын сүлжээтэй. БНХАУ нь онлайн худалдан авалтын идэвхитэй хэрэглэгчид бүхий том зах зээл юм. Эдгээр худалдан авалт нь 600 сая гаруй онлайн худалдаа хийх боломж олгосон төхөөрөмж байдаг ба бараг бүгд дор хаяж нэг удаа худалдаа хийсэн байдаг. Бусад орны хувьд энэ үзүүлэлт нь тийм ч өндөр биш юм.

Зураг 2. БНХАУ-ын жижиглэнгийн худалдаа (сая юаниар)

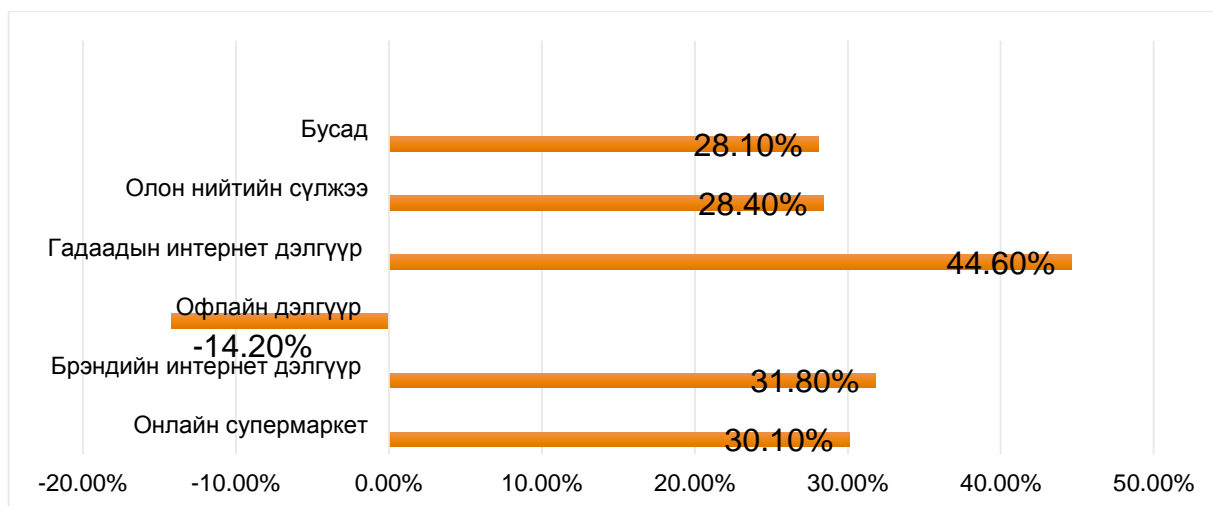


Эх үүсвэр: <http://umom.biz/osobennosti-kitajskih-potrebitelej-vyhod-na-rynok-kitaya/>

БНХАУ-д 2016 онд 52.2 тэрбум юаний жижиглэнгийн худалдан авалт хийгджээ. Цаашид 2020 онд Хятадын төв суурин газрын оршин суугчдын дундаж орлого 8000 ам доллар болон өсөх төлөвтэй байгаа тул чацарганы худалдан авалтанд эерэг нөлөөг үзүүлэх юм.

БНХАУ-д хувь хүний биеийн арчилгаа, эрүүл амьдралын хэв маяг болон зугаа цэнгэлд зориулсан бүтээгдэхүүнд илүү түлхүү борлуулагдаж байгаа судалгаагаар тогтоогджээ⁹.

Зураг 3. БНХАУ-ын худалдааны сувагт гарсан өөрчлөлт \2012-2017 онд хувиар\



БНХАУ-д сүүлийн 5 жилд борлуулалтын сувагт томоохон өөрчлөлт гарсан байна. Тухайлбал, гадаадын интернет дэлгүүр 44.6 хувиар, брэндийн интернет дэлгүүр 31.8 хувиар, онлайн супермаркет 30.1 хувиар тус тус өссөн бол дэлгүүрт очиж үйлчлүүлэх нь 14.2 хувиар багасчээ.

Хятад эрчүүдийн тоо эмэгтэйчүүдээс их байдаг хэдий ч бүсгүйчүүд илүү худалдан авалт хийдэг. Уламжлалын дагуу эмэгтэйчүүд ар гэрийн асуудлаа хариуцдаг ба гэр бүл, эцэг эх, хүүхэд, нөхөртөө зориулан худалдан авалт хийдэг байна. 17-36 насны буюу 2000 оны хүүхэд залуус орчин үеийн техник технологийг илүү сайн ашиглаж сурсан байдаг ба интернэтэд хийгдсэн нийт

⁹ <http://umom.biz/osobennosti-kitajskih-potrebitelej-vyhod-na-rynok-kitaya/>

худалдан авалтын 66 хувийг хийдэг. Тэд бүгд олон нийтийн сүлжээ ашиглан шинэ содон зүйл туршиж үзэх хүсэлтэй байдаг байна.¹⁰

Дараагийн нэг сонирхолтой бүлэг бол 60-аас дээш насныхан. Тэдэнд онлайн худалдан авалт хийх цаг зав, мөнгө байдаг ба өнгөрсөн жилд энэ бүлгийн хүмүүсийн хийсэн худалдан авалт 11 хувиар өсчээ.

Хятадын томоохон хотууд болох Бээжин, Шанхай, Шэньчжэнь, Гуанчжоу хотуудад худалдан авагч нарын шаардлага өндөр, бараагаа сурталчилан дэлгүүрийн лангуу нь дээр байрлуулахад үнэтэй байдаг. Иймд тухайн улсын зах зээлд анх удаа нэвтрэхдээ арай бага хотуудыг сонгох нь зүйтэй. Ийм хотуудын оршин суугчид нь мөнгөтэйгөөс гадна шинэ бараа туршиж үзэх хүсэлтэй байдаг. Түүнчлэн онлайн, офлайн худалдаа хийхэд ч арай хямд байна.

БНХАУ-д онлайнгаар бараа хайх дөрвөн үндсэн арга байдаг. Үүнд:

1. Томоохон интернэт- их дэлгүүр (Taobao, JD, Weipinhui). Ихэнхи хүмүүс эндээс хайлтаа эхэлдэг.
2. Олон нийтийн сүлжээ болон мессенжэр (WeChat, Weibo, Youku). Бусад хүмүүсийн сэтгэгдлийг унших боломжтой бөгөөд сүүлийн жилүүдэд хурдацтай өсч байна.
3. Тусгайлсан буюу ангилалтай платформ. Жишээ нь: Хятадад хүүхдийн хувцас болон бусад бараа авахад babytree гэх алдартай сайтыг ашигладаг.
4. Хайлтын систем (Baidu, Sogo). Хятадад бараа хайхад түгээмэл ашиглагддаг сайт юм.

Чацарганы хэрэглээ. Түүхээс авч үзэхэд, Хятадууд анх чацарганыг эмийн зориулалтаар ашиглаж эхэлсэн ба 1977 онд албан ёсоор Хятадын эмийн ургамлын сандаа албан ёсоор бүртгэн авсан. Чацаргана нь зүрх судас, дархлаа, зөнөлтийн эсрэг, үрэвслийн эсрэг гэх мэт эмнэл зүйн ач холбогдол бүхий биологийн идэвхит бодис агуулдаг. Сүүлийн 10 жилд чацарганы эмнэл зүйн болон эмийн бүтээгдэхүүний талаарх судалгаа нарийн хийгдсэн ба Хятад улсын хувьд эдийн засгийн ач холбогдол өндөртэй байна.

АНУ, Европын холбооны улсууд чацарганы хэрэглээ өндөр байдаг байна. Тухайлбал, АНУ-ын чацарганы хэрэглээ нь 2.4 сая тонн ба БНХАУ өөрийн чацарганы үйлдвэрлэлийн 10 хувийг АНУ руу экспортлодог. Түүнчлэн Японы чацарганы хэрэглээний өсөлт сүүлийн 5 жилийн дунджаар 20 хувь буюу өндөр өсөлттэй байна.

Чацарганы тосны дунд 106 зүйлийн шимт тэжээл байдаг тул олон улсын нэршлээр зөөлөн алт хэмээн нэрлэх болсон. Чацарганы бут навчыг ямаа, хонинд тэжээл болгон өгөхөд үс нь сэргэж, өвчин эсэргүүцэх чадвар нэмэгддэг болох нь судалгаагаар тогтоогджээ.

Сүүлийн жилүүдэд гоо сайхны болон хүнсний бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл Хятадын нийт зах зээлийн 25-30 хувь болж өссөн. БНХАУ-ын дотоодын тос болон жимсний тосны хэрэгцээ нь жилд 2000 тонн байх тооцоог судлаачид хийжээ. Гэвч SCF¹¹ аргаар гаргасан чацарганы тос үйлдвэрлэх хэмжээ нь жилд 300 тонноос хэтэрдэггүй. Тус улс дотоодын хүнсний бүтээгдэхүүний аюулгүй байдалд анхаарч SCF аргаар чацарганы тос үйлдвэрлэлийг нэмэгдүүлэхийг зорьж байна.

БНХАУ-д жилд 150.0 мянган тонн чацарганыг үйлдвэрлэлд дахин боловсруулах зорилгоор ашигладаг. Улсын хэмжээнд хүнсэнд 280.0 мянган тонн чацарганыг ашигладаг. Чацарганаар тос, капсул, флавоноидтой зөөлөн капсул, цагаан цуу, жүүс зэргийг хийдэг. Мөнгөлөг ногоон өнгийн навчыг цай хийхэд ашигладаг ба навч нь жимстэйгээ адил тэжээллэг чанартай /полифенол их хэмжээгээр агуулагддаг/.

¹¹ Super Critical Fluid

БНХАУ-д чацарганаар хийсэн дараах бүтээгдэхүүнүүд түгээмэл зарагдаж байна. Үүнд:

- Шүүгээгүй жүүс, тунгалаг жүүс, өтгөрүүлсэн жүүс гэх зэрэг боловсруулаагүй чацаргана, чацаргана жимсний тос, чацаргана үрийн тос, боловсруулаагүй нунтаг, чацарганы фегмент, ТФН гэх мэт
- Чацарганатай ундаа, архи /вино, пиво/, жүүс, хийжүүлсэн жүүс, варенье гэх мэт
- Шампунь, нүүрний тос, биеийн лосион гэх мэт чацаргана агуулсан гоо сайхны бүтээгдэхүүн.
- Ханиалганы /ханиалга намдаах, цэр ховхлох, мөгөөрсөн хоолойн үрэвсэл/ эм, чацарганы флавоноидтой (Acetylsalicylic) эм, сироп болон капсул. Чацарганы тос, нунтаг эсвэл чацарганы бэлтгэсэн үр, чацарганы хатаасан тос гэх мэт эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүнүүд.

БНХАУ-д зарим бараанд дараах HS кодыг ашиглаж байна. Үүнд:

- Эмчилгээний зориулалт бүхий жимс HS 0813 (e.g. Chinese jujube date, hawthorn berry, seabuckthorn berry);
- Цайны навч HS 0902;
- Эмчилгээний зориулалттай, үнэр бүхий жимс HS 0904-HS 0910 (e.g. Chinese cassia bark,
- Эмчилгээний зориулалт бүхий тэжээллэг үр жимс HS 1207 (e.g. cannabis seed, castor oil seed, mustard
- Эм болон үнэртэн хийх зориулалт бүхий ургамал HS 1211;

БНХАУ импортын чацарганатай холбоотой дараах заалтуудыг “Хүнсний аюулгүй байдал”-ын хуулинд тусгажээ. Үүнд:

1. Гадаадаас импортлох жимсний дагалдах бичиг баримт хятад хэл дээр бичигдсэн байх хэрэгтэй. Импортын жимсэнд хүнсний гарал үүслийн болон баталгааны бичиг шаардагдана.
2. Дэлгүүрийн даатгалын тэмдэглэгээ CIQ хийж импортын бүтээгдэхүүнийг заавал гааль дээр 5-7 хоног байлгаж БНХАУ-ын нутаг руу оруулна.
3. Улсын дотоодын үнэтэй харьцуулж үнэ тариф тогтооно.
4. CIF х 0,9-14% томъёолол (НӨАТ) тооцож авна. 17 хувь (НӨАТ; (CIF + тариф х 17)
5. НӨАТ 10 хувь (хэрэглээний татвар CLF + тариф) (1-10%)х 10% гэж заасан байдаг.

БНХАУ руу жимс, жимсгэнэ импортлоход дараах бичиг баримтыг дагалдуулна. Үүнд:

- Худалдаалах эрх (эх хувь ба сору хувь)
- Ургамал хамгааллын шинжилгээний бичиг
- Лиценз
- Прокурорын хяналтын зөвшөөрлийн бичиг баримт бүрдүүлэх шаардлагатай.

1.2.ОХУ-ын чацарганы зах зээлийн төлөв байдал, хөгжлийн судалгаа

ОХУ нь 143.7 сая хүн амтай. Газар нутаг 17098426 км² (87% нь хуурай газар), 18 улстай хил залган оршдог. Дэлхийн эдийн засагт эзлэх хувийн жин 3.3 хувь байгаа бөгөөд ДНБ-ний хэмжээгээр 6 дугаар байранд жагсаж байна.

Нэг хүнд ногдох ДНБ нь 23.2 мянган ам.доллар, экспортын хэмжээ 285.7 тэрбум ам.доллар, ДНБ-д хөдөө аж ахуйн салбарын эзлэх хувийн жин 5.0 хувь, үйлдвэрлэл 32.0 хувь, үйлчилгээний салбар 63.0 хувийг эзэлж байна. 2015 онд 12,9 хувьтай байсан инфляцийн өсөлт 2016 онд 5,4 хувь болж буурсан бол 2017 онд 4.1 хувь байсан байна. АНУ болон Европын Холбооны тавьсан хориг нь Оросын үйлдвэрүүдэд гадаад зах зээлд гарахад хүндрэл учруулжээ. ОХУ-ын макро эдийн засгийн үзүүлэлтүүдийг дараах хүснэгтээр харуулав.

Хүснэгт 4. ОХУ-ын макро эдийн засгийн үндсэн үзүүлэлтүүд

Үзүүлэлтүүд	2000	2010	2014	2015	2016
Хүн амын тоо, сая хүн	146.3	142.9	146.3	146.5	146.8
ДНБ, тэрбум рубль	7306.0	46309.0	79200.0	83233.0	86044.0
Нэг хүнд ногдох ДНБ, рубль	49835	324177	542127	568506	586630
Ажил эрхлэлт, мянган хүн	7700.0	5544.0	3889.0	4264.0	4243.0
Ажилгүй хүний тоо, мянган хүн	1037.0	1589.0	883.0	1001.0	895.0
Сарын дундаж орлого, рубль	2281	18958	27766	30467	30744
Сарын дундаж цалин, рубль	2223	20952	32495	34030	36709

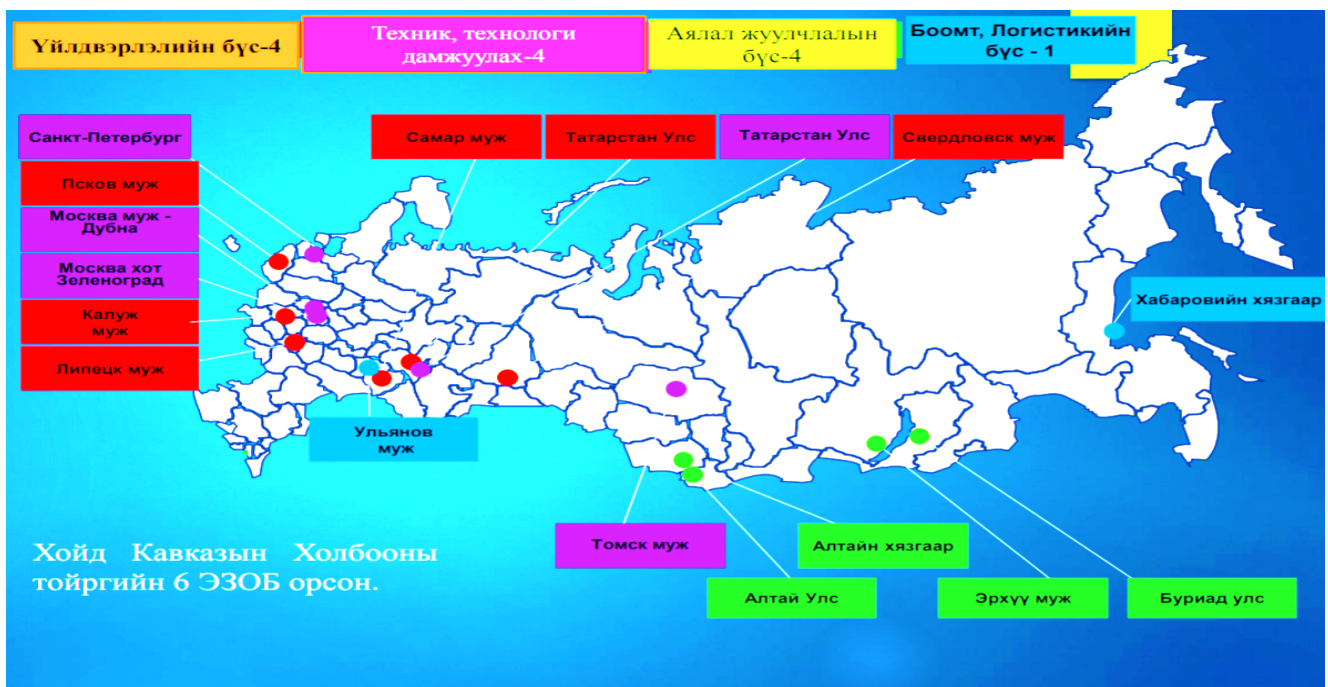
Эх үүсвэр: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/year/year17.pdf

Бодит цалин хөлс болон жижиг зээл хоёр оронтой тоогоор нэмэгдсэн. “Watcom” худалдааны индексээс харахад, Москва хотын хамгийн их орлоготой худалдааны төвүүдэд худалдан авалт өнгөрсөн жил өмнөх жилүүдтэй харьцуулахад буурсан байна. Мөн компаниуд ч мөн том хөрөнгө оруулалт хийхээс болгоомжлох болсон. Гэхдээ ОХУ-ын ган үйлдвэрлэгчид ашигтай ажилласан ба газар тариалангийн салбараас 130 сая тонн улаан буудай ургац хурааж авсан байна.

Эдийн засгийн өсөлтийг түргэтгэх, хүн амын өсөлтийг дэмжих, боловсролын түвшинг дээшлүүлэх, эрүүл мэнд, нийгмийн салбарыг шинэчлэхэд чиглэсэн 2020 он хүртэл хэрэгжүүлэх 200 гаруй зорилтыг дэвшүүлсэн. Оросын эрдэмтдийн тооцоолсноор, эдгээр зорилтыг ханган биелүүлэхийн тулд ДНБ-ний хэмжээг жилд дунджаар 5-6 хувиар өсгөх шаардлагатай болох юм.

ОХУ-д 1990-2005 онд Чөлөөт бүсийн тухай, Аялал жуулчлалын тухай, Татварын системийн тухай хуулиудыг батлан хэрэгжүүлж эдгээр чиглэлүүдэд анхаарч байсан бол 2005 оноос хойш Эдийн засгийн онцгой бүс байгуулахад анхаарч бодлого, хөтөлбөрөө чиглүүлж байна.

Зураг 4. ОХУ-ын эдийн засгийн онцгой бүсийн байршил



ОХУ нь эдийн засгийн чухал салбаруудад дотоод, гадаадын хөрөнгө оруулагчдыг татах, эдийн засгийн хөгжлийг төвлөрүүлэх зорилгоор хууль, эрх зүйн онцгой орчин бүрдсэн, эдийн засгийн хөнгөлөлт бүхий нутаг дэвсгэрт манай улстай хил залгаа Эрхүү муж, Буриад улс багтаж байгаа нь цаашид худалдааны таатай нөхцлийг бүрдүүлэх боломж юм.

Барууны хоригийн нөлөөг саармагжуулах, макро эдийн засгийг тогтворжуулах үүднээс ОХУ-ын засгийн газар “импорт орлох” бодлого явуулж, дотоодын хүнсний үйлдвэрүүдийг санхүүжүүлэх, Алс Дорнодыг хөгжүүлэх, “Дорныг чиглэсэн” бодлого явуулж эхэлсэн. Үүний зэрэгцээ үйлдвэр аж ахуйн газруудыг дэмжих зорилгоор хэд хэдэн арга хэмжээ авсан. Тухайлбал, жижиг, дунд үйлдвэрийн газруудын олж буй нэмэлт орлогод татвар ногдуулахгүй болсон, шинээр байгуулагдсан жижиг, дунд үйлдвэрүүдэд хоёр жилийн хугацаанд татвар ногдуулахгүй болсон зэргийг дурьдаж болно. Мөн 2015 онд ОХУ-ын эрх баригчид гадаадаас жимс ногоо худалдан авахыг хязгаарласан байна.

“Дорно зүгт харах” стратегийн бодлогын хүрээнд ОХУ нь БНХАУ-тай стратегийн түншлэлээ гүнзгийрүүлж байгаа бөгөөд хоёр талын худалдаа-эдийн засгийн хамтын ажиллагаа нь Оросын эдийн засгийг сэргээхэд чухал үүрэг гүйцэтгэж байгаа юм. БНХАУ-ын Гаалийн удирдах газрын мэдээллээр, 2017 оны эхний 7 сарын байдлаар БНХАУ болон ОХУ улс 39 тэрбум ам.долларын худалдаа хийсэн нь өнгөрсөн оныхтой харьцуулахад 25,7 хувиар өссөн үзүүлэлттэй байна. ОХУ-аас БНХАУ-д 30 жилийн хугацаанд 400 тэрбум ам.долларын өртөг бүхий байгалийн хий нийлүүлэх тухай гэрээнд гарын үсэг зурж Владивосток хот нь гадаадын хөрөнгө оруулагчдад чиглэсэн хөнгөлөлтийн бодлогыг хэрэгжүүлэх “тэргүүлэх хөгжлийн талбар” болсон.

ОХУ-ын чацарганы тариалалт. Чацарганы гадаад зах зээлийг өргөжүүлэхийн асуудлын хүрээнд, АНУ нь Барнаулын эрдэм шинжилгээний хүрээлэнд санал тавьж, БНЭУ нь Читийн эрдэм шинжилгээний хүрээлэнд хандаж хамтарсан үйлдвэр барьжээ. Зүрх судасны системийн сайн эм гаргах бололцоотой гэж Энэтхэгийн судлаачид үзэж байсан. Гималайн нуруунд далайн түвшнөөс дээш 2,5 - 4 мянган метрт уагадаг чацарганы физик, химийн шинж чанар ОХУ-ын Алтайн хязгаарынхтай адил гэсэн дүгнэлтүүдийг эрдэмтэд хийсэн.

Канад улс 12 жилийн өмнөөс чацарганы салбарт хамтран ажиллах саналыг ОХУ-д тавьжээ. Канадад чацаргана өмнө нь ургаж байгаагүй боловч суулгац авч тариалан өөрсдийн тариаланг бий болгосон. Мөн дэлхийд алдартай чацаргана хураах комбайн бий болгох хамтын төлөвлөгөө боловсруулж байгаа юм байна. Герман улс 2005 онд EAN-SEABUCK төслийг ОХУ-д хэрэгжүүлсэн байна.

ОХУ 1989 онд чацарганы анхны эрдэм шинжилгээний хурлыг нутагтаа зохион байгуулсан. Хурлын үеэр маш олон үзүүлэлтээрээ Алтайн хязгаарын чацарганы сорт нь өөр бусад сортоос давуу талтай байдаг талаар илтгэлүүдэд дурьдагджээ. М.А.Лисавенкогийн нэрэмжит Сибирийн шинжлэх ухааны хүрээлэн 1933 онд байгуулагдаж 76 жилийн хугацаанд 420 жимс жимсгэний сорт гаргасан чацарганы судалгааны гол төвүүдийн нэг юм.

ОХУ-ын зорилт нь тариалалтаа нэмэгдүүлэхээс илүүтэй эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийг нэмэгдүүлэх, чанарыг сайжруулах явдал юм. Чацаргана нь тун бага судлагдсан жимсний тоонд ордог бөгөөд олон шинж чанар, төлөвийн учрыг тайлж чадаагүй. Гэвч боловсруулах үйлдвэрийн хувьд ирээдүйтэй бизнесийн тоонд тооцогдож байна.

Хүснэгт 5. ОХУ-ын жимс жимсгэний тариалалт

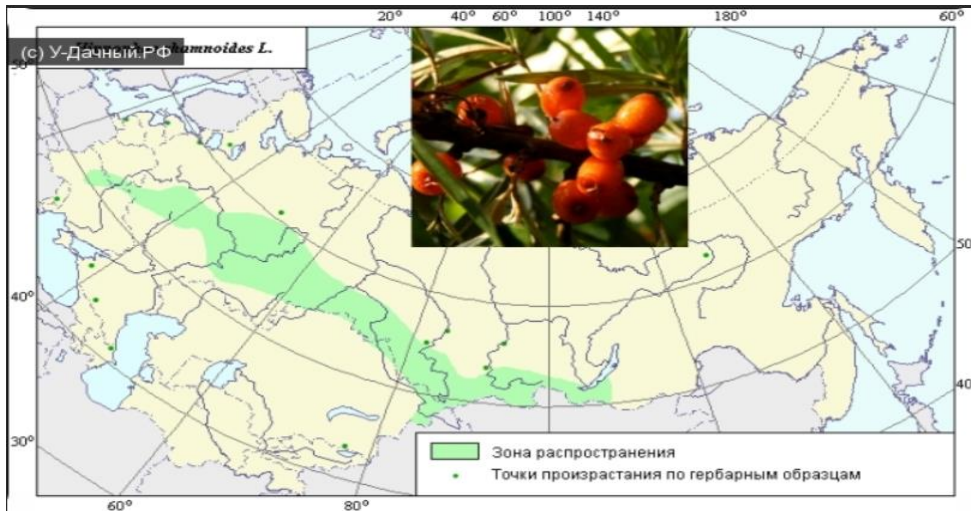
Үзүүлэлт	2000	2010	2014	2015	2016
Хөдөө аж ахуйн газар, сая.га	221.1	220.4	220.2	220.2	222.1
Хөдөө аж ахуйн үйлдвэрлэл, тэрбум рубль	742.4	2587.8	4319.1	5164.9	5505.7
Жимс, жимсгэний талбай, мянган га	767.0	518.0	514.0	512.0	517.0
Хөдөө аж ахуйн нэгжийн үйлдвэрлэсэн жимс, жимсгэнэ, мянган тонн	424.0	322.0	646.0	627.0	785.0
Өрхийн аж ахуйн үйлдвэрлэсэн жимс, жимсгэнэ, мянган тонн	2261.0	1778.0	2297.0	2216.0	2463.0
Нийт жимс жимсгэний үйлдвэрлэл, мянган тонн	2685.0	2100.0	2943.0	2843.0	3248.0

Эх үүсвэр: ОХУ-ын Газрын кадастарын алба, 2017.

Дээрх хүснэгтээс харахад, ОХУ-ын жимс, жимсгэний тариалсан талбайн хэмжээ төдийлөн нэмэгдээгүй ч хураасан ургаж тасралтгүй нэмэгджээ. Жимс, жимсгэний үйлдвэрлэлд өрхийн аж ахуй эрхлэгчид онцгой байр суурь эзэлж нийт үйлдвэрлэлийн 75.8 хувийг эзэлдэг.

ОХУ-ын 1990 оноос эхлэн ОХУ-ын хойд хэсэг болох Европын нутаг дэвсгэртэй хиллэдэг бүс нутаг нь эрчимтэй хөгжиж буй бүс гэж үнэлэгддэг бөгөөд жимс жимсгэний аж ахуй болон биологийн нөөцөөрөө тэргүүлдэг. ОХУ-ын хойд хэсгийн Европын нутагтай хиллэдэг газруудад жимс жимсгэнэ үйлдвэрлэгчдийн хоршоолол байгуулан хамтран ажиллаж байна. Чацарганы тариалалт, зэрлэг жимсний хураалт эрхлэгчдийн хоршоолол нь алдагдлаас зайлсхийхийн тулд тодорхой хэмжээний нөөц үүсгэдэг.

Зураг 5. ОХУ-ын чацарганы тархалт



Зурагт ОХУ-ын чацарганы бүс нутгийн байршлыг харуулсан бөгөөд чацарганы 60 гаруй сорт ургадаг байна.

ОХУ-ын чацарганы хамгийн том тариалалт Барнаулын нутагт байрладаг. Тус бүс нутгийн 3 мянга гаруй га талбай бүхий чацарганы тариалалт нь Бийский дэх амин

дэмийн үйлдвэр, Улаан Үдийн спиртийн агууламжгүй ундааны үйлдвэрлэлийн түүхий эд болдог.

ОХУ-ын чацарганы нэмүү өртгийн сүлжээг дараах зургаар харуулав.

Зураг 6. ОХУ-ын чацарганы өртгийн сүлжээ



Эх үүсвэр: http://library.vscs.ac.ru/Files/books/1459500298rynok_plodovojagodnoj_produkcii.pdf

ОХУ чацарганыг боловсруулалт хийхгүйгээр хөлдөөсөн хэлбэрээр экспортлохоос гадна эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж дотоодын зах зээлд болон гадаад зах зээлд нийлүүлж байна. Түүхий эдийн бэлтгэн нийлүүлэлтийн тогтолцоонд бэлтгэн нийлүүлэх байгууллага, дундын зуучлагч чухал үүрэгтэй. Харин чацаргана тариалдаг аж ахуйн нэгжүүд боловсруулах үйлдвэрт шууд нийлүүлдэг тогтолцоотой байна. Жимс боловсруулах стандартыг 1976 онд батлагдсан ч өнөөг хүртэл мөрдөж ирсэн. ОХУ-ын дотоодын зах зээлд 1 ш чацарганы суулгац 30.0 мянган төгрөгөөр борлуулагддаг.

Чацарганы боловсруулалт. ОХУ-ын жимс, жимсгэний боловсруулалтын өнөөгийн байдлыг дараах хүснэгтээр харуулав.

Хүснэгт 6. Жимс жимсгэний боловсруулалт

Зах зээлд эзлэх хувь	Зах зээлийн төрөл					
	Дэлхий		ОХУ		Бүс нутгийн	
	2012 он	Төлөвлөлт 2020 он	2012 он	Төлөвлөлт 2020 он	2012 он	2020 он
Хөлдөөсөн жимс, ногоо, мөөг %	1,5	2,2	9	14	73	91
Жимсний шүүс болон нухаш %	3	5	53	71	62	89
Ногооны шүүс болон нухаш %	0	1	0	11	0	24

Дээрх хүснэгтээс харахад, ОХУ 2020 онд дэлхийн хөлдөөсөн жимсний 2.2 хувийг, жимсний шүүс болон нухашны 5.0 хувийг, ногооны шүүс болон нухашны 1.0 хувийг нийлүүлэхээр зорин ажиллаж байна.

ОХУ-д чацарганы анхан шатны дараах боловсруулалтыг хийж байна. Үүнд:

- Хөлдөөлт хийх;
- Жимсний чанамал, жем, чихэр хийх;
- Шүүс хийх;
- Тос гаргаж авах;
- Хатаах гэх мэтээр боловсруулдаг.

Чацарганыг ангилж угаасны дараа анхан шатны боловсруулалт хийж сок үйлдвэрлэхэд 30-65 хувийн гарцтай, нухаш хийхэд 20-50 хувийн гарцтай байдаг.

Хүснэгт 7. Жимс, жимсгэний бүтээгдэхүүний зах зээлийн төрөл ба бүтээгдэхүүний нэр төрөл

Зах зээлийн төрөл	Үндсэн шинж	Бүтээгдэхүүний төрөл
Жимс, жимсгэний бүтээгдэхүүний зах зээл	<ul style="list-style-type: none"> • Экологийн цэвэр чанараа хадгалсан • Бүхлээрээ жимс • Гадны ямарч хольцгүй 	Шинэ жимс
		Хатаасан жимс
		Хөлдөөсөн жимс
Боловсруулалт хийсэн жимс, жимсгэний бүтээгдэхүүний зах зээл	<ul style="list-style-type: none"> • Цэвэр чанараа хадгалсан • Бүхлээрээ болон хуваасан үр жимс • Гадна талаараа хольцтой 	Чанамал
		Компот
Гүн боловсруулалт хийсэн жимс, жимсгэний бүтээгдэхүүний зах зээл	<ul style="list-style-type: none"> • Экологийн цэвэр чанараа хадгалсан бүтээгдэхүүн • Үр жимс сайн нунтаглагдсан • Гадна талаараа хольцтой 	Цэвэр шүүс
		Цэвэр нухаш
Жимс, жимсгэнэтэй хосолсон бүтээгдэхүүний зах зээл	<ul style="list-style-type: none"> • Үр жимсийг маш сайн нунтагласан • Их хэмжээний хольцтой 	Шүүс, өтгөрүүлсэн шүүс, архи, дарс ба ундаа
		Холимог-нухаш

		Жимс-сүүн холимог (иогурт болон бусад)
		Жимс-самар-сүүн (Холимог)

ОХУ-ын чацаргана боловсруулдаг компаниудын хувьд, түүхий эдийн үнэ нэмэгдэх, тоног төхөөрөмжийн хангамж дутагдалтай, эрдэм шинжилгээний байгууллагууд болон борлуулагчтай холбоо хамаарал сул, дэд бүтэц сул хөгжсөн зэрэг дутагдалтай талууд байна.

Газарзүйн хувьд, боловсруулах үйлдвэрүүд түүхий эдэд ойр байх зарчимд суурилж бөөгнөрөх байрлалтай бөгөөд үйлдвэрлэлийн хүчин зүйлс хангалттай. Тухайлбал, орон нутагт хэрэгцээт нөөцтэй, хүний нөөц бүрдсэн, байгалийн баялаг их, шинжлэх ухаан технологи, инновацийн потенциалтай. Чацарганы салбар нь материалын, хөдөлмөрийн, санхүүгийн нөөцүүд улирлын шинж чанартай үйл ажиллагаатай уялдсан байх шаардлагатай болдог.

ОХУ-д чацарганы тос гарган авах машиныг Германы технологээр Томск хотноо хийсэн. "Сава" компани Үрнээс нь шүүс, тос гаргаж аваад түүгээрээ гоо сайхны бүтээгдэхүүн хийж байна.

Олон улсын зах зээл дээр чацарганы эрэлт сүүлийн жилүүдэд нэмэгдсэнтэй холбоотойгоор сүүлийн таван жилд өнөөгийн үнээр 1 сая ам.доллар буюу 40 хувиар чацарганы зах зээл өргөжсөн. 2017 онд чацарганаар 17 сая ам.долларын бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэсэн байна.

ОХУ-д чацарганыг хөлдөөхдөө IQF (individual quick freezing) – технологи ашигладаг.

Хүснэгт 8. ОХУ-ын хөлдөөсөн жимсний үйлдвэрлэлийн хэмжээ ба ажилчдын тоо

Үзүүлэлтүүд	2012 оны тоон үзүүлэлт	2020 он төлөвлөлт
Хөлдөөсөн жимсний үйлдвэрлэлийн хэмжээ \тонн\	39000	94200
Орон тооны ажилчдын тоо	210	580
Цагийн ажилчдын тоо	1700	4000

ОХУ-д чацарганы зах зээлд хөлдөөсөн жимс багагүй хувийг эзлэх бөгөөд 2020 онд 94.2 тонн-д хүргэх зорилт тавин ажиллаж байна.

Чацарганы борлуулалт, худалдаа. ОХУ-д чацарганы бүтээгдэхүүн томоохон хүнсний зах, дэлгүүрүүдэд борлуулагдаж байна. ОХУ-ын жимс жимсгэний зах зээлийн тэргүүлэх худалдааны төвүүд:

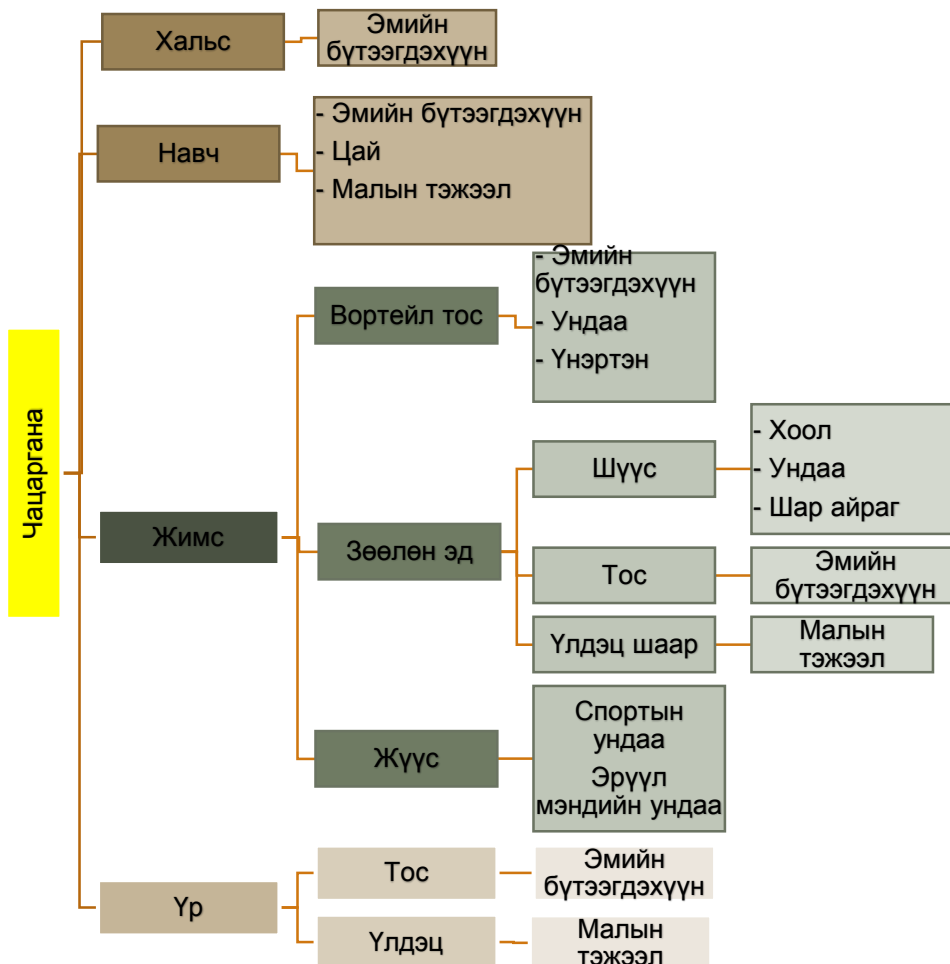
- Магнит
- X5 Retail Group (“Пятерочка”, “Перекресток”, “Карусель”)
- Ашан
- Группа “Дикси”
- Metro Cash & Carry
- Лента
- О’кей
- Тюмень “Монетка”
- Красная цена
- Катран
- Тамара

Өндөр хөгжилтэй Барууны болон Азийн бар улсуудтай адил цахим худалдааны суваг чацарганы салбарын хувьд төдийлөн хөгжөөгүй бөгөөд борлуулалт нь хүнсний зах зээл, дэлгүүрт түшиглэн явагдаж байна.

Чацарганы хэрэглээ. ОХУ-ын Эрүүл мэндийн яамны зөвлөмж хэмжээгээр, хүн жилд 100 кг жимс идэх ёстой бол үүний 25 хувийг хангах бүтээгдэхүүнийг дотоодын зах зээлдээ үйлдвэрлэдэг.

Чацарганы хальс, навч, жимс, үрийг ялгаж төрөл бүрийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж байна. Тухайлбал, чацарганы хальсаар эмийн бүтээгдэхүүн; навчаар эмийн бүтээгдэхүүн, цай, үлдэцээр нь малын тэжээл; жимснээс вортейлын тосоор эмийн бүтээгдэхүүн, ундаа, үнэртэнг үйлдвэрлэж зөөлөн эдээр нь шүүс, тос, үлдэц шаараар нь малын тэжээл үйлдвэрлэж байна. Харин үрийг нь ялгаж тос хийж, харин үлдэцээр нь малын тэжээл үйлдвэрлэдэг. ОХУ дахь чацарганы хэрэглээний зориулалтыг дараах зургаар харуулав.

Зураг 7. ОХУ-ын чацарганы хэрэглээний зориулалт



ОХУ-ын эмийн үйлдвэрлэлд жилд 200 тонн фармакопейн масло хэрэгтэй боловч 40-45 хувийг дотоодын чацарганы салбараас нийлүүлж чаддаг бөгөөд энэхүү үйлдвэрлэлийг зөвхөн Бийский дэх үйлдвэр л явуулдаг. Мөн технологийн шинэчлэл муу учир хурааж авсан чацарганаа 100 хувь ашиглаж чаддаггүй.

ОХУ-ын чацарганы гадаад худалдаа. Монгол-Орос-Хятадын Гаалийн байгууллагын гурван талт ажлын хэсгийн II хуралдааныг 2017 онд зохион байгуулсан. “Монгол Улсын Гаалийн ерөнхий газар, ОХУ-ын Гаалийн алба болон БНХАУ-ын Гаалийн ерөнхий газрын ажлын хэсгийн дүрэм”-ийн төслийг эцэслэн зөвшилцөж, гарын үсэг зурах процедурыг тохирч, “Зарим нэр төрлийн бараанд хийсэн гаалийн хяналтын үр дүнг харилцан хүлээн зөвшөөрөх тухай Монгол Улсын Гаалийн ерөнхий газар, ОХУ-ын Гаалийн алба болон БНХАУ-ын Гаалийн ерөнхий газар хоорондын Хэлэлцээр”-ийг хэрэгжүүлэхээр тохирсон.

ОХУ нь нийт 400 гаалийн газартай бөгөөд автомашины 161, төмөр замын 60, агаарын тээврийн 80, далайн тээврийн 76, нуурын 2, явган хүний 2, холимог 10 боомттой.

ОХУ-д чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлоход шаардагдах гаалийн баримт:

- Гадаад худалдаа эрхлэх хэлэлцээр (гэрээ)
- Мөнгө шилжүүлсэн баримт
- Тээвэрлэлтийн хуудас
- Баглаа боодлын жагсаалт
- Ачааны манифест
- Тарифын хязгаарлалтанд байгаа бүтээгдэхүүнд шаардлагатай Зөвшөөрөл, лиценц, сертификат
- Татвараас хөнгөлөх баримт бичиг
- Гаалийн үнэ тогтоолтыг батлах баримт
- Барааны гарал үүслийн сертификат
- Тээврийн хэрэгслийн сертификат
- Даатгал

ОХУ-д чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлох код нь 0811909500 бөгөөд импортын татвар 8% байдаг байна.

Чацарганы салбар дахь төрийн дэмжлэг. Хүнсний үйлдвэрлэлийн үр ашгийг дээшлүүлэх үүднээс ОХУ-ын Хөдөө аж ахуйн яамнаас “2020 он хүртэлх хүнсний үйлдвэрлэлийн хөгжлийн стратеги төлөвлөгөө” боловсруулан баталсан. Үндсэн зорилго нь:

- Үйлдвэрлэлийг шинэчилж, хүчин чадлыг нэмэгдүүлэх
- Хүнсний үйлдвэрлэлийн бүтээгдэхүүний зах зээлийн дэд бүтэц, логистикийг сайжруулах
- Бүтээгдэхүүний өрсөлдөх чадварыг дээшлүүлэх

ОХУ-ын чацарганы салбар нь кластераар хөгжиж байгаа бөгөөд дараах зургаар харуулав.

Зураг 8. Чацарганы салбарын кластерийн зураглал



Эх үүсвэр: http://library.vscs.ac.ru/Files/books/1459500298rynok_plodovojagodnoj_produkcii.pdf

ОХУ-ын чацарганы боловсруулалт, эрдэм шинжилгээ, судалгаа, бөөний болон жижиглэнгийн худалдаа нь үйлдвэрлэлд, түүхий эдийн нөөцөд ойр байх зарчимд суурилсан бөгөөд Алтай мужид гол цөм нь оршиж байна.

ОХУ-ын чацарганы салбарт төрөөс үзүүлж буй дэмжлэг нь хууль, эрх зүйн таатай нөхцлөөр хангах, зөвлөх үйлчилгээгээр дэмжих, мэдээллээр хангах, тоног, төхөөрөмж болон бусад үйлдвэрлэлийн хэрэгслийн хангамжийн дэмжлэг үзүүлэх, жимсний хадгалалт болон боловсруулалтанд туслалцаа үзүүлэх, хөнгөлөлттэй зээл олгох зэргээр хэрэгжиж байна.

Зураг 9. ОХУ-ын чацарганы салбарт төрөөс үзүүлж буй дэмжлэг



Эх үүсвэр: http://library.vscs.ac.ru/Files/books/1459500298rynok_plodovojagodnoj_produkcii.pdf

ОХУ-ын чацарганы гол бүс нутаг болох Алтайн хязгаарын хувьд 2017 оны байдлаар жимс, жимсгэний салбарт зориулан дараах татаасуудыг төрөөс олгосон байна.

Хүснэгт 9. Алтайн хязгаарт үзүүлж буй дэмжлэгийн төрөл, 2017 оноор

Татаасын төрөл	Төрөөс олгож буй татаас /рублээр/
Олон наст үр жимс жимсгэний бут худалдан авах, жимс жимсгэнэ, усан үзмийн талбай нэмэх \ га тутамд\	5 000
Олон наст жимс жимсгэний суулгацын арчилгаа \ га тутамд\	1 000
30-аас дээш жил тариалалт хийгдсэн талбайн хөрс сайжруулах \ га тутамд\	5 000

Эх үүсвэр: <http://www.doc22.ru/information/2009-04-08-03-31-19/644-2009-09-07-04-18>

ОХУ-ын Алтайн хязгаар нутагт чацарганы тариалалтад чиглэсэн татаас, дэмжлэгийг үзүүлж үйлдвэрлэлийг нэмэгдүүлэх бодлого баримталж байна. Мөн зөвхөн тариалах талбайг нэмэгдүүлэхээс гадна га-ын ургацыг нэмэгдүүлэх, суулгацын арчилгаанд чиглэсэн дэмжлэгүүдийг үзүүлдэг. Жил бүр 2000 орчим тонн чацарганыг Алтайн хязгаараас түүдэг бөгөөд нийт жимсний ургацын 80 хувийг эзэлдэг. Алтайн хязгаарийн эрдэм шинжилгээний хүрээлэнд 45 төрлийн сорт бий болгосон бөгөөд үүнтэй ижил төстэй чанар бүхий селекц байхгүй гэж өөрсдөө үздэг.

ДҮГНЭЛТ

БНХАУ, ОХУ-ын аль алинд нь чацарганы хэрэглээ өндөр бөгөөд өөрийн нутагт тариалж буй чацарганы давуу талыг товойлгон сурталчлах судалгаа, шинжилгээний ажил ч эрчимтэй хийгддэг.

БНХАУ-д онлайн худалдан авалт борлуулалтын сувагт чухал байр суурь эзлэх бол ОХУ-д хүнсний зах, дэлгүүрээр борлуулагдаж байна. Чацарганаар ундаа, жүүснээс гадна эмчилгээний болон хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх хандлага нэмэгдсэн.

БНХАУ, ОХУ нь чацарганаар эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж дэлхийн зах зээлд эзлэх байр сууриа нэмэгдүүлэхэд чиглэсэн зорилтуудыг дэвшүүлсэн. Чацарганы нөөц бүхий БНХАУ, ОХУ-д тариалалт, үйлдвэрлэлийн хэмжээг нэмэгдүүлэхэд чиглэсэн дэмжлэг туслалцааг үзүүлдэг. Ингэхдээ БНХАУ-д тариаланч, боловсруулах үйлдвэрийнхэнд хөнгөлөлттэй зээл олгох, чацарганы модны ургалтын байдлаас хамаарсан ялгаатай татаас олго, ОХУ-ын хувьд хөнгөлөлттэй зээл, буцалтгүй тусламж, тоног, төхөөрөмжийн тусламж дэмжлэгийг олгодог байна.

ХОЁРДУГААР БҮЛЭГ. МОНГОЛ УЛСЫН ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ЭКСПОРТ, НӨЛӨӨЛӨХ ХҮЧИН ЗҮЙЛСИЙН СУДАЛГАА

2.1. ЧАЦАРГАНЫ ИМПОРТ, ЭКСПОРТЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ

ХХААХҮЯ болон “Монголын чацаргана тариалагч, үйлдвэрлэгчдийн үндэсний холбоо” (МЧТҮҮХ) ТББ-ын судалгаагаар 2018 оны байдлаар жимс, жимсгэний нийт талбайн 92.6% буюу 5875.3 га талбайг чацарганы талбай эзэлдэг.

Доктор Ж.Чулуунбаатарын судалгаагаар, чацарганы үйлдвэрлэлийн механикжилтын түвшин нь 30% орчим бөгөөд жимст цэцэрлэгийн 85%-ийг эзэмшигч өрхийн үйлдвэрлэл гар ажиллагаанд суурилсан байдаг байна. Жимст цэцэрлэгийг сэргээх зорилгоор “Ногоон хувьсгал” үндэсний хөтөлбөрөөс 2002-2003 онд чацаргана, үхэр нүдний 203.1 мянган ширхэг суулгацыг 4020 айл өрхөд үнэ төлбөргүй олгосон бол “Чацаргана” үндэсний хөтөлбөрөөс 2010 онд 206 мянган ширхэг, 2011-2016 онд 2500 мянган ширхэг чацарганы суулгацыг 624 иргэн, аж ахуйн нэгжид 5 жилийн хугацаатай зээлээр олгож тариулжээ. Өнөөгийн байдлаар 180.0 гаруй мянган өрх чацаргана, үхэр нүд 2.3 сая ширхэг суулгац тариалж байна.

Чацаргана тариалдаг томоохон компаниудад “Хархорин” компани (500 га), “Поливет”, “Хаан жимс”, “Товхон жимс”, “Ингэт чацаргана” багтах бөгөөд Улаангом орчимд жижиг аж ахуйнууд нийтдээ 500 орчим га газарт тариалалт хийдэг.

Хүн амын жимс, жимсгэний физиологийн жилийн хэрэгцээнд дотоодын үйлдвэрлэлийн эзлэх хувийн жингээр Увс аймаг тэргүүлж /17%/, Өвөрхангай удаалж /8%/, Сэлэнгэ дагалдаж /5.24%/, улсын дундаж 1.38% байна¹².

Жимс, жимсгэний цэвэр сортын суулгац үржүүлгээр мэргэшин төрөлжсөн байгууллага, аж ахуйн нэгж цөөхөн (Дарханы Ургамал газар тариалангийн хүрээлэн, түүний Улаангом дахь салбар, “Хархорин” ХХК), тэдгээрт чацаргана жимсгэний суулгац үржүүлдэг. Суулгац бэлтгэхэд мөчир, найлзуур авах эх цэцэрлэг, ногоон мөчир ургуулах хүлэмж, мананжуулан услах төхөөрөмж, суулгац бойжуулгын газар зэрэг ихээхэн хөрөнгө оруулалт, цаг хугацаа /3-4 жил/, нарийн мэргэжил шаардах тул суулгацын өртөг өндөр болоход нөлөөлдөг.

Чацарганы импорт

Монгол Улсын чацарганы импортын хэмжээ болон өсөлтийн хувь, импортлосон улс орнуудаар 2014-2018 оны байдлаар дараах хүснэгтээр харуулав.

Хүснэгт 10. Монгол улсын чацарганы импортын хэмжээ \улс орноор, 2014-2018 \

Он	Импортын хэмжээ		Өсөлтийн хувь		БНХАУ-ын нийт импортод эзлэх хувийн жин	ОХУ-ын нийт импортод эзлэх хувийн жин
	Тоо хэмжээ, кг	Үнийн дүн ам.доллар	Тоо хэмжээ, кг	Үнийн дүн ам.доллар		
2014	155,400.4	106,820.3			19.8	80.2
2015	197,282.0	129,063.0	127.0	120.8		
2016	162,995.0	95,921.2	82.6	74.3	46.4	53.6
2017	34,455.5	30,143.1	21.1	31.4	-	100.0
2018	243,029.0	121,804.4	705.3	404.1	100.0	-

Эх үүсвэр: Статистикийн ерөнхий газар, 2019.

¹² НҮБ-ын ХХААБ, “Үндэсний хэмжээний нэмүү өртгийн сүлжээний судалгаа”-ны тайлан, 2019.

Импортлосон чацарганы барааны нэр нь “чацаргана”, “чацаргана, хөлдөөсөн”, “чацаргана, нөөшилсөн” гэсэн ангилалтай байна. БНХАУ-аас “чацаргана”, ОХУ-аас “чацаргана, хөлдөөсөн”, “чацаргана, нөөшилсөн” импорложээ. Дээрх хүснэгтээс харахад, 2018 оны байдлаар чацарганы импортод 121.8 мянган ам.доллар зарцуулж 243.1 тонн чацаргана импортложээ. 2018 онд чацарганы импорт тоо хэмжээний хувьд 7 дахин өссөн бөгөөд 100 хувь БНХАУ-аас импортлосон байна. Иймд чацаргана импортлосон компаниуд, импортын хэмжээг дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 11. Чацаргана импортлогч компаниуд, 2018 оноор

Он	Нэр	Улс	Барааны нэр	Хэмжих нэгж	Тоо хэмжээ	Үнийн дүн ам. доллар
2018	Хөвсгөлмөнх сүлд ХХК	БНХАУ	Чацаргана	кг	66,440.0	40,545.0
2018	Живэртийн оргил ХХК	БНХАУ	Чацаргана	кг	90,216.0	46,104.4
2018	Төгс шимт оргил ХХК	БНХАУ	Чацаргана	кг	15,060.0	7,500.0
2018	Хөвсгөлэко шим ХХК	БНХАУ	Чацаргана	кг	32,210.0	16,000.0
2018	Цацын овоо ХХК	БНХАУ	Чацаргана	кг	38,100.0	18,695.0
2018	Төгс шимт оргил ХХК	БНХАУ	Чацаргана	кг	1,003.0	495.0
НИЙТ					243,029.0	129,339.4

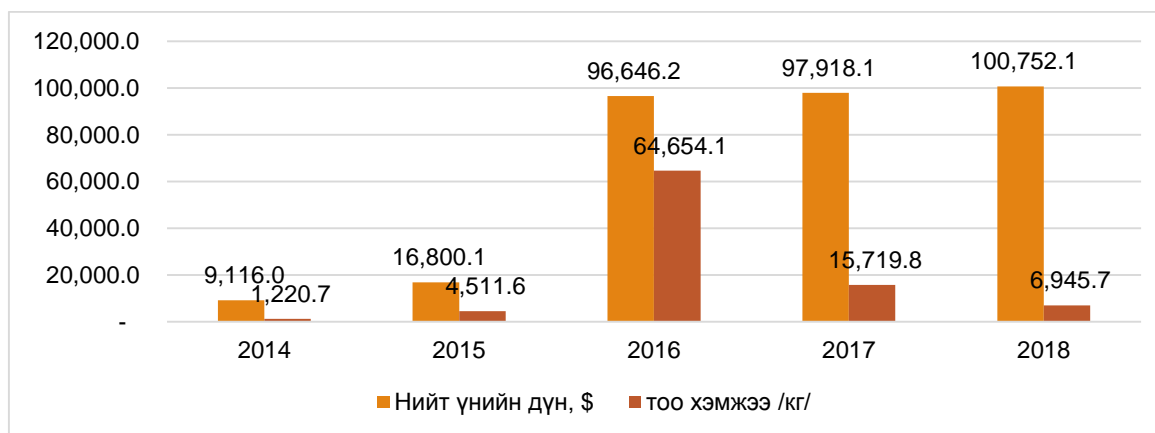
Эх үүсвэр: Статистикийн ерөнхий газрын мэдээллийн сангаас авч нэгтгэв. 2019.

Чацарганы импортын статистик мэдээнээс харахад, боловсруулах үйлдвэрүүд үйлдвэрлэлийн зориулалтаар түүхий чацарганыг БНХАУ-аас импортложээ. 2018 онд импортлосон чацарганы 37.1 хувийг буюу 90.2 тонныг “Живэртийн оргил” ХХК, 27.3 хувийг буюу 66.4 тонныг “Хөвсгөлмөнх сүлд” ХХК импортлосон байна.

Чацарганы бүтээгдэхүүний экспорт

Чацарганы нэмүү өртөг шингэсэн эцсийн хэрэглээнд зориулсан бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл нь шүүсээр хязгаарлагдаж байна. Харин “Хаан жимс”, “Живэртийн Оргил” ХХК зэрэг үйлдвэрүүд экспортод чиглэсэн чацарганы тос, охь зэрэг бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэж бага хэмжээний экспортложээ. Монгол улсын чацарганы бүтээгдэхүүний экспортын үнийн дүн ба тоо хэмжээг 2014-2018 оны байдлаар гаргав. (Хавсралт 2.1.1)

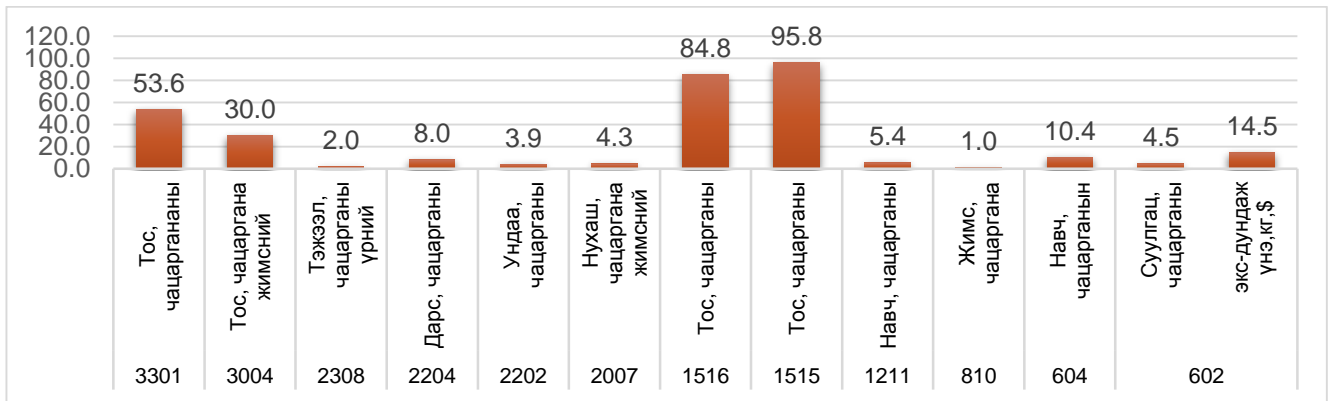
Зураг 10. Чацарганы экспортын тоо хэмжээ, үнийн дүн /2014-2018/



Эх үүсвэр: Гаалийн ерөнхий газар, Статистик, судалгааны хэлтэс, 2019.

Чацарганы бүтээгдэхүүний экспорт тоо хэмжээний хувьд ч үнийн дүнгийн хувьд ч сүүлийн 5 жилд өсчээ. Харин үнийн дүнгийн хэмжээ сүүлийн 3 жилд огцом өсч тоо хэмжээ буурсан байгаа нь гадаад зах зээлд илүү өндөр үнэтэй бүтээгдэхүүнийг экспортолж эхэлжээ гэж үзэж болохоор байна. Тухайлбал, 2018 онд 6.9 тонн бүтээгдэхүүнийг 100.8 мянган ам.доллараар борлуулжээ.

Зураг 11. Чацарганы бүтээгдэхүүний экспортын дундаж үнэ, ам.доллар



Эх үүсвэр: Гаалийн ерөнхий газар, Статистик, судалгааны хэлтэс, 2019.

Нэгж бүтээгдэхүүний дундаж үнэ 2014 онд 7.5 ам.доллар байсан бол 2018 онд 14.5 ам.доллар болж 2 дахин өссөн үзүүлэлттэй байна. Экспортолж буй бүтээгдэхүүнүүдээс хамгийн өндөр үнэтэй нь HS1515 кодтой чацарганы тос 95.8 ам.доллар байгаа бол жимсээр нь экспортлосон чацаргана хамгийн хямд буюу 1.0 ам.долларын үнэтэй байжээ.

Гаалийн ерөнхий газрын Статистикийн газраас экспортлосон чацарганы бүтээгдэхүүний нэр төрөл, код, экспорт хийсэн улс орон болон экспортлосон байгууллага, аж ахуйн нэгжийн нэр, тоо хэмжээ, нэгжийн үнийг дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 12. Экспортлосон чацарганы бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ, нэгжийн дундаж үнэ, улс орноор

Код	Бүтээгдэхүүний нэр	Бүтээгдэхүүний нэршил	Төрөл	Экспортлогч орон	Дундаж үнэ, USD	Тоо хэмжээ	Экспортлогч компани
3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil	100% цэвэр чацаргана: 1ширхэг*6л	Тайвань	53.6	47.1	Живэртийн Оргил ХХК 2017 онд, БНСУ руу 2018 онд дээж, Гарааны дерма ХХК
3004	Тос, чацаргана жимсний	Sea Buckthorn Seed Oil	өтгөн, чацаргана жимсний үрнээс гаргаж авсан:0.573 кг	БНСУ	30	1.08	БОЖСС косметик ХХК
2308	Тэжээл, чацарганы үрний	Sea Buckthorn seed forage, 10kg	хуурай нунтаг, савалгаа-10кг, чацарганы үрийг хатааж нунтагласан, малын тэжээлийн	Тайвань	2	10	2018 онд Хаан жимс Эс Би Ти ХХК
2204	Дарс, чацарганы	Sea Buckthorn Fruit Wine	хатуулагтай 11%, 750мл, 1хайцаг*12шил тэй	Япон	8	180.00	2017 онд Цэсхайрхан ХХК
2202	Ундаа, чацарганы	Sea buckthorn Condensed Juice / with sugar /, 480ml, 9.6L	шингэн, хэмжээ-480мл* 20ш, сахартай, хүнсний	БНСУ, Япон, БНХАУ, АНУ, Канад, Филиппин, ХБНГУ	3.9	4703.4	2018 оны экспортын дүн, Савлагаа янз бүр, дунджаар 1 хайрцагт 6 ш

2007	Нухаш, чацаргана жимсний	Sea buckturn puree, Өглөөний мэнд	гялгар ууттай, хэмжээ: 86,3гр, арилжааны	Тайвань	4.3	14.50	2018 онд Хаан жимс Эс Би Ти ХХК
1516	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil /Bagro/	савлагаа: 100мл, савтай жин-134гр, үзэсгэлэн худалдааны	БНХАУ	84.8	285.02	2017 онд МҮХАҮТ
1515	Тос, чацарганы	Sea buckthorn pulp Oil, 15 L* 22, MNS 0664:2015	шингэн, савалгаа-15л* 22 уут, 100%-цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	Тайвань ХБНГУ АНУ, БНХАУ Хонгконг БНСУ Япон	95.8	1653.0	192ширхэг, 1ш*50мл, худалдааны зориулалтаар нэг бүрийг 205\$ Япон улс руу экспортлосон.
1211	Навч, чацарганы	Hippophae rhamnoides folia	нунтаглаж хатаасан, судалгаа шинжилгээний дээжинд	Белорусь	5.36	0.26	2018онд Хими технологийн хүрээлэн
810	Жимс, чацаргана	Frozen sea buckthorn sample	Хэмжээ: 1хайрцаг*15кг, хөлдүү, хольцгүй, дээжинд	БНСУ	1	15	2016 онд Голденлийф ХХК
604	Навч, чацарганы	Sea buckthorn leaf powder 90gr /1bag/	нунтаг, 1уут*90гр, шинжилгээний дээжинд	Япон	10.37	0.09	2015 онд Сиберрифарм продактс ХХК
602	Суулгац, чацарганы	Seabuckthorn trees	суулгац, чацарганы жисний, өндөр:70-160см	БНСУ	4.5	2500	2014 онд Канад, 2017 онд Парадокс ХХК БНСУ-д

Эх үүсвэр: Гаалийн ерөнхий газар, мэдээллийн сангаас авч нэгтгэв, 2019.

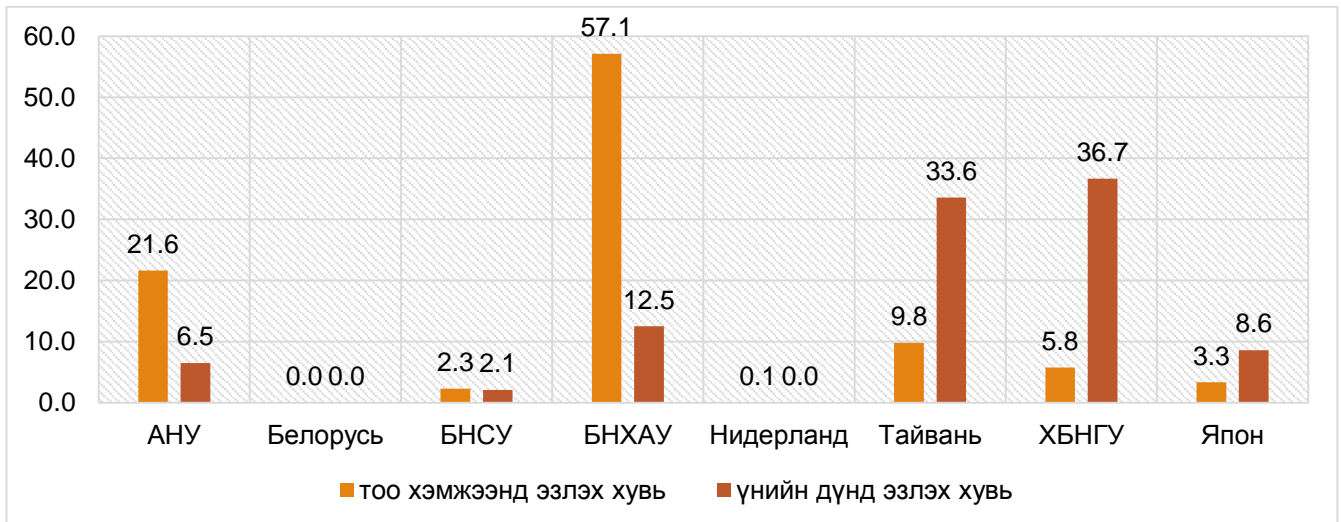
Чацарганы бүтээгдэхүүний экспортоос харахад, гаалийн ангилалын кодоор чацарганы 12 нэр төрлийн бүтээгдэхүүнийг экспортлосон байна. Чацарганы навчийг Беларусь, Япон улс руу зөвхөн судалгааны дээжинд зориулан экспортложээ. Чацарганы навч, суулгац, дарс, малын тэжээлийг эс тооцвол үлдсэн экспортын бүтээгдэхүүн нь чацарганы тос, шүүс байна. Чацарганы шүүсийг ихэвчлэн БНХАУ төмөр замын тээврээр тээвэрлэж бусад улс орон руу агаарын тээврийг ашигладаг. Чацарганы бүтээгдэхүүний экспортод агаарын тээвэр чухал үүрэгтэй байна.

Чацарганы шүүсний нэгжийн дундаж үнэ 3.9 ам. доллар байгаа бол чацарганы тосны хамгийн өндөр үнэ нь гаалийн ангилалын 1515 код бүхий 1ш*50мл савалгаатай чацарганы түсыг нэг бүрийг 205\$ Япон улс руу экспортлосон. Харин гаалийн ангилалын 3004 код бүхий гоо сайхны зориулалтаар чацарганы тос /өтгөн, чацаргана жимсний үрнээс гаргаж авсан, савлагаа: 0.573кг/-ыг нэг бүрийн үнэ 30 ам.доллараар БНСУ руу экспортлосон бөгөөд тоо хэмжээний хувьд өчүүхэн бага 1 кг байна. Эндээс дүгнэхэд, чацарганы бүтээгдэхүүний эцсийн хэрэглээний зориулалтаар экспортолж буй бүтээгдэхүүн нь шүүс л байна.

Чацарганы тос нь хэдийгээр эцсийн хэрэглээнд зориулаагүй, үйлдвэрлэлийн зориулалтаар экспортолж байгаа хэдий ч харьцангуй өндөр үнэтэйгээр гадаад зах зээлд борлуулжээ. Мөн эмчилгээний болон гоо сайхны зориулалтаар экспортлосон бүтээгдэхүүн БНСУ руу экспортлосон 1 кг тосыг эс тооцвол хараахан байхгүй байна. Монгол улсаас экспортлосон чацарганы тос нь хүнсний зориулалтаар л экспортлогджээ.

Монгол улсын чацарганы экспортод улс орнуудын эзлэх хувийн жинг дараах зургаар харуулав.

Зураг 12. Монгол улсын экспортын дүнд улс орнуудын эзлэх хувь \тоо хэмжээ болон үнийн дүнгээр\

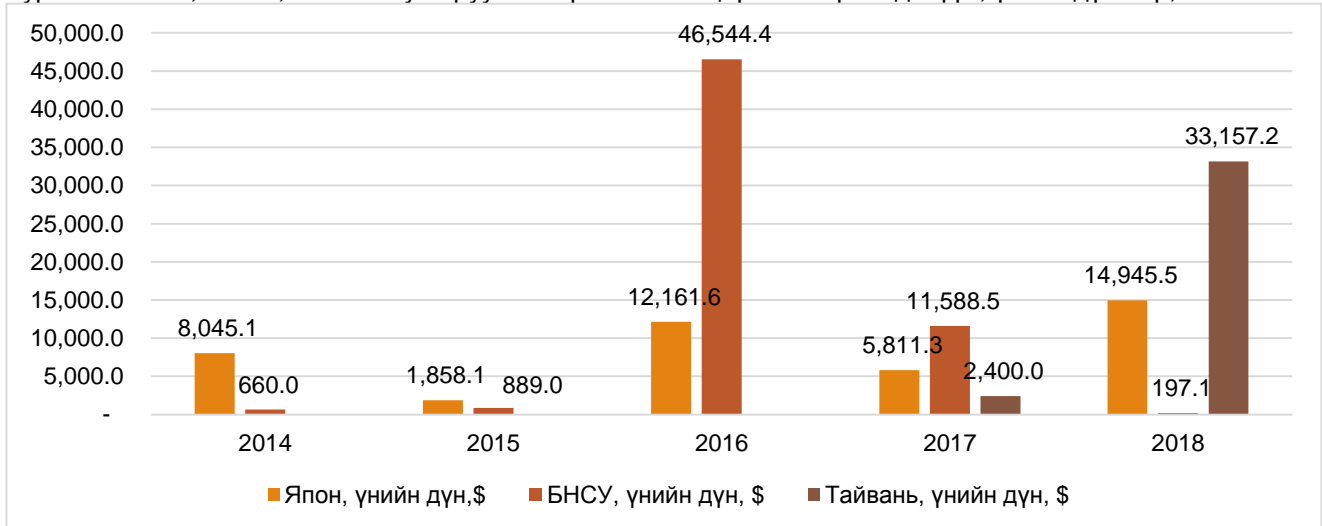


Эх үүсвэр: Гаалийн ерөнхий газар, Статистик, судалгааны хэлтэс, 2019.

Монгол улсын чацарганы нийт экспортын 57.1 хувь буюу талаас илүү хувь нь БНХАУ руу экспортлогдож байгаа боловч экспортын орлогын дөнгөж 12.5 хувийг л бүрдүүлж байна. Энэ нь БНХАУ руу чацарганы бүтээгдэхүүнийг хямд үнээр үнээр экспортолж байгааг илтгэнэ. Харин тоо хэмжээний хувьд нийт экспортын 5.8-9.8 хувийг эзэлж буй Тайвань, ХБНГУ руу экспортлосон бүтээгдэхүүний орлого хоёр улс тус бүрт 33.6-36.7 хувийг эзэлж илүү өндөр үнээр борлуулалт хийгдэж байна.

Монгол улсын чацарганы бүтээгдэхүүний зорилтот зах зээл хэмээн тооцож буй Япон, БНСУ, Тайвань улсуудтай хийсэн экспортын өнөөгийн байдлыг дараах зургаар харуулав.

Зураг 13. Япон, БНСУ, Тайвань улс руу экспортлосон чацарганы бүтээгдэхүүн, үнийн дүнгээр, 2014-2018

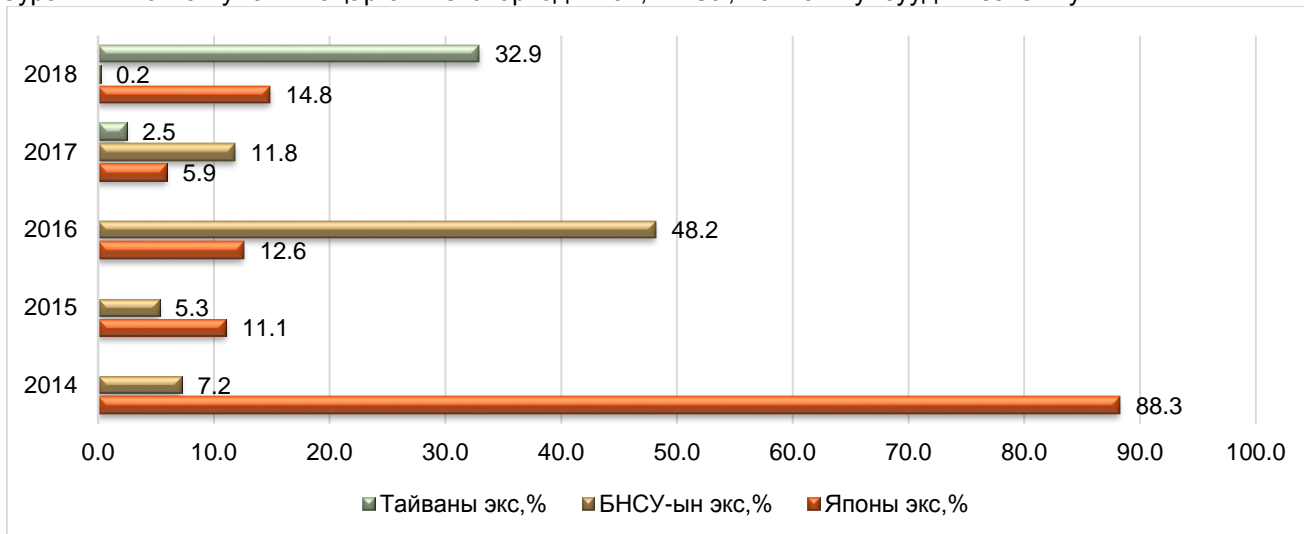


Эх үүсвэр: Гаалийн ерөнхий газар, мэдээллийн сангаас авч нэгтгэв, 2019.

Япон улс руу экспортлосон чацарганы бүтээгдэхүүний экспортын динамик сүүлийн 5 жилд өсч 2018 оны байдлаар 14.9 мянган ам.долларт хүрчээ. БНСУ руу экспортлосон чацарганы бүтээгдэхүүний үнийн дүн 2016 онд 46.5 мянган ам.долларт хүрч байсан ч 2018 онд 197.1 ам.доллар болтлоо буурсан нь тухайн зах зээлд тогтвортой нийлүүлэх сүлжээг бүрдүүлж чадаагүй байгааг илтгэнэ. Тайвань улс руу сүүлийн 2 жилд чацарганы бүтээгдэхүүний экспортыг

хийгээд байгаа бөгөөд 2018 онд 33.2 ам.доллар болж тухайн 3 улсын түвшинд хамгийн их хэмжээний экспорт хийгдсэн улс болж байна. Эдгээр улс орнууд руу хийгдсэн экспорт нь Монгол улсын чацарганы бүтээгдэхүүний экспортод эзэлж буй байр суурийг дараах зургаар харуулав.

Зураг 14. Монгол улсын чацарганы экспортод Япон, БНСУ, Тайвань улсуудын эзлэх хувийн жин



Эх үүсвэр: Гаалийн ерөнхий газар, мэдээллийн сангаас авч нэгтгэв, 2019

2014 оны байдлаар, Монгол улсын чацарганы бүтээгдэхүүний экспортын 88.3 хувийг Япон улс руу экспортолж байсан бол 2018 онд 14.8 хувь болж буурчээ. БНСУ руу экспортлосон бүтээгдэхүүн нийт чацарганы бүтээгдэхүүний экспортын 7.2 хувийг эзэлж байсан ба 2018 онд 0.2 хувь болж буурсан нь тухайн зах зээлд нэвтрэх сувгийг огт бүрдүүлж чадаагүй байна гэж дүгнэж болохоор байна. Харин Тайвань улс руу нийт чацарганы экспортын 32.9 хувь нь экспортлогджээ. Япон, БНСУ, Тайвань улс руу экспортлосон экспортын хэмжээ нийт чацарганы бүтээгдэхүүний экспортын 50 орчим хувийг бүрдүүлдэг юм.

Япон улстай байгуулсан “Эдийн засгийн түншлэлийн хэлэлцээр”-ээр Монголын талаас 5700, Японы талаас 9300 орчим төрлийн/ барааны импортын гаалийн татварыг шууд “тэг”-лэх, эсхүл үе шаттайгаар бууруулах замаар тодорхой хугацааны дараа “тэг”-лэх зохицуулалтыг хийсэн байна. Харин цаашид БНСУ, Тайвань улсуудтай чөлөөт худалдааны хэлэлцээр байгуулахаар судалгааны ажил хийгдэж байгаа бөгөөд энэ тохиолдолд тухайн улсуудын чацарганы бүтээгдэхүүний зах зээлийг судлах нь ач холбогдолтой юм.

2.2. ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ЭКСПОРТОД НӨЛӨӨЛӨХ ХҮЧИН ЗҮЙЛСИЙН СУДАЛГАА: САЛБАРЫН БОДЛОГО, ХУУЛЬ ЭРХ ЗҮЙ, ЧАНАР СТАНДАРТ, ТЭЭВЭР ЛОГИСТИК, ИНСТИТУЦИ, ТЕХНОЛОГИ, СУДАЛГАА БА ХӨГЖИЛ, БҮТЭЭГДЭХҮҮН ХӨГЖҮҮЛЭЛТ

Чацарганы боловсруулах үйлдвэрийн хүчин чадал, түүний ашиглалт

Монгол улсад чацаргана боловсруулах том, жижиг 53 үйлдвэр¹³ байгаа бөгөөд тэдгээрийн суурилагдсан хүчин чадал нь 8.6 мянган тонн боловч дунджаар хүчин чадлынхаа 40.9 хувийг л ашиглаж жилд 3.5 мянган тонн бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэдэг¹⁴. Энэхүү суурилагдсан хүчин чадал дээр нэмж жилд 600 тонн чацарганы жимс боловсруулах үйлдвэрийг БНСУ-ын Олон Улсын Байгууллага /KOICA/-ын буцалтгүй тусламжаар байгуулахаар төлөвлөж байна.

¹³ ХХААХҮЯ-ны ХҮБХЗГазар, 2018

¹⁴ ХХААХҮЯ-ны ХҮБХЗГазар, 2018

Хүснэгт 13. Чацарганы боловсруулах үйлдвэрүүдийн хүчин чадал, ашиглалтын түвшин

No	Үйлдвэрүүдийн байршил	Тоо	Бүтээгдэхүүний нэр	Үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн жил/тонн	Хүчин чадал жил/тн	Ашиглалтын хувь
1	Баян-Өлгий	2	Чацарганы бүтээгдэхүүн, шүүс	3.7	37	100
2	Говь-Алтай	3	Чацарганы дарс, тос, шүүс	19.9	400	7.1
3	Дархан-Уул	2	Чацарганы бүтээгдэхүүн, шүүс	3.3	75	5.1
4	Завхан	5	Чацарганы тос, шүүс, ундаа	307	396	71
5	Увс	13	Чацарганы бүтээгдэхүүн, шүүс	1000	1200	97.5
6	Ховд	2	Чацарганы бүтээгдэхүүн, шүүс, тос	4.2	10	50
7	Хөвсгөл	5	Байгалийн зэрлэг жимсний шүүс чанамал	134.6 /56.6/	352	16
8	Улаанбаатар	21	Чацарганы бүтээгдэхүүн, шүүс	2041	5772	50
	НИЙТ ДҮН	53		3513.7	8591	40.9

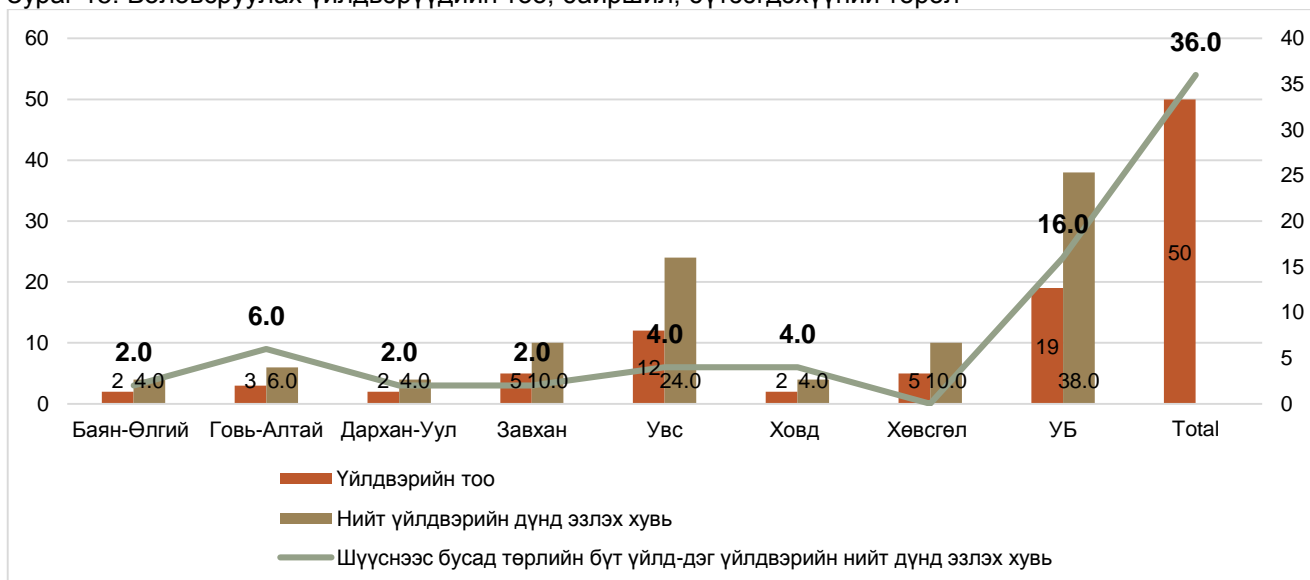
Эх үүсвэр: ХХААХҮЯ-ны ХҮБХЗГазар, 2018.

Чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүдийн байршлыг авч үзвэл, Баян-Өлгий аймагт 2 үйлдвэр, Говь-Алтай аймагт 3 үйлдвэр, Дархан-Уул аймагт 2 үйлдвэр, Завхан аймагт 5 үйлдвэр, Увс аймагт 12 үйлдвэр, Ховд аймагт 2 үйлдвэр, Хөвсгөл аймагт 5 үйлдвэр, УБ хотод 21 үйлдвэр ажилладаг. Нийт чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүдийн 60.4 хувь хөдөө орон нутагт үйл ажиллагаа явуулдаг. Чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүдийн байршил нь нөөцөд ойр байх зарчимд тулгуурласан байна.

Чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүдийн 65.4 хувь нь 50 хүртэл тонн жимс жимсгэнийг жилд боловсруулах хүчин чадалтай, ихэнхдээ жижиг үйлдвэрлэгчид байна. Үйлдвэрүүдийн 17.1 хувь нь 50-100 тонн жимсийг; 17.5 хувь нь 100 ба түүнээс дээш тонн жимсийг жилд боловсруулах хүчин чадалтай байна¹⁵. Хүчин чадлаа бүрэн дайчлан ажиллаж чадахгүй байгаа нь жимсний нөөц буюу тариалалт хангалтгүй байгаатай холбоотой юм. Өөрөөр хэлбэл, чацарганы нөөцийн хэмжээнээс ойролцоогоор 2.4 дахин их хүчин чадал боловсруулах үйлдвэрүүдэд суурилагдсан.

¹⁵ Ж.Чулуунбаатар “Үндэсний хэмжээний нэмүү өртгийн судалгаа хийх” зөвлөх үйлчилгээний тайлан, НҮБ-ын ХХААБ, 2018.

Зураг 15. Боловсруулах үйлдвэрүүдийн тоо, байршил, бүтээгдэхүүний төрөл



Эх үүсвэр: ХХААХҮЯ, ХҮБХЗГ-ын тоо мэдээнд тулгуурлан тооцов. 2018.

Боловсруулах үйлдвэрүүдийн үйлдвэрлэж буй бүтээгдэхүүний нэр төрлийг авч үзвэл, үндсэндээ 100 хувь шүүс үйлдвэрлэдэг гэж хэлж болно. Шүүснээс бусад төрлийн бүтээгдэхүүнийг хослон үйлдвэрлэл нь нийт үйлдвэрлэлийн хэмжээний 36.0 хувь болж байгаа бөгөөд үүнд чацарганы дарс, тос, чанамал, ундаа зэрэг нэр төрлийн бүтээгдэхүүнүүд багтаж байна. Үйлдвэрүүдийн үйлдвэрлэж буй бүтээгдэхүүнүүдийг байршлаар авч үзвэл, Хөвсгөл аймагт үйл ажиллагаа явуулж буй үйлдвэрүүд жимсний чанамал, Говь-Алтай аймагт ажиллаж буй үйлдвэрүүд дарс үйлдвэрлэлээр дагнадаг.

Институци

Чацарганы экспортыг нэмэгдүүлэхэд Монгол улсын гадаад улс орнуудтай болон ДХБ-тай байгуулсан гэрээ, хэлэлцээрийн заалт, нөхцөл, шаардлагууд нь чухал нөлөөтэй.

Аж ахуйн харилцааны асуудлаар гадаад орнуудтай байгуулсан Монгол улсын олон улсын гэрээ, хэлэлцээрүүд нь үндэсний хууль тогтоомжуудын зэрэгцээ, гадаад худалдааны эрх зүйн эх сурвалжийн чухал бүрэлдүүн хэсэг болж байна. Тухайлбал:

- Дэлхийн худалдааны байгууллага (ДХБ)-ын хэлэлцээр, Ази Номхон далай (АНД)-н худалдааны хэлэлцээр зэрэг олон талт гэрээ, конвенциуд
- Япон улстай байгуулсан Иж бүрэн түншлэлийн гэрээ, АНУ-тай байгуулсан Ил тод байдлын гэрээ, гадаад улсуудтай хоёр талаар байгуулсан худалдааны, гаалийн хяналтын, хорио-цээрийн, хөгжлийн тусламжийн зэрэг асуудлаарх гэрээ, хэлэлцээрүүд,
- Хөрөнгө оруулалтыг хөхиүлэн дэмжих, хамгаалах болон Татвар давхардуулан оногдуулахаас зайлсхийх, хөгжлийн тусламж үзүүлэх зэрэг асуудлаар гадаад орнуудтай байгуулсан хэлэлцээрүүд (тэдгээрийн зарим заалт экспорт, импортын харилцаанд хамаардаг тул)

Монгол улс Хөрөнгө оруулалтыг хөхиүлэн дэмжих, харилцан хамгаалах 2 талт хэлэлцээрийг 39 улстай, Давхар татвараас зайлсхийх тухай хэлэлцээр 29 улстай байгуулаад байгаад билээ.

- НҮБ болон бусад олон улсын байгууллагын хүрээнд тогтоосон олон улсын худалдаанд хамаарах конвенциуд нь, жишээ нь ЮНИСИТРАЛ-ын Барааг худалдах, худалдан авах тухай 1980 оны Венийн конвенци, Олон Улсын худалдааны танхимаас 1936 онд гаргасан Олон улсын арилжааны гэрээний нөхцөл (ИНКОТЕРМС: сүүлийн засвар нь 2010) гэх зэрэг баримт бичгүүд нь гадаад худалдааны эрх зүйн орчинг бүрдүүлэхэд бас оролцдог.

- е) Хөгжиж буй орнуудын үйлдвэрийн бараа, хөдөө аж ахуйн зарим барааг хөгжсөн орнууд татваргүйгээр, эсвэл хөнгөлөлттэй зах зээлдээ нэвтрүүлж буй Худалдааны хөнгөлөлтийн ерөнхий схем - ХХЕС (GSP+) нь манай оронд мөн хамаарна. ЮНКТАД-ын нотолсноор Австрали, Канад, Чех, ЕХ, Унгар, Япон, Шинэ Зеланд, Норвеги, Польш, Словак, Швейцарь, Турк, АНУ, ОХУ, Казахстан зэрэг улсууд энэ схемийг хэрэгжүүлдэг. ЕХ энэ тогтолцоог Монголын экспортын 7000 гаруй бараанд 2006 оноос 10 жилийн хугацаанд хэрэгжүүлэхээр шийдвэрлээд байна.

Монгол Улс Дэлхийн худалдааны байгууллагад 1997 онд нэгдэн орсон бөгөөд харьцангуй нээлттэй зах зээлтэй, худалдаанаас их хамааралтай эмзэг эдийн засагтай гэж үздэг. Хоёр талын хөрөнгө оруулалтын гэрээ 43 улс, давхар татвараас зайлсхийх тухай хэлэлцээр 29 улстай байгуулсан, хөрөнгө оруулалтыг хөхиүлэн дэмжих, харилцан хамгаалах 2 талт хэлэлцээрийг 39 улстай, мөн давхар татвараас чөлөөлөх хэлэлцээрүүд зэргийг байгуулсан.

Монгол улсын хувьд хоёр болон олон талт олон улсын гэрээ байгуулах, соёрхон батлах, батлах, хүчин төгөлдөр олон талт олон улсын гэрээнд нэгдэн орох, тайлбар хийх, гэрээг биелүүлэх, гэрээнд нэмэлт, өөрчлөлт оруулах, гэрээний үйлчлэлийг дуусгавар болгох, нийтлэхтэй холбогдсон харилцааг Олон улсын гэрээний тухай 2016 оны 12 дугаар сарын 01-ны өдөр батлагдсан хуулиар зохицуулж байна.

Монгол улс 2013 онд Ази Номхон Далайн Худалдааны Хэлэлцээр буюу АПТА-д нэгдэн орсон. Энэхүү хэлэлцээрийн зорилго нь Ази, Номхон далайн эдийн засаг, нийгмийн комиссын хөгжиж буй гишүүн улс хоорондын худалдааг өргөжүүлэх тасралтгүй үйл явцаар дамжуулан тэдгээр улсын эдийн засгийн хөгжлийг дэмжих, түүнчлэн тэдний өнөөгийн болон ирээдүйн хөгжил, худалдааны хэрэгцээнд нийцүүлэн худалдааг харилцан ашигтай байдлаар чөлөөлснөөр олон улсын эдийн засгийн хамтын ажиллагаанд ахиц гаргахад оршдог байна.

АПТА-гийн гишүүн улс импортод хамрагдаж буй нийт барааны 40 хувь, хоорондын худалдааны үнийн дүнгийн 20 хувийг тус тус хөнгөлөхөөр болсон байна. Энэхүү хэлэлцээр нь Монгол Улсын бүс нутгийн хэмжээний худалдааны анхны хэлэлцээр бөгөөд олон улс, бүс нутгийн худалдаа, эдийн засгийн интеграцид нэгдэхэд гол хөшүүрэг болох ач холбогдолтой гэж үздэг байна.

Хэлэлцээрт нэгдэн орох асуудлыг 2016 оны 10 дугаар сарын 26-ны өдрийн Засгийн газрын хуралдаанаар хэлэлцүүлж, Олон улсын гэрээний тухай хуулийн 8 дугаар зүйлийн 1-д заасны дагуу УИХ-ын Аюулгүй байдал, гадаад бодлогын байнгын хорооны 2016 оны 11 дүгээр сарын 15-ны өдрийн хуралдаанаар хэлэлцүүлж дэмжүүлсэн. Одоогоор УИХ-аас соёрхон батлагдаагүй.

Монгол улс, АНУ хоорондын 2013 оны 9 дүгээр сарын 24-ний өдөр байгуулсан “Олон улсын худалдаа, хөрөнгө оруулалтын асуудлаар ил тод байдлыг хангах тухай” Монгол улс, АНУ хоорондын хэлэлцээрийг Монгол Улсын Засгийн газрын өргөн мэдүүлснээр УИХ соёрхон баталсан. Ил тод байдлын хэлэлцээрээр олон улсын худалдаа, хөрөнгө оруулалттай холбоотой хууль тогтоомжийн талаар олон нийтэд мэдээлэх, санал авах, хэвлэн нийтлэх, авилгатай тэмцэх зэрэг чиглэлээр харилцан мэдээлэл өгөх боломжийг бүрдүүлж буй бөгөөд хэлэлцээрийг байгуулсан нь худалдаа, хөрөнгө оруулалт, бизнесийн орчны ил тод байдлыг хангахад чухал ач холбогдолтой гэж үзэж баталсан байна. Мөн Монгол Улсын Засгийн газар, Кувейт Улсын Засгийн газар хооронд 2007 оны 7 дугаар сарын 30-ны өдөр байгуулсан Худалдааны хэлэлцээрийг Засгийн газрын өргөн мэдүүлснээр 2008 оны 1 дүгээр сарын 29-ны өдөр УИХ соёрхон баталсан байна.

Монгол улсад үйлчилж байгаа 700 орчим хуулийн 80 гаруй хувьд нь Монгол Улсын олон улсын гэрээнд өөрөөр заасан бол олон улсын гэрээг дагаж мөрдөнө гэж заасан байдаг. Тухайлбал, Гаалийн тариф, татварын тухай хуулийн 2 дугаар зүйлийн 2-т мөн адил Монгол улсын олон улсын гэрээнд өөрөөр заасан бол олон улсын гэрээг дагаж мөрдөнө гэж заасан нь хоёр талт

аливаа гэрээ үндсэн хуульд харшлаагүй болон олон улсын гэрээний тухай хуулийн 8 дугаар зүйлд заасан шаардлагыг хангасан л бол манай улсын гадаад худалдааны харилцаанд олон улсын гэрээний зохицуулалт үйлчлэх юм.

Монгол улс анх удаа чөлөөт худалдааны гэрээ болох Эдийн засгийн түншлэлийн хэлэлцээрийг Япон улстай 2016 онд байгуулсан. Энэхүү хэлэлцээр нь барааны худалдаа, гарал үүслийн журам, гаалийн горим, эрүүл ахуйн арга хэмжээ, худалдаан дахь техникийн саад тотгор, үйлчилгээний худалдаа, хөрөнгө оруулалт, бизнесийн орчинг сайжруулах, оюуны өмч, цахим худалдаа, өрсөлдөөний бодлого, маргаан шийдвэрлэх, хамтын ажиллагаа, хувь хүний шилжилт хөдөлгөөн, Засгийн газрын худалдан авалт зэрэг 17 бүлэг, 10 хавсралт, бүхий баримт бичиг юм.

Хэлэлцээрийн хүрээнд Талууд чөлөөт худалдааны хэлэлцээрийн олон улсын жишгийн дагуу тухайн оны худалдааны үнийн дүнгийн 90 гаруй хувийг импортын гаалийн тарифаас шууд болон 10 жилийн хугацаанд үе шаттайгаар чөлөөлөхөөр харилцан тохиролцсон. Мөн барааны ангилалаар авч үзвэл, манай хоёр улс Дэлхийн гаалийн байгууллагын Барааг тодорхойлох, кодлох уялдуулсан системийн ангиллаар Монголын тал 97 бүлгийн 5700 орчим төрлийн бараа, Японы тал 97 бүлгийн 9300 орчим төрлийн барааны импортын гаалийн тарифыг шууд чөлөөлөх буюу 10 жилийн хугацаанд үе шаттайгаар бууруулах юм.

Монгол улс, **Япон** улс хооронд байгуулсан Эдийн засгийн түншлэлийн 2015 оны хэлэлцээрт дотоодын зах зээлийг хамгаалах тусгай арга хэмжээний талаар зохицуулсан байна. Тус хэлэлцээрт ТХЕХ-ийн 19 дүгээр зүйл болон Сэфгардийн арга хэмжээний тухай хэлэлцээрээс арай илүү нөхцөлтэйгээр дотоодын зах зээлийг хамгаалах тусгай арга хэмжээ авахыг зөвшөөрсөн.

Тус хэлэлцээрийн 2.9.1-ноцтой хохирлоос сэргийлэх, эсхүл ийм хохирлыг багасгах болон зохицуулалтыг хялбарчлахад шаардлагатай хэмжээ, хугацаанд хэрэгжүүлэхээс бусад тохиолдолд хоёр талын хамгаалалтын арга хэмжээ авахгүй ба тухайн хугацаа 3 жилээс хэтрэхгүй байна, мөн хэлэлцээрийн 2.9.4-т Экспортлогч талын гарал үүсэлтэй бараа импортлогч талын тухайн барааны импортод 3-аас хэтрэхгүй хувийг эзэлж байвал хоёр тал дотоодын зах зээлийг хамгаалах тусгай арга хэмжээг хэрэгжүүлэхгүй гэжээ. Демпингийн эсрэг болон татаасыг саармагжуулах арга хэмжээний талаар тус хэлэлцээрийн 2.17-д заасан бөгөөд “энэхүү бүлгийг 1994 оны ТХЕХ-ийн 6 дугаар зүйл, Демпингийн эсрэг арга хэмжээний тухай, Татаас болон саармагжуулах арга хэмжээний тухай хэлэлцээрийн дагуу аливаа арга хэмжээг хэрэгжүүлэхэд аль нэг талд саад болохоор тайлбарлахгүй” гэж заажээ. Үүнээс харахад сэфгардийн арга хэмжээ авах нөхцөл, журмыг тус гэрээнд тусгайлан зохицуулсан бол, демпингийн эсрэг болон татаасыг саармагжуулах арга хэмжээ авах нөхцөл, журмыг тусгайлан зааж өгөлгүйгээр ДХБ-ын ТХЕХ-ын 6 дугаар зүйл болох Демпингийн эсрэг арга хэмжээний хэлэлцээрийн дагуу эдгээр арга хэмжээ авахыг нээлттэй үлдээсэн байна. Уг хэлэлцээрийн 2.18-д төлбөрийн тэнцлийг хангах зорилгоор авах арга хэмжээг дээрхтэй адил зохицуулсан байна.

БНСУ, Тайвань улсуудтай чөлөөт худалдааны хэлэлцээр байгуулах асуудал хөндөгдөж эхэлсэн ба одоогоор судалгааны шатандаа явж байна.

Чацарганы бүтээгдэхүүний экспортод бодлого боловсруулах түвшний яамд, агентлагаас гадна ХАБУЛЛ, МХЕГ, СХЗГ-аас бүтээгдэхүүний шинжилгээний бичгүүдийг, харин МҮХАҮТ-аас гарал үүслийн гэрчилгээ, гадаадын импортлогч компани, аж ахуйн нэгжтэй байгуулсан гэрээ зэрэг бичиг баримтыг бүрдүүлэх шаардлагатай байдаг.

Хүснэгт 14. Чацарганы бүтээгдэхүүний экспортод оролцогч байгууллагууд ба чиг үүрэг

	Чацарганы экспортод оролцогч байгууллагууд	Чиг үүрэг
1	МҮХАҮТанхим	Гарал үүслийн гэрчилгээ

2	ХАБУЛЛаборатори	Ургамлын хортон шавьж болон өвчний шинжилгээ
3	МХЕГ	Санитар гэрчилгээ
4	СХЗГ	Экспортын гэрчилгээ/тохирлын гэрчилгээ. Экспортын гэрчилгээний үнэ нэг цуврал буюу нэг удаа гаргах багц бүтээгдэхүүнд 52800 төгрөг
5	Экспортлох аж ахуйн нэгж	Худалдах, худалдан авах гэрээ
6	Бусад	Худалдан авагч нь шаардлагатай тохиолдолд нэмэлтээр материал шаардах тохиолдолд бүрдүүлнэ
7	Аж ахуйн нэгж, компани	Үйл ажиллагааны чиглэл, бүтээгдэхүүний боловсруулалтын талаарх мэдээлэл гэх мэт

Эдгээрээс гадна гадаад улс орны шаардлагад нийцсэн нэмэлт бичиг баримт, экологийн цэвэр бүтээгдэхүүний баталгаа зэргийг Япон, БНСУ, Тайвань улсуудын жишээн дээр дэд бүлэг 3.1, 4.1, 5.1-д дурьдсан болно.

Салбарын бодлого, хууль эрх зүй

Чацарганы салбарын үйл ажиллагааг дэмжихэд чиглэсэн дараах хууль, эрх зүй, бодлого, хөтөлбөрийг хэрэгжүүлж байна. Үүнд:

- Тариалангийн тухай хууль \2016.09.01\ - Энэ хуулийн зорилт нь тариалангийн үйлдвэрлэлийг дэмжих, тариалангийн газрыг зүй зохистой ашиглах, үржил шимийг нь хамгаалахтай холбогдон иргэн, төр, аж ахуйн нэгж, байгууллагын хооронд үүсэх харилцааг зохицуулахад оршино.
- Ургамал хамгааллын тухай хууль \2007.11.15\ - Энэ хуулийн зорилт нь бэлчээрийн болон таримал ургамлыг ургамлын өвчин, хөнөөлт шавьж, мэрэгч амьтан, хог ургамлаас хамгаалах, түүнтэй тэмцэх, хорио цээр тогтоох, хяналт тавих үйл ажиллагаатай холбогдон төр, иргэн, хуулийн этгээдийн хооронд үүсэх харилцааг зохицуулахад оршино.
- Таримал ургамлын үр, сортын чанарт тавих улсын хяналтын дүрэм \1999.06.17\ - Зорилго нь иргэн, хуулийн этгээдээс таримал ургамлын үр, сортын талаархи хууль тогтоомж, түүнд нийцүүлэн гаргасан журам, зааврын биелэлтийг хангуулахад оршино.
- Газрын тухай хууль \2003 оны 01.01\ - Газрыг иргэн, аж ахуйн нэгж, байгууллагад эзэмшүүлэх, ашиглуулах болон түүнтэй холбогдсон бусад харилцааг зохицуулахад оршино.
- Нэмэгдсэн өртгийн албан татварын хуульд нэмэлт өөрчлөлт оруулах тухай” хуулийн төсөлд дотоодод ургуулсан “жимс жимсгэнэ”-ийг НӨАТ-аас чөлөөлүүлэхээр тусгаж, УИХаар хэлэлцүүлэн, батлагдсан.

Хүснэгт 15. Чацаргана салбарт хэрэгжүүлсэн үндэсний хөтөлбөрүүд

	ЗГ-ын хөтөлбөр	Хөтөлбөрийн зорилго, зорилт
1	Засгийн Газрын 2016-2020 оны үйл ажиллагааны хөтөлбөр	2.40-д “Жимс, жимсгэнийн нэр төрөл, үйлдвэрлэлийг нэмэгдүүлж, чацарганын үйлдвэрлэлийн нэгдсэн сүлжээ байгуулан, хүн амыг амин дэм бүхий жимс, жимсгэнээр ханган, экспортын орлогыг нэмэгдүүлнэ” гэж заасан.
2	“Монгол Улсын тогтвортой хөгжлийн үзэл баримтлал-2030”	Зорилт 2.Хүнсний үйлдвэрлэлд дэвшилтэт технологи нэвтрүүлж, өрсөлдөх чадварыг дээшлүүлэн, гол нэр төрлийн хүнсний бүтээгдэхүүний хэрэгцээг дотоодын үйлдвэрлэлээр хангаж, иргэдийг эрүүл, баталгаат хүнс хэрэглэх нөхцөлийг бүрдүүлнэ.
3	Төрөөс хөдөө аж ахуйн талаар баримтлах бодлогын баримт бичиг	3.1.10. Жимс, жимсгэний тариалалт, нэр төрлийг нэмэгдүүлэх;
4	“Монгол экспорт” хөтөлбөр	3.1.16. Олон улсын хэмжилзүйн болон итгэмжлэлийн хамтын ажиллагааны байгууллагуудаас зохион байгуулдаг ур чадварын сорилтын хөтөлбөрт мах, махан бүтээгдэхүүн, чацаргана, зөгийн бал, ноос ноолуур, арьс шир зэрэг бүтээгдэхүүний сорилтын лабораториудыг хамруулах,

		3.2.1. Мах, махан бүтээгдэхүүн, чацаргана, зөгийн бал, ноос ноолуур, арьс шир, оёмол зэрэг бүтээгдэхүүний стандартыг европын болон олон улсын стандартад нийцүүлэхэд дэмжлэг
5	Чацаргана хөтөлбөр	4.6.3. Мах, махан бүтээгдэхүүн, чацаргана, зөгийн бал, ноос, ноолуур, арьс шир, оёмол бүтээгдэхүүн, аялал жуулчлал зэрэг бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний стандартыг европын болон олон улсын стандартад нийцүүлэх;
6	“Жимс, жимсгэнэ” үндэсний хөтөлбөр	Хөтөлбөрийн зорилго нь жимс, жимсгэнийн нэр төрөл, үйлдвэрлэлийг нэмэгдүүлэн чацарганы тариалалтыг 10 мянган га, бусад төрлийн жимс, жимсгэнийн тариалалтыг 2 мянган га талбайд хүргэж, хүн амыг экологийн цэвэр, амин дэм бүхий жимс, жимсгэнээр тогтвортой хангах, импортыг бууруулах, өрсөлдөх чадварыг сайжруулан экспортын орлогыг нэмэгдүүлэхэд оршино.

Эх үүсвэр: www.legalinfo.mn

Чацаргана болон бусад модлог ургамлыг 2011 онд 263.2 га-д, 2012 онд 215.6 га-д, 2013 онд 137.7 га, 2014 онд 182.4, 2015 онд 203.3 га талбайд, 2016 онд 39 га элсний нүүдлээс хамгаалан, уул уурхайн нөхөн сэргээлт хийж, нийт 1041,2 га талбайд элсний нүүдлээс хамгаалан уул уурхайн нөхөн сэргээлт хийжээ.

Чацарганы салбарын техник технологи

Академич Ч.Авдайн удирдлагаар чацарганы жимсийг үйлдвэрийн аргаар боловсруулах 11 технологи бий болж 14 төрлийн тоног төхөөрөмжийг шинээр зохион бүтээсэн байдаг. Тухайлбал, чацарганы шүүсийг тунгалагжуулж олон төрлийн бүтээгдэхүүн хийх технологи боловсруулсан. Мөн чацарганы хатаасан хальс зөөлөн эдээс шахуургын аргаар цэвэр тос ялгах технологийг нэвтрүүлсэн байна. Эрдэмтэн Б.Хүүхэнхүү “Жимсний шахдасыг хатаах технологи”-ийг 1990 онд боловсруулжээ.

Манай оронд чацарганы жимсийг үйлдвэрийн аргаар боловсруулах үйл ажиллагаа дараах үе шатаар явагддаг байна. Үүнд:

1. Жимсийг няцлах,
2. Жимснээс шүүс ялгаж авах,
3. Шүүсний тосыг сеператораар ялгаж авах,
4. Чацарганы шүүсийг ялгаж авсан шүүсийг шахдасыг гаргах,
5. Хатаасан шахдасны үр, хальсыг ялгах,
6. Хальснаас шахуургаар шахах аргаар тосыг ялгах,
7. Чацарганы үрийн тосыг ялгах,
8. Тосыг ялгаж авсан шүүсийг бусад түүхий эдтэй хольж хүнсний бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх,
9. Чацарганы цэвэр тосыг эмчилгээнд хэрэглэх,
10. Чацарганы үрийн тосыг гоо сайхны бүтээгдэхүүнд хэрэглэх.

Чацарганы жимсний хатаасан хальснаас тос ялгаж авахад дараах технологиудыг хэрэглэдэг. Үүнд:

1. Чацарганы хатаасан хальсыг ургамлын тосоор нэвчүүлэн хандлах (экстракцлах) замаар тос гарган авах,
2. Чацарганы хальсыг дэгдэмхий органик уусгагч бензинпетролейны эфир, дихлорэтанаар хандлах замаар тос гаргаж авах,
3. Чацарганы хальсыг өндөр даралтат (10-20МПа) шахуургаар шахаж тос гаргах. Гэвч сүүлийн үед дээрхи хоёр аргыг хэрэглэхэд хөдөлмөр зарцуулалт ихтэй байдаг болон зарим дутагдалтай талуудаас улбаалан сүүлийн үед үйлдвэрлэлд ашиглахгүй байгаа болно.

Чацарганы үрнээс тос ялгахад дараах гурван аргыг хэрэглэдэг. Үүнд:

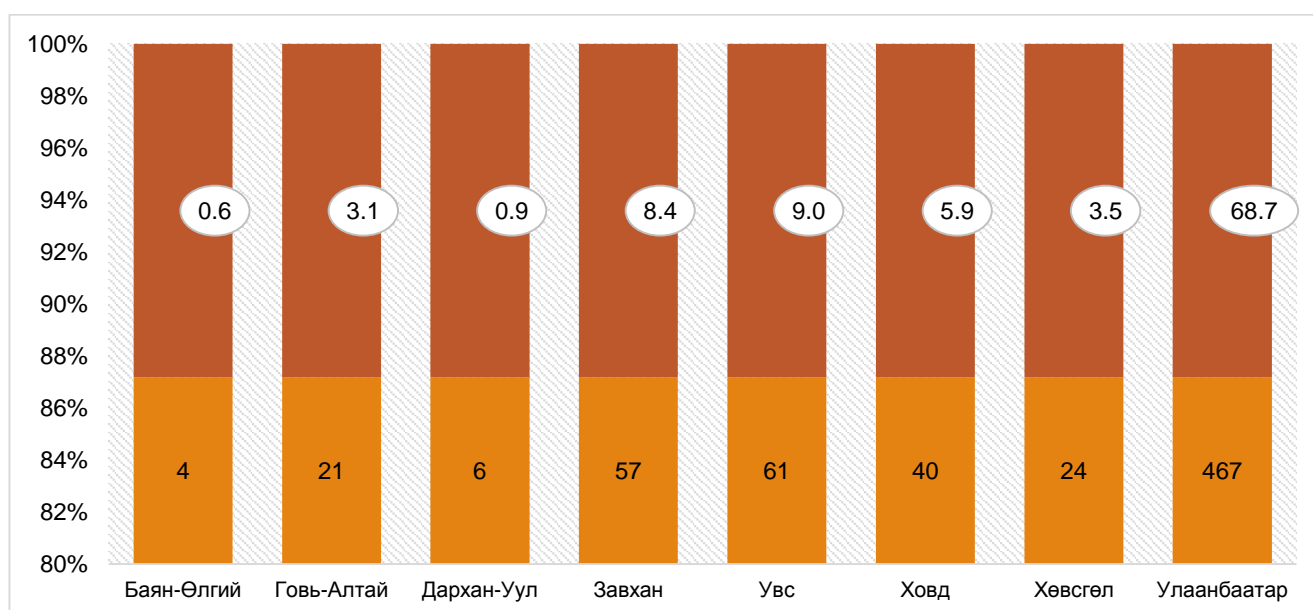
1. Чацарганы үрийг няцлан органик уусгагчаар хандлан үрийн тос гаргах (энэ аргыг үйлдвэрт төдийлэн хэрэглэдэггүй байна)
2. Чацарганы үрийг нүүрс хүчлийн хийгээр (CO₂) хандлан тос гаргах,
3. Чацарганы үрийг няцлан өндөр даралтат шахуургаар шахаж тос гаргаж авах.

Чацарганы үрийг нүүрс хүчлийн хийгээр хандлан шахаж тос гарган авах аргыг Канад, Хятад зэрэг оронд хэрэглэдэг. Мөн хүйтэн аргаар боловсруулсан чацарганы тос, шүүс хуурайшуулсан нунтаг гэх мэт бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэх чиглэл рүү манай улсын боловсруулах үйлдвэрүүд технологийн шилжилтийг хийж байна.

Чацарганы салбарын хүний нөөц

Монгол улсад чацаргана тариалж буй компаниудын ажилчдаас гадна байгалийн зэрлэг жимсийг хураахад орон нутгийн иргэдийн оролцоо их байдаг. Тухайлбал, Завхан аймгийн Дөрвөлжин сумын нутагт 2018 онд зэрлэг чацаргана хураахад 200-300 хувь хүн оролцсон байна¹⁶. Харин чацаргана боловсруулах 53 үйлдвэрт нийт 680 ажилтан ажиллаж байна.

Зураг 16. Чацарганы үйлдвэрийн ажилчдын тоо



Эх үүсвэр: ХХААХҮЯ-ны ХҮБХЗГазар, 2018.

Чацарганы боловсруулах үйлдвэрийн ажиллагсдын 68.7 хувь нь буюу 467 ажилтан УБ хотод, 9.0 хувь нь 61 ажилтан Увс аймагт 8.4 хувь нь 57 ажилтан Завхан аймагт тус тус ажиллаж байна. Боловсруулах үйлдвэрүүд экспортын баримжаатай үйлдвэрлэлд анхаарч зорилтот зах зээлд буюу Япон, БНСУ-д сургууль төгссөн ажилтан нарыг бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт, маркетингийн салбарт авч ажиллуулж байна.

Чанар, стандарт

Стандарчилал хэмжил зүйн үндэсний зөвлөлөөс чацарганы дараах стандартуудыг баталж мөрдөж байна. Үүнд:

- “Чацарганы суулгац. Техникийн ерөнхий шаардлага MNS 6250:2011”
- “Чацаргана жимс. Техникийн ерөнхий шаардлага” MNS 0916:2011
- “Чацарганы тос, MNS 0783:2013”
- “Чацарганы шүүс ба нектар, MNS 0664:2015”.

¹⁶ Завхан аймгийн Дөрвөлжин сум, ЗДТГ-ын албан хаагчдын мэдээлэл, 2018.

Хүснэгт 16. Чацаргана стандартууд, товч тодорхойлолт, хамаарах барааны HS код

	Стандартын код	Стандартын нэрс	Стандартын товч тодорхойлолт	Стандартын хамаарах барааны HS код
1	MNS 0916 - 2011	Чацаргана жимс. Техникийн ерөнхий шаардлага	Энэхүү стандарт нь зэрлэг ба таримал чацаргана (<i>Hipporhae rhamnoides L</i>) жимсийг түүж бэлтгэх, шалгаж хүлээн авах, савлах, шошгилох, хадгалах ба тээвэрлэхэд тавигдах стандарт.	12. Тослог ургамлын үр ба жимс; бусад үр жимс; үйлдвэрийн ба эмнэлгийн зориулалттай ургамал; сүрэл ба малын тэжээл
2	MNS 5225 - 2002	Эмийн түүхий эд Чацаргана жимсний хатаасан шахдас	Энэ стандартаар эмийн түүхий эдийн зориулалтын жигдийн (<i>Elaeagnaceae</i>) овогт хамаарах чацарганы жимсний хатаасан шахдас (<i>Hipporhae rhamnoides</i>)-ын техникийн шаардлага, түүнийг шалгаж хүлээж авахад хамаарна.	12. Тослог ургамлын үр ба жимс; бусад үр жимс; үйлдвэрийн ба эмнэлгийн зориулалттай ургамал; сүрэл ба малын тэжээл
3	MNS 2698 - 1979	Чацарганат үрлэн чихэр	Энэ стандарт нь чацарганы өтгөрүүлсэн витаминт шүүсээр үрлэн чихэр үйлдвэрлэх, шалгаж хүлээж авах, савлах, хаяглах, хадгалах, тээвэрлэхэд хамаарна.	12. Тослог ургамлын үр ба жимс; бусад үр жимс; үйлдвэрийн ба эмнэлгийн зориулалттай ургамал; сүрэл ба малын тэжээл
4	MNS 2693 - 1979	Чацарганат кисель	Энэ стандарт нь чацарганат кисель үйлдвэрлэх, шалгаж хүлээн авах, савлаж, хаяглах, хадгалах, тээвэрлэхэд хамаарна	12. Тослог ургамлын үр ба жимс; бусад үр жимс; үйлдвэрийн ба эмнэлгийн зориулалттай ургамал; сүрэл ба малын тэжээл
5	MNS 6250 - 2011	Чацарганы суулгац. Техникийн шаардлага	Энэхүү стандарт нь чацарганы суулгац үржүүлэх, бэлтгэн нийлүүлэх, чанарыг тогтоох, шалган хүлээн авах, боох, хадгалах, борлуулах, импортод хамаарна	12. Тослог ургамлын үр ба жимс; бусад үр жимс; үйлдвэрийн ба эмнэлгийн зориулалттай ургамал; сүрэл ба малын тэжээл
6	MNS 0664 - 2015	Чацарганы шүүс ба нектар. Техникийн шаардлага	Энэхүү стандарт нь чацарганы бүх төрлийн шүүс, нектар, нухшийг үйлдвэрлэх, савлах, хаяглах, хадгалах, тээвэрлэх, шинжлэх аргыг тогтооход хамаарна.	12. Тослог ургамлын үр ба жимс; бусад үр жимс; үйлдвэрийн ба эмнэлгийн зориулалттай ургамал; сүрэл ба малын тэжээл
7	MNS 2692 - 2013	Чацарганы тосны чанарыг шинжлэх арга	Энэхүү стандарт нь чацарганы тосны чанар, түүний цэвэршилт (наранцэцгийн болон бусад ургамлын гаралтай тосны хольцтой бол)-ийн хэмжээг тодорхойлоход хамаарна.	12. Тослог ургамлын үр ба жимс; бусад үр жимс; үйлдвэрийн ба эмнэлгийн зориулалттай ургамал; сүрэл ба малын тэжээл
8	MNS 0783 - 2013	Чацарганы тос. Ерөнхий шаардлага	Энэхүү стандарт нь чацарганы тосыг үйлдвэрлэх, шалгаж хүлээн авах, савлах, шошголох, хадгалах ба тээвэрлэхэд тавигдах шаардлагыг тогтооход хамаарна.	12. Тослог ургамлын үр ба жимс; бусад үр жимс; үйлдвэрийн ба эмнэлгийн зориулалттай ургамал; сүрэл ба малын тэжээл
9	MNS 2697 - 1979	Чацарганы чанамал	Энэ стандарт нь чацарганы чанамалыг үйлдвэрлэх, шалгаж хүлээн авах, савлаж, хаяглах, хадгалах, тээвэрлэхэд хамаарна.	12. Тослог ургамлын үр ба жимс; бусад үр жимс; үйлдвэрийн ба эмнэлгийн зориулалттай ургамал; сүрэл ба малын тэжээл

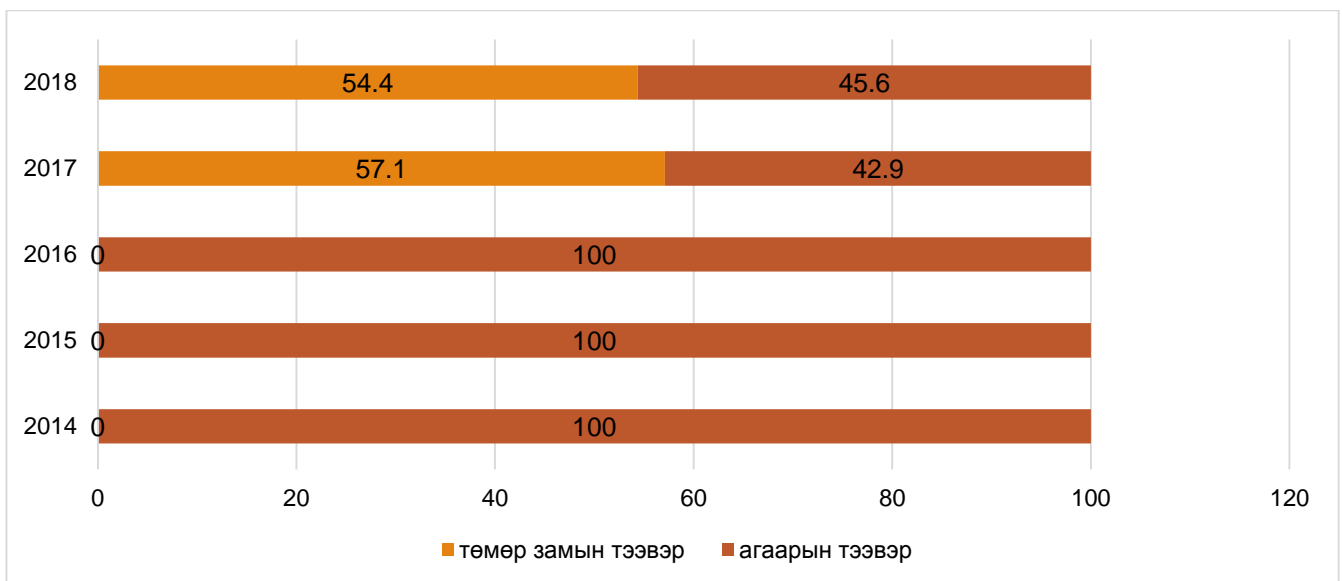
10	MNS 2696 - 1979	Чацарганы шүүсний охь	Энэ стандарт нь чацарганы шүүсний охь үйлдвэрлэх, шалгаж хүлээн авах, савлаж, хаяглах, хадгалах, тээвэрлэхэд хамаарна.	12. Тослог ургамлын үр ба жимс; бусад үр жимс; үйлдвэрийн ба эмнэлгийн зориулалттай ургамал; сүрэл ба малын тэжээл
11	MNS 3715 - 2011	Хүний эм. Чацарганы витаминт (Хиповит) 0,5 г үрэл Ерөнхий шаардлага	Энэ стандарт нь чацарганы витаминт 0,5 г үрэл эм үйлдвэрлэх, чанарыг шалгах, савлах, хаяглах, хадгалах, тээвэрлэхэд тавих техникийн шаардлагыг тогтооно.	12. Тослог ургамлын үр ба жимс; бусад үр жимс; үйлдвэрийн ба эмнэлгийн зориулалттай ургамал; сүрэл ба малын тэжээл
12	MNS 4873 - 1999	Чацарганы мультивитаминт сироп	Энэ стандарт нь чацарганы мультивитаминт сиропыг үйлдвэрлэх, шалгах, савлах, хаяглах, хүлээн авах, хадгалах, тээвэрлэхэд тавих техникийн шаардлагыг тогтооно.	12. Тослог ургамлын үр ба жимс; бусад үр жимс; үйлдвэрийн ба эмнэлгийн зориулалттай ургамал; сүрэл ба малын тэжээл

Эх үүсвэр: СХЗГ, мэдээллийн сангаас авч нэгтгэв. 2019.

Тээвэр, ложистик

Чацарганы экспортын тээвэрт 2017 оноос өмнө зөвхөн агаарын тээвэр голлох үүрэгтэй байжээ. Харин 2017 оноос БНХАУ руу экспортлох чацарганы бүтээгдэхүүний экспорт нэмэгдсэнтэй холбогдож төмөр замын тээвэр ач холбогдолтой болжээ.

Зураг 17. Чацарганы экспортын тээврийн хэрэгсэл, хувиар



Эх үүсвэр: Гаалийн ерөнхий газар, Статистик, судалгааны хэлтэс, 2019.

Статистикийн ерөнхий газраас авсан мэдээгээр, 2018 онд Монгол улсаас экспортлосон нийт бүтээгдэхүүний 54.4 хувь төмөр замын тээврээр БНХАУ руу экспортлогдсон байна.

Гадаад улс орнууд руу Монгол улсаас бараа, бүтээгдэхүүн экспортлоход гарах зардлыг агаарын болон төмөр замын үнэ ханшаар авч дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 17.Тээврийн зардал /ам.доллараар, тээврийн хэрэгслээр/

Улс орнууд	Монгол хүртэлх зай/агаарын	1 тонны тээврийн зардал/US\$		20 тонн дахь тээврийн зардал/USD
		Агаар	Буухиа шуудан	Төмөр зам
		МАТ	DHL	Контейнэр
БНСУ	2326.46	1400	12000	2300
Япон Улс	3072.11	1800	15500	2350
Франц	7172.81	4700	17000	4500
Их Британи	6788.48	4700	17000	
БНХАУ	1224.95		13500	1900*
ХБНГУ	6357.45	4700	17000	5800
ОХУ	1634.82	2200	19000	2510*
Итали	6856.77	4700	17000	
Канад	6856.77	4700	19000	
Бельги	6736.15	4700	19000	4500
АНУ	10490.37	4100	19000	5500

Эх үүсвэр: *- БНХАУ, ОХУ руу төмөр замаар тээвэрлэх зардлыг <http://dalba.ubtz.mn> сайтаас авч тооцов.

Хүснэгтээс харахад, DHL шуудангийн үнэ “МАТ” агаарын тээврийн үнээс 3-8 дахин илүү, харин агаарын тээврийн зардал төмөр замын тээврийн зардлаас 12-20 дахин илүү үнэтэй байна.

Монголд экспортлох чацарганы бүтээгдэхүүнийг хүйтэн хэлхээгээр борлуулна гэж үзвэл нисэх онгоцны буудал болон төмөр замын өртөөнд хөргүүрийн төвийг ирээдүйд байгуулах шаардлагатай болно. Гэхдээ экспортын болон үйлдвэрлэлийн хэмжээ бага байгаа өнөөгийн нөхцөлд нэн тэргүүнд шийдвэрлэх асуудал биш юм.

Монгол улсаас экспортлох бараа, бүтээгдэхүүнд дараах бичиг баримтыг бүрдүүлэх нийтлэг шаардлага тавигдаж байна. Үүнд:

- Үнийн нэхэмжлэл
- Сав баглаа, боодлын жагсаалт
- Гарал үүслийн гэрчилгээ
- Эрүүл ахуйн гэрчилгээ
- Даатгалын гэрчилгээ
- Тээврийн бичиг баримт
- Дамжин өнгөрөх тээврийн бичиг баримт
- Экспортын гаалийн мэдүүлэг
- Гаалийн хураамж төлсөн баримт
- Худалдах, худалдан авах гэрээ
- Ачааны манифест \Хятадын гаалийн байгууллагад\

Судалгаа ба хөгжил

Чацарганы талаарх судалгаа манай оронд нилээд эртнээс эхэлжээ. Урьд өмнө хийгдсэн судалгаа, шинжилгээний ажлууд нь тариалалтын технологи, сорт, боловсруулах технологи, хоол тэжээл, анагаах, биологийн чиглэлээр нилээд өргөн хүрээтэйгээр хийгдсэн байна. Тухайлбал, чацарганыг тарималжуулах, тариалах талаар доктор Б.Лааган, Г.Долгорсүрэн, Б.Нинж, Д.Насанжаргал, Ж.Чулуунбаатар, Ө.Жүүпэрэлмаа, Г.Баяраа, ургамал хамгааллын чиглэлээр доктор М.Даваа, чацаргана хураах техник, технологийн чиглэлээр академич Ч.Авдай, Б.Балган, анагаах ухааны чиглэлээр А.Өлзийхутаг, биологи, биохимийн чиглэлээр доктор Я.Жамьянсан, Ц.Цэндээхүү, Д.Бадгаа, боловсруулалтын технологийн чиглэлээр доктор П.Цэвэгмэд, Г.Чимэд-

Очир, Б.Дэлгэрмаа, эдийн засаг-бизнесийн удирдлагын чиглэлээр Б.Баасанхүү нарын судлаачид эрдмийн зэрэг горилсон нэг сэдэвт бүтээл туурвисан байна.

Хүснэгт 18. Чацарганы талаар докторын зэрэг хамгаалсан бүтээлүүдийн товч танилцуулга

	Докторын диссертацийн нэр	Эрдэмтний нэр	Докторын диссертацийн товч танилцуулга
1	Монголд чацаргана тарималжуулах	Б.Лааган, ХАА-н ухааны докторын зэрэг 1976 онд хамгаалсан	Чацарганы 3 сорт шинээр гаргаж, бүс нутагт чацаргана тариалах технологи
2	Чацаргана хураах ажиллагааг механикжуулах боломжийн судалгаа	Ч.Авдай ХАА-н ухааны докторын зэрэг 1975 онд хамгаалсан. Ташкент хот Шинжлэх ухааны докторын зэрэг 1990 онд хамгаалсан. ОХУ Ленинград хот	Чацарганыг боловсорсон үед нь болон хөлдөсний дараа хураах машин зохион бүтээж.
3	Чацарганыг механикжсан аргаар хураах технологийн параметруудийн динамикийн шинжлэх ухааны үндэс		
4	Атеросклерозтой өвчтөний эмнэл зүй,липидийн солилцоо, туулайд зохиомлоор үүсгэсэн атеросклерозын явцад чацаргана тосны үзүүлэх нөлөө	А.Өлзийхутаг ЗХУ-ын Анагаах ухааны академийн хоол судлалын хүрээлэнд докторын зэрэг, Москва хот. 1970	Атеросклерозтой өвчтөний эмнэл зүй,липидийн солилцоо, туулайд зохиомлоор үүсгэсэн атеросклерозын явцад чацаргана тосны үзүүлэх нөлөөг судалсан.
5	Чацаргана жимсний биологийн идэвхит бодисын судалгаа тэдгээрийг үйлдвэрийн аргаар ашиглах нь	Я.Жамъянсан ЗХУ-ын Анагаах ухааны академийн хоол судлалын хүрээлэнд биологийн ухааны докторын зэрэг, Москва хот. 1973	Монгол оронд ургадаг чацаргана жимсний биохимийн бүрэлдэхүүнийг судлаж, үйлдвэрлэлийн аргаар ашиглахад ирээдүйтэй хэлбэрийг сонгож жимсэн дэхь флавоноид болон биологийн идэвхит бодисын судалгаа хийсэн.
6	Чацарганы янз бүрийн эрхтэнүүд дэх нөөц ба хөдөлгөөнт бодисуудын байршил, хөдлөл зүй	Ц.Цэндээхүү Биологийн ухааны дэд эрдэмтний бүтээл, 1978 Биологийн шинжлэх ухааны доктор	Чацарганы янз бүрийн эрхтэнүүдийн тос, цардуул, сахар, идээлэх бодис, аскорбины хүчил хуримтлагдах хөдлөл зүй, анатоми бүтэц, өсөлтийн үе шатнаас хамаарах онцлогийг судалсан.
7	Монгол орны таримал болон зэрлэг ургадаг жимс жимсгэний судалгаа, тэдгээрийг иж бүрэн ашиглах нь	Д.Бадгаа Москва хотын Тимирязевийн нэрэмжит ХАА, 1978 онд шинжлэх ухааны доктор	Чацаргана жимсний химийн болон технологийн судалгааны үндсэн дээр биологийн идэвхит бодисын агууламж ихтэй хүнсний бүтээгдэхүүний технологийн үндэслэлийг бий болгосон.
8	Чацаргана жимс болон түүний бүтээгдэхүүнийг боловсруулах биохимийн болон технологийн судалгаа	П. Цэвэгмид Техникийн ухааны докторын зэрэг хамгаалсан, 1987 он. МУИС	Чацаргана жимсийг технологийн боловсруулалтын явцад биохимийн үндсэн дээр судалсан.
9	Интенсификация сушки облепихого жома впадающие-копящем слое.	Б.Хүүхэнхүү Минск, Белорусын ШУАийн А.В.Лйковын нэрэмжит Дулаан массын солилцооны институт, 1990	Чацаргана жимсний шахдасыг хатаах технологи боловсруулах, тоног төхөөрөмж зохион бүтээсэн.
10	Чацарганы жимсийг үйлдвэрийн аргаар боловсруулах техник	Г.Чимэд-Очир Монгол улс, Улаанбаатар хот ТИС ийн эрдмийн зэрэг, 1993 он	Чацарганы жимсийг үйлдвэрийн аргаар боловсруулах техник

	технологийг боловсронгуй болгох нь		технологийн бүдүүвчийг шинжлэх ухааны үндэстэй боловсруулсан.
11	Чацаргана хураалтыг механикжуулах техник технологийг боловсронгуй болгох судалгаа боловсруулалт	Б.Балган Техникийн ухааны докторын зэрэг хамгаалсан, 1993 он	Чацарганы жимс хураалтыг механикжуулах, суулгацыг үржүүлэх ургуулах технологи боловсруулсан.
12	Монгол орны ИХ нууруудын хотгорын бүсийн таримал чацарганы усалгааны норм, горим	Г.Долгорсүрэн Узбекстан улсын Ташкент хот, усны инженер, мелорацийн дээд сургууль, 1995 он	Монгол орны ИХ нууруудын хотгорын бүсийн байгаль цаг уурын нөхцөлд тариалсан чацарганы усалгааны норм, горимыг тогтоож үйлдвэрлэлд нэвтрүүлсэн.
13	Монгол орны жимс, жимсгэний таримлын гол хөнөөлт шавьжийг судалж, тэмцэх арга боловсруулах нь	М. Даваа ХААН ухааны докторын зэрэг, 1999 он. Улаанбаатар хот	Жимс жимсгэний хортон шавьжийг 1971 оноос таримал зэрлэг жимс жимсгэний талбай дахь хөнөөлт шавьжуудыг судалсан.
14	Монголын зарим жимс жимсгэнээс ялгасан дроххийг дарсны үйлдвэрлэлд ашиглах технологийн судалгаа	Б.Дэлгэрмаа ШУТИС, 2003 он	Монголын зарим жимс жимсгэнээс нутгийн омгийн дарсны дроххийг ялгаж, түүгээр жимс жимсгэний шүүс исгэх оновчтой горим боловсруулсан.
15	Газар тариалангийн төв бүсэд чацарганы сортуудыг харьцуулан судалсан дүн	Ө.Жүүпэрэлмаа ХАА-н ухааны доктор ХААИС, 2005 он. Улаанбаатар	Тариалангийн төв бүсийн хөрс цаг уурын нөхцөлд чацарганы сортуудыг судалж нутагшуулах, нэгж талбайн ургац, бүтээгдэхүүн нэмэгдүүлсэн.
16	Монгол орны хээрийн хөрсний агрохимийн шинж чанар, чацарганы ургацад бордооны нөлөө	Г.Баяраа ХААН ухааны докторын зэрэг, 2010 он. ОХУ-ын Новосибирск хот, ХААИС	Усалгаатай хүрэн хөрсөнд чацарганыг бордох шинжлэх ухааны үндэслэлтэй аргыг боловсруулсан.
17	Монгол орны өвөрмөц нөхцөлд жимст цэцэрлэгийг хөтлөн явуулах шинжлэх ухаан, технологийн үндэс	Б.Нинж ХАА-н шинжлэх ухааны докторын зэрэг, УБ, 2019.	Эрс тэс уур амьсгалтай Монгол орны нөхцөлд чацаргана болон бусад жимсийг тариалах арга технологийг боловсруулсан.

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүд нэгтгэв.

Сүүлийн 10 жилд чацарганы тариалалт, ургац хураах, ургамал хамгаалал, боловсруулах технологи, эдийн засгийн судалгаа шинжилгээний 30 гаруй ном, гарын авлага, аргачилсан заавар хэвлэгдэн гарчээ.

Хэдийгээр Монголын эрдэмтдийн нилээдгүй судалгааны ажил хийгдсэн боловч цаг хугацааны хувьд нилээд эрт үед хийгджээ. Иймд орчин үеийн техник хэрэгсэл ашиглан чацарганыг хураах, боловсруулах, ашигт чанарыг харуулах биохимийн судалгааны ажлуудыг дэлхийн түвшинд нийцүүлэн гүйцэтгэх шаардлагатай байна.

ТА-8960 МОН: Хөдөө Аж Ахуй Нэмүү Өртгийн Сүлжээг Дэмжих төсөл, Хөдөө Аж Ахуй, Хөдөөгийн Хөгжил төслийн санхүүжилтээр Хими, химийн технологийн хүрээлэнгийн Хүнсний химийн лабораторийн эрдэмтэд “Чацаргана, түүний гаралтай бүтээгдэхүүний биохимийн найрлага ба эмчилгээ, хүнс тэжээлийн шинж чанарын харьцуулсан судалгаа” гүйцэтгэсэн байна. Тэдний судалгаа нь Монгол орны газар тариалангийн төв ба баруун бүсэд ургасан чацаргана жимсний биохимийн найрлагыг тогтоон онцлог шинж болон чацаргана жимс ашиглан боловсруулсан зарим бүтээгдэхүүний /шүүс, тос г.м/ тэжээллэг чанар, найрлага дахь биологийн идэвхт нэгдлүүдийг судлан эмчилгээний ба хүнс тэжээлийн онцлог, шинж чанарыг тогтоох харьцуулсан судалгаа хийхэд чиглэгджээ.

Бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт

Монгол улсад чацарганаар дараах нэр төрлийн бүтээгдэхүүнийг голчлон үйлдвэрлэж гадаад болон дотоодын зах зээлд нийлүүлж байна. Үүнд:

Хүснэгт 19. Чацарганы бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт

	Бүтээгдэхүүний нэр	Бүтээгдэхүүний онцлог шинж	Савалгаа	Дундаж үнэ үнэ
1	Чацарганы охь	Чацарганы охь” нь ямар ч нэмэлт бодисгүй чацарганы 100% цэвэр охь, органик бүтээгдэхүүн. Хуба Хаяа брэндийн бүтээгдэхүүн зах зээлд давамгайлах байр суурьтай.	1 л хүнсний зориулалтын мөнгөлөг сав болон 50мл х 6 ширхэг шилэн савлагаатай.	30000-40000 төг
2	Чацарганы зөөлөн эдийн тос	Чацарганы зөөлөн эдийн болон үрийн тос нь уураг, амин дэм, ханаагүй тосны хүчлээр баялаг хүчтэй антиоксидант юм. Хаан жимс, Увс хүнс ХК-ний зөөлөн эдийн тос, Ус-Эрдэнэ ХХК-ний “Жинхэнэ” тос, Эко эрдэнэ ХХК, Эн Ти Эм ХХК, Хөх монгол чацаргана ХХК, Монос Хүнс ХХК үйлдвэрлэдэг.	50 мл шилэнд савласан. Ходоодны шарханд өдөрт 2-3 дуслаар 3 удаа, түлэгдсэн, гэмтэлтэй, шархтай газраа 1-2 дуслыг хэрэглэнэ.	23.0-26.0 мян. төг
3	Чацарганы үрийн тос	Найрлагандаа амин дэм А, С, Е, К, каротиноид, стерол, ханаагүй тосны хүчил, түүний дотор омега-3, 6, 7, 9 агуулсан. Хаан жимс, Живэртийн Оргил ХХК-ний зөөлөн эдийн тос 85%, үрийн тос 15%, Увс хүнс ХК-ний “Seed Oil”, Ус-Эрдэнэ ХХК-ний “Жинхэнэ” тос, Шимт дээж ХХК, Зургаан- мичид ХХК, Хатны улаан ХХК, Увс-экзаунт хоршоо, DNNMG ХХК, Хэт- цах хоршоо, Шинэ ургац арвин ХХК, Да-буян ХХК, Дэб трейд ХХК, Доктор цэг ХХК, Уран зурвас хоршоо, Торгон жимс ХХК, Трансинконсулт ХХК, Поливит ХХК, Алтан жимс ХХК	-50 мл шилэнд савласан. Гоо сайхны зорилгоор 2-4 дуслыг нүүр хүзүүндээ түрхэн массаж хийнэ. -50 мл, 100 мл савлагаатай. Нэг хайрцагт 10 ш орно.	100 мл-20.0-30.0 мян.төг
4	Чацарганы нухаш	Чацарганы охь, луувангийн нухаш, элсэн чихэр, пектин агуулсан бүтээгдэхүүн. Хуба Хаяа брэндийн бүтээгдэхүүн зах зээлд давамгайлж байна.	80 мл-200 мл	4.0-6.5 мян. төг
5	Чацарганы өтгөрүүлсэн шүүс	Еден ХХК-ний “Органик” нэрийн чацарганы өтгөрүүлсэн шүүс, Увс хүнс ХК-ний “Увсын чацаргана” шүүс, Ус-Эрдэнэ ХХК-ний “Жинхэнэ” шүүс, Хөвсгөл хүнс ХК-ний “Далай ээж” шүүс, Жигүүр богд ХХК, Ентүм ХХК, Шимт дээж ХХК, Тулга-Алтай ХХК, Буурал цех, Дархан ариун ундрага ХХК, Сүүн өлгий ХХК, Зургаан- мичид ХХК, Хатны улаан ХХК, Увс-экзаунт хоршоо, DNNMG ХХК, Хэт- цах хоршоо, Шинэ ургац арвин ХХК, Да-буян ХХК, Дэб трейд ХХК, Доктор цэг ХХК, Уран зурвас хоршоо, Торгон жимс ХХК, Трансинконсулт ХХК, Бенедакт ХХК, Эн Ти Эм ХХК, ГСЭП ХХК, Эвтэй Намсрай ХХК, Поливит ХХК, Алтан жимс ХХК, Хөх монгол чацаргана ХХК	Өтгөрүүлсэн шүүсийг 500 граммын шилэн савлагаатай, 2 литр, 20 литрийн савлагаатай.	500 мл-5,0-6.0 мян.төг
6	Чацарганы шилтэй жүүс	Живэртийн Оргил ХХК “Шар доктор” нэрийн жүүс, Завхан баялаг ХК, “Эко эрдэнэ” ХХК, Балгын ХХК, Бекжанай ХХК, Мөнхөд-Мандаг ХХК, Витсамо фрукт жүүс, Монжүүс ХХК, Цэс хайрхан ХХК, АПУ ХХК, Витафит трейд ХХК,	750 болон 330 мл-ээр савласан. Эко-Эрдэнэ ХХК-ний бүтээгдэхүүн 250 мл-ийн савлагаатай	1.5-3.0 мян.төг

		Монфреш ХХК, Хаан хүнс фүүдс ХХК, ГСЭП ХХК, Эвтэй Намсрай ХХК, Алтан жимс ХХК, Милко ХХК, Амто ХХК	\экспортын үнэ-1.8 ам.дол\	
7	Жимсний чанамал	Завхан баялаг ХК, Ус-Эрдэнэ ХХК-ний “Жинхэнэ” чанамал	750 мл савлагаатай.	5.0-6.0 мян. төг
8	Чацарганы дарс, ликор	Завхан баялаг ХК, Ентүм ХХК, Шимт дээж ХХК, Тулга-Алтай ХХК, Мөнхөд-Мандаг ХХК, Цэс хайрхан ХХК	500, 750 мл савлагаатай.	6.0-8.0 мян.төг
9	Чацарганатай цай	Ус-Эрдэнэ ХХК, Живэртийн оргил ХХК, Монос ХХК үйлдвэрлэдэг.	80 мл савалгаатай, пакеттай.	4.5-9.5 мян.төг
10	Омега 3, 6, 7, 9	Сакра Хушга & чацарганын үрийн тос	500 мл савлагаатай. Дотроо 90 ш, 180 ш	90ш - 55.0 мян.төг
11	Гоо сайхны бүтээгдэхүүн	Natural Lhamour Mongolia ХХК нь Монголдоо хүйтэн аргаар шахаж гаргасан, эфирийн тос үйлдвэрлэдэг. 100% чацарганы зөөлөн эдийн тос юм.	30 мл савлагаатай, нэг удаад 2-3 дуслыг түрхэнэ.	30 мл-8.5 төг
12	Чацарганатай үрэл	Монос ХХК үйлдвэрлэдэг.	100 мл-200мл	0.45-1.7 мян.төг
13	Витагрипп \эмчилгээний бүтээгдэхүүнүүд\	Монос ХХК нь сахаргүй бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж байна.	100 мл савлагаатай, сироп.	8.8 мян.төг
14	БИОМОН шампунь, тэжээлийн тос зэрэг гоо сайхны бүтээгдэхүүн	Монос ХХК үйлдвэрлэдэг. Энэ шампунь нь чацаргана, гүүний саам, барагшуун зэрэг органик гаралтай бүтээгдэхүүн бөгөөд БНХАУ-д экспортлосон.	Шампунь – 800 мл, тэжээлийн тос – 100 мл	7.1-10.9 мян.төг

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүд нэгтгэв.

“Сиберри фарм продактс” ХХК нь Төв аймгийн Алтанбулаг суман дахь Чацарганы аж ахуйг түшиглэн анх 2013 онд Дэлхийн брэнд болох зорилготойгоор бүтээгдэхүүнээ Америк, Солонгос, Хятад, Тайвань, Герман, Япон руу экспортолж байна.

Чацарганаар үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүнүүдээс зөөлөн эдийн тос, үрийн тос, хүүхдийн ундаа, уургийн ундаа, том хүнд зориулсан амин дэм, омегагаар баялаг ундаа, хлостерин бууруулах ундаа, чацарганы охь-ны нунтаг, тосон капсул гоо сайхны бүтээгдэхүүн, навч+жимсэн тэжээлтэй цай, жимс болон үрэн тэжээл, чацарганы охь, нухаш, чацарганы дарс зэрэг бүтээгдэхүүнүүд эрэлт, хэрэглээ өндөртэй байна.

Сүүлийн жилүүдэд чацарганы томоохон үйлдвэрүүд Хаан жимс, Живэртийн Оргил, Монос зэрэг компаниуд болон LHAMOUR брендийн бүтээгдэхүүнүүдийг хүйтэн аргаар шахаж гаргасан чацарганы зөөлөн эдийн тос, чацарганы цэвэр охь, сүүн бүтээгдэхүүнтэй хослосон бүтээгдэхүүнүүд үйлдвэрлэх зэргээр бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтэнд анхаарч ажиллаж байгаа нь цаашид экспортыг дэмжихэд чухал ач холбогдолтой юм.

2.3.ЧАЦАРГАНЫ ЭКСПОРТЫН ТУЛГАМДСАН АСУУДАЛ, АНР ШИНЖИЛГЭЭНИЙ ҮР ДҮН

Шатлан эрэмблэх шинжилгээ (АНР)-ний арга зүйг ашиглан чацарганы экспортын тулгамдсан асуудлыг тодорхойлох шинжилгээ хийлээ. Уг шинжилгээнд “Хөдөө аж ахуйн нэмүү өртгийн сүлжээ” төслийн хүрээнд зохион байгуулсан чацарганы салбарын хэлэлцүүлэгт оролцсон бодлого боловсруулагч, төрийн бус байгууллагын төлөөлөл, боловсруулах үйлдвэрийнхэн, олон улсын байгууллагын төлөөлөл бүхий 30 хүнээс чацарганы экспортод тулгамдаж буй асуудлуудыг тодруулж эрэмбэлүүлсэн болно.

Хүснэгт 20. Чацарганы экспортын тулгамдсан асуудлууд

Үе шат	Тулгамдсан асуудал	
Дотоодын үйлдвэрлэл	ТА-1	Түүхий эд бэлтгэх санхүүгийн эх үүсвэр хүрэлцээгүй
	ТА-2	Ургац хураалтын дэвшилтэт технологи нэвтрээгүй
	ТА-3	Суулгац болон бусад орцын үнэ өндөр
	ТА-4	Шаардлагатай техник, багажийн хүрэлцээ, хангамж муу
	ТА-5	Чацарганы сортын талаарх мэдлэг дутмаг
	ТА-6	Мэргэжилтний нөөц хүрэлцээгүй
Дотоодын боловсруулалт	ТА-1	Боловсруулах технологи нэвтрүүлсэн байдал хангалтгүй
	ТА-2	Тоног төхөөрөмжийн үнэ өндөр
	ТА-3	Эцсийн бүтээгдэхүүний нэр төрөл цөөн
	ТА-4	Бүтээгдэхүүний сав баглаа, боодол, чанар стандарт олон улсад шаардлагад хүрээгүй
	ТА-5	Экспортын бүтээгдэхүүнийг дэмжих санхүүгийн механизм байхгүй
	ТА-6	Чацарганы салбарын дэд бүтцийн хөгжил сул
Төрийн бодлого	ТА-1	Салбарын нэгдсэн удирдлагатай тогтолцоо бий болгоогүй
	ТА-2	Япон улстай байгуулсан чөлөөт худалдааны хэлэлцээрийг хэрхэн ашиглах арга зам тодорхой бус
	ТА-3	Бодлого боловсруулахад мэргэжлийн байгууллагуудын санал, зөвлөгөөг тусгадаггүй
	ТА-4	Гадаад худалдааны бодлого, гэрээ хэлэлцээрийн талаар боловсруулах үйлдвэрийнхэнд хүрэх мэдээллийн урсгал байхгүй
	ТА-5	Чацарганы гадаад худалдаа, экспортыг хариуцсан чиг үүрэг бүхий төрийн институци байхгүй
Гадаад зах зээлд нэвтрэх нөхцөл байдал	ТА-1	Гадаад зах зээлийн талаарх мэдээлэл түгээх, зөвлөгөө өгөх албан ёсны нэгж байхгүй
	ТА-2	Цэвэр экологийн бүтээгдэхүүн болохыг гэрчилэх тогтолцоо Монгол улсад бүрдээгүй
	ТА-3	Бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт, сав баглаа боодол хөгжөөгүй
	ТА-4	Байгалийн болон тариалсан чацарганы амт чанарын ялгаатай байдлыг харьцуулсан судалгаа, шинжилгээ байхгүй
	ТА-5	Олон улсад Монголын бүтээгдэхүүн бренд болж чадаагүй

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Чацарганы экспортод тулгамдсан асуудал ихтэй, мөн аль асуудлыг эхний ээлжинд шийвэрлэх шаардлагатай байгааг тодорхойлох зорилгоор тулгамдсан асуудал бүрийг эрэмбэлэн харууллаа.

Хүснэгт 21. Чацарганы экспортын тулгамдсан асуудлуудын эрэмбэ

Үе шат	Дүн
Дотоодын үйлдвэрлэл	0.14
Дотоодын боловсруулалт	0.19
Төрийн бодлого	0.27
Гадаад зах зээлд нэвтрэх нөхцөл байдал	0.40
Дүн	1.00

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Чацарганы экспортод хамгийн их тулгамдсан асуудал нь гадаад зах зээлд нэвтрэх байдал (40.0%), төрийн бодлого, зохицуулалт (27.0%), дотоодын боловсруулалтын түвшин (19.0%), дотоодын үйлдвэрлэл (13.0%) байна. Иймд тулгамдсан асуудал их, шийдвэрлэвэл зохих асуудал их байгаа учраас гадаад зах зээлд нэвтрэх нөхцөл байдлыг дэлгэрүүлж судалсан болно.

Чацаргана бүтээгдэхүүний гадаад зах зээлд нэвтрэх нөхцөл байдлын хувьд тулгамдсан асуудлуудыг дараах байдлаар эрэмбэлжээ.

Хүснэгт 22. Гадаад зах зээлд нэвтрэх нөхцөл байдлын хувьд тулгамдаж буй асуудлуудын эрэмбэ

Тулгамдсан асуудлууд	Дүн
Гадаад зах зээлийн талаарх мэдээлэл түгээх, зөвлөгөө өгөх албан ёсны нэгж байхгүй	0.39
Цэвэр экологийн бүтээгдэхүүн болохыг гэрчилэх тогтолцоо Монгол улсад бүрдээгүй	0.18
Бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт, сав баглаа боодол хөгжөөгүй	0.09
Байгалийн болон тариалсан чацарганы амт чанарын ялгаатай байдлыг харьцуулсан судалгаа, шинжилгээ байхгүй	0.26
Олон улсад Монголын бүтээгдэхүүн бренд болж чадаагүй	0.08
Дүн	1.00

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Гадаад зах зээлд нэвтрэх нөхцөл байдлын хувьд тулгамдаж буй асуудлуудын нэгдүгээрт, гадаад зах зээлийн талаарх мэдээлэл түгээх, зөвлөгөө өгөх албан ёсны нэгж байхгүй гэдгийг судалгаанд оролцогчдын 39.0 хувь нь, Байгалийн болон тариалсан чацарганы амт чанарын ялгаатай байдлыг харьцуулсан судалгаа, шинжилгээ байхгүй гэсэн хариултыг 26.0 хувь нь, Цэвэр экологийн бүтээгдэхүүн болохыг гэрчилэх тогтолцоо Монгол улсад бүрдээгүй гэсэн хариултыг 18.0 хувь нь, Бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт, сав баглаа боодол хөгжөөгүй гэсэн хариултыг 9.0 хувь нь, Олон улсад Монголын бүтээгдэхүүн бренд болж чадаагүй гэсэн хариултыг 8.0 хувь нь хамгийн тулгамдсан асуудал болж байна хэмээн дүгнэсэн байна.

Чацарганы экспортыг нэмэгдүүлэхэд төрийн бодлого чухал буюу төрийн бодлогод тулгамдаж буй асуудлыг дараах байдлаар эрэмбэлжээ.

Хүснэгт 23. Төрийн бодлого хувьд тулгамдаж буй асуудлуудын эрэмбэ

Тулгамдсан асуудлууд	Дүн
Салбарын нэгдсэн удирдлагатай тогтолцоо бий болгоогүй	0.26
Япон улстай байгуулсан чөлөөт худалдааны хэлэлцээрийг хэрхэн ашиглах арга зам тодорхой бус	0.10
Бодлого боловсруулахад мэргэжлийн байгууллагуудын санал, зөвлөгөөг тусгадаггүй	0.10
Гадаад худалдааны бодлого, гэрээ хэлэлцээрийн талаар боловсруулах үйлдвэрийнхэнд хүрэх мэдээллийн урсгал байхгүй	0.14
Чацарганы гадаад худалдаа, экспортыг хариуцсан чиг үүрэг бүхий төрийн институци байхгүй	0.40
Дүн	1.00

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Төрийн бодлогын хувьд, “Чацарганы гадаад худалдаа, экспортыг хариуцсан чиг үүрэг бүхий төрийн институци байхгүй” гэж 40.0 хувь нь, салбарын нэгдсэн удирдлагатай тогтолцоо бий болоогүй гэж 26.0 хувь нь, гадаад худалдааны бодлого, гэрээ хэлэлцээрийн талаар боловсруулах үйлдвэрийнхэнд хүрэх мэдээллийн урсгал байхгүй гэж 14.0 хувь нь, Япон улстай байгуулсан чөлөөт худалдааны хэлэлцээрийг хэрхэн ашиглах арга зам тодорхой бус гэж 10.0 хувь нь, Бодлого боловсруулахад мэргэжлийн байгууллагуудын санал, зөвлөгөөг тусгадаггүй гэж 10.0 хувь нь тус тус дүгнэжээ.

Дотоодын боловсруулалтын хувьд тулгамдаж буй асуудлуудыг дараах байдлаар эрэмбэлсэн байна.

Хүснэгт 24. Дотоодын боловсруулалтын хувьд тулгамдаж буй асуудлуудын эрэмбэ

Тулгамдсан асуудлууд	Дүн
Боловсруулах технологи нэвтрүүлсэн байдал хангалтгүй	0.09
Тоног төхөөрөмжийн үнэ өндөр	0.17
Эцсийн бүтээгдэхүүний нэр төрөл цөөн	0.05
Бүтээгдэхүүний сав баглаа, боодол, чанар стандарт олон улсад шаардлагад хүрээгүй	0.23
Экспортын бүтээгдэхүүнийг дэмжих санхүүгийн механизм байхгүй	0.36
Чацарганы салбарын дэд бүтцийн хөгжил сул	0.10
Дүн	1.00

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Дээрх тулгамдсан асуудлыг тодорхойлохдоо, Экспортын бүтээгдэхүүнийг дэмжих санхүүгийн механизм байхгүй гэж 36.0 хувь нь, Бүтээгдэхүүний сав баглаа, боодол, чанар стандарт олон улсад шаардлагад хүрээгүй гэж 23.0 хувь нь, Тоног төхөөрөмжийн үнэ өндөр гэж 17.0 хувь нь, Чацарганы салбарын дэд бүтцийн хөгжил сул гэж 10.0 хувь, Боловсруулах технологи нэвтрүүлсэн байдал хангалтгүй гэж 9.0 хувь нь, Эцсийн бүтээгдэхүүний нэр төрөл цөөн гэж 5.0 хувь нь үзсэн байна.

Чацарганы дотоодын үйлдвэрлэлийн хувьд тулгамдсан асуудлуудыг дараах байдлаар эрэмбэлсэн байна.

Хүснэгт 25. Дотоодын үйлдвэрлэлийн хувьд тулгамдаж буй асуудлуудын эрэмбэ

Тулгамдсан асуудлууд	Дүн
Түүхий эд бэлтгэх санхүүгийн эх үүсвэр хүрэлцээгүй	0.41
Ургац хураалтын дэвшилтэт технологи нэвтрээгүй	0.16
Суулгац болон бусад орцын үнэ өндөр	0.04
Шаардлагатай техник, багажийн хүрэлцээ, хангамж муу	0.10
Чацарганы сортын талаарх мэдлэг дутмаг	0.08
Мэргэжилтний нөөц хүрэлцээгүй	0.21
Дүн	1.00

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Чацарганы дотоодын үйлдвэрлэлийн хувьд түүхий эд бэлтгэх санхүүгийн эх үүсвэр хүрэлцээгүй байгаа нь хамгийн тулгамдсан асуудал гэж судалгаанд оролцогчдын 41.0 хувь нь үзжээ. Үүний дараа тулгамдсан асуудлуудын эрэмбийн жагсаалтыг гаргавал, Мэргэжилтний нөөц хүрэлцээгүй гэж 21.0 хувь нь, Ургац хураалтын дэвшилтэт технологи нэвтрээгүй гэж 16.0 хувь нь, Шаардлагатай техник, багажийн хүрэлцээ, хангамж муу гэж 10.0 хувь нь, Чацарганы сортын талаарх мэдлэг дутмаг гэж 8.0 хувь нь, Суулгац болон бусад орцын үнэ өндөр гэж 4.0 хувь нь тус тус эрэмбэлэгдсэн байна.

ДҮГНЭЛТ

Монгол улсын чацарганы нөөцийн хэмжээг зэрлэг чацаргана, таримал чацарганы үйлдвэрлэл гэсэн ялгаатайгаар тогтоох шаардлагатай бөгөөд өнөөгийн байдлаар чацарганы үйлдвэрлэл нь боловсруулах үйлдвэрүүдэд суурилагдсан хүчин чадлаас 3 дахин бага байна. Цаашид экспортыг нэмэгдүүлэхэд түүхий эдийн нөөцийн асуудал чухал байр суурь эзлэх юм. Чацарганы боловсруулах үйлдвэрүүдийн өмнө гадаад зах зээлд нэвтрэхээс өмнө түүхий эдийн нөөцийн хангамж, хүрэлцээг нэмэгдүүлэх чухал байна.

Чацарганы экспортыг нэмэгдүүлэхэд Монгол улсын хууль, эрх зүй, гадаад худалдааны тааламжтай нөхцөл бүрдсэн гэж үзэх үндэслэлтэй байна. Тухайлбал, Засгийн газраас жимс, жимсгэний салбарыг хөгжүүлэхэд анхаарч байгаагаас гадна Монгол улс Япон улстай чөлөөт худалдааны хэлэлцээр байгуулсан, Тайвань, БНСУ-тай чөлөөт худалдааны хэлэлцээр

байгуулахаар судалгааны ажил хийгдэж байгаа нь цаашид чацарганы экспортыг нэмэгдүүлэхэд таатай нөхцөл болно. Гэвч гадаад худалдааны гэрээний заалтуудыг нарийвчлах, хэрхэн хэрэглэхийг тодорхой болгох шаардлагатай байна.

Монгол улсаас Япон, БНСУ, Тайвань улс руу экспортлосон чацарганы бүтээгдэхүүний экспорт нийт экспортын 50 орчим хувийг бүрдүүлж байгаа нь цаашид эдгээр улсуудын зах зээлийг нарийвчлан судлах хэрэгцээ шаардлага байгааг илтгэнэ.

Монгол улсын чацарганы бүтээгдэхүүний экспортын өнөөгийн байдал нь үнийн дүн болон тоо хэмжээний хувьд өчүүхэн бага байна. Гэхдээ экспортын бүтээгдэхүүний нэр төрлөөс харахад харьцангуй олон байгаа мэт харагдаж байгаа боловч зарим бүтээгдэхүүнийг судалгааны дээжинд илгээжээ. Гэхдээ энэ нь цаашид гадаад зах зээлд эрэлт бүхий бүтээгдэхүүнийг тодруулахад чухал үүрэгтэй байх болно. Харин чацарганы импортын хэмжээ тасралтгүй өсч өнгөрсөн оны импортын хэмжээ өмнөх оноос 7 дахин өссөн байгаа нь дотоодын боловсруулах үйлдвэрүүд эх орны хөрсөнд ургасан экологийн цэвэр түүхий эдээр дутагдаж буйг илтгэнэ.

Чацарганы салбартай холбоотой үндэсний хэмжээний судалгаа шинжилгээ, эрдэмтдийн бүтээл нилээдгүй хэвлэгдэн гарчээ. Мөн түүнчлэн дэлхийн чацарганы нөөц бүхий БНХАУ, ОХУ, Канадад улсуудад хэрэглэгддэг тариалалт, ургац хураалт, боловсруулалтын технологийг Монгол улсад нутагшуулж эхлээд байгаа нь бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтэд эерэг үр нөлөөг авчрах боломжийг бүрдүүлжээ.

Чацарганы боловсруулах үйлдвэрүүдэд ажиллах боловсон хүчнийг бүрдүүлж чадсан хэдий ч тариалалт, ургац хураалтанд мэргэжилтэй боловсон хүчнийг бүрдүүлж чадаагүйн улмаас ургацыг бүрэн хурааж авч чадахгүй, нөөцийг дутуу ашиглаж байгаа нь судлаачдын бүтээлээс тодорхой байна. Цаашид үйлдвэрлэл, боловсруулалт, хуваарилалт, бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийн шат дамжлага бүрд өндөр ур чадвар бүхий мэргэжилтнийг бэлтгэхэд анхаарах чухал юм.

Чацарганы экспортыг нэмэгдүүлэхэд гадаад зах зээлд нэвтрэхэд боловсруулах үйлдвэрүүдэд дэмжлэг үзүүлж үндэсний үйлдвэрлэгчдийг гадаад зах зээлтэй холбох чиг үүрэг бүхий төрийн байгууллага, нэгж байгуулах, Монгол чацарганы чанарыг дэлхийд таниулах, боловсруулах үйлдвэрийнхэнд экспорт хийхэд зориулан хөнгөлөлттэй зээл олгох гэх мэт дэмжлэгүүд хэрэгтэй байна.

ГУРАВДУГААР БҮЛЭГ. ЯПОН УЛСЫН ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СУДАЛГАА, ШИНЖИЛГЭЭ

3.1. ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН PESTLE ШИНЖИЛГЭЭ

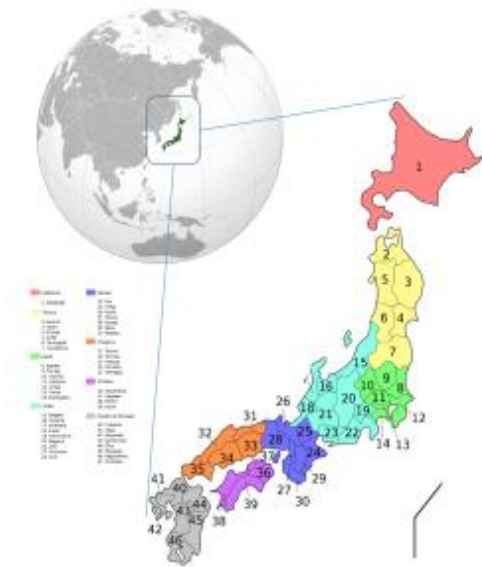
УЛС ТӨРИЙН ОРЧИН

Япон улсын хүн ам 2019 оны 1 сарын байдлаар 126 сая 964 мянга 957 хүн буюу дэлхийн хүн амын 1.64%, хүн амаар дэлхийд 11-д, нийт хүн амын 94.1% нь нутгийн уугуул иргэд байдаг. Шашин шүтлэгийн хувьд Шинто болон Будда голлох бөгөөд католик, християнууд бас бий.

Бүтэц: Засгийн газрыг Ерөнхий сайд тэргүүлж, удирдлаган доор нийт 10 яам, 21 агентлагаас бүрдэнэ.

Засаг захиргаа: Газар зүйн байрлалаар нь 9 хэсэгт мужлах бөгөөд муж дотор багтаагаад 47 нутаг захиргаа болгон хуваадаг. Нутгийн хойд талаас Хоккайдо, Тоохокү, Кантоо, Чүүбү, Кансай, Чүүгокү, Шикоку, Кюүшү болон Окинава гэж хуваадаг.

Зураг 18. Япон улсын нутаг дэвсгэрийн мужлал



1947 оны үндсэн хуулиар одоогийн Япон төрийн бүтэц, эрх хувиарлалт баталгаажсан байдаг. Засгийн газрыг ерөнхий сайд ахлах бөгөөд бусад сайд нараа сонгох эрхтэй болно. Эзэн хаан нь ард түмний эв нэгдлийн бэлэгдэл болдог. Улсын их хурлаас ерөнхий сайдыг өргөмжилж, эзэн хаан баталснаар ерөнхий сайдын эрх нээгдэнэ.

Парламент: Дээд болон доод гэсэн 2 танхимаас бүрдэнэ. Дээд танхим нь хууль, цааз тогтоох бөгөөд 4 жил тутамд нэг удаа сонгогдох 480 суудалтай, доод танхим нь 6 жилд нэг удаа сонгогдох 242 суудалтай.

Улс төрийн хүчин: Либерал ардчилсан нам, Демокрит нам, шинэ Комейто нам, Коммунист нам, Социаль демокрит нам болон Ардчилсан намтай.

Засгийн газар: Ерөнхий сайд Шинзо Абэ 2012 оноос Засгийн газрыг толгойлж, улс төрийн хүчирхэг тогтвортой орчин бүрдүүлэлж, авилгын индексээр 2017 оны байдлаар дэлхийд 20-д эрэмблэгдэж байна. 2009-2011 оны хооронд улс төрийн орчин тогтворгүй байсан.

“*Trading economics*”-ийн судалгаагаар, Япон улс нь 2017 онд олон улсад индексээрээ 20 жагсаж байсан бол 2018 онд 18 жагсаж байгаа нь улс төрийн хувьд улам тогтворжиж, гадны хууль бус арга замаар улс төрийн өөрчлөлт орох магадлал улам багасаж байгааг илэрхийлж байна.

Төрийн албаны тухай хууль (National Public Service Law) 1948 онд батлагдсан бөгөөд уг хуулийн хүрээнд Хүний нөөцийн алба буюу үндэсний боловсон хүчний газар байгуулагдсан. Энэхүү газар нь ерөнхий нарийн бичгийн даргаар удирдуулсан байх бөгөөд дараах үндсэн хэсгээс бүрдэнэ.

1. Төрийн албаны ёс зүйн үндэсний зөвлөл
2. Төрийн захиргааны зөвлөл
3. Бүс нутгийн алба
4. Орон нутгийн алба

Хүснэгт 26. Япон улсын улс төрийн байдал

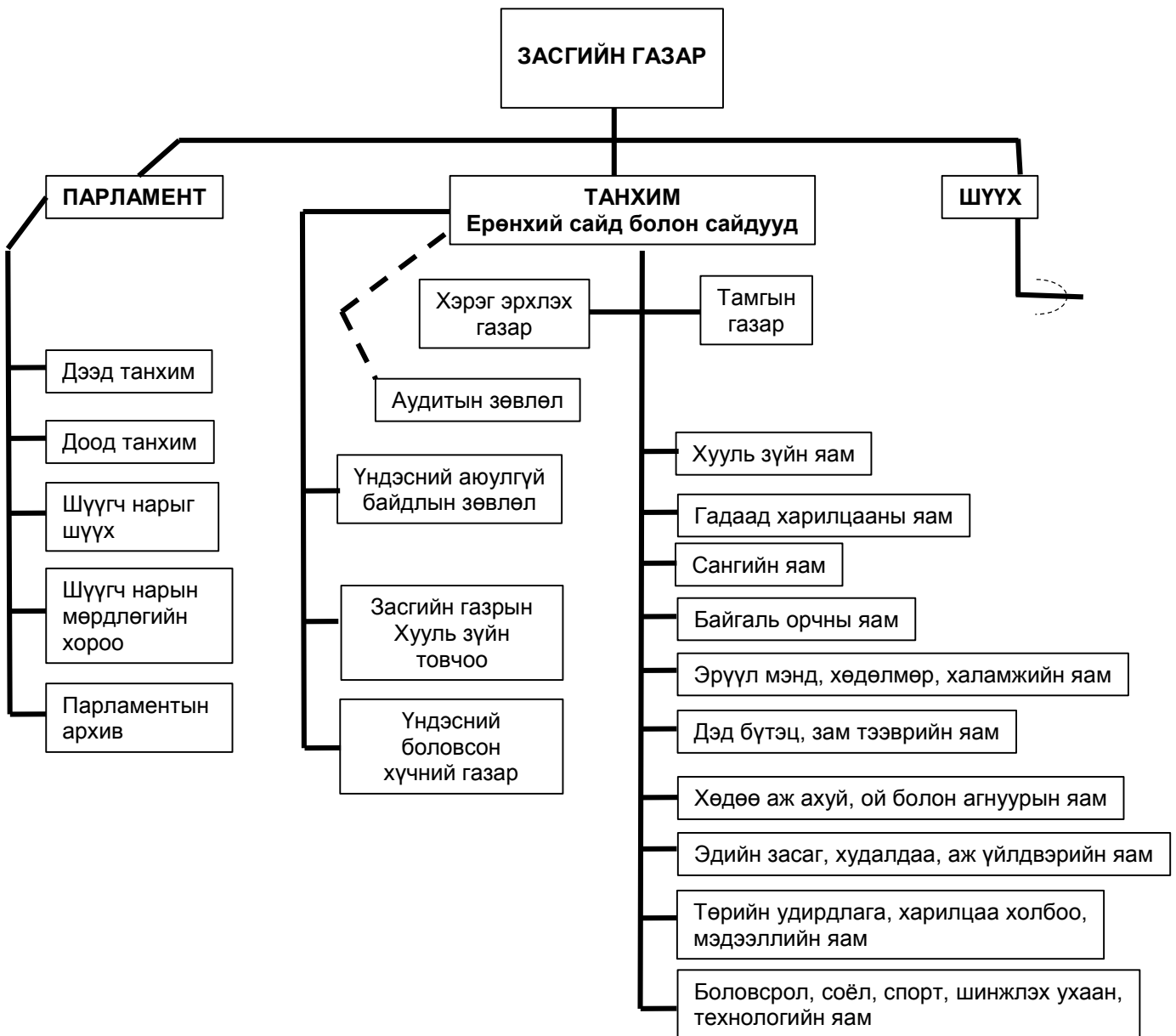
Улс төрийн орчин	Үзүүлэлт	Тайлбар
Засгийн газрын ажиллах хугацаа /жилээр/	4	Хүндэтгэх шалтгаан
Сүүлийн 10 жилд хугацаанаасаа өмнө огцорсон ЗГ-ын тоо	4	2009, 2010, 2011, 2012-оос одоо хүртэл
Тогтвортой байдал	18	2018

Эх үүсвэр: 1 болон 2. Засгийн газрын веб сайт (<https://www.japan.go.jp/directory/>)

3. “*Trading economics*”-ийн судалгаа, 2018

Төрийн албаны энэ тогтолцоо нь төрийн алба цалгардалгүй иргэн хүн бүрт үйлчлэх тэгш боломжийг бүрдүүлж өгдөг.

Зураг 19. Япон улсын Засгийн газрын бүдүүвч



Эх үүсвэр: Япон улсын үндэсний боловсон хүчний агентлаг, 2001 (Хавсралт №3.1.1)

Монгол улс болон Япон улс хоорондын улс төр болон эдийн засгийн гадаад харилцаа

Дипломат харилцаа: Монгол улс, Япон улс хооронд 1972 оны 2-р сарын 24-нд дипломат харилцаа тогтоосон бөгөөд 1972 оны 6 сард Токио хотод, 1973 онд Улаанбаатар хотод тус тус Элчин сайдын яам нээсэн. Монгол болон Япон улс нь “Стратегийн түншлэл” бий болгож, 2007 онд Төр, хувийн хэвшлүүдийн зөвлөлдөх уулзалт, Монгол Улсын Их хурал дахь Монгол, Японы парламентын бүлэг, 2017 онд хоёр улсын Гадаад хэргийн яамдын ээлжит “Стратегийн зөвлөлдөх” уулзалт, 2016 онд Гадаад хэрэг, батлан хамгаалах, аюулгүй байдлын асуудал эрхэлсэн байгууллагууд хоорондын ээлжит уулзалт, 2013 онд Гадаад хэргийн яамдын Бодлогын газар хоорондын уулзалтууд тогтмол явагдаж байна.

Худалдаа, эдийн засгийн харилцаа, хөрөнгө оруулалт: Одоогийн байдлаар Япон улсаас Монгол улсад 262 сая ам. долларын хөрөнгө оруулалт хийгдснээс нийт дүнгийн тал хувь нь худалдаа, нийтийн хоолны салбарт, үлдсэн нь банк, санхүү, аялал жуучлал, барилга, мэдээллийн технологийн салбарт оногдож байна.

Хүснэгт 27. Монгол, Япон улс хоорондын худалдааны эргэлт

Он	Экспорт сая ам доллар	Импорт сая ам доллар	Нийт эргэлт сая ам доллар
2012	5.6	501.6	507.2
2013	10.5	444.2	454.7
2014	24.4	367.7	392.1
2015	20.3	274.6	294.9
2016	14	330.2	344.2

Эх үүсвэр: Монгол улс, Гадаад харилцааны яам

Монгол Улсын Гадаад хэргийн яамны албан ёсны тоо баримтаас харахад, 2012-2015 онд Монгол, Япон хоёр улс хоорондын гадаад худалдааны нийт эргэлтэд импорт давамгайлж байсан бол 2016 оноос чөлөөт худалдааны хэлэлцээр хэрэгжиж эхэлсэнтэй холбогдуулан гадаад худалдааны нийт эргэлт 2016 оны 3 сард 57.2 сая ам доллар, 2017 оны 3 сард 77.6 сая ам доллар, 2018 оны 3 сард 98,5 сая буюу 72.1% -аар өссөн. Япон улстай чөлөөт худалдааны хэлэлцээр байгуулсан 15 дахь улс буюу Монгол орны хувьд анхны гадаад улстай хийж байгаа чөлөөт худалдааны хэлэлцээр болсон байна.

Орлогын татварын хэмжээ:

Япон улсад ажил, мэргэжлийн онцлогоос хамааран хувь хүний орлогын татварыг тухайн хүний жилийн орлогын дүнгээс хамаарч харилцан адилгүй байдаг.

Хүснэгт 28. Япон улсын орлогын албан татварын шатлалын хувь хэмжээ

Жилийн орлого	0-1.95 сая	1.95-3.3 сая	3.3-6.95 сая	6.95-9.00 сая	9.00-18.00 сая	18.00-40.00 сая	40.00 саяаас дээш
Татварын хувь	5%	10%	20%	23%	33%	40%	45%

Тайлбар: Япон улсын мөнгөн тэмдэгт иен-оор тооцсон.

Эх үүсвэр: Эдийн засаг худалдаа аж үйлдвэрийн яам, 2017.

Жилийн орлого өндөртэй өрх гэр бүлүүд харилцан зөвшилцөн эхнэр нь ажлаас гарах үзэгдэл түгээмэл байдаг. Энэ нь өрхийн нийт орлогыг ам бүлийн гишүүдийн тоонд хувааж, амьдралын өртгийг хассанаар татвар тооцох нөхцлийг бүрдүүлж байгаа тул Япон гэр бүлийн худалдан авах чадвар буюу чацаргана, түүний гаралтай бүтээгдэхүүнүүдийг таниулж чадах юм бол худалдааны эерэг зах зээл байх бүрэн боломжтой.

Чацаргана, түүний гаралтай бүтээгдэхүүний экспорт: Япон, Монгол хоёр улсын чөлөөт худалдааны хэлэлцээрээр хоёр улс хоорондын экспорт, импортод тулгамдаж буй асуудлууд болох гаалийн үйл ажиллагаа, бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлд тавигдаж буй стандарт, бүтээгдэхүүний чанар, хадгалалт, тээвэрлэлт тавигдах стандарт, эрүүл ахуй, өрсөлдөөний чадавхи, гарал үүсэл, бизнесийн орчинг сайжруулах, хамтын ажиллагаа, Засгийн газрын худалдан авалт зэрэг асуудлуудыг шийдвэрлэхээр харилцан тохиролцоонд хүрсэн.

Япон улс руу 2010 оноос чацаргана экспортлож эхэлсэн бөгөөд “Эдийн засгийн түншлэлийн хэлэлцээр-2016” хүрээнд чацарганы тос-бүтээгдэхүүний татвар 14% байсныг 0% болгон бууруулсан. Жимсний чанамал 12%, сахар нэмсэн бол 16.8% (Япон улсын тарифын жагсаалт, 2007.99), чацарганы цэвэр шүүс жингийн 10%-аас ихгүй саахар агуулсан бол 23%, жингийн 10%-аас их бол 29,3% (Япон улсын тарифын жагсаалт, 2009.89) татвар төлнө.

2012 онд Живэртийн оргил ХХК Японы зах зээлд "Такаражима жапан" компанийг дистрибьютерээр сонгон "Yellow Doctor Japan" гэсэн брэнд бий болгон шилтэй 750 болон 330 мл-ээр савласан жүүс, 50 мл болон 100 мл-ээр савласан тос зэрэг бүтээгдэхүүнүүд, Монос хүнс ХХК-

ийн чацарганы өтгөрүүлсэн жүүс, Эко эрдэнэ ХХК, Увс хүнс ХХК, Тэсо ХХК-ууд 2017 онд экспорт хийсэн байна. 2016 оноос Цэс хайрхан ХХК чацарганаар хийсэн вино “Sea buckthorn-fruit wine”-оо Японы зах зээлд Моримото сүлжээ компаниар дамжуулан худалдаалсан байна. Японы гадаад худалдааны байгууллага <https://www.jetro.go.jp/en/> -ын вэб сайтаас Япон улсад тухайн жилд зохиогдох үзэсгэлэн худалдааны мэдээлэл, томоохон компаниудын сайн дурын үйл ажиллагаа, өөрсдийн үйлдвэрлэлтэй төстэй компаниа олох, бизнес холболт хийх бүрэн боломжтой юм.

Хүснэгт 29. Япон улсын улс төрийн орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол \1-5 оноо\	Үнэлгээ \1-5 оноо\	Үзүүлж буй нөлөөлөл \+эерэг, -сөрөг, =саармаг\
1	Улс төрийн тогтвортой байдал	5	4	+
2	Авилгын түвшин бага байдал	5	5	+
3	Засгийн газрын бодлого, таатай байдал	4	3	+
5	Гадаад худалдааны бодлого таатай байдал	5	3	+
6	Татварын бодлого таатай байдал	5	2	+
7	Хоёр улсын харилцаа таатай байдал	5	3	+

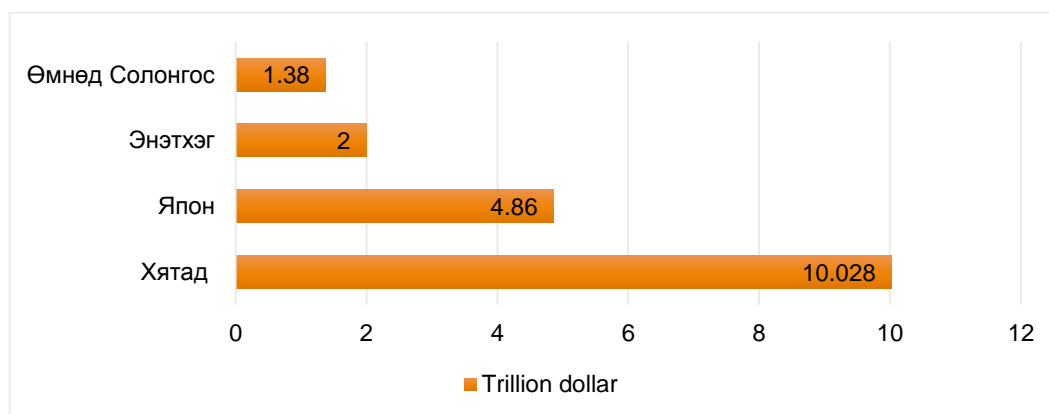
Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

Япон улс нь ДНБ-ний өсөлт, экспорт, импортоороо дэлхийн тэргүүлэгч орнуудын 4-т, улс төрийн тогтвортой байдлаараа 175 орноос 18-д жагсаж байгаа нь улс төрийн орчны үнэлгээ өндөр байх нөхцлийг бүрдүүлж байна. Гэвч төрөөс үндэсний үйлдвэрлэгч компаниа дэмжсэн бодлогыг зориуд авч хэрэгжүүлдэг нь адил төст импортын бүтээгдэхүүний татварын өндөр хувиас харагдаж болно. Тухайлбал, Ганц болон олон тооны жимснээс бий болгосон жүүсэнд 10%-аас ихгүй сахарозын хэмжээтэй байвал 29,3% импортын татвартай байна.

ЭДИЙН ЗАСАГ

Эдийн засгийн хөгжлөөрөө Япон улс нь дэлхийд АНУ, Хятад улсын дараа гуравдугаарт, Азид хоёрдугаарт жагсаж байгаа хүчирхэг эдийн засагтай орон юм.

Зураг 20. Эдийн засгийн үзүүлэлтүүдээр Япон улсын дэлхийд эзэлж буй байх суурь



Эх үүсвэр: Statistics times-2018, Азийн орнууд

Эдийн засгийн өсөлт: “Focus-economics”-ийн судалгаагаар, 2016 онтой харьцуулахад 2017 онд эдийн засаг нь 0.9%-оор өссөн үзүүлэлттэй байна. Энэхүү үзүүлэлт нь урт хугацаанд үргэлжилбэл тухайн улсын хүн амын амжиргааны түвшин дээшилнэ.

ДНБ: Япон улсын Статистикийн хороо (*Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications*)-оос гаргасан судалгаагаар, ДНБ нь -0.7% буурсан боловч нэг хүнд ногдох ДНБ нь 0.55 мян.ам.дол буюу 0.1%-аар өссөн үзүүлэлттэй байна.

Хүснэгт 30. Япон улсын эдийн засгийн үзүүлэлтүүд

Он	нэгж	2013	2014	2015	2016	2017
Эдийн засгийн өсөлт	%	2	0.4	1.4	1	1.9
Дотоодийн нийт бүтээгдэхүүн	трил. ам.дол	5.155.72	4.850.41	4.375.61	4.949.27	4.872.14
Нэг хүнд ноогдох ДНБ	мян. ам.дол	48.28	43.95	38.88	38.00	38.55
Инфляци	%	0.34	2.76	0.79	-0.11	0.47
Валютын ханш	иен/ ам.дол	105.25	121.38	125.58	121.06	117.75

Эх үүсвэр: Дэлхийн банк, *The Statistics portal, Focus-economics, Quora* –ийн статистик үзүүлэлтүүд

Инфляци болон ам доллартай харьцах валютын ханш: “*Statistics Portal*” сайтын статистик үзүүлэлтээр, 2014 онд инфляци 2.76% хүрч байсан бол 2017 онд 0.47 болгон буурчээ. Инфляци 10%-аас бага байх нь хэвийн бөгөөд 0.47% байгаа нь эдийн засгийн тогтвортой байдлыг харуулж байна. Валютын ханш нь тухайн жилийн нэг ам доллартай харьцах харьцаа бөгөөд 2014 онтой харьцуулахад 117.75 иен болж буурсан нь иений ханш чангарсаныг илтгэнэ.

Өрхийн хэрэглээний зардал: Япон улсын *Statistics Bureau* статистикийн хорооноос гаргадаг бөгөөд улсын хэмжээнд өрх гэрийн сард худалдан авсан бараа бүтээгдэхүүний нийт дүнг дараах хүснэгтээр харуулав.

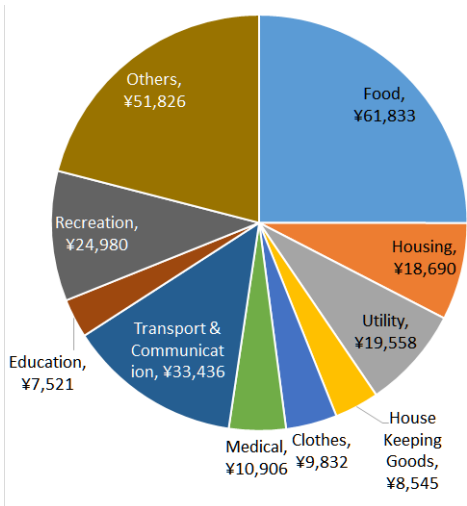
Хүснэгт 31. Япон улсын хэрэглээний зардал

	нэгж	2015	2016
Өрхийн хэрэглээний зардал, сард, дунджаар	иен x1000	247.127	265.500
Өрхийн хүнсний хэрэглээний зардал, сард, дунджаар	иен x1000	61.883	72.934

Эх үүсвэр: *Үндэсний статистикийн мэдээлэл, 2017*

Япон улсын 2015 онд гаргасан өрхийн сарын дундаж хэрэглээ нь 247127 иен \1967 ам.доллар\ бөгөөд хүнс, байр, унаа, боловсрол, урсгал зардалд ангилан задлан харуулсан байна.

Зураг 21. Япон улсын 2017 оны ДНБ-ний бүтэц



ДНБ-ний бүтэц:

- Хөдөө аж ахуй: 1.00% (48.85 Bil.dol)
- Аж үйлдвэрийн салбар: 29.70% (1450.70 Bil.dol)
- Үйлчилгээ: 69.30% (3384.96 Bil.dol)

Экспорт болон импортын харьцаа: Сангийн яамны статистик тоогоор, 2013-2015 онд экспортоос импорт нь давсан бол 2016-2017 онд импортоос экспорт давсан үзүүлэлт харагдаж байна. Энэ нь улс орны эдийн засаг, ДНБ өссөний илэрхийлэл болно. 2018 онд “Worlds top exports” вэб сайтын мэдээлснээр, экспортын бараа бүтээгдэхүүнд голлох байр суурь эзэлж буй машин 99.1 тэрбум ам.доллар буюу өмнөх жилийнхээс 6.2%, автомашины эд анги 35.9 тэрбум ам.дол буюу 3.9% болж нэмэгдсэн бол экспортыг АНУ, импортыг Хятад улсууд тэргүүлсэн байна. “Global business knowledge” статистик

үзүүлэлтээр, 2017 оны байдлаар дэлхийд экспорт болон импортоороо 4 дүгээр байранд эрэмблэгдэж байна.

Хүснэгт 32. Япон улсын экспорт, импорт

	нэгж	2013	2014	2015	2016	2017
Экспорт	1000 иен	69,774,192,950	73,093,028,311	75,613,928,862	70,035,770,383	78,286,457,048
Импорт	1000 иен	81,242,545,171	85,909,112,733	78,405,535,793	66,041,973,885	75,379,231,107

Эх үүсвэр: Үндэсний статистикийн мэдээлэл, 2018

Япон улсын гол экспортлогч орноор АНУ тэргүүлж, Хятад, Өмнөд Солонгос улсууд удаалж байгаа бол импортлогч орноор Хятад улс тэргүүлж, АНУ, Австрали улсууд жагсаж байна.

Хүснэгт 33. Япон улсын топ харилцагч улсууд

Гол экспортлогч улсууд			Гол импортлогч улсууд		
1	АНУ	USD.\$135,059,633,504	1	Хятад	USD.\$164,478,683,451
2	Хятад	132,785,531,077	2	АНУ	73,833,310,708
3	Өмнөд Солонгос	53,307,752,960	3	Австрали	38,968,125,905
4	Гонконг	35,437,095,849	4	Өмнөд Солонгос	28,126,932,612
5	Тайланд	29,433,914,269	5	Саудын араб	27,773,880,974
6	Сингапур	22,653,930,177	6	Герман	23,421,221,526
7	Герман	18,945,367,635	7	Тайланд	22,732,071,165
8	Австрали	16,010,838,104	8	Нэгдсэн эмират	20,741,993,704
9	Ветнам	15,053,934,935	9	Индонез	19,825,780,659
10	Англи	13,725,311,242	10	Малайз	19,272,817,709

Эх үүсвэр: Global business knowledge, 2018

Ажил эрхлэлт: Япон улсын үндэсний статистикийн хорооноос мэдээгээр, улс болон хувийн ажил эрхэлж буй хүний тоо 2013 онтой харьцуулахад 2017 онд 2.1 сая орчим ажлын байр нэмэгдсэн үзүүлэлттэй байна. Үүнд ажилчин 3 хүн тутмын 1 нь эмэгтэй байна.

Хүснэгт 34. Япон улсын хөдөлмөрийн насны хүн амын тоо, түүнд эзлэх эмэгтэйчүүд

	нэгж	2013	2014	2015	2016	2017
Хөдөлмөрийн насны хүн ам	сая хүн	63.27	63.17	64.02	64.64	65.31
Эмэгтэйчүүдийн тоо	сая хүн	24.63	25.35	26.02	26.56	27.05

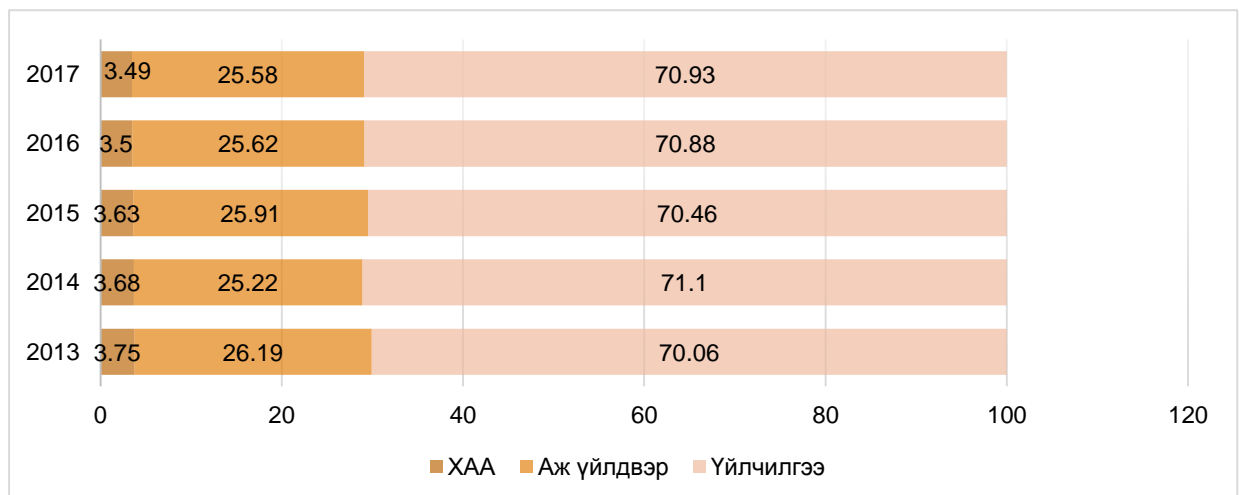
Эх үүсвэр: Үндэсний статистикийн мэдээлэл, 2017

Ажиллах хүч, салбараар (2017):

- Хөдөө аж ахуй: 3.49%
- Аж үйлдвэрийн салбар: 25.58%
- Үйлчилгээ: 70.93%

Япон улсын хөдөлмөрийн насны хүмүүсийн ХАА-д эзлэх хувь нь аж үйлдвэрийн салбар болон үйлчилгээний салбараас даруй 8 болон 24 дахин бага байгаа нь улсын хэмжээнд тусгай бодлого авч ажиллахад хүргэжээ. Тухайлбал, ХАА, Ой болон Агнуурын Яамны бодлогоор үхрийн ферм эрхлэх фермерийн аж ахуйд зориулж хүүгүй 500 000 иен болон түүнээс их тусламж, фермертэй гэрлэсэн гэр бүлийн хүний нийгмийн асуудлыг анхаарах болсон.

Зураг 22. Япон улсын ажиллах хүчний эдийн засгийн салбаруудад эзлэх хувийн жин



Эх үүсвэр: The Statistics Portal-2018

Дээрх зургаас харахад, 2013 онтой харьцуулахад ХАА салбарт ажиллах хүч 0.26%-аар буурсан нь харагдаж байна.

Япон улсын эдийн засгийн орчны судалгааг гүйцэтгэсний үндсэн дээр дараах үнэлгээг өгч байна.

Хүснэгт 35. Япон улсын эдийн засгийн орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол \1-5 оноо\	Үнэлгээ \1-5 оноо\	Үзүүлж буй нөлөөлөл \+эерэг -сөрөг, =саармаг\
1	Эдийн засгийн өсөлт	4	5	+
2	Дотоодын нийт бүтээгдэхүүн	4	4	+

3	Инфляцийн өсөлт	4	3	+
4	Экспортын хэмжээ	4	5	+
5	Импортын хэмжээ	5	4	+
6	Ханшийн тогтвортой байдал	5	4	+
7	Эрүүл мэндийн хэрэглээний зардал	4	4	+
8	Ажил эрхлэлт	3	4	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

Япон улсын макро эдийн засгийн үзүүлэлтүүдээс харахад, ДНБ өсөлттэй, импортоосоо экспорт нь давсан, хүн амд үзүүлэх төрийн үйлчилгээний нэг болох эрүүл мэндийн зардлын 70%-ыг төрөөс төлдөг, ажилгүйчүүдийн тоо багассан, хүн амын орлого өссөн зэрэг үзүүлэлтүүд нь чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүнийг экспортлоход тааламжтайг харуулж байна.

ХУУЛЬ, ЭРХ ЗҮЙ

Япон улсын Үндсэн хууль нь 1947 онд баталгаажин одоог хүртэл мөрдлөгө болгон ажиллах бөгөөд 11 бүлэг 103 заалттай. Япон улсын үндсэн хуулийн 4-р бүлэгт төрийн эрх барих дээд байгууллага болох парламентын эрх үүргийг заасан байдаг. Парламентыг ерөнхий сайд толгойлох бөгөөд хууль сахиулах тогтолцоог *хавсралт 3.1.2-д* бүдүүвчээр харуулав.

Хөдөө аж ахуйн стандартчилал /act on Japanese Agricultural Standards, act No.175/: 1950.05.11 өдөр баталсан тогтоолоор Япон орны газар нутаг дээр эрхэлж буй хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загасны аж ахуйн гэх мэт салбарт оновчтой стандарт бий болгож мөрдүүлэх, баталгаажуулах, үйлдвэрлэлийг шат дамжлагыг оновчтой болгох, бүтээгдэхүүний чанарыг сайжруулах, шошго, сав баглаа боодлыг стандарчилж, улмаар худалдаалах, түүнтэй холбоотой бусад үйл ажиллагааг зохицуулах

Хүнс, ХАА, орон нутаг дахь хэрэгжилт /Food, Agriculture and Rural Areas Basic Act, Act No. 106, 1999/: Энэхүү хуулийн гол зорилго нь орон нутагт газар тариалан, хүнсний ногоо гэх мэт ХАА эрхлэх хүмүүсийг улсаас нэгдсэн системээр дэмжиж орон нутгийн эдийн засгийг хөгжүүлэхэд оршино.

Хүнсний эрүүл ахуйн тухай хууль /Food Sanitation Act, Act No. 233, 1947/: Хүн амын эрүүл мэндийг хамгаалах, аюулгүй эрүүл хүнсээр хангах, түүнд шаардлагатай хууль тогтоомжийг хэрэгжүүлэх замаар хүнсний хэрэглээнээс үүдэлтэй хор хөнөөлийг бууруулахад оршино.

Хүнсний аюулгүй байдлын тухай хууль /Food Safety Basic Act, Act No. 48, 2003/: Хүнсний аюулгүй байдлыг хангах бодлогыг Япон улсын өнцөг булан бүрт байгаа хүнсний бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч хувийн болон улсын эрхлэгчдэд орон нутгийн захиргаанаас хэрэглэгчийн эрх ашиг, эрүүл мэндийг хамгаалсан удирдамж хүргүүлэх, стандарт мөрдүүлэх, улмаар хүнсний аюулгүй байдлын бодлогыг хэрэгжүүлэхэд оршино.

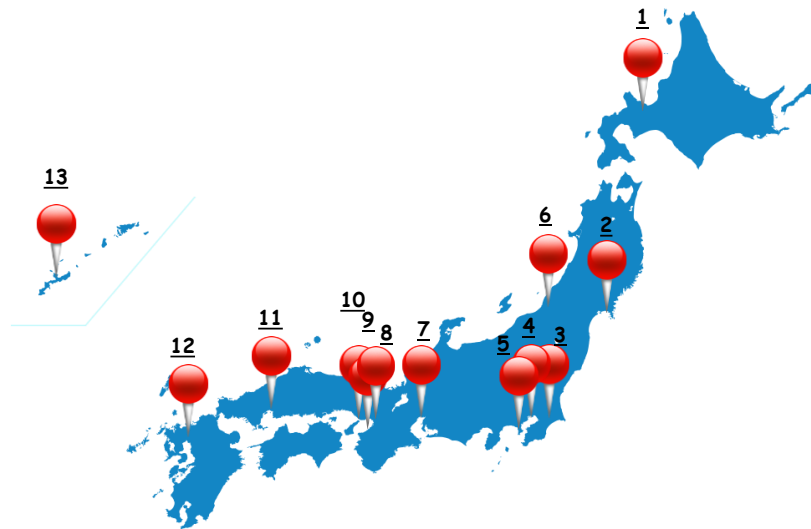
Хүнсний хаягдлын тухай хууль /Food Labeling Act, Act No. 70, 2013/: Хүнсний бүтээгдэхүүнийг гарал үүслээр нь ангилан шошголох стандарт бий болгосноор хэрэглэгчийн эрх ашиг болон эрүүл мэндийг хамгаалах, хүнсний гаралтай хог хаягдлыг зохицуулахад оршино.

Гадаад валют болон гадаад худалдааны тухай хууль /Foreign Exchange and Foreign Trade Act, Act No. 228, 1949/: Энэхүү хуулийн хэрэгжилтээр гадаад худалдааны гүйлгээг хөгжүүлэх, Япон болон олон улсын хамтын үйл ажиллагааг өргөжүүлэх, 2 улсын худалдааны аюулгүй байдлыг хангах, зохицуулах улмаар улсынхаа гадаад валютын санг нэмэгдүүлэх, эдийн засаг хөгжүүлэхэд оршино.

Импортын бүтээгдэхүүний бүрдүүлэлт хийх, худалдаалах хүртэлх үе шат:

Улсын хэмжээнд хүнсний гаралтай бүтээгдэхүүнд эрүүл ахуй, аюулгүй байдал шалгах 33 итгэмжлэгдсэн хорио цээрийн байгууллага байх бөгөөд импортын бүтээгдэхүүнд энэнээс 13 нь бүс нутгаар ангилагдан үйл ажиллагаа явуулдаг.

Зураг 23. Импотоор орж ирэх хүнсний бүтээгдэхүүнд хяналт, шинжилгээ хийх улсын итгэмжлэгдсэн байгууллагуудын байршил



Эх үүсвэр: Эрүүл мэнд, хөдөлмөр, халамжийн яам (Хавсралт №3.1.2)

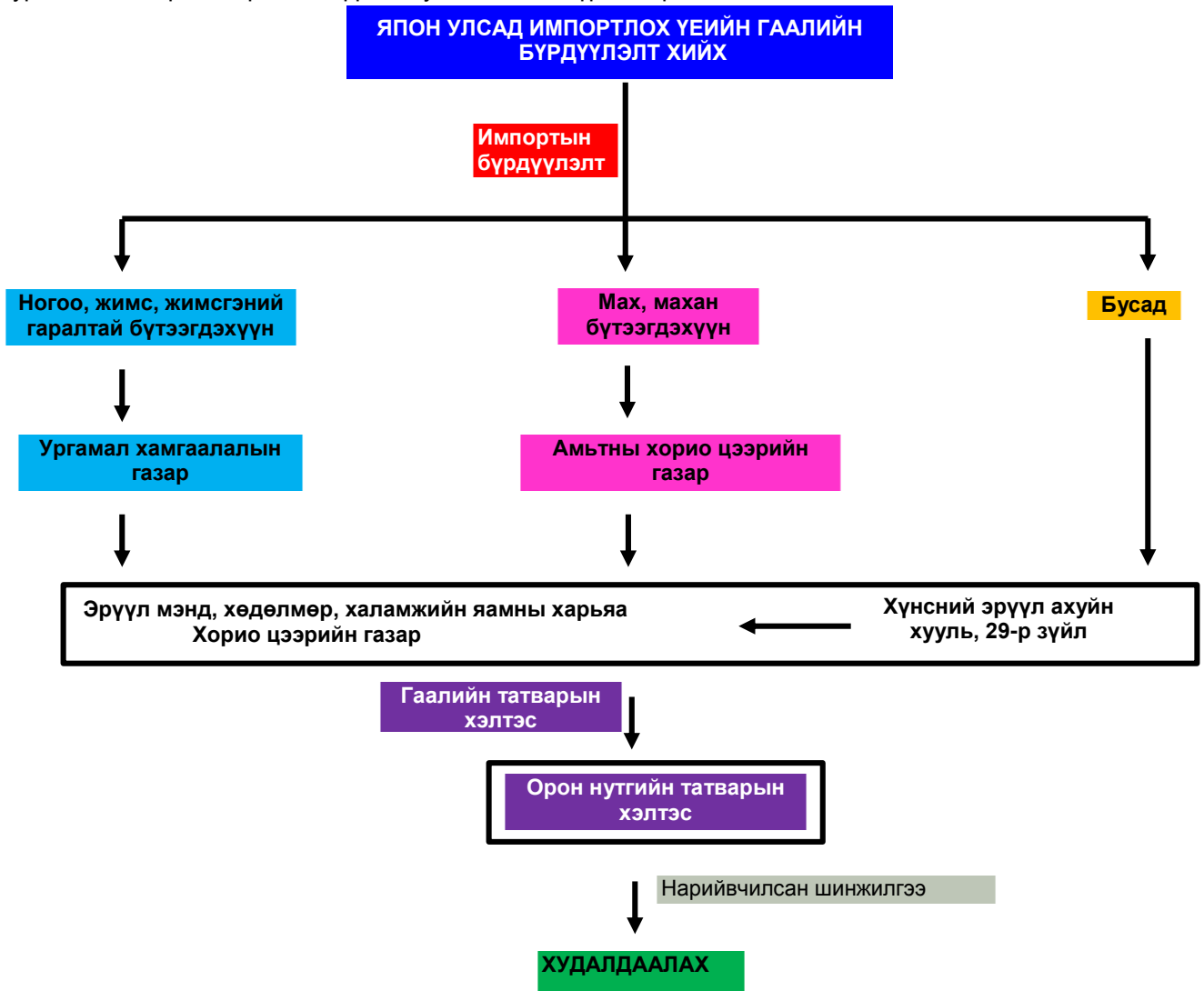
Япон улс руу экспортлогч компани нь албан ёсны төлөөлөгч буюу дистрибьютер компанитай хоёр улсын экспорт, импорт болон худалдааны гэрээ, бүтээгдэхүүний тээвэрлэлт, хадгалалт, эрүүл ахуй зэргийг тусгасан хэлэлцээр, гэрээгээр баталгаажуулна. Япон улсын гааль дээр ирэх хүртлэх бүх асуудал, бичиг баримтыг экспортлогч компани, гаалийн бүрдүүлэлт хийх, шинжилгээнд оруулах, бүтээгдэхүүний ангилал зүй, татварын асуудал зэргийг дистрибьютер компани тус тус хариуцна.

Импортын бүтээгдэхүүний нэр төрлийг гарал үүслийн хувьд ногоо, жимс жимсгэний гаралтай, мах махан бүтээгдэхүүн болон бусад гэж ангилна. Бусад гэсэн төрөлд хүнсний тухай хуулийн 29-р заалтанд зөвшөөрсөн зүйлсийг шинжилгээнд оруулалгүй гаргаж болно. Шинжилгээ нь гаалийн газар дээр мониторинг болон бүтээгдэхүүний зааварчилгаа, удирдамж болон туршилтаар шинжилнэ.

Мониторинг шинжилгээ нь тухайн бүтээгдэхүүний сав баглаа боодол, бүрэн бүтэн байдал, тээвэрлэлтийн нөхцөл, хэлбэр дүрсээ алдсан эсэх, хадгалалтын горим зэргийг шалган дүгнэлт гаргана. Харин бүтээгдэхүүний зааварчилгаа, удирдамж, болон анхан шатны туршилт явуулах бөгөөд шинжилгээгээр тухайн бүтээгдэхүүний хаяг дээр заасан үзүүлэлтүүд, орчны өөрчлөлт зэргийг шинжилнэ. Шинжилгээнд тэнцээгүй бүтээгдэхүүнд шууд хориг тавина. Тэнцсэн импортын бүтээгдэхүүнийг гарал үүслийн бичиг баримт бүрдүүлэн дараагийн шатны нарийвчилсан Эрүүл мэнд, хөдөлмөр, халамжийн яаманд харьяалагддаг хорио цээрийн байгууллага руу явуулна.

Хорио цээрийн газар бүтээгдэхүүний илчлэг чанар, бүтээгдэхүүнд агуулагдах органик болон эрдсийн нарийвчилсан шинжилгээ хийж, бүтээгдэхүүний шошго, бусад үзүүлэлттэй тулгана. Шинжилгээнд тэнцсэн бүтээгдэхүүн нэгж бүтээгдэхүүнд төлөх татварын хэлтсээр тогтоолгон зарагдах бүс нутгийн татварын хэлтэсд төлөн баталгаажуулж, баримтаа авсанаар зарах эрх нээгдэнэ. Борлуулалтын сувгийг тухайн дистрибьютер компани сонгоно.

Зураг 24. Импортын бүтээгдэхүүний худалдаалах хүртлэх үе шалгалт, шинжилгээ



Эх үүсвэр: Япон улсын хилээр импортлох бүтээгдэхүүний гарын авлага, 2017

Япон улс руу импортлох бүтээгдэхүүн нь бүтээгдэхүүний түүхий эдээс хамааран ангилагдах бөгөөд улсын харьяа магадлан итгэлэмжлэгдсэн байгууллагуудаар хэмжилт, судалгаанд орж, тэнцсэн тохиолдолд татварын албаны хяналтанд орж нэгж бүтээгдэхүүний татвар тодорхойлуулна. Ингэхдээ хүнсний эрүүл ахуйн тухай хуулийн 29-р зүйлийг мөрдлөг болгоно.

Хүснэгт 36. Япон улсын Хууль эрх зүйн орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол (1-5 оноо)	Үнэлгээ (1-5 оноо)	Үзүүлж буй нөлөөлөл (+эерэг, -сөрөг, =саармаг)
1	Хуулийн хэрэгжилт	5	4	+
2	Эрүүл ахуй, стандарт шаардлага өндөр	5	4	-
3	Импортын холбогдолтой хууль эрх зүйн таатай байдал	5	3	+
4	Холбогдох төр захиргааны байгууллагын ажиллах зарчим	5	4	+

5	Худалдааны холбогдолтой хууль эрх зүйн таатай байдал	5	3	+
6	Хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах байдал	5	4	-
7	Шударга өрсөлдөөны байдал	5	4	+
8	Маргааныг шийдвэрлэх байдал	5	4	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

Япон улс нь хүсний эрүүл ахуйн шаардлага дээд зэргийн хяналт тавьдаг тул импортын бүтээгдэхүүнд хүсний эрүүл ахуйн болон гадаад худалдааны хуулийн хэрэгжилтээр хяналт тавьдаг. Монгол улс өөрийн чацаргана болон түүний түүхий эд бэлтгэх, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх MNS стандартууд байгаа боловч Япон улсын үйлдвэрлэлийн стандартуудыг давхар хангасан бүтээгдэхүүн экспортлох шаардлагатай нь харагдаж байна.

НИЙГЭМ, СОЁЛЫН НӨЛӨӨЛӨЛ

Статистикийн мэдээгээр, 2017 онд нийт 126,706 сая хүн амтай бөгөөд үүнээс эрэгтэй 61,655 сая, эмэгтэй 65,051 сая. Насны ангилалаар авч үзвэл:

- 0 – 14 нас	12.3%
- 15 – 64 нас	60.0%
- 65 болон түүнээс дээш настай	27.7%
- Хүн амын өсөлт	-0.18%
- 1 км ² нутагт	340 хүн

Дэлхийн банкнаас гаргасан статистик мэдээгээр, сүүлийн жилүүдэд хүн амын өсөлт хасах утгатай гарч байгааг харж болно.

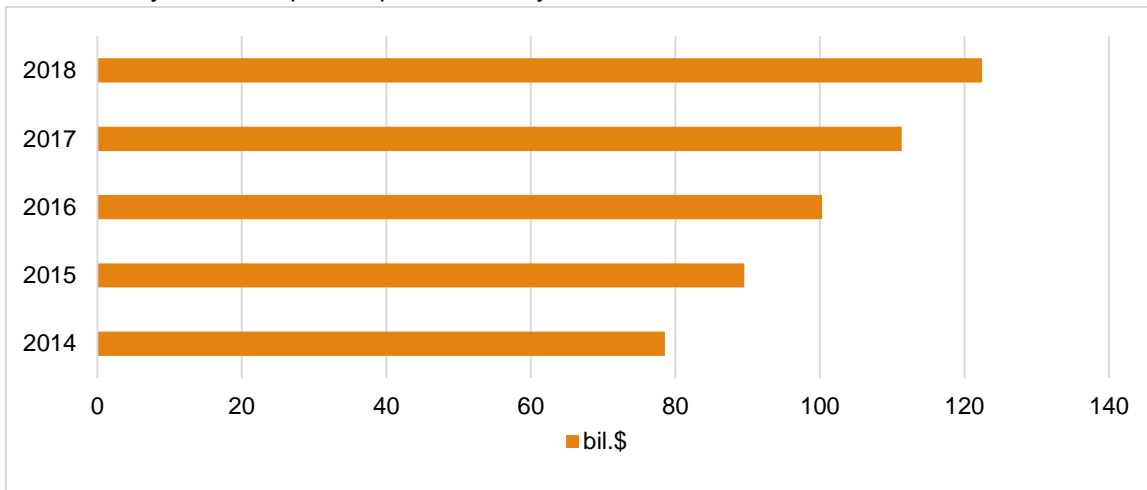
Хүснэгт 37. Япон улсын хүн ам

	нэгж	2013	2014	2015	2016	2017
Хүн ам	сая хүн	127.445	127.276	127.141	126.994	126.781
Хүн амын өсөл	Хувиар		-0.1	-0.1	-0.1	-0.2

Эх үүсвэр: Үндэсний статистикийн мэдээлэл, 2018

Интернэт хэрэглэгч: 2015 онд Япон улс нь онлайн жижиглэн худалдааны борлуулалтаар дэлхийд 4-р байранд орсон. 16-аас дээш насны хүмүүсийн 94 – 96% нь өдөр тутмын амьдралдаа интернэт хэрэглэж байна гэсэн статистик үзүүлэлттэй. Эдгээр хүмүүсээс давхардсан тоогоор 2015 онд 78.6 сая хүн /нийт хүн амын 69%/ интернэтээр буюу 89.55 тэрбум ам.долларын худалдан авалт хийж байсан бол 2018 онд 84.1 сая хүн /нийт хүн амын 72.2%/ буюу 122.46 тэрбум ам.доллар болж өссөн үзүүлэлттэй байна. Урьдчилсан тооцоогоор, 2021 он гэхэд 88.9 сая хүн интернэт худалдан авалт хийх юм байна. Доорх графикаас харахад, 2014 онтой харьцуулахад 2018 онд 122.46 тэрбум ам.долларын худалдан авалт хийж 2 дахин өссөн.

Зураг 25. Япон улсын интернэт хэрэглэгчийн худалдан авалт



Эх үүсвэр: Дэлхийн банк, 2019

Япон улсад хамгийн их интернэт худалдаа явуулдаг онлайн сайтаар 1. Ракутен /Rakuten/, 2. Амазон /Amazon Japan/, 3. Apple Japan, 4. Yahoo Japan зэрэг онлайн худалдааны сайтууд ороод байна. Иймд эдгээр сайтаар худалдаалагдаж буй чацарганы гаралтай хүнс, гоо сайхан, нэмэлт бэлдмэл болон хэрэглэгчийн талаарх мэдээлэл, судалгаа явуулах бүрэн боломжтой юм.

Хүн амын нягтаршил: Статистикийн хорооны үзүүлэлтээр, 2015 онд 1 сая хүн амаас давсан хот 12, нийт хүн амын 23.2% буюу 29 сая хүн хотод амьдарч байна. Токио 9.273 сая, Ёкохама 3.689 сая, Осака 2.665 сая, Нагаёо 2.264 сая, Саппоро 1.914 сая хүн амтай байна.

Эмэгтэйчүүдийн нийт хүн амд эзлэх хувь: Дэлхийн банкны статистик үзүүлэлтээр, 2013 онд 65.2 сая хүн амтай байсан бол 2017 оны байдлаар 64.8 сая буюу 0.28 саяар буурсан үзүүлэлттэй байна.

Хүснэгт 38. Япон улсын хүн амд эзлэх эмэгтэй болон 65-аас дээш настай хүмүүс

	нэгж	2013	2014	2015	2016	2017
Эмэгтэйчүүдийн тоо	сая хүн	65.151	65.078	65.022	64.962	64.870
65-аас дээш насны хүмүүс	%	23.0 (2010 он)		26.6	27.3	27.7

Эх үүсвэр: Үндэсний статистикийн гарын авлага, 2018

65-аас дээш насны хүмүүсийн нийт хүн амд эзлэх хувь: Үндэсний статистикийн мэдээнээс харахад, жил ирэх тусам настай хүмүүсийн эзлэх хувь 2010 онд нийт хүн амын 23% байсан бол 2017 онд 27.7% болж нэмэгдсэн. Дэлхийн эрүүл мэндийн байгууллагын урьдчилсан статистик үзүүлэлтээр, 2025 он гэхэд 65-аас дээш насны хүмүүсийн эзлэх хувь 30% -аас дээш хувиар нэмэгдэх тооцоо гарсан.

Нас баралтын тоо, шалтгаан: Эрүүл мэндийн яамны мэдээлснээр, 7600 хүүхэд төрж байхад 10800 хүн нас бардаг бөгөөд байгалийн индекс нь -3.2 байгаа нь хүн амын буурсан нэг шалтгаан гэж зарласан. Нас баралтыг нас, хүйс, ажил мэргэжлээр ангилан авч үзэх боловч нийт хүн амын нас баралтын шалтгааныг үзэхэд, нэгдүгээрт, хавдар 373.334 хүн, хоёрдугаарт, зүрхний өвчлөл 204.837 хүн, гуравдугаарт, тархины эмгэшил 109.880 хүн нас барсан.

Хүснэгт 39. Япон улсын нас барсан хүмүүст тохиолдсон голлох өвчнүүд

№	Япон нэр	Англи нэр	Монгол нэр	Нас барсан хүний тоо
1	悪性新生物	Malignant neoplasm	Хавдар	373,334
2	心疾患	Cardiac disease	Зүрхний эмгэг	204,837
3	脳血管疾患	Cerebrovascular disease	Тархины эмгэшил	109,880
4	老衰	Senility	Хэт насжилт	101,396
5	肺炎	Pneumonia	Уушгины эмгэг	96,841
6	不慮の事故	Freak accident	Гэнэтийн осол	40,329
7	誤嚥性肺炎	Aspiration pneumonitis	Амьсгалын зам	35,788
8	腎不全	Renal failure	Бөөрний дутмагшил	25,134
9	自殺	Suicide	Амиа хорлолт	20,465
10	血管性等の認知症	Vascular dementia	Тархины цус харвалт	19,546
		бусад		312,847

Эх сурвалж: Эрүүл мэнд, хөдөлмөр, халамжийн яам, 2017

Дээрх хүснэгтээс үзэхэд хавдар, тархины эмгэшил, тархины цус харвалт зэрэг өвчлөлүүд их байх бөгөөд чацарганы тос хэрэглэснээр хавдрын эсрэг дархлалаа сайжраад зогсохгүй бусад бодис солилцоонд эерэг нөлөө үзүүлдэгийг олон улсын эрдэмтэд батлаад байна.

Япон улсын нийгэм, соёлын орчны судалгааг гүйцэтгэсний үндсэн дээр дараах үнэлгээг өгч байна.

Хүснэгт 40. Япон улсын Нийгэм, соёлын орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол \1-5 оноо\	Үнэлгээ \1-5 оноо\	Үзүүлж буй нөлөөлөл \+эерэг, -сөрөг, =саармаг\
1	Насны ангилал байдал	5	4	+
2	Интернет хэрэглэх байдал	5	5	+
3	Хүний хөгжлийн индекс	4	4	+
4	Хот суурин газрын хүн ам	4	5	+
5	Нас баралтын шалтгаан	4	4	+
6	Хүн амын өсөлт	3	3	+
7	Гадаадад үйлдвэрлэсэн бараа худалдан авалт	5	3	+
8	Үндсэрхэг байдал	5	4	-
9	Хэлний үзүүлэх нөлөө	5	5	-
10	Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүнд өгөх ач холбогдол	5	5	+
11	Гоо сайхны бүтээгдэхүүнд өгөх ач холбогдол	5	5	+
12	Хүнсний бүтээгдэхүүнд өгөх ач холбогдол	5	4	+
13	Бүтээгдэхүүний чанарт өгөх ач холбогдол	5	5	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

Япон улсын нийгэм, соёлын орчны судалгааны үр дүнд гоо сайхан, хүнсний нэмэгдэл болон эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүнд ач холбогдол өгөх бөгөөд тухайн бүтээгдэхүүний чанарыг анхаардаг нь харагдаж байна. Иймд Монгол улсаас чацарганы гаралтай гоо сайхан, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж Япон улсын JSA болон JIS үйлдвэрлэлийн стандартуудыг давхар хангаж экспортлох нь амжилт олох нөхцлийг бүрдүүлнэ.

ТЕХНОЛОГИЙН ОРЧИН

Япон улсын инновацийн индекс 2013 оноос эхлэн тогтмол өсч, 2018 онд дэлхийд 13 дугаар байранд эрэмбэлэгдэж чадсан. Энэ нь төрөөс авч хэрэгжүүлж буй иргэний мэдлэг, компани чадамжийг судалгаагаар баталгаажуулан технологитой холбон, эдийн засгийн боломжоор хангаж, зах зээлд өрсөлдөх боломж бий болгосны үр дүн юм.

Хүснэгт 41. Япон улсын инновацийн индекс

Он	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Инновацийн индексээр дэлхийн түвшинд эзэлж буй байр	22	21	19	16	14	13
Инновацийн индекс	52.2	52.4	54.0	54.5	54.7	55.0

Эх үүсвэр: Дэлхийн Оюуны Өмчийн Байгууллага, Европын бизнесийн удирдлагын институт /INSEAD/, болон Корнеллийн их сургууль, TheGlobalEconomy.com, 2019.

Сүүлийн жилүүдэд органик бүтээгдэхүүний эрэлт өссөн бөгөөд Монгол улсаас чацаргана импортлон биологийн идэвхит нэгдлийг ашиглаж, бусад эмийн ургамлын хандтай хольж "MONGORYU SHAMPOO EX" гарган авсан байна. Энэхүү шампунь нь Япон залуучуудын дунд тулгамдаад байгаа үс халзрах, унах үзэгдлийг эмчлэн ургуулж байгаагаараа хэрэглэгчдийг ихээр татаад байна. Охид бүсгүйчүүдийн дунд чацарганы тос, цэвэр жүүс, гоо сайхны бүтээгдэхүүнүүд хэрэглэгчийн тоо өссөөр байгаа. Нарны хэт ягаан туяанаас хамгаалсан нүүрний тос, гарын тос онлайнаар ихээр зарагдах болсон.

Хүснэгт 42. Япон Улсын Техник, технологийн орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол \1-5 оноо\	Үнэлгээ \1-5 оноо\	Үзүүлж буй нөлөөлөл \+зэрэг, -сөрөг, =саармаг\
1	Инноваци	3	4	+
2	Техник, технологийн хөгжил	3	5	+
3	Технологийн бодлого	3	5	=
	<i>Чацарганы бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн чиглэл</i>			
4	* Гоо сайхны	4	5	+
5	* Хүнсний	5	2	+
6	* Эрүүл мэндийн	4	3	+
7	Судалгаа, шинжилгээ хийгдэж буй байдал	5	5	
	<i>Судалгааны үр дүн, ач холбогдол</i>			
8	* Жимс	5	3	+
9	* Жимсний үр	5	3	+
10	* Навч	4	4	+
11	* Холтос	3	1	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

Техник, технологийн хөгжлөөр олон улсад тэргүүлэх боловч чацарганы аж ахуйн холбогдолтой технологижилт нь саармаг байна. Япон улс нь олон арлаас тогтох тул чацаргана ургуулах бүс нутгийн хувьд хомс юм. Гэвч гадаад орноос импортлосон чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт, судалгааны ажил дээр нээлттэй хэвээр байна.

БАЙГАЛЬ ОРЧИН

Япон улс нь 6800 гаруй жижиг олон арлаас хойноос урагшаа сунаж тогтсон байдаг. Үндсэн арлууд болох Хоккайдо (83424 км²), Төв арал (231235 км²), Шикоку (18804 км²), Кьюсю (42231 км²) болон Окинава (2281 км²) бөгөөд 37800 км² газар нутагтай.

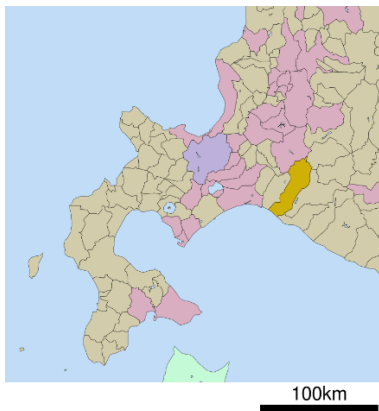
Хойд арал болох Хоккайдо нь жилийн 4 улиралтай, агнуурын тэнгистэй хиллэдэг, аялал жуучлал, ХАА эрчимтэй хөгжсөн байдаг. Төв арал нь өвөлдөө хүйтний эрчим сул, урд эрэг буюу Окинава арал нь далайн цэнгэг усны аялал илүү хөгжсөн. Цөмийн цахилгаан станцаас энергийн эх үүсгэвэр авдаг байж байгаад байгалийн гамшиг болох газар хөдлөлт, далайн шуурга зэргээс үүдэн эргийн станцууд нь гэмтэж цацраг идэвх 2011 онд алдсанаас хойш цөмийн эрчим хүчээ зогсоогоод байгаа. Сүүлийн жилүүдэд сэргээгдэх эрчим хүч түлхүү хэрэглэх болсон.

ХАА зориулалттай газар нутгийн эзлэх хувь: 2018 оны үндэсний статистикийн мэдээгээр, нийт газар нутгийн 254.0 мк² буюу 67.2% нь ой мод болон хээрийн бүс, 12% нь хөдөө аж ахуйн зориулалттай нутаг байна.

Хүснэгт 43. Япон улсын хуурай газрын ашиглалт, (1000 км²)

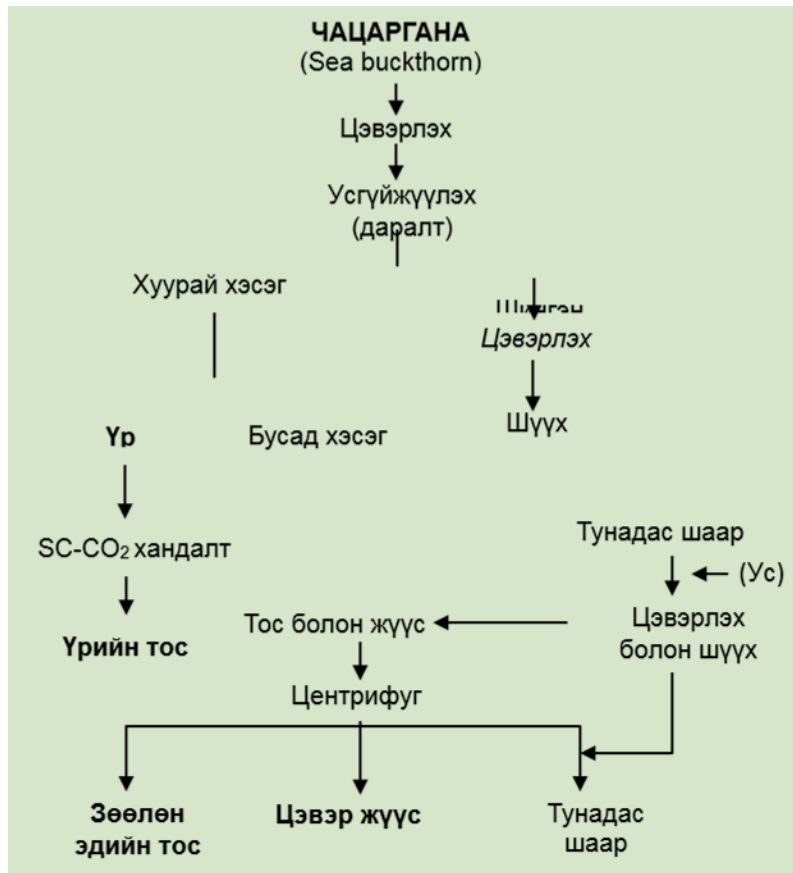
Жил	Нийт газар нутаг	Ойн бүс	ХАА бүс	Гол, нуур	Зам	Ашиглагдсан нутаг	Бусад
1980	377.7	256.8	55.9	13.1	9.9	13.9	28.1
1990	377.7	255.2	53.3	13.1	11.4	16.0	28.7
2000	377.9	253.8	49.1	13.5	12.7	17.9	30.9
2010	377.9	253.5	46.7	13.3	13.6	19.0	31.9
2014	378.0	254.0	45.4	13.4	19.2	19.2	32.9
Хувиар илэрхийлбэл, %							
2014	100.0	67.2	12.0	3.5	3.6	5.1	8.6

Эх үүсвэр: Дэд бүтэц, зам тээвэр, аялал жуучлалын яам, 2018



Чацарганы тариалалт: Япон улсын төв арал нь цаг уурын хувьд чийглэг дулаахан, далай тэнгисийн гаралтай тайфу хуй салхины нөлөөлөл ихтэй байдаг тул чацаргана тариалахад хүндрэл үүсгэдэг. Тиймээс Монгол оронтой цаг агаарын хувьд төстэй Хоккайдо арлын Мукава тосгонд 2007 онд тариалж эхэлсэн. Одоогоор зах зээлд чацарганы гаралтай жам, энерги дринк, тос үйлдвэрлэн нийлүүлээд байна.

Зураг 26. Япон улсын чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл



Галт уулын нунтаг хөрсийг ашиглан чацарганы мод ургуулсан байна. Жимс боловсорсны дараа гар аргаар жимсийг түүж авах бөгөөд үйлдвэрлэлийн дамжлага мөн адил гар аргаар явагддаг. Учир нь 1 га хүрэхгүй талбайд сул шороон хөрсийг бэхжүүлэх үүднээс судлан ургуулсан байна.

Хүснэгт 44. Япон Улсын байгаль орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол (1-5 оноо)	Үнэлгээ (1-5 оноо)	Үзүүлж буй нөлөөлөл (+эерэг, -сөрөг, =саармаг)
1	Газарзүйн онцлог	3	4	-
2	Байгаль орчны бохирдол	4	3	+
3	Хөдөө аж ахуйн эрхлэлт	5	3	+
4	Чацарганы тариалалт	5	1	-
5	Цаг уурын байдал	2	3	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

Япон Улсын байгаль орчны судалгаанаас харахад, чацаргана тариалах боломжтой нь харагдаж байна. Хоккайдо мужид ургуулсан чацаргана ашигласан энерги дринк, жам, тосны бүтээгдэхүүн нь Хоккайдо нутгийн бренд бүтээгдэхүүн болж, аялал жуучлал татах зориулалт бүхий цахим сүлжээнд тавигдсан байгаа нь манай орны ижил бүтээгдэхүүн экспортлох, сурталчилахад таатай орчин бүрдэж байна.

ДҮГНЭЛТ

Япон Улс нь сүүлийн 2 жилд импортоос давсан экспорт хийсэн буюу эерэг баланстай байгаа, эдийн засаг нь тогтмол өсөлттэй байгаа улс юм. Импортоор орж ирэх хөдөө аж ахуйн бүтээгдэхүүнд хяналт тавилт нь өндөр байгаа нь дотоодын үйлдвэрлэгчдийг дэмжих, ард иргэдийг эрүүл хүнсээр хангах төрийн бодлоготой нь шууд холбоотой байна.

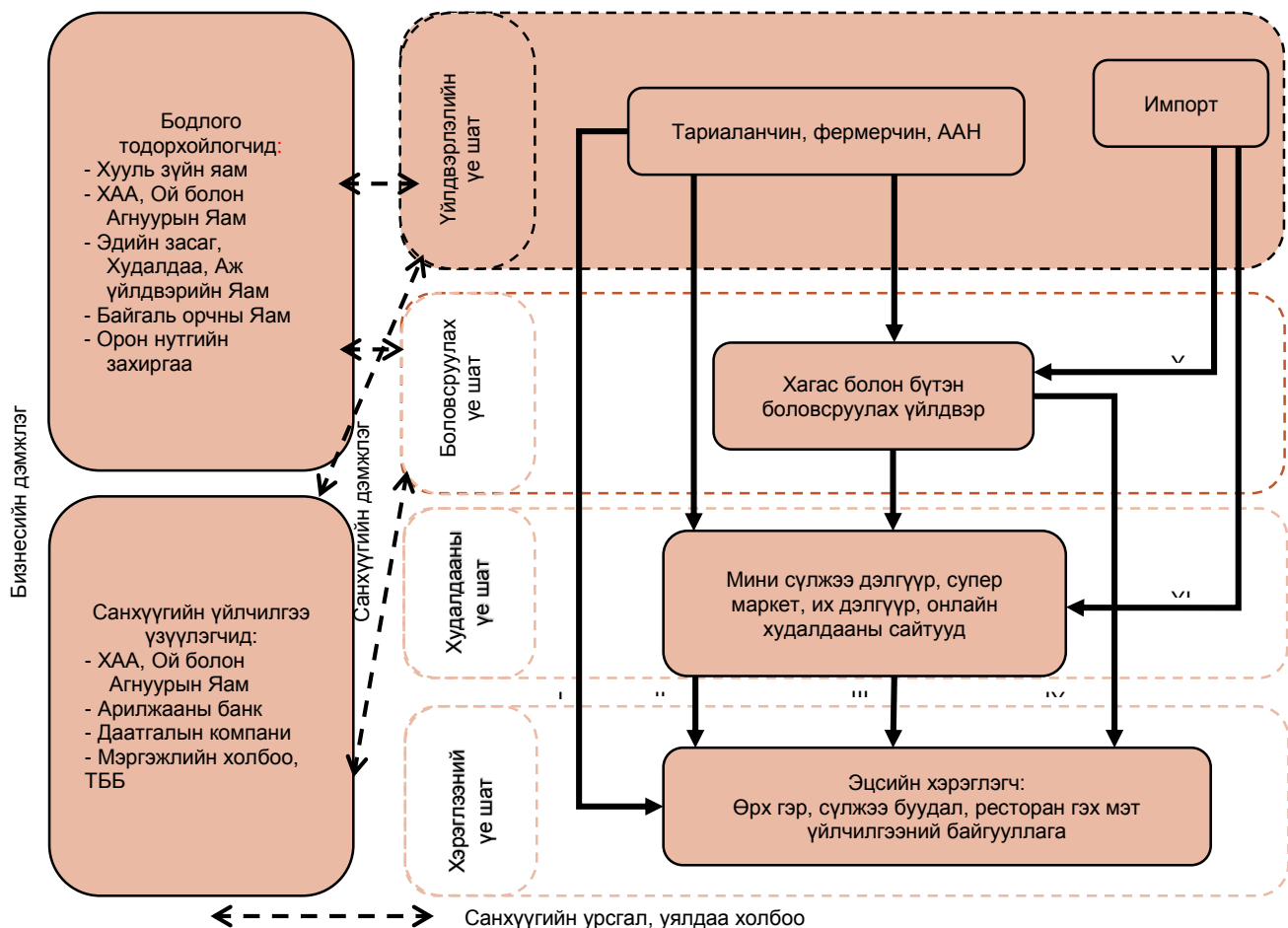
Чацарганы түүхий эд болон чацарганы гаралтай хүнс, гоо сайхан, эрүүл мэндийн нэмэлт эм, бэлдмэлүүд хийх өндөр технологи нь Япон Улсад байгаа боловч түүхий эдийн хомсдолтой учир манай улсын энэ төрлийн үйл ажиллагаа эрхэлдэг компаниуд Японы компаниудтай хамтран ажиллах том зах зээл байгааг харуулж байна.

Монгол Улс болон Япон Улс хооронд хийсэн чөлөөт худалдааны хэлэлцээрийн заалтанд чацарганы тосны хувьд импортын татварыг тэглэсэн нь сайшаалтай боловч харин жүүс үйлдвэрлэгч компаниуд Япон улс руу татвар багатай экспортлох шинэ бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэх, бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийг хийж экспорт хийх хэрэгтэй нь судалгаанаас харагдлаа.

3.2 ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ӨРТГИЙН СҮЛЖЭЭ

Япон улсын чацарганы тариалалтыг газар зүйн онцлог болон хүн амын тоотой харьцуулан үзвэл, чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүний импортлогч орон гэж хэлж болох бөгөөд бүтээгдэхүүний өртгийн сүлжээг судалж дараах зураглалыг гаргав.

Зураг 27. Япон улсын чацарганы бүтээгдэхүүний өртгийн сүлжээ



Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Япон улсын чацарганы нэмүү өртгийн сүлжээний зураглалаас харахад, чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүний нийлүүлэлтийн дараах сувгууд байна. Үүнд:

Суваг I. Чацарганы бүтээгдэхүүнийг хэрэглэгчидэд шууд нийлүүлдэг. Бүтээгдэхүүний дээжийг тухайн газар нутгийг хамарсан хүнсний хорио цээрийн газраар эрүүл ахуйг баталгаажуулсны дараа худалдаанд гаргана. Бүтээгдэхүүний нэр төрөл нэмэгдэж байгаа.

Суваг II. Дундын зуучлагч буюу супермаркет, их дэлгүүрүүд нь тариаланч, фермерүүд, ААН-үүдтэй хамтарсан үзэсгэлэн худалдаа байнга зохион байгуулдаг. Энэ нь хэрэглэгч нарт шинэ ургац, түүний гаралтай бүтээгдэхүүнийг цаг алдалгүй хүргэх, тариаланч өөрсдөө худалдан борлуулах тул өртөг багатайгаар хэрэглэгчидэд хүрдэг. Байнгын хэрэглэгчидтэй хандсан урамшуулалт хөтөлбөр байнга хэрэгжүүлж онлайн худалдан авагч нараа татдаг. Бүтээгдэхүүний эрүүл ахуйн хяналт нь тухайн худалдааны газрын хяналтаар орж баталгаажуулна.

Суваг III. Тариаланчдаас шууд түүхий эд нийлүүлж, боловсруулагчид өөрсдийн борлуулалтын сувгаараа эцсийн хэрэглэгчидэд нийлүүлдэг. Бүтээгдэхүүн хадгалалт, хэрэглэгчдэд хүрэх замын тээвэр, эрүүл ахуйн хяналт маш сайн байдаг байна.

Суваг IV. Боловсруулагчид эцсийн хэрэглэгчдийн хүссэн захиалгат бүтээгдэхүүнийг шууд нийлүүлдэг. Ингэхдээ сүлжээ буудал, ресторанд тэдний логотой нэрийн бүтээгдэхүүний нийлүүлэлт хийдэг. Эрүүл, ахуй, тээвэрлэлтийн хяналт өндөр. Хүлээн авагч байгууллага өөрсдийн хүлээн авч буй бүтээгдэхүүн дээр эрүүл ахуйн хяналт дахин хийнэ.

Суваг V. Импортоор чацарганы түүхий эд болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүнийг боловсруулах үйлдвэрт нийлүүлнэ. Импортоор орж ирэхэд хууль, хяналт өндөр тавьдаг бөгөөд Эрүүл Мэнд, Хөдөлмөр, Халамжийн Яамны харъяа Хорио цээрийн газрын эрүүл ахуйн хяналтанд заавал орно. Шинжилгээнд тэнцсэн бүтээгдэхүүнийг өөрсдийн сувгаар худалдан борлуулна.

Суваг VI. Импортоор орж ирж буй эцсийн бүтээгдэхүүн эрүүл ахуйн хяналтыг хангасны дараа сүлжээ дэлгүүр болон онлайн худалдаагаар эцсийн хэрэглэгчдэд хүрнэ.

Зураг 28. Япон Улсын чацарганы нэмүү өртгийн сүлжээний хамрах хүрээ

Түүхий эд нийлүүлэлт	<ul style="list-style-type: none">•Тариалалт /тариалалт, хөлдөөсөн жимс, шүүс, хатаасан нунтаг, тос/ (тээвэрлэлт, чанар, эрүүл ахуйн хяналт)•Импорт: хөлдөөсөн жимс, хатаасан нунтаг /жимс, навч/, тос /үрийн, жимсний/ (Худалдан авалт, тээвэрлэлт, гааль, чанар, эрүүл ахуйн хяналт)
Боловсруулалт	<ul style="list-style-type: none">•Хүнсний бүтээгдэхүүн /нунтаг бэлдмэл, шүүс ундаа/•Эмийн бүтээгдэхүүн /тос/•Гоо сайхны бүтээгдэхүүн /тос, нүүр арчилгаа маск/•Гэрчилгээжилт /үйлдвэрийн, бүтээгдэхүүний/
Борлуулалт	<ul style="list-style-type: none">•Сүлжээ дэлгүүр•Төрөлжсөн дэлгүүр•Онлайн
Хэрэглээ	<ul style="list-style-type: none">•Дотоод•Гадаад экспорт

Бодлого тодорхойлогчид: Хүн амын нягтаршил ихтэй Япон орны хувьд эрүүл, аюулгүй хүнсээр ард иргэдээ хангахын тулд төрийн яам, муж, хотын захиргааны байгууллагууд, хувийн хэвшилтэй нягт уялдаа холбоотой ажилладаг. Ингэхдээ тухайн бүс нутгийн цаг агаар, хөрсний онцлогос хамааран ХАА-г бренд болгон хөгжүүлсэн байдаг. Үүний нэг жишээ нь цагаан будаагаар Хоккайдо мужийн Такикива, хулуу тариалалтаараа Сарума, Сонгиноор Китами, Үхрийн аж ахуйгаар Обихиро, Асахикава, Неморо, Куширо зэрэг хотууд, жимс жимсгэнээр Фурано бүс нутгуудыг нэрлэж болох бөгөөд аялал жуучлалтай холбон нутгийн бренд бүтээгдэхүүнүүдийг үйлдвэрлэдэг.

Хоккайдо мужийн Мукава тосгонд чацарганыг багахан талбайд тариалах бөгөөд гар аргаар жимсээ хураах, үйлдвэрлэлийн шатанд мөн адил аргаар энерги дринк, жимсний чанамал хийж худалдаанд гаргадаг. Энэ нь Хоккайдо мужийн бренд бүтээгдэхүүн болж чадсан.

Бусад салбартай харьцуулахад, ХАА эрхлэгчид 3,5%-ийг эзлэх бөгөөд уг үзүүлэлтийг өсгөх төрийн бодлого нь ХАА эрхлэгчидэд үйл ажиллагаа явуулах таатай орчин бүрдүүлэх, хүмүүсийн анхаарлыг татахын тулд олон хөтөлбөрт арга хэмжээг бүс нутагт нь байнга зохион явуулдаг байна.

Санхүү үйлчилгээ үзүүлэгчид: Төрийн бодлогоор ХАА эрхэлдэг хүмүүсийнхээ нийгмийн халамж, санхүүгийн тал дээр ихээхэн анхаарах бөгөөд адил төстэй импортын бүтээгдэхүүнд өндөр татвар ногдуулдаг. Шинээр ХАА-н эрхлэх гэж буй хүмүүст санхүүгийн буцалтгүй тусламж нэг удаа төрөөс олгох, нийгмийн асуудлыг шийдвэрлэх, арилжааны банкууд бага хүүтэй, урт хугацааны зээлээр хангах зэрэг үйлчилгээг үзүүлдэг.

Үйлдвэрлэлийн үе шат: Тариаланч, фермерчин, ААН-үүд өөрсдийн бүтээгдэхүүнийг “100% органик, гар аргаар бий болгосон” гэдгээр бренд болгож чаддаг. Япон улсад чацарганы тариалалтыг ганцхан Хоккайдо мужийн Мукава тосгонд тариалж түүхий эдээ бэлтгэж байна. Түүхий эдээ өөрсдөө боловсруулан эцсийн бүтээгдэхүүн хийх бөгөөд онлайн, сүлжээ дэлгүүр болон өөрсдийн суурин газраа худалдаалдаг. Хүн амын ихэнх нь чацаргана жимсний талаар болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүний талаарх ойлголт муутай байдаг. Гэвч бүсгүйчүүд чацарганыг жүүс, тос, гоо сайхны бүтээгдэхүүнээр нь мэддэг.

Импорт: Япон улс нь чацарганы түүхий эд болон бүтээгдэхүүнийг гадны улсаас импортлогч орон юм. Гол импортлогч улс нь Хятад, Орос, Монгол, Финланд, Дани, Бутан, Герман зэрэг улсууд байна. Монгол улсын хувьд бол бүрэн ба хагас боловсруулсан бүтээгдэхүүн болох чацарганы тос, өтгөрүүлсэн жүүс, дарс, хуурай нунтагаар шууд экспортлож байна.

Боловсруулалтын үе шат: Хоккайдо мужийн Мукава тосгонд чацаргана тариалж буй “Forest-Berry Farm” нь 2007 оноос анх Эндо группийн удирдлаган доор үйл ажиллагаагаа явуулж эхэлсэн. Галт уулын шүтлэг хөрсөнд Орос болон Финландаас 30 см өндөртэй суулгац авч тарьснаас 4 жилийн дараа анхны жимсээ хураан авсан. “Forest-Berry Farm”-ийн тариалалтаас эхлэн хураах, боловсруулах, бүтээгдэхүүний дэс дараалалыг доорх зургаар үзүүлэв.

Зураг 29. Япон улс дахь чацарганы талбай ба ургац хураалтын үе



Эх үүсвэр: Хоккайдо мужийн Мукава тосгон дахь Forest-Berry Farm (<https://seaberry.biz/>)

Чацарганы жимсээ 8 сарын дундуур хурааж эхлэх бөгөөд гар аргаар хураан авч, үйлдвэрлэлийн шат руу шууд шилждэг. Хураан авсан жимсээ гадны хольцоос цэвэрлэн жигдрүүлсний дараа жимс, жимсний чанамал, жүүс, тос үйлдвэрлэн худалдаанд гаргаж байна.

Чацаргана хураан авалтыг гар аргаар хайч, цахилгаан жижиг хөрөө ашиглан хэсэг жижиг мөчрөөр таслан авч, үйлдвэрлэлийн анхан шатны цэвэрлэгээнд навч, өргөс, бусад зүйлсээс нь ялган угааж цэвэр жимсээр нь дараагийн шат руу шилжүүлдэг.

“Forest-Berry Farm” нь чацаргана жимсээр хийсэн бүтээгдэхүүн нь байгалийн жимсийг ямар нэгэн бордоо хэрэглэлгүй байгальд өөрөөр нь ургуулж, гар аргаар түүн авч, гар аргаар боловсруулалт хийж байгаа гэдгээрээ бүтээгдэхүүнийхээ үнэ цэнийг өсгөдөг байна.

“Forest-Berry Farm” нь чацарганаа жимсээр нь 1 кг-ийг 79759 төг (3394 иен), 300 мл цэвэр жүүс 72521 төг (3086 иен), жимстэй зайрмаг 1 ш нь 7252.1 төг (308.6 иен), жимсний чанамал 120 г, 1 ш нь 36260 төг (1543 иен), 500 мл-ийн энержи дринк 96444 төг (4104 иен)-ээр тус тус худалдаалж байна.

Forest-Berry Farm, Kabushiki Co., Ltd, Endou Group

Өөрсдийн тарьсан чацаргана жимсээ хураан авч, жимс, жүүс, мөхөөлдөс, зөгийн балтай хольсон жимсний чанамал зэргийг үйлдвэрлэн зах зээлд гаргадаг.

Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725

Факс: 0145-45-3172

Майл хаяг: info@endou-gumi.co.jp

Веб хуудас: <http://seaberry.biz/>

Хаяг: 北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12

Дээрх чацаргана тариалалт, боловсруулалт нь зөвхөн Япон улсад үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүний талаар бичигдсэн болно. Харин тус улс гадаад улсаас импортоор чацарганы гаралтай гоо сайхан, хүнсний, эм болон биологийн идэвхит бүтээгдэхүүнийг оруулдаг.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүн: Чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүний тэргүүлэх чиглэл нь гоо сайхны бүтээгдэхүүн юм. Япон улсад гоо сайхны бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл эмийн болон эрүүл мэндийн төхөөрөмжийн хууль (*Pharmaceutical and Medical Device Law*)-иар зохицуулагдах бөгөөд 2005 оны 4 сард зарах болон импортоор оруулж ирэхэд заавал лиценз авдаг байхаар өөрчлөлт оруулсан.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүн нь арьс арчилгаа (HS3304.91-99), үс арчилгаа (HS3305.10-90), нүүр будалт (HS3304.10-91), үнэртэй ус (HS3303.00), 00-ын үнэр дарагч, ванны давс гэх мэт хэрэглэгдэхүүнүүд (HS3307.10-90) тус бүр кодлогдон зах зээл дээр зарагддаг. Эдгээр дотроос чацарганы гаралтай үс уналтын эсрэг шампунь эрчүүдийн хувьд, харин хэт ягаан туяаны хамгаалалттай, арьсны нөсөө багасгах үйлдэлтэй нүүрний тоснууд бүсгүйчүүдийн хувьд эрэлт өндөртэй байна. Япон улсын зах зээл рүү гоо сайхны бүтээгдэхүүн экспортлоход дараах байгууллагуудтай өөрсдийн чиглэлээр холбогдон мэдээлэл авах бүрэн боломжтой. Үүнд:

Yakuji Nippo Co., Ltd, Address: 〒101-8648, 東京都千代田区神田和泉町1-10-2,

TEL : 03-3862-2141, FAX : 03-3866-8408,

Website: <https://www.yakuji.co.jp/>

Ministry of Health, Labour and Welfare,

Address: 1-2-2 Kasumigaseki Chiyoda-ku Tokyo,
100-8916 Japan, TEL: 03-5253-1111,

Website: <https://www.mhlw.go.jp/english/index.html>

Cosmetics Industry Association of Japan,

Address: METRO CITY KAMIYACHO 6F, 5-1-5, Toranomom,
Minato-ku, Tokyo, Japan 105-0001

TEL +81-3-5472-2530 FAX +81-3-5472-2536

Website: <http://www.icia.org>

The Cosmetics Importers Association of Japan,

TEL:+81-3-5439-5320 Fax: +81-3-5439-5321,

Mail address: info@ciaj.gr.jp

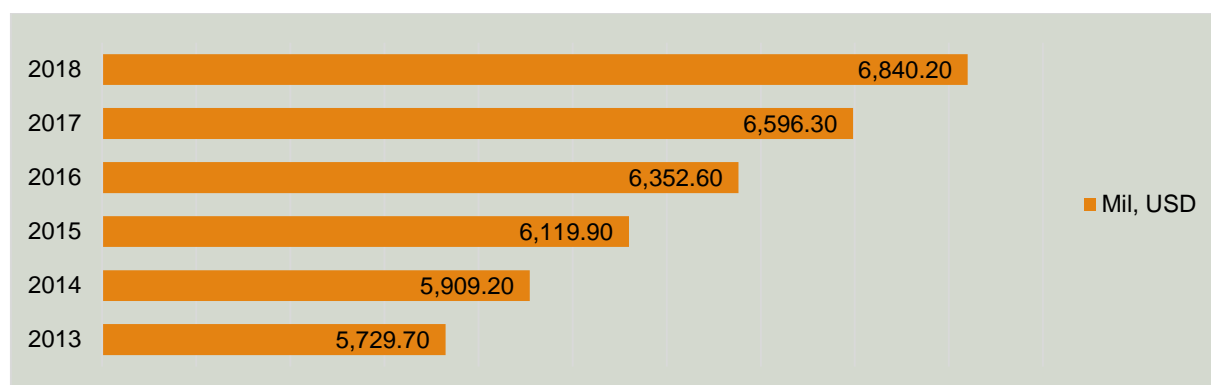
Japan Nailist Association, Address: 〒100-0014, 東京都千代田区永田町2-14-3 赤坂東

急ビル5F, TEL : 03-3500-1580 FAX : 03-3500-1608

Website: <https://www.nail.or.jp/english/index.html>

Япон улсад гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч болон импортлогч компаниудын мэдээлэл тодорхойгүй байдаг бөгөөд ойролцоогоор 4000 орчим аж ахуйн нэгж, 1300 гаруй бренд бүтээгдэхүүн дээр дистрибьютор хийж байна гэсэн 2017 оны үндэсний статистикийн мэдээлэл байна.

Зураг 30. Япон Улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүнээс олох орлого



Эх үүсвэр: *The Statistics Portal, 2019*

Дээрх графикаас харахад, гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалт жилээс жилд нэмэгдэж буй зүй тогтол харагдах бөгөөд үүнийг ДНБ-ний өсөлт, иений доллартай харьцах ханш чангарсан, иргэдийн худалдан авах чадвар өссөнтэй холбон тайлбарлаж болно.

Японы гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл, экспортоороо тэргүүлж буй компаниудыг Shiseido (<http://www.shiseido.co.jp>) тэргүүлж, Kanebo (<http://www.kanebo-cosmetics.co.jp>) болон Kose (<http://www.kose.co.jp>) удаалж байна. Харин гадаадын импортын хувьд P&G, AVON, ESTÉE LAUDER, L'ORÉAL, REVLON болон LVMH бусад брендүүд жагсаж байна.

Хүнсний бүтээгдэхүүн: Япон Улс нь Хүнсний эрүүл ахуйн тухай хууль/Food Sanitation Act, Act No. 233, 1947/-аар хүнсний үйлдвэрлэл, импортоор орж ирж буй бүтээгдэхүүнд Гаалийн тухай хуулийн 67-ын 72 зүйлээр тус тус хяналт тогтооно.

Хүнсний бүтээгдэхүүнд Хүнсний тухай хуулийн 29 зүйлийг баримтлан Хорио цээрийн хяналт тавина. Чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч “Forest-Berry Farm” бөгөөд жимс, жүүс, энерги дринк, тос хэлбэрээр бүтээгдэхүүнээ дотоодын зах зээлд борлуулсан байна.

Импортоор Баруун Европын орнууд, Орос, Хятад, Бутан, Монгол зэрэг улсуудаас янз бүрийн савлагаа, хэмжээтэй чацарганы жүүс, тос, навч, хуурай нунтаг хэлбэрээс гадна хөгшрөлтийн эсрэг идэвхтэй цай, жимсний нухаш зэргээр импортлогджээ.

Хүнсний гаралтай бүтээгдэхүүн Япон улс руу экспорт хийхдээ дараах байгууллагуудын веб сайтаас бүрэн мэдээлэл авах боломжтой. Үүнд:

[Japan Customs](#),

Address: Customs and Tariff Bureau, 3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8940, JAPAN, Website: http://www.customs.go.jp/english/tariff/2017_5/data/import.ht

[Ministry of Health, Labour and Welfare,](#)

Address: 1-2-2 Kasumigaseki Chiyoda-ku Tokyo, 100-8916 Japan, TEL: 03-5253-1111,
Website: <https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/index.html>

[Japan External Trade Organization,](#)

Address: Import Promotion Department, 2-5, Toranomon 2-chome, Minato-ku, TOKYO 105,
Japan, Tel : (813) 35825188(JETRO), Fax : (813) 55726680
Website: <http://www.jetro.go.jp/>

[Japan Foreign Trade Council, Inc,](#)

International Affairs Department, World Trade Center, Bldg, 6th Fl. 4-1, Hamamatsu-Cho, 2-ch,
Minato-ku, TOKYO, 105, Japan, Tel : (813) 34355952, Fax : (813) 343559
Website: <http://www.jftc.or.jp/>

Япон улсын хүнс болон ундаа, уух зүйлсийг хэрэглэгчдийн хүйсний харьцааг Statista's Global Consumer Survey авч дараах зургаар харуулав.

Зураг 31. Япон улсын хүнс болон ундаа, уух зүйлсийн хэрэглэгчид



Эх үүсвэр: Statista's Global Consumer Survey, 2018

Графикаас харахад, хүнс болон шингэн уух зүйлс хэрэглэгчээр эмэгтэйчүүд давамгайлж байгаа тул бага савлагаатай чацарганы жүүс, ундаа үйлдвэрлэж, нийлүүлэлт хийх нь ашигтай байх магадлалтай.

Эмийн болон биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн:

Япон Улсын хүн амын 28%-аас дээш хувь нь 65 наснаас дээш насжилттай байгаа тул бодисын солилцоог тэнцвэржүүлэх нэмэлт, спортоор хичээллэх хүн амын тоо харьцангуй өндөр тул эрдсээр баялаг спорт дринк болон уургийн нэмэлт бүтээгдэхүүнүүд эрэлт өндөртэй.

2017 оны байдлаар нийт хүн амын 8% нь чихрийн шижинтэй гэсэн судалгааны үр дүн гарсан тул үүний эсрэг нэмэлт, гоо сайхны үйлчлэлтэй нэмэлт бүтээгдэхүүнүүдийн эрэлт өндөр байх юм. Үүнтэй уялдан чацаргана болон түүний гаралтай жүүс, тос болон бусад бүтээгдэхүүнийг биед хэрэгтэй амин дэм, нэн шаардлагатай тосны хүчлүүд дээр тулгуурлан бодис солилцоог тэнцвэржүүлэх нэмэлт болон хөгрөлтийн эсрэг үйлдэлтэй тос, цай хийж худалдаалагдаж байна.

2017 оны байдлаар, дэлхийн түвшинд 128 тэрбум ам.долларын эмийн болон биологийн нэмэлт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгдснээс 8% нь Япон Улс, 16% нь БНХАУ, 31.4% нь АНУ-д үйлдвэрлэгджээ.

[Ministry of Health, Labour and Welfare,](#)

Address: 1-2-2 Kasumigaseki Chiyoda-ku Tokyo,
100-8916 Japan, TEL: 03-5253-1111,

Website: <https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/index.html>

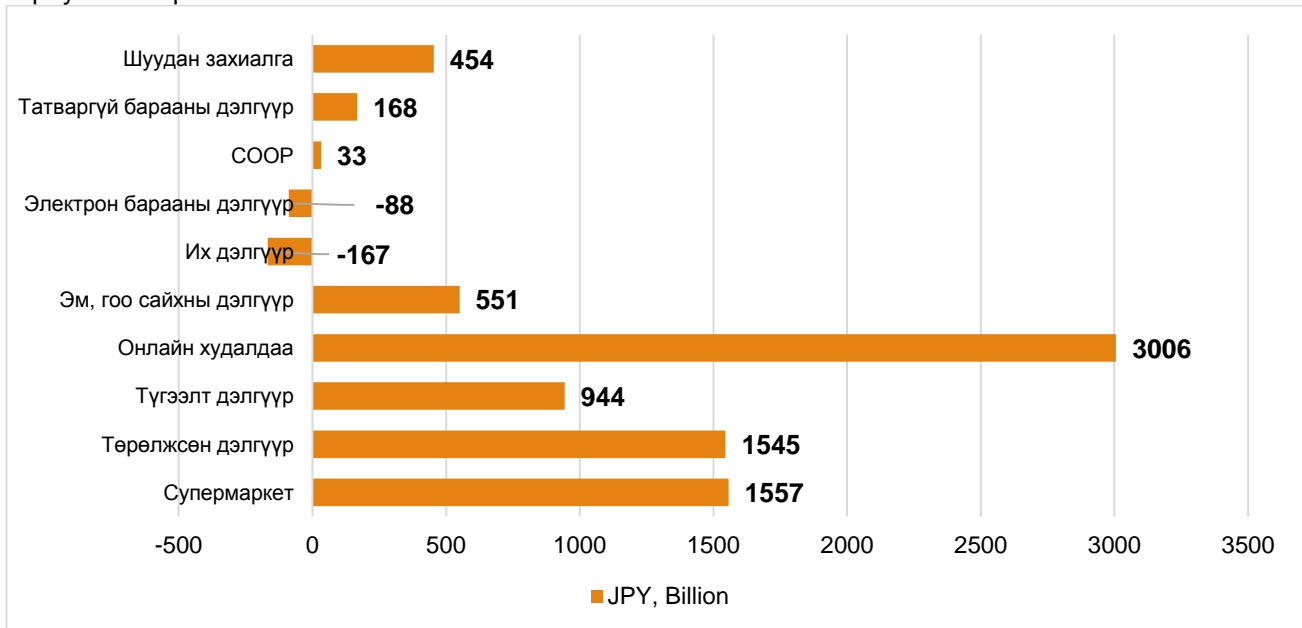
[Japan Customs,](#)

Address: Customs and Tariff Bureau, 3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku,
Tokyo 100-8940, JAPAN
Website: http://www.customs.go.jp/english/tariff/2017_5/data/import.ht

Худалдааны үе шат: Хүн амын төвлөрөлт ихтэй Япон Улсын хувьд хүнсний хэрэглээг импорт болон дотоодын үйлдвэрлэгчдийн бүтээгдэхүүнийг мини-сүлжээ дэлгүүр (7-eleven, Family Mart, Seicomart, Lawson – Улс даяар 50000-аас илүү салбартай), онлайн худалдаа (Rakuten, Amazon,

Apple, Yahoo), супермаркет (A Coop Sappora, Tsuruha), их дэлгүүр (AEON, Daiei, Fuji, Heiwado, Ito-Yokado, Izumi, Nagasakiya, SEIYU (Walmart), Sunlive, Uny)-үүд түшиглэн хангалт хийдэг. Худалдааны газруудын гол баримталдаг зүйл нь “Нэг зогсолтоор худалдан авах” гэсэн уриатай байдаг.

Зураг 32. Япон Улсын дотоодын зах зээл дэх худалдааны сувгуудын борлуулалтын орлогын өөрчлөлт, тэрбум иенээр



Эх үүсвэр: Diamond retail review, Japan 2017/2018

2012 оноос 2016 оны хоорондох Япон Улсын дотоод худалдааны сувгуудыг харьцуулан үзэхэд 8,003 тэрбум иений өсөлттэй бөгөөд тэргүүлэх чиглэлд онлайн худалдаа 37.5%-ийн өсөлттэй байна. Харин их дэлгүүр болон электрон барааны дэлгүүрийн борлуулалт буурсан үзүүлэлт нь зөвхөн Япон бус дэлхийн бүх улсуудад ажиглагдаж байна.

Хүснэгт 45. Япон Улсын тэргүүлэх жижиглэн худалдааны компаниуд

	Нэр	2016 оны орлого, Тэрбум иен	Утас	Хаяг
1	Seven-Eleven Japan Co., LTD	4,515,605	+81-3-6238-3000	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8452, Japan,
2	Family Mart Co., LTD	3,009,363	+81-3-6220-9000	Harumi Center Building 5-24 Harumi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo, 104-8538, Japan
3	Aeon Retail Co., LTD	2,185,341	+81-43-212-6022	5-1,1-chome Nakase, Mihara-ku, Chiba, 261-8515, Japan
4	Lawson, Inc	2,027,504		East Tower, Gate City Ohsaki 11-2, Osaki 1-chome, Shinagawa-ku, Tokyo 141-8643 Japan
5	Fast Retailing Co., LTD	1,786,473	+81-3-6865-0050	9 Chome-7- 1 Akasaka, Minato City, Tokyo 107-0052, Japan
6	Yamada Denki Co., LTD	1,365,630		370-0841, 1-1, Sakae-cho, Takasaki-shi, Gunma
7	Ito Yokado Co., LTD	1,255,017	+81-3-6238-2111	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-8450, Japan

Эх үүсвэр: Diamond retail review, Japan 2017/2018

“Diamond retail review, Japan 2017” статистик үзүүлэлтээр, дээрх жижиглэнгийн компаниуд топ 100 аж ахуйн нэгжийг тэргүүлж байгаа компаниуд юм. Зөвхөн Япон Улс бус олон улсын түвшинд ч худалдаа наймаа хийдэг.

Хэрэглээний үе шат: Япон Улс нь одоогийн байдлаар чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүний хувьд бол экспортлогч улс биш юм. Одоогоор чацарганы тариалалт хийж, хураан авч, өөрсдөө боловсруулан хэрэглэгчдэд хүргэдэг ганц л компани байна. Импортын чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүн, түүхий эдийг Баруун Европ болон Азиас импортлож байна.

Импортын бүтээгдэхүүний өртгийн шинжилгээ. Монгол улсаас экспортлосон бүтээгдэхүүний Япон Улсад буух өртгийг /Total landed cost/ дараах байдлаар тооцов. Үүнд дотоод тээвэрлэлт, хадгалалт, бүрдүүлэлтийн болон гэрчилгээжүүлэлтийн зардал багтаагүй болно.

$$\Theta = Y + T + (Y + T) * G + (Y + T + (Y + T) * G) * H \quad (3.2.1)$$

Энд, Y - Барааны үнэ, T - Тээврийн зардал, G - Гаалийн татварын хувь, H - НӨАТ-ын хувь
 Θ - Буух өртөг

Япон Улсын НӨАТ нь одоогоор 8% (2019 оны 10 сараас 10% болж өснө)-аар мөрдөгдөж байна. Гаалийн татварын хэмжээ тухайн бараанаас хамааран өөр өөр байх боловч найрлаганд сахарын агууламж өсөх тусам татварын хэмжээ нэмэгддэг.

Монгол улсаас Япон улс руу гаргасан чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүний экспортын хилийн үнэ болон Япон Улсын импортын татварын хувь хэмжээг дараах хүснэгтээр харуулав.

Хүснэгт 46. Япон Улсын импортын татвар, хувиар

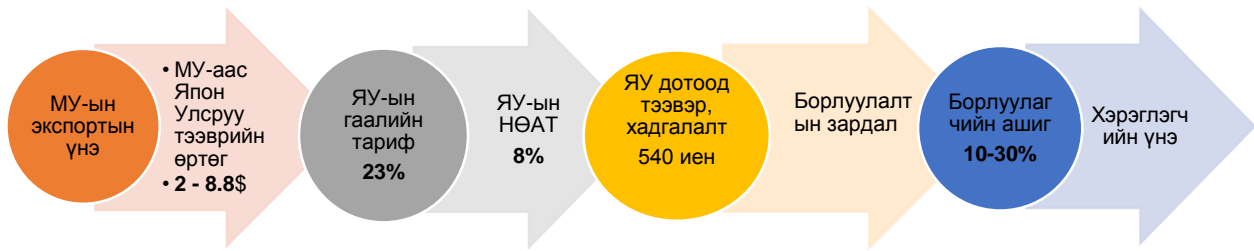
Барааны код	Барааны нэр	Импортын татвар, %
2009	Өтгөрүүлсэн шүүс, чацарганы	23
2106	Сироп, чацаргана жимсний	10
3004	Тос, чацаргана жимсний	0
3301	Тос, чацарганы	0
2204	Дарс, чацарганы	23
810	Жимс, чацаргана	6
1515	Тос, чацарганы	0
1516	Тос, чацаргана жимсны	0

Эх үүсвэр: <http://customs.go.jp>

Япон Улсын гаалийн татварын хувь хэмжээг бараа бүтээгдэхүүнд оногдох хэмжээг Япон улсын гаалийн газрын вебсайт (<http://customs.go.jp>)-д байрлах Монгол улстай байгуулсан Чөлөөт худалдааны хэлэлцээрт заасан татварын хэсгээс харж болно.

Тээвэрлэлт: Япон улс руу агаарын тээвэр хийдэг “Карголинк” ХХК-ийн үнийн санал дээр тулгуурлан Монгол улсаас экспортолдог жишиг бүтээгдэхүүнүүдийн жишээн дээр өртгийн тооцооллыг гүйцэтгэлээ. Уг тооцоонд 100 л-ээс ихгүй тохиолдолд нэгж үнэ 2.5\$, дотоод тээврийн зардлыг онлайн худалдаанд 540 тооцсныг авч ашиглав.

Зураг 33. Япон улс: Хүнсний бүтээгдэхүүн (Цэвэр жүүс)-ий өртгийн тооцоо

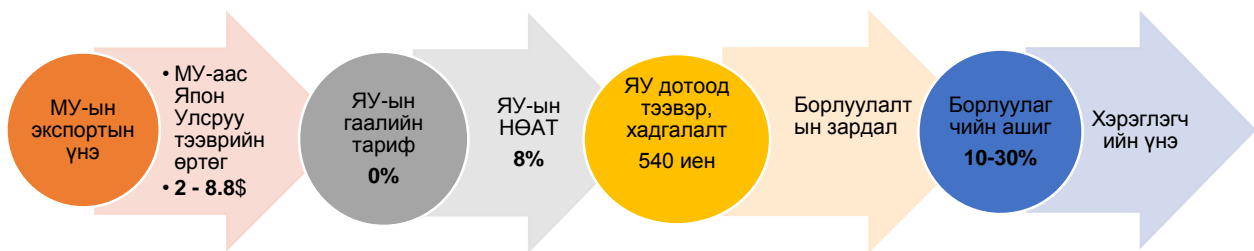


Япон Улсын зах зээл дээр борлуулагдаж байгаа Шар доктор “Гуа Марал” брендийн 720 мл хэмжээтэй 100% жүүс 3024 иен үнэтэй бөгөөд харин тус бүтээгдэхүүний Япон улсад буух өртгийг дээрх байдлаар тооцоход:

Ү – 536.3 иен /1 ам.доллар – 111.72 иен/
 Т – 201.1 иен /Карголинк ХХК/
 Г - 23%
 Н - 8%
Ө = 979.56 иен

Бусад зардлыг (бүрдүүлэлт, эрүүл ахуйн хяналт баталгаажилт, дотоод тээвэр, хадгалалт, маркетинг) оруулалгүйгээр гаргасан тооцооллоос харахад ашгийн хувь 67.7% маржинтай гарсан байна.

Зураг 34. Япон улс: Гоо сайхны бүтээгдэхүүн (Чацарганы тос)-ий өртгийн тооцоо

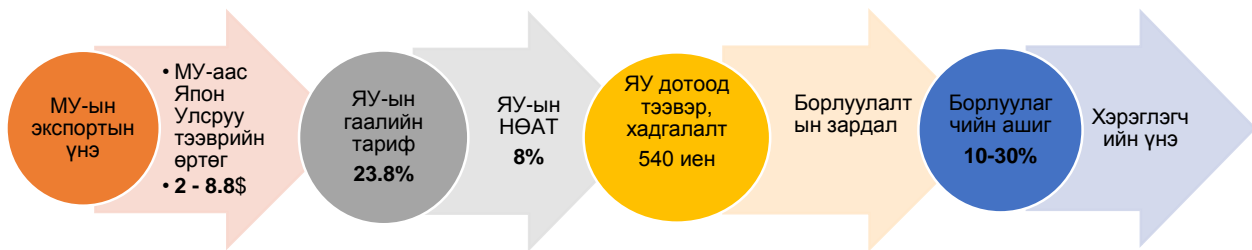


Япон улсын зах зээл дээр борлуулагдаж байгаа Шар доктор “Гуа Марал” брендийн 50 мл савлагаатай чацарганы тос 4104 иен үнэтэй бөгөөд харин тус бүтээгдэхүүний Япон Улсад буух өртгийг дээрх байдлаар тооцоход:

Ү – 312.8 иен /1 ам.доллар – 111.72 иен/
 Т – 13.9 иен /Карголинк ХХК/
 Г - 0%
 Н - 8%
Ө = 352.8 иен

Бусад зардлыг (бүрдүүлэлт, эрүүл ахуйн хяналт баталгаажилт, дотоод тээвэр, хадгалалт, маркетинг) оруулалгүйгээр гаргасан тооцооллоос харахад ашгийн хувь 91.4% маржинтай гарсан байна.

Зураг 35. Япон улс: Түүхий эд (Чацарганы хуурай нунтаг жимс)-ийн өртгийн тооцоо



2106 HS код бүхий чацарганы хуурай нунтаг жимсний 1 кг түүхий эдийн Япон улсад буух өртгийг тооцоход /1кг/:

Ү – 4021.9 иен /1 ам.доллар – 111.72 иен/

Т – 279.3 иен /Карголинк ХХК/

Г – 23.8%

Н - 8%

Ө = 5750.1 иен

Монгол улсад чацаргана жимсний зах зээл дээр борлуулагдаж буй үнийг “Unegui.mn” веб сайт дээр харахад кг нь 4,300₮ байна.

Ү – 182.9 иен /1 иен – 23.5 төг, Монгол банк 2019.04.06/

Т - 279.3 иен /Карголинк ХХК/

Г - 6%

Н - 8%

Ө = 529.8 иен

Япон Улсад дотооддоо тариалсан чацаргана жимсээ хөлдүүгээр нь хэрэглэгчдэдээ нийлүүлж байгаа бөгөөд 1 кг-ийг 3394 иен буюу монгол төгрөгт хөрвүүлбэл 79759 төгрөгөөр борлуулж байна.

ДҮГНЭЛТ

Япон улсад импортын чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүнүүд нь тус улсын “Forest-Berry Farm”-ийн үйлдвэрлэж буй бүтээгдэхүүнээс 2 дахин бага үнэтэй байна. Гэвч өртгийн сүлжээний хүрээнд гүйцэтгэсэн судалгааны үр дүнгээс харахад, Монголоос чацарганы жүүстэй харьцуулахад тос нь илүү өндөр үнээр зарах бүрэн боломж байна.

Япон улсад чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлохдоо савлагааны нөхцөлд агаар үл нэвтрэх, амархан гэмтэхээргүй битүү савлагаа сонгох хэрэгтэй байна. Тус улс руу экспортлох чацарганы бүтээгдэхүүний импортын татвар нь HS код бүрээр хэт ялгаатайгаар тогтоогдсон байгаа тул HS кодын сонголтыг оновчтой хийвэл бага гаалийн татвар төлөх боломжтой.

Япон улсад сахарын өвчлөл түгээмэл их байгаа тул импортын бүтээгдэхүүнд агуулагдах сахарын хэмжээ ихсэх тусам татвар нэмэх замаар хориг тавихыг оролддог. Иймд манай орны үйлдвэрлэгч нар чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүний сахарын агууламжыг багасгах тал дээр анхаарах хэрэгтэй байна.

3.3. ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ӨРТГИЙН СҮЛЖЭЭНД ОРОЛЦОГЧ ТАЛУУДЫН ЧИГ ҮҮРГИЙН ШИНЖИЛГЭЭ

Япон улсын чацарганы өртгийн сүлжээний оролцогч талуудыг дараах байдлаар ангилж болно. Үүнд:

1. Бизнесийн үйл ажиллагаанд оролцогч талууд:

- Тээвэрлэлт /дотоодод агаар, усан зам, хуурай газраар тээвэрлэгч, тээвэр зууч, тээвэрлэлийн даатгагч/
- Боловсруулалт /Эцсийн болон завсрын боловсруулагч, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч/
- Хадгалалт /агуулах, хөргүүр/
- Борлуулалт /Борлуулагч, дэлгүүр, сурталчилгаа/

2. Хяналтын чиг үүрэг бүхий оролцогч талууд:

- Гаалийн хяналт /тээвэрлэгч, тээвэр зууч/
- Эрүүл ахуйн хяналт /хил болон бүс нутгийн зөвшөөрөгдсөн эрүүл ахуйн шалгах байгууллага/
- Бүртгэл, зөвшөөрлийн хяналт /Стандарт тогтоох байгууллага, лаборатори, хяналт тавих бүртгэх байгууллага/

3. Дэмжих, зөвлөх чиг үүрэг бүхий оролцогч талууд:

- Гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл, борлуулалтын холбоо
- Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл, борлуулалтын холбоо
- Гадаад худалдаа, импортын худалдааны зөвлөх үйлчилгээний компани

Хүснэгт 47. Япон улсын импортын бараа бүтээгдэхүүнтэй холбоотой хууль, дүрэм

Хуулийн код	Хуулийн нэр	Утга	Засгийн газрын удирдах байгууллага	Мэдээлэл авах хаяг
EF	Гадаад валют солилцоо болон гадаад худалдааны хууль	Гаалийн төлбөр, түүнтэй уялдаатай төлбөрийн хэлбэрүүд	Сангийн Яам, ОУ-ын агентлаг, Судалгааны товчоо, Хууль зүйн алба	Англи хэл дээр: http://www.mof.go.jp/english/index.htm Япон хэл дээр: http://www.mof.go.jp/international_policy/gaitame_kawase/gaitame/economic_sanctions/gaiyou.html
IQ IL JK TK WA	Импортын худалдааны журам	Импортын бүтээгдэхүүний нэр төрөл, хувь хэмжээ (шошго гэх мэт)	Эдийн засаг, Худалдаа, аж үйлдвэрийн Яам, Худалдаа, эдийн засгийн товчоо, Гадаад худалдааны хяналтын хэлтэс	http://www.meti.go.jp/english/policy/external_economy/trade_control/index.html#contact
FD	Хүнсний ариун цэврийн тухай хууль	Бүх төрлийн хүнс, ундаа, хүсний нэмэлт, сав баглаа боодол	Эрүүл мэнд, Хөдөлмөр, халамжийн Яам, Эм болон хүнсний аюулгүй байдлын товчоо, Хорио цээрийн удирдлагын алба	http://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/index.html
PL	Ургамлын хорио цээрийн тухай хууль	Цэцэгт болон хортой ургамал, хортой амьтад	ХАА, Ой болон Агнуурын Яам, Хүнсний аюулгүй байдал болон хэрэглэгчийн асуудал хариуцсан товчоо, Ургамал хамгаалалын хэлтэс	http://www.maff.go.jp/ppsj/introduction/english.html
ST	Бараа бүтээгдэхүүнд	Импортын татвар гэх мэт	Үндэсний татварын ерөнхий газар,	http://www.nta.go.jp/foreign_language/index.htm

	хуурамчаар тамга тэмдэг, материал бүрдүүлэхийн эсрэг хууль		татварын менежментийн салбар, Татварын алба	
CA	Хар тамхи, түүнд харъяалагдах ургамал	Хар тамхины ургамал, тэдгээрийн навч, иш гэх мэтхэсэг	Эрүүл мэнд, Хөдөлмөр, халамжийн Яам, Эмийн болон хүрээлэн буй орчний аюулгүй байдлын товчоо,	http://www.mhlw.go.jp/english/
PD	Хортой болон түүнтэй төст бодиснуудын хяналтын хууль	Хортой болон түүнтэй төст бодиснууд	Эрүүл мэнд, Хөдөлмөр, халамжийн Яам, Эмийн болон хүрээлэн буй орчний аюулгүй байдлын товчоо, Үнэлгээ, тусгай зөвшөөрлийн хэлтэс	http://www.mhlw.go.jp/english/
AD	Эмийн хяналтын хууль	Сэргээх үйлдэлтэй эм, түүний түүхий эд	Эрүүл мэнд, Хөдөлмөр, халамжийн Яам, Эмийн болон хүрээлэн буй орчний аюулгүй байдлын товчоо,	http://www.mhlw.go.jp/english/
SP	Элсэн чихэр болон цардуулын үнийн тогтворжилт	Элсэн чихэр болон цардуул	ХАА, Ой болон Агнуурын Яам, Газар тариалангын гаралтай бүтээгдэхүүн хариуцсан товчоо	Англи хэл дээр: http://www.alic.go.jp/english/index.html Япон хэл дээр: https://www.alic.go.jp/t-yunyu/tochousei02_000078.html
PA	Нөхөн сэргээгдэх болон эсийн эмчилгээний бүтээгдэхүүн, үр дүн, аюулгүй байдлыг хангах хууль	Эм бэлдмэл, түүнтэй холбоотой зүйлс, гоо сайхан, зориулалтын бодис	Эрүүл мэнд, Хөдөлмөр, халамжийн Яам, Эмийн болон хүрээлэн буй орчний аюулгүй байдлын товчоо	http://www.mhlw.go.jp/english/policy/health-medical/pharmaceuticals/01.html

Эх үүсвэр: Эрүүл мэнд, Хөдөлмөр, халамжийн Яам, <https://www.mhlw.go.jp/english/index.html>

Дээрх хүснэгтээс Япон улс руу экспортлох бүтээгдэхүүнтэй холбоотой хуулийн код болон харъяалагдах байгууллага, цахим орчинд мэдээлэл авах бүрэн боломжтой юм.

Зөвлөх, дэмжих үүрэг бүхий оролцогч талууд:

Япон улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгчдийн холбоо:

Тус холбоо нь 1950 онд анх үүсгэн байгуулагдсан бөгөөд Токио, Чюбу болон Баруун хэсгийн Япон гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн 3 холбоог дотроо багтаасан бөгөөд 2018 оны байдлаар нийт 1200 компани нэгтгэжээ.

Холбооны үндсэн зорилго нь гоо сайхны бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл, түгээлт, хэрэглээ, технологийн дэвшил, бүтээгдэхүүний судалгаа шинжилгээ, үр дүнгийн хяналт зэрэгт анхаарч нийт гишүүдээ мэдээллээр ил тод хангахад оршино. Мөн гадаадын гоо сайхны бүтээгдэхүүний холбоодтай холбоо тогтоох, мэдээлэл солилцох, улс хооронд гоо сайхны бүтээгдэхүүний арилжаа, худалдаа, бизнесийн үйл ажиллагаа өргөжүүлэх чиглэлээр ажилладаг.

Хүснэгт 48. Япон улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгчдийн холбооны салбар холбоодын хаяг

Нэр	Хаяг	Утас	Факс
Токёо дахь гоо сайхны салбар холбоо	6F METRO CITY AMIYACHO 5-1-5, Toranomon, Minato-ku, Tokyo, Japan 105-0001	81-3-5472-2530	81-3-5472-2536
Чюбу дахь гоо сайхны салбар холбоо	2-1-13, Uchihonmachi, Chuo-ku, Osaka city, Osaka, Japan, 540-0026	81-6-6941-2093	81-6-6946-9190
Баруун хэсэг дэх гоо сайхны салбар холбоо	2F ACA Bldg., 3-7-25, Marunouchi, Nakaku, Nagoya city, Aichi, Japan, 460-0002	81-52-971-1476	81-52-971-1486

Эх үүсвэр: Япон улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн холбоо
(<https://www.jcia.org/en/jcia/about>)

Япон Улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүн импортлогчдын холбоо:

Анх 15 компани нэгдэж 1960 онд Эдийн засаг, Худалдаа, Аж үйлдвэрийн Яамны тусламжтайгаар үүсгэн байгуулагдсан. Импортын гоо сайхны бүтээгдэхүүний тогтвортой өсөлтийг хангахын тулд нийт гишүүд дунд нээлттэй, шудрага үйл ажиллагаа явуулах, дотоод, гадаад бараа бүтээгдэхүүний эдийн засгийн тогтвортой байдлыг хангах, өрсөлдөөний эрүүл орчинг салбарын хувьд бүрдүүлэхэд үндсэн үйл ажиллагаа нь чиглэгддэг.

Холбооны үндсэн зорилго бол гоо сайхны бүтээгдэхүүн импортлох, статистик үзүүлэлтүүд болон холбогдох төрийн байгууллагуудын мэдээллийн сангаар гишүүдээ хангах, гадаад харилцааг нэмэгдүүлэхэд чиглэсэн байна.

Хаяг: 〒108-0014 東京都港区芝5-26-20 建築会館6F
 Утас: +81-3-5439-5320
 Факс: +81-3-5439-5321
 Вэбсайт: <https://www.ciaj.gr.jp/english.html>
 Майл хаяг: info@ciaj.gr.jp

Япон Улсын гадаад худалдааны байгууллага:

Япон болон дэлхийн бусад орнуудын хооронд худалдаа, хөрөнгө оруулалтыг хөхүүлэн дэмжих зорилгоор анх 1958 онд Засгийн газрын дэмжлэгтэйгээр үүсгэн байгуулагдсан.

Байгууллагын үндсэн зорилго нь гадны орноос хөрөнгө оруулалт татах, Японы жижиг аж ахуйн нэгжүүдийн чадавхыг нэмэгдүүлэх, гадаад харилцааг нь өргөжүүлэн бусад орны компаниудтай хамтран ажиллах боломжийг нээж экспорт, импортыг нэмэгдүүлэхэд оршино.

Энэхүү байгууллагаас жил бүр зохион байгуулдаг “FOODEX”-д зөвхөн Японоос гадна хүнсний чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулдаг гадаад орны компаниуд оролцож технологи, мэдээлэл, туршлага солилцдог. Энэ жилийн “FOODEX-2019”-д Монгол улсаас 3 компани оролцож бүтээгдэхүүнээ танилцуулсан байна.

Хаяг: Ark Mori Building, 6F 12-32, Akasaka 1-chome, Minato-ku, Tokyo 107-6006 Japan
 Утас: +81-3-3582-5511
 Факс: +81-3-5439-5321
 Вэбсайт: <https://www.jetro.go.jp>

Youki Худалдааны ХХК:

Энэхүү компани нь Япон улсаас уламжлалт хүнсний бүтээгдэхүүн дэлхийн улсууд руу экспортлож, уламжлалт ёс заншлаа сурталчилах, гадаад улсаас уламжлалт хүнсний бүтээгдэхүүн импортлон Японы зах зээлд өрсөлдөх чадварыг дэмжих, тухайн улсын тухайн бүтээгдэхүүн хэрэглэж ирсэн уламжлалыг танилцуулах замаар дотоод болон гадаад компаниудын үйл ажиллагааг дэмжих үндсэн зорилгоор 1990 онд анх байгуулагдсан.

Тус компани уламжлалт аргаар исгэсэн спирт агуулсан бүтээгдэхүүн, хөлдөөсөн жимс, эрүүл мэндийн нэмэлт бэлдмэлүүд, бүх төрлийн тос зэрэг бүтээгдэхүүний худалдааг эрхэлдэг бөгөөд “органик бүтээгдэхүүн”-ий сертификат авсан бол гоо сайхан, хүнсний чиглэлд хамтран ажиллахад нээлттэй компани байна.

Хаяг:	2-26-13 Higashi, Shibuya-ku, Tokyo 150-0011, Japan
Утас:	+81-3-5466-8760
Факс:	+81-3-5466-8570
Вэбсайт:	http://www.youkitrading.co.jp

Хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгчдийн холбоо:

Япон Улсын Эрүүл Мэнд, Хөдөлмөр, Халамжийн Яамны дэмжлэгтэйгээр 1985 онд хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн буюу эрүүл мэндийг дэмжих үйлдэлтэй бүтээгдэхүүний зөв хэрэглээ, стандарт бий болгох зорилгоор үүсгэн байгуулагдсан. Хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнд хоолны дэглэм барих үед хэрэглэх нэмэлт, эрүүл мэндийг дэмжих зорилгоор хэрэглэх функциональ үйлдэлтэй нэмэлт, гоо сайхны үйлдэлтэй нэмэлт зэрэг бүтээгдэхүүн дээр голлон ажилладаг.

Холбооны гол зорилго нь бүтээгдэхүүний хаяглалт, илчлэг чанар, стандартын мөрдлөгө болгох бөгөөд хэрэглэгчидээ мэдээлэлээр хангах, нэмэлт бүтээгдэхүүнүүдийн ялгааг ойлгуулах сургалт, сурталчилгаа явуулах, гишүүдээ мэдээллэлээр хангахад оршино.

Хаяг:	7-27 Ichigaya-sadohara 2-chome, Shinjuku, Tokyo 162-0842, Japan
Утас:	+81-3-3268-3134
Факс:	+81-3-3268-3136
Вэбсайт:	http://www.jhnfa.org
Майл хаяг:	jhnfa@jnhfa.org

Япон Улсын органик зах зээл:

Монгол Улсад тариалж буй байгалийн гаралтай чацаргана болон түүний гаралтай хүнсний бүтээгдэхүүнүүд нь Япон Улсын ХАА, Ой болон агнуурын Яамнаас олгодог органик сертификатыг авснаар органик зах зээлд өрсөлдөх эрх нь нээгдэнэ.

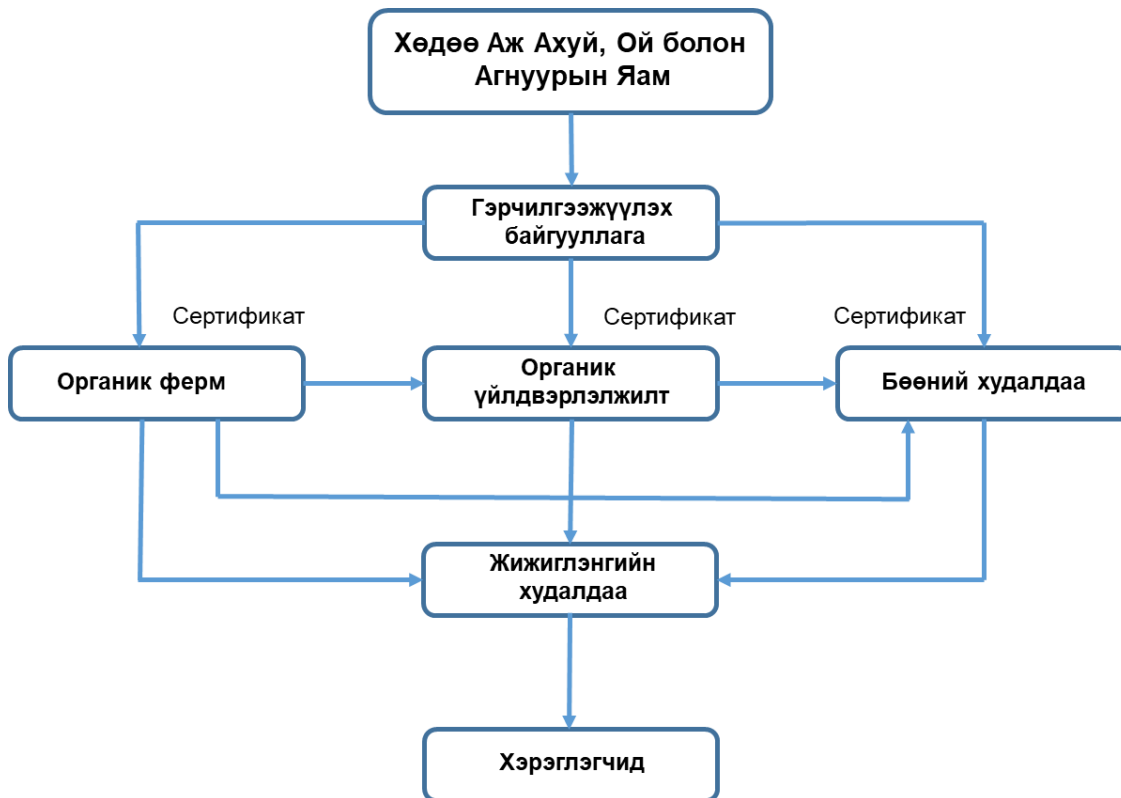
Органик бүтээгдэхүүнд тухайн жимс, жимсгэнийг ургах болон үйлдвэрлэлийн явцад химийн бордоо болон бодис ашиглаагүй тохиолдолд оруулна. Япон Улс нь одоогоор 1997 онд Канад Улсын ХАА болон түүний гаралтай хүнсний бүтээгдэхүүний акт (Agriculture and Agri-Food Canada, 1997)-ыг мөрдлөгө болгон ашигладаг. Органик гэдэг ойлголт нь дараах хэсгүүдэд ангилагдана.

Үүнд:

- *Органик:* Сүүлийн 3 буюу түүнээс их жил химийн бодис хэрэглээгүй.
- *Транс органик:* Сүүлийн 6 сараас 3 жилийн дотор химийн бодис хэрэглээгүй.
- *Пестицид хэрэглээгүй:* Химийн пестицид хэрэглээгүй.
- *Пестицид хэрэглэсэн:* Зөвшөөрөгдсөн хэмжээнээс 50%-аас бага болгож хэрэглэсэн.
- *Химийн бордоо ашиглаагүй:* Ургалтын явцад химийн бордоо ашиглаагүй.
- *Химийн бордоо ашигласан:* Зөвшөөрөгдсөн хэмжээнээс 50%-аас бага болгож хэрэглэсэн.

Япон улсад жимс, жимсгэний тариалалт, борлуулалтын чиглэлд органик сертификат авсан 3500 гаруй аж ахуйн нэгж үйл ажиллагаа явуулж байна. 2001 оны 4 сараас эхлэн “Органик стандарт” мөрдөгдөж эхэлсэн.

Зураг 36. Япон улсад органик сертификат авах дараалал



Эх үүсвэр: www.embargentina.or.jp

Япон Улс рүү гэрчилгээжүүлсэн органик жимс, хүнсний ногооны импортлох нь:

Импортоор орж ирж буй жимс, жимсгэнэ, хүнсний ногоонууд нь гэрчилгээжүүлэх байгууллагаас сертификат авч, органик лого нааж баталгаажуулсанаар органик жимс, ногооны зах зээлд гарах эрх нь нээгдэнэ. Шинэ хууль хэрэгжсэнээс хойш 38 импортын байгууллага гэрчилгээжүүлсэн байна.

Зураг 37. Япон улсын органик лого



Эх үүсвэр: <http://www.pure-foods.co.jp/index2.html>.

Органик бүтээгдэхүүнд Органик лого авч ашиглах зөвшөөрөл авахын тулд дараах хэдэн алхам байна. Үүнд:

1. Япон Улсын органик хуультай адил хуулийг мөрдлөгө болгосон гадаад улсын компаниудад сертификат олгоно. Өргөдөл гаргагч компаний өөрийн улс нь органик

хуультай эсэх, тухайн компани органик сертификаттай эсэхийг шалгана. Гэрчилгээжүүлэх байгууллага нь Япон улсын ХААОАЯ-нд бүртгүүлж, гэрчилгээ авсны дараа сертификат олгоно. Ингэснээр Япон Улс руу экспорт хийхийн өмнө органик лого нааж ашиглах эрх нээгдэнэ.

2. Дээрх заалттай адил боловч ХААОАЯ-нд бүртгүүлэх шаардлагагүй. Гол ялгаа нь Японы органик стандарт хангасан бүтээгдэхүүн гэж баталгаажуулна. Импортлогдон орж ирэхдээ өөрийн улсынхаа органик лого наасан байна.
3. Тухайн улсад тухайн аж ахуйн нэгжид Япон улсын органик хууль, стандартыг мөрдлөгө болгон баталгаажуулалт хийж болно. Үр дүнгээс хамаарч хэлцэл хийнэ.

Япон Улс руу органик бүтээгдэхүүн экспортолоход дараах улс орнууд тэргүүлж байна. Үүнд:

1. АНУ (Хөлдөөсөн ногоо, хатаасан жимс, шар буурцаг, citrus, avocado гэх мэт)
2. Хятад (Хөлдөөсөн ногоо, шар буурцаг гэх мэт)
3. Австрали (Лууван, гоймон, будаа, улаан буудай гэх мэт)
4. Шинэ Зеланд (Киви, хулуу, хөлдөөсөн жимс, ногоо, чихэрлэг эрдэнэ шиш гэх мэт)

Филиппин улс банана болон бусад жимс, Чили улс киви, Аргентин улс шош зэргийг Япон руу экспортолдог. Японд зарагдаж буй органик жимс, ногоонууд нь энгийн ногооноос 20-30% илүү үнээр зарагдаж байна. Жимс жимсгэнэ, хүнсний ногооны импортын хэмжээ нь ургамлын хорио цээрийн хууль, тээвэрлэлтийн стандарт, хадгалалт бусад хүчин зүйлсээс шалтгаалж өсдөггүй байна.

Хүснэгт 49. Япон улсын органик сертификат болон лого авах, хамтран ажиллах байгууллагууд

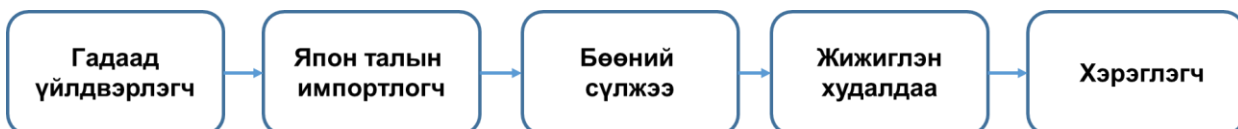
Нэр	Хаяг	Утас
Гадаадын үйлдвэрлэгчдэд сертификат олгодог байгууллагууд		
1	AISAC	Address: 10-6 Sannohcho, Morioka-City, Iwate +81-19-626-3870
2	ICS (International certification Services) Japan	Address: 45-14 Chigasaki-Chuo, Tsuzuki-ku, Kanagawa + 81-45-949-4620
3	JONA (Japan Organic and Natural Food Association)	3-5-3 Kyobashi, Chuo-ku, Tokyo +81-3-3538-1851
4	NOAPA (Nihon Organic Agricultural Products Association)	2-7 Kanda-Tsukasacho, Chiyoda-ku, Tokyo +81-3-3295-5448
5	OCIA (Organic Crop Improvement Association) Japan	3-28-2, Kanda Ogawacho, Chiyoda-ku, Tokyo +81-3-5283-0187
6	OMIC (Overseas Material Inspection Co Ltd)	15-6 Nihinbashi-Kabutocho, Choku, Tokyo +81-3-3669-5184 Fax: +81-3-3669-5282
7	QAI Japan (Quality Assurance International)	KSP Building, 3-2-, Sakado, Takatsu-ku, Kawasaki-City, Kanagawa-City, Kanagawa +81-3-5413-7330
Ногоон маркетингийн санаачлага байгууллагатай интернет холбоос бүхий компаниуд		
2	Wize-system Co Ltd	Mr Kenji Yamamoto http://www.wise-system.co.jp
3	e-yuki-seikatsu Co Ltd	Mr Takahiro Ito http://www.eu-ki.com
4	Saibai-net Co Ltd	Hirotooshi Eto http://www.saibai.net
6	Oisix Co Ltd	Mr Eiji Fukui http://www.oisix.com
Дотоодод сертификат олгодог байгууллагууд		
1	Chikita Fruity Japan Co Ltd	Plaza Monzen-Naka-Cho Building 3F, 1-4-8 Monzen-Naka-Cho, Koto-ku, Tokyo 135-0048 (03) 52458287

2	Daiei Co Ltd	Hamamatsu-cho Office Centre building, 9F, 2-4-1, Shiba-koen, Minato-ku, Tokyo 105-8514	(03) 3433-9684
3	Dole Japan Ltd (main importer Ito Chu Trading Company)	Sanbancho Yayoikan 6-2 Sanbancho Chiyoda-Ku Tokyo, 102-0075	(03) 32371492 http://www.dole.co.jp/
4	Japan Produce Co, Ltd	5-1,1-Chome, Nakase, Mihama-ku, Chiba-shi, Chiba, 261-8515	(03) 432126164
5	Global Fruits Co Ltd	Ikaida Building 7F, 3-14-8, Hacchobori, Chuo-ku, Tokyo 104-0032	(03) 3553-5444
6	Itochu Corp (Food Department)	2-5-1 Kita-Aoyama, Minato-ku, Tokyo 107-8077	(03) 3497-6255
7	Mitsubishi Corporation (Food handling division)	Mitsubishi Shoji Building, Bekkan 2-3-1 Maranouchi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8086	(03) 32106786
8	National Federation of Agricultural Co-operative Associations (ZEN-HO)	1-8-3 Otemachi Chiyoda-ku Tokyo 100-0004 (JA Building)	(03) 32457126 http://www.zennoh.or.jp/
9	Nikko Shoji Co. Ltd	JAL Building 9F, 2-4-11, Higashi-Shinagawa, Shinagawa-ku, Tokyo 140-8638	(03) 5460-7177
10	Sumisho Fruit Co. Ltd.	CN Building, 8F 2-8-3 Kiba, Kot-ku, Tokyo 1350042	(03) 5460-7177
11	Zennikku Trading Co. Ltd (Food department)	Shinagawa Inter city Building B 6F, 2-15-2, Konan, Minato-ku, Tokyo 108-6160	(03) 57698230
12	Takanabe & Co.Ltd	2-20-6 Ebie, Fukushima-ku, Osaka	(06) 64517616
Боловсруулах үйлдвэрүүд			
1	Muso Co Ltd	3-7-22 Nishitenma, Kita-ku, Osaka 5300047	(06) 63166104
2	Mitoku Co Ltd	Room 257 Tokyo Building 2-7-3 Maranouchi, Chiyoda-ku, Tokyo	(03) 32016701
Сертификат авахад зөвлөгөө өгдөг зөвлөх компаниуд			
1	Agriculture and Food Audit System Co Ltd	Ginza 5-10-13 TOYO Seimaiki Building 7F Chuo-ku Tokyo	(03) 35721103 tokue@afas.co.jp
2	ABC Food System	5-12-9-302 Nishi Ikebukuro, Toshima-ku, Tokyo, 171-0021	03) 59534888 maruyama@abc-food.co.jp

Эх үүсвэр: <http://www.fao.org/3/y1669e/y1669e0b.htm#TopOfPage>

Япон улс руу импортоор орж ирэх эмийн, гоо сайхны, жимс, хүнсний нэмэлт, ундаа болон жүүсний дамжлагыг дараах байдлаар ерөнхийд нь загварчилж болно.

Зураг 38. Япон улс руу импорт хийх дараалал



Японы зах зээлд бараа бүтээгдэхүүнээ нэвтрүүлэхийн тулд албан ёсны импортлогч компанитай худалдааны гэрээ байгуулна. Албан ёсны дистрибьютор компани Японы зах зээл дээр хэрхэн борлуулах оновчтой суваг олох, хэрэглэгч хүртлэх дэс дараалал, тээвэрлэлтийг хариуцан хууль дүрмийн дагуу ажиллах болно.

Дотоод болон импортын бүтээгдэхүүний хаяг, шошгожилт нь 1959 онд батлагдсан “Хаяг, шошгоны тухай хууль”-ийн №127 зүйлийг үндэслэн “Zen intenational patent and trademark, Co Ltd”

дээр албан ёсны өргөдөл, мөн дээж өгснөөр хаягжилт, шошгоны бүртгэлийн үйл ажиллагаа эхлэнэ. Дараах байдлаар төлбөр төлнө.

Хүснэгт 50. Япон улс дахь хаяг, шошго мэдүүлэгчийн төлбөр

Ангилал	Бүртгэлийн төлбөр		Бүртгэлийн дараах төлбөр		Нийт (иен)
	Хуульчийн төлбөр	Албан хураамж	Хуульчийн төлбөр	Албан хураамж	
1	30,000	12,000	15,000	28,200	85,200
2	40,000	20,600		56,400	132,000
3	50,000	29,200		84,600	178,800

Эх үүсвэр: <http://www.zen-ip.biz/trademark-registration-in-japan/>

Бүтээгдэхүүндээ хаяг, шошго авахаар өргөдөл гаргагч өөрийн бүтээгдэхүүнийхээ ямар ангилалд орж байгааг вебсайтаар нь судлан мэдэх бүрэн боломжтой. Ингэсний дараа өргөдлийн маягт бөглөж өөрийн бие болон шуудангаар өгч болно.

Нэр: Zen international patent and trademark, Co Ltd
 Хаяг: Domil-ochiai Bld. 101 3-32, Shimoochiai 4-chome,
 Shinjuku-ku Tokyo, Japan 161-0033
 Утас: +81-3-6265-9113
 Факс: +81-3-6265-9114
 Вэбсайт: <http://www.zen-ip.biz>

Импортын бүтээгдэхүүний хаяг, шошгоны загварыг “Guide to Food Import” hand book-ээс дэлгэрэнгүй мэдээлэл авч болно. Үүнд: хаяг, шошгоны стандартын дагуу бэлтгэж Япон хэл дээр хөрвүүлэн бүтээгдэхүүний арын хэсэгт наана.

ДҮГНЭЛТ

Япон улс руу импортлох хүнсний болон гоо сайхны бүтээгдэхүүнд тавих хяналт чанга байдаг нь хууль тогтоомж, Төрийн тогтолцоо болон байгууллага хоорондын уялдаа, зохион байгуулалтаас харагдаж байна. Иймд тухайн улсын импортын бүтээгдэхүүнд тавигдах стандарт, хяналтыг бүрэн хангасан бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх тал дээр экспортлогч компаниуд анхаарах хэрэгтэй.

Монгол улсын боловсруулах үйлдвэрүүд чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүндээ органик сертификат, лого авч ашигласнаар илүү өндөр үнэтэй борлуулах боломж бүрдэхээс гадна экспортыг нэмэгдүүлэх, дэмжих гол хүчин зүйл нь болно. Иймд органик бүтээгдэхүүний шаардлагыг хангах, холбоо тогтоох чиглэлээр ажиллах нь зүйтэй юм.

3.4. ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СЕГМЕНТИЙН СУДАЛГАА

Япон орны хувьд чацаргана нь шинэ жимс бөгөөд 2007 онд Хоккайдо мужид нутагшуулан ургуулж, нутгийн бренд үүсгэн чацарганаар хийсэн бүтээгдэхүүнүүд худалдаанд гаргаж эхэлсэн.

Japan Sea Buckthorn Association /日本サジー協会/

Чацарганы талаарх мэдлэгийг түгээх, түүгээр хийсэн хүнсний, нэмэлт бэлдмэл болон гоо сайхны бүтээгдэхүүний ач тус, биологийн идэвхийг үнэн зөв түгээхэд уг байгууллагын зорилго оршино. Бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл, технологи, чанарыг сайжруулахад өөрсдийн хувь нэмэр оруулахад үйл ажиллагаагаа чиглүүлдэг.

Вэбсайт: [https:// http://www.kousanjiru.jp/](http://www.kousanjiru.jp/)

Монгол Улсаас Японы зах зээл дээр борлуулагдаж буй чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүнүүд:

Чацарганыг жимс болон тос хэлбэрээр анх 2005 – 2007 онд “Ус-Эрдэнэ” ХХК экспортлож байсан байна. 2012 онд “Живэртийн оргил” ХХК Япон Улсад албан ёсны дистрибуитер “YELLOW DOCTOR JAPAN” ХХК-аар дамжуулан шүүс болон тос экспортод гаргасан. Япон Улсын зах зээлд өтгөрүүлсэн шүүс HS 2009, хуурай нунтаг хэлбэрээр HS 2106, жимс хэлбэрээр HS 810, дарс HS 2204, тос 1515, 1516, 3004 болон 3301 HS код бүхий бүтээгдэхүүнүүдийг экспортлож байна.

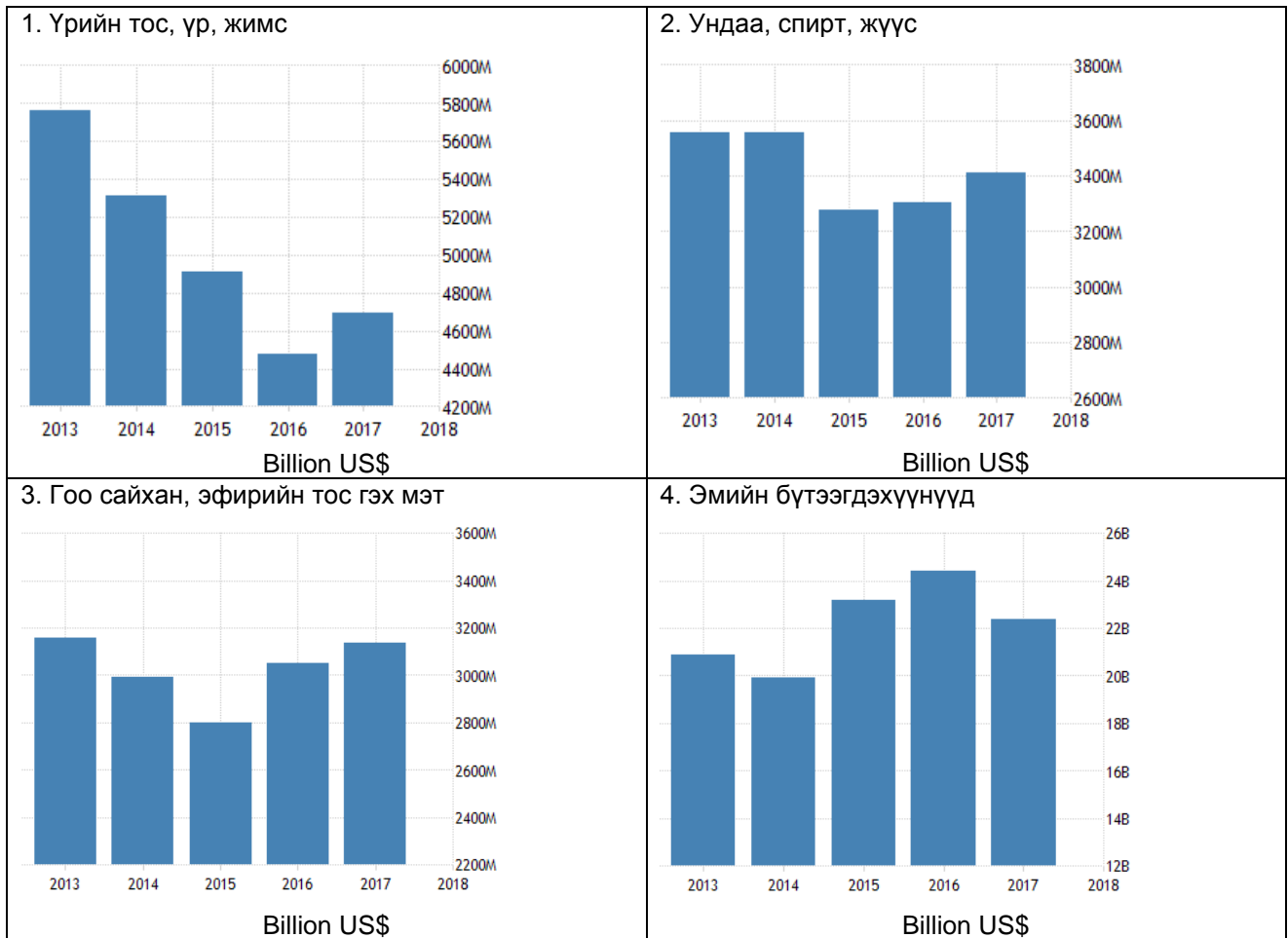
Зураг 39. “YELLOW DOCTOR JAPAN” ХХК-ны борлуулж буй бүтээгдэхүүнүүд



2017 онд Япон улс дээрх HS 1515, 1516, 3004 болон 3301 кодтой үрийн тос, бусад бүтээгдэхүүн 4.69 тэрбум ам.доллар, HS 2009 кодтой шүүс, ундаа, спирттэй уух төрлийн бүтээгдэхүүн 3.41 тэрбум ам.доллар, гоо сайхан, эфирийн тос зэрэг бүтээгдэхүүнүүд 3.14 тэрбум ам.доллар, эмийн төрөлд хамаарагдах нийт бүтээгдэхүүнүүд 22.14 тэрбум ам.доллараар тус тус импортложээ¹⁷.

¹⁷ НҮБ-ын COMTRADE байгууллага

Зураг 40. Япон Улсын импорт \2013-2017 оноор, тэрбум ам.доллараар\

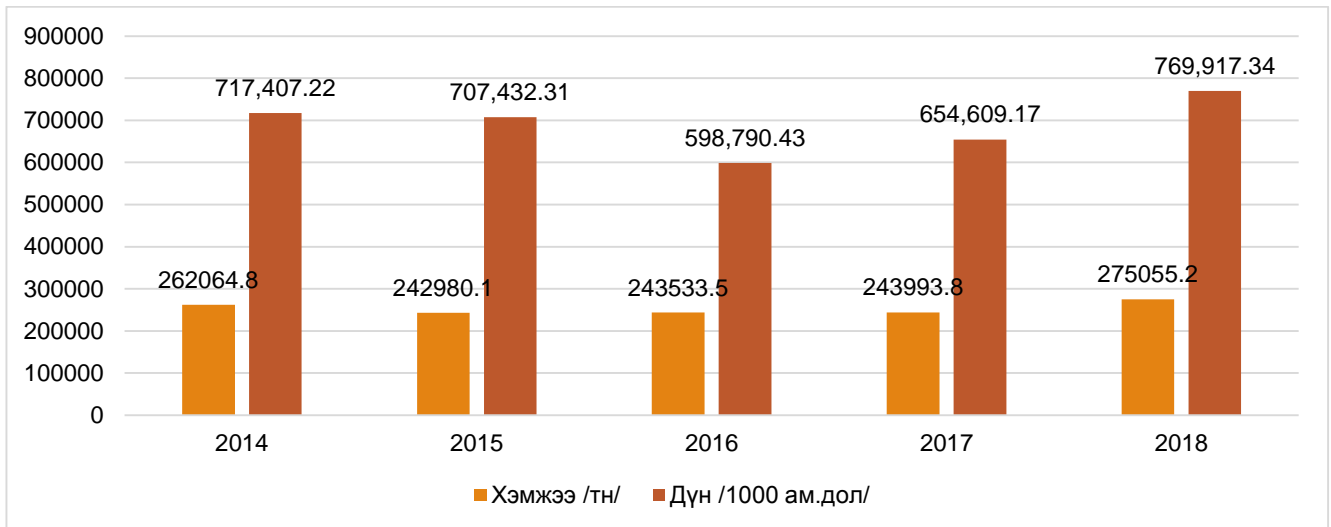


Эх үүсвэр: <https://tradingeconomics.com>

Дээрх графикаас харахад, жимс, жимсгэнэ, үр, ургамлын гаралтай тосны импорт 2013 оноос буурч байгаад гаалийн татварыг хөнгөлснөөр 2017 оноос импорт өссөн. 2015 оноос спирт, ундаа, жүүс болон гоо сайхны бүтээгдэхүүн, түүний түүхий эдийн импорт өссөн бол эм, эмийн гаралтай түүхий эд, бүтээгдэхүүн хувьд импортын хэмжээ харьцангуй тогтмол байна.

1.Шүүс: Япон Улс руу экспортдогдсон бүтээгдэхүүнүүдийн код нь HS 2009, 2106 болон 2202 бол импортлогдсон бүтээгдэхүүнийг 2009.11-210, 2009.11.290, 2009.12.110, 2106.10-140, 2106.10-211, 2106.10-221 гэх мэт, 2202.10-100, 2202.10-200, 2202.91-100, 2202.91-200, 2202.99-100, 2202.99-200 гэсэн кодтойгоор Япон улсын Гаалийн газар бүртгэсэн байна.

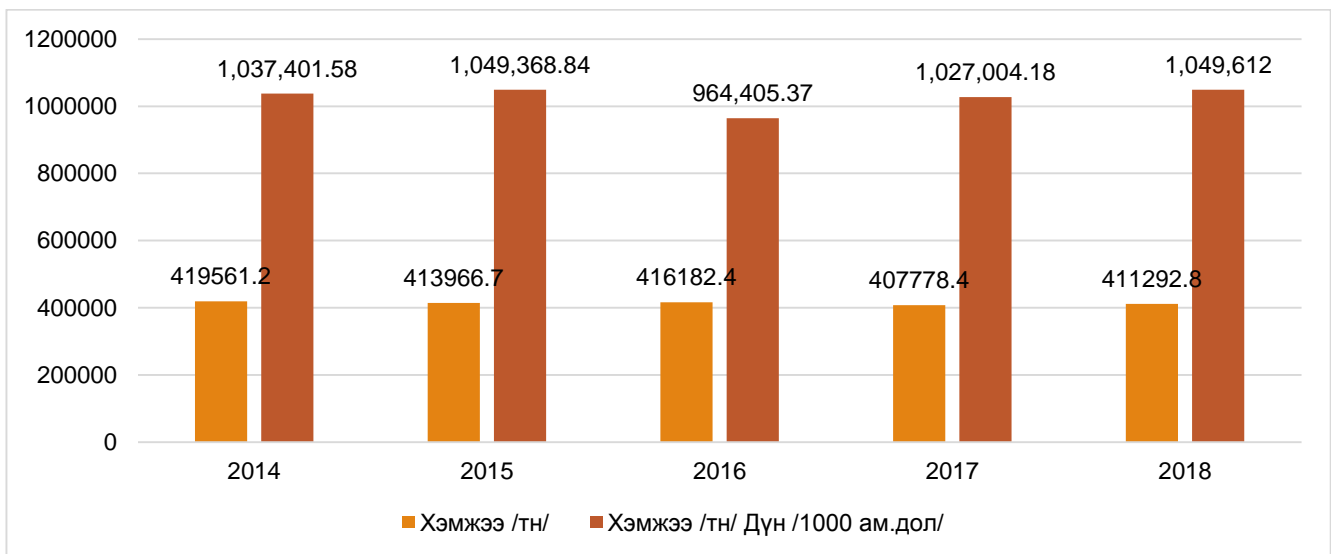
Зураг 41. Япон Улсын импортлосон HS 2009 кодтой ундаа, шүүсний импортын хэмжээ



Эх үүсвэр: Эдийн Засгийн Яам, Худалдааны статистик төв, 2019.

Дээрх графикаас харахад, 2016 оноос импортын тоо хэмжээний өөрчлөлт бага боловч үнийн дүн өсчээ. 2009.19-290 код бүхий оранж жүүс болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүн хамгийн их буюу 38272.7 тн импортлогдсон байна.

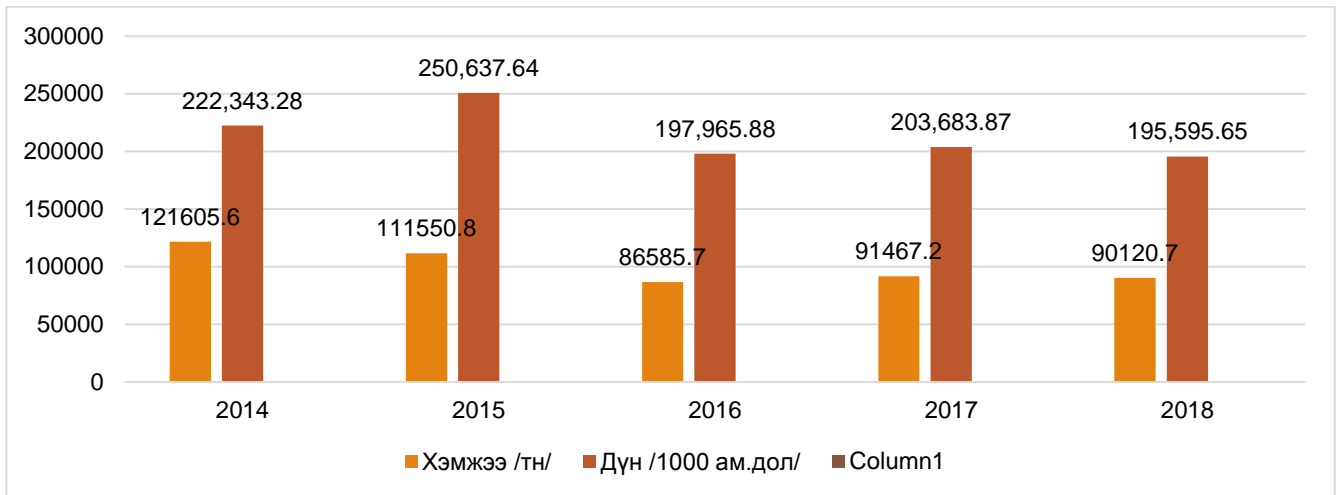
Зураг 42. Япон Улсын импортлосон HS 2106 кодтой ундаа, шүүсний тоо хэмжээ ба үнийн дүн



Эх үүсвэр: Эдийн Засгийн Яам, Худалдааны статистик төв, 2019.

HS 2106 кодтой бүтээгдэхүүний хувьд импортын тоо хэмжээ нь өөрчлөгдөөгүй боловч үнийн дүн нь 2016 оныг 2018 онтой харьцуулахад өсөх хандлагатай байна.

Зураг 43. Япон Улсын импортлосон HS 2202 кодтой ундаа, шүүсний импортын тоо хэмжээ ба үнийн дүн



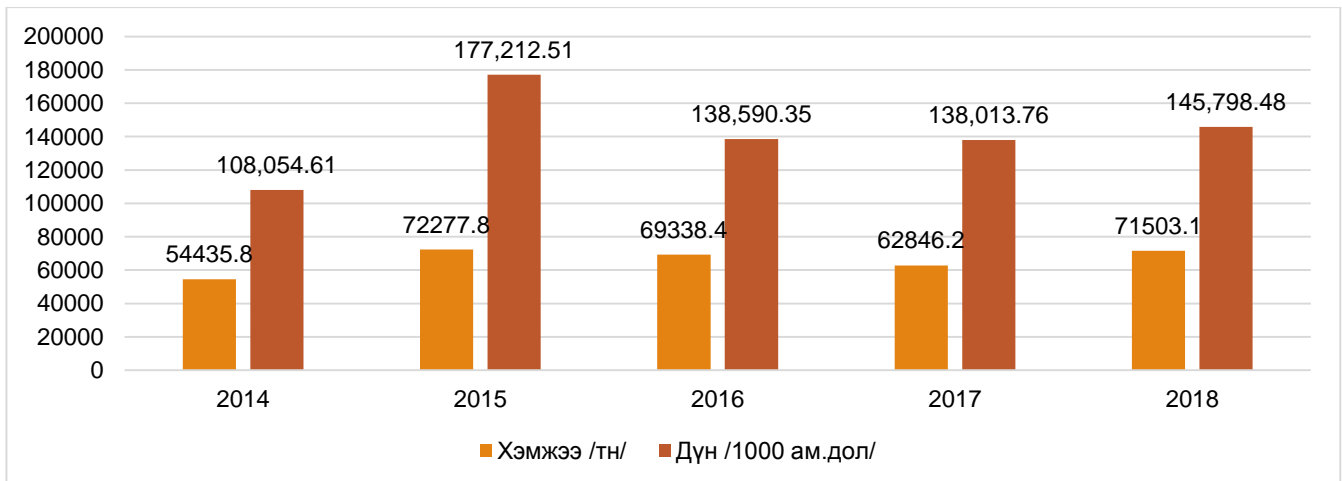
Эх үүсвэр: Эдийн Засгийн Яам, Худалдааны статистик төв, 2019.

HS 2202 кодтой импортын бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ болон үнийн дүнд төдийлөн өөрчлөлт гараагүй байна.

Монгол улсаас 2018 онд Япон улс руу экспортлосон HS 2009 кодтой жүүсийг HS 2009.71-107 кодоор 4800 литр гэж Япон улсын Гаалийн ерөнхий газар бүртгэжээ.

2.Тос: Монгол улсаас 1515, 1516, 3004 болон 3301 гэсэн HS кодтойгоор Япон улс руу экспортлосон гэж бүртгэсэн байгаа бол Япон улсын Гаалийн газар 1515.90, 1516.10, 1516.20, 3001.90, 3301.90 кодоор бүртгэжээ.

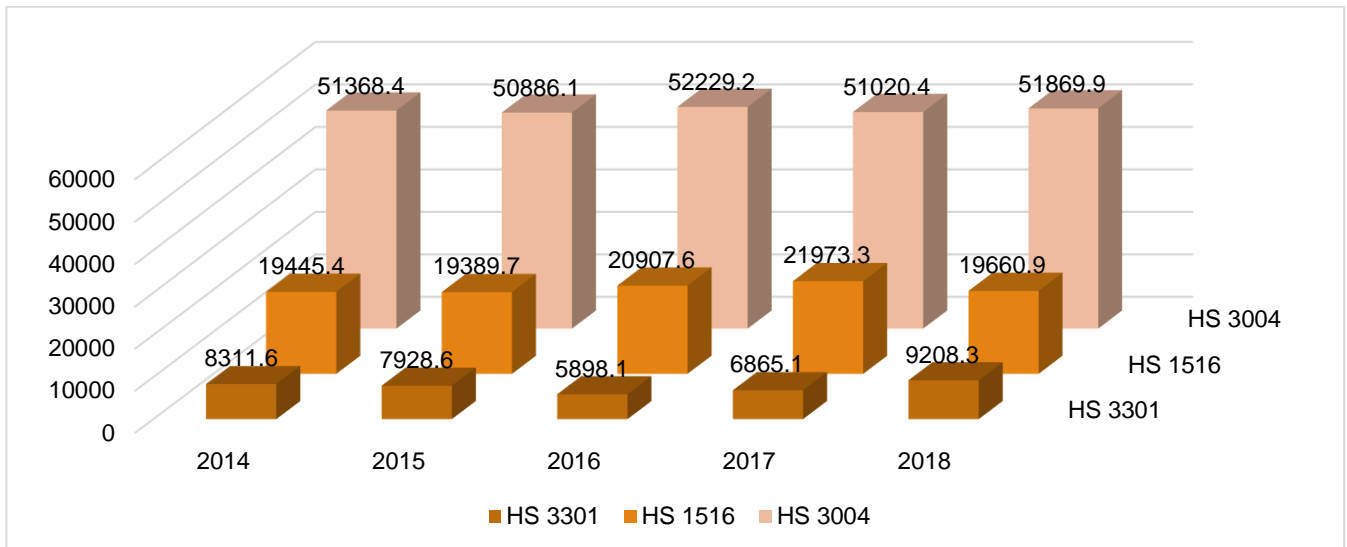
Зураг 44. Япон улсын импортлосон HS 1515 кодтой тосны импортын тоо хэмжээ ба үнийн дүн



Эх үүсвэр: Эдийн Засгийн Яам, Худалдааны статистик төв, 2019.

Япон улсын HS 1515 кодтой тосны импортын тоо хэмжээ ба үнийн дүн харьцангуй тогтмол байсан бөгөөд гол нийлүүлэгч орнууд нь БНСУ, Хятад, Бельги улсууд байна. Харин Япон улсын импортлосон тосны бусад HS кодны ангилалд авч үзвэл дараах байдалтай байна.

Зураг 45. Япон улсын импортлосон HS 1516, 3004 болон 3301 кодтой импортын хэмжээ \тонн\



Эх үүсвэр: Эдийн Засгийн Яам, Худалдааны статистик төв, 2019.

Энэхүү ангилалд HS 1516, 3301 кодтой харьцуулахад 3004 их хэмжээгээр тогтмол импортлогдож байна. Япон улсын хувьд энэхүү ангилалд зах зээлийн багтаамж байгаа нь харагдаж байна.

3.Нунтаг болон хөлдөөсөн жимс: Монгол улсаас нунтаг хэлбэрээр HS 2106, хөлдөөсөн жимс хэлбэрээр HS 0810 кодтой экспортлогдсон бол Япон улсад импортоор орохдоо HS 2106.90.293 болон 0810.90.290 кодтой болжээ.

3.4.1. Үйлдвэрлэлийн зориулалтаар

Үйлдвэрлэлийн зориулалттай хэрэглээний зах зээл /Сегмент 1/

Япон Улсын ХАА, Ой, Агнуурын Яамны мэдээлснээр, жимс, жимсгэний ферм, аж ахуйн нэгжийн тоо 2010 онд 242,344 байсан бол 2015 онд 210,714 болж буурсан үзүүлэлтэй байна. Аж ахуйн нэгжийн тоо буурсан үзүүлэлтийг фермерийн аж ахуй эрхэлж буй хүмүүсийн 70% гаруй хувь нь 60 наснаас дээш насны ахмад настай хүмүүс ажиллуулж байгаатай холбон тайлбарладаг.

Япон Улсад чацаргана нь шинэ жимс бөгөөд тариалалт хийдэг нэг л компани байдаг. Тэр компани жимсээ хураан авч жимс хэлбэрээр нь, мөн энерги дринк, жимсний чанамал бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж худалдаанд гаргадаг.

Хүнсний зориулалтаар жимс, чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүд:

Дотоодод үйлдвэрлэсэн, боловсруулсан бүтээгдэхүүний зах зээлийн үнэ (Forest-Berry Farm, <https://seaberry.biz>):

Жимсний нухаш	1543 иен
Чацарганатай зайрмаг	257 иен
Цэвэр жүүс	3086 иен
Хөлдөөсөн чацаргана 1 кг -	3394 иен

[Forest-Berry Farm Co.Ltd](#)

Чацарганаа өөрсдөө тариалж, үйлдвэрлэлд ашигладаг. Чацарганы нухаш, цэвэр жүүс, чацарганатай зайрмаг, энерги дринк боловсруулдаг.

Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172, Хаяг: 北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12

[Kagome Co., Ltd.](#)

Хүнсний ногоо болон жимсний тариалалт, боловсруулалт хийж, 100% цэвэр болон холимог жүүс үйлдвэрлэн худалдаанд гаргадаг.

Утас: +81-52-951-3571, Хаяг: 3-14-15, Nishiki, Naka-ku, Nagoya, Aichi 460-0003, Japan

[Шиноне алимны ферм](#)

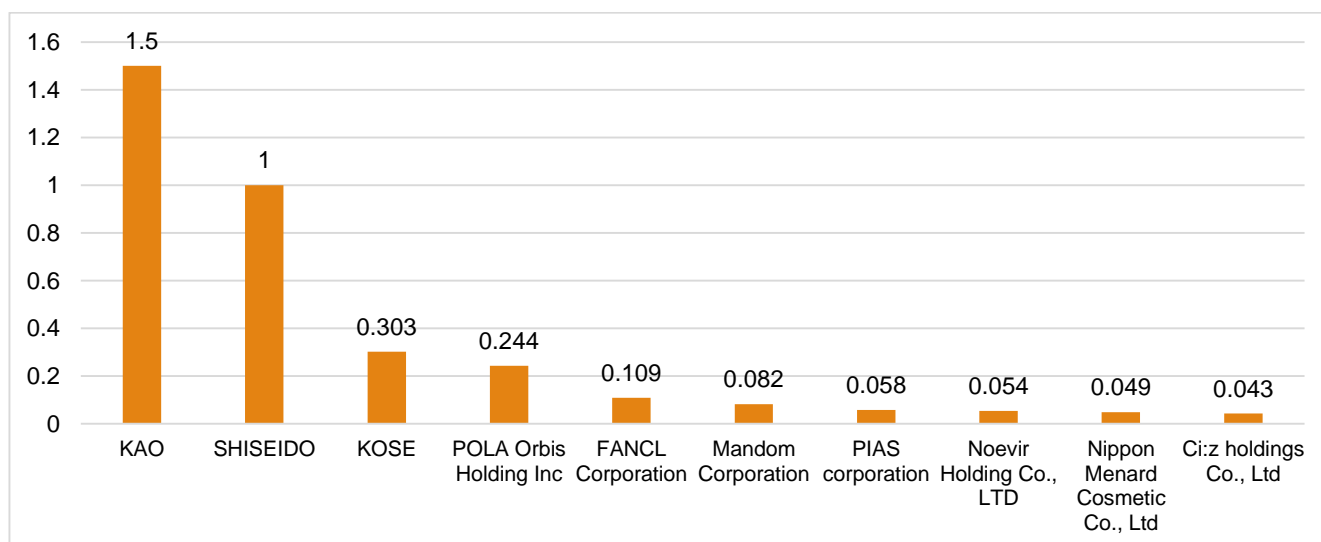
Алимны тариалалт явуулж, түүхий эдээ өөрсдөө бий болгодог бөгөөд алимны цэвэр шүүс, нухаш зэргээр худалдаанд гаргадаг.

Утас/факс: +81 157-25-5502, Хаяг: 213-3 Shōwa, Kitami, Hokkaido 090-0002, Japan

Гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг үйлдвэрүүд:

Эдийн засаг, Худалдаа, Аж Үйлдвэрийн Яамны мэдээлснээр, 2017 онд 1.6 триллион иений үнэ бүхий гоо сайхны худалдаа хийгдсэн. 2018 онд “КАО” компани 1.5Т иений худалдаа хийснээр тэргүүлсэн бол “SHISEIDO” болон “KOSE” зэрэг компаниуд удаалсан байна.

Зураг 46. Япон улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалт \2018 оноор, триллион иен\



Эх үүсвэр: Эдийн засаг, Худалдаа, Аж Үйлдвэрийн Яам, 2019.

[KAO Corporation](#)

Хими, эрүүл мэндийн болон гоо сайхны бүтээгдэхүүний чиглэлд судалгаа, үйлдвэрлэл, худалдаа явуулдаг.

Утас: +81-03-3660-7111, Хаяг: Kao Corporation, Tokyo Prefecture, 1-14-10 Nihonbashi Kayabacho, 103-8210, Japan, Вебсайт: <http://www.kao.com/global/en/worldwide/>

[Shiseido Co., Ltd.](#)

Гоо сайхан, ариун цэврийн өрөөний болон хүнсний нэмэлт бэлдмэл, гоо сайхны салоны бүтээгдэхүүнүүдийг үйлдвэрлэн худалдаанд гаргадаг.

Утас: +81-3-3572-5111, Хаяг: Shiseido Co., Ltd, Tokyo Prefecture, Minato-ku 7-5-5, Ginza, Japan

KOSÉ Corporation

Гоо сайхан, арьс болон үс арчилгааны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэн худалдаанд гаргадаг.
Утас: +81-3-3278-5121, Хаяг: KOSÉ Corporation, Tokyo Prefecture, 3-6-2 Nihonbashi, Chuo-Ku, 103-8251, Japan

Marche-Marche Co., Ltd.

Чацарганы түүхий эдийг Монгол улсаас авч ашигладаг. Ургамал, жимснээс биологийн түүхий эдийг цэврээр нь ялган бүтээгдэхүүндээ ашигладаг. Үс халцарахын эсрэг үйлчлэлтэй эрэгтэйчүүдэд зориулсан “Mongoryu shampoo EX” бол чацарганы хандтай бүтээгдэхүүн юм.

Хаяг: ShinOsaka Daiichiseimei bldg 10F 3-5-24 Miyahara, Yodogawa-ku Osaka, Japan,
Вебсайт: <http://www.mongoryu.com/>

Эмийн буюу биологийн идэвхит бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч компаниуд:

Функциональ үйлчилгээтэй эмийн буюу биологи, хүнсний нэмэлт бэлдмэл, бүтээгдэхүүнд чанарын өндөр хяналт тавьдаг. 100% ургамал болон жимснээс хандалсан бол органик гэсэн гэрчилгээгээр баталгаажуулдаг. Сүүлийн жилүүдэд чацарганы гаралтай цэвэр тос, витамин нэмэгдэл, чацарганаас хандалсан бодис агуулсан шампунь, UV хамгаалалттай нүүрний тос зэргүүд нь хэрэглэгчдэд танигдсан бүтээгдэхүүнүүд болсон.

Meiji Food Materia Co.,Ltd

Жимс жимсгэнэ, түүний гаралтай өдөр тутам хэрэглэгдэх хүнс болон био нэмэлт бүтээгдэхүүний импорт, экспорт, биологийн зохицуулгатай бэлдмэл боловсруулдаг.

Утас: 81 3 5665 1850, Хаяг: 2-1, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8306, Japan, Факс: 81 3 5665 1854, Вебсайт: www.meijifm.co.jp

JA Group /ZEN-NOH/

Хөдөө аж ахуйн чиглэлийн бүх төрлийн фермерийн бүтээгдэхүүнийг шууд хэрэглэгчдийн гарт хүргэдэг хамгийн том зах зээлийн суваг юм. 2016 онд “1.59 сая гишүүнтэй байсан бөгөөд 1.03 сая гишүүн нь 65 болон түүнээс дээш настай” болохыг ХАА, Ой болон Агнуурын Яамнаас мэдээлсэн байна.

Утас: +86-10-6590-8531, Хаяг: JA Bldg., 1-3-1 Otemachi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-6832

KAO Corporation

Хими, эрүүл мэндийн болон гоо сайхны бүтээгдэхүүний чиглэлд судалгаа, үйлдвэрлэл, худалдаа явуулдаг.

Утас: +81-03-3660-7111, Хаяг: Kao Corporation, Tokyo Prefecture, 1-14-10 Nihonbashi Kayabacho, 103-8210, Japan, Вебсайт: <http://www.kao.com/global/en/worldwide/>

Shiseido Co., Ltd.

Гоо сайхан, ариун цэврийн өрөөний болон хүнсний нэмэлт бэлдмэл, гоо сайхны салоны бүтээгдэхүүнүүд зэргийг үйлдвэрлэн худалдаанд гаргадаг.

Утас: +81-3-3572-5111, Хаяг: Shiseido Co., Ltd, Tokyo Prefecture, Minato-ku 7-5-5, Ginza, Japan

Япон Улсын боловсруулах үйлдвэрүүдээс авсан судалгааны дүн

Судалгааны ажлын хүрээнд Япон Улсын боловсруулах үйлдвэрүүдийг төлөөлүүлж, Forest-Berry Farm Co.Ltd, Kagome Co., Ltd, KAO Corporation, Meiji Food Materia Co.,Ltd, JA Group /ZEN-NOH/ зэрэг 5 компаниас судалгаа авлаа. Эдгээр боловсруулах үйлдвэрүүдээс авсан судалгааны дүнг дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 51. Япон улсын боловсруулах үйлдвэрүүдээс авсан судалгааны дүн

Асуулт	Сонголт	Хариулт	Хариултын дүнд эзлэх хувь
Ямар төрлийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг вэ?	1. Хүнсний	3	38.9
	2. Гоо сайхны	3	38.9
	3. Эмийн, эрүүл мэндийн	2	22.2
Зорилтот зах зээл	1. Дотоод	3	60
	2. Гадаад	2	40
Чацарганы бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг эсэх?	1. Тийм	3	60
	2. Үгүй	2	40
Түүхий эдээ хаанаас авдаг вэ?	1. Дотоодоос	1	20
	2. Гадаадаас /..... орон/	2	40
	3. Боловсруулдаггүй	2	40
Монголын чацарганы онцлог шинжийг мэдэх эсэх?	1. Тийм	1	20
	2. Үгүй	4	80
Түүхий эдээ Монголоос авах сонирхол бий юу?	1. Тийм	1	20
	2. Үгүй	2	40
	3. Мэдэхгүй	2	40

Судалгаанд хамрагдсан 5 боловсруулах үйлдвэрүүдээс хоёр нь чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүд байв. Эдгээр үйлдвэрүүдийн 77.8 хувь нь хүнсний болон гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг, 22.2 хувь нь эмийн, эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг.

Үйлдвэрүүдийн зорилтот зах зээлийн судалгаагаар, 60.0 хувь нь үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүнээ дотоодын зах зээлд, 40.0 хувь нь гадаадын хэрэглэгчид буюу гадаад улс орнууд руу экспорт хийнэ гэж тодорхойлсон.

Чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүдийн 20.0 хувь нь түүхий эдээ дотоодын тариалалт хийдэг аж ахуйн нэгж, өөрийн тариалангийн талбайгаас, харин 40.0 хувь гадаад улсаас импортоор авдаг хэмээн хариулсан бол 40 хувь нь чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүн боловсруулдаггүй байлаа. Гадаад улсаас чацарганы түүхий эдээ импортлодог компани нь Герман, Орос, БНХАУ, Бутан зэрэг улсаас импорт хийдэг.

Монголын чацарганы онцлог шинж чанарыг судалгаанд хамрагдсан компаниудын 20% нь мэднэ гэж хариулсан бол импортоор авах сонирхол мөн адил 20% нь байлаа. Японы зах зээл дээр чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүн нилээд танигдаж эхэлсэн тул жил бүр чацарганы нийлүүлэлт ихсэх хандлагатай. Монгол чацарганы онцлогыг харуулсан судалгаа, сурталчилгаа сайн явуулж чадвал Хятад болон Европын чацарганы нийлүүлэлттэй өрсөлдөх боломж бүрэн байна.

Бөөний худалдааны төвөөс авсан судалгааны дүн

Япон Улсын чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулагч бөөний худалдааны 5 компани, эдгээрт ажиллаж буй 50 ажилтнаас судалгааг авч үр дүнг дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 52. Япон улсын бөөний худалдааны төвөөс авсан судалгааны дүн

Асуулт	Сонголт	Хариулт	Хариултын дүнд эзлэх хувь
Чацарганыг боловсруулах үйлдвэрүүдэд нийлүүлдэг үү?	1. Тийм	1	20.0
	2. Үгүй	4	80.0

Импортын чацарганыг худалдан авах тохиолдолд ямар ямар бүтээгдэхүүнийг худалдан авах сонирхолтой вэ?	1. Жимс 2. Нунтаг 3. Цэвэр шүүс 4. Навч 5. Тос	15 10 9 4 12	30.0 20.0 18.0 8.0 24.0
Худалдан авах, борлуулах чацарганы талаарх мэдээллийг хаанаас авдаг вэ?	1. Нийлүүлэгчээс 2. Зах зээлээс 3. Интернет 4. Мэргэжлийн холбоо 5. Бусад	16 7 19 5 3	32.0 14.0 38.0 10.0 6.0
Монголын чацарганы давуу талыг мэдэх үү?	1. Тийм 2. Үгүй	4 46	8.0 92.0
Чацарганыг Монголоос авах сонирхол бий юу?	1. Тийм 2. Үгүй 3. Мэдэхгүй	9 12 29	18.0 24.0 58.0
Хэрэв Монголоос чацаргана худалдан авах бол хамгийн гол шалгуур нь юу байх вэ?	1. Чанар 2. Үнэ 3. Нийлүүлэгчийн найдвартай байдал	31 12 7	62.0 24.0 14.0

Судалгаанд хамрагдсан бөөний худалдааны төвүүдийн 20.0 хувь нь чацарганы түүхий эдийг нийлүүлэгчид байсан болно. Тэдний импортоор оруулж ирсэн чацарганы бүтээгдэхүүний 30.0 хувь нь чацарганы жимс, 20.0 хувь нь нунтаг, 18.0 хувь нь цэвэр шүүс, 8.0 хувь нь навч, 24.0 хувь нь тос импортлох сонирхолтой гэж хариулсан. Эндээс харахад, бөөний төв нь чацаргана жимсний гаралтай ямар ч хэлбэрийн бүтээгдэхүүн худалдах сонирхолтой байна.

“Худалдан авах, борлуулах чацарганы талаарх мэдээллийг хаанаас авдаг вэ?” гэсэн асуултанд 32.0 хувь нь нийлүүлэгчээс, 14.0 хувь зах зээл, интернетээс 38.0 хувь гэж хариулсан байна. Монголын чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүнийг Японы хэрэглэгчдэд хүргэхэд интернет орчинд тэргүүлэх вебсайтуудад бүтээгдэхүүнээ байрлуулах, бөөний төвүүдтэй холбоо тогтоох чухал байна.

“Монголын чацарганы давуу талыг мэдэхгүй” гэж судалгаанд оролцогчдын 92.0 хувь нь хариулсан, 58.0 хувь нь цаашид Монголоос чацаргана авах эсэхээ мэдэхгүй байгаагаас харахад Япон улсад чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүнийг зөвхөн онлайн орчинд бус жижиглэнгийн худалдааны сүлжээнд оруулах шаардлагатайг харуулж байна.

Япон Улсын чацарганы жижиглэнгийн худалдааны төвөөс авсан судалгааны үр дүн

Япон Улсын чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулагч жижиглэнгийн худалдааны 10 компани, эдгээрт ажиллаж буй 100 ажилтнаас судалгааг авч үр дүнг дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 53. Япон Улсын жижиглэн худалдааны төвөөс авсан судалгааны дүн

Асуулт	Сонголт	Хариулт	Хариултын дүнд эзлэх хувь
Чацарганаар үйлдвэрлэсэн ямар ямар бүтээгдэхүүн борлуулж байна вэ?	1. Ундаа 2. Цэвэр шүүс 3. Тос 4. Нунтаг 5. Цайны навч 6. Гоо сайхны бүтээгдэхүүн 7. Байхгүй	- 12 10 5 9 25 7	0.0 12.0 10.0 5.0 9.0 25.0 61.0

Импортын чацарганыг худалдан авах тохиолдолд ямар ямар бүтээгдэхүүнийг худалдан авах сонирхолтой вэ?	1. Ундаа 2. Цэвэр шүүс 3. Тос 4. Нунтаг 5. Навчны цай 6. Гоо сайхны бүтээгдэхүүн	9 25 21 5 17 23	9.0 25.0 21.0 5.0 17.0 23.0
Борлуулах бүтээгдэхүүнийхээ талаарх мэдээллийг хаанаас авдаг вэ?	1. Нийлүүлэгчээс 2. Зах зээлээс 3. Интернет 4. Мэргэжлийн холбоо 5. Бусад	27 18 41 9 5	27.0 18.0 41.0 9.0 5.0
Монголын чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулах сонирхолтой юу?	1. Тийм 2. Үгүй 3. Мэдэхгүй	35 12 53	35.0 12.0 53.0
Монголын бүтээгдэхүүнийг борлуулах тохиолдолд ямар шаардлага тавих вэ?	1. Чанар 2. Үнэ 3. Нийлүүлэгчийн найдвартай байдал	56 15 29	56.0 15.0 29.0
Монголын бүтээгдэхүүнийг борлуулах тохиолдолд үнийн ямар хэлцэл хийх вэ?	1. Худалдан авалт 2. Борлуулалтын хувь	61 39	61.0 39.0

Судалгаанд хамрагдсан жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгчдийн 12.0 хувь нь ундаа, 10.0 хувь нь тос, 5.0 хувь нь нунтаг, 9.0 хувь нь навч, 25.0 хувь нь гоо сайхны бүтээгдэхүүн борлуулж байсан туршлагатай байна.

Чацарганы гаралтай импортын бүтээгдэхүүнээс 25.0 хувь нь цэвэр шүүс, гоо сайхны бүтээгдэхүүн 23.0 хувь нь худалдан авах сонирхолтой, чацарганы талаарх мэдээллийг 41.0 хувь нь онлайн орчноос авдаг гэсэн судалгааны дүн гарлаа.

3.4.2. Бүтээгдэхүүний хэрэглээний зориулалтаар: хүнсний, гоо сайхны, эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн

Япон Улсын чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүний зах зээлийг судлахдаа хэрэглээний зориулалтаар нь хүнсний, гоо сайхны, эмчилгээний, хүнсний нэмэлт гэсэн ангилалаар судалгаа явууллаа.

Хүнсний бүтээгдэхүүний хэрэглээний зах зээл /Сегмент 2/

Хүнс, ундаа, жүүсний бүтээгдэхүүний борлуулалт 2017 онд интернет, супермаркет, жижиглэн худалдаа, их дэлгүүр гэх мэт борлуулалтын сувгаар 52.4 тэрбум иен буюу 474.3 тэрбэм ам.доллар байсан. 2017 онд Япон улс руу хүнсний бүтээгдэхүүн экспортолсон байдлыг авч үзвэл, АНУ, Хятад, Австрали, Тайланд, Канад зэрэг улсууд тэргүүлж байна.

Зураг 47. Япон улсын хүнсний салбарын статистик тоо мэдээ \2017 оны байдлаар, тэрбум ам.доллараар\



Эх үүсвэр: Japan Retail Food Sector, 2018.

Хүнсний бүтээгдэхүүний импорт нь экспортой харьцуулахад 9.96 дахин их байгаа нь чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүн экспортлох орон зай байгааг харуулж байна. Дараах хүснэгтэд Япон улсын борлуулалтын сувагт тэргүүлэх байр суурь эзэлж буй супермаркетуудын мэдээллийг харуулав.

Хүснэгт 54. Япон улсад борлуулалтаараа тэргүүлэх буй супермаркетуудын мэдээлэл

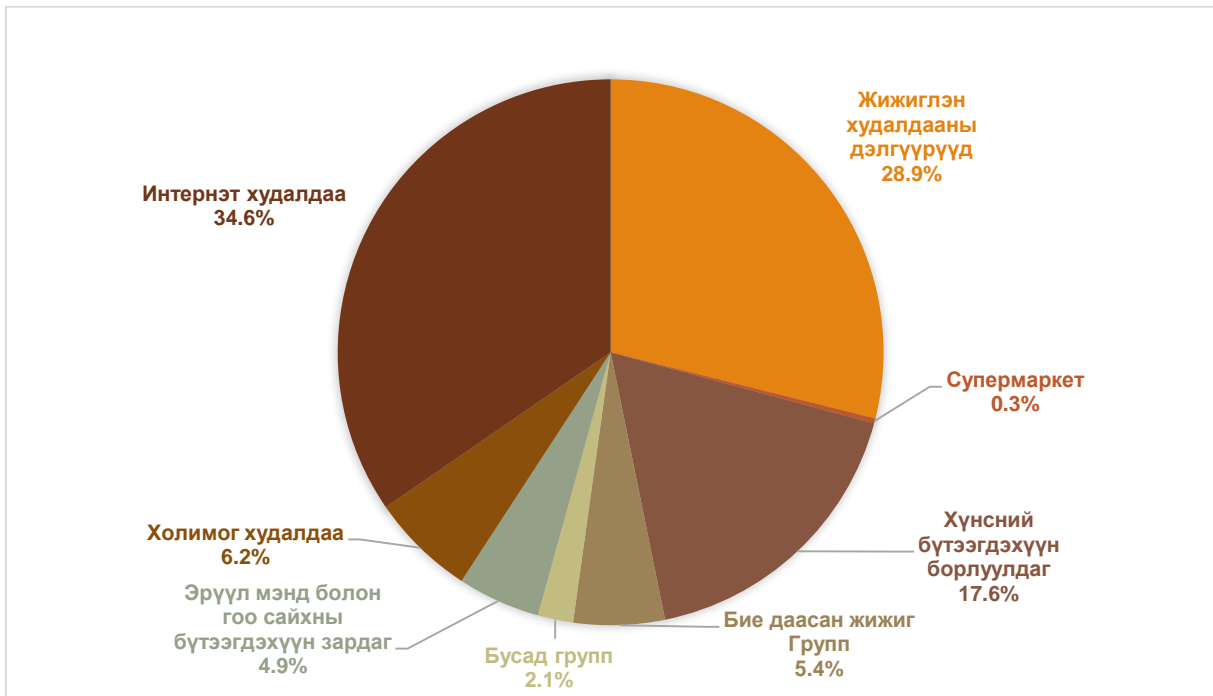
	Супермаркет	вебсайт
1	AEON Retail	https://www.aeon.info/en/
2	Ito Yokadao	http://www.itoyokado.co.jp/special/global/en/
3	Familymart UNY Holdings	http://www.fu-hd.com/english/index.html
Импортын бүтээгдэхүүн борлуулдаг супермаркет		
1	Kinokuniya Co, Ltd.	http://www.e-inokuniya.com/kinokuniya2.pdf
2	Meidi-ya	http://www.meidi-ya.co.jp/en/
3	Seijo Ishii	http://www.seijoishii.co.jp/en/
4	Dean & DeLuca	http://deandeluca.co.jp
5	Queens Isetan	http://www.queens.jp/pc.html
6	Kaldi Coffee	http://kaldi.co.jp/english
7	National	http://www.national-azabu.com/e_index2.php
8	Nissin World Delicatessen	http://www.nissin-world-delicatessen.jp/
Жижиглэн худалдаа		
1	Seven Eleven Japan	http://www.sej.co.jp/in/en.html
2	Lawson Inc.	http://lawson.jp/en/
3	Ministop	https://www.ministop.co.jp/in/en/

Эх үүсвэр: Japan Retail Food Sector, 2018

Дээрх импортын бүтээгдэхүүн борлуулдаг супермаркетуудтай Монголын боловсруулах үйлдвэрүүд хэлхээ холбоо тогтоох боломжтой байна.

Евромонитор судалгаагаар, Япон улсын зах зээлд борлуулалтын суваг бүрийн эзлэх хувийн жинг тогтоожээ.

Зураг 48. Япон улсын борлуулалтын сувгуудын зах зээлд эзлэх байр суурь, хувиар



Эх үүсвэр: Евромонитор, 2017.

Дээрх судалгааны үр дүнгээс харахад, Япон улсын хэрэглээний зах зээлд онлайн худалдааны суваг \34.6%\ тэргүүлж, жижиглэн худалдааны дэлгүүрүүд \28.9%\ удаалж байна.

Япон улсын дотооддоо тариалалт хийж буй ганц үйлдвэр бөгөөд чацарганаар хүнсний бүтээгдэхүүн боловсруулж байгаа “Forest-Berry Farm Co.Ltd” –ийн бүтээгдэхүүний судалгааг хийлээ.

Зураг 49. Онлайнгаар худалдаалагдаж буй Японд үйлдвэрлэсэн чацарганы бүтээгдэхүүний танилцуулга

	<p>Чацарганы чанамал: 120 г жинтэй, 1543 иен, Талх болон нарийн боорцог дээр түрхэж хэрэглэнэ.</p>		<p>Чацарганы өтгөн сироп: 120 г жинтэй, 1543 иен, зайрмаг болон нунтаг мөсөн дээр дусааж хэрэглэнэ.</p>
--	---	--	--

	<p>Чацарганы орцтой зайрмаг: 1 ш – 257 иен борлуулагддаг.</p>		<p>Чацарганы өтгөрүүлсэн жүүс: 300 мл савлагаатай, 3086 иенээр борлуулагддаг.</p>
	<p>Чацаргана: 1 кг нь 3394 иенээр борлуулагдана.</p>		<p>Чацарганы тос: Захиалганы хэмжээнээс хамаарч үнэ өөрчлөгдөнө.</p>

Эх үүсвэр: <https://seaberry.biz/shop>

Дээрх хүнсний бүтээгдэхүүнүүд болон импортоор орж ирж буй бусад улсуудын бүтээгдэхүүнийг худалдан авч хэрэглэсэн 500 хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийг судлахдаа цахим хуудсанд бичсэн хэрэглэгчдийн сэтгэгдлийг түүвэрлэн судаллаа.

Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн чацарганы бүтээгдэхүүнийг хэрэглэсэн сэтгэгдлийг түүвэрлэсэн хэмжээ:

- Найруулж уудаг жимсний нунтаг – 85 сэтгэгдэл
- Цэвэр шүүс – 145 сэтгэгдэл
- Исгэсэн ундаа, дарс – 78 сэтгэгдэл
- Жимсний нунтаг бэлдмэл – 75 сэтгэгдэл
- Үрийн нунтаг – 67 сэтгэгдэл
- Навчны дүрдэг цай – 50 сэтгэгдэл

Чацарганаар хийсэн хүнсний бүтээгдэхүүнийг хэрэглэсэн 500 хэрэглэгчийн бичсэн сэтгэгдлийг эерэг ба сөрөг сэтгэгдэл гэж ангилан товч агуулгыг доорх хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 55. Япон улсын хүнсний бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл

	Эерэг сэтгэгдэл	Сөрөг сэтгэгдэл
Сэтгэгдэл	Зөгийн балтай хольсон нухаш идсэн. Бусад нухашнаас өвөрмөц амттай байсан. Таалагдсан. Биологийн идэвхит бодис өндөртэй байдаг тул жүүсийг тогтмол хэрэглэдэг. Сүүлийн 6 сар хэрэглэхэд арьсанд мэдэгдэхүйц өөрчлөлт орсон. Онлайн сэтгэгдэл анх уншаад хэрэглэж үзсэн. Амт гашуун байдаг нь Витамин С агууламж өндөртэй холбоотой байх. Өтгөрүүлсэн жүүс ууж үзлээ. Их өвөрмөц юм. Гэхдээ таалагдаж байна. Үс халзарахад сайн гээд чацарганы найрлагатай шампунь хэрэглэж байгаа. Үйлчилгээ өндөртэй байна. Зөвхөн жимс бус навчны цай хэрэглэж байгаа. Хөгширөлтийн эсрэг үйлчилгээтэй гэхээр нь тогтмол жүүсийг 30 мл-ээр өдөрт хэрэглэж байгаа. Цагаан будааны гадуур нунтагыг цацаж хэрэглэж	Зарим өтгөрүүлсэн жүүс үнэтэй байна. Хэмжээ харилцан адилгүй байна. Дотоодод үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн хэт үнэтэй. Исгэлэн амт дэндүү хурц байна. Сулруулах арга байдаггүй юм болов уу. Гадаадын зарим жүүс, бүтээгдэхүүн нь бага савлагаатай хирнээ үнэтэй байна. Хямд их савлагаатай нь ямар бүтээгдэхүүн гэсэн үг вэ.

	үзсэн. Хүүхдүүдэд маань их таалагдсан. Асуултанд хурдан хариу өгч байгаад баярлалаа.	
Хэрэглэгчдийн тоо	445	55
Сэтгэгдэл түүвэрлэсэн сайтууд:	Amazon.co.jp Rakuten.co.jp Yahoo japan auction iherb.com yellowdoctor-jpn.com seaberry.biz/shop finess.jp https://www.binchoutan.com/macrohealth/sea-buckthorn.html https://kininal.me/seabuckthorn/ arktisetaromit.fi/jp http://jp-greentea.co.jp	

Судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн 445 нь эерэг сэтгэгдэл, сөрөг нь 55 байв. Судалгааны үр дүнгийн 89%-ийн эерэг сэтгэгдлийн нэгтгэвэл, биологийн идэвхит бодисын агууламж өндөртэй, хүйтэн сэрүүн нөхцөлд өөрөөрөө ургадаг байгалийн зэрлэг жимс болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүн хэрэглэж байгаадаа таатай байна гэсэн бол сөрөг сэтгэгдэлд амт, өндөр үнэ, БНХАУ-ын болон зарим улсын хэт хямд бүтээгдэхүүн чанаргүй гэх мэт санааг агуулж байлаа.

Гоо сайхны хэрэглээний зах зээл /Сегмент 3/

Япон Улс нь гоо сайхны бүтээгдэхүүн болон хувь хүний өөртөө тавих анхаарлын түвшингээр дэлхийд 5 дугаар байранд ордог бөгөөд 2015 онд 13.2 тэрбум ам.долларын гоо сайхны борлуулалтыг дотооддоо хийсэн. Үүнийг нэг хүнд ногдох гоо сайхны хэрэглээний зардалд тооцож үзвэл жилд дунджаар нэг хүнд 223 ам.долларыг гоо сайхныхаа төлөө зарцуулдаг гэсэн үг юм. Гоо сайхны зах зээлийн багтаамжийг нийт хэрэглээ, импорт, экспорттой, мөн иений тухайн жилийн ам.долларын ханштай харьцуулан дараах хүснэгтээр харуулав.

Хүснэгт 56. Япон улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний худалдааны эргэлт

	2011	2012	2013	2014	2015
Нийт худалдаа, иен	1,402,425	1,470,514	1,507,715	1,551,609	1,598,850
Нийт худалдаа, Ам.дол	17,596	18,423	15,448	14,674	13,208
Борлуулалт, иен	1,367,518	1,403,368	1,428,690	1,486,786	1,568,683
Борлуулалт, Ам.дол	17,158	17,582	14,638	14,061	12,959
Импорт, иен	166,653	191,884	214,893	217,145	237,940
Импорт, Ам.дол	2,091	2,404	2,202	2,054	1,966
Экспорт, иен	131,756	124,738	135,868	152,322	207,773
Экспорт, Ам.дол	1,653	1,563	1,392	1,441	1,716
Иений ам.дол харьцах ханш	79,70	79,82	97,60	105,74	121,05

Эх үүсвэр: Эдийн Засгийн Яам, Япон Улсын Худалдааны Статистикийн хороо, 2016.

Дээрх хүснэгтээс харахад, Япон улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний экспорт болон импорт аль аль нь өссөн байна. Энэ нь чацарганы гаралтай гоо сайхны бүтээгдэхүүний эрэлт байгааг илтгэнэ.

Зураг 50. Япон улсын чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүний танилцуулга

 <p>髪密度UP↑ 定期購入 MONGORYU SHAMPOO EX SCALP CARE 送料無料 MONGORYU SHAMPOO EX: Эрэгтэйчүүдийн ус уналтын эсрэг шампуунь. 400 мл савлагаатай, 4480 иен</p>	 <p>Mongoryu conditioner EX: Үсний ангижруулагч, 200 мл савлагаатай, 2750 иен</p>
 <p>Mongoryu shampoo EX- COOL BREEZ: Нимбэгний үнэртэй, сэрүү татуулна. 400 мл савлагаатай.</p>	

Дээрх бүтээгдэхүүнүүдийг хэрэглэсэн хэрэглэгчид болон чацарганы гаралтай гоо сайхны бүтээгдэхүүн хэрэглэж үзсэн хэрэглэгчид нийлсэн 300 хүний сэтгэл ханамжийн талаарх сэтгэгдлийг түүвэрлэв.

Хүснэгт 57. Япон улсын чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл

	Эерэг сэтгэгдэл	Сөрөг сэтгэгдэл
Сэтгэгдэл	Үс уналтын эсрэг сайн, UV хамгаалалттай тос таалагдсан. Арьсанд хурдан шингэдэг. Арьс, хумсанд тэжээллэг. Цайруулдаг, арьсанд сайн, органик, Хүргэлт хурдан	Савлагаа бага, бага зэргийн үнэртэй, бага зэргийн харшил өгсөн.
Хэрэглэгчдийн тоо	262	38
Сэтгэгдэл авсан сайтууд:	Glabel.rakuten.com Mongoryu.com http://cart.alphaway.co.jp https://foodex-japan.jp www.dentalsoc.it Amazon.co.jp https://deskgram.net	

Нийт хэрэглэгчдийн 87.3% нь эерэг, 12.7% нь сөрөг сэтгэгдэл үлдээсэн байна. Эерэг сэтгэгдлийг нэгтгэн үзвэл, органик, үс уналтын эсрэг өндөр үйлчлэлтэй, туяанаас сайн хамгаалж байсан, захиалга болон хүргэлт хурдан шуурхай гэж байсан бол сөрөг сэтгэгдэл нь үнэ болон савлагаа 2 хоорондоо зөрүүтэй байна, бага зэргийн харшил өгсөн гэсэн байлаа.

Монголоос чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүн нийлүүлэхдээ органик гэсэн бүтээгдэхүүний шошгоор баталгаажуулж, харшилах заавар дэлгэрэнгүй бичих, анх онгойлгоход үнэртэх үнэрийг сулруулах тал дээр ажиллавал зах зээлийн эрэлттэй байна.

Эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний зах зээл /Сегмент 4/

Япон Улсад 1990 оноос анх эхлэн хоол хүнсийг эрүүл мэндийн зориулалтаар хэрэглэж эхэлсэн бол 2005 оноос Засгийн газраас эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний зах зээлийг судлаж эхэлсэн байна. Энэ төрөлд үйлдвэрлэн гаргаж буй чацарганаар хийсэн энерги дринк [/https://camp-fire.jp/projects/view/117435/](https://camp-fire.jp/projects/view/117435/) 3800 иен-ээр худалдаалагдаж байна. Чацарганы гаралтай эрүүл мэнд, өдөр тутмын, хүнсний нэмэлт болон бусад бүтээгдэхүүний зах зээл импортоос хамааралтай байна.

Япон Улс нь чацарганы тариалалт бараг байхгүй тул энэ төрлийн бүтээгдэхүүн 100% импортоос хамааралтай гэхэд болно. Иймд онлайнгаар зарагдаж буй чацарганы гаралтай тос, эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүнийг хэрэглэсэн 200 хүний сэтгэгдлийг нэгтгэн орууллаа.

Хүснэгт 58. Япон улсад борлуулагдаж буй чацарганаар хийсэн эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл

	Эерэг сэтгэгдэл	Сөрөг сэтгэгдэл
Сэтгэгдэл	Витамин агууламж өндөртэй нь таалагдаж байна, Байгалийн 100% ханд тул итгэл төрүүлж байна, бодисын солилцоог эрчимжүүлэх тос нь үйлчилгээ өндөртэй санагдсан, тосны үрэл хэлбэр нь хэрэглэхэд амар байсан, танилцуулга сайн, үйлчилгээ өндөртэй	Зарим тос үнэтэй, үнээ бууруулах тал дээр ажиллана уу, савлагаанд дэндүү ач холбогдол өгсөн байна, амт гашуун байна.
Хэрэглэгчдийн тоо	191	9
Сэтгэгдэл авсан сайтууд:	Glabol.rakuten.com https://foodex-japan.jp Amazon.co.jp https://bio-japan.net/supplements https://www.foodnavigator-asia.com/Japan https://livejapan.com	

Чацарганы гаралтай эрүүл мэнд болон хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн 95.5% нь эерэг сэтгэгдэл бичиж үлдээсэн бөгөөд эдгээрийг нэгтгэвэл: органик, химийн ямар нэгэн нэмэлтгүй, бодисын солилцоог дэмждэг, цэвэр жимсний ханд, өвлийн улиралд ханиаднаас сайн сэргийлэхэд дэмждэг зэрэг сэтгэгдлүүд давамгайлж байлаа. Харин сөрөг сэтгэгдэл буюу 4.5% нь бүтээгдэхүүний үйлчилгээ бус амт, савлагаа, үнийн тал дээр сэтгэгдэл үлдээсэн байлаа.

Хэрэглэгчийн судалгааны үр дүн:

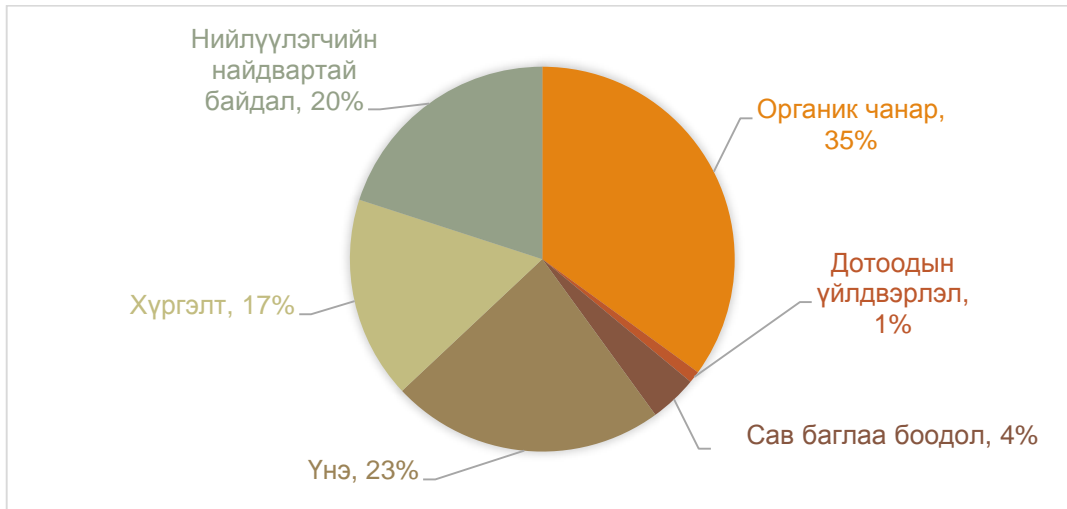
Япон Улсын 70.0 мянган хэрэглэгчээс чацарганы бүтээгдэхүүний хэрэглэгчийн судалгаа авч нэгтгэн боловсруулав. Ингэхдээ “FOODEX-2019” үзэсгэлэн дээр амталгааны дараах асуулга, хойд арал болох Хоккайдо, Саппаро хотод байх “Хоккайдо-Монгол харилцааны Нийгэмлэг”-ийн гишүүд болон Китами хотод байрлах “Китами Технологийн Их сургууль”-ийн оюутнуудтай хамтран асуулга явууллаа.

Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 58.0 хувь нь эмэгтэй, 42.0 хувь нь эрэгтэй хэрэглэгчид байв. Насны ангилалаар авч үзвэл, 18.0 хувь нь 18-30 нас, 35.0 хувь нь 31-45 нас, 41.0 хувь нь 46-65 нас, үлдсэн 6.0 хувь нь 66 наснаас дээш байв.

Судалгаанд оролцогчдын 57.0 хувь нь чацаргана жимсний талаар мэддэг байсан бол 21.0 хувь нь чацарганаар хийсэн бүтээгдэхүүн хэрэглэж үзсэн гэж хариулсан. Эдгээр чацарганы бүтээгдэхүүн хэрэглэж үзсэн гэж хариулсан нийт хэрэглэгчдийн 21.0 хувь болох хэрэглэгчдээс “Хэрэв та урьд нь чацарганы бүтээгдэхүүний талаар мэддэг байсан бол ямар төрлийн бүтээгдэхүүн болох талаар дараах хариултаас сонгоно уу?” гэсэн асуултыг тавихад 15.0 хувь нь ундаа, жүүс, 41.0 хувь нь эмчилгээ, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн, 19.7 хувь нь эмчилгээний тос болон бусад бүтээгдэхүүн, 24.3 хувь нь гоо сайхны бүтээгдэхүүн хийдэг гэж хариулсан.

“Та эмчилгээний зориулалтаар бүтээгдэхүүн сонгохдоо харгалзан үздэг гол шалгуур юу вэ?” гэсэн асуултанд хэрэглэгчдийн өгсөн хариултыг дараах зургаар нэгтгэв.

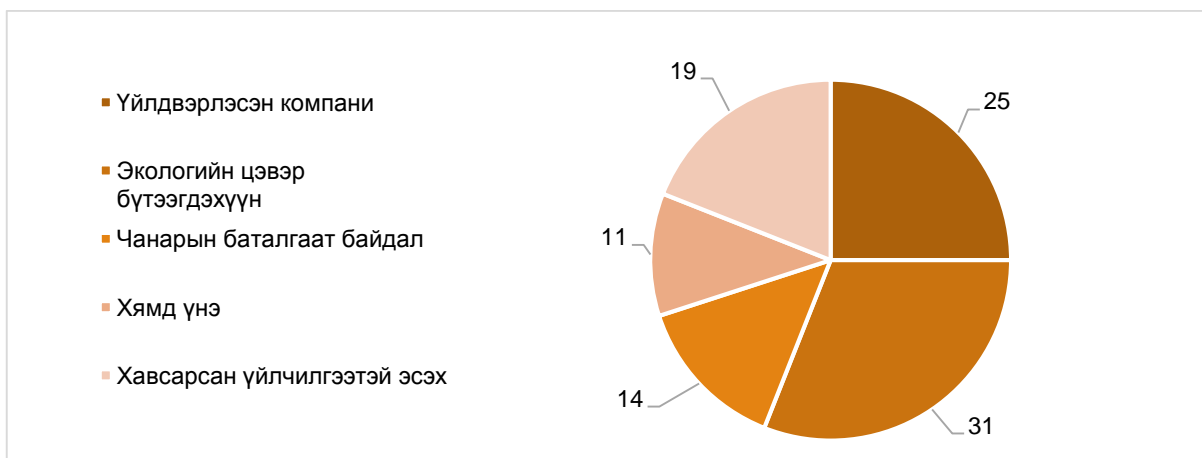
Зураг 51. Япон улсын хэрэглэгчдийн чацарганы бүтээгдэхүүнийг эмчилгээний зориулалтаар худалдан авахад харгалзан үздэг шалгуурууд \хувиар\



Дээрх зургаас харахад, хэрэглэгчид чацарганы бүтээгдэхүүнийг эмчилгээний зориулалтаар сонгож худалдан авахдаа нэгдүгээрт, органик чанар, хоёрдугаарт, үнэ, гуравдугаарт, нийлүүлж буй компаний найдвартай байдал, дөрөвдүгээрт, хүргэлтийг харгалзан үздэг байна.

“Та гоо сайхны зориулалтаар бүтээгдэхүүн сонгохдоо харгалзан үздэг гол шалгуур юу вэ?” гэсэн асуултанд хэрэглэгчдийн өгсөн хариултыг дараах зургаар харуулав.

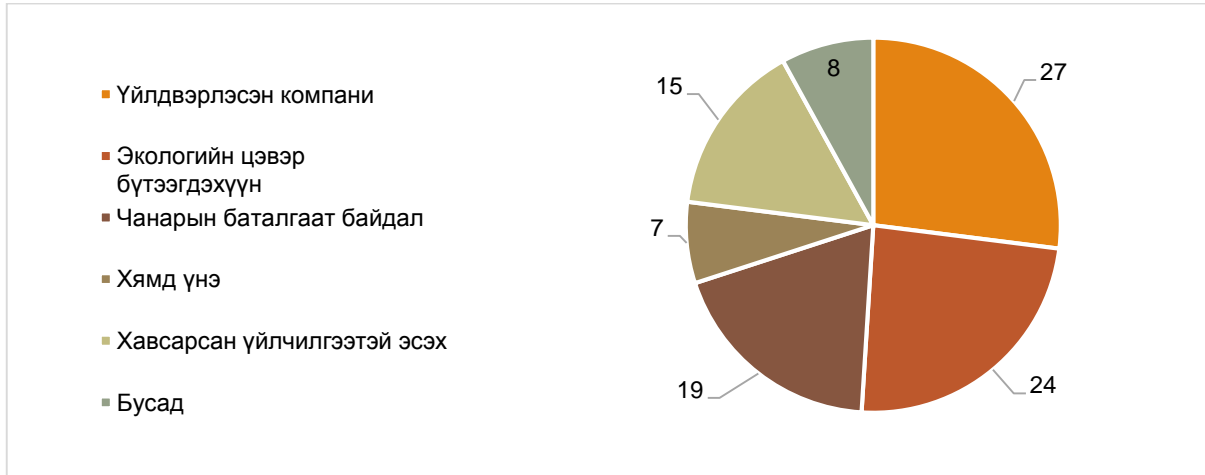
Зураг 52. Япон улсын хэрэглэгчдийн чацарганы хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг сонгохдоо харгалзан үздэг шалгуурууд \хувиар\



Судалгааны үр дүнгээс харахад, хэрэглэгчид гоо сайхны бүтээгдэхүүн худалдан авахдаа нэгдүгээрт, экологийн цэвэр бүтээгдэхүүн эсэх, хоёрдугаарт, үйлдвэрлэсэн компани, гуравдугаарт, хавсарсан үйлчилгээтэй эсэх байдлыг чухалд үзэж байна.

“Та хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн сонгохдоо харгалзан үздэг гол шалгуур юу вэ?” гэсэн асуултанд хэрэглэгчдийн өгсөн хариултыг дараах зургаар харуулав.

Зураг 53. Япон улсын хэрэглэгчдийн чацарганы хийсэн хүнсний бүтээгдэхүүнийг сонгохдоо харгалзан үздэг шалгуурууд \хувиар\



Хэрэглэгчдийн чацарганаар хийсэн хүнсний бүтээгдэхүүнийг сонгохдоо харгалзан үздэг шалгуур нь нэгдүгээрт, үйлдвэрлэсэн компани, хоёрдугаарт, экологийн цэвэр бүтээгдэхүүний баталгаа, гуравдугаарт, хавсарсан үйлчилгээтэй эсэх байдал байна.

Хэрэглэгчдийн чацарганаар хийсэн бүтээгдэхүүнийг худалдан авдаг сувгуудыг тодруулсан асуултанд өгсөн хариултыг дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

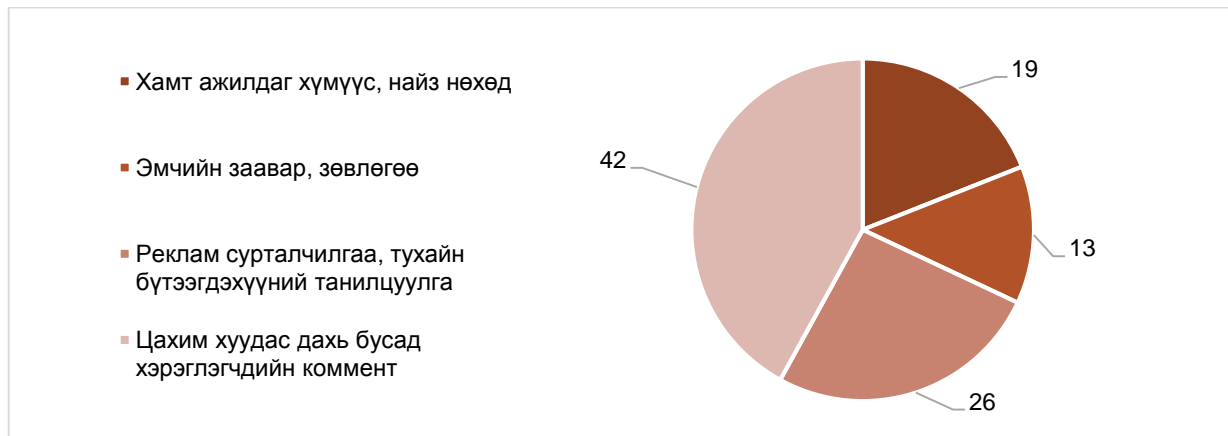
Хүснэгт 59. Япон улсын хэрэглэгчдийн чацарганаар хийсэн бүтээгдэхүүнийг худалдан авдаг сувгууд \хувиар\

Бүтээгдэхүүний төрөл	Эмчилгээний бүтээгдэхүүн	Гоо сайхны бүтээгдэхүүн	Хүнсний бүтээгдэхүүн
Сүлжээ дэлгүүр	12.0	11.0	10.0
Супермаркет	7.0	10.0	17.0
Гэрийн ойролцоох дэлгүүр	-	1.0	12.0
Төрөлжсөн дэлгүүр	21.0	23.0	19.0
Их дэлгүүр	-	15.0	8
Цахим сүлжээ\Онлайн	38.0	31.0	29.0
Аптек	22.0	9.0	5

Судалгааны үр дүнгээс харахад, эмчилгээний, гоо сайхны болон хүнсний бүтээгдэхүүн худалдан авалт нь 38.0%, 31.0% ба 29.0% хувь нь онлайнгаар, эмчилгээний бүтээгдэхүүн 22.0 хувь, гоо сайхны бүтээгдэхүүн 23.0 хувь, хүнсний бүтээгдэхүүн 19.0 хувийг төрөлжсөн дэлгүүрээс худалдан авалт хийдэг байна.

“Та онлайнгаар бүтээгдэхүүнийг худалдан авах шийдвэрт нөлөөлдөг гол хүчин зүйлсийг сонгож тэмдэглэнэ үү?” гэсэн асуултанд хэрэглэгчдийн өгсөн хариултыг дараах зургаар харуулав.

Зураг 54. Япон улсын хэрэглэгчдийн чацарганы бүтээгдэхүүнийг худалдан авах шийдвэрт нөлөөлдөг хүчин зүйлс \хувиар\



Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн хариултаас үзэхэд, тэдний худалдан авах шийдвэрт цахим хуудас дахь бусад хэрэглэгчийн сэтгэгдэл гэж 42.0 хувь нь, 26.0 хувь нь тухайн бүтээгдэхүүний танилцуулга, реклам сурталчилгаа гэж хариулжээ.

Монголоос чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулахдаа цахим сүлжээг ашиглах, тэдгээр сурталчилгааны доорх сэтгэгдэл чухал нөлөө үзүүлдэг болохыг боловсруулах үйлдвэрийнхэн анхаарах хэрэгтэй юм.

3.4.3. Борлуулалтын сувгаар

Хүнсний бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг

Япон улс нь хүн амын тоо 2018 оны байдлаар 127 сая гаруй бөгөөд үүнээс нэг сая хүнээс илүү хүн амтай хот 13, 100.0 мянгаас 1.000.0 сая хүн амтай хот 191, 10.0 мянгаас 100.0 мянган хүн амтай 540 жижиг хотууд байдаг байна. Эдгээр хотуудын хүн амыг хүнсний хэрэглээг хангахын тулд дотоодын үйлдвэрлэгчээс гадна импортын хүнсний бүтээгдэхүүн борлуулах дистрибьютер, сүлжээ, жижиглэн худалдааны сувагт түшиглдэг.

Хүнсний жижиглэнгийн худалдааны 50 орчим хувийг жижиг хүнсний сүлжээ дэлгүүр болон Хайпермаркет сүлжээ дэлгүүр эзэлдэг бөгөөд импортын хүнсний худалдааны гол суваг болдог.

Хайпермаркет: Япон Улсын статистик мэдээлэлээр, 2014 онд 18,550 супермаркет болон 1,854 хайпермаркет, нийт 20,404 байсан бөгөөд өдрийн нийт орлогоны 70%-аас илүү хувь нь хүнсний бүтээгдэхүүн байжээ. Эдгээрээс хамгийн борлуулалт ихтэй хайпермаркетууд нь “AEON”, “Ito yokado”, “DAIEI”, “FUJI”, “IZUMI”, “SEIYU-WALMART”, “NAGASAKIYA” болно. Хайпермаркетууд нь зөвхөн дэлгүүрээр борлуулалт хийгээд зогсохгүй цахим хуудсаар бас борлуулалт хийдэг.

Онлайн дэлгүүрүүд: www.itoyokado.co.jp, www.aeon.co.jp, www.sapporo.coop, www.sej.co.jp, www.family.co.jp, www.lawson.co.jp, www.ministop.co.jp, Amazon.co.jp, Rakuten.co.jp, Yahoo japan auction, iherb.com, finess.jp, binchoutan.com, kininal.me, arktisetaromit.fi/jp, <http://jp-greentea.co.jp> гэх мэт онлайн борлуулалт ихтэй дэлгүүрүүд байдаг.

Минимаркет буюу жижиглэн худалдааны дэлгүүр: Seven Eleven, Family Mart болон Lawson дэлгүүрүүд нь улс даяр төлөөлөгчтэй, 50,0 мянгаас их салбартай нэгжтэй жижиглэн худалдааны салбарууд юм.

Их дэлгүүр: Хамгийн борлуулалт өндөртэй их дэлгүүрүүд нь Isetan болон Takashima бөгөөд эдгээр их дэлгүүрүүдийн дараа Mitsukoshi, Seibu Department stores, Tokyu Department store,

Marui, Kintetsu Department Store, Daimaru, Hankyu Department Store, Sogo, Hanshin Department Store, Matsuya, Iwataya, Printemps Ginza, Matsuzakaya зэрэг их дэлгүүрүүд орно.

Хүснэгт 60. Япон улсын хүнсний худалдааны борлуулалт, сувгуудаар \сая иен\

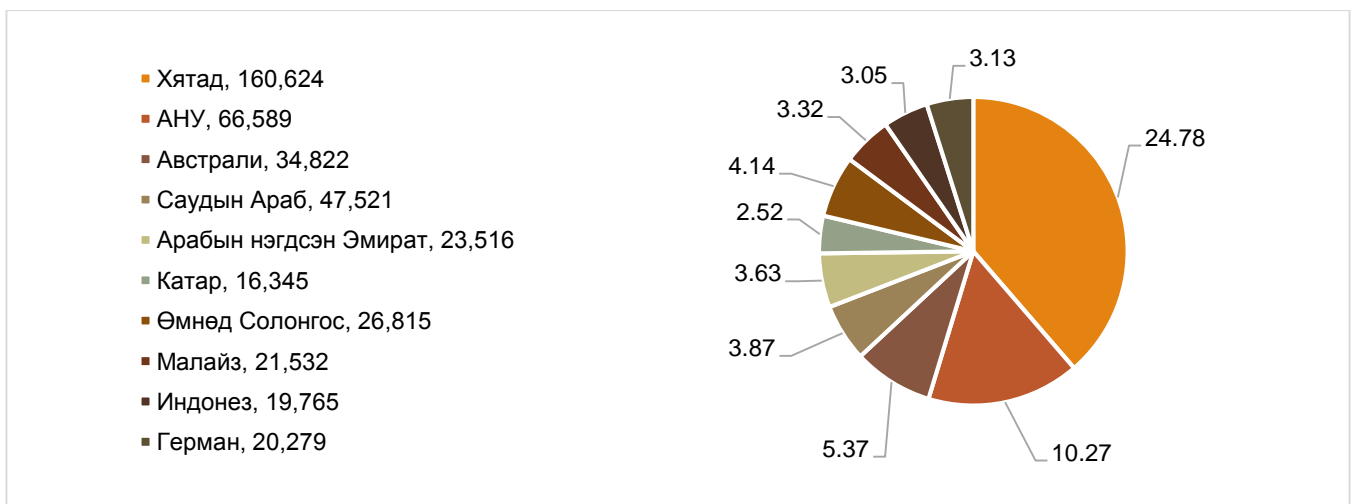
Жил	Томоохон болон уламжлалт супермаркет		Их дэлгүүр		Жижиглэн худалдааны дэлгүүр	
	Борлуулалт	Хувь, %	Борлуулалт	Хувь, %	Борлуулалт	Хувь, %
2012	8,535,260	52.5	1,916,244	11.7	5,817,844	35.8
2013	8,734,942	52.0	1,911,969	11.4	6,138,738	36.6
2014	9,071,134	51.6	1,928,884	11.0	6,581,894	37.4
2015	9,363,387	54.5	1,925,679	10.5	7,023,382	38.4

Эх үүсвэр: Эдийн засаг, Худалдаа, Аж үйлдвэрийн Яам, 2016.

Дээрх хүснэгтээс харахад, нийт хүнсний борлуулалтын 54.5 хувийг супермаркетууд, 38.4 хувийг жижиглэн худалдааны дэлгүүрүүд, үлдснийг нь их дэлгүүрүүд эзлэж байна. Эдгээр сувгаас сонгон бүтээгдэхүүн борлуулахдаа салбар нэгж ихтэй, нийт борлуулалтын талаас илүү хувийг эзэлж буй супермаркетуудтай холбоо тогтоох нь ашигтай юм.

Импортоор орж ирэх хүнсний бүтээгдэхүүний гол нийлүүлэгч улс нь Хятад улс бөгөөд 2015 онд 160,624 тэрбум ам. долларын бүтээгдэхүүн нийлүүлсэн бол АНУ удаалж байна.

Зураг 55. Япон улс руу хүнсний бүтээгдэхүүн экспортлогч улсууд /тэрбум ам.дол/



Эх үүсвэр: Global trade Atlas, Agricultural total group, 2017.

Дээрх зурагнаас харахад, экспортлогч гол орноор Хятад улс 24.78 хувь бөгөөд АНУ 10.27 хувь болон Австрали улс 5.37 хувиар тус тус удаалж байна.

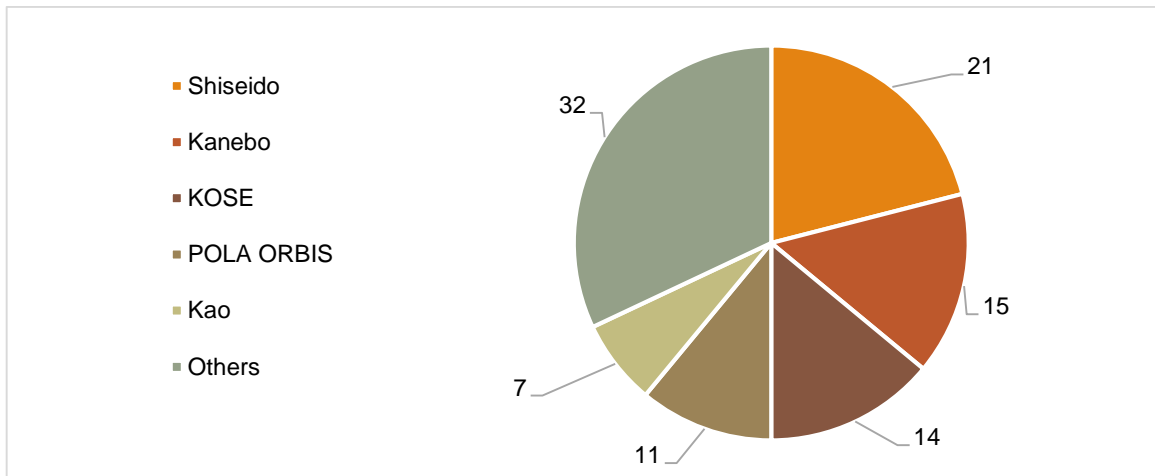
Гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг:

2017 онд “Goldstein Research” байгууллагын хийсэн судалгаагаар, Япон улсад 24.37 тэрбум ам.долларын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалт хийгджээ. 2025 он хүртлэх урьдчилсан үзүүлэлтээр 3.41 хувь өсөх хандлагатай байна.

Японы гоо сайхны бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл, худалдаагаар SHISEIDO, KOSÉ Corporation, Muji, Kao Corporation, POLA Orbis Holdings Inc., FANCL Corporation, Coach, LVMH, Puig, the Estée Lauder Companies Inc., Ralph Lauren Corporation, L'Oréal, Coty, Revlon, Avon Products, Inc., Hermès, Oriflame, The Procter & Gamble Company, Unilever PLC, GIVI Holding S.p.A., Christian

Louboutin S.A., Bottega Veneta, Balmain, Azzaro, Carolina Herrera, Groupe Clarins SA зэрэг тэргүүлэгч компаниуд нь байна.

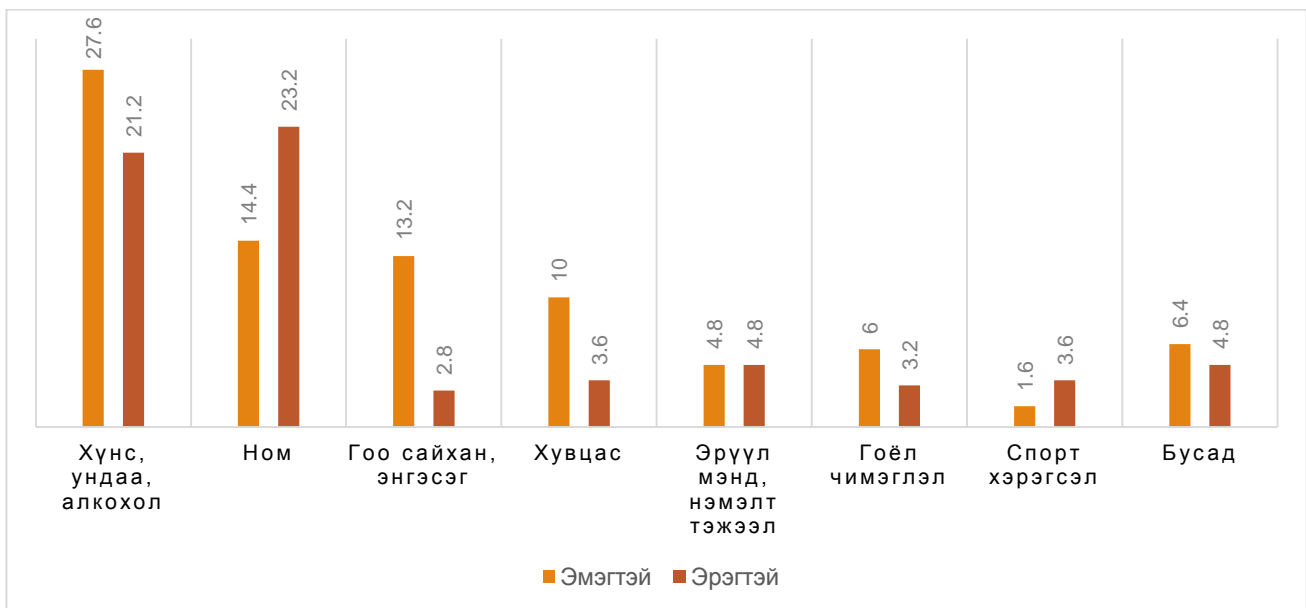
Зураг 56. Япон улсын гоо сайхны брендүүдийн борлуулалт /хувиар/



Дээрх зургаас харахад, Япон хүмүүс гоо сайхны бүтээгдэхүүн худалдан авалт хийхдээ эх оронч худалдан авалт хийж үндэсний брендүүдээ худалдан авдаг байна.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүний онлайн худалдан авалтыг хүйсийн харьцаагаар судлан тогтооход эмэгтэйчүүдийн онлайн худалдан авалт илүү байсан байна.

Зураг 57. Япон улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний онлайн худалдан авалт \хүйсээр, хувиар\



Эх үүсвэр: www.eMarketer.com

Дээрх зургийн эх үүсвэрт худалдан авалтын бараа бүтээгдэхүүний олон төрөл байснаас өөрсдийн судалгаанд төлөөлөл болгон хэдэн үзүүлэлтүүдийг нь сонгон авсан болно. Онлайн орчинд гоо сайхны бүтээгдэхүүний худалдан авалтыг эмэгтэйчүүд эрэгтэйчүүдээс 3-аас 4 дахин их хийдэг бол эрүүл мэнд болон хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн худалдан авалтын хувьд хүйсийн харьцаа ойролцоо байна.

Монгол улсын чацарганы гаралтай бүсгүйчүүдэд зориулсан гоо сайхны бүтээгдэхүүн онлайн орчинд зарагдах магадлал өндөр байна.

ДҮГНЭЛТ

Япон Ул сруу экспортлогдож буй чацарганы жимс, шүүс, тос болон гоо сайхны бүтээгдэхүүнээс ирээдүйд гол фокус болгон ажиллах бүтээгдэхүүн нь тос байна. Учир нь бодисын солилцоо зохицуулах хүнсний нэмэлт гэхээсээ илүү гоо сайхны бүтээгдэхүүнд түүхий эд болгон ашиглах хандлага ихэсч байна. Иймд татваргүй бараанд оруулсан байгаа тул Монгол үйлдвэрлэгч нар дан омега тосны хэлбэрт буюу омега-7, омега-9 бүтээгдэхүүн экспортлох чиглэлд ажиллаж, бүтээгдэхүүнээ үйлдвэрлэж экспорт хийвэл зах зээлийн эрэлт өндөр байна.

Япон Улс нь чацаргана тариалагч улс биш боловч чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүний хэрэглээ өсөн нэмэгдэж байгаа нь Монголоос чацарганы гаралтай гоо сайхны бүтээгдэхүүн болон тос /omega/ хэлбэрээр экологийн цэвэр бүтээгдэхүүнд тавьдаг шаардлагуудыг хангаж органик тэмдэг авах, чанарын баталгаа, хэрэглэх заавар, харшил үүсгэх анхааруулга бичсэн шошго зэрэг асуудлуудыг шийдснээр бүтээгдэхүүнээ экспортлоход тус улсын зах зээлд амжилт олно.

Компьютер болон гар утаснаас интернет ашиглан онлайн худалдан авалт хийдэг хүмүүсийн тоо 2015 онд 78.6 сая хүн байсан бол 2018 онд 84.1 сая хүн болж өссөн байгаа нь онлайн худалдааны зах зээл улам өсөж байгааг илтгэж байна.

Чацарганы гаралтай хүнс, гоо сайхан, нэмэлт хүнсний бэлдмэлийн судалгаагаар, онлайн худалдааны суваг 30.0 хувиас дээш үзүүлэлттэй гарч байгаа тул энэхүү сувгийг худалдааны шинэ суваг болох бөөний болон жижиглэн худалдааны сүлжээ дэлгүүр, супермаркет, хайпермаркетуудтай хослуулан ашиглавал борлуулалт эрс нэмэгдэх боломжтой.

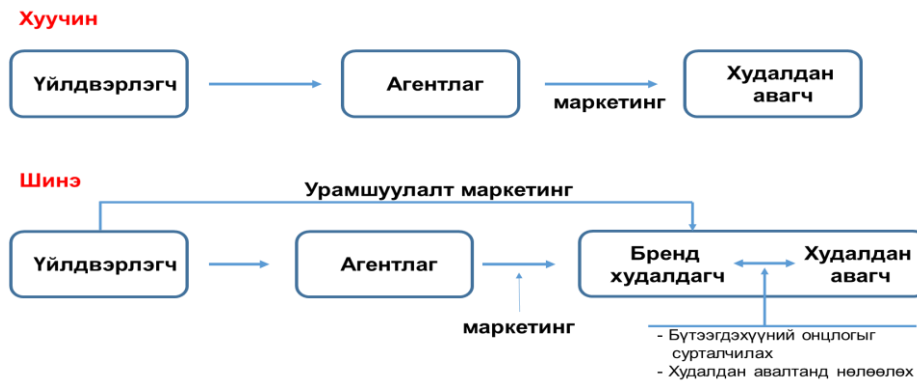
3.5 ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАН ТӨЛӨВ, ЗАХ ЗЭЭЛИЙН ЦААШДЫН ЧИН ХАНДЛАГА

Япон хэрэглэгчийн зан төлөв:

Үйлдвэрлэгч байгууллага болон хэрэглэгч хоорондох харилцаа холбоог маркетингийн судалгаа, түүний үр дүнд тулгуурласан үйл ажиллагаа явуулж урт хугацааны харилцааг бий болгодог. Япон хэрэглэгчийн зан төлөвийг ойлгохын тулд тэдгээр хэрэглэгчдийн хүсэл мөрөөдөл, уламжлалт ёс заншил, эдийн засгийн байдал, хүмүүсийн нөлөөлөлийг хамааруулан судлах хэрэгтэй.

Япон хэрэглэгчдийн дунд бас нэгэн худалдан авагчид гарч ирсэн бөгөөд тансаг орчинд үнэтэй бараа худалдан авах сонирхолтой бүлэг хүмүүс юм. Эдгээр хүмүүст чиглэсэн бренд барааны тансаг орчинтой, салбар цөөхөн бренд дэлгүүрүүд том хотуудаар их хэмжээгээр бий болж эхэлсэн. Салбар цөөхөн байна гэдэг нь худалдан авагчдын сэтгэлд эрж хайж, очих сэтгэл дээр тоглолт хийж байна гэсэн үг.

Зураг 58. Япон улс дахь Маркетингийн өөрчлөлт



Эх сурвалж: *Маркетингийн шинэ чиглэл, 2016*

Дээрх зургаас үзэхэд, үйлдвэрлэгч нар хэрэглэгчтэй шууд харилцаа үүсгэж, худалдаа хийх сонирхолтой бөгөөд байнгын хэрэглэгч болгохын тулд урамшууллаар татах маркетинг явуулж байна.

Япон орны цахим орчинд нэвтэрдэг, онлайн сайтуудаар аялж дуртай бараа бүтээгдэхүүнээ хайдаг хэрэглэгчдийн тоо 2018 онд нийт хүн амын 72.2 хувиас давсан, худалдан авсан бараа бүтээгдэхүүний дотор хүнс, гоо сайхан болон хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний нийт борлуулалтын 30.0 хувиас давдаг зэрэг үзүүлэлт нь үйлдвэрлэгч нарт худалдааны хүчтэй шинэ суваг нь болдог.

Онлайн худалдааны сувгийн хэрэглэгчдийг татахын тулд томоохон хайпермаркет болон супермаркетууд нь хэрэглэгчдийг шинэ хүнсний бүтээгдэхүүн, жимснүүдээр хангах, цагийн хямдрал, өндөр настны хямдрал, олон хүүхэдтэй хэрэглэгчдийг гишүүнчлэлийн картаар 7 хоногт нэг удаа 5.0 хувийн хямдрал эдлэх зэрэг олон талт үйл ажиллагаа явуулж худалдааны эргэлтээ нэмэгдүүлсээр байна. Гэвч нийт хүн амын 95.0 хувиас дээш хувь нь интернет ашиглан онлайн орж, 70.0 хувиас илүү нь ямар нэгэн худалдан авалт хийдэг байна.

Зах зээлийн цаашдын чиг хандлага:

Япон улсын нийт хүн амын 28.0 хувь нь 65 болон түүнээс дээш насны иргэд байдаг. Үндэсний статистикийн хорооноос мэдээлснээр, 2025 он гэхэд 30.0 хувиас дээш гарна гэж урьдчилан тооцоолсон байна.

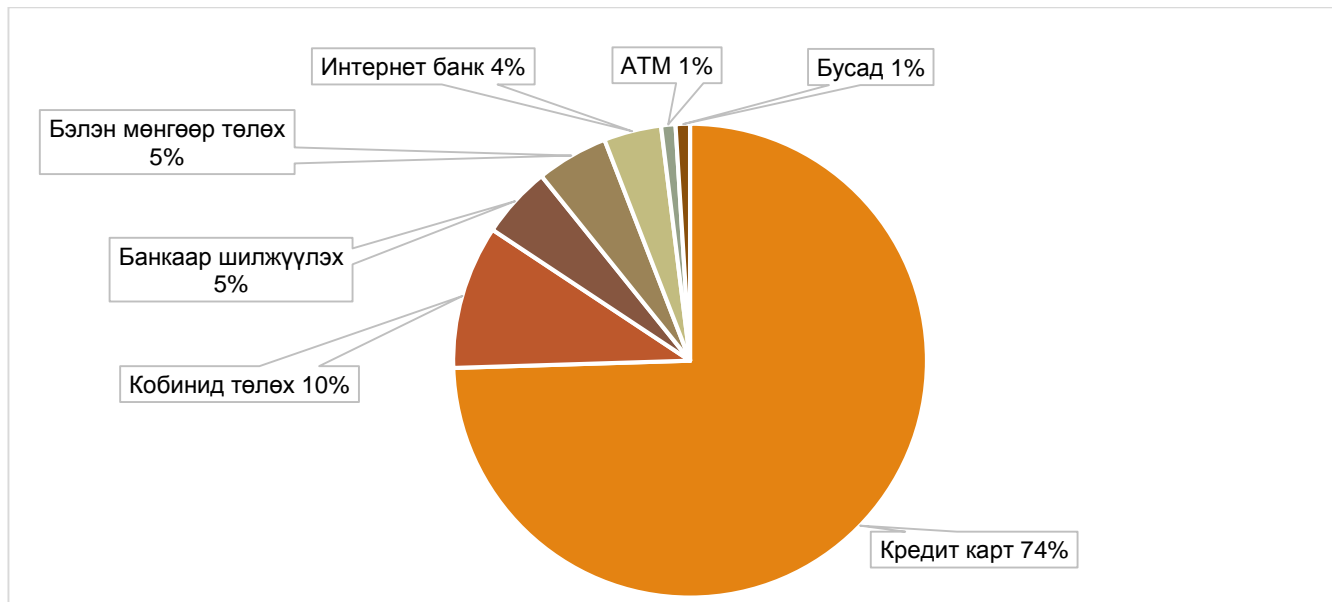
Өсвөр болон дунд үеийнхэний 2 хүн тутмын нэг нь спортоор хичээллэдэг. Эдгээр өсвөр үеийнхэн хүнсний хэрэглээнээс гадна биологийн зохицуулалттай бэлдмэл, хүнсний нэмэлт, эрдсийн нэмэлт, витаминь нэмэлт, энерги дринк, уургийн нэмэгдэл зэрэг бэлдмэлүүдийг өдөр тутмын амьдралдаа худалдан авч хэрэглэдэг байна. Ингэхдээ тэд байгалийн гаралтай органик бэлдмэлүүд худалдан авч хэрэглэх бөгөөд онлайн орчноос хүмүүсийн сэтгэгдэл, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч компани, хэрэглэх заавар, харшил үүсгэх эсэх, органик бүтээгдэхүүний тэмдэгт зэргийг анхаарч үздэг.

Цахим худалдаа: 2015 онд Япон улс нь онлайн жижиглэн худалдааны борлуулалтаараа дэлхийд 4-р байранд орсон. 16-аас дээш насны насанд хүрсэн хүмүүсийн 94 – 96% нь өдөр тутмын амьдралдаа интернэт хэрэглэж байна гэсэн статистик үзүүлэлттэй. Эдгээр хүмүүсээс давхардсан тоогоор 2015 онд 78.6 сая хүн /нийт хүн амын 69%/ интернэтээр буюу 89.55 тэрбум ам.долларын худалдан авалт хийж байсан бол 2018 онд 84.1 сая хүн /нийт хүн амын 72.2%/ буюу 122.46 тэрбум доллар болон өссөн үзүүлэлттэй байна.

Насны ангилалаар авч үзвэл, 16 – 24 насны 96.0 хувь, 25 – 34 насны 96.0 хувь, 34 – 44 насны 98.0 хувь, 45 - 54 насны 94.0 хувь, 55 наснаас дээш 95.0 хувь нь өдөр тутмын амьдралдаа интернет хэрэглэдэг¹⁸.

Японы Гадаад худалдааны байгууллагын гүйцэтгэсэн судалгаагаар, 2017 онд зөвхөн онлайн худалдаагаар Японы үйлдвэрлэгч компаниуд 37 тэрбум ам.долларын худалдаа хийсэн бол хэрэглэгчид төлбөрөө хийхдээ дараах талбөрийн хэрэгслийг ашигласан байна.

Зураг 59. Япон улсын онлайн худалдааны төлбөрийн хэлбэрүүд



Эх үүсвэр: Японы гадаад худалдааны байгууллага, 2017

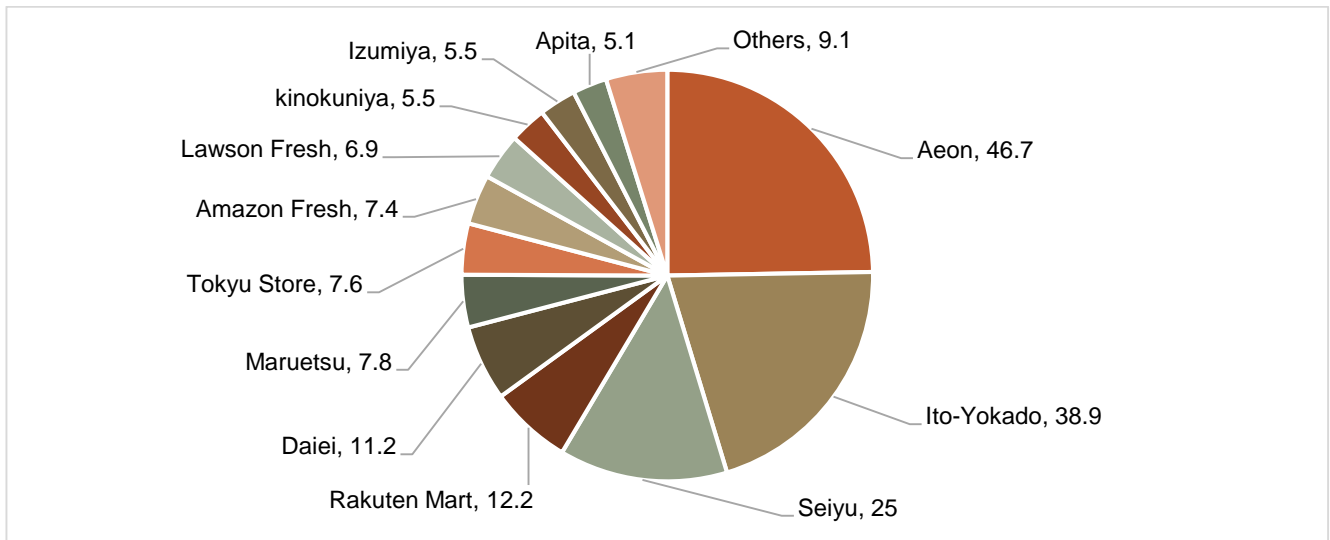
Дээрх зургаас харахад, онлайн худалдан авалтын 74.0 хувийнх нь төлбөрт ашиглагдаж буй мөнгөний хэрэгсэл нь кредит карт бөгөөд худалдан авалтанд ашиглах тусам урамшуулалтай байдаг байна. Иймд иргэд төлбөрийн бүхий л үйл ажиллагаанд кредит картыг хэрэглэдэг.

Хүнсний бүтээгдэхүүний цахим худалдаа: Цахим худалдаа хөгжихийн хирээр цаг зав муутай хүмүүст зориулсан хайпермаркет болон супермаркетууд вебсайт нээж хүнсний бүтээгдэхүүний онлайн худалдааны зах зээлд нэвтэрсэн.

2018 онд “The Statistics portal” байгууллага онлайн худалдаа явуулдаг 707 дэлгүүрээс худалдан авалт хийсэн 3498 хэрэглэгчийн судалгааг хүнсний бүтээгдэхүүний хувьд явуулжээ.

¹⁸ www.eshopworld.com

Зураг 60. Япон улсын онлайн супер маркетуудийн хүнсний худалдаанд эзлэх хувийн жин

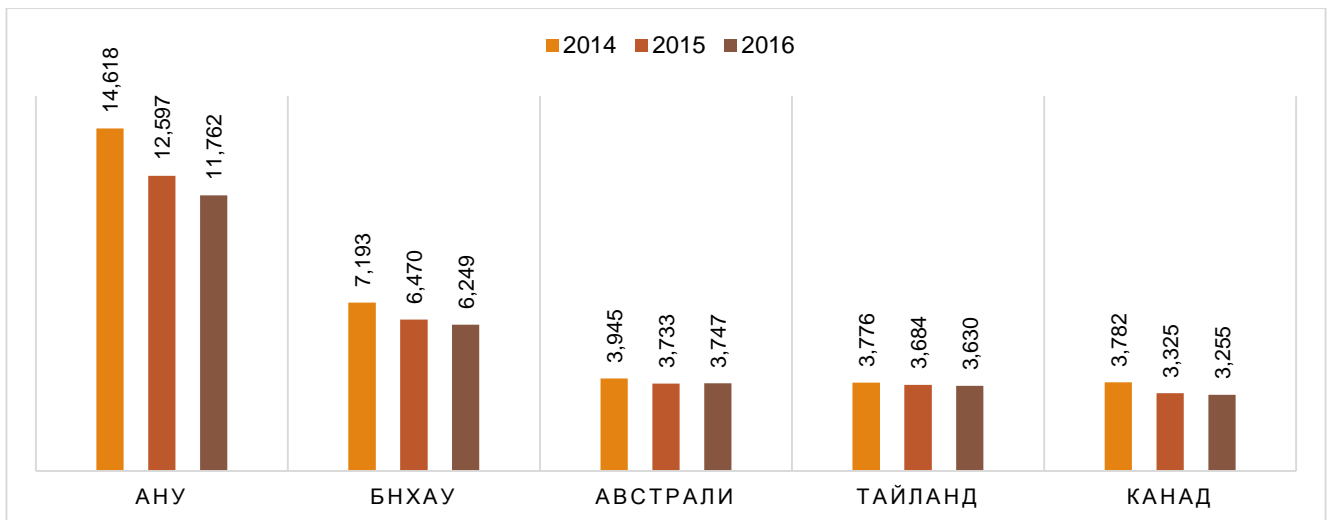


Эх үүсвэр: The Statistics Portal, 2018

Дээрх зурагнаас харахад, дотоодын онлайн дэлгүүрээс борлуулалт өндөртэй буюу нийт зах зээлийн талыг эзлэж буй хүчирхэг онлайн дэлгүүр бол AEON байна. Үүний дараа Ito-Yokado Seiyu 38.9 хувийг эзэлдэг.

2016 оны байдлаар, Япон Улсад хүнсний бүтээгдэхүүн импортлогч улсаар АНУ тэргүүлсэн бол 5 дугаар байранд Канад орсон байна.

Зураг 61. Япон улсад хүнсний бүтээгдэхүүн экспортлогч улсууд ба экспортын хэмжээ, сая ам.дол



Эх үүсвэр: Japan retail Foods, 2017

Дээрх зургаас харахад, Япон улсын хүнсний бүтээгдэхүүн импортлогч орон нь АНУ байна. Энэхүү импортын зах зээлд байгаа чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүнийг нэмэгдүүлэхийн тулд дэд бүлэг 3.4-д гарсан судалгааны үр дүнг Монголын боловсруулах үйлдвэр, худалдаа эрхлэгчид авч хэрэгжүүлэх хэрэгтэй байна.

Өмнөх дэд бүлэг 3.4 болон дээрх судалгааны үр дүнгүүдийг нэгтгэж Япон улсын чацарганы бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн 7 “0” шинжилгээг гүйцэтгэлээ.

Хүснэгт 61. Япон улсын чацарганы бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн 7 “0” шинжилгээ

	7 “0” асуулт	Үйлдвэрлэлийн зориулалттай бүтээгдэхүүн	Гоо сайхны бүтээгдэхүүн	Хүнсний бүтээгдэхүүн	Эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн
1	Хэн худалдан авдаг вэ?	Эцсийн бүтээгдэхүүн боловсруулагчид	Эмэгтэйчүүд, 20-55 насныхан	Бүх насны эрэгтэй, эмэгтэй	Бүх насны эрэгтэй, эмэгтэй
2	Юуг худалдан авдаг вэ?	Хөлдөөсөн жимс, жимсний нунтаг, тос, үрийн тос	UV хамгаалттай нүүрний тос, маск болон гел, цэвэршүүлэгч, гарын тос, шампунь	Навчны цай, жимсний өтгөрүүлсэн шүүс, сироп	Омега-3, 7, 9, цэвэр тос, Жимсний хатаасан нунтаг
3	Яагаад худалдан авдаг вэ?	Үйлдвэрлэлийн түүхий эд	Өндөр чанар, үл орлогдох чанар	Өндөр чанар	Өндөр чанар
4	Худалдан авах шийдвэрийг хэн гаргадаг вэ?	Зах зээлийн эрэлтэнд тулгуурлан үйлдвэрийн удирдлага болон маркетингийн баг	Урьд нь хэрэглэж үзсэн хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл	Эмэгтэйчүүд, гэрийн эзэгтэй нар	Бүх насны эрэгтэй, эмэгтэй
5	Яаж худалдан авдаг вэ?	Гадаадын компанитай худалдааны гэрээ хийнэ.	Цахим худалдаа, төрөлжсөн дэлгүүр, их	Ихэвчлэн импортын бүтээгдэхүүн	Дотоод болон гадаадын сайтаас
6	Хэзээ худалдан авдаг вэ?	Тогтмол	Ихэвчлэн зун болон өвөл	Ихэвчлэн өвөл	Ихэвчлэн өвөл
7	Хаанаас худалдан авдаг вэ?	БНХАУ, ХБНГУ, Орос, Бутан, Монгол,	Үйлдвэрлэгчдийн сайтнаас, цахим худалдааны сайтнаас	Үйлдвэрлэгчдийн сайтнаас, цахим худалдааны сайтнаас	Үйлдвэрлэгчдийн сайтнаас, цахим худалдааны сайтнаас

Үйлдвэрлэлийн зориулалттай чацарганы бүтээгдэхүүнийг боловсруулах үйлдвэрийнхэн зэрлэг байгальд ургасан чацарганы түүхий эд, түүний гаралтай тос, жүүс тасралтгүй нийлүүлэх хүчин чадалтай нийлүүлэгчийг сонгох замаар худалдан авалт хийдэг.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүний хувьд, эмэгтэйчүүд ихэвчлэн худалдан авалтыг хийх бөгөөд UV хамгаалалттай нүүрний тос, маск, гарын тос, эрэгтэйчүүд үс уналтын эсрэг үйлдэлтэй шампунь зэргийг голчлон худалдан авч байна.

Худалдан авах шийдвэрт тухайн бүтээгдэхүүний талаар бусад хэрэглэгчдийн үлдээсэн сэтгэгдэл, бүтээгдэхүүний танилцуулга, шинжлэх ухааны үндэслэлтэй бэлдмэлийн үйлчлэх механизм тайлбарласан байх нь хүчтэй нөлөө үзүүлнэ.

Хүнсний зориулалтаар чацарганы бүтээгдэхүүнийг худалдан авахдаа дотоодын үйлдвэрийн бүтээгдэхүүнийг дэмжих боловч импортын бүтээгдэхүүнүүд илүү олон сонголттой байдаг нь худалдан авалтанд нөлөөлдөг.

Эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг бүх насны эрэгтэй, эмэгтэйчүүд хэрэглэх хандлагатай бөгөөд Омега, үрийн тос зэргийг эмэгтэйчүүд давамгайлж, хөлдөөсөн болон хатаасан жимсийг эрэгтэйчүүд авах хандлагатай байна. Гэвч хөгжингүй орны онлайн сайтаас шууд худалдан авах хэрэглэгчид нэмэгдэж байгаа.

Хэрэглэгчийн судалгаанд хамрагдсан иргэдийн худалдан авалтын зан төлөвийн талаарх дүгнэлтийг доорх хүснэгтээр харууллаа.

Хүснэгт 62. Япон улсын хэрэглэгчдийн зан төлөвийн насны ангилалаар сегментлэсэн байдал

	18-30 насныхан	31-45 насныхан	46-аас дээш насныхан
Хувийн мэдээлэл	Сарын дунджаар 250000 иений орлоготой, Хоккайдо мужийн Саппоро болон Китами хотуудад оршин суудаг	Сарын дунджаар 450000 иений орлоготой, Хоккайдо мужийн Саппоро болон Китами хотуудад оршин суудаг	Сарын дунджаар 600000 иений орлоготой, Хоккайдо мужийн Саппоро болон Китами хотуудад оршин суудаг
Худалдан авалтад нөлөөлдөг зүйлс	Шинээр брэнд болж буй бүтээгдэхүүнд татагддаг, хэрэглэж үзэх сонирхол давамгайлсан	Бүтээгдэхүүний чанар, биед үзүүлэх үйлчилгээг хардаг, худалдан авах чадвар сайтай	Хэрэглэж дадсан бүтээгдэхүүнээ сонгодог, хүнсний бүтээгдэхүүний органик тал дээр, брэнд, чанар, гарал үүслийг анхаарч үздэг.
Шийдвэр гаргалтад нөлөөлдөг хүчин зүйлс	Урьд нь хэрэглэж үзсэн хүмүүсийн онлайн сэтгэгдэл, гэр бүлийн болон ойр дотны хүмүүсийн сэтгэгдэл	Зар сурталчилгаа, урьд нь хэрэглэж үзсэн хүмүүсийн сэтгэгдэл	Эмч, мэргэжилтний зөвлөгөө, гэр бүл, ойр дотныхны санал, зар сурталчилгаа
Худалдан авдаг суваг	Онлайн болон жижиглэн, төрөлжсөн дэлгүүрээр	Бөөний болон жижиглэн худалдааны сүлжээ дэлгүүр, онлайн худалдаа	Хүргэлтийн үйлчилгээ үзүүлдэг гэрийн ойролцоо болон онлайн дэлгүүрээр

Дээрх хүснэгтээс харахад, ажилласан жил ахих тусам орлогын хэмжээ нэмэгдэж, 46-аас дээш насныхан органик, биед тустай бүтээгдэхүүний хэрэглээ нэмэгдэж байгаа бол 18-31 насныхны дунд брэнд бүтээгдэхүүнд татагддаг. Худалдан авалтанд ойр дотны болон найз нөхөд, хэрэглэгчийн сэтгэгдэл, зар сурталчилгаа зэрэг хүчин зүйлс нөлөөлж байна.

ДҮГНЭЛТ

Япон улсын эдийн засгийн эрчимтэй өсөлт нь ард иргэдийн худалдан авах чадварыг нэмэгдүүлсээр байна. Үүнийг дагаад органик бүтээгдэхүүний худалдааны эргэлт өндөр байдаг. Засгийн газраас ард иргэдээ эрүүл органик хүнсээр хангахын тулд хүнсний бүтээгдэхүүний бүх л салбарт органик гэсэн итгэмжлэлийн шошго гаргасан байдаг. Эдгээр бүтээгдэхүүнүүд нь энгийн бүтээгдэхүүнтэй харьцуулахад үнэтэй байдаг ч иргэдийн дунд эрэлттэй байдаг. Иймд Монголоос гарах бүтээгдэхүүнд органик шошго авах тал дээр анхаарах хэрэгтэй байна.

Онлайн хэрэглэгчдийн тоо өсч байгаа энэ үед Монголоос шууд онлайн худалдааны сайтаар дамжин Японы зах зээл рүү нэвтрэх бүрэн боломж байна. Ингэхийн тулд урьдчилан бүтээгдэхүүний дээжээ Японы хорио цээрийн байгууллагаар шинжлүүлж, хүнсний бүтээгдэхүүнд тавьдаг стандарт, эрүүл ахуйн шаардлага хангасан тохиолдолд сертификат авснаар энэхүү эрх нь нээгдэнэ.

Уугуул иргэдийн 99.0 хувь зөвхөн Японоор ярьдаг тул вебсайтаа япон хэл хөрвүүлэгчтэй байх, аюулгүй тээвэр, шуурхай хүргэлт зэрэг тээврийн асуудлыг анхаарах хэрэгтэй.

3.6 ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН МАРКЕТИНГИЙН 7P ШИНЖИЛГЭЭ

Энэ дэд бүлэгт Монгол улсаас Япон улсад экспортлох боломжтой гурван төрлийн чацарганы бүтээгдэхүүнд маркетингийн иж бүрдлийн шинжилгээ хийв. Үндэслэл болгон зорилтот зах зээлийн багтаамжийг дараах байдлаар тодорхойлов.

Хүснэгт 63. Япон улсын чацарганы бүтээгдэхүүний багтаамж

Бүтээгдэхүүн	Хэмжээ /тн/	Зах зээлийн багтаамж /1000 ам.дол/
Жимсний нунтаг, HS код 2106.90-295	411,292.8	1.049.612
Тос, HS код 1515	71,503.1	145,798.48
Навчны нунтгаар хийсэн пакеттай цай	-	767,410.01

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Зорилтот зах зээлийг тодорхойлохдоо газар зүйн байрлал, хүн амын нягтаршил болон хүн ам зүйн зарчмын нас, хүйс, орлого, боловсролын түвшин зэрэг үзүүлэлтээс гадна өвлийн улирлын аялагчдын ихээр очдог хотыг харгалзан авч үзлээ. Тухайлбал,

Газар зүйн хувьд, 5.2 сая хүн амтай, цорын ганц чацаргана тариалалтын фермертэй, ард иргэд нь чацарганы талаарх мэдлэгтэй, сарын 300 000 иенээс дээш орлоготой, интернет болон ажил, амьдралын талбарт хамгийн идэвхтэй 25 – 60 насны эмэгтэйчүүдийг сонгон авсан. Эдгээр хүмүүс нь гоо сайхан, эрүүл мэнд, хүнсний бүтээгдэхүүний голлох худалдан авагч нар юм.

Зураг 62. Япон улсын чацарганы бүтээгдэхүүний зорилтот зах зээл



Хоккайдо арал нь хөвсгөр зөөлөн цас ордогоороо алдартай бөгөөд өвлийн аялал жуучлал хүчтэй хөгжсөн байдаг. Жилийн 12 сарын 5 сар нь цастай, хот болгон багадаа 1 цанын баазтай байдаг нь өвлийн спортоор хичээлэгчдийг аялал жуучлал хийхэд хүргэдэг. Өвөл 12 сараас 3 хүртлэх хугацаанд Хоккайдо арал дээр ойролцоогоор 4 сая орчим жуулчид ирдэг ба тэдгээрийн 70.0 гаруй хувь нь БНХАУ-ын иргэд байдаг.

Маркетингийн 7P шинжилгээ:

Япон улсын чацарганы бүтээгдэхүүний Маркетингийн 7P шинжилгээг Монгол улсаас Япон руу экспортлох боломжтой бүтээгдэхүүнүүдийг тодорхойлсны үндсэн дараах байдлаар гүйцэтгэлээ.

Бүтээгдэхүүн

Монгол улсаас Япон Улсад экспортлох боломжит бүтээгдэхүүнээр жимсний нунтаг /хүнс/, үрийн болон жимсний тос /эрүүл мэнд, гоо сайхан/, навчнаас гаргаж авсан эрүүл мэндийн цай хэмээн үзсэн.

Хүснэгт 64. Япон улс: Бүтээгдэхүүн \зорилтот бүтээгдэхүүний\

Бүтээгдэхүүн	Шаардагдах чанар, стандарт	Сав, баглаа боодол	Баталгаа \экологийн цэвэр бүтээгдэхүүн\	Бусад бүтээгдэхүүнээс ялгарах онцлог
Жимсний нунтаг	<ul style="list-style-type: none"> - Хүнсний бүтээгдэхүүнийг агуулах сав, баглаа боодолд тавигдах стандарт - Хүнсний шошгожуулалтын стандарт - Органик бүтээгдэхүүний шошгожуулалт 	<ul style="list-style-type: none"> - 4 г, нэг удаа хэрэглэх - 100 г уут 	Органик бүтээгдэхүүний шошго	<ul style="list-style-type: none"> - Бодис солилцоог дэмжих - Монгол хөрсөнд ургасан - Чацарганы навчны тэжээллэг байдал
Навчны нунтгаар хийсэн пакеттай цай	<ul style="list-style-type: none"> - Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүнийг тодорхойлох, бүртгэлжүүлэх, батлах журам - Эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний орц найрлагыг тодорхойлох, батлах журам - Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүнийг тодорхойлох, батлах журам - Эмийн бүтээгдэхүүнийг бүртгүүлэх хураамжийн тухай журам - Лабораторийн зохистой дадал 	Жижиг шилэн/хуванцар	Органик бүтээгдэхүүний шошго буюу MAFRA Organic тэмдэг	<ul style="list-style-type: none"> -Эрүүл мэндэд тустай -Монгол хөрсөнд ургасан
Үр / хальсны тос	<ul style="list-style-type: none"> - Эмийн үйлдвэрлэлийн зохистой дадал - Эмийн бүтээгдэхүүнийг бүртгүүлэх хураамжийн тухай журам - Лабораторийн зохистой дадал 	<ul style="list-style-type: none"> - Бор шилэн савалгаа - Үрэл хэлбэрт оруулах 	Органик бүтээгдэхүүний шошго	<ul style="list-style-type: none"> - Эрүүл мэндэд тустай - Монгол хөрсөнд ургасан

Жимсний нунтагийг тараг, зуны улиралд зайрмаг, мөсөн нунтаг дээр цацаж хэрэглэх боломжтой бөгөөд өвлийн үед ханиад томуунаас сэргийлэх, бодис солилцоог дэмжих, витамин С агууламж нөхөх зэргээр халуун усанд найруулан хэрэглэх бүрэн боломжтой. Чацарганы гол экспортлогч Хятад улсын жуулчид ихээр аялах тул жижиглэнгийн дэлгүүр /konbini/-ээр худалдаалах бүрэн боломжтой.

Үнэ

Япон Улсын зах зээл дээр чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүнүүд олон улсаас импортлогдон борлуулагдаж байгаа боловч Монгол орны онгон, зэрлэг байгальд ургасан, шинжлэх ухааны судалгаагаар биологийн идэвхит бодис судлан тодорхойлж, үйлдлийн механизм, агуулагдах биологийн бодисны харьцаа, органик шошго зэргээр бүтээгдэхүүнээ баталгаажуулж чадвал үнийн хувьд өндөр үнээр худалдаалах боломж байна.

Хүснэгт 65. Япон улс: Үнэ \зорилтот бүтээгдэхүүний\

Бүтээгдэхүүн	Үнийн боломжит дээд хязгаар, ам.дол	Үнийн доод хязгаар, ам.дол	Өрсөлдөх бүтээгдэхүүний нэр, үнэ, иен
Жимсний нунтаг	4 г – 200 иен		Витамин С

(Витамин С болон бусад)		150 иен	100 мл = 180 иен
Навчны пакеттай цай (хөгширөлтийн эсрэг үйлдэлтэй)	1 хайрцаг (1.4 г – 15 ш = 21 г) 1500 иен	1200 иен	Himalayan herbal tea [sea buckthorn] = 1200 иен
Үрийн/ хальсны тос (Omega хэлбэрт)	1 хайрцаг (30 ш x 0.5 г = 15 г) 2000 иен	1500 иен	Himalayan Sea buckthorn oil, OMEGA-7 2100 иен (30 ш x 0.5 г = 15 г)

Байршуулалт. Сүлжээ хайпермаркет болон супермаркетууд нийлээд 20404, жижиг дэлгүүр /конбини/ 2018 оны байдлаар 50.0 мянган салбартай худалдааны гол суваг юм. Эдгээр дэлгүүрүүд бүгд өөрсдийн онлайн худалдаа эрхэлдэг бөгөөд худалдааны гэрээ байгуулан энэхүү сувагт нэвтэрвэл хэрэглэгчдэд хүрэх оновчтой байршуулалт болж чадна. Мөн бүтээгдэхүүний онцлогоосоо хамааран сүлжээ ресторан болон зочид буудалтай гэрээ хийх нь ашигтай.

Идэвхжүүлэлт. Идэвхжүүлэлтийн хувьд, Японы иргэд зурагт ном /Манго/ их уншдаг тул сурталчилгаа байршуулах, сүлжээ дэлгүүрүүдийн хямдрал, урамшуулалын сонинд хэвлэх, онлайн орчинд байршуулах, ТВ-ийн хөгжөөнт нэвтрүүлэг дундуур реклам цацах, ТВ борлуулалтын суваг, ард иргэдийн ихээр хэрэглэдэг LINE аппликешинд зар оруулах, онлайн худалдааны тэргүүлэх Amazon Japan, Rakuten зэрэг сайтууд ашиглан байршуулсанаар олон нийтэд хүрэх идэвхжүүлэлт хийх бүрэн боломжтой.

Үйлчилгээ үзүүлж буй хүмүүс гэдэгт чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулахад оролцож буй субъектуудыг авч үзсэн бөгөөд худалдааны бүхий л шатанд байгаа дистрибьютер, маркетингийн менежер, борлуулагч нар болно. Эдгээр хүмүүстэй харилцан ашигтай гэрээ хийж идэвхжүүлж, урамшуулалт хөтөлбөр хэрэглэвэл үр дүнтэй.

Үйл явц

Үйл явцын тухайд тариалалт, үйлдвэрлэл, болон хагас боловсруулалт, эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийг хэлнэ. Бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн шат дамжлагын үед ISO22000, ISO9001 мөрдлөгө болгох, аюулын дүн шинжилгээ ба эгзэгтэй цэгийн хяналт /НАССР/ зэргийг баримтлан ажиллах хэрэгтэй юм.

Хүснэгт 66. Япон улс: Үйл явц \зорилтот бүтээгдэхүүний\

Бүтээгдэхүүн	Бүтээгдэхүүнээ экспортлох хэлбэр, шат дамжлага			
	Боловсруулах үйлдвэрүүд	Бөөний худалдаа	Жижиглэнгийн худалдаа	Онлайн худалдаа
Жимсний нунтаг (Витамин С болон бусад)	- Үйлдвэрлэл болон хагас боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх - Боловсруулах үйлдвэртэй холбогдоно.	- Үйлдвэрлэл болон боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх - Бөөний худалдаа эрхлэгчтэй холбогдоно. - Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд онлайнаар бүртгүүлэх.	- Үйлдвэрлэл болон боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх - Жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгчтэй холбогдоно. - Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд онлайнаар бүртгүүлэх.	- Үйлдвэрлэл болон боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх - Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд онлайнаар бүртгүүлэх. - Онлайн борлуулалтын сайтуудад бүртгүүлнэ.
Навчны пакеттай цай (хөгширөлтийн эсрэг үйлдэлтэй)	- Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд онлайнаар бүртгүүлэх.	- Дээж, чанарын бичиг баримтыг		

Үрийн/ хальсны тос (Omega хэлбэрт)	- Дээж, чанарын бичиг баримтыг шинжилгээнд хүргүүлнэ /Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам/. - Импортын бүртгэлийн гэрчилгээ авна.	шинжилгээнд хүргүүлнэ. Импортын бүртгэлийн гэрчилгээ авна.	- Дээж, чанарын бичиг баримтыг шинжилгээнд хүргүүлнэ. Импортын бүртгэлийн гэрчилгээ авна.	- Импортлогч/ борлуулалч/ төлөөлөгчтэй холбогдож хамтран ажиллаж болно. - Хүргэлтийн найдвартай байдалд анхаарах
--	--	--	---	---

Эцсийн болон түүхий эд, хагас боловсруулсан бүтээгдэхүүн экспортлох бол тухайн улсад борлуулалтын албан ёсны эрхтэй дистрибьютертэй болох нь чухал юм. Ингэснээр тухайн улсын хууль дүрэм, импортын хүнсний бүтээгдэхүүнд тавих шаардлага, шинжилгээ гэх мэт олон асуудлыг шийдэх болно.

Бодит нотолгоо. Монгол оронд ургасан чацарганы ялгарах онцлог давуу шинжийг сайтар сурталчилан таниулах нь чухал байна. Ингэхдээ эрдэм шинжилгээний байгууллагатай хамтран нарийвчилсан биологи болон эрдэс, химийн шинж найрлагын шинжилгээ хийж, дүгнэлтийг сурталчилах чухал юм.

Хүснэгт 67. Япон улс: Бодит нотолгоо \зорилтот бүтээгдэхүүний\

Бүтээгдэхүүн	Экспортлосны дараа хийгдэх судалгааны саналууд
Жимсний нунтаг (Витамин С болон бусад)	<ul style="list-style-type: none"> Онлайнаар борлуулсан бүтээгдэхүүний сурталчилгааны талаарх комент унших Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийн судалгааг авах Үнийн дээж авах, судалгаа хийх Брендэд үзүүлэх хариу үйлдлийг судлах Борлуулагчдаас судалгаа авах Шинж найрлагын онцлогийг харуулах Сав баглаа боодолд анхаарах, сэтгэл ханамжийг нэмэгдүүлэх
Навчны пакеттай цай (хөгширөлтийн эсрэг үйлдэлтэй)	
Үрийн/ хальсны тос (Omega хэлбэрт)	

Япон улсад онлайн хэлбэрээр борлуулагдаж буй бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчийн судалгаа, сэтгэгдэл, сэтгэл ханамжийг тандан судлах шаардлагатай. Түүнд тохируулан сайжруулалт хийх, хэрэглэгчдийн дунд брэндийг нутагшуулах хэрэгтэй юм.

ДҮГНЭЛТ

Монгол улсаас Япон Улсын ард иргэдийн хэрэглээнд тулгуурлан жимсний нунтаг /хүнс/, үрийн тос буюу омега 3, 6, 7, 9 төрлийн тоснуудын комплекс /эрүүл мэнд, гоо сайхан/, чацарганы навчнаас гаргаж авсан хөгширөлтийн эсрэг үйлдэлтэй эрүүл мэндийн цай экспортлолвол зах зээлийн эрэлт өндөр байна.

Монголын компаниуд бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн шат дамжлагын үед ISO22000, ISO9001 мөрдлөгө болгох, аюулын дүн шинжилгээ ба эгзэгтэй цэгийн хяналт /НАССР/ зэргийг нэвтрүүлэн олон улсад хүлээн зөвшөөрөгдсөн байх чухал байна.

Монголын бүтээгдэхүүний биологийн идэвхит бодисыг судлан тодорхойлж, үйлдлийн механизм, агуулагдах биологийн бодисны харьцааг тогтоож улмаар “органик шошго” тэмдэг авч чадвал энгийн бүтээгдэхүүнээс 2-3 дахин үнээр худалдаалах боломжтой.

Борлуулалтын хувьд, бөөний болон жижиглэн худалдааны дэлгүүр, сүлжээ хайпермаркет болон супермаркетууд болон тэдгээрийн онлайн сүлжээ, тэргүүлэгч вебсайтуудаар борлуулалт хийх нь оновчтой сонголт байх болно. Мөн зурагт номонд сурталчилгаа байршуулах, сүлжээ дэлгүүр, урамшуулалын сонинд хэвлэх, Amazon Japan, Rakuten зэрэг сайтуудад байршуулах, ТВ-ийн

хөгжөөнт нэтрүүлэг дундуур реклам цацах, ТВ борлуулалтын суваг, LINE аппликешинд зар оруулах нь ач холбогдолтой.

Монгол оронд ургасан чацарганы ялгарах онцлог давуу шинжийг сайтар сурталчилан таниулахын тулд эрдэм шинжилгээний байгууллагатай хамтран нарийвчилсан биологи болон эрдэс, химийн шинж найрлагын шинжилгээ хийж, дүгнэлтийг чиглэлийн олон улсын сэтгүүлд хэвлэх замаар сурталчилах хэрэгтэй.

3.7. МОНГОЛ УЛСААС ЭКСПОРТЛОХ ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ПОРТЕРИЙН 5 ХҮЧНИЙ ЗАГВАР

Монгол улсаас Япон улсад экспортлох чацарганы бүтээгдэхүүнүүдийн Портерийн 5 хүчний шинжилгээг гүйцэтгэв.

1. Боломжит зах зээлд нэвтрэгчид учрах бэрхшээл

Дэлхийн банкнаас жил бүр гаргадаг “Doing Business” судалгааны 2019 оны тайланд Япон улс нь дэлхийн 190 улсаас 39-д эрэмбэлэгдсэн байна. Энэхүү үзүүлэлт нь Японы зах зээл дээр шинээр бизнес эхлүүлэхэд хууль, эрх зүйн орчин, татвар, компаний бүртгэлжилт, тусгайлсан үйл ажиллагааны зөвшөөрөл авах, бизнес эрхлэгчид учрах саад бэрхшээл зэрэг олон үзүүлэлтийг бусад улсуудтай харьцуулан судлан гаргадаг үзүүлэлт юм. Судалгааны үр дүнд компани байгуулахад:

- Бизнес эхлүүлэхэд	11.2 өдөр
- Компаний байр, түүнтэй холбоотой асуудлууд	175 өдөр
- Цахилгаантай холбоотой асуудал	97.7 өдөр
- Өмчийн бүртгэл	13 өдөр

тус бүр зарцуулагдах юм байна. Иймд Японы зах зээл рүү нэвтрэхдээ албан ёсны дистрибьютер компанитай гадаад худалдааны гэрээ байгуулан ажилласнаар эдгээр цаг хугацааг хэмнэх бүрэн боломжтой юм. Ингэснээр дистрибьютер компани нь худалдаа эрхлэлтийн зөвшөөрөл авч хилээр орж ирэхээс эхлээд гаалийн бүрдүүлэлт, шинжилгээнд өгөх, албан ёсны сертификатжуулах, бүтээгдэхүүний татварын асуудал, түгээлт, борлуулалт зэргийг хариуцан ажиллах юм.

Японы зах зээлд нэвтрэх үйл явцыг үндсэн 2 хэсэгт хувааж авч болно.

1. Монголын тал буюу бараа бүтээгдэхүүний экспорт хийж буй компаний чадавхийн асуудал: Энэхүү хэсэг нь тухайн экспортлогч улсынхаа импортын бараа, бүтээгдэхүүнд тавьдаг шаардлагыг хангахаас эхлэнэ. Тухайлбал, Япон улсын хүнс, хүнсний нэмэлт болон гоо сайхны үйлдвэрүүдэд тавьдаг эрүүл ахуй, аюулгүй байдлыг хангаж, органик сертификат авах асуудал багтана. Япон улсын ХААОАЯ-нд органик сертификатыг олгох бөгөөд Монгол орны үйлдвэрлэгч компаниудын хувьд Япон улсын органик стандарт хангасан бүтээгдэхүүн гэдэг баталгаажуулалт хийлгэж, хилээр оруулахдоо органик гэсэн лого ашиглаж эрх нь нээгдэнэ. Хүсэлт өргөдлийг дистрибьютер компаниар дамжуулна.

Чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч компани нь бусад улсын адил төст бүтээгдэхүүнтэй савлагаа боодол, хаяг, шошго, хэмжээ болон хэрэглэхэд амар хэлбэрээр савлах зэрэг өрсөлдөх чадвартай, органик шинж чанараа хадгалсан, зорилтот зах зээлд чиглэсэн байх шаардлагатай байна.

2. Япон тал буюу импортын хүнс, хүнсний нэмэлт болон гоо сайхны бүтээгдэхүүний шаардлага:

Япон улс нь импортын хүнс, хүнсний нэмэлт болон гоо сайхны бүтээгдэхүүнд эрүүл ахуй, аюулгүй байдлын шаардлага өндөр тавьдаг бөгөөд гааль болон итгэлэмжлэгдсэн

байгуулагуудаар мониторинг, лабораторийн үндсэн шинжилгээнд оруулж шаардлага хангаагүй тохиолдолд бүртгэлийг цуцалж, импортонд хориг тавина. Япон улсын ХААОАЯ, ЭМХХЯ, Сангийн Яамдууд нэгдэн гаргасан Хүнсний аюулгүй байдлын тухай хууль, ХАА-н гаралтай бүтээгдэхүүний стандарт болон шошгожилт нь дараах шаардлага хангасан байна. Үүнд:

- Бүтээгдэхүүний нэр
- Үйлдвэрлэгч улс
- Агууламж
- Дуусах хугацаа
- Хадгалах нөхцөл
- Импортлогч /дистрибьютер/-ийн нэр, хаяг, утас зэрэг мэдээлэл агуулсан байна.

Эдгээр бүрдүүлэлтээс гадна үйлдвэрлэгч улсын стандартаар баталгаажуулсан бичиг, баримт хавсрагдана.

Япон улсын магадлан итгэмжлэгдсэн хорио цээрийн 33 байгууллага улс даяар үйл ажиллагаа явуулах бөгөөд импортын бараа бүтээгдэхүүнд итгэмжлэлийн шинжилгээ хийх 13 байгууллага үйл ажиллагаа явуулж байна (*хавсралт 3.1.2*). Шинжилгээнд тэнцсэн тохиолдолд татварын албанд бичиг баримт шилжигдэж, татварын хувь хэмжээ нэгж бүтээгдэхүүнд бодогдоно.

Борлуулалтын сувагтай холбоотой:

Борлуулалтыг дистрибьютер компаниар дамжуулан хийх нь бөөний болон жижиглэнгийн худалдаа, хайпермаркет, супермаркет, хэрэглэгчидэд шуурхай хүргэх үр дүнтэй арга юм. Мөн Япон улсын тэргүүлэгч цахим худалдааны www.rakuten.co.jp, www.amazon.co.jp, www.yahoo.co.jp зэрэг сайтуудтай худалдааны гэрээ байгуулан шууд зах зээлд нэвтрэх бүрэн боломжтой. Ингэхийн тулд гаалийн импортын бүрдүүлэлт шалгуурыг хангаж, худалдааны зөвшөөрөл авсан байна. Япон улсын Засгийн газрын харъяа JETRO /<https://www.jetro.go.jp/en/> байгууллагатай холбоон тогтоож улмаар Японы үйлдвэрүүд, худалдааны байгууллагуудтай холбоо тогтоох, үйлдвэрүүдтэй танилцах бүрэн боломжтой юм.

Боловсон хүчний мэдлэг, ур чадвар

Чацаргана нь Япон улсын хувьд шинэ жимс боловч судалгаа шинжилгээ, хамтарсан төслийн үр дүнгээр бол аль хэдийнээ эрдэмтэд судлаачдын анхааралд орсон жимс юм. Япон улсын ард иргэдийн өвчлөлд тэргүүлэх байранд байдаг хавдрын эсрэг идэвх /*Yasukawa K and Goto k, 2008*/, насжилттай холбоотой үүсдэг судасны нарийсал, түүнтэй холбоотой улаан эсийн бөөгнөрөл буюу судасны бөглөрөл /*Cheng J and Umemura k, 2003*/-г эмчлэх судалгаанууд хийгдсэн байна.

Чацарганы жимсний хуурай нунтагаар цусны даралтын огцом зөрүүгээр үүсч шоконд орохын эсрэг туршилтыг цагаан хулганад туршсан /*Tomiyasu K and Hiroko T, 2008*/ судалгааны ажлууд олон судлаачдын анхааралд өртөж судалгааны материалаар ишлэгдэн судлагдсаар байна. Япон улсын судалгааны ажилтай зэрэгцэн Хятад улс нь уламжлалт “тан”-тай холбож биологийн механизм, Солонгос улсын эрдэмтэд навчнаас хандалсан бодисны биологийн идэвхийн судалгааны ажлуудыг эрчимтэй хийж байна.

Хүснэгт 68. Япон улсын чацарганы гаралтай түүхий эд, хандлагдсан бодисны хүн эмнэлэгт хэрэглэх боломжийн судалгааны ажлуудын товч танилцуулга

№	Судалгааны ажлын нэр	Судлаачид	Байгууллага	Он	Эх сурвалж
1	Чацарганаас (<i>Hippophae rhamnoides</i>) гарган авсан хавдрын эсрэг фенол	Кен Ясукава, Сусуми Китанака,	Эм зүйн сургууль, Нихон их сургууль, Чибэ 274-8555, Япон	2008	https://doi.org/10.1016/j.fitote.2009.01.006

	болон тритерпеноид промотэр	Кенжи Кавата, Кумико Гото			
2	Хулганы гуяны артерийн судас болон ин витро агрегатын ялтасын тромбозыг хориглох үйлчилгээ бүхий чацарганы нийт флаван	Ченг Ж, Кондо К, Сузуки Яа, Икеда Яа болон Умемура К,	Шеняны Хятадын уламжлалт анагаах ухааны институт, 23 Санхао Гудамж, Хэпинг дүүрэг, Шенян, 110003 Хятад.	2003	https://doi.org/10.1016/S0024-3205(03)00114-0
3	Хархны зүрх судасны үйл ажиллагаа болон венийн бичил судасны харвалтанд эмчилгээний гаралтай чацарганы үзүүлэх нөлөө	Кояма, Томиясу, Така, Акира, Тобаши, Хироко	Хоккайдогийн эрүүл мэндийн шинжлэх ухааны их сургууль, Ишикари 002-8072, Япон	2009	https://content.iospress.com/articles/clinical-hemorheology-and-microcirculation/ch1148
4	Чацарганы эмчилгээний болон шимт тэжээлийн байдлын судалгааны тойм	Канаяя Икеда Яма Яа, Като К, Стобдан Т, Галицын Г.Г, Канахама К	Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны сургууль, Тохоку их сургууль, Аобаку, Сендай 981-8555, Япон	2015	https://doi.org/10.1080/14620316.2012.11512853
5	Чацарганаас 5 төрлийн флавонол гарган аван хүний promyelotic leukemia HL-60 эсүүдийг адпоптоз индуцлэх	Хибасами Х, Митани А, Кацузаки Х, Имай К, Ёшиока К, Комияя Т	Мие их сургуулийн Анагаах ухааны факультет, Цу-хот, Мие 514-0001, Япон	2005	https://doi.org/10.3892/ijmm.15.5.805
6	Чацарганы хөгжлийн явц дах сахар, хүчил титрлэх, аскорбины хүчлийн өөрчлөлт	Ватару Охкава, Ёшинори Канаяма, Эми Чибя, Катжа Тиитинен, Кок и Канахама	Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны сургууль, Тохоку их сургууль, Аобаку, Сендай 981-8555, Япон	2009	https://doi.org/10.2503/jjshs1.78.288

Дээрх хүснэгтэнд байгаа судалгааны ажлын үр дүн нь хүний бие махбодийн насжилттай холбоотой үүсдэг өвчлөлүүдийн үед чацаргана болон түүний навч, хуурай нийт массаас ялган авсан хандны биологийн идэвхийг Япон улсын хүн амын дунд ихээр үүсдэг өвчлөлтэй холбон судалсан байдгаараа онцлог юм. Иймд Монголоос чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүн экспортлох үед дээрх өвчлөлтэй холбон бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх, танилцуулга хийх, сурталчилгаа явуулахад анхаарвал зохино.

Технологи

Япон улсын Хоккайдо мужийн Мукава тосгонд тариалалт явуулж, боловсруулалт хийдэг “Forest-Berry Farm”-ийн талаар өмнөх дэд 3.2 буюу Чацарганы өртгийн сүлжээний судалгааны хэсэгт дэлгэрэнгүй бичсэн. “Forest-Berry Farm” нь чацаргана жимсээр хийсэн бүтээгдэхүүн нь байгалийн жимсийг ямар нэгэн бордоо хэрэглэлгүй байгальд өөрөөр нь ургуулж, гар аргаар түүн авч, гар аргаар боловсруулалт хийж байгаа гэдгээрээ бүтээгдэхүүнийхээ үнэ цэнийг өсгөдөг байна.

Япон улсад жимсний нунтаг болон навчны пакеттай цайг үйлдвэрлэх үйлдвэрлэлийн нарийн технологи шаардахгүй боловч жимсний нунтаг нь хөлдөөж хатаах, навчны цай нь нам температурт хатаах технологээр дамждаг.

Үйлдвэрлэлийн хэмжээг ихэсгэж өртгийг бууруулах боломж

Япон улс руу чацарганы хөлдөөсөн жимсний нийлүүлэлт хийх нь Хятад болон ОХУ-ын нийлүүлэлттэй өрсөлдөх чацарганы тариалалтын талбайн хэмжээ харьцангуй багатай манай орны хувьд хүнд байх болно. Иймд Монгол чацарганы 4 улирлын нөхцөлд хэрхэн даван ургаж буй онцлог, жимсний найрлагыг бусад Японд ургасан болон импортын чацарганатай харьцуулан судлаж давуу талыг товойлгон харуулах чухал байна. Ингэснээр Монгол чацарганы онцлогыг сурталчилж бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч, импортын бүтээгдэхүүний бөөний болон жижиглэнгийн дэлгүүрүүдэд нийлүүлэгч нартай холбоо тогтоох замаар өрсөлдөх боломжтой болох юм. Хүнсний үйлдвэрлэгч, нийлүүлэгч, борлуулагч, тээвэрлэгч нарыг улс харгалзахгүй холбоо тогтоох, хамтран ажиллах боломжийг олгодог ОУ-ын хүнсний фестиваль Япон оронд Гадаад худалдааны байгууллагаас жил болгон “FOODEX” нэрээр зохион байгуулдаг.

Бүтээгдэхүүнийг хамгийн бага зардлаар үйлдвэрлэх боломж

Япон орон руу чацарганы жүүс болон бусад бүтээгдэхүүнээр экспортолдог Бутан, Хятад, Орос, Финлянд, Дани, Герман зэрэг улсууд байгаа байх бөгөөд Монгол орны хувьд ялгарах онцлог дээр тулгуурлан экспорт хийх хэрэгтэй. Японы ард иргэдийн өдөр тутмын амьдралд өндөр технологи нэвтэрсэн байдаг тул зарим иргэд энэ бүхнээс уйдаж, энгийн гар аргын технологи болон түүгээр хийсэн бүтээгдэхүүнд татагдах, итгэх хандлага ихээр гарах болсон.

Чацаргана жимсийг хөлдөөж хатаах технологи дээр суурилан биологийн шимт нэгдлийг алдагдуулалгүй нэг удаагийн хэрэглээний зориулалттай антиоксидант идэвхтэй бодис солилцоог сайжруулах хүнсний нэмэлт, чацарганы навч ашиглан хөгшрөлтийн эсрэг идэвхтэй цай, үрийн тос ашиглан цэвэршүүлж омега тос, UV хамгаалалттай гар болон нүүрний тос үйлдвэрлэж экспортлох боломж байна. Ингэхдээ Монгол орны органик үйлдвэрлэл явуулах, сурталчилгааг хийх хэрэгтэй.

Эдийн засгийн хэмжээ

Япон улсын гоо сайхан, жимс, ундааны зах зээл 2017 оны байдлаар 6 тэрбум иен давсан импортын үзүүлэлттэй байна. Харин Монгол улс бүхий л төрөлд Япон улс руу экспорт хийхэд 37.94 сая иен байгаа нь маш том зах зээл харагдаж байна. Ард иргэдийн гар утас болон интернет орчны худалдан авалт жилээс жилд нэмэгдэж 2018 онд 122.46 тэрбум америк долларт хүрсэн. Иймд Монгол улсаас бүтээгдэхүүн импортлон оруулахдаа томоохон болон жижиглэнгийн худалдааны сувгаас гадна онлайн орчинд худалдаа давхар явуулах чухал юм.

Нэвтрэн ороход учрах саад бэрхшээл

Чацарганы түүхий эдийн хүрэлцээтэй бус нөөц, бүтээгдэхүүний найрлага, мониторинг болон лабораторийн баталгаажуулалт, бүтээгдэхүүний гэрчилгээжүүлэлт олон улсад хүлээн зөвшөөрөгдөөгүй байдал, дисрибьютер, онлайн орчинд төлөөлөн ажиллах хүч, түгээлтийн компаниудаар дамжуулан бүтээгдэхүүний хадгалах, тээвэрлэх нөхцлийг алдагдуулалгүй түргэн шуурхай тээвэрлэх, бусад улсын адил төст бүтээгдэхүүнээс ялгарах давуу тал, зорилтот зах зээлд бүтээгдэхүүн тохирсон эсэх, уугуул иргэдийн итгэл үнэмшил зэрэг нь зах зээлд нэвтрэн ороход учрах саад бэрхшээл болно.

Хүснэгт 69. Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн Япон улсын боломжит зах зээлд нэвтрэхэд бэлэн байдлын SWOT шинжилгээ

Давуу тал	Сул тал
<ul style="list-style-type: none"> - Цаг уурын онцлогоос хамаарсан зэрлэг байгальд ургасан түүхий эд ашиглалт - Бусад улсын чацарганы найрлагаас ялгагдах онцлог - Бүтээгдэхүүн боловсруулалтын технологийн дамжлага бага 	<ul style="list-style-type: none"> - Нийлүүлэлт ихсэх үеийн түүхий эдийн нөөцийн хомсдол - Лабораторийн шинжилгээ болон бүтээгдэхүүний гэрчилгээжүүлэлт ОУ-д хүлээн зөвшөөрөгдөөгүй
Боломж	Аюул

<ul style="list-style-type: none"> - Зорилтот зах зээлд нийлүүлэх бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл, технологийн дамжлага бага - Хоккаайдо мужад чацарганы тариалалт, боловсруулалт нь нутгийн бренд болгож чадсан учир чацарганы талаар иргэдийн мэдлэг дээшилсэн - Япон иргэдийн өвчлөлд үзүүлэх эмчлэн сэргийлэх чиглэлийн судалгааны ажил хангалттай хийгдсэн 	<ul style="list-style-type: none"> - Дотоод үйлдвэрлэлээ дэмжих үүднээс Япон улсын зүгээс тарифын болон тарифын бус саад учруулах - Бусад гадны улсаас Япон руу чацарганы бүтээгдэхүүн нийлүүлэгч нарын өрсөлдөөн ихсэх - БНХАУ–аас хямд үнээр түүхий эд болон бүтээгдэхүүний нийлүүлэлт ихэсэх
--	--

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Япон улсын ХАА-н гаралтай хүнс, хүнсний нэмэлт болон гоо сайхны бүтээгдэхүүнд тавигдах шаардлага өндөр тул экспортлогч бүтээгдэхүүний хувьд учрах саад бэрхшээл нь энэхүү стандартуудыг хангах, хорио цээрийн итгэмжлэгдсэн лабораторийн шинжилгээ баталгаажуулалтыг хангах, худалдаалах эрх авахад оршино.

Монгол чацаргана, түүний гаралтай бүтээгдэхүүнийг бусад улсын бүтээгдэхүүнээс ялгарах онцлог шинж чанарыг сурталчилгаанд ашиглах, зорилтот зах зээлийн эрэлтийг хангахуйц бүтээгдэхүүний давуу талыг сурталчилахгүйгээр шууд шинэ зах зээл рүү нэвтрэх хүндрэлтэй.

2.Бэлтгэн нийлүүлэгчдээс учирч болох бэрхшээл

Монгол улсад чацарганы боловсруулах үйлдвэрүүд байгаа боловч зөвхөн тариалалт явуулж бэлтгэн нийлүүлдэг жижиг аж ахуй, хоршоо, өрх гэрийн хэмжээнд олон байна. Энэ нь чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлтийн явц дахь түүхий эдийн нэгэн жигд байдал алдагдах, өөр өөр газар ургасан жимснүүд холилдох, нэмэлт бордоо хэрэглэсэн байх магадлал өсөх юм.

Бүтээгдэхүүний бас нэг хүчин зүйл бол сав баглаа боодол, хаяг, шошгоны асуудал юм. Япон улс нь импортын бүтээгдэхүүний савлагаа, шошгожилтын стандартыг мөрдлөгө болгох бөгөөд органик гэрчилгээжүүлэлт хийхийн тулд үйлдвэр дээрээс нь түүхий эдийн дээж, боловсруулалтын үеийн дамжлага, тариалалтын талбайгаас хөрс, ургацын дээж авч шинжлэх шалгалт явуулах тохиолдол байна.

Монгол улсын боловсруулах үйлдвэрүүд өнөөгийн байдлаар хүнсний зориулалттай хуванцар савны түүхий эд, хэв, халаалтын технологийг Тайвань улсаас импортлон хэрэглэж байна.

Хүснэгт 70. Япон улс: Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн түүхий эдийн бэлтгэн нийлүүлэлтийн SWOT шинжилгээ

Давуу тал	Сул тал
<ul style="list-style-type: none"> - Түүхий эдийн нийлүүлэлт сайн - Тариалалт эрхэлж буй аж ахуй, хоршоо, өрх айл олон 	<ul style="list-style-type: none"> - Түүхий эдийн чанар, баталгаа найдвартай бус - Япон улсын хүнсний хэрэглээний хэрэглэгдэх сав баглаа боодлын чанарын шаардлага хангах эсэх эргэлзээтэй
Боломж	Аюул
<ul style="list-style-type: none"> - Японы зах зээл дээр бусад улс чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүний сурталчилгааг маш сайн хийсэн. Үүнд онлайн орчин болон телевизийн шоу нэвтрүүлэг чухал үүрэгтэй байна. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ургац сайжруулахын тулд химийн бордоо хэрэглэсэн байх магадлалтай - Сав, баглаа боодлын асуудалд БНХАУ хямд, түүхий эдийн баталгаагүй нийлүүлэлт хийх замаар оролцох магадлалтай

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Түүхий эдийн бэлтгэн нийлүүлэлт хийх олон эх үүсвэр байгаа боловч түүхий эдийн чанар, баталгаажуулалтын тал дээр сул тал ажиглагдаж байна.

3.Худалдан авагч, хэрэглэгчид

Япон улсын зах зээлд чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулахад харгалзан үзэх шаардлагатай хэрэглэгчдийн тоо, хэрэглэгчдийн нэг удаагийн худалдан авах хэмжээ, үнийн мэдрэмж, орлох бүтээгдэхүүн, худалдан авагчдын чацарганы талаарх мэдлэг, хэрэглэгчдийн бүтээгдэхүүнийг худалдан авахад харгалзан үздэг шалгуурууд гэсэн үзүүлэлтүүдийг доор нэгтгэн зорилтот зах зээл буюу Хоккайдо мужийн жишээн дээр харуулав.

Хүснэгт 71. Япон улс: Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн бүтээгдэхүүнийг худалдан авагчдын судалгаа

	Бүт 1 /жимсний нунтаг/	Бүт 2 /Навчны пакеттай цай/	Бүт 3 /үрийн болон хальсны тос/
Хэрэглэгчдийн тоо	0.8 сая	1.5 сая	1.9 сая
Хэрэглэгчдийн нэг удаагийн худалдан авах хэмжээ	180 иен Витамин С, 100 мл	1200 иен Himalayan herbal tea [sea buckthorn] = 21г, 15ш пакеттай	2100 иен Himalayan Sea buckthorn oil, OMEGA-7 (30 ш x 0.5 г = 15 г)
Хэрэглэгчийн худалдан авалтын давтамж \жилд эсвэл улиралд, эсвэл сард\	Онлайн зах зээлд нэвтэрсэн, жижиглэн худалдаа, сүлжээ дэлгүүрүүдээр төдийлөн танигдаагүй тул өндөр боломжтой	Онлайн зах зээлд нэвтэрсэн, жижиглэн худалдаа, сүлжээ дэлгүүрүүдээр төдийлөн танигдаагүй тул өндөр боломжтой	Онлайн зах зээлд нэвтэрсэн, жижиглэн худалдаа, сүлжээ дэлгүүрүүдээр төдийлөн танигдаагүй тул өндөр боломжтой
Үнийн мэдрэмж	Дундаж үнэтэй, өөрт таалагдсан бүтээгдэхүүнээ хэрэглэгчид байнгын худалдан авдаг.	Хэрэглэгчид үнийн хувьд мэдрэг боловч, биологийн идэвх буюу хөгшрөлтийн эсрэг идэвхийн үйлдэл мэдэрсэн тохиолдолд худалдан авах боломжтой.	Гоо сайхны бүтээгдэхүүний найрлаганд их анхаарах бөгөөд байгалийн гаралтай хямд үнэтэй бүтээгдэхүүнийг худалдан авах сонирхолтой.
Орлох бүтээгдэхүүн	Лемон жүүс /антиоксидант идэвхтэй/	Ногоон цай /антиоксидант идэвхтэй/	Эхэсийн найрлагатай тос
Хэрэглэгчийн бүтээгдэхүүний талаарх мэдлэг	Онлайн худалдааны бүтээгдэхүүний танилцуулга дээр чацарганад агуулагдах витамин С нь лемон жүүснээс 10.15 дахин их гэж мэдээлдэг.	Чацарганы навчны талаарх мэдээлэл дутмаг, хэрэглэгчдэд танигдаж эхэлж байгаа шинэ бүтээгдэхүүн	Омега тос нь Японы онлайн зах зээлд танигдаж эхэлсэн. Ихэвчлэн бүсгүйчүүд арьсанд үзүүлэх эерэг хандлагатай мессежийг онлайн худалдааны сэтгэгдэлд үлдээж байгаа.

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Хэрэглэгчдийн тоог чацаргана тариалалт Хоккайдо мужийн нийт хүн амын тоонд харьцуулсан бөгөөд бүтээгдэхүүний үнийн дүнг онлайн борлуулагдаж буй бүтээгдэхүүний нэгж үнээр тус тус тооцсон.

4. Орлох бүтээгдэхүүнүүд

Монгол улсаас Япон улсад экспортлох бүтээгдэхүүнүүдийн хувьд орлох шинжтэй бүтээгдэхүүний судалгааг гүйцэтгэв.

Хүснэгт 72. Япон улс: Монголын бүтээгдэхүүний орлох бүтээгдэхүүний судалгаа

Бүтээгдэхүүн	Орлох бүтээгдэхүүний нэр төрөл		Орлох бүтээгдэхүүний онцлог шинж	
	Бүт 1	Бүт 2	Бүт 1	Бүт 2
Бүт 1 жимсний нунтаг	Лемоны жүүс	Ногоон цай	Цэвэр жүүс тул витамины С агууламжтай өндөртэй, хямд	Япон улс нь ногоон цайны уламжлалт ёс, заншил, хэрэглээгээрээ алдартай бөгөөд антиоксидант идэвхид тулгуурлан хэрэглэдэг.
Бүт 2 Навчны пакеттай цай	Чацарганы навчны импортын цай /Himalayan herbal tea/	Ногоон цай	Өндөр уулын бүсд зэрлэг байгальд ургуулсан чацарганы навчаар нунтаглаж хийсэн.	Япон улс нь ногоон цайны уламжлалт ёс, заншил, хэрэглээгээр алдартай бөгөөд антиоксидант идэвхид тулгуурлан хэрэглэдэг.
Бүт 3 үрийн болон хальсны тос	Омега-3, 6, 7, 9 Тосны төрлүүд /импортын бүтээгдэхүүнүүд/	Ногоон цай	Баруун Европ, Орос, Хятад, Бутан зэрэг улсуудын чацарганы гаралтай адил бүтээгдэхүүнүүд	Ногоон цай нь түүхий эдээс хамааран олон төрөл байх бөгөөд судасны эргэлт сайжруулах, тархи болон дархлааны үйл ажиллагааг дэмжих зэрэг олон үйлдэлтэй

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Байгалийн эрс тэс хүйтэн уур амьсгалд дасан зохицож ургадаг чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүнүүд нь биологийн өндөр идэвхтэй байдаг. Гэвч эдгээр бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх антиоксидант идэвх өндөртэй Японы уламжлалт аргаар гарган авсан ногоон цай нь ард иргэдийн өдөр тутмын хэрэглээ нь болж чадсан байдаг. Навчаар хийсэн насжилтын эсрэг идэвхтэй цай, UV хамгаалалттай тос зэрэг нь охид, бүснүйчүүд, эмэгтэйчүүдийн дунд танигдаж эхэлсэн нь зах зээл дээрх өрсөлдөөнийг бий болгож байна.

5.Өрсөлдөгчид

Япон улсын зах зээлд Монголын чацарганы жимсний нунтаг хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх Япон болон БНХАУ-д үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүнүүдийн хувьд өрсөлдөгчийн шинжилгээг гүйцэтгэлээ.

Хүснэгт 73. Япон улс: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа /Жимсний нунтаг/

№	Үзүүлэлтүүд	Өрсөлдөх Бүт 1 \Япон улсад үйлдвэрлэсэн\	Өрсөлдөх Бүт 2 \БНХАУ-д үйлдвэрлэсэн\
1	Зах зээлд эзлэх байр суурь \хувиар\	50	15
2	Бүтээгдэхүүний чанарын баталгаа	Үйлдвэрлэлийн технологи болон түүхий эд баталгаатай.	Чанарын баталгаа хангасан.
3	Бүтээгдэхүүний ялгарах байдал	Дотоодын, органик, чанар сайтай, үнэтэй	Хятад улсаас импортоор орж ирдэг, хямд үнэтэй
4	Бүтээгдэхүүний зах зээл дэх үнэ	2000 иен, 200мл	1380 иен, 30г
5	Хэрэглэгчдэд бүтээгдэхүүнээ хүргэж буй борлуулалтын суваг	Онлайн захиалга, шуудангаар түгээлт	Бөөний болон жижиглэнгийн сувгууд, онлайн захиалга, түгээлт
6	Хэрэглэгчдэд чиглэсэн идэвхижүүлэлтийн үйл ажиллагаа	Энержи дринк, тариалалт, хураалт, боловсруулалтыг гар аргаар хийсэн, органик шинж дээр сурталчилдаг.	Хэрэглэгчдэд чиглэсэн чацарганы талаарх мэдээлэл сурталчилгаа явуулдаг.

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Япон улсын өөрсдийн чацарганы тариалалт, хураалт, бүтээгдэхүүн боловсруулалт тодорхой тул хэрэглэгчдэд органик шинж чанараа хадгалсан, итгэл төрүүлдэг тул өндөр үнэтэй байдаг. Харин БНХАУ-аас импортлогдож буй чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүний нунтаг нь аль газраас хэрхэн түүж, хатааж бэлтгэсэн технологи тодорхой бус, үнэ хямд байдаг нь хэрэглэгчдэд эргэлзэх сэдэл төрүүлдэг. Эдгээр бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөхийн тулд Монгол орноос чацарганы тариалалт, хураалт, боловсруулалтын үе шат, баталгаажуулалтын бичиг баримт хамт хавсарган явуулах нь хэрэглэгчдэд үнэмшил төрүүлэх, худалдаанд өрсөлдөх чадварыг нэмэгдүүлнэ.

Хүснэгт 74. Япон улс: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа /Навчны пакеттай цай/

№	Үзүүлэлтүүд	Өрсөлдөх Бүт 1 \Япон улсад үйлдвэрлэсэн\	Өрсөлдөх Бүт 2 \БНХАУ-д үйлдвэрлэсэн\
1	Зах зээлд эзлэх байр суурь \хувиар\	50	50
2	Бүтээгдэхүүний чанарын баталгаа	Бүрэн баталгаажсан.	Түүхий эд болон боловсруулалт бүрэн баталгаажсан.
3	Бүтээгдэхүүний ялгарах байдал	Өөрсдөө тариалдаг.	Өөрсдөө тариалдаг, гар аргаар түүж боловсруулдаг, өндөр уулын бүсд ургуулдаг.
4	Бүтээгдэхүүний зах зээл дэх үнэ	12 ш, 1200 иен	15 ш пакеттай, 1200 иен
5	Хэрэглэгчдэд бүтээгдэхүүнээ хүргэж буй борлуулалтын суваг	Онлайн захиалга, шуудангаар түгээлт	Онлайн захиалга, шуудангаар түгээлт
6	Хэрэглэгчдэд чиглэсэн идэвхижүүлэлтийн үйл ажиллагаа	Төвд улсын уламжлалт хэрэглээнд байсан чацарганы навчыг Энэтхэг цайны жортой хослуулсан бүтээгдэхүүн, бие махбодийг сэргээн гэсэн утга бүхий сурталчилгаа явуулдаг.	Himalayan ууланд ургуулдаг, байгалийн онгон тагшид ургуулсан чацарганы навчыг салхинд хатаах замаар ашигласан экологийн цэвэр бүтээгдэхүүн гэж сурталчилдаг.

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Ерөнхийдөө чацарганы навчыг ашигласан биологийн идэвхтэй цай нь аль ч улсын импортоос үл хамааран 12-оос 15 удаа хэрэглэхээр пакетлагдсан ба нэг бүр нь 1200 иений үнэтэйгээр борлуулагдаж байна. Монголоос энэхүү төрлийн бүтээгдэхүүн хийхдээ чацарганы навч мөн өөр төрлийн анхилуун үнэрт навч зэрэг хольж, өртгийн хувьд хямд үйлдвэрлэж зах зээл рүү нэвтрэх боломжтой.

Хүснэгт 75. Япон улс: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа /үрийн болон хальсны тос/

№	Үзүүлэлтүүд	Өрсөлдөх Бүт 1 /Герман улсад үйлдвэрлэсэн/	Өрсөлдөх Бүт 2 / БНХАУ-д үйлдвэрлэсэн /
1	Зах зээлд эзлэх байр суурь \хувиар\	50	30
2	Бүтээгдэхүүний чанарын баталгаа	Түүхий эд болон үйлдвэрлэлийн процесс баталгаатай	Омега 3, 6, 7, 9 тосны хүчлүүдийн баталгаажуулалт хангалтгүй
3	Бүтээгдэхүүний ялгарах байдал	Тосон бөмбөлөг, 1 жилийн хэрэглэх тунатай	Хямд үнэтэй, 3 сарын уух тунатай капсул
4	Бүтээгдэхүүний зах зээл дэх үнэ	Омега-3, 3,195 иен	Омега-3, 790 иен
5	Хэрэглэгчдэд бүтээгдэхүүнээ хүргэж буй борлуулалтын суваг	Онлайн захиалга, шуудангийн түгээлттэй	Онлайн захиалга, шуудангийн түгээлттэй

6	Хэрэглэгчдэд чиглэсэн идэвхижүүлэлтийн үйл ажиллагаа	Загасны тосноос ялгасан, амьтны гаралтай бүтээгдэхүүн.	Органик бүтээгдэхүүн гэдэг сурталчилгаа явуулдаг.
---	--	--	---

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Өрсөлдөгч бүтээгдэхүүнүүдийн өртөг хямд, амьтны болон жимсний гаралтай, үйлдвэрлэлийн шаардлага хангасан, их хэмжээгээр нийлүүлэлт хийх чадвартай, хэрэглэгчдэд танигдсан зэрэг нь давуу тал болж байна.

ДҮГНЭЛТ

Япон улс руу чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүн экспортлоход албан ёсны дистрибьютертай худалдааны гэрээ байгуулах нь зах зээлд нэвтрэхэд хугацаа бага шаардана.

Бүтээгдэхүүний савлагаа, боодол, шошгожилтыг бусад бүтээгдэхүүнээс ялгагдах, органик шинж чанарыг харуулсан, хэрэглэгчдийн нүдэнд өртөхүйц загвартай байвал зохилтой.

Чацарганы хуурай нунтаг, навчны цайны хэлбэрүүд нь боловсруулагч үйлдвэрүүдэд нарийн технологи шаардахгүй тул Японы стандарт хангах, зах зээлд нэвтрэхэд илүү хурдан байна. Мөн Омега тосны технологийг шийдэж, бусад орны адил төстэй бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх, бэлэн хэрэглэгчидтэй зах зээл рүү нэвтрэх боломжтой. Учир нь бусад бүтээгдэхүүний сурталчилгаа аль хэдийнээ хийгдэж байгаа тул уг бүтээгдэхүүний хэрэглэгчдэд Монгол чацарганы ялгарах онцлогыг сурталчилах л ажил хийнэ гэсэн үг юм.

Японы онлайн худалдааны томоохон вебсайтуудтай гэрээ хийж, онлайнаар борлуулалт хийхээс гадна тэдгээрийн түгээлтийг сувгийг нь ашиглах бүрэн боломжтой байна.

3.8. ЯПОН УЛСЫН ЗАХ ЗЭЭЛД ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙГ ЭКСПОРТЛОХ СТРАТЕГИ, САНАЛ

Япон улсын зах зээлд чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлох стратегийн саналыг CROSS SWOT шинжилгээний арга зүйд тулгуурлан боловсруулав.

Хүснэгт 76. Япон улсад чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлоход CROSS SWOT шинжилгээ

		Боломж	Аюул бэрхшээл
CROSS SWOT шинжилгээ	1	Зорилтот зах зээл болох Япон улсын Хоккайдо мужийн нийт хүн амын 1/3 нь чацарганы мэдлэгтэй, дундаж худалдан авах чадвар сайн, аялал жуучлалын эдийн засгийн жил бүр өсөлттэй.	1 Чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүн нь бөөний болон жижиглэн худалдааны зах зээл дээр шинэ бүтээгдэхүүн тул олонд танигдаагүй.
	2	Япон улсын хүнсний болон мах,сүүний фермийн тэргүүлэгч бүс, органик бүтээгдэхүүний тариалалт өндөртэй, ногоон цайны уламжлалт хэрэглээтэй.	2 Чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүн Япон улс руу экспортлогч улс орнууд их бөгөөд сонирхол өндөртэй. Өөрөөр хэлбэл, импортлогч орнуудын өрсөлдөөн их.
	3	Хоккайдо мужийн нэрийн бүтээгдэхүүнд чацаргана болон түүний гаралтай бүтээгдэхүүнүүд ордог. Зэрлэг байгалийн эко бүтээгдэхүүн, эрүүл мэндэд тустай гэдгээр ард иргэдэд танигдаж байгаа.	3 Хямд үнэтэй БНХАУ болон бусад орнуудын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх шаардлага тулгарна.
	4	Чацарганы хэрэглэгчдийн дунд гар аргаар боловсруулсан нутгийн бүтээгдэхүүн танигдсан нь нарийн технологи үл шаардах шинэ төрлийн бүтээгдэхүүн зах зээлд нэвтрүүлэх боломжтой.	4 Хүнсний болон гоо сайхны бүтээгдэхүүнд тавигдах стандарт, хяналт шалгалтыг хангах, үл хангаснаас үүдэлтэй эрсдэлтэй орны тоонд багтах аюултай.
	5	Хоёр улсын хооронд чөлөөт худалдааны хэлэлцээр хийгдсэн тул гаалийн татвар бага байх нөхцөл бүрдүүлсэн.	
Давуу тал		Давуу тал – боломж стратеги буюу богино хугацааны зорилт	Давуу тал – аюул бэрхшээл буюу дунд хугацааны зорилт
1	Монгол улсын эрс тэс цаг агаарт зохицон ургасан зэрлэг чацарганы органик бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх чадавхтай.	<ul style="list-style-type: none"> Зорилтот бүтээгдэхүүний Япон улсын стандартыг нарийвчлан судлах Дистрибьютер компанитай хамтран ажиллах 	<ul style="list-style-type: none"> Монгол оронд ургаж буй чацарганы сортуудын хоорондын ялгаа, найрлагыг судалгаа

2	Олон нийлүүлэгчээс үйлдвэрлэлийн түүхий эдээр хангах бололцоотой.	<ul style="list-style-type: none"> • Зорилтот бүтээгдэхүүнтэй ижил чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулдаг мэргэжлийн холбоо, нийгэмлэгүүдтэй холбоо тогтоох • Бусад улсаас импортлогч бүтээгдэхүүний зах зээлийн багтаамж судлах. Өөрөөр хэлбэл, өрсөлдөгийн судалгааг нарийвчлан хийх. • Онлайн худалдааны тэргүүлэгч сайтуудтай холбоо тогтоох, бүтээгдэхүүнээ сурталчилан борлуулж эхлэх • Сүлжээ дэлгүүрүүдээр бүтээгдэхүүнээ байршуулах • Сүлжээ ресторан болон буудлуудтай бүтээгдэхүүн нийлүүлэлтийн гэрээ хийх боломжийг хайх 	шинжилгээний үндсэн дээр харьцуулан баталгаажуулах
3	Органик бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх, түүхий эдийн нөөц бий болгох жижиг үйлдвэрлэл чацарганы бүс нутагт байгуулах боломжтой.		<ul style="list-style-type: none"> • Ашигтай үйлдвэрлэлийн чацарганы бренд сорт бий болгох • Энэхүү бренд сортыг ашигласан бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж бренд бүтээгдэхүүн бий болгох • Үйлдвэр болон үйлдвэрлэлийн процессуудыг чанаржуулах, стандарт, техникийн шаардлага хангахуйц хэмжээнд хүргэх • Бренд бүтээгдэхүүний химийн найрлага болон биологийн үйлдлийн шинжлэх ухааны судалгааны үр дүнд сурталчилан таниулах
Сул тал		Сул тал – боломж стратеги буюу дунд хугацааны зорилт	Сул тал – аюул бэрхшээл буюу урт хугацааны зорилт
1	Үйлдвэрлэгч компаниуд олон боловч гадаад зах зээл рүү экспортлох хэмжээ бага, олон улсын стандартыг үйлдвэрлэлдээ нэвтрүүлээгүй.	<ul style="list-style-type: none"> • Бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт – Одоогийн бүтээгдэхүүнийг орлож худалдаанд гарах бүтээгдэхүүний судалгаа, шинжилгээ хийх • Үйлдвэрлэлийн орчин болон шат дамжлагад олон улсын стандартууд нэвтрүүлэх • Судалгаа, шинжилгээний лабораториудад олон улсын гэрчилгээжүүлэлт хийх • Бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт болон судалгаа шинжилгээний хамтарсан баг бий болгох • Япон болон Монгол улс хоорондын мэргэжлийн холбоо болон үйлдвэрлэлийн харилцаа холбоог сайжруулах, туршлага солилцох, хамтран ажиллах 	<ul style="list-style-type: none"> • Чацаргана тариалагч болон бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч бусад орнуудын технологи нэвтрүүлэлтийг судлан нутагшуулах боломжийг эрэлхийлэх • Олон улсад хүлээн зөвшөөрөгдсөн үйлдвэрлэл болон лаборатори бий болгож, итгэмжлэл авах • Компаний ирээдүйн баталгаа болсон ажиллах хүч, мэргэшсэн, боловсон хүчний баг бүрдүүлэхийн тулд гадны улсад урт болон богино хугацаанд мэргэжлийн сургалтанд хамруулах
2	Бүтээгдэхүүнийг урт хугацаанд нэгэн жигд чанар болон түүхий эдийн нийлүүлэлтээр хангах асуудал дутагдалтай.		
3	Компаниуд үйлдвэрлэлд л анхаарлаа хандуулдаг бөгөөд ирээдүйд бренд бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх стратегийн зорилт дэвшүүлээгүй, эдийн засгийн эрсдлийн тооцоо хийдэггүй		

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Дээрх CROSS SWOT шинжилгээний үр дүнд тулгуурлан дараах стратегийн саналуудыг богино, дунд, урт хугацаанд дэвшүүлж байна.

Богино хугацааны зорилт:

- Зорилтот бүтээгдэхүүний Япон улсын стандартыг нарийвчлан судлах
- Дистрибьютер компанитай хамтран ажиллах
- Зорилтот бүтээгдэхүүнтэй ижил чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулдаг мэргэжлийн холбоо, нийгэмлэгүүдтэй холбоо тогтоох
- Бусад улсаас импортлогч бүтээгдэхүүний зах зээлийн багтаамж судлах. Өөрөөр хэлбэл, өрсөлдөгийн судалгааг нарийвчлан хийх.
- Онлайн худалдааны тэргүүлэгч сайтуудтай холбоо тогтоох, бүтээгдэхүүнээ сурталчилан борлуулж эхлэх
- Сүлжээ дэлгүүрүүдээр бүтээгдэхүүнээ байршуулах
- Сүлжээ ресторан болон буудлуудтай бүтээгдэхүүн нийлүүлэлтийн гэрээ хийх боломжийг хайх

Дунд хугацааны зорилт:

- Монгол оронд ургаж буй чацарганы зүйлүүдийн хоорондын ялгаа, найрлагыг судалгаа Монгол оронд ургаж буй чацарганы сортуудын хоорондын ялгаа, найрлагыг судалгаа шинжилгээний үндсэн дээр харьцуулан баталгаажуулах
- Ашигтай үйлдвэрлэлийн чацарганы бренд сорт бий болгох
- Энэхүү бренд сортыг ашигласан бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж бренд бүтээгдэхүүн бий болгох
- Үйлдвэр болон үйлдвэрлэлийн процессуудыг чанаржуулах, стандарт, техникийн шаардлага хангахуйц хэмжээнд хүргэх
- Бренд бүтээгдэхүүний химийн найрлага болон биологийн үйлдлийн шинжлэх ухааны судалгааны үр дүнд сурталчилан таниулах
- Бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт – Одоогийн бүтээгдэхүүнийг орлож худалдаанд гарах бүтээгдэхүүний судалгаа, шинжилгээ хийх
- Үйдвэрлэлийн орчин болон шат дамжлагад олон улсын стандартууд нэвтрүүлэх
- Судалгаа, шинжилгээний лабораториудад олон улсын гэрчилгээжүүлэлт хийх
- Бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт болон судалгаа шинжилгээний хамтарсан баг бий болгох
- Япон болон Монгол улс хоорондын мэргэжлийн холбоо болон үйлдвэрлэлийн харилцаа холбоог сайжруулах, туршлага солилцох, хамтран ажиллах

Урт хугацааны зорилт:

- Чацаргана тариалагч болон бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч бусад орнуудын технологи нэвтрүүлэлтийг судлан нутагшуулах боломжийг эрэлхийлэх
- Олон улсад хүлээн зөвшөөрөгдсөн үйлдвэрлэл болон лаборатори бий болгож, итгэмжлэл авах
- Компаний ирээдүйн баталгаа болсон ажиллах хүч, мэргэшсэн, боловсон хүчний баг бүрдүүлэхийн тулд гадны улсад урт болон богино хугацаанд мэргэжлийн сургалтанд хамруулах

Япон улсын зорилтот зах зээлд нэвтрүүлэх бүтээгдэхүүнүүдийг өрсөлдөх бүтээгдэхүүний үнийн түвшинтэй харьцуулж үйлдвэрлэлийн технологиос хамааруулж хямд болон ижил түвшинд зах зээл дээр худалдаалах боломжтой байна.

Монголын чацарганы бүтээгдэхүүнийг Япон улсад экспортлох санал:

Нэг. Салбарын манлайлагч компаниудын үүрэг, хувь нэмэр, экспортлох боломжтой чацарганы бүтээгдэхүүний нэр төрөл, тоо хэмжээ, орлого

Япон улс дахь чацарганы зах зээлийн маркетингийн 7P шинжилгээг 3.6-аар бүлэгт тодорхойлсон билээ. Ирээдүйд экспортлох 3 төрлийн бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ, орлогыг 3 хувилбараар тооцов. Үүнд:

Хувилбар 1. Монголын чацаргана боловсруулах хүчин чадлын 30%-ийг ашиглах үед: /2,577.3тн/
 Хувилбар 2. Монголын чацаргана боловсруулах хүчин чадлын 50%-ийг ашиглах үед: /4,295.5тн/
 Хувилбар 3. Монголын чацаргана боловсруулах хүчин чадлын 70%-ийг ашиглах үед: /6,013.7тн/

Монгол улсын чацарганы боловсруулах үйлдвэрүүдэд суурилагдсан хүчин чадлын хэмжээгээр буюу 8,591 тонн байхаар чацарганы бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэх хэмжээ болон олох орлогын хэмжээг ойролцоогоор тооцов. Хүн амын дотоодын хэрэгцээнд чацарганы бүтээгдэхүүний хэрэглэнэ гэж тооцсон тул хүчин чадлын ашиглалтыг 100 хувь ашиглана гэсэн хувилбарыг оруулаагүй болно. Дээрх 3 хувилбар тус бүрээр үйлдвэрлэх боломжит бүтээгдэхүүний хэмжээг тооцохдоо дараах орц, нормыг ашиглалаа. Үүнд:

- Жимсний нунтаг нь хөлдөөж хатаах аргаар 8-10 кг жимснээс дунджаар 1 кг /<https://brixproducts.com/en/fruit/freeze-dried-fruit/>
- 100 кг навчнаас 12.4 кг хуурай нунтаг /www.moringanews.org/documents/ECotogoUK.doc/
- 100 кг жимснээс CO₂ аргаар хандалахад 7.3 кг тос /Nika Pavlovie et all, 2016 / зэрэг эх сурвалжууд дээр үндэслэв.

Япон улс руу экспортолсон тосны үнэ /1 кг - 123 USD/ болон худалдаанд байгаа жимс болон навчны нунтагын эцсийн бүтээгдэхүүний үнийг өмнөх бүлгээс авч ашиглан доорх хүснэгтэд тооцоолол хийв.

Хүснэгт 77. Япон улс: Экспортлох боломжтой чацарганы бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ ба орлогын төсөөлөл

Бүтээгдэхүүн	Экспортлох тоо хэмжээ \тонн\			Бүтээгдэхү үний дундаж үнэ, ам.дол	Нийт орлого, мянган ам.доллар		
	Хувилбар 1	Хувилбар 2	Хувилбар 3		Хувилбар 1	Хувилбар 2	Хувилбар 3
Жимсний нунтаг	85.9	143.2	200.5	34.93 / 100 г	30008.4	50013.9	70019.5
Навчны нунтагаар хийсэн пакеттай цай	106.5	177.5	248.6	44.71 / 100 г	47628.8	79381.4	111134.0
Үр / хальсны тос	62.7	104.5	146.3	123.00 / кг	7713.9	12856.4	17999.0
Нийт дүн					85351.1	142251.8	199152.5

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Хүснэгтээс харахад, дотоодод суурилагдсан хүчин чадлын 30 хувийг ашиглаж гурван бүтээгдэхүүнийг тэнцүү хэмжээний түүхий эдээр үйлдвэрлэж зөвхөн Япон улс руу бүх бүтээгдэхүүнээ экспортлоход суурилагдсан хүчин чадлын 30 хувийг ашиглах үед 85.4 сая ам.долларын орлого, харин суурилагдсан хүчин чадлын 70 хувийг ашиглахад 199.1 сая ам.долларын орлого олох ойролцоо тооцоо гарч байна.

Хоёр. Чацарганы бүтээгдэхүүн боловсруулах талаарх тухайн улсын технологи, судалгаа ба хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн, баглаа боодлын ерөнхий шийдэл, инноваци төвлөрөх байршил, тээвэрлэлтийн боломж

Өмнөх бүлэгт тодорхойлсон бүтээгдэхүүнүүдийн технологи, бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт, сав баглаа боодлын ерөнхий шийдлийг тус бүрт нь бичив.

Хүснэгт 78. Япон улсад экспортлох Бүтээгдэхүүн 1 /Жимсний нунтаг/

Үзүүлэлтүүд	Санал
Технологи	Хөлдөөж хатаах технологи ашиглан үйлдвэрлэлийн түвшинд хуурай жимс гарган авна. Дараагийн шатанд нэгэн жигд нунтаглах технологийн үе дамжсанаар жимсний нунтаг гарган авна. Хүнсний бүтээгдэхүүн тул стандарт, эрүүл аюулгүй байдлыг шандлан сахина. Үүнд: түүхий эд хүлээн авах, шинжлэх, үйлдвэрлэлийн шатанд оруулах, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл, савлагаа, боодол хүртэл хамаарна.
Судалгаа хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн ба	Нунтагласан жимсийг савлах технологи /үрэл, пакет гэх мэт/ нь бүтээгдэхүүний хэмжээ, савлагаанаас хамаарах тул зорилтот бүтээгдэхүүний технологи нэвтрүүлэх хэрэгтэй. Зуны цагт нунтаг мөс дээр цацах, тараг, зайрмаг дээр хольж хэрэглэж болно.
Баглаа боодлын ерөнхий шийдэл	Органик хатаасан жимснүүдийн савалгаанд бор цаасан уут давамгайлах боловч нарны гэрлээс хамгаалсан бор шилэн савлагаа, хүнсний зориулалттай хуванцар сав байж болно.
Инноваци төвлөрөх байршил	ХАА, Ой болон Агнуурын Яамнаас жимс, жимсгэнэ тариалалт, ХАА гаралтай бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэгчдийг дэмжих, ЭЗ-ийн Яам нь урт хугацааны хүү багатай зээл өгөх, Орон нутгийн захиргаа нь үйл ажиллагаа явуулах боломжийг бүрдүүлэх зэргээр дэмждэг бол судалгааны ажлыг ихэвчлэн Их сургууль болон харъяа ЭШ-ний хүрээлэнгүүд хийнэ. Үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүний чанарын баталгаажуулалт нь хүнсний хорио цээрийн байгууллагын шинжилгээгээр баталгааждаг.
Тээвэрлэлтийн боломж	Монгол орны хувьд Япон улс руу хүнсний бүтээгдэхүүн экспортлох нь агаарын тээвэр ашиглах нь оновчтой юм. Энэ нь газар болон усан тээврийг бодоход өртгийн хувьд өндөр боловч хугацаа хэмнэх, эргэлт хурдасгах, бүтээгдэхүүнд орчны нөлөөлөл бага үүсгэх зэрэг давуу талтай.

Үйлдвэрлэгчид хөлдөөж хатаах технологи ашиглах нь бага зайнд ихээр жимсээ хатаах нөхцлийг олгоно. Японы зах зээл дээр жимсийг хөлдөөж хатаах технологи давамгайлдаг. Энэ нь тухайн жимсний биологийн идэвхийг 98% хадгалж үлддэг давуу талтай.

Хүснэгт 79. Япон улсад экспортлох Бүтээгдэхүүн 2 /Навчны нунтгаар хийсэн пакеттай цай/

Үзүүлэлтүүд	Санал
Технологи	Навчны нунтгаар хийсэн пакеттай цай хийх үйлдвэрлэлийн технологи нь жимсний нунтаг гарган авах технологитой адил нарийн технологи шаардахгүй. Гэвч навчны нунтагыг нам температурт хатааж хуурай навчаа гарган авна. Үүний дараа нунтаглаж, нэгэн жигд болгосноор пакетлан савлах үе шат дамжина. Нунтаглах технологи нь жимсний нунтаглах машин болно. Савлах машин нь хавтгай дөрвөлжин, гурвалжин суурьтай, пирамид хэлбэртэй байдаг бөгөөд эдгээрээс үйлдвэрлэгч өөрөө сонголт хийнэ. Бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлээс эцсийн савлагаа хүртэл бүтээгдэхүүний эрүүл ахуйн орчин, стандартууд мөрдөгдөнө.
Судалгаа хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн ба	Навчны нунтгаар үрэл, эрүүл мэндийн цай, навчний нунтаг болон хандыг ашиглан талх, донац, гоймон, шоколадны өнгө хувиргах зэрэг хүнсний үйлдвэрлэлд нэвтрүүлсээр байна. Японы хүнсний коллеж энэхүү бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийн судалгааг эрчимтэй явуулдаг.
Баглаа боодлын ерөнхий шийдэл	Ногоон цайны эх орон Япон улсад хөгширөлтийн эсрэг эрүүл мэндийн цай Бутан болон Энэтхэг улсаас хүч түрэн орж ирсэн. Иймд эдгээр улсын бүтээгдэхүүнээс өвөрмөц савлагаатай буюу пирамид хэлбэртэй дүрдэг цай эрэлт өндөр байх боломжтой.
Инноваци төвлөрөх байршил	ХАА, Ой болон Агнуурын Яамнаас жимс, жимсгэнэ тариалалт, ХАА гаралтай бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэгчдийг дэмжих, ЭЗ-ийн Яам нь урт хугацааны хүү багатай зээл өгөх, Орон нутгийн захиргаа нь үйл ажиллагаа явуулах боломжийг бүрдүүлэх зэргээр дэмждэг бол судалгааны ажлыг ихэвчлэн Их сургууль болон харъяа ЭШ-ний хүрээлэнгүүд хийнэ. Үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүний чанарын баталгаажуулалт нь хүнсний хорио цээрийн байгууллагын шинжилгээгээр баталгааждаг.
Тээвэрлэлтийн боломж	Монгол орны хувьд Япон улс руу хүнсний бүтээгдэхүүн экспортлох нь агаарын тээвэр ашиглах нь оновчтой юм. Энэ нь газар болон усан тээврийг бодоход өртгийн хувьд өндөр боловч хугацаа хэмнэх, эргэлт хурдасгах, бүтээгдэхүүнд орчны нөлөөлөл бага үүсгэх зэрэг давуу талтай.

Навчны нунтаг бэлдэх нь жимсний нунтаг бэлдэхтэй ижил технологи, шат дарааллаар явагдаж байна. Харин нунтагласан навчыг ашиглан үрлэн хэлбэртэй эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн гарган авах бүрэн бололцоотой байна. Технологийн хувьд мөн нарийн тоног төхөөрөмж, арга хэрэгсэл шаардагдахгүй.

Хүснэгт 80. Япон улсад экспортлох Бүтээгдэхүүн 3 /Үр, хальсны тос/

Үзүүлэлтүүд	Санал
Технологи	CO ₂ аргаар тосыг хандлан гарган авах нь өндөр ашигтай бөгөөд нийт тосны 2/3 нь омега хэлбэрийн ханаагүй тосны хүчлүүд агуулдаг. Энэхүү тосыг ашигласан гоо сайхны бүтээгдэхүүн UV хамгаалалттай нүүр, гарын тос, цайруулах үйлчилгээ нь Япон бүсгүйчүүдийн дунд танигдсан. Жимсний нунтаг болон навчны пакеттай цайг бодвол үйлдвэрлэлийн илүү нарийн технологи шаардана.
Судалгаа хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн ба	Японы гоо сайхны үйлдвэрлэгч компаниуд өөрсдийн үйлдвэрийн дэргэд судалгааны төвүүдтэй байдаг. Тэнд бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт, туршилтаа явуулж баталгаажуулснаар хэрэглэгчдэд хүргэдэг. Сүүлийн үед омега 7 болон 9 тосны үрэл худалдаанд тэргүүлж байна.
Баглаа боодлын ерөнхий шийдэл	Түүхий эд нийлүүлэх болон худалдааны эцсийн бүтээгдэхүүнээс хамаарч сав баглаа боодол шийдэгдэнэ. Манай орны хувьд эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл нь ашигтай. Учир нь их түүхий эдээс бага гарцтай тул эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэсэн тохиолдолд эдийн засгийн үр ашиг нэмэгдэнэ. Тос хэлбэрээр 25 мл, 50 мл эсвэл үрэл хэлбэрээр худалдаанд гаргах нь ашигтай.
Инноваци төвлөрөх байршил	ХАА, Ой болон Агнуурын Яамнаас жимс, жимсгэнэ тариалалт, ХАА гаралтай бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэгчдийг дэмжих, ЭЗ-ийн Яам нь урт хугацааны хүү багатай зээл өгөх, Орон нутгийн захиргаа нь үйл ажиллагаа явуулах боломжийг бүрдүүлэх зэргээр дэмждэг бол судалгааны ажлыг ихэвчлэн Их сургууль болон харъяа ЭШ-ний хүрээлэнгүүд хийнэ. Үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүний чанарын баталгаажуулалт нь хүнсний хорио цээрийн байгууллагын шинжилгээгээр баталгааждаг.
Тээвэрлэлтийн боломж	Монгол орны хувьд Япон улс руу хүнсний бүтээгдэхүүн экспортлох нь агаарын тээвэр ашиглах нь оновчтой юм. Энэ нь газар болон усан тээврийг бодоход өртгийн хувьд өндөр боловч хугацаа хэмнэх, эргэлт хурдасгах, бүтээгдэхүүнд орчны нөлөөлөл бага үүсгэх зэрэг давуу талтай.

Чацарганы үрийн тосыг шууд түүхий эд хэлбэрээр нийлүүлэлт хийх нь алдагдалтай. Учир нь нийт тосны 2/3 нь ханаагүй тосны хүчлүүд тул дахин нэг боловсруулалтын шат нэмсэнээр эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх боломжтой болохоос гадна эдийн засгийн хувьд ашиг нэмэгдэх юм.

Гурав. Бүтээгдэхүүн нийлүүлэх худалдааны сувгийн хувьд эдийн засгийн үр өгөөжтэй байх шийдэл

Япон улс руу чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүний экспортлогч улсууд нь онлайн орчин, ТВ сурталчилгаа зэргийг идэвхтэй хийж өөрсдийн хэрэглэгчидтэй болсон. Энэхүү суваг дээр тоглолт хийж, борлуулалт нэмэгдүүлэх боломжтой боловч шинэ хэрэглэгчид болох онлайнаас илүү том зах зээлтэй бөөний болон жижиглэнгийн сүлжээ дэлгүүрийг ашиглан борлуулалт хийх сувгийг нэмэгдүүлэх нь чухал байна. Аль ч сувгийн хэрэглэгчийн хувьд тухайн бүтээгдэхүүний баталгаажуулсан гэрчилгээ, сертификат, органик бүтээгдэхүүний гэрчилгээ зэрэг нь итгэл төрүүлж, худалдан авалтанд шууд нөлөөлөх нэг хүчин зүйл нь болдог.

Хүснэгт 81. Япон улсад экспортлох бүтээгдэхүүний худалдааны суваг, зохицуулалтын арга хэмжээ

Худалдааны сувгууд	Одоогийн байгаа нөхцөл	Санал
Онлайн суваг	Хурдацтай өсч буй энэхүү сувгийг ашиглан борлуулалт, түгээлтээ шуурхай хийх	Гоо сайхны болон хүнсний нэмэлт, эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэгч компани өөрсдийн албан ёсны хуудсаар худалдаалах боловч улсынхаа тэргүүлэгч сайтуудаар давхар худалдаалдаг. Мөн шууд худалдааны суваг ашиглан борлуулалт хийнэ. Тэргүүлэх эдгээр сувагтай холбоо тогтоох бүрэн боломжтой. Өмнөх судалгаа /3.6 болон 3.7/-аар дэлгэрэнгүй судлагдсан.

Сүлжээ жижиг дэлгүүр супермаркет, хайпермаркет	74000 орчим сүлжээ дэлгүүрийд ашиглан хүнсний бүтээгдэхүүнээ байршуулан худалдаалах	Японд хамгийн өргөн худалдааны суваг нь сүлжээ дэлгүүрүүд бөгөөд жимсний нунтаг болон навчны гаралтай пакеттай цайг борлуулах нь эдийн засгийн хувьд үр өгөөжтэй байх болно. Мөн сүлжээ буудал болон ресторантай хамтран ажиллах боломжийг эрэлхийлэх хэрэгтэй. Өмнөх судалгаа /3.7/-аар дэлгэрэнгүй судлагдсан.
--	---	--

Японы зах зээл дээр борлуулалт хийхийн өмнө албан ёсны дистрибьютер компанитай худалдааны гэрээ хийх нь чухал юм. Энэхүү компани нь Япон дахь худалдааны бүх үе шатыг хариуцан борлуулалт нэмэгдүүлэх ажлыг хариуцан явуулна. Мөн Япон улсын Засгийн газрын харьяа JETRO /<https://www.jetro.go.jp/en/> байгууллагатай холбоон тогтоон зах зээлийн зөвлөгөө, хамтран ажиллах байгууллагатай холбоо тогтоох, зуучлуулах бүрэн боломжтой.

Дөрөв. Монголын чацаргана тариалагч, жимс боловсруулагч, экспортлогч компаниуд, дэмжих байгууллагуудын зүгээс хамтран шийдэх ажил, хэрэгжүүлэх үйл ажиллагаа, хяналт-шинжилгээ хийх арга механизм

Хүснэгт 82. Япон улс: Оролцогч талуудын хамтын ажиллагааны санал

Хамтран шийдэл асуудал	Тариалагчдын гүйцэтгэх ажил	Боловсруулагчдын гүйцэтгэх ажил	Экспортлогч компаниудын гүйцэтгэх ажил	Дэмжих байгууллагуудын зүгээс гүйцэтгэх ажил
-Бүтээгдэхүүнийг чанарын стандарт, гэрчилгээжилт /ISO, HACCP, MAFRA Organic гэх мэт/-д хамруулах -Үйлдвэрүүдийн шат дамжлага, чанар, баталгаажуулалтыг нэмэгдүүлэх, гэрчилгээжүүлэх -Үйлдвэрлэлийн дэргэдэх туршилт шинжилгээний лабораториудыг чанаржуулах, сайжруулах, гэрчилгээжүүлэх -Сав баглаа боодлыг ОУ-ын стандартад нийцүүлэх	Чацарганы сортын ялгасан жимсний хураалт хийх, тариалалтанд химийн бордоо ашиглахгүй байх, техникийн шаардлага хангах, стандарт баримтлах	Үйлдвэрлэлийн үе дамжлагын дараалал сайжруулан эрүүл аюулгүй орчинд үйлдвэрлэл явуулах, стандартуудыг мөрдлөгө болгох, сав баглаа боодлыг дараагийн зааланд явуулах, сав баглаа боодлыг эрүүл ахуй хангасан эсэхийг шалган хүлээж авах	Япон улсын стандартуудыг нарийн судлан, бүтээгдэхүүнээ стандартанд нь ханган экспорт хийх	Үйлдвэрлэгч нь экспорт хийж буй улсынхаа стандарт, эрүүл ахуйн шаардлага хангасан бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх, итгэмжлэгдсэн лабораторийн судалгаагаар баталгаажуулах, харьяа улсын байгууллага ХААХҮЯ болон МЖЖҮХ, МҮХАҮТ нь экспорт тал дээр дэмжин ажиллах, Монгол чацарганы сортуудын ялгаатай талын судалгааг явуулж, бренд сорт гаргах
Зах зээлд нэвтрэх, бүтээгдэхүүн байршуулах	-	Худалдааны онлайн болон бөөний, жижиглэн худалдааны сувгаар борлуулалт хийх	Дистрибьютер компаниараа дамжуулан борлуулалтын сувгуудыг ашиглан сурталчилгаа болон шинэ худалдааны суваг нээх ажлуудыг хийх	Мэргэжлийн холбоо, нийгэмлэгүүдтэй холбоо тогтоох, хамтарч ажиллах, үйлдвэрлэгчдийг бүтээгдэхүүнээ гаргахад тус байгууллагуудтай холбож өгөх, мэдээлэл, зөвлөгөөгөөр хангах, хамтрагч импортлогч олоход нь МЖЖҮХ, МҮХАҮТ дэмжлэг үзүүлэх

Монгол чацарганы бүтээгдэхүүнийг Япон улсын зах зээлд нэвтрүүлэхэд өртгийн сүлжээнд оролцогч талууд бүгд хамтарч ажиллах нь чухал байна. Учир нь зөвхөн үйлдвэрлэгч болон экспортлогчдод найдах нь урт хугацаанд манай чацарганы бүтээгдэхүүнийг нийлүүлэх боломж, замыг хаах өндөр эрсдэлтэй. Иймд манай тариалагчид, нийлүүлэгчид, боловсруулагчид, экспортлогчид, холбогдох хяналтын болон дэмжих чиг бүхий оролцогчидтой нягт хамтран ажиллах нь чухал байна.

Тав. Худалдаанд тулгарах саад хориг, бэрхшээл, шийдвэрлэх арга зам, хувилбар

Япон болон Монгол улсууд 2016 оны 03 дугаар сараас чөлөөт худалдааны хэлэлцээр байгуулан экспорт, импортын бараа бүтээгдэхүүнд тарифын болон тарифын бус зохицуулалт хийж худалдааны эргэлтийг нэмэгдүүлсэн. Япон улстай хийх худалдаанд тулгарах саад, бэрхшээлийг дараах байдлаар тодорхойллоо.

Хүснэгт 83. Япон улстай хийх худалдаанд тулгарах саад хориг, бэрхшээл, шийдвэрлэх арга зам

Худалдааны саад хориг, бэрхшээл	Шийдвэрлэх арга зам	
	Хувилбар 1	Хувилбар 2
Тарифын бус саад тотгор, Импортын зөвшөөрөл, лиценз	Япон улсын ХАА-н гаралтай хүнсний бүтээгдэхүүнд тавьдаг “Хүнсний тухай хуулийн 29-р зүйл”-ийг хангах, хорио цээрийн лабораториудын мөрддөг хүнсний бүтээгдэхүүнд тавьдаг шаардлага, сав баглаа боодол, эрүүл ахуй, шошгожилтын зэрэг стандартуудыг хангасан бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж нийлүүлэлт хийх Японд бүтээгдэхүүн экспортлох зөвшөөрөл авахдаа дистрибьютерээр дамжуулвал илүү хялбар бөгөөд цаг хугацааны хувьд хурдан байна.	Хоёр улсын Засгийн газар хооронд чөлөөт худалдааны хэлэлцээрт чацарганы гаралтай зарим бүтээгдэхүүний нэмэлт өөрчлөлт хийх санал оруулах
Тарифын саад тотгор	Бүтээгдэхүүнийг экспортод гаргахдаа HS кодыг зөв ашиглах нь Япон улсын импортын татварын хувь хэмжээг урьдчилан тооцоолох, бууруулах бололцоог бүрдүүлнэ.	Чөлөөт худалдааны хэлэлцээрт чацарганы тосны татварыг тэглэсэн боловч чацарганы найрлагатай бусад бүтээгдэхүүний HS кодыг тодорхой зааж оруулах, импортын татварын хувь хэмжээг ижил найрлагатай бүтээгдэхүүний хамгийн бага хувиар ногдуулах

Япон улсын хилээр бүтээгдэхүүн экспортлож оруулахдаа дистрибьютер компани болон Монголоос урьдчилан гаалийн бүрдүүлэлт онлайн эсвэл шуудангаар материал бүрдүүлэлт хийж болно. Тусгай хүснэгтийн дагуу бүтээгдэхүүний бүрэн мэдээлэл, хавсралт материалыг бүрдүүлэн гаалийн бүрдүүлэлт хийнэ.

Бүтээгдэхүүнүүд гарал үүслээсээ хамааран ургамал, ногоо, жимс жимсгэний гаралтай, амьтны гаралтай болон бусад гэж ангилагдан хүнсний эрүүл ахуйн хуулийн 29-р зүйл баримтлагдан хорио цээрийн лабораторийн шинжилгээгээр орсны дараа гааль дээр очно. Мөн бүтээгдэхүүний мониторинг шинжилгээ давхар гаалийн агуулахад хийгдэнэ. Аль нэг хяналт, шалгалтын хэсэг дээр шаардлага хангаагүй тохиолдолд хилээр нэвтрүүлэхийг хориглоно. Тэнцсэн тохиолдолд улсын итгэмлэгдсэн хорио цээрийн байгууллага руу шилжүүлнэ.

Япон улсын хэмжээнд хүнсний гаралтай бүтээгдэхүүнд эрүүл ахуй, аюулгүй байдал шалгах 33 итгэмжлэгдсэн хорио цээрийн байгууллага байгаа бөгөөд импортын бүтээгдэхүүний шинжилгээг эдгээрийн 13 нь хийдэг.

Хүснэгт 84. Япон улс: Импортоор орж ирэх хүнсний бүтээгдэхүүнд хяналт шинжилгээ хийх газар

№	Итгэлэмжлэгдсэн хорио цээрийн байгууллага	Хаяг	Утас	Факс	Хамаатай бүс нутаг
1	Отару	〒047-0007 小樽市港町5-2 小樽地方合同庁舎 1 階	0134-32-4304	0134-25-6069	Хоккайдо (Нью читоза олон улсын онгоцны буудлаас бусад)
2	Сендай	〒985-0011 宮城県塩釜市貞山通り3-4-1 塩釜港湾合同庁舎 2 階	022-367-8102	022-362-3300	Аомори, Акиита, Ямагата, Мияги (Сендай нисэх онгоцны буудал орохгүй)
3	Нарита	〒282-0021 千葉県成田市駒井野字天並野2159 成田空港合同庁舎 2 階	0476-32-6741 0476-32-6728	0476-32-6742 0476-32-6720	Нарита, эргэн тойрны жижиг хотууд
4	Токёо	〒135-0064 東京都江東区青海2-7-11 東京港湾合同庁舎 8 階	03-3599-1520 03-3599-1519	03-5530-2153 03-6891-2153	Ибараки, Токёо, Сайтама, Яманаши
5	Ёкохама	〒231-0002 横浜市中区海岸通1-1 横浜第二港湾合同庁舎	045-201-0505	045-212-0640	Канагава
6	Нийгата	〒950-0072 新潟市中央区竜が島1-5-4 新潟港湾合同庁舎 2 階	025-244-4405	025-241-7404	Нийгата
7	Нагояа	〒455-0045 名古屋市港区築地町11-1	052-661-4133 052-661-4132	052-655-1808	Чубу нисэх онгоцны буудлаас бусад
8	Осака	〒552-0021 大阪市港区築港4-10-3 大阪港湾合同庁舎 5 階	06-6571-3523 06-6571-3554	06-6571-3625 06-6571-3604	Фүкүй, Киото, Нара, Шига
9	Кансай	〒549-0021大阪府泉南市 泉州空港南1番地 関西空港地方合同庁舎	072-455-1290 072-455-1295	072-455-1292	Кансай олон улсын нисэх онгоцны буудлаас бусад
10	Кобе	〒652-0866 神戸市兵庫区遠矢浜町1-1	078-672-9655	078-672-9662	Кобе, Токушима, Окаяма
11	Хирошима	〒734-0011広島市南区宇品海岸3-10-17 広島港湾合同庁舎 3 階	082-255-1379	082-254-4984	Хирошимагийн онгоцны буудал хамрагдахгүй, Кочи хот
12	Фукуока	〒812-0031 福岡市博多区沖浜町8-1 福岡港湾合同庁舎 3 階	092-271-5873	092-271-5876	Фүкүока(онгоцны буудлаас бусад), Сага, Нагасаки, Кямото, Оита

13	Наха (Окинава)	〒900-0001 沖縄県那覇市港町2-11-1 那覇港湾合同庁舎 2 階	098-868- 4519	098-861- 7077	Окинава муж (Наха онгоцны буудлаас бусад хэсэг)
----	-------------------	---	------------------	------------------	---

Эх үүсвэр: Япон улсын үндэсний боловсон хүчний агентлаг, 2001

ДҮГНЭЛТ

Зорилтот гурван бүтээгдэхүүний жимсний нунтаг болон навчны паккеттай цай нь үйлдвэрлэлийн технологи нарийн шаардахгүй боловч жимсний нунтаг нь хөлдөөж хатаах, навчны цай нь нам температурт хатаах технологээр ялгагдаж байна. Дамжлагын түвшинд нунтаглах машиныг аль аль бүтээгдэхүүнд нь ижил зориулалтаар ашиглах боломжтой бөгөөд эцсийн бүтээгдэхүүний өртгийг бууруулахад нөлөөлнө.

Чацарганы тосны хувьд, хагас боловсруулсан буюу түүхий эдийн нийлүүлэлтийг хийхээс зайлсхийж, тос цэвэршүүлэх, ялгалтын технологи нэвтэрүүлснээр Японы зах зээл дээр эрэлттэй байгаа Омега 7 болон 9 үйлдвэрлэж эцсийн бүтээгдэхүүн нийлүүлэх боломж байна. Ингэснээр эдийн засгийн өгөөж нь тосны түүхий эдийн нийлүүлэлтээс хэд дахин нэмэгдэнэ.

Япон улсын ХАА-н гаралтай хүнсний бүтээгдэхүүний стандарт, эрүүл ахуйн шаардлагыг хангасан бүтээгдэхүүнийг тус улсад урт хугацаанд тасралтгүй экспортлохын тулд үйлдвэрлэлийн орчин, түүхий эдийн хүлээн авах үеийн хяналт, шалгалт болон итгэлэмжлэгдсэн лабораторийн шинжилгээгээр баталгаажуулдаг байх шаардлагатай. Учир нь Япон улсын импортын стандартыг хангаагүй тохиолдолд дистрибьютер компаний үйл ажиллагааг цуцлах, импортлох эрхийг тодорхойгүй хугацаагаар цуцлах аюултай.

ДӨРӨВДҮГЭЭР БҮЛЭГ. БНСУ-ЫН ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СУДАЛГАА, ШИНЖИЛГЭЭ

4.1. ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН PESTLE ШИНЖИЛГЭЭ

БНСУ-ын гадаад худалдааны тааламжтай байдал, гадаад худалдааны хууль, эрх зүйн орчин, нийгэм, эдийн засгийн байдлыг судалснаас гадна тухайн улсад чацарганы бараа, бүтээгдэхүүнийг импортлоход тавигдах шаардлага, стандарт, холбогдох хууль дүрэм, төрийн хяналтын байгууллага, тэдгээрийн оролцооны асуудлыг уг дэд бүлэгт хамааруулан судаллаа.

УЛС ТӨРИЙН ОРЧИН

БНСУ нь ерөнхийлөгчийн засаглалтай Бүгд найрамдах улс бөгөөд Ерөнхийлөгч нь 5 жилийн хугацаатай нэг удаа сонгогддог, Үндэсний чуулган (парламент)-ийн зөвшөөрлөөр ерөнхийлөгч нь ерөнхий сайдыг томилдог. Үндэсний чуулга нь 300 гишүүдээс бүрдэх бөгөөд 4 жилийн хугацаатай сонгогддон ажилладаг.

Дэлхийн банкнаас жил бүр гаргадаг улс орны нөхцөл байдлын индексжүүлсэн үзүүлэлтээр, БНСУ-ын 2013-2017 оны улс төрийн тогтвортой байдал, авилгын хяналт, бодлогын чанар, улс төрийн урт болон богино хугацааны эрсдлийн үнэлгээг тооцсныг доорх хүснэгтээр харуулав.

Хүснэгт 85. БНСУ-ын дэлхийн түвшинд эрэмбэлэгдсэн байдал

Үзүүлэлтүүд	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Улс төрийн тогтвортой байдал	78	92	85	88	76	
Улс төрийн богино болон урт хугацааны эрсдэл	194	194	194	194	194	
Авилгын хяналт	50	53	59	58	58	
Авилгаас ангид байдлын түвшин	46	46	39	52		
Бодлогын чанарын индекс	37	31	31	30	34	
Худалдааны чөлөөт байдлын индекс	116	116	115	99	81	81
Орлогын албан татвар \Байгууллагын (хувь хэмжээ)	24	24	24	24	22	25
Орлогын албан татвар\Хувь хүний (хувь хэмжээ)	38	38	38	38	40	42

Эх үүсвэр: Дэлхийн банкны цахим хуудас, 2019.

Хүснэгтээс үзэхэд, БНСУ нь улс төрийн тогтвортой байдлын хувьд олон улсын жагсаалтад дундаж үзүүлэлттэй байна. Богино болон урт хугацааны улс төрийн эрсдлээс харьцангуй ангид буюу хамгийн бага эрсдэлтэй улс орнуудын тоонд багтжээ. БНСУ нь авилгын хувьд өндөр хөгжилтэй орон гэхэд тийм ч хангалттай үнэлгээг аваагүй буюу олон улсын жагсаалтад 52 дугаар байранд жагссан байна. Засгийн газраас хувийн хэвшлийг дэмжсэн бодлого баримталж буй байдал нь дэлхийн улс орнуудаас 34 дугаар байранд бичигджээ.

Улс төрийн тогтвортой байдал нь улс төрийн сэдэлтэй хүчирхийлэл, терроризм гэх мэт хууль бус арга замаар Засгийн газрыг тогтворгүйжүүлэх буюу унагах эрсдлийг тодорхойлдог.

Улс төрийн богино болон урт хугацааны эрсдэл. “Credendo Group” олон улсын байгууллагаас гаргадаг үнэлгээ бөгөөд гадаад худалдаанд улс төрийн зүгээс учруулж болохуйц богино хугацааны эрсдэл мөн 2-с дээш жил нөлөөлөхуйц урт хугацааны эрсдлийг тодорхойлдог. Тодруулбал, гадаад валютын ханшийн хомсдол, дайн, хувьсгал, байгалийн гамшиг, засгийн газрыг эсэргүүцэх зэрэг үйлдлүүдийн эрсдлийг хамарна.

Авилгын хяналт нь төрийн эрх мэдлийг хувийн ашиг сонирхлын төлөө, түүний дотор төр барьж буй этгээдүүдийн авлигын жижиг ба том хэлбэрүүдийн аль алинд холбогдох байдлыг харуулдаг.

Авилгын түвшин нь Транспэрэнси Интернэшнл олон улсын байгууллагаас гаргадаг үзүүлэлт бөгөөд Авлигын төсөөллийн индекс нь төрийн салбарын авлига, засаг захиргааны болон улс төрийн авлигын талаарх ойлголтыг харуулдаг үзүүлэлт юм. Шалгуур үзүүлэлт нь олон төрлийн нэр хүнд бүхий байгууллагаас цуглуулсан авлигын судалгаа, үнэлгээний мэдээлэл ашиглан тодорхойлогдоно.

Бодлогын чанарын индекс нь төр, засгийн газрын зүгээс хувийн хэвшлийг дэмжих, дэмжсэн бодлого, шийдвэр гаргалт, хувийн хэвшлийн хөгжилд дэмжлэг үзүүлэх байдлыг харуулна.

Худалдааны чөлөөт байдлын индекс. “Heritage Foundation” олон улсын байгууллагаас гаргадаг үнэлгээ бөгөөд үүнд бараа, үйлчилгээний гадаад худалдаанд үзүүлж буй тариф болон бусад саад тотгорын байдлыг илтгэдэг. Тус индекс нь худалдааны жигнэсэн дундаж тарифын хэмжээ болон тарифын бус саад тотгор (тоо хэмжээ, үнэ, зохицуулалт, гаалийн болон хөрөнгө оруулалтын хязгаарлалтууд, Засгийн газрын шууд оролцоо гэх мэт) гэсэн 2 үзүүлэлтэд тулгуурладаг.

БНСУ-ын экспорт, импортын хэмжээ дэлхийн улс орнуудын дундажаас дээгүүр байранд байгаа хэдий ч өндөр хөгжилтэй орон гэхэд гадаад худалдаанд харьцангуй нээлттэй биш буюу тарифын болон тарифын бус зохицуулалт нь худалдаа эрхлэгчдэд төдийлөн таатай бус гэж дүгнэгджээ. Тус үзүүлэлтээр манай улс 2018 онд 101 жагссан буюу БНСУ-аас 20 орны ард орсон байна.

Орлогын татварын хэмжээ:

Хувь хүний орлогын татвар нь тухайн хүний жилийн орлогын дүнгээс хамаарч өөр өөр байх бөгөөд доорх хүснэгтэд харуулав.

Хүснэгт 86. БНСУ-ын орлогын албан татварын шатлалын хувь хэмжээ

Жилийн орлого	0-12 сая	12-46 сая	46-88 сая	88-300 сая	300-500 сая	500 саяас дээш
Татварын хувь	8%	17%	26%	37%	40%	42%

Тайлбар: БНСУ-ын мөнгөн тэмдэгт вон-оор тооцсон.

Эх үүсвэр: БНСУ-ын Статистикийн мэдээллийн төв /KOSIS/, 2019.

БНСУ-д үйлчилж буй орлогын албан татварын хувь хэмжээ нь орлого дахь тэгш байдлыг хангахад чиглэгдсэн бөгөөд энэ нь чацарганы бүтээгдэхүүний хэрэглэгчдийн худалдан авалтанд эерэг нөлөөг үзүүлэх боломжтой.

Монгол улс болон БНСУ хоорондын улс төр, эдийн засгийн харилцаа

Дипломат харилцаа: Монгол улс болон БНСУ хооронд 1990 оны 3-р сарын 26-ны өдөр дипломат харилцаа анх тогтсон бөгөөд 1990, 1991 онуудад хоёр улсын нийслэлүүдэд харилцан элчин сайдын яамд нээгдсэн байна. Харилцааны түвшин 2011 онд ахиж “Иж бүрэн түншлэл” байдалтай болсон. Өдгөө хоёр улсын харилцаа эерэг бөгөөд хоёр улсын Засгийн газар хоорондын хамтарсан хороо, Парламентын найрамдлын бүлэг зэрэг байгуулагдаж Хүнс, хөдөө аж ахуй, Хөнгөн үйлдвэрлэл, Батлан хамгаалах, Боловсрол, Соёл, Шинжлэх ухаан, Спорт, Хөдөлмөр, нийгмийн хамгааллын холбогдох яамд хооронд бодлогын зөвлөлдөх уулзалт тогтмол явагддаг.

Монгол улс болон БНСУ хоорондох худалдааны харилцаа: БНСУ нь манай улсын гадаад худалдааны 4 дэх түнш орон бөгөөд 2016 оны байдлаар хоёр улсын хооронд нийт худалдааны эргэлт 206,3 сая ам.доллар буюу манай нийт экспортын 1.6 хувь, импортын 7.1 хувийг эзэлж байжээ. Тодруулбал, Монгол улс 8,5 сая ам.долларын экспорт, 197,8 сая ам.долларын импорт хийсэн. Харин 2017 онд нийт худалдааны эргэлт 209 сая ам.долларт хүрч, экспорт 12 сая ам.доллар, импорт 198 сая ам.доллар болж манай экспортын дүн ахицтай байна (МҮХАҮТ). БНСУ-ын манай улсаас худалдан авдаг гол бараа, бүтээгдэхүүн нь молибдены хүдэр, баяжмал, мал амьтны самнасан үс, хялгас байдаг бол худалдан авдаг гол бүтээгдэхүүн нь нефтийн бүтээгдэхүүн, өргөн хэрэглээний бараа, машин, тоног төхөөрөмж юм (ГХЯ).

Чөлөөт худалдааны хэлэлцээр: БНСУ-тай чөлөөт худалдааны хэлэлцээр (ЧХХ) байгуулах талаар Монгол улсын болон БНСУ-ын судлаачид 2006 оноос хойш судлаж ирсэн бөгөөд хоёр улсын хооронд ЧХХ байгуулах нь аль аль талд харилцан ашигтай байна гэсэн дүгнэлтүүдэд хүрч байсан. Харин улс төрийн түвшинд 2016 онд анх ЧХХ байгуулах талаар яригдаж эхэлсэн бөгөөд одоогоор ажлын хэсэг байгуулагдан ажиллаж байна.

БНСУ-ын гадаад худалдааны бодлого

БНСУ нь Тариф, Худалдааны Ерөнхий Хэлэлцээр (ТХЕГ)-т 1968 онд элссэн бөгөөд элсэхээс өмнө буюу 1953-1961 оны хооронд импортыг орлох дотоодын үйлдвэрлэлийн бүтээгдэхүүнийг нэмэгдүүлэх бодлого баримталж импортын бараанд гаалийн өндөр тарифын болон тарифын бус зохицуулалттай байсан. 1962-1972 онд Экспортыг дэмжих бодлого баримталж ирсэн боловч импортын бараанд төдийлөн таатай бус зохицуулалттай хэвээр байв. 1980 оноос эхлэн өөрийн зах зээлийг дэлхий дахинд нээж эхэлсэн бөгөөд 1995 оноос илүү нээлттэй худалдаа руу чиглэсэн бодлого баримталж иржээ. ДХБ-д БНСУ-тай холбоотой маргаанууд хэд хэдэн удаа гарч байсан бөгөөд ихэвчлэн АНУ-аас гомдол гаргадаг байжээ.

АНУ-ын Тагнуулын ерөнхий газраас гаргасан дэлхийн улс орнуудын нөхцөл байдлын шинжилгээгээр, БНСУ 1960-аад оноос эхлэн хэрэглээгээ хэмнэх, хөрөнгө оруулалтыг дэмжих, түүхий эд, технологийг импортлож, эдийн засагт чухал ач холбогдолтой экспортын баримжаатай үйлдвэрүүдийг дэмжих бодлого баримталж ирсэн. 1997-1998 онд Азид нүүрлэсэн санхүүгийн хямрал нь БНСУ-д хүндээр туссан бөгөөд эл байдлаас хурдан сэргэхийн тулд гадны хөрөнгө оруулалт болон импортыг ихээр татаж энэ нь тухайн үед хаалттай хэмээн шүүмжлэгддэг байсан дотоод зах зээлээ нээхэд хүргэсэн гэж дүгнэсэн байдаг.

БНСУ-ын Гадаад худалдааны гэрээ хэлэлцээр: БНСУ нь өөрийн зах зээлийг дэлхий дахинд нээж, дэлхийн худалдааны либералчлалыг дэмжих, 2001 онд эхэлсэн Доха хөгжлийн хөтөлбөрийн хэлэлцээрт идэвхтэй оролцож байна. БНСУ-ын ЧХХ байгуулсан орнууд: АНУ, БНХАУ, Чили, Европын чөлөөт худалдааны холбоо (EFTA), Европын Холбоо, Зүүн өмнөд Азийн улс орнуудын холбоо (АСЕАН), Сингапур, Перу, Энэтхэг (СЕРА). Эдгээр гэрээний хүрээнд дээрх орны хөдөө аж ахуйн бүтээгдэхүүнийг БНСУ-д экспортлоход гаалийн тарифыг бууруулж, тэглэх боломж бүрдсэн.

БНСУ нь Япон, МЕРКОСУР /Өмнөд Америкийн Орнуудын Түншлэл/, ОХУ-тай хийх хэлэлцээрийн үндэс суурийг тавих тал дээр идэвхийлэн ажиллаж байна. БНСУ нь Ази-Номхон далайн эдийн засгийн хамтын ажиллагааны (АПЕК) форумын гишүүн юм. 1994 оны тунхаглалд дурьдсанчлан, АПЕК-ийн нэг зорилго нь гишүүн орнуудын хооронд чөлөөт худалдааны бүсийг 2020 он гэхэд бий болгох явдал юм. АПЕК-ийн форумын субъектив зарчмуудад хөрөнгө оруулалтын либеральчлал, тарифын бууралт, дэмжих зохицуулалт, Засгийн газрын худалдан авалт, IPR хамгаалалтыг бэхжүүлэх асуудал багтана. БНСУ нь 2005 онд АПЕК-ийн дээд хэмжээний уулзалтанд оролцож байсан орон билээ.

БНСУ нь Дэлхийн худалдааны байгууллага (ДХБ) -ын гишүүн бөгөөд ООТБ-ууд (Оюуны өмчийн худалдааны асуудлууд) болон Засгийн газрын худалдан авах ажиллагааны гэрээ, хэлэлцээрт гарын үсэг зурсан. Мөн 1996 онд Эдийн засгийн хамтын ажиллагаа, хөгжлийн байгууллага (ЭЗХАХБ)-ын гишүүн болсон. *Нэгдэн орсон олон улсын байгууллагуудын жагсаалтыг хавсралт 4.2-оос үзнэ үү.*

Гаалийн татвар тарифын болон тарифын бус зохицуулалт

Уругвайн хэлэлцээрээр тарифын бус саад тотгорыг бууруулж тарифын зохицуулалтад шилжсэн хэдий ч ялангуяа хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүний тарифыг багагүй нэмэгдүүлсэн. БНСУ-ын Хамгийн тааламжтай улс (MFN)-ын тариф нь ЭЗХАХБ-ын бусад орнуудынхтай харьцуулахад өндөр байгаа ба ТЗХАХБ-ын гишүүн орнуудын дотроос тарифаар төсвөө бүрдүүлдэг орнуудын тоонд багтдаг.

Тарифын зохицуулалт: БНСУ-ын гаалийн тарифын бүтэц нь хамгийн энгийн бөгөөд өргөн хэрэглэгддэг нь “applied MFN” юм. Уругвайн хэлэлцээрийн дараа БНСУ ихэнх ХАА бүтээгдэхүүний тарифыг bound буюу ДХБ-ын зохицуулалтад нийцүүлэн заавал дагаж мөрдөх дээд хязгаарыг зааж өгсөн бол аж үйлдвэрийн салбарын зарим бараа, бүтээгдэхүүнд хэвээр үлдээсэн. Ийнхүү хэвээр үлдээсний шалтгаан нь дотоодын аж үйлдвэрүүдээ хамгаалах зорилготой байдаг. Түүнчлэн БНСУ нь гаалийн тарифыг ижил төстэй нэг бүлэгт багтах өөр өөр бараа бүтээгдэхүүнд тархаан тогтоодог бөгөөд энэ нь үйлдвэрлэгч болон хэрэглэгчийн тооцооллоос зөрөх байдал үүсгэдэг. Өөр нэгэн тарифын зохицуулалт нь MFN тарифыг нэмэгдүүлэх буюу барааны нэмүү өртөг шингээх боловсруулалтын шатны түвшингээс хамаарч тарифыг нэмэгдүүлдэг.

Эндээс үзэхэд, БНСУ нь анхан шатны болон хагас боловсруулсан бараа бүтээгдэхүүнийг импортлох сонирхолтой бөгөөд ингэснээр хөгжиж буй орнуудын нэмүү өртөг шингэсэн үйлдвэрлэлийн өсөлтийг удаашруулж болзошгүй юм.

БНСУ нь хөгжиж буй болон доогуур хөгжилтэй орнуудад хөнгөлөлттэй тарифыг баримталдаг бөгөөд энэ тохиолдолд тарифын хэмжээ ихэвчлэн “0” байдаг.

TRQ буюу Тоон хязгаарлалтын механизм: ДХБ-ын Уругвайн хэлэлцээрээр БНСУ тооноос хамаарсан хязгаарлалт бүхий квотын тарифыг нэвтрүүлсэн ба зөвшөөрөгдөх тоо хэмжээнд ногдох татвар нь тэг буюу маш бага боловч зөвшөөрөгдөх хэмжээнээс хэтэрсэн тохиолдолд татварын тариф нь хэт өндөр байгаа. Ингэснээр ихэнх импортын бараанд Засгийн газраас зөвшөөрөл авахаа больсон боловч зарим бүтээгдэхүүн тэр дундаа ихэнх хөдөө аж ахуйн гаралтай бараа бүтээгдэхүүний хувьд тооноос хамаарсан хязгаарлалттай квотын тариф бүхий “TRQ” нь бэрхшээл болохуйц байна. Тус тоон хязгаарлалтын механизмыг БНСУ импортын лицензийн системээр дамжуулан хэрэгжүүлдэг.

Тарифын бус зохицуулалт: БНСУ нь импортын хориг, тоо хэмжээний хязгаарлалт, татварын арга хэмжээ, Засгийн газрын худалдан авалт, стандарт техникийн шаардлага, мөн болзошгүй байдлын арга хэмжээ (тухайлбал, саармагжуулах, демпингийн эсрэг татвар, хамгаалалт) зэрэг тарифын бус зохицуулалтын арга хэлбэрүүдтэй. Эдгээр саад тотгор нь ихэвчлэн хөдөө аж ахуйн гаралтай барааны импортод чиглэгдсэн байдаг. Түүнчлэн дотоодын томоохон хувийн хэвшлийн компаниуд болон төрийн өмчит компаниудын шударга бус өрсөлдөөнийг Засгийн газар нь зөвшөөрдөг байдлыг мөн худалдааны саад тотгор хэмээн үзэж болно.

Гадаад худалдаа буюу импортын бараанд өөр нэгэн саад тотгор болдог зүйл бол дотоодын барааны хэрэглээг дэмжсэн бодлого, арга хэмжээнүүд билээ. Хэдийгээр БНСУ-ын Засгийн газар үүнийг үгүйсгэдэг боловч, 1990-ээд оноос гадны тансаг хэрэглээний барааг худалдан авахгүй байхад уриалсан арга хэмжээнүүд тархах болсон нь 1999 онд явагдсан санал асуулгаар тодорхой харагдаж байсан байна.

Хүснэгт 87. БНСУ-ын улс төрийн орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол (1-5 оноо)	Үнэлгээ (1-5 оноо)	Үзүүлж буй нөлөөлөл (+эерэг, -сөрөг, =саармаг)
1	Улс төрийн тогтвортой байдал	5	3	+
2	Авилгын түвшин бага байдал	5	4	+
3	Засгийн газрын бодлого, таатай байдал	3	4	+
5	Гадаад худалдааны бодлого таатай байдал	5	3	+
6	Татварын бодлого таатай байдал	5	2	+
7	Хоёр улсын харилцаа таатай байдал	5	2	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

ДБ-ын судалгаагаар, БНСУ-ын улс төрийн тогтвортой байдал 220 орноос 76 дугаар байранд оржээ. Засгийн газар нь хувийн хэвшлээ дэмжсэн бодлого баримтлах нь дотоодын бизнес

эрхлэгчдэд таатай боловч гадаадын аж ахуй нэгж, этгээдэд эерэг, сөрөг аль аль талаар нөлөөлж болно.

Чацарганы нөөц бүхий ОХУ-тай чөлөөт худалдааны гэрээ байгуулахаар зорьж буй нь Монголоос импортлох чацарганы бүтээгдэхүүнд гол өрсөлдөгч болох талтай. Мөнтүүнчлэн БНСУ-ын гадаад худалдааны өнөөгийн нөхцлүүд нь Монгол улсад тааламжтай бус байна. Тус улсын дотоодын боловсруулах үйлдвэрүүдээ хамгаалсан хүчтэй бодлого нь чацарганы эцсийн бүтээгдэхүүнийг бус түүхий эдийг импортлоход голлон анхаарсан байна.

ЭДИЙН ЗАСГИЙН ОРЧИН

БНСУ нь эдийн засгийн хэмжээгээр Азид 4, Дэлхийд 11 дугаар байранд орох том эдийн засагтай орон юм. ДБ-ны статистик үзүүлэлтээр, БНСУ-ын эдийн засгийн өсөлт /өмнөх онтой харьцуулсан ДНБ-ний өсөлт/ 2017 онд 3.06% байна.

Хүснэгт 88. БНСУ-ын эдийн засгийн үзүүлэлтүүд

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Эдийн засгийн өсөлт, хувиар*	2.9	3.34	2.79	2.93	3.06	
ДНБ, тэрбум ам.доллараар*	1271.2	1321.9	1391.3	1460.4	1539.2	1585.9
Инфляци**	1.3	1.3	0.7	1	1.9	1.5
Воны ам.доллартай харьцах ханш***	1,052.9	1,130.9	1,160.8	1,160.4	1,130.5	
Ажил эрхлэлт, сая хүнээр**	26.108	26.836	27.153	27.418	27.748	27.896
Өрхийн хэрэглээний зардал, тэрбум ам.доллар**	647.38	665.53	686.01	710.46	740.27	573.13
Экспорт, тэрбум ам.доллар****	559.63	572.66	526.76	495.43	573.70	605.17
Импорт, тэрбум ам.доллар****	515.59	525.51	436.50	406.19	478.48	535.17
Дэлхийн импортод эзлэх хувь* ¹⁹	2.86	2.78	2.62	2.52		
Дэлхийн экспортод эзлэх хувь* ²⁰	3.06	3.03	3.02	2.94		
Хөдөө аж ахуйн нэмүү өртөг, тэрбум ам.дол*	27.8	29.97	28.83	27.27	30.02	
Нэг хүнд ногдох эрүүл мэндийн зардлаар дэлхийд эзэлж буй байр*	33	30	29			

Эх үүсвэр: * - ДБ-ны статистик үзүүлэлт, 2019.

** - БНСУ-ын Статистикийн мэдээллийн төв /KOSIS/, 2019.

*** - АНУ-ын ТЕГ-ын олон улсын статистик мэдээллийн сан, 2018.

**** - БНСУ-ын Худалдаа, Аж үйлдвэр, Эрчим хүчний яамны статистик, 2019.

Эдийн засгийн өсөлт БНСУ-ын хувьд харьцангуй тогтвортой нэмэгдэж ирсэн байх бөгөөд сүүлийн 5 жилийн дундаж нь 3.0 хувьтай байна. Ажиллах хүчний харьцааг 2017 оны байдлаар салбараар нь авч үзвэл, хөдөө аж ахуйн салбарт 4.8%, аж үйлдвэрийн салбар 24.6%, үйлчилгээ 70.6% хувь нь ажилладаг. Экспортын хэмжээгээр дэлхийн улс орнуудын харьцуулсан жагсаалтад 5 дугаар байранд, импортын хэмжээгээр 9 дугаар байранд оржээ. 2017 оны статистикаас харахад, гол экспортлогч орнууд нь БНХАУ 25.1%, АНУ 12.2%, Вьетнам 8.2%, Хонгконг 6.9%, Япон 4.7% байгаа бөгөөд экспортын гол бараа бүтээгдэхүүн нь хагас дамжуулагч, нефтийн химийн бараа, автомашин, авто сэлбэг, хөлөг онгоц, утасгүй холбооны тоног төхөөрөмж, хавтгай дэлгэц, ган, электроник, хуванцар, компьютер орж байна. Харин гол импортлогч түншүүд нь БНХАУ 20.5%, Япон 11.5%, АНУ 10.5%, ХБНГУ 4.2%, Саудын Араб 4.1% ба импортын гол нэр төрлийн бараа бүтээгдэхүүн нь газрын тос, газрын тосны бүтээгдэхүүн, хагас дамжуулагч, байгалийн хийн,

¹⁹ Дэлхийн импортод эзлэх хувь: бараа, үйлчилгээний импорт нь дэлхийн бусад орноос хүлээн авсан бүх бараа, зах зээлийн үйлчилгээний үнэ цэнийг илэрхийлнэ. Үүнд бараа, ачаа тээвэр, даатгал, тээвэр, аялал жуулчлал, ашигт малтмалын нөөц ашигласны төлбөр, лицензийн төлбөр, харилцаа холбоо, барилга байгууламж, санхүү, мэдээлэл, бизнес, хувийн болон төрийн үйлчилгээ зэрэг бусад үйлчилгээг багтаадаг. Өгөгдөл нь одоогийн ам.доллараар тооцсон.

²⁰ Дэлхийн экспортод эзлэх хувь: бараа, үйлчилгээний экспорт нь дэлхийн бусад орнуудад үзүүлж буй бүх бараа, зах зээлийн үйлчилгээний үнэ цэнийг илэрхийлж байна. Үүнд бараа, ачаа тээвэр, даатгал, тээвэр, аялал жуулчлал, ашигт малтмалын нөөц ашигласны төлбөр, лицензийн төлбөр, харилцаа холбоо, барилга байгууламж, санхүү, мэдээлэл, бизнес, хувийн болон төрийн үйлчилгээ зэрэг бусад үйлчилгээг багтаадаг. Өгөгдөл нь одоогийн ам.доллараар тооцсон.

нүүрс, ган, компьютер, утасгүй холбооны тоног төхөөрөмж, автомашин, нарийн химийн бодис, нэхмэл эдлэл байна.

Нэг хүнд ногдох эрүүл мэндийн зардлын хэмжээгээр дэлхийн нийт улс орнуудын жагсаалтад 29 дугаарт бичигдсэн байгаа нь эрүүл мэндийн өндөр ач холбогдол бүхий Монголын чацарганы бүтээгдэхүүний борлуулалтад эерэг нөлөөг үзүүлэх боломжтой юм.

БНСУ-ын ДНБ-ний бүтцийг эцсийн хэрэглээгээр болон эдийн засгийн салбараар дараах зургуудаар харуулав.

Зураг 63. БНСУ-ын ДНБ-ний бүтэц, 2017, эцсийн хэрэглээгээр



Зураг 64. БНСУ-ын ДНБ-ний бүтэц, 2017, эдийн засгийн салбараар



Эх үүсвэр: АНУ-ын ТЕГ-ын статистик, 2018

Нэг хүнд ногдох ДНБ-ний тооцоог 2017 ам.долларын ханшаар хийхэд 39500 ам.доллар ба БНСУ дэлхийн улс орнуудын жагсаалтад 46 дугаар байранд жагссан байна.

БНСУ-ын эдийн засгийн орчны судалгааг гүйцэтгэсний үндсэн дээр дараах үнэлгээг өгч байна.

Хүснэгт 89. БНСУ-ын Эдийн засгийн орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол (1-5 оноо)	Үнэлгээ (1-5 оноо)	Үзүүлж буй нөлөөлөл (+эерэг -сөрөг, =саармаг)
1	Эдийн засгийн өсөлт	4	5	+
2	Дотоодын нийт бүтээгдэхүүн	3	4	-
3	Инфляцийн өсөлт	4	2	+
4	Экспортын хэмжээ	1	5	-
5	Импортын хэмжээ	5	4	+
6	Ханшийн тогтвортой байдал	5	3	+
7	Эрүүл мэндийн хэрэглээний зардал	4	4	+
8	Ажил эрхлэлт	3	4	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

БНСУ-ын макро эдийн засгийн үзүүлэлтүүд нь улс орны эдийн засгийн потенциал өндөр, хүн амын худалдан авах чадвар сайтайг харуулж байгаа ба чацарганы бүтээгдэхүүнийг Монгол улсаас экспортлоход эрэлт үүсэх боломжтойг илтгэж байна.

ХУУЛЬ, ЭРХ ЗҮЙН ОРЧИН

Хуулийн хэрэгжих байдлын тухайд БНСУ нь харьцангуй сайн үзүүлэлттэй буюу олон улсын жагсаалтад 26 дугаар байранд орсон байна (2013 онд 39, 2014 онд 35, 2016 онд 26, 2017 онд 26 дугаар байр). Уг үзүүлэлтийг төрийн байгууллагууд нь хуулийг хэрэгжүүлэх тал дээр хэрхэн ажилладаг болон тодруулбал гэрээний хуулийн хэрэгжилт, өмчийн эрх, хууль хяналтын байгууллагын хуулийг сахиулах байдал, гэмт хэргийн бууралт зэргийг үндэслэн гаргадаг.

Хүнсний аюулгүй байдлын тухай хуулийн хүрээнд Ерөнхий сайдын ажлын алба нь хүнсний аюулгүй байдлын хяналттай холбогдох яамд, агентлагуудын чиг үүргийн зохицуулалтыг хариуцдаг. Өөрөөр хэлбэл, тус хуулийн дагуу холбогдох агентлаг бүр 3 жилийн хүнсний аюулгүй байдлын цогц төлөвлөгөөг боловсруулах үүрэг хүлээдэг бөгөөд тэдгээр олон төрлийн төлөвлөгөөний нэгдмэл байдлыг Ерөнхий сайдын ажлын алба хариуцдаг.

Хууль, эрх зүйн баримт бичгийн тухайд гадаад худалдаанд шууд оролцоотой Гадаад худалдааны хууль буюу ФТА, Гаалийн зохицуулалтын хууль /Customs Act/ болон дараах бусад хууль, тогтоомж, журмууд багтана.

Хүснэгт 90. БНСУ-ын хууль, эрх зүйн баримт бичгүүд

Бүтээгдэхүүний ангилал	Холбогдох хууль, дүрэм, журам
Хүнс, хүнсний нэмэлт, амтлагч	<ul style="list-style-type: none"> - Хүнсний тухай хууль /Food Act/ - Хүнсний эрүүл ахуйн тухай хууль /Food Sanitation Act/ - Хүнсний эрүүл ахуйн тухай хуулийг хэрэгжүүлэх тогтоол /Enforcement Decree of the Food Sanitation Act/ - Импортын хүнсний бүтээгдэхүүнд тавигдах аюулгүй байдлын хяналтын тухай хууль /Special Act on Imported food safety control/ - Хөдөө аж ахуйн бүтээгдэхүүний чанар, хяналтын тухай хууль /Agricultural Products Quality Control Act/ - Хүнс, эмийн бүтээгдэхүүний туршилт, шинжилгээний тухай хууль / Testing and Inspection on Food and Drugs Act/ - Хүнс, малын гаралтай бүтээгдэхүүний чанар аюулгүй байдлыг баталгаажуулж гэрчилгээжүүлэх байгууллагыг томилох тухай журам /Regulation for designation of certification, assurance agency for foods and livestock products/ - Хүнсний бүтээгдэхүүн, мал аж ахуйн бүтээгдэхүүний шошго, зар сурталчилгаа гэрчилгээжүүлэлтийн найдвартай байдлыг батлах журам /Regulation for Approving Reliability of Certification.Assurance Agency for Labels, Advertisements of Foods and Livestock Products/ - Хүнсний пестицидийн үлдэгдлийн зөвшөөрөгдөх дээд хэмжээ /Pesticide MRLs in Food 2017/ - Хүнсний бүтээгдэхүүнийг агуулах сав, баглаа боодолд тавигдах стандарт тодорхойлолт /Standards and Specifications for Food Utensils, Containers, and Packages/ - Хүнсний нэмэлтийн тухай хууль /Food Additives Code/ - Хүнсний шошгожуулалтын стандарт /Foods Labeling Standards/
Биологийн идэвхит хүнсний нэмэлт, Эмийн, Гоо сайхны төрлийн	<ul style="list-style-type: none"> - Гоо сайхны бүтээгдэхүүний тухай хууль /Cosmetics Act/ - Эмийн бүтээгдэхүүн импортлогчийн болон үйлдвэрлэгчийн байгууламжийн стандартыг хэрэгжүүлэх тогтоол /Enforcement Decree on the Standards of Facilities of Manufacturers and Importers of Medicinal products etc./ - Эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний тухай хууль /Health Functional Food Act/ - Эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний тухай хуулийг хэрэгжүүлэх журам /Enforcement Rule of the Health Functional Food Act/ - Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүнийг тодорхойлох, бүртгэлжүүлэх, батлах журам /Regulation on the Designation, Approval Procedure, and Method of Biological Products/ - Эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний орц найрлагыг тодорхойлох, батлах журам /Regulation on Approval of Functional Ingredient for Health Functional Food/ - Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүнийг тодорхойлох, батлах журам /Regulation on Approval and Review of Biological Products/ - Эмийн бүтээгдэхүүний аюулгүй байдлыг журам /Regulation on Safety of Medicinal Products, etc./ - Эмийн бүтээгдэхүүний аюулгүй байдлын мэдээллийн хяналтын тухай журам /Regulation on Safety Control of Medicinal Products, etc./ - Эмийн үйлдвэрлэлийн зохистой дадал /Regulation on Pharmaceutical GMP/ - Эмийн бүтээгдэхүүнийг бүртгүүлэх хураамжийн тухай журам /Regulation on Fees for Pharmaceutical Approval and etc./ - Лабораторийн зохистой дадал /Good Laboratory Practice/

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн нэгтгэл

Гадаад худалдааны хууль: 1957 онд анх батлагдснаас хойш хэд хэдэн удаа өөрчлөгдөж 2016 онд шинэчлэгдэн батлагдсан байна. БНСУ-ын гадаад худалдааны саад бэрхшээлийг түнш орнууд удаа дараа эсэргүүцэж олон улсын түвшинд шаардлага хүргүүлж ирсэн учир 1996 оны нэмэлт өөрчлөлтөөр импорт, экспортын лицензийн систем болон бүртгэлийн механизмыг хүчингүй болгож, үүний оронд Гадаад худалдааны асуудал хариуцсан яаманд мэдэгдэл өгөх энгийн системээр солигдсон. Үүнтэй зэрэгцээд импорт, экспортын барааны зөвшөөрлийн эерэг тогтолцоо нь тухайн зөвшөөрөл ихэнх бараанд автоматаар олгогдох боловч амьтан, байгаль орчныг хамгаалах гэх мэт зорилготой зарим бараанд олгогдохгүй болсон. Тус өөрчлөлтүүд нь ДХБ-ын зохицуулалттай нийцүүлэхийн тулд авч хэрэгжүүлсэн гол практик жишээнүүд гэж ойлгож болно.

Гадаад худалдааны тухай хуулийн 2016 онд орсон өөрчлөлтүүдээс 11-р зүйлд импорт, экспортын бараанд тогтоох хязгаарлалт, тусгай зөвшөөрлийн тухай дурьдсан байх бөгөөд энэ нь дараах үндэслэлтэй байна. Үүнд:

1. БНСУ-ын Үндсэн хууль болон гарын үсэг зурсан гэрээгээр хүлээсэн үүргээ биелүүлэх, олон улсын нийтлэг хууль тогтоомжийг дагаж мөрдөх;
2. Биологийн нөөцийг хамгаалах;
3. Худалдааны түнш орнуудтай эдийн засгийн хамтын ажиллагааг хөгжүүлэх;
4. Үндэсний батлан хамгаалахад шаардагдах материалын эрэлт, нийлүүлэлт;
5. Шинжлэх ухаан, технологийн хөгжил;
6. Худалдаа, үйлдвэрлэлийн бодлогод шаардлагатай гэж Ерөнхийлөгчийн зарлигаар тогтоосон бусад асуудал.

Хуулийн 16-р зүйлд Гадаад валют олох зорилгоор түүхий эд, тоног төхөөрөмж импортлох зөвшөөрлийн тухай оруулжээ. Харин 3-р бүлгийн 33-аас 35-р зүйлүүдэд импортын болон экспортын бараа бүтээгдэхүүний гарал үүслийн тэмдэглэгээ, түүнд тавигдах шаардлага, аливаа зөрчилд хүлээлгэх хариуцлага гэх мэт тодорхойлон тусгасан байна. Мөн хуулийн 4-р бүлэгт импортын барааны тоо хэмжээнд тогтоох хязгаарлалтын тухай зааж өгсөн.

Гадаад худалдааны тухай хуулиас гадна БНСУ нь гадаад худалдааг зохицуулах хоёр чухал холбогдолтой хуулийг баталсан: Гаалийн тухай хууль, Гадаад валютын хяналтын тухай хууль.

Гаалийн тухай хууль: Гаалийн тухай хууль нь импортын болон экспортын бараанд зохистой бүрдүүлэлтийг хийх замаар гаалийн зохих татварыг ногдуулах, хураах, орлого олохыг эрмэлздэг.

Гадаад валютын хяналтын тухай хууль: Энэ нь олон улсын төлбөрийн тэнцвэрт байдлыг хангах замаар дотоодын валютын ханшийг тогтворжуулан гадаад орнуудтай хийх гадаад валютын арилжаа, бусад ажил гүйлгээг хянах зорилготой. Тус хуулийн хүрээнд БНСУ-ын Засгийн газар гадаад валютын ханшийг тогтоох төдийгүй гадаад валютын банкуудыг лицензжүүлэх эрх мэдэлтэй байдаг.

Хүнсний тухай хууль: Хүнсний бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл, боловсруулалт, хэрэглээ, хадгалалт, сав баглаа боодол, тоног төхөөрөмжийн хадгалалтын холбогдох стандарт, техникийн шаардлагуудыг тусгасан байх ба түүнчлэн хөдөө аж ахуйн химийн бодис, антибиотик, синтетик антибиотик, гормоны үлдэгдлийн зөвшөөрөгдөх хэмжээ, цацраг идэвхт туяаны стандарт, туршилт сорилтын аргууд зэргийн стандартуудыг зааж өгсөн.

Стандарт, техникийн шаардлага: БНСУ нь 1963 оноос ОУСБ-ын гишүүн бөгөөд өдгөө дотоодын стандарт /КС/ нь олон улсын ISO, IEC зэрэг стандартуудтай уялдуулсан байх бөгөөд нийт дотоодын стандартын дөрөвний нэгд нь олон улсын стандартыг бүрэн нутагшуулсан.

Хүнсний нэмэлтийн тухай хууль: Хүнсний нэмэлт, хэрэглээний стандартыг тодорхой тусгасан.

Хүнсний шошгожуулалтын стандарт: Импортын хүнсний бүтээгдэхүүний Солонгос хэлний шошгоны шаардлагыг хэрхэн хангах талаар зааварчилгаа өгдөг.

Генийн өөрчлөлттэй найрлагатай хүнсний бүтээгдэхүүний шошгожуулалтын стандарт: Найрлагадаа генийн өөрчлөлттэй бодис агуулсан боловсруулсан хүнсний бүтээгдэхүүний шошгожуулалтад тавигдах стандарт шаардлагыг тусгасан.

Эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний тухай хууль: Эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний ерөнхий стандарт, тодорхойлолтыг агуулсан.

Импортын хүнсний хяналт шалгалтын удирдамж: Импортын хүнсний бүтээгдэхүүний нарийвчилсан шинжилгээний хяналтын хуудас, дээж шинжилгээ болон бусад шаардлагатай хяналтын стандартуудыг агуулсан.

Шударга өрсөлдөөнийг дэмжих: Шударга өрсөлдөөний тухай хууль нь 1980 онд анх Монополийн зохицуулалт, шударга худалдааны хууль хэмээн батлагдаж байсан бөгөөд 1981 онд Шударга Худалдааны Хороо (ШХХ) байгуулагдсан. Өдгөө шударга худалдааны хуулиас гадна гэрээ хэлцэл, хэрэглэгчийн цахим арилжааны хамгаалалт, мөнгөн шилжүүлэг, хаяг шошго, зар сурталчилгааны үнэн бодитой мэдээлэх байдал гэх зэрэг олон хууль, журмыг батлан мөрдөж байна.

Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай: Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тал дээр БНСУ нь хатуу бодлого баримталдаг бөгөөд ШХХ-ны Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах товчоо нь өдөр тутмын хяналтыг тавьж ажилладаг. Түүнчлэн хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль нь 2006 онд бүрэн шинэчлэгдсэн бөгөөд 8 удаа засвар өөрчлөлт орж хамгийн сүүлийн байдлаар 2017 оны шинэчлэлт нь хүчин төгөлдөр хэрэгжиж байна.

Шүүхийн тогтолцоо: нь Улсын Дээд Шүүх, Үндсэн Хуулийн Цэц, 6 Шүүх, 13 Дүүргийн Шүүх, Гэр Бүлийн Шүүх, Захиргааны Шүүх зэрэг тусгай шүүхийн харъяаллын шүүхээс бүрддэг. Шүүх үйл ажиллагаа нь шүүгч болон иргэдийн төлөөлөл оролцох боловч шийдвэрийг шүүгч гаргадаг.

БНСУ-ын хууль, эрх зүйн орчинд дараах үнэлгээг өгч байна.

Хүснэгт 91. БНСУ-ын Хууль эрх зүйн орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол (1-5 оноо)	Үнэлгээ (1-5 оноо)	Үзүүлж буй нөлөөлөл (+зэрэг, -сөрөг, =саармаг)
1	Хуулийн хэрэгжилт	5	4	+
2	Эрүүл ахуй, стандарт шаардлага өндөр	5	4	-
3	Импортын холбогдолтой хууль эрх зүйн таатай байдал	5	3	+
4	Холбогдох төр захиргааны байгууллагын ажиллах зарчим	5	3	+
5	Худалдааны холбогдолтой хууль эрх зүйн таатай байдал	5	3	+
6	Хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах байдал	5	5	-
7	Шударга өрсөлдөөний байдал	5	4	+
8	Маргааныг шийдвэрлэх байдал	5	3	+

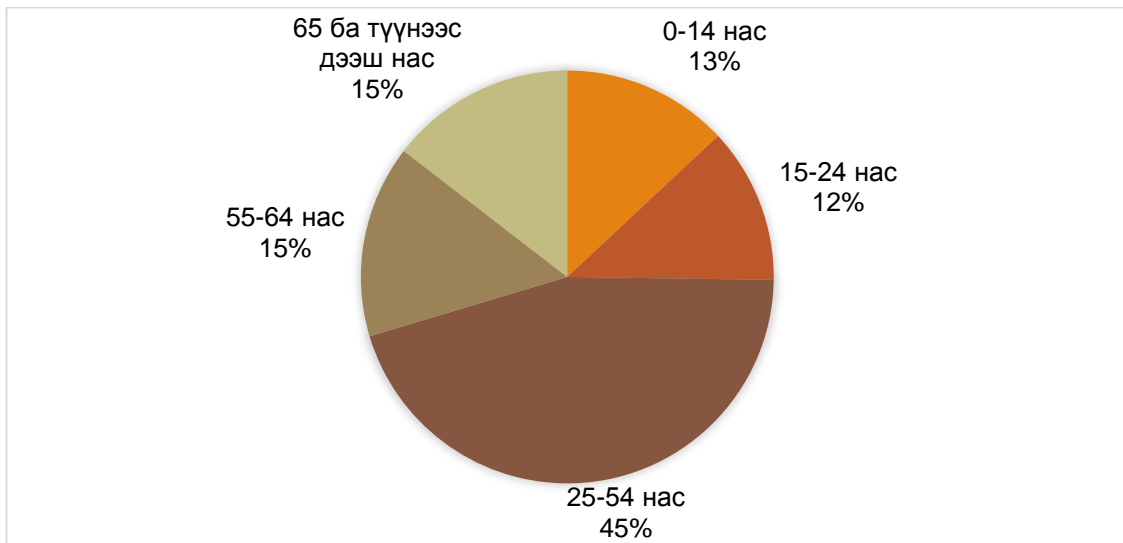
Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

БНСУ нь Гадаад худалдааны хуулиар импортын бараа, бүтээгдэхүүний зохицуулалтыг хийдэг бөгөөд үүнтэй дагалдах хуулиудад тодорхой заалтуудыг тусгаж хуулийг нарийн чанд мөрдөж хэрэгжүүлдэг байна. Мөнтүүнчлэн хэрэглэгчийн эрх ашгийг дээд зэргээр хамгаалдаг тул Монгол улсаас чацаргана импортлоход эрүүл ахуй, чанар, стандартын өндөр шаардлагыг тавьж бүтээгдэхүүнээс нэг удаагийн зөрчил гарахад л тухайн зах зээлд дахин импортлох боломжгүй болох нь судалгаанаас харагдлаа.

НИЙГЭМ, СОЁЛЫН ОРЧИН

БНСУ-ын Статистикийн газрын мэдээгээр, тус улсын хүн амын тоо 2018 оны 7-р сарын байдлаар 51,4 сая байна. 2018 оны байдлаар хүн амын дундаж наслалт эрэгтэй 77, эмэгтэй 84 байсан (АНУ-ын ТЕГ).

Зураг 65. БНСУ-ын хүн амын насны бүтэц, хувиар

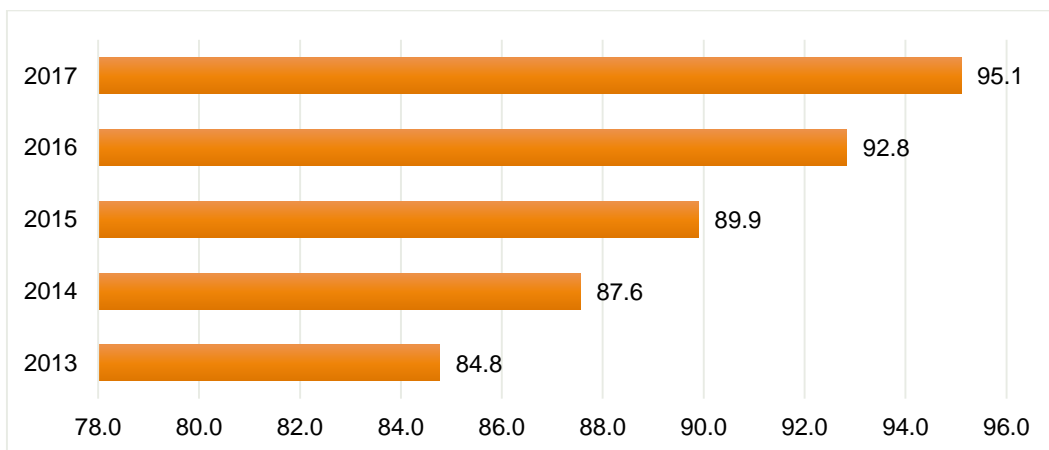


Эх үүсвэр: БНСУ-ын Статистикийн газрын мэдээ, 2018.

Насны бүтцээс харахад, 22-54 насныхан буюу эдийн засгийн идэвхтэй иргэд хамгийн өндөр хувьтай буюу нийт хүн амын 45%-ийг эзэлж байгаа нь эдийн өсөлт болоод худалдан авах чадварт эерэгээр нөлөөлнө гэж үзэж болно.

Интернет хэрэглэгчид: Дэлхийн банкны судалгаагаар, БНСУ-ын интернет хэрэглэгч иргэдийн нийт хүн амын тоонд эзлэх хувийг доорх зургаар харуулав. Үүнд компьютер, гар утас, болон бусад төхөөрөмжийг хамруулан үзсэн.

Зураг 66. Интернет хэрэглэгчдийн нийт хүн амд эзлэх хувийн жин



Эх үүсвэр: Дэлхийн банкны статистик, 2018.

Интернет хэрэглэгчдийн тоо сүүлийн жилүүдэд огцом өссөн байх бөгөөд энэ нь хэрэглэгчид бараа, бүтээгдэхүүний онлайн-аар захиалан авах, бараа бүтээгдэхүүний талаар судалгаа хийхэд шууд нөлөөлж байна.

БНСУ-ын Үндэсний статистикийн газрын гаргасан мэдээгээр, 2016 оноос эхлэн гоо сайхны бүтээгдэхүүний хамгийн өндөр борлуулалттай суваг нь онлайн худалдаа хэмээн тодорхойлсон.

Хүснэгт 92. БНСУ-ын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг

Борлуулалтын суваг1	Борлуулалтын суваг 2	2013		2014		2015		2016	
		Борлуулалт		Борлуулалт		Борлуулалт		Борлуулалт	
		Сая Вон	%	Сая Вон	%	Сая Вон	%	Сая Вон	%
Нийт		3,410,149	100.0	3,552,322	100.0	3,971,132	100.0	6,141,080	100.0
Төрөлжсөн дэлгүүр	Нийтлэг дэлгүүр	219,933	6.4	245,682	6.9	275,911	6.9	538,162	8.8
	Брэнд дэлгүүр	285,788	8.4	413,219	11.6	911,490	23.0	545,289	8.9
	Бусад	-	-	-	-	-	-	990,148	16.1
Танилцуулгын худалдаа	Хэсгийн дүн	602,728	17.7	482,120	13.6	352,228	8.9	373,278	6.1
Захиалга, шуудан, онлайн	Онлайн худалдаа	345,541	10.0	723,419	20.4	740,845	18.7	1,355,484	22.1
	Телевизийн суваг	85,095	2.5	128,098	3.6	136,242	3.4	418,772	6.8
	Шуудан захиалга	965	0.0	37,951	1.1	10,737	0.3	11,300	0.2
Жижиглэнгийн худалдаа	Их дэлгүүр	10,892,244	31.9	694,952	19.6	966,477	24.3	1,230,738	20.0
	Сүлжээ дэлгүүр	421,099	12.3	218,879	6.2	285,088	7.2	159,176	2.6
Татваргүй бүс	Хэсгийн дүн	63,759	1.9	276,921	7.8	128,942	3.2	247,825	4.0
Эмнэлгийн, эмийн сан	Хэсгийн дүн	-	-	-	-	54,043	1.4	79,517	1.3
Бусад	Арьс арчилгааны эмнэлэг	-	-	88,886	2.5	-	-	-	-
	Эмнэлэг	-	-	49,680	1.4	-	-	-	-
	Бусад	296,019	8.7	192,516	5.4	109,129	2.7	191,391	3.1

Эх үүсвэр: БНСУ-ын Статистикийн мэдээллийн төв /KOSIS/, 2017.

Хүний хөгжлийн индекс: Хүний хөгжлийн индекс үзүүлэлтийн хувьд БНСУ нь сайн үзүүлэлттэй бөгөөд дэлхийн нийт улс орнуудын хэмжээнд 23 дугаарт жагссан байна. Эндээс үзэхэд, тухайн орны хүмүүсийн мэдлэг боловсролын түвшин, эрүүл зохистой амьдралын хэв маяг нь манай улсын эрүүл мэндэд өндөр ач холбогдолтой чацарганы бүтээгдэхүүний борлуулалтад эерэг нөлөөтэй байх боломжтой.

НҮБ-аас улс орон бүрийн ХХИ-ийг тодорхойлдог ба тухайн улсын хүн амын дундаж наслалт, хүн амын боловсрол эзэмшсэн дундаж жил, сургалтын хугацаа, нэг хүнд ногдох үндэсний нийт орлого гэсэн 4 үзүүлэлтийг ашиглан хүний хөгжлийн үндсэн гурван хэмжүүр болох урт удаан эрүүл амьдрал, мэдлэг боловсрол, зохистой амьдралын түвшинг харуулдаг. Өөрөөр хэлбэл, энэ нь зөвхөн орлого төдийгүй амьдралын чанарыг тодорхойлоход чиглэгдсэн.

Хүснэгт 93. БНСУ-ын хүн ам зүйн үзүүлэлтүүд

Үзүүлэлтүүд	2013	2014	2015	2016	2017
Хүний хөгжлийн индексээр дэлхийд эзэлж буй байр	16	17	24	23	23
Хүний хөгжлийн индекс	0.891	0.898	0.898	0.9	0.903
Хот суурин газрын хүн амын нийт хүн амд эзлэх хувь	81.78	81.71	81.63	81.56	81.5
Эмэгтэйчүүдийн нийт хүн амд эзлэх хувь	49.93	49.94	49.94	49.95	49.96
65-с дээш насныхны нийт хүн амд хувь	12	12.48	12.97	13.44	13.91

Эх үүсвэр: БНСУ-ын Статистикийн мэдээллийн төв /KOSIS/, 2018.

Хүн амын хотжилтын хувь буурсан ба хотжилтын жилийн өөрчлөлт -0.3%, томоохон хотуудын хүн ам 2018 оны байдлаар Сөүл 9.9 сая, Пусан 3.5 сая, Инчон 2,3 сая, Тэгү 2.2 сая, Дэжон 1.6 сая, Гуанжү 1.5 сая байна.

Хот суурин газрын хүн ам өндөр хувьтай байгаа нь хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүн нийлүүлэхээр зорьж буй Монгол улсын хувьд таатай зүйл боловч хотын хүн амын нийт хүн амд эзлэх хувь нь сүүлийн 5 жилд буурсан үзүүлэлттэй байна.

Хүн амын тэн хагас буюу 50 орчим хувь нь эмэгтэйчүүд байна. Сүүлийн 5 жилийн байдлаас харахад эмэгтэйчүүдийн нийт хүн амд эзлэх хувь нэмэгдэж байгаа бөгөөд энэ нь гоо сайхны болоод эмэгтэйчүүдэд чиглэгдсэн эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүнийг борлуулалтад эерэг нөлөөтэй гэж үзэж болох талтай. Мөн БНСУ-д залуучууд нь мөн гоо сайхны бүтээгдэхүүн хэрэглэх хандлагатай байдаг.

Нас баралтын тоо, шалтгаан:

Нас баралтын гол шалтгаан нь хорт хавдар (100 мянган хүн тутамд 153 нас баралт), үүний дараагаар зүрхний өвчин (58.2), тархины судасны эмгэг (45.8, цус харвалт) байна. Энэ нь Монгол улсын чацарганаар эмчилгээний зориулалтын бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэн БНСУ-д экспортлох тохиолдолд хорт хавдар, зүрхний өвчин, тархи судасны эмгэг өвчинд чиглэсэн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх нь эрэлттэй байхыг илтгэнэ.

БНСУ-ын нийгэм, соёлын орчны судалгааг гүйцэтгэсний үндсэн дээр дараах үнэлгээг өгч байна.

Хүснэгт 94. БНСУ-ын Нийгэм, соёлын орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол (1-5 оноо)	Үнэлгээ (1-5 оноо)	Үзүүлж буй нөлөөлөл (+эерэг, -сөрөг, =саармаг)
1	Насны ангилал байдал	4	4	+
2	Интернет хэрэглэх байдал	5	5	+
3	Хүний хөгжлийн индекс	4	4	+
4	Хот суурин газрын хүн ам	4	5	+
5	Нас баралтын шалтгаан	4	4	+
6	Хүн амын өсөлт	3	3	+
7	Гадаадад үйлдвэрлэсэн бараа худалдан авалт	5	3	+
8	Үндсэрхэг байдал	5	4	-
9	Хэлний үзүүлэх нөлөө	5	4	-
10	Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүнд өгөх ач холбогдол	5	4	-
11	Гоо сайхны бүтээгдэхүүнд өгөх ач холбогдол	5	5	-
12	Хүнсний бүтээгдэхүүнд өгөх ач холбогдол	5	2	+
13	Бүтээгдэхүүний чанарт өгөх ач холбогдол	5	5	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

Нийгэм, соёлын орчны судалгаанаас дүгнэхэд, эрүүл мэндийн, гоо сайхны, хүнсний бүтээгдэхүүний аль аль нь эрэлттэй байх боломжтой байна. Хот суурин газар дахь хүн амын нягтаршил өндөр, худалдан авах чадвар сайтай, эрүүл мэнд, гоо сайхандаа анхаарал их тавьдаг. Харин Монголын боловсруулах үйлдвэрийнхэн БНСУ-ын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх хүнд сорилт байгаа тул бүтээгдэхүүнийхээ чанарт анхаарч маркетингийн онцгой стратеги авч хэрэгжүүлэх чухал юм.

ТЕХНОЛОГИЙН ОРЧИН

Инновацийн индекс: Инновацийн индексийн хувьд сүүлийн 5 жилд улс орнуудын жагсаалтад тэргүүлэх хандлагатай болж ирсэн байна. БНСУ технологийн хувьд өндөр хөгжсөн орон юм.

Хүснэгт 95. БНСУ-ын инновацийн индекс

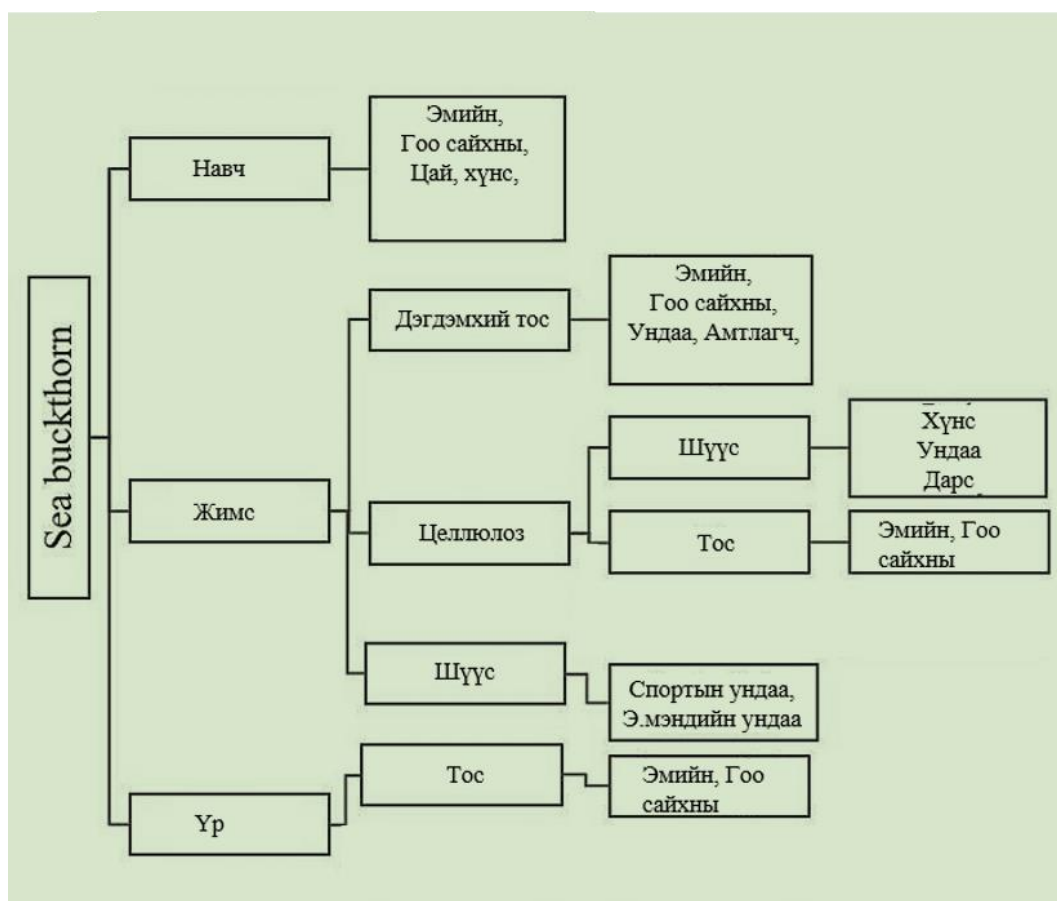
Он	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Инновацийн индексээр дэлхийн түвшинд эзэлж буй байр	16	14	12	11	11	12
Инновацийн индекс	53.3	55.3	56.3	57.1	57.7	56.6

Эх үүсвэр: Дэлхийн Оюуны Өмчийн Байгууллага, Европын бизнесийн удирдлагын институт /INSEAD/, болон Корнеллийн их сургууль, 2019.

Дэлхийн Оюуны Өмчийн Байгууллага, Европын бизнесийн удирдлагын институт /INSEAD/, болон Корнеллийн их сургуулийн гаргасан үзүүлэлт бөгөөд Инновацийн индекс нь хоёр дэд индексийг багтаадаг. Үүнд: Инновацийн нөөцийн индекс ба Инновацийн үр дүнгийн индекс. Эхний дэд индекс дараах таван үзүүлэлтэд тулгуурладаг. Үүнд: Институтууд, Хүний капитал, Судалгаа, Дэд бүтэц, Зах зээлийн боловсронгуй байдал, Бизнесийн боловсронгуй байдал. Хоёр дахь дэд индекс нь хоёр үзүүлэлт дээр тулгуурладаг. Үүнд: Мэдлэг, технологийн үр дүн, бүтээмжийн үр дүн.

Доорх зургаар чацарганы мод, жимс, үр, навчны хэрэглээг харуулав.

Зураг 67. БНСУ-ын чацарганы мод, жимс, үр, навч хэрэглээ



БНСУ-д чацарганыг сүүлийн үед ихээхэн сонирхох болсон бөгөөд өөрийн нутагтаа тарьж ургуулах, нутагшуулахаар зорин ажиллаж байна. Мөн тус улсын болон мужийн их сургуулиуд, эрдэм шинжилгээний хүрээлэнгүүд чацарганы орц найрлага, ач тусын талаар олон төрлийн судалгааны ажил хийжээ. Эдгээрийн дундаас сонирхол татаж буй нь Монголын чацарганыг БНСУ-ын хөрсөн дээр тарьж ургуулсан чацарганатай харьцуулах, ургац хураалтын жилийн өөр өөр улиралд авсан ургацын тэжээллэг байдлыг харьцуулах гэх мэт судалгаанууд байна /хавсралтад харуулав/.

Самсунг компани 2003 оноос эмийн ургамал, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний салбарт үйл ажиллагаагаа эхлүүлэн улмаар 2006 оноос чацарганыг тарьж ургуулан нутагшуулж, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэн дотоод болон гадаад зах зээлд нийлүүлж байна.

Чацарганыг гар аргаар хураадаг бөгөөд энэ нь түүхий эдийн чанарыг алдагдуулахгүй байх зорилготой. Ихэвчлэн нунтаг болон тос хэлбэрээр борлуулагддаг, жимснээс илүүтэй, навчинд ач холбогдол өгч байгаа нь анхаарал татахуйц бөгөөд учир нь навч болон холтос нь тэжээллэг чанарын хувьд жимснээсээ илүү хэмээн судалгаагаар тодорхойлсон мөн цайны ханд болгон ашиглахад илүү тохиромжтой.

Хүснэгт 96. БНСУ-ын Техник, технологийн орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол (1-5 оноо)	Үнэлгээ (1-5 оноо)	Үзүүлж буй нөлөөлөл (+эерэг, -сөрөг, =саармаг)
1	Инноваци	1	4	=
2	Техник, технологийн хөгжил	1	5	=
3	Технологийн бодлого	3	5	=
	<i>Чацарганы бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн чиглэл</i>			
4	* Гоо сайхны	4	5	+
5	* Хүнсний	5	2	+
6	* Эрүүл мэндийн	4	1	+
7	Судалгаа, шинжилгээ хийгдэж буй байдал	5	5	
	<i>Судалгааны үр дүн, ач холбогдол</i>			
8	* Жимс	5	3	+
9	* Жимсний үр	5	2	+
10	* Навч	4	5	+
11	* Холтос	3	1	-

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

БНСУ-ын техник, технологийн түвшин нь дэлхийн түвшинд дээгүүр байранд орж байна. Сүүлийн жилүүдэд чацарганыг өөрийн оронд тариалж эхэлсэн бөгөөд чацарганыг шинжлэх ухааны үндэслэлтэйгээр олон талаас нь судалжээ. Чацарганаар гоо сайхны, хүнсний, эрүүл мэндийн зориулалтаар эцсийн хэрэглээний бүтээгдэхүүнийг тус улс дотооддоо үйлдвэрлэж эхэлсэн тул гадаад улс орнуудаас чацарганы эцсийн бүтээгдэхүүнийг бус харин түүхий эдийг импортлох сонирхолыг л төрүүлэхээр байна.

БАЙГАЛЬ ОРЧИН

Нутаг дэвсгэр нь 100,032 кв км, газарзүйн байршлын хувьд Зүүнхойд Азийн бүсэд багтах бөгөөд эх газраар Хойд Солонгостой, далайгаар ОХУ, БНХАУ, Япон улстай хиллэдэг. Аж үйлдвэрээс үүдэлтэйгээр байгаль орчны нөлөөлөл байх бөгөөд томоохон хотууд нь агаарын бохирдолттой, хүчлийн бороо ордог байна.

Хүснэгт 97. БНСУ-ын хөдөө аж ахуйн зориулалттай газрын хэмжээ

Үзүүлэлтүүд	2013	2014	2015	2016
ХАА-н газар нутгийн хэмжээ, км.кв	17687	17483	17360	17008
Хөдөө аж ахуйн газрын нийт газарт эзлэх хувь	18.15%	17.93%	17.81%	

Эх үүсвэр: БНСУ-ын Статистикийн мэдээллийн төв /KOSIS/, 2017.

Хүснэгтээс харахад, хөдөө аж ахуй, газар тариалангийн газар нутгийн хэмжээ сүүлийн жилүүдэд буурч ирсэн байна.

Чацаргана тариалалтын гол бүс нутаг нь Таэбаэк уулын хойд хэсэг буюу Гангвон-до мужид оршдог. Мөн Гангва арал болон Гионгидо бүс нутагт тариалж байна.

Зураг 68. БНСУ-ын чацаргана тариалж буй бүс нутгууд



БНСУ-ын хүрээлэн буй орчныг судалгаанд үндэслэн дараах үнэлгээг өгч байна.

Хүснэгт 98. БНСУ-ын байгаль орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол (1-5 оноо)	Үнэлгээ (1-5 оноо)	Үзүүлж буй нөлөөлөл (+эерэг -сөрөг, =саармаг)
1	Газарзүйн онцлог	5	4	-
2	Байгаль орчны бохирдол	4	3	+
3	Хөдөө аж ахуйн эрхлэлт	5	4	-
4	Чацарганы тариалалт	5	4	-
5	Цаг уурын байдал	2	3	-

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

БНСУ-ын байгаль орчны судалгаанаас харахад, хэрэв газар нутаг хүрэлцээтэй бол чацарганы тариалалтыг ихээр нэмэгдүүлэх сонирхол байна. Гэвч газар нутгийн хязгаарлагдмал байдал, цаг уурын байдал нь чацарганы тариалалтыг төдийлөн нэмэгдүүлэх боломжгүй юм. Чацарганы өөрийн орондоо тариалж, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж эхэлсэн тул чацарганы давуу талыг сурталчлахад Монгол улсын хувьд илүү дөхөмтэй байх болно.

ДҮГНЭЛТ

БНСУ нь гадаад худалдааны бодлогын хувьд экспортлогч орон бөгөөд импортын бүтээгдэхүүнд тэр дундаа хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүнд тавих хяналт чанга, хязгаарлалт тогтоодог. Импортын бараа, бүтээгдэхүүний хувьд түүхий эд импортлох сонирхолтой бөгөөд түүнийгээ боловсруулж эцсийн бүтээгдэхүүн болгож гадаад зах зээлд экспортлох чиг бүхий төрийн бодлоготой.

Эдийн засгийн хувьд тэргүүлэгч орнуудын жагсаалтад багтах бөгөөд хүн амын амьжиргааны түвшин өндөр, худалдан авах чадвар сайн. Технологи өндөр хөгжсөн бөгөөд интернет орчинд мэдээлэл авах, харилцах, худалдан авалт хийх нь сүүлийн жилүүдэд эрс нэмэгдсэн. Нийгэм соёлын хувьд, хүн ам нь эрэгтэй, эмэгтэй аль аль нь гоо сайхны бүтээгдэхүүн хэрэглэдэг. БНСУ нь гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлээр дэлхийд тэргүүлэгч орон юм.

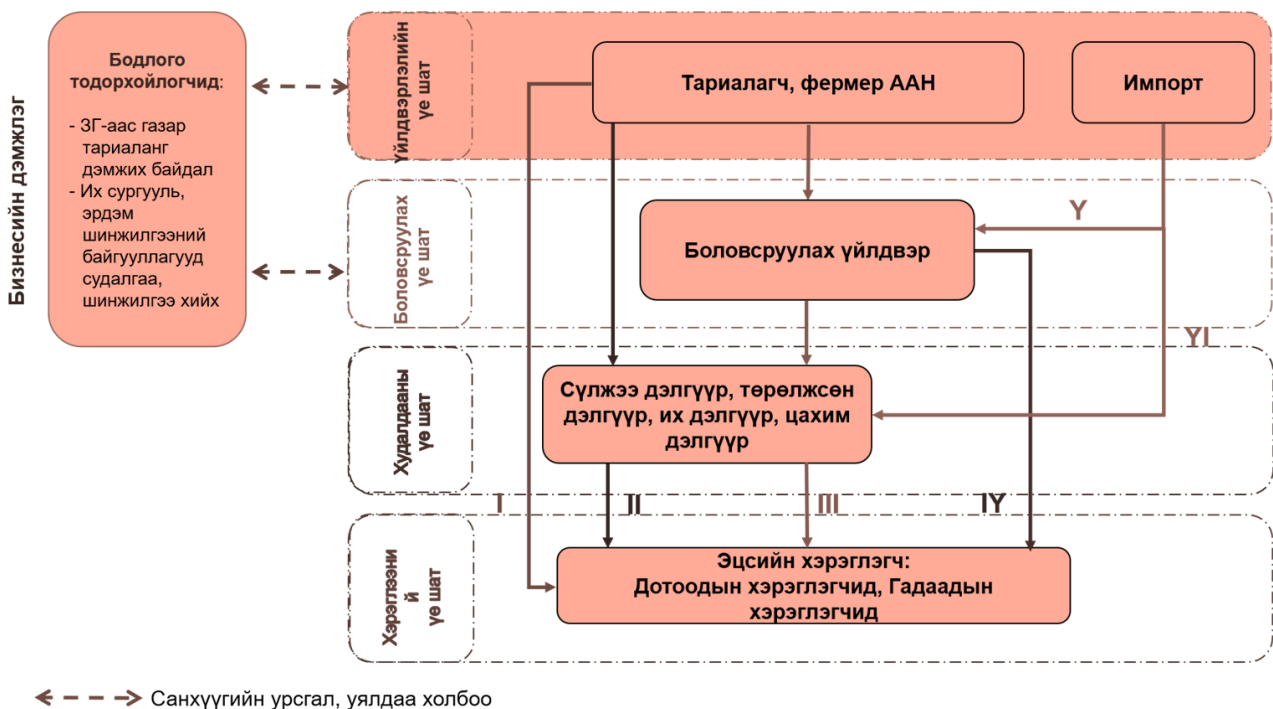
БНСУ-д чацарганы тухай сүүлийн 10 жилд эрчимтэй судалж байгаа бөгөөд өөрсдөө тариалж түүхий эдийн хэрэгцээгээ дотоодоосоо хангахаар зорьж байна. Үүнд Монгол улсын газар нутаг тариалсан болон БНСУ-ын газар нутагт тариалсан чацарганы чанарын ялгаатай байдлыг үгүйсгэхэд чиглэгдсэн судалгаанууд мөн хийгджээ. Тус судалгаагаар хоёр улсын чацарганууд хоорондоо чанарын ялгаагүй хэмээн дүгнэсэн боловч тухайн судалгаа хийгдэх болсон хүчин зүйлийг харахад чанарын ялгаатай гэж үзэх үндэслэлтэй байна. Энэ нь нэг талаар манай чацарганы бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч нарт ашигтай бөгөөд гол нь чанарын ялгааг манай эрдэм шинжилгээний байгууллагуудын зүгээс судлан гаргах нь зүйтэй юм.

Чөлөөт худалдааны хэлэлцээр байгуулах нь манай улсад ашигтай байж болох талаар судлаачдын хийсэн олон судалгааны ажил байгаа бөгөөд БНСУ-ын гаалийн татварын хувь, зохицуулалтын бодлого, хэрэгжилтийн өнөөгийн байдлын шинжилгээнээс дүгнэхэд тус хэлэлцээрийг байгуулах нь Монгол улсын чацарганы бүтээгдэхүүний экспортод ашигтай байх болно гэж дүгнэв.

4.2. ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ӨРТГИЙН СҮЛЖЭЭНИЙ СУДАЛГАА

БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүний өртгийн сүлжээг үйлдвэрлэл ба импорт, боловсруулалт, худалдаа, хэрэглээний гэж ангилж болно. Өртгийн сүлжээнд үйлдвэрлэлийн үе шатанд чацарганыг тариалагч, фермер, аж ахуйн нэгжүүд; боловсруулах үе шатанд тус улсын томоохон тооцогдох үйлдвэрүүдээс гадна жижиг, дунд үйлдвэрүүд; худалдааны үе шатанд сүлжээ дэлгүүр, төрөлжсөн дэлгүүр, их дэлгүүр, цахим дэлгүүр; хэрэглээний үе шатанд дотоодын хэрэглээ болон импортын бүтээгдэхүүний хэрэглээний асуудлуудыг хамруулан судаллаа.

Зураг 69. БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүний өртгийн сүлжээ



I – Үйлдвэрлэлийн үе шатны оролцогч нь эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж өөрийн дэлгүүр, албан ёсны цахим хуудас, албан ёсны төлөөлөгч, дистрибьютерээр дамжуулан шууд хэрэглэгчид нийлүүлэх. Бүтээгдэхүүний сонголт ихтэй боловч нарийн хөгжүүлэлт хийгдээгүй. Цөөн тооны хэдхэн үйлдвэрлэгчтэй, тэдгээрийн тариалалт, ургац хураалт нь хязгаарлагдмал. Гэвч тухайн улсад уг бүтээгдэхүүнийг таниулахад тэдгээрийн оролцоо маш өндөр байдаг байна.

II – Үйлдвэрлэлийн үе шатнаас эцсийн бүтээгдэхүүн гарч супермаркет, сүлжээ дэлгүүрээр дамжин хэрэглэгчийн гар дээр очих. Томоохон сүлжээ дэлгүүрүүд нь үйлдвэрлэгчтэй шууд холбогдон бүтээгдэхүүн авах сонирхолтой. Учир нь үйлдвэрлэлийг дотооддоо хийсэн гэдгээр чанар, эрүүл ахуйн хувьд найдвартай, органик хэмээн үзэх хандлагатай байдаг.

III – Боловсруулах шат нь түүхий эдээ үйлдвэрлэгч, эсвэл импортоор авч эцсийн хэрэглээний бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэн борлуулалтын суваг, дэлгүүр, сүлжээгээр дамжуулан эцсийн хэрэглэгчид очих. Боловсруулах үйлдвэрүүд түүхий эдийн чанар, эрүүл ахуйг анхаардаг бөгөөд дотоодод үйлдвэрлэсэн түүхий эд, импортын түүхий эдийн үнээс үргэлж өндөр байдаг. Гэсэн

хэдий ч боловсруулах үйлдвэрүүд дотоодын түүхий эдийг авах, түүгээрээ сурталчилах сонирхолтой.

IY – Боловсруулах шат нь түүхий эдээ үйлдвэрлэгч эсвэл импортоор авч эцсийн хэрэглээний бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж өөрийн цахим сүлжээ болон нэрийн дэлгүүрээр дамжуулан шууд хэрэглэгчдэд хүргүүлэх. Боловсруулах үйлдвэрүүд нь бүтээгдэхүүнээ гадаадад экспортлоход өндөр ач холбогдол өгдөг бөгөөд өөрсдийн албан ёсны цахим хуудсаар дамжуулан борлуулахад анхаардаг.

Y – Импортоор түүхий эдийг худалдан авч боловсруулах үйлдвэрт нийлүүлэх. Боловсруулах үйлдвэрүүд дотоодын түүхий эдийг өндөр үнээр авч өндөр үнэтэй бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж харин импортын түүхий эдээр арай хямд бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж зах зээлд нийлүүлж байна. Түүнчлэн Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яамнаас хатуу хяналт тавьдаг, хуулийн нарийн зохицуулалттай байдаг учир түүхий эдийн гарал үүсэл нь хэрэглэгчдэд ил тод байдаг.

YI – Импортоор эцсийн хэрэглээний бүтээгдэхүүн нэвтрүүлж борлуулах, худалдааны сувгаар дамжуулан эцсийн хэрэглэгчдэд хүргэх. Импортын эцсийн хэрэглээний бүтээгдэхүүн ямар нэгэн дундын сувгаар дамжихгүйгээр шууд хэрэглэгчдийн гар дээр очих нь цахим орчинд хийгдэж буй худалдаагаар явагдаж байна. Ийнхүү цахим орчинд шууд худалдаа хийх нь мөн нарийн тодорхой хуулиар зохицуулагдсан буюу өндөр хяналттай.

Зураг 70. БНСУ-ын чацарганы нэмүү өртгийн сүлжээний хамрах хүрээ

Түүхий эд нийлүүлэлт	<ul style="list-style-type: none"> •Тариалалт /суулгац, тариалах заавар зөвлөгөө, гэрээт тариалалт, хөлдөөсөн жимс, шүүс, хатаасан нунтаг, тос/ (тээвэрлэлт, чанар, эрүүл ахуйн хяналт) •Импорт: хөлдөөсөн жимс, хатаасан нунтаг /жимс, навч/, тос /үрийн, жимсний/ (Худалдан авалт, тээвэрлэлт, гааль, чанар, эрүүл ахуйн хяналт)
Боловсруулалт	<ul style="list-style-type: none"> •Хүнсний бүтээгдэхүүн /хуурай цай, нунтаг бэлдмэл, шүүс ундаа/ •Эмийн бүтээгдэхүүн /хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн, тос/ •Гоо сайхны бүтээгдэхүүн /тос, нүүр арчилгаа маск, уруулын тос/ •Гэрчилгээжилт /үйлдвэрийн, бүтээгдэхүүний/
Борлуулалт	<ul style="list-style-type: none"> •Сүлжээ дэлгүүр •Төрөлжсөн дэлгүүр •Онлайн
Хэрэглээ	<ul style="list-style-type: none"> •Дотоод •Гадаад экспорт

Түүхий эд нийлүүлэлт / Үйлдвэрлэлийн үе шат

Импорт. Эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч нар түүхий эдээ дотоодоос авах сонирхолтой байдаг хэдий ч БНХАУ-аас импортлодог. Мөн БНСУ руу “Plusnature Inc.” компани чацарганы түүхий эдийг ХБНГУ-аас импортлодог. Сүүлийн жилүүдэд манай улсаас чацаргана импортлох сонирхол нэмэгдэж байна. Импортын бүтээгдэхүүний өртөгт тээвэр, гаалийн болон нэмэгдсэн өртгийн татвар хураамж зэрэг зардал нэмэгдэнэ. Монгол улсаас БНСУ руу экспортлогдсон бүтээгдэхүүнүүд *Хэвсралт 2.2.1*-ийг харахад, цөөн тооны бүтээгдэхүүн эцсийн хэрэглээний бүтээгдэхүүн буюу бүрэн боловсруулагдсан байна. БНХАУ-ын түүхий эд нийлүүлэгч компаниуд БНСУ-ын зах зээлд цахим сүлжээнд өөрсдийн бүтээгдэхүүний танилцуулгаа байршуулж байр сууриа бэхжүүлэх сонирхолтой байдаг байна (бөөний буюу боловсруулалтад зориулсан түүхий эд нийлүүлэлтийн цахим сүлжээ www.tradekorea.com).

Дотоодын үйлдвэрлэл. Чацаргана тариалалтын гол бүс нутаг нь Таэбаэк уулын хойд хэсэг буюу Гангвон-до мужид оршдог. Мөн Гангва арал, болон Гионгидо бүс нутагт тариалж байна. БНСУ-д чацарганыг Самсунг Херб компани 2006 оноос тариалж эхэлсэн. Тус компани 2006 онд Ганвон ИС-ийн эрдэм шинжилгээний хүрээлэнтэй хамтран судалгааг анх эхлүүлсэн бөгөөд Засгийн газраас уг судалгаанд 500 сая воны санхүүжилтийг олгожээ (Самсунг Херб компанийн вебсайт). Самсунг Херб компанийн хувьд өөрсдөө тариалаад зогсохгүй суулгац худалдаалах, гэрээгээр тариалалт хариуцах, сургалт зөвлөгөө өгөх зэрэг үйл ажиллагаа явуулдаг. Хамгийн том тариалалтын талбай нь өдгөө 30 га бөгөөд 2015 онд 100 тн навч, 200 тн жимсний ургац хураан авч байжээ. Тус компани нь Гангвон ИС, Чонбук ИС, Халим ИС-иудтай хамтран судалгаа, шинжилгээ явуулдаг. Гэсэн хэдий ч бусад төрлийн жимс болон ургамалтай харьцуулахад чацаргана нь харьцангуй шинэ жимс бөгөөд тариалалтын хэмжээ, хэрэглээ нь харьцангуй бага хэвээр байна.

БНСУ-ын Үндэсний статистикийн газрын мэдээгээр, жимс боловсруулагч компаниудын тоо 2013 онд 701 байсан бол 2015 онд 1,042 болж өссөн байна. 2017 оны байдлаар, чацаргана болон бусад бага хэмжээний жимсний ургац авалт нийт жимсний ургацын 3.5% буюу 176 мянган тонн байна. Гэтэл чацаргана тариалалтын хамгийн том талбай бүхий Гангвон мужид холимог тариалалтын 30 га талбай байх бөгөөд үүний зарим хэсэг нь л чацарганад ногддог тул бусад чацарганы нөөц бүхий улс орнуудтай харьцуулахад маш бага хэмжээний ургац хурааж авдаг нь тодорхой байна. Өөр нэгэн амжилттай яваа тариалагч бол мөн л Ганвон мужийн “Anna’s Garden” бөгөөд тэрээр 2018 онд БНСУ-ын ХАА-н яамнаас зохион байгуулсан шилдэг “ХАА-н нэмүү өртөг шингэсэн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч”-ийн гуравдугаар байрыг эзэлсэн байна. Тус үйлдвэрлэгч нь ямар ч химийн бордоо болон химийн орц найрлага ашигладаггүй гэдгээрээ онцлог бөгөөд мөн ургацаа гар аргаар хураан авдаг, GAP (ХАА-н сайн дадал), HACCP (Аюулын дүн шинжилгээ ба эгзэгтэй цэгийн хяналт) үйлдвэрлэл явуулдаг байна.

Боловсруулалтын үе шат

БНСУ-ын чацарганы үйлдвэрлэл эрхлэгчид нь өөрсдөө боловсруулалт хийж эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг. Эдгээрээс бусад боловсруулах үйлдвэрийнхэн түүхий эдээ сонгохдоо дотоодод тариалсан чацарганыг илүүд үзэх хандлагатай.

Боловсруулалт хийж бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэсэн байдлыг судлахад, ихэвчлэн жимсний нунтаг, навчны нунтаг, навчны цай, гоо сайхны бүтээгдэхүүн (маск, цэвэрлэгч, тос, эссенц, саван) үйлдвэрлэж байна. Мөн дээр дурьдсан 2 тариалан эрхлэгчид дарс, шүүс, жимс гэх мэт бүтээгдэхүүн нийлүүлж байна. Харин хамгийн хүртээмжтэй буюу ашиг орлого, нэр хүндээр тэргүүлж буй бүтээгдэхүүн нь гоо сайхны бүтээгдэхүүнүүд байна.

Органик бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч гэдгээрээ зах зээлд танигдсан “Anna’s Garden” компанийн шүүс шахан гаргаж буй шат дарааллыг доорх зургаар харууллаа.

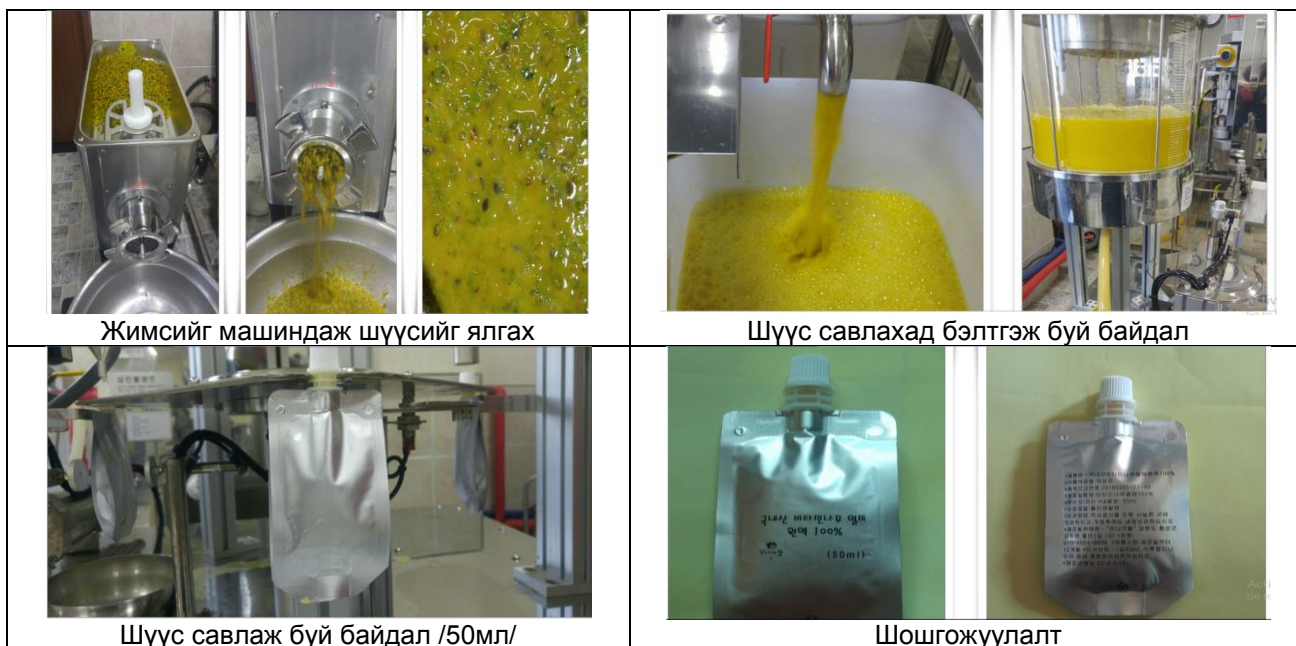
Зураг 71. “Anna’s Garden” компанийн чацарганы боловсруулалтын дараалал



Ургацаа 7-р сарын сүүл, 8-р сарын эхэнд хураан авдаг.



Хураасан ургацыг усаар цэвэрлэн, шигшүүрдэнэ.



Жимсийг машиндаж шүүсийг ялгах

Шүүс савлахад бэлтгэж буй байдал

Шүүс савлаж буй байдал /50мл/

Шошгожуулалт

Дээр дурьдсан 2 үйлдвэрлэгчээс гадна мянгаар тоологдох (2015 оны статистик мэдээгээр 1,042) жимс боловсруулагч компаниуд байх бөгөөд мянга мянган хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн, гоо сайхны бүтээгдэхүүн, хүнсний бүтээгдэхүүн боловсруулагчид үйл ажиллагаа явуулж байна. Иймд боловсруулалтын үе шатыг хүнсний, эмийн буюу хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний, гоо сайхны бүтээгдэхүүний хэмээн ангилан авч үзье.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүн. Чацарганы бүтээгдэхүүний боловсруулалтад хамгийн өргөн танигдаж буй хэлбэр нь гоо сайхны бүтээгдэхүүн бөгөөд БНСУ нь хэд хэдэн төрлийн гоо сайхны бүтээгдэхүүн болон брэндүүдийг бий болгож зөвхөн дотооддоо төдийгүй өндөр хөгжилтэй орнуудад экспортлон гаргажээ. Үйлдвэрлэгдэж буй бүтээгдэхүүнүүд нь тос, нүүрний маск, нүүр цэвэрлэгч, нүүр гарын саван байна. Манай улсад төвтэй Seaberry Farm Products нэрт компани гоо сайхны бүтээгдэхүүн БНСУ-д үйлдвэрлэж байгаа юм. Мөнтүүнчлэн дэлхийн алдартай брэндүүд хүртэл БНСУ-д бүтээгдэхүүнээ үйлдвэрлүүлдэг. Энэ нь БНСУ өдгөө дэлхийн гоо сайхны бүтээгдэхүүний салбарт чухал байр эзэлснийг илтгэнэ. БНСУ-ын 2017 оны статистик мэдээгээр, улсын хэмжээнд нийт 2,069 аж ахуй нэгж гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэсэн байна. Үүний 40 гаруй хувь буюу 835 ААН Гионгидо мужид байрладаг.

Эдгээрээс зөвхөн дотооддоо төдийгүй олон улсад чацарганы бүтээгдэхүүнээр амжилт олсон компаниудыг дурьдвал:

[Samsung Herb Medicine Co.Ltd](#) /түүхий эдээ өөрөө тариалдаг/

Хаяг: Samsung herbal Agriculture Co., Ltd. Corporate | Contact Us | Phone: 033-241-2214 | Address: 24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Then I met you

[Soko Glam Inc.](#) Delaware at 2711 Centerville Road, Suite 400, City of Wilmington, DE 19808, USA

БНСУ-аас гаралтай брэнд боловч АНУ-ын зах зээлд чиглэсэн үйл ажиллагаа явуулдаг.

[I'm from](#) /түүхий эдээ дотоодоос авдаг/

[Rap & Company Co., Ltd.](#) 1644-7178 .

Seomun-dong, Seocho-gu, Seoul, Korea 86 3rd Floor, Evergreen Building Address: 3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea

Representative of rap & company . Chan Young Kim

Email. imfrom@imfrom.co.kr

[AFLO. Plusnature Inc.](#) /түүхий эдээ ХБНГУ-аас авдаг/

Хаяг: (31116) 407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea

Tel.: +82) 70-8886-6767

Website: <http://aflo.co.kr>

[Purito. Hinature Inc.](#)/түүхий эдээ дотоодоос авдаг/

21990 Smart Valley E dong 908 ho, Songdo Mirae-ro 30, Yeonsu-gu, Incheon-si

kkh0428@purito.co.kr

Personal Information Manager: MIN JI KIM(minji@purito.co.kr)

Phone : +82-70-8833-1884 Fax : +82-70-8995-1884

Хүнсний бүтээгдэхүүн. Чацаргана жимсний нунтаг хэлбэрээр хүнсний хэрэглээнд түлхүү хэрэглэгдэж байна. Мөн навчнаас гаргасан цай, жимсний ундаа шүүс, дарс хэлбэрээр хэрэглэдэг.

[Samsung Herb Medicine Co.Ltd](#) /түүхий эдээ өөрөө тариалдаг/

Жимсний нунтаг, Навчны нунтаг, навчны цай, жимсний дарс боловсруулдаг.

Хаяг: Samsung herbal Agriculture Co., Ltd. Corporate | Contact Us | Phone: 033-241-2214 |

Address: 24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si

[Anna's Garden](#) //түүхий эдээ өөрөө тариалдаг/

Навчны цай, жимсний шүүс, жимсний нунтаг боловсруулдаг.

13 Hoengseong, Gangwon -46 No.

Tel: 416-20-20441

[Golden Herb](#) /Түүхий эдээ БНХАУ-аас импортлодог/

Жимсний нунтаг бүтээгдэхүүн

40-11 Guijin-ri, Tongjin-eup, Gimpo-si

Tel: 031-992-0878

[GNM Life. JN EM Life Co., Ltd.](#)//

Жимсний нунтаг бүтээгдэхүүн

Yangsang Road 43, Yeongdeungpo-Gu, Seoul, Korea (3-Ga, Yangpyeong-dong) Tel: 220-88-59267

Representative Park Yu-young TEL: 1600-8741

Email: gnm@gnmcorp.com

Эмийн буюу биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн. БНСУ-ын зах зээлд ихэвчлэн хүнсний нэмэлт бэлдмэл байдлаар байх бөгөөд витаминлаг чанарт нь түшиглэсэн. Мөн тос хэлбэрээр хэрэглэж байгаа боловч тэр нь эмчилгээний гэхээс илүүтэй гоо сайханд зориулагдсан байна.

[Samsung Herb Medicine Co.Ltd](#) /түүхий эдээ өөрөө тариалдаг/

Капсул бүхий хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн боловсруулдаг.

Хаяг: Samsung herbal Agriculture Co., Ltd. Corporate | Contact Us | Phone: 033-241-2214 |

Address: 24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si

[YANGNYEONGSI PEOPLE Co., LTD.](#)

Уламжлалт аргаар эмийн ургамал ашиглан хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн боловсруулдаг бөгөөд үүнд: нүүрний маск, маск, ургамлын цай, ургамлын шампунь, ургамлын гаралтай эм зэрэг багтана.

Хаяг: 15 Namseong-ro Jung-gu, Daegu

[Youngjin Nutrition](#)

Ургамлын гаралтай хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн боловсруулдаг.

Хаяг: Kunyoung Casvill 39033 Blk 101 Unit1903, Yong Hyun dong, Other, South Korea,480839

[Philobiotech Co., Ltd.](#)

Ургамлын гаралтай эм, гоо сайхны бүтээгдэхүүн боловсруулан худалдаалдаг

Хаяг: 114, Gangwon National Univ., Hyoja 2-dong Chuncheon-si, Gyeonggi-do

[Naju Icheon Food Co., Ltd.](#)

Цай, ундаа гэх мэт хүнсний бүтээгдэхүүн мөн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн боловсруулдаг. ISO9001 гэрчилгээжсэн.

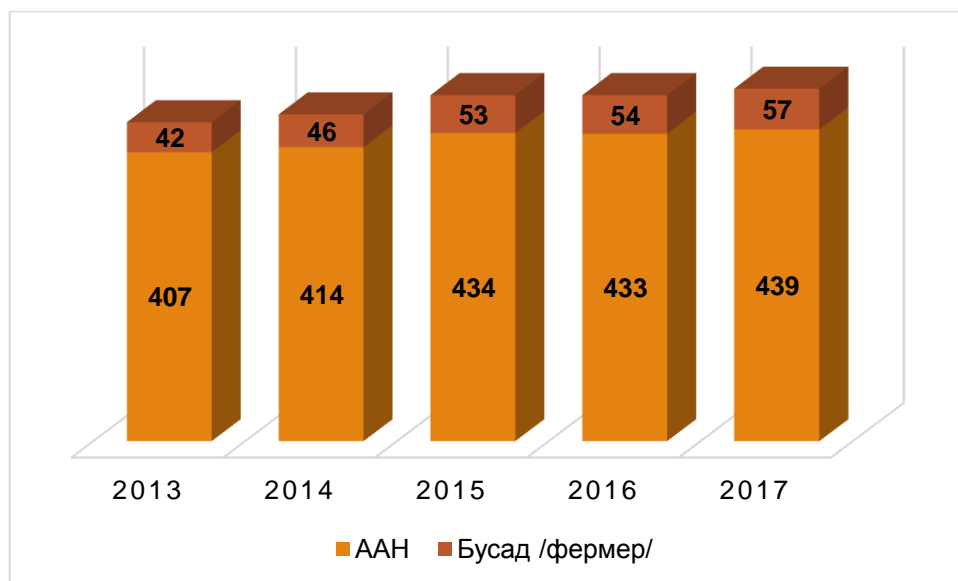
БНХАУ-ын компаниуд БНСУ-ын чацарганы зах зээлд цахим хэлбэрээр нэвтэрч байр сууриа бэхжүүлэх сонирхолтой байдаг боловч чанарын хувьд дотоодын үйлдвэрлэлийн бүтээгдэхүүнээс доогуур хэмээн тодорхойлогддог. Харин үнийн хувьд дотоодын бүтээгдэхүүнээс илт хямд байдаг байна (www.tradekorea.com).

БНХАУ-ын нийлүүлэгчид ихэвчлэн үрийн болон жимсний тосыг бөөний болон жижиглэн хэлбэрээр нийлүүлэх сонирхолтой байдаг. БНСУ-д чацараганыг нийлүүлдэг БНХАУ-ын компаниуд:

- Reindeer Biotech Co., Ltd
- Kingherbs Limited
- Jiangxi Global Natural Spice Co., Ltd
- Guangzhou Honsea Sunshine Biotech Co., Ltd
- Yiyang Biochem Company Limited
- Shanxi Wutai Mount Seabuckthorn Goods LTD гэх мэт.

Сүүлийн 5 жилийн байдлаар БНСУ-ын хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн боловсруулагч аж ахуй нэгж, фермерүүдийн тооны өсөлт харьцангуй тогтвортой байжээ.

Зураг 72. БНСУ-ын чацарганаар хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгчдийн тоо



Эх үүсвэр: БНСУ-ын Үндэсний статистикийн газар

Боловсруулалттай холбоотой үнийг өсгөх гол хүчин зүйл бол чанар, эрүүл ахуйн шаардлага хангалт, гэрчилгээжүүлэлт юм. Хүнсний, эмийн, гоо сайхны бүтээгдэхүүний чанар, стандартын өндөр шаардлагатай бөгөөд Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яамнаас зохицуулалтыг хийдэг. Үүнээс гадна импортын бараанд тавих хяналт шалгалтын дарааллыг доорх зурагт дүрслэв.

Зураг 73. БНСУ-ын импортын хүнс, эм, гоо сайхны барааны үзлэг, шалгалтын дараалал



5

Эх үүсвэр: БНСУ-ын Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам

Хүнс, эм, гоо сайхны бараа, мөн хөдөө аж ахуйн бүтээгдэхүүнийг импортлоход урьдчилан чанар, эрүүл ахуйн хяналт шалгалтаар оруулж холбогдох зөвшөөрөл, гэрчилгээжилтийг авсан байх шаардлагатай байна.

Худалдааны үе шат

Худалдааны үе шатанд Их дэлгүүр, төрөлжсөн дэлгүүр, нэрийн дэлгүүр, том сүлжээ дэлгүүр, жижиг сүлжээ дэлгүүр, телешоппинг, онлайн дэлгүүрүүд чухал байр суурийг эзэлж байна. Хүнсний жижиглэнгийн худалдааны 45 орчим хувийг Хайпермаркет /Hypermarket/ дангаар эзэлдэг бөгөөд импортын хүнсний худалдааны гол суваг болдог. Голлох сүлжээ Хайпермаркет дэлгүүрүүд: “Emart”, “Homeplus”, “Lotte Mart”, “Costco”.

Сүлжээ дэлгүүрүүд: CU, GS25, 7-Eleven, Ministop, With me/. Түүнчлэн, технологи өндөр хөгжсөн улс тул Азийн бусад орнуудтай харьцуулахад цахим худалдаа өндөр хөгжсөн бөгөөд ихэнх жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгчид нь цахимаар борлуулалт хийдэг.

Онлайн дэлгүүрүүд: Gmarket.co.kr, Smartstore.naver.com, beautytap.com, tradekorea.com, qoo10.com, ebay.co.kr, 11st.co.kr, ssg.com, Mall.co.kr. Монгол улсын Витафит компаний “Гоё” жүүсний хувьд Имарт сүлжээ дэлгүүр болон бусад цахим дэлгүүрээр худалдаалагдаж байна.

БНСУ-ын голлох их дэлгүүрүүд:

- Galleria Department Store, байршил: 343, Argyjeong-ro, Gangnam-gu, Seoul, Вебсайт:dept.galleria.co.kr
- Hyundai Department Store, байршил: 165, Argyjeong-ro, Gangnam-gu, Seoul, Вебсайт:www.ehyundai.com
- Lotte Department Store, байршил: 81 Namdaemun-ro, Jung-gu, Seoul, Вебсайт:store.lotteshopping.com
- Shinsegae Department Store, байршил: 63, Sogong-ro, Jung-gu, Seoul, Вебсайт:www.shinsegae.com

Хүснэгт 99. БНСУ-ын гадаадаас гоо сайхны бараа импортлодог компаниудын тоо

2013	2014	2015	2016	2017
1,083	1,064	1,143	1,248	1,253

Pan Asian Marketing Co., Ltd

Эмийн бүтээгдэхүүн, эрүүл мэнд, түүхий эд, ногоон цай гэх мэт ургамалын гаралтай бүтээгдэхүүн, түүхий эдийн импортлогч, бөөнөөр борлуулдаг.

Хаяг: Rm# 303 Yuseong Bldg. 409 Sungnae-Dong Gangdong-Gu, Seoul

Yaknawa.com

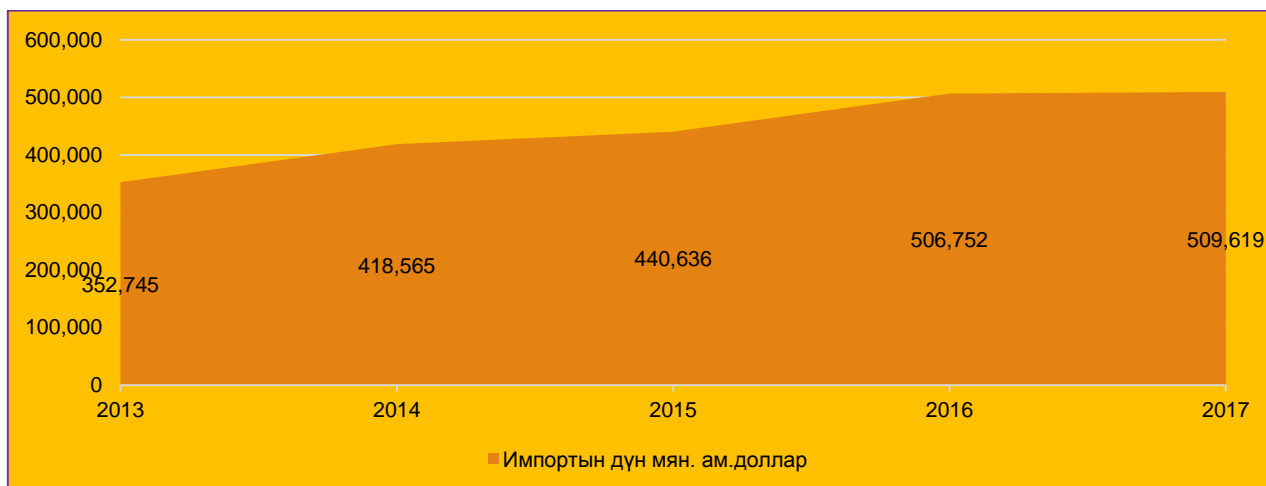
Хүнс, хүнсний нэмэлт, эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн импортлон худалдаалдаг.

Хаяг: Iksu bldg. 4FL., Amsa-Dong, Kangdong-Gu, Seoul

Эх үүсвэр: БНСУ-ын Үндэсний статистикийн газар /KOSIS/

БНСУ-ын Үндэсний статистикийн газраас явуулсан судалгаагаар, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг гадаад улсаас импортлох хэмжээ харьцангуй жигд буюу бага хэмжээгээр өссөн байна. Харин борлуулагч аж ахуй нэгжүүдийн тоо буурсан үзүүлэлттэй байна.

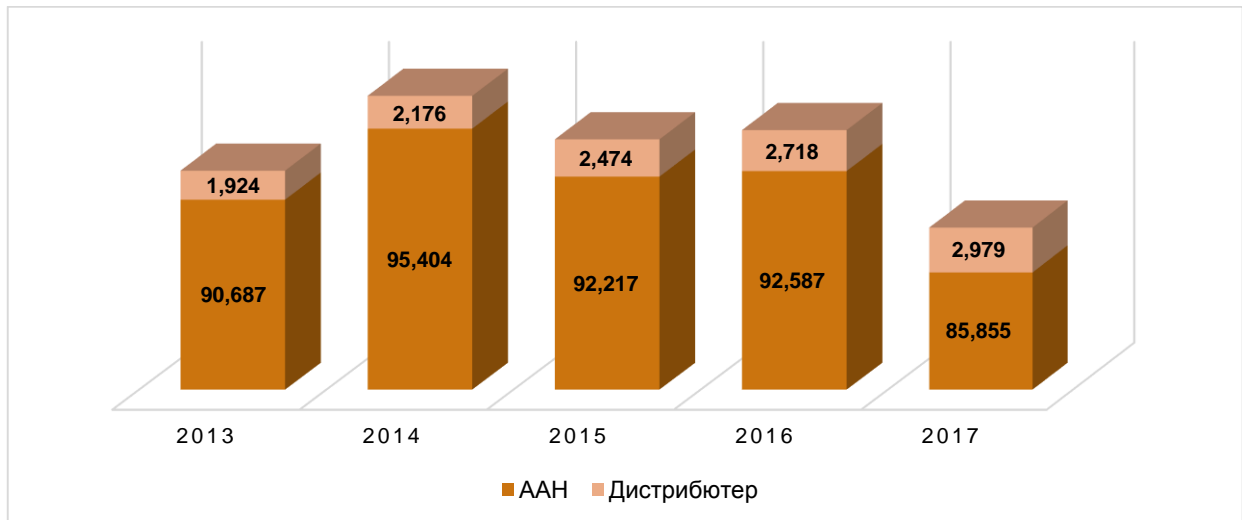
Зураг 74. БНСУ-ын хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний импортын хэмжээ



Эх үүсвэр: БНСУ-ын Үндэсний статистикийн газар /KOSIS/

БНСУ-ын хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний импортын хэмжээ өссөн боловч өсөлтийн хурд бага байна. 2017 оны байдлаар нийт 509.6 сая ам.долларын хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн импортложээ.

Зураг 75. БНСУ-ын хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн борлуулагч субъектуудын тоо



Эх үүсвэр: БНСУ-ын Үндэсний статистикийн газар /KOSIS/

БНСУ-д хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн борлуулагч 85.9 мянган аж ахуйн нэгж, 3.0 мянган дистрибьютер компани ажиллаж байна.

Хэрэглээний үе шат

БНСУ нь экспортлогч орон тул мөн гадаад зах зээлд бүтээгдэхүүнээ борлуулах тал дээр өндөр ач холбогдол өгч байгаа үүний илрэл нь АНУ, Англи, Шинэ Зеланд гэх мэт орнуудад зарим брэндийн бүтээгдэхүүнүүд нь хэдийнээ хэрэглэгчтэй болж танигдсан байдал юм. Эдгээр брэндүүдэд “I’m from vitamin tree”, “Then I met you” багтана.

Импортын бүтээгдэхүүний өртгийн шинжилгээ

Монгол улсаас экспортлосон бүтээгдэхүүний БНСУ-д буух өртгийг /Total landed cost/ дараах байдлаар тооцох /дотоод тээвэрлэлт, хадгалалт, бүрдүүлэлтийн болон гэрчилгээжүүлэлтийн зардлыг оруулаагүй/:

$$\Theta = Y + T + (Y + T) * \Gamma + (Y + T + (Y + T) * \Gamma) * H \quad (4.2.1)$$

Энд, Y - Барааны үнэ, T - Тээврийн зардал, Г - Гаалийн татварын хувь /БНСУ нь CIF тооцдог/, H - НӨАТ-ын хувь, Θ - Буух өртөг /Total landed cost/

БНСУ-ын НӨАТ-ын хувь хэмжээ 10% бөгөөд гаалийн татварын хувь хэмжээ барааны төрлөөс хамаарч өөр өөр байна. БНСУ-ын гаалийн татварын хувь хэмжээг доорх хүснэгтээр харуулав.

Хүснэгт 100. БНСУ-ын импортын татвар, хувиар

Барааны код	Барааны нэр	Импортын татвар, %
2009	Өтгөрүүлсэн шүүс, чацарганы	50
2106	Сироп, чацаргана жимсний	8
3004	Тос, чацаргана жимсний	8
3301	Тос, чацарганы	5
2202	Ундаа, чацарганы	8
602	Суулгац, чацарганы	8
810	Жимс, чацаргана	45
1515	Тос, чацарганы	5
1516	Тос, чацаргана жимсны	8

Эх үүсвэр: <http://customs.go.kr>

Тээвэрлэлт.

Импортын бүтээгдэхүүний зардалд гадаадаас тээвэрлэн авчрах тээвэр, дотоодын тээвэр багтана. БНСУ руу Монгол улсаас ачаа тээвэрлэх ачаа тээвэр зуучлалын Хамаг Монгол ХХК-ийн үнэ нь агаарын ачаа 1 кг нь 6,000 вон, газрын ачаа 1 кг нь 1,200 вон гэжээ. Харин БНСУ-ын борлуулалтын болон дотоод тээврийн зардлыг тухайн орны захиалгаар бараа хүргэлтийн үнээр тооцсон ба үүнд кг тутамд 500 – 2,000 вон байна (smartstore.naver.com).

Дотоодын ачаа тээврийн компаниуд ихэвчлэн төмөр замын сүлжээ ашигладаг бөгөөд төмөр зам сайтар хөгжсөн, мөн 3000 км хатуу хучилттай авто зам, улс орныг дайран өнгөрөх агаарын замыг ашигладаг. Инчеон, Гимпо, Пусаны нэгдүгээр зэрэглэлийн нисэх онгоцны буудал, боомтууд нь ихэнх бүтээгдэхүүний нэвтрэх боомт болдог. Импортын барааг тус боомтуудаар дамжин хилээр нэвтэрсэний дараа Сөүл, Пусан, Инчеон, Дэгү, Гёнян зэрэг хотуудын төвд байршдаг түгээлтийн төвүүд рүү авто зам болон төмөр замаар тээвэрлэн хүргэдэг. Өмнөд Солонгос 15 нисэх буудалтай бөгөөд тэдгээрийн 8 нь олон улсын статустай. Олон улсын зорчигч болон ачааны агаарын тээврийн 80 орчим компани БНСУ болон бусад улс орнуудын нийслэл хооронд шууд нислэг үйлддэг. Пусан боомт нь дэлхийн тав дахь том ачааны боомт юм. Үүнээс гадна Инчон нисэх онгоцны буудлын 2-р буудал 2018 оны 1-р сард нээгдэж, Жежу хотын шинэ нисэх буудал төлөвлөлтийн шатанд явж байна (export.gov).

Борлуулагчийн ашиг ихэвчлэн 10 хувь байх бөгөөд бүтээгдэхүүний төрлөөс хамаарч бага зэрэг хэлбэлздэг буюу эмийн болон гоо сайхны бүтээгдэхүүн 15-18% хүрдэг байна (Doing Business In Korea). Мөн борлуулалтын татвар ихэвчлэн 10 хувь байдаг байна. Борлуулалтын татвар нь НӨАТ-тай ижил бөгөөд импортын барааны гааль дээр төлсөн дүнг буцаан олгодог (Value added tax act, South Korea).

Монгол улсаас БНСУ руу экспорт хийх чацарганы хүнсний, гоо сайхны, эм, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн, түүхий эд гэсэн ангилалаар өртөг нэмэгдэх сүлжээг дараах жишээнүүдээр тайлбарлан харуулав.

Зураг 76. БНСУ: Хүнсний бүтээгдэхүүний өртгийн тооцоо



БНСУ-ын зах зээл дээр борлуулагдаж байгаа Витафит компанийн 250 мл хэмжээтэй Гоё брэндийн жүүс 1,580 воны үнэтэй бөгөөд харин тус бүтээгдэхүүний БНСУ-д буух өртгийг дээрх байдлаар тооцоход:

- Y - 397Вон /1 ам.доллар – 1128.28 Вон/
- T – 300 Вон /Хамаг Монгол Тээвэр зууч/
- Г - 8%
- Н - 10%

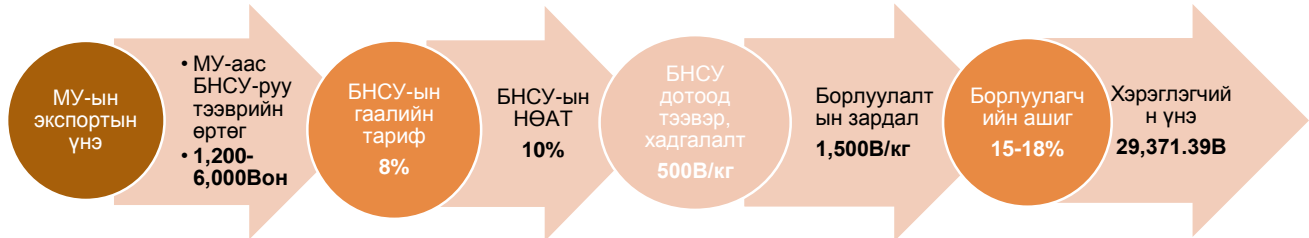
Ө = 828.04 вон

Бусад зардлыг (бүрдүүлэлт, эрүүл ахуйн хяналт баталгаажилт, дотоод тээвэр, хадгалалт, маркетинг) оруулалгүйгээр гаргасан тооцооллоос харахад, ашгийн хувь 47.6% маржинтай гарсан байна.

Харин дотоодын тээвэр, хадгалалт, борлуулалтын болон хүргэлтийн зардал, мөн борлуулагчийн ашгийг борлуулж буй үнээс тооцоход:

- Борлуулалтын татвар – 143.63 Вон /10%/
- Борлуулагчийн ашиг – 130.58 Вон /10%/
- Борлуулалтын, дотоод тээврийн – 477.75 вон байна.

Зураг 77. БНСУ: Гоо сайхны бүтээгдэхүүний өртгийн тооцоо



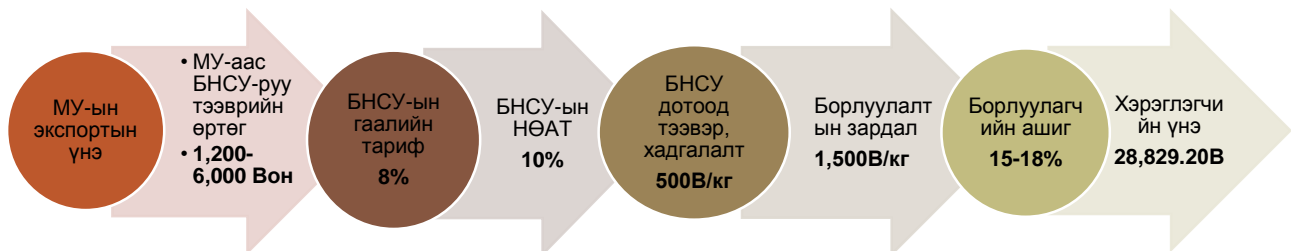
3004 HS код бүхий чацарганы тосны БНСУ-д буух өртгийг тооцоход /0.51 кг/:

- Ү - 17,093.44 вон /1 ам.доллар – 1,128.28 вон/
- Т - 3,000 вон /Хамаг Монгол Тээвэр зууч - агаар/
- Г - 8%
- Н - 10%

Ө = 23,871.01 вон

- Борлуулалтын, дотоод тээврийн зардал – 1,020 вон
- Борлуулагчийн ашиг – 4,480.38 вон /18%/
- Борлуулалтын татвар – 2,937.14 вон /10%/

Зураг 78. БНСУ: Эм, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний өртгийн тооцоо



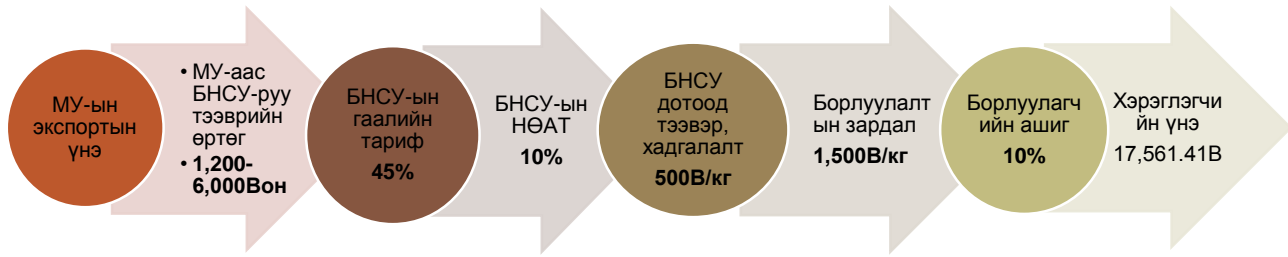
2106 HS код бүхий чацарганы нунтаг бэлдмэлийн БНСУ-д буух өртгийг тооцоход /0.98кг/:

- Ү - 11,045.86 вон /1 ам.доллар – 1128.28 Вон/
- Т - 6000 вон /Хамаг Монгол Тээвэр зууч - агаар/
- Г - 8%
- Н - 10%

Ө = 20,250.48 вон

- Борлуулалтын, дотоод тээврийн зардал – 1,960 вон
- Борлуулагчийн ашиг – 3,997.89 вон /18%/
- Борлуулалтын татвар – 2,620.84 вон /10%/

Зураг 79. БНСУ: Чацарганы түүхий эдийн өртгийн тооцоо



0810 HS код бүхий хөлдөөсөн чацарганы жимс түүхий эдийн БНСУ-д буух өртгийг тооцоход /1кг/:

- Y - 1,128.28 Вон /1 ам.доллар – 1,128.28 Вон/ (гаальд мэдүүлсэн үнэ)
- T - 6,000 Вон /Хамаг Монгол Тээвэр зууч - агаар/
- Г - 45%
- Н - 10%

Ө = 11,369.61 вон

Монгол улсад чацаргана жимсний зах зээл дээр борлуулагдаж буй дундаж үнэ 2018 онд кг тутамд 4,300₮ байна.

- Y - 1,845.49 Вон /1 Вон – 2.33 төгрөг *Монгол банк 2019.03.21/*
- T - 6,000 Вон /Хамаг Монгол Тээвэр зууч - агаар/
- Г - 45%
- Н - 10%

Ө = 12,513.56 вон

- Борлуулалтын, дотоод тээврийн зардал – 2,000 вон
- Борлуулагчийн ашиг – 1,451.36 вон /10%/
- Борлуулалтын татвар – 1,596.49 вон /10%/

Харин БНСУ-ын хамгийн том талбай бүхий чацаргана тариалагч болох “Samsung Herb” компанийн хөлдөөсөн чацаргана жимсний үнэ кг тутамд 50,000 вон, Фермер “Anna’s Garden” ААН-ийн хөлдөөсөн чацаргана жимсний үнэ кг тутамд 80,000 вон байна.

ДҮГНЭЛТ

Өртгийн сүлжээний судалгаа, шинжилгээнээс харахад, БНСУ түүхий эдээ дотооддоо үйлдвэрлэх сонирхолтой бөгөөд дотоодод тариалсан чацаргана нь импортын бүтээгдэхүүнээс өндөр үнэтэй байна. Тухайн улсад бараа бүтээгдэхүүнийг экспортлоход гаалийн ангилал, HS кодыг анхаарч бага импортын татвар бүхий бүтээгдэхүүнийг сонгож экспортлох боломжтой байна. БНСУ-д чацарганыг тариалж байгаа хэдий ч дотоодын хэрэгцээг хангахад хүрэлцдэггүй бөгөөд БНХАУ, ХБНГУ-аас чацарганы түүхий эдийг импортлож боловсруулалтыг дотооддоо хийж байна.

Хэдийгээр БНСУ-ын хэрэглэгчид дотоодод үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүнийг илүүд үзэх хандлагатай ч гадаадын бүтээгдэхүүний борлуулалт буураагүй байна. Бүтээгдэхүүний төрөл тус бүр дээр цахим худалдааны суваг давамгайлах хандлагатай. БНСУ-д чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлохоор гэрээ байгуулах гэж буй борлуулагч талтай манай улсын аж ахуйн нэгж, байгууллагууд ашгийн хувийг тохироходоо бүтээгдэхүүн тус бүр дээр ялгаатай тогтоох хэрэгтэй нь судалгаанаас харагдлаа.

4.3. ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ӨРТГИЙН СҮЛЖЭЭНД ОРОЛЦОГЧ ТАЛУУДЫН ЧИГ ҮҮРГИЙН ШИНЖИЛГЭЭ

Өртгийн сүлжээнд оролцогч талуудыг бизнесийн үйл ажиллагаанд оролцогч тал болон төр засгийн хяналтын чиг үүрэг бүхий оролцогч тал, дэмжих, зөвлөх чиг үүрэг бүхий оролцогч тал хэмээн ангилагдана.

Бизнесийн үйл ажиллагаанд оролцогч тал:

- Тээвэрлэлт /дотоод болон гадаадын тээвэрлэгч, тээвэр зууч, тээврийн даатгагч/
- Боловсруулалт /боловсруулагч, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч/
- Хадгалалт /агуулах, хөргүүр/
- Борлуулалт /Борлуулагч, дэлгүүр, сурталчилгаа/

Хяналтын чиг үүрэг бүхий оролцогч тал:

- Гаалийн хяналт /тээвэрлэгч, тээвэр зууч/
- Эрүүл ахуйн хяналт /хил дээрх эрүүл ахуйн шалгах байгууллага/
- Бүртгэл, зөвшөөрлийн хяналт /Стандарт тогтоох байгууллага, лаборатори, хяналт тавих бүртгэх байгууллага/

Дэмжих, зөвлөх чиг үүрэг бүхий оролцогч тал:

- Гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл, борлуулалтын холбоо
- Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл, борлуулалтын холбоо
- Гадаад худалдаа, импортын худалдааны зөвлөх үйлчилгээний компани

Хүснэгт 101. БНСУ: Хяналтын чиг үүрэг бүхий оролцогч талууд, үйл ажиллагааны хамрах байдал

	Байгууллагуудын чиг үүрэг	Хаяг
Худалдаа, Аж үйлдвэр, Эрчим хүчний яам	<ul style="list-style-type: none"> - Гадаад худалдааны бодлого, улсын хоорондын худалдааны гэрээ, мөн олон улсын чөлөөт худалдааны гэрээ хэлцлийг хариуцдаг. - Гадаад худалдааны дүрэм, журмыг бодлогын түвшинд батладаг. - Экспорт, импортын барааны ангилал, хориг, хязгаарлалт, тусгай зөвшөөрөл, лицензийг олгодог. - Экспорт, импортын бараанд тавих тарифын болон тарифын бус зохицуулалтыг бодлогын түвшинд зохион байгуулдаг. 	402 Hannuri-daero, Sejong-si, 30118, Republic of Korea motiefmso@gmail.com http://www.motie.go.kr
Хөдөө аж ахуй, Хүнс, Хөдөөгийн асуудал эрхлэх яам	<ul style="list-style-type: none"> - Хөдөө аж ахуйн гаралтай хүнсний бүтээгдэхүүний органик болон бусад холбогдох стандартыг тогтоодог. - Стандарттай холбогдох бүтээгдэхүүний гэрчилгээжилт, түүнийг гэрчилгээжүүлэгч байгууллагын магадлан итгэмжлэлийг хариуцдаг. 	94 Dasom2-ro, Government Complex-Sejong, Sejong-si 339-012, Republic of Korea Tel : 110 (from Korea) +82-2-6196-9110 (from overseas) Fax : +82-44-868-0846 http://www.mafra.go.kr
Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам	Улсын хэмжээнд импортын болон дотоодын үйлдвэрлэлийн хүнс, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн, эм, эмнэлгийн багаж хэрэгсэл, тоног төхөөрөмж, биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн, гоо сайхны бүтээгдэхүүний эрүүл ахуй, аюулгүй байдал, тэдгээрийн сав баглаа боодол, хаяг шошго, хадгалалт, үйлдвэрлэл зэрэгт тавигдах стандарт шаардлага, хэрэгжилт, хяналтыг тогтоодог, бүтээгдэхүүний бүртгэл, хэрэглээний зөвшөөрлийг олгодог үндсэн байгууллага. Үүнд: <ul style="list-style-type: none"> - Хүнсний, эмийн, биологийн идэвхт хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний, гоо сайхны бүтээгдэхүүний стандартууд /CODEX болон дотоодын/ 	187, Osongsaengmyeong 2-ro, Osong-eup, Heungdeok-gu, Cheongju-si, Chungcheongbuk-do, Republic of Korea [28159] Tel : +82-43-719-1564 http://www.mfds.go.kr

	<ul style="list-style-type: none"> - Үйлдвэрлэлийн стандартчилал /Үйлдвэрлэлийн зохистой дадал GMP, Аюулын дүн шинжилгээ ба эгзэгтэй цэгийн хяналт НАССР, болон бусад/ - Дотоодын болон гадаадын лабораториудын гэрчилгээжилт гэх мэт багтана. <p><i>Өртгийн сүлжээнд тавих хяналт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Үйлдвэрлэлийн үе шатанд хөдөө аж ахуй, мал аж ахуй, загасны бүтээгдэхүүний бохирдлоос сэргийлэхийн тулд тус яам нь Хөдөө аж ахуй, ой, хөдөөгийн хөгжлийн яам болон бусад яам байгууллагатай хамтран ажилладаг. - Боловсруулалтын үе шатанд ХЭАБЯ нь Хүнсний боловсруулалт, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн аюулгүй байдлыг дээшлүүлэхийн тулд Аюулын дүн шинжилгээ ба эгзэгтэй цэгийн хяналт “НАССР”-ийг зайлшгүй хэрэгжүүлэх ажлыг дэмжин ажилладаг. - Худалдааны болон хэрэглээний үе шатанд бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг, байршилд аюулгүй байдлыг шалгах, түгээлтийн цэг, газар тариалангийн хяналт шалгалт, бүтээгдэхүүнийг бөөний болон дотоодын түвшинд хянах, зар сурталчилгааны мэдээллийн үнэн бодит байдалд хяналт тавих зохицуулалтыг хэрэгжүүлнэ. 	
Гаалийн газар	<ul style="list-style-type: none"> - Импорт, экспортын барааг хилээр нэвтрүүлэх зөвшөөрөл, татвар хураамжийн хэмжээг тодорхойлох, татвар хураамжийг төлүүлэх гэсэн үндсэн чиг үүрэгтэй. - Гаалийн тухай хуулийн хэрэгжилтэд хяналт тогтоох, барааны ангилал, гаалийн бүрдүүлэлт, тарифын асуудлыг хариуцах үүрэгтэй. 	<p>Building 1, Government Complex-Daejeon, 189, Cheongsa-ro, Seo-gu , Daejeon, Korea Postal code: 35208, Tel: 125 http://www.customs.go.kr Seoul Main Customs Address: (71, Nonhyeon 2-dong) 721, Eonju-ro, Gangnam-gu, Seoul, (06050) Incheon Airport Customs Address: 272, Gonghang-ro, Jung-gu, Incheon, (22382) Incheon Main Customs Address: (Hang-dong 7-ga) 339, Seohae-daero, Jung-gu, Incheon, (22346) Busan Main Customs Address: (17, Jungang-dong 4-ga) 20, Chungjang-daero, Jung-gu, Busan, (48940) Daegu Main Customs Address: 4th and 5th Floors, Daegu Regional Government Complex, 301, Hwaam-ro, Dalseo-gu, Daegu, (42768) Gwangju Main Customs Address: 10th and 11th Floors, Gwangju Regional Government Complex, 208beon-gil 43, Cheomdan gwagi-ro, Buk-gu, Gwangju (61011)</p>
БНСУ-ын Технологи, стандартын газар /KATS/	<ul style="list-style-type: none"> - Дэлхийн худалдааны байгууллагын мэдээлэл, зөвөлгөөний цэг бөгөөд ISO, IEC зэрэг олон улсын стандартуудыг нэвтрүүлэх, уялдуулах, олон улсад БНСУ-ын стандартчилалыг төлөөлөх үндсэн нэгж юм. - Улсын хэмжээнд төр захиргааны болон хувийн хэвшлийн байгууллагуудын чанар 	<p>93, Isu-ro, Maengdong-myeon, Eumseong-gun, Chungcheongbuk-do, Korea Tel +82-43-870-5400 standard@korea.kr</p>

	<p>баталгаажуулалт, үнэлгээ, гэрчилгээжүүлэлтийн удирдамж, чиглэлийг тодорхойлдог.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Зах зээл дээрх бараа бүтээгдэхүүний БНСУ-ын чанар стандартын тэмдэг болох “КС”-ийн шаардлагыг хангаж буй байдалд хяналт тавин, шаардлага хангаагүй бүтээгдэхүүнд арга хэмжээ авч ажилладаг. Тус стандартын тэмдэг нь чанарын шаардлага, туршилт шинжилгээний давхардлыг арилгах, экспортыг дэмжих, импортыг хянах зэрэг бизнесийн орчинг сайжруулахад эерэгээр нөлөөлж байна. 	
БНСУ-ын Лабораторийн магадлан итгэмжлэлийн газар	<ul style="list-style-type: none"> - БНСУ-ын Технологи, стандартын газарт хамаарах бөгөөд стандартчилал, хэмжилзүйн лабораториудыг магадлан итгэмжлэх эрх бүхий төр захиргааны нэгж. 	#93, Isu-ro, Maengdong-myeon, Eumseong-gun, Chungcheongbuk-do, Republic of Korea Phone:+82 43 870 5497 E-mail : kolas1@korea.kr http://www.kolas.go.kr/english/
БНСУ-ын Магадлан итгэмжлэлийн зөвлөл	<ul style="list-style-type: none"> - БНСУ-ын Технологи, стандартын газарт хамаарах бөгөөд Худалдаа, аж үйлдвэр, эрчим хүчний яам болон Технологи, стандартын газрын өмнөөс хөндлөнгийн стандарт гэрчилгээжүүлэгч байгууллагуудыг магадлан итгэмжлэх ажлыг хариуцан гүйцэтгэдэг нэгж. - ISO, IAF зэрэг олон улсын байгууллагуудтай мөн хамтран ажилладаг байна. 	93, Isu-ro, Maengdong-myeon, Eumseong-gun, Chungcheongbuk-do, Republic of Korea Tel: +82-43-927-1346
Хүнс, эмийн бүтээгдэхүүний аюулгүй байдлын үнэлгээний үндэсний институт /National Institute of Food and Drug Safety Evaluation (NIFDS)/	<ul style="list-style-type: none"> - Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд харьяалагдана. - Хүнсний аюулгүй байдлын үнэлгээ, хяналт /пестицид, хүнсний микробиологи, бохирдол, хүнсний нэмэлт болон хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн, сав баглаа боодол/ - Эмийн бүтээгдэхүүнийн аюулгүй байдлын үнэлгээ, хяналт - Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний аюулгүй байдлын хяналт, үнэлгээ /ургамлын гаралтай, уламжлалт эм, гоо сайхны бүтээгдэхүүн/ - Эм, эмийн бүтээгдэхүүний судалгаа /Ургамлын гаралтай бүтээгдэхүүн, Гоо сайхны бүтээгдэхүүн, эм, эмчилгээний бүтээгдэхүүн/ - Бусад 	187, Osongsaengmyeong 2-ro, Osong-eup, Heungdeok-gu, Cheongju-si, Chungcheongbuk-do, Republic of Korea [28159] Tel : +82-43-719-1564 www.nifds.go.kr
Бүс нутгийн Хүнс, эмийн бүтээгдэхүүний аюулгүй байдлын алба /Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд харьяалагдана/	<p>Нийт 6 бүс нутгийн алба байх бөгөөд үндсэн чиг үүрэг нь тухайн бүс нутаг дахь хүнсний аюулгүй байдлын стандартын хэрэгжилтэд хяналт тогтоодог. Үүнд:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сөүл /импортын хүнсний хяналттай/ - Бусан /импортын хүнсний хяналттай/ - Гионгин /импортын хүнсний хяналттай/ - Даэгу /импортын хүнсний хяналтгүй/ - Гвангжу /импортын хүнсний хяналттай/ - Даэжэон /импортын хүнсний хяналтгүй/ 	187, Osongsaengmyeong 2-ro, Osong-eup, Heungdeok-gu, Cheongju-si, Chungcheongbuk-do, Republic of Korea [28159] Tel : +82-43-719-1564

Дэмжих, зөвлөх чиг үүрэг бүхий оролцогч талууд:

БНСУ-ын Эрүүл Мэндийн Хүнсний Нэмэлт Бүтээгдэхүүний Холбоо

1990 онд байгуулагдсан бөгөөд өдгөө 200 гаруй гишүүн компанитай тус холбоо нь Улсын хэмжээний эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний (ЭМХНБ) институт бөгөөд Засгийн газрын бодлого, шийдвэрт гишүүдийнхээ саналыг хүргүүлэх, эрүүл мэндийн холбогдол бүхий зохицуулалт, бодлогыг хөгжүүлэхэд судалгаа явуулах, гадаадын улс орнуудад үзэсгэлэн гаргахад болон гадаад орнуудад үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэн тэлэхэд дэмжлэг үзүүлэх, олон улсын хэмжээний уулзалт, семинар, симпозиум зохион байгуулах, үйлдвэрлэгчдэд гадаад орны

зах зээл, холбогдох хууль, дүрэм, журам, зах зээлийн чиг хандлага, экспортын гарын авлага гэх мэт янз бүрийн мэдээлэлээр хангах, Засгийн газрын эрх бүхий байгууллагаас олгосон сургалтын хөтөлбөрүүдийг хэрэгжүүлэх, зохион байгуулах зэрэг олон талт үйл ажиллагаа явуулдаг.

Албан ёсны хаяг: B-102, Korea Bio Park, 700, Daewangpangyo-ro, Bundang-gu, Seongnam-si, Gyeonggi-do, 13488 Rep. of Korea

Утас: 82 + 31-628-2300, Факс: 82 + 31-628-2349~50

Вебсайт: www.khsa.or.kr, Фэйсбүүк: [business.facebook.com/KHSApage](https://www.facebook.com/KHSApage)

БНСУ-ын Эмийн Худалдаа Эрхлэгчдийн Холбоо

Тус холбоо нь 1957 онд байгуулагдсан бөгөөд эмийн болон гоо сайхны бараа бүтээгдэхүүний экспорт, импортыг дэмжих, сургалт семинар зохион байгуулах, технологийн туршлага мэдээлэл түгээх чиглэлээр ажилладаг. Иймд эм болон гоо сайхны бүтээгдэхүүн импортлоход холбогдох хууль, дүрэм журмын дагуу бүртгэл, гаалийн бүрдүүлэлт зэргийг гүйцэтгэх бөгөөд мөн зах зээлийн талаар статистик мэдээллээр хангаж үйлчилдэг. Тус холбооны гишүүд нь дотоодын болон гадаадын олон үйлдвэрлэгчид байх бөгөөд дэлгэрэнгүй мэдээллийг *хавсралт 4.3.1-д* орууллаа.

Вебсайт: <http://www.kpta.or.kr/eng> Tel: +82-2-6000-1841~6

ЭМХНБ-ний үйлдвэрлэл, худалдаа эрхлэх, бүтээгдэхүүн бүртгэлжүүлэхэд зөвлөх, төлөөлөх үйлчилгээ үзүүлдэг олон компаниуд байх бөгөөд жишээ болгож дараах компаний мэдээллийг оруулав.

“Bio Food” Story компани

Холбоо барих: Утас: 063-277-8930, Факс: 063-272-9907, имэйл: ssj@bf-story.com, www.bf-story.com, Хаяг: Chonbuk Jeonju City Wonsan-gu Jeonju-cheon 477

Үйл ажиллагааны чиглэл

- ЭМХНБ-ний талаархи хууль зүйн зөвлөгөө
- Эрүүл мэндийн чиглэлийн хүнсний хэрэглээний бүтээгдэхүүний бүртгэлийн маягт
- Хоруу чанарын сорил
- Хүн дээр туршилт, шинжилгээ
- Стандарт болон техникийн туршилтын талаар зөвлөгөө
- Гадаад хэл орчуулгын үйлчилгээ
- Импортлогч агентлаг (эрүүл мэндийн хүнс, ерөнхий хүнсний бүтээгдэхүүн)
- Дотоодын түүхий эдийг (байгалийн гаралтай) АНУ руу нийлүүлэх

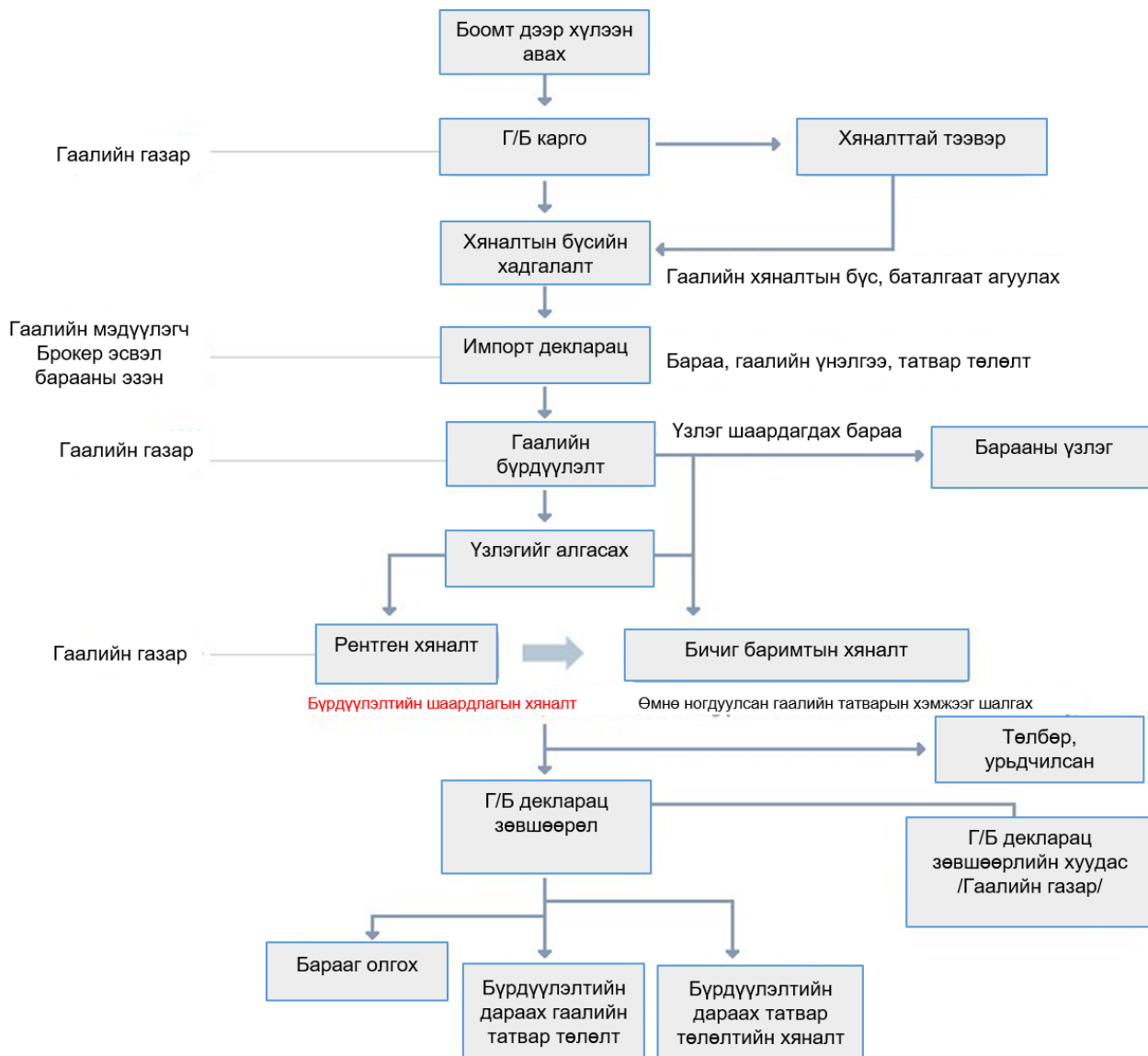
Хүснэгт 102. Bio Food Story компаний үйлчилгээний хөлс, төлбөрийн мэдээлэл

Үйлчилгээ	Төлбөр (1,000 Вон)	Үйлчилгээ	Төлбөр (1,000 Вон)
Эрүүл мэндийн чиглэлийн хүнсний бүтээгдэхүүнийг бүртгэх баримт бичиг	18,000 ~ 24,000	Эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүний гэрчилгээжилт, хуулийн зөвлөгөө	500-2,000
Хоруу чанарын сорил	Ажлаас хамаарна	Түгээлт	1,000 (дотоод) 3,000 (гадаад)

Гаалийн бүрдүүлэлт

БНСУ руу чацаргана импортлоход гаалийн бүрдүүлэлт хийх дараалалыг дараах зургаар харуулав.

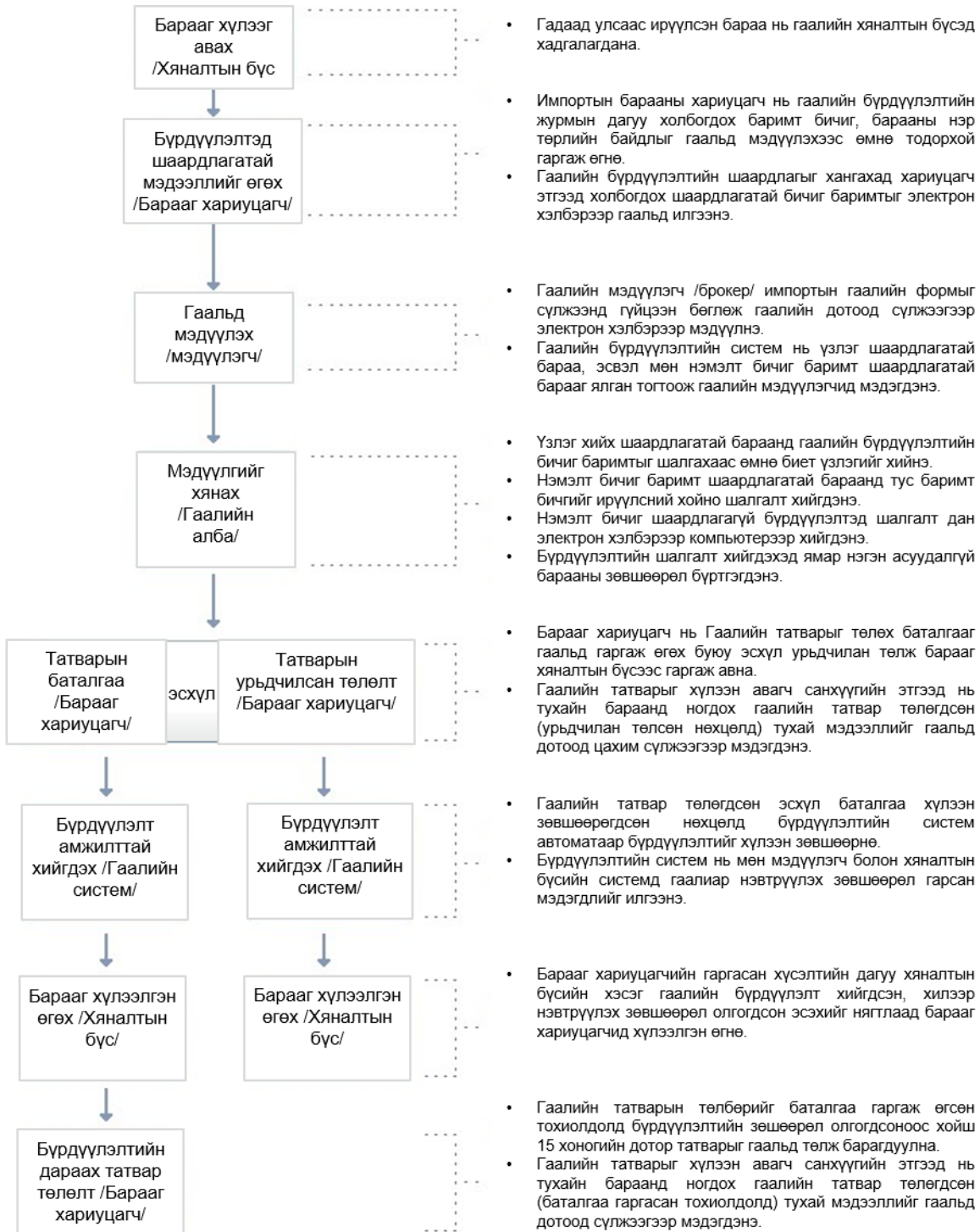
Зураг 80. БНСУ-ын импортын гаалийн бүрдүүлэлтийн зураглал



Эх үүсвэр: БНСУ-ын Гаалийн газар

БНСУ руу чацаргана импортлоход гаалийн бүрдүүлэлтийн явцад хийгдэх ажилбаруудыг дараах зургаар нарийвчлан харуулав.

Зураг 81. БНСУ-ын импортын гаалийн бүрдүүлэлт хийгдэх ажилбарууд



Эх үүсвэр: БНСУ-ын Гаалийн газар

Гаальд мэдүүлэгч. Зөвшөөрөгдсөн гаалийн мэдүүлэгч /брокер/: Гаалийн брокерийн хуулийн дагуу тусгай сургалтад хамрагдан гаалийн мэдүүлэгч болсон этгээд юм. Зөвшөөрөгдсөн гаалийн мэдүүлэгч нь үзүүлэх үйлчилгээнээс хамаарч дараах байдлаар ангилагддаг: гаалийн үйлчилгээ үзүүлэгч ААН, гаалийн бүрдүүлэлтийн ААН, гаалийн нэгдсэн брокер, гаалийн зуучлагч этгээд.

Барааг хариуцагч: Барааг эзэмшигч нь шаардлагатай нөхцлийг хангасан тохиолдолд барааны талаар гаальд биечлэн мэдэгдэж болно.

Шаардлагатай бичиг баримт. Үндсэн бичиг баримт: Үнийн нэхэмжлэх, ачааны манифест, сав баглаа боодлын жагсаалт, гарал үүслийн гэрчилгээ.

Барааны нэр төрлөөс хамааран бусад нэмэлтээр шаардагдах бичиг баримт: урьдчилж бүртгүүлэн авсан зөвшөөрөл, шинжилгээний бичиг, эрүүл ахуйн шинжилгээний бичиг гэх мэт.

- Үнийн нэхэмжлэх нь: нэгж барааны үнэ, нийт үнэ, тоо хэмжээ, барааны тодорхойлолт, тээврийн мэдээллийг тусгасан байх.
- Гарал үүслийн гэрчилгээ нь: Үйлдвэрлэгчээс гарсан байж болох бөгөөд дараах мэдээллийг агуулсан байвал зохино. Үүнд:
 - Гэрчилгээг гаргагчийн албан ёсны нэр, хаяг
 - Импортлогчийн мэдээлэл
 - Экспортлогчийн мэдээлэл
 - Үйлдвэрлэгчийн мэдээлэл
 - Барааны тодорхойлолт болон HS кодын ангилал
 - Гэрчилгээний огноо
- Сав баглаа боодлын жагсаалт нь: Сав баглаа боодлын болон жин, хэмжээний мэдээлэл.
- Ачааны бичиг /манифест/: Тээвэрлэгчийн мэдээлэл, хүлээн авагчийн нэр, хаяг, эцсийн хүрэх боомт, ачааны тодорхойлолт, ачааны үнийн болон даатгалын мэдээлэл.
- Импортын деклараци: Ихэвчлэн импортлогч, хүлээн авагч этгээд Солонгос хэл дээр бөглөн ирүүлдэг.

Хүнсний бүтээгдэхүүнд гаалийн шалгалт, үзлэг

БНСУ-д импортын хүнсний хяналтын үзлэг хийх хэлбэрийг баримт бичгийн үзлэг, биет үзлэг, лабораторийн шинжилгээ, санамсаргүй түүвэрлэлтийн туршилт гэж ангилж болно.

Хүснэгт 103. Хүнсний бүтээгдэхүүний гаалийн шалгалт, үзлэгийн аргачлал

Үзлэгийн төрөл	Хамаарах хүнс	Аргачлал
Бичиг баримтын үзлэг	<ul style="list-style-type: none"> • Гадаад валют олоход ашигладаг хүнсний бүтээгдэхүүн (аялал жуулчлалын зориулалтаас бусад) • Дотоодын компанийн үйлдвэрлэлд ашиглагдах хүнсний түүхий эд • Эрдэм шинжилгээ, судалгааны зориулалтаар ашиглагдах хүнсний дээж • Засгийн газар, төр захиргааны газрын худалдан авалт • Гадаадад шинжилгээ хийлгэн буцаан импортлосон бараа • Үзэсгэлэнд зориулагдсан, өвчин эмгэгтэй хүнд зориулагдсан, дахин боловсруулалт хийгдэх гэх мэт. 	Барааг холбогдох шаардлагад нийцэж байгаа эсэхийг илгээгдсэн баримт бичгийг хянан шалгах замаар тодорхойлох
Биет үзлэг	<ul style="list-style-type: none"> • Тодорхой стандартгүй ХАА-н гаралтай бүтээгдэхүүн • Нэг компаний ижил төрлийн ХАА-н хүнс, өмнө шалгагдан шинжилгээнд оруулж эргэн импортлож буй хүнс • Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яамнаас үзлэг шаардлагатай гэж үзсэн бусад хүнсний бүтээгдэхүүн 	Бүтээгдэхүүний шинж чанар, нөхцөл байдал, амт, үнэр, өнгө, шошго, сав баглаа боодлын нөхцөл, лабораторийн шинжилгээний түүхийг харгалзан бүтээгдэхүүнийг шаардлага хангаж буй байдлыг шалгах

Үзлэгийн төрөл	Хамаарах хүнс	Аргачлал
Лабораторийн шинжилгээ	<ul style="list-style-type: none"> • Анх удаа импортлогдож байгаа хүнс • Илгээгч, хүлээн авагч оронд аюултай асуудал үүссэн хүнсний зүйлс • Урьд нь согог асуудал гарч байсан хүнсний бүтээгдэхүүн 	Физик, хими, эсвэл микробиологийн аргаар
Санамсаргүй түүвэрлэлтийн туршилт	<ul style="list-style-type: none"> • Бичиг баримтын болон биет үзлэгийн явцад дээж авч шинжлэх шаардлагатай бүтээгдэхүүн 	Физик, хими, эсвэл микробиологийн аргаар

Чацарганы гаралтай хагас болон бүрэн боловсруулсан хүнсний бүтээгдэхүүнийг хилээр нэвтрүүлэхэд бичиг баримтын үзлэг, биет байдлын үзлэг хийх ба мөн анх удаа нэвтрүүлэх үед лабораторийн шинжилгээ хийгдэнэ. Харин тухайн бүтээгдэхүүнийг БНСУ-ын холбогдох хүнсний стандартын дагуу бүртгэлжүүлсэний дараа зөвхөн бичиг баримтын болон биет байдлын үзлэг хийлгэж нэвтрүүлнэ.

БНСУ-ын хүнсний аюулгүй байдлын тогтолцоо нь үйлдвэрлэл, түгээлт, хэрэглээний үе шат бүрт өөр өөр байх бөгөөд аргачлалын хувьд олон улсад мөрдөгддөг аргачлалыг ашигладаг.

Хүснэгт 104. БНСУ-ын Хүнсний аюулгүй байдлын тогтолцоо

	1. Үйлдвэрлэл	2. Түгээлт	3. Хэрэглээ
Хамрах хүрээ	Боловсруулсан хүнс, Хүнсний нэмэлтүүд, Эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүн, Тоног төхөөрөмж, сав [35,000 Хүнс үйлдвэрлэгч]	ХАА-н гаралтай хүнс Боловсруулсан хүнс, Хүнсний нэмэлтүүд, Эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүн, Тоног төхөөрөмж, сав [31,000 Импортлогч]	Бэлтгэсэн хоол, хүнс, ресторан, хоолны үйлчилгээ [817,000 Ресторан, Хоолны үйлчилгээ, гэх мэт]
Аргачлал	Хүнс болон үйлдвэрлэлийн зүйлсийн мэдэгдэл Дотоод чанарын хяналтын систем НАССР	Түгээгдсэн хүнсний дээж болон шинжилгээ Хүнсний мэдээллийн систем Хортой хүнсний худалдааг хориглох систем	Худал, хэтрүүлэгтэй сурталчилгааны хяналт Хүнсний хэрэглээний эрүүл ахуйн хяналт
Хариуцах газар	Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам Бүс нутгийн засаг захиргаа	Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам Бүс нутгийн засаг захиргаа	Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам Бүс нутгийн засаг захиргаа

Эх үүсвэр: Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам

Дээрх хүснэгтээс харахад, БНСУ-д хүнсний аюулгүй байдлыг хангах хяналтын үүргийг Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам хариуцахаас гадна бүс нутгийн засаг, захиргаа чухал үүрэгтэй юм. Хүнсний бүтээгдэхүүний хувьд хүнсний бүтээгдэхүүний мэдээллийн системийг ашиглан шат дамжлага бүрийн хяналтыг хийдэг.

БНСУ-ын импортын хүнсний бүтээгдэхүүнд тавигддаг шаардлага, хяналт шалгалтыг дараах хүснэгтээр харуулав.

	1. Импортын өмнө	2. Гааль	3. Импортын дараа
Хамрах хүрээ	<ul style="list-style-type: none"> Боловсруулсан хүнс, ХААн бүтээгдэхүүн: Бүх улсаас импортлох боломжтой Амьтны гаралтай бүтээгдэхүүн: Зөвхөн импортын эрүүл ахуйн шаардлага хангасан гэрээ байгуулсан 30 улсын 3,047 бүртгэлтэй үйлдвэрээс импортлох боломжтой. Далайн гаралтай бүтээгдэхүүн: Бүх улсаас импортлох боломжтой 		
Аргачлал	<ul style="list-style-type: none"> Импортлогч болон гадаадын үйлдвэрийн бүртгэлжүүлэлт Гадаадын үйлдвэрт очиж үзлэг шалгалт хийх Найдвартай импортлогчийн бүртгэл 	<ul style="list-style-type: none"> Импортын урьдчилан сэргийлэх хяналтын систем (OPERA) Импортын хүнсний үзлэг, шалгалт, түүний шат дараалал 	<ul style="list-style-type: none"> Борлуулагдаж буй бүтээгдэхүүний дээж болон шинжилгээ хяналт
Хариуцагч	<ul style="list-style-type: none"> Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам 	<ul style="list-style-type: none"> Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам 	<ul style="list-style-type: none"> Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам Бүс нутгийн захиргааны хэрэгжүүлэлт

Эх үүсвэр: Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам

БНСУ нь импортын хүнсний аюулгүй байдалд Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яамнаас хяналт тавьдаг. Уг яам нь хүнс их хэмжээгээр импортлож буй эсхүл зөрчил илэрсэн гадаадын үйлдвэрүүд гэх мэт шаардлагатай тохиолдолд газар дээр нь очиж шалгалт хийж зөвшөөрөх эсэхийг шийддэг.

Импортын урьдчилан сэргийлэх хяналтын систем (OPERA) нь импортлогч болон гадаадын үйлдвэрүүдэд зэрэглэл тогтоох, зөрчил давтагдах байдлыг бүртгэлжүүлж давтагдсан тохиолдолд илүү өндөр торгууль, хариуцлага хүлээлгэх арга хэмжээг авдаг.

Худал-хэтрүүлэгтэй сурталчилгааны хяналт

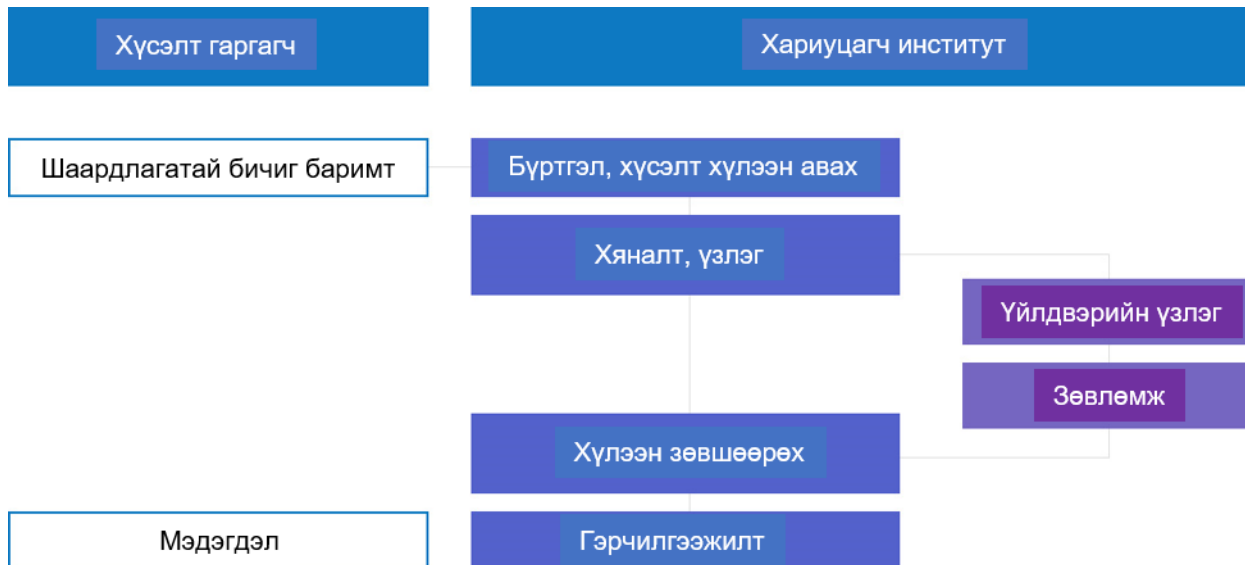
Хүнсний бүтээгдэхүүнийг эмийн бүтээгдэхүүнтэй андуурагдахаас сэргийлэх болон худал-хэтрүүлэгтэй сурталчилгааг хориглох зорилгоор интернет, сонин сэтгүүл, болон бусад бүх төрлийн сурталчилгааны материалыг хянадаг.

Эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүн



Эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүн нь Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд бүртгэгдэнэ. Тодорхой орц найрлагын мэдээллийг тус яаманд хүргүүлж хурлаар оруулж зөвшөөрөгдсөн байх шаардлагатай. Бүртгэлийн явц нь дараах зураглалаар явагдаж байна.

Зураг 82. БНСУ-ын Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд импортлох эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүнийг бүртгүүлэх дараалал



Эх үүсвэр: Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам

Чацарганы гаралтай эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний тухайд мөн энэ шат дарааллаар явагдана.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүн

Гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэх, импортлох, худалдаалах этгээд нь Гоо сайхны бүтээгдэхүүний тухай хуулийн 4-р зүйлд заасны дагуу Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд мэдэгдэж зөвшөөрөл авсан байна. Бүртгэгдсэн бүтээгдэхүүнд өөрчлөлт оруулах тохиолдолд мөн адил мэдэгдэж зөвшөөрөл авна.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүний үзлэг, үнэлгээний шаардлагатай баримт бичиг

- Аюулгүй байдал, үр нөлөөг баталгаажуулах мэдээлэл
- Гарал үүсэл, бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийн талаар мэдээлэл
- Дан тунгийн хоруу чанарын сорилын мэдээлэл
- Арьсны сөрөг нөлөөллийн сорилын үндсэн мэдээлэл
- Цочроох сорил, бусад салстын цочмог туршилтын өгөгдлүүд
- Арьсны мэдрэмтгий байдлын туршилтын өгөгдөл
- Фотоготокси ба фото мэдрэмжийн шинжилгээний өгөгдөл
- Хүн дээр туршилтын мэдээлэл
- Үр дүнгийн туршилтын өгөгдөл
- Стандарт, сорилын аргын мэдээлэл

Хүснэгт 106. БНСУ-ын үнэлгээний хугацаа болон төлбөр

Төрөл	Төлбөр		Хоног
	Цахим өргөдөл	Шуудан, биечлэн	
1. Гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг үнэлэх хүсэлт гаргах	189,000 вон	210,000 вон	60

Төрөл	Төлбөр		Хоног
	Цахим өргөдөл	Шуудан, биечлэн	
2. Гоо сайхны бүтээгдэхүүний шинэчлэлтийг үнэлэх			
А. Хэрэв түүхий эд материалын техникийн тодорхойлолтод, туршилтын арга, үр дүн, үр нөлөөнд эсвэл стандарт ба сорилтын аргуудад өөрчлөлт орсон бол (рН метанол ороогүй)	51,000 вон	57,000 вон	60
В. А хэсэгт дурдсанаас өөр засвар.	25,000 вон		15
3. Гоо сайхны бүтээгдэхүүний шинжилгээний хариуг дахин гаргах	1,800 вон	2,000 вон	7

Эх үүсвэр: Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам

Хүнсний бүтээгдэхүүн

БНСУ руу импортлох хүнсний бүтээгдэхүүн дараах шаардлагуудыг тавьж хэрэглэгчдэд мэдээллүүд бүрэн, ойлгомжтой байх хэрэгтэй юм.

Хүнсний шошгожуулалт

Бүтээгдэхүүний үндсэн мэдээлэл:

- Бүтээгдэхүүний нэр
- Төрөл, ангилал
- Компаний нэр болон хаяг
- Үйлдвэрлэсэн хугацаа, дуусах хугацаа эсвэл хадгалах хугацаа
- Хүнсний найрлага, хэмжээ
- Гарал үүслийн гэрчилгээ
- Цэвэр жин, хэмжээ

Хүнсний аюулгүй байдал, хоол тэжээл, эрүүл мэндийн талаар мэдээлэл:

- Хадгалах заавар
- Хэрэглэгчдэд хориглох, анхааруулах заалт
- Тэжээллэг чанарын мэдээлэл (калори, нүүрс ус, сахар, өөх тос, гэх мэт.)
- Тусгай төрлийн хоол хүнсэнд холбогдох мэдээлэл

Хүнсний борлуулалт, сурталчилгаа, зар сурталчилгаа:

- Бага өөх тос, бага холестерин
- Шим тэжээллэг, амин дэмээр баялаг гэх мэт.

Эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүний хаяг шошго нь тэжээллэг чанарын тодорхой мэдээллийг хэрэглэгчдэд үнэн зөвөөр мэдэгдэхэд чиглэгдсэн байх шаардлагатай.

Зураг 83. БНСУ-ын хүнсний бүтээгдэхүүний тэжээллэг чанарын шошгожуулалтын зураглал

Nutrients		Nutrition Fact		Nutrition Fact		Total amount 00g(00g*0.00) 1 serving (00g)									
Amount per serving 00(00g) @		Total amount 00g 000kcal		Total amount 00g 000kcal		Calory	Sodium	Carbo-hydrate	Sugars	Lipids	Trans-fat	Saturated-fat	Cholesterol	Protein	
Total 00 servings (00g) @		%		%		000	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%	
Content per 1 serving @		%		%		kcal	00mg	00g	00g	00g	00g	00g	00g	00g	
Calories	000kcal	Sodium	00mg 00%	Sodium	00mg 00%	Percent Daily values are based on 2,000 kcal. Your daily values maybe higher or lower depend on calories needs.									
Carbohydrate	00g 00%	Carbo-hydrate	00g 00%	Carbo-hydrate	00g 00%	Total amount		% Daily value		Total amount		% Daily value			
Sugar	00g	Sugars	00g 00%	Sugars	00g 00%	Sodium	00mg 00%	Lipid	00g 00%	Lipid	00mg 00%	Trans-fat	00g 00%	Saturated-fat	00g 00%
Protein	00g 00%	Lipid	00g 00%	Lipid	00g 00%	Carbo-hydrate	00g 00%	Trans-fat	00g 00%	Trans-fat	00g 00%	Saturated-fat	00g 00%	Cholesterol	00mg 00%
Saturated Fat	00g 00%	Trans-fat	00g 00%	Trans-fat	00g 00%	Sugars	00g 00%	Saturated-fat	00g 00%	Saturated-fat	00g 00%	Protein	00mg 00%	Protein	00mg 00%
Trans-fat	00g	Cholesterol	00mg 00%	Cholesterol	00mg 00%	Cholesterol	00mg 00%	Protein	00g 00%	Protein	00g 00%				
Cholesterol	00mg 00%	Protein	00g 00%	Protein	00g 00%	Percent Daily values are based on 2,000 kcal. Your daily values maybe higher or lower depend on calories needs.									
Sodium	00mg 00%					Percent Daily values are based on 2,000 kcal. Your daily values maybe higher or lower depend on calories needs.									
+%Nutrient Reference Values : percentage against nutrient reference value per day															

Эх үүсвэр: Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам

Суурь үзүүлэлт нь өдөрт шим тэжээлийн жишиг утгатай харьцуулсан хувь байх бөгөөд уг хүснэгтэнд импортлох бүтээгдэхүүний үзүүлэлтүүд бүрэн тусгагдсан байх хэрэгтэй байдаг.

ДҮГНЭЛТ

Хэдийгээр БНСУ нь худалдаа эрхлэхэд нарийн тодорхой зохицуулалттай боловч хүнсний болон гоо сайхан, эрүүл мэндийн салбарын зах зээлд нэвтрэхээр сонирхож буй үйлдвэрлэгчид нь тухайн улсын импортын дүрэм, журмыг сайтар судлан дагаж мөрдөх шаардлагатай.

Өртгийн сүлжээнд оролцогч талуудын зохион байгуулалт, чиг үүрэг тодорхой ангилагдсан байх бөгөөд хүнсний, ХАА-н гаралтай бүтээгдэхүүнд тавигдах шаардлага, хяналт оролцоо нь харьцангуй өндөр байдаг нь хүнсний аюулгүй байдал, хүн амын эрүүл мэндийн асуудалд болгоомжтой ханддагтай холбоотой.

БНСУ-ын зах зээлийн болон хэрэгцээт мэдээллээр хангаж чадах, гаалийн бүрдүүлэлт, дүрэм журмыг дагаж мөрдөхөд зөвлөн чиглүүлэх, мөн маркетинг сурталчилгаанд дэмжлэг болж чадахуйц найдвартай импортлогчтой хамтран ажиллах нь чухал юм. Өртгийн сүлжээнд дэмжих чиг үүрэг бүхий хувийн хэвшлийн холбоод, байгууллагууд байх бөгөөд бүтээгдэхүүнээ тус улсын зах зээлд амжилттай нэвтрүүлэхэд тэдгээр байгууллагуудтай холбоо тогтоон, зөвлөгөө авч ажиллах нь найдвартай байна.

4.4. ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СЕГМЕНТИЙН СУДАЛГАА

Чацарганы бүтээгдэхүүний хэрэглээ нь БНСУ-д харьцангуй сүүлд нэвтэрсэн бөгөөд 2006 оноос тариалж эхэлсэн байна. 2003 оноос олон судалгаанууд хийгдсэн байх ба жишээлбэл Гангвон ИС, Чонбук ИС, Халим ИС гэх мэт олон их сургуулиуд мөн тэдгээрийн дэргэдэх эрдэм шинжилгээний институтууд шинж найрлага, ашиг тусын талаар тал бүрийн судалгаа явуулж зөвхөн жимсээр тогтохгүй мод, навч нь маш өндөр тэжээллэг чанартай хэмээн тогтоосон. Үүний үр дүнд чацарганыг “Витаминт модны жимс” хэмээн нэрлэх болсон. Хэдийгээр чацарганы ашиг шимийг судлан тогтоож байгаа ч БНСУ нь экспортлогч орныхоо хувьд чацарганыг дотооддоо тариалах, түүхий эдээ дотооддоо бэлтгэх сонирхолтой байна.

БНХАУ-аас импортлосон чацарганы бүтээгдэхүүний хэрэглээ төдийлөн хөгжихгүй байгаа бөгөөд энэ нь чанарын хувьд дотоодод тариалсныг гүйцэхгүй гэж үзэж байгаа, мөн БНХАУ-ын бүтээгдэхүүн чанарын хувьд хэрэглэгчдийн дунд төдийлөн үнэлэгдэхгүй байна (Эл байдлыг БНХАУ-аас түүхий эд болон бүтээгдэхүүн импортлон борлуулж буй цахим сүлжээнд хэрэглэгчдийн хандлагын тоо болон сэтгэл ханамжийн байдлаас мөн дотоодын түүхий эдээр

үйлдвэрлэсэн болон БНХАУ-аас импортлосон ижил төрлийн бүтээгдэхүүний зах зээл дээрх үнийн харьцуулалтаас харж болно).

Монгол улсын “Seaberry Farm Products” компаний үүсгэн байгуулагч Д.Болортуяагийн мэдээлснээр, БНСУ-ын Космакс үйлдвэрт гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэн олон улсын зах зээлд борлуулж байна. Тус үйлдвэр нь “Chanel”, “L’Oreal” “Clarins” зэрэг алдартай брэндүүдийн бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэдэг. “Seaberry Farm Products” компаний бүтээгдэхүүн нь олон улсын зах зээлд “БНСУ-д үйлдвэрлэв” гэсэн статустай гардаг бөгөөд бүтээгдэхүүнүүдийн үнэ 17-67 ам.доллар байна (Voice of Mongolia ярилцлага).

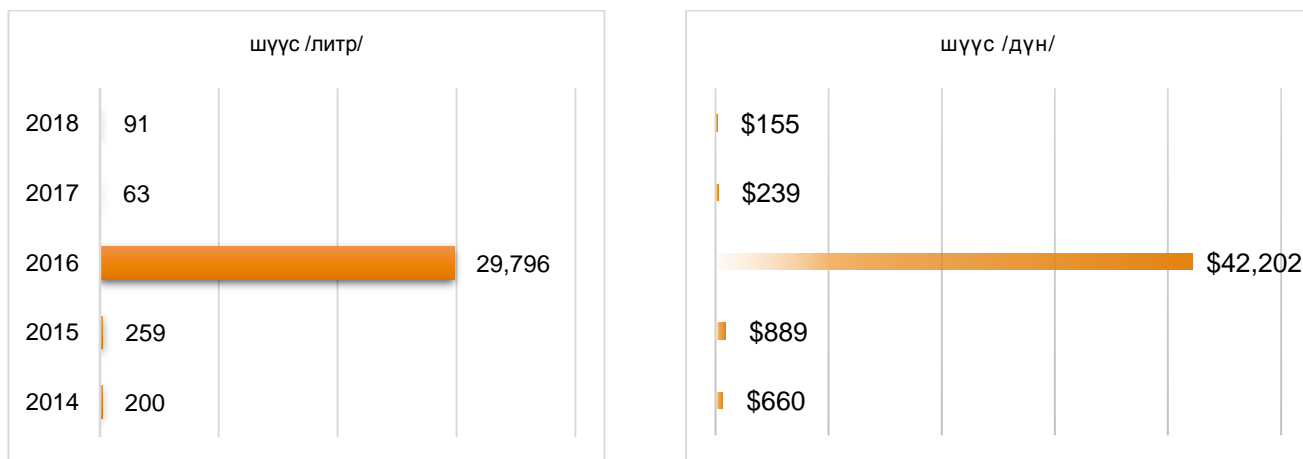
Зураг 84. “Seaberry Farm Products” компаний бүтээгдэхүүн



2014-2018 оны хооронд Монгол улсаас БНСУ-д экспортлогдсон чацарганы бүтээгдэхүүний талаар авч үзэхэд:

1. Шүүс хэлбэрээр Монгол улсаас экспортод гарахдаа 2009, 2106, 2202 гэсэн HS кодтой гарсан бол харин БНСУ-д импортлогдон орохдоо 2009.90.90.00, 2202.90.20.00 гэсэн HS кодтой бүртгэгдсэн байна.

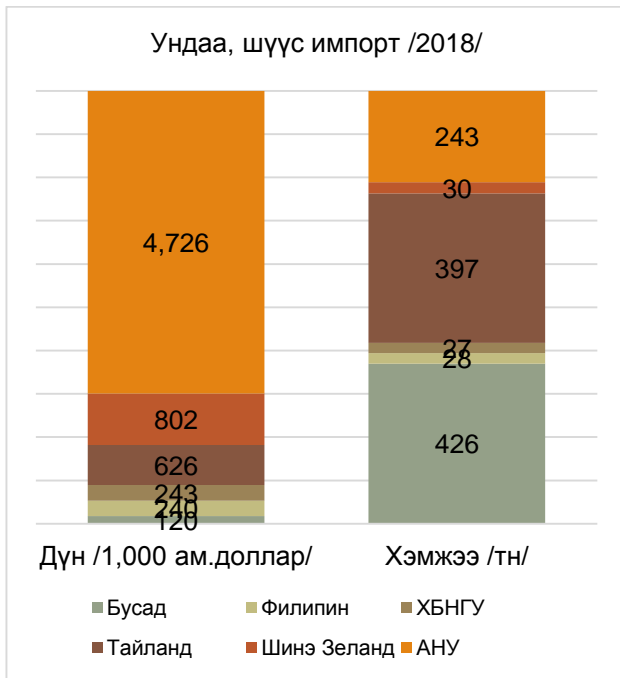
Зураг 85. БНСУ руу экспортлосон шүүс \тоо хэмжээгээр болон үнийн дүнгээр\



Эх сурвалж: Stat.kita.org

БНСУ руу 2016 онд шүүс их хэмжээгээр буюу 29.8 мянган литр экспортлосон бол 2018 онд 91 литр шүүс экспортложээ. Харин 2018 онд БНСУ-ын хэмжээнд тухайн HS кодтой барааны импортын хэмжээг дараах зургаар харуулав.

Зураг 86. БНСУ-ын 2009.90.90.00 HS код бүхий ундаа, шүүсний импортын хэмжээ



Эх сурвалж: Stat.kita.org

Тус ангилалын барааны үнэ 2018 онд огцом нэмэгдсэн харагдаж байна. Учир нь хэмжээ өмнөх онтой харьцуулахад бага зэрэг өссөн байтал мөнгөн дүн 3 дахин өссөн.

Зураг 87. БНСУ-ын 2202.90.20.00 HS код бүхий боловсруулсан ундааны импортын хэмжээ

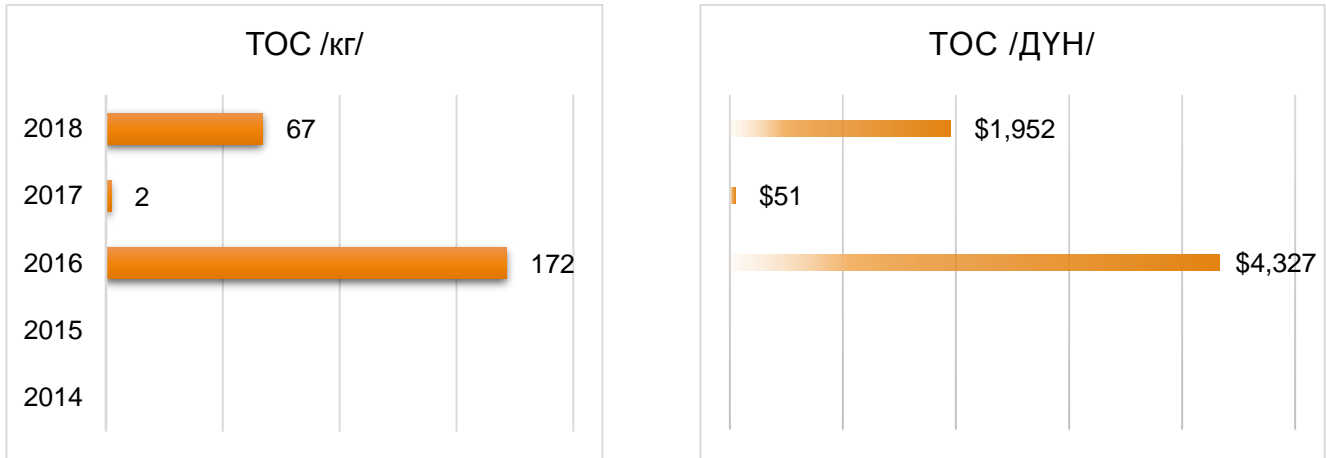


Эх сурвалж: Stat.kita.org

Тус ангилалд хамаарах барааны импорт 2017 оноос огцом буурч, 2018 онд импортлогдоогүй байна. Энэ нь БНСУ-д гадаадын жимсний ундааны эрэлт буурч дотоодын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх боломжгүй болсныг илтгэнэ.

2.Тос хэлбэрээр Монгол улсаас экспортод гарахдаа 1515, 1516, 3301, 3004 гэсэн HS кодтой гарсан бол харин БНСУ-д импортлогдон орохдоо 1515.90.90.90, 3301.90.48.00, 3301.29.90.00, 3004.90.99.00 гэсэн HS кодтой бүртгэгдсэн байна.

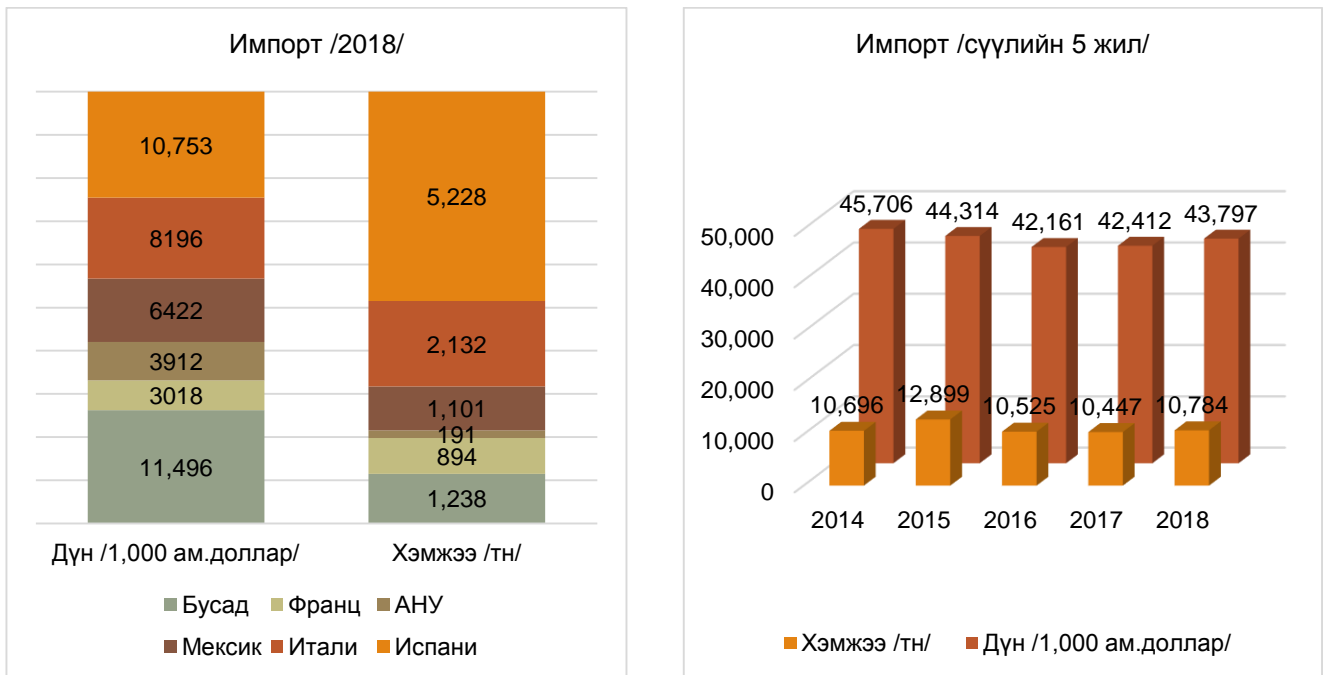
Зураг 88. БНСУ-ын чацарганы тосны импорт \тоо хэмжээгээр болон үнийн дүнгээр\



Эх сурвалж: Stat.kita.org

БНСУ-ын чацарганы тосны импортын хэмжээ зах зээлийн багтаамжтайгаа харьцуулахад өчүүхэн бага гэж хэлж болохоор байна. 2018 онд тус улсын хэмжээнд 67 кг тос 1.95 мянган ам.долларын үнийн дүнтэйгээр л импортлогджээ.

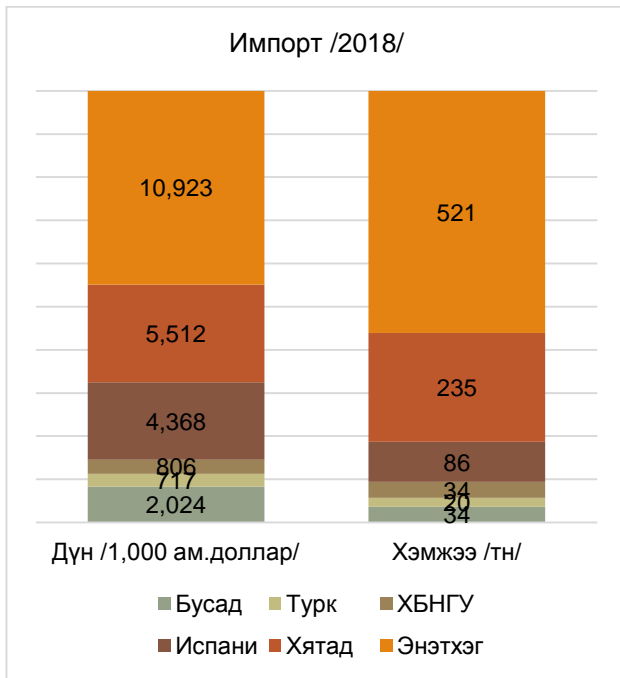
Зураг 89. БНСУ-ын импортлосон 1515.90.90.90 HS код бүхий тосны импорт



Эх сурвалж: Stat.kita.org

Тус ангилалын тосны үнэ болон импортын хэмжээ сүүлийн 5 жилд харьцангуй тогтвортой байх бөгөөд гол нийлүүлэгч орон нь Испани байна.

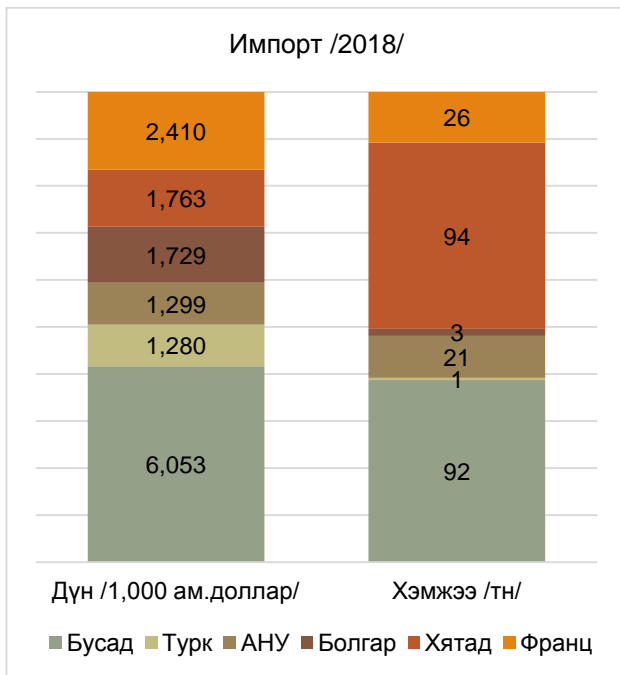
Зураг 90. БНСУ-ын 3301.90.48.00 HS код бүхий тосны импорт



Эх сурвалж: Stat.kita.org

Тус ангилалын тосны үнэ харьцангуй өндөр буюу 2018 онд 1 тонн нь дунджаар 26.2 мянган ам.долларт хүрсэн байна. Мөн импортын хэмжээ сүүлийн 5 жилд харьцангуй тогтвортой байх бөгөөд гол нийлүүлэгч нь Энэтхэг болон Хятад улсууд байна.

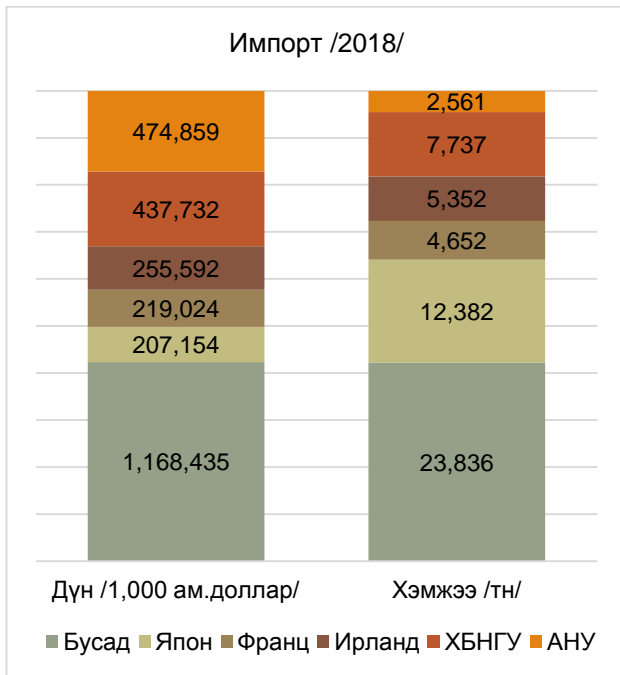
Зураг 91. БНСУ-ын 3301.29.90.00 HS код бүхий тосны импорт



Эх сурвалж: Stat.kita.org

Тус ангилалын тосны үнэ болон импортын хэмжээ сүүлийн 5 жилд харьцангуй тогтвортой байх бөгөөд гол нийлүүлэгч орон нь Франц болон Хятад байна.

Зураг 92.3004.90.99.00 HS код бүхий тосны импорт

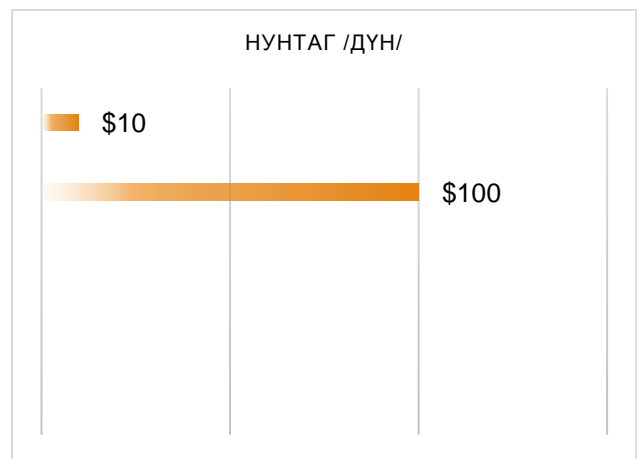
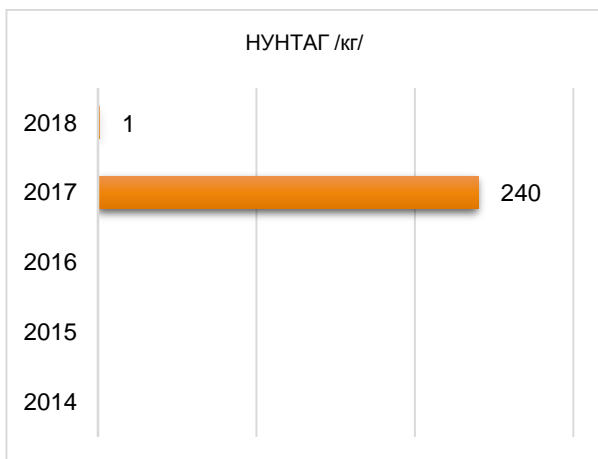


Эх сурвалж: Stat.kita.org

Тус ангилалын тос нь хамгийн өргөн хэрэглэгддэг буюу импортын хэмжээгээр хамгийн өндөр үзүүлэлттэй байна. Түүнчлэн 3004 гэдэг код нь эм, эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний ангилалд хамаардаг.

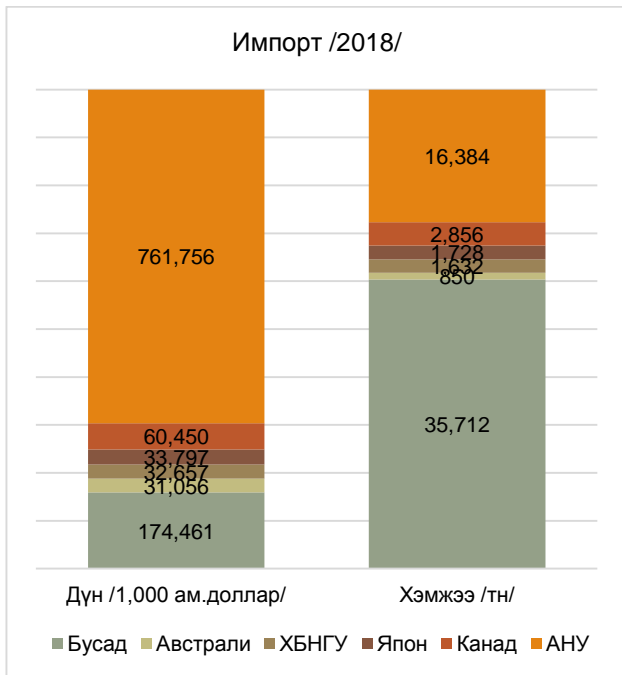
3.Нунтаг хэлбэрээр Монгол улсаас экспортод гарахдаа 2106 гэсэн HS кодтой гарсан бол харин БНСУ-д импортлогдон орохдоо 2106.90.90.99 гэсэн HS кодтой бүртгэгдсэн байна.

Зураг 93. Монгол улсаас БНСУ руу экспортлосон чацарганы нунтаг



Сүүлийн 5 жилийн байдлаар, Монгол улсаас БНСУ руу нийтдээ 241 кг чацарганы нунтаг экспортлогджээ. БНСУ руу экспортлосон чацарганы нунтагны нэгжийн үнэ хэт хямд буюу 2017 онд 0.4 ам.доллар, харин 2018 онд 10 ам.долларын үнэтэй байсан байна.

Зураг 94. БНСУ-ын 2106.90.90.99 HS код бүхий жимсний нунтаг импорт

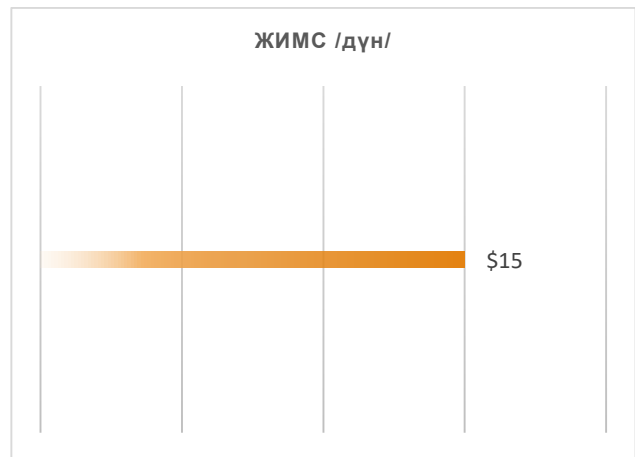
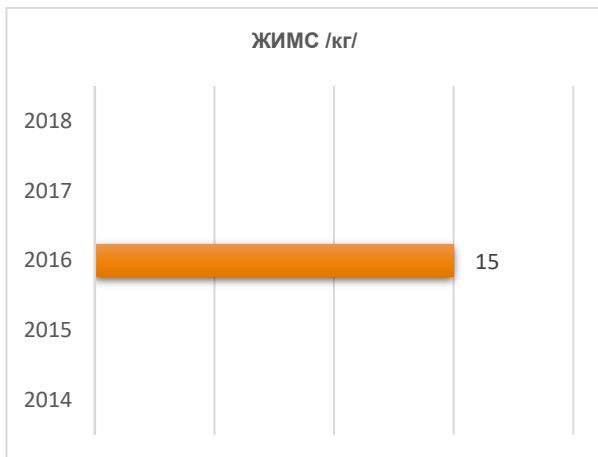


Эх сурвалж: Stat.kita.org

БНСУ-ын статистикийн мэдээнээс харахад, жимсний нунтагны импортын хэмжээ сүүлийн 5 жилд тогтвортой нэмэгдэж ирсэн байна. Түүнчлэн хамгийн том нийлүүлэгч нь АНУ байх бөгөөд үнийн дүн харьцангуй өндөр байна.

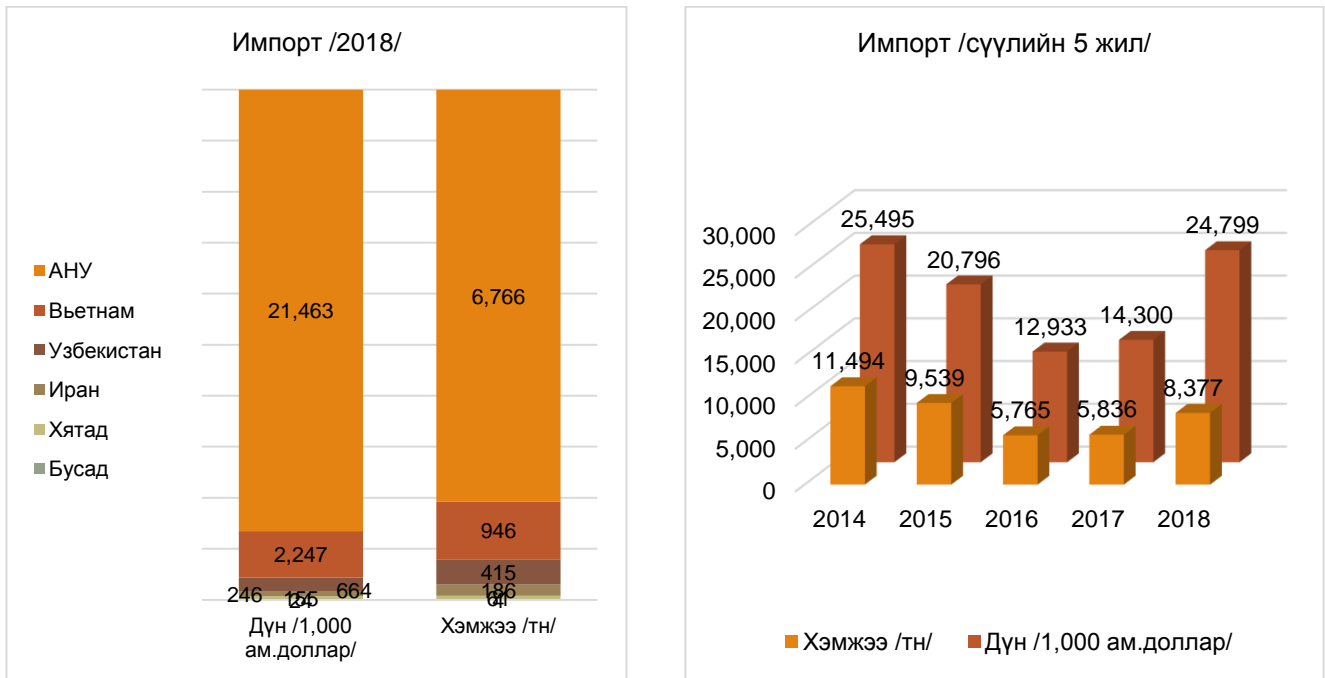
4.Хөлдөөсөн жимс хэлбэрээр Монгол улсаас экспортод гарахдаа 0810 гэсэн HS кодтой гарсан бол харин БНСУ-д импортлогдон орохдоо 0810.90.90.00 гэсэн HS кодтой бүртгэгдсэн байна.

Зураг 95. Монгол улсаас БНСУ руу экспортлосон хөлдөөсөн жимс



Хөлдөөсөн жимс Монгол улсаас БНСУ руу зөвхөн нэг л удаа буюу 2016 онд 15 ам.долларын үнийн дүн бүхий 15 кг хэмжээтэйгээр экспортлогдсон байна. 0810.90.90.00 HS код бүхий жимс нь бусад жимсний ангилалд хамрагдах бөгөөд хөлдөөсөн хэлбэрээр импортлогддог.

Зураг 96. БНСУ-ын 0810.90.90.00 HS код бүхий жимсний импортын хэмжээ

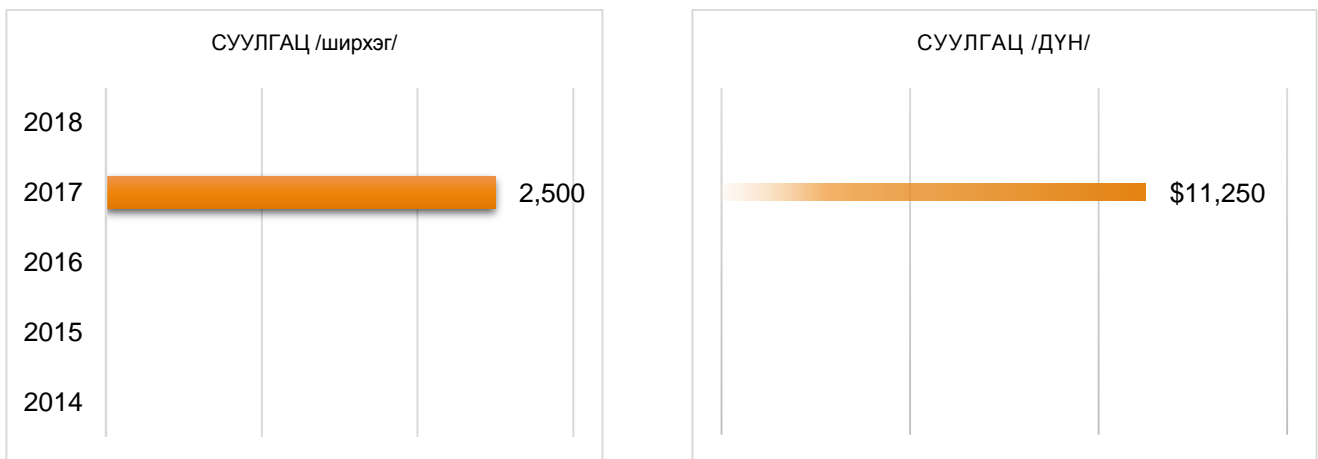


Эх сурвалж: Stat.kita.org

БНСУ-ын статистикийн мэдээнээс харахад, хөлдөөсөн жимсний импортын хэмжээ 2014 оноос буурч харин 2018 онд өссөн байна. Хамгийн том нийлүүлэгч нь АНУ байх бөгөөд нийт үнийн дүнгийн 90 шахам хувийг дангаар эзэлж байна.

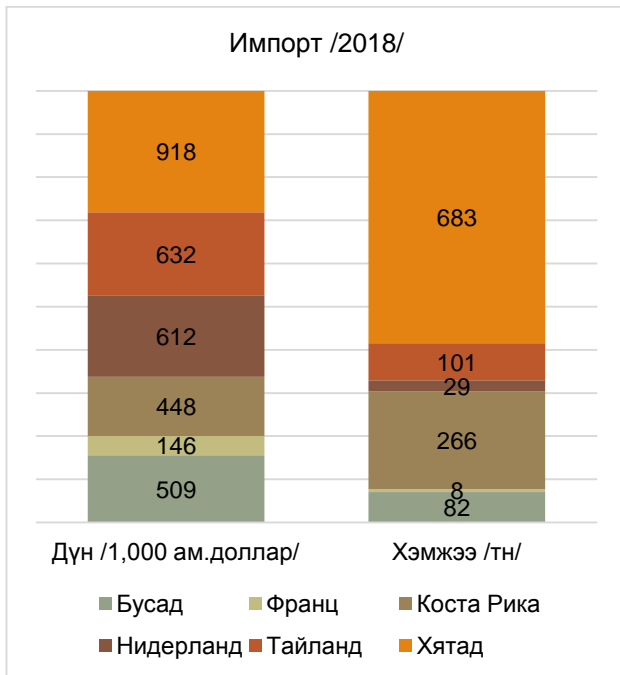
5.Суулгац хэлбэрээр Монгол улсаас экспортод гарахдаа 0602 гэсэн HS кодтой гарсан бол харин БНСУ-д импортлогдон орохдоо 0602.90.90.90 гэсэн HS кодтой бүртгэгдсэн байна.

Зураг 97. Монгол улсаас БНСУ руу экспортлосон чацарганы суулгац \хэмжээ ба үнийн дүнгээр\



Монгол улсаас БНСУ руу 2,500 ширхэг суулгац буюу 110 кг хэмжээгээр экспорложээ. БНСУ руу экспортлосон чацарганы суулгацын нэгжийн үнэ 4.5 ам.доллар байна.

Зураг 98. БНСУ-ын 0602.90.90.90 HS код бүхий жимсний суулгац импорт



Эх сурвалж: Stat.kita.org

БНСУ-ын статистикийн мэдээнээс харахад, жимсний суулгац гол импортлогч орон нь БНХАУ байна. Цаашид БНСУ-ын жимсний суулгацын импортын хэмжээ буурах хандлагатай байна.

4.1.1. Үйлдвэрлэлийн зориулалтаар

Үйлдвэрлэлийн зориулалттай хэрэглээний зах зээл /Сегмент 1/

Чацаргана нь БНСУ-д харьцангуй шинэ зүйл бөгөөд цөөн тооны тариалагчид дотооддоо тариалж бэлэн бүтээгдэхүүн болон түүхий эд хэлбэрээр зах зээлд нийлүүлж байна. Улсын хэмжээнд хамгийн томд тооцогдох тариалалтын талбайн хэмжээ нь 30 га бөгөөд 2015 онд 100 тн навч, 200

Дотоодод үйлдвэрлэсэн, боловсруулсан бүтээгдэхүүний хувьд зах зээл дээр борлуулагдаж байгаа үнэ (Samsung Herb Co.Ltd):

- Суулгац нэг багц - 10,000 Вон
- Хатаасан навч 1кг - 50,000 Вон
- 500г нунтаг навч - 50,000 Вон
- 2.1кг жимсний нунтаг - 198,000 Вон

тн жимсний ургац хураан авч байжээ.

Дотоодын тариалалтаас гадна БНХАУ-аас хямд үнэтэй чацарганы бүтээгдэхүүн онлайн худалдааны сайтууд болон зарим худалдаа эрхлэгчдээр дамжуулан зах зээлд нийлүүлэгддэг. Мөн зарим үйлдвэрлэгч нар түүхий эдээ /хагас боловсруулсан/ БНХАУ-аас импортлодог. “Plusnature Inc.” компани чацарганы түүхий эдийг ХБНГУ-аас импортлодог. Сүүлийн жилүүдэд манай улсаас чацаргана импортлох сонирхол нэмэгдэж байна. БНХАУ-ын түүхий эд нийлүүлэгч компаниуд БНСУ-ын зах зээлд цахим сүлжээнд өөрсдийн бүтээгдэхүүний танилцуулгаа байршуулж байр сууриа бэхжүүлэх сонирхолтой байдаг байна (бөөний буюу боловсруулалтад зориулсан түүхий эд нийлүүлэлтийн цахим сүлжээ www.tradekorea.com).

Зураг 99. БНХАУ-ын БНСУ-д нийлүүлж буй чацарганы тос



Жимсний тос

Жимсний целлюзын тос

Жимсний тос



Үрийн тос

Үрийн тосны бэлдмэл

Үрийн тосны бэлдмэл

БНСУ-ын үндэсний статистикийн газрын мэдээгээр, жимс боловсруулагч компаниудын тоо 2013 онд 701 байсан бол 2015 онд 1,042 болж өссөн байна. Эдгээр үйлдвэрүүдийг төлөөлүүлж дараах үйлдвэрүүдийг судалгаанд хамруулан авч үзлээ.

Хүнсний зориулалтаар жимс, чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүд:

[Samsung Herb Medicine Co.Ltd](#) /түүхий эдээ өөрөө тариалдаг/

Жимсний нунтаг, Навчны нунтаг, навчны цай, жимсний дарс, шүүс, навчны гоймон боловсруулдаг.

Хаяг: Samsung herbal Agriculture Co., Ltd. Corporate | Contact Us | Phone: 033-241-2214 | Address: 24232, Gangwon-do, Soonanggal-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si

[Anna's Garden](#) //түүхий эдээ өөрөө тариалдаг/

Навчны цай, жимсний шүүс, жимсний нунтаг боловсруулдаг.

13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441

[Golden Herb](#) /Түүхий эдээ БНХАУ-аас импортлодог/

Жимсний нунтаг бүтээгдэхүүн

40-11 Guijin-ri, Tongjin-eup, Gimpo-si Tel: 031-992-0878

[GNM Life. JN EM Life Co., Ltd.](#)//

Жимсний нунтаг бүтээгдэхүүн

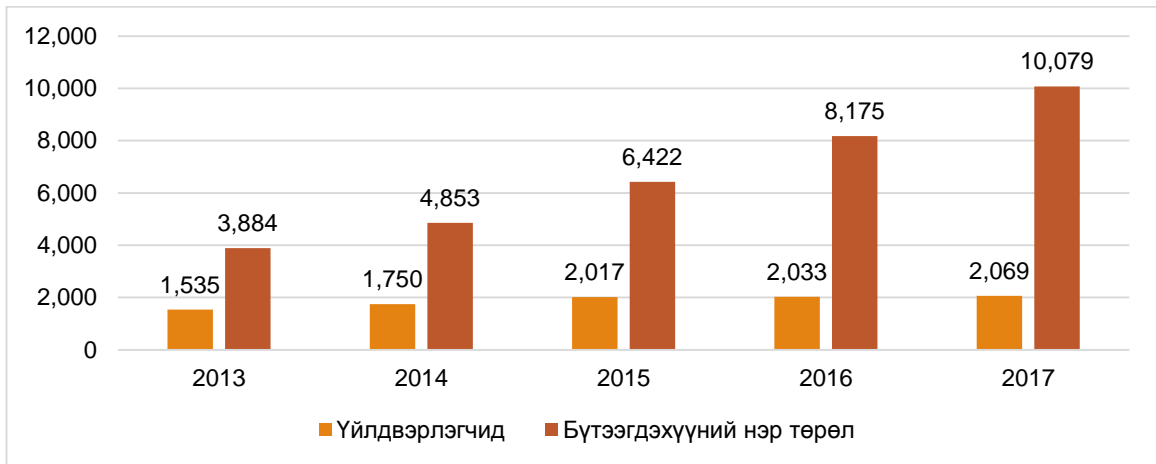
Yangsan Road 43, Yeongdeungpo-Gu, Seoul, Korea (3-Ga, Yangpyeong-dong) Tel: 220-88-59267 Representative Park Yu-young TEL: 1600-8741

Email: gnm@gnmcorp.com

Гоо сайхны бүтээгдэхүүний үйлдвэрүүд:

2017 оны жилийн эцсийн статистик мэдээгээр, улсын хэмжээнд нийт 2,069 аж ахуйн нэгж, компани гоо сайхны бүтээгдэхүүн боловсруулсан байна.

Зураг 100. БНСУ-ын гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгчид ба бүтээгдэхүүний нэр төрөл



Дээрх зургаас харахад, БНСУ-д гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч 2.1 мянган компани, аж ахуйн нэгж 10.1 мянган нэр төрлийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж байна. Гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч компани, аж ахуйн нэгжийн тоо харьцангуй тогтвортой байгаа боловч бүтээгдэхүүний нэр төрөл нь тасралтгүйгээр их хэмжээгээр нэмэгджээ.

Зураг 101. БНСУ-ын гоо сайхны бүтээгдэхүүн борлуулагчид ба бүтээгдэхүүний нэр төрөл



БНСУ-д гоо сайхны бүтээгдэхүүн борлуулагч аж ахуйн нэгж, компани 5.8 мянга байгаа бөгөөд тэдгээрийн борлуулж буй бүтээгдэхүүний нэр төрөл нь 125.8 мянга болж байна. Эдгээрээс дараах 5 компаний мэдээллийг судалгаанд оруулав.

[Samsung Herb Medicine Co.Ltd](#) /түүхий эдээ өөрөө тариалдаг/

Хаяг: Samsung herbal Agriculture Co., Ltd. Corporate | Contact Us | Phone: 033-241-2214 | Address: 24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si
Then I met you

[Soko Glam Inc.](#) Delaware at 2711 Centerville Road, Suite 400, City of Wilmington, DE 19808, USA

БНСУ-аас гаралтай брэнд боловч АНУ-ын зах зээлд чиглэн үйл ажиллагаа явуулдаг.
[I'm from](#) /түүхий эдээ дотоодоос авдаг/

[Rap & Company Co., Ltd.](#) 1644-7178 .

Seomun-dong, Seocho-gu, Seoul, Korea 86 3rd Floor, Evergreen Building Address: 3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
Representative of rap & company . Chan Young Kim
Email. imfrom@imfrom.co.kr

[AFLO. Plusnature Inc.](#) /түүхий эдээ ХБНГУ-аас авдаг/

Хаяг: (31116) 407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandaе-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea, Tel.: +82) 70-8886-6767
Website: <http://aflo.co.kr>

[Purito. Hinature Inc.](#)/түүхий эдээ дотоодоос авдаг/

21990 Smart Valley E dong 908 ho, Songdo Mirae-ro 30, Yeonsu-gu, Incheon-si
kkh0428@purito.co.kr

Personal Information Manager: MIN JI KIM(minji@purito.co.kr)

Phone : +82-70-8833-1884 Fax : +82-70-8995-1884

Эмийн буюу биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч компаниуд:

Эдгээр үйлдвэрүүд нь ихэвчлэн хүнсний нэмэлт бэлдмэл байдлаар бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх бөгөөд витаминлаг чанарт нь түшиглэдэг. Мөн тос хэлбэрээр хэрэглэж байгаа боловч тэр нь эмчилгээний гэхээс илүүтэй гоо сайханд зориулагдсан байна.

Зураг 102. БНСУ-ын хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн борлуулагчид



БНСУ-ын хэмжээнд хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний борлуулалт хийдэг 85.9 мянган аж ахуйн нэгж, компани, 2.9 мянган дистрибьютер үйл ажиллагаа явуулж байна. Эдгээрээс зах зээлд нэр хүнд бүхий дараах компаниудын товч мэдээллийг доор харуулав.

[Samsung Herb Medicine Co.Ltd](#) /түүхий эдээ өөрөө тариалдаг/

Капсул бүхий хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн боловсруулдаг.

Хаяг: Samsung herbal Agriculture Co., Ltd. Corporate | Contact Us | Phone: 033-241-2214 | Address: 24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si

[YANGNYEONGSI PEOPLE Co., LTD.](#)

Уламжлалт аргаар эмийн ургамал ашиглан хүнсний нэмэлтд бүтээгдэхүүн боловсруулдаг бөгөөд үүнд: нүүрний маск, маск, ургамлын цай, ургамлын шампунь, ургамлын гаралтай эм зэрэг багтана.

Хаяг: 15 Namseong-ro Jung-gu, Daegu

[Youngjin Nutrition](#)

Ургамлын гаралтай хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн боловсруулдаг.

Хаяг: Kunyoung Casvill 39033 Blk 101 Unit1903, Yong Hyun dong, Other, South Korea,480839

Philobiotech Co., Ltd.

Ургамалын гаралтай эм, гоо сайхны бүтээгдэхүүн боловсруулан худалдаалдаг
Хаяг: 114, Gangwon National Univ., Hyoja 2-dong Chuncheon-si, Gyeonggi-do

Naju Icheon Food Co., Ltd.

Цай, ундаа гэх мэт хүнсний бүтээгдэхүүн мөн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн боловсруулдаг. ISO9001 гэрчилгээжсэн.

БНСУ-ын боловсруулах үйлдвэрүүдээс авсан судалгааны дүн

Судалгааны ажлын хүрээнд БНСУ-ын боловсруулах үйлдвэрүүдийг төлөөлүүлж дараах 5 компаниас судалгаа авлаа. Үүнд: Samsung Herb Medicine Co.Ltd, Plus Nature Inc. Purito, Then I met you, Bliss Bio, Myungin Trading Co. Эдгээр боловсруулах үйлдвэрүүдээс авсан судалгааны дүнг дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 107. БНСУ-ын боловсруулах үйлдвэрүүдээс авсан судалгааны дүн

Асуулт	Сонголт	Хариулт	Хариултын дүнд эзлэх хувь
Ямар төрлийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг вэ?	4. Хүнсний	2	22.2
	5. Гоо сайхны	4	44.4
	6. Эмийн, эрүүл мэндийн	3	33.3
Зорилтот зах зээл	3. Дотоод	3	60
	4. Гадаад	2	40
Чацарганы бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг эсэх	3. Тийм 4. Үгүй	5	100
Түүхий эдээ хаанаас авдаг	4. Дотоодоос	4	80
	5. Гадаадаас	1 /ХБНГУ/	20
Монголын чацарганы онцлог шинжийг мэдэх эсэх	3. Тийм	0	0
	4. Үгүй	5	100
Түүхий эдээ Монголоос авах сонирхол бий юу?	4. Тийм		
	5. Үгүй	4	80
	6. Мэдэхгүй	1	20

Судалгаанд хамрагдсан 5 боловсруулах үйлдвэрүүд бүгд чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүд байв. Эдгээр үйлдвэрүүдийн 22.2 хувь нь хүнсний бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг, 44.4 хувь нь гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг, 33.3 хувь нь эмийн, эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг.

Судалгаанд хамрагдсан үйлдвэрүүдийн 60.0 хувь нь үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүнээ дотоодын зах зээлд, 40.0 хувь нь зорилтот зах зээл нь гадаадын хэрэглэгчид буюу бусад улс орнууд руу экспорт хийнэ гэж тодорхойлсон. Чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүдийн 80.0 хувь нь түүхий эдээ дотоодын тариалалт хийдэг аж ахуйн нэгж, өөрийн тариалангийн талбайгаас, харин 20.0 хувь гадаад улсаас импортоор авдаг хэмээн хариуллаа. Гадаад улсаас чацарганы түүхий эдээ импортлодог компани нь Герман улсаас импорт хийдэг байна.

Судалгаанд хамрагдсан боловсруулах үйлдвэрүүд бүгд Монголын чацарганы онцлог шинж чанарыг мэдэхгүй гэж хариулсан юм. Дараагийн “Түүхий эдээ Монголоос авах сонирхол бий юу?” гэсэн асуултанд 80.0 хувь “үгүй”, 20.0 хувь нь “мэдэхгүй” гэж хариуллаа. Судалгааны үр дүнгээс харахад, БНСУ-ын боловсруулах үйлдвэрүүд Монголын чацарганы давуу тал, онцлог шинжийг мэдэхгүй буюу төдийлөн ойшоохгүй байна. Хэдийгээр судалгаанд хамрагдсан боловсруулах үйлдвэрүүд түүхий эдээ худалдан авах нийлүүлэлтийн сувгийг бүрдүүлсэн байгаа ч зах зээл нь өргөжин тэлэх боломжтой тул цаашид экологийн цэвэр түүхий эдийн худалдан авах эрэлт өсөх хандлагатай.

Бөөний худалдааны төвөөс авсан судалгааны дүн

БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулагч бөөний худалдааны 5 компани, эдгээрт ажиллаж буй 50 ажилтнаас судалгааг авч үр дүнг дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 108. БНСУ-ын бөөний худалдаалагчдаас авсан судалгааны дүн

Асуулт	Сонголт	Хариулт	Хариултын дүнд эзлэх хувь
Чацарганыг боловсруулах үйлдвэрүүдэд нийлүүлдэг үү?	1. Тийм 2. Үгүй	5 0	100.0
Импортын чацарганыг худалдан авах тохиолдолд ямар ямар бүтээгдэхүүнийг худалдан авах сонирхолтой вэ?	1. Жимс 2. Нунтаг 3. Цэвэр шүүс 4. Навч 5. Тос	9 14 5 12 10	18.0 28.0 10.0 24.0 20.0
Худалдан авах, борлуулах чацарганы талаарх мэдээллийг хаанаас авдаг вэ?	1. Нийлүүлэгчээс 2. Зах зээлээс 3. Интернет 4. Мэргэжлийн холбоо 5. Бусад	21 5 18 3 3	42.0 10.0 36.0 6.0 6.0
Монголын чацарганы давуу талыг мэдэх үү?	1. Тийм 2. Үгүй	2 48	4.0 96.0
Чацарганыг Монголоос авах сонирхол бий юу?	1. Тийм 2. Үгүй 3. Мэдэхгүй	15 8 27	30.0 16.0 54.0
Хэрэв Монголоос чацаргана худалдан авах бол хамгийн гол шалгуур нь юу байх вэ?	1. Чанар 2. Үнэ 3. Нийлүүлэгчийн найдвартай байдал	26 18 6	52.0 36.0 12.0

Судалгаанд хамрагдсан бөөний худалдаалагчид бүгд чацарганы бүтээгдэхүүний нийлүүлэлтийг сүлжээний тоглогчид байсан болно. Тэдний 28.0 хувь нь жимсний нунтаг, 24.0 хувь нь чацарганы навч, 20.0 хувь нь тос, 18.0 хувь нь жимс, 10 хувь нь цэвэр шүүс импортлох сонирхолтой гэж хариулсан. Эндээс харахад, чацарганы ямар ч бүтээгдэхүүнийг бөөний худалдаа эрхлэгчид борлуулах сонирхолтой байдаг байна.

“Худалдан авах, борлуулах чацарганы талаарх мэдээллийг хаанаас авдаг вэ?” гэсэн асуултанд 42.0 хувь нь нийлүүлэгчээс, 36.0 хувь интернетээс гэж хариулсан байна. Эндээс харахад, Монголын боловсруулах үйлдвэрүүд тус улсын зах зээлд бүтээгдэхүүнээ борлуулахдаа бөөний худалдааны төвүүдтэй холбоо тогтоох, олон хэрэглэгч бүхий интернет эх үүсвэрт өөрсдийн бүтээгдэхүүний танилцуулгыг байршуулах нь оновчтой юм.

Судалгаанд оролцогчдын 96.0 хувь нь Монголын чацарганы давуу талыг мэдэхгүй, 54.0 хувь нь цаашид Монголоос чацаргана авах эсэхээ мэдэхгүй байгаагаас харахад БНСУ-д тариалж буй чацарганы чанарын үзүүлэлтийг Монголын чацарганы чанарын үзүүлэлтүүдийг харьцуулсан судалгаа хийж судалгааны үр дүнг тус улсад сурталчилах чухал байна. Мөн судалгаанд хамрагсдын 52.0 хувь нь хэрэв Монголоос чацаргана худалдан авах бол чанарыг гол шалгуур болгоно гэж хариулсан.

БНСУ-ын чацарганы жижиглэнгийн худалдааны төвөөс авсан судалгааны үр дүн

БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулагч жижиглэнгийн худалдааны 10 компани, тэдгээрийн 100 ажилтнаас судалгааг авч үр дүнг дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 109. БНСУ-ын жижиглэнгийн худалдаалагчдаас авсан судалгааны дүн

Асуулт	Сонголт	Хариулт	Хариултын дүнд эзлэх хувь
Чацарганаар үйлдвэрлэсэн ямар ямар бүтээгдэхүүн борлуулж байна вэ?	1. Ундаа 2. Цэвэр шүүс 3. Тос 4. Нунтаг 5. Навчны цай 6. Гоо сайхны бүтээгдэхүүн	2 4 6 18 11 9	4.0 8.0 12.0 36.0 22.0 18.0
Импортын чацарганыг худалдан авах тохиолдолд ямар ямар бүтээгдэхүүнийг худалдан авах сонирхолтой вэ?	1. Ундаа 2. Цэвэр шүүс 3. Тос 4. Нунтаг 5. Навчны цай 6. Гоо сайхны бүтээгдэхүүн	8 21 22 21 23 5	8.0 21.0 22.0 21.0 23.0 5.0
Борлуулах бүтээгдэхүүнийхээ талаарх мэдээллийг хаанаас авдаг вэ?	1. Нийлүүлэгчээс 2. Зах зээлээс 3. Интернет 4. Мэргэжлийн холбоо 5. Бусад	22 27 33 11 7	22.0 27.0 33.0 11.0 7.0
Монголын чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулах сонирхолтой юу?	1. Тийм 2. Үгүй 3. Мэдэхгүй	42 8 50	42.0 8.0 50.0
Монголын бүтээгдэхүүнийг борлуулах тохиолдолд ямар шаардлага тавих вэ?	1. Чанар 2. Үнэ 3. Нийлүүлэгчийн найдвартай байдал	53 26 21	53.0 26.0 21.0
Монголын бүтээгдэхүүнийг борлуулах тохиолдолд үнийн ямар хэлцэл хийх вэ?	1. Худалдан авалт 2. Борлуулалтын хувь	54 46	54.0 46.0

Судалгаанд хамрагдсан жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгчдийн 36.0 хувь нь нунтаг, 22 хувь нь навчны цай, 18.0 хувь нь гоо сайхны бүтээгдэхүүн, 12.0 хувь нь тос, 8.0 хувь нь цэвэр шүүс, 4.0 хувь нь ундаа борлуулж байсан туршлагатай байна. Цаашид “Импортын чацарганыг худалдан авах тохиолдолд ямар бүтээгдэхүүнийг худалдан авах сонирхолтой вэ?” гэсэн асуултанд 23.0 хувь нь чацарганы навч, 22.0 хувь нь чацарганы тос, 21.0 хувь нь нунтаг, 21.0 хувь нь цэвэр шүүс гэж хариулснаас харахад цаашид чацарганы навч, тосыг борлуулах сонирхолтой байна.

Жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгчдийн 33.0 хувь нь интернет, 27.0 хувь нь зах зээлээс, 22.0 хувь нь нийлүүлэгчээс борлуулах бүтээгдэхүүнийхээ талаарх мэдээллийг авдаг гэжээ. БНСУ-ын бөөний болон жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгчдийн аль аль нь борлуулах бүтээгдэхүүнийхээ талаарх мэдээллийг авахад интернет эх үүсвэр чухал байдаг гэж хариулсан байна. Иймд Монголын боловсруулах үйлдвэрүүд бүтээгдэхүүнээ борлуулахдаа интернет эх үүсвэрийг ашиглах нь ач холбогдолтой байна гэсэн дүгнэлтийг хийж болно.

“Монголын чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулах сонирхолтой юу?” гэсэн асуултанд 42.0 хувь нь “тийм” гэж хариулсан бол 50.0 нь “мэдэхгүй” гэж хариулснаас харахад, Монголын талаас чацарганы чанар, ач холбогдлын талаарх сурталчилгааг хийж таниулж чадвал амжилт олох боломж байгааг илтгэнэ.

Монголоос чацарганы бүтээгдэхүүн экспортлоход чацарганы бүтээгдэхүүний чанарын үзүүлэлтүүд, экологийн цэвэр бүтээгдэхүүн гэдгийг баталсан баталгаа чухал болох нь дээрх судалгааны үр дүнд тодорхой болов.

4.4.2. Бүтээгдэхүүний хэрэглээний зориулалтаар: хүнсний, гоо сайхны, эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн

Хүнсний бүтээгдэхүүний хэрэглээний зах зээл \Сегмент 2\

БНСУ-ын чацарганы хэрэглэгчийн зах зээлийг судлахдаа бүтээгдэхүүний хэрэглээний зориулалтаар нь хүнсний, гоо сайхны, эмчилгээний, бусад гэсэн ангилалаар судаллаа. Хүнсний зах зээлийн судалгааг гүйцэтгэхээс өмнө БНСУ-ын хүнсний үйлдвэрлэлийн салбарт тэргүүлэгч ТОП-20 хүнсний үйлдвэрийн талаарх мэдээллийг доорх хүснэгтээр нэгтгэв.

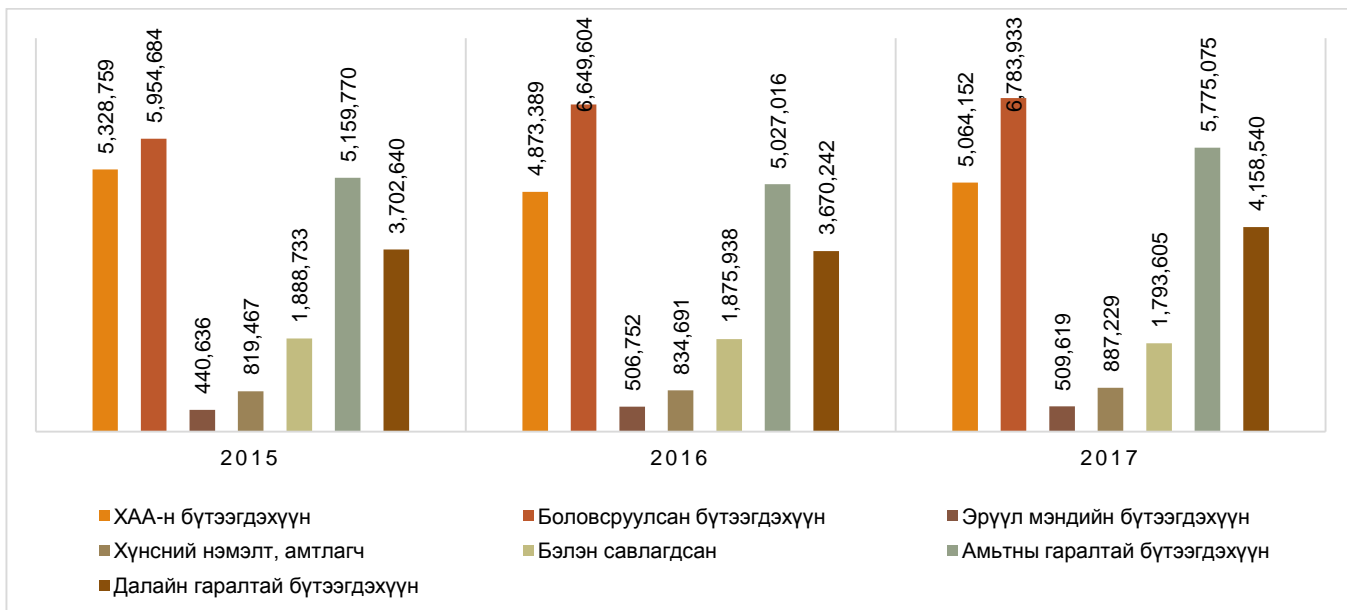
Хүснэгт 110. БНСУ-ын хүнсний үйлдвэрлэлийн зах зээлийн эхний 20 компани

№	Компани	Борлуулалт /мянган Вон/
	Нийт	20,760,873,632
1	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd.	2,599,323,686
2	CJ CheilJedang Corporation	2,497,423,427
3	NONGSHIM Co.,Ltd.	1,734,694,563
4	THE HITEJINRO CO.,LTD	1,683,840,561
5	Oriental Brewery Co., Ltd.	1,551,113,936
6	Dong Suh Food Co., Ltd.	1,105,849,461
7	Lotte Confectionery Co., Ltd.	1,066,776,264
8	Haitai Confectionery & Foods Co., Ltd	925,052,592
9	Daesang Corporation	848,894,836
10	The Coca-Cola Company	819,183,713
11	OTTOGI Corporation	816,244,238
12	Samyang Corporation	813,871,408
13	Paris-Croissant Food Company	676,294,300
14	Lotte Food Co., Ltd.	664,029,774
15	OTTOGI. Corporation	646,820,998
16	Samyang Foods Co., Ltd.	582,702,879
17	Dongwon F&B Co.,Ltd.	545,449,439
18	ORION Corp.	502,232,120
19	CROWN Confectionary Co., Ltd.	343,445,011
20	TS Corporation	337,630,426

Эх сурвалж: Худалдаа, аж үйлдвэр, эрчим хүчний яам, БНСУ

БНСУ-ын хүнсний нийт зах зээлийн хэмжээ 2017 онд 153.55 их наяд Вон байсан ба үүний 40 орчим хувийг дотоодын үйлдвэрлэл эзэлсэн байна. Дотоодын хүнсний бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгчдийн нийт борлуулалтын хэмжээ 2017 онд 61,170,907,878,000 Вон байсан нь өмнөх жилийнхээс 3.68 хувиар өссөн байна (ХАҮЭХЯ).

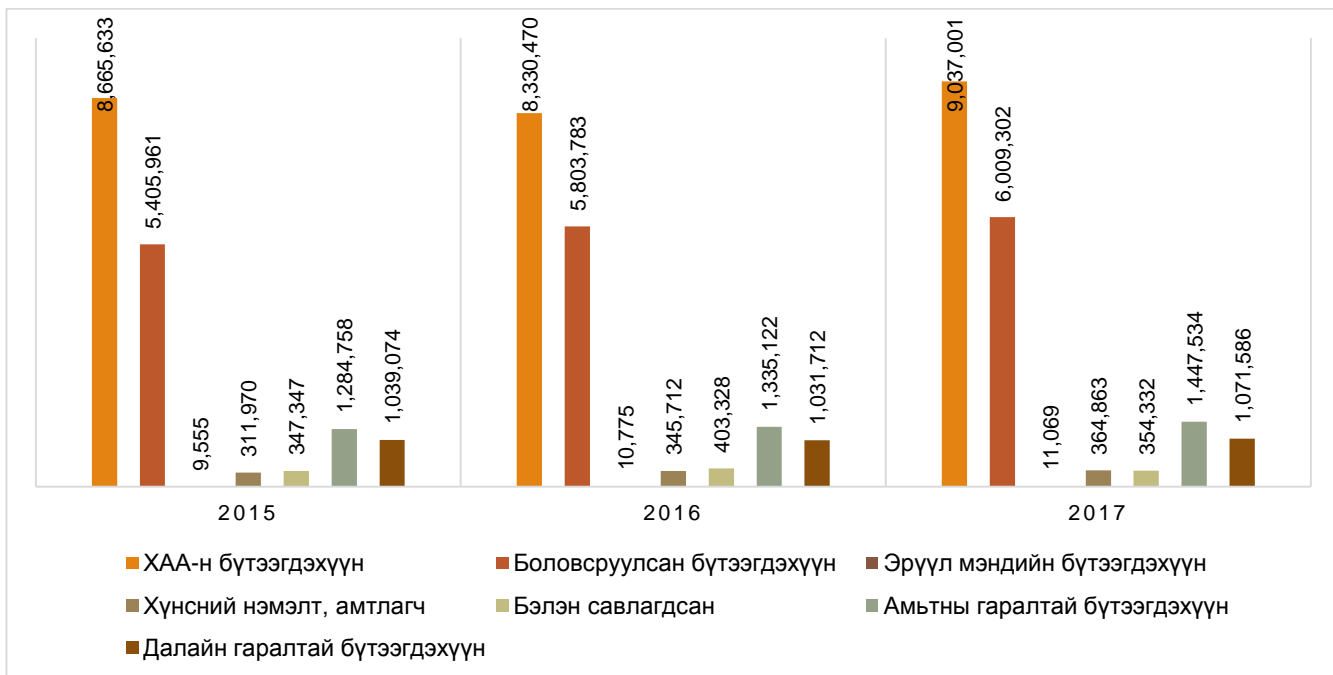
Зураг 103. БНСУ-ын хүнсний бүтээгдэхүүний импорт, мянган ам.доллараар



Эх үүсвэр: БНСУ Статистикийн газар KOSIS

Дээрх зургаас үзэхэд, Боловсруулсан бүтээгдэхүүн, хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүн, амьтны гаралтай бүтээгдэхүүний импорт хамгийн их бөгөөд 2017 оны байдлаар нийт импортын 70.6 хувийг эзэлсэн байна.

Зураг 104. БНСУ-ын хүнсний бүтээгдэхүүний импорт, тонноор







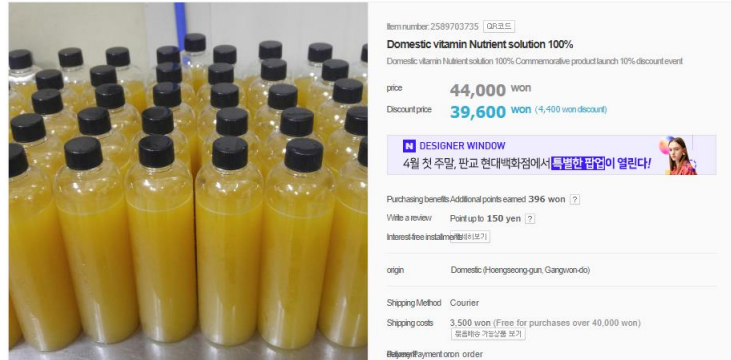


Эх үүсвэр: БНСУ Статистикийн газар KOSIS

Хүнсний бүтээгдэхүүний импортын тоо хэмжээний хувьд авч үзвэл, хөдөө аж ахуйн бүтээгдэхүүн, боловсруулсан бүтээгдэхүүн тэргүүлэх байрыг эзэлж байна.

БНСУ-ын хэрэглэгчдийн хэрэглээнд чухал байр суурь эзэлж буй чацарганы хүнсний бүтээгдэхүүний судалгааг гүйцэтгэлээ.

 <p>Дарс. Гангвон-до мужийн Самсунг Херб компани исгэсэн дарс үйлдвэрлэж байгаа бөгөөд түүхий эдээ мөн өөрсдөө тарьж ургуулдаг.</p>	 <p>Найруулж уудаг жимсний нунтаг. Түүхий эдээ дотоодоос авдаг бөгөөд дотроо 30ш /нэг бүр нь 5г/ нийт 150г зах зээл дээрх борлуулагдаж байгаа үнэ 49,900Вон.</p>
 <p>Дотоодод ургуулсан чацаргана жимс. 1 кг нь 50,000Вон</p>	 <p>Жимсний фермент 2 кг /дотоодод ургуулсан/ 80,000Вон</p>
 <p>Жимсний нунтаг. 100гр савалгаатай жимсний нунтаг. 3ш нь 81,000-120,000Вон /дотоодод ургуулсан/</p>	 <p>Жимсний нунтаг. Golden Herb жимсний нунтаг; 500г – 13.91\$</p>
 <p>Жимсний нунтаг. GNM БНХАУ-аас импортлосон жимсний нунтаг 100г – 17.64\$</p>	 <p>Жимсний нунтаг. Paleo жимсний нунтаг, Гарал үүсэл БНХАУ-ийн Төвд; 30-50г – 9\$, HS код: 1106.30.0000</p>

 <p>Жимсний нунтаг. Самсунг херб компанийн жимсний нунтаг; 100г – 27,000Вон</p>	 <p>Навч. Самсунг херб компанийн хатаасан навч: 1кг – 50,000Вон</p>
 <p>Навчны нунтаг. Самсунг херб компанийн навчны нунтаг: 500г – 50,000Вон</p>	 <p>Навчны нунтаг. Самсунг херб компанийн жимсний нунтаг: 2,100г – 198,000Вон</p>
 <p>Навчны цай. Самсунг херб компанийн навчны цай; 30ш – 5,000Вон</p>	 <p>Навчны гоймон. Самсунг херб компанийн навчны гоймон</p>
 <p>“Anna’s Garden” Цэвэр шүүс 39,600Вон</p>	

Дээрх хүнсний бүтээгдэхүүнүүдийг худалдан авч хэрэглэсэн 500 хэрэглэгчийн бүтээгдэхүүний болон сэтгэл ханамжийн талаарх сэтгэгдэл, санал, зөвлөмжүүдийг судлан нэгтгэн орууллаа.

Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн чацарганы бүтээгдэхүүн хэрэглэсэн байдал:

- Найруулж уудаг жимсний нунтаг – 100 сэтгэгдэл
- Цэвэр шүүс – 15 сэтгэгдэл
- Исгэсэн ундаа, дарс – 10 сэтгэгдэл
- Навчны нунтаг бэлдмэл – 50
- Жимсний нунтаг бэлдмэл – 75
- Үрийн нунтаг – 150

- Навчны дүрдэг цай – 100

Хүснэгт 111. БНСУ-ын хүнсний бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл

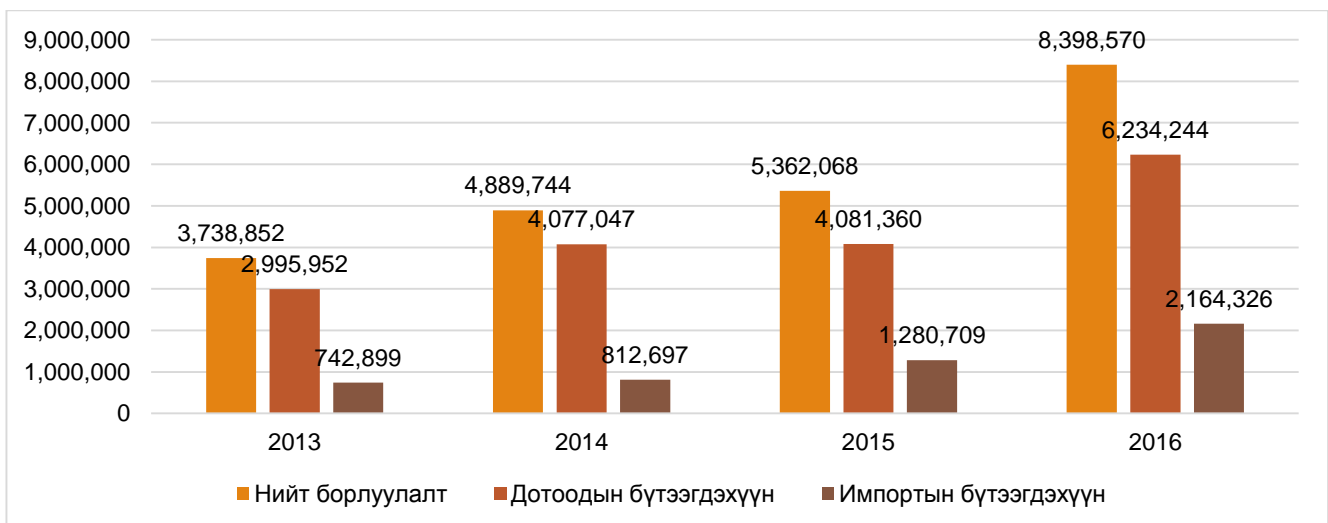
	Эерэг сэтгэгдэл	Сөрөг сэтгэгдэл
Сэтгэгдэл	Нунтаг хэлбэрээр ихэвчлэн хэрэглэдэг. Шим тэжээл сайтай /витамины модны жимс хэмээн нэрлэгдсэн/. Тогтмол хэрэглэдэг, өвөл түлхүү хэрэглэдэг учир нь ханиад томуу тусахгүй. Усанд найруулж уудаг, гэр бүлээрээ хэрэглэдэг. Дотоодод үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн үнэтэй боловч чанартай мөн найдвартай. Ядаргаанд сайн. Үрэвслийн эсрэг үйлчилгээтэй. Хүргэлт хурдан сайн. Арьсанд сайн, арьс хуурайшихын эсрэг тул хэрэглэдэг. Органик, дотоодод үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүний чанар сайн, пестицидгүй. Савлагаа таалагдсан. Нийлүүлэгчийн найдвартай, найрсаг байдал нь таалагдсан. Нунтаг нь аманд уусдаг. Цайны савлагаа гоё, эрүүл мэндэд тустай тул бэлэгний зориулалтаар худалдан авдаг.	Үнэтэй. 10,000вон – 15ш жижиг мөртлөө үнэтэй. Дотоодод үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн хэт үнэтэй. Исгэлэн амт таалагдаагүй. Гадаадын бүтээгдэхүүн нь дотроо өөр юм хольсон байх магадлалтай гэж үздэг. Хэрэглэх зааврыг нарийвчилж бичээгүй. Хэт мэдрэмтгий хүн уугаад дотор нь муухайрсан шинж илэрсэн.
Хэрэглэгчдийн тоо	463	37
Сэтгэгдэл авсан сайтууд:	Bryc.co.kr; gmarket; Tradekorea.com; Kvitamin.co.kr; 100js.com; Nattacosme.com; Beautytap.com; Ebay.com; Qoo10.com; Smartstore.naver.com	

Судалгаанд хамрагдсан 500 сэтгэгдэл бичсэн хүний 463 нь эерэг сэтгэгдэл үлдээсэн бол 37 хүн буюу 7.4 хувь нь сөрөг сэтгэгдэл үлдээжээ. Сөрөг сэтгэгдлүүд нь өндөр үнэтэй, хэт хурц үнэр, амттай, мөн гадаадын бүтээгдэхүүний чанар, стандартад эргэлзэж байгаа тухай байна. Харин эерэг сэтгэгдлүүдийг түүвэрлэн авч үзвэл, дотоодод үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүний чанар, стандартад итгэж буй талаар, ханиад томуу эрүүл мэндийн ач тустай талаар бичсэн сэтгэгдэл голлож байна.

Гоо сайхны хэрэглээний зах зээл /Сегмент 3/

БНСУ-ын гоо сайхны борлуулалтын хэмжээг дотоод үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн, импортын бүтээгдэхүүн, нийт үнийн дүн гэсэн ангилалаар дараах зургаар нэгтгэн харуулав.

Зураг 106. БНСУ-ын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалт, сая воноор



Эх сурвалж: БНСУ-ын Статистикийн газар /KOSIS/

БНСУ-ын гоо сайхны бүтээгдэхүүний нийт борлуулалтын 74.7 хувийг дотоодын бүтээгдэхүүн, 25.3 хувийг импортын бүтээгдэхүүн эзэлж байна. Солонгос хэрэглэгчид хэдийгээр дотоодод

үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүнийг илүүд үзэх хандлагатай ч гоо сайхны бүтээгдэхүүний хувьд импортын бүтээгдэхүүн 1\4 хувийн байр суурийг эзэлж буй нь багагүй үзүүлэлт гэж үзэж болно.

БНСУ-д цахим сүлжээгээр хамгийн их борлуулалт хийгдэж буй чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүнүүдийг түүвэрлэж дараах зургаар нэгтгэв.

Зураг 107. БНСУ-ын чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүний танилцуулга

 <p>Самсунг херб компаний саван: 100г x 3ш – 36,000Вон</p>	 <p>Самсунг херб компанийн гоо сайхны нүүрний маск HS код: 3307.10: 500г – 30,000Вон</p>
 <p>“I'm from” брэндийн маск /жимс, навч – 661ш, 11.5%/, Гарал үүсэл: БНСУ, /from Taebaek mountains/; 110г – 30.16\$</p>	 <p>I'm from Vitamin tree water gel; 75g – 24.13\$</p>
 <p>“Purito” нүүрний крем: 50мл 19.00 ам.доллар</p>	 <p>Anna's Garden компанийн органик саван</p>

Дээрх гоо сайхны бүтээгдэхүүнүүдийг авч хэрэглэсэн 300 хэрэглэгчдийн бүтээгдэхүүний болон сэтгэл ханамжийн талаарх сэтгэгдэл, санал, зөвлөмжүүдийг судлан нэгтгэн орууллаа.

Хүснэгт 112. БНСУ-ын чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл

	Эерэг сэтгэгдэл	Сөрөг сэтгэгдэл
Сэтгэгдэл	Цайруулдаг, арьсанд сайн, Хүргэлт хурдан, Борлуулагч эргэх холбоо сайн, органик /химийн найрлагагүй/, Тэжээллэг	Үнэртэй, удаан шингэдэг, мэдрэмтгий арьсанд зохихгүй байгаа
Хэрэглэгчдийн тоо	238	62
Сэтгэгдэл авсан сайтууд:	Kvitamin.co.kr; 100js.com; Nattacosme.com; Beautytap.com; Ebay.com; Qoo10.com; Smartstore.naver.com	

Чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг хэрэглэсэн хэрэглэгчдийн сэтгэгдлийн 79.3 хувь нь эерэг сэтгэгдэл үлдээсэн бол 21.7 хувь нь сөрөг сэтгэгдэл үлджээ. Эерэг сэтгэгдлүүдийг түүвэрлэн авч үзвэл, цайруулдаг, химийн найрлагагүй, органик, тэжээллэг чанарыг нь онцолсон байна. Харин сөрөг сэтгэгдлүүд нь үнэртэй, удаан шингэдэг, мэдрэмтгий арьсанд зохихгүй байгаа талаар дурьдсан байна.

Монголоос бүтээгдэхүүн нийлүүлэх тохиолдолд химийн найрлагагүй органик гэсэн давуу талыг товойлгохоос гадна харшлах заалтыг дэлгэрэнгүй тайлбарлах хэрэгтэй юм. Гадаад улс орнуудад танигдсан чацарганы бүтээгдэхүүнүүд нь зөвхөн гоо сайхны зориулалттай брэнд бүтээгдэхүүнүүд байна.

Эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний зах зээл /Сегмент 4/

БНСУ-ын зах зээлд борлуулагдаж буй эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний борлуулалтыг сүүлийн 5 жилийн байдлаар дараах хүснэгтээр харуулав.

Хүснэгт 113. БНСУ-ын эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний борлуулалт \мянган воноор\

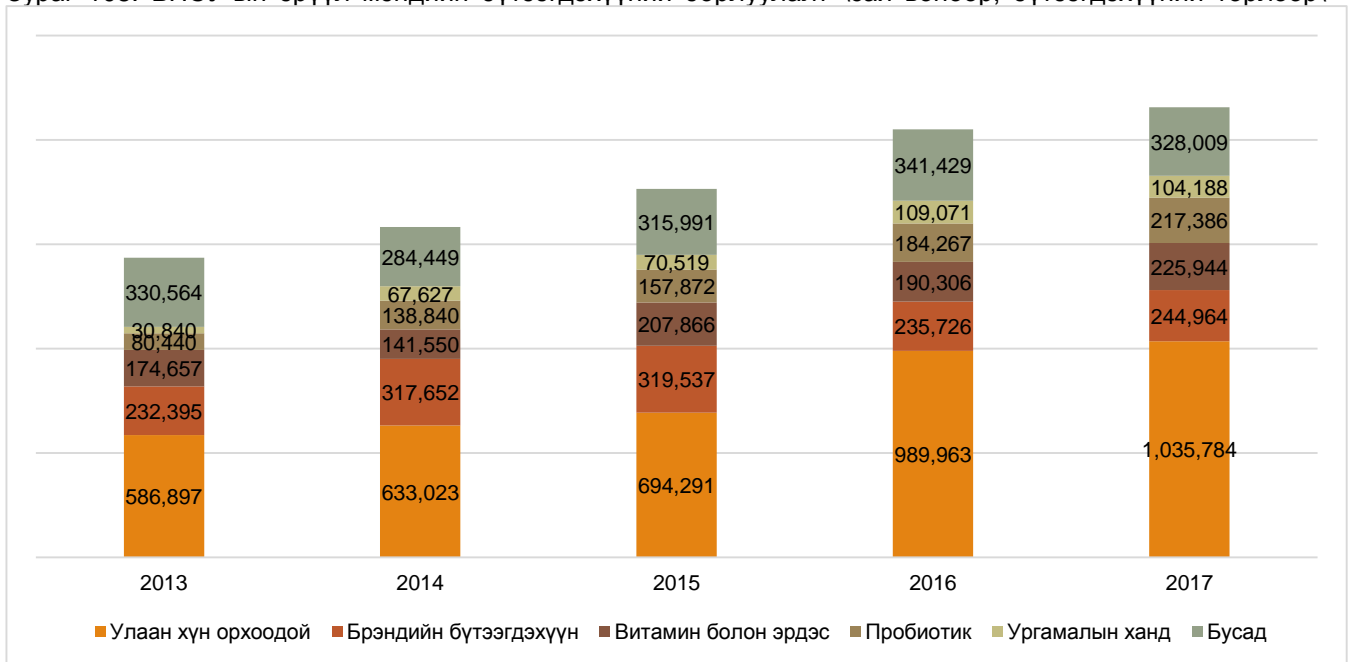
Он	Нийт борлуулалт /мянган Вон/	Дотоодын борлуулалт /мянган Вон/	Экспорт /мянган Вон/
2013	1,481,999,828	1,406,577,691	75,422,137
2014	1,631,041,605	1,564,056,002	66,985,603
2015	1,822,993,077	1,732,559,521	90,433,556
2016	2,125,996,285	2,017,548,499	108,447,786
2017	2,237,398,489	2,129,742,602	107,655,887

Эх сурвалж: БНСУ-ын Статистикийн газар /KOSIS/

БНСУ-ын зах зээлд борлуулагдаж байгаа эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний хэмжээ сүүлийн 5 жилд тасралтгүй өссөн байна. Нийт борлуулалтын 95.2 хувь нь дотоодын зах зээлд, 4.8 хувь нь гадаад зах зээлд экспортлогджээ. Эндээс харахад, БНСУ-ын хэрэглэгчдийн эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний дотоодын зах зээл дэх хэрэглээ өндөр байна.

БНСУ-ын эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний борлуулалтын хэмжээг бүтээгдэхүүний нэр төрлөөр нь ангилж дараах зургаар харуулав.




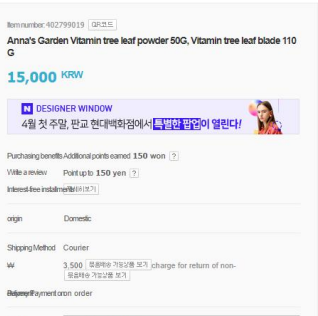

Зураг 108. БНСУ-ын эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний борлуулалт \сая воноор, бүтээгдэхүүний төрлөөр\



Эх сурвалж: БНСУ-ын Статистикийн газар /KOSIS/

Дээрх зургаас харахад, БНСУ-ын дотоодын зах зээлд борлуулагдаж байгаа эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний 47.1 хувь буюу бараг тал хувь нь улаан хүн орхоодой эзэлж байна. Монголын чацарганы бүтээгдэхүүн БНСУ-ын зах зээлд нэвтрэх тохиолдолд улаан хүн орхоодой хүчтэй өрсөлдөгч байх нь тодорхой байна.

Зураг 109. БНСУ-д борлуулагдаж буй чацарганаар хийсэн эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнүүдийн танилцуулга

	<p>Хүнсний нэмэлт бэлдмэл нь дотоодоос гаралтай.</p>		<p>Мультвитамины 60ш 90г. Самсунг херб компанийн бүтээгдэхүүн бөгөөд түүхий эдээ өөрсдөө тарьж ургуулсан.</p>
<p>60ш 800мг. Түүхий эд 60,000Вон</p>	<p>Хүнсний нэмэлт бэлдмэл нь дотоодоос гаралтай.</p>	<p>Мультвитамины 60ш 90г. Самсунг херб компанийн бүтээгдэхүүн бөгөөд түүхий эдээ өөрсдөө тарьж ургуулсан.</p>	<p>Мультвитамины 60ш 90г. Самсунг херб компанийн бүтээгдэхүүн бөгөөд түүхий эдээ өөрсдөө тарьж ургуулсан.</p>
			<p>БНХАУ-ын чацарганы үрийн тосны бэлдмэл</p>
<p>Anna's Garden компанийн навчны нунтагаар хийсэн эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн. 110гр 15,000Вон</p>	<p>БНХАУ-ын чацарганы үрийн тосны бэлдмэл</p>	<p>БНХАУ-ын чацарганы үрийн тосны бэлдмэл</p>	<p>БНХАУ-ын чацарганы үрийн тосны бэлдмэл</p>

БНСУ-ын зах зээлд улаан хүн орхоодойгоор хийсэн эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнүүд давамгайл байр суурь эзэлдэг бол харин чацарганаар хийсэн бүтээгдэхүүн харьцангуй цөөн байна.

Дээрх эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүнүүдийг /үрийн тосноос бусад/ авч хэрэглэсэн 200 хэрэглэгчдийн бүтээгдэхүүний болон сэтгэл ханамжийн талаарх сэтгэгдэл, санал, зөвлөмжүүдийг судлан нэгтгэн орууллаа.

Хүснэгт 114. БНСУ-д борлуулагдаж буй чацарганаар хийсэн эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл

	Эерэг сэтгэгдэл	Сөрөг сэтгэгдэл
Сэтгэгдэл	Байнга уудаг, Шим тэжээл сайтай /витамины модны жимс хэмээн нэрлэгдсэн/. Тогтмол хэрэглэдэг, өвөл түлхүү хэрэглэдэг учир нь ханиад томуу тусахгүй, Дотоодод үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн үнэтэй боловч чанартай мөн найдвартай, Ядаргаанд сайн, Үрэвслийн эсрэг үйлчилгээтэй, Хүргэлт хурдан сайн, Органик, дотоодод үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн сонгосон нь дээр, Пестицидгүй, Савлагаа таалагдсан, Нийлүүлэгч найдвартай, найрсаг.	Дотоодод үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн хэт үнэтэй, Игсгэлэн амт таалагдаагүй, Хэрэглэх заавар чухал байдаг, олон хүн асуудаг.
Хэрэглэгчдийн тоо	187	13
Сэтгэгдэл авсан сайтууд:	Bryc.co.kr; gmarket; Tradekorea.com; Kvitamin.co.kr; 100js.com; Nattacosme.com; Beautytap.com; Ebay.com; Qoo10.com; Smartstore.naver.com	

Нийт сэтгэгдэл бичсэн хэрэглэгчдийн 93.5 хувь нь чацарганаар хийсэн эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний талаар эерэг сэтгэгдэл, 6.5 хувь нь сөрөг сэтгэгдэл бичжээ. Эерэг сэтгэгдлүүд нь витамин модны жимс хэмээн нэрлэгдсэн бүтээгдэхүүн, ханиад томуу тусахгүй, ядаргаа, үрэвсэлд сайн, ямар нэг химийн нэмэлт найрлагагүй, пестицидгүй талаас бичигдсэн

байна. Харин сөрөг сэтгэгдлүүд нь өндөр үнэтэй, исгэлэн амт таалагдаагүй, хэрэглэх заавар ойлгомжтой бус гэжээ. Эндээс харахад, Монголоос чацарганаар хийсэн эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн экспортлохдоо органик давуу талыг батлан харуулах, бүтээгдэхүүний зааварчилгааг дэлгэрэнгүй тайлбарлаж бичих, савлагааг өнгө үзэмжтэй хийх, найдвартай борлуулагч талтай холбоо тогтоох чухал байна.

Хэрэглэгчийн судалгааны үр дүн

БНСУ-ын төвийн бүс болох Инcheon хотын Конгвин Их сургуулийн оюутнуудтай хамтран Инcheon, Сөүл орчмын бүс нутгийн 62.0 мянган иргэдээс асуулга судалгаа авлаа. Уг судалгаанд оролцогчдын 47.0 хувь нь эмэгтэй, 53.0 хувь нь эрэгтэй хэрэглэгчид байв.

Судалгаанд хамрагдсан иргэдийн насны байдлыг авч үзвэл, 26.0 хувь нь 18-30 насны, 30.0 хувь нь 31-45 насны, 38.0 хувь нь 46-65 насны, 6.0 хувь нь 66-аас дээш насны хэрэглэгчид байсан. Судалгаанд оролцогчдын 52.0 хувь нь чацаргана жимсний талаар мэддэг, 22.0 хувь нь чацарганаар хийсэн бүтээгдэхүүнийг хэрэглэж үзсэн гэж хариулсан. Эндээс харахад, нийт хэрэглэгчдийн талаас илүү хувь нь чацаргана жимсний талаар урьд нь сонсож байсан, мэддэг боловч хэрэглэж үзсэн хүний тоо харьцангуй цөөн байна.

Чацарганаар хийсэн бүтээгдэхүүнийг урьд хэрэглэж үзсэн гэж хариулсан иргэдээс “Хэрэв та урьд нь чацарганы бүтээгдэхүүний талаар мэддэг /сонсож/ байсан бол ямар төрлийн бүтээгдэхүүн болох талаар дараах хариултаас сонгоно уу?” гэсэн асуултыг тавихад 17.0 хувь нь ундаа, жүүс хийдэг, 34.0 хувь нь эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн хийдэг, 22.6 хувь нь хоолны нэмэлт нунтаг, 15.1 хувь нь боловсруулсан тос болон бусад бүтээгдэхүүн хийдэг, 11.3 хувь нь гоо сайхны бүтээгдэхүүн хийдэг гэж хариулсан. Эндээс харахад, хэрэглэгчдийн дунд чацарганыг эмчилгээний зориулалтаар ашигладаг гэсэн ойлголт түгээмэл байна.

“Та эрүүл мэндийн зориулалтаар бүтээгдэхүүн сонгохдоо харгалзан үздэг гол шалгуур юу вэ?” гэсэн асуултанд хэрэглэгчдийн өгсөн хариултыг дараах зургаар нэгтгэв.

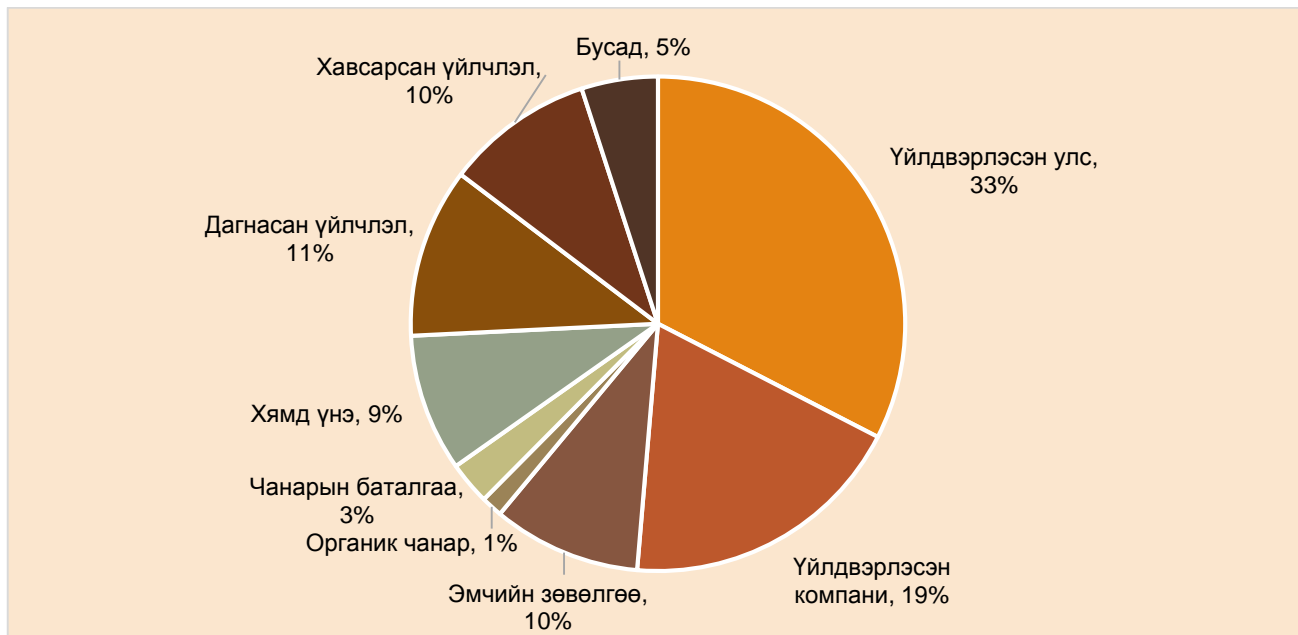
Зураг 110. БНСУ-ын хэрэглэгчдийн эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн худалдан авахад харгалзан үздэг шалгуурууд \хувиар\



Дээрх зургаас харахад, хэрэглэгчид эмчилгээний зориулалтаар бүтээгдэхүүн худалдан авахдаа нэгдүгээрт, үйлдвэрлэсэн улс, хоёрдугаарт, үйлдвэрлэсэн компани, гуравдугаарт, эмч, мэргэжилтний зөвлөгөө, дөрөвдүгээрт, органик чанарыг анхаарч үздэг байна.

“Та гоо сайхны зориулалтаар бүтээгдэхүүн сонгохдоо харгалзан үздэг гол шалгуур юу вэ?” гэсэн асуултанд хэрэглэгчдийн өгсөн хариултыг дараах зургаар харуулав.

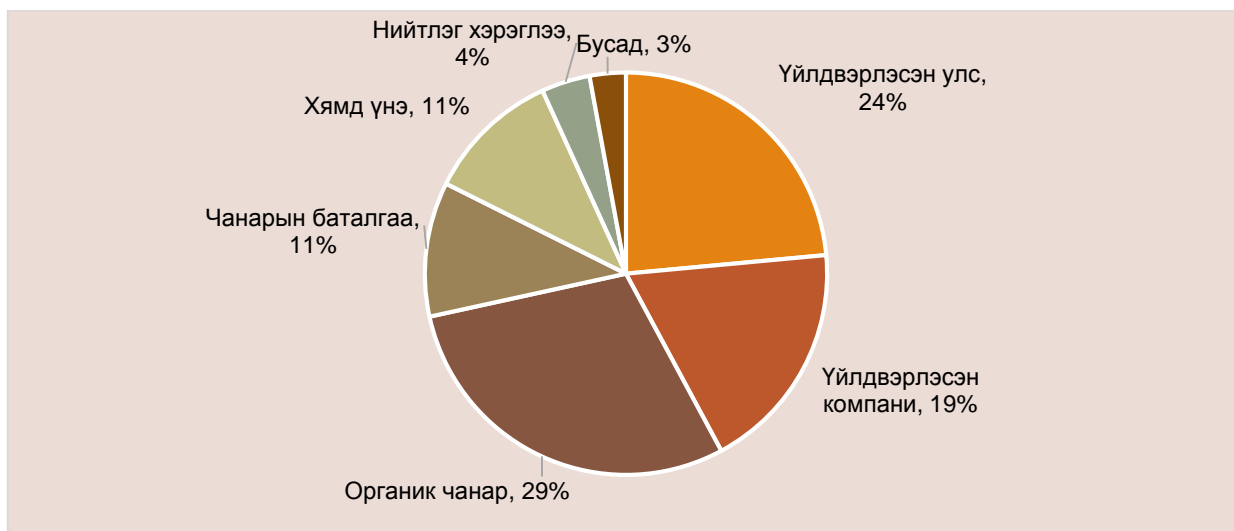
Зураг 111. БНСУ-ын хэрэглэгчдийн гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг сонгохдоо харгалзан үздэг шалгуурууд \хувиар\



Судалгааны үр дүнгээс харахад, хэрэглэгчид гоо сайхны бүтээгдэхүүн худалдан авахдаа нэгдүгээрт, үйлдвэрлэсэн улс, хоёрдугаарт, үйлдвэрлэсэн компани буюу брэнд, гуравдугаарт, дагнасан үйлчлэл буюу тусгай зориулалтыг чухалд үзэж байна. Иймд Монголын үйлдвэрүүд гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж тухайн улсын зах зээлд нийлүүлэх тохиолдолд экологийн цэвэр бүтээгдэхүүн, чанарын баталгаатай гэдгийг нотлон харуулахаас илүүтэй нарийн тусгайлсан зориулалт бүхий үйлчлэлтэй брэнд бүтээгдэхүүн бий болгох нь зохистой харагдаж байна.

“Та хоол, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн сонгохдоо харгалзан үздэг гол шалгуур юу вэ?” гэсэн асуултанд хэрэглэгчдийн өгсөн хариултыг дараах зургаар харуулав.

Зураг 112. БНСУ-ын хэрэглэгчдийн хоол, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг сонгохдоо харгалзан үздэг шалгуурууд \хувиар\



Хэрэглэгчдийн чацарганаар хийсэн хүнсний бүтээгдэхүүнийг сонгохдоо харгалзан үздэг шалгуур нь нэгдүгээрт, органик чанар, хоёрдугаарт, үйлдвэрлэсэн улс, гуравдугаарт, үйлдвэрлэсэн компани байна.

Хэрэглэгчдийн чацарганаар хийсэн бүтээгдэхүүнийг худалдан авдаг сувгуудыг тодруулсан асуултанд өгсөн хариултыг дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 115. БНСУ-д хэрэглэгчдийн худалдан авалтын сувгууд \хувиар\

Бүтээгдэхүүний төрөл	Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн	Гоо сайхны бүтээгдэхүүн	Хүнсний бүтээгдэхүүн
Сүлжээ дэлгүүр/супермаркет	3.0	10.3	13.9
Гэрийн ойролцоох дэлгүүр	23.0	16.5	27.7
Төрөлжсөн дэлгүүр	13.0	17.5	9.9
Их дэлгүүр/хайпермаркет	11.0	30.9	31.7
Цахим сүлжээ\Онлайн	25.0	24.7	16.8
Аптек	25.0	-	-

Судалгааны үр дүнгээс харахад, эрүүл мэндийн зориулалтаар бүтээгдэхүүн худалдан авахдаа хэрэглэгчдийн 25.0 хувь нь цахим сүлжээнээс, 25.0 хувь нь аптекаас, 23.0 хувь нь гэрийн ойролцоох дэлгүүрээс, 13.0 хувь нь төрөлжсөн дэлгүүрээс авдаг байна. Гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг худалдан авахдаа 30.9 хувь нь их дэлгүүрээс, 24.7 хувь нь цахим сүлжээнээс, 17.5 хувь нь төрөлжсөн дэлгүүрээс, 16.5 хувь нь гэрийн ойролцоох дэлгүүрээс, 10.3 хувь сүлжээ дэлгүүрээс авдаг. Хүнсний бүтээгдэхүүнийг худалдан авахдаа 31.7 хувь нь их дэлгүүр, хайпермаркетаас, 27.7 хувь нь гэрийн ойролцоох дэлгүүрээс, 16.8 хувь нь цахим сүлжээнээс худалдан авдаг гэжээ.

Эмчилгээний болон гоо сайхны бүтээгдэхүүний худалдан авдаг сувгуудаас цахим сүлжээ өндөр байр эзэлж байна. Харин хүнсний бүтээгдэхүүнийг худалдан авахад цахим худалдааны суваг гуравдугаарт орсон байна.

“Таны бүтээгдэхүүн сонгон худалдан авалт хийх шийдвэрт нөлөөлдөг гол хүчин зүйлсийг сонгож тэмдэглэнэ үү?” гэсэн асуултанд хэрэглэгчдийн өгсөн хариултыг дараах зургаар харуулав.

Зураг 113. БНСУ-ын хэрэглэгчдийн худалдан авах шийдвэрт нөлөөлдөг хүчин зүйлс \хувиар\



Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн худалдан авах шийдвэрт цахим хуудас дахь бусад хэрэглэгчийн сэтгэгдэл гэж 29.4 хувь нь, 28.0 хувь нь тухайн бүтээгдэхүүний танилцуулга, реклам сурталчилгаа гэж хариулжээ. Иймд Монголоос чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулахдаа цахим сүлжээг ашиглах, тэдгээр сурталчилгааны доорх сэтгэгдэл чухал нөлөө үзүүлдэг болохыг боловсруулах үйлдвэрийнхэн анхаарах хэрэгтэй юм.

4.4.3. Борлуулалтын сувгийн шинжилгээ

Хүнсний бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг

БНСУ-ын хүн амын суурьшилт харьцангуй нягтаршилтай буюу нийт хүн амын 80 хувь нь хотод амьдардаг. Энэ нь хүнсний бүтээгдэхүүний хэрэглээг төрөлжсөн импортын болон дистрибьютерийн жижиглэн худалдаанд тулгуурлахад хүргэдэг. Мөн сүүлийн жилүүдэд хэрэглэгчид уламжлалт дэлгүүрээс илүүтэй олон төрлийн бараа бүтээгдэхүүн борлуулдаг супермаркет болон шинэлэг төрөлжсөн сүлжээ дэлгүүрүүдээр үйлчлүүлэх хандлагатай болж ирсэн байна /Сүлжээ дэлгүүр: Ministop, With me, GS Retail (GS Super, GS25), BGF Retail (CU), Korea Seven, E Land Retail/.

Хүнсний жижиглэнгийн худалдааны 50 орчим хувийг жижиг хүнсний сүлжээ дэлгүүр болон Хайпермаркет сүлжээ дэлгүүр эзэлдэг бөгөөд импортын хүсний худалдааны гол суваг болдог.

Хайпермаркет дэлгүүрүүд нь “EMART, LOTTE Mart, HOME PLUS, COSTCO.” Түүнчлэн, технологи өндөр хөгжсөн улс орон гэдгээрээ Азийн бусад орнуудтай харьцуулахад цахим худалдаа өндөр хөгжсөн бөгөөд ихэнх жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгчид нь цахимаар борлуулалт хийдэг.

Онлайн дэлгүүрүүд: Gmarket.co.kr, Smartstore.naver.com, beautytap.com, tradekorea.com, qoo10.com, ebay.co.kr, 11st.co.kr, ssg.com, Mall.co.kr. Теле худалдаа: CJ O Shopping, GS Home Shopping, SK Planet, Ebay Korea.

АНУ-ын Худалдааны Департамент, Олон улсын худалдааны захиргааны хэлтэсээс явуулсан судалгаагаар, БНСУ-ын хэрэглэгчийн зах зээлд онлайн худалдаа чухал байр эзлэх бөгөөд улсын хэмжээнд нийт өрхийн 99.2 хувь нь компьютер, гар утас, өөр бусад төхөөрөмжөөр дамжуулан интернетэд холбогддог. БНСУ-ын онлайн худалдааны статистикаас харахад:

- Онлайн худалдан авалт нь 2016 онд Хайпермаркетийн борлуулалтыг давсан нь хамгийн том борлуулалт суваг болоход хүргэсэн. Онлайн худалдааны тэргүүлэх сайтууд “Auction”, “G-market”, “11st Street”, “Coupang”, “Ticket Monster (TMON)”, “We Make Price”. Эдгээрээс хамгийн өндөр борлуулалттай нь 2016 онд компьютер, гар утас аль алиныг ашигласан борлуулалтаар “11st Street” (19 сая хандалт), гар утас ашигласан “Coupang” “11st Street” болон “TMON” байсан.
- Дотоодын онлайн худалдан авалт (компьютер, гар утас) 2016 онд 55.9 тэрбум ам.доллар байсан бол 2017 онд 69.2 тэрбум ам.долларт хүрсэн. 2017 оны 12-р сард дотоодын онлайн худалдаа нь улсын хэмжээний нийт жижиглэнгийн барааны борлуулалтын 25.3% байсан.
- Ухаалаг гар утасны хэрэглээ нь онлайн худалдан борлуулалтын үсрэнгүй хөгжилд нөлөөлсөн гол хүчин зүйл бөгөөд компьютер ашиглан хийсэн онлайн худалдан авалт 2017 онд 27 тэрбум ам.доллар буюу 2016 оныхтой ижил түвшинд байсан бол гар утас ашиглан хийсэн худалдан авалт 2016 онд 31 тэрбум ам.доллараас 2017 онд 42 тэрбум ам.долларт хүрсэн.
- Дотоодын онлайн борлуулалтаас хамгийн түгээмэл нь аялал жуулчлал (16.5 хувь), гэр ахуйн хэрэгсэл, электрон бараа (11.4 хувь), хувцас (10.0 хувь), гэрийн болон машины жижиг хэрэгсэл (9.8 хувь), гоо сайхан (8.0 хувь) компьютер (5.7 хувь).
- Гадаадаас шууд хийгдсэн онлайн худалдан авалт мөн хурдацтай өсч байгаа бөгөөд энэ нь олон улсын тээврийн хураамж, импортын татвар нэмэгдсэнч дотоодын ижил төрлийн бараанаас илүү хямд үнэтэй байгаатай холбоотой. 2017 онд хил дамнансан онлайн худалдаа 2 тэрбум ам.долларт хүрчээ.
- Amazon.com болон eBay зэрэг интернетийн жижиглэнгийн худалдааны сайтууд Солонгост хамгийн өргөн хэрэглэгддэг гадаадын худалдааны сайтууд юм.
- 2017 онд БНСУ-ын жижиглэнгийн худалдаанд гадаадаас шууд хийгдсэн онлайн худалдааны бүрэлдэхүүн нь хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн (16 хувь), гоо сайхны бүтээгдэхүүн (14 хувь), хоол хүнс (13 хувь), хувцас (12 хувь), гутал (8 хувь), цахилгаан бараа (7 хувь) байна.

Их дэлгүүрүүд: “Lotte Department Store, Shinsegae Department Store, Hyundai Department Store, Hanwha Galleria.”

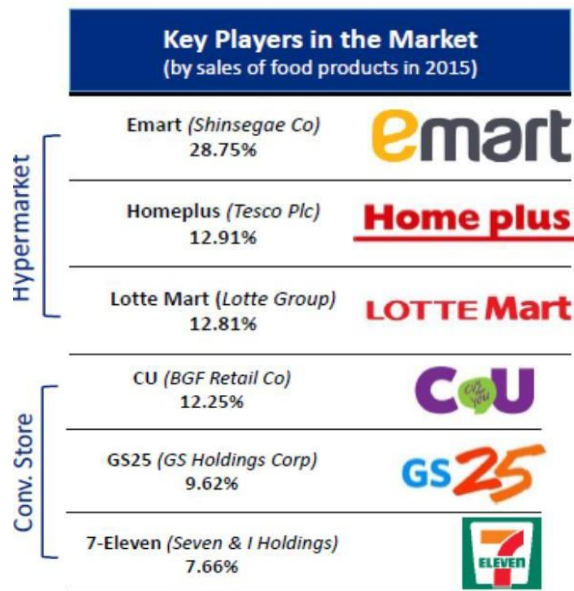
Витафит компанийн Гоё жүүсний хувьд, Е-март сүлжээ дэлгүүр болон бусад цахим дэлгүүрээр худалдаалагдаж байна.

Олон улсын зах зээлийн судалгааны институт “Nielsen Holding plc”-ийн 2018 онд гаргасан судалгаагаар, БНСУ-ын эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний борлуулалт 2018 оны 1-р улиралын байдлаар 283.3 тэрбум вон байгаагаас 185 тэрбум нь онлайн борлуулалт, 101.3 тэрбум нь бусад дэлгүүр (хайпермаркет, сүлжээ супермаркет, их дэлгүүр) борлуулалтын сувгаар явагдсан гэжээ. Мөн онлайн бус борлуулалтын сувгаар борлуулагдсан нийт эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний 80-аас илүү хувийг улаан хүн орхоодой дангаар эзэлсэн байна. Харин онлайн худалдааны борлуулалтад улаан хүн орхоодой 35.8%, сүүний хүчлийн бүтээгдэхүүн 11.3%, витамин 7.4%, лутейн 3.5%, сүүн тистл /ургамал/ бүтээгдэхүүн 2.7%-ийг тус тус эзэлж байгаа бол онлайн бус борлуулалтад улаан хүн орхоодой 81.5%, витамин 5.4%, сүүний хүчлийн бүтээгдэхүүн 3.5%, омега-3 1.9%, мөн лутейн 0.7%-ийг тус тус эзэлж байна.

2018 онд дотоодын хүнсний бүтээгдэхүүн, гэр ахуйн хэрэглээний бараа бүтээгдэхүүний нийт худалдан авалт 10.8%-иар, харин дотоодын хэрэглэгчдийн онлайн сувгийн худалдан авалт 31.9%-иар тус тус өссөн. Нэг удаагийн онлайн худалдан авалтын хэмжээ дорвитой өсөөгүй боловч худалдан авалтын давтамж өссөн нь ийнхүү нөлөөлсөн байна. Жижиг сүлжээ дэлгүүрийн хувьд тоо, байршил сүүлийн жилүүдэд эрчимтэй нэмэгдэж байгаа (жил бүр 10 орчим хувь) бөгөөд нийт борлуулалтын хэмжээ нь өмнөх онтой харьцуулахад 15.2%-иар өссөн.

БНСУ-ын хүнсний бүтээгдэхүүний зах зээлийн гол тоглогчид нь Emart (Shinsegae CO эзэмшдэг), Homeplus (Tesco Plc эзэмшдэг), Lotte Group, CU (BGF Retail CO эзэмшдэг), GS25 (GS Holdings Corp-ийн эзэмшдэг), Seven-11 (Seven & I Holdings) байна \HAMK University of Life Sciences, Finland, 2015 оны байдлаар\.

Зураг 114. БНСУ-ын томоохон худалдааны компаниудын зах зээлд эзлэх хувь



Эх үүсвэр: HAMK University of Life Sciences, Finland, 2016

БНСУ-ын хүнсний салбарт ажиллаж буй дэлгүүрүүдийг хүнсний сүлжээ дэлгүүр, хайпермаркет, жижиг сүлжээ дэлгүүр, онлайн дэлгүүр, их дэлгүүр гэж ангилсан ба эдгээр дэлгүүрүүдийн салбар дэлгүүрийн тоо, цахим хаягийг дараах хүснэгтэд харуулав.

Хүснэгт 116. БНСУ-ын борлуулалтын голлох дэлгүүрүүд (2016)

Суваг	Компани/ Брэнд	Дэлгүүрийн тоо	Вебсайт
Хүнсний сүлжээ супермаркет	Nongchukhyup / Hanaro Mart	2,120	nhhanaro.co.kr
	Lotte Shopping Co./Lotte Super	547	lottesuper.co.kr
	GS Retail Co./GS Supermarket	278	gssuper.com
	Seowon Utong Co./Top Mart	76	seowon.com
	Homepuls Co./Home Plus Express	366	homeplus.co.kr
	EMART, Inc./EMART Everyday	232	emarteveryday.co.kr

Хайпермаркет	EMART, Inc./EMART, Traders	145	emart.co.kr
	Homeplus Co./Home Plus Lotte Shopping Co./Lotte Mart	142	homeplus.co.kr
	Shopping Co./Lotte Mart	112	lottemart.co.kr
	COSTCO Wholesale/COSTCO	12	costco.co.kr
Жижиг сүлжээ дэлгүүр	BGF Korea Co./CU	10,857	bgfcu.com
	GS Retail Co./GS25	10,728	gs25.gsretail.co
	Korea Seven Co./Seven Eleven Ministop	8,859	m 7-eleven.co.kr
	Korea Co./Ministop EMART, Inc./EMART24	2,394	ministop.co.kr
	Home Plus Co./365 Plus	2,104	emart24.co.kr
Онлайн дэлгүүр	SK Planet Co.		11st.com
	CJ O Shopping Co.		cjmall.com
	GS Home Shopping Co.		gshop.co.kr
	Hyundai Home Shopping Network Corp.		r
	Woori Home Shopping Co.		hmall.com
	Ebay Korea, Inc.		lotteimall.com
	NS Shopping Co.	NA	gmarket.co.kr
	Interpark Co.		nseshop.com
Lotte.com, Inc.		interpark.com	
Coupang Co.		lotte.com	
Их дэлгүүр	Lotte Shopping Co./Lotte Dept. Store	33	lotteshopping.com
	Shinsegae Co./Shinsegae Dept. Store	13	shinsegae.com
	E Land Retail Co./NC Dept. Store	18	elandretail.com

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн нэгтгэл

БНСУ-ын хүнсний бүтээгдэхүүний борлуулалтын сувгийг дэлгүүрүүдийн төрөл тус бүрээр дараах хүснэгтэд харуулав.

Хүснэгт 117. Хүнсний бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг (2016)

Суваг	Нийт борлуулалт	Нийт борлуулалтанд эзлэх хүнсний борлуулалтын хувь
Хүнсний сүлжээ супермаркет	37.8 Их наяд Вон	84.5%
Хайпермаркет	52.9 Их наяд Вон	51.0%
Жижиг сүлжээ дэлгүүр	19.6 Их наяд Вон	51.4%
Онлайн дэлгүүр	65.6 Их наяд Вон	13.4%
Их дэлгүүр	29.9 Их наяд Вон	10.1%

Эх сурвалж: БНСУ-ын Үндэсний статистикийн газар (KOSIS)

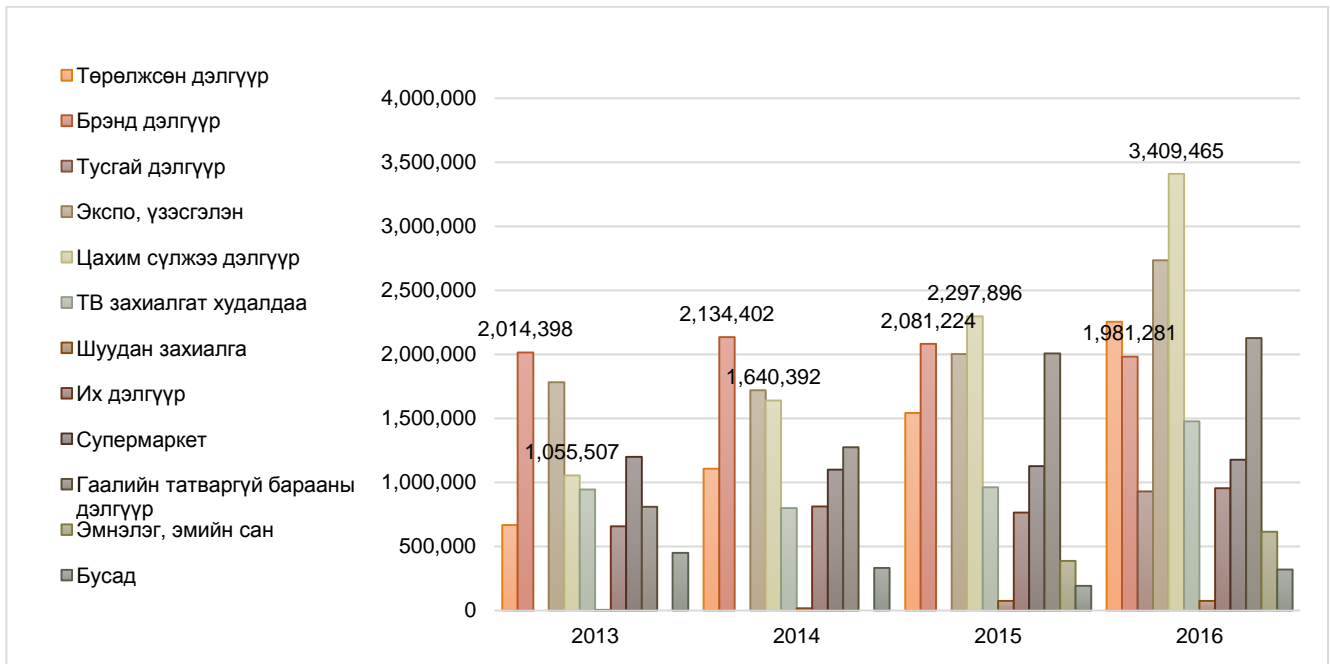
Хүнсний сүлжээ дэлгүүр, Хайпермаркет дэлгүүрүүдийн борлуулалтанд тус дэлгүүрүүдийн албан ёсны болон гэрээт онлайн борлуулалтын сүлжээ мөн багтсан.

БНСУ-ын 84.5 хувь нь хүнсний сүлжээ супермаркетаар, хайпермаркетийн нийт борлуулалтанд хүнсний борлуулалт 51.0 хувь, жижиг сүлжээ дэлгүүрийн нийт борлуулалтын 51.4 хувь нь хүнсний бүтээгдэхүүн байна. Харин хүнсний бүтээгдэхүүн онлайнаар болон их дэлгүүрээр харьцангуй бага борлуулагддаг. Тухайлбал, онлайн худалдааны 13.4 хувь нь хүнсний бүтээгдэхүүний худалдаа байсан бол их дэлгүүрийн нийт борлуулалтын 10.1 хувь нь л хүнсний бүтээгдэхүүн байсан байна.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг.

БНСУ-ын дотоодын зах зээлд борлуулагдаж буй гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын хэмжээг 2013-2016 оны байдлаар дараах зургаар харуулав.

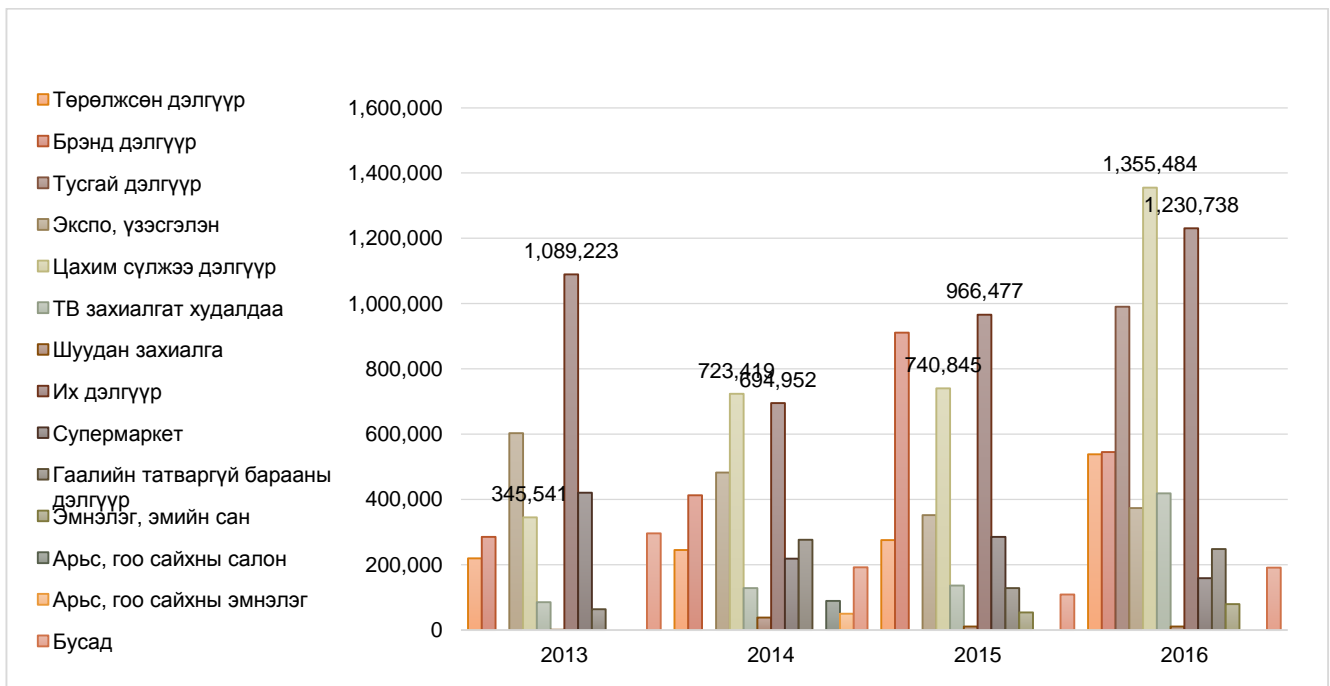
Зураг 115. БНСУ-ын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг, сая воноор



БНСУ-ын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын гол суваг нь цахим худалдаа, экспо үзэсгэлэн, төрөлжсөн дэлгүүр байна. 2014 оноос өмнө гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын сувагт брэнд дэлгүүр гол байр суурийг эзэлж байсан бол уг хандлага өөрчлөгдөж цахим болон төрөлжсөн дэлгүүрийн борлуулалтын сувгийн борлуулалт нэмэгджээ.

БНСУ-д борлуулагдаж буй импортын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын сувгийг дараах зургаар харуулав.

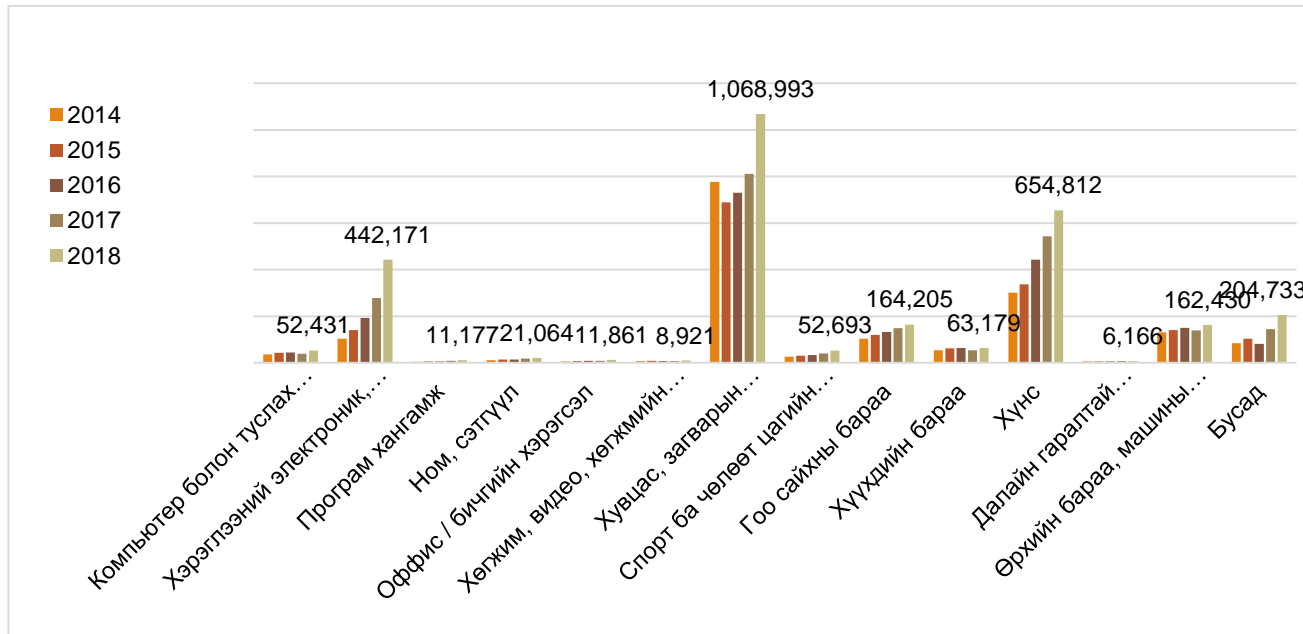
Зураг 116. Импортын гоо сайхны бүтээгдэхүүний БНСУ-д худалдаалагдаж буй борлуулалтын суваг, сая воноор



БНСУ-ын импортын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын хамгийн чухал нөлөө бүхий суваг нь Онлайн буюу цахим борлуулалтын суваг байна. Цахим борлуулалтын сувгийн дараа их дэлгүүр, төрөлжсөн дэлгүүрээр борлуулах борлуулалтын сувгууд багтана.

БНСУ-ын зах зээлд гадаадаас онлайнаар борлуулагдаж буй бүтээгдэхүүний төрөл, үнийн дүнг дараах зургаар харуулав.

Зураг 117. БНСУ-д гадаадаас шууд онлайнаар борлуулагдаж буй бүтээгдэхүүний үнийн дүн, сая воноор



Эх сурвалж: БНСУ-ын Үндэсний статистикийн газар /KOSIS/

Дээрх зургаас харахад, гадаадаас шууд онлайнаар хийгдэж буй худалдаанд хувцас, хүнсний бүтээгдэхүүний худалдаа дээгүүр байр эзэлж байна. Иймд Монголын боловсруулах үйлдвэрүүд хүнсний бүтээгдэхүүнийг өөрийн орноосоо онлайнаар худалдаа хийх боломжийг эрэлхийлэх нь ач холбогдолтой.

ДҮГНЭЛТ

2009.90.90.00 HS код бүхий цэвэр шүүсний импортын хэмжээ дорвитой нэмэгдээгүй боловч үнэ өссөн үзүүлэлттэй байна. Гэвч тухайн ангилалын барааны үнийн өсөлт АНУ-ын чөлөөт худалдааны хэлэлцээр болон экспорттой шууд хамааралтай байгаа нь нийт зах зээлийн 60 орчим хувийг АНУ дангаар эзэлж байгаагаас харагдаж байна. /Нийт импортын үнийн дүн 7 сая ам.доллар/.

2202.90.20.00 HS код бүхий боловсруулсан ундааны импортын хэмжээ 2017 онд огцом буурсан бөгөөд 2018 онд огт хийгдээгүй байна. Эндээс үзэхэд, бүрэн боловсруулсан ундааг БНСУ-д экспортлох нь төдийлөн оновчтой байх эсэх нь эргэлзээтэй.

3301.90.48.00 HS код бүхий тосны импортын хэмжээ сүүлийн 5 жилд харьцангуй жигд байсан бөгөөд нийт үнийн дүн болон импортын хэмжээг харахад барааны нэгжийн үнэ нилээд өндөр байна. Мөн тус барааг БНСУ-д хамгийн их хэмжээгээр экспортлосон орнуудын жагсаалтаас үзэхэд БНЭУ, БНХАУ хоёр улс нийт импортын 60 орчим хувийг эзэлж байна. Эндээс үзэхэд, Монголын чацарганы тосыг энэ ангилалд гаргах боломжтой байна. 2018 онд 1 тонн нь дунджаар 26.2 мянган ам.долларт хүрсэн.

3301.29.90.00 HS код бүхий тосны импортын хэмжээ харьцангуй бага байх боловч үнийн дүнгийн хувьд нилээдгүй өндөр байна /1 тонн нь 61,067 ам.доллар/. 3004.90.99.00 HS код бүхий тос нь

эмийн буюу эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний ангилал бөгөөд тус ангилалын барааны импортын хэмжээ болон үнийн дүн бусад тос болон чацарганы бүтээгдэхүүний дунд хамгийн өндөр байх боломжтой байна. Зах зээлийн эрэлт хамгийн өндөр байгаа нь энэ ангилалд харагдаж байгаа хэдий ч зөвхөн чацарганы бүтээгдэхүүн бус өөр маш олон төрлийн ургамлын гаралтай бүтээгдэхүүнүүд мөн энэ ангилалд багтаж байгаа гэдгийг санах нь зүйтэй. Тус улсын нийт импорт 2018 онд 56,521 тонн, үнийн дүн 2.8 тэрбум ам.доллар байна.

2106.90.90.99 HS код бүхий жимсний нунтаг импортын хэмжээ болон үнийн дүн чамлахааргүй өндөр үзүүлэлттэй байна /1.1 тэрбум ам.долларын үнийн дүнтэй 60 мянга орчим тонн/.

БНСУ-ын хэрэглэгчдийн чацарганы бүтээгдэхүүний хэрэглээ тийм өндөр биш ч сүүлийн жилүүдэд “витаминт жимсний мод” хэмээн нэрлэж хэрэглээний түвшин дээшилж байна. Иймд тус улсад тариалж буй чацарганы чанарыг Монгол улсад тариалж буй чацарганатай харьцуулан давуу талыг товойлгох, боловсруулах үйлдвэрүүд чацарганы бүтээгдэхүүний экологийн цэвэр бүтээгдэхүүний шаардлагад нийцүүлэн, олон улсад нийцсэн чанарын стандарт шаардлагыг хангаж чадснаар тус улсын зах зээлд амжилттай борлуулах боломж бүрдэнэ.

Хэрэглэгчдийн чацарганы талаарх мэдлэг нь төдийлөн сайн биш байгаа нь судалгаанаас харагдлаа. Тэртусмаа Монголын чацарганы талаарх мэдлэг муу байна. Чацарганы талаар мэдэж буй хэрэглэгчид чацаргана бол эрүүл мэндэд сайн гэдэг мэдээлэлтэй байгаа тул цаашид чацарганаар эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэвэл амжилт олохоор байна. Чацарганаар бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэхдээ хурц үнэр, исгэлэн амтыг дарахад анхаарах нь чухал юм.

Чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулахдаа цахим сүлжээг ашиглах боломжтой байна. Гэхдээ чацарганаар үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүнийг хэрэглэгчид худалдан авахдаа цахим сүлжээн дэх сэтгэгдлийг унших нь түгээмэл байгааг анхаарах нь зүйтэй.

Борлуулалтын сувгийн судалгаа, шинжилгээний дүнгээс харахад, онлайн худалдаа чухал байр суурь эзэлж байгаа бөгөөд энэ нь тухайн улсын техник технологийн хөгжилтэй салшгүй холбоотой байна. Мөн хайпермаркет болон жижиг сүлжээ дэлгүүрүүд хүнс, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний борлуулалтад өндөр хувь эзэлж байгаа бөгөөд эдгээр дэлгүүрүүд өөрсдийн албан ёсны цахим хуудас болон бусад цахим хэлбэрээр онлайн худалдааг мөн эрхэлдэг байна. Харин гоо сайхны барааны борлуулалтын хувьд мөн онлайн худалдааны суваг тэргүүлж, их дэлгүүрүүд удаалж байна.

4.5. ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАН ТӨЛӨВ, ЗАХ ЗЭЭЛИЙН ЦААШДЫН ЧИГ ХАНДЛАГА

Хэрэглэгчийн зан төлөв:

БНСУ-ын хэрэглэгчид брэндийн гарал үүслийг үнэлдэг боловч үнийн хувьд мэдрэмтгий. Азийн брэндүүдтэй харьцуулахад, Барууны брэнд бүтээгдэхүүнд илүү татагддаг, худалдан авалт хийхдээ ихэвчлэн урьдчилж онлайнгаар судалгаа хийдэг. Гэсэн хэдий ч сүүлийн жилүүдэд үнэтэй тансаг хэрэглэлийг хямд үнэтэй ижил чанартай бүтээгдэхүүнээр орлуулах хувилбарт бага багаар шилжиж байна гэж судлаачид үзжээ.

БНСУ-ын хэрэглэгчдийн худалдан авалт хийхдээ анхаардаг гол хүчин зүйлс нь чанарын баталгаат байдал, үнэ, бүтээгдэхүүний тодорхой байдал (бүтээгдэхүүний талаарх мэдээлэл олдоцтой, үнэ болон үзүүлэлт нь тодорхой), үйлчилгээний шуурхай, найдвартай байдал зэрэг болно.

Хофстедийн соёлын судалгаагаар, Солонгосчууд “тодорхой бус байдлаас зайлсхийх” тал дээр өндөр үзүүлэлттэй гарсан нь шинэлэг зүйлийг турших сонирхол төдийлөн байдаггүйг илэрхийлж байна. Залуучууд нь шинэлэг зүйлийг хүлээж авахдаа илүү нээлттэй байдаг бол дундаж болон өндөр настанууд нь хуучин хэрэглэж заншсан брэнд бүтээгдэхүүнээ илүүд үздэг.

БНСУ нь дэвшилтэт технологи өндөр хөгжсөн улс орнуудын нэг бөгөөд интернетийн болон ухаалаг гар утасны хэрэглээ тэр хэмжээгээр хөгжсөн. Хэрэглэгчид худалдан авалт хийхдээ онлайн орчинд компьютер болон ухаалаг гар утас ашиглан мэдээлэл авах, харьцуулах, судлах нь ердийн зүйл болсон байна. Тиймээс брэндийн нэр хүнд гол үүрэг гүйцэтгэдэг.

Солонгос хэрэглэгчдийн хувьд жимс, ногоо гэх мэт хүнсний бүтээгдэхүүнд үнээс илүү чанарыг илүүд үздэг нь “Nielsen Holding” зах зээлийн судалгааны институтын гаргасан судалгаагаар 10 хүн тутмын 7 нь хоол хүнс, жимс, ногооны бүтээгдэхүүнд чанар нь үнээс илүү чухал гэж дүгнэсэн дүгнэлтээс харагдаж байна.

Дотоодын хэрэглэгчдийн хүнсний бүтээгдэхүүн худалдан авалтын чиг хандлагын талаар хийсэн судалгаагаар /Nielsen/ хэрэглэгчдийн 76.0 хувь нь үнээс илүүтэй чанарыг чухалчилдаг, 70.0 хувь нь жижиг савалгаатай бүтээгдэхүүн сонгодог, 65.0 хувь нь улирлын чанартай хүнсний бүтээгдэхүүн худалдан авдаг гэж үзсэн байх бөгөөд шинэлэг хүнсний бүтээгдэхүүнд чанарыг нэгдүгээрт анхаардаг гэж дүгнэжээ. Мөн тус байгууллагаас гаргасан өрхийн мэдээллийн судалгаагаар, шинэлэг хүнсний бүтээгдэхүүн буюу жимс, ногооны хамгийн гол худалдааны суваг нь томоохон хайпермаркет болон сүлжээ супермаркетууд байгаа ба 50-60 насныхан гэрийнхээ ойролцоох жижиг мухлагуудаас, харин 20 орчим насныхны хувьд ихэвчлэн онлайн дэлгүүрээс захиалж авдаг гэсэн байна.

2018 онд хайпермаркет болон бусад сүлжээ супермаркетуудаас хүнсний бүтээгдэхүүн худалдан авсан 30-40 насны хэрэглэгчдийн худалдан авалтын дүн 2017 оныхоос дараах байдлаар өссөн байна.

Жимс, жимсгэнэ – 12.6%+

Улирлын чанартай жимс, жимсгэнэ – 34.0%+

Ногоо – 15.9%+

Нарийн ногоо – 42.0%+

Түүнчлэн тус институтын Солонгосын зах зээл хариуцсан захирал Чой Кюунг Хи-ийн мэдэгдсэнээр, хүнсний бүтээгдэхүүний борлуулалт нь бүх борлуулалтын дүнд чухал байр эзэлж байгаа бөгөөд цаашид өсөх хандлагатай байна. Хүнсний бүтээгдэхүүнээс гадна эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний зах зээлийн өсөлт сүүлийн жилүүдэд огцом нэмэгдэж байгаа бөгөөд зөвхөн борлуулалтын дүн төдийгүй чанарын эрэлт мөн нэмэгдэж байна. Энэ нь 60-аас дээш насныхны тоо нэмэгдсэн, хүн амын орлого, амьжиргаа сайжирсан зэрэг шалтгаанаас үүдэлтэй байна.

Зах зээлийн чиг хандлага:

БНСУ-ын хэрэглэгчдийн дунд хүнсний бүтээгдэхүүний хэрэглээнд эрүүл зөв хооллолт буюу эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүний хэрэглээ хурдацтай өсөн нэмэгдэж байна. Тэр дундаа эмэгтэйчүүдийн гадаад төрх, эрүүл мэнддээ гойд анхаардаг. Мөн хүнсний аюулгүй байдал ямагт тэргүүнд тавигдсаар ирсэн. Сүүлийн жилүүдэд хүнсний аюулгүй байдал, хэрэглэгчдийн эрүүл мэндтэй холбоотой маргаанууд дэгдсэн нь хэрэглэгчдийг хүнсний органик, тэжээллэг байдалд анхаардаг болгосон гэж үзсэн байна. (Koreatimes article date of retrieval 20.9.2016)

Ганц бие өрхийн тоо 2020 он гэхэд нийт хүн амын 30 хувьд хүрнэ гэсэн тооцоолол байх бөгөөд ийнхүү ганц бие хүмүүс бие даан амьдрах болсон нь хүнсний болон бэлэн бүтээгдэхүүнээр үйлчилдэг жижиг дэлгүүрүүдийн зах зээлд эзлэх хувийг нэмэгдүүлсэн байна. Гэсэн хэдий ч технологийн өндөр хөгжилтэй холбогдон жижиглэнгийн худалдааны хамгийн гол суваг нь онлайн худалдаа болж хувирсан нь уламжлалт дэлгүүрүүдийн борлуулалтыг буурахад хүргэж байна. Учир нь хэрэглэгчид дэлгүүр хэсэхдээ бараа бүтээгдэхүүнийг зөвхөн үзэж сонирхдог бөгөөд худалдан авалт хийхдээ онлайн сайтаас авах нь эрс нэмэгдсэн.

Онлайн худалдааны нэг том давуу тал нь бусад худалдааны сувагтай холбогдох байдал бөгөөд телевизийн нэвтрүүлэг, олон нийтийн сүлжээ зэрэг өргөн хүрээг хамарч байна. Иймд томоохон жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгчид буюу Хайпермаркетууд, сүлжээ супермаркетууд бүгд цахим дэлгүүр болон ухаалаг утасны апплейкешн хүртэл нээн ажиллуулдаг болсон. Мөн хэрэглээний

тав тухтай байдлыг дээшлүүлэхийн тулд хүнсний бүтээгдэхүүнийг үнэгүй хүргэх зэрэг үйлчилгээ өндөр эрэлттэй байна (EuromonitorInternational, БНСУ-ын Статистикийн газар)

Интернет ашиглалт

БНСУ-ын Шинжлэх ухаан, мэдээлэл технологи, харилцаа холбооны яамны гаргасан мэдээгээр, 2016 онд БНСУ-ын нийт хүн амын 88.3 хувь нь интернет тогтмол ашигладаг, 89.9 хувь нь ухаалаг гар утас ашигладаг буюу олон улсын хэмжээнд эхний 16 дугаар байранд бичигдсэн.

Цахим худалдаа: Цахим буюу онлайнаар бараа бүтээгдэхүүн худалдан авагчдын насны байдлыг авч үзэхэд, 20-29 ба 30-39 насныхан хамгийн идэвхтэй буюу тухайн насны нийт хүн амын 80 хувь, 40-49 насныхны хувьд 57 хувь, 50-59 насныхны хувьд 30 хувь нь нь тогтмол буюу давтамжтайгаар онлайн худалдан авалт хийдэг байна.

Цахим худалдаа эрхэлдэг компаниудын өрсөлдөөн нэмэгдэхийн хэрээр хэрэглэгчдийг татахад хамгийн чухлаар тавигдаж буй арга хэрэгсэл нь түргэн хүргэлтийн үйлчилгээ юм. БНСУ-ын онлайн худалдааны томоохон төлөөлөгчдийн нэг болох “Courang” компани тээвэр, логистикоо сайжруулахад гойд анхаарч 1.3 тэрбум ам.долларын хөрөнгө оруулалт хийсэн нь үр дүнгээ өгч захиалгыг өдөрт нь хүргэдэг “Rocket delivery” үйлчилгээ нь алдартай болсон.

Хүнсний бүтээгдэхүүний цахим худалдаа:

Хэрэглэгчид дэлгүүр хэсэх завгүй байх, мөн технологийн хөгжлийг дагаад бэлэнчлэх байдал онлайн худалдааны сувгийн хөгжилд томоохон үсрэлтийг авчирсан.

Европын Холбооны “Euromonitor”-ийн судалгаагаар, 2011-2016 онд хүнс, ундааны бүтээгдэхүүний онлайн худалдаа 97 хувиар өссөн гэж үзжээ. Худалдан авагчид өргөн сонголттой, хямдралтай худалдан авалтуудыг “Tesco”, “HomePlus” гэх мэт томоохон сүлжээ дэлгүүрүүдийн цахим сайтаас авах хандлага өндөр байсан бол сүүлийн үед хүнсний бүтээгдэхүүний шинэлэг байдалд анхаардаг болж “Courang”, “Tmon” зэрэг онлайн худалдааны голлох сайтуудаас авах нь ихэссэн. Учир нь эдгээр компаниуд онлайн худалдаанд түлхүү чиглэгдсэн тул хүргэлт болон хэрэглэгчийн эргэх холбоонд чухал ач холбогдол өгдөг байна. Цаашид худалдааны сувгууд болон худалдаа эрхлэгчдийн өрсөлдөөнөөс үүдэн онлайн хүнсний худалдааны зах зээл тэлэх болно гэж дүгнэжээ (Euromonitor International 2017).

Хүснэгт 118. БНСУ-ын савлагаатай эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүний жижиглэнгийн борлуулалт, БНСУ /2016 оны ам.долларын ханшаар/

Бүтээгдэхүүний төрөл	2012	2013	2014	2015	2016	2012-16 өсөлт %
Нийт	6,053.4	6,260.6	6,301.5	6,487.4	6,682.3	2.5
Эрүүл хүнс	298.9	326.2	358.3	389.1	414.8	8.5
Тусгай зориулалттай	3,323.8	3,321.6	3,220.3	3,227.4	3,236.4	-0.7
Ямар нэг хортой бодисоос ангид	408.4	399.8	349.9	333.3	320.8	-5.9
Эрүүл мэндэд тустай	1,921.5	2,069.0	2,218.4	2,377.7	2,544.7	7.3
Органик	100.8	144.0	154.5	160.0	165.5	13.2

Эх сурвалж: Euromonitor International, 2017

БНСУ-ын хэрэглэгчид хүнсний найрлага, тэжээллэг байдлын талаар илүү мэдлэгтэй болсон бөгөөд бүтээгдэхүүний сав, хайрцаг дээр бичигдсэн үйлдвэрлэгчийн мэдээлэл, шошгыг гар утсаа ашиглан шууд шалгах боломжтой болсон. Түүнчлэн хэрэглэгчид органик хоол хүнсний зохицуулалт, кафейн, элсэн чихэр, нүүрс ус зэрэг хүнсэнд агуулагддаг бодис, тэдгээрийн

хэрэглээний талаар өргөн мэдлэгтэй болсон байна. Үүнээс улбаалан үйлдвэрлэгчид техникийн нөхцлийг оролцуулан савлагаан дээр аль болох их мэдээлэл оруулах хандлагатай болсон.

Хүснэгт 119. БНСУ-ын савлагаатай эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүний жижиглэнгийн борлуулалтын таамаглал, БНСУ /2016 оны ам.долларын ханшаар/

Бүтээгдэхүүний төрөл	2017	2018	2019	2020	2021	2017-2021 өсөлт %
Нийт	6,928.1	7,167.0	7,396.8	7,605.0	7,804.5	3.0
Эрүүл хүнс	440.6	465.2	489.1	511.4	533.3	4.9
Тусгай зориулалттай	3,294.6	3,359.4	3,431.3	3,503.3	3,576.6	2.1
Ямар нэг хортой бодисоос ангид	316.0	312.1	309.9	308.6	309.0	-0.6
Эрүүл мэндэд тустай	2,703.7	2,848.9	2,977.2	3,085.2	3,182.0	4.2
Органик	173.2	181.4	189.2	196.5	203.7	4.1

Эх сурвалж: *Euromonitor International, 2017*

“Euromonitor”-ийн гаргасан тооцооллоор, эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүний зах зээл цаашид эрчимтэй хөгжих бөгөөд үйлдвэрлэгчид хэрэглэгчдийг татахын тулд бүтээгдэхүүний орц найрлага, үйлдвэрлэлийн шат дамжлага, чанарын стандартын талаар илүү мэдээллийг хэрэглэгчдэд ойлгомжтой байдлаар хүргүүлэхэд анхаарах болно гэж дүгнэжээ.

Хүснэгт 120. БНСУ-ын хэрэглэгчдийн гадаадын сайтаас худалдан авалт хийдэг шалтгаан

Бүтээгдэхүүнийг хямд үнээр санал болгодог	71.4%
Тухайн брэндүүд Солонгост байдаггүй	20.6%
Бүтээгдэхүүний илүү олон төрөл байдаг	5.0%
Илүү сайн чанартай бүтээгдэхүүн олддог	3.0%

Эх сурвалж: *MK Economy, 2015* <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2015&no=51647>

БНСУ-ын Худалдаа аж үйлдвэрийн танхимаас (KCCI) 2014 онд гаргасан "БНСУ-ын хэрэглэгчдийн худалдан авалтын зан төлөв" тайланд дурьдсанаар, судалгаанд оролцогсдын 57.4 хувь нь өнгөрсөн жил гадны жижиглэнгийн худалдааны сайтуудаас багадаа нэг удаа бараа худалдаж авсан байна.

KCCI судалгаагаар, судалгаанд хамрагдсан иргэдийн 96 хувь нь хилийн чанад дахь жижиглэнгийн худалдааны газруудаас онлайнар худалдан авалт цаашид хийсээр байх болно гэжээ. БНСУ-ын эдийн засгийн сэтгүүл MK Economy (2015 оны 1-р сар) гадаад худалдааны вэбсайтуудаас бүтээгдэхүүн худалдан авсан хүмүүсийн 57.1 хувь нь худалдан авалтынхаа хэмжээгээ цаашид нэмэгдүүлнэ учир нь худалдаандаа сэтгэл хангалуун байна хэмээсэн байна.

Өмнөх дэд бүлэг 4.4 болон дээрх судалгааны үр дүнгүүдийг нэгтгэж БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн 7 “0” шинжилгээг гүйцэтгэлээ.

Хүснэгт 121. БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн 7 “0” шинжилгээ

	7 “0” асуулт	Үйлдвэрлэлийн зориулалттай бүтээгдэхүүн	Гоо сайхны бүтээгдэхүүн	Хүнсний бүтээгдэхүүн	Эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн
1	Хэн худалдан авдаг вэ?	Эцсийн бүтээгдэхүүн боловсруулагчид	Эмэгтэйчүүд, 20-39 насныхан	Бүх насны эрэгтэй, эмэгтэй	Бүх насны эрэгтэй, эмэгтэй

2	Юуг худалдан авдаг вэ?	Жимсний нунтаг, навчны нунтаг, тос, үрийн тос	Нүүрний маск, нүүрний гел, цэвэршүүлэгч	Навчны цай, жимсний хатаасан нунтаг	Жимсний хатаасан нунтаг, Навчны хатаасан нунтаг
3	Яагаад худалдан авдаг вэ?	Үйлдвэрлэлийн түүхий эд	Өндөр чанар	Өндөр чанар	Өндөр чанар
4	Худалдан авах шийдвэрийг хэн гаргадаг вэ?	Зах зээлийн эрэлтэнд тулгуурлан үйлдвэрийн удирдлага	Урьд нь хэрэглэж үзсэн хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл	Эмэгтэйчүүд, гэрийн эзэгтэй нар	Бүх насны эрэгтэй, эмэгтэй
5	Яаж худалдан авдаг вэ?	Импортын бүтээгдэхүүнийг гадаадын компанитай гэрээ хийж худалдан авна.	Цахим худалдаа, төрөлжсөн дэлгүүр, их дэлгүүр	Ихэвчлэн дотоодын үйлдвэрүүдээс	Дотоодын үйлдвэрүүдээс, мөн гадаадын сайтаас
6	Хэзээ худалдан авдаг вэ?	Тогтмол	Ихэвчлэн өвөл	Ихэвчлэн өвөл	Ихэвчлэн өвөл
7	Хаанаас худалдан авдаг вэ?	Дотоод, БНХАУ, ХБНГУ	Үйлдвэрлэгчдийн сайтаас, цахим худалдааны сайтаас	Үйлдвэрлэгчдийн сайтаас, цахим худалдааны сайтаас	Үйлдвэрлэгчдийн сайтаас, цахим худалдааны сайтаас

Үйлдвэрлэлийн зориулалттай чацарганы бүтээгдэхүүнийг боловсруулах үйлдвэрийнхэн Жимсний нунтаг, навчны нунтаг, тос, үрийн тос үйлдвэрлэх зорилгоор чанарын баталгаатай түүхий эдийг тасралтгүй, найдвартай нийлүүлэгчийг сонгох замаар худалдан авалтыг хийдэг.

Чацарганы гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг 20-39 насны эмэгтэйчүүд ихэвчлэн худалдан авах ба тэд нүүрний маск, нүүрний гел, цэвэршүүлэгчийг голчлон хэрэглэж байна. Гоо сайхны бүтээгдэхүүн худалдан авах шийдвэрийг хэрэглэх гэж буй эмэгтэйчүүд өөрсдөө гаргах боловч худалдан авах шийдвэрт урьд нь хэрэглэгч үзсэн хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл чухал нөлөөтэй. Гоо сайхны худалдан авалтыг цахим худалдаа, төрөлжсөн дэлгүүр, их дэлгүүр гэсэн борлуулалтын сувгаар хийж өвлийн улиралд худалдан авалт нэмэгддэг.

Чацарганы хүнсний бүтээгдэхүүнийг бүх насны эрэгтэй, эмэгтэй хэрэглэгчид худалдан авах бөгөөд навчны цай, жимсний хатаасан нунтаг хэлбэрээр “эрүүл мэндэд тустай” гэдэг үндэслэлээр худалдан авдаг. Тэд хүнсний зориулалтаар чацарганы бүтээгдэхүүнийг худалдан авахдаа дотоодын үйлдвэрийн бүтээгдэхүүнийг чанарын баталгаатай гэж үзэж худалдан авах хандлагатай.

Эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг бүх насны эрэгтэй, эмэгтэйчүүд хэрэглэх хандлагатай бөгөөд жимсний хатаасан нунтаг, навчны хатаасан нунтаг хэлбэрээр ихэвчлэн өвлийн улиралд худалдан авдаг. Мөн эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг гадаадын сайтаас худалдан авах хандлагатай. Гэхдээ хөгжингүй оронд үйлдвэрлэсэн чанарын баталгаат бүтээгдэхүүнийг худалдан авдаг байна.

Хэрэглэгчийн судалгаанд хамрагдсан иргэдийн худалдан авалтын зан төлөвийн талаарх дүгнэлтийг доорх хүснэгтээр харууллаа.

Хүснэгт 122. Хэрэглэгчдийн зан төлөвийн насны ангилалаар сегментлэсэн байдал

	18-30 насныхан	31-45 насныхан	46-аас дээш насныхан
Хувийн мэдээлэл	Сарын дунджаар 5 сая Воны орлоготой, сөүл, инчеон орчмын бүс нутагт оршин суудаг	Сарын дунджаар 6 сая Воны орлоготой, сөүл, инчеон орчмын бүс нутагт оршин суудаг	Сарын дунджаар 8 сая Воны орлоготой, сөүл, инчеон орчмын бүс нутагт оршин суудаг
Худалдан авалтад нөлөөлдөг зүйлс	Брэндийн бүтээгдэхүүнд илүү ач	Органик байдал, гарал үүслийг илүүд үздэг,	Хэрэглэж дадсан бүтээгдэхүүнээ

	холбогдол өгдөг, шинэлэг бүтээгдэхүүн сонирхох тал дээр хамгийн нээлттэй, үнийн хувьд мэдрэмтгий	үнийн хувьд мэдрэмтгий, шинэлэг зүйл туршхаас илүүтэй хэрэглэж дадсан бүтээгдэхүүнээ сонгох хандлагатай	сонгодог, шинэлэг зүйл турших сонирхолгүй, брэнд, чанар, гарал үүслийг анхаарч үздэг.
Шийдвэр гаргалтад нөлөөлдөг хүчин зүйлс	Урьд нь хэрэглэж үзсэн хүмүүсийн онлайн сэтгэгдэл, гэр бүлийн болон ойр дотны хүмүүсийн сэтгэгдэл	Зар сурталчилгаа, урьд нь хэрэглэж үзсэн хүмүүсийн сэтгэгдэл	Эмч, мэргэжилтний зөвлөгөө, гэр бүл, ойр дотныхны санал, зар сурталчилгаа
Худалдан авдаг суваг	Онлайн болон төрөлжсөн дэлгүүрээр түлхүү үйлчлүүлдэг	Сүлжээ дэлгүүр, онлайн дэлгүүрээр түлхүү үйлчлүүлдэг	Гэрийн ойролцоо болон төрөлжсөн дэлгүүрээр түлхүү үйлчлүүлдэг

Асуулга судалгааны нэгтгэсэн дүнгээс харахад хэрэглэгчдийн насны ангилалаас хамаарч худалдан авах зан төлөв нь өөр өөр байна. Харин орлогын байдал харилцан тодорхой ялгаагүй байсан бөгөөд өндөр настнуудын орлого хамгийн өндөр байсан.

ДҮГНЭЛТ

БНСУ нь эдийн засгийн хувьд тогтвортой, хүн амын амьжиргааны түвшин харьцангуй өндөр байдал нь эрүүл хүнс буюу органик бүтээгдэхүүн худалдан авах нөхцлийг бүрдүүлж байна. Хэдийгээр хэрэглэгчид эрүүл мэнддээ анхаарах, чанартай бүтээгдэхүүн хэрэглэх өндөр эрмэлзэлтэй ч үнийн хувьд үргэлж хямд бүтээгдэхүүнийг эрэлхийлдэг байна.

Гадаадын жижиглэнгийн худалдаа эрхэлдэг вебсайтнуудаас бараа худалдан авч буй гол шалтгаан нь үнийн зөрүүтэй байдал байна. Гэвч нөгөөтэйгүүр дотоодын худалдаалагчдын онлайн худалдаа зах зээлд эрчимтэй өсч байгаа нь бүтээгдэхүүний мэдээллийн тодорхой байдал, шуурхай хүргэлт, нийлүүлэгчийн найдвартай байдал, эргэх холбоо зэрэг шалтгаанаас шууд хамаарч байна. Түүнчлэн бараа бүтээгдэхүүний борлуулалтанд цаашид онлайн худалдаа голлох борлуулалтын суваг хэвээр байх бөгөөд улам эрчимжих хандлагатай байна.

4.6. ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН МАРКЕТИНГИЙН 7Р ШИНЖИЛГЭЭ

Энэ дэд бүлэгт Монгол улсаас БНСУ-д экспортлох боломжтой гурван төрлийн чацарганы бүтээгдэхүүнд маркетингийн иж бүрдлийн шинжилгээг хийхийг зорилоо. Үүний тулд нэгдүгээрт зорилтот зах зээлийг тодорхойлох нь зайлшгүй бөгөөд холбогдох гурван бүтээгдэхүүний зах зээлийн багтаамжийг дараах байдлаар авч үзсэн. Үүнд:

Хүснэгт 123. Монгол улсаас БНСУ-д экспортлох боломжит чацарганы бүтээгдэхүүнүүдийн зах зээлийн багтаамж \тоо хэмжээгээр ба үнийн дүнгээр\

Бүтээгдэхүүн	Хэмжээ	Зах зээлийн багтаамж
Жимсний нунтаг	59,162 тн /импорт 2018/	1,094,177,000\$
Тос	57,689 тн /импорт 2018/	2,801,680,000\$

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Зорилтот зах зээлийг тодорхойлоход газар зүйн байрлал, хүн амын нягтаршил болон хүн ам зүйн зарчмын нас, хүйс, орлого, боловсролын түвшин зэрэг үзүүлэлтийг авч үзлээ.

Зураг 118. БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүний зорилтот зах зээл



Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Газар зүйн хувьд хамгийн их хүн амтай, чацарганы тариалалт байхгүй бүс нутаг болох Сөүл /9.9 сая хүн/, Пусан /3.5 сая хүн/, Инчeon /2.3 сая хүн/-ний орчмын газар нутгийг зорилтот зах зээл гэж үзлээ. Харин хүн амын хувьд, нийт хүн амын 45 хувийг эзэлж буй 25-54 насныхан буюу хөдөлмөр эрхлэлт, боловсролын түвшин, интернетийн хэрэглээ хамгийн өндөр хувьтай сегментийг сонгов. Мөн хэрэглэгчдээс авсан судалгаа болон хоёрдогч эх үүсвэрээс авсан судалгаан дээр үндэслэн 5,0 сая воноос дээш сарын орлоготой эмэгтэйчүүдийг авч сонгон авлаа. Учир нь эрүүл мэндийн, хүнсний, гоо сайхны бүтээгдэхүүний худалдан авалтад тухайн насны эмэгтэйчүүд хамгийн өндөр хувийг эзэлдэг.

Маркетингийн 7P шинжилгээ

БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүний Маркетингийн 7P шинжилгээг Монгол улсаас БНСУ руу экспортлох боломжтой бүтээгдэхүүнүүдийг тодорхойлсны үндсэн дараах байдлаар гүйцэтгэлээ.

Хүснэгт 124. БНСУ: Бүтээгдэхүүн \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Шаардагдах чанар, стандарт	Сав, баглаа боодол	Баталгаа \экологийн цэвэр бүтээгдэхүүн\	Бусад бүтээгдэхүүнээс ялгарах онцлог
1	Жимсний нунтаг	<ul style="list-style-type: none"> - Хүнсний бүтээгдэхүүнийг агуулах сав, баглаа боодолд тавигдах стандарт - Хүнсний шошгожуулалтын стандарт - Органик бүтээгдэхүүний шошгожуулалт /MAFRA ORGANIC/ 	100 гр уут	Органик бүтээгдэхүүний шошго буюу MAFRA Organic тэмдэг	<ul style="list-style-type: none"> - Эрүүл мэндэд тустай - Монгол хөрсөнд ургасан - Чацарганы навчны тэжээллэг байдал
2	Навчны нунтаг	<ul style="list-style-type: none"> - Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүнийг тодорхойлох, бүртгэлжүүлэх, батлах журам - Эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний орц найрлагыг тодорхойлох, батлах журам - Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүнийг тодорхойлох, батлах журам - Эмийн үйлдвэрлэлийн зохистой дадал - Эмийн бүтээгдэхүүнийг бүртгүүлэх хураамжийн тухай журам - Лабораторийн зохистой дадал 	Жижиг шилэн/ хуванцар	Органик бүтээгдэхүүний шошго буюу MAFRA Organic тэмдэг	<ul style="list-style-type: none"> - Эрүүл мэндэд тустай - Монгол хөрсөнд ургасан

3	Үрийн/ жимсний тос	- Эмийн үйлдвэрлэлийн зохистой дадал - Эмийн бүтээгдэхүүнийг бүртгүүлэх хураамжийн тухай журам - Лабораторийн зохистой дадал	Шилэн савалгаа	Органик бүтээгдэхүүний шошго буюу MAFRA Organic тэмдэг	- Эрүүл мэндэд тустай - Монгол хөрсөнд ургасан
---	--------------------------	--	----------------	--	---

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Бүтээгдэхүүн. Монгол улсаас БНСУ руу экспортлох боломжит бүтээгдэхүүнээр жимсний нунтаг /хүнс/, үрийн болон жимсний тос /эрүүл мэнд, гоо сайхан/, навчны нунтаг хэмээн үзсэн.

БНСУ-ын зах зээл дээр чацаргана жимсний нунтаг хэлбэрээр хамгийн өргөн танигдсан, мөн навчаар цай үйлдвэрлэх нь өртгийн хувьд хямд бөгөөд шим тэжээл сайтай гэдгээрээ эрэлттэй байх боломжтой байна.

Хүснэгт 125. БНСУ: Үнэ \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Үнийн боломжит дээд хязгаар, ам.дол	Үнийн доод хязгаар, ам.дол	Өрсөлдөх бүтээгдэхүүний нэр, үнэ, ам.дол
1	Жимсний нунтаг	100гр 27000Вон	100гр 15000Вон	"Samsung Herb Medicine" Уутат нунтаг 27000Вон
2	Навчны нунтаг	110гр 15000Вон	110гр 8000Вон	"Anna's Garden" бэлдмэл 15000Вон
3	Чацарганы тос	1кг 100 ам.доллар	1кг 78 ам.доллар	БНХАУ-ын бүтээгдэхүүнүүд

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Үнэ. Үнийг тогтооход тухайн бүтээгдэхүүний БНСУ-д хил дээр буух үнийг тооцохоос гадна өрсөлдөх бүтээгдэхүүний зах зээл дээрх үнийг харгалзан үзэх нь зүйтэй байна.

БНСУ-д тариалсан чацарганаас гаргаж авсан ижил төрлийн бүтээгдэхүүний үнэ харьцангуй өндөр бол БНХАУ-аас импортлогдон ирсэн бүтээгдэхүүний үнэ хямд байна /2-3 дахин/. Гэсэн хэдий ч БНСУ-ын үйлдвэрлэгчид болон эрдэм шинжилгээний байгууллагууд манай орны чацарганыг тэр дундаа Увс аймгийн чацарганыг сүүлийн жилүүдэд ихээр сонирхон судлах болжээ.

Хүснэгт 126. БНСУ: Хуваарилалт \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Байршуулалт	Түгээлт	Тээвэрлэлт
1	Жимсний нунтаг	Онлайн худалдааны сайт Хайпермаркет, супермаркет, төрөлжсөн дэлгүүр	Хайпермаркет Супермаркет Онлайн түгээлт	Төмөр зам, Агаарын тээвэр
2	Навчны нунтаг	Онлайн худалдааны сайт Хайпермаркет, супермаркет, төрөлжсөн дэлгүүр, Эмийн сан	Хайпермаркет Супермаркет Онлайн түгээлт Эмийн сан	Төмөр зам, Агаарын тээвэр
3	Үрийн/ жимсний тос	Онлайн худалдааны сайт, хайпермаркет	Онлайн худалдааны сайт Хайпермаркет Бөөний төв Дистрибьютер	Төмөр зам, Агаарын тээвэр

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Хуваарилалтын хувьд, Хайпермакет, сүлжээ супермаркетуудтай холбоо тогтоон хамтран ажиллах нь тэдгээр компаниудын сүлжээ дэлгүүрүүдийг ашиглах боломжийг бүрдүүлнэ.

БНСУ-ын хэмжээнд нийт 3,619 супермаркет, 411 хайпермаркет, 35,343 жижиг хүнсний төрөлжсөн дэлгүүр байна. Мөн төдий тооны борлуулагчид онлайнар цахим дэлгүүр ажиллуулан борлуулалт хийдэг. Иймд эдгээр сувгуудыг ашиглах нь хамгийн хүртээмжтэй байршуулалт байх болно.

Хүснэгт 127. БНСУ: Идэвхижүүлэлт \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Сурталчилгаа	Анхаарал таталт	Судалгаа, хөгжил
1	Жимсний нунтаг	ТВ сурталчилгаа	Үзэсгэлэн яармаг	Онлайн сайт
2	Навчны нунтаг	ТВ сурталчилгаа	Үзэсгэлэн яармаг	Онлайн сайт
3	Үрийн/ жимсний тос	Онлайн сайт, Судалгааны институт, эрдэм шинжилгээний нийтлэл, сурталчилгаа, Үзэсгэлэн яармаг		

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Идэвхжүүлэлт. Идэвхжүүлэлтийн хувьд хэрэглэгчид ихэвчлэн бүтээгдэхүүний мэдээллийг зар сурталчилгаагаар авдаг бөгөөд үүнд өртөг багатай шийдэгдэж болох суваг нь онлайн болон ТВ сурталчилгаа байна.

ТВ сурталчилгаанд хамгийн өндөр ач холбогдолтой нь аль нэг олны танил хүнийг хөгжөөнт эсхүл эрүүл мэндийн холбогдолтой нэвтрүүлэгт оролцож байх үеэр танилцуулга хийгдэх хэлбэр байна. Харин онлайн сурталчилгаа нь хямд төсөр бөгөөд нийтэд хандах боломжтой.

Хүснэгт 128. БНСУ: Үйлчилгээ үзүүлж буй хүмүүс \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Боловсруулах үйлдвэрүүд	Бөөний худалдаа	Жижиглэнгийн худалдаа	Онлайн худалдаа
1	Жимсний нунтаг	Боловсруулах үйлдвэр	Хайпермаркет, Дистрибютөрийн борлуулагчид	сүлжээ дэлгүүрүүдийн борлуулагчид	Онлайн худалдаа эрхлэгчид
2	Навчны нунтаг	Боловсруулах үйлдвэр	Хайпермаркет, Дистрибютөрийн борлуулагчид	Сүлжээ дэлгүүрүүдийн борлуулагчид	Онлайн худалдаа эрхлэгчид
3	Үрийн/ жимсний тос	Боловсруулах үйлдвэрийн ажилчид	Хайпермаркет, Дистрибютөрийн борлуулагчид	Дистрибютөрийн борлуулагчид	Онлайн худалдаа эрхлэгчид

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Үйлчилгээ үзүүлж буй хүмүүс гэдэгт чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулахад оролцож буй субъектуудыг авч үзсэн бөгөөд тэдгээр нь хайпермаркет, супермаркет, төрөлжсөн хүнсний сүлжээ дэлгүүр, онлайн худалдааны ажилчид, борлуулагчид болно. Мөн бүтээгдэхүүнээ үйлдвэрлэхэд хамтран ажиллаж буй борлуулагч, зөвлөгч, дистрибютөрүүдийг авч үзнэ. Тэдгээрийг татах нь хэрэглэгчдийг татах үндэс болох тул борлуулалтын шимтгэлийг харилцан тохиролцох, бүтээгдэхүүнээ таниулахад урамшуулал өгөх зэрэг арга хэмжээ нь үр дүнтэй.

Хүснэгт 129. БНСУ: Үйл явц \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Бүтээгдэхүүнийг экспортлох хэлбэр, шат дамжлага			
		Боловсруулах үйлдвэрүүд	Бөөний худалдаа	Жижиглэнгийн худалдаа	Онлайн худалдаа
1	Жимсний нунтаг	- Үйлдвэрлэл болон хагас боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх /НАССР, ISO, г.м./ (Гэрчилгээжилтийг хийсэн	- Үйлдвэрлэл болон боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх /НАССР, ISO, г.м./ (Гэрчилгээжүүлэлтийг хийсэн	- Үйлдвэрлэл болон боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх /НАССР, ISO, г.м./ (Гэрчилгээжилтийг хийсэн	- Үйлдвэрлэл болон боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх /НАССР, ISO, г.м./ (Гэрчилгээжилтийг хийсэн

2	Навчны нунтаг	байгууллага нь ХЭАБЯ-ны хяналтын хороогоор орж зөвшөөрөгдсөн байх) - Боловсруулах үйлдвэртэй холбогдоно. - Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд онлайнаар бүртгүүлэх. - Дээж, чанарын бичиг баримтыг шинжилгээнд хүргүүлнэ /Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам/.	байгууллага нь ХЭАБЯ-ны хяналтын хороогоор орж зөвшөөрөгдсөн байх) - Бөөний худалдаа эрхлэгчтэй холбогдоно. - Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд онлайнаар бүртгүүлэх. - Дээж, чанарын бичиг баримтыг шинжилгээнд хүргүүлнэ. Импортын бүртгэлийн гэрчилгээ авна.	байгууллага нь ХЭАБЯ-ны хяналтын хороогоор орж зөвшөөрөгдсөн байх) - Жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгчтэй холбогдоно. - Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд онлайнаар бүртгүүлэх. - Дээж, чанарын бичиг баримтыг шинжилгээнд хүргүүлнэ. Импортын бүртгэлийн гэрчилгээ авна.	байгууллага нь ХЭАБЯ-ны хяналтын хороогоор орж зөвшөөрөгдсөн байх) - Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд онлайнаар бүртгүүлэх. - Онлайн борлуулалтын сайтуудад бүртгүүлнэ. - Импортлогч/ борлуулалч/ төлөөлөгчтэй холбогдож хамтран ажиллаж болно. - Хүргэлтийн найдвартай байдалд анхаарах
3	Үрийн/ жимсний тос				

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Үйл явц. Үйл явцын тухайд, Үйлдвэрлэл, тариалалт болон хагас боловсруулалт, эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн шат дамжлагын чанарын баталгаажилт, үйлдвэрийн чанарын гэрчилгээжилт хийгдсэн байх нь хамгийн чухал байна. Үүнд: Аюулын дүн шинжилгээ ба эгзэгтэй цэгийн хяналт /НАССР/, олон улсын стандартын гэрчилгээ ISO22000, ISO9001 гэх мэт орно. Мөн тус гэрчилгээжилтийг хийсэн байгууллага нь ХЭАБЯ-ны хяналтын хороогоор орж зөвшөөрөгдсөн байх шаардлагатай.

Үүний дараа импортлогч орны хамтран ажиллах субъекттэй холбогдож туслалцаа авах нь брэнд бүтээгдэхүүнийг шинээр зах зээлд нэвтрүүлэхэд зайлшгүй чухал зүйл юм. Мөн холбогдох хяналт шинжилгээний байгууллагад /MFDS гэх мэт/ урьдчилж бүртгүүлэх бөгөөд зөвшөөрөл авна.

Хүснэгт 130. БНСУ: Бодит нотолгоо \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Экспортлосны дараа хийгдэх судалгааны саналууд
1	Жимсний нунтаг	<ul style="list-style-type: none"> Онлайнаар борлуулсан бүтээгдэхүүний сурталчилгааны талаарх комент унших Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийн судалгааг авах Үнийн дээж авах, судалгаа хийх Брендэд үзүүлэх хариу үйлдлийг судлах Борлуулагчдаас судалгаа авах Шинж найрлагын онцлогийг харуулах Сав баглаа боодолд анхаарах, сэтгэл ханамжийг нэмэгдүүлэх
2	Навчны нунтаг	
3	Үрийн/ жимсний тос	

Бодит нотолгоо. Монголд ургасан чацарганы ялгарах онцлог шинжийг сайтар таниулах чухал бөгөөд үүний тулд эрдэм шинжилгээний байгууллагатай хамтран нарийвчилсан шинж найрлагын дүгнэлтийг гаргаж сурталчилах хэрэгтэй. Мөн онлайн хэлбэрээр бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчийн судалгаа, сэтгэгдэл, сэтгэл ханамжийг тандан судлах нь ач холбогдолтой байна. Түүнд тохируулан сайжруулалт хийх, хэрэглэгчдийн дунд брэндийг нутагшуулах зэрэг асуудлууд энд хамаарна.

ДҮГНЭЛТ

Монгол улсаас БНСУ руу нэгдүгээрт, жимсний нунтаг /хүнс/, хоёрдугаарт, үрийн болон жимсний тос /эрүүл мэнд, гоо сайхан/, гуравдугаарт, навчны нунтагийг экспортлох боломжтой бөгөөд зах зээлийн багтаамж их, эрэлт өндөр байна.

БНСУ-ын дотоодод үйлдвэрлэсэн чацаргана нь БНХАУ-аас импортлосон бүтээгдэхүүний үнээс 2 дахин өндөр үнэтэй тул Монгол чацарганы давуу талыг сурталчлан таниулах замаар өндөр үнээр борлуулах боломжтой.

БНСУ-ын хайпермакет, сүлжээ супермаркетуудтай холбоо тогтоон хамтран ажилласнаар тэдгээр компаниудын сүлжээ дэлгүүрүүдийг бүрэн ашиглах боломж байгааг манай боловсруулах үйлдвэрүүд харгалзан үзэх нь зүйтэй. Мөнтүүнчлэн онлайн борлуулалт тус оронд хамгийн борлуулалт сайтай сувгуудын тоонд багтаж байна.

Монголын бүтээгдэхүүний чанар, давуу талыг ТВ сурталчилгаагаар дамжуулан идэвхжүүлэлтийг хийх тохиолдолд аль нэг олны танил жүжигчин, дуучин гэх мэт хүмүүсээр эсхүл эрүүл мэндийн холбогдолтой нэвтрүүлэгт оролцож байх үеэр танилцуулга хийгдэх хэлбэр байна. Харин онлайн сурталчилгаа нь хямд төсөр бөгөөд нийтэд хандах боломжтой.

Чацарганы бүтээгдэхүүнээ БНСУ-д борлуулахад хамтран ажиллаж буй борлуулагч, зөвлөгч, дистрибьютерүүдтэй борлуулалтын шимтгэлийг харилцан тохиролцох, бүтээгдэхүүнээ таниулахад урамшуулал өгөх зэрэг арга хэмжээг авах нь хэрэглэгчдийг татах үндэс болох юм.

Үйлдвэрлэл, тариалалт, боловсруулалт, эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн шат дамжлага бүрт Аюулын дүн шинжилгээ ба эгзэгтэй цэгийн хяналт /НАССР/, олон улсын стандартын гэрчилгээ ISO22000, ISO9001 гэх мэт чанарын баталгаажилт, үйлдвэрийн чанарын гэрчилгээжилт хийгдсэн байх нь хамгийн чухал байна.

Монголын боловсруулах үйлдвэрүүд БНСУ-д чацарганы бүтээгдэхүүнээ борлуулж эхэлсний дараа онлайн хэлбэрээр бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчийн судалгаа, сэтгэгдэл, сэтгэл ханамжийг тандан судлах нь ач холбогдолтой.

4.7. МОНГОЛ УЛСААС ЭКСПОРТЛОХ ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ПОРТЕРИЙН 5 ХҮЧНИЙ ЗАГВАР

Монгол улсаас БНСУ-д экспортлох чацарганы бүтээгдэхүүнүүдийн Портерийн 5 хүчний шинжилгээг гүйцэтгэв.

1.Боломжит зах зээлд нэвтрэгчдэд учрах бэрхшээл

Монгол улсаас чацарганы бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэн БНСУ-ын зах зээлд нэвтрүүлэхэд учирч болох бэрхшээлүүд нь нэн түрүүнд бүтээгдэхүүнийг экспортлох, худалдан борлуулах зөвшөөрөлтэй холбоотой, хоёрдугаарт, борлуулалтын сувагтай холбоотой бэрхшээлүүд байна.

Зөвшөөрөл, лиценз авах нь тухайн улсын стандартад бүтээгдэхүүний чанарыг нийцүүлэх шаардлагатай болдог бөгөөд зах зээлд шинээр нэвтэрч буй хүнс, эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт, гоо сайхны бүтээгдэхүүнд зөвшөөрөл, лиценз авахад мөн заавал БНСУ-ын Технологи, стандартын газар /KATS/-ийн магадлан итгэмжлэгдсэн лабораторид бүтээгдэхүүний дээжийг шинжлүүлсэн байх шаардлагатай. Хүнсний болон хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний үзлэг шинжилгээ, түүнд зарцуулагдах дундаж хугацааг доор орууллаа:

- Бичиг баримтын үзлэг 2 өдөр
- Биет байдлын үзлэг 3 өдөр
- Лабораторийн шинжилгээ 10 өдөр
- Хүнсний цацрагийн туршилт 14 өдөр
- Инкубацийн туршилт 15 өдөр
- Санамсаргүйгээр сонгох үзлэг 5 өдөр

Борлуулалтын сувагтай холбоотой:

Цахим худалдааны сайтаар дамжин шууд зах зээлд нэвтэрч болох бөгөөд хүнсний болон хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүнийг шууд цахим сүлжээгээр борлуулахад заавал урьдчилан бүртгүүлсэн байх шаардлагатай болно. Ингэхдээ дээр дурьдсан шат дарааллын дагуу бүртгүүлдэг байна.

Мэргэжилтнүүдийн мэдлэг:

БНСУ-д чацарганыг сүүлийн үед ихээхэн сонирхох болсон бөгөөд өөрийн нутагтаа тарьж ургуулах, нутагшуулахаар зорин ажиллаж байна. Мөн тус улсын болон мужийн их сургуулиуд, эрдэм шинжилгээний хүрээлэнгүүд чацарганы орц найрлага, ач тусын талаар олон төрлийн судалгааны ажил хийжээ.

Хүснэгт 131. БНСУ-ын чацарганы талаар хийгдсэн судалгаанууд

Судалгааны ажлын нэр	Судлаачид	Байгууллага	Он	Эх сурвалж
Солонгос, Монголд тариалсан чацарганы (Hipporhae rhamnoides) фенолын нэгдлүүдийн агуулгыг харьцуулах	Lee, S.A., Jo, H.K., Cho, S.H., Ko, S.K.	Semyung University, Jecheon; Humedix Co. Ltd.; Central Research Institute, Jecheon.	2010	Хөдөөгийн хөгжлийн газар Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны номын сан
Чацарганы (Hipporhae rhamnoides L.) навчны ханд нь Neuronal PC-12 эсийг исэлдэлтийн стрессээс хамгаалах нь	Cho, C.H.; Jang, H.; Lee, M.; Kang, H.; Heo, H.J.; Kim, D.O.	Kyung Hee University, Yongin; Damtuh Co., Ltd., Seoul.	2017	Хөдөөгийн хөгжлийн газар Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны номын сан
Биологийн макромолекулын исэлдэлт, эсийн үхлийн эсрэг Hericium erinaceum mycelium-тай исгэсэн чацарганы (Hipporhae rhamnoides L.) навчны хамгаалах нөлөө	Kim, S.S.; Kyeong, I.G.; Lee, M.L.; Kim, D.G.; Shin, J.Y.; Yang, J.Y.; Lee, G.H.; Eum, W.S.; Kang,	Cheongju University, Cheongju; R and D Center, Cosis Bio Corporation Li..	2015	Хөдөөгийн хөгжлийн газар Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны номын сан
Чацарганы (Hipporhae rhamnoides L.) навчны ханд нь Neuronal PC-12 эсийг исэлдэлтийн стрессээс хамгаалах нь	Chi Heung Cho ¹ , Holim Jang ² , Migi Lee ³ , Hee Kang ⁴ , Ho Jin Heo ⁵ , and Dae-Ok Kim ^{1*}	Department of Food Science and Biotechnology, Kyung Hee University, Damtuh Co., Ltd., Biocenter, Gyeonggido Business and Science Accelerator, Suwon, Graduate School of East-West Medical Science, Kyung Hee University, Yongin, Division of Applied Life Science (BK21 Plus), Institute of Agriculture and Life Science, Gyeongsang National University, Jinju,	2017	https://doi.org/10.4014/jmb.1704.04033
Чацарганы хандны томуу, вирус, хорт хавдрын эсүүдэд үзүүлэх нөлөө, флавонол гликозидын болон хандны биологийн үйлчлэл хоорондын хамаарал	Gansukh Enkhtaivan a, ¹ K.M. Maria John a, Muthuraman Pandurangan a, ¹ Ji Hoon Hur a, Alain Simplicite Leutou b, Doo Hwan Kim a,*	Department of Bio-resources and Food Science, Konkuk University, Seoul, Department of Chemistry and Nano Science, Ewha Woman's University, Seoul	2016	(http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/). http://dx.doi.org/10.1016/j.sjbs.2016.01.004
Чацарганы (Hipporhae rhamnoides L.) үрний хүний дермал фибробластууд дахь хэт ягаан туяаны зураглалд дарангуйлах нөлөө	Kim, H.J.; Cho, H.J.; Seo, Y.K.; Kim, S.K.; Yoon, M.Y.; Kang, H.D.; Park, C.S.; Park, J.K.	Dongguk University, Seoul;	2012	Хөдөөгийн хөгжлийн газар Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны номын сан
Тахианы махны чанарт витамин С, чацарганы амин дэмийн нөлөө	Kang, H.K.; Kim, J.H.; Hwangbo, J.; Kim, C.H.	National Institute of Animal Science, RDA, Senonghwan;	2015	Хөдөөгийн хөгжлийн газар Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны номын сан

Чацарганы навчны стрептозотоциныг өдөөсөн чихрийн шижинтэй хархны элэгний ферментийн түвшинд үзүүлэх нөлөө	Kim, M.H.	Duksung Women University, Seoul.	2013	Хөдөөгийн хөгжлийн газар Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны номын сан
Монголын чацаргана (<i>Hipporhae rhamnoides</i>) жимс ашиглан чацаргана шар айраг боловсруулах	Lee, M.H.; Cho, H.R.; Lee, K.G.	Dongguk University, Seoul.	2012	Хөдөөгийн хөгжлийн газар Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны номын сан
Хулганы үр хөврөлийн фибробласт эсүүдэд чацаргана жимсний хандны антиоксидант механизмын нөлөө	Lim, S.R.; Go, E.B.; Go, G.; Shin, H.S.; Sung, J.S.	Dongguk University, Seoul.	2013	Хөдөөгийн хөгжлийн газар Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны номын сан
Чацаргана зэрэг эмийн ургамлын хандыг антиоксидант ба нянгийн эсрэг үйлчилгээ	Jeong, J.H.; Lee, J.W.; Kim, K.S.; Kim, J.S.; Han, S.N.; Yu, C.Y.; Lee, J.K.; Kwon, Y.S.; Kim, M.J.	Kangwon National University, Chuncheon.	2010	Хөдөөгийн хөгжлийн газар Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны номын сан
Ногоон цайны хандтай харьцуулахад чацарганы навчны цайны хандыг антиоксидант үйл ажиллагаа	Cho, H.; Cho, E.; Jung, H.; Yi, H.C.; Lee, B.; Hwang, K.T.	Seoul National University, Seoul.	2014	Хөдөөгийн хөгжлийн газар Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны номын сан
Чацаргана (<i>Hipporhae rhamnoides</i>) -аас гаргаж авсан химийн найрлага ба in vitro антиоксидант шинж чанар	Kim, K.M.; Park, M.H.; Kim, K.H.; Im, S.H.; Park, Y.H.; Kim, Y.N.	Kangwon National University, Chuncheon.	2009	Хөдөөгийн хөгжлийн газар Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны номын сан
Чацаргана үрийн хандны исэлдэлтийн эсрэг үйлчилгээ ба үрэвслийн эсрэг үйл ажиллагааны талаархи судалгаа	Yoon, M.Y.	Dongnam Health College, Suwon.	2013	Хөдөөгийн хөгжлийн газар Хөдөө аж ахуйн шинжлэх ухааны номын сан

Судалгааны чиглэлүүдийг авч үзэхэд:

- БНСУ, Монгол улсад тарималжуулсан чацарганы хооронд онцын ялгаа байхгүй гэж дүгнэсэн. Ингэхдээ чацарганы фенолын нэгдлүүдийг HPLC шинжилгээгээр хэмжсэн ба БНСУ-ын чацарганы навчны фенолын нэгдэл (1,852%) нь монгол чацарганы жимсний фенолын нэгдэл (0.338%)-ээс 5 дахин их байжээ. Түүнчлэн нийт фенолийн найрлагын агууламжийг жагсаахад, 1) чацарганы навч, 2) чацарганы иш, 3) чацарганы үндэс, 4) чацарганы жимс орж байна.
- Жилийн өөр өөр хугацаанд хураан авсан чацарганы навчны антиоксидант болон невропатын үр нөлөө өөр өөр байна. Өндөр үзүүлэлттэй шингэний хроматографийн задлан шинжилсэн шинжилгээгээр ellagic acid, gallic acid, isorhamnetin, kaempferol, quercetin гэсэн таван фенолын нэгдлүүд илрүүлжээ. 8-р сард хураан авсан навчны фенол, флавоноидын агууламж, болон антиоксидант хүчин чадал хамгийн өндөр байна.
- Олон төрлийн ханиад томуу, хорт хавдар, вирусын гаралтай өвчнийг дарангуйлах шинж чанарыг судласан байна.
- Чацарганы жимсээр шар айраг гарган авахад боломжтой эсэх талаар агууламж, шинж найрлагын талаас судлан авч үзсэн байна.
- Чацарганы навчны полифенол, флавоноид, аскорбины хүчил агууламж, антиоксидант үйлчлэл зэргийг ногоон цайны агууламжтай харьцуулан судласан байна.

Технологи:

Чацарганыг гар аргаар хураадаг бөгөөд энэ нь түүхий эдийн чанартай холбоотой. Ихэвчлэн нунтаг хэлбэрээр борлуулагддаг, жимснээс илүүтэй, навчинд ач холбогдол өгч байгаа нь анхаарал татахуйц бөгөөд учир нь навч болон холтос нь тэжээллэг чанарын хувьд жимснээсээ илүү хэмээн судалгаагаар тодорхойлсон, мөн цайны ханд болгон ашиглахад илүү тохиромжтой.

Жимс, навчны нунтаг, мөн шахмал үрэл гаргах зэрэг нь нарийн технологи, тоног төхөөрөмж шаардахгүй бөгөөд харин сав баглаа, боодолд анхаарах нь зүйтэй. Гоо сайхны бүтээгдэхүүний хувьд чацаргана нь орц найрлага хэлбэрээр орох тул хэрэглэгчийн гар дээр очих бүтээгдэхүүний ерөнхий үйлдвэрлэлийн технологийг баримтална. Органик бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч гэдгээрээ зах зээлд танигдсан “Anna’s Garden” компаний бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн шат дарааллыг доорх зургаар харууллаа.

Зураг 119. “Anna’s Garden” компаний чацарганы боловсруулалтын дараалал

 <p>Ургацаа 7-р сарын сүүл, 8-р сарын эхэнд хураан авдаг.</p>	 <p>Хураасан ургацыг усаар цэвэрлэн, шигшүүрдэнэ.</p>
 <p>Жимсийг машиндаж шүүсийг ялгах</p>	 <p>Шүүс савлахад бэлтгэж буй байдал</p>
 <p>Шүүс савлаж буй байдал /50мл/</p>	 <p>Шошгожуулалт</p>
 <p>Vitamin fruit powder 70g 3 bottles 135,000 won</p> <p>Жимсний нунтаг</p>	 <p>Vitamin Fruit Powder 30g 3 bottles Tablet 69,000 won Discount Price 60,000 won</p> <p>Жимсний нунтгийг шахмал хэлбэрт оруулсан</p>



Навч



Навчийг шахаж үрэл гаргаж байгаа явц



Навчны шахмал үрэл



Сав, савалгаа



Савлалтын явц



Бэлэн болсон бүтээгдэхүүн

Дээрх бүтээгдэхүүнүүдийн үйлдвэрлэл нь бүрэн органик зарчимд тулгуурласан бөгөөд манай жижиг дунд үйлдвэрүүд энэ жишгээр органик бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэн нийлүүлэх боломжтой байна. Түүнчлэн БНСУ-д чацарганы тосны талаар бага судлагдсан, мөн тос боловсруулах талаар дорвитой анхаарал хандуулаагүй гэж харагдаж байна. Иймд чацарганы тосны борлуулалт болон технологи нь БНХАУ-ын үйлдвэрүүдтэй өрсөлдөх байдлаар явагдана.

Үйлдвэрлэлийн хэмжээг ихэсгэж өртгийг бууруулах боломж

Тосны нийлүүлэлтийн хувьд БНХАУ-ын нийлүүлэгч үйлдвэрүүдийн хүчин чадалтай харьцуулахад манай үйлдвэрүүдийн тоо болоод хүчин чадал бага тул их хэмжээгээр үйлдвэрлээд үйлдвэрлэлийн өртгийг бууруулж өрсөлдөх нь тийм ч оновчтой зорилт биш. Харин жимсний болон навчны нунтаг зэрэг бүтээгдэхүүний хувьд Монгол чацарганы чанарын онцлог байдлыг сурталчилж чадсан нөхцөлд БНСУ-ын бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч, нийлүүлэгч нартай үйлдвэрлэлийн хэмжээг ихэсгэж, нэгж бүтээгдэхүүний өртгийг бууруулах замаар өрсөлдөж болох юм.

Бүтээгдэхүүнийг хамгийн бага зардлаар үйлдвэрлэх боломж

Тосны борлуулалтын хувьд БНХАУ-ын нийлүүлэгчидтэй өрсөлдөх учир үйлдвэрлэлийн зардал хямд байх нь тийм ч боломжтой бус. Харин жимсний нунтаг болон навчны бэлдмэлийн тухайд БНСУ-ын үйлдвэрлэгч нартай өрсөлдөх боломжтой бөгөөд учир нь ажиллах хүчний зардал Солонгос улсад харьцангуй өндөр. Мөн БНХАУ-ын нийлүүлэгч нартай өрсөлдөх бөгөөд гол давуу тал нь чанар байх болно.

Нэвтрэн ороход учрах бусад саад бэрхшээл

Чанарын баталгаат байдал, бүтээгдэхүүний гэрчилгээжүүлэлт, БНХАУ-ын нийлүүлэгчид, найдвартай хамтрагч буюу төлөөлөгч, дистрибютер олох, онлайн худалдааны хувьд түргэн хүргэлт болон чанараа алдахгүй байх тал, хэрэглэгчдийн хэрэглэж сурсан брэнддээ үнэнч байх хандлага, мөн дотоодын бүтээгдэхүүнийг чанар сайтай гэж үзэж сонгох хандлага зэрэг болно.

Хүснэгт 132. Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн БНСУ-ын боломжит зах зээлд нэвтрэхэд бэлэн байдлын SWOT шинжилгээ

Давуу тал	Сул тал
- Түүхий эдийн үндсэн чанар /БНХАУ болон БНСУ-ын чацарганаас чанараараа ялгарах, байгалийн, зэрлэг, мөн газарзүйн хувьд тохиромжтой бүс нутагт ургадаг/ -	- Хамтран ажиллахад найдвартай эсэх нь эргэлзээтэй байдал - Чанарын баталгаа, стандарт гэрчилгээжилт хангалтгүй -
Боломж	Аюул
- Тухайн зах зээлийн хэрэглээнд тохирсон бүтээгдэхүүн нь үйлдвэрлэл нь өртөг багатай, нарийн технологи шаарддаггүй - БНСУ нь чацарганы талаар сонирхон судлаад 10 гаруй жил өнгөрсөн, мөн дотоодын тариалагчид нь чацарганы талаар сурталчилгааг сайтар явуулж байгаа.	- БНСУ нь дотоодын үйлдвэрлэлээ дэмжих бодлогоор ямар нэг тарифын болон тарифын бус саад учруулах - БНСУ нь чацарганыг дотооддоо тариалан, гадагш бүтээгдэхүүн гаргахыг зориж байгаа бөгөөд Монгол улсад ургасан чацарганаас чанарын ялгаа байхгүй хэмээн батлахыг хичээдэг. - БНХАУ-ын нийлүүлэгч компаниудын өрсөлдөөн

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Шинээр зах зээлд нэвтрэн ороход учирах саад бэрхшээл нь голлон стандарт, чанар баталгаажилт, бүтээгдэхүүний бүртгэл худалдаалах зөвшөөрөл авахад оршиж байна. Мөн хоёрдугаарт борлуулалтын суваг, маркетинг идэвхжүүлэлтэд бүтээгдэхүүний болон түүхий эдийн ялгарах онцлог шинж, БНСУ-д тариалсан болон БНХАУ-ын чацарганаас ялгарах давуу талыг шинжлэх ухааны үндэслэлтэй таниулан сурталчилахгүйгээр зах зээлд гарах нь хөдөө аж ахуйн гаралтай хүнсний бүтээгдэхүүнд чанарыг эрхэмлэдэг хэрэглэгчдийн дунд амжилт олох нь бэрхшээлтэй.

2.Бэлтгэн нийлүүлэгчдээс учирч болох бэрхшээл

Хэдийгээр Монголд цөөнгүй тооны түүхий эд нийлүүлэгчид байгаа боловч, боловсруулах үйлдвэрүүд чацарганы жимсний нунтаг, навчны нунтаг (шахмал бэлдмэл), үрийн болон жимсний тосны бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэхэд чанарын баталгаатай найдвартай түүхий эд нийлүүлэгч шаардлагатай болно.

Бүтээгдэхүүний сав баглаа боодолд тавигддаг стандарт нь үндсэн бүтээгдэхүүнд тавигддаг стандартаас дутахааргүй чухал байдаг бөгөөд цогцоор нь авч үзэж чанарын гэрчилгээжилтийг шийддэг тул сав баглаа боодол болон бүтээгдэхүүнд хамааралтай бусад үйлдвэрлэлийн чанар баталгаажилтыг сайтар анхаарах нь чухал. Учир нь БНСУ-ын ХЭАБЯ-наас хүнсний бүтээгдэхүүнийг шинээр бүртгэн хэрэглэх, худалдаалах зөвшөөрөл олгохдоо шаардлагатай тохиолдолд үйлдвэр дээр нь хяналт шалгалтыг гүйцэтгэдэг бөгөөд тус шалгалт нь бүтээгдэхүүний сав баглааны болон хамаарал бүхий бүх үйлдвэрт хийгддэг онцлогтой.

Хүснэгт 133. БНСУ: Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн түүхий эдийн бэлтгэн нийлүүлэлтийн SWOT шинжилгээ

Давуу тал	Сул тал
-----------	---------

- Түүхий эд нийлүүлэлт хангалттай - Олон түүхий эд нийлүүлэгчтэй зэрэг хамтран ажиллах боломжтой	- Түүхий эдийн чанарын баталгаа тогтворгүй, найдваргүй - Сав баглаа боодлын болон бусад бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлд холбоотой хэсэгт БНСУ-ын чанарын шаардлагыг хангаж чадах эсэх нь тодорхойгүй
Боломж	Аюул
- БНСУ-ын зах зээлд чацарганы танигдсан хэлбэр нь өртөг багатай, нарийн технологи бага шаарддаг	- Стандартад нийцсэн чанартай бүтээгдэхүүн найдвартай нийлүүлэгч олдохгүй байх эрсдэлтэй - Сав баглаа боодол нь БНХАУ-ын түүхий эдээс голлон хамаарах эрсдэлтэй

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

3.Худалдан авагч, хэрэглэгчид

БНСУ-ын зах зээлд чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулахад харгалзан үзэх шаардлагатай хэрэглэгчдийн тоо, хэрэглэгчдийн нэг удаагийн худалдан авах хэмжээ, үнийн мэдрэмж, орлох бүтээгдэхүүн, худалдан авагчдын чацарганы талаарх мэдлэг, хэрэглэгчдийн бүтээгдэхүүнийг худалдан авахад харгалзан үздэг шалгуурууд гэсэн үзүүлэлтүүдийг доор нэгтгэн харуулав.

Хүснэгт 134. БНСУ: Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн бүтээгдэхүүнийг худалдан авагчдын судалгаа

	Бүт 1 /жимсний нунтаг/	Бүт 2 /навчны нунтаг/	Бүт 3 /чацарганы тос/
Хэрэглэгчдийн тоо	2.5 сая	3.8 сая	1.7 сая
Хэрэглэгчдийн нэг удаагийн худалдан авах хэмжээ	22.60 ам.доллар /100гр/	12.64 ам.доллар /110гр/	100 ам.доллар /кг/
Хэрэглэгчийн орлох бүтээгдэхүүн худалдан авах боломж	Өндөр боломжтой буюу чацаргана нь өөрөө зах зээлд дөнгөж танигдаж буй бүтээгдэхүүн.	Өндөр боломжтой буюу чацаргана нь өөрөө зах зээлд дөнгөж танигдаж буй бүтээгдэхүүн.	Өндөр боломжтой буюу чацаргана нь өөрөө зах зээлд дөнгөж танигдаж буй бүтээгдэхүүн.
Үнийн мэдрэмж	Хэрэглэгчид үнэнд мэдрэг бөгөөд чанар сайтай хэрнээ хямд үнэтэй бүтээгдэхүүнийг эрэлхийлдэг.	Хэрэглэгчдийн эрүүл мэнддээ анхаарал хандуулах нь нэмэгдэж байгаа бөгөөд эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний хувьд үнэнд бага зэрэг мэдрэг.	Чацарганы тос нь дөнгөж танигдаж буй бүтээгдэхүүн тул үнийн хувьд мэдрэг байж болох талтай. Гэвч манай улсаас хийсэн импортын үнийг харахад тос нь харьцангуй өндөр үнэтэй байна.
Орлох бүтээгдэхүүн	Улаан хүн орхоодой, Брэнд бүтээгдэхүүн /витамин, эрдэс, пробиотик/	Улаан хүн орхоодой, Брэнд бүтээгдэхүүн /витамин, эрдэс, пробиотик/	Улаан хүн орхоодой, эмийн ургамлын бүтээгдэхүүн
Хэрэглэгчийн бүтээгдэхүүний талаарх мэдлэг	Судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн 52 хувь нь чацарганы талаар сонссон гэж хариулсан. Мөн БНСУ-ын чацарганы бүтээгдэхүүний зах зээлээс авч үзэхэд хамгийн өргөн танигдаж буй хэлбэр нь жимсний нунтаг. Иймд хэрэглэгчид чацарганы жимсний нунтагийн талаар мэдлэгтэй гэж үзэж болно.	БНСУ-д навчийг түлхүү судласан байдлаас үзэхэд навчны найрлага, тэжээллэг чанарын талаар хэрэглэгчид сайн мэддэг гэж үзэхээр байна.	Чацарганы тосны талаар дорвитой судалгаа хийгдээгүй байгаагаас үзэхэд БНСУ-д чацарганы тос төдийлөн танигдаагүй. Гэвч сүүлийн жилүүдэд манай улсаас тосыг импортлохоор сонирхох болсон нь ажиглагдсан. Мөн тос нь үнийн хувьд багагүй үнээр борлуулагдах боломжтой байна.

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Хэрэглэгчдийн тоог хэрэглэгчдийн судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн харьцааг нийт хүн амд харьцуулан тооцсон. Харин нэг удаагийн захиалгын хэмжээг бүтээгдэхүүний үнийн дүнгээр тооцсон.

4. Орлох бүтээгдэхүүнүүд

Монгол улсаас БНСУ-д экспортлох бүтээгдэхүүнүүдийн хувьд орлох шинжтэй бүтээгдэхүүний судалгааг гүйцэтгэв.

Хүснэгт 135. БНСУ: Монголын бүтээгдэхүүний орлох бүтээгдэхүүний судалгаа

Бүтээгдэхүүн	Орлох бүтээгдэхүүний нэр төрөл		Орлох бүтээгдэхүүний онцлог шинж	
	Бүт 1	Бүт 2	Бүт 1	Бүт 2
Бүт 1 \жимсний нунтаг\	Улаан хүн орхоодой	Эмийн ургамлын гаралтай бүтээгдэхүүн, витамин	БНСУ нь хүн орхоодойгоороо алдартай. Тэр дундаа улаан хүн орхоодой нь эрүүл мэндийн өндөр чанар, үзүүлэлттэй. Үнийн хувьд хямд биш гэсэн хэдий ч хамгийн өндөр борлуулалттай	АНУ-аас витамин эрдэс болон бусад эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүн их хэмжээгээр импортлогддог.
Бүт 2 \навчны нунтаг\	Улаан хүн орхоодой	Эмийн ургамлын гаралтай бүтээгдэхүүн, витамин	БНСУ нь хүн орхоодойгоороо алдартай. Тэр дундаа улаан хүн орхоодой нь эрүүл мэндийн өндөр чанар, үзүүлэлттэй. Үнийн хувьд хямд биш гэсэн хэдийч хамгийн өндөр борлуулалттай	АНУ-аас витамин эрдэс болон бусад эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүн их хэмжээгээр импортлогддог.
Бүт 3 \чацарганы тос\	Улаан хүн орхоодой	Эмийн ургамлын гаралтай бүтээгдэхүүн, витамин	БНСУ нь хүн орхоодойгоороо алдартай. Тэр дундаа улаан хүн орхоодой нь эрүүл мэндийн өндөр чанар, үзүүлэлттэй. Үнийн хувьд хямд биш гэсэн хэдийч хамгийн өндөр борлуулалттай	АНУ-аас витамин эрдэс болон бусад эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүн их хэмжээгээр импортлогддог.

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Чацаргана нь эрүүл мэндэд ач тустай хүнсний бүтээгдэхүүн бөгөөд хамгийн түгээмэл орлох бүтээгдэхүүн нь хүн орхоодой байна. Доорх хүснэгтэд хүн орхоодойн бүтээгдэхүүнүүд болоод тэдгээрийн үнийг харуулав.

Зураг 120. БНСУ: Орлох бүтээгдэхүүн – Хүн орхоодой

	
Найруулж уудаг хүн орхоодой 10мл*30ш - 86,400В	Хүн орхоодой 240гр - 139,910В
	
Хүн орхоодой 20мл*30 капсул - 71,560В	Хүн орхоодой 250гр*2 - 99,000В

Жимсний нунтаг болон навчны нунтаг нь эрүүл мэндийн ач холбогдолтой гэдэг утгаараа хэрэглээнд нэвтэрсэн. Иймд орлох бүтээгдэхүүн нь эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн бөгөөд тус ангилалд хамгийн эрэлттэй нь БНСУ-ын үндсэн брэнд болох хүн орхоодой, тэр дундаа

улаан хүн орхоодой байна. Харин үр болон жимснээс гаргаж авсан тосны тухайд эмчилгээний болон эрүүл мэндийн зориулалтаар бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлд нэвтрэх хандлагатай. Иймд тус 3 төрлийн бүтээгдэхүүн нь хэлбэрийн хувьд өөр боловч зориулалтын хувьд ижил байна. Иймд орлох бүтээгдэхүүн нь нэг ижил бүлэгт хамаарагдаж байна. Улаан хүн орхоодой нь үнийн хувьд хэт өндөр боловч борлуулалтаараа эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний зах зээлд хамгийн өндөр хувь эзэлдэг.

5.Өрсөлдөгчид

БНСУ-ын зах зээлд Монголын чацарганы жимсний нунтаг бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх дотоодод нь үйлдвэрлэсэн болон Хятад улсад үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн дээр шинжилгээг гүйцэтгэлээ.

Хүснэгт 136. БНСУ: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа \Жимсний нунтаг\

№	Үзүүлэлтүүд	Өрсөлдөх Бүт 1 /БНСУ/	Өрсөлдөх Бүт 2 /БНХАУ/
1	Зах зээлд эзлэх байр суурь \хувиар\	40	5
2	Бүтээгдэхүүний чанарын баталгаа	Үйлдвэр болон түүхий эд нь стандартын шаардлага бүрэн хангасан.	Чанарын шаардлага бүрэн хангасан эсэх нь тодорхойгүй.
3	Бүтээгдэхүүний ялгарах байдал	Дотоодын, чанар сайтай, цэвэр органик, шинэлэг.	Хямд үнэтэй, Хятад улсаас орж ирсэн.
4	Бүтээгдэхүүний зах зээл дэх үнэ	100гр 27000Вон	100гр 15000Вон
5	Хэрэглэгчдэд бүтээгдэхүүнээ хүргэж буй борлуулалтын суваг	Өөрийн онлайн дэлгүүр болон хайпермаркетуудаар.	Онлайн дэлгүүрүүдээр борлогддог.
6	Хэрэглэгчдэд чиглэсэн идэвхижүүлэлтийн үйл ажиллагаа	Чацарганыг сурталчилдаг, тариалалт, суулгацыг сурталчилдаг.	Өвөрмонголын газар нутагт ургасан эсхүл Гималайн уулаас хураан авсан чацарганаар үйлдвэрлэсэн.

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

БНХАУ-ын бүтээгдэхүүн хямд үнээр, онлайнар борлуулагдаж байгаа хэдий ч чанарын хувьд болон борлуулалт үйлчилгээний хувьд хэрэглэгчдийн дунд сөрөг байдлаар танигдсан. Харин БНСУ-ын бүтээгдэхүүний хувьд үнэ өндөр боловч хэрэглэгчид органик чанар болон хүргэлт үйлчилгээнд нь ам сайтай байдаг.

Хүснэгт 137. БНСУ: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа \Навчны нунтаг бэлдмэл\

№	Үзүүлэлтүүд	Өрсөлдөх Бүт 1	Өрсөлдөх Бүт 2
1	Зах зээлд эзлэх байр суурь \хувиар\	50	50
2	Бүтээгдэхүүний чанарын баталгаа	Чанарын баталгаатай	Чанарын баталгаатай
3	Бүтээгдэхүүний ялгарах байдал	Дотоодод үйлдвэрлэсэн, найдвартай	Дотоодод үйлдвэрлэсэн, найдвартай /гэвч жимсний бэлдмэл/
4	Бүтээгдэхүүний зах зээл дэх үнэ	110гр 15000Вон	800гр 60,000Вон
5	Хэрэглэгчдэд бүтээгдэхүүнээ хүргэж буй борлуулалтын суваг	Онлайн дэлгүүрүүдээр борлогддог.	Өөрийн онлайн дэлгүүр болон томоохон сүлжээ хайпермаркетүүдээр борлогддог.
6	Хэрэглэгчдэд чиглэсэн идэвхижүүлэлтийн үйл ажиллагаа	Цэвэр органик бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг гэдгээрээ хэрэглэгчийн анхаарлыг татдаг. Шуурхай хүргэлт болон хэрэглэгчиддээ байнга зөвлөгөө өгдөг.	Цэвэр органик бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг гэдгээрээ хэрэглэгчийн анхаарлыг татдаг. Шуурхай хүргэлт болон хэрэглэгчиддээ байнга зөвлөгөө өгдөг.

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Навчны нунтаг хэлбэрээр Солонгосын дотоодын бүтээгдэхүүнүүд зах зээл дээр борлуулагдаж байна. Харин тус нунтагаар эрүүл мэндийн шахмал бэлдмэл үйлдвэрлэж буй нь “Anna’s Garden” хэмээх жижиг органик бүтээгдэхүүний үйлдвэр болно.

Хүснэгт 138. БНСУ: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа \үрийн болон жимсний тос\

№	Үзүүлэлтүүд	Тосны бэлдмэл	Тос
1	Зах зээлд эзлэх байр суурь \хувиар\	50	50
2	Бүтээгдэхүүний чанарын баталгаа	Чанарын баталгаа хангалттай бус	Чанарын баталгаа хангалттай бус
3	Бүтээгдэхүүний ялгарах байдал	БНХАУ-ын үйлдвэрээс буюу нийлүүлэгчид	БНХАУ-ын үйлдвэрээс буюу нийлүүлэгчид
4	Бүтээгдэхүүний зах зээл дэх үнэ	100 ам.доллар	100 ам.доллар
5	Хэрэглэгчдэд бүтээгдэхүүнээ хүргэж буй борлуулалтын суваг	Онлайн борлуулалтын суваг	Онлайн борлуулалтын суваг
6	Хэрэглэгчдэд чиглэсэн идэвхижүүлэлтийн үйл ажиллагаа	Онлайн борлуулалтын суваг ашиглан B2B буюу бизнес хоорондын худалдаанд зориулан борлуулдаг.	Онлайн борлуулалтын суваг ашиглан B2B буюу бизнес хоорондын худалдаанд зориулан борлуулдаг.

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Чацарганы тос нь БНСУ-д төдийлөн танигдаагүй байгаа бөгөөд зөвхөн БНХАУ-ын нийлүүлэгчид онлайнаар борлуулж байна. БНСУ-ын худалдааны холбоо болох КИТА-ийн Tradekorea.com бизнес хоорондын худалдааны сайт дээр цөөнгүй тооны нийлүүлэгчид бүтээгдэхүүнээ санал болгож байна. Тэдгээрээс үзэхэд зарим нь тос хэлбэрээр, зарим нь бүрэн боловсруулсан эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт хэлбэрээр санал болгож байна /бүтээгдэхүүний талаар өмнөх 4.4 дүгээр дэд бүлэгт дурьдсан/.

ДҮГНЭЛТ

Монгол улсаас БНСУ-ын зах зээлд нийлүүлж болох чацарганы бүтээгдэхүүн нь хөдөө аж ахуйн гаралтай, эрүүл мэнд, гоо сайханд чиглэгдсэн гэх ангилалд багтах тул чанар, стандарт, эрүүл ахуй, аюулгүй байдал талаас өндөр шаардлага тавигддаг. Түүнчлэн эрүүл мэндийн болон гоо сайхны бүтээгдэхүүнд зөвхөн зөвшөөрөгдсөн импортлогч хүлээн авах зохицуулалттай. Иймд тус улсын найдвартай, туршлагатай импортлогчтой хамран ажиллах нь чухал. Ийнхүү хамтран ажилласнаар зөвхөн бүтээгдэхүүнийг бүртгэлжүүлж, хилээр амжилттай нэвтрүүлээд зогсохгүй, зах зээлийн мэдээлэл, борлуулалтын суваг, маркетинг идэвхжүүлэлт гээд тус бүтээгдэхүүнийг тухайн зах зээлд амжилттай нэвтрүүлэхэд бүх л шатанд хамтран ажиллах зэрэг ач холбогдолтой. Өрсөлдөөний хувьд тос, тосон бүтээгдэхүүн дээр БНХАУ-ын нийлүүлэгч нартай, харин жимсний нунтаг, навчны нунтаг зэрэг зах зээлд хэдийнээ танигдсан бүтээгдэхүүний хувьд БНСУ-ын дотоодын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөхөөр байна.

Орлох бүтээгдэхүүний тухайд, хүн орхоодой хамгийн ойрын орлох бүтээгдэхүүн гэж үзэж байгаа ба улаан хүн орхоодой нь БНСУ-ын эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний зах зээлд хамгийн өндөр хувийг эзэлдэг байна.

4.8. БНСУ-ЫН ЗАХ ЗЭЭЛД ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙГ ЭКСПОРТЛОХ СТРАТЕГИ, САНАЛ

Өмнөд Солонгос улсын зах зээлд чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлох стратегийн саналыг CROSS SWOT шинжилгээний арга зүйд тулгуурлан боловсруулав.

Хүснэгт 139. БНСУ-д чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлох стратеги: CROSS SWOT шинжилгээ

		Боломж	Аюул бэрхшээл	
		1	БНСУ-ын хүн амын тоо их, худалдан авах чадвар сайн, эдийн засгийн үзүүлэлт сайн.	1
CROSS SWOT шинжилгээ	2	Органик бүтээгдэхүүний хэрэглээ ихэссэн, чацарганы талаар нийт хүн амын талаас илүү хувь нь мэддэг болсон. Органик бүтээгдэхүүний үнэ өндөр. Эрүүл мэнд, гоо сайхандаа их анхаардаг. Цайны хэрэглээ өндөр.	2	БНСУ-д тариалсан болон Монголд ургасан чацарганы чанарт онцын ялгаа гарахгүй байх
	3	Чацарганы талаар сүүлийн жилүүдэд ихэд сонирхон судлах болсон, нэр хүнд сайтайгаар хэрэглээнд нэвтэрч байгаа.	3	ХАА-н гаралтай хүнсний болон гоо сайхны бүтээгдэхүүнд тавих хяналт шалгалт хэт чангарах
	4	Чацарганы хэрэглэгчдийн дунд танигдсан хэлбэрийг харахад нарийн технологи шаардахгүй, энгийн гар аргаар үйлдвэрлэлийг илүүд үзэж байна.	4	Манай үйлдвэрүүд чанарын шаардлага хангаж чадахгүй байх, улмаар хүнсний бүтээгдэхүүн нийлүүлэхэд ээрсдэлтэй орны жагсаалтад багтах
	5	Хоёр улсын хооронд худалдааны хэлэлцээр хийх тухай яригдаж байгаа.	5	БНХАУ-ын бүтээгдэхүүнүүд хямд үнээр зах зээлийн үнэ ханшийг унагах, БНСУ-ын нийлүүлэгчид үнээ бууруулах
	Давуу тал		Давуу тал – боломж стратеги буюу богино хугацааны зорилт	Давуу тал – аюул бэрхшээл буюу дунд хугацааны зорилт
1	Монгол улс нь чацарганы ургах хамгийн тохиромжтой бүс нутагт оршдог. Органик, сайн чанарын бүтээгдэхүүн гарах бололцоотой.	<ul style="list-style-type: none"> • Мэргэжлийн холбоо, нийгэмлэгүүдтэй холбоо тогтоох • БНСУ-ын стандартыг нарийн судлан, бүтээгдэхүүнээ стандартад нийцүүлэх • Хамтарч ажиллах импортлогч олох • Онлайнаар бүтээгдэхүүнээ сурталчилан борлуулж эхлэх 	<ul style="list-style-type: none"> • Монгол чацарганы чанарын ялгаа, давуу талыг шинжлэх ухааны үндэслэлтэйгээр судлах, судалгаа ажлуудыг зохион байгуулах • Монгол чацарганы чанарын ялгаа, давуу талыг судлагааны үндсэн дээр сурталчилан таниулах 	
2	БНСУ-ын үйлдвэрлэгчидтэй харьцуулахад хямд өртгөөр бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх боломжтой.			
3	Зэрлэг чацарганаар бүтээгдэхүүн гаргах боломжтой.			

4	Түүхий эд нийлүүлэлтийн хэмжээ харьцангуй өндөр, олон нийлүүлэгчтэй байх бүрэн боломжтой	<ul style="list-style-type: none"> Сүлжээ дэлгүүрүүдээр бүтээгдэхүүнээ байршуулах 	<ul style="list-style-type: none"> Үйлдвэр болон үйлдвэрлэлийн процессуудыг чанаржуулах, стандарт, техникийн шаардлага хангахуйц хэмжээнд хүргэх
Сул тал		Сул тал – боломж стратеги буюу дунд хугацааны зорилт	Сул тал – аюул бэрхшээл буюу урт хугацааны зорилт
1	Чанарын стандарт хангалттай бус, ОУ-д болон зорилтот зах зээлд хүлээн зөвшөөрөгдөх гэрчилгээжилт байхгүй	<ul style="list-style-type: none"> Үндсэн бүтээгдэхүүн болон бусад туслах материал /сав баглаа боодол гэх мэт/ үйлдвэрлэлийн бүх шат дамжлагыг чанаржуулах Үйлдвэрүүдийг чанарын гэрчилгээжүүлэх Туршилт шинжилгээний лабораториудыг чанаржуулах, сайжруулах, гэрчилгээжүүлэх Хоёр улсын мэргэжлийн холбоод хооронд хамтран ажиллах талаар холбох 	<ul style="list-style-type: none"> Хоёр улсын хооронд чөлөөт худалдааны гэрээ байгуулах болон тус гэрээнд чацарганы ангилал мөн тарифын болон тарифын бус зохицуулалтын талаар уян хатан нөхцөл бүрдүүлэх Үйлдвэрүүд болон чанар баталгаажуулалтын байгууллага, туршилтын лабораториудын найдвартай байдал, БНСУ-ын болоод олон улсын стандарт шаардлагад хүргэх, урт хугацаанд шаардлага хангаж ажиллах талаар анхаарах
2	Түүхий эд нийлүүлэлт, үйлдвэрлэлийн шат дамжлага тогтмол чанартай бүтээгдэхүүн нийлүүлэх тал дээр найдвартай бус		
3	Хамтран ажиллахад найдвартай байдал эрсдэлтэй		

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Дээрх шинжилгээний үр дүнд үндэслэн Монгол улсаас БНСУ руу чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлох богино, дунд, урт хугацааны стратегийн саналуудыг дэвшүүлж байна.

Богино хугацааны зорилт:

- Мэргэжлийн холбоо, нийгэмлэгүүдтэй холбоо тогтоох
- БНСУ-ын стандартыг нарийн судлан, бүтээгдэхүүнээ стандартад нийцүүлэх
- Хамтарч ажиллах импортлогч олох
- Онлайнгаар бүтээгдэхүүнээ сурталчилан борлуулж эхлэх
- Сүлжээ дэлгүүрүүдээр бүтээгдэхүүнээ байршуулах

Дунд хугацааны зорилт:

- Монгол чацарганы чанарын ялгаа, давуу талыг шинжлэх ухааны үндэслэлтэйгээр судлах, судалгаа ажлуудыг зохион байгуулах
- Монгол чацарганы чанарын ялгаа, давуу талыг судлагааны үндсэн дээр сурталчилан таниулах
- Үйлдвэр болон үйлдвэрлэлийн процессуудыг чанаржуулах, стандарт, техникийн шаардлага хангахуйц хэмжээнд хүргэх
- Үйлдвэрүүдийг чанарын гэрчилгээжүүлэх
- Туршилт шинжилгээний лабораториудыг чанаржуулах, сайжруулах, гэрчилгээжүүлэх
- Хоёр улсын мэргэжлийн холбоод хооронд хамтран ажиллах талаар холбох

Урт хугацааны зорилт:

- Хоёр улсын хооронд чөлөөт худалдааны гэрээ байгуулах болон тус гэрээнд чацарганы ангилал мөн тарифын болон тарифын бус зохицуулалтын талаар уян хатан нөхцөл бүрдүүлэх
- Үйлдвэрүүд болон чанар баталгаажуулалтын байгууллага, туршилтын лабораториудын найдвартай байдал, БНСУ-ын болоод олон улсын стандарт шаардлагад хүргэх, урт хугацаанд шаардлага хангаж ажиллах талаар анхаарах

Зах зээлд нэвтрэх үнийн бодлогын хувьд өргөн хэрэглээнд гаргах, нарийн технологи шаарддаггүй бүтээгдэхүүн болон хагас боловсруулсан бүтээгдэхүүнийг тухайн зах зээл дээрх ижил төрлийн бүтээгдэхүүнээс хямд үнээр нэвтрүүлэх, харин тосоор гаргаж авсан эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн гэх мэт эцсийн хэрэглээний бүтээгдэхүүнийг өрсөлдөх, орлох бүтээгдэхүүний үнэтэй ижил түвшинд нэвтрүүлж болох юм.

Монголын чацарганы бүтээгдэхүүнийг БНСУ-д экспортлох санал:

Нэг. Салбарын манлайлагч компаниудын үүрэг, хувь нэмэр, экспортлох боломжтой чацарганы бүтээгдэхүүний нэр төрөл, тоо хэмжээ, орлого

БНСУ-д экспортлох чацарганы бүтээгдэхүүний маркетингийн 7P шинжилгээг өмнөх 4.6 бүлэгт тодорхойлсон билээ. Ирээдүйд экспортлох 3 төрлийн бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ, орлогыг 3 хувилбараар тооцов. Үүнд:

Хувилбар 1. Монголын чацаргана боловсруулах хүчин чадлын 30%-ийг ашиглах үед: /2,577.3тн/
Хувилбар 2. Монголын чацаргана боловсруулах хүчин чадлын 50%-ийг ашиглах үед: /4,295.5тн/
Хувилбар 3. Монголын чацаргана боловсруулах хүчин чадлын 70%-ийг ашиглах үед: /6,013.7тн/

Монгол улсын чацарганы боловсруулах үйлдвэрүүдэд суурилагдсан хүчин чадлын хэмжээгээр буюу 8,591 тонн байхаар тооцов. Хүн амын дотоодын хэрэгцээнд чацарганы бүтээгдэхүүний хэрэглэнэ гэж тооцсон тул хүчин чадлын ашиглалтыг 100 хувь ашиглаж бүх бүтээгдэхүүнийг экспортлоно гэсэн хувилбарыг оруулаагүй болно. Дээрх 3 хувилбар тус бүрээр үйлдвэрлэх боломжит бүтээгдэхүүний хэмжээг тооцохдоо дараах орц, нормыг ашиглалаа. Үүнд:

- Жимсний нунтгийг агаараар үлээлгэн хатаах технологиор гаргадаг ба дунджаар 7.5 кг жимснээс 1 кг нунтаг гардаг байна /meviveinternational.com/
- 100 кг навчнаас 12.4 кг хуурай нунтаг /www.moringanews.org/documents/ECotogoUK.doc/

- 100 кг жимснээс CO2 аргаар хандалахад 7.3 кг тос /Nika Pavlovie et all, 2016 / зэрэг эх сурвалжууд дээр үндэслэв.

Тосны үнийн хувьд, 2016 онд Монос Хүнс ХХК-ийн БНСУ-д экспортлож байсан үрийн тосны 1 кг-ийн үнэ 78.80 ам.доллар болж байсан бол харин 2019 оны БНХАУ-ын хамгийн хямд хилийн үнэ 1 кг нь 100 ам.доллар байна. Иймд БНХАУ-ын үнээр тооцсон. Харин жимсний болон навчны нунтгийн хувьд БНСУ-д эцсийн хэрэглэгчдэд зориулан савласан бэлэн бүтээгдэхүүний үнээр тооцсон.

Хүснэгт 140. БНСУ-д экспортлох боломжтой чацарганы бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ ба орлогын төсөөлөл

Бүтээгдэхүүн	Экспортлох тоо хэмжээ \тонн\			Бүтээгдэхүүн ний дундаж үнэ, ам.дол	Нийт орлого, ам.доллар		
	Хувилбар 1	Хувилбар 2	Хувилбар 3		Хувилбар 1	Хувилбар 2	Хувилбар 3
Жимсний нунтаг	114.55	190.91	267.28	18.61 /100гр	21.3 сая	35.5 сая	49.7 сая
Навчны нунтаг	106.5	177.55	248.57	9.75 /100гр	10.4 сая	17.3 сая	24.2 сая
Жимсний тос	62.7	104.5	146.3	100.00 /кг	6.3 сая	10.5 сая	14.6 сая
Нийт дүн	283.25	472.96	662.15		38 сая	63.3 сая	88.5 сая

- Тоо хэмжээг хувилбар тус бүрт бүтээгдэхүүнүүдэд тэнцүү хуваан тооцсон.
- Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Дээрх ойролцоо тооцооллоос харахад, жимсний тосноос илүүтэй жимсний нунтаг, навчны нунтагаас их орлого олох боломжтой байна. Монголын боловсруулах үйлдвэрүүд суурилагдсан хүчин чадлынхаа 30 хувийг ашиглаж дээрх 3 төрлийн бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэхэд 38.0 сая ам.долларын, хүчин чадлынхаа 70 хувийг ашиглахад 88.5 сая ам.долларын ашиг олох тооцоо гарч байна. Жимсний нунтаг бүтээгдэхүүн хамгийн өндөр орлоготой байхаар боловч чанарын шаардлага, тээвэрлэлтийн нөхцөл, зардал, гаалийн тарифын хувь хэмжээг анхаарах нь чухал.

Хоёр. Чацарганы бүтээгдэхүүн боловсруулах талаарх тухайн улсын технологи, судалгаа ба хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн, баглаа боодлын ерөнхий шийдэл, инноваци төвлөрөх байршил, тээвэрлэлтийн боломж

Тухайн улсын зах зээлд эрэлт өндөр, Монгол улсад үйлдвэрлэх боломжтой гэж тодорхойлсон 3 бүтээгдэхүүний технологи, бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт, сав баглаа боодлын ерөнхий шийдлийг тус бүрт нь ялгаж орууллаа.

Хүснэгт 141. БНСУ-д экспортлох Бүтээгдэхүүн 1 /Жимсний нунтаг/

Үзүүлэлтүүд	Санал
Технологи	Жимсний нунтаг гаргах нь хялбар буюу нарийн технологи шаардлагагүй. Харин үйлдвэрлэлийн шат дамжлага, процесс нь чанарын өндөр хяналттай, БНСУ-ын стандартад нийцсэн эрүүл ахуй, аюулгүй байдлын хэмжээнд явагдах шаардлагатай. Үүнд зөвхөн жимсний нунтаг төдийгүй, сав баглаа боодлын үйлдвэр, түүний түүхий эд, тээвэрлэлт, гэх мэт бүтээгдэхүүн эцсийн хэрэглэгчийн гар дээр очих хүртэл бүх шат хамаарна. Гэсэн хэдийч нунтаглах арга нь технологийн хувьд агаараар шүршин хатаах арга нь түгээмэл байна.
Судалгаа ба хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн	Жимсийг нунтаглах хэд хэдэн арга технологи байх бөгөөд түүнчлэн нунтгийг шахмал эсхүл капсул хэлбэрт оруулах гэх мэт арга технологиудыг судлан турших.
Баглаа боодлын ерөнхий шийдэл	Баглаа боодлын хамгийн хялбар хэлбэр бол уутат савлагаа. Харин органик стандартыг хангахын тулд шилэн савлагаа байвал зохимжтой.
Инноваци төвлөрөх байршил	Хөдөө аж ахуй, Хүнс, Хөдөөгийн асуудал эрхлэх яам нь аливаа хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүний инноваци, судалгаа, шинжилгээний ажлыг төвлөрүүлэн авч үздэг. Харин судалгааны ажил болон бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийг их сургуулиудын дэргэдэх эрдэм шинжилгээний хүрээлэн, лабораториуд ихэвчлэн явуулдаг.

Тээвэрлэлтийн боломж	Органик бүтээгдэхүүний тээвэрлэлт чанарын доголдолгүй мөн хүргэлт түргэн байх нь зохимжтой. Агаарын тээвэр ашиглан тээвэрлэх нь бүтээгдэхүүнийг түргэн, найдвартай хүргэхэд дөхөм боловч өртгийг нэмэгдүүлнэ. Харин газраар буюу төмөр зам, усан тээврийг ашиглах нь зардлыг хэмнэх боловч мөн хугацааны хувьд анхаарах нь зүйтэй буюу учир нь газраар найдвартай, түргэн тээвэрлэх логистикийг бүрдүүлэх бүрэн боломжтой.
----------------------	--

Жимсний нунтаг бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл нь нарийн технологи шаардахгүй бөгөөд жимсийг ялгах, хатаах, нунтаглах гэх мэт шат дараалалтай явагддаг. Үүнд хатаах технологи нь хэд хэдэн хэлбэртэй байх боловч БНСУ-д агаараар шүршин хатаах аргыг түгээмэл хэрэглэж байна. Экспортлогчдын хувьд зөвхөн үндсэн бүтээгдэхүүнийг стандартад нийцүүлэхэд анхаараад зогсохгүй сав баглаа боодлын эрүүл ахуй, техникийн шаардлагад өндөр ач холбогдол өгөх нь зүйтэй.

Хүснэгт 142. БНСУ-д экспортлох Бүтээгдэхүүн 2 /Навчны нунтаг/

Үзүүлэлтүүд	Санал
Технологи	Навчны нунтаг, мөн шахмал үрэл гаргах зэрэг нь нарийн технологи, тоног төхөөрөмж шаардахгүй бөгөөд харин сав баглаа боодолд анхаарах нь зүйтэй. Гоо сайхны бүтээгдэхүүний хувьд, чацаргана нь орц найрлага хэлбэрээр орох тул хэрэглэгчийн гар дээр очих бүтээгдэхүүний ерөнхий үйлдвэрлэлийн технологийг баримтална. Навчны үрлэн хэлбэр бүхий бэлдмэл нь хэд хэдэн шат дарааллаар явагдах бөгөөд хатаах, нунтаглах, барьцалдуулах, үрлэн хэлбэрт шахах, савлах гэх мэт болно.
Судалгаа ба хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн	Навчны нунтаг олон төрлийн бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт хийж байгаа бөгөөд үүн дотор гоо сайхны бүтээгдэхүүн, навчны цай, навчны гоймон хэлбэрээр түлхүү ашиглагдаж байна.
Баглаа боодлын ерөнхий шийдэл	Сав баглааны хувьд органик бүтээгдэхүүнд зориулагдсан гэрэл нэвтэрдэггүй шилэн сав байх нь хамгийн тохиромжтой. Мөн сайн чанарын хуванцар байж болно.
Инноваци төвлөрөх байршил	Хөдөө аж ахуй, Хүнс, Хөдөөгийн асуудал эрхлэх яам нь аливаа хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүний инноваци, судалгаа, шинжилгээний ажлыг төвлөрүүлэн авч үздэг. Харин судалгааны ажил болон бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийг их сургуулиудын дэргэдэх эрдэм шинжилгээний хүрээлэн, лабораториуд ихэвчлэн явуулдаг.
Тээвэрлэлтийн боломж	Органик бүтээгдэхүүний тээвэрлэлт чанарын доголдолгүй мөн хүргэлт түргэн байх нь зохимжтой. Агаарын тээвэр ашиглан тээвэрлэх нь бүтээгдэхүүнийг түргэн, найдвартай хүргэхэд дөхөм боловч өртгийг нэмэгдүүлнэ. Харин газраар буюу төмөр зам, усан тээврийг ашиглах нь зардлыг хэмнэх боловч мөн хугацааны хувьд анхаарах нь зүйтэй буюу учир нь газраар найдвартай, түргэн тээвэрлэх логистикийг бүрдүүлэх бүрэн боломжтой.

Навчны нунтаг бэлдэх нь жимсний нунтаг бэлдэхтэй ижил технологи, шат дарааллаар явагдаж байна. Харин нунтагласан навчыг ашиглан үрлэн хэлбэртэй эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн гарган авах нь бүрэн бололцоотой байна. Технологийн хувьд мөн нарийн тоног төхөөрөмж, арга хэрэгсэл шаардагдахгүй.

Хүснэгт 143. БНСУ-д экспортлох Бүтээгдэхүүн 3 /жимсний болон үрийн тос/

Үзүүлэлтүүд	Санал
Технологи	Тосыг хүйтэн CO ₂ аргаар гарган авах нь дэлхий дахинд хамгийн түгээмэл байгаа бөгөөд харин БНСУ-д тос гарган авах талаар төдийлөн хөгжөөгүй байна. Сүүлийн жилүүдэд эрчимтэй судалж эхэлсэн.
Судалгаа ба хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн	Тосоор гоо сайхны бүтээгдэхүүн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн, эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх боломжтой бөгөөд БНХАУ-аас төрөл бүрийн бүтээгдэхүүн нэвтэрч байна. Тухайлбал, шууд уух Omega-7 буюу тосон үрэл хэлбэрт оруулсан бүтээгдэхүүн, гоо сайхан, эмчилгээнд зориулсан жижиг савлагаатай тос гэх мэт.
Баглаа боодлын ерөнхий шийдэл	Тосыг их хэмжээгээр буюу боловсруулах үйлдвэрт зориулан гаргах бол бүтээгдэхүүний чанарыг алдагдуулалгүйгээр тээвэрлэхэд тохиромжтой байдлаар сав баглааг шийднэ. Харин эцсийн хэрэглэгчдэд зориулан жижиг савлагаатай байх бөгөөд тус савлагаа нь мөн эрүүл ахуйн стандартад нийцсэн байх шаардлагатай болно.

Инноваци төвлөрөх байршил	Хөдөө аж ахуй, Хүнс, Хөдөөгийн асуудал эрхлэх яам нь аливаа хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүний инноваци, судалгаа, шинжилгээний ажлыг төвлөрүүлэн авч үздэг. Харин судалгааны ажил болон бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийг их сургуулиудын дэргэдэх эрдэм шинжилгээний хүрээлэн, лабораториуд ихэвчлэн явуулдаг.
Тээвэрлэлтийн боломж	Тосыг их хэмжээгээр боловсруулах үйлдвэрт зориулан экспортлох тохиолдолд газраар буюу төмөр замаар гаргаж, БНХАУ-ын далайн боомтоор дамжуулан усаар тээвэрлэх нь хамгийн өртөг багатай.

Тос нь хэдийгээр эцсийн хэрэглэгчдийн шууд хэрэглээнд танигдаагүй байгаа боловч боловсруулах үйлдвэрүүдэд зориулан нийлүүлэх бүрэн бололцоотой. Гэсэн хэдий ч мөн шууд хэрэглээнд зориулагдсан бүтээгдэхүүнүүд БНХАУ-аас нэвтрүүлэхээр зорьж байгаа тул бидэнд тийнхүү бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт хийх боломж байна. Сав баглаа боодол болон тээвэрлэлтийн хувьд чанарыг алдагдуулалгүйгээр хямд өртөгтэйгээр шийдвэрлэх нь чухал.

Гурав. Бүтээгдэхүүн нийлүүлэх худалдааны сувгийн хувьд эдийн засгийн үр өгөөжтэй байх шийдэл

Борлуулалтын сувгийн тухайд, онлайнаар борлуулах нь хамгийн хямд, хялбар арга хэдий ч тус улсын голлох супермаркет, сүлжээ дэлгүүрүүдээр борлуулалтын сувгийг төрөлжүүлэх нь чухал. Цахим худалдааны сайтаар дамжин шууд зах зээлд нэвтэрч болох бөгөөд хүнсний болон хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүнийг шууд цахим сүлжээгээр борлуулахад заавал урьдчилан бүртгүүлсэн байх шаардлагатай болно.

Хүснэгт 144. БНСУ-д экспортлох бүтээгдэхүүний худалдааны суваг, зохицуулалтын арга хэмжээ

Худалдааны сувгууд	Одоогийн байгаа нөхцөл	Санал
Онлайн суваг	Хамгийн хялбар, хямд өртөгтэй бөгөөд хурдацтай хөгжиж буй суваг	Тосыг онлайнаар борлуулах нь илүү үр дүнтэй. Учир нь тосны хувьд бидний зорилтот хэрэглэгчид бол эрүүл мэнд, гоо сайхны бүтээгдэхүүн боловсруулах үйлдвэрүүд юм. Тус үйлдвэрүүдтэй шууд холбогдож болох боловч мөн Онлайн сувгийг ашиглан бүтээгдэхүүнээ сурталчилах нь зүйтэй.
Сүлжээ жижиг дэлгүүр супермаркет, хайпермаркет	Хүнсний бүтээгдэхүүний хувьд тус сувгийг ашиглан барааг тараан байршуулах нь үр дүнтэй	Жимсний нунтаг болон навчны нунтаг бэлдмэл бүтээгдэхүүнийг хүнсний сүлжээ дэлгүүр, супермаркет, төрөлжсөн дэлгүүрээр борлуулах нь өндөр ач холбогдолтой байна гэж үзэж байна. Манай улсад салбараа нээсэн Имарт хайпермаркет болон жижиг сүлжээ дэлгүүр болох СУ компаниудтай бүтээгдэхүүнээ экспортод гаргах талаар санал солилцох, хамтран ажиллах нь үр дүнтэй.

Онлайнаар бүртгүүлэн худалдаа эрхлэхэд Солонгосын Олон улсын Худалдааны Байгууллагын /KITA/ бизнес хооронд бүтээгдэхүүн борлуулах боломжийг олгодог www.tradekorea.com сайтад бүртгүүлэхээс эхэлж болно. Мөн хайпермаркет, супермаркет болон бусад сүлжээ дэлгүүртэй хамтран ажиллаж болох бөгөөд үүний тулд дотоодын импортлогч, төлөөлөгч эсхүл дистрибютертэй хамтарч ажиллах нь илүү үр дүнтэй.

Дөрөв. Монголын чацаргана тариалагч, жимс боловсруулагч, экспортлогч компаниуд, дэмжих байгууллагуудын зүгээс хамтран шийдэх ажил, хэрэгжүүлэх үйл ажиллагаа, хяналт-шинжилгээ хийх арга механизм

Хүснэгт 145. БНСУ: Оролцогч талуудын хамтын ажиллагааны санал

Хамтран шийдэл асуудал	Тариалагчдын гүйцэтгэх ажил	Боловсруулагчдын гүйцэтгэх ажил	Экспортлогч компаниудын гүйцэтгэх ажил	Дэмжих байгууллагуудын зүгээс гүйцэтгэх ажил
1. Бүтээгдэхүүнийг чанарын стандарт, гэрчилгээжилт	Чацарганы сорт, тариалалтыг техник	Үйлдвэр болон үйлдвэрлэлийн процессуудыг чанаржуулах,	БНСУ-ын стандартыг нарийн судлан, бүтээгдэхүүнээ	ХХААХҮЯ МЖЖҮХ МҮХАҮТ

<p>/ISO, HACCP, MAFRA Organic, гэх мэт/-д хамруулах, 2. Үйлдвэрүүдийг чанарын гэрчилгээжүүлэх 3. Туршилт шинжилгээний лабораториудыг чанаржуулах, сайжруулах, гэрчилгээжүүлэх БНСУ-ын ХЭАБЯ-ны хяналтын хороогоор оруулж бүртгүүлэх. 4. Сав баглаа боодлоо стандартад нийцүүлэх</p>	<p>шаардлага, стандартын дагуу нийцүүлэх</p>	<p>стандарт, техникийн шаардлага хангахуйц хэмжээнд хүргэх Сав баглаа боодлыг мөн эрүүл ахуй, органик бүтээгдэхүүний стандартад нийцүүлэх, сав багдаа боодлын болон туслах материалын нийлүүлэгчдийн стандартыг хангаж ажиллах, найдвартай байдалд анхаарах</p>	<p>стандартад нийцүүлэх</p>	<p>1. Үйлдвэрүүд болон чанар баталгаажуулалтын байгууллага, туршилтын лабораториудын найдвартай байдал, БНСУ-ын болоод олон улсын стандарт шаардлагад хүргэх, урт хугацаанд шаардлага хангаж ажиллах талаар анхаарах. Чанарын гэрчилгээжилтийн байгууллагуудыг ХЭАБЯ-нд бүртгүүлэхэд анхаарах. 2. Монгол чацарганы чанарын ялгаа, давуу талыг шинжлэх ухааны үндэслэлтэйгээр судлах, судалгаа ажлуудыг зохион байгуулах.</p>
<p>Зах зээлд нэвтрэх, бүтээгдэхүүн байршуулах</p>		<p>Онлайнаар бүтээгдэхүүнээ сурталчилан борлуулж эхлэх Сүлжээ дэлгүүрүүдээр бүтээгдэхүүнээ байршуулах</p>	<p>Импортлогчтой хамтран зар сурталчилгаа, борлуулалтыг суваг төрөлжүүлэлт /сүлжээ дэлгүүрүүдээр борлуулах/ зэрэг ажлыг гүйцэтгэх</p>	<p><u>МЖЖҮХ</u> <u>МҮХАҮТ</u> Мэргэжлийн холбоо, нийгэмлэгүүдтэй холбоо тогтоох, хамтарч ажиллах, үйлдвэрлэгчдийг бүтээгдэхүүнээ гаргахад тус байгууллагуудтай холбож өгөх, мэдээлэл, зөвлөгөөгөөр хангах, хамтрагч импортлогч олоход нь дэмжлэг үзүүлэх</p>
<p>Хоёр улсын хооронд чөлөөт худалдааны гэрээ байгуулах болон тус гэрээнд чацарганы ангилал мөн тарифын болон тарифын бус зохицуулалтын талаар уян хатан нөхцөл бүрдүүлэх</p>				<p><u>Засгийн газар</u> Худалдааны тарифын болон тарифын бус зохицуулалтыг хөнгөвчлөхөд анхаарах, Тарифын хувь хэмжээг бууруулах, Хөдөө аж ахуйн гаралтай тэр дундаа чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүнд худалдааны таатай нөхцлийг бүрдүүлэхэд анхаарах <u>МЖЖҮХ</u> Чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүний холбогдох БТКУС код, таатай тарифын бус зохицуулалт, хамгийн доод татвар, тарифын хэмжээ зэргийг судлан санал оруулах</p>

Монгол чацарганы бүтээгдэхүүнийг БНСУ-ын зах зээлд нэвтрүүлэхэд манай өртгийн сүлжээнд оролцогч талууд бүгд хамтарч ажиллах нь чухал байна. Учир нь зөвхөн үйлдвэрлэгч болон экспортлогчдод найдах нь урт хугацаанд манай чацарганы бүтээгдэхүүнийг нийлүүлэх боломж, замыг хаах өндөр эрсдэлтэй. Тодруулбал, нэг экспортлогчийн гаргасан бүтээгдэхүүнээс чанарын доголдол ямар нэг ноцтой байдлаар илэрбэл зөвхөн тухайн экспортлогчийг хориглоод зогсохгүй, зөрчил хэр ноцтой вэ гэдгээс хамаарч тус улсын хэрэглэгчдийн дунд Монгол улсын чацарганы

бүтээгдэхүүнийг чанар муутай хэмээн үзэх, цаашлаад улсын хэмжээнд импортлохыг хориглох хүртэл арга хэмжээ авах аюултай. Иймд манай тариалагчид, нийлүүлэгчид, боловсруулагчид, экспортлогчид, холбогдох хяналтын болон дэмжих чиг бүхий оролцогчидтой нягт хамтран ажиллах нь чухал байна.

Тав. Худалдаанд тулгарах саад хориг, бэрхшээл, шийдвэрлэх арга зам, хувилбар

Аливаа улсын хооронд худалдааны саад бэрхшээл нь тарифын болон тарифын бус гэсэн хоёр хэлбэрээр илэрдэг.

Хүснэгт 146. БНСУ-тай хийх худалдаанд тулгарах саад хориг, бэрхшээл, шийдвэрлэх арга зам

Худалдааны саад хориг, бэрхшээл	Шийдвэрлэх арга зам	
	Хувилбар 1	Хувилбар 2
Тарифын бус саад тотгор, Импортын зөвшөөрөл, лиценз	Өнөөгийн нөхцөлд, экспортлогч буюу манай боловсруулах үйлдвэрүүд БНСУ-ын ХАА-н гаралтай бүтээгдэхүүн, хүнсний бүтээгдэхүүн, импортын хүнсний бүтээгдэхүүний аюулгүй байдлын холбогдох хууль, дүрэм журмыг баримтлан ажиллах нь чухал. <i>/дэлгэрэнгүйг доор бичив./</i>	Хоёр улсын Засгийн газар хооронд худалдааны хэлэлцээр байгуулах буюу түүндээ ХАА-н болон хүнсний, тэр дундаа чацарганы бүтээгдэхүүний БНСУ-д экспортлоход тарифын бус зохицуулалтыг сулруулах, таатай нөхцөл бүрдүүлэхэд анхаарах нь чухал.
Тарифын саад тотгор	Бүтээгдэхүүнийг экспортод гаргахдаа HS кодыг зөв ашиглах нь БНСУ-ын импортын татварын хувь хэмжээг урьдчилан тооцоолох, бууруулах бололцоог бүрдүүлнэ.	Худалдааны хэлэлцээр байгуулахад чацарганы холбогдолтой бүтээгдэхүүний HS кодыг хэлэлцээрт тодорхой зааж оруулах, түүнд ногдуулах импортын татварын хувь хэмжээг багаар тогтоох нь чухал

Импортын зөвшөөрөл, лиценз:

- Хүнс, эрүүл мэндийн хүсний нэмэлт бүтээгдэхүүн, гоо сайхны бүтээгдэхүүн нь заавал урьдчилан шинжилгээнд хамрагдаж, бүртгэгдсэн байх шаардлагатай. Ийнхүү бүтээгдэхүүнийг бүртгүүлэхэд болон худалдаа эрхлэлтийн зөвшөөрөл, барааг нэвтрүүлэх зөвшөөрөл, барааны холбогдох бүртгэл, гэрчилгээжүүлэлт зэрэгт дотоодын импортлогчтой хамтран ажиллах зайлшгүй шаардлагатай.
- Хүнсний болон эрүүл мэндийн хүсний нэмэлт бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэгч нь Импортын хүнсний аюулгүй байдлын тусгай хуулийн дагуу бараагаа гаальд мэдүүлэхээс өмнө буюу хилийн боомт дээр ирэхээс дор хаяж 7 хоногийн өмнө албан ёсоор онлайнаар **Хүнсний аюулгүй байдлын албанд** бүртгүүлсэн байх (Гоо сайхны бүтээгдэхүүний хувьд мөн хамаарна). **Хэрэв урьдчилан бүртгүүлээгүй бол импортын мэдэгдэл буцаагдана. Бүртгэлийн хүчинтэй хугацаа нь 2 жил бөгөөд сунгуулах тохиолдолд хүчинтэй хугацаа дуусахаас 7 хоногийн өмнө хүсэлтээ гаргасан байна. Сунгалтын хүсэлтийг шуудан эсвэл цахим хэлбэрээр ирүүлж болно (impfood.mfds.go.kr).** Ийнхүү бүртгүүлэхэд:
 - Компаний нэр
 - Байршил болон холбогдох хаяг
 - Үйлдвэрийн нэр
 - Үйлдвэрийн эзэмшигч, хариуцагч
 - Үйлдвэрийн байршил, холбоо барих хаяг
- Бүртгүүлсэн компаний үйлдвэр дээр БНСУ-ын ХЭАБЯ-аас очиж шалгалт хийж болох бөгөөд татгалзсан тохиолдолд бүтээгдэхүүнийг хилээр нэвтрүүлдэггүй байна. Мөн ийнхүү бүртгэх нь зөвхөн гол импортлох бүтээгдэхүүн төдийгүй түүний сав, баглаа боодлын үйлдвэрт мөн хамаатай.
- Үйлдвэрлэгч нь өөрийн импортлогчоор дамжуулан дараах бичиг баримтыг гаалийн байгууллагад гарган өгч бүрдүүлэлтийг хийнэ:
 - Үнийн нэхэмжлэх
 - Ачааны манифест

- Баглаа боодлын жагсаалт
- Орц найрлагын шинжилгээ, тун хэмжээний талаар дэлгэрэнгүй
- Үйлдвэрлэлийн, боловсруулалтын арга техник
- Жимсний гаралтай бүтээгдэхүүн тул ургамалын хорио цээрийн гэрчилгээ /sanitary and phytosanitary (SPS)certificate/
- Эрүүл мэнд, эрүүл ахуйн гэрчилгээ
- Бусад шаардагдах бичиг баримт жишээ нь органик гэрчилгээ, генийн өөрчлөлттэй бүтэц агуулаагүй тухай гэрчилгээ, гэх мэт.

Эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнд нэмэлтээр:

- Шинжилгээний гэрчилгээ /үйлдвэрлэгчээс гаргасан/
- Чөлөөт худалдааны гэрчилгээ

Гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг худалдаалах зөвшөөрлийн хүрээнд ХЭАБЯ-наас дараах бичиг баримтыг мөн шаарддаг:

- Аюулгүй байдал, үр нөлөөг баталгаажуулах мэдээлэл
- Гарал үүсэл, бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийн талаар мэдээлэл
- Дан тунгийн хоруу чанарын сорилын мэдээлэл
- Арьсны сөрөг нөлөөллийн сорилын үндсэн мэдээлэл
- Цочроох сорил, бусад салстын цочмог туршилтын өгөгдлүүд
- Арьсны мэдрэмтгий байдлын туршилтын өгөгдөл
- Фотоготокси ба фото мэдрэмжийн шинжилгээний өгөгдөл
- Хүн дээр туршилтын мэдээлэл
- Үр дүнгийн туршилтын өгөгдөл
- Стандарт, сорилын аргын мэдээлэл
- Бүтээгдэхүүний онцлогоос хамаарсан бусад шаардагдах бичиг баримт

Зах зээлд шинээр нэвтэрч буй хүнс, эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт, гоо сайхны бүтээгдэхүүнд зөвшөөрөл, лиценз авахад мөн заавал БНСУ-ын Технологи, стандартын газар /KATS/-ийн магадлан итгэмжлэгдсэн лабораторид бүтээгдэхүүний дээжийг шинжлүүлсэн байх шаардлагатай бөгөөд БНСУ-д байрлалтай 140 гаруй лаборатори магадлан итгэмжлэгдсэн байна. Тухайлбал:

Хүснэгт 147. БНСУ-ын магадлан итгэмжлэгдсэн лабораториудын жагсаалт

Но.	Нэр	Вебсайт	Шинжилгээ, туршилт
1	Korea Advanced Food Research Institute	www.kafri.or.kr	Food*, Health functional food, Additives, Packages, Qualitative GMO testing, Irradiated food testing
2	Korea Advanced Food Research Institute – Pusan Branch	www.kafri.or.kr	Food, Health functional food, Additives, Packages, Qualitative GMO testing
3	Korea Basic Science Institute – Seoul Center	www.kbsi.re.kr	Dioxin
4	Korea Research Institute of Analytical Technology	www.anapex.com	Food, Health functional food, Additives, Packages, Qualitative GMO testing
5	Korea Health Supplement Institute	www.khsi.re.kr	Food, Health functional food, Additives, Packages, Irradiated food testing, Radioactivity testing, Qualitative GMO testing
6	Kogene Biotech	www.kogene.co.kr	Qualitative GMO testing
7	SGS Testing Korea	www.kr.sgs.com/kr	Food, Health functional food,
8	JPNC	www.jnc.co.kr	Qualitative GMO testing
9	Industry-Academic	http://iacf.chosun.ac.kr/	Radioactivity testing in food
10	Institute for Nuclear Science	http://wcms.jejunu.ac.kr/arsri/index.jsp	Radioactivity testing in food
11	NeosisKorea	http://www.neosiskorea.com/	Radioactivity testing in food

12	Radioactivity Testing Center,	http://hanarad.com	Radioactivity testing in food
13	Radioactivity Testing Center,	www.hdx.co.kr	Radioactivity testing in food,
14	Pinnacle CALS Branch	Phone: 82-70-8879-0623	GMO testing for food, health

**Хүнсний сорилт нь биет болон химийн, бичил биетэн, химийн үлдэгдлийн сорилыг тооцож болно.*

ДҮГНЭЛТ

Монголын экспортлогчид БНСУ-ын чанар стандартыг урьдчилан сайтар судлаж, түүнд нийцүүлэн бүтээгдэхүүнээ гаргахгүй бол тус улсын Хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах хууль, Импортын хүнсний аюулгүй байдлын тухай хуулийн хүрээнд хяналт маш өндөр байдаг бөгөөд хэрэв ямар нэг асуудал илэрвэл экспортлогчийн бүтээгдэхүүнийг нэвтрүүлэх, худалдаалахыг хориглоод зогсохгүй цаашлаад Монголын чацарганы худалдааг хориглох хүртэл арга хэмжээ авч болно гэдгийг сайтар анхаарах шаардлагатай.

Бүтээгдэхүүний хувьд, БНСУ нь органик чанарт өндөр ач холбогдол өгч байгаа тул энэ талаар анхаарч, сурталчилан таниулах нь чухал байна. Үүнд чацаргана жимсийг сурталчилаад зогсохгүй гол нь Монголд ургасан чацаргана, БНСУ-д болон БНХАУ-д ургасан чацарганаас юугаараа давуу болон онцлог гэдгийг шинжлэх ухааны үндэслэлтэйгээр нотлон сурталчилах нь өндөр ач холбогдолтой.

Боловсруулалт, технологийн тухайд одоогоор зах зээлд борлуулагдаж буй хэлбэрүүд нь нарийн технологи шаардахгүй бөгөөд ихэвчлэн жимсний нунтаг, навчны нунтаг, навчны цай, жимсний нунтаг бэлдмэл, навчны шахмал бэлдмэл зэрэг болно. Иймд энэ талаараа манай боловсруулагч нарт боломж байгаа нь харагдаж байна. Харин тосны тухайд, сүүлийн жилүүдэд сонирхон судлаж байгаа нь цаашид тосны хэрэглээ ихсэж болох юм гэсэн дүгнэлтэд хүргэж байна.

Борлуулалтын сувгийн тухайд, онлайн-аар борлуулах нь хамгийн хямд, хялбар арга хэдий ч тус улсын голлох супермаркет, сүлжээ дэлгүүрүүдээр борлуулалтын сувгийг төрөлжүүлэх нь чухал юм.

Зах зээлд нэвтрэхэд анхаарах зүйлс

- Үйлдвэрлэл болон боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх /НАССР, ISO, etc./.
- Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд онлайн-аар бүртгүүлэх.
- Онлайн борлуулалтын сайтуудад бүртгүүлнэ.
- Импортлогч/ борлуулагч/ төлөөлөгчтэй холбогдож хамтран ажиллах.
- Хүргэлтийн найдвартай байдалд анхаарах

Гаалийн хяналт болон хүнсний бүтээгдэхүүний туршилт шинжилгээ нь ихэвчлэн 2 долоо хоног зарцуулдаг. ХЭАБЯ нь хөдөө аж ахуйн гаралтай хүнсний бүтээгдэхүүн, шууд хэрэглээнд бэлэн савлагдсан бүтээгдэхүүн, эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн, хүнсний нэмэлт, хүнсний сав баглаа боодол болон гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг импортоор хүлээн авсан даруйд эрүүл ахуй, аюулгүй байдлын үзлэг шинжилгээг хариуцдаг. Холбогдох шинжилгээ, түүний явагдах журмын талаар албан ёсны вебсайтаас үзэх боломжтой.

ТАВДУГААР БҮЛЭГ. ТАЙВАНИЙ ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СУДАЛГАА, ШИНЖИЛГЭЭ

5.1. ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН PESTLE ШИНЖИЛГЭЭ

Тайваний гадаад худалдааны тааламжтай байдал, гадаад худалдааны хууль, эрх зүйн орчин, нийгэм, эдийн засгийн байдал зэрэг улс орны байдлын талаар тоймлон судалснаас гадна тухайн улсад чацарганаар үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн импортлоход тавигдах шаардлага, стандарт, холбогдох хууль дүрэм, журмыг судаллаа.

УЛС ТӨРИЙН ОРЧИН

Тайвань (хят. 臺灣) буюу БНХАУ гэсэн утгатай. 1949 оноос хойш Дорно Азийн Тайвань арлыг эзлэн оршиж баруун талаараа Тайваний хоолой, хойд талаараа Дорнод Хятадын тэнгис, зүүн талаараа Филиппиний тэнгисээр хүрээлүүлж, Хятад, Японтой далайгаар хиллэдэг. Нийслэл нь Тайпей.

Тайвань улс нь ДХБ, АПЕК-н гишүүн орон бөгөөд Номхон Далайн баруун хэсэгт оршиж БНХАУ ба Барууныг холбодог гарц болсон. Тайвань нь Номхон далайн өрнө зах дахь Тайвань арал болон орчин тойрны Пэнху, Мацу, Лань, Лудао гэх мэт олон жижиг арлын 36,193 км² газрыг эзлэн оршдог.

Тайвань нь албан ёсоор БНХАУ-ын өөртөө засах эрхтэй арлуудын нэг бөгөөд 4 жилд нэг удаа ерөнхийлөгчийн сонгууль хийдэг. Ерөнхийлөгч Цай Инг-Вэн 2016 оны 5-р сарын 20-нд сонгогдсон. Тайвань улсын Засгийн газрын бүтэц нь гүйцэтгэх засаглалын, хуулийн, шүүхийн, шалгах, хянах гэсэн 5 яам /уан/-аас бүрддэг.

Тайваний Засгийн газрын орлого 2016 онд 88.2 тэрбум ам.доллар байсан бөгөөд зардал 97.3 тэрбум ам.доллар байсан. Энэ нь Тайваний Засгийн газрын цэвэр зээл 2016 онд 911.6 сая ам.доллар буюу сөрөг гарсан нь эдийн засгийн өсөлтийг хангахын тулд Засгийн газраас хангалттай санхүүгийн эх үүсвэрийг бүрдүүлээгүйг харуулж байна.

Хүснэгт 148. Тайваний дэлхийн түвшинд эрэмбэлэгдсэн байдал /эзэлж буй байраар/

Үзүүлэлтүүд	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Улс төрийн тогтвортой байдал	0.87	0.77	0.92	0.93	0.89	
Улс төрийн богино болон урт хугацааны эрсдэл /1-эрсдэл бага, 7- эрсдэлтэй/	1	1	1	1	1	1
Авилгын түвшин	61	61	62	63	61	63
Эдийн засгийн чөлөөт байдлын индексийн хувьд эзэлсэн байр*	20	17	14	14	11	13
Эдийн засгийн чөлөөт байдлын индекс*	72.4	73.9	75.1	74.7	76.5	76.6

Эх сурвалж: *The heritage foundation 2013.2014.2015.2016.2017.2018 index of Economic freedom*

Улс төрийн богино болон урт хугацааны эрсдэл. “Credendo Group” олон улсын байгууллагаас гаргадаг үнэлгээ бөгөөд гадаад худалдаанд улс төрийн зүгээс учруулж болохуйц богино хугацааны эрсдэл мөн 2-с дээш жил нөлөөлөхүйц урт хугацааны эрсдлийг тодорхойлдог. Тодруулбал, гадаад валютын ханшийн хомсдол, дайн, хувьсгал, байгалийн гамшиг, засгийн газрыг эсэргүүцэх зэрэг үйлдлүүдийн эрсдлийг хамарна.

Авилгын түвшин нь Транспэрэнси Интернэшнл олон улсын байгууллагаас гаргадаг үзүүлэлт бөгөөд Авлигын төсөөллийн индекс нь төрийн салбарын авлига, засаг захиргааны болон улс төрийн авлигын талаарх ойлголтыг харуулдаг үзүүлэлт юм. Шалгуур үзүүлэлт нь олон төрлийн нэр хүнд бүхий байгууллагаас цуглуулсан авлигын судалгаа, үнэлгээний мэдээлэл ашиглан тодорхойлогдоно.

Худалдааны чөлөөт байдлын индекс. “Heritage Foundation” олон улсын байгууллагаас гаргадаг үнэлгээ бөгөөд үүнд бараа, үйлчилгээний гадаад худалдаанд үзүүлж буй тариф болон бусад саад тотгорын байдлыг илтгэдэг. Тус индекс нь худалдааны жигнэсэн дундаж тарифын хэмжээ болон тарифын бус саад тотгор (тоо хэмжээ, үнэ, зохицуулалт, гаалийн болон хөрөнгө оруулалтын хязгаарлалтууд, Засгийн газрын шууд оролцоо гэх мэт) гэсэн 2 үзүүлэлтэд тулгуурладаг.

Ардчилалын индексээр 2018 оны байдлаар Ази тивдээ 3-р байранд ордог бөгөөд дэлхийн 167 улсаас 32-р байранд орсон. (Democracy Index 2018).²¹

Хүснэгт 149. Тайвань улсын Ардчилалын индекс

Үзүүлэлт	Шинэчлэгдсэн	Бодит үзүүлэлт	Урдчилсан үзүүлэлт
Дампуурсан	02.03.2019	3725 компани	4790
Авилгалын индекс	29.01.2019	63	63
Авилгалын Ранг	29.01.2019	31	29

Эх үүсвэр: Лондоны «Economist» сэтгүүл /1 сарын 9/ .

Авлигын индексээр, Тайвань улс нь 2017 оны байдлаар 180 орноос 29 дүгээр байранд 63/100 индекстэйгээр жагссан. Тайвань нь улс төрийн тогтвортой байдлын хувьд олон улсын жагсаалтад дундаж үзүүлэлттэй байна. Богино болон урт хугацааны улс төрийн эрсдлээс харьцангуй ангид буюу хамгийн бага эрсдэлтэй улс орнуудын тоонд багтдаг.

Орлогын татварын хэмжээ:

Хувь хүний орлогын татвар нь тухайн хүний жилийн орлогын дүнгээс хамаарч өөр байх бөгөөд доорх хүснэгтэд харуулав.

Хүснэгт 150. Тайвань улсын орлогын албан татварын шатлалын хувь хэмжээ

Жилийн орлого	0-540 000	540 001-1 210 000	1 210 001-2 420 000	2 420 001-4 530 000	4 530 001-ээс дээш
Татварын хувь	5%	12%	20%	30%	40%

Тайлбар: Тайвань доллараар тооцсон.

Эх үүсвэр: <http://taxsummaries.pwc.com>

Тайваньд үйлчилж буй орлогын албан татварын хувь хэмжээ нь **орлогын** тэгш байдлыг хангахад чиглэгдсэн бөгөөд энэ хэрэглэгчдийн худалдан авалтанд эерэг нөлөөг үзүүлэх юм.

Тайвань болон Монгол хоорондын улс төр, эдийн засгийн харилцаа

Тайвань Монгол хоёр талын худалдааны нийт эргэлтийн дийлэнхийг Монгол улс руу экспортлож буй нэхмэл бүтээгдэхүүний түүхий эд бүрдүүлж байна. Тайвань нь Нэхмэл бүтээгдэхүүний түүхий эдээс гадна эрүүл мэнд, спортын тоног төхөөрөмж, компьютер, компьютерийн дагалдах хэрэгсэл зэрэг бараа бүтээгдэхүүнийг Монгол улсад экспортлодог ба Монгол улсаас Тайваньд 2014 оноос эхлэн чацарганы дээж, 2017 оноос чацарганы тос гаргаж эхэлсэн байна.

Одоогийн байдлаар, Тайваний Экспорт, Импортын банк нь Монгол улсын арилжааны банкуудтай хамтын ажиллагааны гэрээ байгуулсан бөгөөд Тайваниас тоног төхөөрөмж, бараа бүтээгдэхүүн худалдан авч буй бизнес эрхлэгчдэд зориулан бага хүүтэй зээлийн үйлчилгээ үзүүлдэг.

Хоёр талын харилцаа дараах чиглэлүүдэд хөгжиж байна.

1.Худалдаа, эдийн засгийн хамтын ажиллагаа: 2002 оноос эхлэн Тайваний “Олон улсын эдийн засгийн хамын ажиллагааны холбоо” Монгол улсын Худалдаа аж үйлдвэрийн танхимтай хамтран “Тайвань Монголын эдийн засгийн хамтарсан форум”-ыг жил бүр Тайпэй болон Улаанбаатар хотуудад ээлжлэн зохион байгуулах болсон бөгөөд XVI дахь удаагийн хуралдаан 2017 оны V сард Тайпэй хотод зохиогдсон.

Тайваний Эдийн засгийн яамны олон улсын худалдааны газрын гаргасан тоон мэдээллээс харахад, 2016 онд Тайвань Монгол хоёр талын худалдааны нийт эргэлт 12.5 сая ам.долларт хүрсэн ба 2015 онтой харьцуулахад 45.46 хувиар өссөн үзүүлэлттэй байна. Тайваниас Монголд хийсэн нийт экспортын дүн 3.3 сая ам. долларт хүрсэн ба голлох экспортын бүтээгдэхүүнд техник тоног төхөөрөмж, цахилгаан бараа, видео болон компьютер мэдээлэл технологийн бүтээгдэхүүн, хуванцар болон химийн үйлдвэрлэлийн бүтээгдэхүүн, боловсруулсан хүнс, модны целлюлоз, цаасан бүтээгдэхүүн зэрэг бүтээгдэхүүн багтсан бөгөөд 2015 онтой харьцуулахад 5.22 хувиар

²¹ Лондоны «Economist»сэтгүүлд /1 сарын 9/ .

буурсан. Импортын нийт дүн 9.1 сая ам.долларт хүрсэн бөгөөд 2015 оноос 52.7 хувиар буурсан үзүүлэлттэй байна.

Импортын голлох бүтээгдэхүүнд нүүрс, зэсгийн хүдэр, жонш зэрэг уул уурхайн бүтээгдэхүүн, ноос, арьс шир зэрэг бүтээгдэхүүн багтаж байна. 2017 оны эхний 10 сарын байдлаар, Тайвань Монголын гадаад худалдааны үзүүлэлт 35.5 сая ам.долларт хүрсэн. Харин импортын хэмжээ 32.2 сая ам.долларт хүрчээ. Өнгөрсөн оны мөн үетэй харьцуулахад, /9.5 сая ам. доллар/ 4 дахин өссөн байна. Энэ нь уул уурхай, эрдэс баялагийн бүтээгдэхүүний импортын хэмжээ өссөнтэй холбоотой.

Монгол улсад суугаа Тайваний төлөөлөгчийн газар нь “Улаанбаатар Түншлэл-2017” намрын олон улсын үзэсгэлэн, яармагийн үеэр Тайваний “Эксим” банкнаас олгож буй санхүүжилтийн зээлийг амжилттай сурталчлан таниулж, Монголын бизнес эрхлэгчид Тайваниас худалдан авалт хийхэд дэмжлэг үзүүлснээр хоёр талын худалдааны нийт эргэлтийг нэмэгдүүлэх боломжтой болжээ.

2.Боловсролын хамтын ажиллагаа: Тайваний Боловсролын яам болон Шинжлэх ухаан, Технологийн яамнаас жил бүр “Тайваний тэтгэлэг” болон “Хэлний бэлтгэлийн тэтгэлэг” мөн Олон улсын хамтын ажиллагааны хөгжлийн сангаас “ОУ-ын дээд боловсролтой гадаад оюутнуудыг мэргэшүүлэх тэтгэлэг” зэрэг тэтгэлгүүд нь Монгол улсаас оюутнууд Тайваньд очиж хятад хэлний бэлтгэл болон их, дээд сургуульд суралцах боломжийг бүрдүүлдэг. Тайваний сургуулиуд нь Монгол оюутнуудад тэтгэлэг олгодог ба одоогоор 1100 гаруй оюутан Тайваньд суралцаж байгаагаас гадна хоёр талын хэд хэдэн сургуулиуд харилцан эгч дүүсийн барилдлагатай байдаг.

3. Эрүүл мэндийн хамтын ажиллагаа: 2004 оноос эхлэн Тайваний Эрүүл мэнд, халамжийн яамны Тайпэй эмнэлэг нь “Тайваний ОУ-ын эмнэлгийн ажилтныг сургах төв”, Тайваний Үндэсний их сургуулийн харьяа эмнэлэг, Чан Гэн эмнэлэг, Жан Хуа Христийн шашины эмнэлэг, Рун Мин нэгдсэн эмнэлэг, Я Дуны нэрэмжит эмнэлэг, Вань Фан эмнэлэг зэрэг томоохон эмнэлгүүдэд нийт 550 гаруй эмч, эмнэлгийн мэргэжилтнүүдийг сургалт семинарт хамруулжээ. Үүнээс гадна Тайваний зүгээс МУ-д эмнэлгийн тоног төхөөрөмж хандивласаар ирсэн ба 2016 онд Тайваниас нийт 150 гаруй эмнэлгийн орыг 4 аймгийн нэгдсэн эмнэлэг болон Улсын нэгдсэн нэгдүгээр эмнэлэгт хандивласан. Мөн 6 ширхэг диализын аппарат болон сэлбэг хэрэгслийг баруун бүсийн аймгийн төвийн 3 эмнэлэгт хандивласан. 2017 онд “Маккейн нэрэмжит эмнэлэг” болохоор Монгол улсын II Нэгдсэн эмнэлэг хамтран ажиллах санамж бичиг байгуулан, урт хугацаанд хамтран ажиллах хамтын ажиллагааны эхлэлийг тавьсан байна.

4. Хүмүүнлэгийн тусламжийн хамтын ажиллагаа: Тайваний хүүхэд гэр бүлийг дэмжих сангийн зүгээс 2017 оны байдлаар, нийт 8009 гаруй хүүхдэд ядуурлаас ангижран, бие даан амьдрахад нь чиглэн зөвлөмж, зөвлөгөө өгсөн агаад гэр бүлийг дэмжих санд бүртгэлтэй хүүхдийн тоо 11000-д хүрч, үүнээс нийт 9000 хүүхэд багачуудад тусламж үзүүлжээ. Тайваний “Дэлхийн зөн” байгууллагын зүгээс Дундговь, Өвөрхангай, Булган зэрэг 3 аймагт “Төслийн бүс” байгуулан, төсөл хэрэгжүүлж байна.

Монголд суугаа Тайваний төлөөлөгчийн газраас 2017 онд Монголын Үндэсний хараагүйчүүдийн нийгэмлэгт баррель үсгээр хэвлэгч машин, Тайваний Хүүхэд гэр бүлийг дэмжих “Гэр хотхон”-нд түлэгдэхээс урьдчилан сэргийлэх хэрэгсэл, Завхан аймаг, Архангай аймгийн алслагдмал сумдад сувилагчийн пост, Тайваний “Пү Сиэнь” боловсролын сан 230 ширхэг Сэргээн засалт, сургалт үйлдвэрлэлийн үндэсний төвд хандивласан.

5. Соёлын хамтын ажиллагаа: Монгол улсад суугаа Тайваний төлөөлөгчийн газар, Монгол Түвдийн хорооны зүгээс хамтран, Юань гүрний үеийн Монголын түүхэн эд өлгийн зүйлсийн эмхэтгэл гаргаж, дэлхийн улс орон бүрт Юань гүрний түүх соёлыг танин мэдэхэд өөрийн хувь нэмрээ оруулсан юм. Монголын Үндэсний музей болон Тайваний Үндэсний байгалийн шинжлэх ухааны музей 2016 оны 12-р сард хамтран ажиллах санамж бичиг байгуулсан. Цаашид дээрхи хоёр музей харилцан үзэсгэлэнгийн үзмэр солилцон, үзэсгэлэн гаргах болон боловсон хүчин харилцан солилцох чиглэлээр хамтран ажиллах юм.

6. Шинжлэх ухаан, технологийн хамтын ажиллагаа: Тайваний ШУ яамнаас жил бүр тэтгэлэг олгон, Монгол оюутнуудыг Тайваньд суралцуулдаг ба 2008 оноос эхлэн хоёр талын хамтарсан эрүүл мэнд, мэдээллийн технологи, физик зэрэг салбарын нийт 30 гаруй төсөл хөтөлбөрийг хэрэгжүүлээд байна. Үүнээс гадна МУ-ын ШУА Тайваний Үндэсний хааны ордон музейтэй хамтран ажиллах санамж бичигт гарын үсэг зуран, 2017 оны 9 дүгээр сараас эхлэн Түүхэн хүрээлэнгийн судлаачид Тайваний Үндэсний хааны ордон музейд Монголын түүхийн холбогдолтой судалгаа шинжилгээ хийж эхэлсэн болно.

Тайваний гадаад худалдааны бодлого

Тайвань улс нь гадаад худалдаанд нээлттэй бодлого баримталдаг бөгөөд дэлхийн эдийн засгийн хэлбэлзэлд эмзэг байдаг. Тайваний салан тусгаарлах болон нэгдэх талаарх эх газартай хийх улс төрийн зөрчил нь бодлогын зөвшилцөлд хүрэхэд зарим талын хүндрэл учруулдаг. Олон улс орон хүлээн зөвшөөрөхгүй байгаа нь Тайваний олон улсын байр суурийг хүндрүүлдэг байна.

Тайвань нь Европын Холбоонд бараа нийлүүлтээрээ Ази тивдээ Япон, Өмнөд Солонгосын дараа III байранд ордог. Энэтхэг, Бразиль зэрэг хөгжиж буй эдийн засагтай орнуудтай харилцах сонирхол нэмэгдэж байгаа.

Европын Холбоо нь Тайванаас Ази тивийн бусад орноос бараг хоёр дахин илүү бараа бүтээгдэхүүн худалдаж авдаг. Тайваний хамгийн том худалдааны түнш нь Герман бөгөөд Европын Холбооны нийт худалдааны 25% -ийг эзэлдэг.

Тайвань нь Европын Холбооны цахилгаан барааны томоохон экспортлогч болдог. Үүнд LCD дэлгэц (Европын Холбооны нийт, компьютерийн бүрэлдэхүүн хэсгүүд (экспортын 7 хувь) бөгөөд компьютерийн нэгдсэн хэлхээ ба микросоцетын (6%) нийлүүлдэг.

2018 оны эхний 9 сарын үзүүлэлтээр, Монгол Улс Тайваниас импортоор авсан бараа бүтээгдэхүүний нийт дүн 8.1 сая ам.долларт хүрчээ. Энэ нь 2016 оны мөн үеэс 1.7 дахин өссөн үзүүлэлт гэдгийг Тайваниас Монгол Улсад суугаа төлөөлөгчийн газраас мэдээлсэн²².

Монгол Улс Тайваниас импортоор оруулсан цахилгаан бараа, техник тоног төхөөрөмж, эм бэлдмэл, эрүүл мэндийн бараа бүтээгдэхүүн нь нийт импортын 87 хувийг бүрдүүлж байна. Монгол Улсын жижиг дунд үйлдвэрлэлийн хөгжилд дэмжлэг үзүүлэх үүднээс 2018 оноос "Тайвань Монголын аж ахуйн нэгж, бизнес эрхлэгчдийг холбох" ажлыг өрнүүлж эхлээд байна. Тайваниас 30 сая ам.долларын дүн бүхий зээлийн гэрээг Монгол Улсын арилжааны 6 банкуудтай байгуулан хамтран ажиллаж байгаа. Мөн Тайваний Гадаад Худалдааны Нийгэмлэгийн тусламжтайгаар Монгол Тайваний бизнес эрхлэгч, аж ахуйн нэгжүүдийг хооронд нь холбоход анхаарч байна. Улмаар интернет сүлжээнд тулгуурласан нэгдсэн цогц бизнесийн үйлчилгээгээр дамжуулан Монгол Тайваний аж ахуйн нэгж, бизнес эрхлэгчдэд бизнесийн мэдээ, мэдээллийг хүргэж эхэлсэн.

Монгол, Тайвань улсууд анх 2007 онд шинжлэх ухаан, технологийн салбарт хамтран ажиллах тухай гэрээнд гарын үсэг зурсан. Өнгөрсөн хугацаанд нийт 31 хамтарсан судалгааны төсөл хөтөлбөрийг санхүүжүүлсэн бөгөөд эдгээр судалгааны ажлын 48 хувийг эрүүл мэнд, биотехнологийн чиглэлийн хамтарсан судалгааны ажил, 39 хувийг технологийн чиглэлийн, 13 хувийг нийгмийн шинжлэх ухааны хамтарсан судалгааны бүтээл эзэлж байна.

Тайваний Гадаад худалдааны гэрээ хэлэлцээр:

Тайваний Засгийн газрын зүгээс Олон улсын тавцанд явуулж буй бодлого хийгээд Хятадын нэгдэл, тусгаар тогтнолын талаарх бодлогыг нь НҮБ ба гадаад улс орнууд тэр бүр хүлээн зөвшөөрдөггүй. Өөрөөр хэлбэл, Тайвань улс төрийн хувьд олон улсын тавцанд хавчигдмал байдалтай байдаг. Тайвань улс Африк, Латин Америкийн 20 гаруй оронтой дипломат харилцаатай, дэлхийн 140 гаруй улс орнуудтай худалдаа, эдийн засаг, соёл шинжлэх ухаан зэрэг салбарт бие даасан харилцаагаа хөгжүүлж буйн дотор дэлхийн тэргүүлэх 25 улс орон багтдаг.

²² <https://montsame.mn/mn/read/173104>

Тэдгээр улсуудаас 92-т нь төлөөлөгчийн газар, нэгд нь консулын газартай. Тайпэй хотод гадаадын 44 орны 48 төлөөлөгчийн газар нийгэмлэг, виз эрхэлдэг байгууллага ажилладаг байна. 2016 оны IV сарын байдлаар Тайвань улс чөлөөт худалдааны 5 хэлэлцээрт гарын үсэг зурсан байна. Үүнд. 2003 онд Панам улстай, 2005 онд Гватемал улстай, 2006 онд Бүгд Найрамдах Никарагуа Улс, Эльсальвадор, Бүгд Найрамдах Гондурас Улстай, 2013 онд Шинэ Зеланд улстай. 2017 оны 6-р сард Панам улстай дипломат харилцаагаа тасалсан ч Панам улстай хийх Чөлөөт худалдааны гэрээ нь хүчинтэй хэвээрээ байгаа. Түүнчлэн, 2010 онд Хятадтай байгуулсан хөндлөн-хоолой эдийн засгийн хамтын ажиллагааны хүрээ (ECFA) -ийг Либерализмын хамтын ажиллагааны тохиролцоо, 2011 онд Шинэ Зеланд улстай Эдийн засгийн хамтын ажиллагааны хэлэлцээр, 2013 онд Сингапуртай Эдийн засгийн түншлэлийн (ASTEP) гэрээг байгуулсан.

1949-1993 онд Монгол Улсыг хүлээн зөвшөөрөхгүй гадаад бодлого баримталж ирсэн. Таагүй уур амьсгал 1993 онд Тайваний Хууль Тогтоох Яамнаас гаргасан Монгол Улсын газар нутгыг БНХАУ-ын нутаг дэвсгэрт оруулан зурахгүй байх шийдвэр гаргаснаар гадаад харилцааны уур амьсгал зөөлрөх шинжтэй болсон ч энэхүү шийдвэрийг 1993 он 11 сард Тайваний Шүүх Яам хүлээн зөвшөөрөөгүй. Хоёр улсын гадаад харилцааны таатай уур амьсгал 2002 онд Ардчилсан Дэвшилт Нам Засгийн газарт олонх болох үеэс эхлэн суурь нь тавигдсан бөгөөд энэ нь газрын зураг өөрчлөн зурах асуудлаас эхэлсэн.²³ Улаанбаатар хотод 2002 онд Тайваний соёлын төвийг нээснээр Тайваньд сурч, аялах виз Улаанбаатар хотоос авах боломжтой болсон байна.

Хүснэгт 151. Тайваний улс төрийн орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол 1-5 оноо	Үнэлгээ 1-5 оноо	Үзүүлж буй нөлөөлөл +эерэг, -сөрөг, =саармаг
1	Улс төрийн тогтвортой байдал	5	3	+
2	Авилгын түвшин бага байдал	5	4	+
3	Засгийн газрын бодлого, таатай байдал	3	4	+
5	Гадаад худалдааны бодлого таатай байдал	5	3	+
6	Татварын бодлого таатай байдал	5	2	+
7	Хоёр улсын харилцаа таатай байдал	5	3	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

Монголд үйлдвэрлэгдэж буй чацарганыг Тайваньд экспортлож эхэлсэн боловч их хэмжээгээр экспортлохын тулд тухайн улсын зах зээл, хүн ам, хэрэглэгчдийн судалгаан дээр үндэслэн Тайваний зах зээлд борлогдох сайн чанарын бүтээгдэхүүнийг гаргах нь чухал юм. Чацарганы чанарыг тодорхойлох хэрэгтэй байна.

Тайвань инноваци шингээсэн орчин үеийн дэвшилтэт тоног төхөөрөмж үйлдвэрлэдэгээрээ дэлхийд тэргүүлэгч орнуудын нэг юм. Монголын талаас чацарганаар үйлдвэрлэсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн, цай экспортлох бүрэн боломжтой. Тайвань талаас технологио нэгтгэж, хамтарсан үйлдвэр байгуулан, гуравдагч зах зээлд бүтээгдэхүүн гаргах хэрэгтэй юм. Ингэснээр эдийн засгийн хамтын ажиллагаа өргөжих боломж бүрдэнэ хэмээн үзэж байна.

ЭДИЙН ЗАСГИЙН ОРЧИН

Тайвань нь аж үйлдвэрлэлийн салбар, ялангуяа цахилгаан бараа, машин механизм, нефть химийн бүтээгдэхүүний экспортод тулгуурласан эдийн засагтай. Экспортоос ихээхэн хамааралтай. Тайваний дипломат тусгаар тогтнол, бага төрөлт, хүн амын тоо, Хятад болон бусад Ази, Номхон далайн орнуудын зах зээлд өрсөлдөх чадварыг нэмэгдүүлдэг байна.

Хүснэгт 152. Тайваний эдийн засгийн үзүүлэлтүүд

	2013	2014	2015	2016	2017
Эдийн засгийн өсөлт, хувиар	2.9	4	0.8	1.4	2.9
ДНБ, тэрбум ам.доллараар	512	532	530	533	575

²³ <http://ru.knowledgr.com/18357086/>

Инфляци	0.8	1.2	-0.3	1.4	0.6
Тайвань долларын ам.доллартай харьцах ханш	29,83	31,63	32,83	32,45	29,67
Ажил эрхлэлт /мян хүн/	11,445	11,535	11,638	11,727	11,795
Экспорт, тэрбум ам.доллар	311,43	320,09	285,34	280,32	317,25
Импорт, тэрбум ам.доллар	278,01	281,85	237,21	230,56	259,26

Эх үүсвэр: Тайваний Статистикийн хороо, 2019.

Тайвань улсын гадаад худалдааны үзүүлэлтүүдийг дараах хүснэгтээр харуулав. Тайваньчууд гадны хөрөнгө оруулалтыг татаж өөрийн дэд бүтэц, эдийн засгийн орчныг сайжруулсан. Томоохон үйлдвэр, төслүүдэд төрөөс санхүүжилт өгөн тэдгээр нь эргээд улсын эдийн засгийг босгосон юм. Тайвань улс ердөө арав гаран жилийн дотор танигдахын аргагүй хөгжиж, эх газрын Хятадаас хөгжлөөрөө даван гарч чадсан. Тайваньчууд эдийн засгаа өргөжүүлэхийн тулд нээлттэй эдийн засгийн бодлогыг баримталж эхэлсэн. 1959 онд хэрэгжсэн эдийн засгийн шинэчлэлээр гадны компануудыг татан хөрөнгө оруулалтын асар том урсгалыг авч чаджээ.

Ирээдүйд хөгжих боломжтой салбаруудад төрөөс хөрөнгө оруулалтыг хийж, шинэ санаа, шинэ бүтээлийг дэмжиж байв. Жижиг дунд үйлдвэрлэлийг дэмжих бодлогыг төр засгаас явуулсны дүнд эдийн засгийн өндөр хөгжилтэй орнуудын тоонд оруулж чадсан. Улс орны хөгжил гэдэг төрийн алсын хараатай бодлогоос хамаатай байдаг гэдгийг Тайваний жишээ харуулдаг. Тэд гадны хөрөнгө оруулалтыг ихээхэн хэмжээгээр оруулсан ч үндэсний аюулгүй байдалд нөлөөлөхүйц бараа, бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлийг дотоодын мэдэлдээ үлдээсэн.

Хүснэгт 153. Тайваний гадаад худалдааны үзүүлэлтүүд

Гадаад худалдааны шалгуур үзүүлэлтүүд	2013	2014	2015	2016	2017
Бараа бүтээгдэхүүний импорт (сая ам.доллар)	278,010	281,850	237,549	230,568	259,499
30/5000	311,428	320,092	285,421	280,321	317,381
Бараа бүтээгдэхүүний экспорт (сая ам.доллар)					
33/5000	41,789	45,065	46,756	52,407	52,771
Үйлчилгээний импорт (сая ам.доллар)					
Үйлчилгээний экспорт (сая ам.доллар)	50,696	56,520	56,473	41,443	44,721

Эх сурвалж: WTO – World Trade Organisation ; World Bank

Тайваний экспортын гол түнш нь Хятад, Хонконг, АНУ, Европын Холбоо болон Япон юм. Хятад, Япон, АНУ, БНСУ-аас импортоор бараа, бүтээгдэхүүн авдаг. АНУ-аас төрөл бүрийн түүхий эд, улаан буудай, хөвөн материал, зэс, нүүрс, Япон улсаас нэхмэл эдлэл, металл, химийн бүтээгдэхүүн импортлодог байна.

Хүснэгт 154. Тайваниас Монгол руу экспортолж буй бараа бүтээгдэхүүний тоон үзүүлэлт /ам.доллар/

Сараар	2017/01 - 2017/05	2018/01-2018/05	Харьцуулсан дүн (%)
Нийт дүнгээр	1,532,743	4,988,332	225.451
2017/2018(01-05 сарын нийт дүн)	1,532,743	4,988,332	225.451
2017/2018 (01сар)	151,366	331,277	118.858
2017/2018 (02 сар)	142,620	185,450	30.031
2017/2018 (03 сар)	437,062	1,405,642	221.612
2017/2018 (04сар)	261,508	1,550,168	492.780
2017/2018 (05сар)	540,185	1,515,795	180.606

Эх үүсвэр: Тайваний Статистикийн хороо, 2019.

2018 оны I-V сард Тайваниас Монгол улсад экспортолсон бараа бүтээгдэхүүний нийт үнийн дүн 4,99 сая ам.долларт хүрсэн нь 2017 оны нийт экспортын үнийн дүнгээс 3,85 сая ам.доллараар илүү, мөн үеийнхээс 2,25 дахин их байна²⁴.

²⁴ Тайпэйн худалдаа, эдийн засгийн Улаанбаатар дахь төлөөлөгчийн газрын мэдээ https://www.roc-taiwan.org/mn_en/post/4387.html

Монгол Улсын компани, аж ахуйн нэгжүүд Тайваний экспортлогчдоос бүх төрлийн бараа бүтээгдэхүүн шууд худалдан авч байгаа нөхцөлд эсвэл Тайваний үйлдвэрлэл эрхлэгчдэд захиалга өгсөн хэдий ч гуравдагч улс орноос бараа бүтээгдэхүүнээ худалдан авсан тохиолдолд Тайваний Экспорт, импортын банкнаас олгож буй санхүүжилтийн зээлэнд хамрагдах хүсэлтээ Монгол Улсын Голомт банк, Хаан банк, Хас банк, Худалдаа хөгжлийн банк, Төрийн банк зэрэг 5 арилжааны банкинд гаргах боломжтой юм. Уг санхүүжилтийн зээлийн олгогдох дээд хязгаар нь худалдан авалтын нэхэмжлэлийн үнийн дүнгийн 100 хувь хүртэлх дүнгээр санхүүжигдэх боломжтой ба зээлийн эргэн төлөгдөх хугацаа нь 5 жил хүртэл байна.

Хүснэгт 155. Тайваний Эдийн засгийн орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол (1-5 оноо)	Үнэлгээ (1-5 оноо)	Үзүүлж буй нөлөөлөл (+эерэг -сөрөг, =саармаг)
1	Эдийн засгийн өсөлт	4	5	+
2	Дотоодын нийт бүтээгдэхүүн	3	4	-
3	Инфляцийн өсөлт	4	2	+
4	Экспортын хэмжээ	5	1	-
5	Импортын хэмжээ	5	4	+
6	Ханшийн тогтвортой байдал	5	3	+
7	Эрүүл мэндийн хэрэглээний зардал	4	4	+
8	Ажил эрхлэлт	3	4	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

Тайвань үйлдвэржилтийн эхний үе шатнаасаа л жижиг дунд үйлдвэрт онцгой анхаарч ирсэн бөгөөд хүн хүч багатай манай улсад энэ нь тохиромжтой туршлага юм. Хөрөнгө оруулалт, түүхий эдийн дутагдал, гадны хамаарал ихтэй үед хамгийн оновчтой зам нь жижиг дунд үйлдвэр байдаг.

Үйлдвэрлэгчдэдээ хөгжингүй орнуудын зах зээлд нэвтрэх боломжийг олгохын тулд Тайваний Засгийн газар техник, технологийн шинэчлэлийг нэвтрүүлэх, нөхцөлд байдал өөрчлөгдөхөд уян хатан шилжих маневрыг сайжруулах чиглэлээр хөрөнгө зээлийн дэмжлэг, сургалтыг өргөн явуулжээ. Шинжлэх ухаан судалгааны ажилд их хэмжээний санхүүжилт олгодог байна. Жижиг үйлдвэрлэлийг овог, гэр бүлийн уламжлалд тулгуурлан төрөлжүүлж, том үйлдвэрүүдийн нэгдсэн бодлогод захируулж, дасгаж чадсаны ачаар дэлхийн тэргүүлэх компаниуд "Apple", "Dell" "Fujitsu", "Hewlett Packard", "IBM", "Siemens", "Sony", "Toshiba"-ийн захиалгыг өрхийн үйлдвэрлэгчид чанарын өндөр төвшинд хийх хэмжээнд очжээ.

1967 онд дэлхийд анх удаа ЖДҮ-ийн үйл ажиллагааг зохицуулах хууль" (The small and medium Enterprise guidance Regulations) гаргасан ба уг хуульд 5 удаа шинэчлэл, нэмэлт хийсэн байна. ЖДҮ-үүдэд үйлчлэх төвийг бүх 23 хотод байгуулж, дэргэд нь хөгжлийн сан бүрдүүлж өгснөөр зах зээлийн хямрал, байгалийн гамшиг гэх мэт давагдашгүй хүчин зүйлст өртсөн эрсдлийг бууруулах, нөхөн олговор олгох, сургалт явуулдаг. Тайвань улс хүнсний бүтээгдэхүүнүүдэд өндөр шалгуур тавьдаг. Лабораторийн чанарын тест, олон улсын ISO 3166-2 хангах стандартыг хангасан гээд олон шалгуурыг хангах ёстой.

ХУУЛЬ, ЭРХ ЗҮЙН ОРЧИН

Тайвань нь хуулийн хэрэгжилтийн тухайд харьцангуй сайн үзүүлэлттэй буюу олон улсын жагсаалтад 26 дугаар байранд орсон байна (2013 онд 39, 2014 онд 35, 2016 онд 26, 2017 онд 26 дугаар байр).

Хууль, эрх зүйн баримт бичгийн тухайд гадаад худалдаанд шууд оролцоотой Гадаад худалдааны хууль буюу ФТА, Гаалийн зохицуулалтын хууль /Customs Act/ болон дараах бусад хууль, тогтоомж, журмууд багтана. Тайвань улсын хэмжээнд 19 тойргийн шүүх ажилладаг.

Гадаад худалдааны хууль: 1993 онд анх батлагдсанаас хойш хэд хэдэн удаа өөрчлөгдөж 2016 онд шинэчлэгдэн батлагдсан байна. Худалдааны экспорт, импорт болон тэдгээрийн технологийн зохицуулалт хийдэг. Гадаад худалдааг нэгдсэн нэг системээр явагдахыг энэ хуульд зааж өгсөн.

Гаалийн тухай хууль: Гаалийн тухай хууль нь импортын болон экспортын бараанд зохистой бүрдүүлэлтийг хийх замаар гаалийн зохих татварыг ногдуулах, хураах, орлого олохыг эрмэлздэг.

Гадаад валютын хяналтын тухай хууль: Гаднаас авч орж ирэх валютын хэмжээг заасан.

Эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний тухай хууль: Эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний ерөнхий стандарт, тодорхойлолтыг агуулсан.

Шүүхийн тогтолцоо: Нийт 19 тойргийн шүүхтэй бөгөөд шүүхээр иргэний хэрэг, гэмт хэрэг, өсвөр насныханы хэрэг, гэр бүлийн хэрэг, зам тээврийн хэрэг, хөдөлмөр эрхлэлтийн хэрэг шийдвэрлэдэг. Олон улсын худалдааны асуудлыг Арбитрын шүүхээр шийдвэрлэнэ. Олон улсын худалдааны арбитр: Эх газрын Хятад, Гонконг, Макао болон Тайвань гэсэн хуулиар зохицуулагддаг.

Татвар: Хэрэв гадаадын компаний өөрийн төлөөлөгчийн газар нь Тайваньд байхгүй тохиолдолд бараа бүтээгдэхүүний ашгаас 20-25 хувийн худалдааны ашгийн татвар төлнө.

Эдийн засгийн асуудлыг банкны тухай хууль, Төв банкны тухай хууль, Векселийн тухай хууль, Хоршооллын зээлийн тухай хууль, Даатгалын тухай хууль, Санхүүгийн яамны байгууллагын хууль, Улсын сангийн тухай хууль, Фонд байгуулах тухай хууль, Санхүүгийн орлого, зардлыг зохицуулах хууль, Ашгийн татварын тухай хууль, Гаалийн татварын тухай хууль, Тариалангийн банк дахь газрын үнэт цаасны тухай хууль, Улсын өмчийн тухай хууль, Хөрөнгө оруулалтын тухай хууль, Хоршооллын сангийн тухай хууль, Улсын сангийн чек зохицуулах тухай хууль, Гадаадын иргэний хөрөнгө оруулах тухай хууль зэргээр зохицуулдаг. Тайваний банк, санхүүгийн секторт мөнгө угаах ажиллагааны эсрэг хууль чухал үүрэг гүйцэтгэдэг. Тайваний хууль, эрх зүйн орчинд дараах үнэлгээг өгч байна.

Хүснэгт 156. Тайваний Хууль эрх зүйн орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол 1-5 оноо	Үнэлгээ 1-5 оноо	Үзүүлж буй нөлөөлөл +эерэг -сөрөг, =саармаг
1	Хуулийн хэрэгжилт	5	4	+
2	Эрүүл ахуй, стандарт шаардлага өндөр	5	4	-
3	Импортын холбогдолтой хууль эрх зүйн таатай байдал	5	3	+
4	Холбогдох төр захиргааны байгууллагын ажиллах зарчим	5	3	+
5	Худалдааны холбогдолтой хууль эрх зүйн таатай байдал	5	3	+
6	Хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах байдал	5	5	-
7	Шударга өрсөлдөөны байдал	5	4	+
8	Маргааныг шийдвэрлэх байдал	5	3	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

Тайваний гааль үзлэг, шалгалт нь Хятадын ангилалын дагуу явагддаг. Тайваний тусгаар тогтнолыг олон улс орон хүлээн зөвшөөрөөгүй тул БНХАУ-ын системээр гаалийн зохицуулалт хийдэг. Олон улсын худалдааны байгууллагын тусдаа статус байхгүй нь ачаа тээвэрлэлтэнд хүндрэл учруулдаг. Стандарт бус кодын систем буюу гаальд ТН АСЕАН систем ашигладаг. Энэ нь хязгаарлагдмал худалдааны зарчимтай – олон төрлийн бараа бүтээгдэхүүн зөвхөн зуучлагч лиценз бүхий байгууллагаар дамжин хил нэвтэрдэг.

НИЙГЭМ, СОЁЛЫН ОРЧИН

Тайваний хүн амын тоо 2017 оны 7 сарын байдлаар 23 508 428 бөгөөд хүн амын дундаж наслалт эрэгтэй 77,1, эмэгтэй 83,6 байна.

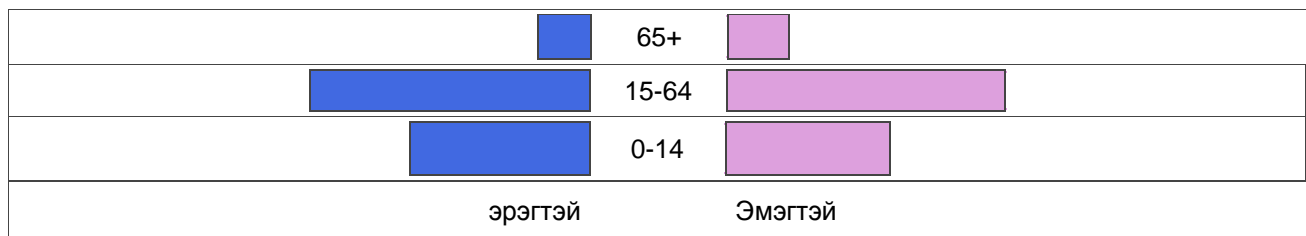
Хүснэгт 157. Тайваний хүн ам зүйн үзүүлэлтүүд

Хүн амын тоо	23 635 857
Хүн амын дунд эрчүүдийн эзлэх хувь /49.9%/	11 798 871
Хүн амын дунд эмэгтэйчүүдийн эзлэх хувь /50.1%/	11 836 986
2019 онд төрсөн	41 031
Төрсөн хүүхдийн тоо /өдөрт/	296 ²⁵
Энэ онд нас барсан	31 948
Нас барагсдын тоо /өдөрт/	231
2019 онд цагаачилсан иргэдийн тоо	274
Цагаачилсан иргэд /өдөрт/	2
2019 оны хүн амын өсөлт	9 356
Хүн амын өсөлт /өдөрт/	68

Эх үүсвэр: [https://countrymeters.info/ru/Taiwan_\(Republic_of_China\)](https://countrymeters.info/ru/Taiwan_(Republic_of_China))

Насны бүтцээс харахад, 22-54 насныхан буюу эдийн засгийн идэвхтэй иргэд хамгийн өндөр хувьтай буюу нийт хүн амын 45%-ийг эзэлж байгаа нь эдийн өсөлт болоод худалдан авах чадварт эерэгээр нөлөөлнө гэж үзэж болно. Нийт хүн амын 75.0 хувь нь хот суурин газрын хүн амд тооцогдох бөгөөд 88.0 хувь нь интернет хэрэглэдэг.

Зураг 121. Тайваний хүн амын насны суварга



Эх үүсвэр: [https://countrymeters.info/ru/Taiwan_\(Republic_of_China\)](https://countrymeters.info/ru/Taiwan_(Republic_of_China))

2019 оны 4 сарын байдлаар, Тайваний нийт хүн амын 3 304 166 хүн 15 наснаас доош (эрэгтэй: 1 721 899/ эмэгтэй: 1 582 503) 17 490 462 хүн 14-өөс их 65 наснаас бага (эрэгтэй: 8 754 564 / эмэгтэй: 8 735 899) 2 831 872 хүн 64 наснаас дээш (эрэгтэй: 1 317 886 / эмэгтэй: 1 513 750) тус тус эзэлж байна. Энэ нь дэлхийн дундаж наслалтаас дээгүүр буюу 79 нас байна. Дундаж наслалт 80.1 хувь. Үүнээс эрэгтэй 77.1, эмэгтэй 83.6.

Хүснэгт 158. Тайваний хүн амын өсөлтийн прогноз

Он	Хүн ам	Хүн амын өсөлт	Он	Хүн ам	Хүн амын өсөлт
1986	19 313 825	N/A %	2011	23 162 123	0.0018
1987	19 509 082	0.0101	2012	23 224 912	0.0027
1988	19 725 010	0.0111	2013	23 315 822	0.0039
1989	19 954 397	0.0116	2014	23 373 517	0.0025
1990	20 156 587	0.0101	2015	23 433 753	0.0026
1991	20 401 305	0.0121	2016	23 481 792	0.002
1992	20 605 831	0.01	2017	23 529 930	0.0021
1993	20 802 622	0.0096	2018	23 578 166	0.002
1994	20 995 416	0.0093	2019	23 626 501	0.002
1995	21 177 874	0.0087	2020	23 817 898	N/A %
1996	21 357 431	0.0085	2025	24 045 248	0.0095
1997	21 525 433	0.0079	2030	24 150 712	0.0044
1998	21 742 815	0.0101	2035	24 100 527	-0.0021
1999	21 928 591	0.0085	2040	23 830 340	-0.0112
2000	22 092 387	0.0075	2045	23 359 291	-0.0198
2001	22 276 672	0.0083	2050	22 770 535	-0.0252
2002	22 405 568	0.0058	2055	22 127 276	-0.0282
2003	22 520 776	0.0051	2060	21 464 038	-0.03

²⁵ [https://countrymeters.info/ru/Taiwan_\(Republic_of_China\)](https://countrymeters.info/ru/Taiwan_(Republic_of_China))

2004	22 604 550	0.0037	2065	20 786 440	-0.0316
2005	22 689 122	0.0037	2070	20 086 385	-0.0337
2006	22 770 383	0.0036	2075	19 371 073	-0.0356
2007	22 876 527	0.0047	2080	18 683 778	-0.0355
2008	22 958 360	0.0036	2085	18 085 163	-0.032
2009	23 037 031	0.0034	2090	17 596 323	-0.027
2010	23 119 772	0.0036	2095	17 201 213	-0.0225
			2100	16 886 857	-0.0183

Эх сурвалж: НҮБ-ын эдийн засаг нийгмийн департаментын тоон баримт

2015 онд Тайваний насжилтын индекс 92.1 болсон бөгөөд 2019 онд 100 нас давахаар байна. Гэхдээ Японд 200, Германд 161.5, Солонгост 92.9 байдаг хэдий ч АНУ 78.95, БНХАУ 78.95 байдаг байна. Жилд 6-7 хувиар насжилт ихэсч Цзяи хотод 161.19, Юньминь хотод 131.1 буюу 1000 хүнд оногдох төрөлтөөр 5.58 байна. Хамгийн залуу хот нь Сньчжу 59.36 бөгөөд II байранд Таююань 62.5 байна.

2018 оны 4-р сарын Синхуа агентлагын мэдээгээр, Тайваний 7 хүн тутмын нэг нь 65-аас дээш насны хүн байна. Нас баралтын шалтгаан нь:

- Уушигны хавдар
- Элэгний хавдар
- Ходоодны хавдар
- Зүрх судасны өвчин
- Даралт
- Чихрийн шижин
- Золгүй тохиолдол
- Амьсгалын замын өвчин болон бусад өвчин болдог байна.

Нийт хүн амын 85-90 хувь нь харааны шил зүүдэг бөгөөд үүнийг оюутан, залуучууд хичээл их давтдаг, компьютер дээр удаан ажилладагтай холбон тайлбарладаг.

Шашин шүтлэг

Хятад хэлээ хялбар бус, харин уламжлалт ханзаар бичиж тэмдэглэдэг. Шашны эрх чөлөөтэй бөгөөд шашин, сүм хийдийн тоо 16.0 мянгаас давдаг.

Интернет хэрэглэгчид:

Тайваний үүрэн холбооны зах зээл дээр нийт 5 оператор компани үйлчилгээ эрхэлж, салбарын нийт орлогын 58%-ийг бүрдүүлж байна. Үүрэн телефоны хэрэглэгчийн нэг хэрэглэгчид ногдох ярианы төлбөр 2015 оныг 2011 онтой харьцуулахад 2,3 дахин буурч, дата хэрэглээний орлого 3,2 дахин өссөн байна.

Тайваний Мэдээлэл Сүлжээний төвийн 2017 оныд хийсэн судалгаагаар, нийт хүн амын 80 хувь нь интернэт хэрэглэгчид бөгөөд насны ангилалын хувьд 0-12 насныхны 48,8% болон 12-с дээш насны хүмүүсийн 83.4 хувь нь интернэт хэрэглэдэг гэсэн судалгаа байна.

Хүний хөгжлийн индекс:

НҮБ нь Тайвань улсыг тусгаар тогтносон улс гэж хүлээн зөвшөөрөөгүй тул ХХИ-ийн тайланд БНХАУ-ын тоо баримтыг л оруулж тооцдог. Иймээс БНХАУ-ын нэг хэсэг болох Тайвань улсын тоо баримтууд тусдаа харагддаггүй. Тайваний Засгийн газар ХХИ-ийг 2010 оны аргачлалын дагуу тооцож 0,882 гэж тогтоосон байна.

Тайвань улс аз жаргалын индексээр 33-д жагсдаг тул тухайн орны хүмүүсийн мэдлэг боловсролын түвшин, эрүүл зохистой амьдралын хэв маяг нь манай улсын эрүүл мэндэд өндөр ач холбогдолтой чацарганы бүтээгдэхүүний борлуулалтад эерэг нөлөөтэй байх боломжтой.

Хүснэгт 159. Тайваний Нийгэм, соёлын орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол (1-5 оноо)	Үнэлгээ (1-5 оноо)	Үзүүлж буй нөлөөлөл (+ээрэг, -сөрөг, =саармаг)
1	Насны ангилал байдал	4	4	+
2	Интернет хэрэглэх байдал	5	5	+
3	Хүний хөгжлийн индекс	4	4	+
4	Хот суурин газрын хүн ам	4	5	+
5	Нас баралтын шалтгаан	4	4	+
6	Хүн амын өсөлт	3	3	+
7	Гадаадад үйлдвэрлэсэн бараа худалдан авалт	5	3	+
8	Үндсэрхэг байдал	5	4	-
9	Хэлний үзүүлэх нөлөө	5	4	-
10	Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүнд өгөх ач холбогдол	5	4	-
11	Гоо сайхны бүтээгдэхүүнд өгөх ач холбогдол	5	5	-
12	Хүнсний бүтээгдэхүүнд өгөх ач холбогдол	5	2	+
13	Бүтээгдэхүүний чанарт өгөх ач холбогдол	5	5	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

Нийгэм, соёлын орчны судалгаанаас дүгнэхэд, эрүүл мэндийн, гоо сайхны, хүнсний бүтээгдэхүүний аль аль нь эрэлт өндөртэй байх боломжтой байна. Хот суурин газар дахь хүн амын нягтаршил өндөр, худалдан авах чадвар сайтай, эрүүл мэнд, гоо сайхандаа тавих анхаарал их. Харин Монгол улсын боловсруулах үйлдвэрийнхэн Тайвань улсын дотоодод үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүнтэй нь өрсөлдөх чадвар сул тул бүтээгдэхүүнийхээ чанарт анхаарч тухайн оронд тохирсон маркетингийн стратеги авч хэрэгжүүлэх чухал юм.

ТЕХНОЛОГИЙН ОРЧИН

Тайваньд томоохонд орох шинжлэх ухаан технологийн парк бол 1981 онд байгуулагдсан Hsinchu шинжлэх ухаан технологийн парк юм. Тайваний томоохон корпорациуд IBM, DEC зэрэг дэлхийн зах зээлийг хангадаг корпорациуд шиг болох зорилтуудыг тавьж эхэлжээ. 1980 онд Тайваний эдийн засаг бүрэн хөл дээрээ босч эдийн засгийн нилээд чадавхтай болов. Энэ нь дотоодын корпорациудаа төрийн бодлогоор дэмжиж зөв менежментээр удирдсантай холбоотой юм. Цахилгаан бараа үйлдвэрлэлээрээ дэлхийд АНУ болон Японы дараа орох зорилготой. “Ногоон силикон арал” хэмээх шинжлэх ухаан технологийн арал байгуулах зорилготой. 1980-аад оноос эхлэн мэдээллийн үйлдвэрлэл хөгжиж эхэлсэн. Телевизор, компьютерын терминал, микрокомпьютер, принтер үйлдвэрлэлээрээ дэлхийд тэргүүлж байгаа.

Тайвань эдийн засгаа мэдлэгт суурилсан үйлчилгээ болгон хувиргаж байна. Бүх салбарын программ (software), компьютер бүтээх, мэдээллийн өгөгдлийг боловсруулах (data processing), судалгаа шинжилгээ, санхүү, боловсрол, эрүүл мэндийн үйлчилгээг хөгжүүлж улмаар гадаадаас эдгээр чиглэлээр хэрэглэгч татах, аялал жуулчлал хөгжүүлэх бодлогоо амжилттай баримталж байна. Их, дээд сургуулиудаа гадаадаас оюутан авахыг дэмжин, тэтгэлэг олгосноор урт, богино хугацаагаар суралцахаар ирсэн гадаадын иргэдийн тоо 50 мянгад хүрсэн бол 2020 онд 130 мянга болох тооцоотой аж.

Өндөр настанд зориулсан технологоороо Азийн төв болдог²⁶. БНХАУ-тай хил залгаа оршин тогтнодог нь олон төрлийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх, шинэ мэдээлэл, зах зээл бий болгох давуу тал болдог.

²⁶ Info-mir.ru

Дэлхийн эдийн засгийн форум /WEF/-аас гаргасан судалгаагаар, Тайвань технологи болон инновацийн өрсөлдөх чадвараараа IV байр, инновацийн индексээрээ Азид II байранд орсон байна. ACER, MITAC, HTC компьютер дэлхийд танигдсан брэнд бүтээгдэхүүн болсон.

Тайвань Монголын аж ахуйн нэгж, бизнесийн байгууллагын хамтын ажиллагааны хамгийн анхны бодит үр дүн бол Монгол орны чацарганы чиглэлийн хамтын ажиллагаа юм. Дэлхий нийтээрээ эрүүл, эко хүнс хэрэглэх хандлагатай болсон өнөө цагт Монгол орны хөрсөнд ургасан чацаргана дэлхийд хамгийн түгээмэл эрүүл, эко хүнс, эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний найрлага орцыг бүрдүүлэгч жимс болох бүрэн боломжтой. Монгол орон олон улсын зах зээл дээр гарах ойр дөт замуудын нэг нь чацаргана юм²⁷. "Живэртийн Оргил", "Хаан жимс", "Хуба хаяа" үйлдвэр нь чацарганы охь, чацарганы зөөлөн эдийн тос, үрийн тос, "Өглөөний мэнд" чацарганы нухаш зэрэг бүтээгдэхүүнийг зах зээлд нийлүүлдэг.

Хүснэгт 160. Тайваний техник, технологийн орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол (1-5 оноо)	Үнэлгээ (1-5 оноо)	Үзүүлж буй нөлөөлөл (+эерэг -сөрөг, =саармаг)
1	Инноваци	1	4	=
2	Техник, технологийн хөгжил	1	5	=
3	Технологийн бодлого	3	5	=
	<i>Чацарганы бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн чиглэл</i>			
4	* Гоо сайхны	4	5	+
5	* Хүнсний	5	2	+
6	* Эрүүл мэндийн	4	1	+
7	Судалгаа, шинжилгээ хийгдэж буй байдал	5	5	+
	<i>Судалгааны үр дүн, ач холбогдол</i>			
8	* Түүхий эд	5	1	+

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

Тайваний техник, технологийн түвшин нь дэлхийн түвшинд дээгүүр байранд орж байна. Чацарганаар гоо сайхны, хүнсний, эрүүл мэндийн зориулалтаар эцсийн хэрэглээний бүтээгдэхүүнийг дотооддоо үйлдвэрлэж эхэлсэн тул гадаад улс орнуудаас чацарганы эцсийн бүтээгдэхүүнийг бус харин түүхий эдийг импортлох сонирхолыг л төрүүлэхээр байна.

БАЙГАЛЬ ОРЧИН

Номхон Далайн баруун хэсэгт оршин, Хятад ба Барууныг холбодог гарц болсон Тайвань нь Номхон далайн өрнө захад байгаа үндсэн Тайвань арал болон орчин тойрны Пэнху, Мацу, Лань, Лудао гэх мэт олон жижиг арлын дээрх 36,193 км² газрыг эзлэн оршдог. Эргэн тойрондоо Дорнод Хятадын тэнгис, Филиппиний тэнгис, Лусоны хоолой, Өмнөд Хятадын тэнгис, Тайваний хоолойгоор хүрээлэгдэнэ. Тайваний хоолойг 180 км гэтлэхэд Хятадын эрэгт хүрч болно. Арлын төв, дорно тал уулархаг бол өрнөд Чянань нам доор газар байна. Юйшань мэтийн далайн түвшнээс 3500 м давсан өндөр уулстай. Хоёр техтоник хавтны зааг дээр байгаа тул газар хөдлөх нь элбэг тохионо. Тайваний байгаль орчныг судалгаанд үндэслэн дараах үнэлгээг өгч байна.

Хүснэгт 161. Тайваний байгаль орчны үнэлгээ

№	Хүчин зүйлс	Ач холбогдол (1-5 оноо)	Үнэлгээ (1-5 оноо)	Үзүүлж буй нөлөөлөл (+эерэг -сөрөг, =саармаг)
1	Газарзүйн онцлог	5	4	-
2	Байгаль орчны бохирдол	4	3	+
3	Хөдөө аж ахуйн эрхлэлт	5	4	-
4	Чацарганы тариалалт	0	0	-
5	Цаг уурын байдал	2	3	-

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн үнэлгээ

²⁷ https://www.roc-taiwan.org/mn_en/post/4509.html

Үйлдвэрлэлийн түүхий эдээ гадаад улсаас импортлодог бөгөөд чацаргана тариалдаггүй. Тайваний арлын зүүн хэсэг уулархаг ба 3 000 метрээс дээш өндөртэй 286 уултай. Хөдөө аж ахуйн зориулалтаар нийт 7 966 км² ашигладаг. Будаа, гадил, хан боргоцой, эрдэнэшиш, сахар, цай тариалдаг. Цаг уурын хувьд хойд хэсэг нь дулаан бүс, урд хэсэг нь халуун бүс нутагт хамаарагддаг, мөн газар нутгийн хэмжээ хязгаарлагдмал, газрын хөрс чийглэг тул чацаргана тариалахад тохиромжгүй учраас Тайвань улсад чацаргана тариалдаггүй.

ДҮГНЭЛТ

Монгол улсын томоохонд тооцогдох боловсруулах үйлдвэрүүд чацарганы бүтээгдэхүүнээ Тайваний зах зээлд борлуулж таниулах ажил хэдийнээ хийгдэж эхэлсэн билээ. Хэдийгээр тэдний бүтээгдэхүүн нь өнөөгийн байдлаар өтгөрүүлсэн шүүс, жүүсээр хязгаарлагдаж байгаа ч цаашид бүтээгдэхүүний нэр төрлийг олшруулж нэмүү өртөг шингэсэн бүтээгдэхүүний экспортод гаргах сонирхолтой.

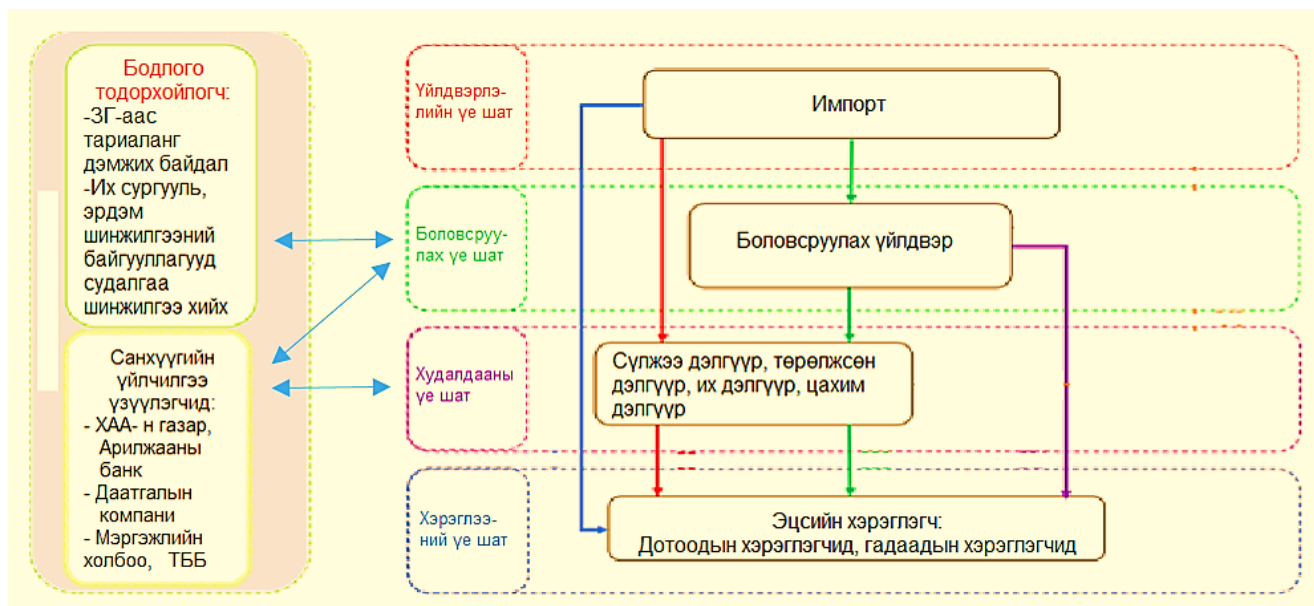
Чацарганы цэвэр шүүсийг тогтмол, нэг сараас дээш хугацаанд хэрэглэхэд нүдний хараанд эерэг нөлөө үзүүлдэг болох нь батлагдсан тул хүн амын дийлэнх хэсэг харааны нүдний шил хэрэглэдэг Тайванчуудын хувьд чацарганаар үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн эрэлттэй байх боломжтой. Мөн зүрх судасны өвчин, хоол боловсруулах замын эмгэг, дархлааны тогтолцооны өвчин, хүний бодисын солилцоо, хөгшрөлт, цацраг идэвхт бодис, хорт хавдарын эсрэг үйлчилгээ бүхий чацарганы эмчилгээний болон хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэж Тайвань улсад экспортлох нь тус улсын хүн амын эрэлт, хэрэгцээнд нийцнэ.

Тайвань улсад чацаргана тариалах газар нутаг, цаг уурын нөхцөл байхгүй юм. Харин тус улсын техник, технологийн өндөр хурдацтай хөгжил, хүн амын худалдан авах чадвар өндөр, хүн амын нийгэм соёлын үзүүлэлтүүд нь Монгол улсад тариалсан чацарганыг экспортлоход эерэг нөлөөг үзүүлнэ. Тайвань улсын техник, технологийг ашиглан чанарын шаардлага хангасан чацарганы бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэж, экспортлосноор тухайн улсын зах зээлд амжилт олох нэг нөхцөл нь бүрдэнэ.

5.2. ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ӨРТГИЙН СҮЛЖЭЭНИЙ СУДАЛГАА

Тайвань улсын чацарганы зах зээлийг газар зүйн онцлог болон хүн амын тоотой харьцуулан үзвэл, чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүний импортлогч орон гэж хэлж болох бөгөөд бүтээгдэхүүний өртгийн сүлжээг судалж дараах зураглалыг гаргав.

Зураг 122. Тайваний чацарганы бүтээгдэхүүний нэмүү өртгийн сүлжээний зураглал



Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн зураглал

I– Үйлдвэрлэлийн үе шат нь тухайн улс оронд байхгүй бөгөөд уг шатанд импортын бүтээгдэхүүний асуудал хамрагдана. Өөрөөр хэлбэл, Тайвань улсад чацарганыг тариалдаггүй тул хэрэгцээт чацарганыг 100 хувь импортоор оруулдаг.

II – Боловсруулах шат нь түүхий эдээ импортоор авч эцсийн хэрэглээний бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэн борлуулалтын суваг, дэлгүүр, сүлжээгээр дамжуулан эцсийн хэрэглэгчид очно.

III - Боловсруулагчид сүлжээ буудал, ресторанд тэдний логотой нэрийн бүтээгдэхүүний

Дотоодод боловсруулсан бүтээгдэхүүний хувьд зах зээл дээр борлуулагдаж байгаа үнэ:

1.1кг жимсний нунтаг – 59.99 америк доллар

2.70 мг гарын тос – 7 америк доллар

нийлүүлэлтийг хийдэг. Эрүүл, ахуй, тээвэрлэлтийн хяналт өндөр байдаг. Хүлээн авагч байгууллага өөрсдийн хүлээн авч буй бүтээгдэхүүн дээр эрүүл ахуйн хяналт дахин хийнэ.

IV – Импортоор эцсийн хэрэглээний бүтээгдэхүүн нэвтрүүлэн борлуулах, худалдааны сувгаар дамжуулан эцсийн хэрэглэгчдэд хүрнэ. Импортоор орж ирж буй эцсийн бүтээгдэхүүн эрүүл ахуйн хяналтыг хангасны дараа сүлжээ дэлгүүр болон онлайн худалдаагаар эцсийн хэрэглэгчдэд хүрнэ.

Нэмүү өртгийн сүлжээний шууд оролцогч талууд:

- Чацаргана боловсуулах үйлдвэрүүд (үйлдвэрүүд хүнсний нэмэлт бэлдмэл, гоо сайхны бүтээгдэхүүн, ундаа үйлдвэрлэдэг);
- Худалдаачид (сүлжээ дэлгүүр, их дэлгүүр, төрөлжсөн дэлгүүр, цахим дэлгүүр);
- Хэрэглэгчид (дотоодын иргэд болон экспорт).

Нэмүү өртгийн сүлжээний шууд бус оролцогч талууд:

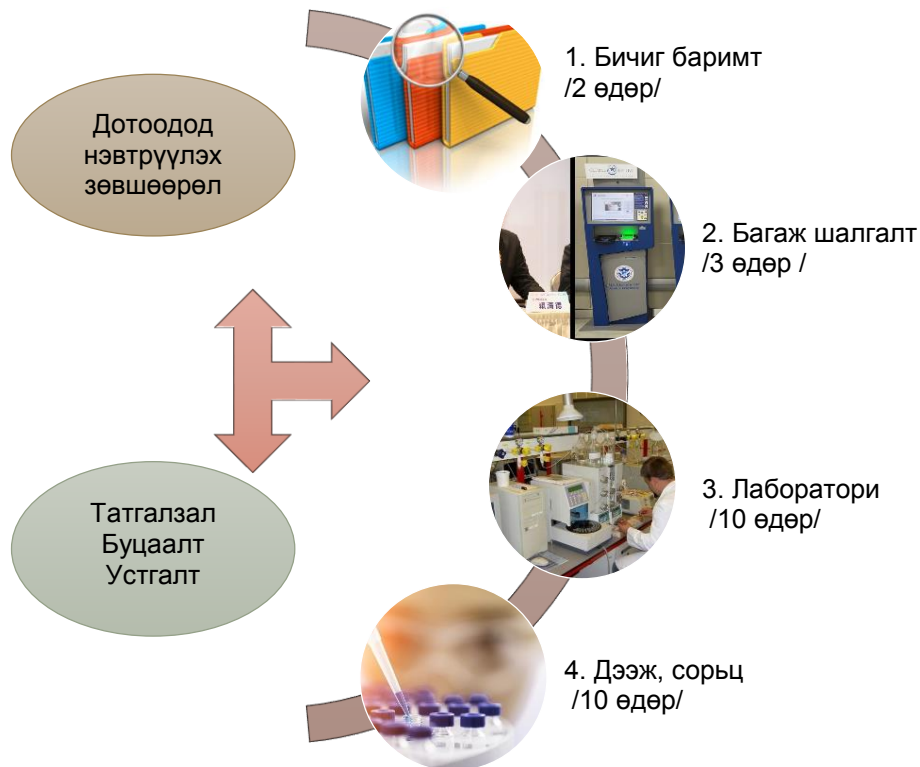
- Үйлдвэрлэгч (ариутгалын бодис, багаж, тоног төхөөрөмж, ажиллах хүч нийлүүлэгчид);
- Хүнс, хөдөө аж ахуйн газар, хүнс, эм, гоо сайхны бүтээгдэхүүний эрүүл ахуй, чанар баталгаажуулалтын газар хэлтэс зэрэг төрийн захиргаа, мэргэжлийн байгууллагууд;

Импорт/Үйлдвэрлэлийн үе шат

Эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч түүхий эдээ БНХАУ-аас, багахан хувийг Монгол улсаас импортлодог. Импортын бүтээгдэхүүний өртөгт тээвэр, гаалийн болон нэмэгдсэн өртгийн татвар хураамж зэрэг зардал нэмэгддэг.

Дэлхийн гаалийн байгууллагад шаардагддаг баримт бичгийг импортоор бараа оруулахад мөн адил бөглөнө. Үүнд барааны эзэн, илгээгч, хаяг эзэмшигч, барааны эзэмшигчийн талаарх мэдээллийг оруулна. Ачаа, тээвэрлэлтийн тухай хуульд зааснаар, даатгалын гэрээний төлбөрийг баталгаажуулсан баримт бичиг байх ёстой. Нийлүүлэлтийн тэнцвэрт байдлаас хамааран ачаа тээврийн хэрэгслийн даатгалд нотолгоог хавсаргах бөгөөд уг мэдээлэл нь импортын барааны өртгийг тооцох баримт болно.

Зураг 123. Импортын хүнс, эм, гоо сайхны барааны үзлэг



Дэлхийн улс орнуудын гаалийн тарифт мөрдөж буй HS кодуудын 10,616-аас 9748 нь Тайванийнхтай тохирдог. Тайваний хувьд тарифаа 3 зэрэглэлд авч үздэг: ДХБ-д гишүүнээр элссэн (нийт 188 орны нэг хэсэг) улсуудаас импортын татвар, Панамын Бүгд Найрамдах Улс болон буурай хөгжилтэй орнуудаас импортын тариф болон бусад орнуудад хамааралтай тариф.

Панамын худалдааны чөлөөт худалдааны гэрээ, ДХБ-д элсэхтэй холбоотой амлалтуудтай холбоотой Тайвань улс гаалийн тарифын томоохон өөрчлөлтийг хийсэн. Эмийн болон целлюлоз, цаас, металлург, барилгын тоног төхөөрөмж, хөдөө аж ахуйн машин механизм, тоног төхөөрөмж, эмнэлгийн тоног төхөөрөмж, тавилга, тоглоомын гаалийн татварыг багасгасан. Энэхүү өөрчлөлтийн үр дүнд нэрлэсэн тарифын дундаж хэмжээ 5.7% болгож буурсан.

Боловсруулалтын үе шат

Гадаадаас чацарганы түүхий эдээ импортлон авч боловсруулалт хийж эцсийн бүтээгдэхүүн буюу гоо сайхны, хүнсний болон хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэж зах зээлд нийлүүлж байна. Чацарганы бүтээгдэхүүний боловсруулалтыг хүнсний, эмийн, гоо сайхны бүтээгдэхүүн гэж ангилж болно.

Хүнсний бүтээгдэхүүн. Жимсний нунтаг хэлбэрээр хүнсний хэрэглээнд түлхүү хэрэглэж байна. Мөн жимсний ундаа, шүүс хэлбэрээр хэрэглэдэг.

Эмийн бүтээгдэхүүн. Ихэвчлэн витаминлаг чанарт нь түшиглэсэн хүнсний нэмэлт бэлдмэл байдлаар худалддаг. Чацарганы тос хэлбэрээр эмчилгээний зориулалтаар мөн эрүүл мэндийн нэмэлт байдлаар ашигладаг.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүн. Тайвань нь хэд хэдэн төрлийн гоо сайхны бүтээгдэхүүн болон брэндүүдийн салбар үйлдвэрүүдийг байгуулан зөвхөн дотооддоо төдийгүй өндөр хөгжилтэй орнуудад экспортлон гаргаж байна. Үйлдвэрлэгдэж бүтээгдэхүүнүүд нь нүүрний арьс арчилгаа болон гарын тос үйлдвэрлэж байна.

Боловсруулалттай холбоотой өртөг нэмэгдүүлж буй чухал зүйл бол чанар, эрүүл ахуйн шаардлага хангалт, гэрчилгээжүүлэлт юм. Хүнсний, эмийн, гоо сайхны бүтээгдэхүүний чанар стандарт өндрөөр шаардагддаг.

Тайваны чацарганы боловсруулах үйлдвэрүүд:

[International Purpose Co.Ltd](#)

International Purpose Co. нь Тайланд байрладаг бөгөөд чацарганы тос нийлүүлдэг. Утас: 886-2-25987495, Хаяг: 4 F, NO. 33, Fu-Shun St., Taipei, Taiwan Anna's Garden /түүхий эдээ БНХАУ-аас авдаг/

[Morrison global corp](#)

Herbal, Green Lippen Mussel, чацаргана гэх мэт ургамлын гаралтай бүтээгдэхүүн үйлвэрлэдэг. Номхон далайн бүсийн МГЗ группийн толгой компани Morrison Global Corp. Утас: 886-3-3869388, Хаяг: 13F-2, No.269, Guo Chiang 1st Street, Taoyuan, TW, Taiwan

[SOD-Like Sea buckthorn Fermented Concentrate Liquid](#)

Уг компани 2006 онд байгуулагдсан бөгөөд SOD - Шүүс, ферментийн шүүс, фермент нунтаг, SOD-Like нунтаг, noni шүүс, noni нунтаг, исгэсэн шүүс, исгэсэн шүүс нунтаг үйлдвэрлэж Hong Kong, Japan, Malaysia, Singapore, Taiwan руу экспортлодог. Утас: 886-2-22689998, Факс: 886-2-22685958, Хаяг: 3F., No.28, Chengtian Rd., Tucheng Dist., New Taipei City 236, Taiwan, website: <http://www.your-noni.com>

[Taiwan Supercritical Technology Co.Ltd.](#)

Утас: 886-49-2511939 EXT 112, Факс: 886-49-2511933, Хаяг: 346, Sec.1, Yuan-Tsao Rd., Fenyuan. Changuhua, Taiwan, <http://www.taiwantrade.com.tw/tsttw>

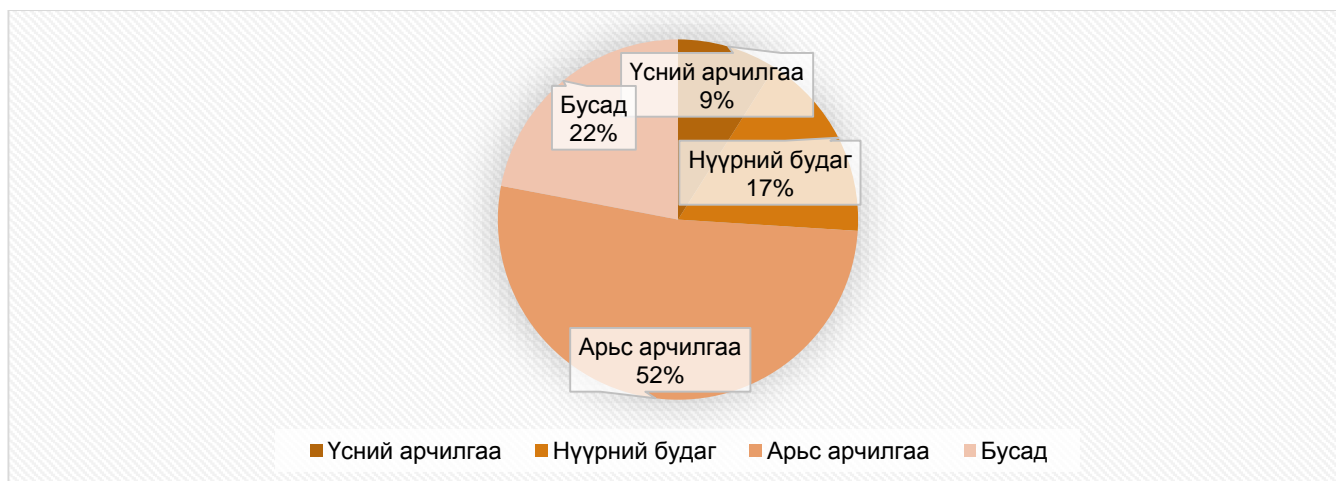
[New Bellus Enterprises Co, Ltd.](#)

Уг компани 1992 онд байгуулагдсан ба функциональ пробиотик, эмийн мөөг mycelium, ферментийн найрлага, ферментжуулсан хоол, ундаа, эрүүл мэндийн зорилгоор зориулсан хоол үйлдвэрлэж Австрали, Хятад, Египет, Энэтхэг, Индонез, Япон, Өмнөд Солонгос, Малайз, Хойд Америк, Балба, Шинэ Зеланд, Сингапур, Тайланд, Вьетнам руу экспортложээ. Утас: 886-6-6989025, Факс: 886-6-6989806, Хаяг: 48, Industrial Road, Guantian Dist., Tainan City 72042, Taiwan. Website:<http://www.newbellus.com.tw>

[Visgeneer, inc.](#)

Арьс арчилгааны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг. Утас: 886-3-5181918, Факс: 886-3-5181908, Хаяг: 335, Zhonghua Rd, Hsinchu City 30094, Taiwan, Website:<http://www.visgeneer.com.tw>²⁸

Зураг 124. Тайвань Улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалт, хувиар



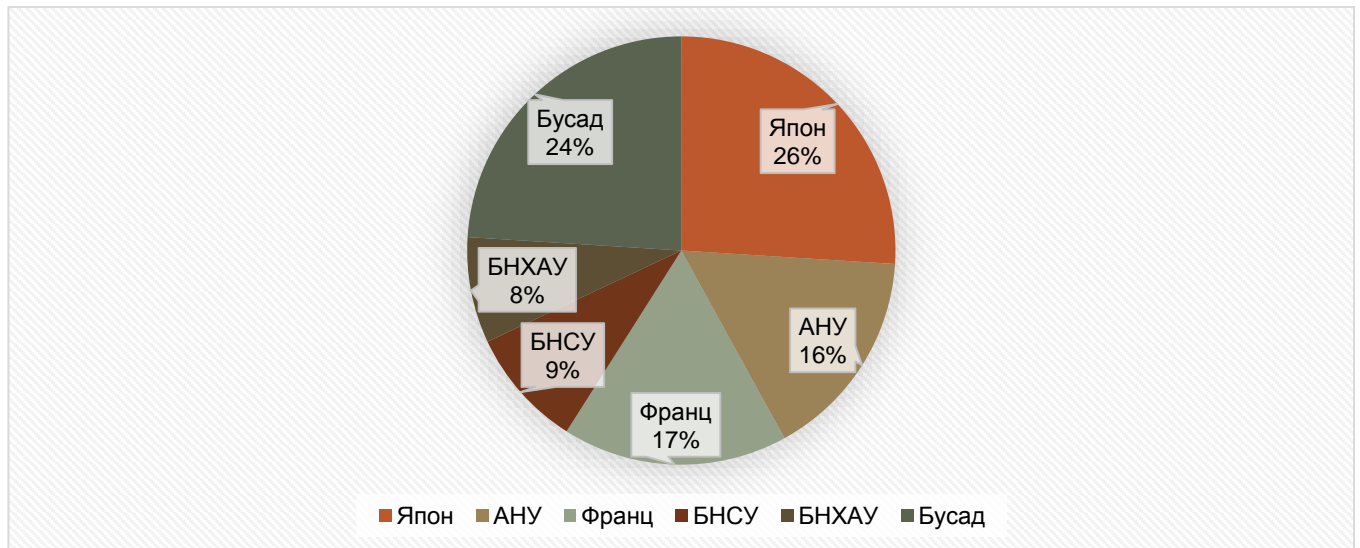
Эх сурвалж: https://www.export.gov.il/files/cosmetics/OverviewoftheTaiwaneseecosmeticsmarket_2018.pdf

Дээрх зурагт харуулснаар, арьс арчилгааны бүтээгдэхүүн борлуулалтаараа давамгайлдаг байна. Үүнд Монгол улсад 150.0 мянган төгрөгөөр борлогдож буй чацарганаар үйлдвэрлэсэн арьс арчилгааны бүтээгдэхүүний иж бүрдлийг уг зах зээлд борлуулах арга замыг судлах бололцоотой гэж үзэж байна. Гэхдээ Тайваний хэрэглэгчид Япон улсын барааг хэрэглэх

²⁸ <https://www.go4worldbusiness.com/find?searchText=sea+buckthorn+oil&BuyersOrSuppliers=buyers>

сонирхол илт давамгай тул гарын арьсыг нар салхинаас хамгаалах, чийгшүүлэх тос худалдаалагдах бололцоотой.

Зураг 125. Тайвань улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний импорт



Эх сурвалж: https://www.export.gov.il/files/cosmetics/OverviewoftheTaiwansecosmeticsmarket_2018.pdf

Дээрх зурагт харуулснаар, Тайваны гоо сайхны бүтээгдэхүүний гол импортлогч орон нь Япон байгаа нь Япон технологиор үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн Тайваний цаг уур, ажлын байрны нөхцөл байдалд тохирдог болохыг илтгэж байна.

Эмийн болон биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн:

Эмнэлгийн тусламж үзүүлэх хэрэгсэл болон эмийн сурталчилгааг хянаж, зохицуулдаг. Зөвхөн лицензтэй эмийн дилерүүд эм борлуулж болно. Эмийн зар сурталчилгааг ЭМГ-аас урьдчилан батлуулах шаардлагатай бөгөөд анагаахын зар сурталчилгаа батлагдсны дараа нэг жилийн хугацаанд хүчинтэй байна. Жороор олгох эмийн зар сурталчилгаа нь эрүүл мэндийн сэтгүүлүүдэд хязгаарлагдмал байдаг.

Хүснэгт 162. Тайваний эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний зах зээлийн хэмжээ

Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний зардал (хөрөнгө оруулалт оролцуулаад)	1,029,182 сая NT\$
ДНБ-д эзлэх хувь	6.14%
... хэвтүүлэн эмчлэх үйлчилгээ (урт хугацааны эмчилгээ)	22.18%
... Үүнээс эмийн / хэрэглээнд	25.45%
... амбулаторийн үйлчилгээнд	49.51%

Дээрх хүснэгтэнд харуулснаар, эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний зах зээлийн багтаамж нь чацарганаар хийсэн эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүний эрэлт байгааг харуулж байна. Тухайлбал, эмийн болон бусад ижил төстэй хэрэглээний зардал нийт эрүүл мэндийн зардлын 25,5 хувийг зарцуулж байгаа нь хангалттай зах зээл байгааг илтгэнэ.

Худалдааны үе шат

Гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг нь их дэлгүүр, эмийн сан, гоо сайхны салон, цахим худалдаа гэсэн 4 үндсэн борлуулалтын сувагтай байна.

Зураг 126. Тайваний гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг



Доор нэр дурьдсан газруудаар чацарганаар үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүнийг борлуулах бололцоотой.

Их дэлгүүр: Авто зогсоол, супермаркет, ресторантай.

- SOGO;
- Breeze Center;
- Far Eastern.

Супермаркет: Хотуудад байдаг жижиглэнгийн төв

- WELLCOME;
- PXMART;
- Jasons Marketplace;
- City'super.

Хайпермаркет: Ердийн жижиглэн худалдааны хэмжээнээс ихэвчлэн багцалсан эсвэл савласан шууд үнийн хөнгөлөлт. Машин зогсоол, зоогийн газартай.

- Costco;
- RT Mart;
- Carrefour;

Convenience store: Жижиглэн худалдаа.

- 7-11;
- Family Mart.

Эмийн сан: Гоо сайхны бүтээгдэхүүн болон эм.

- Watsons;
- Cosmed

Татвараас чөлөөлөгдсөн дэлгүүр /Том хот болон онгоцны буудалд/

- Ever rich Duty Free shop;

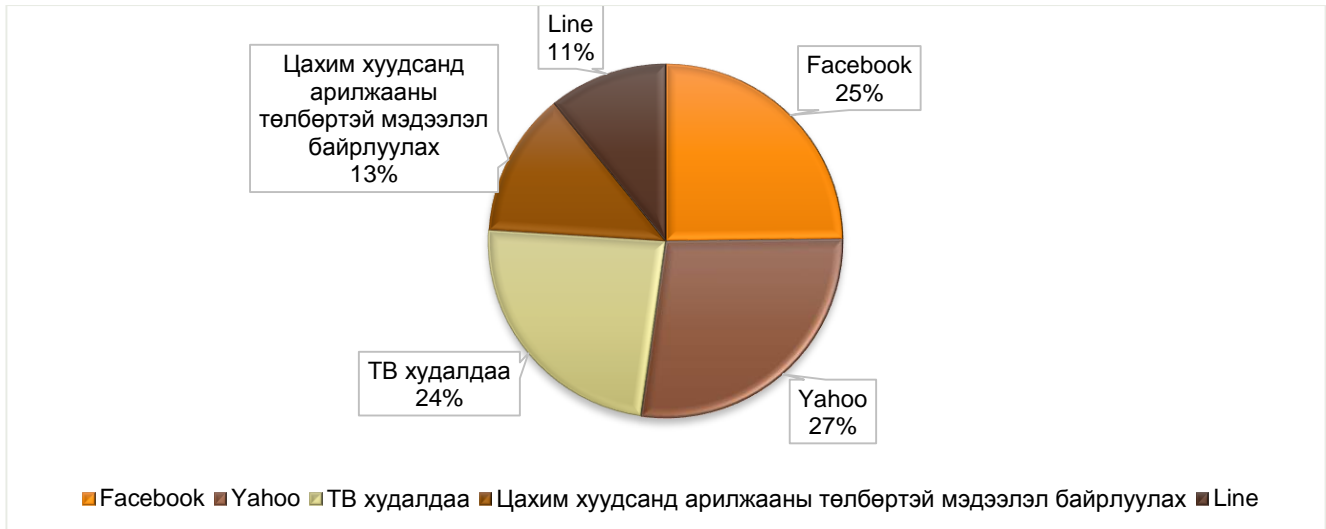
Евромонитор байгууллагын үнэлгээгээр, Тайваний савласан хүнсний зах зээлийн жижиглэнгийн худалдаа 2016 онд 7.6 тэрбум ам.долларт хүрчээ (2016 онд нийт жижиглэнгийн борлуулалт 39.4 тэрбум ам.долларт хүрсэн). Энэ нь 2012 оноос хойш 11.7% буюу 797 сая ам.доллараар өссөн үзүүлэлттэй байна. 2021 он гэхэд Тайваньд савласан хүнсний зах зээлийн борлуулалт 8.7 тэрбум ам.долларт хүрэх төлөвтэй. 2015 онд жижиглэнгийн худалдаа нь 38.3 тэрбум ам.доллар хүрч 3.8 хувиар өссөн байна. Үүнд: дэлгүүрүүд 9.8 тэрбум ам.долларын борлуулалт хийгдэж, дараа нь хайпермаркетууд 6.1 тэрбум ам.доллар, супермаркетууд 6 тэрбум ам.доллар болон бусад дэлгүүрүүд 5.8 тэрбум ам.доллар болсон.

Олон улсын жижиглэнгийн дэлгүүрүүд нь Тайваний газарзүйн байршил, хүн амын нягтрал их, өндөр орлого зэрэг иргэдийн давуу талыг таатай нөхцөл болгон ашигладаг. Carrefour, COSTCO, RT-Mart нь hypermarket салбарт голлож байгаа бол Wellcome, Simple Mart, PX Mart, CitySuper, Jason Market Market болон Тайваний супермаркет зэрэг нь идэвхтэй үйл ажиллагаатай байна. Үүний зэрэгцээ 7-11, Family Mart, Hi-Life, and OK зэрэг нь Тайваний дөрвөн том дэлгүүрийн сүлжээнд тооцогддог.

Супермаркетууд 2015 онд 6.0 тэрбум ам.долларын борлуулалт хийсэн байна. Тайваньд 2200 хүн тутамд нэг дэлгүүр оногддог. 24 цагийн турш үйлчлүүлэгчид олон төрлийн үйлчилгээ авах боломжтой.

Зар сурталчилгааны зохицуулалтын орчин нь хэрэглэгчид, сурталчилгааны компаниуд, хэвлэл мэдээлэлийн компани, төрийн болон төрийн бус зохицуулалт хийх чиг үүрэг бүхий байгууллагуудаас бүрдэнэ. Тайваньд зар сурталчилгаа явуулахад хамгийн багадаа 103 орчим дүрэм журам мөрдөх шаардлагатай байдаг. Барааны шошгожилтын тухай хуулинд зааснаар, зар сурталчилгаа буруу, төөрөгдүүлсэн мэдээлэл агуулсан, хууль тогтоомжид заасан заавал дагаж мөрдөх дүрэм, нийтийн дэг журам, ёс суртахууныг зөрчихийг хориглосон заалт байдаг.

Зураг 127. Тайвань улсын нийгмийн цахим хуудасны худалдаа эрхлэлт, хувиар



Тайваний тэргүүлэгч 10 цахим худалдааны хуудас:

1. ruten.com.tw
2. pchome.com.tw
3. Yahoo! Taiwan Shopping
4. shopee.com.tw
5. books.com.tw
6. momoshop.com.tw
7. taobao.com
8. pcstore.com.tw
9. PayEasy
10. UDN Shopping

Телевизийн зар сурталчилгаа нь олон тооны хэрэглэгчид (өрхийн 85%)-д хүрэх боломжтой байдаг ч энэ нь үнэтэй байдаг тул зар сурталчилгаа нь томоохон төсөвтэй компаниудад зориулагдсан байдаг. Кабелийн сувгууд нь илүү мэргэшсэн хүмүүст хүрч чаддаг. Телевизээр зар сурталчилгаа явуулах хугацаа нь хөтөлбөр тус бүрийн дамжуулалтын нийт цаг хугацааны 6.0 хувиас хэтрэхгүй байна.

- Телевизийн гол суваг:
Chinese tv system
Formosa tv
Tv-taiwan tv enterprise
- Сонингууд:
Liberty Times
Apple Daily
United Daily News
China Times
- Цахим шуудан /Энэ нь ялангуяа залуу хэрэглэгчдэд илүү тохиромжтой. Тусгай журам байхгүй боловч Шударга худалдааны тухай хуулийг мөрдөх ёстой/

- Радио:
BCC Radio (in Chinese)
CBS-Radio Taiwan International
International Community Radio Taipei
- Цахилгаан холбоо:
Yahoo
Chunghwa Telecom
Taiwan Mobile
- Зар сурталчилгааны байгууллага:
Dentsu
Leo Burnett
JWT
Mac Cann
Omni Ad
- Зар сурталчилгаа зохицуулдаг гол байгууллага:
Үндэсний Харилцааны Комисс
Эрүүл мэндийн газар
Хүнс ба эмийн удирдлага
Шударга худалдааны комисс
Сангийн яам
Барилга, төлөвлөлтийн газар

Импортын бүтээгдэхүүний өртгийн шинжилгээ.

Монгол улсаас экспортлосон бүтээгдэхүүний Тайванд буух өртгийг /Total landed cost/ дараах байдлаар тооцох /дотоод тээвэрлэлт, хадгалалт, бүрдүүлэлтийн болон гэрчилгээжүүлэлтийн зардлыг оруулаагүй/:

$$\Theta = Y + T + (Y + T) * G + (Y + T + (Y + T) * G) * H \quad (5.2.1)$$

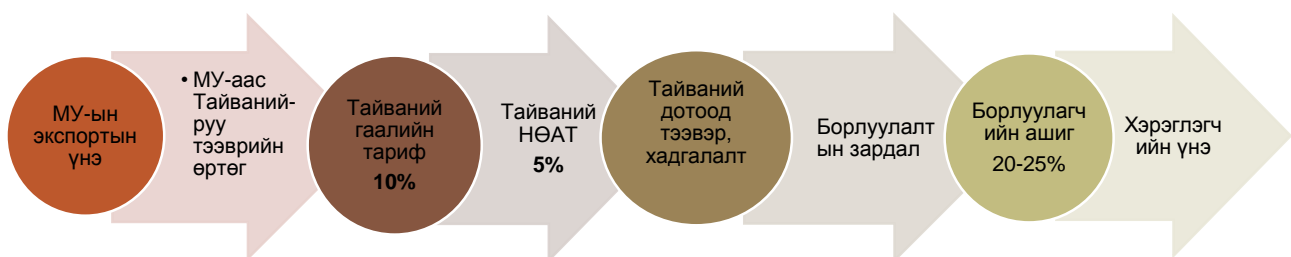
Энд, Y - Барааны үнэ, T - Тээврийн зардал, G - Гаалийн татварын хувь /Тайван нь CIF тооцдог/
H - НӨАТ-ын хувь, Θ - Буух өртөг

Тайваний НӨАТ-ын хувь хэмжээ 10% байх бөгөөд гаалийн татварын хувь хэмжээ барааны төрлөөс хамаарч өөр өөр байна. Тухайлбал:

Гаалийн татвар :

- Тос: 10%
- Тэжээл, чацарганы үр 10%

Зураг 128. Тайвань: Чацарганы нунтаг бэлдмэлийн өртгийн сүлжээ



Y – 1100 тайвань доллар /1 ам.доллар – 30 тайвань доллар /

T – 469 тайвань доллар /карго/

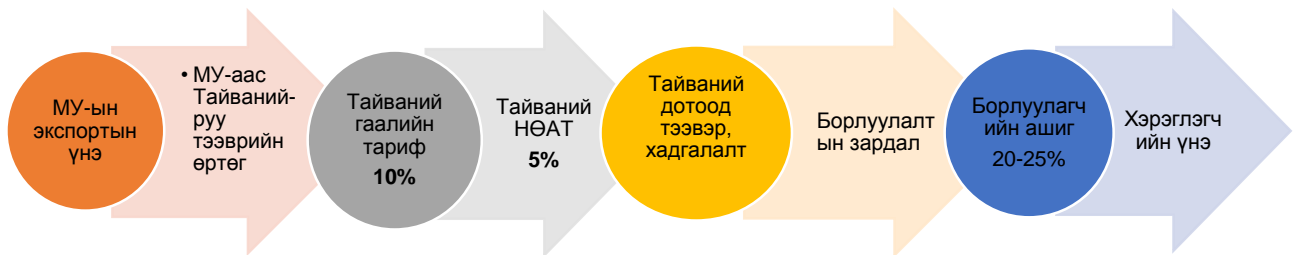
G - 10%

H - 5%

Θ = 1812.2 тайвань доллар

Тайвань Монгол Улс хооронд карго ачаа тээвэр зуучлалын үнэ ханшийг “Монгол Шуудан” ХХК-аар төлөөлүүлэн судалгаанд авч ашиглав. “Монгол Шуудан” ХХК- ний ачаа хүргэлт 1 кг нь 729.4 тайвань доллар, хувь хүний ажиллуулж буй карго 1 кг нь 469 тайвань доллар байна.

Зураг 129. Тайвань: Чацарганы тосны өртгийн сүлжээ



Тайваний зах зээл дээр борлуулагдаж байгаа 100 мл савлагаатай чацарганы тос 3000 тайвань долларын үнэтэй гэж тооцсонд авч ашигласан бөгөөд харин тус бүтээгдэхүүний Тайвань Улсад буух өртгийг тооцоход:

Ү - 587 тайвань доллар /1 ам.доллар – 30 тайвань доллар/ 100 мл

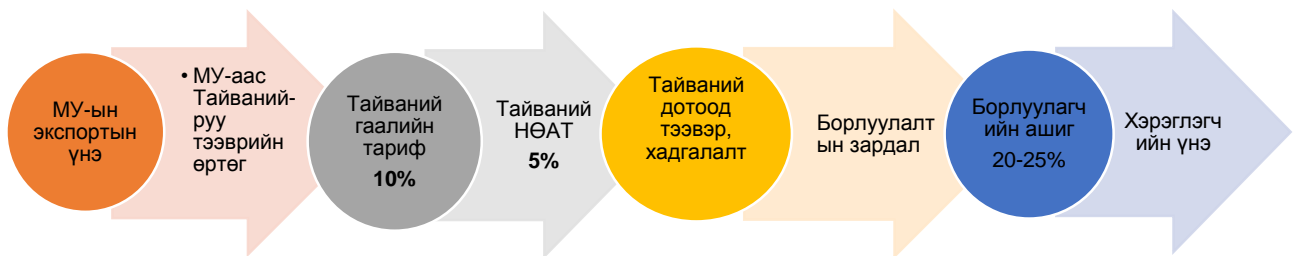
Т – 50 тайвань доллар /карго/

Г - 10%

Н - 5%

Ө = 735.7 тайвань доллар

Зураг 130. Тайвань: Гоо сайхны бүтээгдэхүүн /гарын тос/-ий өртгийн сүлжээ



Чацарганы гарын тосны Тайваньд буух өртгийг тооцоход /30г/:

Ү - 125 тайвань доллар /1 ам.доллар – 30 тайвань доллар /

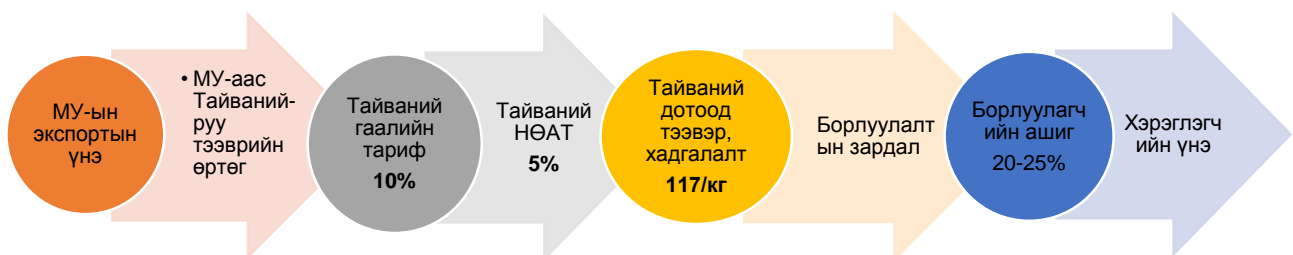
Т – 14 тайвань доллар /карго/

Г - 10%

Н - 5%

Ө = 160.5 тайвань доллар

Зураг 131. Тайвань: Хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний өртгийн сүлжээ



Чацарганы нунтаг бэлдмэлийн Тайваньд буух өртгийг тооцоход /0.98 кг/:

Ү – 587 тайвань доллар /1 ам.доллар – 30 тайвань доллар /

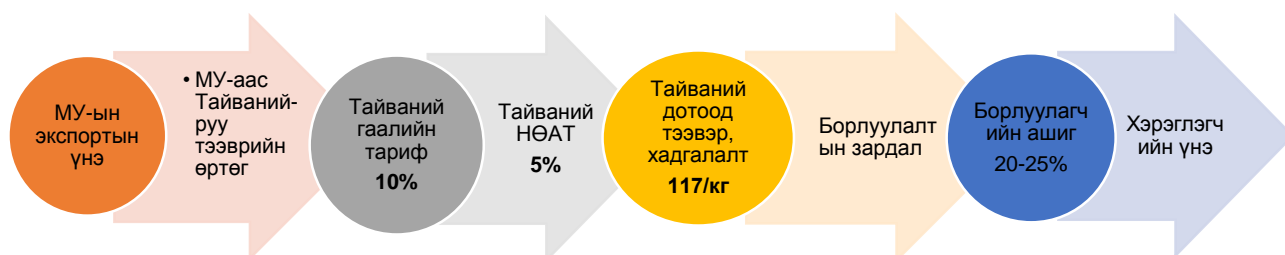
Т – 469 тайвань доллар /карго/

Г - 10%

Н - 5%

Ө = 1219,7 тайвань доллар

Зураг 132. Тайвань: Цайны өртгийн сүлжээ



Чацарганы нунтаг бэлдмэлийн Тайваньд буух өртгийг тооцоход /1 хайрцаг/:

Ү – 234 тайвань доллар /1 ам.доллар – 30 тайвань доллар /

Т – 469 тайвань доллар /карго/

Г - 10%

Н - 5%

Ө = 812 тайвань доллар

Хэрэглээний үе шат:

Чацарганы хандны найрлага нь арьсны дерма давхрага дахь 3 гол эсүүд болох коллаген, эластин болон гиалуроны хүчилд хүрч үйлчилснээр тэдгээрийн нийлэгжилтийг сэргээж өгдөг тул хөгшрөлтийн эсрэг бүтээгдэхүүн эрэлтийн тоо хэмжээгээрээ эхний байранд байх боломжтой. Борлуулалтаар тэргүүлэгч гоо сайхны бүтээгдэхүүнүүд:

- Хөгшрөлтийн эсрэг бүтээгдэхүүн
- Нүүрсний маск
- Цайруулах бүтээгдэхүүн
- Өө дарагч энгэсэг

ДҮГНЭЛТ

Тайвань улс хэдийгээр эцсийн бүтээгдэхүүнийг өөрийн улсдаа үйлдвэрлэхийг зорьдог ч гоо сайхны импортын хэмжээ буураагүй, эрэлттэй хэвээр байна. Гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтанд их дэлгүүр чухал байр суурь эзэлж байгаа боловч цахим худалдаа, тэр дотроос фейсбүүк, уаһоо цахим хуудснуудын борлуулалт 50.0 орчим хувийг бүрдүүлдэг. Иймд Монгол улсын боловсруулах үйлдвэрийнхэн тус улсад гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг экспортлох боломжтой.

Тайвань улсын эмчилгээний, эмийн хэрэглээний зардал өндөр байгаа нь уг салбарт бүтээгдэхүүн нийлүүлэх орон зай буйг илтгэнэ. Эрүүл мэнд, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг борлуулахдаа телевизийн зарын хувьд өртөг өндөр байх тул борлуулагч нартай гэрээ хийх, цахим хуудсанд бүтээгдэхүүнээ байршуулах боломжтой.

Чацарганы бүтээгдэхүүний өртгийн сүлжээний тогтолцоо нь бүтээгдэхүүний үнэнд хүчтэй, сөрөг нөлөөг үзүүлэхээргүй байгаа ба экспортлохтой холбоотой зардал харьцангуй бага, гаалийн татварын хувьд өндөр биш гэж үзэж болохоор байна. Харин Монголоос импортлох бүтээгдэхүүний чанар, стандарт, экологийн цэвэр бүтээгдэхүүн гэдгийг баталгаажуулсан тохиолдолд амжилтыг олох юм.

5.3. ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ӨРТГИЙН СҮЛЖЭЭНД ОРОЛЦОГЧ ТАЛУУДЫН ЧИГ ҮҮРГИЙН ШИНЖИЛГЭЭ

Өртгийн сүлжээнд оролцогч талуудыг бизнесийн үйл ажиллагаанд оролцогч тал болон төр засгийн хяналтын чиг үүрэг бүхий оролцогч тал, дэмжих, зөвлөх чиг үүрэг бүхий оролцогч тал гэж ангиллаа.

Бизнесийн үйл ажиллагаанд оролцогч тал

- Тээвэрлэлт /дотоод болон гадаадын тээвэрлэгч, тээвэр зууч, тээвэрлэлтийн даатгагч/
- Боловсруулалт /боловсруулагч, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч/
- Хадгалалт /агуулах, хөргүүр/
- Борлуулалт /Борлуулагч, дэлгүүр, сурталчилгааны байгууллага/

Хяналтын чиг үүрэг бүхий оролцогч тал

- Гаалийн хяналт /тээвэрлэгч, тээвэр зууч/
- Эрүүл ахуйн хяналт /хилийн эрүүл ахуйн шалгах байгууллага/
- Бүртгэл, зөвшөөрлийн хяналт /Стандарт тогтоох байгууллага, лаборатори, хяналт тавих бүртгэх байгууллага/

Дэмжих, зөвлөх чиг үүрэг бүхий оролцогч тал

- Гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл, борлуулалтын холбоо
- Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл, борлуулалтын холбоо
- Гадаад худалдаа, импортын худалдааны зөвлөх үйлчилгээний компани

Тайвань улс руу бүтээгдэхүүн экспортлоход дараах хууль, эрх зүйн актуудыг мөрдөж байна.

Хүснэгт 163. Тайваний чацарганы бараа бүтээгдэхүүний импорт, гадаад худалдаанд хамаарах хууль, эрх зүйн актууд

	Хууль, эрх зүйн акт, журмуудын жагсаалт	Батлагдсан огноо	Мөрдсөн хугацаа	Зорилго
1	Ургамлын хорио цээрийн хууль	1/10/1996	Нийт 8 удаа нэмэлт засвар ороод 2018-06-20 зарим зүйл нь шинэчлэгдэн батлагдсан.	Хилээр нэвтрэн орж буй ургамал болон ургамлын бүтээгдэхүүнд хяналт тавих
2	Ургамлын хорио цээрийн хуулийг дагаж мөрдөх журам	9/17/1997	Сүүлд 2005-12-03 нэмэлт засвар орсон.	ХАА-н гаралтай бүтээгдэхүүний хорио цээрт хяналт тавих
3	Ургамлын гаралтай импортын бүтээгдэхүүнийг хилээр нэвтрүүлэхэд үеийн тавигдах хорио цээрийн шаардлага	4/12/1999	Сүүлд 2008-02-01 нэмэлт засвар орсон.	Хориотой ургамлын нэрсийг батлах

Үлдэгдлийн Дээд Хэмжээ (ҮДХ): Үлдэц, хортой шавьж, мал эмнэлгийн эм болон хүнсний гадна, доторхи бохирдуулагч бодисын зохицуулалтаас бүрдэнэ.

Бүтээгдэхүүний гарал үүслийг заавал бүртгүүлсэн байх шаардлагатай. Үүнд:

- Генийн өөрчлөлттэй бүтээгдэхүүн, био уураг, гарал үүсэл нь тодорхойгүй хүнсний зохицуулалт, дүрэм, журам
- Хүнсний ариун цэврийн байдлын ерөнхий дүрэм
- Хүнсний аюулгүй байдалтай холбоотойгоор заавал шошгожуулсан байх
- Хүнсний баталгаат байдлын тухай дүрэм, журам

Аюулгүй хүнсээр хэрэглэгчдийг хангахын зэрэгцээ амьтад болон ургамалд гарч болохуйц хортон шавьж, өвчлөлийн тархалтаас урьдчилан сэргийлэх зорилгоор хяналтыг тавьдаг.

Хүнс болон хөдөө аж ахуй бүтээгдэхүүний ерөнхий шалгуурууд:

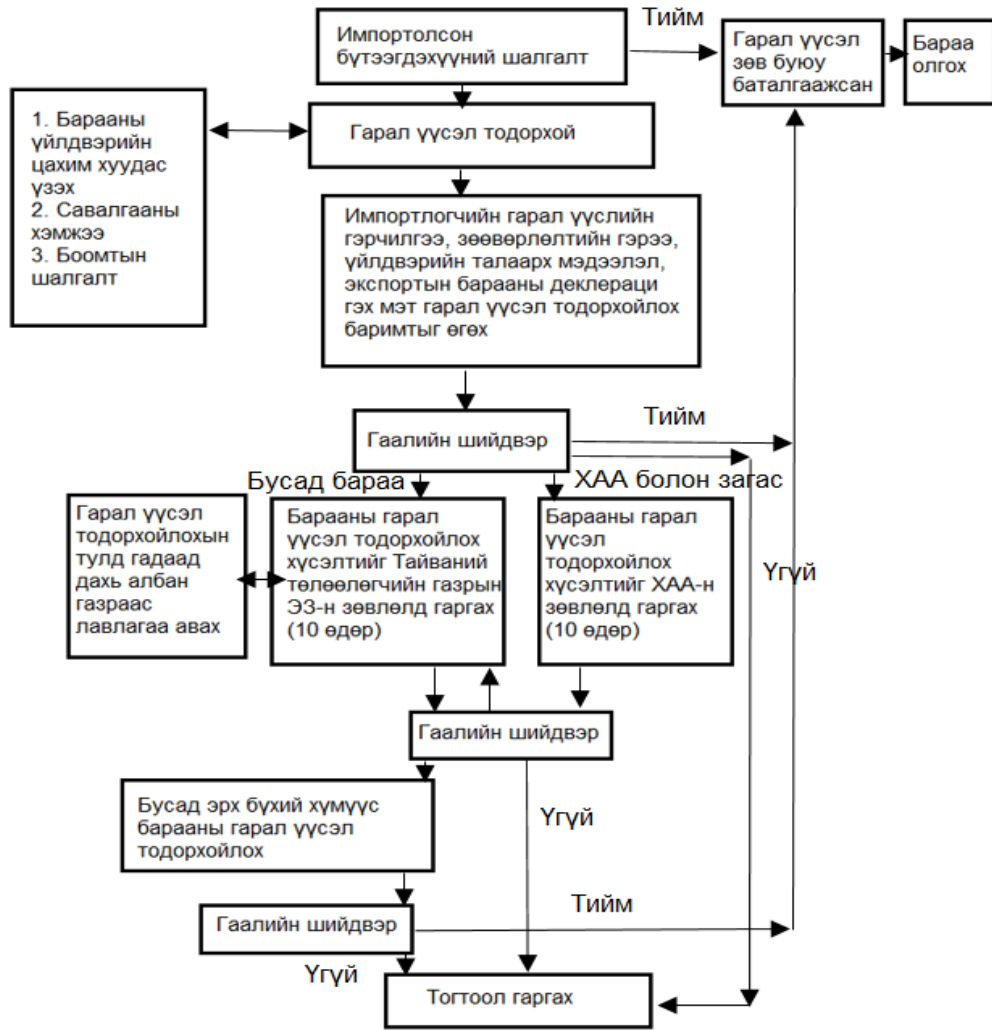
1. Экспортлогч улсууд нь ихэвчлэн олон улсын стандартын дагуу хортон шавьж болон өвчлөлийн нөхцөл байдлын талаар мэдээллээр хангах үүрэгтэй (Аль эсвэл хориг тавих)
2. Амьтны гаралтай бүтээгдэхүүний урьдчилсан зөвшөөрөл (Далайн гаралтай бүтээгдэхүүнийг оролцуулна)
 - Ихэнх улс орнууд импортын урьдчилсан зөвшөөрөл шаарддаг ба энэ нь зөвхөн хүнс боловсруулах үйл явц нь эрүүл ахуйн шаардлагыг хангасан тохиолдолд л олгодог байна.
 - Импортлогч улсын хяналт шалгалтын баг нь экспортлогч улсад очиж зах зээлд нэвтрэхээс нь өмнө баталгаажуулалт явуулдаг.
3. Бүтээгдэхүүн болон үйл ажиллагааны стандартыг үйлдвэрлэлийн явцад шалгана.
 - Үйл ажиллагааны стандарт нь үйлдвэрийн байгууламжууд, үйлдвэрлэлийн дамжлага, нөөцийн удирдлага, тээврийн стандартад нийцэж буй байдлаас гадна орчин тойронд халдваргүйжүүлэх арга хэмжээ авах асуудлууд мөн хамаарна.
4. Импортын лиценз болон зөвшөөрөл. Үүнийг хүлээн авагч орон нь олгох бөгөөд зөвшөөрөл авахад цаг хугацаа их зарцуулдаг байна *бүлэг 5.4-д дэлгэрэнгүй байдлаар харуулсан болно*.
5. ЭАУЭА – н гэрчилгээ. Тухайн орны хариуцсан агентлагууд олгоно.
 - Амьтан, амьтны гаралтай бүтээгдэхүүнд мал эмнэлгийн зөвшөөрөл, баталгаажуулалт авах
 - Ургамлын эрүүл ахуйн зөвшөөрлийг ургамал, ургамлын гаралтай бүтээгдэхүүнд авах
 - Шинэ болон боловсруулсан хүнсэнд хүнсний аюулгүй байдлын зөвшөөрлийг авах шаардлагатай.

Хүнс болон хөдөө аж ахуй бүтээгдэхүүний ерөнхий шалгуурууд – Хил дээр:

- Хорио цээрийн мэргэжилтэн нь ЭАУЭА – н хяналтыг тавина.
- Шаардлагатай бичиг баримтыг шалгана.
- Статистикийн болон бусад мэдээллийг шалгана.
- Бүтээгдэхүүн нь цаасан дээрх материалтай нийцэж байгаа эсэхийг шалгана.
- Хэсэгчилсэн эсвэл бүтэн биеийн үзлэг хийнэ.
- Сорьц авна.
- Энгийн шинжилгээ хийнэ.
- Лабораторид сорьцонд явуулна.

Хорио цээрийн мэргэжилтэн нь устгал хийх, хорио тогтоох, эмчлэх, буцаах асуудлуудыг шийднэ.

Зураг 133. Тайвань улсын импортын барааны гарал үүслийг тодорхойлох үйл явц

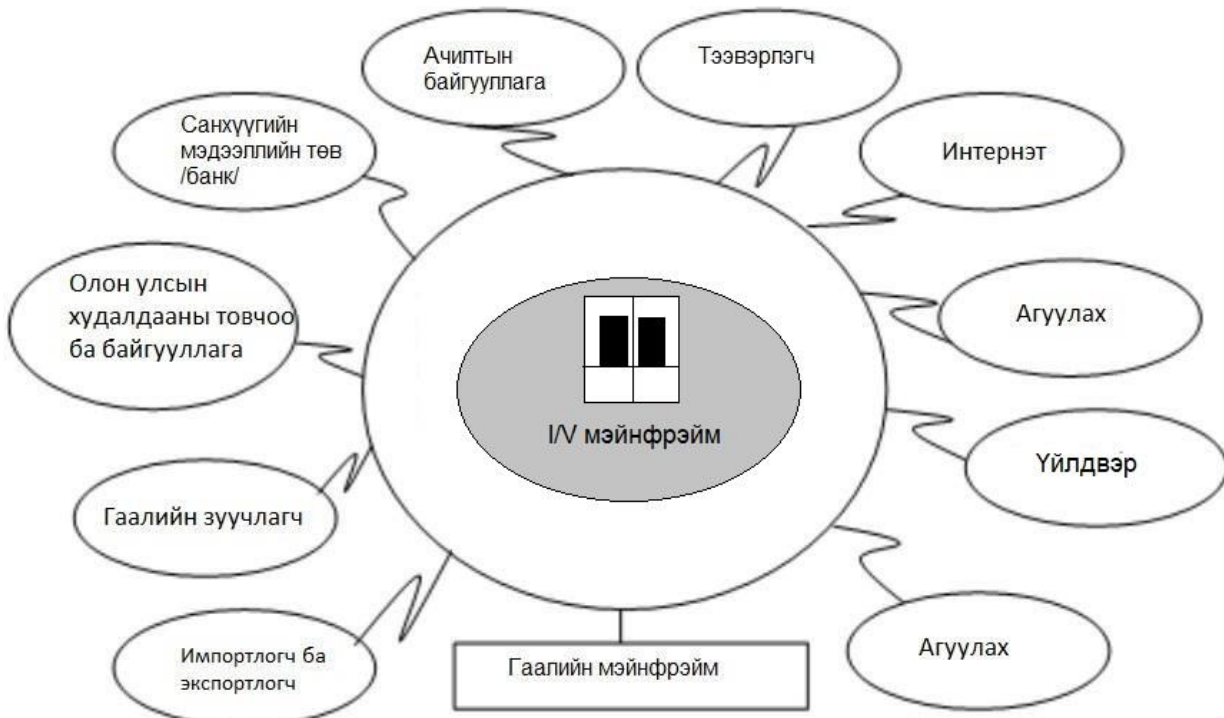


Эх сурвалж:

https://eweb.customs.gov.tw/News_Content.aspx?n=087498410ABB99C1&sms=4A786917E9360DBF&s=72D40FBCAE4F34FE&fbclid=IwAR0qDXbVFS9BwwTYdzZ0bt__eRWCd3hL3YUtY6q0pz0_asr0ZljupMzN-OE

Дэлхийн гаалийн байгууллагаас 1983 онд "Барааг тодорхойлох, кодлох уялдуулсан систем"-ийн тухай Олон Улсын конвенцийг баталсан. HS кодыг Конвенцийн 155 хэлэлцэн тохирогч тал, 200 гаруй улс орон, мөн эдийн засгийн болон гаалийн холбоод гаалийн тарифын болон тарифын бус арга хэмжээг тогтоох, олон улсын худалдааны гэрээ, хэлэлцээр хийх, зарим нэр төрлийн барааг гаалийн татвараас чөлөөлөх, гаалийн хөнгөлөлт үзүүлэхэд ашиглаж байна. Одоогийн байдлаар, дэлхийн худалдааны эргэлт дэх барааны 98%-ийг энэ системийн дагуу ангилж байгаа нь олон улсын худалдааны хууль ёсны суурь ангилал болоод байна.

Зураг 134. Тайвань улсын Гаалийн хяналтын хамрах хүрээ



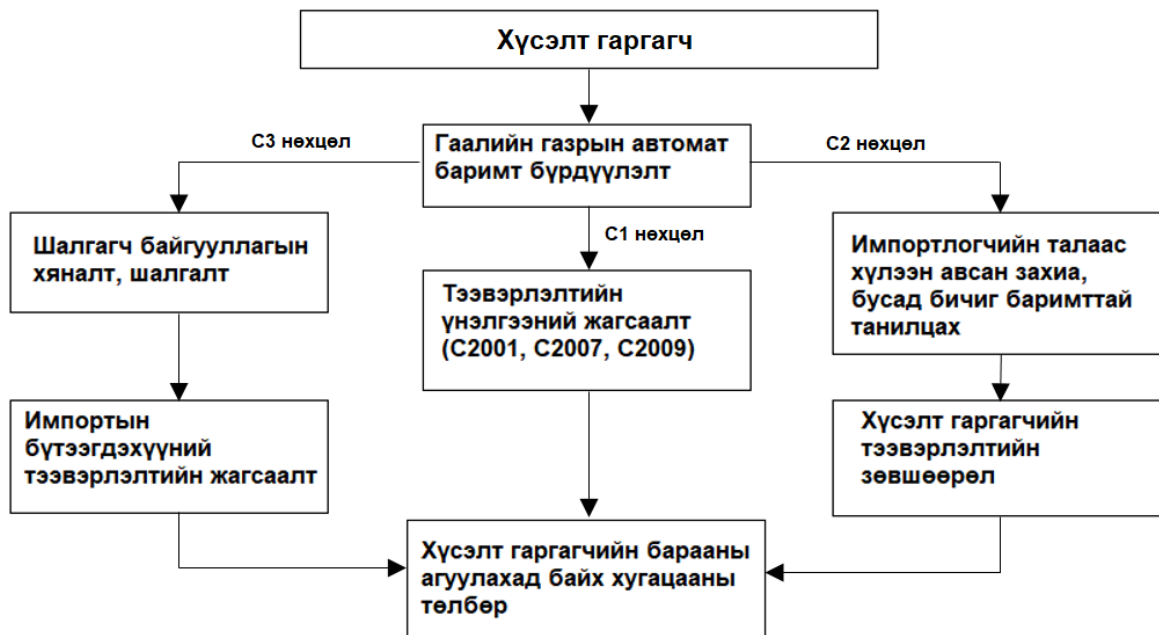
Эх сурвалж <https://webfile.customs.gov.tw/001/Upload/12/RelPic/8614/391/69110143871.gif>

Барааны дагалдах бичиг баримтын хуулбарыг гаалийн байгууллага гаргуулан авах бөгөөд бараа ирсний дараа бичиг баримтын эх хувийг хуулбартай нь тулган шалгана.

Гаалийн тухай хуульд заасан бичиг баримтыг шаардахгүйгээр гаалийн мэдүүлгийн зарим хэсгийг нөхөн бичүүлэх замаар хийж, барааг гаалийн хилээр нэвтрүүлж болно.

- барааг гаалийн нутаг дэвсгэрээр дамжуулахгүйгээр хилийн чанадаас шууд гаалийн баталгаат бүсэд оруулах;
- барааг гаалийн баталгаат бүсээс гаалийн нутаг дэвсгэрээр дамжуулахгүйгээр хилийн чанадад гаргах;

Зураг 135. Тайвань улсын импортын гаалийн бүрдүүлэлтийн зураглал



Эх сурвалж <https://webfile.customs.gov.tw/001/Upload/12/RelPic/8614/391/69110143871.gif>

Импортын гаалийн бүрдүүлэлт дараах үе шаттай явагдана. Үүнд:

1. Мэдүүлэх,
2. Гаалийн бичиг баримтыг шалгах,
3. Бараа, тээврийн хэрэгслийг шалгах,
4. Гаалийн болон бусад татварыг ногдуулж, барагдуулах,
5. Эзэнд нь барааг буцаан олгох, эсхүл гаалийн хилээр нэвтрүүлэхийг зөвшөөрөх.

Гаальд мэдүүлэгч. Зөвшөөрөгдсөн гаалийн мэдүүлэгч /брокер/: Гаалийн брокерийн хуулийн дагуу тусгай сургалтад хамрагдан гаалийн мэдүүлэгч болсон этгээдийг гаальд мэдүүлэгч гэнэ. Зөвшөөрөгдсөн гаалийн мэдүүлэгч нь үзүүлэх үйлчилгээнээс хамаарч дараах байдлаар ангилагддаг. Үүнд: гаалийн үйлчилгээ үзүүлэгч ААН, гаалийн бүрдүүлэлтийн ААН, гаалийн нэгдсэн брокер, гаалийн зуучлагч этгээд.

Шаардлагатай бичиг баримт. Үндсэн бичиг баримт: Үнийн нэхэмжлэх, ачааны манифест, сав баглаа боодлын жагсаалт, гарал үүслийн гэрчилгээ.

Барааны нэр төрлөөс хамааран бусад нэмэлтээр шаардагдах бичиг баримт: урьдчилж бүртгүүлж авсан зөвшөөрөл, шинжилгээний бичиг, эрүүл ахуйн шинжилгээний бичиг гэх мэт.

- Үнийн нэхэмжлэх: нэгж барааны үнэ, нийт үнэ, тоо хэмжээ, барааны тодорхойлолт, тээврийн мэдээллийг тусгасан байх.
- Гарал үүслийн гэрчилгээ: Үйлдвэрлэгчээс гарсан байж болох бөгөөд дараах мэдээллийг агуулсан байвал зохино. Үүнд:
 - Гэрчилгээг гаргагчийн албан ёсны нэр, хаяг
 - Импортлогчийн мэдээлэл
 - Экспортлогчийн мэдээлэл
 - Үйлдвэрлэгчийн мэдээлэл
 - Барааны тодорхойлолт болон БТКУС кодын ангилал
 - Гэрчилгээний огноо
- Сав баглаа боодлын жагсаалт: Сав баглаа боодлын болон жин, хэмжээний мэдээлэл.
- Ачааны бичиг /манифест/: Тээвэрлэгчийн мэдээлэл, хүлээн авагчийн нэр, хаяг, эцсийн хүрэх боомт, ачааны тодорхойлолт, ачааны үнийн болон даатгалын мэдээлэл.
- Импортын деклараци: Ихэвчлэн импортлогч, хүлээн авагч этгээд англи хэл дээр бөглөн ирүүлдэг.

Тайвань улсын хилээр импортлох бүх бүтээгдэхүүнд гаалийн бүрдүүлэлтийг зайлшгүй хийх ёстой. Бага хэмжээний бүтээгдэхүүн эсвэл дээжинд зориулсан бүтээгдэхүүн байсан ч үүнийг заавал гаалийн бүрдүүлэлтэнд оруулах хэрэгтэй. Нэг бодит жишээ авч үзэхэд, Тайваньд суралцдаг оюутан царгас тариалах үрийг энгийн жуулчны байдлаар авч гарснаа тарьж, ургуулаад гарсан үр дүнгээ шинжлэх ухааны сэтгүүлд хэвлүүлэхээр өгөхөд уг царгасны гарал үүслийн бичиг, гаалийн бичиг шаардаж хэвлэн нийтлэхээс татгалзсан байдаг.

Тайвань улсын импортын гаалийн бүрдүүлэлтийн явагдах байдлыг дараах зургаар харуулав.

Зураг 136. Тайвань: Өргөдөл гаргагчид өгөх зөвөлгөө

Гаалийн бүрдүүлэлтийн явц	Холбоотой байгууллага	Шаардлагатай зүйлс
<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; display: inline-block;">Бүрдүүлэлтийн өмнө</div>	Тээвэрлэгч	<ol style="list-style-type: none"> Онлайн деклараци эсвэл офлайн бүрдүүлэлт Онгоцны каргоны зөвшөөрлийн анкет Нийлүүлэлтийн захиалга гаргах Агуулахын бүртгэл болон EDI дамжуулалт, баримт бичиг хүлээн авах ба баталгаажуулсаны дараа гааль руу шилжүүлэх
	Агуулах	
	Хяналтын байгууллага	
	Импортлогч	<p>Нэхэмжлэл, бүтээгдэхүүний жагсаалт болон бусад шаардлагатай материалаар хангах</p> <ol style="list-style-type: none"> Агаарын замын тооцоолол Онлайн EDI деклараци эсвэл офлайн бүрдүүлэлт
	Захиалагчийн зууч	
	Хяналтын байгууллага	<p>Онлайн бичиг баримтын хяналт болон цуцлалтын мэдээлэл Гаалиас хүссэн каталог болон гарын авлага өгөх</p>
	Захиалагчийн зууч	
	Агуулах	<ol style="list-style-type: none"> Хяналтын тэмдэглэл авах Каргогоор ирсэн бүтээгдэхүүнийг гаалийн хяналтанд оруулах
	Захиалагчийн зууч	
	Банк	<ol style="list-style-type: none"> Гаалийн салбарт татвар төлөх Татварын онлайн төлөлт EDI дамжуулан онлайн шууд дебетлэх Бэлэн мөнгөөр татвар төлөх Татвар төлөхөөс өмнө хүсэлтээ гаргах EDI дамжуулан онлайн шууд төлөлт
	Импортлогч ба захиалагчийн зууч	
	Агуулах	<ol style="list-style-type: none"> Бараа олгосон тэмдэглэл дахин шалгах Бараа олгосон зөвшөөрөл гаргах Агуулахын төлбөр төлөх Бараа олгосон тэмдэглэл, зөвшөөрөл болон гаалийн агуулахын мэргэжилтний гарын үсэг Карго хүлээн авах
	Импортлогч ба захиалагчийн зууч	

Эх сурвалж: <https://etaipei.customs.gov.tw/cp.aspx?n=38E925417DBAF594>

Тайвань улс өөрийн үндэсний хууль тогтоомжоороо дараахь зардлуудыг гаалийн үнэд оруулах эсвэл хасч тооцохыг зохицуулахаар заасан байдаг.

Үүнд:

- Импортлож буй барааг оруулах импортын боомт буюу газар хүртэлх тээврийн зардал;
- Импортлож буй барааг оруулах боомт буюу газар хүртэл тээвэрлэхтэй холбоотой гарсан ачих, буулгах, хадгалж хамгаалах буюу боловсруулах зардал;
- Даатгалын зардал.

Хүснэгт 164. Тайвань улсын хяналтын чиг үүрэг бүхий оролцогч талууд, тэдгээрийн хаяг

	Холбогдох чиг үүрэг	Хаяг
Гүйцэтгэх засаглалын яам	Тайвань улсын хилээр нэвтрэн орж буй хөдөө аж ахуйн бүтээгдэхүүнд ерөнхий хяналт тавьдаг.	Bureau of Animal and Plant Health Inspection and Quarantine, Council of Agriculture, Executive Yuan 9F., No. 100, Sec. 2, Heping W. Rd., Zhongzheng Dist., Taipei City 10070, Taiwan, R.O.C. Утас: (+886)(2)2343-1401 Informer Line on Smuggling: 0800-039-131, Факс: (+886)(2)2332-2200 Цахим хаяг: baphiq@mail.baphiq.gov.tw
Эдийн засгийн яам	-Эдийн засгийн тооцоо хийх -Мэдээллийн санд бүртгэх	No.15, Fuzhou St., Zhongzheng Dist., Taipei City 10015, Taiwan (R.O.C.) Утас: +886-2-23212200
Хөдөө аж ахуйн зөвлөл /council /	-Хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүний бүртгэл хийнэ. -Зөвлөх үйлчилгээ	37 Nanhai Road, Taipei, Taiwan 10014, R. O. C. Утас: +886-2-2381-2991
Нийгмийн хангамж, эрүүл мэндийн яам	Хилээр нэвтрэх эсэхэд зөвшөөрөл олгох, хориглох эм, болон нэмэлт бүтээгдэхүүний жагсаалтыг жил бүр шинэчлэхэд шууд оролцоотой.	No. 488, No. 488, Section 6, Zhongxiao East Road, Nangang District, Taipei, China Утас: (02) 8590-6666
Тайваны Худалдаа хөгжлийн зөвлөл (TAITRA)	1970 онд байгуулагдсан, гадаад худалдаа дэмжих үүрэгтэй /Taiwan External Trade Development Council (TAITRA)/ төрийн бус байгууллага. Засгийн газар хэд хэдэн томоохон үйлдвэр, арилжааны байгууллагаас дэмжлэг авч ажилладаг.	5-7 Fl., 333 Keelung Rd., Section 1, Taipei 11012, Taiwan Утас: +886 (2) 27255200
Гаалийн газар	Импорт, экспортын барааг хилээр нэвтрүүлэх зөвшөөрөл, татвар хураамжийн хэмжээг тодорхойлох, татвар хураамжийг төлүүлэх гэсэн үндсэн чиг үүрэгтэй. Гаалийн тухай хуулийн хэрэгжилтэд хяналт тогтоох, барааны ангилал, гаалийн бүрдүүлэлт, тарифын асуудлыг хариуцах үүрэгтэй.	No.21, Hangqin N. Rd., Dayuan Dist., Taoyuan City 337-58, Taiwan (R.O.C.) Утас: +886-3-383-4265
Эм зүйчдийн холбоо	Зах зээл дээрх бараа бүтээгдэхүүний чанар стандартын тэмдэгийн шаардлагыг хангаж буй байдалд хяналт тавьдаг. Тус стандартын тэмдэг нь чанарын шаардлага, туршилт шинжилгээний давхардлыг арилгах, экспортыг дэмжих, импортыг хянах зэрэг бизнесийн орчинг сайжруулахад эерэгээр нөлөөлдөг.	10675, 3RD FLOOR, NO. 267, SECTION 2, DUNHUA SOUTH ROAD, TAIPEI, Утас: 02-27365838
Эмнэл зүй, Биотехнологи үйлдвэрлэлийн холбоо	Технологи, стандартын газарт хамаарах бөгөөд стандартчилал, хэмжилзүйн лабораториудыг магадлан итгэмжлэх эрх бүхий төр захиргааны нэгж.	241 3rd Floor, No. 6, No. 6, Lane 609, Section 5, Re-Route, Sanchong District, New Taipei City Утас: (02) 2995-6099
IoT –технологи болон үйлдвэрлэлийн холбоо	Технологи, стандартын газарт хамаарах бөгөөд Худалдаа, аж үйлдвэр, эрчим хүчний яам болон Технологи, стандартын газрын өмнөөс хөндлөнгийн стандарт гэрчилгээжүүлэгч байгууллагуудыг магадлан итгэмжлэх ажлыг	3F., No.2, Sec. 3, Bade Rd., Songshan Dist. Taipei City Taiwan

	хариуцан гүйцэтгэдэг нэгж. ISO, IAF зэрэг олон улсын байгууллагуудтай хамтран ажилладаг.	
Үндэсний эрүүл мэндийн судалгааны хүрээлэн (NHR)	-Хүнсний аюулгүй байдлын үнэлгээ, хяналт /пестицид, хүнсний микробиологи, бохирдол, хүнсний нэмэлт болон хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн, сав баглаа боодол/ -Эмийн бүтээгдэхүүний аюулгүй байдлын үнэлгээ, хяналт хийдэг.	35 Keyan Road, Zhunan, Miaoli County 35053, Taiwan Утас: +886-37-246-16

Гоо сайхны бүтээгдэхүүн

2017 оны 4-р сард гоо сайхны эрүүл ахуйн хяналтын тухай хуулийн шинэчилсэн найруулгад өөрчлөлт оруулж онлайн бүртгэлийн тогтолцоог Тайвань улс нэвтрүүлсэн нь хууль бус гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг илрүүлэхэд чиглэгджээ. Аюулгүй байдлын дүрэм нь тухайн улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг борлуулахдаа олон улсын практикт нийцсэн стандартыг дагаж мөрдөж зах зээлд нэвтрээгүй зөвшөөрөлгүй бүтээгдэхүүнээс хэрэглэгчдийг хамгаалахад үр дүнтэй байжээ.

Шинэчилсэн хууль тогтоомжийг дагаж мөрдснөөр шинэ бүтээгдэхүүний бүртгэлийн системийг интернэт орчинд бий болгосон. Ингэснээр маркетингийн кампанит ажил хэрэгжиж, шинэ бүтээгдэхүүнийг Тайваны хэрэглэгчдэд борлуулахаас өмнө гоо сайхны бүтээгдэхүүний нэрсийг олон нийтэд дэлгэн үзүүлдэг гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгчдэд олгодог²⁹.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүний үзлэг, үнэлгээнд шаардлагатай баримт бичиг:

- Аюулгүй байдал, үр нөлөөг баталгаажуулах мэдээлэл
- Гарал үүсэл, бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийн талаар мэдээлэл
- Чанарын сорилын мэдээлэл
- Арьсны сөрөг нөлөөллийн сорилын үндсэн мэдээлэл
- Салстын цочмог туршилтын мэдээлэл
- Арьсны мэдрэмтгий байдлын туршилтын мэдээлэл
- Фито эрүүл ахуй шинжилгээний мэдээлэл
- Бусад мэдээлэл
- Стандарт, сорилын аргын мэдээлэл
- Үнэлгээний хугацаа болон төлбөр

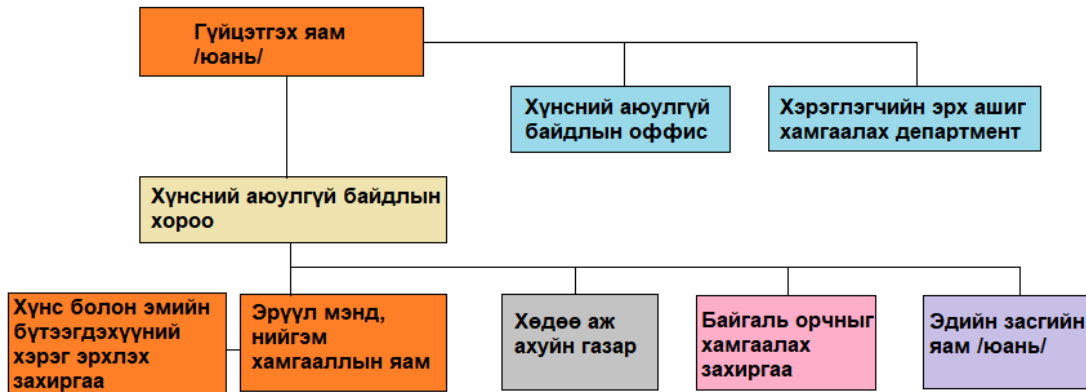
Тайванд 2017 оны 8-р сарын 8-ны өдөр албан ёсоор бүртгүүлээгүй, зөвшөөрөл аваагүй 20 гоо сайхны борлуулалтын талаар нийтэд мэдээлсэн. Гоо сайхны эрүүл ахуйн хяналтын тухай хуульд (2002) нэмэлт өөрчлөлт оруулсны дагуу бүртгэгдээгүй эмийн гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг худалдаалахад нэг жилээр хорих, 3 сая еврогийн торгууль ногдуулна. Хэрэв хувь хүн гоо сайхны бүтээгдэхүүн импортлохдоо гэм буруутай гэж тогтоовол түүнийг 10 хүртэл жил хорих, мөн торгоно. Үүнээс гадна, зөвшөөрөлгүй бүтээгдэхүүнийг устгалд оруулна¹.

Хүнсний бүтээгдэхүүн

БНСУ-ын хүнсний аюулгүй байдлын бодлогыг хэрэгжүүлэх, хянах чиг үүрэг бүхий оролцогч талуудын зохион байгуулалтын тогтолцоог дараах зургаар харуулав.

²⁹ <https://cosmetology-info.ru/6801/news-Tayvan-uzhestochaet-zakony-dlya-kosmeticheskoy-promyshlennosti/>

Зураг 137. Тайвань улсын хүнсний аюулгүй байдлыг хамаарах субъектууд



Тайваний хүнсний аюулгүй байдлын бодлого, эрх зүйн орчин нь Тайваны Үндсэн хуулийн суурь зарчим, Үндэсний аюулгүй байдлын үзэл баримтлал, Хүнсний тухай, Хүнсний бүтээгдэхүүний аюулгүй байдлыг хангах тухай хууль болон холбогдох бусад хууль, тогтоомж, дүрэм, журам, хүнсний чиглэлийн үйл ажиллагаа, салбарын харилцааг зохицуулж буй эрх зүйн актын хүрээнд бүрдэж байна.

Хүнсний аюулгүй байдлыг хангах асуудал нь салбарын төрийн болон төрийн бус байгууллагууд хоорондын ажлын уялдаа, хувийн хэвшлийн идэвхтэй оролцоог хангасан салбар дундын зохицуулалтын шинжтэй, бүх нийтийг хамарчээ.

Гүйцэтгэх засаглалын яамны /Executive Yuan/ харьяа Хөдөө Аж Ахуйн зөвлөлийн Амьтан, ургамлын эрүүл мэндийн хорио цээрийн товчоо /Bureau of Animal and Plant Health Inspection and Quarantine/ нь Тайвань улсын хилээр нэвтрэн орж буй хөдөө аж ахуйн бүтээгдэхүүнд хяналт тавьдаг.

Хүснэгт 165. Тайвань улсын хүнсний аюулгүй байдлын тогтолцоо

	1. Үйлдвэрлэл	2. Түгээлт	3. Хэрэглээ
Хамрах хүрээ	<ul style="list-style-type: none"> Боловсруулсан хүнс, Хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн, Эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүн, тоног төхөөрөмж, Савалгаа 	<ul style="list-style-type: none"> ХАА-н гаралтай хүнс Боловсруулсан хүнс, Хүнсний нэмэлтүүд, Эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүн, Тоног төхөөрөмж, Савалгаа 	<ul style="list-style-type: none"> Хоол, хүнс, ресторан, хоолны үйлчилгээ
Аргачлал	<ul style="list-style-type: none"> Хүнс болон үйлдвэрлэлийн зүйлсийн мэдэгдэл Дотоод чанарын хяналтын систем НАССР 	<ul style="list-style-type: none"> Хүнсний дээж болон шинжилгээ Хүнсний мэдээллийн систем Хортой хүнсний худалдааг хориглох систем 	<ul style="list-style-type: none"> Худал, хэтрүүлэгтэй сурталчилгааны хяналт Хүнсний хэрэглээний эрүүл ахуйн хяналт
Хариуцах газар	<ul style="list-style-type: none"> Эрүүл мэнд, нийгэм хангамжийн яам Бүс нутгийн засаг захиргаа 	<ul style="list-style-type: none"> Эрүүл мэнд, нийгэм хангамжийн яам Бүс нутгийн засаг захиргаа 	<ul style="list-style-type: none"> Эрүүл мэнд, нийгэм хангамжийн яам Бүс нутгийн засаг захиргаа

Тайвань улс нь SO/TS 22003 – Хүнсний аюулгүй байдлын удирдлагын тогтолцоотой. Уг тогтолцоо нь олон арга зүй, хэрэглээ, зарчмуудыг нэгтгэж чадсан тул ойлгож, хэрэглэхэд хялбар гэж үздэг.

Хүснэгт 166. Тайвань улсын хүнсний бүтээгдэхүүнд гаалийн шалгалт, үзлэг

Үзлэгийн төрөл	Хамаарах хүнс	Аргачлал
Бичиг баримтын үзлэг	<ul style="list-style-type: none"> Гадаад валют олоход ашигладаг хүнсний бүтээгдэхүүн (аялал жуулчлалын зориулалтаас бусад) Дотоодын компанийн үйлдвэрлэлд ашиглагдах хүнсний түүхий эд Эрдэм шинжилгээ, судалгааны зориулалтаар ашиглагдах хүнсний дээж Засгийн газар, төр захиргааны газрын худалдан авалт Гадаадад шинжилгээ хийлгэн буцаан импортлосон бараа Үзэсгэлэнд зориулагдсан, өвчин эмгэгтэй хүнд зориулагдсан, дахин боловсруулалт хийгдэх, гэх мэт. 	Барааг холбогдох шаардлагад нийцэж байгаа эсэхийг илгээгдсэн баримт бичгийг хянан шалгах замаар тодорхойлох
Биет үзлэг	<ul style="list-style-type: none"> Тодорхой стандартгүй ХАА-н гаралтай бүтээгдэхүүн Нэг компанийн ижил төрлийн ХАА-н хүнс, өмнө шалгагдан шинжилгээнд гаргаад эргэн импортлож буй хүнс Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яамнаас үзлэг шаардлагатай гэж үзсэн бусад хүнсний бүтээгдэхүүн 	Бүтээгдэхүүний шинж чанар, нөхцөл байдал, амт, үнэр, өнгө, шошго, сав баглаа боодлын нөхцөл, лабораторийн шинжилгээний түүхийг харгалзан бүтээгдэхүүнийг шаардлага хангаж буй байдлыг шалгах
Лабораторийн шинжилгээ	<ul style="list-style-type: none"> Анх удаа импортлогдож байгаа хүнс Илгээгч, хүлээн авагч оронд аюултай асуудал үүссэн хүнсний зүйлс Урьд нь согог асуудал гарч байсан хүнсний бүтээгдэхүүн 	Физик, хими, эсвэл микробиологийн аргаар
Санамсаргүй түүвэрлэлтийн туршилт	<ul style="list-style-type: none"> Бичиг баримтын болон биет үзлэгийн явцад дээж авч шинжлэх шаардлагатай бүтээгдэхүүн 	Физик, хими, эсвэл микробиологийн аргаар

Гаалийн лаборатори нь хилээр нэвтрүүлэх бараа тээврийн хэрэгсэл болон тэдгээртэй холбоотой бичиг баримтад гаалийн хяналт хийх явцад мэргэжлийн тусгай мэдлэг зайлшгүй шаардагдах, гаалийн зорилгоор барааны ангиллын кодыг тодорхойлох тохиолдолд магадлан шинжилгээг хийх, мансууруулах, сэтгэц нөлөөт бодисыг таньж илрүүлэх зорилго бүхий гаалийн хяналт, шалгалтын явцад гарсан маргаантай асуудлыг шийдвэрлэх чиг үүрэгтэй. Чацарганы бүтээгдэхүүн нь ургамлын гаралтай бүтээгдэхүүн тул дээж авч гаалийн шинжилгээнд оруулсны дараа биет үзлэг хийлгэнэ.

Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яамнаас хүнс их хэмжээгээр импортлож буй үйлдвэрүүдийн бүтээгдэхүүнд зөрчил илэрсэн тохиолдолд тухайн улсад газар дээр нь шалгалт хийж зөвшөөрөх эсэхийг шийддэг болсон. Мөн Импортын урьдчилан сэргийлэх хяналтын систем нь импортлогч болон гадаадын үйлдвэрүүдэд зэрэглэл тогтоох, зөрчил давтагдах байдлыг бүртгэлжүүлж давтагдсан тохиолдолд илүү өндөр торгууль, хариуцлага хүлээлгэх арга хэмжээг авдаг.

Гаалийн төв лабораторийн шинжилгээнд шаардлагатай бичиг баримтууд:

- Үнийн нэхэмжлэх
- Сав баглаа боодлын тодорхойлолт
- Бараа худалдах, худалдан авах тухай гэрээ
- Тухайн бодисын үйлдвэрлэгчийн сертификат
- Гарал үүслийн гэрчилгээ /шаардлагатай тохиолдолд/
- ААН-ийн улсын бүртгэлийн гэрчилгээний хуулбар
- Гадаадын хөрөнгө оруулалттай ААН-ийн гэрчилгээний хуулбар
- Эрх бүхий байгууллагын зөвшөөрөл /шаардлагатай тохиолдолд/

- Бараа бүтээгдэхүүнтэй холбоотой бусад бичиг баримтууд

Хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн

Эрүүл мэнд, нийгэм хангамжийн яаманд бүртгэгдэх бөгөөд тодорхой орц найрлагын мэдээллийг хургүүлэн хурлаар оруулж зөвшөөрөл авсан байх шаардлагатай.

Тэжээллэг чанарын шошгожуулалт

Эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүний хаяг шошго нь тэжээллэг чанарын тодорхой мэдээллийг хэрэглэгчдэд үнэн зөвөөр мэдэгдэхэд чиглэгдсэн.

Зураг 138. Тайваний тэжээллэг чанарын шошгожуулалт

Supplement Facts	Шошго дээр байх шаардлагатай мэдээлэл:	Аюулгүй байдал, хоол тэжээл, эрүүл мэндийн талаарх мэдээлэл:
Serving Size 2 Softgels Servings Per Container 60		
Amount Per Serving % Daily Value**		
Organic Sea Buckthorn Oil 1000mg†	• Бүтээгдэхүүний үндсэн мэдээлэл	• Хадгалах заавар
Organic Sea Buckthorn Berry Oil 800mg†	• Бүтээгдэхүүний нэр төрөл, ангилал	• Хэрэглэгчдэд хориглох, анхааруулах заалт
Palmitoleic Acid (Omega 7) 30-35%	• Компаний нэр болон хаяг	• Тэжээллэг чанарын мэдээлэл (калори, нүүрс ус, сахар, өөх тос г.м)
Oleic Acid (Omega 9) 25-30%	• Үйлдвэрлэсэн хугацаа, дуусах хугацаа, хадгалах хугацаа	• Тусгай төрлийн хоол хүнсэнд холбогдох мэдээлэл
Linoleic Acid (Omega 6) 4-6%	• Хүнсний найрлага, хэмжээ	• Хүнсний борлуулалт, сурталчилгаа, зар сурталчилгааны арга
Organic Sea Buckthorn Seed Oil 200mg†	• Бүтээгдэхүүний гарал үүсэл	• Өөх тос, холестерин хэмжээ
Linolenic Acid (Omega 3) 26-30%	• Цэвэр жин, хэмжээ	• Шим тэжээл, амин дэм
Linoleic Acid (Omega 6) 29-36%		
Oleic Acid (Omega 9) 20-25%		
Vitamin E 3.15-3.9 IU 14-17%		
** Percent Daily Values are based on 2,000 calorie diet. † Daily Value not established		

ДҮГНЭЛТ

Өртгийн сүлжээнд оролцогч талуудын зохион байгуулалт, чиг үүргийг тодорхой ангилсан бөгөөд хүнсний, хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүнд тавигдах шаардлага, хяналт оролцоо нь харьцангуй өндөр байна. Монголын боловсруулах үйлдвэрүүд Тайваний зах зээлийн гаалийн бүрдүүлэлт, дүрэм журмыг дагаж мөрдөхөд зөвлөн чиглүүлж, мөн маркетинг сурталчилгаанд дэмжлэг болж чадахуйц найдвартай импортлогчтой хамтран ажиллах нь чухал юм.

Тайваний хилээр нэвтрэхэд боловсруулсан мах, махан бүтээгдэхүүнээс бусад махан бүтээгдэхүүн, жимс жимсгэнэ, ургамлын гаралтай зүйлсийг оруулахыг хориглодог тул чацарганыг жимсээр нь буюу түүхий эд байдлаар эсвэл дээж байдлаар импортлохдоо холбогдох бүрдүүлэлтийг зайлшгүй хийх хэрэгтэй. Хэрэв дээжинд гарсан цөөн тооны бүтээгдэхүүнд гаалийн бүрдүүлэлт хийгээгүй тохиолдолд судалгаа шинжилгээний ажлын үр дүн, технологийн туршилт бүгд хүчингүй болох хуулийн үйлчлэлтэй байдаг байна.

Тайвань улс импортлох бүтээгдэхүүндээ нэн тэргүүнд гарал үүслийн гэрчилгээг шаарддаг. Монгол Улсын хувьд экспортонд гаргах бараа, бүтээгдэхүүний гарал үүслийг баталгаажуулж гэрчилгээжүүлэх нь экспортыг нэмэгдүүлэхэд нөлөөлөх хамгийн эхний хүчин зүйл болох юм.

5.4. ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СЕГМЕНТИЙН СУДАЛГАА

Тайваний зах зээлийн нөхцөл нь Тайваньд бизнес эхлүүлэх сонирхолтой бизнес эрхлэгчдэд таатай нөхцлийг бүрдүүлж чадахаар байна. Тус улсын зах зээлд чацарганы бүтээгдэхүүн шинээр нэвтэрч байгаа бөгөөд гоо сайхны бүтээгдэхүүн, эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний

түүхий эд болон бэлэн бүтээгдэхүүнийг БНХАУ-аас импортлодог. Дотооддоо чацарганы боловсруулах үйлдвэртэй, борлуулалтын сувгийг бүрдүүлсэн байна.

Хүснэгт 167. Тайваний импортын ургамлын бүтээгдэхүүний HS код

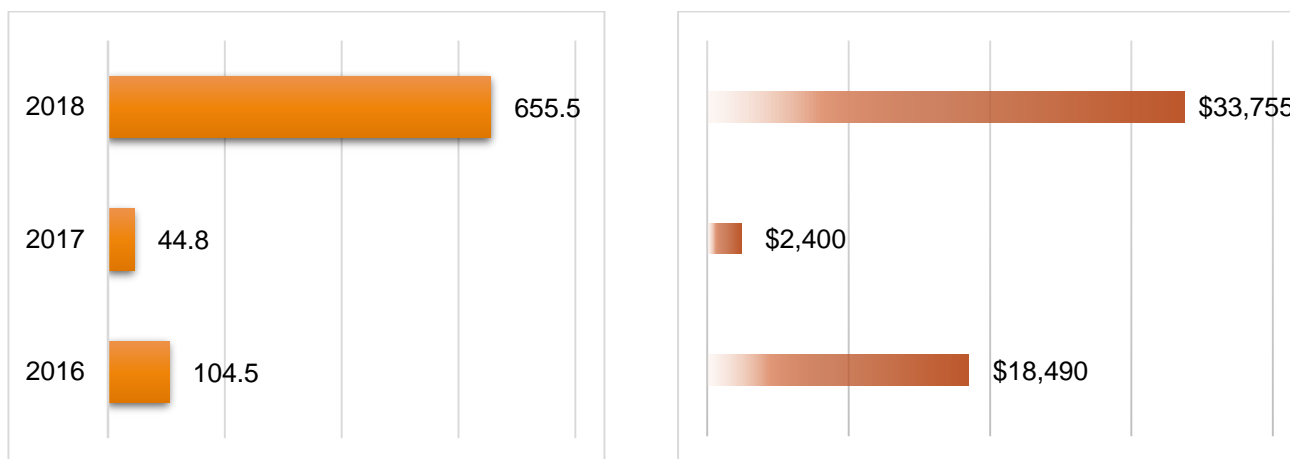
HS код (эхний 2 орон)	MAP Category	HS код (4-6 орон)	Бүтээгдэхүүний дэд бүлэг
33	Ургамлын анхилуун үнэрт тос, резиноид, терпен	3301 (330112, 330113, 330129, 330124, 330125, 330129,330130, 330190)	Ургамлын анхилуун үнэрт тос, тосоор хийсэн терпен

Эх сурвалж: https://cdbtu.edu.np/uploads/Botanica%20Orientalis_Volume%2010.pdf

Тайваний чацарганы бүтээгдэхүүний импортын HS код нь 3301 ангилалд хамаарах ба харгалзах кодууд нь 330112, 330113, 330129, 330124, 330125, 330129,330130, 330190 байна.

Монгол улсаас Тайвань улс руу экспортлогдсон чацарганы бүтээгдэхүүн нь чацарганы тос хэлбэрээр 2016 оноос эхлэн гарчээ.

Зураг 139. Тайвань улсын Монгол улсаас импортлосон чацарганы тос \тоо хэмжээгээр болон үнийн дүнгээр\

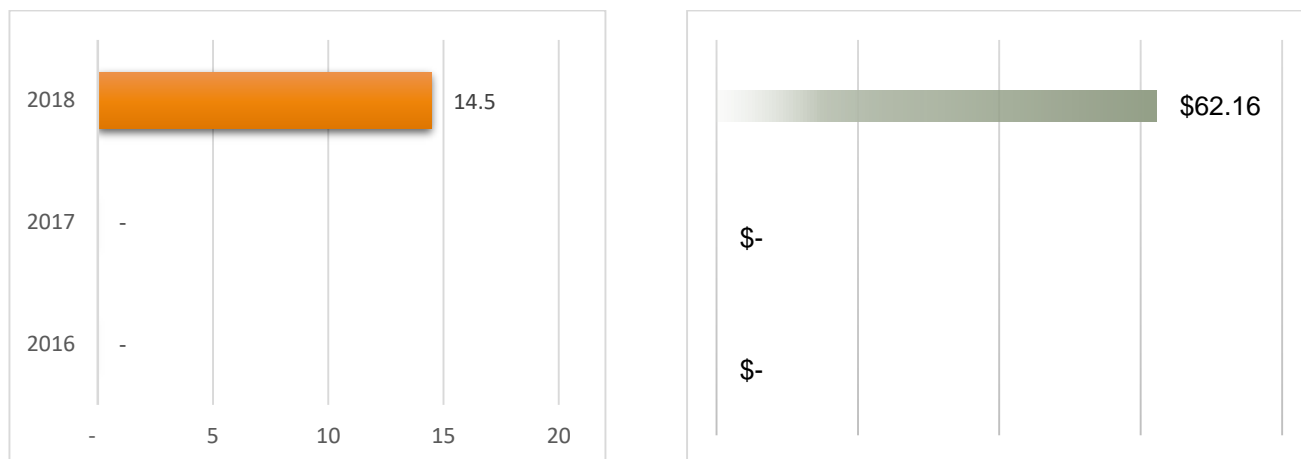


Эх сурвалж: Монгол улсын гаалийн ерөнхий газрын мэдээ

Тайваний чацарганы тосны импортын хэмжээ зах зээлийн багтаамжтайгаа харьцуулахад өчүүхэн бага гэж хэлж болохоор байна. 2018 онд Монгол улсаас 67 кг тос 33,8 мянган ам.долларын үнийн дүнтэйгээр импортлосон. 2016 онд чацарганы тосыг Буянт-Ухаагийн гаалиар 2106 HS кодтойгоор “Живэртийн Оргил” ХХК хоёр удаа экспортлосон бол 2017 онд 3301 HS кодтойгоор 3 удаа экспортлосон байна.

Монгол улсын гаалийн мэдээгээр, Монгол улсаас Тайвань улс руу нухаш хэлбэрээр нэг удаа л импорт хийгдсэн мэдээлэл байна.

Зураг 140. Монгол улсаас Тайвань руу экспортлосон чацарганы нухаш \тоо хэмжээгээр болон үнийн дүнгээр\



2018 онд Монгол улсаас Тайвань руу нийтдээ 14,5 кг чацарганы нухаш экспортонд гаргасан. Тус улсын импортлосон чацарганы нухашны хэмжээг дараах хүснэгтээр харуулав.

Хүснэгт 168. Монгол улсаас Тайвань руу экспортлосон чацарганы нухаш \аж ахуйн нэгжээр\

Он	Код	Барааны нэр	Марк	Зориулалт	ААН	Гаалийн газар	Тоо	Нэгж	Үнэ, \$
2018	2007	Нухаш, чацаргана жимсний	Sea buckturn puree, Өглөөний мэнд	гялгар ууттай, хэмжээ: 86,3гр, арилжааны	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	14.50	кг	62.16

Эх сурвалж: Монгол улсын Гаалийн ерөнхий газрын мэдээ, 2019.

Төмөр зам, автомашинаар бага хэмжээний чацарганы бүтээгдэхүүнийг гаалийн бүртгэлгүй экспортлогдсон байх магадлалтай байна. Учир нь УБ хот дахь Тайвань улсын худалдааны төлөөлөгчийн газрын мэдээ болон Гаалийн ерөнхий газрын тоо мэдээ зөрүүтэй байх тохиолдол илэрсэн болно.

5.4.1. Үйлдвэрлэлийн зориулалтаар

Үйлдвэрлэлийн зориулалттай хэрэглээний зах зээл /Сегмент 1/

Тайвань улс чацаргана тариалдаггүй бөгөөд дотоодын боловсруулах үйлдвэрүүд нь импортын чацарганаар бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж зах зээлд нийлүүлдэг. Тайваний хүнсний зориулалтаар жимс, чацаргана боловсруулдаг үйлдвэрүүдийн мэдээллийг оруулав.

Хүнсний зориулалтаар жимс, чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүд:

Altai Co.Ltd.

Жимсний нунтаг, навчны нунтаг, навчны цай, жимсний дарс, шүүс, навчны гоймон боловсруулдаг.

Хаяг: Altai Co., Ltd. Corporate, Утас: +886 8 766 7699

Email: yp84078868@gmail.com

Зураг 141. Тайваний “Алтай” компаний бүтээгдэхүүн



International Purpose Co.

Түүхий эдээ БНХАУ-аас авдаг. Хаяг: 4 F, NO. 33, Fu-Shun St., Тайпей, Утас: 58862-25987495

Morrisson global corp

Herbal, Green Lippen Mussel, чацаргана гэх мэт ургамлын гаралтай бүтээгдэхүүнээр үйлдвэрлэл явуулдаг. Номхон далайн бүсийн МГЗ группийн толгой компани Morrison Global Corp. Утас:886-3-3869388
Хаяг:13F-2, No.269, Guo Chiang I гудамж, Таоюан

SOD-Like Sea buckthorn Fermented Concentrate Liquid

Шүүс, ферментийн шүүс, фермент нунтаг, SOD-Like нунтаг, noni шүүс, noni нунтаг, исгэсэн шүүс, исгэсэн шүүс нунтаг үйлдвэрлэдэг. Хонгконг, Япон, Малайз, Сингапур улс руу экспорт хийдэг. Утас: +886-2-22689998, Факс :+886-2-22685958
Хаяг: 3F., No.28, Chengtian Rd., Tucheng Dist., New Taipei City 236, Taiwan (R.O.C.)
Цахим хуудас: <http://www.your-noni.com>

New bellus enterprises co., ltd.

пробиотик, эмийн мөөг Muselium, ферментийн найрлага, ферментжуулсан хоол, ундаа, эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг. Австрали, Хятад, Египет, Энэтхэг, Индонез, Япон, Солонгос, Өмнөд Солонгос, Малайз, АНУ, Балба, Шинэ Зеланд, Сингапур, Тайланд, Вьетнам улсууд руу экспорт хийдэг. Утас:+886-6-6989025, Факс: +886-6-6989806
Хаяг: No.48, Industrial Road, Guantian дүүрэг, Тайнан хот 72042,
Цахим хуудас: <http://www.newbellus.com.tw>

Visgeneer, inc.

Глюкозын бэлдмэл, Арьс арчилгааны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг. Утас: +886-3-5181918, Факс:+886-3-5181908
Хаяг: No.335, Sec.6, Zhonghua Rd, Hsinchu City 30094
Цахим хуудас: <http://www.visgeneer.com.tw>³⁰

Эмийн буюу биологийн идэвхт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч компаниуд:

Эдгээр үйлдвэрүүд нь ихэвчлэн хүнсний нэмэлт бэлдмэл, гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг байна.

³⁰ <https://www.go4worldbusiness.com/find?searchText=sea+buckthorn+oil&BuyersOrSuppliers=buyers>

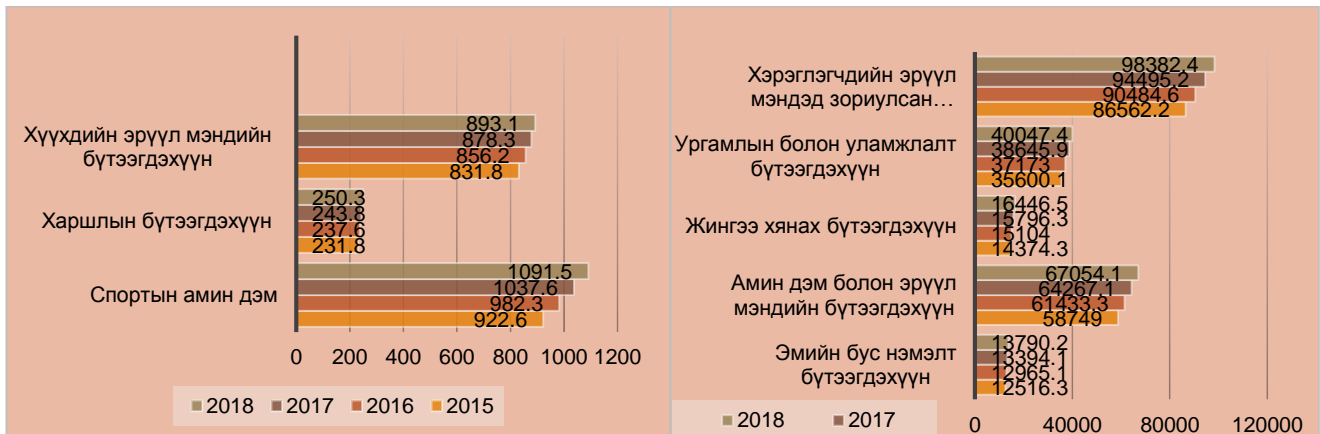
Зураг 142. Тайваний амин дэмийн бүтээгдэхүүний эзлэх хувийн жин /2017 оны 4 сарын байдлаар/



Эх сурвалж: <https://www.statista.com/statistics/791868/taiwan-most-consumed-health-products-by-category/>

Тайваний эмийн буюу биологийн идэвхт бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлд амин дэм бүхий хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн 64.3 хувийг, төрөл бүрийн жимсний үрийн тос 14.3 хувийг эзэлж байгаа нь энэ зах зээлд чацарганаар хийсэн бүтээгдэхүүн нэвтрэн орох орон зай байгааг илтгэнэ.

Зураг 143. Тайваний хэрэглэгчдийн эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний хэрэглээний зориулалт \2015-2018 оноор, Тайвань сая доллараар\



Эхсүрвалж: <https://www.austrade.gov.au/australian/export/export-markets/countries/taiwan/industries/health-supplements-to-taiwan>

Тайвань улсад 2018 оны байдлаар, эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний борлуулалт 98.4 тэрбум Тайвань доллар, ургамлын болон уламжлалт бүтээгдэхүүн 40.1 тэрбум Тайвань доллар байна.

Зах зээлд нэр хүнд бүхий чацарганы бүтээгдэхүүнийг гадаадаас нийлүүлдэг компаниудын товч мэдээллийг доор харуулав.

International Purpose Co.

БНХАУ-аас түүхий эдээ худалдан авдаг. Хаяг: 4 F, NO. 33, Fu-Shun St., Taipei
Утас: 886-2-25987495

Morrisson global corp

Herbal, Green Lippen Mussel, чацаргана гэх мэт ургамлын гаралтай бүтээгдэхүүнээр үйлдвэрлэл явуулдаг. Номхон далайн бүсийн МГЗ группийн толгой компани Morriison Global Corp. Утас:886-3-3869388

Хаяг:13F-2, No.269, Guo Chiang I гудамж, Таюан

New bellus enterprises co., ltd.

Пробиотик, эмийн мөөг Mycelium, ферментийн найрлага, ферментжуулсан хоол, ундаа, Эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг. Австрали, Хятад, Египет, Энэтхэг, Индонез, Япон, Солонгос, Өмнөд Солонгос, Малайз, АНУ, Балба, Шинэ Зеланд, Сингапур, Тайланд, Вьетнам улсууд руу экспорт хийдэг. Утас:+886-6-6989025, Факс: +886-6-6989806
Хаяг: No.48, Industrial Road, Guantian дүүрэг, Тайнан хот 72042,
Цахим хуудас: <http://www.newbellus.com.tw>

Тайваний боловсруулах үйлдвэрүүдээс авсан судалгааны дүн

Алтай, International Purpose Co, Morisson Global corp, SOD-Like Seabuckthorn Fermented concentrate Liquid, Taiwan Supercritical Technology co, ltd, New Bellu enterprises co Ltd гэсэн таван үйлдвэрээс судалгааны ажлын хүрээнд санал асуулгаар судалгааг авлаа.

Хүснэгт 169. Тайваний боловсруулах үйлдвэрүүдээс авсан судалгааны дүн

Асуулт	Сонголт	Хариулт	Хариултын дүнд эзлэх хувь
Ямар төрлийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг вэ?	7. Хүнсний	3	60
	8. Гоо сайхны	1	20
	9. Эмийн, эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн	1	20
Зорилтот зах зээл	5. Дотоод	2	40
	6. Гадаад	3	60
Чацарганы бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг эсэх	5. Тийм	5	100
	6. Үгүй	0	0
Түүхий эдээ хаанаас авдаг	6. Дотоодоос	4	80
	7. Гадаадаас /БНХАУ, ОХУ Монгол/	1	20
Монголын чацарганы онцлог шинжийг мэдэх эсэх	5. Тийм	5	100
	6. Үгүй	0	0
Түүхий эдээ Монголоос авах сонирхол бий юу?	7. Тийм	3	60
	8. Үгүй	1	20
	9. Мэдэхгүй	1	20

Судалгаанд хамрагдсан 5 боловсруулах үйлдвэрүүд бүгд чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүд бөгөөд 40 хувь нь үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүнээ дотоодын зах зээлд, 60 хувийнх нь зорилтот зах зээл нь гадаадын хэрэглэгчид хэмээн тодорхойлжээ. Чацаргана боловсруулах үйлдвэрүүд 100 хувь түүхий эдээ гадаад улсаас буюу БНХАУ, ОХУ, Монгол улсуудаас импортлодог.

Бөөний худалдааны төвөөс авсан судалгааны дүн

Тайвань улсын чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулагч бөөний худалдааны 5 компани, эдгээр төвүүдэд ажиллаж буй 50 ажилтнаас судалгааг авч үр дүнг дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 170. Тайвань улсын бөөний худалдааны төвөөс авсан судалгааны дүн

Чацарганыг боловсруулах үйлдвэрүүдэд нийлүүлдэг үү?		
1. Тийм	50	100%
2. Үгүй	0	0%
Импортын чацарганыг худалдан авах тохиолдолд ямар ямар бүтээгдэхүүнийг худалдан авах сонирхолтой вэ?		
1. Жимс	0	0%
2. Нунтаг	26	52%
3. Цэвэр шүүс	5	10%
4. Навч	6	12%
5. Тос	13	26%
Худалдан авах, борлуулах чацарганы талаарх мэдээллийг хаанаас авдаг вэ?		
1. Нийлүүлэгчээс	16	32%

2. Зах зээлээс	4	8%
3. Интернет	20	40%
4. Мэргэжлийн холбоо	5	10%
5. Бусад	5	10%
Монголын чацарганы давуу талыг мэдэх үү?		
1. Тийм	22	44%
2. Үгүй	28	56%
Чацарганыг Монголоос авах сонирхол бий юу?		
1. Тийм	35	70%
2. Үгүй	8	16%
3. Мэдэхгүй	7	14%
Хэрэв Монголоос чацаргана худалдан авах бол хамгийн гол шалгуур нь юу байх вэ?		
1. Чанар	29	58%
2. Үнэ	15	30%
3. Нийлүүлэгчийн найдвартай байдал	6	12%

Тайваний үйлдвэрлэгчид чацаргана худалдан авах, худалдах талаарх мэдээллийг голчлон интернетээс (20%) авдаг бөгөөд борлуулах сонирхолтой бүтээгдэхүүн нь чацарганы нунтаг бэлдмэл байна. Судалгаанд оролцсон бөөний төвийн ажилтнууд Монголоос түүхий эдээ авах сонирхолтой, хамгийн гол нь чанартай органик байх шаардлагатай гэж хариулсан байна.

Тайвань улсын чацарганы жижиглэнгийн худалдааны төвөөс авсан судалгааны үр дүн

Тайвань улсын чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулагч жижиглэнгийн худалдааны 10 компани, эдгээр ажиллаж буй 100 ажилтнаас судалгааг авч үр дүнг дараах хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 171. Тайвань улсын жижиглэнгийн худалдааны төвөөс авсан санал асуулгын дүн

Чацарганаар үйлдвэрлэсэн ямар ямар бүтээгдэхүүн борлуулж байна вэ?		
1. Ундаа	5	5%
2. Цэвэр шүүс	31	31%
3. Тос	25	25%
4. Нунтаг	13	13%
5. Навчны цай	7	7%
6. Гоо сайхны бүтээгдэхүүн	19	19%
Импортын чацарганыг худалдан авах тохиолдолд ямар ямар бүтээгдэхүүнийг худалдан авах сонирхолтой вэ?		
1. Ундаа	9	9%
2. Цэвэр шүүс	26	26%
3. Тос	22	22%
4. Нунтаг	24	24%
5. Навчны цай	5	5%
6. Гоо сайхны бүтээгдэхүүн	14	14%
Борлуулах бүтээгдэхүүнийхээ талаарх мэдээллийг хаанаас авдаг вэ?		
1. Нийлүүлэгчээс	23	23%
2. Зах зээлээс	5	5%
3. Интернет	41	41%
4. Мэргэжлийн холбоо	11	11%
5. Бусад	20	20%
Монголын чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулах сонирхолтой юу?		

1. Тийм	62	62%
2. Үгүй	13	13%
3. Мэдэхгүй	25	25%
Монголын бүтээгдэхүүнийг борлуулах тохиолдолд ямар шаардлага тавих вэ?		
1. Чанар	46	46%
2. Үнэ	13	13%
3. Нийлүүлэгчийн найдвартай байдал	41	41%
Монголын бүтээгдэхүүнийг борлуулах тохиолдолд үнийн ямар хэлцэл хийх вэ?		
1. Худалдан авалт	33	33%
2. Борлуулалтын хувь	67	67%

Жижиглэнгийн худалдааны төвүүд чацарганы тос борлуулах сонирхолтой байна. Тус улс нь халуун орны бүсэд байрладаг тул амны цангаа тайлах органик шүүс борлогдох боломжтой хэмээн хариулсан. Интернет буюу цахим орчноос олон төрлийн худалдан авалт хийгдсэн, бүтээгдэхүүний талаар зөв, эерэг мэдээлэл байршуулах нь борлуулалтанд шууд хамааралтай болох нь ярилцлага, санал асуулгын явцад тодорхой боллоо.

Монгол улсын талаар нум сум, өргөн уудам тал гэдгээс өөр төсөөлөл дийлэнх хүн амд байхгүй, зарим нь бүр мэдэхгүй байгаа нь ажиглалтаар харагдсан тул органик бүтээгдэхүүн талаас нь зар сурталчилгаа хийж, видео хэлбэрийг ашиглан цахим сүлжээнд байрлуулах нь эерэг үр дүн үзүүлнэ. Бүтээгдэхүүний борлуулалтын эхний үе шатанд байсан шинж чанар, стандарт нь цаашид хадгалагдаж хэвээр байж чадах уу гэдэг асуултыг биднээс ярилцлагын үед их асууж байсан болно.

Судалгаанд хамрагдсан хүмүүс “цэвэр шүүс, тос үйлдвэрлэж, цэвэр нягтаршуулсан шүүс, нунтаг хэлбэрээр түүхий эд болгон авах, интернэтээс мэдээлэл авч, Монгол улстай хамтарсан бүтээгдэхүүн авах сонирхолтой, түүхий эд чанартай, найдвартай байх хэрэгтэй” гэсэн хариултуудыг ихэвчлэн өгч байсан. Бөөний болон жижиглэнгийн төвүүд борлуулалтын гэрээ байгуулж уг гэрээнд борлуулалтын хувийг тусгаж тооцох замаар худалдаа хийх сонирхолтой нь харагдсан.

5.4.2. Бүтээгдэхүүний хэрэглээний зориулалтаар: хүнсний, гоо сайхны, эмчилгээний буюу бусад

Хүнсний бүтээгдэхүүний хэрэглээний зах зээл \Сегмент 2\.

Тайвань улсын чацарганы хэрэглэгчийн зах зээлийг судлахдаа бүтээгдэхүүний хэрэглээний зориулалтаар нь хүнсний, гоо сайхны, эмчилгээний, бусад гэсэн ангилалаар судаллаа. Хүнсний зах зээлийн судалгааг гүйцэтгэхээс өмнө Тайвань улсын хүнсний үйлдвэрлэлийн салбарт тэргүүлэгч ТОП-12 хүнсний үйлдвэрийн талаарх мэдээллийг доорх хүснэгтээр нэгтгэв.

Хүснэгт 172. Тайвань улсын хүнсний салбарын ТОП 12 компани, 2018 оны байдлаар

Компани	Бүтээгдэхүүний төрөл	Борлуулалт /ам.доллар, мянга/	Бүтээгдэхүүний байрлал	Бүтээгдэхүүнээ борлуулах суваг
Taiwan Tobacco & Liquor Corporation	Ликёр, шар айраг, тамхи	2.5 тэрбум	Тайвань, Хятад, Өмнөд Ази	Шууд, импорт, бөөний худалдаа, агент, фермер
Uni-President Group	Хоол амтлагч, эрүүл хоол, сүүн бүтээгдэхүүн, чихэр, цагаан идээ, мах, хөлдөөсөн бэлэн хоол, ундаа, органик хоол, бас амьтны хоол	1.56 тэрбум	Тайвань, Хятад, Өмнөд Ази	шууд, импорт, бөөний худалдаа, агент, фермер

Great Wall Group	Хүнсний тос, улаан буудайн гурил, тахианы бүтээгдэхүүн, хөлдөөсөн хүнс, лаазалсан амттан, зөөлөн ундаа, малын тэжээл	744.6	Тайвань, Хятад, Хонг конг, Вьетнам, Филиппин, Малайз	шууд, импорт, бөөний худалдаа, агент, фермер
TTET Union Corp.	Шар буурцгийн бүх төрлийн бүтээгдэхүүн	552.9	Тайвань	шууд, импорт, бөөний худалдаа, агент, фермер
Charoen Pokphand Enterprise	Боловсруулсан мах, тэжээл, шувууны мах	498.8	Тайвань, АНУ, Мэксик, Турк, Өмнөд Ази	шууд, импорт, бөөний худалдаа, агент, фермер
Kinmen Kaoliang Liquor	Шар айраг	397.5	Тайвань	шууд, импорт, бөөний худалдаа, агент, фермер
Wei Chuan Food	Шүүс, зөөлөн ундаа, амтлагч, сүүн бүтээгдэхүүн	253.6	Тайвань, Хятад, Тайланд	шууд, импорт, бөөний худалдаа, агент, фермер
Taiwan Sugar Corporation	Чихэр, элсэн чихэр, хүнсний тос, өөх, биотехнологийн бүтээгдэхүүн, далайн бүтээгдэхүүн	1.1 тэрбум	Тайвань	шууд, импорт, бөөний худалдаа, агент, фермер
Formosa Oilseed Processing Co., Ltd	Шар буурцгийн тос, улаан лоолийн соус, эрдэнэ шишийн үр тариа, лаазалсан жимс	257.7	Тайвань, Хятад	шууд, импорт, бөөний худалдаа, агент, фермер
Fwusow Industry Co. Ltd	Амьтны хоол, малын тэжээл, үр тариа, хүнсний тос, хүнсний ногооны уургийн бүтээгдэхүүн	319.3	Тайвань, Хятад	шууд, импорт, бөөний худалдаа, агент, фермер
Vedan Enterprise Corp.	ООТБ, шуурхай гоймон, ундаа, зөгийн бал, цардуул, эрүүл хоол хүнс	304.8	Тайвань, Хятад, Вьетнам	шууд, импорт, бөөний худалдаа, агент, фермер
Central Union Oil Corp	Хүнсний тос, шар буурцаг болон бусад шар буурцаг бүтээгдэхүүн	215.9	Тайвань	шууд, импорт, бөөний худалдаа, агент, фермер

Эх үүсвэр: Taiwan Chain Store Almanac 2018 China credit information service-2018 Top 5000 corporation in Taiwan

Хүснэгтээс харахад, хүнсний бүтээгдэхүүн, ундаа, тос, тэжээл, боловсруулах үйлдвэр, органик бүтээгдэхүүн үйлдвэрүүд тэргүүн байр эзэлсэн нь Монголоос органик чацарганы экспортлох боломж байгааг илтгэнэ.

Тайваний хүнсний үйлдвэрүүдийн чацарганаар үйлдвэрлэж буй гол нэрийн бүтээгдэхүүний талаарх мэдээллийг доор харуулав.

Зураг 144. Тайвань улсын үйлдвэрүүдийн үйлдвэрлэж буй чацарганы хүнсний бүтээгдэхүүнүүд

 <p>30 гр Савалгаатай жимсний нунтаг. 10 ш нь Тайвань доллар \$1760</p>	 <p>Чацарганы тос 50 мл Тайвань доллар \$980</p>
--	--

 <p>Чацарганы тос 50мл. 3ш нь Тайвань доллар \$2580</p>	 <p>Чацарганы энзем 375мл. Тайвань доллар \$1490</p>
--	--

Дээрх хүнсний бүтээгдэхүүнүүдийг худалдан авч хэрэглэсэн 435 хэрэглэгчдийн бүтээгдэхүүний болон сэтгэл ханамжийн талаарх сэтгэгдэл, санал, зөвлөмжүүдийг судлан нэгтгэн орууллаа.

Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн сэтгэгдлийн түүврийн хэмжээ:

- Чацарганы нунтаг – 50 сэтгэгдэл
- Цэвэр шүүс – 315 сэтгэгдэл
- Исгэсэн ундаа, дарс – 70 сэтгэгдэл

Хүснэгт 173. Тайвань улсын чацарганы хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл

Чацарганаар үйлдвэрлэсэн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн	
Эерэг	Сөрөг
<ul style="list-style-type: none"> • Нүд хуурайшихаа арилсан • Арьс хуурайшихаа больсон • Ходоодны шарх багассан • Арьсны идээт өрсөвсөл нь багасаж байна • Жин хасч байна • Дархлаа сайжирсан 	<ul style="list-style-type: none"> • Үр дүн мэдрээгүй • Ямар хугацааны дараа ямар үр дүнд хүрэхээ тайлбарлаагүй • Онцгой үр дүн мэдрээгүй
Чацарганаар үйлдвэрлэсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүн	
Эерэг	Сөрөг
<ul style="list-style-type: none"> • Нэрийг нь сонсоод тосорхог болох байх гэж бодсон ч арьсанд хурдан шингэсэн • Нүдний доогуурх харлалт багассан • Үрчлээ бүдгэрсэн • Нүдний эргэн тойронд байсан үрчлээ багассан • С аминдэмээр баялаг болохоор цайруулах үйлчилгээтэй мэт санагдсан 	<ul style="list-style-type: none"> • Нүүрний тосны үнэр таалагдаагүй • Дахин худалдан авалтанд чанар өөрчлөгдсөн • Хүн болгоны арьсны онцлог өөр өөр байх нь ойлгомжтой. Би 50+ насны ангилалд багтах арьсны онцлогтой. • Нэг хайрцаг бүтээгдэхүүн хэрэглэсний дараа энэ бол миний сонголт биш болохыг ойлгосон • Савалгаа таалагдаагүй, болхи байсан
Чацарганы тос	
Эерэг	Сөрөг
<ul style="list-style-type: none"> • Нүүрний батга олон жил санаа зовоож байсан ч бөгөөд сониноос авсан мэдээллийн дагуу чацарганы тос авч хэрэглэхэд 5 дахь өдрөөс эхлэн үр дүнгээ өгч эхэлсэн • Эрүү хэсгээр гэнэт улайж эхлэхэд найзын зөвлөсний дагуу чацарганы тос хэрэглэхэд улаан өнгө нь буурч эхэлсэн • Би дандаа органик бүтээгдэхүүн хэрэглэх дуртай. • Эхлээд өөртөө зориулж худалдан авсан. Харин дараа нь манай муур чихээ оролдоод нэг л тавгүй байхаар нь өглөө, оройдоо нэг дусалыг чихэнд нь хийхэд муур чихээ оролдохоо больсон. 	<ul style="list-style-type: none"> • Цахим худалдаанаас худалдан авахад дэлгүүрээс авсантай адил баглаа боодол байхгүй байна • Загатналт өгсөн бөгөөд хэрэглэхээ болиход загатнах байдал арилсан • Хоёр дахь худалдан авалтанд бүтээгдэхүүний өнгө өөрчлөгдөж ирсэн • Этгээд үнэртэй • Танил биш амт • Шошго дээрхи тайлбар хангалттай бус • Удаан үр дүн гардаггүй • Зар сурталчилгаа нь видео хэлбэрээр оруулаагүйгээс ойлгомжгүй байдал үүсдэг.

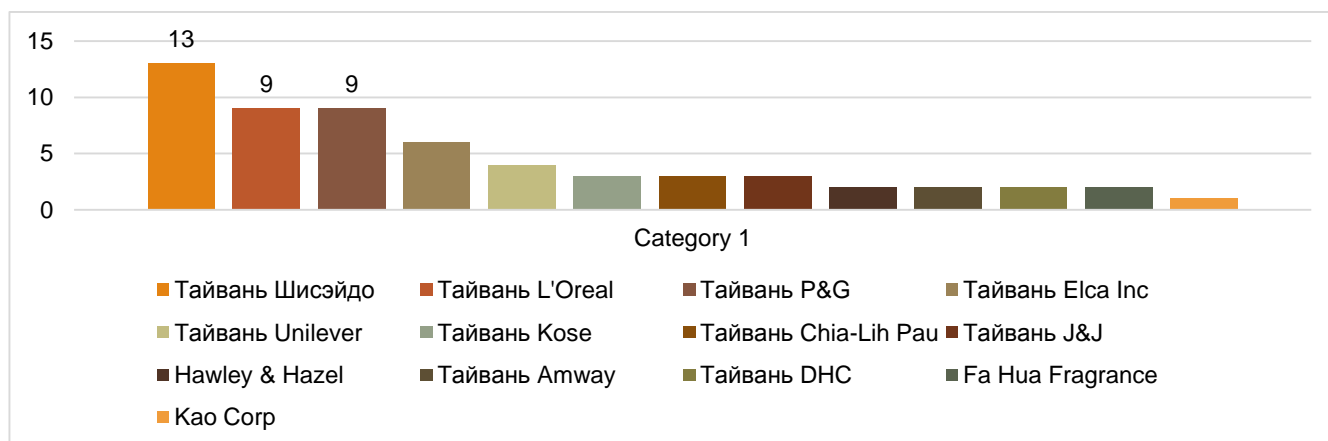
- Энэ бүтээгдэхүүнд үнэхээр сэтгэл хангалуун байгаа.
- Би 25 нас хүртлээ батгагүй цэвэр арьстай байсан. Гэтэл 40 наснаас хожуу үед батга гарч эхэлсэн бөгөөд бүхий л үнэтэй батганы эсрэг үнэтэй бүтээгдэхүүн ашигласан ч үр дүнгээ өгөөгүй. Харин энэ байгалийн гаралтай, хямд бүтээгдэхүүнээс өглөө оройдоо нэг дусал хэрэглэхэд нүүрний батгашил арилсан.
- Нүд болон уруул хавийн арьсандаа тос тогтмол түрхэж байгаа бөгөөд үрчлээ багасч байна.

Тайваний газар нутагт чацаргана ургадаггүй тул тус жимсний талаарх төсөөлөл хүн амын дунд маш бага байна. Зар сурталчилгаанаас харахад, эх газрын Хятадын цахим хуудаснаас мэдээллээ голчлон авдаг тул бусдын сэтгэдэл, бодит үр дүнгийн талаар сонирхон унших нь түгээмэл байдаг. Сөрөг сэтгэгдэлд итгэх магадлал өндөр байдаг тул Монголын бүтээгдэхүүнийг борлуулах тохиолдолд тайлбар, зааварчилгааг сайтар бичих чухал байна.

Гоо сайхны хэрэглээний зах зээл /Сегмент 3/

Тайвань улсын гоо сайхны борлуулалтанд тэргүүлэгч 12 компаний эзлэх байр суурийг дараах зургаар харуулав.

Зураг 145. Тайваний гоо сайхны зах зээлд компаниудын эзлэх хувь



Эх сурвалж: https://www.export.gov.il/files/cosmetics/OverviewoftheTaiwaneseCosmeticsMarket_2018.pdf

Тайвань улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний зах зээлд “Тайвань Шисэйдо” компани 13 хувийг, “Тайвань L'Oreal”, “Тайвань P&G” компаниуд тус бүр 9 хувийг эзэлж байна. Өөрөөр хэлбэл, гоо сайхны бүтээгдэхүүний зах зээлд дэлхийн алдартай брендүүдийн Тайвань дахь үйлдвэрүүд онцгой байр суурийг эзэлдэг.

Тайвань улсад цахим сүлжээгээр хамгийн их борлуулалт хийгдэж буй чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүнүүдийг түүвэрлэж дараах зургаар нэгтгэв.

Зураг 146. Тайваний чацарганы гоо сайхны бүтээгдэхүүн

 <p>Гарын тос Clementine, 3.4 fl oz (100 ml)</p>	 <p>Natura SIBERICA Удаан хугацааны тогтоцтой гарын тос 75ml /Тайвань доллар \$220/</p>
 <p>Baby lotion 50ml, хүүхдэд зориулсан чацарганы шампунь, чийгшүүлэгч Тайвань доллар \$320</p>	 <p>Нүүрний тос 125мл, Тайвань доллар \$660</p>
 <p>Биеийн тос 180мл, Тайвань доллар \$64</p>	 <p>Нүүрний маск 6ш, Тайвань доллар \$261</p>
 <p>Хүүхдэд зориулсан бэлгийн багц, иж бүрдэл нь 5 бүтээгдэхүүнээс тогтоно, Тайвань доллар \$1850</p>	 <p>Найрлагандаа чацаргана болон луван агуулсан шампунь 400мл, Тайвань доллар \$356</p>
 <p>Чацарганы мөсөн дарс 375мл, Тайвань доллар \$313</p>	 <p>Чацарганы нунтаг 10гр* 10ш, Тайвань доллар \$432</p>

Дээрх гоо сайхны бүтээгдэхүүнүүдийг авч хэрэглэсэн 450 хэрэглэгчдийн бүтээгдэхүүний болон сэтгэл ханамжийн талаарх сэтгэгдэл, санал, зөвлөмжүүдийг судлан нэгтгэн орууллаа.

- Гарын тос – 230

- Нүүрний тос - 111
- Биеийн тос - 109

Хүснэгт 174. Чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүний сэтгэгдэл

	Эерэг сэтгэгдэл	Сөрөг сэтгэгдэл
Сэтгэгдэл	<ul style="list-style-type: none"> • Арьсанд сайн • Нүүрний тос хурдан шингэдэг • Тэжээллэг чанар өндөр • Арьс хуурайшуулдаггүй • Арьс гялтагнуулахгүй • Органик гэж бодоод хэрэглэдэг 	<ul style="list-style-type: none"> • Үнэртэй • Удаан шингэдэг • Мэдрэмтгий арьсанд зохихгүй байна • Таалагдаагүй • Шингэхгүй, зузаарч арьсанд үлдээд байсан • Өвөрмөц сонин үнэртэй • үнэр таалагдаагүй
Хэрэглэгчдийн тоо	400	50
Сэтгэгдэл авсан сайтууд:	shopee.tw ruten.com.tw momoshop.com.tw taobao.com books.com.tw	

Чацарганаар хийсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг хэрэглэсэн хэрэглэгчдийн сэтгэгдлийн 88.9 хувь нь эерэг сэтгэгдэл үлдээсэн бол 11.1 хувь нь сөрөг сэтгэгдэл үлджээ. Эерэг сэтгэгдлүүдийг түүвэрлэн авч үзвэл, тэжээллэг, нүүрний тос хурдан шингэдэг, арьс хуурайшуулдаггүй, арьс гялтагнуулахгүй, органик чанар зэргийг онцолсон байна. Харин сөрөг сэтгэгдлүүд нь үнэртэй, удаан шингэдэг, мэдрэмтгий арьсанд зохихгүй байгаа талаар дурьдсан байна.

Монголоос бүтээгдэхүүн нийлүүлэх тохиолдолд органик, тэжээллэг давуу талд түшиглэсэн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэхэд анхаарах чухал байна.

Эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний зах зээл /Сегмент 4/

Тайвань улсын зах зээлд цахимаар борлуулагдаж буй эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн сэтгэгдлийг түүвэрлэн судлав.

Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүнүүдийг авч хэрэглэсэн 115 хэрэглэгчдийн бүтээгдэхүүний болон сэтгэл ханамжийн талаарх сэтгэгдэл, санал, зөвлөмжүүдийг судлан нэгтгэн орууллаа.

Хүснэгт 175. Тайваний хэрэглэгчдийн чацарганы эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний талаарх сэтгэгдэл

	Эерэг сэтгэгдэл	Сөрөг сэтгэгдэл
Сэтгэгдэл	<ul style="list-style-type: none"> • Тогтмол хэрэглэдэг • Ханиад томуу тусахгүй. • Чанартай мөн найдвартай. • Ядаргаанд сайн. • Үрэвслийн эсрэг үйлчилгээтэй. • Дотоодынх, пестицидгүй. • Савлагаа сайн • Нийлүүлэгч найдвартай. 	<ul style="list-style-type: none"> • Исгэлэн амт таалагдаагүй. • Үнэтэй. • Хэрэглэх заавар тодорхой бус. • Хэрхэн уух талаар заавар бичээгүй • Таалагдаагүй.
Хэрэглэгчдийн тоо	90	25
Сэтгэгдэл авсан сайтууд:	shopee.tw ruten.com.tw momoshop.com.tw taobao.com books.com.tw	

Нийт сэтгэгдэл бичсэн хэрэглэгчдийн 78.3 хувь нь чацарганаар хийсэн эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний талаар эерэг сэтгэгдэл, 11.7 хувь нь сөрөг сэтгэгдэл бичжээ. Эерэг сэтгэгдлүүд нь ханиад томуу тусахгүй, чанартай, ядаргаанд сайн, үрэвслийн эсрэг үйлчилгээтэй, дотоодынх, пестицидгүй, савлагаа сайн гэж бичигдсэн байна. Харин сөрөг сэтгэгдлүүд нь үнэтэй,

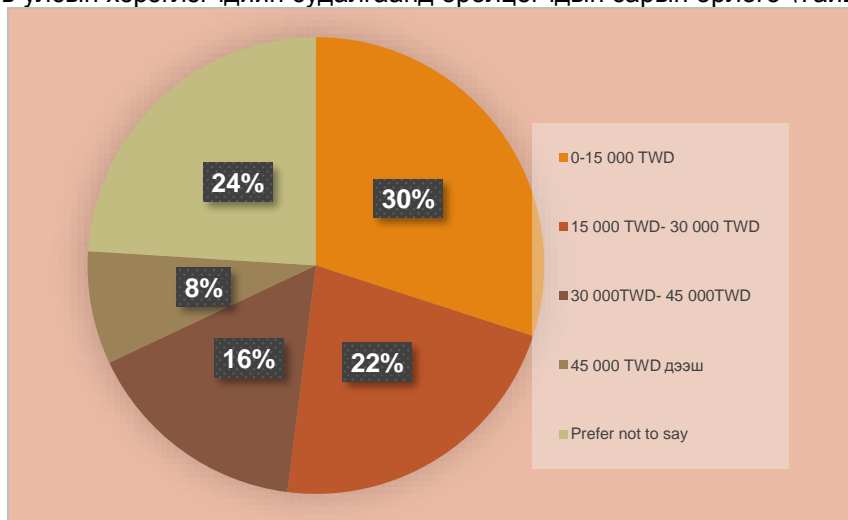
исгэлэн амт таалагдаагүй, хэрэглэх заавар ойлгомжтой бус гэжээ. Эндээс харахад, Монголоос чацарганаар хийсэн эрүүл мэндийн, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн экспортлохдоо органик давуу талыг батлан харуулах, бүтээгдэхүүний зааварчилгааг дэлгэрэнгүй тайлбарлаж бичих, савлагааг өнгө үзэмжтэй хийх, найдвартай борлуулагч талтай холбоо тогтоох чухал байна.

Хэрэглэгчийн судалгааны үр дүн

Тайвань улсын 68.0 мянган хэрэглэгчээс чацарганы бүтээгдэхүүний хэрэглэгчийн судалгааг авч нэгтгэлээ. Тайваний Пингтун хотын ШУТ-ийн багш, оюутнуудтай хамтран тус бүс нутгийн иргэдээс асуулга судалгаа авсан бөгөөд судалгааны үр дүнг зургуудаар үзүүлээ.

Судалгаанд хамрагдагсдын 72.0 хувь нь эмэгтэйчүүд, 28.0 хувь нь эмэгтэйчүүд байв. Судалгаанд оролцогчдын 63.0 хувь нь 18-30 насныхан бөгөөд эдгээр нь их сургуулийн бакалавр, магистр, докторын түвшинд суралцагчид байсан болно. Уг судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн 31.0 хувиас нь цаасаар анкетийн судалгааг бөглүүлж харин 69.0 хувиас нь “Google Form” ашиглан судалгаа авсан тул залуучууд судалгаанд харьцангуй олон тоогоор хамрагдах нөхцлийг бүрдүүлсэн гэж үзэж болохоор байв.

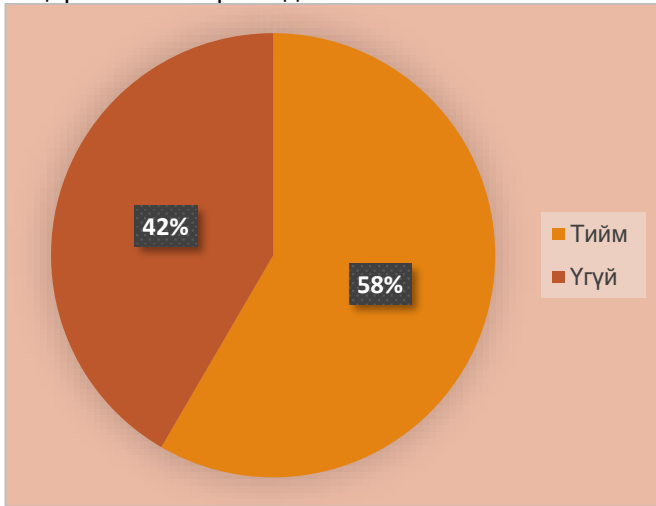
Зураг 147. Тайвань улсын хэрэглэгчдийн судалгаанд оролцогчдын сарын орлого \Тайвань доллараар\



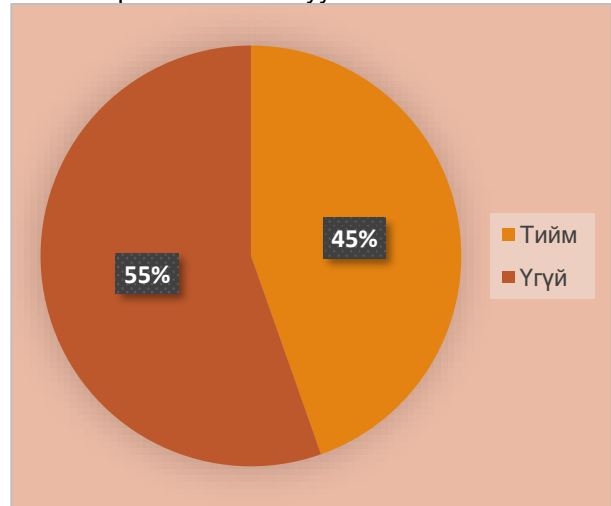
Судалгаанд оролцогчдын 30.0 хувь нь 15000 тайвань доллар хүртэлх орлоготой, 22.0 хувь нь 15000-30000 тайвань долларын орлоготой, 16.0 хувь нь 30000-45000 тайвань долларын орлоготой байгаа нь манай судалгаанд оролцогчдын тал хувь дунд ба түүнээс доош орлоготой хүмүүс байгааг харуулж байна. Тайвань улсын статистикийн мэдээгээр, тус улсын сарын дундаж цалин 39953 тайвань доллар³¹ болно. Судалгаанд хамрагдсан их, дээд сургуулийн багш нар энэ асуултанд хариулахгүй, энэ бол хувь хүний нууцад хамаарна хэмээн аман тайлбар өгч байлаа.

³¹ Taiwan's Directorate-General of Budget, Accounting and Statistics

Зураг 148. Тайвань хэрэглэгчдийн чацарганы талаарх мэдлэг

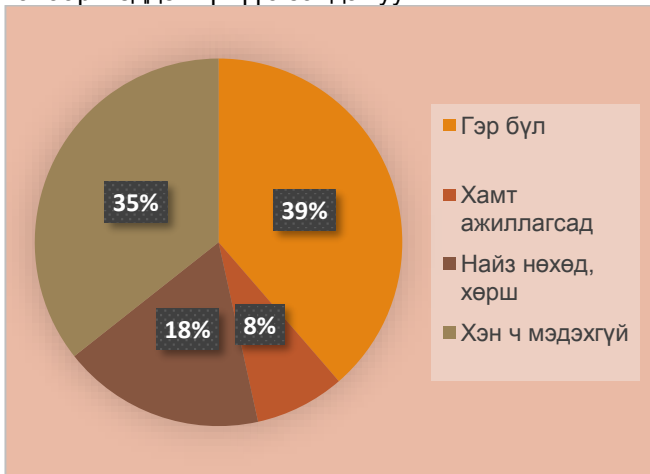


Зураг 149. Тайвань: Та чацарганы бүтээгдэхүүн хэрэглэж байсан уу?

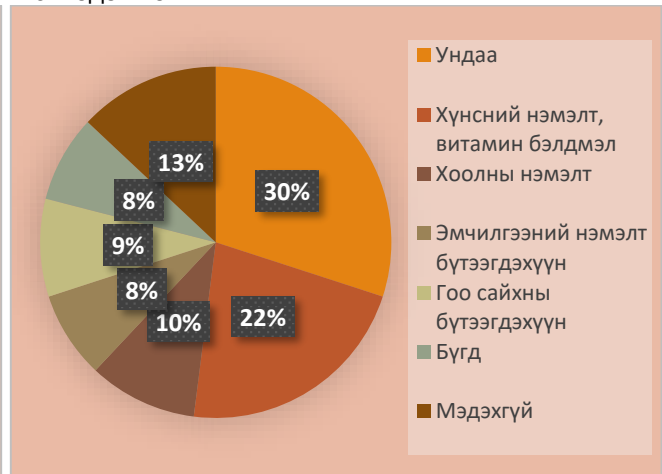


Судалгаанаас харахад, чацаргана нь халуун орны ургамал биш учир оролцогчдын 42.0 хувь нь чацарганы талаар төсөөлөлгүй байна. Чацарганы талаар мэддэг гэсэн хэрэглэгчдээс “Чацарганы бүтээгдэхүүнийг хэрэглэж байсан уу?” гэсэн асуултанд хариулав. Уг асуултанд хариулсан хэрэглэгчдийн 45.0 хувь чацарганы бүтээгдэхүүнийг ямар нэгэн хэмжээгээр хэрэглэж үзсэн байна.

Зураг 150. Тайвань: Таны эргэн тойронд чацарганы талаар мэддэг хүмүүс байдаг уу?



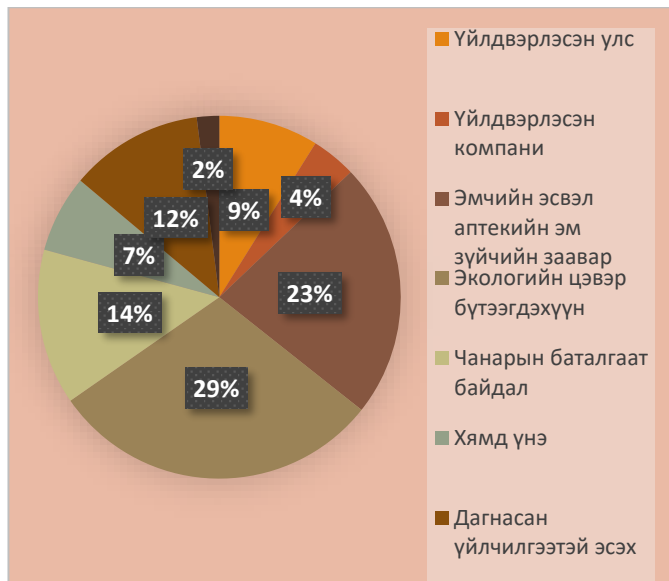
Зураг 151. Тайвань: Ямар төрлийн бүтээгдэхүүн та мэдэх вэ?



Судалгаанд оролцогчдын 39.0 хувь нь гэр бүл, найз нөхөд, хамт олон нь чацарганы талаар огт мэдлэггүй хэмээн үзсэн байхад үлдсэн 43.0 хувь нь эргэн тойрны хүмүүс чацарганы талаар мэддэг хэмээсэн байсан. Судалгааны явцад “бусдын өмнөөс хариулт өгөхгүй, тэр хүний талаар мэдээгүй байж ихийг мэдэмхийрч болохгүй гэсэн хандлага” ажиглагдаж байсныг тэмдэглэх нь зүйтэй.

Чацарганы бүтээгдэхүүнийг хэрэглэж үзсэн хэрэглэгчдийн 30.0 хувь нь ундаа, 22.0 хувь нь хүнсний нэмэлт, витаминт бэлдмэл, 13.0 хувь нь гоо сайхны бүтээгдэхүүн хэрэглэж үзсэн гэж хариуллаа. Эндээс харахад, Тайвань улсад чацарганы ундааны эрэлт өндөр мэт харагдаж байгаа ч судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн талаас илүү хувь нь их сургуулийн цогцолбор бүхий хотын оршин суугчид байсныг тооцох хэрэгтэй юм.

Зураг 152. Тайвань: Эмчилгээний зориулалтаар бүтээгдэхүүн сонгохдоо харгалзан үздэг гол шалгуур юу вэ?



Зураг 153. Тайвань: Гоо сайхны зориулалтаар бүтээгдэхүүн сонгохдоо харгалзан үздэг гол шалгуур нь юу вэ?



Тайвань хэрэглэгчдийн эмчилгээний зориулалтаар бүтээгдэхүүн сонгохдоо харгалзан үздэг гол шалгуур нь экологийн органик бүтээгдэхүүн, эмчийн заавар, зөвлөгөө, чанарын баталгаат байдал байна. Тайваний хэрэглэгчид “Аливаа эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүнийг эмчийн заавраар, ойлголт муутай зүйлээ сайн ойлголттой болсны дараа хэрэглэх нь зүйтэй” хэмээн үздэг байна. Урт наслалт, зөв хооллох ахуй амьдралын хэв маягаас үүдэлтэйгээр судалгаанд оролцогчдын 29.0 хувь нь экологийн цэвэр бүтээгдэхүүн илүү чухал гэж үзсэн байх талтай.

Зураг 154. Эмчилгээний бүтээгдэхүүн худалдан авахдаа ямар сувгаар худалдан авдаг вэ?



Зураг 155. Гоо сайхны бүтээгдэхүүн худалдан авахдаа ямар сувгаар худалдан авдаг вэ?



Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 53.0 хувь нь эмчилгээний бүтээгдэхүүнийг аптекаас худалдан авдаг гэж хариулжээ. Үүний дараа 18.0 хувь нь сүлжээ дэлгүүрээс худалдан авдаг гэсэн байна. Харин гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг худалдан авдаг сувгийн талаар асуусан асуултанд 58.0 хувь нь сүлжээ дэлгүүрээс, 23.0 хувь нь их дэлгүүрээс, 10.0 хувь нь төрөлжсөн дэлгүүрээс худалдан авалтыг хийдэг гэсэн байна. Сүлжээ дэлгүүр нь өөрийн цахим хуудас, гар утсаны аппликейшнтэй тул үүнийг цахим худалдаатай хавсруулан ойлгож болно.

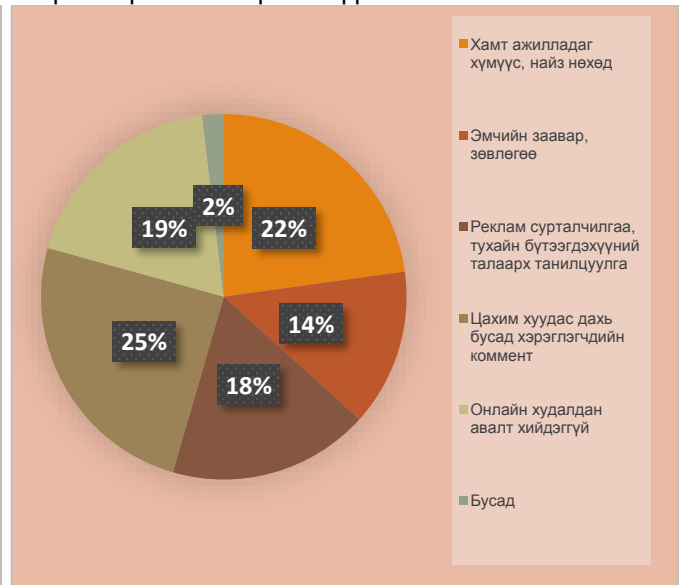
Тайвань улсыг зорилтот зах зээлээ болгож буй Монгол улсын боловсруулах үйлдвэрийнхэн эмчилгээний зориулалтын чацарганы бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж тус улсад эскпортлохыг зорьж

байгаа бол аптекуудтай холбоо тогтоох чухал байна. Харин гоо сайхны бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж экспортлох тохиолдолд сүлжээ дэлгүүр чухал байр суурьтай нь судалгааны үр дүнгээс харагдлаа.

Зураг 156. Та хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн худалдан авахдаа ямар сувгаар ихэвчлэн худалдан авдаг вэ?



Зураг 157. Та онлайнаар бүтээгдэхүүн худалдан авах шийдвэр гаргахад гол нөлөөлдөг хүчин зүйлсийг нэрлэнэ үү?



Хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг сонгож худалдан авахдаа хэрэглэгчдийн 37.0 хувь нь супермаркетаас, 27.0 хувь нь онлайнаар, 21.0 хувь нь их дэлгүүрээс худалдан авдаг гэж харигдсан.

Хэрэв Монголын боловсруулах үйлдвэрүүд чацарганы бүтээгдэхүүнээ цахим сүлжээгээр борлуулах тохиолдолд бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл чухал (25.0 хувь), реклам сурталчилгаа буюу тухайн бүтээгдэхүүний талаарх дэлгэрэнгүй танилцуулга (18.0 хувь) чухал байгааг харгалзан үзэх нь зүйтэй.

5.4.3. Борлуулалтын сувгаар

Тайвань улсын зах зээлийн нийт борлуулалтанд дэлгүүр, супермаркетийн суваг бүрийн борлуулсан бүтээгдэхүүний хэмжээ болон зах зээлд эзлэх хувийн жинг дараах хүснэгтээр нэгтгэн харуулав.

Хүснэгт 176. Тайваний зах зээлийн борлуулалтын сувгийн судалгаа

Баннер	Компани	Борлуулалтын сувгийн хэлбэр	Нийт борлуулалтын хэмжээ, ам.доллар	Зах зээлд эзлэх хувь	
2008					
President Store	Chain	President Group	Convenience store	1,282,600,232	3.02
Carrefour		Groupe carrefour	Hypermarket	946,341,301	2.23
FamilyMart		Family Mart	Convenience store	515,876,800	1.21
PXmart		PXmart	Supermarket	305,484,256	0.72
Costco		Costco Wholesale	Wholesaler	146,989,600	0.28
2012					
President Store	Chain	President Group	Convenience store	1,918,780,344	3.54
Carrefour		Groupe carrefour	Hypermarket	1,268,062,182	2.34
PXmart		PXmart	Supermarket	816,888,475	1.51
FamilyMart		FamilyMart	Convenience store	766,097,092	1.41

Costco	CostcoWholesale	Wholesaler	285,800,296	0.42
2017				
President Chain Store	President Group	Convenience store	2,702,785,490	3.67
PXmart	PXmart	Supermarket	2,120,581,481	2.88
Carrefour	Groupe carrefour	Hypermarket	1,516,246,895	2.06
FamilyMart	Family Mart	Convenience store	1,312,641,927	1.78
Costco	Costco Wholesale	Wholesaler	1,037,641,016	1.13

Эх сурвалж: Planet Retail, 2017

Тайвань улсын нийт борлуулалтын 11.5 хувийг л дэлгүүр, супермаркет, их дэлгүүр, сүлжээ дэлгүүрийн борлуулалт эзэлж байна. Дээрх хүснэгтээс харахад, President Group жижиглэн худалдааны сүлжээ борлуулалтаараа тэргүүлж байна. Жижиглэн худалдааны төв болон супермаркетаар Тайваний хүн амын дийлэнх хэсэг нь үйлчлүүлэх сонирхолтой байдаг байна. Энэ нь орон сууцны ойр, өргөн хэрэглээний бүтээгдэхүүнийг нэг дороос худалдан авах боломжтой байдагтай холбоотой.

Хүснэгт 177. Тайваний борлуулалтын голлох үүрэг бүхий дэлгүүрүүд (2018)

Суваг	Компани/ Брэнд	Дэлгүүрийн тоо	Вебсайт
Хүнсний сүлжээ супермаркет	• WELLCOME	228	http://www.welcome.com.tw/ENG/
	• PXMART	915	
	• Jasons Marketplace	2120	
	• City'super	8	
	• Simple Mart	623	
	• Taiwan Fresh Market	48	
Хайпермаркет	• Costco	13	
	• RT Mart	22	
	• Carrefour	115	
Жижиг сүлжээ дэлгүүр	• 7-11	5222	
	• Family Mart	3154	
	• Hi-Life	1270	
	• Ok Mart	841	
Онлайн дэлгүүр	• ruten.com.tw	NA	11st.com
	• pchome.com.tw		cjmall.com
	• Yahoo! Taiwan Shopping		gshop.co.kr
	• shopee.com.tw		hmall.com
	• books.com.tw		lotteimall.com
	• momoshop.com.tw		gmarket.co.kr
	• taobao.com		nseshop.com
	• pcstore.com.tw		interpark.com
	• PayEasy		lotte.com
• UDN Shopping	coupang.com		
Их дэлгүүр	• SOGO	33	lotteshopping.com
	• Breeze Center	13	shinsegae.com elandretail.com
	• Far Eastern	18	

Эх сурвалж: Судалгааны багийн гишүүдийн нэгтгэл

Их дэлгүүр, бөөний болон жижиглэнгийн төвүүд өөрсдийн барааны борлуулалтын цахим хуудастай, гар утасны аппликейшн, хөнгөлөлтийн карттай тул бүх төрлийн борлуулалтын суваг ашиглаж байна хэмээн үзэж болно. Мөн 50 Тайвань долларт нэг стикер цуглуулах, цуглуулсан стикертээ таарсан бүтээгдэхүүн авах зэргээр урамшууллын арга ашиглаж, хэрэглэгчээ татдаг.

Хүснэгт 178. Тайвань улсын хүнсний бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг (2016)

Суваг	Нийт борлуулалтын өсөлт (Тайвань тэрбум доллараар)	Нийт хүнсний борлуулалтын өсөлтийн хувь
Их дэлгүүр	339,7	1,5%
Супермаркет	221,9	5,9%
Жижиглэнгийн дэлгүүр	337,5	6,3%
Хайпермаркет	202,1	2,5%
Машин болон мотоциклоор хийх жижиглэнгийн худалдаа	636,3	0,8%
Онлайн дэлгүүр	254,7	6,7%

Эх сурвалж: <http://focustaiwan.tw/news/aeco/201901260007.aspx>

Хүнсний сүлжээ дэлгүүр, Хайпермаркет дэлгүүрүүдийн борлуулалтын хэмжээнд тус дэлгүүрүүдийн албан ёсны болон гэрээт онлайн борлуулалтын дүн багтсан болно. Улсын хэмжээнд хийгдэж буй нийт борлуулалтын 15.9 хувь нь хүнсний бүтээгдэхүүний борлуулалт бөгөөд үүний 6.7 хувь нь онлайн дэлгүүрээр борлуулагдаж байна.

Тайваний дотоодын гоо сайхны бараа бүтээгдэхүүний борлуулалтыг борлуулалтын сувгаар ангилан гаргасан судалгаанаас үзэхэд, Онлайн буюу цахим борлуулалтын хэмжээ сүүлийн жилүүдэд огцом нэмэгдсэн байна.

Хүснэгт 179. Тайвань улсын гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг

Сонин	<ul style="list-style-type: none"> • China Post • Тайбэй Times
Сэтгүүл	<ul style="list-style-type: none"> • Хайуэй 11 Журнал • ХРАТ • Образ жизни • Taiphooon • Путешествие Восток
Телевизор	<ul style="list-style-type: none"> • CTS CTS, CTV MyLife, CTV News Channel, Чунг Тиен телевизор, Димо ТВ, FTV Follow Me ТВ, Formosa TV, Гала телевизор, SET метро, SET, SET Тайвань, Sanlih E-телевизор, Шуан Син, TTV, TTV, TTV, TVBS, TVBS-G , TVBS-NEWS, Тайвань, Videoland
“Хятадын одод” бүх салбарын одод оролцсон сурталчилгааны суваг	<ul style="list-style-type: none"> • (КТВ): CTV, CTV • (CTS): CTS, CTS Отдых, CTS News Channel • Formosa TV (FTV): FTV, Follow Me • (СТВ): Димо ТВ, HiHD
Кабелийн ТВ	<ul style="list-style-type: none"> • Хүн амын 80% нь кабелийн телевиз ашигладаг
Интернет	<ul style="list-style-type: none"> • Азид интернет хэрэглээгээрээ тэргүүлэгч орны нэг бөгөөд БНСУ-тай энэ салбарт өрсөлддөг.

Эх сурвалж: <https://conwell.livejournal.com/194488.html>

Тайваний хэрэглэгчдийн гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын суваг нь сонин, сэтгүүл, телевизор, интернет суваг, их дэлгүүр, супермаркет, жижиглэнгийн дэлгүүр, хайпермаркет, машин болон мотоциклоор хийх жижиглэнгийн худалдаа, онлайн дэлгүүр, сүлжээ дэлгүүр гэсэн сувгуудаас бүрдэж байна. Монголын боловсруулах үйлдвэрийнхний хувьд гоо сайхны бүтээгдэхүүнээ экспортлож борлуулах боломжит борлуулалтын суваг нь харьцангуй зардал багатайд тооцогдож буй интернет худалдаа байх боломжтой байна.

ДҮГНЭЛТ

Тайваний хэрэглэгчид чацарганы бүтээгдэхүүний талаар төдийлөн сайн мэдэхгүй байна. Ялангуяа, Монголын чацарганы талаарх мэдлэг сул байна.

Чацарганы бүтээгдэхүүнийг хэрэглэж үзсэн хэрэглэгчид нь ундаа, гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг түлхүү хэрэглэж үзсэн байгаа нь судалгаанаас харагдлаа. Тайваний хэрэглэгчдийн худалдан авах шийдвэрт цахим сүлжээн дэх хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл, чанарын баталгаат байдал, экологийн цэвэр бүтээгдэхүүн, бүтээгдэхүүний талаарх дэлгэрэнгүй тайлбар, танилцуулга чухал үүрэгтэй.

Чацарганы бүтээгдэхүүний төрлийн хувьд ямар ч төрлийн бүтээгдэхүүн борлогдох зах зээлийн багтаамжтай боловч Монголын үйлдвэрлэгчид нэмүү өртөг шингэсэн гоо сайхны бүтээгдэхүүн, эмчилгээний хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг чанарын өндөр түвшинд, стандарт шаардлагыг хангаж экспортлол эрэлт өндөр тул орлого ихээр олох боломжтой байна.

Тухайн улсын техник, технологийн хөгжилтэй салшгүй холбоотойгоор борлуулалтын сувагт онлайн худалдаа чухал байр суурь эзэлдэг. Супермаркет болон жижиг сүлжээ дэлгүүрүүд хүнс, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний борлуулалтад өндөр хувь эзэлж байна. Эдгээр дэлгүүрүүд өөрсдийн албан ёсны цахим хуудас болон бусад цахим хэлбэрээр онлайн худалдааг эрхэлдэг.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүний борлуулалтын хувьд онлайн худалдааны суваг тэргүүлж, эмчилгээний бүтээгдэхүүний хувьд эмийн сан, супермаркетууд борлуулалтын гол сувгууд байна.

5.5. ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СЕГМЕНТИЙН СУДАЛГАА

Хэрэглэгчийн зан төлөв:

Тайваньд бизнес эрхлэх сонирхолтой бизнес эрхлэгчдэд Тайваний зах зээл нь бизнесийн таатай орчныг бүрдүүлж чадсан гэж судлаачид үздэг. Тайваньд хэрэглэгчид нь хэрэглэж, дадсан бүтээгдэхүүндээ үнэнч хандлагатай мөн дэлхийн хэмжээний шилдэг брэндүүдэд (эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний хувьд тэжээлийн агууламж өндөртэй бүтээгдэхүүнд) анхаарлаа хандуулдаг.

Бараа бүтээгдэхүүнийг борлуулахдаа үнээ тогтооход оновчтой хандах шаардлагатай. Барааны үнийг өндөр тогтоох нь үйлчлүүлэгчээ алдах эрсдэл дагуулна. Тайваньчууд олон жилийн турш Япон улстай холбоотой байсан, Японы эдийн засгийн загвараар хөгждөг, гадаад худалдааны гол түнш нь зэрэг шалтгааны улмаас Япон улсын бүтээгдэхүүнийг худалдан авах сонирхол түлхүү байдаг. Тайваний хэрэглэгчдийн худалдан авалт хийхдээ харгалзан үздэг гол шалгуурууд нь чанарын баталгаат байдал, үнэ, бүтээгдэхүүний тодорхой байдал, үйлчилгээний шуурхай, найдвартай байдал юм.

Тэтгэврийн насныхан худалдан авалт илүү их хийдэг. Бүх насны хэрэглэгчид эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүний худалдан авалтыг их хийж эрэлтийг үүсгэдэг. Дэлхийн зах зээлд гарч буй шинэ бүтээгдэхүүн, хандлагын талаарх мэдээлэл сайн учир сонголт хийхдээ харьцуулалтыг сайтар хийдэг байна.

Тайвань нь эдийн засгийн хувьд тогтвортой, хүн амын амьжиргааны түвшин харьцангуй өндөр тул эрүүл хүнс буюу органик бүтээгдэхүүн худалдан авах нөхцөл бүрджээ. Хэдийгээр хэрэглэгчид эрүүл мэнддээ анхаарах, чанартай бүтээгдэхүүн хэрэглэх өндөр эрмэлзэлтэй ч үнийн хувьд дундаж үнэ бүхий бүтээгдэхүүнийг эрэлхийлдэг байна.

Зах зээлийн чиг хандлага:

Тайваний хэрэглэгчдийн дунд эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүний хэрэглээ өсөн нэмэгдэж байна. Нийт хүн амын амьжиргааны түвшин өндөр, дундаж наслалт Ази тивдээ тэргүүлэгч орны хувьд эрүүл мэндийн боловсрол өндөр учраас эрүүл мэндийн нэмэлт органик бүтээгдэхүүний эрэлт өндөр байдаг. Тээврийн хэрэгсэл болох скутер ихээр хэрэглэдэг тул хүн амын дийлэнх хэсэг нь нүүрний маск зүүж жолоо барьдаг. Үүнтэй зэрэгцэн арьс цайруулах бүтээгдэхүүн, гарын тосны худалдан авалт өндөр байдаг байна.

Цахим худалдаа нь бусад худалдааны сувагтай холбоотой бөгөөд телевизийн нэвтрүүлэг, олон нийтийн сүлжээ зэрэг өргөн хүрээг хамарч байна. Жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгчид буюу хайпермаркетууд, сүлжээ супермаркетууд бүгд цахим дэлгүүр болон ухаалаг утасны апплейкешн ажиллуулдаг. Хэрэглэгчийн эрэлт, хэрэгцээг хангахын тулд гэрээр, байгууллагаар хүргэлт хийдэг.

Тайваньд “зар сурталчилгаа үнэнийг л өгүүлнэ” гэсэн зарчим баримталдаг бөгөөд энэ талын хуулийн зохицуулалт өндөртэй байдаг. Интернетээр аялах нь Тайваны хэрэглэгчдийн дуртай үйл ажиллагаа юм.

Цахим буюу онлайнгаар бараа бүтээгдэхүүн худалдан авагчдын насны байдлыг авч үзэхэд, нийт хүн амын 80.0 хувь, 40-49 насныхны хувьд 57.0 хувь, 50-59 насныхны хувьд 25.0 хувь нь давтамжтайгаар цахим худалдан авалт хийдэг байна.

Цахим худалдаа эрхэлдэг компаниудын өрсөлдөөн нэмэгдэхийн хирээр хэрэглэгчдийг татахад хамгийн чухлаар тавигдаж буй арга хэрэгсэл нь хүргэлтийн үйлчилгээ хурдан, найдвартай, бүтээгдэхүүн шинээрээ байх нь цахим худалдаанд тавигдах гол шаардлага болдог байна.

Хүнсний бүтээгдэхүүний цахим худалдаа:

Тайвань бол дэлхийн хамгийн дижитал маркетинг хөгжсөн зах зээлийн нэг юм. 2017 оны байдлаар нийт хүн амын 87.0 хувь нь интернет ашигладаг. Цахим худалдаа 2020 онд нийт зах зээлийн талаас илүү хувийг эзлэнэ гэсэн урьдчилсан тооцоо гарч байна. Цахим ертөнц нь

зорилтот хэрэглэгчдийн олонхид хүрэх бөгөөд бүтээгдэхүүний брэндийн нэр, бүтээгдэхүүн, үйлчилгээгээ таниулах боломжийг бүрдүүлдэг.

Тайваний 10 интернет хэрэглэгчдийн 9 нь ухаалаг утас ашигладаг бөгөөд 2018 оны 6-р сард Тайваний Сүлжээний Мэдээллийн Төв (TWNIC) -н мэдээлснээр, хүн амын 68.8 хувь нь онлайн үйл ажиллагаандаа утсаа ашигладаг гэсэн судалгаа гарсан. Мөн судалгаагаар, Тайваний интернет хэрэглэгчдийн 56.3 хувь нь суурин компьютерийг, зөөврийн компьютерийг 22.4 хувь хэрэглэдэг³² гэжээ. Тайваний хүн амын дийлэнх хэсэг нь хятадаар ярьдаг хятад үндэстэн тул тухайн улсын зах зээлд нэвтрэхдээ хятад, англи хэлийг хослон ашиглах нь зүйтэй.

Интернетийн орчинд нийгмийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлээр зар сурталчилгаа болон хүсэлтээ илгээж болно. Facebook нь Тайваньд 71.0 хувь нэвтрэлтийн түвшинтэй тул үүнийг маркетингийн стратеги төлөвлөгөөндөө тооцох хэрэгтэй. Үүнээс орон нутгийн BBS нийгмийн сүлжээг (ptt.cc) ашиглавал үр дүнтэй байна.

Тайваний хэрэглэгчид хүнсний найрлага, тэжээллэг байдлын талаар сайн мэдлэгтэй тул бүтээгдэхүүний сав, хайрцаг дээр бичигдсэн үйлдвэрлэгчийн мэдээлэл, код, шошгыг гар утсаа ашиглан шууд шалгах боломжтой. Хэрэглэгчид органик хоол хүнсний зохицуулалт, элсэн чихэр, нүүрс ус зэрэг хүнсэнд агуулагддаг бодисонд хянамгай хандаж өдөр тутмын хоол хүнсээ зохицуулдаг. Иймд үйлдвэрлэгчид техникийн нөхцлийг оролцуулан савлагаан дээр дэлгэрэнгүй мэдээлэл оруулах нь зөв юм.

Өндөр настанууд эрүүл мэнддээ анхаарахад их мөнгө зарцуулдаг тул эрүүл мэндийн хүнсний бүтээгдэхүүний зах зээлийн багтаамж их байна. Иймд үйлдвэрлэгчид хэрэглэгчдийг татахын тулд бүтээгдэхүүний орц найрлага, үйлдвэрлэлийн шат дамжлага, чанарын стандартын талаар дэлгэрэнгүй мэдээллийг түгээх чухал байна.

Хүснэгт 180. Тайваний хэрэглэгчдийн гадаадын сайтаас худалдан авалт хийдэг шалтгаан

Тайваньд байхгүй гадаадын бүтээгдэхүүнийг санал болгодог	56.1%
Үнийн хөнгөлөлт нь анхаарал татдаг	24.1%
Бүтээгдэхүүний төрлөөс сонголт хийх өргөн боломжтой	24.6%
Илүү сайн чанартай бүтээгдэхүүн олддог	11.2%

Эх сурвалж: Euromonitor International, 2017 English.ey.gov.tv

Өмнөх дэд бүлэг 5.4 болон дээр дурьдсан судалгааны үр дүнгүүдийг нэгтгэж Тайваний чацарганы бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн 7 “0” шинжилгээг гүйцэтгэлээ. Чацарганы бүтээгдэхүүний хэрэглээ нь Тайваньд харьцангуй сүүлд нэвтэрсэн ч эрдэм шинжилгээний хүрээлэнгийн ажилтнууд, их, дээд сургуулийн судлаачид шинж найрлага, ашиг тусын талаар судалгаа явуулж жимсээр тогтохгүй, навч нь тэжээллэг чанартай хэмээн тогтоосон. Тус улс чацарганы бүтээгдэхүүнийг БНХАУ, ОХУ, АНУ улсаас гадна сүүлийн 3 жилд Монгол улсаас импортолж эхэлсэн байна.

Хүснэгт 181. Тайваний чацарганы бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн 7 “0” шинжилгээ

	7 “0” асуулт	Үйлдвэрлэлийн зориулалттай бүтээгдэхүүн	Гоо сайхны бүтээгдэхүүн	Хүнсний бүтээгдэхүүн	Эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн
1	Хэн худалдан авдаг вэ?	Эцсийн бүтээгдэхүүн боловсруулагчид	Эмэгтэйчүүд	Бүх насны эрэгтэй, эмэгтэй	Бүх насны эрэгтэй, эмэгтэй
2	Юуг худалдан авдаг вэ?	Жимсний нунтаг, тос	Гарын тос Нүүрний маск, цэвэршүүлэгч	Навчны цай, жимсний хатаасан нунтаг	Шахмал хэлбэрт оруулсан нэмэлт бүтээгдэхүүн

³² <http://marketing-taiwan.com/tag/taiwanese-consumer-behaviour/>

3	Яагаад худалдан авдаг вэ?	Үйлдвэрлэлийн түүхий эд	Өндөр чанар	Өндөр чанар	Өндөр чанар
4	Худалдан авах шийдвэрийг хэн гаргадаг вэ?	Зах зээлийн эрэлтэнд тулгуурлан үйлдвэрийн удирдлага	Урьд нь хэрэглэж үзсэн хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл	Эмэгтэйчүүд, гэрийн эзэгтэй нар	Бүх насны эрэгтэй, эмэгтэй
5	Яаж худалдан авдаг вэ?	Импортын бүтээгдэхүүнийг гадаадын компанитай гэрээ хийж худалдан авна.	Цахим худалдаа, супермаркет, их дэлгүүр	Ихэвчлэн дотоодын үйлдвэрүүд	Дотоодын үйлдвэрүүд, гадаадын сайт
6	Хэзээ худалдан авдаг вэ?	Тогтмол	Тогтмол	Тогтмол	Тогтмол
7	Хаанаас худалдан авдаг вэ?	Тайвань БНХАУ Герман Монгол	Үйлдвэрлэгчдийн сайтаас, цахим худалдааны сайт, супермаркет	Үйлдвэрлэгчдийн сайтаас, цахим худалдааны сайт, супермаркет	Үйлдвэрлэгчдийн сайтаас, цахим худалдааны сайт, супермаркет

Эх сурвалж: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Тайвань улсын боловсруулах үйлдвэрүүд жимсний нунтаг, үрийн тос үйлдвэрлэх зорилгоор чанарын баталгаатай, органик бүтээгдэхүүн нийлүүлэгчийг сонгох замаар худалдан авалтыг хийж байна.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүн худалдан авах шийдвэрийг хэрэглэх гэж буй эмэгтэйчүүд өөрсдөө худалдан авах шийдвэрийг гаргах боловч цахим хуудсан дахь уг бүтээгдэхүүнийг хэрэглэж үзсэн хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл чухал нөлөөтэй. Гоо сайхны худалдан авалтыг цахим худалдаа, төрөлжсөн дэлгүүр, их дэлгүүр гэсэн борлуулалтын сувгаар хийж хятадын шинэ жилийн үеэр худалдан авалт нэмэгддэг.

Чацарганы хүнсний бүтээгдэхүүнийг бүх насны эрэгтэй, эмэгтэй хэрэглэгчид худалдан авах бөгөөд цай, жимсний нэмэлт бүтээгдэхүүн шахмал хэлбэрээр “эрүүл мэндэд тустай” гэдэг үндэслэлээр худалдан авдаг. Тэд хүнсний зориулалтаар чацарганы бүтээгдэхүүнийг арьсанд нь илүү тохиромжтой хэмээн худалдан авахдаа Япон улсад үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүнийг чанарын баталгаатай гэж үзэж худалдан авах хандлагатай.

Эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг бүх насны эрэгтэй, эмэгтэйчүүд хэрэглэх хандлагатай бөгөөд жимсний хатаасан нунтаг, навчны хатаасан нунтаг хэлбэрээр ихэвчлэн өвлийн улиралд худалдан авдаг. Мөн эмчилгээний, хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг гадаадын сайтаас худалдан авах хандлагатай болж байна. Гэхдээ хөгжингүй оронд үйлдвэрлэсэн чанарын баталгаат бүтээгдэхүүнийг худалдан авдаг.

Тайваний “Алтай” компани өөрийн “Facebook” хуудаснаа байрлуулсан зар сурталчилгаанаас үзэхэд, “талын Өвөр Монголын, өвөрмөц онцлог бүхий аж ахуйтай, байгалийн цэвэр органик бүтээгдэхүүн хэрэглэдэг орноос түүхий эдээ авсан нь бидний бүтээгдэхүүний чанарын баталгаа мөн” гэж сурталчилсан нь Тайваний чацарганы бүтээгдэхүүний зах зээлд Монголын бүтээгдэхүүн борлуулах боломжтойг харуулж байна.

ДҮГНЭЛТ

Тайваний хүн амын талаас илүү хувь нь арьс, гарын арчилгаанд анхаарал хандуулдаг болох нь судалгаагаар тогтоогдож байгаа тул цайруулах үйлчилгээ бүхий тос, гарын тосны эрэлт өндөр байна.

Арьс цайруулахаас гадна дархлаа сайжруулах эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүний борлуулалт өндөр байгаа ба цаашид ч хэрэглээ өсөх хандлагатай. Иймд эдгээр төрлийн бүтээгдэхүүнийг чанар, стандартын шаардлагыг хангаснаар экспортлох боломж байгааг илтгэнэ.

Тайвань улс дахь хамгийн боломжит борлуулалтын суваг нь цахим худалдаа байна. Иймд Монгол улсын боловсруулах үйлдвэрүүд үнэн, бодитой мэдээллийг цахим худалдааны сүлжээнд байршуулах, хүргэлт түгээлтийн компанитай гэрээ байгуулан ажиллах нь зүйтэй юм.

5.6. ЧАЦАРГАНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН МАРКЕТИНГИЙН 7P ШИНЖИЛГЭЭ

Монгол улсаас Тайваньд экспортлох боломжтой гурван төрлийн чацарганы бүтээгдэхүүнд маркетингийн иж бүрдлийн шинжилгээг хийхийг зорилоо. Иймд зорилтот зах зээлийг тодорхойлохын тулд гурван бүтээгдэхүүнийг өмнөх дэд бүлгүүдэд хийгдсэн судалгаанд үндэслэн сонгож улмаар зах зээлийн багтаамжийг дараах байдлаар тооцов.

Хүснэгт 182. Монгол улсаас Тайваньд экспортлох боломжит чацарганы бүтээгдэхүүнүүдийн зах зээлийн багтаамж \тоо хэмжээгээр ба үнийн дүнгээр\

Бүтээгдэхүүн	Хэмжээ	Зах зээлийн багтаамж \америк доллар\
Эрүүл мэндийн бэлдмэл	Үүнээс 24.5% эмийн хэрэглээнд	1.029.18000
Гарын тос /HS Code 3304/	Гоо сайхны бүтээгдэхүүний 8.7% нь гарын тос	4.000.000.000
Чацарганы цэвэр тос /HS Code 3301/	Импортын хэмжээнд түшиглэсэн судалгаа	1,000.000

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Зорилтот зах зээлийг тодорхойлоход газар зүйн байрлал, хүн амын нягтаршил болон хүн ам зүйн зарчмын нас, хүйс, орлого, боловсролын түвшин зэрэг үзүүлэлтийг авч үзлээ.

Зураг 158. Тайваний чацарганы бүтээгдэхүүний зорилтот зах зээл



Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Газар зүйн хувьд хамгийн их хүн амтай бүс нутаг болох Тайпей \7.9 сая хүн\, Каошиунг \1.5 сая хүн\, Тайчунг \1.0 сая хүн\ орчмын газар нутгийг зорилтот зах зээл гэж үзсэн. Хүн амын хувьд, нийт хүн амын 55 хувийг эзэлж буй 25-69 насныхан буюу хөдөлмөр эрхлэлт, боловсролын түвшин, интернетийн хэрэглээ хамгийн өндөр хувьтай сегментийг сонгов.

Хэрэглэгчдээс авсан судалгаа болон хоёрдогч эх үүсвэрээс авсан судалгаан дээр үндэслэн 39953 Тайвань доллараас дээш сарын орлоготой иргэдийг зорилтот бүлэг хэмээн авсан. Эрүүл мэндийн, хүнсний, гоо сайхны бүтээгдэхүүний худалдан авалтад тухайн насны хэрэглэгчид хамгийн өндөр хувийг эзэлдэг.

Тайваний чацарганы бүтээгдэхүүний Маркетингийн 7P шинжилгээг Монгол улсаас Тайвань руу экспортлох боломжтой бүтээгдэхүүнүүдийг тодорхойлсны үндсэн дараах байдлаар гүйцэтгэлээ.

Маркетингийн 7P шинжилгээ

Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн үйлдвэрлэж буй Эрүүл мэндийн бэлдмэл-Омега 7 \Хавсралт 5.6.3\, Гарын тос \Хавсралт 5.6.1\, Чацарганы тос \Хавсралт 5.6.1\-ыг сонгож Маркетингийн 7P шинжилгээг гүйцэтгэлээ. Эдгээр бүтээгдэхүүнийг Монгол улсад үйлдвэрлэж эхэлсэн тул цаашид өөр бусад боловсруулах үйлдвэрүүд үйлдвэрлэж, технологийг сайжруулах боломжтой гэж үзсэн болно.

Хүснэгт 183. Тайвань: Бүтээгдэхүүн \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Шаардагдах чанар, стандарт	Сав, баглаа боодол	Баталгаа \экологийн цэвэр бүтээгдэхүүн\	Бусад бүтээгдэхүүнээс ялгарах онцлог
1	Эрүүл мэндийн бэлдмэл-Омега 7	<ul style="list-style-type: none"> - Хүнсний бүтээгдэхүүнийг агуулах сав, баглаа боодолд тавигдах стандарт - Хүнсний шошгожуулалтын стандарт - Органик бүтээгдэхүүний шошгожуулалт /GAS ORGANIC/ 	\шилэн\ хуванцар сав	Органик бүтээгдэхүүний шошго буюу GAS\ Organic \тэмдэг	<ul style="list-style-type: none"> - Эрүүл мэндэд тустай - Монгол хөрсөнд ургасан - Чацарганы тэжээллэг байдал
2	Гарын тос	<ul style="list-style-type: none"> - Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүнийг тодорхойлох, бүртгэлжүүлэх, батлах журам - Эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний орц найрлагыг тодорхойлох, батлах журам - Биологийн идэвхт бүтээгдэхүүнийг тодорхойлох, батлах журам - Эмийн үйлдвэрлэлийн зохистой дадал - Эмийн бүтээгдэхүүнийг бүртгүүлэх хураамжийн тухай журам - Лабораторийн зохистой дадал 	Шилэн \хуванцар\ сав	Органик бүтээгдэхүүний шошго буюу GAS Organic тэмдэг	<ul style="list-style-type: none"> - Эрүүл мэндэд тустай - Монгол хөрсөнд ургасан
3	Чацарганы тос	<ul style="list-style-type: none"> - Эмийн үйлдвэрлэлийн зохистой дадал - Эмийн бүтээгдэхүүнийг бүртгүүлэх хураамжийн тухай журам - Лабораторийн зохистой дадал 	Шилэн савалгаа	Органик бүтээгдэхүүний шошго буюу GAS Organic тэмдэг	<ul style="list-style-type: none"> - Эрүүл мэндэд тустай - Монгол хөрсөнд ургасан

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Бүтээгдэхүүн. Монгол улсаас Тайвань руу нэгдүгээрт, чацарганы тос /хүнс/, хоёрдугаарт, гарын тос /гоо сайхан/, гуравдугаарт, чацарганаас гаргаж авсан эрүүл мэндийн бэлдмэлийг экспортлох боломжтой хэмээн судалгааны багийн зүгээс үзсэн.

Чацарганы бүтээгдэхүүнийг зорилтот зах зээлд таниулахдаа 25-69 насныхан үздэг кино, олон ангит цуврал кино, хөгжөөнт реалити шоу нэвтрүүлгийн маркетингийн албадтай гэрээ хийж брэнд таниулах боломжтой. Эрүүл мэндийн бэлдмэлд харааны эрхтний өвчнөөс урьдчилан сэргийлэх болон цогц эмчилгээний бүрэлдэхүүнд орно. Мөн Омега 3,6,7, 9 нь эсийн түвшинд сэргээж өгдөг тул энэ талаар хийсэн дэлгэрэнгүй судалгааг хийж бүтээгдэхүүний шошгожуулалт хийснээр органик бүтээгдэхүүний давуу талыг таниулах хэрэгтэй юм.

Хүснэгт 184. Тайвань: Үнэ \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Үнийн боломжит дээд хязгаар, тайвань доллар	Үнийн доод хязгаар тайвань доллар	Өрсөлдөх бүтээгдэхүүний нэр, үнэ, тайвань доллар
1	Эрүүл мэндийн бэлдмэл-Омега 7	1000	700	2322, Тайваньд үйлдвэрлэсэн чацарганы бэлдмэл АЛТА
2	Гарын тос	280	125	322, Тайваньд үйлдвэрлэсэн чацарганы гарын тос Weleda, Hydrating Hand Cream, 1.7 oz (50 ml)
3	Чацарганы тос	900	700	800, Тайваньд үйлдвэрлэсэн чацарганы цэвэр тос АЛТА

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Үнэ. Үнийг тогтооход тухайн бүтээгдэхүүний Тайваньд хил дээр буух үнийг тооцохоос гадна өрсөлдөх бүтээгдэхүүний зах зээл дээрх үнийг харгалзан үзэх нь зүйтэй байна. Үнийн хувьд Тайваньд болон Тайваны бүс нутагт үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүнээс импортын бүтээгдэхүүний үнэ бага байгааг анхаарах нь зүйтэй. Дистрибьютерийн ашгийн хэмжээ 15-40% байхаар тооцох хэрэгтэй. Тайвань улсад борлуулагдаж буй бүх бараанд үнийн дүнгээс нь 5% НӨАТ тооцож авдаг.

Хүснэгт 185. Тайвань: Хуваарилалт \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Байршуулалт	Түгээлт	Тээвэрлэлт
1	Эрүүл мэндийн бэлдмэл-Омега 7	Цахим худалдааны сайт Хайпермаркет, супермаркет, төрөлжсөн дэлгүүр	Хайпермаркет Супермаркет Цахим түгээлт	Төмөр зам, Агаарын тээвэр
2	Гарын тос	Цахим худалдааны сайт Хайпермаркет, супермаркет, төрөлжсөн дэлгүүр, Эмийн сан	Хайпермаркет Супермаркет Цахим түгээлт Эмийн сан	Төмөр зам, Агаарын тээвэр
3	Чацарганы тос	Цахим худалдааны сайт, хайпермаркет	Цахим худалдааны сайт Хайпермаркет Бөөний төв Дистрибьютер	Төмөр зам, Агаарын тээвэр

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Хуваарилалтын хувьд, Хайпермакет, сүлжээ супермаркетуудтай холбоо тогтоон хамтран ажиллах нь тэдгээр компаниудын сүлжээ дэлгүүрүүд, онлайн сүлжээг бүрэн ашиглах боломжийг бүрдүүлнэ.

Тайвань улсын хэмжээнд нийт 3942 супермаркет, 150 хайпермаркет, 10487 жижиг хүнсний дэлгүүрүүд байна. Мөн төдий тооны борлуулагчид цахим худалдаа эрхэлж борлуулалт хийдэг. Иймд эдгээр сувгуудыг ашиглах нь хамгийн хүртээмжтэй байршуулалт байх болно.

Хүснэгт 186. Тайвань: Идэвхижүүлэлт \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Сурталчилгаа	Анхаарал таталт	Судалгаа, хөгжил
1	Эрүүл мэндийн бэлдмэл-Омега 7	ТВ сурталчилгаа	Үзэсгэлэн яармаг	Цахим хуудас
2	Гарын тос	ТВ сурталчилгаа	Үзэсгэлэн яармаг	Цахим хуудас
3	Чацарганы цэвэр тос	Цахим худалдаа, Судалгааны институт, эрдэм шинжилгээний нийтлэл, сурталчилгаа, Үзэсгэлэн яармаг		

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Идэвхжүүлэлт. Идэвхжүүлэлтийн хувьд, хэрэглэгчид ихэвчлэн бүтээгдэхүүний мэдээллийг зар сурталчилгаагаар авдаг бөгөөд үүнд өртөг багатай шийдэгдэж болох суваг нь цахим болон ТВ сурталчилгаа байна.

ТВ сурталчилгаанд хамгийн өндөр ач холбогдолтой арга зам нь аль нэг олны танил хүнийг хөгжөөнт эсвэл эрүүл мэндийн холбогдолтой нэвтрүүлэгт оролцож байх үеэр танилцуулга хийлгүүлэх хэлбэр байна.

Цахим сурталчилгаа нь хямд төсөр бөгөөд бүх нийтэд хүрэх боломжтой. Мөн Тайваньд брэнд таниулах хамгийн түгээмэл арга нь үзэсгэлэн бөгөөд энэ ажлын хүрээнд сургалт зохион байгуулж, амтлагаа хийж, тестлэж үздэг байна. Гэхдээ оролцогчидтойгоо эргэж холбогдсоор таниулах ажиллагаанд ойролцоогоор нэг жил зурцуулдаг. Тайваньд сүүлийн үед блог хөтлөгч нар зар сурталчилгааны салшгүй нэгэн хэсэг болж байгаа тул энэ талын холболт хийвэл үр дүнтэй байх болно.

Хүн амын нягтаршил ихтэй, халуун бүс нутаг тул Монголын чацарганыг “талын Монгол”, “морьтон Монгол”-оор сурталчилж богино хэмжээний кино хийж нийтийн тээврийн компаниудтай гэрээ хийж рекламыг нааж болохоор байна.

Хүснэгт 187. Тайвань: Үйлчилгээ үзүүлж буй хүмүүс \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Боловсруулах үйлдвэрүүд	Бөөний худалдаа	Жижиглэнгийн худалдаа	Цахим худалдаа
1	Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн	Боловсруулах үйлдвэрийн ажилчид	Хайпермаркет, Дистрибүтерийн борлуулагчид	Сүлжээ дэлгүүрүүдийн борлуулагчид	Цахим худалдаа эрхлэгчид
2	Гарын тос	Боловсруулах үйлдвэрийн ажилчид	Хайпермаркет, Дистрибүтерийн борлуулагчид	Сүлжээ дэлгүүрүүдийн борлуулагчид	Цахим худалдаа эрхлэгчид
3	Жимсний тос	Боловсруулах үйлдвэрийн ажилчид	Хайпермаркет, Дистрибүтерийн борлуулагчид	Боловсруулах үйлдвэрийн ажилчид	Цахим худалдаа эрхлэгчид

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Үйлчилгээ үзүүлж буй хүмүүст чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулахад оролцож буй субъектуудыг авч үзсэн бөгөөд тэдгээр нь хайпермаркет, супермаркет, төрөлжсөн хүнсний сүлжээ дэлгүүр, цахим худалдааны ажилчид, борлуулагчид болно. Мөн бүтээгдэхүүнээ үйлдвэрлэхэд хамтран ажиллаж буй борлуулагч, зөвлөгч, дистрибүтерүүдийг авч үзнэ. Тэдгээрийг татах нь хэрэглэгчдийг татах үндэс болох тул борлуулалтын шимтгэлийг харилцан тохиролцох, бүтээгдэхүүнээ таниулахад урамшуулал өгөх зэрэг арга хэмжээ нь үр дүнтэй.

Хүснэгт 188. Тайвань: Үйл явц \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Бүтээгдэхүүнийг экспортлох хэлбэр, шат дамжлага			
		Боловсруулах үйлдвэрүүд	Бөөний худалдаа	Жижиглэнгийн худалдаа	Цахим худалдаа
1	Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн	- Үйлдвэрлэл болон хагас боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх /НАССР, ISO, etc./	- Үйлдвэрлэл болон боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх /НАССР, ISO, etc./	- Үйлдвэрлэл болон боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх /НАССР, ISO, etc./ - Жижиглэнгийн худалдаа	- Үйлдвэрлэл болон боловсруулалтын чанарын баталгаажилт, гэрчилгээжилт хийгдсэн байх /НАССР, ISO, etc./ - Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын

2	Гарын тос	- Боловсруулах үйлдвэртэй холбогдоно. - Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд цахимаар бүртгүүлэх. - Дээж, чанарын бичиг баримтыг шинжилгээнд хүргүүлнэ /Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яам/.	- Бөөний худалдаа эрхлэгчтэй холбогдоно. - Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд цахимаар бүртгүүлэх. - Дээж, чанарын бичиг баримтыг шинжилгээнд хүргүүлнэ. -Импортын бүртгэлийн гэрчилгээ авна.	эрхлэгчтэй холбогдоно. - Хүнс, эмийн аюулгүй байдлын яаманд цахимаар бүртгүүлэх. - Дээж, чанарын бичиг баримтыг шинжилгээнд хүргүүлнэ. -Импортын бүртгэлийн гэрчилгээ авна.	яаманд цахимаар бүртгүүлэх. - Цахим борлуулалтын сайтуудад бүртгүүлнэ. - Импортлогч/ борлуулалч/ төлөөлөгчтэй холбогдож хамтран ажиллаж болно. - Хүргэлтийн найдвартай байдалд анхаарах
3	Чацарганы цэвэр тос	- Импортын бүртгэлийн гэрчилгээ авна.			

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Үйл явц. Үйл явцын тухайд, үйлдвэрлэл, тариалалт болон хагас боловсруулалт, эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн шат дамжлагын чанарын баталгаажилт, үйлдвэрийн чанарын гэрчилгээжилт хийгдсэн байх нь хамгийн чухал байна. Үүнд: Эгзэгтэй цэгийн хяналт /НАССР/, олон улсын стандартын гэрчилгээ ISO22000, ISO9001 гэх мэт орно.

Үүний дараа импортлогч орны хамтран ажиллах субъекттэй холбогдож туслалцаа авах нь брэнд бүтээгдэхүүнийг шинээр зах зээлд нэвтрүүлэхэд зайлшгүй чухал зүйл юм. Мөн холбогдох хяналт шинжилгээний байгууллагад /OSCE гэх мэт/ урьдчилж бүртгүүлэх бөгөөд зөвшөөрөл авна.

Гадаад худалдааны бүх ажиллагаа нь Гадаад худалдааны хуулийн хүрээнд явагдана. Тус хуулийн 27-д заалтыг гэмт хэргийн бүрдэлтэйгээр биелүүлээгүй тохиолдолд 5 жил хүртэл хорих ялаар шийтгэгдэх ба 1500000 тайвань доллар буюу 45000 ам.долларын торгууль хүлээхээр тухай заасан.

Гадаад Худалдааны хуулийн 27-1-д зааснаар захиргааны арга хэмжээ авах тохиолдолд торгуулийн хэмжээ 30000 тайвань доллар буюу 890 ам.доллараас 300000 тайвань доллар буюу 8900 ам.доллар, мөн худалдааны эрхийг 1-12 сар хасах, гадаад, дотоод худалдааны бүртгэлийг хүчингүй болгох тухай тусгасан байдаг.

Хүснэгт 189. Тайвань: Бодит нотолгоо \зорилтот бүтээгдэхүүний\

	Бүтээгдэхүүн	Экспортлосны дараа хийгдэх судалгааны саналууд
1	Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн-Омега 7	<ul style="list-style-type: none"> Цахимаар борлуулсан бүтээгдэхүүний сурталчилгааны талаарх сэтгэгдэл унших Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийн судалгааг авах Үнийн дээж авах, судалгаа хийх Брэнд бүтээгдэхүүнд үзүүлэх хариу үйлдлийг судлах Борлуулагчдаас судалгаа авах Орц найрлагын онцлогийг харуулах Сав баглаа боодолд анхаарах, Сэтгэл ханамжийг нэмэгдүүлэх
2	Гарын тос	
3	Чацарганы цэвэр тос	

Бодит нотолгоо. Монголд ургасан чацарганы ялгарах органик шинжийг таниулахын тулд эрдэм шинжилгээний байгууллагатай хамтран нарийвчилсан судалгаа хийж шинж найрлагын дүгнэлтийг гаргуулж үр дүнг нь харуулсан материалаар сурталчилгаа хийх хэрэгтэй. Мөн цахим хэлбэрээр бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчийн судалгаа, сэтгэгдэл, сэтгэл ханамжийг тандан судлах нь ач холбогдолтой байна. Түүнд тохируулан сайжруулалт хийх, хэрэглэгчдийн дунд брэндийг нутагшуулах зэрэг асуудлууд энд хамаарна.

Монгол улсаас Тайвань руу нэгдүгээрт, чацарганы тос /хүнс/, хоёрдугаарт, гарын тос /гоо сайхан/, гуравдугаарт, чацарганаас гаргаж авсан эрүүл мэндийн бэлдмэл: Омега 7 экспортлох боломжтой бөгөөд зах зээлийн багтаамж их, эрэлт өндөр байна. Монгол чацарганы давуу талыг сурталчлан таниулснаар бүтээгдэхүүнээ өндөр үнээр борлуулах боломж бүрдэнэ.

Тайваний хайпермакет, сүлжээ супермаркетуудтай холбоо тогтоон хамтран ажилласнаар бүтээгдэхүүнээ борлуулах боломжтой. Мөн цахим борлуулалт тус оронд хамгийн их борлуулалттай сувгийн тоонд багтаж байгааг харгалзан үзэх хэрэгтэй. Цахим сурталчилгаа нь хямд төсөр бөгөөд нийтэд хандах боломжтой.

Монголын бүтээгдэхүүний органик чанар, давуу талыг ТВ сурталчилгаагаар дамжуулан идэвхжүүлэлтийг хийх тохиолдолд аль нэг олны танил жүжигчин, дуучин гэх мэт хүмүүсээр эсхүл эрүүл мэндийн холбогдолтой нэвтрүүлэгт оролцож байх үеэр нь танилцуулга хийх хэлбэр байна.

Чацарганы бүтээгдэхүүнийг Тайвань улсад борлуулахад хамтран ажиллаж буй борлуулагч, зөвлөгч, дистрибьютерүүдтэй борлуулалтын шимтгэлийг харилцан тохиролцох, бүтээгдэхүүнээ таниулахад урамшуулал өгөх зэрэг арга хэмжээг авах нь хэрэглэгчдийг татах үндэс болох юм.

Үйлдвэрлэл, тариалалт, боловсруулалт, эцсийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн шат дамжлага бүрт Аюулын дүн шинжилгээ ба эгзэгтэй цэгийн хяналт /НАССР/, олон улсын стандартын гэрчилгээ ISO22000, ISO9001 гэх мэт чанарын баталгаажилт, үйлдвэрийн чанарын гэрчилгээ авсан байх чухал байна.

Гоо сайхны бүтээгдэхүүн болох гарын тос нь дотооддоо салбарын туршлага бага, хэрэглэгчдийн хэрэглэсний дараах үнэлгээ хангалттай бус тул нийтээрээ чанаргүй, болхи гэсэн ойлголттой хэдий ч Тайваньд гарын тосны хэрэглээ өндөр, зах зээлийн багтаамж харьцангуй өндөр тул бүтээгдэхүүний чанарын эрс өөрчлөлт хийснээрээ тус улсад экспортлох бүрэн боломжтой.

Гарын тосны хувьд нийтлэг хүлээн зөвшөөрөгдсөн сул тал нь тослог ихтэй ч шингэц муу байдаг явдал юм. Иймд манай үндэсний үйлдвэрлэгчид бүтээгдэхүүний чанарт анхаарч хурдан шингэдэг, чийгшил сайн өгдөг болгож сайжруулах шаардлагатай. Мөн хэрэглэгчид гарын тосны үнэрийг чухалчилдаг тул орц найрлагыг баяжуулах, тэр дундаа лаванда, сарнайн үнэртэй тос зах зээлд гаргавал амжилттай байх магадлалтай.

Тайваньчууд бүтээгдэхүүний гарал, үүсэлд онцгой ач холбогдол өгдөг тул юуны түрүүнд Монголын гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг “Сайн” гэдэг төсөөллийг хэрэглэгчдэд хоногшуулах шаардлагатай. Экспортлох бүтээгдэхүүнүүд нь хятад хэлээр тайлбартай байх хэрэгтэй бөгөөд бүтээгдэхүүний үйлчилгээ, орц найрлага, давуу талыг илтгэсэн дэлгэрэнгүй тайлбарыг лангуу дээрх бүтээгдэхүүнтэй зэрэгцүүлэн тавьж өгвөл харилцагчдад илүү итгэл төрүүлж чадна.

Хэрэглэгчийн судалгаагаар “органик бүтээгдэхүүний органик амт, чанар нь амсахад л мэдэгддэг байх хэрэгтэй, мөн будагч бодисгүй байх” гэсэн саналууд гарч байснаас харахад чацарганы гашуун амтыг заавал л дарах гэж зөгийн бал болон бусад зүйлстэй холих хэрэггүй байна.

Хэрэглэгчид цахим каталог харж захиалга өгдөг, хүргэлтийн үйлчилгээ нь хурдан, шуурхай байдаг тул сүлжээний борлуулалтын менежментийг нэвтрүүлэх манай үндэсний үйлдвэрлэгчдэд боломжтой.

Монголын боловсруулах үйлдвэрүүд Тайваньд чацарганы бүтээгдэхүүнээ борлуулж эхэлсний дараа цахим хэлбэрээр бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчийн сэтгэгдэл, сэтгэл ханамжийг тандан судалснаар цаашид зах зээл дэх байр сууриа бэхжүүлэхэд ач холбогдолтой.

5.7. МОНГОЛ УЛСААС ЭКСПОРТЛОХ ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ПОРТЕРИЙН 5 ХҮЧНИЙ ЗАГВАР

Монгол улсаас Тайвань улсад экспортлох чацарганы бүтээгдэхүүний Портерийн 5 хүчний шинжилгээг гүйцэтгэв.

1.Боломжит зах зээлд нэвтрэгчдэд учрах бэрхшээл

Монгол улсаас чацарганы бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэж Тайвань улсын зах зээлд нэвтрүүлэхэд учирч болох бэрхшээлүүдийг дараах байдлаар судаллаа.

Зөвшөөрөл, лицензтэй холбоотой:

Тайваний гаалийн тариф нь Гаалийн хамтын ажиллагааны зөвлөлөөс гаргасан тодорхойлолтонд үндэслэсэн кодын системд тулгуурласан байдаг. 2015 оны 11 сараас Тайваний 84212.90.00, 8501.6450.64.90, 8502.31.00, 8502.39.90 кодтой 4 төрлийн байгаль орчинд ээлтэй бүтээгдэхүүний импортын татварыг 5 хувь болгож бууруулсан. Хэдий чацарганы код үүнд ороогүй боловч экологийн цэвэр бүтээгдэхүүнд таатай ханддаг болохыг харуулж байна.

Хүнс, эрүүл мэндийн нэмэлт бэлдмэл, гоо сайхны бүтээгдэхүүн нь заавал урьдчилан шинжилгээнд хамрагдаж бүртгэгдсэн байх шаардлагатай. Бүтээгдэхүүнийг бүртгүүлэхэд болон худалдаа эрхлэлтийн зөвшөөрөл, барааг нэвтрүүлэх зөвшөөрөл, барааны холбогдох бүртгэл, гэрчилгээжилт зэрэгт дотоодын импортлогчтой хамтран ажиллах зайлшгүй шаардлагатай.

Худалдааны борлуулалт эрхэлдэг зөвшөөрөлтэй Тайвань улсын харьяалалтай борлуулагч байвал Монголын үйлдвэрлэгчдэд татвар бага төлөх нэг боломж бүрдэнэ.

Гаалийн хяналт болон хүнсний бүтээгдэхүүний туршилт шинжилгээнд 2 долоо хоногийн хугацаа зарцуулдаг. Хөдөө аж ахуйн гаралтай хүнсний бүтээгдэхүүн, шууд хэрэглээнд бэлэн савлагдсан бүтээгдэхүүн, эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүн, хүнсний нэмэлт, хүнсний сав баглаа боодол болон гоо сайхны бүтээгдэхүүнийг импортоор хүлээн авсан даруйд эрүүл ахуй, аюулгүй байдлын үзлэг шинжилгээнд хамруулна. Холбогдох шинжилгээ, түүний явагдах журмын талаар албан ёсны веб хуудаснаас үзэх боломжтой.

Бүтээгдэхүүний шинж чанарын талаар дараах мэдээллийг агуулсан байх шаардлагатай. Үүнд:

- Бүтээгдэхүүний нэр
- Жин, хэмжээ, агууламж (холимог эсвэл хоёр ба түүнээс дээш агууламжтай бол жагсаалтыг тусад нь гаргана)
- Эрүүл мэндийн нэмэлт агууламж
- Бүтээгдэхүүн эзэмшигчийн нэр, утасны дугаар, үйлдвэрийн дэлгэрэнгүй хаяг
- Импортлогчийн дэлгэрэнгүй хаяг
- Гарал үүслийн гэрчилгээ /Хүчинтэй хугацаа (жил, сар, өдөр)/

Тээвэрлэлтийн баримт бичиг:

- Нэхэмжлэл
- Савлагааны жагсаалт
- Төлбөрийн баримт
- Гарал үүслийн гэрчилгээ (далайн хоол, жимс жимсгэнэ, хүнсний ногооны импортод хамааралтай)
- Эрүүл ахуйн гэрчилгээ \Фито эрүүл ахуй\

Хүснэгт 190. Тайвань улсын магадлан итгэмжлэгдсэн лабораториуд болон бусад импортын асуудал хариуцсан байгууллагуудын жагсаалт

No	Нэр	Вебсайт	Шинжилгээ, туршилт	Хаяг
1	Гайваний үр сайжруулах, чанаржуулах станц (TSIPS)	Холбоо барих хүн: Shih-Min Su, Тайваний үр сайжруулах, чанаржуулах станц Утас: 04-25810926 Цахим хуудас: armin@tss.gov.tw	Хүнс, эрүүл мэндийн зориулттай хүнс, хүнсний нэмэлт, чанарын сорилго	Гайваний үр сайжруулах, чанаржуулах станц No.6, Xingzhong St., Xinshe Dist., Taichung City
2	Эрүүл мэндийн газрын хүнсний эрүүл ахуйн товчоо	Утас: (886-2) 8590-6666 ext 6820 Факс: (886-2) 2523-9057 Mr. Chou Shih-Hwei, Specialist (fschou@doh.gov.tw)	1) Хүнсний бүтээгдэхүүний боловсруулалтанд оруулж буй хүнсний бүтээгдэхүүний боловсруулалт. (2) Хүнс импортолж буй ресторан, түргэн хоолны газар, нарийн боов. (3) Импортлогч хүнсээ боловсруулж, дахин савлах буюу савлах зориулалтаар импортоор оруулж байгаа импортлогч, өөрөөр хэлбэл хэрэглэгчдэд шууд борлуулахгүй бүтээгдэхүүн.	36 Tacheng Street Taipei, Taiwan 10341
3	Гадаад худалдааны газар	Утас: (886-2) 2351-0271 Факс: (886-2) 2351-3603 Цахим хуудас: http://www.trade.gov.tw Email: boft@trade.gov.twCenter	Импортын хяналтыг Гадаад Худалдааны Товчоо (BOFT)-оос онцгой зөвшөөрөл олгодог. Жишээлбэл, хэрэглэгчдийн эрүүл мэндийн асуудалд хяналт тавих үүднээс puffer загас; нохойн мах. Зарим төрлийн бүтээгдэхүүнийг тодорхой салбарын группын гишүүдээр хязгаарладаг. БНХАУ-аас хөдөө аж ахуйн импортыг батлагдсан жагсаалтаас бусад тохиолдолд оруулахыг хориглодог.	1 Hu-Kou Street Taipei, Taiwan
4	Сангийн яамны Үндэсний санхүүгийн газрын хүнсний аюулгүй байдлын товчоо	Утас: (886-2) 8590-6666 ext 7080 Факс: (886-2) 2523-0056 Ms. Li-Yu Wang, Specialist (fslinunn@doh.gov.tw)	Таван жилийн хугацаанд хүчин төгөлдөр үйл ажиллагаа эрхлэх тусгай зөвшөөрөл /лицензийг Тайваний Хүнсний Эрх Зүйн Удирдамжийн дагуу авна. Үүнтэй холбогдох дүрэм журмын шаардлагыг хангасан өргөдлийг уг байгууллагад өгнө. Лицензийн хүчинтэй хугацааг сунгуулах хүсэлтийг лицензийн хүчинтэй байх хугацаа дуусахаас 3 сарын өмнө гаргана. Лицензийн хугацаа нь дууссаны дараа автоматаар цуцлагдах болно. Хэрэв өргөдөлд лабораторийн шинжилгээг хийх шаардлагатай бол өргөдөл гаргагч нь бүтээгдэхүүний дээжийг Хүнсний ба эмийн үндэсний лаборатори, Эрүүл мэндийн газар эсвэл бусад итгэмжилсэн лабораторид хураамжийг төлсний үндсэн дээр илгээнэ. Эрүүл мэндийн яамнаас явуулсан мэдэгдлийг авна.	36 Tacheng Street Taipei, Taiwan 10341

5	Хүнсний эрүүл ахуйн газар	Ms. Sheue-Rong Lin Director General Bureau of Food Safety Department of Health 4F, 80 Linsen N. Road Taipei, Taiwan Утас: (886-2) 8590-6800 Факс: (886-2) 2523-9057	Хүнс, эрүүл мэнд, хүнсний нэмэлт, нэмэлт, багц, цацрагаар боловсруулсан хүнсний туршилт, радио идэвхжил тодорхойлуулна	
	Тайваний Хүнс, эмийн алба	http://www.fda.gov.tw	Эмийн жагсаалтанд байгаа эсэхийг тодорхойлно.	No. 161-2, Kunyang Street, Nangang District, Taipei City, 115-61, Taiwan

Борлуулалтын сувагтай холбоотой:

Хүнсний болон хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүнийг шууд цахим сүлжээгээр борлуулахад заавал урьдчилан бүртгүүлсэн байх шаардлагатай. Ингэхдээ дээр дурьдсан шат дарааллын дагуу бүртгүүлдэг байна. Хайпермаркет, супермаркет болон бусад сүлжээ дэлгүүртэй хамтран ажиллаж болох бөгөөд үүний тулд дотоодын импортлогч, төлөөлөгч эсхүл дистрибьютертэй хамтарч ажиллах нь илүү үр дүнтэй.

Мэргэжилтнүүдийн мэдлэг:

Тайваньд чацарганы орц найрлага, шимт чанарын талаар хэд хэдэн төрлийн судалгааны ажил хийгдсэн бөгөөд дараах хүснэгтээр тоймлон харууллаа.

Хүснэгт 191. Тайвань улсад чацарганы талаар хийгдсэн судалгааны ажил

Судалгааны ажлын нэр	Судлаачид	Байгууллага	Он
<i>In Vivo</i> орчинд нүдний торлог бүрхэвчийн гэрлийн нөлөөний эсрэг чацарганы (<i>Hipporphaë rhamnoides L.</i>) үрийн проантоцианидины үйлчилгээнд хийсэн судалгаа	Ёнг Ванг, Лиянг Зао, Яазхэн Хуо, Фенг Зуо, Вэй У, Фенг Лу, Шуэ Янг, Шиауан Гуо, Пенг Хэн, Чиаучун Дэнгь Баопинг Жи	Семюнг их сургууль, Жечеон; Хюмдикс ХХК, Судалгааны төв институт, Жечеон	2010
Индонезийн хатаасан кассавагийн дэлхийн зах зээл дэх экспортын үзүүлэлт	ХАА-н нийгэм эдийн засгийн сэтгүүл, 17(3), 134-139. (8 сар) DOI: http://dx.doi.org/10.21776/ub.agrise.2017.017.3.5	Хутабарат, Нико Ади Путра, Сухартини, Хуанг, Вэнь-Чи, Чан, Вэнь-И. 2017 он.	2017
Ногоочдод зориулсан чацаргана тариалах гарын авлага	Ли, Т.С.Си. болон В.Р. Шкроедер.	Номхон далайн Аграр-Хүнсний судалгааны төв, Хөдөө аж ахуй болон Agri-Food Canada, Судалгааны салбар, Summerland, BC.	1999.
Чацаргана (<i>Hipporphaë rhamnoides L.</i>) жимсэнд агуулагдах фитостерин тодорхойлох болон хураалтын хугацаанд үзүүлэх нөлөө.	Ян, Б., Р.М. Карлссон, П.Х. Оксман ба Х.П. Каллио.	ХАА болон хүнсний химийн сэтгүүл 49(11):5620-5629	2001.
Гашуун хулууны (<i>Momordica charantia L.</i>) жимсний өнгөний шинж чанар дээр хийсэн генетикийн судалгаа	Чинг-Шианг Шиэ, Шиэ-И Хуанг	Цэцэрлэгийн аж ахуйн сэтгүүл · 2017 оны 1 сар	2017
Чацаргана (<i>Hipporphaë rhamnoides L.</i>) жимсний хэсэг тус бүрээс гарган авсан эфирийн тосны фотохимийн найрлага ба бактерийн эсрэг идэвхжил	Шуан-Фэн Юэ Шио Шанга Зи-Жуан Занг Ян-Ни Занг	Хүнс ба эм судлалын эрдэм шинжилгээний сэтгүүл	2016

Хоолны дэглэм дэх чацарганы (<i>Hippophae rhamnoides L.</i>) оксиджсэн хлостерины хоруу чанарыг бууруулах нь	Иен-Хунг Иеха Юу-Лианг Шиэ, Я-Тинг Лиид, You-Cheng Shena,	Клиник шим тэжээл судлал ESPEN, 2012 оны 4 сар Боть 7, Дугаар 2, Хуудас e69–e77	2012
--	---	---	------

Судалгааны ажлын чиглэлүүдийг авч үзэхэд, чацарганаар хийсэн бүтээгдэхүүний шимт чанар, найрлага, агууламж, борлуулалт, чацарганы жимсээр цай гарган авах боломжтой эсэх талаар судлан авч үзсэн байна.






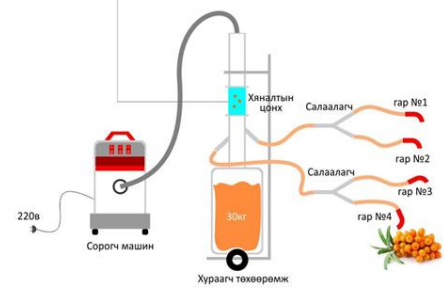
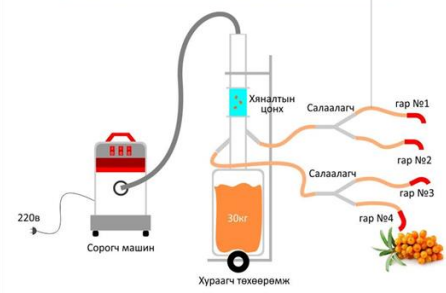

Технологи:

Тайвань улсад чацарганы хураалтанд зориулсан төхөөрөмжийг үйлдвэрлэж Монгол улсын зарим аж ахуйн нэгжүүд импортоор оруулж ирж ашиглаж эхлээд байна. Чацарганы хураалтанд зориулсан тоног төхөөрөмж нь вакум сорогч 3 мотортой тул хэдэн хүн зэрэг ажиллахаас хамаарч хүчин чадлыг тохируулдаг. Хураах жимсний нэр төрлөөс хамаарч хошуу болон хоолойг сонгоно. Төхөөрөмж 4 цаг ажиллаад 30 минут амрана. Резин хоолойнууд хамгаалалттай боловч гишгэх, машин техникээр гэмтээхээс хамгаална. Жимсний сав дүүрсэн эсэхийг хянах цонхоор цаг тутам шалгаж байх хэрэгтэй байдаг.

Төхөөрөмжийн жимсний сав дүүрсэн үед хураалтыг түр зогсоож моторыг 2 минут сул ажиллуулаад унтраана. Суурин цахилгаангүй талбайд генератортой /бензин болон дизель цахилгаан үүсгүүр хамаарна/ хослон ажиллах үед генераторын чадал 5.5 КВТ-с доошгүй үзүүлэлттэй байна. Сорох хүчний хэмжээ тохирч байгаа эсэхийг хураагч төхөөрөмжийн дээрх шилэн хяналтын цонхоор харж хянана.

Хяналтын цонхны түвшинээс дээш жимс үсрэхгүй зөвхөн навч үсэрч орох ёстой. Сорох хоолойнууд /шланк/ тунгалаг тул хоолой бохирдож байгааг хянах боломжтой бөгөөд хэрэв бохирдвол сорох хошуугаар усыг зөөлөн соруулж төхөөрөмжийн дээрх хяналтын цонхноос дээш хөөрүүлэхгүйгээр хоолойнуудыг цэвэрхэн болтол угааж болно.

Зураг 159. Чацаргана жимсийг хураагч төхөөрөмжийн танилцуулга

<p>ЧАЦАРГАНА ХУРААГЧ ТӨХӨӨРӨМЖИЙГ СОНГОХ 4 ШАЛТГААН</p> <p>ШАЛТГААН №1  ЧАНАРТАЙ ЧАЦАРГАНА ХУРААЖ ҮР АШИГ НЭМЭГДЭНЭ</p> <p>ШАЛТГААН №2  ГАР АРГААР ТҮҮСЭНЭЭС МАШ ИХ ЦАГ ХЭМНЭНЭ</p> <p>ШАЛТГААН №3  МӨНГӨ САНХҮҮД ХЭМНЭЛТЭЙ</p> <p>ШАЛТГААН №4  ХУРААЛТ МАШ ЦЭВЭРХЭН ХОГ, БАКТЕРГҮЙ</p>	<p>Төхөөрөмжийн техникийн үзүүлэлт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1. Бүтээмж - 14-25 кг/цаг • 2. Сорогчийн чадал: 3.6 квт • 3. Генераторын чадал: Жич: Зөвхөн суурин цахилгаангүй орон нутагт. - 5.5 квт. /6.4 м/х. / • 4. Цахилгаан зарцуулалт: 380 төг/цаг • 5. Ажиллах хүч: 2-4 хүн • 6. Зогсолтгүй ажиллах хугацаа: 4-8 цаг • 7. Зардлын хэмнэлт: 2-2.5 дахин. 
<p>ХУРААГЧ ТӨХӨӨРӨМЖИЙН АЖИЛЛАХ ЗААВАР Заавар №7</p> <p>Сорох хүчний хэмжээ тохирч байгаа эсэхийг хураагч төхөөрөмжийн дээрх тунгалаг шилэн хяналтын цонхоор харж хянана. Хяналтын цонхны түвшинээс дээш жимс үсрэхгүй зөвхөн навч үсэрч орох ёстой.</p>  <p>Хяналтын цонх, Салаалагч, гар №1, гар №2, гар №3, гар №4, Сорогч машин, Хураагч төхөөрөмж</p>	<p>ХУРААГЧ ТӨХӨӨРӨМЖИЙН АЖИЛЛАХ ЗААВАР Заавар №8</p> <p>Сорох хоолойнууд /шланг/ тунгалаг тул хоолой бохирдож байгааг хянаж боломжтой бөгөөд хэрэв бохирдвол сорох хошуугаар усыг зөөлөн соруулж төхөөрөмжийн дээрх хяналтын цонхноос дээш хөөрүүлэхгүйгээр хоолойнуудыг цэвэрхэн болтол угааж болно.</p>  <p>Хяналтын цонх, Салаалагч, гар №1, гар №2, гар №3, гар №4, Сорогч машин, Хураагч төхөөрөмж</p>
	

Дээрх төхөөрөмж нь органик зарчимд тулгуурласан бөгөөд манай улсын жижиг дунд үйлдвэрүүд энэ жишгээр органик бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэн нийлүүлэх боломжтой байна.

Тайваньд чацарганы тосны талаар бага судлагдсан бөгөөд түүхий эдийн нөөцгүйн улмаас тос боловсруулах талаар анхаарал бага хандуулж байна. Чацарганы тосны боловсруулалт болон технологи нь БНХАУ-ын үйлдвэрүүдтэй адил явагддаг. Техникийн хувьд Герман технологи дээр үндэслэсэн тоног төхөөрөмжүүдийг үйлдвэрлэдэг.

Үйлдвэрлэлийн хэмжээг ихэсгэж өртгийг бууруулах боломж

Монгол улсын үйлдвэрүүдийн тоо болоод хүчин чадал бага тул чацаргана боловсруулах технологи сайтай жижиг дунд үйлдвэрийг бий болгож, дотооддоо өрсөлдөөнийг бий болгох нь

зүйтэй. ОХУ болон БНХАУ-ын ижил төстэй бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлийн өртөг нь Монгол улсын ижил төстэй бүтээгдэхүүний өртгөөс хямд байна.

Бүтээгдэхүүнийг хамгийн бага зардлаар үйлдвэрлэх боломж

Чацарганы тосны үйлдвэрлэлийн өөрийн өртгийг бууруулахын тулд тариалалтыг нэмэгдүүлж нөөцийг нэмэгдүүлэх хэрэгтэй. Мөн хураалтанд зориулсан бага оворын техник, төхөөрөмж шаардлагатай юм.

Нэвтрэн ороход учрах бусад саад бэрхшээл:

1. Тээвэрлэлтийн зардал өндөр байх
2. Гааль, хяналтын байгууллага шуурхай ажиллах
3. Баримт бүрдүүлэлтээ дутуу хийх

Хүснэгт 192. Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн Тайвань улсын боломжит зах зээлд нэвтрэхэд бэлэн байдлын SWOT шинжилгээ

Давуу тал	Сул тал
-Эрүүл хөрсөнд ургадаг -Органик чанараа хадгалан үлдсэн хэмээн тооцогддог тохиромжтой бүс, газар зүйн байршилтай	- Хамтран ажиллахад найдвартай эсэх нь эргэлзээ төрүүлдэг - Чанарын баталгаа, стандарт хангалтгүй - Чанарын стандартаа тогтмол мөрддөггүй
Боломж	Аюул
- Тухайн зах зээлийн хэрэглээнд тохирсон бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл нь нарийн технологи шаарддаггүй	- БНХАУ-ын нийлүүлэгч компаниудын өрсөлдөөн - ОХУ-ын нийлүүлэгч компаниудын өрсөлдөөн

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Газар тариалан эрхлээд олон жил болсон, газрын хөрсний бохирдол ихтэй улс орнуудын хөрстэй харьцуулахад Монгол улсын хөрс харьцангуй эрүүл тул энэхүү давуу талыг ашиглан органик, эрүүл жимс жимсгэнэ, онцгойлбол чацаргана тариалж, хурааж, боловсруулан боломжит зах зээлд нэвтрэх боломж Монгол улсад байна.

Боловсруулах үйлдвэр нь чацаргана тариалагч нартай гэрээ байгуулж, 6 сар тутам хөрсний шинжилгээ хийж заншвал боломжит зах зээлд нэвтрэх боломжийг олгох эхний алхам болно. Боловсруулах үйлдвэрүүдэд органик бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн талаар сургалт зохион байгуулах хэрэгтэй.

Тайвань улсын албан ёсны худалдааны төлөөлөгч, мэргэжилтэн нар нь Монгол улсад ажиллаж, амьдарч байгаа бөгөөд тэд тухайн бүтээгдэхүүний албан ёсны бус анхны шалгагч нар болж буйг үйлдвэрлэгч нар тооцох шаардлагатай. Шууд бус борлуулалтын эерэг болон сөрөг сурталчилгаа эндээс эхэлж байна.

2.Бэлтгэн нийлүүлэгчдээс учирч болох бэрхшээл

Нэг талбайд нэг л сорт тариалах нь гадаад зах зээлд нэвтрэхэд чухал нөлөөтэй болохыг тариаланч нарт ойлгуулж, бүтээгдэхүүний чанарыг албажуулах нь боловсруулах үйлдвэрийнхэнтэй гэрээ хийхээс эхэлнэ гэдгийг анхаарах шаардлагатай.

Бүтээгдэхүүний сав баглаа боодлын хувьд үзэмж муу, энгийн технологио ч мөрдөөгүй байдал нь гадаад зах зээлд бүтээгдэхүүнээ борлуулахад сөрөг нөлөөг үзүүлэх талтай. Тухайлбал, бүтээгдэхүүний таглаа онгойхгүй байх, хий эргэх гэх мэт нь хэдийгээр жижиг асуудал гэж үзэж болох боловч гадаадын хэрэглэгчийн гарт очсон тохиолдолд тэдний сөрөг сэтгэгдлийг нэмэгдүүлэх нэг хүчин зүйл болж байна.

Хүснэгт 193. Тайвань: Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн түүхий эдийн бэлтгэн нийлүүлэлтийн SWOT шинжилгээ

Давуу тал	Сул тал
- Органик түүхий эд нийлүүлттэй	- Чанарын баталгаа тогтворгүй, найдваргүй

- Олон түүхий эд нийлүүлэгчтэй зэрэг хамтран ажиллах боломжтой	- Сав баглаа боодлын хувьд шинэлэг санаа бага ашигладаг -Зар сурталчилгаандаа бага мөнгө зарцуулдаг
Боломж	Аюул
- Хөрш зэргэлдээ хоёр орон чацарганы талаар хийсэн судалгаа их тул мэдээлэл авах боломж их - Тариалалтын талбай нэмэгдүүлэх боломжтой	-Чанарын үзүүлэлт нь тогтвортой бус байх -Үйлдвэрлэлийн технологио муу баримталдаг -Үзүүлэн, амтлагааны бүтээгдэхүүний чанар нь нийлүүлэлтийн бүтээгдэхүүнээсээ ялгаатай байх - Чанарын гэрчилгээ авалгүйгээр бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж болно гэсэн бодолтой - Сав баглаа боодол, тухайлбал, тагны хувьд чанарын шаардлага хангахгүй - Бүтээгдэхүүн анхлан гарсан амт, үнэр чанар хадгалаастай байх ёстой гэдэг бизнесийн хууль мөрддөггүй

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

ХАА, хөдөөгийн хөгжлийн төслийн нэмэлт санхүүжилт MON 39229-0330 төслөөс чацарганы салбарт томоохон хөрөнгө оруулалт болсон чацарганы үрийн тосыг CO₂-оор ялгах төхөөрөмжийг ШУТИС-ийн техник технологийн туршилтын төвд хүлээлгэн өгсөн³³ нь Монголын чацарганы бүтээгдэхүүний экспортод эерэг үр дүнг авчрах болно.

3.Худалдан авагч, хэрэглэгчид

Тайвань улсын зах зээлд чацарганы бүтээгдэхүүнийг борлуулахад харгалзан үзэх шаардлагатай хэрэглэгчдийн тоо, хэрэглэгчдийн нэг удаагийн худалдан авах хэмжээ, үнийн мэдрэмж, орлох бүтээгдэхүүн, худалдан авагчдын чацарганы талаарх мэдлэг, хэрэглэгчдийн бүтээгдэхүүнийг худалдан авахад харгалзан үздэг шалгуурууд гэсэн үзүүлэлтүүдийг доор нэгтгэн харуулав.

Хүснэгт 194. Тайвань: Монголын боловсруулах үйлдвэрүүдийн бүтээгдэхүүнийг худалдан авагчдын судалгаа

	Бүтээгдэхүүн 1 /эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүн Омега-7/	Бүтээгдэхүүн 2 /гарын тос/	Бүтээгдэхүүн 3 /чацарганы цэвэр тос/
Хэрэглэгчдийн тоо	2.5 сая	5.8 сая	1.7 сая
Хэрэглэгчдийн нэг удаагийн худалдан авах хэмжээ	/100 шил/	/75гр/	/100 гр/
Хэрэглэгчийн орлох бүтээгдэхүүн худалдан авах боломж	Чацарганаар хийсэн уг бүтээгдэхүүн нь зах зээлд танигдаж эхэлж буй тул худалдан авах боломжтой.	Чацарганаар хийсэн уг бүтээгдэхүүн нь зах зээлд танигдаж эхэлж буй тул худалдан авах боломжтой.	Чацарганаар хийсэн уг бүтээгдэхүүн нь зах зээлд танигдаж эхэлж буй тул худалдан авах боломжтой.
Үнийн мэдрэмж	Хэрэглэгчдийн чацарганы бүтээгдэхүүний үнийн мэдрэмж өндөр. Гэсэн хэдий ч чанар сайтай бол үнэтэй ч байсан худалдан авалт хийх нь цөөнгүй	Хэрэглэгчдийн эрүүл мэнддээ анхаарал хандуулах нь нэмэгдэж байгаа.	Чацарганы тос нь дөнгөж танигдаж буй бүтээгдэхүүн тул үнийн хувьд мэдрэмжтэй байна.
Орлох бүтээгдэхүүн	Дотоод, гадаадад үйлдвэрлэсэн эрүүл мэндийн бэлдмэл	Дотоод, гадаадад үйлдвэрлэсэн гарын тос	БНХАУ, ОХУ болон Тайваньд үйлдвэрлэсэн чацарганы тос
Хэрэглэгчийн бүтээгдэхүүний талаарх мэдлэг	Тайваньд чацарганы органик чанарын талаар	Тайваньд чацарганы тэжээллэг чанарын талаар хэрэглэгчид	Чацарганы тосны талаар дорвитой судалгаа хийгдээгүй байгаагаас

³³ http://www.vcmongolia.mn/default.aspx?page=69&menu_id=1030&news_id=7202&fbclid=IwAR2-L52A4wCSB2PHUj3iysbkukhCQbaZbgAtwnhg2ULC3YTjeLmdlSAaw-GM

	хэрэглэгчид илүү мэддэг гэж үзэхээр байна.	илүү мэддэг гэж үзэхээр байна.	үзэхэд Тайваньд чацарганы тос төдийлөн танигдаагүй. Гэвч сүүлийн жилүүдэд манай улсаас тосыг импортлохоор сонирхох болсон нь ажиглагдсан.
--	--	--------------------------------	---

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

4. Орлох бүтээгдэхүүнүүд

Монгол улсаас Тайваньд экспортлох бүтээгдэхүүнүүдийн хувьд орлох шинжтэй бүтээгдэхүүний судалгааг гүйцэтгэв.

Хүснэгт 195. Тайвань: Монголын бүтээгдэхүүний орлох бүтээгдэхүүний судалгаа

Бүтээгдэхүүн	Орлох бүтээгдэхүүний нэр төрөл		Орлох бүтээгдэхүүний онцлог шинж	
	Бүт 1	Бүт 2	Бүт 1	Бүт 2
Бүт 1 \эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүн Омега-7\	Оолонг цай	Тайвань улсад үйлдвэрлэсэн дотоодынх нь бүтээгдэхүүн	Улаан цай буюу оолонг цай: Нас бие гүйцсэн цайны модны навчийг хүрэн улаан өнгөтэй болтол нь хоёр удаа хатаана. Ашиг тус : <ul style="list-style-type: none"> ○ Арьсны хөгшрөх үйл явцыг удаашруулах ○ Дархлаа бэхжүүлэх ○ Артерийн даралт болон цусан дахь холестерин хэмжээг бууруулах тустай. Онцлог : Цайны тусгай сорт учир их өндөр үнэтэй. Хүчтэй хурц үнэр, гашуун амт, хандлахад улаан хүрэн өнгөтэй болдгоор нь таньж болно.	АНУ, Японоос амин дэм, эрдэс болон бусад эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн их хэмжээгээр импортлогддог.
Бүт 2 \гарын тос\	Дотоодод үйлдвэрлэсэн гарын тос	БНХАУ, ОХУ-аас оруулж ирсэн гарын тос	Гарын тос нь дотроо чийгшүүлэх, үрчлээний эсрэг, тайвшруулах, тэжээл өгөх гэх мэт нүүрний арьс арчилгааны бүтээгдэхүүн олон байдаг.	Импорын гарын тос
Бүт 3 \чацарганы тос\	Дотоодод үйлдвэрлэсэн чацарганы цэвэр тос	БНХАУ, ОХУ-аас оруулж ирсэн чацарганы цэвэр тос	БНХАУ, ОХУ-аас оруулж ирсэн чацарганы цэвэр тосыг цөөн тооны хүмүүс хэрэглэдэг. Ходоодны эмчилгээнд сайн үр нөлөөтэй гэж үздэг.	Импортын бүтээгдэхүүн

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Чацаргана нь эрүүл мэндэд ач тустай хүнсний бүтээгдэхүүн бөгөөд хамгийн түгээмэл орлох бүтээгдэхүүн нь оолонг цай бөгөөд тэдгээрийг доорх зургаар харууллаа.





Тайвань улсад жимсний шүүс болон бэлдмэл нь эрүүл мэндийн ач холбогдолтой гэдэг утгаараа хэрэглээнд нэвтэрсэн. Иймд орлох бүтээгдэхүүн нь эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн бөгөөд тус ангилалд хамгийн эрэлттэй нь Тайваний үндсэн брэнд болох цай, тэр дундаа оолонг цай байна. Харин үр болон жимснээс гаргаж авсан тосны тухайд эмчилгээний болон эрүүл мэндийн зориулалтаар бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлд нэвтрэх хандлагатай. Иймд тус 3 төрлийн бүтээгдэхүүн нь хэлбэрийн хувьд өөр боловч зориулалтын хувьд ижил талтай байна.

5.Өрсөлдөгчид

Тайваний зах зээлд Монголын чацарганы бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх Тайвань, ОХУ, БНХАУ-д үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн дээр шинжилгээг гүйцэтгэлээ.

Хүснэгт 196. Тайвань: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа \Оолонг цай \

№	Үзүүлэлтүүд	Өрсөлдөх Бүтээгдэхүүн 1 /Тайвань/	Өрсөлдөх Бүтээгдэхүүн 2 /БНХАУ/
1	Чацарганы зах зээлд эзлэх байр суурь \хувиар\	60	10
2	Бүтээгдэхүүний чанарын баталгаа	Үйлдвэр болон түүхий эд нь стандартын шаардлага бүрэн хангасан.	Чанарын шаардлага бүрэн хангасан эсэх нь тодорхойгүй.
3	Бүтээгдэхүүний ялгарах байдал	Дотоодын, чанар сайтай, цэвэр органик, шинэлэг.	Хямд үнэтэй, БНХАУ-аас улсаас орж ирсэн.
4	Бүтээгдэхүүний зах зээл дэх үнэ	100гр NT\$495	100гр NT\$350
5	Хэрэглэгчдэд бүтээгдэхүүнээ хүргэж буй борлуулалтын суваг	Цахим дэлгүүр болон хайпермаркетуудаар борлогддог.	Цахим дэлгүүрүүдээр борлогддог.
6	Хэрэглэгчдэд чиглэсэн идэвхижүүлэлтийн үйл ажиллагаа	-Амталгаа -Монголын ийм тал нутагт ийм байдлаар ургадаг гэдгийг харуулсан богино хэмжээний видео	Өвөрмонголын газар нутагт ургасан эсхүл Гималайн уулаас хураан авсан чацарганаар үйлдвэрлэсэн талаарх сурталчилгаа

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

БНХАУ-ын бүтээгдэхүүн хямд үнээр цахимаар борлуулагддаг. Харин Тайваний дотооддоо боловсруулсан бүтээгдэхүүний хувьд үнэ өндөр боловч хэрэглэгчдэд органик чанараараа танигдсан тул Тайвань улсад байдаг органик барааны дэлгүүрээр борлуулалтаа хийж эхэлжээ. “АЛТАЙ” үйлдвэрийнхэн бүтээгдэхүүнээ зах зээлд таниулах сурталчилгааг 3 жилийн турш тасралтгүй хийж байгаа талаар тус үйлдвэрийн менежер судалгааны явцад өгүүлж байлаа.

Хүснэгт 197. Тайвань: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа \эрүүл мэндийн бэлдмэл: Омега 7\

№	Үзүүлэлтүүд	Омега -7	Төрөл бүрийн амин дэм
1	Зах зээлд эзлэх байр суурь \хувиар\	50	50
2	Бүтээгдэхүүний чанарын баталгаа	Чанарын баталгаатай	Чанарын баталгаатай

3	Бүтээгдэхүүний ялгарах байдал	Дотоодод үйлдвэрлэсэн, найдвартай, чанарын баталгаатай	Найдвартай амтаа тогтмол хадгалдаг.
4	Бүтээгдэхүүний зах зээл дэх үнэ	1 хайрцаг NT\$1135	1 хайрцаг NT\$557
5	Хэрэглэгчдэд бүтээгдэхүүнээ хүргэж буй борлуулалтын суваг	Цахим дэлгүүрүүдээр борлогддог.	Цахим дэлгүүр болон томоохон сүлжээ хайпермаркетүүдээр борлогддог.
6	Хэрэглэгчдэд чиглэсэн идэвхижүүлэлтийн үйл ажиллагаа	Зэрлэг чацарганыг гар аргаар хураасан тул чацарганы 37-40 хувьд нь байдаг омега 7 өндөр хэмжээгээр агуулдаг хэмээн хэрэглэгчийн анхаарал татдаг. Хэрэглэгчиддээ хэрэглэх талаар нь зөвлөгөө өгдөг.	Ашиг тустай, тодорхой үр дүн нь харагддагаараа хэрэглэгчийн анхаарлыг татдаг.

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөж байгаа бүтээгдэхүүнүүд бүгд чанарын өндөр баталгаатай, хэрэглэгч ихтэй болох нь бидний судалгаагаар батлагдсан. Уг бүтээгдэхүүний давуу талыг харуулсан зар сурталчилгаа, экологийн хувьд цэвэр газраас хураасан гэх зэрэг давуу талуудыг хэрэглэгчид цахим хуудсаар, зурагт хуудсаар, амталгаагаар таниулж сурталчилдаг байна.

Хүснэгт 198. Тайвань: Монголын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх бүтээгдэхүүний судалгаа \Үрийн тос\

№	Үзүүлэлтүүд	Чацарганы Тосны бэлдмэл	Чацарганы шүүс
1	Зах зээлд эзлэх байр суурь \хувиар\	50	50
2	Бүтээгдэхүүний чанарын баталгаа	Чанараа тогтмол хадгалах баталгаатай	Чанараа тогтмол хадгалах баталгаатай
3	Бүтээгдэхүүний ялгарах байдал	БНХАУ-ын үйлдвэрээс буюу нийлүүлэгчид	БНХАУ-ын үйлдвэрээс буюу нийлүүлэгчид
4	Бүтээгдэхүүний зах зээл дэх үнэ	50мл NT\$980	33мл NT\$140
5	Хэрэглэгчдэд бүтээгдэхүүнээ хүргэж буй борлуулалтын суваг	Цахим борлуулалтын суваг, органик дэлгүүрээр	Цахим борлуулалтын суваг, органик дэлгүүрээр
6	Хэрэглэгчдэд чиглэсэн идэвхижүүлэлтийн үйл ажиллагаа	Цахим борлуулалтын суваг ашиглан B2B буюу бизнес хоорондын худалдаанд зориулан борлуулдаг.	Цахим борлуулалтын суваг ашиглан B2B буюу бизнес хоорондын худалдаанд зориулан борлуулдаг.

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн судалгаа

Чацарганы тос нь Тайваньд төдийлөн танигдаагүй байгаа бөгөөд зөвхөн БНХАУ-ын нийлүүлэгчид цахимаар борлуулалтаа хийж байна. Тайваний худалдааны холбоо, бизнес хоорондын худалдааны сайт дээр цөөнгүй тооны нийлүүлэгчид бүтээгдэхүүнээ санал болгож байна.

ДҮГНЭЛТ

Монгол улсаас Тайваний зах зээлд нийлүүлж болох чацарганы бүтээгдэхүүн нь хөдөө аж ахуйн гаралтай, эрүүл мэнд, гоо сайханд чиглэгдсэн гэх ангилалд багтах тул чанар, стандарт, эрүүл ахуй, аюулгүй байдал талаас өндөр шаардлага тавигдах болно. Тайвань нь хүнсний аюулгүй байдалд маш их анхаарал хандуулдаг бөгөөд нэг удаагийн хангалттай бус үнэлгээ нь удаан хугацааны турш хадгалагдаж үлдэнэ.

Эрүүл мэндийн болон гоо сайхны бүтээгдэхүүнд зөвхөн зөвшөөрөгдсөн импортлогчдыг л хүлээн авах зохицуулалттай. Иймд тус улсын найдвартай, туршлагатай импортлогчтой хамтран ажиллаагүй тохиолдолд төлөх татварын хэмжээ нэмэгдэнэ. Хамтран ажилласнаар бүтээгдэхүүний бүртгэл, хилээр амжилттай нэвтрэхэд тустай төдийгүй, зах зээлийн мэдээлэл, борлуулалтын суваг, маркетинг идэвхжүүлэлт хийх гэх мэт бүтээгдэхүүнийг тухайн зах зээлд амжилттай нэвтрүүлэх ажиллагаануудыг зохион байгуулах болно.

Өрсөлдөөний хувьд, Монголд үйлдвэрлэсэн гарын тос нь Тайваньд импортоор оруулж буй гарын тостой органик чанараар өрсөлдөх, эрүүл мэндийн бэлдмэл болох Омега 7 нь мөн импортын Омега 7-той үнэ болон чанарын стандарт хангасан байдлаар өрсөлдөхөөр байна. Монголд үйлдвэрлэсэн чацарганы цэвэр тос нь ОХУ, БНХАУ-аас импортолж буй цэвэр тостой органик чанараар өрсөлдөх юм. Борлуулалтын сувгийн тухайд, цахим худалдаа, борлуулалт хийх нь хямд, хялбар арга хэдий ч голлох супермаркет, сүлжээ дэлгүүрүүдээр борлуулалтын сувгийг ашиглаж худалдаа хийх нь олон газар зэрэг тараагдан худалдаалагдах боломжийг бүрдүүлнэ. Чацарганы бүтээгдэхүүнийг нэгэн ижил стандарт, ижил амт чанартайгаар хэрэглэгчид дахин худалдан авах шаардлагыг тавьдаг тул манай боловсруулах үйлдвэрийнхэн анхаарах хэрэгтэй байна.

5.8. ТАЙВАНИЙ ЗАХ ЗЭЭЛД ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙГ ЭКСПОРТЛОХ СТРАТЕГИ, САНАЛ

Тайвань улсын зах зээлд чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлох стратегийн саналыг CROSS SWOT шинжилгээний арга зүйд тулгуурлан боловсруулав.

Хүснэгт 199. Тайвань улсад чацарганы бүтээгдэхүүнийг экспортлох стратегийн санал: CROSS SWOT шинжилгээ

		Боломж	Аюул бэрхшээл		
		1	Тайваний хүн амын тоо их, худалдан авах чадвар сайн, эдийн засгийн үзүүлэлтүүд өсөлттэй.	1	Тээвэрлэлтийн зардал өндөр
CROSS SWOT шинжилгээ		2	Органик бүтээгдэхүүний үнэ өндөр. Эрүүл мэнд, гоо сайханд тавих анхаарал ихтэй.	2	“Монголд ургасан” гэдэг нэрийн дор ОХУ болон БНХАУ-аас чацарганы бүтээгдэхүүнийг импортоор оруулж ирдэг.
		3	Чацарганы талаарх судалгааны хүрээ өргөжсөн. Ялангяа боловсруулалтын технологийн талаарх судалгааны ажлууд эрчимтэй хийгдэж байна.	3	ХАА-н гаралтай хүнсний болон гоо сайхны бүтээгдэхүүнд тавих хяналт шалгалт өндөр бөгөөд нэг л алдаа гарахад удаан хугацааны эргэлзээ үүснэ.
		4	Чацарганы хэрэглэгчдийн дунд танигдсан хэлбэрийг харахад чацарганы амтыг гашуун гэж үзэж байгаа ч амт, үнэрээ хадгалсан бүтээгдэхүүнийг дундаас дээш насныхан илүүд үзэж байна.	4	Монголын үйлдвэрүүдийн бүтээгдэхүүнийг цэвэр органик бүтээгдэхүүн эсэхэд эргэлзэх эргэлзээ их, тогтмол чанарын шаардлага хангаж буй эсэхэд эргэлздэг.
		5	Хоёр улсын хооронд боловсруулах тоног төхөөрөмж нийлүүлэх эхний алхам хийгдсэн.	5	БНХАУ-ын бүтээгдэхүүнүүд хямд үнээр зах зээлд түрж орох мөн Монголын ургац хураалт, нийлүүлэлтийн байдал Тайваний талын шаардлага сайн хангахгүй байна
		Давуу тал		Давуу тал – боломж стратеги буюу богино хугацааны зорилт	Давуу тал – аюул бэрхшээл буюу дунд хугацааны зорилт
1	Монгол улс нь органик, сайн чанарын бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх бололцоотой.	<ul style="list-style-type: none"> Мэргэжлийн холбоо, нийгэмлэгүүдтэй холбоо тогтоох Тайваний стандартыг нарийн судлан, бүтээгдэхүүнээ стандартад нийцүүлэх Хамтарч ажиллах импортлогч олох Сүлжээ дэлгүүрүүдийн цахим худалдаагаар бүтээгдэхүүнээ сурталчилан борлуулж эхлэх 	<ul style="list-style-type: none"> Монголын тариаланчид чацарганы сортыг сольж тариалахгүй байх Тариалалтын талбайн хэмжээг нэмэх Монгол чацарганы чанарын ялгаа, давуу талыг шинжлэх ухааны үндэслэлтэйгээр сурталчилан таниулах Үйлдвэр болон үйлдвэрлэлийн үйл ажиллагааг чанаржуулах, стандарт, техникийн шаардлага хангахуйц хэмжээнд хүргэх 		
2	Бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийг хийснээр ОХУ, БНХАУ-ын бүтээгдэхүүнээс ялгарсан бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх боломжтой.				
3	Зэрлэг чацарганаар бүтээгдэхүүн гаргах боломжтой.				
4	Түүхий эд нийлүүлэлтийн хувьд олон нийлүүлэгчтэй байх бүрэн боломжтой				
Сул тал		Сул тал – боломж стратеги буюу дунд хугацааны зорилт	Сул тал – аюул бэрхшээл буюу урт хугацааны зорилт		

1	Чанарын стандарт хангалттай бус	<ul style="list-style-type: none"> • Үндсэн бүтээгдэхүүн болон бусад туслах материал /сав баглаа боодол гэх мэт/ үйлдвэрлэлийн бүх шат дамжлагыг чанаржуулах • Үйлдвэрүүдийг чанарын гэрчилгээжүүлэх • Туршилт шинжилгээний лабораториудыг чанаржуулах, гэрчилгээжүүлэх • Хоёр улсын мэргэжлийн холбоод хооронд хамтран ажиллах талаар холбох 	<ul style="list-style-type: none"> • Монголын органик цэвэр бүтээгдэхүүний брендийг тухайн улсын зах зээлд нэвтрүүлэх • Эцсийн хэрэглээнд зориулсан бүтээгдэхүүний экспортыг хийх • Дэлхийн нэр хүнд бүхий брендүүдтэй хамтран ажиллах • “Тайваний тоног төхөөрөмжөөр Монголд үйлдвэрлэсэн органик бүтээгдэхүүн” гэдэг хоногшуулалтыг хэрэглэгчдэд хүргэх
2	Тогтмол чанартай бүтээгдэхүүн нийлүүлэх тал дээр найдвартай бус		
3	Хамтран ажиллахад найдвартай байдал эрсдэлтэй		

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Дээрх шинжилгээний үр дүнд дараах стратегийн зорилтуудыг дэвшүүллээ.

Богино хугацааны зорилт:

- Мэргэжлийн холбоо, нийгэмлэгүүдтэй холбоо тогтоох
- Тайваний стандартыг нарийн судлан, бүтээгдэхүүнээ стандартад нийцүүлэх
- Хамтарч ажиллах импортлогч олох
- Сүлжээ дэлгүүрүүдийн цахим худалдаагаар бүтээгдэхүүнээ сурталчилан борлуулж эхлэх

Дунд хугацааны зорилт:

- Монголын тариаланчид чацарганы сортыг сольж тариалахгүй байх
- Тариалалтын талбайн хэмжээг нэмэх
- Монгол чацарганы чанарын ялгаа, давуу талыг шинжлэх ухааны үндэслэлтэйгээр сурталчилан таниулах
- Үйлдвэр болон үйлдвэрлэлийн үйл ажиллагааг чанаржуулах, стандарт, техникийн шаардлага хангахуйц хэмжээнд хүргэх
- Үндсэн бүтээгдэхүүн болон бусад туслах материал /сав баглаа боодол гэх мэт/ үйлдвэрлэлийн бүх шат дамжлагыг чанаржуулах
- Үйлдвэрүүдийг чанарын гэрчилгээжүүлэх
- Туршилт шинжилгээний лабораториудыг чанаржуулах, гэрчилгээжүүлэх
- Хоёр улсын мэргэжлийн холбоод хооронд хамтран ажиллах талаар холбох

Урт хугацааны зорилт:

- Монголын органик цэвэр бүтээгдэхүүний брендийг тухайн улсын зах зээлд нэвтрүүлэх
- Эцсийн хэрэглээнд зориулсан бүтээгдэхүүний экспортыг хийх
- Дэлхийн нэр хүнд бүхий брендүүдтэй хамтран ажиллах
- “Тайваний тоног төхөөрөмжөөр Монголд үйлдвэрлэсэн органик бүтээгдэхүүн” гэдэг хоногшуулалтыг хэрэглэгчдэд хүргэх

Тайваний зах зээлд нэвтрэх үнийн бодлогын хувьд өргөн хэрэглээнд гаргах, боловсруулсан бүтээгдэхүүнийг тухайн зах зээл дээрх дотоодын ижил төрлийн бүтээгдэхүүнээс үл ялиг хямд үнээр нэвтрүүлэх, тос, түүнээс гаргаж авсан эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүнийг өрсөлдөх, орлох бүтээгдэхүүний үнэтэй ижил түвшинд нэвтрүүлэх бололцоотой.

Монголын чацарганы бүтээгдэхүүнийг Тайвань улсад экспортлох санал:

Нэг. Салбарын манлайлагч компаниудын үүрэг, хувь нэмэр, экспортлох боломжтой чацарганы бүтээгдэхүүний нэр төрөл, тоо хэмжээ, орлого

Тайвань улсад экспортлох чацарганы бүтээгдэхүүний маркетингийн 7P шинжилгээг өмнөх 5.6 бүлэгт тодорхойлсон билээ. Ирээдүйд экспортлох 3 төрлийн бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ, орлогыг 3 хувилбараар тооцов. Үүнд:

Хувилбар 1. Монголын чацаргана боловсруулах хүчин чадлын 30%-ийг ашиглах үед: /2,577.3тн/
Хувилбар 2. Монголын чацаргана боловсруулах хүчин чадлын 50%-ийг ашиглах үед: /4,295.5тн/
Хувилбар 3. Монголын чацаргана боловсруулах хүчин чадлын 70%-ийг ашиглах үед: /6,013.7тн/

Монгол улсын чацарганы боловсруулах үйлдвэрүүдэд суурилагдсан хүчин чадлын хэмжээгээр буюу 8,591 тонн байхаар үйлдвэрлэх бүтээгдэхүүний хэмжээ болон олох орлогын хэмжээгээр ойролцоогоор тооцов. Хүн амын дотоодын хэрэгцээнд чацарганы бүтээгдэхүүнийг хэрэглэнэ гэж тооцсон тул хүчин чадлын ашиглалтыг 100 хувь ашиглаж бүх бүтээгдэхүүнийг экспортлоно гэсэн хувилбарыг оруулаагүй болно. Дээрх 3 хувилбар тус бүрээр үйлдвэрлэх боломжит бүтээгдэхүүний хэмжээг тооцохдоо дараах орц, нормыг ашиглалаа. Үүнд:

- 100 кг жимснээс CO₂ аргаар хандалахад 7.3 кг тос /Nika Pavlovie et all, 2016/
- Омега 7 бэлдмэлийг 20 кг чацарганаар 100 ширхэгтэй бэлдмэл үйлдвэрлэнэ
- Гарын тос нь 50-75 грамм савалгаатай гарын тосонд 10-15 грамм чацаргана ордог зэрэг эх сурвалжууд дээр үндэслэв.

Хүснэгт 200. Тайвань: Экспортлох боломжтой чацарганы бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ ба орлогын төсөөлөл

Бүтээгдэхүүн	Экспортлох тоо хэмжээ \тонн\			Бүтээгдэхүүн ний дундаж үнэ, ам.дол	Нийт орлого, мянган ам.доллар		
	Хувилбар 1	Хувилбар 2	Хувилбар 3		Хувилбар 1	Хувилбар 2	Хувилбар 3
Чацарганы тос \тонн\	62.7	104.5	146.3	50 /кг	3135.7	5226.2	7316.7
Эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүн \мян.ширхэг\	171.8	286.4	400.9	22.6/ширхэг	3883.1	6471.9	9060.6
Гарын тос \мянган ширхэг\	8591.0	14318.3	20045.7	3/ширхэг	25773.0	42955.0	60137.0
Нийт дүн					32791.8	54653.1	76514.3

Эх үүсвэр: Судалгааны багийн гишүүдийн тооцоолол

Хүснэгтээс харахад, гарын тос нь орц бага ордог тул их хэмжээгээр бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх боломжтой бөгөөд хамгийн өндөр орлого олохоор байна. Нэгдүгээр хувилбараар буюу нийт суурилагдсан хүчин чадлынхаа 30 хувийг ашиглаж бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж Тайвань улс руу экспорт хийхэд 32.8 сая ам.долларын орлого олох тооцоо гарч байна. Харин суурилагдсан хүчин чадлаа бүрэн ашиглах тохиолдолд чацарганы бүтээгдэхүүний экспортоос 76.5 сая ам.долларын орлого олох юм.

Хоёр. Чацарганы бүтээгдэхүүн боловсруулах талаарх тухайн улсын технологи, судалгаа ба хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн, баглаа боодлын ерөнхий шийдэл, инноваци төвлөрөх байршил, тээвэрлэлтийн боломж

Өмнөх бүлэгт тодорхойлсон бүтээгдэхүүнүүдийн технологи, бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт, сав баглаа боодлын ерөнхий шийдлийг тус бүрт нь ялгаж орууллаа.

Хүснэгт 201. Тайваньд экспортлох Бүтээгдэхүүн 1 /Омега 7: эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүн/

Үзүүлэлтүүд	Санал
Технологи	Эрүүл мэндийн бэлдмэл гаргахад үйлдвэрлэлийн шат дамжлага, процесс нь чанарын өндөр хяналттай, Тайваний стандартад нийцсэн эрүүл ахуй, аюулгүй байдлын хэмжээнд явагдах шаардлагатай. Үүнд сав баглаа боодлын үйлдвэр, түүний түүхий эд, тээвэрлэлт гэх мэт бүтээгдэхүүн эцсийн хэрэглэгчийн гар дээр очих хүртэл бүх үе шат хамаарагдана.
Судалгаа ба хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн	Хэд хэдэн арга технологи байх бөгөөд жимсний нунтгийг шахмал эсхүл капсул хэлбэрт оруулах арга технологиудыг судлан турших хэрэгтэй. Тухайлбал, шууд уух Омега-7 буюу тосон үрэл хэлбэрт оруулсан бүтээгдэхүүн гэх мэт.
Баглаа боодлын ерөнхий шийдэл	Органик стандартыг хангахын тулд шилэн савлагаа байвал зохимжтой.
Инноваци төвлөрөх байршил	Хөдөө аж ахуй, Хүнс, Хөдөөгийн асуудал эрхлэх яам нь аливаа хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүний инноваци, судалгаа, шинжилгээний ажлыг төвлөрүүлэн шалгаж үздэг. Харин судалгааны ажил болон бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийг их сургуулиудын дэргэдэх эрдэм шинжилгээний хүрээлэн, лабораториуд хийдэг.
Тээвэрлэлтийн боломж	Органик бүтээгдэхүүний тээвэрлэлт чанарын доголдолгүй, хүргэлт түргэн байх нь хэрэгтэй. Агаарын тээвэр ашиглан тээвэрлэх нь бүтээгдэхүүнийг түргэн, найдвартай хүргэхэд дөхөм боловч өртгийг нэмэгдүүлнэ. Харин газраар буюу төмөр зам, усан тээврийг ашиглах нь зардлыг хэмнэх боловч цаг хугацаа их шаарддаг, мөн хүйтэн хэлхээний тээвэрлэлт шаардлагатай болох юм.

Монгол улсад “САКРА” компани эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэн гаргаж байна. Эрчүүдэд зориулсан бэлдмэл, 1+1 омега-3, хавдрын эсрэг урьдчилан сэргийлэх зэрэг бэлдмэл үйлдвэрлэдэг.

Хүснэгт 202. Тайваньд экспортлох Бүтээгдэхүүн 2 \Гарын тос\

Үзүүлэлтүүд	Санал
Технологи	Сав баглаа боодолд анхаарах нь зүйтэй. Гоо сайхны бүтээгдэхүүний хувьд, чацаргана нь орц найрлага хэлбэрээр орох тул хэрэглэгчийн гар дээр очих бүтээгдэхүүний ерөнхий үйлдвэрлэлийн технологийг баримтална. Түүхий эдийг бага хэмд боловсруулж эрдсийн алдагдал бага байлгахад анхаарах нь зүйтэй.
Судалгаа ба хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн	ОХУ, Герман, Японд ашиглаж буй гарын тос үйлдвэрлэх технологи хямд үнээр үр дүнтэй бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж болохуйц байна.
Баглаа боодлын ерөнхий шийдэл	Сав баглааны хувьд органик бүтээгдэхүүнд зориулагдсан гэрэл нэвтэрдэггүй сав байх нь тохиромжтой. Сайн чанарын хуванцар байж болно.
Инноваци төвлөрөх байршил	Хөдөө аж ахуй, Хүнс, Хөдөөгийн асуудал эрхлэх яам нь аливаа хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүний инноваци, судалгаа, шинжилгээний ажлыг цогцоор авч үздэг. Харин судалгааны ажил болон бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийг эрдэм шинжилгээний хүрээлэн, лаборатори явуулдаг.
Тээвэрлэлтийн боломж	Органик бүтээгдэхүүний тээвэрлэлт чанарын доголдолгүй, хүргэлт түргэн байх нь хэрэгтэй. Агаарын тээвэр ашиглан тээвэрлэх нь бүтээгдэхүүнийг түргэн, найдвартай хүргэхэд дөхөм боловч өртгийг нэмэгдүүлнэ. Харин газраар буюу төмөр зам, усан тээврийг ашиглах нь зардлыг хэмнэх боловч цаг хугацаа их шаарддаг, мөн хүйтэн хэлхээний тээвэрлэлт шаардлагатай болох юм.

Чацарганаар үйлдвэрлэсэн гарын тос нь Тайваний хэрэглэгчдэд шууд хэрэглээнд төдийлөн танигдаагүй. Шууд хэрэглээнд зориулагдсан ижил төстэй бүтээгдэхүүнүүд болох бүр төрлийн гарын тос нь өөрийн хэрэглэгчтэй болсон бүтээгдэхүүнүүд тул Монгол улсад чацарганаар үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт хийх боломж байна. Сав баглаа боодол, хэв загвар сайтай, тээвэрлэлтийн хувьд чанарыг алдагдуулалгүйгээр хямд өртөгтэйгээр шийдвэрлэх нь чухал юм.

Хүснэгт 203. Тайваньд экспортлох Бүтээгдэхүүн 3 /Чацарганы тос/

Үзүүлэлтүүд	Санал
Технологи	Тосыг хүйтэн CO2 аргаар гарган авах технологи дэлхий дахинд хамгийн түгээмэл ашиглагдаж байна. Мөн уг технологийг сүүлийн жилүүдэд эрчимтэй судалж эхэлсэн.
Судалгаа ба хөгжил-шинэ бүтээгдэхүүн	Тосоор гоо сайхны бүтээгдэхүүн, эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүн, эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх боломжтой бөгөөд БНХАУ-аас төрөл бүрийн бүтээгдэхүүн нэвтэрч байна.
Баглаа боодлын ерөнхий шийдэл	Тосыг их хэмжээгээр буюу боловсруулах үйлдвэрт зориулан гаргах бол бүтээгдэхүүний чанарыг алдагдуулалгүйгээр тээвэрлэхэд тохиромжтой байдлаар сав баглааг шийдэх хэрэгтэй байна. Харин эцсийн хэрэглэгчдэд зориулан жижиг савлагаатай байх бөгөөд тус савлагаа нь эрүүл ахуйн стандартад нийцсэн байх шаардлагатай болно.
Инноваци төвлөрөх байршил	Хөдөө аж ахуй, Хүнс, Хөдөөгийн асуудал эрхлэх яам нь аливаа хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүний инноваци, судалгаа, шинжилгээний ажлыг цогцоор авч үздэг. Харин судалгааны ажил болон бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийг эрдэм шинжилгээний хүрээлэн, лаборатори явуулдаг.
Тээвэрлэлтийн боломж	Органик бүтээгдэхүүний тээвэрлэлт чанарын доголдолгүй, хүргэлт түргэн байх нь хэрэгтэй. Агаарын тээвэр ашиглан тээвэрлэх нь бүтээгдэхүүнийг түргэн, найдвартай хүргэхэд дөхөм боловч өртгийг нэмэгдүүлнэ. Харин газраар буюу төмөр зам, усан тээврийг ашиглах нь зардлыг хэмнэх боловч цаг хугацаа их шаарддаг, мөн хүйтэн хэлхээний тээвэрлэлт шаардлагатай болох юм.

Тосыг их хэмжээгээр буюу боловсруулах үйлдвэрт зориулан гаргах бол бүтээгдэхүүний чанарыг алдагдуулалгүйгээр тээвэрлэхэд тохиромжтой байдлаар сав баглаа, боодлыг шийдэх хэрэгтэй байна. Органик бүтээгдэхүүний тээвэрлэлт чанарын доголдолгүй, хүргэлт түргэн байх нь чухал. Агаарын тээвэр ашиглан тээвэрлэх нь бүтээгдэхүүнийг түргэн, найдвартай хүргэхэд дөхөм боловч өртгийг нэмэгдүүлж байна.

Гурав. Бүтээгдэхүүн нийлүүлэх худалдааны сувгийн хувьд эдийн засгийн үр өгөөжтэй байх шийдэл

Борлуулалтын сувгийн тухайд, цахимаар борлуулах нь хамгийн хямд, хялбар арга боловч тус улсын голлох супермаркет, сүлжээ дэлгүүрүүдээр борлуулалтыг хийх хэрэгтэй. Цахимаар санал болгосон бүтээгдэхүүнийг танилцуулгыг нь л харж сонгодог байхад, сүлжээ дэлгүүр нь өөрийн нүдээр харж, гараар тэмтэрсэн бараагаа авдаг. Дараа нь цахимаар уг бараагаа хүргэлттэй авдаг онцлог шинжийг харгалзан үзэх хэрэгтэй.

Хүнсний болон хөдөө аж ахуйн гаралтай бүтээгдэхүүнийг шууд цахим сүлжээгээр борлуулахад заавал урьдчилан бүртгүүлсэн байх шаардлагатай болно.

Хүснэгт 204. Тайваньд экспортлох бүтээгдэхүүний худалдааны суваг, зохицуулалтын арга хэмжээ

Худалдааны сувгууд	Одоогийн байгаа нөхцөл	Санал
Онлайн суваг	Хамгийн хялбар, хямд өртөгтэй бөгөөд хурдацтай хөгжиж буй суваг	Тосыг цахимаар борлуулах нь илүү үр дүнтэй. Тосны хувьд бидний зорилтот хэрэглэгчид бол эрүүл мэнд, гоо сайхны бүтээгдэхүүн боловсруулах үйлдвэрүүд юм. Тус үйлдвэрүүдтэй шууд холбогдож болох боловч цахим сувгийг ашиглан бүтээгдэхүүнээ сурталчилах нь зүйтэй.
Сүлжээ жижиг дэлгүүр супермаркет, хайпермаркет	Эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний хувьд тус сувгийг ашиглан барааг тараан байршуулах нь үр дүнтэй	Хүнсний сүлжээ дэлгүүр, супермаркет, органик барааны дээгүүр, төрөлжсөн дэлгүүрээр борлуулах нь ач холбогдолтой байна гэж үзэж байна.

Онлайнаар бүртгүүлэн худалдаа эрхлэхэд Тайваний Олон улсын Худалдааны Байгууллагын бизнес хооронд бүтээгдэхүүн борлуулах боломжийг олгодог www.trade.tw сайтад бүртгүүлэхээс эхэлж болно. Хайпермаркет, супермаркет болон бусад сүлжээ дэлгүүртэй хамтран ажиллаж болох бөгөөд үүний тулд дотоодын импортлогч, төлөөлөгч эсхүл дистрибьютертэй хамтарч ажиллах нь илүү үр дүнтэй

Дөрөв. Монголын чацаргана тариалагч, жимс боловсруулагч, экспортлогч компаниуд, дэмжих байгууллагуудын зүгээс хамтран шийдэх ажил, хэрэгжүүлэх үйл ажиллагаа, хяналт-шинжилгээ хийх арга механизм

Хүснэгт 205. Тайвань: Оролцогч талуудын хамтын ажиллагааны санал

Хамтран шийдэл асуудал	Тариалагчдын гүйцэтгэх ажил	Боловсруулагчдын гүйцэтгэх ажил	Экспортлогч компаниудын гүйцэтгэх ажил	Дэмжих байгууллагуудын зүгээс гүйцэтгэх ажил
5. Бүтээгдэхүүнийг чанарын стандарт, гэрчилгээжилт /ISO, HACCP, MAFRA Organic, гэх мэт/-д хамруулах, 6. Туршилт шинжилгээний лабораториудыг чанаржуулах, сайжруулах, гэрчилгээжүүлэх, 7. Сав баглаа боодлоо стандартад нийцүүлэх	Чацарганы сорт, тариалалтыг техник шаардлага, стандартын дагуу нийцүүлэх	Үйлдвэр болон үйлдвэрлэлийн процессуудыг чанаржуулах, стандарт, техникийн шаардлага хангахуйц хэмжээнд хүргэх, Сав баглаа боодлыг эрүүл ахуй, органик бүтээгдэхүүний стандартад нийцүүлэх, сав багдаа боодлын болон туслах материалын нийлүүлэгчдийн стандартыг хангаж ажиллах, найдвартай байдалд анхаарах	Тайваний стандартыг нарийн судлан, бүтээгдэхүүнээ стандартад нийцүүлэх	1. Үйлдвэрүүд болон чанар баталгаажуулалтын байгууллага, туршилтын лабораториудын найдвартай байдал, Тайваний болоод олон улсын стандарт шаардлагад хүргэх, урт хугацаанд шаардлага хангаж ажиллах талаар анхаарах. 2. Монгол чацарганы чанарын ялгаа, давуу талыг

8. Сав баглаа боодлын таглааг стандартад нийцүүлэх				шинжлэх ухааны үндэслэлтэйгээр судлах, судалгаа ажлуудыг зохион байгуулах.
Зах зээлд нэвтрэх, бүтээгдэхүүн байршуулах	<ul style="list-style-type: none"> Сорт ямар ч тохиолдолд холихгүй байх Жимсний бутын гарал үүслийн гэрчилгээг чанаржуулах 	<ul style="list-style-type: none"> Цахимаар бүтээгдэхүүнээ сурталчилан борлуулж эхлэх Сүлжээ дэлгүүрүүдээр бүтээгдэхүүнээ байршуулах 	Импортлогчтой хамтран зар сурталчилгаа, борлуулалтыг суваг төрөлжүүлэлт /сүлжээ дэлгүүрүүдээр борлуулах/ зэрэг ажлыг гүйцэтгэх	Мэргэжлийн холбоодтой холбоо тогтоох, мэдээлэл, зөвлөгөөгөөр хангах, хамтрагч импортлогч олоход нь дэмжлэг үзүүлэх
Хоёр улсын хооронд чөлөөт худалдааны гэрээ байгуулахад тарифын болон тарифын бус зохицуулалтын талаар уян хатан нөхцөл бүрдүүлэх		<ul style="list-style-type: none"> Будагч бодис хэрэглэхгүй Амт зөөллөх зөгийн балын талаар үнэн зөв мэдээллийн сан бий болгох 		Тарифын хувь хэмжээг бууруулах Чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүнд худалдааны таатай нөхцлийг бүрдүүлэхэд анхаарах

Монгол чацарганы бүтээгдэхүүнийг Тайваний зах зээлд нэвтрүүлэхэд өртгийн сүлжээнд оролцогч талууд бүгд хамтарч ажиллах нь чухал байна. Учир нь зөвхөн үйлдвэрлэгч болон экспортлогчдод найдах нь урт хугацаанд манай чацарганы бүтээгдэхүүнийг нийлүүлэх боломж, замыг хаах өндөр эрсдэлтэй. Хэрэв чанарын доголдол илэрвэл зөвхөн тухайн экспортлогчийг хориглоод зогсохгүй, улсын хэмжээнд импортлохыг хориглох хүртэл арга хэмжээ авах аюултай. Иймд манай тариалагчид, нийлүүлэгчид, боловсруулагчид, экспортлогчид, холбогдох хяналтын болон дэмжих чиг бүхий оролцогчидтой нягт хамтран ажиллах нь чухал байна.

Тав. Худалдаанд тулгарах саад хориг, бэрхшээл, шийдвэрлэх арга зам, хувилбар

Тайвань, Монгол улсуудын хооронд хийгдэх худалдааны саад бэрхшээл нь тарифын болон тарифын бус гэсэн хоёр хэлбэрээр илрэхээр байна.

Хүснэгт 206. Тайваньтай хийх худалдаанд тулгарах саад хориг, бэрхшээл, шийдвэрлэх арга зам

Худалдааны саад хориг, бэрхшээл	Шийдвэрлэх арга зам	
	Хувилбар 1	Хувилбар 2
Тарифын бус саад тотгор, Импортын зөвшөөрөл, лиценз	Өнөөгийн нөхцөлд экспортлогч буюу манай боловсруулах үйлдвэрүүд Тайваний ХАА-н гаралтай бүтээгдэхүүн, хүнсний бүтээгдэхүүн, импортын хүнсний бүтээгдэхүүний аюулгүй байдлын холбогдох хууль, дүрэм журмыг баримтлан ажиллах	Хоёр улсын Засгийн газар хооронд чөлөөт худалдааны хэлэлцээр байгуулах буюу түүндээ ХАА-н болон хүнсний, тэр дундаа чацарганы бүтээгдэхүүний Тайваньд экспортлоход тарифын бус зохицуулалтыг сулруулах, таатай нөхцөл бүрдүүлэхэд анхаарах
Тарифын саад тотгор	Бүтээгдэхүүнийг экспортлохдоо HS кодыг зөв ашиглах нь Тайваний импортын татварын хувь хэмжээг урьдчилан тооцоолох, бууруулах бололцоог бүрдүүлэх	Худалдааны хэлэлцээр байгуулахад чацарганы холбогдолтой бүтээгдэхүүний HS кодыг хэлэлцээрт тодорхой зааж оруулах, түүнд ногдуулах импортын татварын хувь хэмжээг багаар тогтоох

Хүнс, эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүн, гоо сайхны бүтээгдэхүүн нь заавал урьдчилан шинжилгээнд хамрагдаж бүртгэгдсэн байх шаардлагатай. Ийнхүү бүтээгдэхүүнийг бүртгүүлэхэд болон худалдаа эрхлэлтийн зөвшөөрөл, барааг нэвтрүүлэх зөвшөөрөл, барааны холбогдох

бүртгэл, гэрчилгээжүүлэлт зэрэгт дотоодын импортлогчтой хамтран ажиллах зайлшгүй шаардлагатай.

Эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэгч нь Импортын хүнсний аюулгүй байдлын тусгай хуулийн дагуу бараагаа гаальд мэдүүлэхээс өмнө буюу хилийн боомт дээр ирэхээс өмнө 7-10 хоногийн өмнө албан ёсоор цахимаар **Хүнсний аюулгүй байдлын албанд** бүртгүүлсэн байх (Гарын тосны хувьд мөн хамаарна). Зах зээлд шинээр нэвтэрч буй хүнс, эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт, гоо сайхны бүтээгдэхүүнд зөвшөөрөл, лиценз авахад заавал Тайваний итгэмжлэгдсэн лабораторид бүтээгдэхүүний дээжийг шинжлүүлсэн байх шаардлагатай.

Хүснэгт 207. Тайваний магадлан итгэмжлэгдсэн лабораториуд

No.	Нэр	Вебсайт	Шинжилгээ, туршилт	Хаяг
1	Тайваний үр сайжруулах, чанаржуулах станц (TSIPS)	Холбоо барих хүн: Shih-Min Su, Тайваний үр сайжруулах, чанаржуулах станц, Утас: 04-25810926 E-mail address: armin@tss.gov.tw	Хүнс, эрүүл мэндийн зориулттай хүнс, хүнсний нэмэлт, чанарын сорилго	Тайваний үр сайжруулах, чанаржуулах станц No.6, Xingzhong St., Xinshe Dist., Taichung City
2	Эрүүл мэндийн газрын хүнсний эрүүл ахуйн товчоо	Утас: (886-2) 8590-6666 ext 6820 Fax: (886-2) 2523-9057 Mr. Chou Shih-Hwei, Specialist (fschou@doh.gov.tw)	1) Хүнсний бүтээгдэхүүний боловсруулалтанд оруулж буй хүнсний бүтээгдэхүүний боловсруулалт. (2) Хүнс импортолж буй ресторан, түргэн хоолны газар, нарийн боов. (3) Импортлогч хүнсээ боловсруулж, дахин савлах буюу савлах зориулалтаар импортоор оруулж байгаа импортлогч, өөрөөр хэлбэл хэрэглэгчдэд шууд борлуулахгүй бүтээгдэхүүн.	36 Tacheng Street Taipei, Taiwan 10341

ДҮГНЭЛТ

Тайваний Хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах хууль, Импортын хүнсний аюулгүй байдлын тухай хуулийн хүрээнд хяналт өндөр бөгөөд таагүй асуудал илэрсэн тохиолдолд бусад Монгол экспортлогчийн бүтээгдэхүүнийг нэвтрүүлэх, худалдаалах явдалд хориг тавих 100 хувийн магадлалтай буюу нэг үйлдвэрлэгчийн алдаатай үйлдэл нь бусад үйлдвэрлэгчдэд шууд саад хориг болно гэсэн үг юм.

Тайваньчууд гагцхүү органик чанарт л илүү ач холбогдол өгч буй тул энэ чанарыг хадгалсан бүтээгдэхүүн экспортлох чухал юм. Тайваньд үйлдвэрлэсэн ижил төрлийн бүтээгдэхүүнээс арай хямд үнээр худалдаалахад борлуулалт сайн байх талтай. Гэхдээ хүмүүсийн амьжиргааны түвшин өндөр тул өндөр үнэтэй байсан ч сайн чанарын бас органик бүтээгдэхүүн болохыг баталсан амт, үнэрийг хадгалсан бүтээгдэхүүнд өндөр үнэ төлөхөд бэлэн байдаг. Энэ сегментийн хэрэглэгчид нь 35-аас дээш насны худалдан авагчид болно.

Монгол улсад ургасан чацаргана нь ОХУ болон БНХАУ-д ургасан чацарганаас юугаараа давуу болон онцлог гэдгийг шинжлэх ухааны үндэслэлтэйгээр нотлон сурталчилах нь ач холбогдолтой байх болно.

Гарын тос болон эрүүл мэндийн нэмэлт бүтээгдэхүүний хэрэглээ тасралтгүйгээр өсч байгаа бөгөөд цаашид ч эрэлт өндөр хэвээр байх төлөвтэй байна.

Борлуулалтын сувгийн тухайд, цахимаар борлуулах нь хамгийн хямд, хялбар арга хэдий ч тус улсын голлох супермаркет, сүлжээ дэлгүүрүүдээр борлуулалтын сувгийг төрөлжүүлэх нь чухал байна.

НЭГДСЭН ЗӨВЛӨМЖ

Япон, БНСУ, Тайвань улсууд нь Гадаад худалдааны тусгай хуультай бөгөөд уг хуулийн хүрээнд импорт болон экспортын тарифын талаарх зохицуулалт, стандарт, демпингийн эсрэг, сэфгардийн арга хэмжээ буюу тоо, хэмжээний хязгаарлалт болон импортын тарифыг нэмэгдүүлэх, гадаад худалдааны сурталчилгаа, хөгжүүлэлт, эрсдэлд зориулсан санхүүжилт, импорт, экспортын зээл, экспортын зээлийн даатгал, татварыг буцаан олгох, гадаадын зах зээлд шударга оролцох, гадаад харилцааны эв найрамдал, аюулгүй байдлыг сахих, худалдааны тэнцвэртэй байдлыг хангах, өөрийн улсын эдийн засгийн хөгжилд зохих хувь нэмэр оруулах, худалдааны сөрөг үр дагавраас хамгаалах, шалгалт, судалгаа явуулах харилцааг зохицуулж байгаа нийтлэг шинжтэй байна. Япон, БНСУ, Тайвань улсууд нь Гадаад худалдааны хуулийн хүрээнд бодлого боловсруулж хэрэгжүүлэх чиг үүрэг бүхий төрийн яамд, агентлагуудын зохицуулалтаар гадаад худалдааг эрхэлдэг. Мөн гадаад улс орнуудад өөрийн худалдааны төлөөлөгчийн газраа ажиллуулдаг байна.

Монгол Улсаас чацарганы бүтээгдэхүүнийг Япон, БНСУ, Тайвань улсад экспортлохтой холбогдуулан дараах зөвлөмжүүдийг бодлого боловсруулагчид, мэргэжлийн холбоод, боловсруулах үйлдвэрийнхэнд зориулан хүргүүлж байна.

БОДЛОГО БОЛОВСРУУЛАГЧ НАРТ:

- Монгол улсын хувьд гадаад худалдааны чиглэлд нэгдсэн тогтвортой бодлого, зохицуулалт байхгүй гэж хэлж болохоор байгаа өнөөгийн нөхцөлд хууль, эрх зүйн орчныг бүрдүүлэлгүйгээр гадаадын зах зээлд гарч, гадаад худалдаа хийх, тухайн харилцаанд оролцоход хүндрэлтэй. Иймд экспортыг дэмжсэн хууль эрх зүйн орчныг бүрдүүлэх, бие даасан гадаад худалдааны хуультай болох нь зүйтэй юм. Уг хуулиар олон улсад өргөн хэрэглэдэг гадаад худалдааны арга хэрэгсэл, арга хэмжээг тусгайлан хуульчлан тусгаж өгөх
- Монгол улсын гадаад эдийн засгийн харилцааг бүхэлд нь зангидсан төрийн захиргааны байгууллага байгуулж салангид тусдаа байгаа бодлогуудыг нэгтгэх чухал байна. Тухайлбал, өнөөгийн байдлаар үр тариа, гурилын лиценз олгох, чацарганы экспортын талаар баримтлах бодлого гэх мэт асуудлуудыг ХХААХҮЯ хариуцаж, өөр бусад асуудлуудыг өөр өөр яамд хариуцаж байх жишээтэй байна. Иймд гадаад худалдааны бодлого, зохицуулалтыг хийх чиг үүрэг бүхий төрийн байгууллага, нэгжийг байгуулж ажиллуулах нь экспортыг дэмжих гол хөшүүрэг болно. Уг төрийн байгууллага, нэгжийн чиг үүргийн хүрээнд дотоодын боловсруулах үйлдвэрүүдийг гадаадын үйлдвэр, борлуулагч, компани, цахим сүлжээтэй холбох ажлыг багтаах, гадаад зах зээлийн мэдээллээр хангах, дэд бүтцийн судалгаа шинжилгээг хийх
- Өндөр хөгжилтэй орон бүхэн “төрийн хар хайрцаг”-ны бодлого баримталж өөрийн улсын үндэсний болон хүнсний аюулгүй байдлаа хангах, тодорхой төрлийн бүтээгдэхүүний хувьд гадаад улсаас хараат бус байх бодлого баримталж ил ба далд судалгаа, шинжилгээ хийдэг нь тодорхой байна. Иймд Монгол улсаас бүтээгдэхүүн экспортлохоор зорьж буй улс орнуудад “Монголын худалдааны төлөөлөгч” ажиллуулах, тэдний “Дипломат албаны тухай” хуулийн 8.1.7 заалтын хэрэгжилтийн байдалд хяналт тавих, ажлын байрны тодорхойлолтонд тухайн улсын зах зээлийн, хэрэглэгчийн зан төлөвийн, борлуулалтын суваг, боловсруулах үйлдвэрийн гэх мэт нарийвчилсан мэдээллийг цуглуулах заалтуудыг нарийвчлан оруулах
- Тарифын болон тарифын бус хязгаарлалтыг ТХЕХ-ын болон ДХБ-ын гишүүн улс олон улсын худалдааны гэрээ, хэлэлцээрийн дагуу авч хэрэгжүүлэх. Далайд гарцгүй, хөгжиж буй орны хувиар ДХБ-ын хэлэлцээрүүд, худалдааг хөнгөвчлөх хэлэлцээрийн хүрээнд эдэлж болох хөнгөлөлтүүдийг эдлэх
- Япон улс гаалийн тарифаа буулгаж, БНСУ, Тайвань улсууд Монгол улстай чөлөөт худалдааны хэлэлцээр хийгдэхээр судалгааны ажил хийгдэж байгаа хэдий ч БНСУ өндөр гаалийн тарифаар зах зээлээ хамгаалсан, харин Япон, Тайвань улсууд тарифын бус механизм буюу стандарт, техникийн нөхцлөөр зах зээлээ хамгаалах хандлагатай байна. Иймд төрөөс экспортын баримжаатай чацарганы бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэлийг дэмжихийн тулд дараах арга хэмжээг авч хэрэгжүүлэхийг санал болгож байна. Үүнд:
 - Экспортын өсөлтийг татварын хөнгөлөлтөөр урамшуулах,

- Экспортын үйлдвэрлэлд ашигласан импортын тоног төхөөрөмж, түүхий эдийн гаалийн татварыг эргүүлэн олгох,
- Арилжааны банкны зээлийн хүүг бууруулах, хугацааг уртасгах
- Боловсруулах үйлдвэрлэлийн өөрийн өртөг, зардлыг бууруулахад чиглэсэн арга хэмжээг авч хэрэгжүүлэх
- Боловсруулах үйлдвэрүүдэд бараагаа экспортод ачуулсан дарууд төлбөрийг авах (factoring) боломжтой тогтолцоог бий болгох
- Экспортын зээлийн даатгалын тогтолцоог бий болгох.
- “Органик” бүтээгдэхүүнээр хүлээн зөвшөөрөгдсөн экспортын барааг орлогын татвараас эхний 5 жилд чөлөөлж цаашдаа ч тодорхой хувиар хөнгөлөх тогтолцоог бий болгох
- Үндэсний эрдэмтдээр Монголын чацарганы чанарын ялгаа, давуу талыг шинжлэх ухааны үндэслэлтэйгээр судлах, судалгаа ажлуудыг дэмжих
- Тайвань, БНСУ-тай чөлөөт худалдааны гэрээ байгуулах тохиолдолд тус гэрээнд чацарганы ангилал мөн тарифын болон тарифын бус зохицуулалтын талаар уян хатан нөхцөл бүрдүүлэх, HS кодын ангилал тус бүрээр нарийвчилж татварын хувь хэмжээг бага хувь хэмжээгээр тогтоох
- Экспортлох бүтээгдэхүүнд зориулсан хүйтэн хэлхээний сүлжээ бүрдүүлэх, хөргүүр зоорийг нисэх онгоцны буудал, төмөр замын өртөөнд барьж байгуулахаас илүүтэйгээр төмөр зам, агаарын тээврийн монопольт байдлыг хязгаарлах, өрсөлдөөний бий болгох замаар тээврийн хөлсийг бууруулах
- Хил, гаалийн байгууллагуудын үйл ажиллагааг хяналт шалгалтын чиг үүргээс гадна “үйлчлэх” чиг үүргийг нь сайжруулах. Тухайлбал, гаалийн байгууллагын экспортын бүтээгдэхүүнийг удаан шалгах, бичиг баримт баталгаажуулах процесст хэт урт хугацаа зарцуулдгаас шалтгаалан гадаад худалдааны гэрээний хугацааг хоцроохгүй байх зохицуулалтыг хийх
- Чанар стандартыг нэмүү өртгийн бүх сүлжээнд баримтлуулах нь олон улсын зах зээлд үндэсний үйлдвэрлэгчдийн бараа бүтээгдэхүүний өрсөлдөх чадварыг дээшлүүлэхэд чухал ач холбогдолтой. Олон улсын болон гадаад орнуудын стандарт, техникийн үзүүлэлтүүдийг нутагшуулах, үйлдвэрлэлд дагаж мөрдөх, гэрчилгээжүүлэх, улмаар хүлээн зөвшөөрүүлэх ажил практик шаардлагаас хоцорч байна. Иймд олон улсад хүлээн зөвшөөрөгдсөн бие даасан статустай хөндлөнгийн гэрчилгээжүүлэгч байгууллагатай холбоо тогтоож дотоодын лаборатори болон гэрчилгээжилт хийгдэх процессыг сайжруулах. Мөн дотоодын гэрчилгээжүүлэлт олгогч байгууллагууд болон туршилт сорилтын лабораториуд чанарын шаардлагыг хангаж ажиллах.

МЭРГЭЖЛИЙН ХОЛБООДОД болон төрийн бус байгууллагууд :

Монгол улсын чацарганы бүтээгдэхүүнийг Япон, БНСУ, Тайвань улсын зах зээлд нэвтрүүлэхэд өртгийн сүлжээнд оролцогч талууд бүгд хамтарч ажиллах нь чухал юм. Учир нэг экспортлогчийн бүтээгдэхүүнээс чанарын доголдол илэрвэл “Монгол улсын чацарганы бүтээгдэхүүнийг чанар муутай хэмээн үзэх” хандлагатай байна. Иймд мэргэжлийн холбоодод дараах саналыг хүргүүлж байна.

- Гадаад улс орнуудын мэргэжлийн холбоод, нийгэмлэгүүдтэй холбоо тогтоох. Тухайлбал, БНСУ-ын Олон улсын Худалдааны Байгууллагын /KITA/, Тайваний Олон улсын Худалдааны Байгууллага, Японы JETRO байгууллагууд
- БНСУ, Тайвань улсуудын хийгдэхээр зэхэж буй чөлөөт худалдааны хэлэлцээрт чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүний HS код, таатай тарифын бус зохицуулалт, хамгийн доод татвар, тарифын хэмжээний заалтыг багтаах талаар бодлого боловсруулагчдад санал оруулахад дуу хоолойгоо нэгтгэх
- Гадаад улс орнуудын гадаад худалдааны хууль эрх зүйн заалт, журмуудыг орчуулж боловсруулах үйлдвэрийнхний хүртээл болгох
- Экспортын баримт бичгүүдийн загвар, хэрэглэх аргачлал, зах зээлийн мэдээлэл зэргийг агуулсан “Гарын авлага”-ыг жил бүр нийтийн хүртээл болгох
- Боловсруулах үйлдвэр тус бүрдээ чанарын лаборари байгуулахаас илүүтэйгээр Олон улсад хүлээн зөвшөөрөгдсөн бие даасан статустай хөндлөнгийн гэрчилгээжүүлэгч байгууллагатай холбоо тогтоож Монгол улсад үйлдвэрлэсэн бүх чацарганы бүтээгдэхүүний чанарыг хянах тогтолцоог бүрдүүлэх

ЧАЦАРГАНЫ БОЛОВСРУУЛАХ ҮЙЛДВЭРИЙНХЭНД:

Япон, БНСУ, Тайвань улсын зах зээлд чацарганы ямар ч бүтээгдэхүүний эрэлт өндөр, зах зээлийн багтаамж сайтай тул хэт үйлдвэрлэх болохоос эмээх зүйлгүй байна. Гэхдээ тухайн улсуудын зах зээлд хамгийн эрэлт өндөртэй бүтээгдэхүүнүүд нь чацарганы жимсний нунтаг, навчны пакеттай цай, үрийн тос, гарын тос, эрүүл мэндийн бэлдмэл байна. *Монгол улсаас Япон, БНСУ, Тайвань улсуудад экспортлох боломжтой чацарганы бүтээгдэхүүний нэр төрөл, тоо хэмжээ, орлогыг бүлэг 3.8, 4.8, 5.8-д дэлгэрэнгүй харуулав*

Монгол улсын боловсруулах үйлдвэрийнхэнд Япон, БНСУ, Тайвань улсын зах зээлд нэвтрэх, бүтээгдэхүүнээ экспортлоход зориулан дараах зөвлөмжийг хүргүүлж байна. Үүнд:

- Чацарганы бүтээгдэхүүнийг Япон, БНСУ, Тайвань улсад экспортлоход үйлдвэрлэлийн тасралтгүй үйл ажиллагаа явуулж, тасралтгүйгээр чанарын нэг ижил түвшин, үзүүлэлт бүхий бүтээгдэхүүнийг экспортлох
- Боловсруулах үйлдвэрүүд чанарын удирдлагын тогтолцооны ISO 9001, ISO 22000, HACCP болон бусад органик бүтээгдэхүүний гэрчилгээжүүлэлтэнд хамрагдах.
- Япон, БНСУ, Тайвань улсын аль алинд нь цахим борлуулалт хамгийн өндөр борлуулалттай төдийгүй зардал бага байх боломжтой байна. Гэхдээ цахим сайтад шууд бүтээгдэхүүнээ байршуулж борлуулахаас илүүтэй сүлжээ дэлгүүрүүдэд бүтээгдэхүүнээ байршуулах, тэдний цахим сайтаар дамжуулан бүтээгдэхүүнээ сурталчлах нь зүйтэй. Учир нь цахим сайтад байршуулсан бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн сэтгэл ханамжид түргэн, найдвартай хүргэх үйлчилгээний чанар чухал нөлөөтэй байна. Монгол улсад аль хэдийнээ нэвтэрч орж ирсэн Emart, CU гэх мэт сүлжээ дэлгүүрүүдтэй холбоо тогтоох нь эхний ээлжинд илүү хялбар арга зам байж болох юм. Иймд эдгээр сүлжээ дэлгүүрүүд, тэдний дистрибьютерүүдтэй холбоо тогтоох хэрэгтэй.
- Чацарганы бүтээгдэхүүнийг Япон, БНСУ, Тайвань улсуудад экспортлоход өрсөлдөх бүтээгдэхүүн нь ОХУ, БНХАУ-дад үйлдвэрлэсэн ижил төрлийн бүтээгдэхүүнүүд байна. Эдгээр улсуудад үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн нь нийт зах зээлийн масс-д чиглэсэн харьцангуй хямд үнэтэй байгаа тул манай боловсруулах үйлдвэрүүд үнээр өрсөлдөж чадахааргүй байна. Иймд бүтээгдэхүүнээ хөгжүүлэх, бренд бүтээх, органик шинж чанарыг баталснаар зах зээлд нэвтрэх боломжтой анхаарах
- Япон, БНСУ, Тайвань улсуудад Монголоос экспортлоход эрэлт өндөр гэж тодорхойлж буй чацарганы жимсний нунтаг, навчны пакеттай цай, үрийн тос, гарын тос, эрүүл мэндийн бэлдмэл гэсэн бүтээгдэхүүнүүдтэй өрсөлдөх дотоодынх нь олон жил хэрэглэж дадсан улаан хүн хорхоодой, эхэсийн гаралтай бүтээгдэхүүн, далайн гаралтай гэх мэт бүтээгдэхүүнүүд байна. Эдгээр тухайн орны өөрсдийнх нь үйлдвэрлэж буй бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх нь манай боловсруулах үйлдвэрүүдийн зорилт биш юм. Харин ОХУ, БНХАУ-ын импортын бүтээгдэхүүнтэй өрсөлдөх стратеги баримтлах хэрэгтэй байна.
- Үйлдвэр болон үйлдвэрлэлийн процессуудыг чанаржуулах, стандарт, техникийн шаардлага хангахуйц хэмжээнд хүргэх чухал байгаагаас гадна бүтээгдэхүүний “органик” шинж чанарыг хадгалж байж амжилтанд хүрэхээр байна. Органик бүтээгдэхүүний чанарын баталгаатай байх нь Монгол улсаас экспортлох бүтээгдэхүүний хамгийн гол давуу тал байх юм.
- Чацарганы үрийн тосыг хүйтэн CO₂ аргаар ялган боловсруулах технологийг түгээмэл ашиглаж байгаа бөгөөд манай боловсруулах үйлдвэрүүд уг аргыг хэдийнээ нутагшуулж эхэлсэн нь сайшаалтай. Харин цаашид бүтээгдэхүүний нэгжийн өртгийг бууруулах арга замыг эрэлхийлэх
- Жимсний нунтаг бүтээгдэхүүнийг агаараар шүршин хатаах аргыг хэрэглэх нь гадаадын хэрэглэгч, үйлдвэрүүдийн эрэлт, хэрэгцээнд нийцнэ. Нунтагласан навчыг ашиглан үрлэн хэлбэртэй эрүүл мэндийн хүнсний нэмэлт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж экспортлоход нарийн тоног, төхөөрөмж, арга хэрэгсэл шаардахгүй.
- Япон улсад чацарганы бүтээгдэхүүн экспортлохдоо чөлөөт худалдааны гэрээний заалтад хамаарах бүтээгдэхүүний HS кодонд харгалзах татварын хувь хэмжээ ялгаатай байгааг анхаарч бага татвар төлөх кодыг ашиглаж экспорт хийх
- Сав баглаа боодлын хувьд бүтээгдэхүүний шинж чанараас хамаарах бөгөөд эрүүл мэндийн бүтээгдэхүүний хувьд шилэн савлагаа, навчны нунтагийн хувьд уутат ба шилэн,

гарын тосны хувьд нарны гэрэл нэвтэрдэггүй материал \хуванцар\ гэх мэт шийдлүүдийг авч ашиглах.

- Бүтээгдэхүүний шошго дээр байвал зохих улс орон бүрийн шаарддаг хэрэглэх заавар, орц зэрэг мэдээллүүдийг шаардсан хэл дээр нь тэмдэглэсэн байвал зохино. Үүнээс гадна “бүтээгдэхүүнийг хэрэглэсний дараах калори ямар байх” талаар бичиж анхааруулах
- Дотоодод үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүний чанар, эрүүл ахуй, брендийн асуудал чухал хэдий ч жижиг механик хүндрэлүүд нь гадаадын хэрэглэгчдийн сэтгэл ханамжийг бууруулж байгааг анхаарах. Тухайлбал, чацарганы шүүс, ундааны таг нь хий эргэж онгойхгүй байх гэх мэт.
- Гадаадын хэрэглэгчдийн судалгаанаас “чацарганы гашуун амт нь таалагдаагүй” гэсэн үр дүн гарсан боловч дунд насны хүмүүст энэ нь “органик” гэдгийн нэг баталгаа болж буйг анхаарах

Эрдэм шинжилгээний бүтээл, ном товхимол:

- Adrianna Rafalska, Katarzyna Abramowicz (2017), Magdalena Krauzesea Buckthorn (Hippophae Rhamnoides L.) as a Plant for Universal Application.
- Aleks Petri Ahola (2016) Improving Finnish Agricultural Exports to South Korea, Hame University of Applied Sciences.
- Asean-Korea Centre, (2019) Import Procedures by Food Group Part 3.
- Abundance of active ingredients in sea-buckthorn oil <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/28526097>
- Agricultural Socio-Economics Journal, 17(3), 134-139. The Export Performance of Indonesian Dried Cassava in the World Market. Hutabarat, Nico Adi Putra, Suhartini, Huang, Wen-Chi, and Chang, Wen-I., 2017
- Angel, P. The Utilization of the Sea Buckthorn in Romania, Past, Present and Future. In International Seabuckthorn Association Conference, Academician of Chinese Academy of Engineering, Honorary President of the 2nd International Seabuckthorn Association Conference. Qian Zhengying., 2004
- Brian Salsberg, Martine Jae-Eun Shin, (2010) South Korea: Living it up in luxury, McKinsey&Company, www.mckinsey.com.
- Chi Heung Cho, Holim Jang, Migi Lee, Hee Kang, Ho Jin Heo, and Dae-Ok Kim (2017) Sea Buckthorn (Hippophae Rhamnoides L.) Leaf Extracts Protect Neuronal Pc-12 Cells from Oxidative Stress
- Chen C., Liu B., Yu Y. Studies on the pigment of sea buckthorn. Hippophae., 1995
- Chen C., T.G., Ni M.K., Li R., Ji F., Chen T. Investigation of the biological properties of Central Asian sea buckthorn growing in the province of Kansu, China. Chem. Nat. Compd., 1991
- Ching-Hsiang Hsieh Hsiang-Yi Huang. Genetic Research on Fruit Color Traits of the Bitter Gourd (Momordica charantia L.). The Horticulture Journal., 2017
- David B. McKenzie, (2007) Proceedings of the 3rd International Seabuckthorn Association Conference.
- Gansukh Enkhtaivan, K.M. Maria John, Muthuraman Pandurangan, Ji Hoon Hur, Alain Simplicite Leutou, Doo Hwan Kim (2016) Extreme Effects of Seabuckthorn Extracts on Influenza Viruses and Human Cancer Cells and Correlation Between Flavonol Glycosides And Biological Activities of Extracts.
- «Economist» journal of London /9 Jan 2019/.
- Foods Labelling Standards, (2016) Ministry of Food and Drug Safety.
- Fan J., Ding X., Gu W. Radical-scavenging proanthocyanidins from sea buckthorn seed. Food Chem., 2006
- International Trade Administration, (2017) 2016 Top Markets Report Pharmaceuticals Country Case Study.
- Korea Pharmaceutical Traders Association (2019).
- Kallio H., Yang W., Liu P., Yang B. Proanthocyanidins in wild sea buckthorn (Hippophae rhamnoides) berries analyzed by reversed-phase, normal-phase, and hydrophilic interaction liquid chromatography with uv and ms detection. J. Agric. Food Chem., 2014
- Michael Daly And Sergios Stamnas, (2000), Tariff and Non-Tariff Barriers to Trade in Korea, World Trade Organization.
- Ministry of Food and Drug Safety (2015) Standards and Specifications for Food Utensils, Containers and Packages.
- Sangyong Oh, Lynne Larrabee (2018), Retail Foods, Seoul ATO, Korea – Republic of.
- Seung Ah Chung / Peter J. Olson (2019), Food And Agricultural Import Regulations And Standards Report, Fairs Annual Country Report, Korea - Republic of.
- Sonya (Seong Hye) Cho, (2018) Nielsen Korea Launches Online/Offline Integrated Index for Health Functional Food, www.nielsen.com.
- Statista Research Department, (2018) Share of distribution channels in the retail market in South Korea in the first half of 2017, www.statista.com.

- Swiss Agency for Development and Cooperation SDC, (2013) Sea Buckthorn Value Chain Assessment Baruun Bus Western Region Economic Development Project.
- The Food Industry of Korea (2012), Fi Korea Secretariat.
- The Ministry of Food and Drug Safety (2019) Excellence in the Korean Pharmaceutical Industry.
- Li T.S.C., Schroeder W.R. A Grower's Guide to Sea Buckthorn. Pacific Agri-Food Research Centre, Agriculture and Agri-Food Canada, Research Branch, Summerland, BC., 1999
- Liu D., Zhang H, Zhang S., Kou X., Liu R., and Wang S. A food additive — Sea buckthorn yellow. Proc. Int. Symp. On Sea buckthorn. (H. rhamnoides L.), 1989
- Liu J., Liu Z. Research of Processing Technology for Seabuckthorn Concentrated Juice. Proceeding of International Symposium on Seabuckthorn (L.), 1989
- Liu J., Liu Z. Research of processing technology for sea buckthorn concentrated juice. Proc. Int. Symp. On Sea Buckthorn. Xian., 1989
- Lu R., Seabuckthorn: A Multipurpose Plant for Mountain People. Asian Case Study, Chinese Academy of Sciences., 2003
- The beneficial health aspects of sea buckthorn (*Elaeagnus rhamnoides* (L.) A.Nelson) oil <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/29166576>
- Xuan-Feng Yuea., Xiao Shanga., Zhi-Juan Zhanga., Yan-Ni Zhangb. Phytochemical composition and antibacterial activity of the essential oils from different parts of sea buckthorn (*Hippophae rhamnoides* L.). Journal of Food and Drug Analysis., 2016
- Yang B., Karlsson R.M., Oksman P.H., Kallio H.P. Phytosterols in sea buckthorn (*Hippophae rhamnoides* L.) berries: Identification and effects of different origins and harvesting times. Journal of Agricultural and Food., 2001
- Yen-Hung Yeh, You-Liang Hsieh, Ya-Ting Lee, You-Cheng Shen. Dietary seabuckthorn (*Hippophae rhamnoides* L.) reduces toxicity of oxidized cholesterol in rats. Clinical Nutrition ESPEN., 2012
- Yong Wang., Liang Zhao., Yazhen Huo., Feng Zhou., Wei Wu., Feng Lu., Xue Yang, Xiaoxuan Guo., Peng hen., Qianchun Deng., Baoping Ji. Protective Effect of Proanthocyanidins from Sea Buckthorn (*Hippophae Rhamnoides* L.) Seed against Visible Light-Induced Retinal Degeneration in Vivo. Semyung University, Jecheon; Humedix Co. Ltd.; Central Research Institute, Jecheon., 2010
- Yu Z., Ao F., Lian Y. Discussion on the Problems of Origin, Classification, Community and Resource of Seabuckthorn in China. Proc. International Symposium. Seabuckthorn (H. rhamnoides L.) ., 1989
- United Nations Conference on Trade and Development. (2013). Generalized System of Preferences United Nations Conference on Trade and Development Handbook on the Rules of Origin of the European Union. New York, USA. Geneva, Switzerland.
- United Nations New York, 2018 World Economic Situation and Prospects 2018.
- U.S. & Foreign Commercial Service and U.S. Department of State (2018), Doing Business in Korea: a Country Commercial Guide for U.S. Companies Chapter 3. Selling U.S. Products and Services.
- World Trade Organization. "Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures", the WTO Agreements Series.

Монгол хэл дээр:

- Ганзориг, Г., Энх-Амгалан, Г., Эрдэнэчулуун, Т., Амартүвшин, О., Эрдэнэбаяр, М., Кадирбек, Д., Цэрэндаваа, Ц., Батжаргал, Н., Ядмаа, З., Гантулга, Ц., Баярчимэг, Г., Ганчимэг, Г., Амар, Ө., Баасансүрэн, С., Эрдэнэсүрэн, Я., Түмэндэмбэрэл, Г. (2018) Монгол Улсын Хөдөө Аж Ахуйн Гаралтай Бүтээгдэхүүний Экспорт, Импорт: Үнэ Цэнийн Сүлжээтэй Уялдах нь, Техникийн Баримт Бичгийн Дугаар 1, Байгаль Орчин, Хөдөө Аж Ахуйн Эдийн Засгийн Хүрээлэн, Аж Ахуйн Их Сургууль, ШУТИС-ийн Хэвлэлийн Газар, Улаанбаатар, Монгол Улс.
- Мал Аж Ахуйн Салбарын Бодлого (2018). Хүнс, Хөдөө Аж Ахуй, Хөнгөн Үйлдвэрийн Яам

- Монгол Улс, Засгийн Газрын Хэрэг Эрхлэх Газар. (2016). Улсын Их Хурлын Нэгдсэн Чуулганы Хуралдаанд Хүнсний Хангамж, Аюулгүй Байдлын Асуудлаар Монгол Улсын Ерөнхий Сайд Ж.Эрдэнэбатын Хийх Мэдээлэл.
- Монгол Улсын Үндэсний Статистикийн Хороо. (2018). Хүнсний Аюулгүй Байдлын Статистикийн Үзүүлэлтүүд 2017.
- Монгол Экспорт Хөтөлбөр, (2018). Монгол Улсын Засгийн Газар.
- Надмид Ж., Ноос Ноолуурын Боловсруулах Үйлдвэрлэл Ба Хөгжлийн Хандлага Лекц 8, Хуудас 2.
- Олон Талт Худалдааны Хэлэлцээний Уругвайн Үе Шатны Дүнд Байгуулсан Эрх Зүйн Баримт Бичгүүд, (2000).
- Стандартчилал Хэмжил Зүйн Газар (2016). Тогтвортой Хөгжил Ба Сэтгэл Ханамж.
- Статистикийн Мэдээллийн Нэгдсэн Сан. www.1212.mn.
- “Худалдаа Аж Үйлдвэрийн Танхимын Тухай” (1995). Монгол Улсын Хууль.
- ХХААХҮЯ-ны Мэдээллийн Эх Үүсвэр, 2017.
- Цэвээнжав Л., “Хөдөө Аж Ахуйн Салбарын Танилцуулга” (2017). Монгол Улсын Үндэсний Статистикийн Хороо.
- Энхболд И., (2017) Монгол Улс, БНСУ-ын Худалдааны Харилцаа “Солонгос Судлал” Сэтгүүл, УБ.

Цахим эх үүсвэр:

- www.customs.gov.mn.
- https://eweb.customs.gov.tw/News_Content.aspx?n=087498410ABB99C1&sms=4A786917E9360DBF&s=72D40FBCAE4F34FE&fbclid=IwAR0qDXbVFS9BwwTYdzZ0bt__eRWCd3hL3YUtY6q0pz0_asr0ZljupMzN-OE
- https://cdbtu.edu.np/uploads/Botanica%20Orientalis_Volume%2010.pdf
- <https://etaipei.customs.gov.tw/cp.aspx?n=38E925417DBAF594>
- <https://webfile.customs.gov.tw/001/Upload/12/RelPic/8614/391/69110143871.gif>
- <https://www.go4worldbusiness.com/find?searchText=sea+buckthorn+oil&BuyersOrSuppliers=buyers>
- Taiwan's Directorate-General of Budget, Accounting and Statistics <https://eng.dgbas.gov.tw/mp.asp?mp=2>
- The heritage foundation 2013.2014.2015.2016.2017.2018 index of Economic freedom <https://www.heritage.org/index/>
- WTO – World Trade Organisation ; World Bank <https://www.wto.org/>
- Taiwanese Mongolian relationships <http://ru.knowledgr.com/18357086/>
- Statistics of UN, <https://unstats.un.org/home/>
- Newspaper interview of Taiwanese Commerce delegation in Mongolia “BUSINESS TIMES” https://www.roc-taiwan.org/mn_en/post/4509.html
- Taiwanese cosmetics <https://cosmetology-info.ru/6801/news-Tayvan-uzhestochaet-zakony-dlya-kosmeticheskoy-promyshlennosti/>
- Marketing of Taiwanese cosmetics., 2018 https://www.export.gov.il/files/cosmetics/OverviewoftheTaiwansecosmeticsmarket_2018.pdf
- Statistical committee of Taiwan, 2019 <http://www.stat.org.tw/about-eng.html>
- Population of Taiwan, [https://countrymeters.info/ru/Taiwan_\(Republic_of_China\)](https://countrymeters.info/ru/Taiwan_(Republic_of_China))
- News of Taipei's Commerce Office in UB https://www.roc-taiwan.org/mn_en/
- Export data of Taipei's Commerce Office in UB, https://www.roc-taiwan.org/mn_en/post/4387.html
- Tax summary informations, <http://taxsummaries.pwc.com/ID/tax-summaries-home>
- http://www.vcmongolia.mn/default.aspx?page=69&menu_id=1030&news_id=7202&fbclid=IwAR2-L52A4wCSB2PHUj3iysbkuhcQbaZbgAtwnhg2ULC3YTjeLmdISAaw-GM

Фейсбүүк:

- Lhamour

- Monos Cosmetics
- Monos Food-Монос Хүнс
- Oblerіha Oblerіha
- YіPoung
- Облепиха Облепиховна
- Облепиха Садовая
- Чакра Брэнд (Саkra)






**ТА-8960 MON: Хөдөө Аж Ахуй Нэмүү Өртгийн Сүлжээг Дэмжих төсөл
Хөдөө Аж Ахуй, Хөдөөгийн Хөгжил төсөл**







**“ЧАЦАРГАНЫ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ГАДААД
ЗАХ ЗЭЭЛИЙН СУДАЛГАА”
ТАЙЛАНГИЙН ХАВСРАЛТ**







Хугацаа: 2019-06-27






**Гүйцэтгэгч байгууллага:
БОДЛОГЫН ШИЙДЭЛ ТББ**






БНХАУ-ын үйлдвэрлэж борлуулж буй чацарганы бүтээгдэхүүний танилцуулга



№	Бүтээгдэхүүний зураг	Бүтээгдэхүүний нэр	Бүтээгдэхүүний үнэ	Захиалах доод хэмжээ кг-аар	Хаяг	ISO стандарт	Эх сурвалж
1	 Xi'an Tianrui Biotech Co., Ltd. Sea buckthorn fruit powder	100% Natural High Quality Organic Sea Buckthorn Juice Powder	FOB Price: US \$ 15-19 / kg	Min. Order: 1 kg	Xi'an Tianrui biotech Co., Ltd. Shaanxi, China	ISO 9001, ISO 9000, ISO20000, QSR	https://xatianrui.en.made-in-china.com/product/iSwnfOBlrXct/ China-100-Natural-High-Quality-Organic-Sea-Buckthorn-Juice-Powder.html
2		High Quality Seabuckthorn Powder Drinks for Health	FOB Price: US \$ 1-5 / Piece	Min. Order: 200 Pieces	Weihai Eurasia Foodtech Co., Ltd Shandon, China	GMP, BRC, HACCP, IFS	https://eafoodtech.en.made-in-china.com/product/PjsnSORTEzVq/China-High-Quality-Seabuckthorn-Powder-Drinks-for-Health.html
3		Factory supply Sea Buckthorn Extract Flavones	FOB Price: US \$ 15-50 / kg	Min. Order: 25 kg	Changsha Botaniex INC. Hunan, China	ISO 9001, GMP, HACCP	https://botaniex.en.made-in-china.com/product/jNZxPCYdQhck/China-Factory-Supply-Sea-Buckthorn-Extract-Flavones.html
4		<u>Natural Top Grade Herbal Sea Buckthorn Seed Oil</u>	FOB Price: US \$ 121.3-132.5 / kg	Min. Order: 1 kg	<u>Kingherbs Limited</u> Hunan, China	ISO 9001	https://www.made-in-china.com/products-search/hot-china-products/Seabuckthorn.html
5	 sinofrost.en.made-in-china.com	<u>IQF Sea Buckthorn, Frozen Sea Buckthorn, Wild/Cultivated</u>		Min. Order: 12000 kg	<u>XIAMEN SINFROST CO., LTD.</u> Fujian, China	ISO 9001, ISO 9000, BRC, HACCP, ISO 22000, AIB, GAP, IFS	https://sinofrost.en.made-in-china.com/

6		<u>Chinese Ingredient Juice Concentrate From Traditional SeaBuckthorn</u>		Min. Order: 500 kg	<u>Zhongke Nature (Tianjin) Biotechnology Co., Ltd.</u> Tianjin, China	HACCP, ISO 22000	https://zhongkenature.en.made-in-china.com/product/kKpESCzcbDYg/ China-Chinese-Ingredient-Juice-
7		<u>Manufacturer of SeaBuckthorn Fruit Powder/FDA: ISO22000; Kosher; SGS; Halal.</u>		Min. Order: 5 kg	<u>Nanjing Zelang Medical Technology Co., Ltd.</u> Jiangsu, China	GMP, ISO 22000	https://yangcun.en.made-in-china.com/product/dNkQlhqMSucy/China-Manufacturer-of-Sea-Buckthorn-Fruit-Powder-FDA-ISO22000-Kosher-SGS-Halal-.htm
8		<u>High Quality China Seabuckthorn Seed Oil Manufacturer</u>	FOB Price: US \$ 100 / kg	Min. Order: 1 kg	<u>New Natural (Anhui) Biotechnology Co., Ltd.</u> Shanghai, China	ISO 9001, ISO 9000, GMP, GAP, IFS	https://natural2017.en.made-in-china.com/product/XNHnPiFOpghC/China-High-Quality-China-Seabuckthorn-Seed-Oil-Manufacturer.html
9		<u>Sea Buckthorn Fruit Juice Powder</u>	FOB Price: US \$ 25-35 / Piece	Min. Order: 25 Pieces	<u>Kingherbs Limited</u> Hunan, China	ISO 9001	https://www.made-in-china.com/multi-search/Seabuckthorn_Powder/F2/2.html
10		<u>Sea Buckthorn Fruit Extract</u>	FOB Price: US \$ 14.11-23.41 / kg	Min. Order: 1 kg	<u>Nanjing Zelang Medical Technology Co., Ltd.</u> Jiangsu, China	GMP, ISO 22000	https://www.made-in-china.com/multi-search/Seabuckthorn_Powder/F2/2.html
11		<u>Sea Buckthorn Seed Oil Omega7 30%</u>	FOB Price: US \$ 100 / kg	Min. Order: 1 kg	<u>New Natural (Anhui) Biotechnology Co., Ltd.</u> Shanghai, China	ISO 9001, ISO 9000, GMP, GAP, IFS	https://www.made-in-china.com/multi-search/Seabuckthorn_Powder/F2/2.html






12		Sea Buckthorn Seed Oil	FOB Price: US \$ 125 / kg	Min. Order: 1 kg	Kingherbs Limited Hunan, China	ISO 9001	https://www.made-in-china.com/multi-search/Seabuckthorn_Powder/F2/2.html
13		Seed Fruit Powder Oil Seabuckthorn Extract	FOB Price: US \$ 50 / kg	Min. Order: 1 kg	kingherbs Limited Hunan, China	ISO 9001	https://kingherbs.en.made-in-china.com/product/vBMEDbtUCIWe/China-Seed-Fruit-Powder-Oil-Seabuckthorn-Extract.html
14		<u>Seabuckthorn Extract Seabuckthorn Flavone 10% 15%</u>	FOB Price: US \$90 / kg	Min. Order: 1 kg	New Natural (Anhui) Biotechnology Shanghai, China	ISO 9001, ISO 9000	https://www.made-in-china.com/multi-search/Seabuckthorn_Powder/F2/2.html
15		<u>High Quality Organic Sea Buckthorn Powder</u>	FOB Price: \$25 - \$45 / kg	Min. Order: 1 kg	Qingdao Sunrise Biotechnology Co., Ltd. Shandong, China		https://srnutrachim.en.made-in-china.com/product/tbqmoRDAJMpe/China-High-Quality-Organic-Sea-Buckthorn-Powder.html
16		<u>Natural Dried Hippophae Rhamnoides Fruit Powder</u>	FOB Price: US \$ 50-150 / kg	Min. Order: 1 kg	Dongguan Meiherb Biotech Co., Ltd Guangdong, China	ISO 20000, OHSAS/OHSMS 18001,	https://meiherb-biotech.en.made-in-china.com/product/eNrEDHayAhWj/China-Natural-Dried-Hippophae-Rhamnoides-Fruit-Powder
17		Health Food plant Extract Seabuckthorn Solid Beverage	FOB Price: US \$ 1-5 / Piece	Min. Order: 200 Pieces	Weiherb Eurasia Foodtech Co., Ltd Shandong, China	GMP, BRC, HACCP, IFS	https://www.made-in-china.com/productdirectory.do?word=seabuckthorn+fruit+powder....






18		Natural Dried Seabuckthorn Fruit Extract Hippophae Rhamnoides Fruit Powder	FOB Price: US \$ 15-50 / kg	Min. Order: 25 kg	Changsha Botaniex Inc. Hunan, China	ISO 9001, GMP, HACCP	https://botaniex.en.made-in-china.com/product/hNOQDsrzZkVx/China-Natural-Dried-Se
19		Seabuckthorn Fruit Powder	FOB Price: US \$ 3-5 / kg	Min. Order: 200 kg	Qinghai Bridge Gap Biotech Co., Ltd. Qinghai, China		https://bridgegapbio.en.made-in-china.com/product/xCTmlpuyYgWN/China-Seabuckthorn-Fruit-Powder.html
20		Flavones 10%-40% Sea Buckthorn Juice Powder	FOB Price: \$5 - \$20 / kg	Min. Order: 1 kg	Shaanxi, China	ISO 9001, OHSAS/OHSMS 18001, HACCP, GAP	https://eyechem.en.made-in-china.com/product/vBnEFotdbuUr/China-Flavones-10-40-Sea-Buckthorn-Juice-Powder.html
21		Anti-Cancer, Radiation Resistance, Anti-Aging, Remove Chloasma, Whitening, Protect Liver	FOB Price: US \$ 15-50 / kg	Min. Order: 25 kg	Changsha Botaniex Inc. Hunan, China	ISO 9001, GMP, HACCP	https://botaniex.en.made-in-china.com/product/cywxPIUGAVWO/China-Seabuckthorn-Fruit-Extract-for-Anti-Cancer-Radiation-Resistance-Anti-Aging-Remove
22		<u>Hippophae Rhamnoides Sea Buckthorn Extract 100% Natural SeaBuckthorn Fruit Powder Extract</u>	FOB Price: \$15 - \$50 / kg	Min. Order: 25 kg	Changsha Botaniex Inc Hunan, China.	ISO 9001, GMP, HACCP	https://botaniex.en.made-in-china.com/product/hCyEdnwbkkWU/China-Hippophae-Rhamnoides-Sea-Buckthorn-Extract-100-Natural-Sea-Buckthorn-Fru





23		<u>Natural Hippophae Extract Seaberry Sea Buckthorn Fruit Powder Extract</u>	FOB Price: US \$ 20-40 / kg	Min. Order: 25 kg	Nanjing Zelang Medical Technology Co., Ltd. Jiangsu, China	GMP, ISO 22000	https://yangcun.en.made-in-china.com/product/AKZmBlqdfWd/China-Natua https://yangcun.en.made-in-china.com/product/AKZmBlqdfWd/China-Natua
24		China Natural Seabuckthorn Fruit Oil Supplier	FOB Price: US \$ 90-120 / kg	Min. Order: 1 kg	New Natural (Anhui) Biotechnology Co., Ltd. Shanghai	ISO 9001, ISO 9000, GMP, GAP, IFS	https://natural2017.en.made-in-china.com/product/ojlnzLzVIPVN/China-China-Natural-Seabuckthorn-Fruit-Oil-Supplier.html
25		Hot Product Sea Buckthorn Powdered Beverage	FOB Price: \$1 - \$5 / Piece	Min. Order: 200 Pieces	Weihai Eurasia Foodtech Co., Ltd. Shandong, China	GMP, BRC, HACCP, IFS	https://eafoodtech.en.made-in-china.com/product/JsCEKzYThuWy/China-Hot-Product-Sea-Buckthorn-Powdered-Beverage.html
26		Top Quality Sea Buckthorn Extract Flavones	Top Quality Sea Buckthorn Extract Flavones	Min. Order: 1 kg	Nanjing Zelang Medical Technology Co., Shandong, China	GMP, ISO 22000	https://vnibioscience.en.made-in-china.com/product/wXmxptEovDUE/China-Top-Quality-Sea-Buckthorn-Extract-Flavones.html
27		Hot Sale Natural Sea Buckthorn Extract, Sea Buckthorn Fruit Extract, Flavones Powder	FOB Price: US \$ 15-50 / kg	Min. Order: 25 kg	Changsha Botaniex Inc. Hunan, China	ISO 9001, GMP, HACCP	https://botaniex.en.made-in-china.com/product/wsyQC UzCwhVR/China-Hot-Sale-Natural-Sea-Buckthorn-Extract-Sea-Buckthorn-Fruit-Extract-Flavones-Powder.html






28		Rhamnoides Extract Powder Seabuckthorn flavone	FOB Price: US \$1000 / kilogram	Min. Order: 5 kilogram	Wuxi Gorunjie Natural- Pharma Co., Ltd. Jiangsu, China		https://byron2000.en.made-in-china.com/product/UBxmkCfvaYhD/China-Flagship-Products-
29		Whitening Protect The Liver Health Food		Min. Order: 100 Boxes	Xiamen Yiyu Biological Technology Co., Fujian, China	ISO 9001, ISO 9000, ISO 14001, ISO 20000, GMP...	https://iyouth-collagen.en.made-in-china.com/product/HvqJjxB yMWVs/China-GMP-100-Natural-Wild-Seabuckthorn-Granular-Beverage-Anticancer-Radiation-Resistance




ОХУ-ын үйлдвэрлэж борлуулж буй чацарганы бүтээгдэхүүний танилцуулга



№	Бүтээгдэхүүний зураг	Бүтээгдэхүүний нэр	Үнэ, рубль	Хаяг	Эх сурвалж
1		Масло облепиховое 0,5 л	579 руб	Россия, Москва Настасьинский переулок, д. 8, стр. 2, офис 106	https://xn--80adpdjhuht8h.xn--p1ai/p327647453-maslo-oblepihovoe.html
2		Масло облепиховое 0,25 л	348 руб	РоссияМоскваНаста сьинский переулок, д. 8, стр. 2, офис 106	https://xn--80adpdjhuht8h.xn--p1ai/p327647445-maslo-oblepihovoe-025.html
4		Варенье облепиховое "Домашнее"	200 руб	РоссияМоскваНаста сьинский переулок, д. 8, стр. 2, офис 106	http://moroshkashop.ru/varene-oblepihovoe-domashnee/
5		Сибирский Иван-чай с облепихой и брусникой	210 руб	РоссияМоскваНаста сьинский переулок, д. 8, стр. 2, офис 106	http://moroshkashop.ru/sibirskiy-ivan-chay-s-oblepihoy-i-brusnikoy/
6		Варенье облепиховое с имбирем	212 руб	РоссияМоскваНаста сьинский переулок, д. 8, стр. 2, офис 106	http://moroshkashop.ru/varene-oblepihovoe-s-imbirem/

7		Облепиха Кружево Вкуса быстрозамороженная, 300 г	127 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/143258610/
8		Облепиха быстрозамороженная Ягоды Карелии, 200 г	144 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/144819759/
9		Облепиха Всегда пожалуйста замороженная, 300 г	131 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/149633768/
10		Облепиха быстрозамороженная Ягоды Карелии, 250 г	184 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/144819769/
11		Облепиховое масло Алтай, 250 мл	662 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/148572936/

12		Облепиховое масло Радоград, 250 мл	696 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/148572967/
13		Organic Life масло облепиховое, 250 мл	549 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/140534646/
14		Масло Oleos Dorika Облепиховое, 250 м	466 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/147462991/
15		Облепиховое масло Алтайские традиции "Маслище" растительное, 100 мл	366 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/149631289/

16		Облепиховое масло Радоград, 100 мл	293 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/148572949/
17		Карельский продукт Варенье из морошки и облепихи, 320 г	304 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/144284522/
18		Weleda Питательное облепиховое масло для тела 100 мл	1210 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/135031223/
19		Русский лес Премиум джем из облепихи без сахара, 220 г	284 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/143822506/
20		Облепиха Экопродукт, с сахаром, 320 г	104 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/147428806/

21		Чай листовой BRUSNIKATEA фруктовый "ОБЛЕПИХА"	209 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/148726857/
22		Фрутилад Батончик фруктовый Фрутилад облепиха, 30 г	34 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/143371005/
23		Фруктовые консервы Ноян "Пюре из облепихи", 270 г	119 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/148579309/
24		Сироп Медовый край Облепиха, 100 мл	105 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/147816442/
25		Дико Вкусно Ягодный мармелад облепиха с корицей содержание ягоды 60%, 200 г В избранное Поделиться	238 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/144881248/

26		Чай облепиховый с имбирем Витамин, 300 г	144 руб	Ozon Premium	https://www.ozon.ru/context/detail/id/146395553/
27		Нектар облепиховый Ноуан, 1л	173 руб	Ozon Premium	https://ethnopolis.ru/product/nekta-oblepihovyy

Amazon.com сайтад борлуулж буй чацарганы бүтээгдэхүүний танилцуулга

	Бүтээгдэхүүн	Бүтээгдэхүүний нэр	Бүтээгдэхүүний нэгжийн үнэ
1		Pure Omega 3 Fish Oil Supplement (180 Softgels Lemon Flavor) 2400mg Max Strength, High Potency EPA & DHA, Natural Omega-3 Fatty Acids, Burpless Liquid Capsule Pills for Brain Joints Eyes Heart...	\$29.99
2		Purified Omega 7 Fatty Acids - 200 Capsules - Natural Sea Buckthorn Oil, XL Vitamin Supplement, No Fish Burp, Omega-7 Palmitoleic Acid, Compare to Omega 3 6 9 for Complete Weight Loss Results!	\$29.99
3		Vitapia Omega 7 Sea Buckthorn 1000mg 120 Softgels/Natural Sea Buckthorn Oil, No Fish Burp, Omega-7 Palmitoleic Acid, Omega 3 6 9 Weight Loss	\$ 37. 99
4		COMPLETE OMEGA 3-6-7-9 * Pure Sea Buckthorn Oil * European Quality * From Unrefined, Cold Pressed Whole Sea Buckthorn Wild Berries - Non-GMO, Certified Kosher, Gluten-Free (1 Bottle (60 Capsules))	\$54.99
4		Monica Potter Home - Sea Buckthorn Balm (2 oz.)	\$20.00
6		Sunburst Superfoods Organic Sea Buckthorn Dried Berries- Raw/Gluten-free/Non-GMO/100% Pure Sea Buckthorn Berries (16 Ounce)	\$27.99
7		Sea Buckthorn 900mg // 200 Capsules // Pure // by PureControl Supplements	\$27.99
8		Monica Potter Home - Mrs. Potter's Facial Oil No. 1 (1 oz.)	\$22.00
9		SBT Seabuckthorn Sbt Seabuckthorn Sensitive Skin Soothing Salve	

10		A'PIEU A'PIEU Sea Buckthorn Mist	\$15.00
11		Osenai Sea Buckthorn Fruit Extract Powder Skin health Rich in beta-carotene, vitamin C and E Sugar Free Non-GMO (100g)	\$17.90
12		Indulona Sea Buckthorn Hand Cream 50 ml / 1.7 fl oz	\$4.99
13		Purified Omega 7 Fatty Acids - 200 Capsules - Natural Sea Buckthorn Oil, XL Vitamin Supplement, No Fish Burp, Omega-7 Palmitoleic Acid, Compare to Omega 3 6 9 for Complete Weight Loss Results!	\$29.99
14		Sea Buckthorn Oil Organic and Cold Pressed by Authentic By Nature. 100% Pure, Unrefined SeaBuckthorn Seed Oil With Omega 7 For Anti Aging, Acne, Dry Skin. Best Treatment for Hair Skin and Nails 1 oz	\$11.95
15		Organic Sea Buckthorn Oil Serum for Dry Sensitive Skin	\$21.25
16		Sea Buckthorn Balm for eczema + psoriasis extremely dry or cracked skin, 2 oz tin	\$15.95
17		Bio Spa Professional Shampoo for Stronger Hair Enriched with Carrot & Sea Buckthorn	\$19.95
18		Live Superfoods Sea Buckthorn Powder, 12 oz	\$ 17 .59 (\$1.47/Ounce)
19		Puritan's Pride Omega-7 Complex Sea Buckthorn Oil Blend-30 Softgels	\$ 7 14 (\$0.24/Count)

20		HONEY SEA BUCKTHORN 11oz.	\$ 21. 99
21		2 x Sea Buckthorn Berry Oil, Natural Source of Omega 3,6,7,9 120 SGels , New Item Good Product !!	\$ 38.99
22		NCB Sea Buckthorn Fruit Oil 500 mg 60 softgels Omega 7	\$14.99
23		SeabuckWonders Organic Ultimate Hair, Skin & Nails with Omega-7 and Biotin, 60 Count Softgels	
24		Spring of Life Premium Omega 3 Softgels with EPA & DHA, No fish burps! 120 soft gel capsules with natural lemon flavor	\$49.99
25		Siberian Health Rose Hips Natural Toothpaste (2.54 fl oz) - Strengthens, Protects and Repairs Teeth - Reduces Gum Inflammation and Bleeding, Fights Bacteria - SLS, Paraben and Fluoride-Free	\$ 6.50
26		SAFLAX - Sea Buckthorn - 40 seeds - Hippophae rhamnoides	\$ 4.45 + \$2.95 shipping
27		Buckthorn Bark Raw Herb	\$ 2.00
28		Sea Buckthorn Vitamin Tree Fruit Granules 1000mg x 50 stick x 2 packs	\$ 45.39
29		Sea Buckthorn Bounty: Recipes	\$ 0.99
30		Verefina – Sea Buckthorn Anti-Aging Facial Cream	\$ 29.50

31		Organic Sea Buckthorn Tea with Peppermint and Orange - 20 bags	\$ 5.69
32		Niyanan-80+Sea Buckthorn - Seaberry Sea Berry - Hippophae Rhamnoides Seeds	7.01
33		Cream for Joints with Sea Buckthorn Oil and 13 Herbs 250 ml (Alezan)	\$ 36.59 (\$0.15/Count)
34		PREMIUM QUALITY COLD PRESSED SIBERIAN SEA BUCKTHORN OIL 16.90 oz/500 ml FROM ALTAI BERRIES FRESH STOCK FROM ALTAI MOUNTAINS. DIRECT FROM SIBERIA	\$ 66.99 (\$3.96/FI Oz)
35		My Skin-Fit Sheet Mask (Sea Buckthorn)	\$ 3.00
36		Sino-Sci Stomach Care 500mg 30 Counts 100% Organic Natural Sea Buckthorn Seed Oil Propolis Extract Daily Digestive Wellness Chronic Heartburn Acid Reflux Relief Immunity Support (Gift Pack 8)	\$ 174.00 (\$0.72/Count)
37		Organic cold pressed siberian sea buckthorn oil 16.90 oz/500 ml from altai berries fresh stock from altai mountains. direct from siberia	\$ 66.99 (\$3.96/FI Oz)
38		USDA Organic Turmeric Curcumin Black Pepper Ginger Vegan Omega 3 6 9 Tumeric Supplement for Max Absorption by Bodymune High Potency 95% Curcuminoids for Best Joint Pain Relief – 60 Day Supply by Bodymune	\$ 29.95 хямдраад \$34.95
39		COMPLETE OMEGA 3-6-7-9 * Pure Sea Buckthorn Oil * European Quality * From Unrefined, Cold Pressed Whole Sea Buckthorn Wild Berries - Non-GMO, Certified Kosher, Gluten-Free (1 Bottle (60 Capsules))	\$ 29.95

40		Sea Buckthorn Seed Oil by Leven Rose, 100% Pure Unrefined Cold Pressed Anti Aging Acne Treatment for Hair Skin and Nails 1 oz	\$ 13 ,97
41		Sea Buckthorn Oil Organic and Cold Pressed by Authentic By Nature. 100% Pure, Unrefined SeaBuckthorn Seed Oil With Omega 7 For Anti Aging, Acne, Dry Skin. Best Treatment for Hair Skin and Nails 1 oz	\$ 11 ,95
42		GAFFER & CHILD Organic Shave Butter for Men & Women with Normal, Sensitive or Dry Skin: Rich in Jojoba Oil, Shea Butter & Sea Buckthorn Oil Moisturize & Soothe, Delivering Essential Nutrients Daily	\$ 32 ,00
43		SAFLAX - Sea Buckthorn - 40 seeds - With soil - Hippophae rhamnoides	5 35 + \$2.95 shipping
44		Berry Herbal 100% Natural SEA BUCKTHORN OIL Soap	\$ 9 00
45		Longrich Seabuckthorn Berry Oil softgels, 120 Softgels	\$ 74 99
46		Hippie Magic Anti Aging Facial Serum with Full Spectrum Hemp Extract - 100% Organic Facial Oil - Rejuvenating & Hydrating	Buying Options \$29.50
47		AA Oillan Baby Face and Body Cream for Allergic Dry and Sensitive Skin 75ml	\$ 15 99

48		Restoring Night Serum	\$ 70 00
49		YOFing Rejuvenation Anti Aging Cream With Sea Buckthorn– Anti Wrinkle Under Eyes Moisturizer for Women and Men – Lifting and Firming Under Eye Cream To Remove Dark Circles, Wrinkles, Bags & Puffy Eyes	\$ 37 99
50		Sea Buckthorn Tea Green Tea Blend Tea Bags With Natural Flavour 100 Pack	\$ 30 44 (\$0.30/Count)
51		Space Food - Set of Six Dishes	\$ 109
52		Shemen Amour Dead Sea Collagen Moisturizing Cream 50ml	\$ 17 99 (\$10.58/Ounce)
53		Sea Buckthorn, Hippophae rhamnoides, 50 Seeds	\$ 8,00
54		Bio Spa Hair Silicon Drops with Obliphica Oil and Dead Sea Minerals	\$ 27, 95
55	 YOU MUST PURCHASE 3 ITEMS TO RECEIVE THE TWEEZER	Shampoo with Sea Buckthorn Berry, 10.1 fl +FREE PROFESSIONAL TWEEZER	\$ 20 00
56		Lip Shield Multi-Active Lip Balm with SPF 8	\$ 15 00
57		NEW Sea Buckthorn Oil. 4oz. Cold-pressed. Unrefined. Organic. 100% Pure. Non-comedogenic. Hexane-free. Relieves Symptoms of Eczema, Psoriasis, Acne. Natural Moisturizer. For Hair, Skin, Stretch Marks.	\$ 19 49 (\$4.87/Fl Oz)
58		Sea Buckthorn Oil Organic and Cold Pressed by Authentic By Nature. 100% Pure, Unrefined SeaBuckthorn Seed Oil With Omega 7 For Anti Aging, Acne, Dry Skin. Best Treatment for Hair Skin and Nails 1 oz	\$ 11,95

Хавсралт 2.2.1.

Монгол улсын чацарганы бүтээгдэхүүний экспортын үнийн дүн ба тоо хэмжээ, (2014-2018)
2014 он

он	код	барааны нэр	марк	зориулалт	регистр	ААН	гаалийн газар	хүлээн авагч улс	тоо	нэгж	үнэ, \$
2014	602	Суулгац, чацарганы	Sea Buckthorn sample tree	Судалгааны дээжинд	2062011	Дестинейшньмонголия ХХК	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар (УХШИГЗ)	Канад Улс	20.00	ширх	16.57
2014	902	Цай, чацарганы навчит	Enkhjin sea-buckthorn tea	дээж, дүрдэг, 1ж/х*25ш*1.5гр	5568927	Моносхүнс ХХК	УХШИГЗ	Шри-Ланк	0.04	кг	1.60
2014	1211	Дээж, ургамлын, чацарганы навч	Folium Hippopriae	судалгааны дээж, хатаасан, 1уут*1кг	5568927	Моносхүнс ХХК	УХШИГЗ	Шри-Ланк	1.00	кг	1.70
2014	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn Oil	192ширхэг, 1ш*50мл, худалдааны	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	9.60	кг	1,968.00
2014	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil	дээжинд, хэмжээ: 500мл, с/жин: 50гр, шингэн, хуванцар савтай, хүнсний	5445205	Блюускай маунтэйн	УХШИГЗ	Сүнган (Гонконг)	0.55	кг	54.47
2014	1516	Тос, чацарганы	Seabucktorn oil	шилтэй, хэмжээ-100мл, 100% чацарганы	ИЖ68012511	Чойжингийн Бат-Эрдэнэ	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Вьетнам	40.00	кг	330.00
2014	2009	Жүүс, чацарганы	Sample of Seabuckthorn Juice /370x190x205mm/	тетрапак савалгаатай, 1хайрцаг*12ш*1л, дээжинд	5327059	Милко ХХК	УХШИГЗ	Япон Улс	48.00	литр	47.15
2014	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn Juice	50лаазтай, 1лааз нь*18литр, худалдааны	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	900.00	литр	6,030.00
2014	2009	Шүүс, өтгөрүүлсэн, чацарганы	Seabuckthorn juice	дээжинд, сахартай, хэмжээ: 500мл, с/жин: 100гр, хуванцар савтай, хүнсний	5445205	Блюускай маунтэйн	УХШИГЗ	Сүнган (Гонконг)	0.50	литр	2.17
2014	2009	Шүүс, өтгөрүүлсэн, чацарганы	Seabuckthorn juice	дээжинд, сахаргүй, хэмжээ: 1000мл, с/жин: 150гр, хуванцар савтай, хүнсний	5445205	Блюускай маунтэйн	УХШИГЗ	Сүнган (Гонконг)	1.00	литр	4.34
2014	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice concentrate (1Drm)	дээжний, агууламж: 100%, савлагаа: 1торх*200л	2611805	Витафит-Инвест ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	200.00	литр	660.00
		Нийт							1,220.69		9,115.99

2015 он

он	код	барааны нэр	марк	зориулалт	регистр	ААН	гаалийн газар	хүлээн авагч улс	тоо	нэгж	үнэ, \$
2015	604	Навч, чацарганын	Sea buckthorn leaf powder 90gr /1bag/	нунтаг, 1уут*90гр, шинжилгээний дээжинд	3865347	Сиберрифарм продактс ХХК	УХШИГЗ	Япон Улс	0.09	кг	10.37
2015	1515	Тос, чацарганын	Sea buckthorn pure oil 65gr /capsule/	капсултай, 1сав*65гр, шинжилгээний дээжинд	3865347	Сиберрифарм продактс ХХК	УХШИГЗ	Япон Улс	0.07	кг	15.29
2015	2009	Шүүс, чацарганы	Sea Buckthorn Juice	1*250мл, 25%-чацаргана, дээжийг шинжлүүлэх	2611805	Витафит-Инвест ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	252.00	литр	1.00
2015	2009	Шүүс, чацарганы	Sea Buckthorn Juice Sample 250ml	1пакет*(250мл*24шир)*13, 20%-чацаргана, хуванцар савалгаатай, дээжийг шинжлүүлэх, гоё брендийн	2611805	Витафит-Инвест ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	78.00	литр	106.44
2015	2009	Жүүс, чацарганы	Sea buckthorn juice	100% цэвэр, хэмжээ:450гр, хүнсний	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	54.00	литр	150.00
2015	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn Just drink Juice with Honey, 500ml	хэмжээ- 500мл, савны жин - 50гр, зөгийн балны амт оруулсан, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	70.00	литр	119.00
2015	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn Just drink Juice, 500ml	хэмжээ- 500мл, савны жин - 50гр, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	70.00	литр	119.00
2015	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn Pure Juice, 500ml	хэмжээ- 500мл, савны жин - 50гр, өтгөрүүлсэн, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	35.00	литр	259.00
2015	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 24 ш х 0,500 л, савны жин 10 гр	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	192.00	литр	122.88
2015	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 48 ш х 0,210 л, савны жин 5 гр	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	40.32	литр	36.48
2015	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 12ш х 1 л, савны жин 20 гр	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	1,080.00	литр	572.40
2015	2009	Шүүс, чацарганы	Shar doctor	чацарганы агууламж:100%, 1боодол*20ш*500мл, савтай жин*550гр, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	500.00	литр	2,342.68
2015	2009	Шүүс, чацарганы	Shar doctor	чацарганы агууламж:100%, 1боодол*20ш*500мл, савтай жин*700гр, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	400.00	литр	1,804.26
2015	2009	Шүүс, чацарганы	Shar doctor	агууламж-100%, 1хайрцагт*20ш*500мл, савтай жин-600гр, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	600.00	литр	2,679.59

2015	2009	Шүүс, чацарганы	Шар доктор	Хуванцар савтай, 1ш* 500 мл, хүнсний	5254906	Их бодонч ХХК	Дорнод дахь гаалийн газар	БНХАУ	50.00	литр	72.47
2015	2106	Сироп, чацарганы	Seabuckthorn syrup, 500ml	хэмжээ- 500мл, савны жин - 100гр, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	84.00	кг	392.00
2015	2202	Шүүс, чацарганы	Sea Buckthorn Juice 420ml	20%-ийн чацарганы агууламжтай, савлагаа: 0.42литр*5ширхэг, танилцуулганд	5451469	Витафит-милк ХХК	УХШИГЗ	АНУ	2.10	литр	1.00
2015	2202	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice Шар доктор нэрийн, MNS 687-1:2012	1*18л, лаазтай, нийт: 55 лааз, худалдааны	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	990.00	литр	6,271.20
2015	3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil, MNS 783:2013	өтгөрүүлсэн, 50мл*58ш шилтэй, 1*9л лаазтай, худалдааны	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	14.00	кг	1,725.00
	Нийт								4511.6		16800.1

2016

он	код	барааны нэр	марк	зориулалт	регистр	ААН	гаалийн газар	хүлээн авагч улс	тоо	нэгж	үнэ, \$
2016	810	Жимс, чацаргана	Frozen sea buckthorn sample	Хэмжээ: 1хайрцаг*15кг, хөлдүү, хольцгүй, дээжинд	5379709	Голденлийф ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	15.00	кг	15.00
2016	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil	Цэвэршүүлсэн, 1шил*100гр, 1хайрцаг*8шил, хүнсний, үзэсгэлэн худалдаанд	6001483	Нью силк рөүд	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	8.00	кг	483.20
2016	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil	Цэвэршүүлсэн, 1шил*50гр, 1хайрцаг*8шил, хүнсний, үзэсгэлэн худалдаанд	6001483	Нью силк рөүд	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	20.00	кг	161.20
2016	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn pulp oil	савлагаа-1*16.6кг, цэвэр, худалдааны	5568927	Моносхүнс ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	50.00	кг	3,939.00
2016	1516	Тос, чацаргана жимсны	Pure Seabuckthorn oil 50ml	Хэмжээ: 50мл, хольцгүй, дээжинд	5568927	Моносхүнс ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	0.58	кг	11.70
2016	1516	Тос, чацаргана жимсны	Sea-buckthorn diffuse oil 100ml	Хэмжээ: 100мл, хольцгүй, дээжинд	5568927	Моносхүнс ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	1.00	кг	11.70
2016	2009	Жүүс, чацаргана жимсний	/ Гоё/	1хайрцаг:250гр*48ш, нэр төрөлдөө тохирсон өвөрмөц амт үнэртэй, механик хольцгүй, хүнсний	5931762	Роялресурс монголиа ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	120.00	литр	60.53
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Sea buckthorn extract	хэмжээ-1*100мл, 100% чацаргана, үзэсгэлэнд	2817721	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	50.00	литр	725.00
2016	2009	Жүүс, чацаргана жимсний	SeaBuckhorn Juice 250ml	1хайрцаг * 24ш * 250мл, шилний жин-105р, хүнсний	2611805	Витафит-Инвест ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	Япон Улс	4,800.00	литр	7,844.98
2016	2009	Шүүс, чацаргана жимсны	SeaBuckhorn Juice Sample	1*250мл, хүнсний, дээжинд	2611805	Витафит-Инвест ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	60.00	литр	0.36
2016	2009	Шүүс, чацаргана жимсний	SeaBuckthorn juice 250ml	1хайрцаг*24ш, 1*250мл, савны жин: 54гр, хүнсний, худалдааны	2611805	Витафит-Инвест ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	360.00	литр	2,339.64
2016	2009	Жүүс, чацарганы	Seabuckthorn	Өтгөрүүлсэн, 1шил*500гр, 1хайрцаг*6шил, хүнсний, үзэсгэлэн худалдаанд	6001483	Нью силк рөүд	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	360.00	литр	1,159.20
2016	2009	Жүүс, чацарганы	Seabuckthorn	Өтгөрүүлсэн, 1шил*330гр, 1хайрцаг*20шил, хүнсний, үзэсгэлэн худалдаанд	6001483	Нью силк рөүд	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	66.00	литр	291.22
2016	2009	Шүүс, чацаргана жимсний	Seabuckthorn 250ml	1хайрцаг*24ш, 1*250мл, савны жин: 52гр, хүнсний	2611805	Витафит-Инвест ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	240.00	литр	307.20
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 24 ш х 0,500 л, савны жин 10 гр	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	1,080.00	литр	691.20
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 12ш х 1 л, савны жин 20 гр	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	9,960.00	литр	5,278.80

2016	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 24 ш х 0,500 л, савны жин 10 гр	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	540.00	литр	345.60
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 12ш х 1 л, савны жин 20 гр	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	4,980.00	литр	2,639.40
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 48 ш х 0,210 л, савны жин 5 гр	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	856.56	литр	756.96
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 12ш х 1 л, савны жин 20 гр	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	6,000.00	литр	3,180.00
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 24 ш х 0,500 л, савны жин 10 гр	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	1,980.00	литр	1,267.20
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 24ш х 250 мл, савны жин 30 гр	2611805	Витафит-Инвест ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНСУ	9,300.00	литр	13,020.00
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice sample 250ml	1хайрцаг*12ш, 1*250мл, савны жин: 58гр, хүнсний, дээжинд	5451469	Витафит-милк ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	900.00	литр	1,152.00
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn syrup	1хайрцаг*60ш, 1*500гр, савны жин: 142гр, хүнсний, худалдааны	2724693	Живэртний оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Филиппин	90.00	литр	403.27
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorns juice 250ml	судалгааны дээжинд, савлагаа: 250мл/шилтэй*1ширхэг, өтгөн	1000381	Монголын үндэсний худалдаа аж үйлдвэрийн танхим	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	ХБНГУ	0.25	литр	0.10
2016	2009	Жүүс, чацарганы	Seabutkthorn Juice	1боодол * 20ш * 425мл, ундаа	2611805	Витафит-Инвест ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	1,275.00	литр	1,050.86
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Shar doctor	агууламж-40%, 1хайрцаг*20ш*500мл, савтай жин-550гр, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	700.00	литр	1,025.56
2016	2009	Шүүс, чацарганы	Чацаргана	өтгөрүүлсэн, 1ш*500мл, 1хайрцаг*20ш, хүнсний	5682762	Тобамаркет ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	АНУ	50.00	литр	210.00
2016	2009	Жүүс, чацаргана	Чацарганы жүүс	1хайрцаг:0.5л*12ш, нэрс:100%, хүнсний	5817285	Люкссолоушн ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	120.00	литр	105.37
2016	2009	Жүүс, чацарганы	Чацарганы жүүс	1хайрцаг:1л*12ш, нэрс:100%, хүнсний	5817285	Люкссолоушн ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	240.00	литр	179.13
2016	2106	Сироп, чацарганы	Seabuckthorn Juice Powder, 8.4kgs	нунтаг хуурай, савалгаа-3.3кг* 2уут, 1.8кг* 1уут, 100%-цэвэр жимсний шүүсийг хатааж хуурайшуулж гаргасан, хүнсний	2724693	Живэртний оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	8.40	кг	100.00
2016	2106	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil	шингэн, 100% цэвэр найрлагатай, савлагаа: 2лааз*18л, 1 лааз*14л, савны жин орсон, дархлаа дэмжих	2724693	Живэртний оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Тайваны арал	50.00	кг	10,500.00

2016	2106	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil	шингэн, 100% цэвэр найрлагатай, савлагаа: 2лааз*18л, 1 лааз*14л, савтай жин: 20кг, 16кг, дархлаа дэмжих	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Тайваны арал	54.50	кг	7,990.00
2016	2202	Ундаа, чацарганы	SeaBuckthorn Juice	чацаргана-20%, 1хайрцаг*24ш*250мл, хув/сав/жин: 33.336675гр, арилжааны	2611805	Витафит- Инвест ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНСУ	20,196.00	литр	28,874.40
2016	3301	Тос, чацарганы	Sea buckthorn oil 1.5L	хэмжээ:1.5л, савны жин:144гр, 100% цэвэр чацарганы, худалдааны	3865347	Сиберрифарм продактс ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	120.00	кг	365.00
2016	3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorn seed oil / 60 gram/	судалгааны дээжинд, шилтэй, 60гр-р савласан, өтгөн	5421489	Домог- Интернэшнл ХХК	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	Австрали	0.06	кг	1.00
2016	3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorns Oil 250ml	судалгааны дээжинд, савлагаа: 250мл/шилтэй*4ширхэг, өтгөн	1000381	Монголын үндэсний худалдаа аж үйлдвэрийн танхим	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	ХБНГУ	1.00	кг	0.40
2016	3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorns Oil Sample	судалгааны дээжинд, савлагаа: 100мл/шилтэй*8ширхэг, өтгөн	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	ХБНГУ	1.76	кг	160.00
	Нийт								64654.1		96646.2

2017

он	код	барааны нэр	марк	зориулалт	регистр	ААН	гаалийн газар	хүлээн авагч улс	тоо	нэг ж	үнэ, \$
2017	602	Суулгац, чацарганы	Seabuckthorn trees	суулгац, чацарганы жисний, өндөр:70-160см	2078899	ПАРАДОКС ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	2,500.0	шир	11,250.00
2017	1515	Тос, чацарганы	20150050, Sea Buckthorn Fruit Oil	100% цэвэр жимсний тос, савлагаа: 1*50мл, савтай жин- 50гр, хүнсний бүтээгдэхүүн	2733544	Цэсхайрхан ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	10.00	кг	1,200.00
2017	1515	Тос, чацарганы	King Fruit	агууламж-40%, 1 боодол*50ш*50мл, сав-60гр үзэсгэлэн худалдааны	5568927	Монохүнс ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	22.00	кг	1,325.14
2017	1515	Тос, чацарганы	Sea Buckthorn Fruit Oil	хэмжээ: 1 хайрцаг*120ш*50 мл, хүнсний	2733544	Цэсхайрхан ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	6.00	кг	720.00
2017	1515	Тос, чацарганы	Sea Buckthorn Fruit Oil	хэмжээ: 1 хайрцаг*100ш*50 мл, гоо сайхны, шилны жин: 55 гр	2733544	Цэсхайрхан ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	21.00	кг	1,057.73
2017	1515	Тос, чацарганы зөөлөн эдийн	Sea Buckthorn pulp oil	шингэн, 1хайрцаг*50ш, 1ш*50мл, хүнсний	6118844	Мон конфеты ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	27.70	кг	1,175.70
2017	1515	Тос, чацарганы зөөлөн эдийн	Sea Buckthorn pulp oil	шингэн, 1хайрцаг*200ш, 1ш*30мл, хүнсний	6118844	Мон конфеты ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	19.00	кг	934.53
2017	1515	Тос, чацарганы үрийн	Sea Buckthorn seed oil	шингэн, 1хайрцаг*50ш, 1ш*50мл, хүнсний	6118844	Мон конфеты ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	6.29	кг	580.31
2017	1515	Тос, чацарганы үрийн	Sea Buckthorn seed oil	шингэн, 1хайрцаг*50ш, 1ш*30мл, хүнсний	6118844	Мон конфеты ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	4.70	кг	422.04
2017	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn	цэвэр, 1хайрцаг*100ш*100мл, шилэн савтай жин-190гр, үзэсгэлэн худалдаанд	5063248	Мишээл экспо ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	152.00	кг	6,400.00
2017	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn	цэвэр, 1хайрцаг*50ш*50мл, шилэн савтай жин-60гр, үзэсгэлэн худалдаанд	5568927	Монохүнс ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	5.50	кг	330.81
2017	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn	цэвэр, 1хайрцаг*250ш*50мл, шилэн савтай жин-90гр, үзэсгэлэн худалдаанд	5063248	Мишээл экспо ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	45.00	кг	2,000.00
2017	1515	Тос, чацаргана жимсний	Seabuckthorn oil sample	шилэн савтай, савлагаа: 100гр, савтай жин: 214гр, дээжинд	1000381	Монголын үндэсний худалдаа аж үйлдвэрийн танхим	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	ХБНГУ	1.50	кг	0.70
2017	1516	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil /Bagro/	савлагаа: 100мл, савтай жин-134гр, үзэсгэлэн худалдааны	1000381	Монголын үндэсний худалдаа аж үйлдвэрийн танхим	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	142.60	кг	10,200.00
2017	1516	Охь, чацарганы	Seabuckthorn spirit	савлагаа: 40мл, савтай жин-49гр, үзэсгэлэн худалдааны	1000381	Монголын үндэсний худалдаа аж	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	125.00	кг	10,080.00

						үйлдвэрийн танхим					
2017	1516	Тос, чацарганы	Seed oil	100% чацарганы, 1хайрцаг*3ш, 1х12л*1ш, 1х4л*2ш, дээжинд	2817721	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	ХБНГУ	17.42	кг	1,780.00
2017	2009	Жүүс, чацарганы	25L Sea buckthorn extract	шингэн, хэмжээ- 25л, 100%- цэвэр шажаж гаргасан, олон улсын зорчигч худалдааны	2817721	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	25.00	л	102.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Buckthorn juice	1сав*0.420мл, савны жин:50гр, 1боодол*20ш, хүнсний, арилжааны	5833388	Витафит ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	168.00	л	174.41
2017	2009	Жүүс, чацарганы	Chatsargana natural juice	1ширхэг*500гр, найруулж уудаг, өтгөрүүлсэн, хүнсний бүтээгдэхүүн	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	60.00	л	72.00
2017	2009	Жүүс, чацарганы	Chatsargana natural juice	1ширхэг*360гр, найруулж уудаг, өтгөрүүлсэн, хүнсний бүтээгдэхүүн	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	36.00	л	50.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Juice	1сав*425гр, 1боодол*20ш, хүнсний, арилжааны	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	59.50	л	62.46
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Juice Seabuckthorn	савлагаа: 750мл, савтай жин-650гр, үзэсгэлэн худалдааны	1000381	Монголын үндэсний худалдаа аж үйлдвэрийн танхим	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	312.00	л	360.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Juice/Шар доктор/	1сав*280мл, 1боодол*20ш, хүнсний, арилжааны	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	28.00	л	40.56
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Juice/Шар доктор/	өтгөрүүлсэн, усанд найруулж хэрэглэдэг, 1сав*480мл, 1боодол*20ш, хүнсний, арилжааны	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	28.80	л	121.67
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Juice/Шар доктор/	1сав*480мл, 1боодол*20ш, хүнсний, арилжааны	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	19.20	л	27.58
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Juice/Шар доктор/	шилтэй, 1сав*750мл, 1боодол*10ш, хүнсний, арилжааны	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	7.50	л	40.56
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Juice/Шар доктор/	саахаргүй, усанд найруулж хэргэлдэг, 1сав*750мл, 1боодол*10ш, хүнсний, арилжааны	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	7.50	л	60.83
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Juice/Шар доктор/	саахаргүй, усанд найруулж хэргэлдэг, 1сав*480мл, 1боодол*20ш, хүнсний, арилжааны	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	19.20	л	89.22
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Juice/Шар доктор/	шилтэй, 1сав*330мл, 1боодол*6ш, хүнсний, арилжааны	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	1.98	л	7.30
2017	2009	Жүүс, чацарганы	King Fruit drink	жимсний агууламж-40%, 1 боодол*20ш*500мл, сав-10гр үзэсгэлэн худалдааны	5568927	Моносхүнс ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	120.00	л	307.27
2017	2009	Жүүс, чацарганы	King Fruit drink	жимсний агууламж-40%, 1 боодол*20ш*500мл, сав-10гр үзэсгэлэн худалдааны	5568927	Моносхүнс ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	20.00	л	55.41
2017	2009	Шүүс, чацаргана	Sea Buckthorn Juice (sample)	дээж, хэмжээ: 1ширхэг*240гр, савны жин:185гр, өнгө:шар, ундааны	9914862	Глобал март ХК	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	БНСУ	8.50	л	12.00

2017	2009	Шүүс, чацаргана	Sea Buckthorn Juice (sample)	дээж, хэмжээ:1хайрцаг*10ширхэг*35мл, савны жин:7.5гр, өнгө:шар, ундааны	9914862	Глобал март ХК	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	БНСУ	8.50	л	12.00
2017	2009	Шүүс, чацаргана	Sea Buckthorn Juice (sample)	дээж, хэмжээ:1хайрцаг*2л, савны жин:300гр, өнгө:шар, ундааны	9914862	Глобал март ХК	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	БНСУ	9.20	л	16.00
2017	2009	Охь, чацарганы	Sea Buckthorn extract	шингэн, 1хайрцаг*20багц, 1багц*6ш, 1ш*50мл, хүнсний	6118844	Мон конфеты ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	1,500.00	л	19,594.91
2017	2009	Охь, чацарганы	Sea Buckthorn extract	шингэн, 1хайрцаг*10ш, 1ш*1литр, хүнсний	6118844	Мон конфеты ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	10.00	л	66.32
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Sea buckthorn extract	дээж, хэмжээ: 100мл, 1т/х*20ж/х*6ширхэг, хүнсний	2817721	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	12.00	л	174.00
2017	2009	Жүүс, чацарганы	Seabuckthorn	өтгөрүүлсэн, савлагаа: 1уут*30мл, савтай жин: 42гр, 1 хайр*10ш, хүнсний	УШ94050952	Энхтөрийн Тайван	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Тайваны арал	0.90	л	3.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn Juice	хэмжээ: 0.25литр, савны жин: 188гр, 1т/х*100ширхэг, хольцгүй цэвэр	2720043	Эко-Эрдэнэ ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	125.00	л	1,000.00
2017	2009	Жүүс, чацарганы	Seabuckthorn Juice	хүнсний, 1 хайрцаг*400ш*35мл	УХ64123074	Цэдэвийн Мөнхжаргал	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	14.00	л	80.00
2017	2009	Жүүс, чацарганы	Seabuckthorn Juice Sample 250ml	савлагаа: 1ш*250мл, савтай жин: 273гр, 1 хайр*24ш, хүнсний	2611805	Витафит-Инвест ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	45.87	л	58.80
2017	2009	Жүүс, чацаргана болон луувангийн	Seabuckthorn and Carrot Juice Sample 250ml	савлагаа: 1ш*250мл, савтай жин: 273гр, 1хайр*24ш, хүнсний	2611805	Витафит-Инвест ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	45.87	л	58.80
2017	2009	Шүүс, чацаргана жимсний	Seabuckthorn condensed Juice	шингэн, өтгөн, усанд найруулдаг, савлагаа: 80ш*40мл, зориулалтын савтай, дээжинд	2724663	Живэртийн оргил ххк	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	БНСУ	3.20	л	16.37
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230гр, үзэсгэлэнгийн	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	32.20	л	14.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	өтгөн,шилэн савтай, савлагаа: 0.333гр, дээжинд	6066623	Вэйд Монголиа ХХК	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	БНСУ	0.20	л	18.72
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	1ж/хайрцаг*20ш*45мл, 100% цэвэр чацарганы	ШУ88062983	Алтангэрэлийн Мөнхсолонго	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Канад Улс	9.00	л	10.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 12ш х 0.500 л, савны жин 10 гр	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	600.00	л	478.80
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 12ш х 1 л, савны жин 20 гр	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	1,200.00	л	955.83

2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	жимсний агууламж-100%.сахаргүй, 1хайрцаг*10ш*750мл, шилэн савтай жин-1.2кг, үзэсгэлэн худалдаанд	5063248	Мишээл экспо ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	75.00	л	600.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	жимсний агууламж-100%. , 1хайрцаг*10ш*750мл, шилэн савтай жин-1.2кг, үзэсгэлэн худалдаанд	5063248	Мишээл экспо ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	75.00	л	400.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	жимсний агууламж-100%.сахаргүй, 1хайрцаг*24ш*330мл, шилэн савтай жин-600гр, үзэсгэлэн худалдаанд	5063248	Мишээл экспо ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	55.44	л	201.25
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	жимсний агууламж-100%.сахаргүй, 1хайрцаг*20ш*480мл, шилэн савтай жин-500гр, үзэсгэлэн худалдаанд	5063248	Мишээл экспо ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	48.00	л	212.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	жимсний агууламж-100%. 1хайрцаг*20ш*480мл, шилэн савтай жин-560гр, үзэсгэлэн худалдаанд	5063248	Мишээл экспо ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	192.00	л	768.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	жимсний агууламж-100%. 1хайрцаг*20ш*280мл, шилэн савтай жин-290гр, үзэсгэлэн худалдаанд	5063248	Мишээл экспо ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	28.00	л	32.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	жимсний агууламж-100%. 1хайрцаг*20ш*480мл, шилэн савтай жин-500гр, үзэсгэлэн худалдаанд	5063248	Мишээл экспо ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	48.00	л	60.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice 0.75	1сав*750гр, шилэн савны жин:750гр, 1хайрцаг*10ш, хүнсний, арилжааны	6213103	Зэндий трейд ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	750.00	л	4,325.62
2017	2009	Шүүс, чацарганатай	Seabuckthorn juice, MNS 687-1:2012	савлагаа*1л, тетрапак савлагаатай, 1хайрцаг*12ш, хүнсний, арилжааны	5421489	Домог-Интернэшнл ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	1,800.00	л	1,692.00
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Shar Doctor	шилтэй, сахаргүй, чацарганын өтгөрүүлсэн, 1хайрцаг*10ш, 1ш*0.75л, шилний жин: 300гр, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	112.50	л	975.27
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Shar Doctor 100%	хуванцар савтай, чацарганы өтгөрүүлсэн, 1хайрцаг*20ш, 1ш*0.5л, савны жин: 30гр, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	300.00	л	1,248.34
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Shar Doctor 100%	хуванцар савтай, сахаргүй, чацарганы өтгөрүүлсэн, 1хайрцаг*20ш, 1ш*0.5л, савны жин: 30гр, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	300.00	л	1,248.34
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Shar doctor	Шингэн, 1сав*480мл, 1 багц*20ш, хүнсний, арилжааны	6213103	Зэндий трейд ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	288.00	л	440.31
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Shar doctor	Өтгөрүүлсэн, 1сав*480мл, 1 багц*20ш, хүнсний, арилжааны	6213103	Зэндий трейд ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	576.00	л	2,703.01
2017	2009	Шүүс, чацарганы	Shar doctor	Шингэн, 1сав*280мл, 1 багц*20ш, хүнсний, арилжааны	6213103	Зэндий трейд ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	280.00	л	448.46
2017	2106	Охь, чацарганы	Buckthorn extract	шилтэй, 1 хайрцаг*32 багц, 1багц*6ш, 1ш*50мл, хүнсний	6118844	Мон конфеты ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	186.20	кг	828.80
2017	2106	Бэлдмэл, чацарганы хальсны	Sea buckthorn skin powder, 16кг	хуурай нунтаг, савлагаа-15кг, чацарганы хальсыг хатааж нунтагласан, хүнсний бүтээгдэхүүний нэмэлт хольцоор хэрэглэх	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	240.00	кг	100.00
2017	2202	Ундаа, чацарганы	Sea buckthorn Condensed Juice /	шингэн, хэмжээ- 480мл* 20ш, сахаргүй, хүнсний	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	9.60	л	43.78

			sugar free /, 480ml, 9.6L								
2017	2202	Ундаа, чацарганы	Sea buckthorn Condensed Juice / with sugar /, 480ml, 9.6L	шингэн, хэмжээ- 480мл* 20ш, сахартай, хүнсний	2724693	Живэртгийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	9.60	л	39.65
2017	2202	Ундаа, чацарганы	Shar Doctor	шилтэй, 1хайрцаг*10ш, 1ш*0.75л, шилний жин: 300гр, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	112.50	л	650.18
2017	2202	Ундаа, чацарганы	Shar Doctor	хуванцар савтай, 1хайрцаг*20ш, 1ш*0.25л, савны жин: 20гр, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	500.00	л	726.55
2017	2202	Ундаа, чацарганы	Shar Doctor	хуванцар савтай, 1хайрцаг*20ш, 1ш*0.5л, савны жин: 30гр, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	1,000.00	л	1,304.49
2017	2202	Ундаа, чацарганы	Shar Doctor	шилтэй, 1хайрцаг*20ш, 1ш*0.33л, шилний жин: 200гр, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	180.00	л	780.22
2017	2202	Ундаа, чацарганы	Teso	цаасан савлагаатай, 1хайрцаг*12ш, 1ш*1л, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	600.00	л	510.24
2017	2202	Ундаа, чацарганы	Vitafit	хуванцар савтай, 1хайрцаг*20ш, 1ш*0.42л, савны жин: 20гр, хүнсний	5900174	Фүүдэкс ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	84.00	л	90.82
2017	2204	Дарс, чацарганы	Sea Buckthorn Fruit Wine	хатуулагтай 11%, 750мл, 1хайрцаг*12шилтэй	2733544	Цэсхайрхан ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	180.00	л	1,440.00
2017	3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг*6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	2724693	Живэртгийн оргил ХХК	УХШИГЗ	Тайваны арал	5.60	кг	300.00
2017	3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг*6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	2724693	Живэртгийн оргил ХХК	УХШИГЗ	Тайваны арал	5.60	кг	300.00
2017	3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг*6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	2724693	Живэртгийн оргил ХХК	УХШИГЗ	Тайваны арал	5.60	кг	300.00
2017	3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг*6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	2724693	Живэртгийн оргил ХХК	УХШИГЗ	Тайваны арал	5.60	кг	300.00
2017	3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг*6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	2724693	Живэртгийн оргил ХХК	УХШИГЗ	Тайваны арал	5.60	кг	300.00
2017	3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг*6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	2724693	Живэртгийн оргил ХХК	УХШИГЗ	Тайваны арал	5.60	кг	300.00
2017	3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг*6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	2724693	Живэртгийн оргил ХХК	УХШИГЗ	Тайваны арал	5.60	кг	300.00
2017	3301	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil	өтгөн, шилэн савтай, савлагаа: 100гр, савтай жин: 460гр, дээжинд	6066623	Вэйд Монголиа ХХК	УХШИГЗ	БНСУ	2.30	кг	51.00
	Нийт								15719.8		97918.1

2018

он	код	барааны нэр	марк	зориулалт	регистр	ААН	гаалийн газар	хүлээн авагч улс	тоо	нэгж	үнэ, \$
2018	1211	Навч, чацарганы	Hippophae rhamnoides folia	нунтаглаж хатаасан, судалгаа шинжилгээний дээжинд	9096116	Хими, химийн технологийн хүрээлэн	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	Белорусс улс	0.26	кг	5.36
2018	1515	Тос, чацарганы	20150050, Sea Buckthorn Fruit Oil	100% цэвэр жимсний тос, савлагаа: 1т/х*120ш*50мл, 1т/х*80ш*50мл, хүнсний бүтээгдэхүүн, 0-5градусын хөргөлттэй тээвэрлэх	2733544	Цэсхайрхан ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	10.00	кг	1,200.00
2018	1515	Тос, чацарганы	20150050, Sea Buckthorn Fruit Oil	100% цэвэр жимсний тос, савлагаа: 1т/х*120ш*50мл, 1т/х*86ш*50мл, савтай жин- 107гр, хүнсний бүтээгдэхүүн, 0-5градусын хөргөлттэй тээвэрлэх	2733544	Цэсхайрхан ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	22.04	кг	1,236.00
2018	1515	Тос, чацарганы	20180601, Sea Buckthorn oil capsule	100% цэвэр жимсний тос, капсултай, савлагаа: 1ш*74гр, хүнсний бүтээгдэхүүн, 0-5градусын хөргөлттэй тээвэрлэх	2733544	Цэсхайрхан ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	0.74	кг	1.00
2018	1515	Тос, чацарганы	Sea Buckthorn Fruit Oil	100% цэвэр жимсний тос, савлагаа: 1т/х*120ш*50мл, 1т/х*80ш*50мл, савтай жин- 107гр, хүнсний бүтээгдэхүүн, 0-5градусын хөргөлттэй тээвэрлэх	2733544	Цэсхайрхан ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	21.40	кг	1,200.00
2018	1515	Тос, чацарганы	Sea Buckthorn Fruit Oil	№100, капсултай, 100% цэвэр жимсний тос, савлагаа: 2т/х*100ж/х, савтай жин- 103.5гр, хүнсний бүтээгдэхүүн, 0-5градусын хөргөлттэй тээвэрлэх	2733544	Цэсхайрхан ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	20.70	кг	1,200.00
2018	1515	Тос, чацарганы	Sea Buckthorn Fruit Oil	савлагаа:1ш*50 мл, савтай жин:107гр, хүнсний	2733544	Цэсхайрхан ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	16.05	кг	900.00

2018	1515	Тос, чацарганы	Sea Buckthorn Fruit Oil	савлагаа:1ш*50 мл, савтай жин:107гр, хүнсний	2733544	Цэсхайрхан ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	22.90	кг	1,284.00
2018	2308	Тэжээл, чацарганы үрний	Sea Buckthorn seed forage, 10kg	хуурай нунтаг, савалгаа-10кг, чацарганы үрийг хатааж нунтагласан, малын тэжээлийн	2817721	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Тайваны арал	10.00	кг	20.00
2018	2007	Нухаш, чацаргана жимсний	Sea buckturn puree, Өглөөний мэнд	гялгар ууттай, хэмжээ: 86,3гр, арилжааны	2817721	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Улс хоорондын шуудан илгээмжийн гаалийн газар	Тайваны арал	14.50	кг	62.16
2018	1515	Тос, чацарганы	Sea buckthorn Seed Oil, 15 L* 5, MNS 0783:2013	шингэн, савалгаа-15л* 5уут, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	2817721	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Тайваны арал	67.50	кг	7,875.00
2018	1515	Тос, чацарганы	Seaberry oil	хэмжээ: 250гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	21.00	кг	168.00
2018	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn pulp oil, 1L* 20	шингэн, хэмжээ- 1л* 20, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	2665441	Мах-Экспорт ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Тайваны арал	19.00	кг	600.00
2018	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn seed oil, 1L* 2	шингэн, хэмжээ- 1л* 2, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	2665441	Мах-Экспорт ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Тайваны арал	2.00	кг	80.00
2018	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn seed oil, 200L	шингэн, хэмжээ- 25л* 5 канистр, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	ХБНГУ	200.00	кг	18,687.99
2018	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn seed oil, 200L	шингэн, хэмжээ- 25л* 8 канистр, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	2724693	Живэртийн оргил ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	ХБНГУ	200.00	кг	18,254.41
2018	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil	шилтэй, 100% чацарганы, 1хайрцаг*8ш, 1ш*100мл, шилний жин*30гр, арилжааны	6317618	Ворлд Плас файв ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	1.04	кг	64.95
2018	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil	шилтэй, 100% чацарганы, 1хайрцаг*10ш, 1ш*50мл, шилний жин*15гр, арилжааны	6317618	Ворлд Плас файв ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	0.65	кг	40.60
2018	1515	Тос, чацарганы	Seabuckthorn oil	цэвэр чацарганы өтгөрүүлсэн, савалгаа:1*100мл, савтай жин:217гр, хүнсний	ТВ66111468	Даваасүрэнгийн Болормаа	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	52.08	кг	1,920.00
2018	1515	Тос, чацарганы	Sea buckthorn pulp Oil, 15 L* 20, MNS 0664:2015	шингэн, савалгаа-15л* 20 уут, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	2817721	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Тайваны арал	270.00	кг	2,100.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Juice sea buckthorn	1*480мл, өтгөрүүлсэн шүүс, шууд уух зориулалттай	ЦЖ81052661	Бат-Өлзийн Нямжав	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	38.40	литр	184.00

2018	2009	Шүүс, чацарганы	Sea buckthorn juice	хэмжээ: 2л*13ширхэг, 5л*2ширхэг, хүнсний	ХК67052319	Далхсүрэнгийн Эрдэнэбат	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	36.00	литр	110.16
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Sea buckthorn juice	1х*20ж/х*6ш*50мл, 100% чацарганы, хүнсний	5001234	Хамагмонгол хуралдай ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	6.00	литр	60.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Sea buckthorn juice	1х*10ш*1л, 100% чацарганы, хүнсний	5001234	Хамагмонгол хуралдай ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	10.00	литр	20.00
2018	2009	Өтгөрүүлсэн шүүс, чацарганы	Sea buckthorn thickened juice	1уут*25л, хүнсний	5001234	Хамагмонгол хуралдай ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	БНСУ	75.00	литр	75.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 500мл, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	90.00	литр	18.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	өтгөрүүлсэн, хуванцар савтай, 1хайрцаг*20ш, 1ш*500мл, савны жин: 30гр, арилжааны	5568927	Моносхүнс ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	800.00	литр	3,339.67
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230мл, савтай жин: 240гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	69.00	литр	30.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 360гр, үзэсгэлэнгийн	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	59.40	литр	82.50
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	14.95	литр	32.50
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230мл, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	57.90	литр	125.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	13.80	литр	30.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	13.80	литр	60.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	18.40	литр	80.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	25.30	литр	110.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	29.90	литр	130.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	41.40	литр	180.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	34.50	литр	15.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	63.25	литр	550.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	79.35	литр	690.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230мл, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	19.32	литр	42.00
2018	2009	Жүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	цэвэр чацарганы өтгөрүүлсэн, савалгаа:1*500гр, савтай жин:647гр, хүнсний	ТВ6611468	Даваасүрэнгийн Болормаа	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	170.00	литр	900.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabuckthorn juice	хэмжээ: 230мл, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	20.70	литр	45.00

2018	2009	Жүүс, чацарганы	Seabucktorn juice	цэвэр чацарганы өтгөрүүлсэн, савалгаа:120ш*480мл, 88ш*100мл, савтай жин:500гр,120гр, хүнсний	TB66111468	Даваасүрэнгийн Болормаа	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	66.40	литр	656.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabucktorn juice	хэмжээ: 230мл, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	20.70	литр	45.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabucktorn juice	хэмжээ: 230мл, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	27.60	литр	120.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Seabukcthorn juice	хэмжээ: 230гр, хүнсний	ЧР74101879	Бадамгаравын Отгонбаяр	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	230.00	литр	100.00
2018	2009	Жүүс, чацаргана жимсний	Seabukcthorn juice	хэмжээ: 1*70мл, найруулж уудаг, 100% чацаргана жимсийг шахаж гаргасан, хүнсний	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	22.40	литр	160.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Shar doctor	өтгөрүүлсэн, 1хайрцаг*20ш, 1ш*480мл, савны жин: 30гр, арилжааны	6213103	Зэндий трейд ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	288.00	литр	1,138.52
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Shar doctor	өтгөрүүлсэн, сахаргүй, 1хайрцаг*20ш, 1ш*480мл, савны жин: 30гр, арилжааны	6213103	Зэндий трейд ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	192.00	литр	834.92
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Shar doctor	агууламж-100%, 1хайрцаг*20ш*480мл, савтай жин-550гр, хүнсний	6213103	Зэндий трейд ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	96.00	литр	407.25
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Shar doctor sugar free	агууламж-100%, сахаргүй, 1хайрцаг*20ш*480мл, савтай жин-550гр, хүнсний	6213103	Зэндий трейд ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	БНХАУ	96.00	литр	447.97
2018	2009	Шүүс, чацарганы	seabucktorn juice	хэмжээ: 230гр, худалдааны	5682762	Тобамаркет ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	АНУ	240.00	литр	240.00
2018	2009	Зөв аарцны ундаа, чацаргантай	Зөв	хүнсний:, 1 хайрцаг *25 ш*1 л	4063589	Дэвшилт-Ану Хязгаарлагдмал хариуцлагатай компани	Ховд аймгийн Булган дахь гаалийн газар	БНХАУ	1,600.00	литр	4,800.00
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Шар Доктор	усанд найруулдаг, чацарганы өтгөрүүлсэн, сахартай, 1хайрцаг*20ш, 1ш*40мл, арилжааны	6317618	Ворлд Плас файв ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	1.60	литр	8.12
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Шар Доктор	усанд найруулдаг, хуванцар савлагаатай, сахаргүй, 1хайрцаг*20ш, 1ш*0.48л, арилжааны	6317618	Ворлд Плас файв ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	9.60	литр	44.66
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Шар Доктор	усанд найруулдаг, хуванцар савлагаатай, чацарганы өтгөрүүлсэн,	6317618	Ворлд Плас файв ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	19.20	литр	81.19

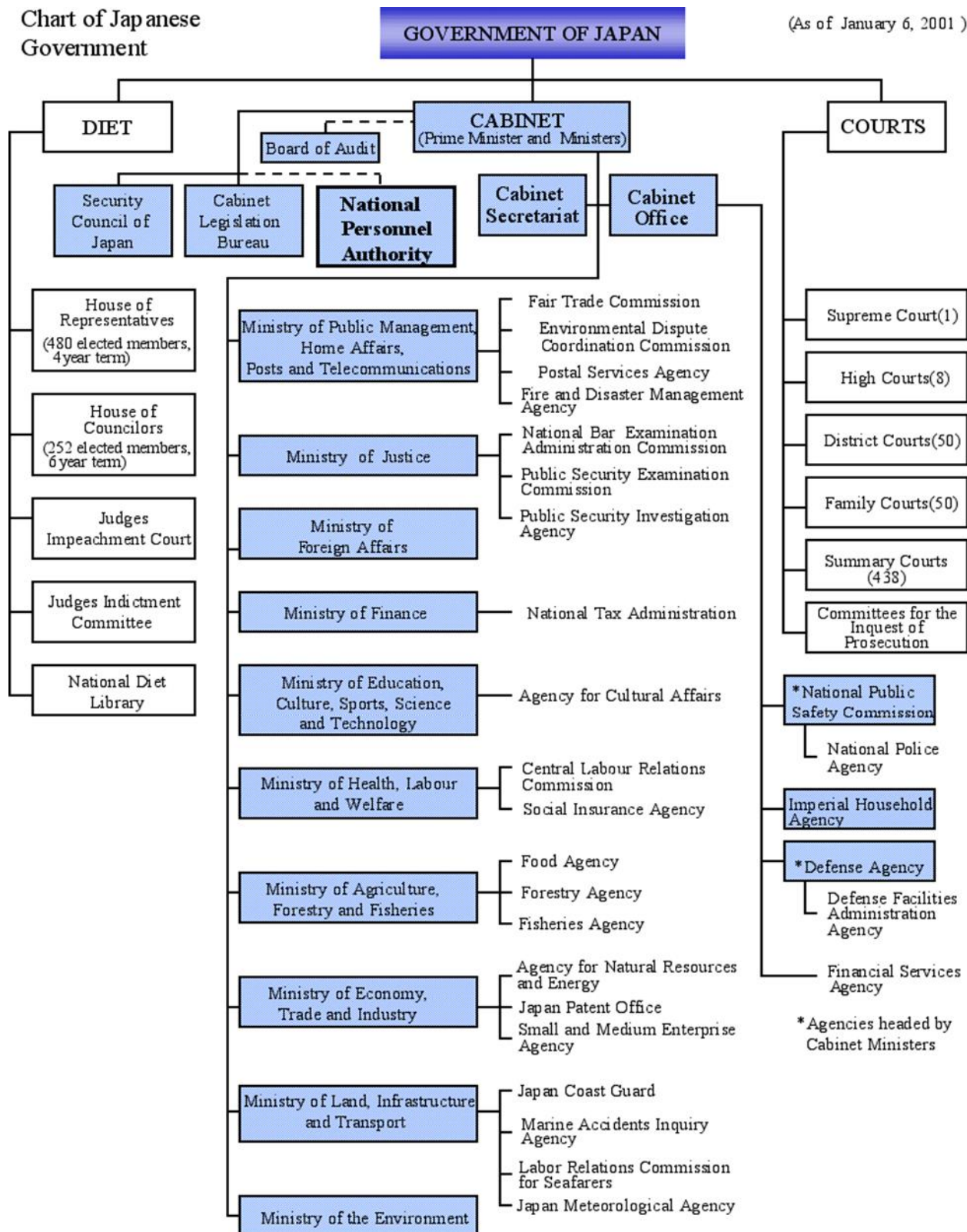
				сахартай, 1хайрцаг*20ш, 1ш*0.48л, арилжааны							
2018	2009	Шүүс, чацарганы	Шар Доктор	усанд найруулдаг, шилтэй, сахаргүй, 100% чацарганы, 1хайрцаг*10ш, 1ш*0.75л, шилний жин*225гр, арилжааны	6317618	Ворлд Плас файв ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	7.50	литр	60.89
2018	2106	Сироп, чацаргана жимсний	Sea Buckthorn Yellow Powder	хуурай, усанд найруулдаг, савлагаа: 0.979кг	5938732	БОЖСС косметик ХХК	УХШИГЗ	БНСУ	0.98	кг	9.79
2018	2106	Бэлдмэл, чацаргана жимсний	Seaberry juice powder	3 хайрцаг*8уут/1кг, 1хайрцаг*9 уут/1кг, хатааж нунтагаж боловсруулсан, найруулж уух/дархлаа дэмжих	6175406	Голд кинг бери ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	33.00	кг	1,158.45
2018	2106	Бэлдмэл, чацаргана жимсний	Seaberry fruit juice powder MNS 0684- 1:2012	1уут*1кг, хатааж нунтагласан, найруулж уух/дархлаа дэмжих	6175406	Голд кинг бери ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Япон Улс	5.00	кг	182.72
2018	2106	Сироп, чацарганы	Seabuckthorn Concentrated Syrup 500 ml	сахранд өтгөрүүлсэн, 1 хайрцаг х 10 ш х 500 мл, сав-120 гр, захиалсан тоног төхөөрөмж дээр туршилт хийх зорилготой	2577127	ГБТ трейдинг ХХК	Улаанбаатар дахь гаалийн газар	Нидерланд	6.20	кг	20.42
2018	2202	Шүүс, чацаргана жимсний	Sea buckthorn Juice	шингэн, савлагаа: 0.75л, шилэн савтай, дээжинд	2724663	Живэртийн оргил ххк	УХШИГЗ	Япон Улс	4.50	литр	18.00
2018	2202	Ундаа, чацарганы	Shar doctor	хуванцар савтай, 1хайрцаг*20ш, 1ш*480мл, савны жин: 30гр, арилжааны	6213103	Зэндий трейд ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	480.00	литр	645.16
2018	2202	Ундаа, чацарганы	Shar doctor	хуванцар савтай, 1хайрцаг*20ш, 1ш*280мл, савны жин: 20гр, арилжааны	6213103	Зэндий трейд ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	280.00	литр	379.51
2018	2202	Шүүс, чацарганы	Шар Доктор	хуванцар савлагаатай, 1хайрцаг*20ш, 1ш*0.28л, шууд уухад тохиромжтой, арилжааны	6317618	Ворлд Плас файв ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	28.00	литр	40.60
2018	2202	Шүүс, чацарганы	Шар Доктор	шилтэй, 1хайрцаг*1багц, 1багц*6ш, 1ш*0.33л, шилний жин*99гр, шууд уухад тохиромжтой, арилжааны	6317618	Ворлд Плас файв ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	19.80	литр	73.07

2018	2202	Шүүс, чацарганы	Шар Доктор	шилтэй, 1хайрцаг*10ш, 1ш*0.75л, шилний жин: 225гр, шууд уухад тохиромжтой, арилжааны	6317618	Ворлд Плас файв ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	22.50	литр	121.79
2018	2202	Шүүс, чацарганы	Шар Доктор	шилтэй, 1хайрцаг*20ш, 1ш*0.33л, шилний жин: 99гр, шууд уухад тохиромжтой, арилжааны	6317618	Ворлд Плас файв ХХК	Замын -Үүд дэх гаалийн газар	БНХАУ	26.40	литр	97.43
2018	1515	Тос, чацарганы	Sea buckthorn pulp Oil, 15 L* 22, MNS 0664:2015	шингэн, савалгаа-15л* 22 уут, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	2817721	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Буянт-Ухаа дахь гаалийн газар	Тайваны арал	297.00	кг	23,100.00
2018	3004	Тос, чацаргана жимсний	Sea Buckthorn Peel Oil	өтгөн, чацаргана жимсний хальснаас гаргаж авсан, савлагаа: 0.505кг	5938732	БОЖСС косметик ХХК	УХШИГЗ	БНСУ	0.51	кг	15.15
2018	3004	Тос, чацаргана жимсний	Sea Buckthorn Seed Oil	өтгөн, чацаргана жимсний үрнээс гаргаж авсан, савлагаа: 0.573кг	5938732	БОЖСС косметик ХХК	УХШИГЗ	БНСУ	0.57	кг	17.19
2018	3301	Тос, чацаргананы	Seabuckthorn pulp oil	хэмжээ:1лааз*16л, савны жин:500гр, дархлаа сайжуулах	6083129	Гарааны дерма лаб ХХК	УХШИГЗ	БНСУ	66.00	кг	1,920.00
	Нийт								6945.6874		100752.1

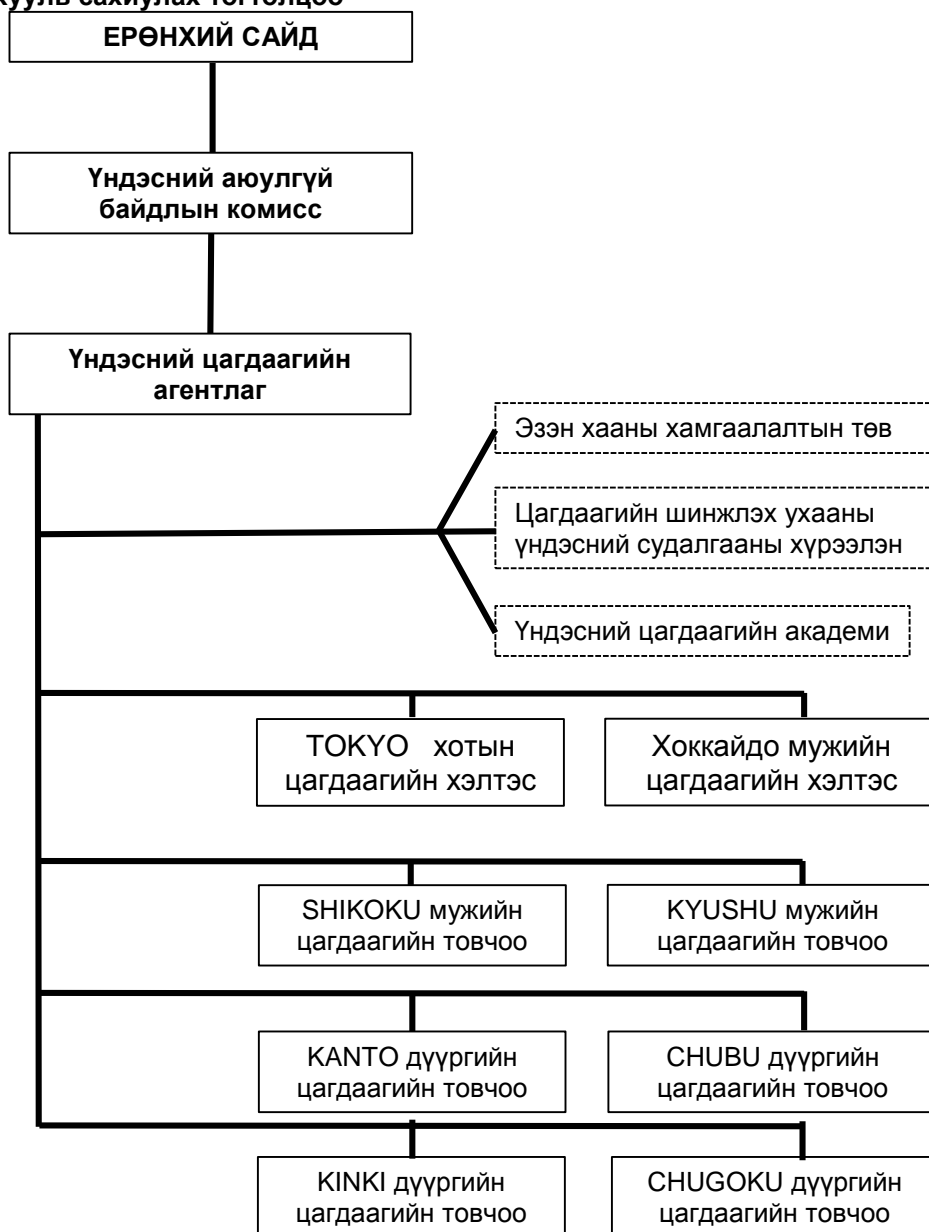
Япон улсын Засгийн газрын бүтэц

Chart of Japanese Government

(As of January 6, 2001)



Япон улсын хууль сахиулах тогтолцоо



Эх үүсвэр: Үндэсний боловсон хүчний агентлаг, 2010

Япон улсад Импортоор орж ирэх хүнсний бүтээгдэхүүнд хяналт шинжилгээ хийх газар

№	Итгэлэмжлэгдсэн хорио цээрийн байгууллага	Хаяг	Утас	Факс	Хамаатай бүс нутаг
1	Отару	〒047-0007 小樽市港町5-2 小樽地方合同庁舎1階	0134-32-4304	0134-25-6069	Хоккайдо (Нью читоза олон улсын онгоцны буудлаас бусад)
2	Сендай	〒985-0011 宮城県塩釜市貞山通以3-4-1 塩釜港湾合同庁舎2階	022-367-8102	022-362-3300	Аомори, Акита, Ямагата, Мияги (Сендай нисэх онгоцны буудал орохгүй)

3	Нарита	〒282-0021 千葉県成田市駒井野字天並野2159 成田空港合同庁舎2階	0476-32-6741 0476-32-6728	0476-32-6742 0476-32-6720	Нарита, эргэн тойрны жижиг хотууд
4	Токёо	〒135-0064 東京都江東区青海2-7-11 東京港湾合同庁舎8階	03-3599-1520 03-3599-1519	03-5530-2153 03-6891-2153	Ибараки, Токёо, Сайтама, Яманаши
5	Ёкохама	〒231-0002 横浜市中区海岸通1-1 横浜第二港湾合同庁舎	045-201-0505	045-212-0640	Канагава
6	Нийгата	〒950-0072 新潟市中央区竜が島1-5-4 新潟港湾合同庁舎2階	025-244-4405	025-241-7404	Нийгата
7	Нагояа	〒455-0045 名古屋市港区築地町11-1	052-661-4133 052-661-4132	052-655-1808	Чубу нисэх онгоцны буудлаас бусад
8	Осака	〒552-0021 大阪市港区築港4-10-3 大阪港湾合同庁舎5階	06-6571-3523 06-6571-3554	06-6571-3625 06-6571-3604	Фүкүй, Киото, Нара, Шига
9	Кансай	〒549-0021 大阪府泉南市泉州空港南1番地 関西空港地方合同庁舎	072-455-1290 072-455-1295	072-455-1292	Кансай олон улсын нисэх онгоцны буудлаас бусад
10	Кобе	〒652-0866 神戸市兵庫区遠矢浜町1-1	078-672-9655	078-672-9662	Кобе, Токүшима, Окаяма
11	Хирошима	〒734-0011 広島市南区宇品海岸3-10-17 広島港湾合同庁舎3階	082-255-1379	082-254-4984	Хирошимагийн онгоцны буудал хамрагдахгүй, Кочи хот
12	Фукуока	〒812-0031 福岡市博多区沖浜町8-1 福岡港湾合同庁舎3階	092-271-5873	092-271-5876	Фүкүока(онгоцны буудлаас бусад), Сага, Нагасаки, Кямото, Оита
13	Наха (Окинава)	〒900-0001 沖縄県那覇市港町2-11-1 那覇港湾合同庁舎2階	098-868-4519	098-861-7077	Окинава муж (Наха онгоцны буудлаас бусад хэсэг)

Эх үүсвэр: Япон улсын үндэсний боловсон хүчний агентлаг, 2001


Япон улс руу экспортолсон чацарганы гаралтай бүтээгдэхүүн

Он	код	барааны нэр	Гаалийн татвар %	Зориулалт	Тээвэр	тоо	Нэгж	үнэ, \$	Нэгжийн үнэ, \$
2014	1515	Тос, чацарганы	14	дээжний, агууламж: 100, худалдааны	Агаар	192ш	50мл	1968.00	10.25
	2009	Жүүс, чацарганы	23, 29.3	тетрапак савалгаатай, 1хайрцаг*12ш*1л, дээжинд	Агаар	48ш	литр	48.00	1
	2009	Жүүс, чацарганы	23, 29.3	50лаазтай, 1лааз нь*18литр, худалдааны	Агаар	900	литр	6.030.00	6.7
2015	604	Навч, чацарганы		нунтаг, 1уут*90гр, шинжилгээний дээжинд	Агаар	0.09	кг	10.37	10.37
	1515	Тос, чацарганы	14	капсултай, 1сав*65гр, шинжилгээний дээжинд	Агаар	0.07	кг	15.29	15.29
	2009	Шүүс, чацарганы	23, 29.3	1*250мл, 25%-чацаргана, дээжийг шинжлүүлэх	Агаар	252	литр	1.00	
	2009	Шүүс, чацарганы	23, 29.3	1пакет*(250мл*24шир)*13, 20%-чацаргана, хуванцар савалгаатай, дээжийг шинжлүүлэх, гоё брендийн	Агаар	78	литр	106.44	1.35
	2009	Шүүс, чацарганы	23, 29.3	1*18л, лаазтай, нийт: 55 лааз, худалдааны	Агаар	990	литр	6,271.20	6.33
	3301	Тос, чацарганы	14	өтгөрүүлсэн, 50мл*58ш шилтэй, 1*9л лаазтай, худалдааны	Агаар	14	кг	1,725.00	123.22
2016	2009	Шүүс, чацаргана жимсны	23, 29.3	хэмжээ-1*100мл, 100% чацаргана, үзэсгэлэнд	Агаар	50	литр	725.00	14.5
	2009	Шүүс, чацаргана жимсны	23, 29.3	1хайрцаг * 24ш * 250мл,шилний жин-105р, хүнсний	Агаар	4800	литр	7,844.98	1.63
	2009	Шүүс, чацаргана жимсны	23, 29.3	1хайрцаг*24ш, 1*250мл, савны жин: 54гр, хүнсний, худалдааны	Агаар	360	литр	2,339.64	6.49
	2009	Шүүс, чацаргана жимсны	23, 29.3	1хайрцаг*12ш, 1*250мл, савны жин: 58гр, хүнсний, дээжинд	Агаар	900	литр	1,152.00	1.28
	2106	Сироп, чацаргана жимсны		нунтаг хуурай, савалгаа-3.3кг* 2уут, 1.8кг* 1уут, 100%- цэвэр жимсний шүүсийг хатааж хуурайшуулж гаргасан, хүнсний	Агаар	8.4	кг	100.00	11.9
2017	1515	Тос, чацарганы	-	100% цэвэр жимсний тос, савлагаа: 1*50мл, савтай жин- 50гр, хүнсний бүтээгдэхүүн	Агаар	10	кг	1200.00	120
	1515	Тос, чацарганы	-	хэмжээ: 1 хайрцаг*120ш*50 мл, хүнсний	Агаар	6	кг	720	120
	1515	Тос, чацарганы	-	хэмжээ: 1 хайрцаг*100ш*50 мл, гоо сайхны, шилны жин: 55 гр	Агаар	21	кг	1,057.73	50.37
	2009	Шүүс, чацаргана	23, 29.3	шингэн, хэмжээ- 25л, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, олон улсын зорчигч худалдааны	Агаар	25	литр	102.00	4.08

	2009	Жүүс, чацарганы	23, 29.3	дээж, хэмжээ: 100мл, 1т/х*20ж/х*6ширхэг, хүнсний	Агаар	12	литр	174.00	14.5
	2009	Шүүс, чацаргана жимсний	23, 29.3	хэмжээ: 0.25литр, савны жин: 188гр, 1т/х*100ширхэг, хольцгүй цэвэр	Агаар	125	литр	1000.00	8
	2009	Шүүс, чацарганы	23, 29.3	савлагаа: 1ш*250мл, савтай жин: 273гр, 1 хайр*24ш, хүнсний	Агаар	45.9	литр	58.80	1.28
	2009	Шүүс, чацарганы	23, 29.3	савлагаа: 1ш*250мл, савтай жин: 273гр, 1хайр*24ш, хүнсний	Агаар	45.9	литр	58.80	1.28
	2204	Дарс, чацарганы		хатуулагтай 11%, 750мл, 1хайцаг*12шилтэй	Агаар	180	литр	1440.00	8
2018	1515	Тос, чацарганы	-	100% цэвэр жимсний тос, савлагаа: 1т/х*120ш*50мл, 1т/х*80ш*50мл, хүнсний бүтээгдэхүүн, 0-5градусын хөргөлттэй тээвэрлэх	Агаар	10	кг	1200.00	120
	1515	Тос, чацарганы	-	100% цэвэр жимсний тос, савлагаа: 1т/х*120ш*50мл, 1т/х*86ш*50мл, савтай жин- 107гр, хүнсний бүтээгдэхүүн, 0-5градусын хөргөлттэй тээвэрлэх	Агаар	22.1	кг	1236.00	55.9
	1515	Тос, чацарганы	-	100% цэвэр жимсний тос, капсултай, савлагаа: 1ш*74гр, хүнсний бүтээгдэхүүн, 0-5градусын хөргөлттэй тээвэрлэх	Агаар	0.74	кг	1.00	1.00
	1515	Тос, чацарганы	-		Агаар	21.4	кг	1200.00	56.04
	1515	Тос, чацарганы	-	№100, капсултай, 100% цэвэр жимсний тос, савлагаа: 2т/х*100ж/х, савтай жин- 103.5гр, хүнсний бүтээгдэхүүн, 0- 5градусын хөргөлттэй тээвэрлэх	Агаар	20.1	кг	1200.00	59.7
	1515	Тос, чацарганы	-	савлагаа:1ш*50 мл, савтай жин:107гр, хүнсний	Агаар	16.1	кг	900.00	55.9
	1515	Тос, чацарганы	-	савлагаа:1ш*50 мл, савтай жин:107гр, хүнсний	Агаар	22.9	кг	1284.00	56.1
	2009	Шүүс, чацарганы	23, 29.3	1*480мл, өтгөрүүлсэн шүүс, шууд уух зориулалттай	Агаар	38.4	литр	184.00	4.79
	2106	Бэлдмэл, чацаргана жимсний		3 хайрцаг*8уут/1кг, 1хайрцаг*9 уут/1кг, хатааж нунтагаж боловсруулсан, найруулж уух/дархлаа дэмжих	Агаар	33	кг	1,158.45	35.1
	2106	Бэлдмэл, чацаргана жимсний		3 хайрцаг*8уут/1кг, 1хайрцаг*9 уут/1кг, хатааж нунтагаж боловсруулсан, найруулж уух/дархлаа дэмжих	Агаар	5	кг	182.72	36.5
	2009	Шүүс, чацарганы	23, 29.3	хэмжээ: 2л*13ширхэг, 5л*2ширхэг, хүнсний	Агаар	36	литр	110.2	3.1




Эх үүсвэр: Монгол Улсын Гаалийн Статистик Мэдээлэл

Япон улс руу ачаа тээвэрлэдэг компаний танилцуулга




КАРГОЛИНК ХХК
ОНГОЦНЫ ТИЙЗ - АГААРЫН АЧАА ТЭЭВЭР

TSOGT.Bud
Senior Sales Manager


Mobile: +976 85 100 300 available on:   


House #34, United Nations Street, Baga toiruu,
Sukhbaatar district, 6th khoroo, Ulaanbaatar 14201 | Mongolia
Air*cargo*line: +976-75-100-300 | 93-100-900

CGO GSSA of




AEROFLOT
Russian Airlines





AIR CHINA CARGO

Agent of



aramex
delivery unlimited

CARRIER	DEST	MIN	N	45≤	100≤	500≤	1000≤	FSC	SCC	FEC
OM	NRT	\$110.00	\$8.80	\$2.80	\$2.50	\$2.30	\$2.00		INCLUDED	
AIRLINE SURCHARGE		\$35.00								

Хавсралт 3.3.1.

Хүнсний бүтээгдэхүүний хаяг, шошго

[Example of labeling for processed foods for general consumers]

名称	烏龍茶
原材料名	半発酵茶
内容量	300g
賞味期限	2017.3
保存方法	高温多湿を避けて、保存してください
原産国名	中国
輸入者	〇〇株式会社 東京都豊島区〇〇町3-1-3

(Note) Font size should be 8 point or larger in principle.

[Example of labeling for nutrients]

栄養成分表示	
1包装（2個）当たり	
熱量	483kcal
たんぱく質	17.2g
脂質	22.7g
炭水化物	52.0g
食塩相当量	3.6g

Хавсралт 3.3.2.

Спирт агуулсан бүтээгдэхүүний хаяг, шошго

Example of Labeling

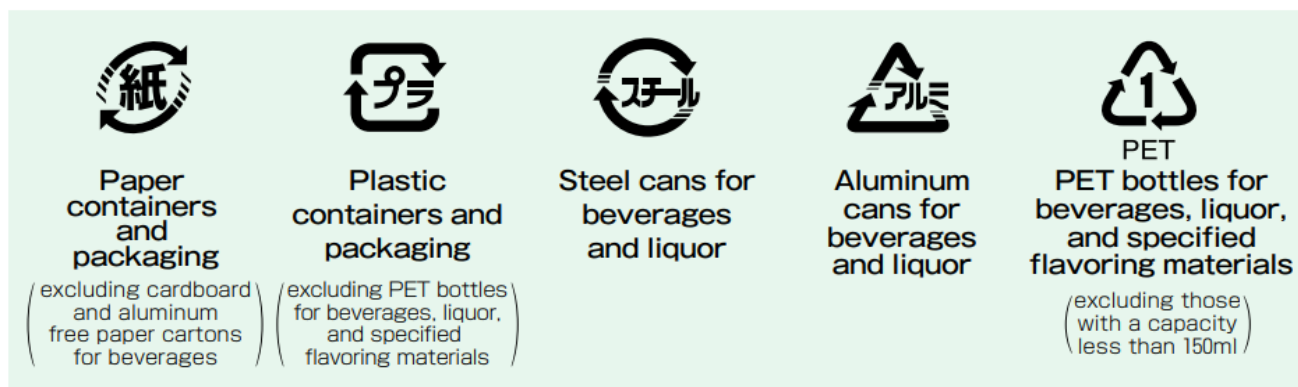
Labeling of Wine

品目	果実酒
添加物	酸化防止剤(亜硫酸塩)
アルコール分	13度
内容量	750ml
原産国	フランス
輸入者及び引取先	株式会社〇〇 東京都港区〇〇町3-1-3
未成年者の飲酒は法律で禁止されています	

Labeling of Whiskey

品目	ウイスキー
原材料名	モルト、グレーン
アルコール分	43度
内容量	750ml
原産地名	スコットランド
輸入者	〇〇株式会社 東京都新宿区〇〇町〇—〇
引取先	横浜市中区〇〇町〇—〇
飲酒は、20歳になってから。	

Бүх төрлийн бүтээгдэхүүнээс гарах сав баглаа боодлын ард заавал таних тэмдэгтэй байна.



Эх үүсвэр: "Guide to Food Import" hand book, Japan

Япон улсын чацарганы боловсруулах үйлдвэрийн судалгаанд оролцогчдын жагсаалт

№	Оролцогчдын нэрс	Албан тушаал	Компаний нэр	Холбоо барих хаяг
1	Ичикава Ямамура	Менежер	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
2	Ватанабэ Нарухито	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
3	Кигучи Вакоү	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
4	Мами Ёнизава	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
5	Юкики Мори	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
6	Акахиро Шимажи	Төлөөлөгч	Kagome Co., Ltd.	3-14-15, Nishiki, Naka-ku, Nagoya, Aichi 460-0003, Japan, Утас: +81-52-951-3571
7	Инабэ Юкако	Борлуулагч	Kagome Co., Ltd.	3-14-15, Nishiki, Naka-ku, Nagoya, Aichi 460-0003, Japan, Утас: +81-52-951-3571
8	Ёшими Юкако	Төлөөлөгч	Kagome Co., Ltd.	3-14-15, Nishiki, Naka-ku, Nagoya, Aichi 460-0003, Japan, Утас: +81-52-951-3571
9	Танака Казунори	Төлөөлөгч	Kagome Co., Ltd.	3-14-15, Nishiki, Naka-ku, Nagoya, Aichi 460-0003, Japan, Утас: +81-52-951-3571
10	Күмико Маки	Борлуулагч	Kagome Co., Ltd.	3-14-15, Nishiki, Naka-ku, Nagoya, Aichi 460-0003, Japan, Утас: +81-52-951-3571
11	Мао Сүгихара	Борлуулагч	Шиноне алимны ферм	213-3 Shōwa, Kitami, Hokkaido 090-0002, Japan, Утас/факс: +81 157-25-5502
12	Мари Суяма	Борлуулагч	Шиноне алимны ферм	213-3 Shōwa, Kitami, Hokkaido 090-0002, Japan,
13	Нишигүчи Мая	Борлуулагч	Шиноне алимны ферм	Утас/факс: +81 157-25-5502
14	Мидори Кодаваки	Борлуулагч	Шиноне алимны ферм	213-3 Shōwa, Kitami, Hokkaido 090-0002, Japan,
15	Мика Ухасаки	Борлуулагч	Шиноне алимны ферм	Утас/факс: +81 157-25-5502

16	Нана Асада	Борлуулагч	Shiseido Co., Ltd.	Shiseido Co., Ltd, Tokyo Prefecture, Minato-ku 7-5-5, Ginza, Japan, Утас: +81-3-3572-5111
17	Рюё Такигучи	Борлуулагч	Shiseido Co., Ltd.	Shiseido Co., Ltd, Tokyo Prefecture, Minato-ku 7-5-5, Ginza, Japan, Утас: +81-3-3572-5111
18	Сэизи Отокава	Борлуулагч	Shiseido Co., Ltd.	Shiseido Co., Ltd, Tokyo Prefecture, Minato-ku 7-5-5, Ginza, Japan, Утас: +81-3-3572-5111
19	Шихо Кобояши	Борлуулагч	Shiseido Co., Ltd.	Shiseido Co., Ltd, Tokyo Prefecture, Minato-ku 7-5-5, Ginza, Japan, Утас: +81-3-3572-5111
20	Шёичи Сато	Борлуулагч	Shiseido Co., Ltd.	Shiseido Co., Ltd, Tokyo Prefecture, Minato-ku 7-5-5, Ginza, Japan, Утас: +81-3-3572-5111
21	Такахиро Мурикава	Ахлах борлуулагч	JA Group /ZEN-NOH/	JA Bldg., 1-3-1 Otemachi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-6832, Утас: +86-10-6590-8531,
22	Тэито Кувабара	Борлуулагч	JA Group /ZEN-NOH/	JA Bldg., 1-3-1 Otemachi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-6832, Утас: +86-10-6590-8531,
23	Ёшиэ Сугахара	Борлуулагч	JA Group /ZEN-NOH/	JA Bldg., 1-3-1 Otemachi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-6832, Утас: +86-10-6590-8531,
24	Ёшикацу Ватанабэ	Борлуулагч	JA Group /ZEN-NOH/	JA Bldg., 1-3-1 Otemachi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-6832, Утас: +86-10-6590-8531,
25	Аюми Ёшино	Борлуулагч	JA Group /ZEN-NOH/	JA Bldg., 1-3-1 Otemachi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-6832, Утас: +86-10-6590-8531,

Хавсралт 3.4.2.

Япон улсын чацарганы бөөний худалдаа эрхлэгч компаний судалгаанд оролцогчдын жагсаалт

№	Оролцогчдын нэрс	Албан тушаал	Компаний нэр	Холбоо барих хаяг
1	Юта Коно	Борлуулагч	Meiji Food Materia Co.,Ltd	2-1, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8306, Japan, Утас: 81 3 5665 1850, Факс: 81 3 5665 1854,
2	Аракава Юуи	Борлуулагч	Meiji Food Materia Co.,Ltd	2-1, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8306, Japan, Утас: 81 3 5665 1850, Факс: 81 3 5665 1854,
3	Ёшими Мизутанай	Борлуулагч	Meiji Food Materia Co.,Ltd	2-1, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8306, Japan, Утас: 81 3 5665 1850, Факс: 81 3 5665 1854,
4	Кенжи Ямада	Борлуулагч	Meiji Food Materia Co.,Ltd	2-1, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8306, Japan, Утас: 81 3 5665 1850, Факс: 81 3 5665 1854,
5	Акари Сугимура	Борлуулагч	Meiji Food Materia Co.,Ltd	2-1, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8306, Japan, Утас: 81 3 5665 1850, Факс: 81 3 5665 1854,
6	Гото Акико	Борлуулагч	Meiji Food Materia Co.,Ltd	2-1, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8306, Japan, Утас: 81 3 5665 1850, Факс: 81 3 5665 1854,
7	Аяакко Мицүхаши	Борлуулагч	Meiji Food Materia Co.,Ltd	2-1, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8306, Japan, Утас: 81 3 5665 1850, Факс: 81 3 5665 1854,
8	Чихару Нанами	Борлуулагч	Meiji Food Materia Co.,Ltd	2-1, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8306, Japan, Утас: 81 3 5665 1850, Факс: 81 3 5665 1854,

9	Даишихи Ямака	Борлуулагч	Meiji Food Materia Co.,Ltd	2-1, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8306, Japan, Утас: 81 3 5665 1850, Факс: 81 3 5665 1854,
10	Эриза Ямада	Борлуулагч	Meiji Food Materia Co.,Ltd	2-1, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104-8306, Japan, Утас: 81 3 5665 1850, Факс: 81 3 5665 1854,
11	Пүмия Кигүчи	Борлуулагч	KAO Corporation	Kao Corporation, Tokyo Prefecture, 1-14-10 Nihonbashi Kayabacho, 103-8210, Japan, Утас: +81-03-3660-7111
12	Хироки Такано	Борлуулагч	KAO Corporation	Kao Corporation, Tokyo Prefecture, 1-14-10 Nihonbashi Kayabacho, 103-8210, Japan, Утас: +81-03-3660-7111
13	Каито Сатоү	Борлуулагч	KAO Corporation	Kao Corporation, Tokyo Prefecture, 1-14-10 Nihonbashi Kayabacho, 103-8210, Japan, Утас: +81-03-3660-7111
14	Кана Шибата	Борлуулагч	KAO Corporation	Kao Corporation, Tokyo Prefecture, 1-14-10 Nihonbashi Kayabacho, 103-8210, Japan, Утас: +81-03-3660-7111
15	Рида Кацүя	Борлуулагч	KAO Corporation	Kao Corporation, Tokyo Prefecture, 1-14-10 Nihonbashi Kayabacho, 103-8210, Japan, Утас: +81-03-3660-7111
16	Кавамура рина	Борлуулагч	KAO Corporation	Kao Corporation, Tokyo Prefecture, 1-14-10 Nihonbashi Kayabacho, 103-8210, Japan, Утас: +81-03-3660-7111
17	Катоү Казүхико	Борлуулагч	KAO Corporation	Kao Corporation, Tokyo Prefecture, 1-14-10 Nihonbashi Kayabacho, 103-8210, Japan, Утас: +81-03-3660-7111
18	Сузуки Казуши	Борлуулагч	KAO Corporation	Kao Corporation, Tokyo Prefecture, 1-14-10 Nihonbashi Kayabacho, 103-8210, Japan, Утас: +81-03-3660-7111
19	Энсүки Такүя	Борлуулагч	KAO Corporation	Kao Corporation, Tokyo Prefecture, 1-14-10 Nihonbashi Kayabacho, 103-8210, Japan, Утас: +81-03-3660-7111
20	Кэнта Исака	Борлуулагч	KAO Corporation	Kao Corporation, Tokyo Prefecture, 1-14-10 Nihonbashi Kayabacho, 103-8210, Japan, Утас: +81-03-3660-7111
21	Кимура Кэнтаро	Борлуулагч	Marche-Marche Co., Ltd.	ShinOsaka Daiichiseimei bldg 10F 3-5-24 Miyahara, Yodogawa-ku Osaka, Japan
22	Киато Абэ	Борлуулагч	Marche-Marche Co., Ltd.	ShinOsaka Daiichiseimei bldg 10F 3-5-24 Miyahara, Yodogawa-ku Osaka, Japan
23	Охэи Ямада	Борлуулагч	Marche-Marche Co., Ltd.	ShinOsaka Daiichiseimei bldg 10F 3-5-24 Miyahara, Yodogawa-ku Osaka, Japan
24	Мана Эбия	Борлуулагч	Marche-Marche Co., Ltd.	ShinOsaka Daiichiseimei bldg 10F 3-5-24 Miyahara, Yodogawa-ku Osaka, Japan
25	Катоү Мария	Борлуулагч	Marche-Marche Co., Ltd.	ShinOsaka Daiichiseimei bldg 10F 3-5-24 Miyahara, Yodogawa-ku Osaka, Japan
26	Асакацү Цүкао	Борлуулагч	Marche-Marche Co., Ltd.	ShinOsaka Daiichiseimei bldg 10F 3-5-24 Miyahara, Yodogawa-ku Osaka, Japan
27	Масаки Ямашита	Борлуулагч	Marche-Marche Co., Ltd.	ShinOsaka Daiichiseimei bldg 10F 3-5-24 Miyahara, Yodogawa-ku Osaka, Japan
28	Кавашима Масото	Борлуулагч	Marche-Marche Co., Ltd.	ShinOsaka Daiichiseimei bldg 10F 3-5-24 Miyahara, Yodogawa-ku Osaka, Japan

29	Иса Пүкүши	Борлуулагч	Marche-Marche Co., Ltd.	ShinOsaka Daiichiseimei bldg 10F 3-5-24 Miyahara, Yodogawa-ku Osaka, Japan
30	Огата Шижироу	Борлуулагч	Marche-Marche Co., Ltd.	ShinOsaka Daiichiseimei bldg 10F 3-5-24 Miyahara, Yodogawa-ku Osaka, Japan
31	Рика Кавамура	Борлуулагч	KOSÉ Corporation	KOSÉ Corporation, Tokyo Prefecture, 3-6-2 Nihonbashi, Chuo-Ku, 103-8251, Japan, Утас: +81-3-3278-5121,
32	Руна Сатоу	Борлуулагч	KOSÉ Corporation	KOSÉ Corporation, Tokyo Prefecture, 3-6-2 Nihonbashi, Chuo-Ku, 103-8251, Japan, Утас: +81-3-3278-5121,
33	Аканэ Катоу	Борлуулагч	KOSÉ Corporation	KOSÉ Corporation, Tokyo Prefecture, 3-6-2 Nihonbashi, Chuo-Ku, 103-8251, Japan, Утас: +81-3-3278-5121,
34	Пүкай Кахиро	Борлуулагч	KOSÉ Corporation	KOSÉ Corporation, Tokyo Prefecture, 3-6-2 Nihonbashi, Chuo-Ku, 103-8251, Japan, Утас: +81-3-3278-5121,
35	Акира Акаши	Борлуулагч	KOSÉ Corporation	KOSÉ Corporation, Tokyo Prefecture, 3-6-2 Nihonbashi, Chuo-Ku, 103-8251, Japan, Утас: +81-3-3278-5121,
36	Аои Ёкота	Борлуулагч	KOSÉ Corporation	KOSÉ Corporation, Tokyo Prefecture, 3-6-2 Nihonbashi, Chuo-Ku, 103-8251, Japan, Утас: +81-3-3278-5121,
37	Даисүки Кавасаки	Борлуулагч	KOSÉ Corporation	KOSÉ Corporation, Tokyo Prefecture, 3-6-2 Nihonbashi, Chuo-Ku, 103-8251, Japan, Утас: +81-3-3278-5121,
38	Эмико Ота	Борлуулагч	KOSÉ Corporation	KOSÉ Corporation, Tokyo Prefecture, 3-6-2 Nihonbashi, Chuo-Ku, 103-8251, Japan, Утас: +81-3-3278-5121,
39	Секито Эрика	Менежер	KOSÉ Corporation	KOSÉ Corporation, Tokyo Prefecture, 3-6-2 Nihonbashi, Chuo-Ku, 103-8251, Japan, Утас: +81-3-3278-5121,
40	Эрүэ Пүжи	Борлуулагч	KOSÉ Corporation	KOSÉ Corporation, Tokyo Prefecture, 3-6-2 Nihonbashi, Chuo-Ku, 103-8251, Japan, Утас: +81-3-3278-5121,
41	Эцүко Сүда	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
42	Тэрао Пүмихико	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
43	Пүмио Маса	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
44	Хара Юта	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
45	Ватанабэ Харүка	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
46	Ацүми Нобүта	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
47	Хаято Кигүчи	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
48	Идэки Ямада	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,

49	Хироми Сасаки	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,
50	Икүхиро Сүзүки	Борлуулагч	Forest-Berry Farm Co.Ltd	北海道勇払郡むかわ町穂別8番地12 Утас: 0144-36-3469, 0145-45-2725, Факс: 0145-45-3172,

Хавсралт 3.4.3.

Япон улсын чацарганы жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгч компаний судалгаанд оролцогчдын жагсаалт

№	Оролцогчдын нэрс	Албан тушаал	Компаний нэр	Холбоо барих хаяг
1	Тоодй Тацуяа	Борлуулагч	Seven-Eleven Japane Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8452, Japan, Утас: +81-3-6238-3000
2	Такеноүчи Тошиказү	Борлуулагч	Seven-Eleven Japane Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8452, Japan, Утас: +81-3-6238-3000
3	Норика Такахашио	Борлуулагч	Seven-Eleven Japane Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8452, Japan, Утас: +81-3-6238-3000
4	Ёошихиро Такино	Борлуулагч	Seven-Eleven Japane Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8452, Japan, Утас: +81-3-6238-3000
5	Сатоши Хонго	Борлуулагч	Seven-Eleven Japane Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8452, Japan, Утас: +81-3-6238-3000
6	Микихиро Ватанабэ	Борлуулагч	Seven-Eleven Japane Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8452, Japan, Утас: +81-3-6238-3000
7	Хироши Фүкүмура	Борлуулагч	Seven-Eleven Japane Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8452, Japan, Утас: +81-3-6238-3000
8	Хироши Кобаяаши	Борлуулагч	Seven-Eleven Japane Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8452, Japan, Утас: +81-3-6238-3000
9	Токоаки Эндо	Борлуулагч	Seven-Eleven Japane Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8452, Japan, Утас: +81-3-6238-3000
10	Томояа Мацуй	Борлуулагч	Seven-Eleven Japane Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8452, Japan, Утас: +81-3-6238-3000
11	Такааки Такашима	Борлуулагч	Family Mart Co., LTD	Harumi Center Building 5-24 Harumi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo, 104-8538, Japan, Утас: +81-3-6220- 9000
12	Тацуо Огүчи	Борлуулагч	Family Mart Co., LTD	Harumi Center Building 5-24 Harumi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo, 104-8538, Japan, Утас: +81-3-6220- 9000
13	Юүичи Шимизү	Борлуулагч	Family Mart Co., LTD	Harumi Center Building 5-24 Harumi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo, 104-8538, Japan, Утас: +81-3-6220- 9000
14	Хашимото Коэми	Борлуулагч	Family Mart Co., LTD	Harumi Center Building 5-24 Harumi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo, 104-8538, Japan, Утас: +81-3-6220- 9000
15	Ватанабэ Киёоми	Борлуулагч	Family Mart Co., LTD	Harumi Center Building 5-24 Harumi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo, 104-8538, Japan, Утас: +81-3-6220- 9000
16	Ватанүки Макико	Борлуулагч	Family Mart Co., LTD	Harumi Center Building 5-24 Harumi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo, 104-8538, Japan, Утас: +81-3-6220- 9000
17	Ёошида Мао	Борлуулагч	Family Mart Co., LTD	Harumi Center Building 5-24 Harumi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo, 104-8538, Japan, Утас: +81-3-6220- 9000
18	Такэда Сачико	Борлуулагч	Family Mart Co., LTD	Harumi Center Building 5-24 Harumi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo, 104-8538, Japan, Утас: +81-3-6220- 9000
19	Рюү Такамэ	Борлуулагч	Family Mart Co., LTD	Harumi Center Building 5-24 Harumi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo, 104-8538, Japan, Утас: +81-3-6220- 9000

20	Хонда Шино	Борлуулагч	Family Mart Co., LTD	Harumi Center Building 5-24 Harumi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo, 104-8538, Japan, Утас: +81-3-6220- 9000
21	Шизүми Юкико	Борлуулагч	Lawson, Inc	East Tower, Gate City Ohsaki 11-2, Osaki 1-chome, Shinagawa-ku, Tokyo 141-8643 Japan,
22	Тоода Такока	Борлуулагч	Lawson, Inc	East Tower, Gate City Ohsaki 11-2, Osaki 1-chome, Shinagawa-ku, Tokyo 141-8643 Japan,
23	Сүзүки Сүкико	Борлуулагч	Lawson, Inc	East Tower, Gate City Ohsaki 11-2, Osaki 1-chome, Shinagawa-ku, Tokyo 141-8643 Japan,
24	Чиба Акихиро	Борлуулагч	Lawson, Inc	East Tower, Gate City Ohsaki 11-2, Osaki 1-chome, Shinagawa-ku, Tokyo 141-8643 Japan,
25	Хаттори Эиичи	Борлуулагч	Lawson, Inc	East Tower, Gate City Ohsaki 11-2, Osaki 1-chome, Shinagawa-ku, Tokyo 141-8643 Japan,
26	Харада Харука	Борлуулагч	Lawson, Inc	East Tower, Gate City Ohsaki 11-2, Osaki 1-chome, Shinagawa-ku, Tokyo 141-8643 Japan,
27	Фүжимото Дайжи	Борлуулагч	Lawson, Inc	East Tower, Gate City Ohsaki 11-2, Osaki 1-chome, Shinagawa-ku, Tokyo 141-8643 Japan,
28	Хирано Харүки	Борлуулагч	Lawson, Inc	East Tower, Gate City Ohsaki 11-2, Osaki 1-chome, Shinagawa-ku, Tokyo 141-8643 Japan,
29	Миязаки Хаяата	Борлуулагч	Lawson, Inc	East Tower, Gate City Ohsaki 11-2, Osaki 1-chome, Shinagawa-ku, Tokyo 141-8643 Japan,
30	Курата Какү	Төлөөлөгч	Lawson, Inc	East Tower, Gate City Ohsaki 11-2, Osaki 1-chome, Shinagawa-ku, Tokyo 141-8643 Japan,
31	Тажима Сато	Борлуулагч	Fast Retailing Co., LTD	9 Chome-7- 1 Akasaka, Minato City, Tokyo 107-0052, Japan, Утас: +81-3-6865-0050
32	Савада Кэнжи	Борлуулагч	Fast Retailing Co., LTD	9 Chome-7- 1 Akasaka, Minato City, Tokyo 107-0052, Japan, Утас: +81-3-6865-0050
33	Таками Казүюүки	Борлуулагч	Fast Retailing Co., LTD	9 Chome-7- 1 Akasaka, Minato City, Tokyo 107-0052, Japan, Утас: +81-3-6865-0050
34	Ширай Аики	Борлуулагч	Fast Retailing Co., LTD	9 Chome-7- 1 Akasaka, Minato City, Tokyo 107-0052, Japan, Утас: +81-3-6865-0050
35	Ёокохама Фүжита	Борлуулагч	Fast Retailing Co., LTD	9 Chome-7- 1 Akasaka, Minato City, Tokyo 107-0052, Japan, Утас: +81-3-6865-0050
36	Терамото Эцүко	Борлуулагч	Fast Retailing Co., LTD	9 Chome-7- 1 Akasaka, Minato City, Tokyo 107-0052, Japan, Утас: +81-3-6865-0050
37	Ямамото Хисако	Борлуулагч	Fast Retailing Co., LTD	9 Chome-7- 1 Akasaka, Minato City, Tokyo 107-0052, Japan, Утас: +81-3-6865-0050
38	Ояама Хедико	Борлуулагч	Fast Retailing Co., LTD	9 Chome-7- 1 Akasaka, Minato City, Tokyo 107-0052, Japan, Утас: +81-3-6865-0050
39	Номура Аяуми	Борлуулагч	Fast Retailing Co., LTD	9 Chome-7- 1 Akasaka, Minato City, Tokyo 107-0052, Japan, Утас: +81-3-6865-0050

40	Нишихара Икүэ	Борлуулагч	Fast Retailing Co., LTD	9 Chome-7- 1 Akasaka, Minato City, Tokyo 107-0052, Japan, Утас: +81-3-6865-0050
41	Сайто Михара	Борлуулагч	Yamada Denki Co., LTD	370-0841, 1-1, Sakae-cho, Takasaki-shi, Gunma
42	Аояма Маяа	Борлуулагч	Yamada Denki Co., LTD	370-0841, 1-1, Sakae-cho, Takasaki-shi, Gunma
43	Гима Таками	Борлуулагч	Yamada Denki Co., LTD	370-0841, 1-1, Sakae-cho, Takasaki-shi, Gunma
44	Фүкүй Микако	Борлуулагч	Yamada Denki Co., LTD	370-0841, 1-1, Sakae-cho, Takasaki-shi, Gunma
45	Фүжимура Мисако	Борлуулагч	Yamada Denki Co., LTD	370-0841, 1-1, Sakae-cho, Takasaki-shi, Gunma
46	Сасаки Рейка	Борлуулагч	Yamada Denki Co., LTD	370-0841, 1-1, Sakae-cho, Takasaki-shi, Gunma
47	Сүмида Норико	Борлуулагч	Yamada Denki Co., LTD	370-0841, 1-1, Sakae-cho, Takasaki-shi, Gunma
48	Танэгүчи Рена	Борлуулагч	Yamada Denki Co., LTD	370-0841, 1-1, Sakae-cho, Takasaki-shi, Gunma
49	Ишида Сачико	Борлуулагч	Yamada Denki Co., LTD	370-0841, 1-1, Sakae-cho, Takasaki-shi, Gunma
50	Ишикава Нами	Борлуулагч	Yamada Denki Co., LTD	370-0841, 1-1, Sakae-cho, Takasaki-shi, Gunma
51	Кавасаки Момока	Борлуулагч	Ito Yokado Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-8450, Japan, утас: +81-3-6238-2111
52	Яасүда Шихо	Борлуулагч	Ito Yokado Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-8450, Japan, утас: +81-3-6238-2111
53	Такиро Нацуми	Борлуулагч	Ito Yokado Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-8450, Japan, утас: +81-3-6238-2111
54	Такахаши Сакура	Борлуулагч	Ito Yokado Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-8450, Japan, утас: +81-3-6238-2111
55	Такаши Юүрина	Борлуулагч	Ito Yokado Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-8450, Japan, утас: +81-3-6238-2111
56	Коичи Аюуми	Борлуулагч	Ito Yokado Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-8450, Japan, утас: +81-3-6238-2111
57	Танака Сэйка	Борлуулагч	Ito Yokado Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-8450, Japan, утас: +81-3-6238-2111
58	Тоодй Тацуяа	Борлуулагч	Ito Yokado Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-8450, Japan, утас: +81-3-6238-2111
59	Жюничи Канзаки	Борлуулагч	Ito Yokado Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-8450, Japan, утас: +81-3-6238-2111
60	Жюнэ Мизусаки	Борлуулагч	Ito Yokado Co., LTD	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-8450, Japan, утас: +81-3-6238-2111
61	Каи Масута	Борлуулагч	Yakuji Nippo Co., Ltd,	〒101-8648, 東京都千代田区神田和泉町 1-10-2, TEL : 03-3862-2141, FAX : 03-3866-8408
62	Какоки Кэйичи	Борлуулагч	Yakuji Nippo Co., Ltd,	〒101-8648, 東京都千代田区神田和泉町 1-10-2, TEL : 03-3862-2141, FAX : 03-3866-8408

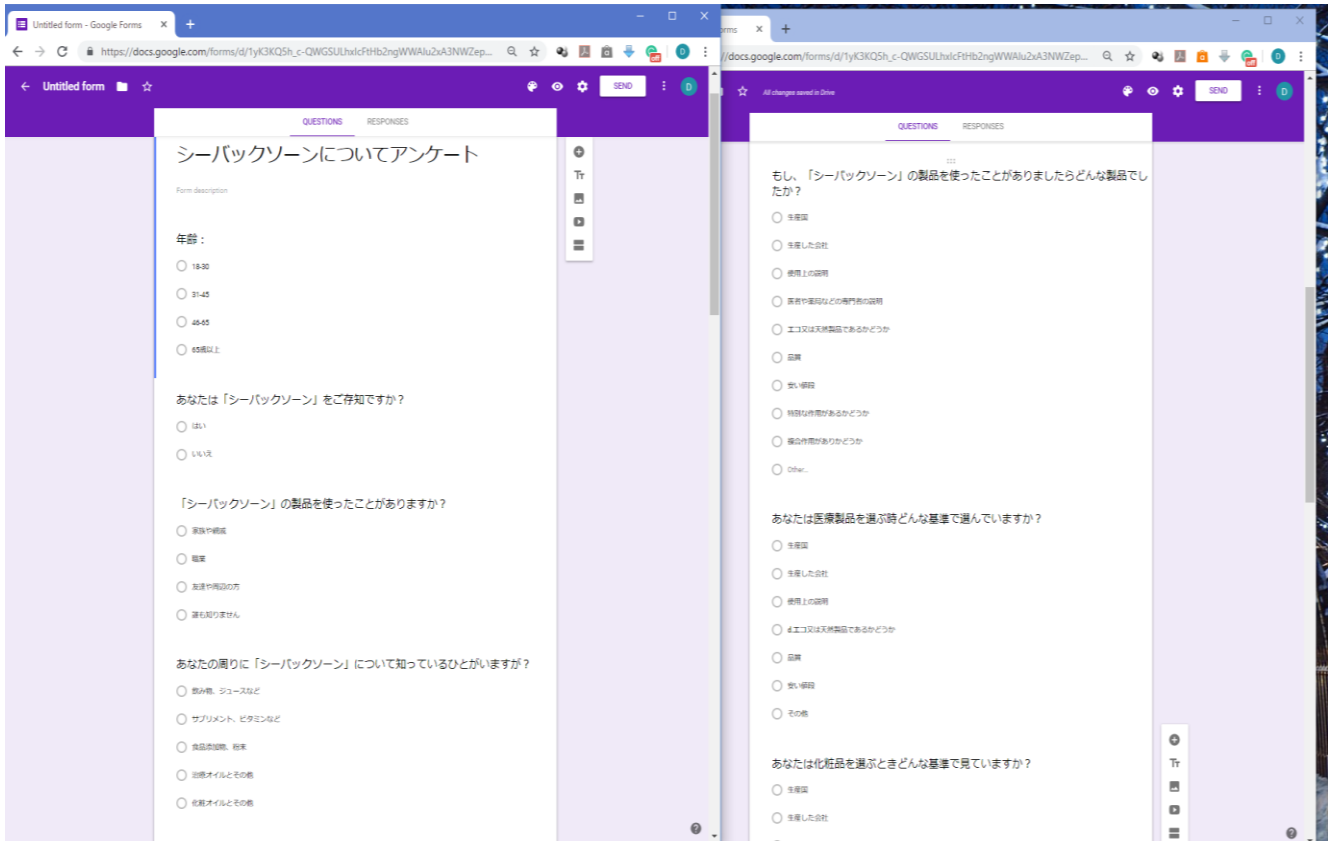
63	Иши Каори	Борлуулагч	Yakuji Nippo Co., Ltd,	〒101-8648, 東京都千代田区神田和泉町1-10-2, TEL : 03-3862-2141, FAX : 03-3866-8408
64	Оба Мика	Борлуулагч	Yakuji Nippo Co., Ltd,	〒101-8648, 東京都千代田区神田和泉町1-10-2, TEL : 03-3862-2141, FAX : 03-3866-8408
65	Михо Кацуно	Борлуулагч	Yakuji Nippo Co., Ltd,	〒101-8648, 東京都千代田区神田和泉町1-10-2, TEL : 03-3862-2141, FAX : 03-3866-8408
66	Асатами Кавахара	Борлуулагч	Yakuji Nippo Co., Ltd,	〒101-8648, 東京都千代田区神田和泉町1-10-2, TEL : 03-3862-2141, FAX : 03-3866-8408
67	Минами Гото	Борлуулагч	Yakuji Nippo Co., Ltd,	〒101-8648, 東京都千代田区神田和泉町1-10-2, TEL : 03-3862-2141, FAX : 03-3866-8408
68	Ричиро Аикава	Борлуулагч	Yakuji Nippo Co., Ltd,	〒101-8648, 東京都千代田区神田和泉町1-10-2, TEL : 03-3862-2141, FAX : 03-3866-8408
69	Сакураги Рикимауро	Борлуулагч	Yakuji Nippo Co., Ltd,	〒101-8648, 東京都千代田区神田和泉町1-10-2, TEL : 03-3862-2141, FAX : 03-3866-8408
70	Масута Рикү	Борлуулагч	Yakuji Nippo Co., Ltd,	〒101-8648, 東京都千代田区神田和泉町1-10-2, TEL : 03-3862-2141, FAX : 03-3866-8408
71	Сатоши Аояги	Борлуулагч	TSURUHA Drug Kitami-Chūō shop	Japan, 〒090-0042 Hokkaido, Kitami, Kita 2 Jonishi, 1 Chome-12 番地2, Утас: +81 157-69-7722
72	Саоморита	Борлуулагч	TSURUHA Drug Kitami-Chūō shop	Japan, 〒090-0042 Hokkaido, Kitami, Kita 2 Jonishi, 1 Chome-12 番地2, Утас: +81 157-69-7722
73	Шин Такүяя	Борлуулагч	TSURUHA Drug Kitami-Chūō shop	Japan, 〒090-0042 Hokkaido, Kitami, Kita 2 Jonishi, 1 Chome-12 番地2, Утас: +81 157-69-7722
74	Асата Шинжи	Борлуулагч	TSURUHA Drug Kitami-Chūō shop	Japan, 〒090-0042 Hokkaido, Kitami, Kita 2 Jonishi, 1 Chome-12 番地2, Утас: +81 157-69-7722
75	Таёо Сато	Борлуулагч	TSURUHA Drug Kitami-Chūō shop	Japan, 〒090-0042 Hokkaido, Kitami, Kita 2 Jonishi, 1 Chome-12 番地2, Утас: +81 157-69-7722
76	Ои Такүпүми	Борлуулагч	TSURUHA Drug Kitami-Chūō shop	Japan, 〒090-0042 Hokkaido, Kitami, Kita 2 Jonishi, 1 Chome-12 番地2, Утас: +81 157-69-7722
77	Бао Такахашаи	Борлуулагч	TSURUHA Drug Kitami-Chūō shop	Japan, 〒090-0042 Hokkaido, Kitami, Kita 2 Jonishi, 1 Chome-12 番地2, Утас: +81 157-69-7722
78	Ната Такако	Борлуулагч	TSURUHA Drug Kitami-Chūō shop	Japan, 〒090-0042 Hokkaido, Kitami, Kita 2 Jonishi, 1 Chome-12 番地2, Утас: +81 157-69-7722
79	Такамаса Нами	Борлуулагч	TSURUHA Drug Kitami-Chūō shop	Japan, 〒090-0042 Hokkaido, Kitami, Kita 2 Jonishi, 1 Chome-12 番地2, Утас: +81 157-69-7722
80	Чинацү Уда	Борлуулагч	TSURUHA Drug Kitami-Chūō shop	Japan, 〒090-0042 Hokkaido, Kitami, Kita 2 Jonishi, 1 Chome-12 番地2, Утас: +81 157-69-7722

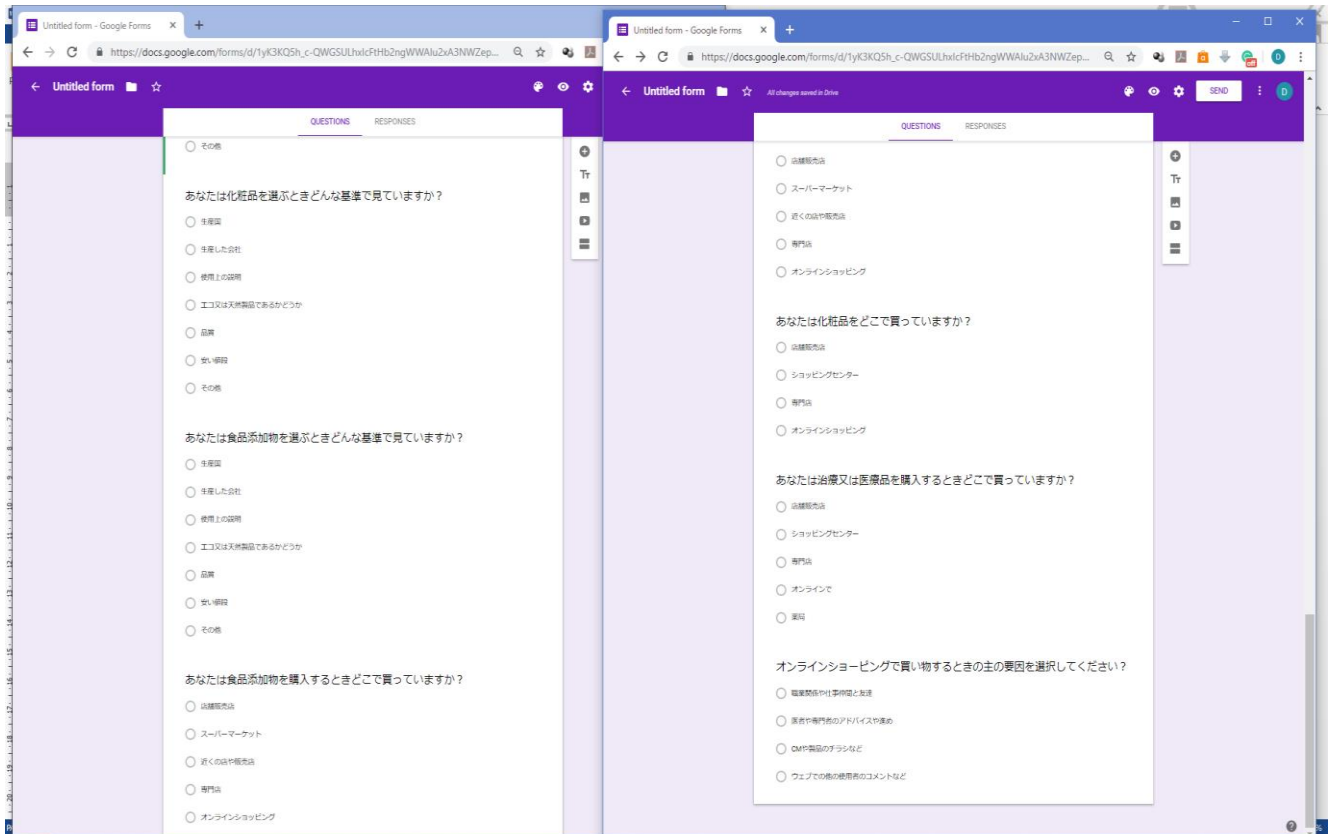
81	Ямазаки Ничи	Борлуулагч	Sun Drug	218-5 Tonden Nishimachi, Kitami, Hokkaido 090-0834, Japan, утас: +81 157-69-0200
82	Ясүкиро Күмэ	Борлуулагч	Sun Drug	218-5 Tonden Nishimachi, Kitami, Hokkaido 090-0834, Japan, утас: +81 157-69-0200
83	Юкоо Сасаки	Борлуулагч	Sun Drug	218-5 Tonden Nishimachi, Kitami, Hokkaido 090-0834, Japan, утас: +81 157-69-0200
84	Сасаки Окада	Борлуулагч	Sun Drug	218-5 Tonden Nishimachi, Kitami, Hokkaido 090-0834, Japan, утас: +81 157-69-0200
85	Ёрико Кавахара	Борлуулагч	Sun Drug	218-5 Tonden Nishimachi, Kitami, Hokkaido 090-0834, Japan, утас: +81 157-69-0200
86	Кава Ёши	Борлуулагч	Sun Drug	218-5 Tonden Nishimachi, Kitami, Hokkaido 090-0834, Japan, утас: +81 157-69-0200
87	Ёшики Шимамото	Борлуулагч	Sun Drug	218-5 Tonden Nishimachi, Kitami, Hokkaido 090-0834, Japan, утас: +81 157-69-0200
88	Күрода Ёшихоши	Борлуулагч	Sun Drug	218-5 Tonden Nishimachi, Kitami, Hokkaido 090-0834, Japan, утас: +81 157-69-0200
89	Юичи Мураока	Борлуулагч	Sun Drug	218-5 Tonden Nishimachi, Kitami, Hokkaido 090-0834, Japan, утас: +81 157-69-0200
90	Юта Пүжино	Борлуулагч	Sun Drug	218-5 Tonden Nishimachi, Kitami, Hokkaido 090-0834, Japan, утас: +81 157-69-0200
91	Ямамүро Ютака	Борлуулагч	Lawson Kitamiodorinishi Shop	5 Chome-6 Odorinishi, Kitami, Hokkaido 090-0040, Japan, Утас: +81 157-61-8678
92	Юяки Кинжо	Борлуулагч	Lawson Kitamiodorinishi Shop	5 Chome-6 Odorinishi, Kitami, Hokkaido 090-0040, Japan, Утас: +81 157-61-8678
93	Аона Акира	Борлуулагч	Lawson Kitamiodorinishi Shop	5 Chome-6 Odorinishi, Kitami, Hokkaido 090-0040, Japan, Утас: +81 157-61-8678
94	Юки Агишима	Борлуулагч	Lawson Kitamiodorinishi Shop	5 Chome-6 Odorinishi, Kitami, Hokkaido 090-0040, Japan, Утас: +81 157-61-8678
95	Кимура Курата	Борлуулагч	Lawson Kitamiodorinishi Shop	5 Chome-6 Odorinishi, Kitami, Hokkaido 090-0040, Japan, Утас: +81 157-61-8678
96	Сузуки Мияко	Борлуулагч	Lawson Kitamiodorinishi Shop	5 Chome-6 Odorinishi, Kitami, Hokkaido 090-0040, Japan, Утас: +81 157-61-8678
97	Мика Пүкимори	Борлуулагч	Lawson Kitamiodorinishi Shop	5 Chome-6 Odorinishi, Kitami, Hokkaido 090-0040, Japan, Утас: +81 157-61-8678
98	Табэ Масарү	Борлуулагч	Lawson Kitamiodorinishi Shop	5 Chome-6 Odorinishi, Kitami, Hokkaido 090-0040, Japan, Утас: +81 157-61-8678
99	Эцүко Кондо	Борлуулагч	Lawson Kitamiodorinishi Shop	5 Chome-6 Odorinishi, Kitami, Hokkaido 090-0040, Japan, Утас: +81 157-61-8678

100	Харуми Мизута	Борлуулагч	Lawson Kitamiodorinishi Shop	5 Chome-6 Odorinishi, Kitami, Hokkaido 090-0040, Japan, Утас: +81 157-61-8678
-----	---------------	------------	------------------------------------	---

Хавсралт 3.4.4.

Японы хэрэглэгчдээс авсан санал асуулга





Хавсралт 3.7.1.

Чацарганы олон улсын холбооны 3 дугаар хурлын эмхэтгэл



**3rd International
Seabuckthorn Association
Conference**

PROCEEDINGS OF THE 3RD INTERNATIONAL SEABUCKTHORN ASSOCIATION CONFERENCE

Quebec City, Canada • August 12-16, 2007

————— *Editor-in-Chief* —————

David B. McKenzie

————— *Associate Editors* —————

**Stefan Cenkowski, Alphonsus Utioh, Tom S.C. Li,
Wudeneh Letchamo, Cristina Ratti and Khaled Belkacemi**

Publication by the Institute of Nutraceuticals and Functional Foods, Laval University, Canada

ISA 2007 was organized by:



Proceedings of the 3rd International Seabuckthorn Association
Conference, Québec City, Québec, Canada, August 12-16, 2007

ISBN 978-2-9810874-0-9

Legal deposit - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2009
Legal deposit - Bibliothèque et Archives Canada, 2009

Published by

Institut des nutraceutiques et des aliments fonctionnels (INAF)
Institute of Nutraceuticals and Functional Foods
Université Laval – Pavillon des Services
2440 Hochelaga Blvd
Québec City QC
G1V 0A6 Canada

The production of this document has been made possible by a grant from the Advancing Canadian Agriculture and Agri-Food (ACAAF) Program. This Agriculture and Agri-Food Canada program is delivered through the Conseil pour le développement de l'agriculture du Québec (CDAQ).

*This document is not intended for sale and may be freely distributed provided that the source and credits are properly mentioned.
A color pdf version is available at www.isa2007.net*



**PROCEEDINGS OF THE 3RD INTERNATIONAL
SEABUCKTHORN ASSOCIATION CONFERENCE**
Quebec City, Canada • August 12-16, 2007

Editor-in-Chief
DAVID B. MCKENZIE

Associate Editors
**Stefan Cenkowski, Alphonsus Utioh, Tom S.C. Li,
Wudeneh Letchamo, Cristina Ratti and Khaled Belkacemi**

Published by
the Institute of Nutraceuticals and Functional Foods
Laval University, Canada

TABLE OF CONTENTS

INTRODUCTION

Preface.....	III
Message from the Conference Co-Chairs.....	IV
Organizing committee.....	VIII
Summary of the event.....	IX
Acknowledgements.....	X
List of participants.....	XI

KEYNOTE PAPER

Next Generation of New Botanical Seabuckthorn (<i>Hippophae rhamnoides</i> L.) (n° 86) <i>Thomas S. C. Li (Canada)</i>	1
--	---

SESSION I - PRODUCTION

The Correlation Between Seabuckthorn Berry Quality and Altitudes of Its Growing Location (n° 12) <i>Lu Rongsen (China)</i>	5
Review of Seabuckthorn Research in the Russian Federation and New Independent States (n° 19) <i>Natalia Demidova (Russia)</i>	9
Development of a Branch Shaker to Harvest Seabuckthorn (n° 16) <i>Roger Chagnon, Jérôme Boutin et Sylvain Fortin (Canada)</i>	31
Seabuckthorn (<i>Hippophae rhamnoides</i> L.) cultivar establishment and survival in a maritime environment (n° 35) <i>D.B. McKenzie (Canada)</i>	39
Deciphering the Low Temperature Tolerance in Seabuckthorn (n° 64) <i>Akhilesh K. Yadav et Renu Deswal (India)</i>	47
Characteristics of Mitotic Chromosomes in Some Romanian Seabuckthorn Varieties (n° 37) <i>Elena Truta, Stefania Surdu, Gabriela Capraru, Ioan Viorel Rati, Zenovia Olteanu, Maria Magdalena Zamfirache, Lacramioara Oprica</i>	57
Foliar Assimilating Pigments in Different <i>Hippophaë rhamnoides</i> L. – Varieties in the Romanian Flora (n° 59) <i>Maria Magalena Zamfirache, Z. Olteanu, E. Truta, S. Surdu, L. Oprica, I.V. Rati, C. Manzu, G. Milian, C. Rosu et T. Zamfirache (Romania)</i>	67
The Content of Soluble Proteins in <i>Hippophae rhamnoides</i> ssp. <i>Carpathica</i> Varieties harvested from Different Regions of Roumania (n° 62) <i>Lacramioara Oprica, Zenovia Olteanu, Maria Magalena Zamfirache, Elena Truta, Stefania Surdu, Ioan Viorel Rati, Ciprian Manzu, Guran Milian et Craita Rosu (Romania)</i>	73

SESSION II – PROCESSING

Current and Emerging Processing Technologies for Seabuckthorn (<i>Hippophae Rhamnoides</i> L.) and Its Products (n° 81) <i>Alphonsus Utioh (Canada)</i>	83
Evaluation of Processing and Nutritional Attributes of Seabuckthorn Fractions of "Indian Summer" and "sinensis" Varieties (n° 25) <i>Haihong Wang et Alphonsus Utioh (Canada)</i>	93
Seabuckthorn (<i>Hippophaë rhamnoides</i> L.) functional powders: drying methods and quality retention (n° 27) <i>Monica Araya-Farias, Joseph Makhoul et Cristina Ratti (Canada)</i>	101
Supercritical Fluid Extraction of Seabuckthorn (<i>Hippophae rhamnoides</i> L.) Seed Oil (n° 24) <i>Haihong Wang et Alphonsus Utioh (Canada)</i>	107
Identification and Quantification of an Unknown Sugar Derivative in Seabuckthorn (<i>Hippophaë rhamnoides</i>) Berries (n° 79) <i>Baoru Yang et Katja Tiitinen (Finland)</i>	115
Polar Constituents of Himalayan (Ladakh) Seabuckthorn Leaves (n° 22) <i>T. V. Sumitha, Chinchubose et A. Banerji (India)</i>	119
Biologically Active Substances in Seabuckthorn and Production of Functional Foods (n° 15) <i>Nikolai Savelyev, Viktor Makarov, L. Vlazneva et T. Cherenkova (Russia)</i>	127
Seabuckthorn (<i>Hippophaë rhamnoides</i> L.) Pulp Oil Fractionation by Solvent Crystallization Process (n° 20) <i>Luis-Felipe Gutiérrez et Khaled Belkacemi (Canada)</i>	131
Osmotic dehydration of seabuckthorn (<i>Hippophaë rhamnoides</i> L.) fruits (n° 26) <i>Monica Araya-Farias, Ophélie Macaigne et Cristina Ratti (Canada)</i>	139
Enzymatic Oil Extraction of Seabuckthorn (<i>Hippophaë rhamnoides</i> L.) Pulp (n° 39) <i>Luis-Felipe Gutiérrez, Sandra-Viviana Quesada, Cristina Ratti et Khaled Belkacemi (Canada)</i>	145
Total Lipids and Carotenoids Content in Different Biotypes of <i>Hippophaë rhamnoides</i> L., Harvested in Romania (n° 55) <i>Zenovia Olteanu, Maria Magdalena Zamfirache, Stefania Surdu, Lacramioara Oprica, Elena Truta, Ioan Viorel Rati, Ciprian Manzu, Gurau Milian et Craita Rosu (Romania)</i>	153
Biochemical Characterization of Seabuckthorn (<i>Hippophae rhamnoides</i> L.) Grown in Latvia (n° 56) <i>Dalia Seglina, S. Ruisa, I. Krasnova, P. Viskelis, J. Lanauskas (Latvia)</i>	159

SESSION III - PRODUCTS, INDUSTRY DEVELOPMENT AND MARKETING

Product Development and Marketing of Seabuckthorn (n° 82) <i>Baoru Yang (Finland)</i>	171
Seabuckthorn (<i>Hippophae rhamnoides</i> L.) Products Overview (n° 93) <i>Alphonsus Utioh, Janice Meseyton, Natalie d'Avila et Haihong Wang (Canada)</i>	177
Utilization of Seabuckthorn Fruit Pulp and Juice as Functional Food Ingredients (n° 41) <i>Janice Meseyton, Leslie Hudson, Haihong Wang et Alphonsus Utioh (Canada)</i>	185
Assessment Report on the Seabuckthorn Market in Europe, Russia, NIS-Countries and China: Results of a Market Investigation in 2005 (n° 9) <i>Axel Waehling (Germany)</i>	193
The Effect of Irrigation, Cultivars and Mulch Types on Nutrient Availability and Vegetative Growth of Seabuckthorn (<i>Hippophae rhamnoides</i> L.) (n° 51) <i>Carl Boivin, Hélène Rousseau, Jacques-André Rioux et Daniel Bergeron (Canada)</i>	203
Design of a Mechanical Harvester for Seabuckthorn Berries (n° 73) <i>D.D. Mann, D.S. Petkau et T.G. Crowe (Canada)</i>	213
EAN-SEABUCK: a successful story of international seabuckthorn cooperation (n° 11) <i>Maria Hermoso, Axel Wähling, G. Gimmler, Natalia Demidova and Xia Jinfang (Germany)</i>	223
Investigations Regarding the Cicatrizing Action of the Gels with <i>Tamarix Gallica</i> compared with <i>Hippophaë rhamnoides</i> (n° 48) <i>Denisa Mihele, Daniela Raiciu, St. Manea et Anca Pop (Romania)</i>	229
Research Regarding the Gemmoderivatives of <i>Tamarix gallica</i> Compared with <i>Hippophae rhamnoides</i> on the Gastric Secretory Activity and Motility on Rats (n° 49) <i>Denisa Mihele, St. Manea, Anca Pop et Daniela Raiciu (Romania)</i>	233

БНСУ-ын төрийн захиргааны бүтэц

Government Organization Chart



БНСУ-ын нэгдэн орсон олон улсын байгууллагууд:

Азийн Хөгжлийн Банк, Африкын Хөгжлийн Банк (бүсийн бус гишүүн), Ази-Номхойн далайн Эдийн Засгийн Хамтын Ажиллагаа, Арктикын Зөвлөл (ажиглагч), Амьтан Авран хамгаалах Сан, Зүүн Өмнөд Азийн Орнуудын Холбоо (хэлэлцээний түнш), Австралийн Хамтрал, Олон Улсын Төлбөр Тооцооны Банк, Ардчилсан Орнуудын Хамтын Нийгэмлэг, Колумб Төлөвлөгөө, Зүүн Азийн Дээд Хэмжээний Уулзалт, Европын Сэргээн Босголт Хөгжлийн Банк, НҮБ-ын Хүнс, Хөдөө Аж Ахуйн Байгууллага, Их 20, Америк Хоорондын Хөгжлийн Банк, Олон Улсын Атомын Эрчим Хүчний Агентлаг, Олон Улсын Сэргээн Босголт, Хөгжлийн Банк, Олон Улсын Иргэний Нисэхийн Байгууллага, Олон Улсын Худалдаа Аж Үйлдвэрийн Танхим (үндэсний хороо), Зохистой Тээвэрлэлтийн Олон Улсын Зөвлөл, ICRM, Дэлхийн Банкны Олон Улсын Хөгжлийн Хороо, Олон Улсын Эрчим Хүчний Агентлаг, Олон Улсын Хөдөө Аж Ахуйн Хөгжлийн Сан, Олон Улсын Санхүүгийн Корпораци, Олон Улсын Улаан Загалмайн Нийгэмлэг, Олон Улсын Гидрографикийн Байгууллага, Олон Улсын Хөдөлмөрийн Байгууллага, Олон Улсын Вальютын Сан, Олон Улсын Далайн Байгууллага, Интерпол, Олон Улсын Олимпын Хороо, Олон Улсын Шилжин Суурьшилтын Байгууллага, Парламент Хоорондын Холбоо, Олон Улсын Стандартын Байгууллага, Олон Улсын Цахилгаан Холбоо, Хиймэл Дагуулын Байгууллага, Олон Улсын Цахилгаан Холбооны Байгууллага, Олон Улсын Үйлдвэрчний Эвлэлийн Холбоо (ТББ), Латин Америкын Интеграцчилалын Холбоо (ажиглагч), Олон Талт Хөрөнгө Оруулалтын Баталгааны Агентлаг, Цөмийн Эрчим Хүчний Агентлаг, Эдийн Засгийн Хамтын Ажиллагаа, Хөгжлийн Байгууллага, Европын Аюулгүй Байдал, Хамтын Ажиллагааны Байгууллага (түнш), Номхойн Далайн Холбоо (ажиглагч), Олон Улсын Арбитрын Шүүх, Номхон Далайн Арлуудын Форум (түнш), Өмнөд Азийн Бүс Нутгийн Хамтын Ажиллагааны Нийгэмлэг (ажиглагч), Олон Улсын Соёлын Холбоо (ажиглагч), НҮБ, НҮБ-ын байгууллагууд, Олон Улсын Шуудан Харилцааны Холбоо, Дэлхийн Гаалийн Байгууллага, Дэлхийн Эрүүл Мэндийн Байгууллага, Дэлхийн Оюуны Өмчийн Байгууллага, Дэлхийн Цаг Уурын Байгууллага, Дэлхийн Худалдааны Байгууллага, бусад.

Хавсралт 4.2.1.

БНСУ руу экспортлосон чацарганы бүтээгдэхүүний тоо хэмжээ, үнэ

Он	Код	барааны нэр	Зориулалт	тээвэр	тоо	нэгж	үнэ, \$	нэгжийн үнэ
2014	2009	Шүүс, чацарганы	дээжний, агууламж: 100%	Агаар	200.00	литр	660.00	\$ 3.30
2015	2009	Шүүс, чацарганы	хэмжээ- 500мл, савны жин - 50гр, зөгийн балны амт оруулсан, 100%-цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	Агаар	70.00	литр	119.00	\$ 1.70
	2009	Шүүс, чацарганы	хэмжээ- 500мл, савны жин - 50гр, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	Агаар	70.00	литр	119.00	\$ 1.70
	2009	Шүүс, чацарганы	хэмжээ- 500мл, савны жин - 50гр, өтгөрүүлсэн, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	Агаар	35.00	литр	259.00	\$ 7.40
	2106	Сироп, чацарганы	хэмжээ- 500мл, савны жин - 100гр, 100%- цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	Агаар	84.00	кг	392.00	\$ 4.67
2016	0810	Жимс, чацаргана	Хэмжээ: 1хайрцаг*15кг, хөлдүү, хольцгүй, дээжинд	Агаар	15.00	кг	15.00	\$ 1.00
	1515	Тос, чацарганы	савлагаа-1*16.6кг, цэвэр, худалдааны	Агаар	50.00	кг	3,939.00	\$ 78.78
	1516	Тос, чацаргана жимсны	Хэмжээ: 50мл, хольцгүй, дээжинд	Агаар	0.58	кг	11.70	\$ 20.35
	1516	Тос, чацаргана жимсны	Хэмжээ: 100мл, хольцгүй, дээжинд	Агаар	1.00	кг	11.70	\$ 11.70

	2202	Ундаа, чацаргана жимсны	1*250мл, хүнсний, дээжинд	Агаар	60.00	литр	0.36	\$ 0.01
	2202	Ундаа, чацаргана жимсний	1хайрцаг*24ш, 1*250мл, савны жин: 52гр, хүнсний	Агаар	240.00	литр	307.20	\$ 1.28
	2202	Ундаа, чацарганы	чацарганы 10% агууламжтай, 1 хайрцаганд 24ш х 250 мл, савны жин 30 гр	Төмөр зам	9,300.00	литр	13,020.00	\$ 1.40
	2202	Ундаа, чацарганы	чацаргана-20%, 1хайрцаг*24ш*250мл, хув/сав/жин: 33.336675гр, арилжааны	Төмөр зам	20,196.00	литр	28,874.40	\$ 1.43
	3301	Тос, чацарганы	хэмжээ:1.5л, савны жин:144гр, 100% цэвэр чацарганы, худалдааны	Агаар	120.00	кг	365.00	\$ 3.04
2017	0602	Суулгац, чацарганы	суулгац, чацарганы жисний, өндөр:70-160см	Агаар	2,500.00	ширх	11,250.00	\$ 4.50
	2009	Шүүс, чацаргана	дээж, хэмжээ:1ширхэг*240гр, савны жин:185гр, өнгө:шар, ундааны	Агаар	8.50	литр	12.00	\$ 1.41
	2009	Шүүс, чацаргана	дээж, хэмжээ:1хайрцаг*10ширхэг*35мл, савны жин:7.5гр, өнгө:шар, ундааны	Агаар	8.50	литр	12.00	\$ 1.41
	2009	Шүүс, чацаргана	дээж, хэмжээ:1хайрцаг*2л, савны жин:300гр, өнгө:шар, ундааны	Агаар	9.20	литр	16.00	\$ 1.74
	2009	Жүүс, чацарганы	хүнсний, 1 хайрцаг*400ш*35мл	Агаар	14.00	литр	80.00	\$ 5.71
	2009	Шүүс, чацаргана жимсний	шингэн, өтгөн, усанд найруулдаг, савлагаа: 80ш*40мл, зориулалтын савтай, дээжинд	Агаар	3.20	литр	16.37	\$ 5.12
	2009	Шүүс, чацарганы	өтгөн,шилэн савтай, савлагаа: 0.333гр, дээжинд	Агаар	0.20	литр	18.72	\$ 93.60
	2106	Бэлдмэл, чацарганы хальсны	хуурай нунтаг, савалгаа-15кг, чацарганы хальсыг хатааж нунтагласан, хүнсний бүтээгдэхүүний нэмэлт хольцоор хэрэглэх	Агаар	240.00	кг	100.00	\$ 0.42
	2202	Ундаа, чацарганы	шингэн, хэмжээ- 480мл* 20ш, сахаргүй, хүнсний	Агаар	9.60	литр	43.78	\$ 4.56
	2202	Ундаа, чацарганы	шингэн, хэмжээ- 480мл* 20ш, сахартай, хүнсний	Агаар	9.60	литр	39.65	\$ 4.13
	3301	Тос, чацарганы	өтгөн, шилэн савтай, савлагаа: 100гр, савтай жин: 460гр, дээжинд	Агаар	2.30	кг	51.00	\$ 22.17
2018	2009	Шүүс, чацарганы	1х*20ж/х*6ш*50мл, 100% чацарганы, хүнсний	Агаар	6.00	литр	60.00	\$ 10.00
	2009	Шүүс, чацарганы	1х*10ш*1л, 100% чацарганы, хүнсний	Агаар	10.00	литр	20.00	\$ 2.00
	2009	Өтгөрүүлсэн шүүс, чацарганы	1уут*25л, хүнсний	Агаар	75.00	литр	75.00	\$ 1.00
	2106	Сироп, чацаргана жимсний	хуурай, усанд найруулдаг, савлагаа: 0.979кг	Агаар	0.98	кг	9.79	\$ 10.00
	3004	Тос, чацаргана жимсний	өтгөн, чацаргана жимсний хальснаас гаргаж авсан, савлагаа: 0.505кг	Агаар	0.51	кг	15.15	\$ 30.00
	3004	Тос, чацаргана жимсний	өтгөн, чацаргана жимсний үрнээс гаргаж авсан, савлагаа: 0.573кг	Агаар	0.57	кг	17.19	\$ 30.00
	3301	Тос, чацарганы	хэмжээ:1лааз*16л, савны жин:500гр, дархлаа сайжуулах	Агаар	66.00	кг	1,920.00	\$ 29.09

Эмийн худалдааны холбооны гишүүд



KPTA Member Company List
Pharmaceuticals & Others

3M Korea Ltd.
www.3m.co.kr
T. 82-2-3771-4098
Quasi Drugs
Importer/Manufacturer

A **A. Menarini Korea Ltd**
www.menariniapac.co.kr
T. 82-2-2037-7300
Pharmaceuticals
Importer

ABBOTT
www.abbott.co.kr
T. 82-2-3429-9300
Pharmaceuticals
Importer

Abbvie Korea Ltd.
www.abbvie.co.kr
T. 82-2-3429-9300
Pharmaceuticals
Importer

abnoba KOREA
www.abnoba.co.kr
T. 82-2-6121-8000
Pharmaceuticals
Importer

Actelion Pharmaceuticals Korea Ltd.
www.actelion.co.kr
T. 82-2-2112-2833
Pharmaceuticals
Importer

Ageing and Life Science Corp.
T. 82-2-598-8050
Pharmaceuticals
Importer

Ahngook Pharmaceutical Co., Ltd.
www.ahn-gook.com
T. 82-2-3289-4229
Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter

AHRIMPARM CO., LTD.
T. 82-2-879-2142~3
Pharmaceuticals
Importer

AJU PHARM CO., LTD.
www.ajupharm.co.kr
T. 82-2-2630-0700
Pharmaceuticals/Medical devices
Manufacturer/CMO/Exporter/Importer

Alcon Korea, Ltd.
www.alcon.co.kr
T. 82-2-2007-5000
Pharmaceuticals
Importer

Alere Healthcare. Inc.
www.alere.com
T. 82-31-8014-6700
Pharmaceuticals
Importer

Allergan Korea Ltd.
www.allergan.co.kr
T. 82-2-3019-4554
Pharmaceuticals
Importer

Allerpha International
www.allerpha.com
T. 82-2-780-3928
Pharmaceuticals
Importer

AMGEN KOREA
www.amgen.co.kr
T. 82-2-3434-4899
Pharmaceuticals
Importer

Ampelos Enterprise Co., Ltd.
www.ampelos-optical.com
T. 82-2-2163-0022
Ophthalmic & optical equipments
Importer/Exporter

Astellas Pharma Korea, Inc.
www.astellas.co.kr
T. 82-2-3448-0504
Pharmaceuticals
Importer

Astrazeneca Korea Inc.
www.astrazeneca.co.kr
T. 82-2-2188-0800
Pharmaceuticals
Importer

B **Baeksu Pharmaceutical Co., Ltd.**
T. 82-2-2155-1541
APIs
Importer

Bausch&Lomb Korea
www.bausch.co.kr
T. 82-70-7167-9744
Quasi Drugs
Importer

Baxalta Korea Ltd.
www.baxalta.co.kr
T. 82-2-731-1400
Pharmaceuticals
Importer

Baxter Incorporated
www.baxter.co.kr
T. 82-2-6262-7100
Pharmaceuticals
Importer

Bayer Korea Ltd.
www.bayer.co.kr
T. 82-2-829-6927
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

BCWORLD PHARM. CO., LTD.
www.bcwp.co.kr
T. 82-2-2182-0400
Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer

BECTON DICKINSON KOREA
www.bd.com/kr
T. 82-2-3404-3711
Pharmaceuticals
Importer

biosynkorea
www.biosyn.co.kr
T. 82-1566-9223
Pharmaceuticals
Importer

BMS
www.bmskorea.co.kr
T. 82-2-3472-8900
Pharmaceuticals
Importer

Boehringer Ingelheim Korea
www.bikr.co.kr
T. 82-2-709-0112
Pharmaceuticals
Importer

BOO KYUNG S-M Co., Ltd.
www.bookyungsm.co.kr
T. 82-2-516-7331
Radiopharmaceuticals/In-vitro Dagnostics
Importer

Boryung Pharmaceutical Co., Ltd.
www.boryung.co.kr
T. 82-2-708-8000
APIs/Pharmaceuticals/Quasi drugs
Cosmetics/Manufacturer/Exporter/Importer

Bracco Imaging Korea. Ltd.
www.bracco.com
T. 82-2-2222-3500
Diagnostic Imaging
Importer

Bristol-Myers Squibb Korea
www.bmsk.co.kr
T. 82-2-3404-1300
Pharmaceuticals
Importer

BUKWANG PHARM. CO., LTD.
www.bukwang.co.kr
T. 82-2-828-8114
Pharmaceuticals/Quasi drugs
Manufacturer/Exporter/Importer

C **Carl Zeiss Co., Ltd.**
www.zeiss.co.kr
T. 82-2-3140-2600
Pharmaceuticals
Importer

CGBio Co., Ltd.
www.cgbio.co.kr
T. 82-31-732-0840
Human Tissue Bank
Importer

CHO-A PHARM. Co., LTD.
www.choa.co.kr
T. 82-2-6670-9200
Pharmaceuticals
Manufacturer/CMO/Exporter/Importer

CHODANG PHARM. CO., LTD.
www.chodang.com
T. 82-2-869-0181
Pharmaceuticals/Quasi drugs
Manufacturer/Exporter/Importer

Chong Kun Dang Pharmaceutical Corp.
www.ckdpharm.com
T. 82-2-2194-0300
Pharmaceuticals/Quasi drugs
Manufacturer/Exporter/Importer

CJ HealthCare
www.cjp.co.kr
T. 82-2-6740-2119
APIs/Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer

CKD BiO
www.ckdbio.com
T. 82-2-2194-0555
APIs/Intermediates/Probiotics
Manufacturer/CRO/CMO/Exporter

CMIC CMO KOREA Co., Ltd.
www.cmic-cmo.co.kr
T. 82-32-678-5771
Pharmaceuticals
CRO/CMO/CSO/HC/IPD

Corepharm Bio Co., Ltd.
www.corepharmbio.com
T. 82-2-927-8220
API/Pharmaceuticals
CRO/CMO/CSO/IMD

CrystalLifeScience, Inc.
www.crystallifescience.com
T. 82-31-628-2900
Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer

C-TRI(Chem-Tech Research Incorporation)
www.c-tri.co.kr
T. 82-31-557-0001
Pharmaceuticals/Quasi drugs/Cosmetics
Manufacturer/Exporter/Importer

D **Dae Woong Bio Inc.**
www.daewoongbio.co.kr
T. 82-80-789-0787
APIs/Expipients/Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer/CMO

Dae Woong Pharm Co., Ltd.
www.daewoong.co.kr
T. 82-2-550-8800
Pharmaceuticals/Quasi drugs/Cosmetics
Manufacturer/Exporter/Importer

DAEBONGLS Co., Ltd.
www.daebonpls.co.kr
T. 82-32-712-8800
Cosmetic ingredients/APIs
Importer/Exporter/Manufacturer

Daehe Biopharma CO., LTD.
www.daehepharma.com
T. 82-31-432-5353
APIs
Importer/Exporter/Manufacturer

Daehee Moolsan Co., Ltd.
T. 82-2-733-5361
Quasi Drugs
Importer

DAEHWHA PHARM CO., LTD.
www.dhpharm.co.kr
T. 82-2-586-6451
Pharmaceuticals/Cosmetics
Manufacturer/Exporter/Importer

DAEWON PHARM. CO., LTD.
www.daewonpharm.com
T. 82-2-2204-7000
Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer

DAI HAN PHARM. CO., LTD.
www.daihan.com
T. 82-2-2678-3911
Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer

Dalim Biotech. Co. Ltd.
www.dalimpharm.co.kr
T. 82-2-335-1656
Pharmaceuticals/Cosmetics
Manufacturer/Exporter/Importer

Dasan Pharmaceutical Co., Ltd.
www.dspfarm.com
T. 82-2-2679-5206
Pharmaceuticals/APIs/Intermediates
Semi-finished/Manufacturer

Dong Jin Pharmaceutical Co.,Ltd
www.dj-pharma.com
T. 82-2-579-1056
APIs
Importer

DONG WHA PHARM. CO., LTD.
www.dong-wha.co.kr
T. 82-2-2021-9300
Pharmaceuticals/Quasi drugs/Cosmetics
Manufacturer/Exporter/Importer

DONG-A PHARM. Co., Ltd.
www.dapharm.com
T. 82-70-8636-8798
Pharmaceuticals/Quasi drugs/Cosmetics
Manufacturer/Exporter/Importer

Dong-A ST Co., Ltd.
www.donga-st.com
T. 82-2-920-8114
Pharmaceuticals/APIs/In-vitro diagnostics
Manufacturer/Exporter/Importer

DONGBANG FUTURE TECH&LIFE CO., LTD.
www.dongbangfl.com
T. 82-2-741-7516
Pharmaceuticals/APIs/Quasi drugs/Cosmetics
Manufacturer/OEM/ODM/Exporter/Importer

Dongho Pharm
T. 82-2-445-5151
Pharmaceuticals
Importer

DongKoo Bio&Pharma. Co., Ltd.
www.dongkoo.com
T. 82-2-2684-5421
Pharmaceuticals
Manufacturer

DONGSUNG PHARM. Co., Ltd.
www.dongsung-pharm.co.kr
T. 82-2-6911-3600
Pharmaceuticals/Quasi Drugs/Cosmetics
Importer/Exporter/Manufacturer

DUCHEM BIO
www.duchembio.com
T. 82-2-332-4868
Radiopharmaceuticals
Importer

E **Eisai Korea Inc.**
www.eisai-korea.com
T. 82-2-3451-5500
Pharmaceuticals
Importer

Elyson Pharm Co., Ltd.
www.elyson.co.kr
T. 82-2-6342-7001
Pharmaceuticals
Importer/Manufacturer

Enzychem Lifesciences Corporation
www.enzychem.com
T. 82-2-6213-7131
APIs
Importer/Exporter/Manufacturer

EstechPharma. Co., Ltd.
www.estechpharma.com
T. 82-2-3460-1000
APIs
Exporter/Manufacturer

EZRA Co., Ltd.
www.e-zra.com
T. 82-2-562-8889
Quasi Drugs
Importer

F **Ferring Pharmaceuticals Korea Co., LTD.**
www.ferring.co.kr
T. 82-2-534-2761
Pharmaceuticals
Importer

Fresenius Kabi Korea Co., Ltd.
www.fresenius-kabi.co.kr
T. 82-2-3484-0900
Pharmaceuticals
Importer

Fresenius Medical Care
www.fmc-korea.co.kr
T. 82-2-2112-8800
Pharmaceuticals
Importer

Fuco
T. 82-2-848-8121
Quasi Drugs
Importer

G **Galderma Korea LTD.**
www.galdema.co.kr
T. 82-2-6717-2000
Pharmaceuticals
Importer

GE Healthcare AS Korea Branch.
www.gehealthcare.co.kr
T. 82-2-6201-3707
Pharmaceuticals
Exporter

Genzyme Korea
T. 82-2-2136-9000
Pharmaceuticals
Importer

Gilead Sciences Korea Ltd.
www.gileadkorea.co.kr
T. 82-2-6030-3300
Pharmaceuticals
Importer

GlaxoSmithKline
www.gsk-korea.co.kr
T. 82-2-709-4114
Pharmaceuticals/Cosmetics
Importer

Global Damon Pharma Co., Ltd.
T. 82-2-3673-2368
Pharmaceuticals
Importer

Green Cross Corp.
www.greencross.com
T. 82-31-260-9300
Pharmaceuticals/APIs/Cosmetics
Importer/Exporter/Manufacturer

Green Cross Medical Science
www.greencrossms.com
T. 82-31-260-9300
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

GSK consumer Healthcare Korea Ltd.

www.gsk-korea.co.kr
T. 82-2-709-4207
Pharmaceuticals/Cosmetics
Importer

GUERBET KOREA LTD.

www.guerbet.co.kr
T. 82-2-3453-1212
Pharmaceuticals
Importer

Guju Pharm. Co., Ltd.

www.gujup.co.kr
T. 82-2-2672-1122
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer/CMO

H. MED Co., Ltd.

T. 82-2-323-5350
Pharmaceuticals
Importer

HANALLBIOPHARMA Inc.

www.hanall.co.kr
T. 82-2-550-8800
Pharmaceuticals/APIs
Importer/Manufacturer

Hando Corperation

T. 82-32-562-3324
Pharmaceuticals
Importer

HANDOK Inc.

www.handok.co.kr
T. 82-2-527-5114
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

Hanlim Pharmaceutical Co., LTD.

www.hanlim.com
T. 82-2-3489-6000
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

Hanmi Fine Chemical

www.hanmifc.co.kr
T. 82-31-499-2541
APIs
Importer/Exporter/Manufacturer/CMO/CRO

Hanmi Pharm Co., Ltd.

www.hanmi.co.kr
T. 82-2-410-9114
Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer

HansBiomed Corporation

www.hansbiomed.com
T. 82-2-466-2266
Human Tissue Bank
Importer/Exporter/Manufacturer

HanWha Pharma. Co., Ltd.

www.hwpharm.com
T. 82-2-959-3161
Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer

HAWON BIOCHEMICAL SCIENCE CO., LTD.

T. 82-44-862-2681
APIs
Importer/Exporter/Manufacturer

HAWON PHARMACEUTICAL CORPORATION

www.hawonpharm.co.kr
T. 82-70-8260-6030
Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer

HIGH TECH PHARM CO., LTD.

www.htpharm.com
T. 82-43-883-0012
APIs/Intermediates
Manufacturer/Exporter

HONEX Korea Inc.

www.honex.co.kr
T. 82-2-831-3411
Pharmaceuticals/Medical Instrument
Importer/Exporter/Manufacturer

Hugel

www.hugel.co.kr
T. 82-2-6966-1600
Pharmaceuticals/Medical devices/Cosmetics
Manufacturer/Exporter/Importer

HUMEDIX Co., LTD.

www.humedix.com
T. 82-70-7492-5600
Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer/CMO

HUONS. CO., LTD.

www.huons.com
T. 82-2-854-4700
Pharmaceuticals/Cosmetics
Manufacturer/Exporter/Importer

Hwail Pharm. Co., Ltd.

www.hwail.com
T. 82-2-512-2592
APIs/Expipients/Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer

HYUNDAI PHARM CO. LTD.

www.hyundaipharm.co.kr
T. 82-2-1666-9979
Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer

ICURE PHARM. INC.

www.icure.co.kr
T. 82-2-6959-6909
Pharmaceuticals/Cosmetics
Manufacturer/Exporter/Importer

IKSU PHARMACEUTICAL CO., LTD.

www.iksu.co.kr
T. 82-2-416-1115
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

ILDONG PHARMACEUTICAL CO., LTD.

www.ildong.com
T. 82-2-526-3262
APIs/Pharmaceuticals/Medical Devices/Quasi Drugs
Manufacturer/Exporter/Importer/CMO

ILHWA. CO., LTD.

www.ilhwa.co.kr
T. 82-31-550-0271
APIs/Pharmaceuticals
Exporter/Importer/Manufacturer

ILSUNG PHARMACEUTICALS CO., LTD.

www.ilsung-ph.co.kr
T. 82-2-3271-8800
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

ILYANG PHARMACEUTICAL CO., LTD.

www.ilyang.co.kr
T. 82-2-570-3700
APIs/Pharmaceuticals/Quasi drugs/Cosmetics
Manufacturer/Exporter/Importer

IMAGING SOLUTION KOREA LTD.

T. 82-2-3404-2000
Pharmaceuticals
Importer

INIST Biopharmaceutical CO., LTD.

www.inistbio.com
T. 82-80-353-6500
APIs/Pharmaceuticals/Cosmetics
Exporter/Importer/Manufacturer

INIST ST CO., LTD.

www.inist.co.kr
T. 82-31-660-8300
APIs
Importer/Exporter/Manufacturer

Innotronic CO.

T. 82-2-517-1077
Pharmaceuticals
Importer

IPSEN KOREA

www.ipsen.com
T. 82-2-512-6693
Pharmaceuticals
Importer

Jangsung Corporation

www.jascor.net
T. 82-31-707-2893
Quasi Drugs
Importer/Exporter/Manufacturer

Janssen Korea Ltd.

www.janssen.com/korea/
T. 82-2-2094-4500
APIs/Pharmaceuticals
Importer

JEIL PHARMACEUTICAL CO., LTD.

www.jeilpharm.co.kr
T. 82-2-549-7451
Pharmaceuticals/Medical Devices
Manufacturer

Jeus Pharm Co., Ltd.

T. 82-2-2277-2163
Pharmaceuticals
Importer

JIN WOOK INC.

T. 82-2-777-4714
Pharmaceuticals
Importer/Exporter

JINYANG PHARM. CO., LTD.

www.jinyangpharm.com
T. 82-2-3470-0300
Pharmaceuticals/Quasi Drugs
Importer/Exporter/Manufacturer

Jiwon Medical Co., Ltd.

www.jiwonmedical.co.kr
T. 82-2-542-1226
Pharmaceuticals/Medical Devices
Importer

Johnson & Johnson Medical Korea Ltd.

www.jnjmed.co.kr
T. 82-2-2094-3500
Pharmaceuticals/Medical Devices
Importer

JW Pharmaceutical Corp.
www.jw-pharma.co.kr
T. 82-2-840-6777
APIs/Pharmaceuticals/Quasi drugs
Manufacturer/Exporter/Importer

JW Shinyak Corporatin
www.jw-shinyak.co.kr
T. 82-2-2109-3300
Pharmaceuticals/Quasi drugs
Manufacturer/Exporter/Importer

K KOLON LIFE SCIENCE. Inc.
www.kolonls.com
T. 82-2-3677-4146/4193
APIs/Bio Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

KOLON PHARMACEUTICALS. Inc.
www.kolonpharm.co.kr
T. 82-2-2120-8300/8400
APIs/Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer

KOREA ARLICO PHARM CO., LTD.
www.arlico.co.kr
T. 82-80-585-0004
Pharmaceuticals/Quasi Drugs
Importer/Exporter/Manufacturer

Korea Biochem Pharm. Inc.
www.koreabiochem.co.kr
T. 82-44-862-5030
APIs/Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter

Korea Otsuka Pharmaceutical Co., Ltd.
www.otsuka.co.kr
T. 82-2-3287-9000
Pharmaceuticals/Diagnostics
Manufacturer/Exporter/Importer

KOREA PHARMA CO., LTD.
www.koreapharma.co.kr
T. 82-2-558-1277
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

KOREA PRIME PHARM Co., Ltd.
www.koreaprime.co.kr
T. 82-2-848-8487
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

Korea UCB Co., LTD.
www.ucbkorea.co.kr
T. 82-2-534-3580
Pharmaceuticals
Importer

KOREA UNITED PHARM, INC.
www.kup.co.kr
T. 82-2-512-9981
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

Korean Drug Co., Ltd.
www.nicepharma.com
T. 82-2-529-6100
APIs
Importer/Manufacturer

Korean Red Cross
www.redcross.or.kr
T. 82-2-3705-3705
Pharmaceuticals
Importer

Kowa Korea Company, Ltd.
www.kowakorea.com
T. 82-2-6930-4800
Pharmaceuticals
Importer

Kuhnil Pharm
www.kuhnil.com
T. 82-2-714-0091
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

Kukje Pharm Co., Ltd.
www.kukjepharm.co.kr
T. 82-31-781-9081
Pharmaceuticals/APIs/Cosmetics
Importer/Exporter/Manufacturer

Kukjeon Pharm. Co., Ltd.
www.kukjeon.co.kr
T. 82-2-3486-2215
APIs
Importer/Exporter/Manufacturer

Kwang Dong Pharmaceutical Co., Ltd.
www.ekdp.com
T. 82-2-6006-7777
APIs/Pharmaceuticals/Quasi drugs
Manufacturer/Exporter/Importer

Kyowa Hakko Kirin Korea Co., Ltd.
www.kyowa-kirin-korea.com
T. 82-2-3471-4321
Pharmaceuticals
Importer

Kyung Bo Pharm Co., Ltd.
www.kbpharma.co.kr
T. 82-2-365-2302
APIs/Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer/CRO/CMO

KYUNG DONG Pharm. Co., Ltd.
www.kdpharma.co.kr
T. 82-2-576-6121
APIs/Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer

Kyung Nam Pharm. Co., Ltd.
www.kyungnampharm.co.kr
T. 82-2-3490-5157
Pharmaceuticals
Manufacturer

L L-bridge Co., Ltd.
www.lbi.co.kr
T. 82-2-6121-8300
Pharmaceuticals
Importer

LEO Pharma Limited
www.leo-pharma.kr
T. 82-2-771-1110
Pharmaceuticals
Importer

LG Chem
www.lgchem.com
T. 82-2-3773-1114
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

Lilly Korea
www.lilly.co.kr
T. 82-2-3459-2600
Pharmaceuticals
Importer

LION CORPORATION (KOREA)
www.lionkorea.co.kr
T. 82-2-6363-1114
Quasi Drugs/Cosmetics
Importer

Litepharmtech
www.litepharm.com
T. 82-2-801-8570
Pharmaceuticals/ETC
Importer

L'oreal Korea
www.loreal.co.kr
T. 82-2-3497-9581
Quasi Drugs/Cosmetics
Importer

Lundbeck Korea Co., Ltd.
www.lundbeck.co.kr
T. 82-2-431-6600
Pharmaceuticals
Importer

M Masung & Co., Ltd.
www.masung.co.kr
T. 82-2-533-0123
APIs/Intermediaries
Importer/Exporter

MEDICAKOREA CO., LTD.
www.medicakorea.co.kr
T. 82-70-4018-8000
Pharmaceuticals/Cosmetics
Importer/Exporter/Manufacturer

Medicospharm
T. 82-2-2277-2162
Pharmaceuticals
Importer

Merck Ltd. Korea
www.merck.co.kr
T. 82-2-2185-3800
Pharmaceuticals
Importer

MFC CO.,LTD.
www.mfcglobal.co.kr
T. 82-31-8059-8293
APIs/Intermediates/Pd Catalyst
Importer/Manufacturer

MIRAE PHARM CO., LTD.
www.miraepharmkorea.co.kr
T. 82-2-583-9077
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

Mitsubishitanabe Pharma Korea
www.mt-pharma-korea.com
T. 82-2-579-0121
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

MSD Korea
www.msd-korea.com
T. 82-2-331-2000
Pharmaceuticals
Importer

MundiPharma Korea Ltd.
www.mundipharma.co.kr
T. 82-2-568-5689
Pharmaceuticals/Medical Devices
Importer

MYUNG-IN PHARM. CO., LTD.
www.myunginph.co.kr
T. 82-2-587-9060
Pharmaceuticals/APIs
Importer/Exporter/Manufacturer

- Myungmoon Pharm. Co., LTD.**
www.mmpharm.co.kr
T. 82-2-6711-2000
Pharmaceuticals
Manufacturer/Exporter/Importer
- N** **NAM SHIN PHARM**
T. 82-2-6925-5611
Pharmaceuticals
Wholesaler
- NANO PHARM CO., LTD.**
www.nanopharms.com
T. 82-2-2248-7771
Pharmaceuticals/Cosmetics
Importer/Manufacturer
- New Korea Industrial Co., Ltd.**
www.nekoind.co.kr
T. 82-2-2057-5815
Radio Pharmaceuticals
Importer
- NOSA CHEMICAL LTD.**
T. 82-2-3482-0323
APIs
Importer
- Novartis Korea Ltd.**
www.novartis.co.kr
T. 82-2-768-9000
Pharmaceuticals
Importer
- Novo Nordisk Pharma Korea Ltd.**
www.novonordisk.co.kr
T. 82-2-2188-8900
Pharmaceuticals
Importer
- O** **Ohyun Pharma Corporation**
T. 82-2-2277-1150
Pharmaceuticals
Importer
- ONO PHARMA KOREA CO., LTD.**
www.onopharma.co.kr
T. 82-2-928-8423
Pharmaceuticals
Importer
- P** **PAIMORE KOREA CO., LTD.**
www.paimore.co.kr
T. 82-2-549-8128
Cosmetics
Importer/Exporter
- PENMIX Ltd.**
www.penmix.co.kr
T. 82-2-703-8234
Pharmaceuticals
Manufacturer/CDMO
- Pfizer Korea Pharm. Co., Ltd.**
www.pfizer.co.kr/ko
T. 82-2-317-2114
Pharmaceuticals
Importer
- Pharmachem Co., Ltd.**
T. 82-2-575-8914
Pharmaceuticals/APIs
Exporter
- Pharmapia**
www.pharma-pia.com
T. 82-2-425-0871
Pharmaceuticals/Nutraceuticals
Importer
- PharmaResearch Products Co., Ltd.**
www.pr-products.co.kr
T. 82-31-8039-1500
Pharmaceuticals/APIs/Medical Devices
Cosmetics/Manufacturer
- PHARMATRONIC CO., LTD.**
www.pharmatronic.co.kr
T. 82-2-2634-8002
Pharmaceuticals
Importer
- Pharmix Corporation Co., Ltd.**
T. 82-2-425-2506
Pharmaceuticals
Exporter
- Pharmswell Bio Co., LTD.**
www.pharmswell.com
T. 82-2-577-1555
APIs
Importer
- PHIL INTERNATIONAL Co., Ltd.**
www.philintl.com
T. 82-2-567-1480
Pharmaceuticals
Exporter
- Q** **Quintiles Transnational Korea Co., Ltd.**
www.quintiles.com
T. 82-2-2046-8888
Pharmaceuticals/APIs
Importer
- R** **RICHWOOD TRADING LTD.**
www.richwood.net
T. 82-2-778-2351
APIs/Cosmetics
Importer
- Roche Korea Co., Ltd.**
www.roche.co.kr
T. 82-2-3451-3600
Pharmaceuticals
Importer
- RP BIO INC.**
www.rpskorea.com
T. 82-2-568-0051
APIs
Manufacturer
- S** **S.C. Johnson Korea Inc.**
www.scjohnson.co.kr
T. 82-2-3485-6800
Quasi Drugs
Importer
- S.P. Pharmtec**
T. 82-2-2277-2161
Pharmaceuticals
Importer
- SAEHAN PHARM CO., LTD.**
www.shpharm.co.kr
T. 82-2-553-7417
OTC/ETC
Manufacturer
- Sam Chun Dang Pharm Co., Ltd.**
www.scd.co.kr
T. 82-2-2046-1100
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer
- SAM EUNG IND. CO., LTD.**
T. 82-2-2237-9497,8
APIs
Importer
- SamA Pharmaceutical Co., Ltd.**
www.samapharm.co.kr
T. 82-2-2056-7200
Pharmaceuticals
Manufacturer
- Samik Pharmaceutical Co., Ltd.**
www.samik.co.kr
T. 82-2-928-0661~4
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer
- SAMIL PHARMACEUTICAL Co., Ltd.**
www.samil-pharm.com
T. 82-2-520-0300
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer
- SAMJIN PHARMACEUTICAL CO., LTD.**
www.samjinpharm.co.kr
T. 82-2-3140-0700
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer
- SAM-OH PHARM. Co., Ltd.**
www.samohpharm.co.kr
T. 82-2-514-5691
APIs/Pharmaceuticals/
Importer/Exporter/Manufacturer
- Samyang Biopharmaceuticals Corp.**
www.samyangbiopharm.com
T. 82-2-2157-9111
Pharmaceuticals/Medical Devices
Exporter/Importer/Manufacturer
- Sandoz Korea Ltd.**
www.sandoz.com
T. 82-2-768-9300
Pharmaceuticals/Biopharmaceuticals
Importer
- SANG CHUNG INTERNATIONAL Co., Ltd.**
www.scint.co.kr
T. 82-2-449-9333
Pharmaceuticals
Importer
- Sang Jin Company, LTD.**
T. 82-2-3481-0080
APIs
Importer
- Sanofi Pasteur Korea**
www.sanofipasteur.co.kr
T. 82-2-2136-9000
Pharmaceuticals
Importer
- SANOFI-AVENTIS KOREA CO., LTD.**
www.sanofi.co.kr
T. 82-2-2136-9000
Pharmaceuticals
Importer
- Seoul Medical INC.**
www.seoulmedical.co.kr
T. 82-2-523-0628
Pharmaceuticals/Medical devices
Cosmetics/Human Tissue Bank/Importer

Serpentem Aeneum Co.

www.serpentem.co.kr
T 82-2-317-5367
Pharmaceuticals
Importer

SHINJIN MEDICS

www.shinjinmed.com
T 82-70-8277-8929
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

Shin Kwang New Drugs Co., Ltd.

www.shkwd.com
T 82-2-323-0031
Pharmaceuticals
Importer

SHINPOONG PHARM. CO., LTD.

www.shinpoongpharm.com
T 82-2-2189-3700
Pharmaceuticals/Medical devices/Cosmetics
Importer/Exporter/Manufacturer

SHINHUNG CO., LTD.

www.shinhung.co.kr
T 82-2-6366-2122
APIs/Pharmaceuticals/Quasi Drugs
Importer

Shinwon Dental Co., Ltd

www.shinwondental.com
T 82-1077-0023
Pharmaceuticals
Importer

SHINYONG LOFARMA

www.shinyonglo.com
T 82-2-9000-0736
Pharmaceuticals
Importer

Sinil Pharmaceutical Co., Ltd.

www.sinilpharm.com
T 82-2-2211-6700
APIs/Pharmaceuticals/Cosmetics/Quasi Drugs
Importer/Manufacturer/Exporter/CMO/ODM

SINSIN PHARM. CO., LTD.

www.sinsinpharm.com
T 82-31-776-1111
Quasi Drugs/Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

SK CHEMICALS Co., Ltd.

www.skchemicals.com
T 82-2-2009-2008
APIs/Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

SK Plasma Co., Ltd.

www.skplasma.com
T 82-2-2008-2901
Pharmaceuticals/APIs
Importer/Exporter/Manufacturer

Skbioland Co., Ltd.

www.skbioland.com
T 82-71-520-7700
APIs/Cosmetic ingredients/Medical devices
Manufacturer

SONG LIM PHARM CO., LTD.

T 82-2-4027-673
APIs
Importer

SS PHARM. CO., LTD.

www.ssspharm.com
T 82-31-791-6311
APIs/Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

ST PHARM CO., LTD.

www.stpharm.com
T 82-2-327-6300
APIs
Manufacturer

Suheung Co., Ltd.

www.suheung.com
T 82-2-2210-8120
APIs/Pharmaceuticals/Quasi Drugs
Manufacturer/Exporter

SUNG YI PHARM. CO., LTD.

T 82-2-3713-3361,2
APIs
Importer

SungWun Pharmacopia Co., Ltd.

www.sungwunpharm.com
T 82-31-293-1616
Pharmaceuticals/APIs/Cosmetics
Importer/Exporter

T Taejoon Pharmaceutical Co., Ltd.

www.taejoonpharm.com
T 82-2-798-6601~7
Pharmaceuticals
Importer/Manufacturer/Exporter

TAEWANG MULSAN CO., LTD.

www.taewangmulsan.com
T 82-2-427-9905
APIs/Cosmetic ingredients
Importer/Manufacturer

TAI GUK PHARM. CO., LTD

www.taigukpharm.com
T 82-2-977-7761
Pharmaceuticals/APIs/Quasi Drugs
Importer/Exporter/Manufacturer

Takeda Pharmaceuticals Korea Co., Ltd.

www.takeda.com/kr
T 82-2-978-0900
Pharmaceuticals
Importer

TECHNOLAND

www.techland.com
T 82-2-610-1256
Pharmaceuticals/Medical devices
Importer

U UK Do-i Co., Ltd.

www.ukdo.com
T 82-2-383-0797
Pharmaceuticals
Exporter

UNIMED PHARM INC.

www.unimed.com
T 82-2-2270-5100
APIs/Pharmaceuticals/Medical devices/Cosmetic
Importer/Exporter/Manufacturer

W WHANIN PHARM. CO., LTD.

www.whaninpharm.com
T 82-2-703-3000
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

WHAWON PHARM CO., LTD.

www.whawonpharm.com
T 82-2-673-1858
APIs
Importer/Exporter/Manufacturer

Won Medical Corp.

www.wonmed.com
T 82-32-219-0077
Pharmaceuticals
Importer/Manufacturer

Wonpoong Pharm. Co., Ltd.

www.wonpoongpharm.com
T 82-2-376-5100~9
APIs/Cosmetics Ingredients
Importer

WOOJEON CO., LTD.

www.woojeon.com
T 82-2-2070-6677
Pharmaceuticals/Quasi Drugs/Medical Instrument
Importer/Exporter

WOORIDUL PHARMACEUTICAL LTD.

www.wooridulpharm.com
T 82-2-382-7211
Pharmaceuticals/Cosmetic
Manufacturer

WOOSHIN LABOTTACH CO., LTD.

www.wooshinlab.com
T 82-2-756-9899
APIs/Pharmaceuticals/Medical devices
Importer/Exporter/Manufacturer

Y YOYOYOUNG Pharm. Co., Ltd.

www.yoyoyoung.com
T 82-2-6207-6117
Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

YUHAN CORPORATION

www.yuhan.com
T 82-2-828-0181
APIs/Pharmaceuticals/Quasi Drugs/Medical devices
Cosmetic/Importer/Exporter/Manufacturer

Yungjin Pharm. Co., Ltd.

www.yungjinpharm.com
T 82-2-2071-8200
APIs/Pharmaceuticals
Importer/Exporter/Manufacturer

YuYu Pharma, Inc

www.yuyupharma.com
T 82-2-2233-6600
APIs/Pharmaceuticals/Quasi Drugs/Medical devices
Importer/Exporter/Manufacturer



Гоо сайхны худалдааны холбооны гишүүд



KPTA Member Company List
Cosmetics & Cosmetic Ingredients

4Life Research Korea
www.4lifekorea.co.kr
T. 82-2-553-8007
Cosmetics
Importer

A AMOREPACIFIC CORPORATION.
http://www.apgroup.com/int/en
T. 82-2-709-5114
Cosmetics Ingredients
Manufacturer

Amway Korea Ltd.
www.amway.co.kr
T. 82-2-3468-6000
Cosmetics
Importer

Atelier Cologne Korea Co., Ltd.
www.ateliercologne.co.kr
T. 82-2-2015-2723
Cosmetics
Importer

B beautip
T. 82-2-511-3043
Cosmetics
Importer

BIOZONE COSMETICS
www.greenphlcb.co.kr
T. 82-31-977-2968
Cosmetics
Importer/Manufacturer

BMK Ltd.
www.bmkltd.com
T. 82-2-514-5167
Cosmetics
Importer

C C.F.Co
www.cosmeticconsulting.com
T. 82-70-7727-2300
Cosmetics
Importer

CHANEL KOREA YH
T. 82-2-3708-9793
Cosmetics
Importer/Exporter

CLARINS KOREA
www.clarins.co.kr
T. 82-2-3014-2921
Cosmetics
Importer

Clio Cosmetics
www.clio.co.kr
T. 82-2-514-0056
Cosmetics
Importer/Exporter

COSMELAB
www.cosmelab.com
T. 82-2-3446-0942
Cosmetics
Importer

Croda Europe Ltd, Korea Branch
www.croda.com
T. 82-31-698-2540
Cosmetics Ingredients
Importer

D DHC KOREA INC.
www.dhckorea.com
T. 82-2-2149-3613
Cosmetics
Importer

DMS International Co., Ltd.
www.dmsc.co.kr
T. 82-2-533-6006
Cosmetics
Importer/Exporter

DONGSUNG PHARM. Co., Ltd.
www.dongsung-pharm.co.kr
T. 82-2-6911-3600
Pharmaceuticals/Quasi Drugs/Cosmetics
Importer/Exporter/Manufacturer

E Ecolab Korea Co., Ltd.
www.ecolab.com
T. 82-1588-7595
Cosmetics
Importer/Manufacturer

ELCA Korea Ltd.
www.elcakorea.com
T. 82-2-3440-2600
Cosmetics
Importer

EVERART Co., Ltd.
www.algotharm.co.kr
T. 82-2-868-8563
Cosmetics
Importer

EZCOS CO., LTD.
www.ezcos.co.kr
T. 82-2-596-7514
Cosmetics
Manufacturer

F FILCO INTERNATIONAL
www.filco.co.kr
T. 82-2-547-6732
Cosmetics
Importer

Forcell Co., Ltd.
www.forcell.co.kr
T. 82-55-388-2840
Cosmetics
Importer/Exporter/Manufacturer

G GlaxoSmithKline
www.gsk-korea.co.kr
T. 82-2-709-4114
Quasi Drugs/Cosmetics
Importer

GONA
www.hanamori.kr
T. 82-2-546-7421
Cosmetics/Cosmetics Ingredients
Importer

Green Cross Corp.
www.greencross.com
T. 82-31-260-9300
Pharmaceuticals/APIs/Cosmetics
Importer/Exporter/Manufacturer

GSK consumer Healthcare Korea Ltd.
www.gsk-korea.co.kr
T. 82-2-709-4207
Quasi Drugs/Cosmetics
Importer

H HAEDUN CO.
www.haedeunco.com
T. 82-31-263-1276
Cosmetics
Importer/Exporter

HANKOOK COSMETICS MANUFACTURING CO., LTD.
www.hkcosm.com
T. 82-2-724-3336
Cosmetics
Manufacturer

HMJ Korea
T. 82-2-512-4695
Cosmetics
Importer

I Inpronics Co., Ltd.
T. 82-2-3409-4451
Cosmetics
Importer

K K&I Co., Ltd.
www.knikorea.com
T. 82-2-554-0086
Cosmetics/Cosmetics Ingredients
Importer/Manufacturer

K&U Cosmetics, Inc.
www.uriage.co.kr
T. 82-2-588-4160
Cosmetics
Importer

Kobell Korea Co.

T. 82-51-504-8454
Cosmetics/Cosmetics Ingredients
Importer

Kukje Pharma Co., LTD.
www.kukjepharm.co.kr
T. 82-31-781-9081
Pharmaceuticals/APIs/Cosmetics
Importer/Exporter/Manufacturer

L Le Bon Co., LTD.
T. 82-2-549-4581
Cosmetics
Importer

L'oreal Korea
www.loreal.co.kr
T. 82-2-3497-9581
Quasi Drugs/Cosmetics
Importer

LUSH Korea
www.lush.co.kr
T. 82-2-795-7510
Cosmetics
Importer/Manufacturer

LVMH Perfumes & Cosmetics (Korea)
T. 82-2-3438-9500
Cosmetics
Importer

M Mary Kay Korea Ltd.
www.marykay.co.kr
T. 82-2-2016-7740
Cosmetics
Importer

MEDICAKOREA CO., LTD.
www.medicakorea.co.kr
T. 82-70-4018-8000
Pharmaceuticals/Cosmetics
Importer/Exporter/Manufacturer

Merck Performance Materials Ltd.

www.merck.co.kr
T. 82-2-2185-3800
Cosmetics Ingredients
Importer

Mira Corp

www.mira119.com
T. 82-2-556-6545
Cosmetics
Importer

N NANO PHARM CO., LTD.

www.nanopharms.com
T. 82-2-2248-7771
Pharmaceuticals/Cosmetics
Importer/Exporter/Manufacturer

NASS INTERNATIONAL LTD.

www.nassintl.com
T. 82-2-523-0125
Cosmetics
Importer

O OH JUNG COMMERCIAL Co., Ltd.

www.ohjung.com
T. 82-2-2293-7883
Cosmetics Ingredients
Importer

P P&G Korea

www.pg.co.kr
T. 82-2-6940-6000
Cosmetics
Importer

Poly Vision Co., LTD

www.by.on.co.kr
T. 82-2-516-0720
Cosmetics/Cosmetics Ingredients
Importer

POURELLE Co., Ltd.

www.mavala.co.kr
T. 82-2-534-1500
Cosmetics
Importer

S Scosmetic

T. 82-2-866-6929
Cosmetics
Importer

Selection Co., Ltd.

www.lamentekorea.com
T. 82-2-2651-7815
Cosmetics
Importer

SEONGWON P&S Co., Ltd.

www.swpns.com
T. 82-31-763-8462
Cosmetics Ingredients
Importer

Shinetsu Silicone Korea Co., Ltd.

www.shinetsu.net
T. 82-2-590-2500
Cosmetics Ingredients
Importer

SungWun Pharmacopia Co., Ltd.

www.sungwun.net
T. 82-31-293-1616
Pharmaceuticals/APIs/Cosmetics
Importer/Exporter/Manufacturer

T TAIYOUNG TRIPLE Co., LTD

www.tai-young.com
T. 82-31-902-2157
Cosmetics
Importer

W WHAIN C&B Inc.

www.fote.co.kr
T. 82-2-2233-4373
Cosmetics
Importer

WITHANGEL

T. 82-31-663-1583
Cosmetics/Cosmetics Ingredients
Importer

Wonpoong Pharm. Co., Ltd.

www.won-poong.co.kr
T. 82-2-376-8100-9
APIs/Cosmetics Ingredients
Importer

WOONAMCHEMICO LTD.

www.woonamchemico.com
T. 82-2-2628-0108
Cosmetics
Importer

Y YEA EUN COSMETICS Co.

www.yeaeun.com
T. 82-2-478-3344
Cosmetics
Importer





KPTA Member Company List

Herbal Medicines

CHONG NAM PHARM. TRADING CO., LTD.

T 82-31-703-9307
Korea Herbal Medicines
Importer/Manufacturer

DAEDONG PHARM CO., LTD.

010-8263-1000
T 82-2-967-8833
Korea Herbal Medicines
Importer/Manufacturer

DAEMYUNG PHARM. CO., LTD.

T 82-2-966-0333
Korea Herbal Medicines
Importer/Manufacturer

EULIP PHARMACEUTICAL

T 82-2-962-1387
Korea Herbal Medicines
Manufacturer

HANSUN TRADING Co., LTD.

T 82-2-956-8721
Korea Herbal Medicines
Importer/Exporter/Manufacturer

HungYil Herbs., LTD.

T 82-2-962-2220
Korea Herbal Medicines
Importer/Manufacturer

Korea Gukildang Company

T 82-2-6939-171
Korea Herbal Medicines
Importer/Manufacturer

MoonStar Trading Co., Ltd.

T 82-2-959-3033
Korea Herbal Medicines
Importer

Myryeung Trading Co., Ltd.

T 82-2-966-7303
Korea Herbal Medicines
Importer/Exporter/Manufacturer

PUNG SAN PHARMACEUTICAL CO., LTD

T 82-7-818-2388
Korea Herbal Medicines
Importer/Manufacturer

SEHWOONG INDUSTRIAL CO., LTD.

T 82-2-733-0331,3
Korea Herbal Medicines
Importer

SeoJin Trading Co., Ltd.

T 82-2-766-0673
Korea Herbal Medicines
Importer/Manufacturer

Seoryung Trading Co., Ltd.

T 82-2-963-7120
Korea Herbal Medicines
Importer

WELLNESS KOREA Co., LTD.

010-729-1889, 0971
T 82-2-377-2185
Korea Herbal Medicines
Importer/Exporter/Manufacturer

Won Lok Pharm. Co., Ltd.

T 82-2-962-9787
Korea Herbal Medicines
Importer/Manufacturer

WOO SUNG SAENG YAK CO., LTD.

T 82-2-968-2908
Korea Herbal Medicines
Importer



БНСУ-ын чацарганы боловсруулах үйлдвэрийн судалгаанд оролцогчдын жагсаалт

№	Оролцогчдын нэрс	Албан тушаал	Компаний нэр	Холбоо барих хаяг
1	Mok Seonmi	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	Address: 24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
2	Im Joo Won	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	Address: 24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
3	Myong Jung	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	Address: 24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
4	Hwang Jung	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	Address: 24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
5	Kye Eun Soo	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	Address: 24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
6	Chan Young Kim	Төлөөлөгч	Rap & Company Co., Ltd.	Address: 3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
7	Cho Myong Suk	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
8	Won Young Su	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
9	Pak Nam Seon	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
10	Chin Ye Jun	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
11	Kim JaeHwa	Борлуулагч	Plusnature Inc.	Address: 407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
12	Chu WooSung	Төлөөлөгч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
13	Myong Mi Hyun	Төлөөлөгч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
14	Kim Su Hyun	Борлуулагч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
15	Sang Do Yeon	Борлуулагч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
16	MIN JI KIM	Мэдээлэл харилцааны менежер	Hinature Inc	21990 Smart Valley E dong 908 ho, Songdo Mirae-ro 30, Yeonsu-gu, Incheon-si
17	Nam Kwan Seon	Борлуулагч	Hinature Inc	21990 Smart Valley E dong 908 ho, Songdo Mirae-ro 30, Yeonsu-gu, Incheon-si
18	Mo Hyeon Jun	Борлуулагч	Hinature Inc	21990 Smart Valley E dong 908 ho, Songdo Mirae-ro 30, Yeonsu-gu, Incheon-si
19	Nae Shi Won	Борлуулагч	Hinature Inc	21990 Smart Valley E dong 908 ho, Songdo Mirae-ro 30, Yeonsu-gu, Incheon-si
20	Chin Eul Joo	Борлуулагч	Hinature Inc	21990 Smart Valley E dong 908 ho, Songdo Mirae-ro 30, Yeonsu-gu, Incheon-si

21	Park Yu-young	Төлөөлөгч	JN EM Life Co., Ltd	Yangsan Road 43, Yeongdeungpo-Gu, Seoul, Korea (3-Ga, Yangpyeong-dong) Tel: 220-88-59267
22	Kim Soo Yeon	Борлуулагч	JN EM Life Co., Ltd	Yangsan Road 43, Yeongdeungpo-Gu, Seoul, Korea (3-Ga, Yangpyeong-dong) Tel: 220-88-59267
23	Kim Yeong Gi	Борлуулагч	JN EM Life Co., Ltd	Yangsan Road 43, Yeongdeungpo-Gu, Seoul, Korea (3-Ga, Yangpyeong-dong) Tel: 220-88-59267
24	Cha Il Sung	Борлуулагч	JN EM Life Co., Ltd	Yangsan Road 43, Yeongdeungpo-Gu, Seoul, Korea (3-Ga, Yangpyeong-dong) Tel: 220-88-59267
25	Ryong Jun ho	Борлуулагч	JN EM Life Co., Ltd	Yangsan Road 43, Yeongdeungpo-Gu, Seoul, Korea (3-Ga, Yangpyeong-dong) Tel: 220-88-59267

Хавсралт 4.4.2.

БНСУ-ын чацарганы бөөний худалдаа эрхлэгч компаний судалгаанд оролцогчдын жагсаалт

№	Оролцогчдын нэрс	Албан тушаал	Компаний нэр	Холбоо барих хаяг
1	Mok Seonmi	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
2	Im Joo-Won	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
3	Myong Jung	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
4	Hwang Jung	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
5	Kye Eun-Soo	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
6	Kal Song Jin	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
7	Kim Song Min	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
8	In Jong Su	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
9	Sa Heyon Jun	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
10	Ryon Seung Hee	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
11	Hwang Hae Suk	Борлуулагч	Philobiotech Co., Ltd	Address: 114, Gangwon National Univ., Hyoja 2-dong Chuncheon-si, Gyeonggi-do
12	Ho Mi Yun	Борлуулагч	Philobiotech Co., Ltd	Address: 114, Gangwon National Univ., Hyoja 2-dong Chuncheon-si, Gyeonggi-do
13	Sol Jin Hee	Борлуулагч	Philobiotech Co., Ltd	Address: 114, Gangwon National Univ., Hyoja 2-dong Chuncheon-si, Gyeonggi-do
14	Ma Yeong Jin	Борлуулагч	Philobiotech Co., Ltd	Address: 114, Gangwon National Univ., Hyoja 2-dong Chuncheon-si, Gyeonggi-do
15	Kam Byung Chul	Борлуулагч	Philobiotech Co., Ltd	Address: 114, Gangwon National Univ., Hyoja 2-dong Chuncheon-si, Gyeonggi-do

16	Mo Chang Woo	Борлуулагч	Philobiotech Co., Ltd	Address: 114, Gangwon National Univ., Hyoja 2-dong Chuncheon-si, Gyeonggi-do
17	Im Jin Sang	Борлуулагч	Philobiotech Co., Ltd	Address: 114, Gangwon National Univ., Hyoja 2-dong Chuncheon-si, Gyeonggi-do
18	To Jung Su	Борлуулагч	Philobiotech Co., Ltd	Address: 114, Gangwon National Univ., Hyoja 2-dong Chuncheon-si, Gyeonggi-do
19	Yon Su Jin	Борлуулагч	Philobiotech Co., Ltd	Address: 114, Gangwon National Univ., Hyoja 2-dong Chuncheon-si, Gyeonggi-do
20	Yun Kyong	Борлуулагч	Philobiotech Co., Ltd	Address: 114, Gangwon National Univ., Hyoja 2-dong Chuncheon-si, Gyeonggi-do
21	Cha Kyung Ho	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
22	Chon Chi Yon	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
23	Nam Mi Hyun	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
24	Kim Hyuk	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
25	Kal Yeon Woo	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
26	Hwa Yun So	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
27	An Eun Bi	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
28	Hu Minsu	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
29	Cho Chong Yol	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
30	Kae Min Kyung	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
31	Ki Young Min	Борлуулагч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
32	Won Il Song	Борлуулагч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
33	Tak Kwang	Борлуулагч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
34	Ru Song Jin	Борлуулагч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
35	Ah Min Seo	Борлуулагч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
36	Kim Jae-Hwa	Борлуулагч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
37	Chu Woo-Sung	Борлуулагч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
38	Myong Mi-Hyun	Борлуулагч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandae-ro, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767

39	Kim Su Hyun	Менежер	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandaero, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
40	Sang Do-Yeon	Борлуулагч	Plusnature Inc.	407ho, Dankook University Cluster Center, 119, Dandaero, Dongnam-gu, Cheonan-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea Tel.: +82) 70-8886-6767
41	Eunjung Kim	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
42	Sam Yung Hee	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
43	Hwangbo Yu Ri	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
44	Sung Jeong Ho	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
45	Chang Do Yeon	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
46	Ho Dae Hyun	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
47	Pak Sun Woo	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
48	In Yeong Ju	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
49	Ae Chungyong	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
50	Tae Yeong	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea

Хавсралт 4.4.3.

БНСУ-ын чацарганы жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгч компаний судалгаанд оролцогчдын жагсаалт

№	Оролцогчдын нэрс	Албан тушаал	Компаний нэр	Холбоо барих хаяг
1	So Il Kim	Борлуулагч	EMART, Inc.	377, Ttukseom-ro, Seongdong-gu, Seoul, Republic of Korea
2	Kim Sung Su	Борлуулагч	EMART, Inc.	377, Ttukseom-ro, Seongdong-gu, Seoul, Republic of Korea
3	Chu Hyunjun	Борлуулагч	EMART, Inc.	377, Ttukseom-ro, Seongdong-gu, Seoul, Republic of Korea
4	Kal Soo Yeng	Борлуулагч	EMART, Inc.	377, Ttukseom-ro, Seongdong-gu, Seoul, Republic of Korea
5	Chwa Kyung	Борлуулагч	EMART, Inc.	377, Ttukseom-ro, Seongdong-gu, Seoul, Republic of Korea
6	Chan Shin Il	Борлуулагч	EMART, Inc.	377, Ttukseom-ro, Seongdong-gu, Seoul, Republic of Korea
7	Pyon Ji Yoon	Борлуулагч	EMART, Inc.	377, Ttukseom-ro, Seongdong-gu, Seoul, Republic of Korea
8	Ko Sohyon	Борлуулагч	EMART, Inc.	377, Ttukseom-ro, Seongdong-gu, Seoul, Republic of Korea
9	Sun Minji	Борлуулагч	EMART, Inc.	377, Ttukseom-ro, Seongdong-gu, Seoul, Republic of Korea
10	Ro Hye Soo	Борлуулагч	EMART, Inc.	377, Ttukseom-ro, Seongdong-gu, Seoul, Republic of Korea
11	Kangjon Unso	Борлуулагч	Hanaro Mart	Seocho-gu, Seoul, South Korea +82 2-574-1521
12	Wang Ji Hyo	Борлуулагч	Hanaro Mart	Seocho-gu, Seoul, South Korea +82 2-574-1521
13	Sa Eun Kyeong	Борлуулагч	Hanaro Mart	Seocho-gu, Seoul, South Korea +82 2-574-1521
14	Kang Hye Rim	Борлуулагч	Hanaro Mart	Seocho-gu, Seoul, South Korea

				+82 2-574-1521
15	Yun Ji Woo	Борлуулагч	Hanaro Mart	Seocho-gu, Seoul, South Korea +82 2-574-1521
16	Chom Seol Ki	Борлуулагч	Hanaro Mart	Seocho-gu, Seoul, South Korea +82 2-574-1521
17	Kun Kyu Bong	Борлуулагч	Hanaro Mart	Seocho-gu, Seoul, South Korea +82 2-574-1521
18	Nae Chul Soo	Борлуулагч	Hanaro Mart	Seocho-gu, Seoul, South Korea +82 2-574-1521
19	Somun Kwang Jo	Борлуулагч	Hanaro Mart	Seocho-gu, Seoul, South Korea +82 2-574-1521
20	Hak Young Il	Борлуулагч	Hanaro Mart	Seocho-gu, Seoul, South Korea +82 2-574-1521
21	Pak Ho Jin	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
22	Sam Jin Tee	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
23	Sang Ki Pak	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
24	Han Seo Kim	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
25	Hung Joon Ho	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
26	Ra Yu Jin	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
27	Kim Ja Hyun	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
28	Muk Eun Bi	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
29	Kim Mi Suk	Борлуулагч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
30	Chan Young Kim	Төлөөлөгч	Rap & Company Co., Ltd.	3F sangrok Blug, 86 Saimdang-ro, Seocho-gu, Seoul, 06641 Korea
31	Kim Min Ji	Борлуулагч	Lotte Mart	269 (Lotte Castle Gold, Shinchon-dong) 6th and 7th floors Songpa-gu Olympic Road, Seoul
32	Cho Mi Yeon	Борлуулагч	Lotte Mart	269 (Lotte Castle Gold, Shinchon-dong) 6th and 7th floors Songpa-gu Olympic Road, Seoul
33	Wang So Yi	Борлуулагч	Lotte Mart	269 (Lotte Castle Gold, Shinchon-dong) 6th and 7th floors Songpa-gu Olympic Road, Seoul
34	Cho Young Ran	Борлуулагч	Lotte Mart	269 (Lotte Castle Gold, Shinchon-dong) 6th and 7th floors Songpa-gu Olympic Road, Seoul
35	Kang Soon Hee	Борлуулагч	Lotte Mart	269 (Lotte Castle Gold, Shinchon-dong) 6th and 7th floors Songpa-gu Olympic Road, Seoul
36	Mangjol Sun Jung	Борлуулагч	Lotte Mart	269 (Lotte Castle Gold, Shinchon-dong) 6th and 7th floors Songpa-gu Olympic Road, Seoul
37	Sung Yejon	Борлуулагч	Lotte Mart	269 (Lotte Castle Gold, Shinchon-dong) 6th and 7th floors Songpa-gu Olympic Road, Seoul
38	Chu Yeong Sik	Борлуулагч	Lotte Mart	269 (Lotte Castle Gold, Shinchon-dong) 6th and 7th floors Songpa-gu Olympic Road, Seoul
39	Ryang Soo Yeon	Борлуулагч	Lotte Mart	269 (Lotte Castle Gold, Shinchon-dong) 6th and 7th floors Songpa-gu Olympic Road, Seoul
40	Min Ji Tae	Борлуулагч	Lotte Mart	269 (Lotte Castle Gold, Shinchon-dong) 6th and 7th floors Songpa-gu Olympic Road, Seoul
41	In Jae Hui	Борлуулагч	Homeplus	398 Hwagokoro, Gangseo-gu, Seoul
42	Kyong Song Jin	Борлуулагч	Homeplus	398 Hwagokoro, Gangseo-gu, Seoul
43	Sim Hyun Su	Борлуулагч	Homeplus	398 Hwagokoro, Gangseo-gu, Seoul
44	Sam Se Yeon	Борлуулагч	Homeplus	398 Hwagokoro, Gangseo-gu, Seoul
45	Ku Song Su	Борлуулагч	Homeplus	398 Hwagokoro, Gangseo-gu, Seoul
46	Sok Ji Won	Борлуулагч	Homeplus	398 Hwagokoro, Gangseo-gu, Seoul
47	Yong Dae Hwan	Борлуулагч	Homeplus	398 Hwagokoro, Gangseo-gu, Seoul

48	Kim Yeong Jo	Борлуулагч	Homeplus	398 Hwagokoro, Gangseo-gu, Seoul
49	Pak Kwan Su	Борлуулагч	Homeplus	398 Hwagokoro, Gangseo-gu, Seoul
50	Kim Chiyong	Борлуулагч	Homeplus	398 Hwagokoro, Gangseo-gu, Seoul
51	Cha Kyung Ho	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
52	Chon Chi Yon	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
53	Nam Mi Hyun	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
54	Kim Hyuk	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
55	Kal Yeon Woo	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
56	Hwa Yun So	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
57	An Eun Bi	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
58	Hu Minsu	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
59	Cho Chong Yol	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
60	Kae Min Kyung	Борлуулагч	Anna's Garden	13 Hoengseong, Gangwon -46 No. Tel: 416-20-20441
61	Eunjung Kim	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
62	Sam Yung Hee	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
63	Hwangbo Yu Ri	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
64	Sung Jeong Ho	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
65	Chang Do Yeon	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
66	Ho Dae Hyun	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
67	Pak Sun Woo	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
68	In Yeong Ju	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
69	Ae Chungyong	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
70	Tae Yeong	Борлуулагч	Narian Co. Ltd.	368-1 Hwagok-dong, Gangseo-gu, Seoul, South Korea
71	Mok Seonmi	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
72	Im Joo-Won	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
73	Myong Jung	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
74	Hwang Jung	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
75	Kye Eun-Soo	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
76	Kal Song Jin	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214

77	Kim Song Min	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
78	In Jong Su	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
79	Sa Heyon Jun	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
80	Ryon Seung Hee	Борлуулагч	Samsung Herb Medicine Co.Ltd	24232, Gangwon-do, Soonanggang-ro 32, Hunchun-dong 1-dong, Chuncheon-si Phone: 033-241-2214
81	Chi So Young	Борлуулагч	Golden Herb	40-11 Guijin-ri, Tongjin-eup, Gimpo-si, Tel: 031-992-0878
82	Sang Hyon Jong	Борлуулагч	Golden Herb	40-11 Guijin-ri, Tongjin-eup, Gimpo-si, Tel: 031-992-0878
83	Min Hwa Yong	Борлуулагч	Golden Herb	40-11 Guijin-ri, Tongjin-eup, Gimpo-si, Tel: 031-992-0878
84	Kim Hee Yeon	Борлуулагч	Golden Herb	40-11 Guijin-ri, Tongjin-eup, Gimpo-si, Tel: 031-992-0878
85	Ma Yoon Jin	Борлуулагч	Golden Herb	40-11 Guijin-ri, Tongjin-eup, Gimpo-si, Tel: 031-992-0878
86	Sol Kan Jin	Борлуулагч	Golden Herb	40-11 Guijin-ri, Tongjin-eup, Gimpo-si, Tel: 031-992-0878
87	Nam Hye Young	Борлуулагч	Golden Herb	40-11 Guijin-ri, Tongjin-eup, Gimpo-si, Tel: 031-992-0878
88	Kim Ji Eun	Борлуулагч	Golden Herb	40-11 Guijin-ri, Tongjin-eup, Gimpo-si, Tel: 031-992-0878
89	Kyo Se Yeon	Борлуулагч	Golden Herb	40-11 Guijin-ri, Tongjin-eup, Gimpo-si, Tel: 031-992-0878
90	Pak Yong Ja	Борлуулагч	Golden Herb	40-11 Guijin-ri, Tongjin-eup, Gimpo-si, Tel: 031-992-0878
91	Muk Ji Syon	Борлуулагч	7 eleven	Jung-gu, Seoul, South Korea +82 2-775-8028
92	Kwon Jun Hwa	Борлуулагч	7 eleven	Jung-gu, Seoul, South Korea +82 2-775-8028
93	Kim Chi Hun	Борлуулагч	7 eleven	Jung-gu, Seoul, South Korea +82 2-775-8028
94	Ma Min Hwa	Борлуулагч	7 eleven	Jung-gu, Seoul, South Korea +82 2-775-8028
95	Chu Chong Kim	Борлуулагч	7 eleven	Jung-gu, Seoul, South Korea +82 2-775-8028
96	Hyong Min Jung	Борлуулагч	7 eleven	Jung-gu, Seoul, South Korea +82 2-775-8028
97	Chin Myun Sook	Борлуулагч	7 eleven	Jung-gu, Seoul, South Korea +82 2-775-8028
98	Somun Ji Woo	Борлуулагч	7 eleven	Jung-gu, Seoul, South Korea +82 2-775-8028
99	In Yeong Eun	Борлуулагч	7 eleven	Jung-gu, Seoul, South Korea +82 2-775-8028
100	Hwan Yeo Jin	Борлуулагч	7 eleven	Jung-gu, Seoul, South Korea +82 2-775-8028

БНСУ-ын хэрэглэгчдээс авсан анкетын судалгааны асуулга

소비자 설문조사 SEABUCKTHORN - 해초

성별: 나이: 18-30 31-45 46-65 65 세이상

귀하의 직업은: 학생 직장인 주부 기타

1. 과일 seabuckthorn /해초/ 을 아십니까?
 a. 예
 b. 아니

2. 바다 seabuckthorn /해초/ 제품을 사용했는지 아십니까?
 a. 예
 b. 아니

3. seabuckthorn /해초/ 을 아는 사람이 있습니까?
 a. 가족 / 친척
 b. 직장 동료
 c. 친구 / 이웃
 d. 아무도 모른다

4. 바다 seabuckthorn /해초/ 제품을 구매해 미미하고 계시다면 다음 목록에서 선택하십시오?
 a. 음료수 및 주스
 b. 식품 첨가제 및 비타민 준비
 c. 식물성 대체 분말
 d. 저리오일 및 기타
 e. 미용 오일 및 기타

5. 의학 목적으로 제품을 선택하기 위한 주요 기준은 무엇입니까?
 a. 원산지
 b. 제조국가
 c. 생산 회사
 d. 의사 / 지사 / 시장 / 약국 판매
 e. 깨끗한 상태 제품
 f. 품질 보증
 g. 저렴한 가격
 h. 특정 효과
 i. 일반적인 효과
 j. 기타

6. 화장품 선택하는 주요 기준은 무엇입니까?
 a. 원산지
 b. 제조국가
 c. 생산 회사
 d. 의사 / 지사 / 시장 / 약국 판매
 e. 깨끗한 상태 제품
 f. 품질 보증

g. 저렴한 가격
 h. 특정 효과
 i. 일반적인 효과
 j. 기타

7. 식품 첨가물을 선택하는 주요 기준은 무엇입니까?
 a. 원산지
 b. 제조국가
 c. 생산 회사
 d. 깨끗한 상태 제품
 e. 품질 보증
 f. 저렴한 가격
 g. 병용 사용
 h. 기타

8. 어떻게 보통 식품 첨가물을 구매하십니까?
 a. 체인점 / 슈퍼마켓
 b. 백화점, 쇼핑몰
 c. 집 근처에서 쇼핑하기
 d. 전문점
 e. 온라인

9. 당신은 보통 화장품 어떻게 구매하십니까?
 a. 체인점 / 슈퍼마켓
 b. 백화점, 쇼핑몰
 c. 집 근처에서 쇼핑하기
 d. 전문점
 e. 온라인

10. 보통 의약품 어떻게 구매하십니까?
 a. 체인점 / 슈퍼마켓
 b. 백화점, 쇼핑몰
 c. 집 근처에서 쇼핑하기
 d. 전문점
 e. 온라인
 f. 조제

11. 구매 결정에 영향을 미치는 주요 요소 선택하십시오.
 a. 직장 동료
 b. 의사 / 지사 / 시장
 c. 제품에 대한 광고 및 프리젠테이션
 d. 웹사이트에 대한 다른 의견

소비자 설문조사 SEABUCKTHORN - 해초

성별: 나이: 18-30 31-45 46-65 65 세이상

귀하의 직업은: 학생 직장인 주부 기타

1. 과일 seabuckthorn /해초/ 을 아십니까?
 a. 예
 b. 아니

2. 바다 seabuckthorn /해초/ 제품을 사용했는지 아십니까?
 a. 예
 b. 아니

3. seabuckthorn /해초/ 을 아는 사람이 있습니까?
 a. 가족 / 친척
 b. 직장 동료
 c. 친구 / 이웃
 d. 아무도 모른다

4. 바다 seabuckthorn /해초/ 제품을 구매해 미미하고 계시다면 다음 목록에서 선택하십시오?
 a. 음료수 및 주스
 b. 식품 첨가제 및 비타민 준비
 c. 식물성 대체 분말
 d. 저리오일 및 기타
 e. 미용 오일 및 기타

5. 의학 목적으로 제품을 선택하기 위한 주요 기준은 무엇입니까?
 a. 원산지
 b. 제조국가
 c. 생산 회사
 d. 의사 / 지사 / 시장 / 약국 판매
 e. 깨끗한 상태 제품
 f. 품질 보증
 g. 저렴한 가격
 h. 특정 효과
 i. 일반적인 효과
 j. 기타

6. 화장품 선택하는 주요 기준은 무엇입니까?
 a. 원산지
 b. 제조국가
 c. 생산 회사
 d. 의사 / 지사 / 시장 / 약국 판매
 e. 깨끗한 상태 제품
 f. 품질 보증

g. 저렴한 가격
 h. 특정 효과
 i. 일반적인 효과
 j. 기타

7. 식품 첨가물을 선택하는 주요 기준은 무엇입니까?
 a. 원산지
 b. 제조국가
 c. 생산 회사
 d. 깨끗한 상태 제품
 e. 품질 보증
 f. 저렴한 가격
 g. 병용 사용
 h. 기타

8. 어떻게 보통 식품 첨가물을 구매하십니까?
 a. 체인점 / 슈퍼마켓
 b. 백화점, 쇼핑몰
 c. 집 근처에서 쇼핑하기
 d. 전문점
 e. 온라인

9. 당신은 보통 화장품 어떻게 구매하십니까?
 a. 체인점 / 슈퍼마켓
 b. 백화점, 쇼핑몰
 c. 집 근처에서 쇼핑하기
 d. 전문점
 e. 온라인

10. 보통 의약품 어떻게 구매하십니까?
 a. 체인점 / 슈퍼마켓
 b. 백화점, 쇼핑몰
 c. 집 근처에서 쇼핑하기
 d. 전문점
 e. 온라인
 f. 조제

11. 구매 결정에 영향을 미치는 주요 요소 선택하십시오.
 a. 직장 동료
 b. 의사 / 지사 / 시장
 c. 제품에 대한 광고 및 프리젠테이션
 d. 웹사이트에 대한 다른 의견

Sea Buckthorn (*Hippophae rhamnoides* L.) Leaf Extracts Protect Neuronal PC-12 Cells from Oxidative Stress

Chi Heung Cho¹, Holim Jang², Migi Lee³, Hee Kang⁴, Ho Jin Heo⁵, and Dae-Ok Kim^{1*}

¹Department of Food Science and Biotechnology, Kyung Hee University, Yongin 17104, Republic of Korea

²Damtech Co., Ltd., Seoul 06561, Republic of Korea

³BioCenter, Gyeonggido Business and Science Accelerator, Suwon 16229, Republic of Korea

⁴Graduate School of East-West Medical Science, Kyung Hee University, Yongin 17104, Republic of Korea

⁵Division of Applied Life Science (BK21 Plus), Institute of Agriculture and Life Science, Gyeongsang National University, Jinju 52828, Republic of Korea

Received: April 14, 2017
Revised: May 16, 2017
Accepted: May 21, 2017

First published online
May 24, 2017

*Corresponding author
Phone: +82-31-201-3796;
Fax: +82-31-204-8116;
E-mail: DOKIM05@khu.ac.kr

pISSN 1017-7825, eISSN 1738-8872

Copyright © 2017 by
The Korean Society for Microbiology
and Biotechnology

The present study was carried out to investigate the antioxidative and neuroprotective effects of sea buckthorn (*Hippophae rhamnoides* L.) leaves (SBL) harvested at different times. Reversed-phase high-performance liquid chromatography analysis revealed five major phenolic compounds: ellagic acid, gallic acid, isorhamnetin, kaempferol, and quercetin. SBL harvested in August had the highest total phenolic and flavonoid contents and antioxidant capacity. Treatment of neuronal PC-12 cells with the ethyl acetate fraction of SBL harvested in August increased their viability and membrane integrity and reduced intracellular oxidative stress in a dose-dependent manner. The relative populations of both early and late apoptotic PC-12 cells were decreased by treatment with the SBL ethyl acetate fraction, based on flow cytometry analysis using annexin V-FITC/PI staining. These findings suggest that SBL can serve as a good source of antioxidants and medicinal agents that attenuate oxidative stress.

Keywords: Antioxidant capacity, apoptosis, flow cytometry, high-performance liquid chromatography, total phenolics, total flavonoids

Introduction

Hippophae rhamnoides ssp. *turkestanica* L. (family Elaeagnaceae), commonly known as sea buckthorn, is a thorny, nitrogen-fixing, deciduous shrub widely distributed throughout the temperate zones of Asia and Europe, and throughout subtropical zones, especially at high altitude [1, 2]. Sea buckthorn blooms in April, and its fruits are usually collected through August to October. Fruit ripening occurs approximately 100 days after pollination. Sea buckthorn is used extensively in oriental traditional medicines to treat cough, skin diseases, gastric ulcers, asthma, and lung disorders [2]. All parts of this plant are considered to be rich source of a large number of bioactive substances [2]. Sea buckthorn contains bioactive compounds, including vitamin C, minerals, monosaccharides, organic acids, carotenoids, vitamin E, tannins, and flavonoids such as

quercetin, myricetin, and kaempferol [2, 3].

An imbalance between the generation of free radicals and antioxidant defenses to detoxify them leads to oxidative stress in the body. To prevent cellular damage from oxidative stress, enhancement of the endogenous oxidative defense system can be achieved via dietary or pharmacological consumption of antioxidants [4]. Natural antioxidants have been reported to prevent oxidation of proteins and peroxidation of lipids from oxidative stress induced by reactive oxygen species (ROS) generation [5]. Many studies have reported that antioxidants such as polyphenols possess anti-inflammatory, anti-neurodegenerative, anti-mutagenic, anti-carcinogenic, and anti-diabetic effects [6, 7]. Fruits, leaves, and seeds of sea buckthorn have been reported to have a variety of biological and therapeutic properties, including anti-atherogenic [8], anti-inflammatory [9], anti-ulcerogenic [10], hepatoprotective [11], tissue

ORIGINAL ARTICLE

Extreme effects of Seabuckthorn extracts on influenza viruses and human cancer cells and correlation between flavonol glycosides and biological activities of extracts



Gansukh Enkhtaivan^{a,1}, K.M. Maria John^a, Muthuraman Pandurangan^{a,1}, Ji Hoon Hur^a, Alain Simplicie Leutou^b, Doo Hwan Kim^{a,*}

^a Department of Bio-resources and Food Science, Konkuk University, Seoul 143-701, South Korea

^b Department of Chemistry and Nano Science, Ewha Woman's University, Seoul 120-750, South Korea

Received 23 June 2015; revised 23 December 2015; accepted 3 January 2016

Available online 7 January 2016

KEYWORDS

Seabuckthorn leaf;
Influenza;
Cancer;
SRB assay;
Metabolite correlation

Abstract Seabuckthorn is a medicinal plant that is used to prevent cold. It was tested for its metabolic content followed by activity against cancer and virus. The metabolic distribution of different polarity solvent extractions from the leaves was analyzed by LC-MS/MS. Flavonol glycoside contents in EA and Bu extracts were higher than MeOH and DW was observed. MeOH and EA extracts recorded high activity against influenza A/PR virus with IC₅₀ of 7.2 µg/mL and 10.3 µg/mL compared with known drug Oseltamivir of 60.3 µg/mL. A similar trend showed in influenza A/Victoria virus. In case of influenza B viruses such as B/Lee and B/Maryland, EA extract (2.87 µg/mL and 4.5 µg/mL of IC₅₀) emerged strongest among other extracts and Oseltamivir (103.73 µg/mL and 71.6 µg/mL). Each extract showed potent anticancer activities. Interestingly, Bu extract showed stronger anticancer activity against human cancer cells such as NCL-H1299, HeLa, SKOV and Caski (8.2 µg/mL, 8.6 µg/mL, 18.2 µg/mL and 9.2 µg/mL of IC₅₀) respectively. Correlation study reveals that aglycones and flavonol mono-glycosides highly correlated with anti-influenza activities but not correlated with anticancer activities. Reversely, di-glycosides and tri-glycosides have a high correlation with cytotoxic effect with both normal and cancer cells. Therefore, this study provides significant information concerning Seabuckthorn for further medicinal drug development.

© 2016 The Authors. Production and hosting by Elsevier B.V. on behalf of King Saud University. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

* Corresponding author.

E-mail address: kimdh02@hanmail.net (D.H. Kim).

¹ Authors have contributed equally.

Peer review under responsibility of King Saud University.



Production and hosting by Elsevier

<http://dx.doi.org/10.1016/j.sjbs.2016.01.004>

1319-562X © 2016 The Authors. Production and hosting by Elsevier B.V. on behalf of King Saud University.

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



FINAL REPORT



National Agricultural Innovation Project (Indian Council of Agricultural Research)

Title of Sub-project

A value chain on seabuckthorn (*Hippophae L.*)



Name & Address of Organization (CL)

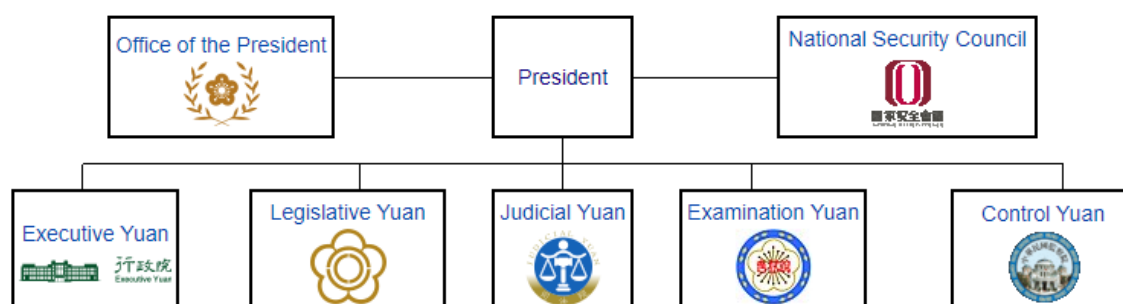
CSK Himachal Pradesh Agricultural University
Palampur (H.P.) 176062

2014

Тайвань улсын Засаг захиргааны нэгж

Зэрэг	Засаг захиргааны нэгж				Нутаг
I	улсын хот (直轄 市 zhí xiáshì) (6)	аймаг (省 shěng) (2)			22
II		аймгийн хот (3) (市 shì)	хошуу (13) (縣 xiàn)		
III	дүүрэг (170) (區 qū)	хошууны хот (13) (縣轄市 xiànxiáshì)	балгас (39) (鎮 zhèn)	сум (146) (鄉 xiāng)	368
IV	гацаа (里 lǐ)			ТОСГОН (村 cūn)	7,835
V	хороо (鄰 lí n)				147,877

Тайваний төрийн захиргааны байгууллагын бүтэц



高中文科資訊科技融入教學數位教材發展計畫

Political Parties in Taiwan

- The major parties are as follows :

Kuomintang
(KMT)

Democratic
Progressive Party
(DPP)

People First
Party (PFP)

New Party
(NP)

Non-Partisan
Solidarity Union
(NPSU)

CC BY NC SA 本著作係採用創用CC「姓名標示-非商業性-相同方式分享2.5台灣版」授權條款釋出

Хавсралт 5.1.3.

Тайваний нэгдэн орсон олон улсын байгууллагууд

Тайвань нь албан ёсоор БНХАУ-н харьяа тул Нэгдсэн Үндсэн байгуулгын гишүүн биш. Гэвч нийт дэлхийн 17 улстай /Африк-Эсватини, Европ- Хли Си, Номхон далай- Кирибати, Маршал, Науру, Палау, Соломоны арлууд, Тувалу, Кариби- Гайти, Сайнт Киттс ба Нэвис, Сэйнт Лушиа, Сэйнт Винсэнт ба Гренадинэс, Төв Америк- Бэлиз, Гуэтемала, Хондарус, Никарагуа, Өмнөд Америк- Парагвай/ дипломат харилцаатай. Мөн Азийн Хөгжлийн банк /Тайпэй, Хятад/, Ази номхон далайн эдийн засгийн хамтын ажиллагааны байгууллага /Хятадын Тайпэй/, Олон улсын крикетын холбоо / үндэсний хороо/, Олон улсын олимпын хороо, International trade union confederation, SICА, Дэлхийн худалдааны байгуулга /Тайпэй, Хятад/ зэрэг байгууллагуудад гишүүнээр элссэн.

Хавсралт 5.1.4.

Тайваний Ази тив дэх бараа бүтээгдэхүүний импорт, гадаад худалдааны эзлэх хувь



Эх сурвалж: https://yandex.ru/images/search?pos=1&img_url=http%3A%2F%2Finfranews.ru

Хавсралт 5.2.1.

Тайвань улс руу Монгол улсаас экспортлосон чацаргана

Он	Код	Барааны нэр	Марк	Зориулалт	ААН	Гаалийн газар	Хүлээн авагч улс	Тоо	Нэгж	Үнэ, \$	Нэгж үнэ
2017	3301	Тос, чацарганы	Sea buckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг *6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	Живэртийн оргил ХХК	Агаар	Тайваний арал	5.60	кг	300.00	53.6
2017	3301	Тос, чацарганы	Sea buckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг *6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	Живэртийн оргил ХХК	Агаар	Тайваний арал	5.60	кг	300.00	53.6
2017	3301	Тос, чацарганы	Sea buckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг *6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	Живэртийн оргил ХХК	Агаар	Тайваний арал	5.60	кг	300.00	53.6

2017	3301	Тос, чацарганы	Sea buckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг *6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	Живэртин оргил ХХК	Агаар	Тайваний арал	5.60	кг	300.00	53.6
2017	3301	Тос, чацарганы	Sea buckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг *6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	Живэртин оргил ХХК	Агаар	Тайваний арал	5.60	кг	300.00	53.6
2017	3301	Тос, чацарганы	Sea Buckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг *6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	Живэртин оргил ХХК	Агаар	Тайваний арал	5.60	кг	300.00	53.6
2017	3301	Тос, чацарганы	Sea buckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг *6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	Живэртин оргил ХХК	Агаар	Тайваний арал	5.60	кг	300.00	53.6
2017	3301	Тос, чацарганы	Sea Buckthorn Oil	100% цэвэр чацарганы, хэмжээ:1ширхэг *6л, савны жин:1.7гр, эмчилгээний	Живэртин оргил ХХК	Агаар	Тайваний арал	5.60	кг	300.00	53.6
2018	1515	Тос, чацарганы	Sea buckthorn Seed Oil, 15 L* 5, MNS 0783:2013	шингэн, савалгаа-15л* 5уут, 100%-цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Агаар	Тайваний арал	67.50	кг	7,875.00	116.7
2018	1515	Тос, чацарганы	Sea buckthorn pulp Oil, 15 L* 20, MNS 0664:2015	шингэн, савалгаа-15л* 20 уут, 100%-цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Агаар	Тайваний арал	270.00	кг	2,100.00	7.8
2018	1515	Тос, чацарганы	Sea buckthorn pulp Oil, 15 L* 22, MNS 0664:2015	шингэн, савалгаа-15л* 22 уут, 100%-цэвэр шахаж гаргасан, хүнсний	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Агаар	Тайваний арал	297.00	кг	23,100.00	77.8
2018	2007	Нухаш, чацаргана жимсний	Sea buckturn puree, Өглөөний мэнд	гялгар ууттай, хэмжээ: 86,3гр, арилжааны	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Агаар	Тайваний арал	14.50	кг	62.16	4.3
2018	2308	Тэжээл, чацарганы үрний	Sea Buckthorn seed forage, 10kg	хуурай нунтаг, савалгаа-10кг, чацарганы үрийг хатааж нунтагласан, малын тэжээлийн	Хаан жимс Эс Би Ти ХХК	Агаар	Тайваний арал	10.00	кг	20.00	2.0

Чацарганаар бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч компаний цахим хуудас


https://pfb.en.taiwantrade.com/product/sod-like-sea-buckthorn-fermented-concentrate-liquid-1751247.html

Home About Us Product Online Shop Contact Us

Home » Products » Raw Material » Liquid From » SOD-Like Sea buckthorn Fermented Concentrate Liquid »

Products

- Raw Material (40)
 - Liquid From (16)
 - Powder Form (23)
 - Efficient Repair Serum (1)
- Products (18)
 - Noni Enzyme (4)
 - Enhance Energy Foods (2)
 - Health Care Products (4)



SOD-Like Sea buckthorn Fermented Concentrate Liquid

Model No.: A10066
Made in: Taiwan

[Request for Quotation](#)

[Contact Supplier](#)

[Add to favorites](#)

[S](#) [G](#) [A](#)

Enlarge

[f](#) [t](#) [p](#) [in](#)

Spec

Form: Liquid
30 kg: HDPE plastic bottle

Made in TAIWAN

https://www.taiwantrade.com/product/sod-like-sea-buckthorn-fermented-concentrate-powder-1751337.html

Home | Sourcing Service | 台灣經貿網 | English | Favorites (1) | Chat with Us | Sign In | Register | 0 Items



Product



Advanced

Home > Agricultural & Foods > Food Additives & Ingredients > Food Concentrate & Extract > SOD-Like Sea buckthorn Fermented Concentrate Powder



SOD-Like Sea buckthorn Fermented Concentrate Powder

Model No.: A20079
Made in: Taiwan
Supplier: PEARLY FRUIT BIOTECH INC.
[More About This Product](#)
[Request for Quotation](#)

[Contact Supplier](#)

[Add to favorites](#)



Хавсралт 5.2.3.

Цахим худалдаагаар худалдаалж буй чацарганы бүтээгдэхүүний үзүүлэлт


Analysis	Results	Remark
PH	2.9 – 3.9 3.55	PH Meter
Brix	30 – 40 38	Brix Meter
specific gravity	1 – 1.3 1.14	Weight/Volume
Total Scopoletin	1,300 µg / 100 mL	Test by Tunghai University
SOD-like	7.98 × 10 ⁴ unit / 100 mL	Test by Tentamus
TEAC	1,185 mg / 100 mL	Test by Tunghai University
DPPH	1,267 mg / 100 mL	Test by Tunghai University
Polyphenol	278 mg / 100 mL	Test by Tunghai University
The Flavonoid	23,000 µg / 100 mL	Test by Tunghai University
Iridoids	37,100 µg / 100 mL	Test by Tunghai University

Analysis	Results	Remark
Total Scopoletin	1,000 µg / 100 g	Test by Tunghai University
SOD-like	1.85×10 ⁶ unit / 100 g	Test by Tentamus
TEAC	1,149 mg / 100 g	Test by Tunghai University
DPPH	1,225 mg / 100 g	Test by Tunghai University
Polyphenol	430 mg / 100 g	Test by Tunghai University
The Flavonoid	22,400 µg / 100 g	Test by Tunghai University
Iridoids	11,200 µg / 100 g	Test by Tunghai University

Dietary supplementation with omega-3 polyunsaturated fatty acid-rich oils protects against visible-light-induced retinal damage *in vivo*



Qianchun Deng,^{abcd} Yong Wang,^e Chengtao Wang,^f Baoping Ji,^g Renhuai Cong,^h Lei Zhao,^f Peng Chen,^{abcd} Xixi Zang,^{abcd} Feng Lu,^g Fei Han^e and Fenghong Huang^{*abcd}

 Author affiliations

Abstract

The effects of administering omega-3 (ω -3) polyunsaturated fatty acid (PUFA)-rich oils on visible-light-induced retinal damage were investigated in rabbits. The mole percentages of α -linolenic acid in sea buckthorn berry oil, sea buckthorn oil (SO), sea buckthorn seed oil and flaxseed oil (FO) were 2.12%, 12.98%, 31.56% and 55.41%, respectively. Algal oil (AO) contains 33.34% docosahexaenoic acid. SO has the highest total phenolic content (63.42 ± 0.59 mg SAE per 100 g) amongst these oils. The administration of SO, FO and AO provided structural and functional protection to the retina. In the retina, we observed a significant increase in the levels of DHA in the AO group compared with the normal group. The mechanism of retinal protection by SO, FO and AO involves up-regulating the expression of nuclear factor erythroid-2 related factor 2 and haem oxygenase-1. The levels of interleukin-1 β , tumour necrosis factor- α , interleukin-8, and cyclooxygenase 2 in the retina were significantly reduced with AO treatment. The administration of AO resulted in the down-regulation of nuclear factor kappa B mRNA expression. In addition, the treatment with AO significantly attenuated the light-induced apoptosis and angiogenesis in the retina. These results suggest that dietary ω -3 PUFA-rich oils protect against visible-light-induced retinal damage.



Trade Inquiry Form

(Please write in block capitals)

1) About your company (in order to process your inquiry, we need at least one of the following: telephone, fax, email)

COMPANY NAME	
ADDRESS	
TELEPHONE	CELL
E-MAIL	WEBSITE
FIRM TYPE (please tick) <input type="checkbox"/> Manufacturer <input type="checkbox"/> Retailer <input type="checkbox"/> Importer <input type="checkbox"/> Exporter <input type="checkbox"/> Distributor <input type="checkbox"/> Government <input type="checkbox"/> Agent <input type="checkbox"/> Service Company <input type="checkbox"/> Trade organization <input type="checkbox"/> Other (specify)	
CHIEF EXECUTIVE OFFICER (Dr / Mr / Mrs / Ms)*	PROCUREMENT DIRECTOR (Dr / Mr / Mrs / Ms)*
R&D DIRECTOR (Dr / Mr / Mrs / Ms)*	SALES/MARKETING DIRECTOR (Dr / Mr / Mrs / Ms)*
CONTACT PERSON (Dr / Mr / Mrs / Ms)*	CONTACT PERSON'S JOB TITLE

NUMBER OF BRANCHES	YEAR FOUNDED	NUMBER OF EMPLOYEES
ANNUAL SALES	TURNOVER	ANNUAL IMPORTS
AREA OF SHOWROOM / WAREHOUSE	MAIN PRODUCTS / SERVICES	
MAIN IMPORT ITEMS	MAIN IMPORT SOURCES	
CURRENT VENDORS IN TAIWAN	MAIN CUSTOMERS	

2) Please give details of the products you wish to SOURCE FROM Taiwan

PRODUCT	SPECIFICATION	QUANTITY

3) If you intend to visit Taiwan on business and would like assistance while there, please state:
When you plan to travel? (dd/mm/yy)

From		To	
------	--	----	--

What purpose:

Тайваньд зарагддаг бүтээгдхүүнүүдэд олгодог сертификат



check”

Засгийн газрын мэдээллийн санд бүртгэгдсэн бүтээгдхүүнд олгоно. “Advanced



Halal сертификат нь хүнс, гоо сайхны бүтээгдэхүүн, эмийн болон нэмэлт бүтээгдэхүүн нь лалын шашинтны хууль дагуу хэрэглэж болох бүтээгдэхүүн болохыг баталсан гэрчилгээ бөгөөд “хориглосон” агууламж агуулаагүй болохыг, “цэвэр ариун” бүтээгдэхүүн болохыг батална.



GMP нь Холбооны Хүнс, мансууруулах бодис, гоо сайхны хууль тогтоомжийн дагуу АНУ-ын Хүнс, мансууруулах бодисын захиргаанаас боловсруулсан Үйлдвэрлэлийн практикийн зохицуулалтыг хэлнэ. Хууль хүчин төгөлдөр байдаг эдгээр дүрэм журам нь үйлдвэрлэгчид, продюсерууд, мансууруулах бодис, эмнэлгийн багаж хэрэгсэл, зарим хүнс, донор бүтээгдэхүүнийг аюулгүй, цэвэр, үр дүнтэй гэдгийг харуулдаг сертификат юм.



Энэхүү эрсдлийн менежментийн хэрэгсэл нь гол төлөв хүнсний аюулгүй байдлын эрсдлийг удирдахад ашиглагддаг. АДШЭЦХ-ийн тогтолцоо нь үйлдвэрлэлийн явцад нийлүүлэлтийн гинжин хэлхээний туршид эдгээр эрсдлийг тодорхойлж, тэдгээрийг удирдан зохицуулах боломжийг олгодог. HACCP схем нь Дэлхийн Эрүүл Мэндийн Байгууллага болон Нэгдсэн Үндэстний Байгууллагын Хүнс Хөдөө Аж Ахуйн Байгууллагаас боловсруулсан олон улсын хүнсний стандарт, дүрэм журам, шударга худалдааг баталгаажуулахын тулд дадлага хийхийн тулд НҮБ-ын Хүнсний Эрх Зүйн Комиссын шаардлагад нийцдэг. Үүнийг ISO 22000 Хүнсний аюулгүй байдлын менежмент гэх мэт удирдлагын стандартын шаардлагад нийцүүлэн ашиглаж болно.



Precisely Right. TÜV Rheinland Бүтээгдхүүний аюулгүй байдал, чанарын баталгаажуулалтын тэмдэг нь үйлдвэрлэгчийн бүтээгдэхүүн нь аюулгүй байдлын шаардлага, чанарын стандартыг хангаж байгааг харуулж байна. Эдгээр нь маркетингийн арга хэрэгсэл болдог. Хэрэглэгчдийн TÜV Rheinland Бүтээгдэхүүний аюулгүй байдал, чанарын баталгаажуулалтын тэмдгийг харах үед тэд магадлан

итгэмжлэгдсэн гуравдагч этгээдийн тодорхой аюулгүй байдлын шаардлагад нийцсэн аюулгүй бүтээгдэхүүнийг худалдан авч байгаа бөгөөд байнгын хяналтын аудитаар ордог.

Онлайн дэлгүүрийн ажиллах зарчим

Хавсралт 5.3.3.

Онлайн дэлгүүрийн ажиллах зарчим



Эх сурвалж: <https://russian.alibaba.com/product-detail/High-quality-seabuckthorn-tea-hand-made-60708746205.html?spm=a2700.galleryofferlist.normalList.12.652f24c98MB0EI>

Хавсралт 5.4.1.

Тайвань улсын чацарганы боловсруулах үйлдвэрийн судалгаанд оролцогчдын жагсаалт

№	Оролцогчдын нэрс	Албан тушаал	Компаний нэр	Холбоо барих хаяг
1	Hui-chun	Менежер	International Purpose Co.Ltd	4 F, NO. 33, Fu-Shun St., Taipei, Taiwan Anna's Garden
2	Ya-ling	Менежер	International Purpose Co.Ltd	4 F, NO. 33, Fu-Shun St., Taipei, Taiwan Anna's Garden
3	Kuan-lin	Менежер	International Purpose Co.Ltd	4 F, NO. 33, Fu-Shun St., Taipei, Taiwan Anna's Garden
4	Chia-ling	Ажилтан	International Purpose Co.Ltd	4 F, NO. 33, Fu-Shun St., Taipei, Taiwan Anna's Garden
5	Chia-jung	Ажилтан	International Purpose Co.Ltd	4 F, NO. 33, Fu-Shun St., Taipei, Taiwan Anna's Garden
6	Yu-ting	Менежер	Morrisson global corp	13F-2, No.269, Guo Chiang 1st Street, Taoyuan, TW, Taiwan
7	Ya-ping	Менежер	Morrisson global corp	13F-2, No.269, Guo Chiang 1st Street, Taoyuan, TW, Taiwan
8	Yan-ting	Ажилтан	Morrisson global corp	13F-2, No.269, Guo Chiang 1st Street, Taoyuan, TW, Taiwan
9	Pai-han	Ажилтан	Morrisson global corp	13F-2, No.269, Guo Chiang 1st Street, Taoyuan, TW, Taiwan
10	Ting-ting	Ажилтан	Morrisson global corp	13F-2, No.269, Guo Chiang 1st Street, Taoyuan, TW, Taiwan
11	Kuan-ting	Менежер	SOD-Like Sea buckthorn Fermented Concentrate Liquid	3F., No.28, Chengtian Rd., Tucheng Dist., New Taipei City 236, Taiwan
12	Ya-han	худалдагч	SOD-Like Sea buckthorn Fermented Concentrate Liquid	3F., No.28, Chengtian Rd., Tucheng Dist., New Taipei City 236, Taiwan
13	Ya-fang	Менежер	SOD-Like Sea buckthorn Fermented Concentrate Liquid	3F., No.28, Chengtian Rd., Tucheng Dist., New Taipei City 236, Taiwan
14	Chia-hua	Ажилтан	SOD-Like Sea buckthorn Fermented Concentrate Liquid	3F., No.28, Chengtian Rd., Tucheng Dist., New Taipei City 236, Taiwan

15	Pei-shan	Ажилтан	SOD-Like Sea buckthorn Fermented Concentrate Liquid	3F., No.28, Chengtian Rd., Tucheng Dist., New Taipei City 236, Taiwan
16	Yi-ting	Менежер	Taiwan Supercritical Technology Co.Ltd.	346, Sec.1, Yuan-Tsao Rd., Fenyuan. Changuhua, Taiwan
17	Wan-ting	Менежер	Taiwan Supercritical Technology Co.Ltd.	346, Sec.1, Yuan-Tsao Rd., Fenyuan. Changuhua, Taiwan
18	Chun-hung	Ажилтан	Taiwan Supercritical Technology Co.Ltd.	346, Sec.1, Yuan-Tsao Rd., Fenyuan. Changuhua, Taiwan
19	Shu-ling	Худалдагч	Taiwan Supercritical Technology Co.Ltd.	346, Sec.1, Yuan-Tsao Rd., Fenyuan. Changuhua, Taiwan
20	Hui-ting	Менежер	Taiwan Supercritical Technology Co.Ltd.	346, Sec.1, Yuan-Tsao Rd., Fenyuan. Changuhua, Taiwan
21	Shu-hui	Менежер	New Bellus Enterprises Co, Ltd.	48, Industrial Road, Guantian Dist., Tainan City 72042, Taiwan
22	Yi-ling	Ажилтан	New Bellus Enterprises Co, Ltd.	48, Industrial Road, Guantian Dist., Tainan City 72042, Taiwan
23	Yi-an	Ажилтан	New Bellus Enterprises Co, Ltd.	48, Industrial Road, Guantian Dist., Tainan City 72042, Taiwan
24	Chia-hao	Менежер	New Bellus Enterprises Co, Ltd.	48, Industrial Road, Guantian Dist., Tainan City 72042, Taiwan
25	Tsung-han	Туслах	New Bellus Enterprises Co, Ltd.	48, Industrial Road, Guantian Dist., Tainan City 72042, Taiwan

Хавсралт 5.4.2.

Тайвань улсын чацарганы бөөний худалдаа эрхлэгч компаний судалгаанд оролцогчдын жагсаалт

№	Оролцогчдын нэрс	Албан тушаал	Компаний нэр	Холбоо барих хаяг
1	Chun-hsien	Ажилтан	Carrefour	No. 188號, Ren'ai Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
2	Wei-ting	Ажилтан	Carrefour	No. 188號, Ren'ai Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
3	Yi-hsuan	Ажилтан	Carrefour	No. 188號, Ren'ai Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
4	Chun-chieh	Ажилтан	Carrefour	No. 188號, Ren'ai Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
5	Yi-ting	Ажилтан	Carrefour	No. 188號, Ren'ai Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
6	Ya-hui	Менежер	Carrefour	No. 188號, Ren'ai Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
7	Shu-fen	Менежер	Carrefour	No. 188號, Ren'ai Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
8	Yu-hsuan	Менежер	Carrefour	No. 188號, Ren'ai Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
9	Yi-chun	Ажилтан	Carrefour	No. 188號, Ren'ai Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
10	Shih-ting	Ажилтан	Carrefour	No. 188號, Ren'ai Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
11	Hsin-hung	Менежер	RT Mart	830, Kaohsiung City, Fengshan District, Wenhua Road, 59號
12	Yi-ju	Менежер	RT Mart	830, Kaohsiung City, Fengshan District, Wenhua Road, 59號
13	Hui-ju	Менежер	RT Mart	830, Kaohsiung City, Fengshan District, Wenhua Road, 59號
14	Hsin-yi	Ачигч	RT Mart	830, Kaohsiung City, Fengshan District, Wenhua Road, 59號
15	Ya-chu	Худалдааны зөвлөх	RT Mart	830, Kaohsiung City, Fengshan District, Wenhua Road, 59號

16	Hsin-yi	Худалдааны зөвлөх	RT Mart	830, Kaohsiung City, Fengshan District, Wenhua Road, 59號
17	Pei-chun	Хамгаалагч	RT Mart	830, Kaohsiung City, Fengshan District, Wenhua Road, 59號
18	Chia-ling	Хамгаалагч	RT Mart	830, Kaohsiung City, Fengshan District, Wenhua Road, 59號
19	Ching-yi	Ажилтан	RT Mart	830, Kaohsiung City, Fengshan District, Wenhua Road, 59號
20	Chia-hui	Ажилтан	RT Mart	830, Kaohsiung City, Fengshan District, Wenhua Road, 59號
21	Ssu-ying	Худалдааны зөвлөх	Poya	No. 248, Minsheng Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
22	Hui-wen	Худалдааны зөвлөх	Poya	No. 248, Minsheng Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
23	Kuan-yu	Худалдааны зөвлөх	Poya	No. 248, Minsheng Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
24	Shu-hua	Худалдааны зөвлөх	Poya	No. 248, Minsheng Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
25	Ya-ting	Худалдааны зөвлөх	Poya	No. 248, Minsheng Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
26	Yu-wen	Худалдааны зөвлөх	Poya	No. 248, Minsheng Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
27	Hsiao-han	Худалдааны зөвлөх	Poya	No. 248, Minsheng Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
28	Chia-ying	Ажилтан	Poya	No. 248, Minsheng Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
29	Ya-wen	Ажилтан	Poya	No. 248, Minsheng Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
30	Shu-chen	Ажилтан	Poya	No. 248, Minsheng Road, Pingtung City, Pingtung County, 900
31	Wei-ting	Ажилтан	Costco	No. 656號, Zhonghua 5th Road, Qianzhen District, Kaohsiung City, 806
32	Shih-han	Ажилтан	Costco	No. 656號, Zhonghua 5th Road, Qianzhen District, Kaohsiung City, 806
33	Yi-ting	Ажилтан	Costco	No. 656號, Zhonghua 5th Road, Qianzhen District, Kaohsiung City, 806
34	Hsin-yi	Ажилтан	Costco	No. 656號, Zhonghua 5th Road, Qianzhen District, Kaohsiung City, 806
35	Chien-hung	Ажилтан	Costco	No. 656號, Zhonghua 5th Road, Qianzhen District, Kaohsiung City, 806
36	Che-wei	Касс	Costco	No. 656號, Zhonghua 5th Road, Qianzhen District, Kaohsiung City, 806
37	Chia-yu	Ажилтан	Costco	No. 656號, Zhonghua 5th Road, Qianzhen District, Kaohsiung City, 806
38	Chih-hao	Ажилтан	Costco	No. 656號, Zhonghua 5th Road, Qianzhen District, Kaohsiung City, 806
39	Ya-wen	Ажилтан	Costco	No. 656號, Zhonghua 5th Road, Qianzhen District, Kaohsiung City, 806
40	Ting-wei	Ажилтан	Costco	No. 656號, Zhonghua 5th Road, Qianzhen District, Kaohsiung City, 806
41	Chia-ming	Худалдааны зөвлөх	Cosmed	Eda hospital, 824, Kaohsiung City, Yanchao District
42	Ching-yi	Худалдааны зөвлөх	Cosmed	Eda hospital, 824, Kaohsiung City, Yanchao District
43	Mei-ling	Худалдааны зөвлөх	Cosmed	Eda hospital, 824, Kaohsiung City, Yanchao District
44	Shu-hui	Худалдааны зөвлөх	Cosmed	Eda hospital, 824, Kaohsiung City, Yanchao District

45	Cheng-han	Худалдааны зөвлөх	Cosmed	Eda hospital, 824, Kaohsiung City, Yanchao District
46	Wan-ting	Худалдааны зөвлөх	Cosmed	Eda hospital, 824, Kaohsiung City, Yanchao District
47	Ya-chi	Худалдааны зөвлөх	Cosmed	Eda hospital, 824, Kaohsiung City, Yanchao District
48	Yi-chun	Ажилтан	Cosmed	Eda hospital, 824, Kaohsiung City, Yanchao District
49	Yu-ting	Ажилтан	Cosmed	Eda hospital, 824, Kaohsiung City, Yanchao District
50	Chih-wei	Ажилтан	Cosmed	Eda hospital, 824, Kaohsiung City, Yanchao District

Хавсралт 5.4.3.

Тайвань улсын чацарганы жижиглэнгийн худалдаа эрхлэгч компаний судалгаанд оролцогчдын жагсаалт

№	Оролцогчдын нэрс	Албан тушаал	Компаний нэр	Холбоо барих хаяг
1	Lin Yu-chun	Касс	Leezen	No. 47, Caogong Road, Fengshan District, Kaohsiung City, 83064
2	Chou Tzu-yu	Нягтлан	Leezen	No. 47, Caogong Road, Fengshan District, Kaohsiung City, 83064
3	Eric Chou	Менежер	Leezen	No. 47, Caogong Road, Fengshan District, Kaohsiung City, 83064
4	Fei Xiang	Худалдааны зөвлөх	Leezen	No. 47, Caogong Road, Fengshan District, Kaohsiung City, 83064
5	Jacky Chu	Ажилтан	Leezen	No. 47, Caogong Road, Fengshan District, Kaohsiung City, 83064
6	Dewi Chien	Ажилтан	Leezen	No. 47, Caogong Road, Fengshan District, Kaohsiung City, 83064
7	Peggy Hsu	Ажилтан	Leezen	No. 47, Caogong Road, Fengshan District, Kaohsiung City, 83064
8	Enno Cheng	Ажилтан	Leezen	No. 47, Caogong Road, Fengshan District, Kaohsiung City, 83064
9	Lego Lee	Ажилтан	Leezen	No. 47, Caogong Road, Fengshan District, Kaohsiung City, 83064
10	Chris Hung	Хамгаалагч	Leezen	No. 47, Caogong Road, Fengshan District, Kaohsiung City, 83064
11	Terry Lin	Ажилтан	Green & Safe	No.425-1, Section 6, Zhongshan North
12	Chiang Shu-na	Ажилтан	Green & Safe	No.425-1, Section 6, Zhongshan North
13	Hsieh Ho-hsien	Ажилтан	Green & Safe	No.425-1, Section 6, Zhongshan North
14	Li Huang	Менежер	Green & Safe	No.425-1, Section 6, Zhongshan North
15	Chris Chang	Нягтлан	Green & Safe	No.425-1, Section 6, Zhongshan North
16	Roy Tsai	Худалдааны зөвлөх	Green & Safe	No.425-1, Section 6, Zhongshan North
17	Lawrence Hsieh	Худалдааны зөвлөх	Green & Safe	No.425-1, Section 6, Zhongshan North
18	Dan Hsieh	Хамгаалагч	Green & Safe	No.425-1, Section 6, Zhongshan North
19	Joey Cheng	Туслах	Green & Safe	No.425-1, Section 6, Zhongshan North
20	Howard Wu	Худалдааны зөвлөх	Green & Safe	No.425-1, Section 6, Zhongshan North
21	Jiang Cheng	Туслах	Santa Cruz	1/F, No.53 Minquan Road, Zhuwei MRT, New Taipei
22	Steve Wang	Хамгаалагч	Santa Cruz	1/F, No.53 Minquan Road, Zhuwei MRT, New Taipei
23	Austin Hsu	Касс	Santa Cruz	1/F, No.53 Minquan Road, Zhuwei MRT, New Taipei
24	Dennis Huang	Нягтлан	Santa Cruz	1/F, No.53 Minquan Road, Zhuwei MRT, New Taipei

25	Kimi Lu	Худалдааны зөвлөх	Santa Cruz	1/F, No.53 Minguan Road, Zhuwei MRT,New Taipei
26	Danny Li	Худалдааны зөвлөх	Santa Cruz	1/F, No.53 Minguan Road, Zhuwei MRT,New Taipei
27	Chris Ling	Ажилтан	Santa Cruz	1/F, No.53 Minguan Road, Zhuwei MRT,New Taipei
28	Roy Yang	Менежер	Santa Cruz	1/F, No.53 Minguan Road, Zhuwei MRT,New Taipei
29	Lawrence Li	Хамгаалагч	Santa Cruz	1/F, No.53 Minguan Road, Zhuwei MRT,New Taipei
30	Gary Cheng	Худалдааны зөвлөх	Santa Cruz	1/F, No.53 Minguan Road, Zhuwei MRT,New Taipei
31	Joey Yang	Менежер	Simple Mart	No. 115, Section 1, Anhe Road,New Taipei
32	Howard Wang	Ажилтан	Simple Mart	No. 115, Section 1, Anhe Road,New Taipei
33	Jiang Chang	Ажилтан	Simple Mart	No. 115, Section 1, Anhe Road,New Taipei
34	Steve Liu	Менежер	Simple Mart	No. 115, Section 1, Anhe Road,New Taipei
35	Austin Hsu	Менежер	Simple Mart	No. 115, Section 1, Anhe Road,New Taipei
36	Dennis Wu	Худалдааны зөвлөх	Simple Mart	No. 115, Section 1, Anhe Road,New Taipei
37	Kimi Tsai	Ажилтан	Simple Mart	No. 115, Section 1, Anhe Road,New Taipei
38	Chyi Chin	Менежер	Simple Mart	No. 115, Section 1, Anhe Road,New Taipei
39	Huang Weijin	Менежер	Simple Mart	No. 115, Section 1, Anhe Road,New Taipei
40	Esther Huang	Худалдааны зөвлөх	Simple Mart	No. 115, Section 1, Anhe Road,New Taipei
41	Shu-ling	Туслах	Awing Company	No. 35, No. East, Zhuangjing Road, East District, Tainan City, 701
42	Hui-ting	Менежер	Awing Company	No. 35, No. East, Zhuangjing Road, East District, Tainan City, 701
43	Shu-hui	Менежер	Awing Company	No. 35, No. East, Zhuangjing Road, East District, Tainan City, 701
44	Yi-ling	Ажилтан	Awing Company	No. 35, No. East, Zhuangjing Road, East District, Tainan City, 701
45	Yi-an	Худалдааны зөвлөх	Awing Company	No. 35, No. East, Zhuangjing Road, East District, Tainan City, 701
46	Chia-hao	Менежер	Awing Company	No. 35, No. East, Zhuangjing Road, East District, Tainan City, 701
47	Tsung-han	Менежер	Awing Company	No. 35, No. East, Zhuangjing Road, East District, Tainan City, 701
48	Chun-hsien	Туслах	Awing Company	No. 35, No. East, Zhuangjing Road, East District, Tainan City, 701
49	Wei-ting	Менежер	Менежер Awing Company	No. 35, No. East, Zhuangjing Road, East District, Tainan City, 701
50	Yi-hsuan	Худалдааны зөвлөх	Awing Company	No. 35, No. East, Zhuangjing Road, East District, Tainan City, 701
51	Chun-chieh	Туслах	Kmeal Organic Grocery	No. 296, Jianping 7th Street, Anping District, Tainan City, 70844
52	Yi-ting	Менежер	Kmeal Organic Grocery	No. 296, Jianping 7th Street, Anping District, Tainan City, 70844
53	Ya-hui	Менежер	Kmeal Organic Grocery	No. 296, Jianping 7th Street, Anping District, Tainan City, 70844
54	Shu-fen	Менежер	Kmeal Organic Grocery	No. 296, Jianping 7th Street, Anping District, Tainan City, 70844
55	Shu-ling	Худалдааны зөвлөх	Kmeal Organic Grocery	No. 296, Jianping 7th Street, Anping District, Tainan City, 70844

56	Hui-ting	Туслах	Kmeal Organic Grocery	No. 296, Jianping 7th Street, Anping District, Tainan City, 70844
57	Shu-hui	Ажилтан	Kmeal Organic Grocery	No. 296, Jianping 7th Street, Anping District, Tainan City, 70844
58	Yi-ling	Ажилтан	Kmeal Organic Grocery	No. 296, Jianping 7th Street, Anping District, Tainan City, 70844
59	Yi-an	Ажилтан	Kmeal Organic Grocery	No. 296, Jianping 7th Street, Anping District, Tainan City, 70844
60	Chia-hao	Менежер	Kmeal Organic Grocery	No. 296, Jianping 7th Street, Anping District, Tainan City, 70844
61	Tsung-han	Менежер	Health Bestowing Hands	403, Taichung City, West District, Daye Road, 2 F, No. 25-9
62	Chun-hsien	Худалдааны зөвлөх	Health Bestowing Hands	403, Taichung City, West District, Daye Road, 2 F, No. 25-9
63	Wei-ting	Ажилтан	Health Bestowing Hands	403, Taichung City, West District, Daye Road, 2 F, No. 25-9
64	Yi-hsuan	Ажилтан	Health Bestowing Hands	403, Taichung City, West District, Daye Road, 2 F, No. 25-9
65	Chun-chieh	Менежер	Health Bestowing Hands	403, Taichung City, West District, Daye Road, 2 F, No. 25-9
66	Yi-ting	Менежер	Health Bestowing Hands	403, Taichung City, West District, Daye Road, 2 F, No. 25-9
67	Ya-hui	Худалдааны зөвлөх	Health Bestowing Hands	403, Taichung City, West District, Daye Road, 2 F, No. 25-9
68	Shu-fen	Худалдааны зөвлөх	Health Bestowing Hands	403, Taichung City, West District, Daye Road, 2 F, No. 25-9
69	Michelle Chen	Менежер	Health Bestowing Hands	403, Taichung City, West District, Daye Road, 2 F, No. 25-9
70	Nick Chou	Менежер	Health Bestowing Hands	403, Taichung City, West District, Daye Road, 2 F, No. 25-9
71	Freddy Lim	Туслах	光明有機商行(Bright organic firm)	No. 10號, Sanrong 15th Road, Wuri District, Taichung City, 414
72	Ian Chen	Менежер	光明有機商行(Bright organic firm)	No. 10號, Sanrong 15th Road, Wuri District, Taichung City, 414
73	Stanley Huang	Худалдааны зөвлөх	光明有機商行(Bright organic firm)	No. 10號, Sanrong 15th Road, Wuri District, Taichung City, 414
74	Vincent Chiao	Худалдааны зөвлөх	光明有機商行(Bright organic firm)	No. 10號, Sanrong 15th Road, Wuri District, Taichung City, 414
75	Lee Wei	Туслах	光明有機商行(Bright organic firm)	No. 10號, Sanrong 15th Road, Wuri District, Taichung City, 414
76	Liu Chia-chang	Худалдааны зөвлөх	光明有機商行(Bright organic firm)	No. 10號, Sanrong 15th Road, Wuri District, Taichung City, 414
77	Hsu Nai-lin	Менежер	光明有機商行(Bright organic firm)	No. 10號, Sanrong 15th Road, Wuri District, Taichung City, 414
78	Lee Mao-shan	Менежер	光明有機商行(Bright organic firm)	No. 10號, Sanrong 15th Road, Wuri District, Taichung City, 414
79	Jane Huang	Менежер	光明有機商行(Bright organic firm)	No. 10號, Sanrong 15th Road, Wuri District, Taichung City, 414
80	Chou Chuan-huing	Туслах	光明有機商行(Bright organic firm)	No. 10號, Sanrong 15th Road, Wuri District, Taichung City, 414
81	Cheer Chen	Худалдааны зөвлөх	Santacruz	No. 69, Zhongzheng 3rd Road, Xinxing District, Kaohsiung City, 800
82	Huang An	Худалдааны зөвлөх	Santacruz	No. 69, Zhongzheng 3rd Road, Xinxing District, Kaohsiung City, 800
83	Ehlo Huang	Туслах	Santacruz	No. 69, Zhongzheng 3rd Road, Xinxing District, Kaohsiung City, 800
84	Peter Ho	Менежер	Santacruz	No. 69, Zhongzheng 3rd Road, Xinxing District, Kaohsiung City, 800
85	Jimmy Lin	Худалдааны зөвлөх	Santacruz	No. 69, Zhongzheng 3rd Road, Xinxing District, Kaohsiung City, 800

86	Kai Ko	Менежер	Santacruz	No. 69, Zhongzheng 3rd Road, Xinxing District, Kaohsiung City, 800
87	Candy Chen	Менежер	Santacruz	No. 69, Zhongzheng 3rd Road, Xinxing District, Kaohsiung City, 800
88	Hsiao Hung-jen	Туслах	Santacruz	No. 69, Zhongzheng 3rd Road, Xinxing District, Kaohsiung City, 800
89	Jason Hsu	Худалдааны зөвлөх	Santacruz	No. 69, Zhongzheng 3rd Road, Xinxing District, Kaohsiung City, 800
90	Yuki Hsu	Худалдааны зөвлөх	Santacruz	No. 69, Zhongzheng 3rd Road, Xinxing District, Kaohsiung City, 800
91	Michelle Chen	Менежер	根正园 (Root Garden)	No. 86號, Sanfong Central St, Sanmin District, Kaohsiung City, 807
92	Nick Chou	Туслах	根正园 (Root Garden)	No. 86號, Sanfong Central St, Sanmin District, Kaohsiung City, 807
93	Freddy Lim	Худалдааны зөвлөх	根正园 (Root Garden)	No. 86號, Sanfong Central St, Sanmin District, Kaohsiung City, 807
94	Ian Chen	Менежер	根正园 (Root Garden)	No. 86號, Sanfong Central St, Sanmin District, Kaohsiung City, 807
95	Stanley Huang	Худалдааны зөвлөх	根正园 (Root Garden)	No. 86號, Sanfong Central St, Sanmin District, Kaohsiung City, 807
96	Vincent Chiao	Туслах	根正园 (Root Garden)	No. 86號, Sanfong Central St, Sanmin District, Kaohsiung City, 807
97	Lee Wei	Худалдааны зөвлөх	根正园 (Root Garden)	No. 86號, Sanfong Central St, Sanmin District, Kaohsiung City, 807
98	Liu Chia-chang	Туслах	根正园 (Root Garden)	No. 86號, Sanfong Central St, Sanmin District, Kaohsiung City, 807
99	Hsu Nai-lin	Менежер	根正园 (Root Garden)	No. 86號, Sanfong Central St, Sanmin District, Kaohsiung City, 807
100	Lee Wei	Туслах	根正园 (Root Garden)	No. 86號, Sanfong Central St, Sanmin District, Kaohsiung City, 807

Хавсралт 5.4.4.

Чацаргана үйлдвэрлэгч үйлдвэрүүд рүү явуулсан захианы загвар

Dear Sir/Madam

Warm greetings from Mongolia.

I am writing on behalf of Mongolian NGO which is working on sea buckthorn market analysis.

Our research is focused on Mongolian sea buckthorn industries and opportunities to expand foreign trade in Asian countries.

One of the countries we are focused on is Taiwan. Due to accomplish our goal we need the information about sea buckthorn market in Taiwan.

We kindly ask you to consider our request and provide us some information on sea buckthorn market and manufacture in Taiwan.

Thank you very much

Best regards

B.Bolormaa

Google form ашиглан хэрэглэгчдээс авсан судалгааны асуулга

Sea buckthorn products customers' survey in Taiwan

We are doing research to contribute in development of Mongolian sea buckthorn product market . Your answers will be great support for us. Thank you very much for your time.

*Required

Your Gender *

- Female
- Male
- Prefer not to say
- Other: _____

- 18-30
- 31-45
- 46-65
- Above 65

Monthly income *

Your answer _____

Your nationality *

- Taiwanese
- Other: _____

Sea buckthorn products customers' survey in Taiwan

We are doing research to contribute in development of Mongolian sea buckthorn product market . Your answers will be great support for us. Thank you very much for your time.

Do you know sea buckthorn? *

- Yes
- No

Have you ever used sea buckthorn products? *

- Yes
- No

Is there anyone who know sea buckthorn in your surroundings? *

Is there anyone who know sea buckthorn in your surroundings? *

- Family
- Colleague
- Friends and neighbors
- No one

What kind of sea buckthorn products do you know?

- Vitamin
- Drinks, juice
- Medicinal products
- Cosmetics
- Supplement
- Other: _____

Sea buckthorn products customers' survey

We are doing research to contribute in development of Mongolian sea buckthorn product market . Your answers will be great support for us. Thank you very much for your time.

Do you know sea buckthorn? *

- Yes
- No

Have you ever used sea buckthorn products? *

- Yes
- No

What is your criterion to buy medicinal products? *

- Manufactured country
- Manufactured company
- Doctor or pharmacist recommendation
- Organic product
- Quality
- Price
- Effectiveness
- Other: _____

What is your criterion to buy cosmetics *

- Manufactured country
- Manufactured company
- Doctor or pharmacist recommendation
- Organic product
- Quality
- Price
- Effectiveness
- Other: _____

What is your criterion to buy supplement? *

- Manufactured country
- Manufactured company
- Doctor or pharmacist recommendation
- Organic product
- Quality
- Price
- Effectiveness
- Other: _____

Where do you usually buy medicinal products? *

- Chain market
- Supermarket
- Pharmacy
- Online
- Other: _____

Where do you usually buy supplenets *

- Chain market
- Supermarket
- Department stores
- Online
- Other: _____

Where do you usually buy cosmetics *

- Chain market
- Supermarket
- Department stores
- Online
- Other: _____

What is the main criteria for you to do online shopping? *

- Colleagues and friends opinion
- Doctor's recommendation
- Advertisement
- Comments and ranking in website
- Do not do online shopping
- Other: _____

Тайвань улсад борлуулагдаж буй чацарганы бүтээгдэхүүний танилцуулга

The image shows a screenshot of the SeaBuckWonders website. On the left, there is a product listing for 'SeaBuckWonders 沙棘油配方, 完成Omega-7, 500mg, 120粒膠囊'. The product is shown in a white bottle with an orange label. The price is listed as NTS\$1,135 for 120 capsules. On the right, there is a '客戶問與答' (Customer Q&A) section with two questions and answers regarding the product's benefits and availability.




Монгол улсад үйлдвэрлэж буй чацарганаар гарын тос

Компаний нэр	Seaberry farm product LLC
Бүтээгдэхүүний нэр	Гарын тэжээлийн тос
Бүтээгдэхүүний зураг	
Савлагаа	100 мг
Үнэ	Үнэ: 17000₮-29000₮
Үйлчилгээ	Арьсыг чийгшүүлж, зөөлөн булбарай болгож өнгийг сэргээнэ. Мөн хумсыг бэхжүүлж тэжээл өгнө. Арьсанд хурдан шингэнэ. Сиберри брэндийн гарын тос нь найрлагандаа Монголын хөрсөнд ургасан 100% чацаргана жимс болон байгалийн органик нэгдлүүдийг агуулсан. Омега 7-гоор баялаг бөгөөд гарын арьсыг чийгшүүлж, удаан хугацаанд чийгшлийг хадгалж хурдан шингэдэг бөгөөд арьсыг зөөлөн булбарай болгоно. Парабен хольцгүй бүх төрлийн арьсанд тохиромжтой.
Шингэц	Хурдан шингэдэг
Хувиарлалт	Нэрийн барааны дэлгүүр, цахим худалдаа

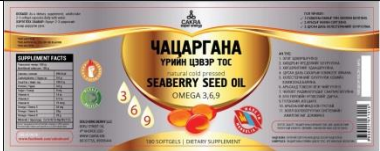

Монгол улсад үйлдвэрлэж буй чацарганаар гарын тос

Компаний нэр	Lhamour
Бүтээгдэхүүний нэр	Гарын тэжээлийн тос

Бүтээгдэхүүний зураг	
Савлагаа	75 мг
Үнэ	29000₮
Үйлчилгээ	Гарны арьсанд тэжээл өгнө
Шингэц	Хурдан шингэдэг
Хувиарлалт	- Shangri-La Mall, LHAMOUR - нэрийн дэлгүүр - УИД 1 давхар, голын кассны дэргэд - Zaisan hill complex, 4 давхарт - 3,4 хорооллын Номин их дэлгүүр, 1 давхар - E-mart - Naadam Center, Nomin Supermarket - River Garden, Nomin Supermarket - Lemon 27 drugstore сүлжээ дэлгүүрүүд - Hunnu mall 2 давхар, Cose Cosmetics



Хавсралт 5.6.3.

Монгол улсад үйлдвэрлэж буй чацарганы тос

Компаний нэр	“Сакра”	
Бүтээгдэхүүний нэр	Чацаргана үрийн цэвэр тос	Чацаргана+хушганы үрийн зөөлөн тосон капсул
Бүтээгдэхүүний зураг		
Савлагаа	100 мг	90 ширхэг
Үнэ	90ш - 45.000₮ 180ш - 75.000₮	90 ширхэг 55000 180 ширхэг 90000
Үйлчилгээ	<p>Омега_3_6_7_9 Чацаргана нь илчлэг сайтайн (250ккал) дээр</p> <ul style="list-style-type: none"> - ОМЕГА 3,6,7,9, бусад органик хүчил - НҮҮРС УС, ТОС, УУРГААР баялаг - А,С,Е,В,К,РР амин дэмүүд - КАЛЦИ, ФОСФОР, КАЛИ, НАТРИ, ТӨМӨР, МАГНИ зэрэг эрдэс бодисын өндөр агууламжтай тул хүний бие махбодид чухал хэрэгцээтэй. - Серотонин их байдаг нь ХАВДРЫН ЭСРЭГ чухал нөлөө үзүүлдэг ба - Ходоод ГЭДЭСНИЙ ШАРХЛАА, - Бүх төрлийн ҮРЭВСЭЛ НАМЖААХ, эмчлэхэд нэн сайн. <p>Үүнээс гадна</p> <ul style="list-style-type: none"> - Судасны ханыг уян болгох, ЗҮРХ, СУДАСНЫ өвчнөөс урьдчилан сэргийлэх, - ҮС УНАХ, - ҮЕ МӨЧНИЙ өвчин намдаахад чухал. <p>С амин дэмийн өндөр агууламж нь ханиад томууны, * АМЬСГАЛЫН ЗАМЫН өвчнийг анагаах, * Биеийн ерөнхий ДАРХЛААГ дэмжих ач тустай.</p> <p>Өдөрт 2-3 капсулаар усаар даруулж ууна.</p> <p>Энэ бүтээгдэхүүн нь Монгол нутгийн хөрсөнд ургасан байгалийн зэрлэг чацарганыг бага хэмд тоосруулан хатаах аргаар унаган чанарыг алдагдуулахгүйгээр гарган авсан супер хүнс болно. Түүнд агуулагдах шимт бодисуудын хэмжээ нь бусад бүх жимснийхээс хавьгүй илүү байдаг тул дэлхий нийтэд хаан жимс хэмээн алдаршсан онцлог жимс юм.</p>	<p>Цусан дахь холестерин багасна</p> <p>Сахарын хэмжээ тогтворжино</p> <p>Зүрх судасны цусан хангамж сайжирна</p> <p>Цөс чулуужих, яс сийрэгжих, хэт таргалалт, үе мөчний өвчин, оюуны стрессээс сэргийлнэ.</p> <p>Омега 3,6,7</p>

Хувиарлалт	Нэрийн барааны дэлгүүр, цахим худалдаа	Нэрийн барааны дэлгүүр, цахим худалдаа
------------	--	--

Монгол улсад үйлдвэрлэж буй чацарганы тос

Компаний нэр	Шар доктор	Хаан жимс
Бүтээгдэхүүний нэр	Чацарганы цэвэр тос	Чацарганы цэвэр тос
Бүтээгдэхүүний зураг		
Савлагаа	50 мг 100 мг	50 мг
Үнэ	50 мг 10000 100 мг 20000	50 мг 10000
Үйлчилгээ	Зурх судасны системийн өвчин - Зүрхний титэм судасний нарийсал -Тархины судасны нарийсал - элгэнд өөх тос хуримтлагдах.элэгний өвчин -Ходоод 12 нүгалаа гэдэсний шархлаа - Бамбай булчирхайн үрэвсэл - эмэгтэйчүүдийн савний амсрийн улайлт үрэвсэл - Хөлдөлт түлэгдэлт - Цацраг туяаны хордолтын үед ууж болон түрхэж хэрэглэнэ. Ямарч нэмэлт хольц байхгүй цэвэр тос	Зурх судасны системийн өвчин - Зүрхний титэм судасний нарийсал -Тархины судасны нарийсал - элгэнд өөх тос хуримтлагдах.элэгний өвчин -Ходоод 12 нүгалаа гэдэсний шархлаа - Бамбай булчирхайн үрэвсэл - эмэгтэйчүүдийн савний амсрийн улайлт үрэвсэл - Хөлдөлт түлэгдэлт - Цацраг туяаны хордолтын үед ууж болон түрхэж хэрэглэнэ. Ямарч нэмэлт хольц байхгүй цэвэр тос
Хувиарлалт	Нэрийн барааны дэлгүүр, цахим худалдаа,	Нэрийн барааны дэлгүүр, цахим худалдаа



Хавсралт 5.6.4.

Эрүүл мэндийн бэлдмэл

Компаний нэр	Seaberry farm product LLC	
Бүтээгдэхүүний нэр	Сиберри Чацарганы Цэвэр Тос: /Seaberry Pure Extract Oil/	Сиберри Чацаргана+д аминдэм шахмал
Бүтээгдэхүүний зураг		
Савлагаа	Чацарганы цэвэр тос 100 мл Чацарганы цэвэр тос 50 мл	90 ширхэг

	Чацарганы цэвэр тос 30 мл	
Үнэ	Чацарганы цэвэр тос 100 мл 49900₮ Чацарганы цэвэр тос 50 мл 29900₮ Чацарганы цэвэр тос 30 мл 19900₮	
Үйлчилгээ	Чацарганы цэвэр тосыг өглөө өдөр оройн хоолны өмнө ууж хэрэглэснээр ходоодны шархыг хурдан хугацаанд эмчлэхээс гадна ходоодны гүрвэлзэх хөдөлгөөнийг сайжруулснаар хоол шингээлт сайжирна. Мөн омега 3, 6, 7, 9-өөр баялаг учир дархлааг маш сайн дэмжих ба үс, хумс, арьсанд маш сайн тэжээл өгнө.	Seaberry 100% чацарганы тосон капсулыг Д витаминаар хүний өдөр тутмын хэрэгцээнд шаардлагатай хэмжээгээр баяжуулсан ба Дэлхийн болон Монгол улсын хүн амын дийлэнхи нь Д витамин дутагдалд орсныг Харвардын их сургуулийн эрдэм судалгаа шинжилгээний багийнхан судалж илрүүлсэн билээ. Seaberry 100% чацарганы тосон капсулны ач тус: - Ходоодны шарх болон улайлтыг эмчилнэ. -Тамир тэнхээ нэмэгдүүлнэ. -Хөлрөлтийг намдаана. -Архаг ядаргаа сульдааг эмчилнэ. -Хоол боловсруулах замаар кальци фосфорын шимэгдэлтийг нэмэгдүүлнэ. -Үе мөчний бат бөх чанарыг хадгална. -Яс хугаралтаас сэргийлнэ. -Өсөлтийг дэмжинэ. -Арьсны уян хатан чанар тунгалаг байдлыг хадгалах зэрэг олон ашиг тустай. Хэрэглэх заавар: Дотроо 60 ширхэгтэй сарын хэрэглээ бөгөөд өдөрт 2 удаа- өглөө, орой хоолны өмнө 1 ширхгээр ууж хэрэглэнэ.
Хувиарлалт	Нэрийн дэлгүүр, интернэт худалдаа	Нэрийн дэлгүүр, интернэт худалдаа

Эрүүл мэндийн бэлдмэл

Компаний нэр	“Сакра”	
Бүтээгдэхүүний нэр		Чакра омега 3,6,7,9 чацарганатай шахмал
Бүтээгдэхүүний зураг		
Савлагаа	90ш 180ш	150гр 75гр
Үнэ	90ш - 45.000₮ 180ш - 75.000₮	150гр 35.000₮ 75гр 18.000₮
Үйлчилгээ	чацаргана нь илчлэг сайтайгаас гадна (250ккал) -омега 3,6,7,9, бусад органик хүчил -нүүрс ус, тос, уургаар баялаг -a,c,e,b,k,pp амин дэмүүд -калци, фосфор, кали, натри, төмөр, магни зэрэг эрдэс бодисын өндөр	*с витамин хэрэгцээг хангана. *ханиад томуунаас сэргийлнэ. *эрдэсийн дутагдлыг нөхнө.

	<p>агууламжтай тул хүний бие махбодид чухал хэрэгцээтэй.</p> <ul style="list-style-type: none"> - серотонин их байдаг нь хавдрын эсрэг чухал нөлөө үзүүлдэг ба - ходоод гэдэсний шархлаа, -бүх төрлийн үрэвсэл намжаах, эмчлэхэд нэн сайн. үүнээс гадна - судасны ханыг уян болгох, зүрх, судасны өвчнөөс урьдчилан сэргийлэх, - үс унах, -үе мөчний өвчин намдаахад чухал. <p>с амин дэмийн өндөр агууламж нь ханиад томууны, *амьсгалын замын өвчнийг анагаах, *биеийн ерөнхий дархлааг дэмжих ач тустай. өдөрт 2-3 капсулаар усаар даруулж ууна. өдөр тутам хэрэглэхэд зохистой.</p>	
Хувиарлалт	Нэрийн дэлгүүр, интернэт худалдаа	Нэрийн дэлгүүр, интернэт худалдаа

Хавсралт 5.6.4.

Цахим худалдаагаар амталгаа болон тест хийх боломж

Product Details

Company Profile

Transactions

Product Description

Packaging & Shipping

FAQ

About US

Contact us

FAQ

1. [Free sample available?](#)
- Yes.but you will pay the shipment and must tell us your correct information(like your address,email,phone number) so that you can receive the goods.By the way,sample's capacity is 10ml,if u want test or do something with it,[250ml in suggesstion](#).(Contact us then send u picture of 250ml seed oil,[bussiness card](#) is on the bottom of this page.)
- 2.[Do you have English official website?](#)
- Our English website is:[http:// www.seabuckthornmcn.com](http://www.seabuckthornmcn.com)
- 3.[What terms of payment is acceptable?](#)
-T/T, L/C, trade assurance of Alibaba, Secure payment, West Union, Paypal, Money Gram, etc.
- 4.[When production could be shipped?](#)
-As soon as the payment was received.
- 5.[How will you ensure quality of your products?](#)
-All products had been treated through strict process according to GMP standard and checked by FQC and OQC department before shipping.

Санал болгож буй чацарганы бүтээгдэхүүний савлагаа



Хавсралт 5.7.1

Цахим орчин дахь хэрэглэгчийн сэтгэгдэл

<https://junkglamorousrabbit.kosmetista.ru/blog/95559.html>

Нашли грамматическую ошибку?

Сообщите администрации: выделите беспокоящий текст левой клавишей мыши и нажмите сочетание клавиш CTRL+Enter в Windows или Control+Enter в Mac.



marishka06 08 декабря 2018, 21:55

+ +1 -



Отличный крем за такую цену! Масло миндаля в уходе за руками люблю, оно ногти укрепляет и за кожей отлично ухаживает. Обязательно нужно будет попробовать!

Ответить



Junk_Glamorous_Rabbit 09 декабря 2018, 05:47

+ +1 -



Марианна, спасибо за поддержку. Да, все эти кремы с комплексным действием: отлично смягчают кутикулу и поддерживают ее аккуратный вид.

Ответить



Elenina87 09 декабря 2018, 10:00

+ +1 -



Как интересно! Если б была возможность, то обязательно бы купила первый крем, у меня как раз ужасно сохнут руки зимой, а мой любимчик Шисейдо дороговат все же. У остальных кремов очень понравилась милая и говорящая упаковка — вот посмотрел на неё и понял для чего кремик. Это очень удобно когда видишь одни лишь иероглифы.

Ответить



Junk_Glamorous_Rabbit 15 декабря 2018, 11:12

+ 0 -




Над упаковкой славно потрудились, да. Я посмотрела, как выглядят остальные кремы, и была очень удивлена. Еще есть крем «для офиса», «ночной», «зимний» и «СПА» с такими же символическими картинками. В Китае до сих пор велико количество людей, которые не умеют читать, и подобные упаковки-комиксы помогают сделать правильный выбор.

Ответить

Чацарганаар хийсэн гарын тосны танилцуулга






Botanical Beverage of Seabuckthorn


vs

Hand-Foot-and-Mouth Disease




Botanical Beverage of Seabuckthorn helps to **boost our immune system**, hence achieve the following effects:

- 1) Relieve symptoms of ulcers or inflammation.
- 2) Shorten disease duration and accelerate recovery.
- 3) **Strengthen immunological memory to protect against the repeated exposure to infection.**
- 4) Minimize the risk of viral spread and complication.
- 5) Alliviates itching and pain cause of papules (topical application).




Hand-foot-and-mouth Disease (HFMD)



Before :

Symptoms of HFMD:


- Rash appeared on palms and legs, particularly on calves.
- Blistering rash appeared on feet, with ant-sting-like pain.



After :

- 2 days later, rash have scabbed over.
- Within 3-4 days, rash on palms and mouth ulcers are healed.
- According to doctor, the healing progress was incredibly amazing.

Yeoh Sheng Fan, 6



Consumption :

- 2 bottles a day; one in the afternoon and one at night.
- Applied topically on affected areas.

Чанарын сертификат



**88節 健康優選新上市
樟芝皇沙棘油 全素膠囊**

7/27-8/13
全面優惠88折
88折優惠價3080
原價3500

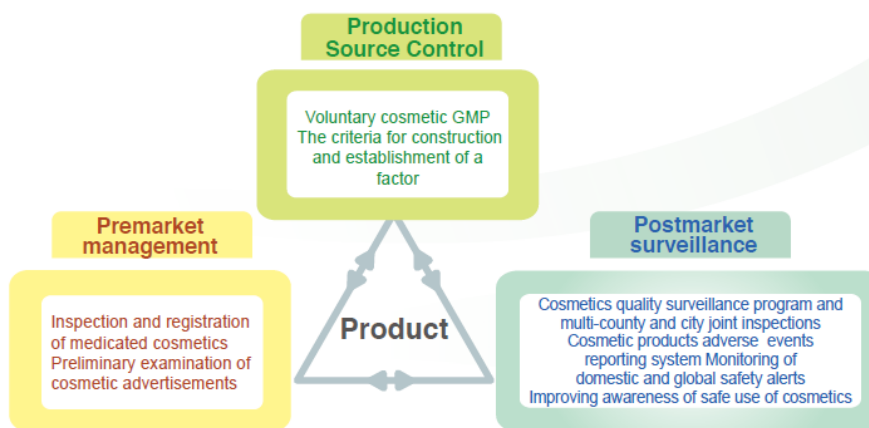
來自西伯利亞地區的沙棘純油，加上台灣國寶牛樟芝子實體的萃取精華，主打保養型膠囊，60粒滿滿精華，早晚各服用一粒，全素食者也可食用

沙棘具有非常高的營養價值，富含多種營養成分，如胺基酸、黃酮類、多種微量元素、有機酸等，對腸胃、肝、心血管等皆有益處，同時也是美容用品愛用的原料之一，全方位保健！

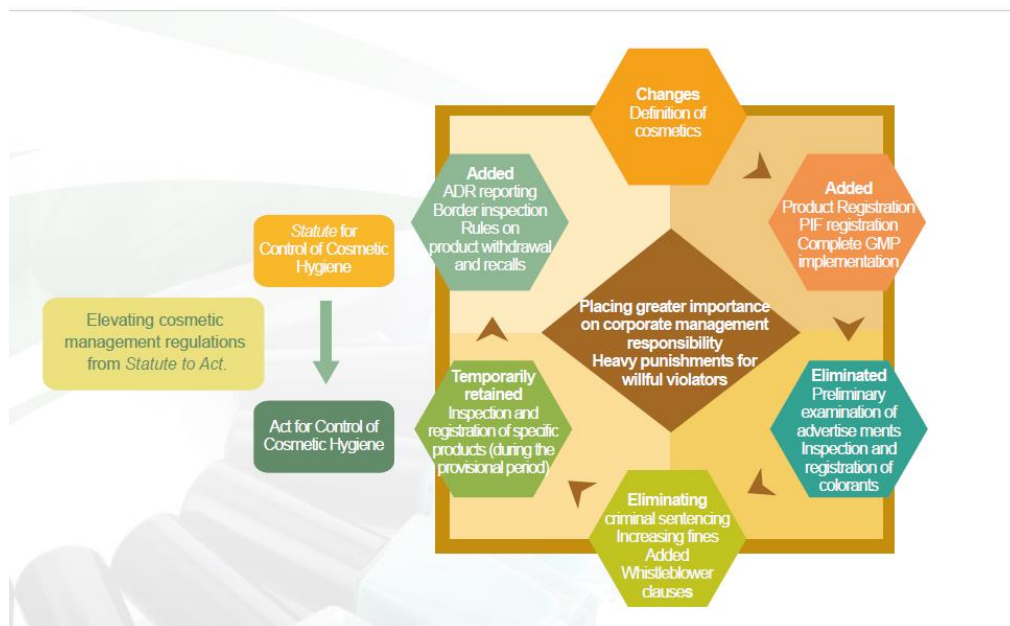
委託研發製造團隊在GMP廠房內培育牛樟椴木，以牛樟芝子實體超臨界萃取，讓消費者能有明確的保障，確保牛樟芝真貨品質！具有豐富的活性成分，有護肝、免疫調節等多種功效。

Тайвань улсын Гоо сайхны бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл, борлуулалтын үйл явц

Figure 6-1 Current cosmetic management framework



Seciton 1 Cosmetics Regulations and Product Review



Хавсралт 5. 7. 5.

Чацарганы шүүс боловсруулах үйлдвэрийн танилцуулга

Үнэ: \$60,000.00 - \$800,000.00

Overview

Quick Details

Condition: New

Place of Origin: Guangdong, China (Mainland)

Brand Name: BEYOND

Model Number: BY-67

Type: Juice processing line

Voltage: 380v 50hz

Power(W): 15kw

Weight: 7800kg

Dimension(L*W*H): 19700*1900*2100

Certification: ISO9001/HACCP

Brand name: beyond

After-sales Service Provided: Overseas service center available

Warranty: 12 months

Supply Ability Supply Ability: 10 Set/Sets per Year

Packaging & Delivery

Packaging Details wood package or other standard export package

Port Shanghai, Port

Lead Time 60 days

Эх үүсвэр: Shanghai Beyond Machinery Co., Ltd.