

Эрдэм шинжилгээний өгүүлэл
УДК 316.351
DOI 10.18101/2949-1657-2024-3-42-52

УЛААНБААТАР ХОТЫН ИРГЭДИЙН ХЭРЭГЛЭЭНИЙ ХЭВ МАЯГТ НӨЛӨӨЛЖ БУЙ ЗАРИМ ХҮЧИН ЗҮЙЛ

© Даваадорж Номун-Эрдэнэ
ШУА-ийн Философийн хүрээлэн
Социологийн салбарын ЭШДэА,
МУИС-ийн Социологи, Нийгмийн ажлын тэнхим, докторант
nomunerdene.d@gmail.com

© Жаргалсайхан Батжаргал
ШУА-ийн Философийн хүрээлэн
Социологийн салбарын эрхлэгч, ЭШДэА,
МУИС-ийн Социологи, Нийгмийн ажлын тэнхим, докторант
batjargalj@mas.ac.mn, jargalbj999@gmail.com

© Батдоржийн Алтанцэцэг
ШУА-ийн Философийн хүрээлэн
Социологийн салбарын ЭШДаА,
МУИС-ийн Социологи, Нийгмийн ажлын тэнхим, магистрант
aagiina747@gmail.com

Хураангуй. Судлаачдын үзэж байгаагаар хүмүүсийн хэрэглээний хэв маягт тэдний хүн ам зүй, эдийн засаг, сэтгэл зүйн байдал, шашин, соёл, нийгэмшил болоод нийгмийн байр суурь нөлөөтэй байна. Судалгааны эл өгүүлэлд Улаанбаатар хотын иргэдийн хэрэглээний хэв маягийг тодорхойлон, түүнд нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг тодруулахын хамт хүмүүсийн нийгэм-эдийн засгийн байр суурь нь хэрэглээний хэв маягт нөлөөтэй эсэхийг гаргахыг зорив.

Хэрэглээг хүн амын дундах ядуурлын түвшнийг тогтооход түгээмэл ашигладаг бөгөөд ингэхдээ үндсэн буюу суурь хэрэглээ (анхдагч, суурь хэрэгцээ)-гээ хангаж байгаа эсэхийг шалгуур болгон авч үздэг. Энэ удаагийн судалгааны хүрээнд иргэдийн суурь хэрэглээг хүнсний хэрэглээ, усны хангамж, орон байр, хувцас хэрэглэл, тээврийн хэрэгсэл, боловсрол, эрүүл мэндийн үйлчилгээний хэрэглээ гэсэн дараах долоон шалгуур үзүүлэлтэд өгсөн үнэлгээгээр тооцлоо. Ингээд суурь хэрэглээний хангагдсан, зарим талаар хангагдсан, хангагдаагүй гэсэн гурван бүлэг үүсгэн, бүлэг тус бүрийн эдийн засгийн байр суурь (нэг хүнд ногдох орлогоор), боловсролын түвшин, хөдөлмөр эрхлэлтийн байдал хийгээд хоёрдогч хэрэглээ (өөрийгөө хөгжүүлэх, соёл, интертаймент, чийрэгжүүлэлтийн, гоо зүйн гэх мэт) ямар түвшинд байгааг авч үзсэн. Шинжилгээг Нийслэлийн бодлогын шинжилгээ, судалгааны төвийн захиалга, санхүүжилтээр ШУА-ийн Философийн хүрээлэн, Социологийн салбарт 2023 оны сүүлээр хэрэгжсэн “Хотын хөгжлийн индекс” судалгааны мэдээлэлд үндэслэн хийв.

Түлхүүр үг: Хэрэглээ, суурь буюу анхдагч хэрэглээний түвшин, нийгэм, эдийн засгийн байр суурь, өргөн хэрэглээний хүнсний бүтээгдэхүүний хэрэглээ, хоёрдогч хэрэглээ (соёлын болон спортын, интертаймент хэрэглээ).

Д. Номун-Эрдэнэ, Ж. Батжаргал, Б. Алтанцэцэг. Улаанбаатар хотын иргэдийн хэрэглээний хэв маягт нөлөөлж буй зарим хүчин зүйл

Для цитирования

Д. Номун-Эрдэнэ, Ж. Батжаргал, Б. Алтанцэцэг. Улаанбаатар хотын иргэдийн хэрэглээний хэв маягт нөлөөлж буй зарим хүчин зүйл // Восточный вектор: история, общество, государство. 2024. Вып. 3. С. 42–52.

Оршил

Хэрэглээний хэв маяг гэх энэхүү ойлголтыг макро эдийн засгийн онолд түгээмэл хэрэглэдэг бөгөөд онолын хэд хэдэн хүрээ бий. Тухайлбал, Английн эдийн засагч, философич Жон Мэйнард Кейнсийн дэвшүүлсэн *үнэмлэхүйн орлогын таамаглал* хэрэглэгчийн хэрэглээ нь түүний одоогийн орлогын түвшнээс хамаарна (Hossain, 2023) хэмээдэг бол Франко Модильянигийн *амьдралын мөчлөгийн таамаглал* нь хувь хүн амьдралынхаа туршид хэрэглээ, хуримтлалын зан үйлээ төлөвлөдөг (Deaton, 2005) гэж үздэг. Милтон Фридманы *байнгын орлогын таамаглал* нь хүмүүсийн хэрэглээний шийдвэр нь одоогийн орлогоор бус харин урт хугацааны орлогын хүлээлтээр тодорхойлогддог хэмээдэг (Friedman, 1957), харин *хэрэглэгчийн зан үйлийг тайлбарлах онолууд* нь хэрэглээний хэв маягийг хэрэглэгчийн зан үйлтэй холбон тайлбарладаг. Эдийн засгийн онолчид хэрэглээний хэв маягийг аж үйлдвэрийн хувьсгал, нийгэм эдийн засгийн шилжилт, технологийн дэвшил, массын үйлдвэрлэл ба бараа бүтээгдэхүүний нийлүүлэлтийн өсөлт, хэрэгцээнээс тансаг хэрэглээг эрхэмлэх болсон зэрэг нийгэм, эдийн засгийн олон өөрчлөлттэй холбон тайлбарладаг. Түүнчлэн макро эдийн засагчид хүмүүсийн хэрэглээ нь тэдний амьдралын чанар, түүнд өгч буй сэтгэл ханамжийг хэрхэн илэрхийлдэг болохыг судлахад анхаардаг. Ингэхдээ хүмүүсийн хэрэглээ их байх нь шууд биш ч тэдний амьжиргааны түвшнийг илэрхийлдэг, хүмүүс үндсэн хэрэгцээгээ хэрхэн хангаж байгаа нь тэдний эрүүл мэнд, бие махбодын байдалд нөлөөлдөг, харин өөрийн үзэмжийн хэрэглээ нь нийгэм, сэтгэл зүйн байдалд нөлөөлдөг зэргээр авч үзэх нь бий³⁴. Ялангуяа ядууралд өртсөн хүмүүсийн үндсэн хэрэглээ, хэрэгцээ (*тэжээллэг хоол хүнс, цэвэр ус, эрүүл мэнд, боловсрол гэх мэт*) нэмэгдэх нь амьдралын чанарыг шууд сайжруулдаг. Гэхдээ үндсэн хэрэглээгээ хангасан боловч цаашид өсөн нэмэгдэж байгаа хэрэглээ нь тэдний амьдралын чанарыг сайжруулах албагүй бөгөөд үүнийг “баялгийн парадокс” гэдэг. Харин хэт их хэрэглээ ялангуяа эрүүл бус хооллолт, хуванцрын хэрэглээ нь урт хугацаанд хүний эрүүл мэнд, амьдралын чанарыг бууруулаад зогсохгүй байгаль орчинд сөрөг нөлөө үзүүлдэг³⁵.

XX зууны дунд үе хүртэл социологийн шинжлэх ухаанд хэрэглээг тусгайлан авч үзээгүй, харин Америкийн эдийн засагч, социологич Т. Б. Веблен 1899 онд бичсэн “Чөлөөт ангийн онол” бүтээлдээ хэрэглээний тухай ойлголтыг тусгайлан авч үзсэн. Тэрээр уг бүтээлдээ хүмүүсийн нийгмийн байр суурь, амьдралын хэв маягийг судалж, тэдний хэрэглээний зан төлөвийг гаргаж ирсэн. Үүнд, АНУ-ын дунд анги, баян чинээлэг болон ядуу амьдралтай хүмүүсээс хэрэглээний хувьд

³⁴ [www.studysmarter.co.uk:https://www.studysmarter.co.uk/explanations/macroeconomics/international-economics/consumption-patterns/](https://www.studysmarter.co.uk/explanations/macroeconomics/international-economics/consumption-patterns/) (2024 оны 4 сарын 4).

³⁵ Хэт их хэрэглээ нь дэлхийн дулаарал, экосистемийн сүйрэл, биологийн олон янз байдлын алдагдал зэрэг байгаль орчны олон асуудлыг улам хурцатгаж болзошгүй хэмээн Шеффилд Халламын их сургуулийн Бүс нутгийн эдийн засаг, нийгмийн судалгааны төвийн докторант Лваро Кастано Гарсиа нар үзсэн.

хэрхэн ялгарч байгааг хөндсөн байдаг (Kathleen Korgen, 2017). Чинээлэг буюу түүний хэлж буй чөлөөт ангийнхан ихэвчлэн тансаг, өндөр үнэтэй бараа бүтээгдэхүүнийг хэрэглэж, бусад ангиуд нь өөрсдийн чадах хэмжээгээр тэднийг дуурайхыг оролддог байна.

Харин Яннис Габриэль, Тим Ланг нар (1995) хэрэглэгчийг тодорхойлох нь тэдний хэрэглээг танин мэдэх боломжтой болгодог гэж үзсэн. Тэдний судалгааны гол санаа нь хэрэглэгчид бол өөрсдийн хэрэглээний сонголтоор дамжуулан өөрсдийгөө илэрхийлж, нийгэмд байр сууриа олж авахыг эрмэлздэг хэмээх үзэл юм (Yiannis Gabriel, Tim Lang, 1994).

Зарим судлаач хувь хүний сонголттой холбон хэрэглээний хэв маягийг тайлбарладаг бол зарим нь хүмүүс нийтлэг, хэм хэмжээ, үнэт зүйл, ойлголттой байдаг бөгөөд нийгмийн институт нь хэрэглээний хэв маягийг бүрдүүлдэг гэж үздэг. Ерөнхийдөө социологид хэрэглээг эдийн засаг ба соёл, материализм ба идеализм, бүтэц ба агентлаг, өөдрөг үзэл ба гутранги үзэл зэрэг эсрэгцсэн ойлголтуудын огтлол дээр авч үздэг (Kathleen Korgen, 2017). Америкийн социологич McNall (McNall, 1990) хэрэглээ нь хэрэглэгчид өөрийгөө ижилсүүлэх далд функцтэй гээд “бидний худалдан авах чадвар болон хэрэглээ нь бидний хэн бэ?, хэн болохыг хүсэж байна вэ? гэдгийг хэлж өгдөг” гэжээ. “Хэрэглээний сэтгэл зүйн үүднээс бараа бүтээгдэхүүн болон үйлчилгээг бидний нийгэм-эдийн засгийн байр суурийн бэлэг тэмдэг” (Al-Modaf, 1999) хэмээн тодорхойлсон байдаг.

Манайд хэрэглэгчдийн хэрэглээний хэв маяг, мэдээллийн хэрэгслийн болон медиа хэрэглээний төлөв зэргийг судалсан олон судалгаа бий. Зарим судалгааны тодорхой үр дүнг дурдвал, Улаанбаатар хотын хэрэглэгчдийг сууцны шинж байдлаар нь хэрэглээний ялгаатай бүлгүүдэд ангилж, тэдгээр бүлгүүдийн зах зээлийн бүтцийн өнөөгийн байдал болон хэтийн төлөвийг тодорхойлж (Д.Даваасүрэн, 2023), хүн амын дундаж хэрэглээний түвшин нэмэгдэж байгаа боловч хүн амын чинээлэг хэсгийн хэрэглээ, ядуу хэсгийн хэрэглээнээс 5 дахин их байсаар байна (Ц.Амартүвшин, 2018) хэмээн дүгнэсэн байна.

Судлаачдын үзэж байгаагаар хүмүүс юуг, хэрхэн хэрэглэхийг тодорхойлоход тухайн хүний нийгмийн давхраажилтад эзэлж буй байр суурь ихээхэн нөлөөтэй. Тодруулбал, нийгмийн өөр өөр түвшинд байгаа хэрэглэгчдийн хэрэглээний сэдэл, зорилго нь өөр өөр байдаг. Өөрөөр хэлбэл хэрэглээг анхдагч болон хоёрдогч хэрэгцээг хангах гэж зорилгоор нь хувааж болно. Анхдагч хэрэглээ нь суурь хэрэглээ бол хоёрдогч хэрэглээ нь илүү сэтгэл зүйн болон нийгмийн хүлээлт, тухайн бүлэгт өөрийгөө хамааруулах мэдрэмж зэрэг хэрэгцээтэй холбоотой байж болно.

Эдгээр онол, хандлага, үзэл баримтлал, зарим судалгааны үр дүнгээс харвал хүмүүсийн хэрэглээний хэв маягт тэдний хүн ам зүй, эдийн засаг, сэтгэл зүйн байдал, шашин, соёл, нийгэмшил болоод нийгмийн байр суурь нөлөөтэй байна.

Энэхүү өгүүлэлд бид нийслэлийн иргэдийн суурь хэрэглээний түвшнээр ялгаатай гурван бүлгийг тодорхойлон, суурь хэрэглээний түвшинд нийгэм-эдийн засгийн зарим хүчин зүйлс хэрхэн нөлөөлж буйг тодруулахыг зорилоо.

Судалгааны арга зүй, аргачлал

Судалгааны мэдээлэл ба арга

Монгол улсын Шинжлэх ухааны академийн Философийн хүрээлэнгийн Социологийн салбараас 2023 оны 11 дүгээр сарын 24-өөс 12 дугаар сарын 8-ны хо-

Д. Номун-Эрдэнэ, Ж. Батжаргал, Б. Алтанцэцэг. Улаанбаатар хотын иргэдийн хэрэглээний хэв маягт нөлөөлж буй зарим хүчин зүйл

оронд хийж гүйцэтгэсэн “Нийслэлийн хөгжлийн индекс” сэдэвт судалгааны мэдээллийг энд ашиглалаа (ШУА-ФХ, 2023). Судалгааны мэдээллийг нийслэл хотын 9 дүүргээс 700-аад респондентоос бүтэцлэгдсэн сурвалжилгын аргаар цуглуулж чанарын шаардлага хангасан 669 хүний мэдээлэлд боловсруулалт хийсэн (ШУА-ФХ, 2023). Судалгааны үр дүнг индексийн болон солбицуулсан бүлэглэлтийн аргаар шинжлэв.

Мэдээллийн шинжилгээ

Энд бид иргэдийн суурь хэрэглээний түвшнийг хүнсний хэрэглээ, усны хангамж, орон байр, хувцас хэрэглэл, тээврийн хэрэгсэл, боловсрол, эрүүл мэндийн үйлчилгээний хэрэглээ гэсэн долоон шалгуур үзүүлэлтээр хэмжсэн. Эдгээр 7 шалгуур үзүүлэлтэд өгсөн иргэдийн үнэлгээгээр индекс тооцлоо. Ингэхдээ сайн хангагдсан болон хэрэглээ сайн, хэрэгцээтэй үедээ суурь үйлчилгээг авдаг гэсэн үнэлгээнд +1 гэсэн утга өгч, дундаж болон тааруу гэсэн үнэлгээнд 0 утга өгсөн. Өөрөөр хэлбэл 0–7 гэсэн үнэлгээний завсарт хүмүүсийн суурь хэрэглээ ямар түвшинд байгааг гаргасан (хүснэгт 1).

Судалгааны үр дүн

Хотын иргэдийн суурь хэрэглээ хангагдаж буй байдал

Шалгуур үзүүлэлтүүдээр үнэлгээний тархалтыг харвал нийт судалгаанд оролцогчдын 28.3% буюу ойролцоогоор гурван хүн тутмын нэг нь суурь хэрэглээгээ бүрэн хангаж чадсан (7 оноо) байв. Харин аль ч хэрэглээгээ хангаж чадахгүй байгаа (0 оноо) нь 1.4% буюу есөн хүн байна.

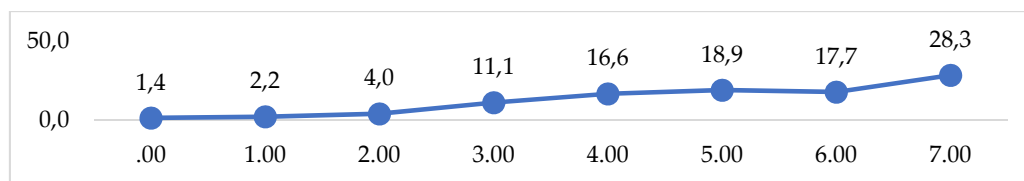
Хүснэгт 1

Суурь хэрэглээг тооцох шалгуур үзүүлэлт, тэдгээрийн тархалт

№	Бүлэг үзүүлэлт	Дэд/шалгуур үзүүлэлт	Хангагдсан буюу хэрэглээ сайн гэж хариулсан (хувь)
I	Хүнс	Хүнсний хүрэлцээ, хэмжээ	66.2
II	Ус	Усан хангамж	72.8
III	Орон байр	Орон байрны тав тух	82.9
IV	Хувцас, хэрэглэл	Хувцас хэрэглэл	63.0
V	Тээврийн хэрэгсэл	Хэрэгцээтэй үедээ нийтийн тээврээр үйлчлүүлж чаддаг эсэх	74.6
VI	Боловсрол	Хэрэгцээтэй үедээ боловсролын үйлчилгээ авч чаддаг эсэх	79.9
VII	Эрүүл мэнд	Хэрэгцээтэй үедээ эрүүл мэндийн үйлчилгээ авч чаддаг эсэх	78.0

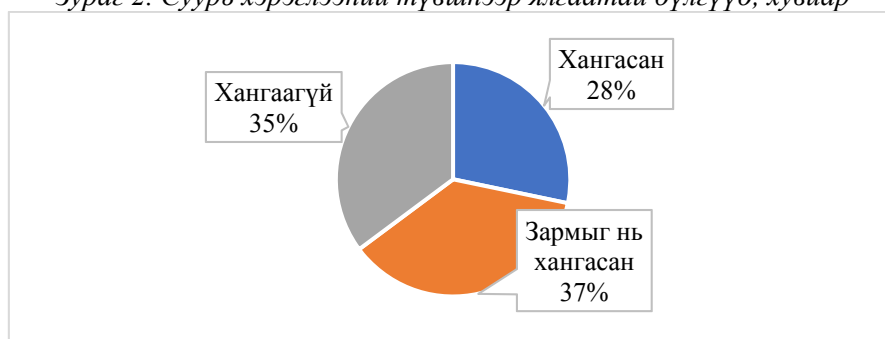
Үнэлгээний дунджаас (mean=5.1) хамааран суурь хэрэглээгээ хангасан (7 оноо), заримыг нь хангасан (5-6 оноо), хангаагүй (0-4 оноо) гэсэн гурван бүлгийг үүсгэв.

Зураг 1. Улаанбаатар хотын иргэдийн суурь хэрэглээ хангагдсан байдал



Суурь хэрэглээгээ хангасан бүлэг 28%, зарим хэсгийг нь хангасан бүлэг 37%, хангаагүй бүлэг 35% байна.

Зураг 2. Суурь хэрэглээний түвшинээр ялгаатай бүлгүүд, хувиар



Суурь хэрэглээ хангаагүй бүлгийн 24.6% нь хувцас хунарын хэрэглээ тааруу, 23.8% нь хүнсний хэрэглээ тааруу, 21.2% нь усан хангамж тааруу, 20.9% нь орон байрны тав тух тааруу, 16.6% нь хэрэгцээтэй үедээ нийтийн тээврийн үйлчилгээ авч чаддаггүй, 16.4% нь хэрэгцээтэй үедээ эрүүл мэндийн үйлчилгээ авч чаддаггүй, 13.1% нь хэрэгцээтэй үедээ боловсролын үйлчилгээ авч чаддаггүй гэж хариулжээ. Гэхдээ нийгмийн суурь үйлчилгээ болох боловсрол, эрүүл мэнд, нийтийн тээврийн үйлчилгээг хэрэгцээтэй үедээ авдаг гэсэн эерэг үнэлгээ хангалттай авдаггүй гэсэн сөрөг үнэлгээнээс 3-9 пунктээр илүү юм.

Суурь хэрэглээний заримыг нь хангасан бүлгийн хувьд суурь хэрэглээг тооцсон үзүүлэлт бүрээр сөрөг үнэлгээнээс эерэг үнэлгээ илүү юм. Тодруулбал, хэрэгцээтэй үедээ эрүүл мэндийн үйлчилгээ авах байдал 25.2 пунктээр, усан хангамжийн хэрэглээ 24.0 пунктээр, хэрэгцээтэй үедээ боловсролын үйлчилгээ авах байдал болон орон байрны тав тух 23.7 пунктээр, нийтийн тээврийн үйлчилгээ авах байдал 20.6 пунктээр, хүнсний хэрэглээ 15.7 пунктээр, хувцас хэрэглээний хэрэглээ 12.3 пунктээр тус тус эерэг үнэлгээ давамгайлж байна.

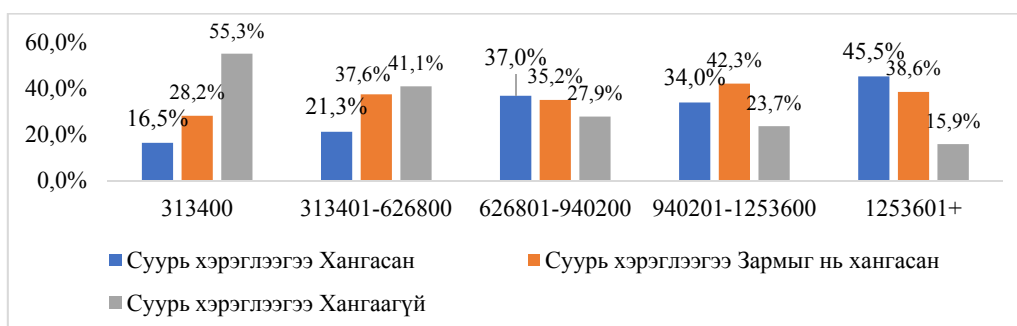
Хүмүүсийн эдийн засгийн байдал суурь хэрэглээний түвшинд нөлөөлөх нь

Хүмүүсийн суурь хэрэглээний түвшинд эдийн засгийн байдал буюу орлогын түвшин нь шууд хамааралтай байна. Тухайлбал, нэг хүнд ногдох орлогоор нь иргэдийг таван түвшинд хувааж, орлогын түвшин бүрд суурь хэрэглээ хангагдсан байдал буюу хэрэглээний түвшнийг нь харьцуулав. Ингэхэд хүн амын амьжиргааны доод түвшин хэмээн Үндэсний статистикийн төвөөс тогтоосон 313400 төгрөгөөс доош орлоготой иргэдийн 55.3% нь суурь хэрэглээгээ хангаж чадаагүй гэсэн бол орлогын түвшин ахих тусам энэ тоо 41.1%, 27.9%, 23.7%,

Д. Номун-Эрдэнэ, Ж. Батжаргал, Б. Алтанцэцэг. Улаанбаатар хотын иргэдийн хэрэглээний хэв маягт нөлөөлж буй зарим хүчин зүйл

15.9% болж буурч байна. Тодруулбал, орлогын хамгийн өндөр түвшин буюу нэг хүнд ногдох сарын дундаж орлого 1253601 төгрөгөөс дээш орлоготой бүлгийн хувьд суурь хэрэглээгээ хангаагүй байдал 15.9 хувь байгаа нь амьжиргааны доод түвшнээс 3.5 дахин бага байна. Харин эсрэгээрээ орлогын түвшин ахих тусам суурь хэрэглээгээ хангасан хүмүүсийн тоо нэмэгдэж байна. Тухайлбал, амьжиргааны түвшнээс доош орлоготой өрхөд суурь хэрэгцээгээ бүрэн хангасан бүлэг 16.5% байгаа бол орлогын дараагийн бүлгүүдэд 21.6%, 37.0%, 34.0%, 45.5% зэргээр шатлан өсжээ. Үүнээс үзвэл иргэдийн эдийн засгийн байр суурь, орлогын түвшин тэдний хэрэглээнд ихээхэн нөлөөлж байна.

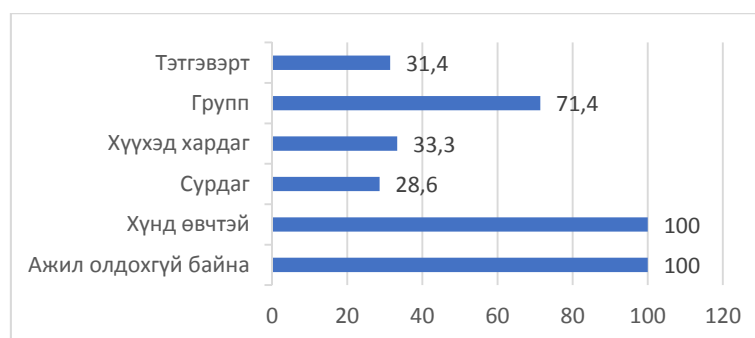
Зураг 3. Нэг хүнд ногдох орлого, хэрэглээний бүлгээр



Хүмүүсийн хөдөлмөр эрхлэлтийн байдал суурь хэрэглээний түвшинд нөлөөлөх нь

Эрхэлж буй ажил хөдөлмөр, эзэмшсэн мэргэжил болон суурь хэрэглээний түвшний хооронд шулуун шугаман хамаарал судалгааны хүрээнд ажиглагдаагүй боловч ажилчдын 37.3%, малчдын 40.0%, ажилгүйчүүдийн 34.2% нь суурь хэрэглээгээ хангаагүй байгаа нь бүрэн хангасан бүлгээс ажилчид 10.5 хувиар, малчид 20.0 хувиар, ажилгүйчүүд 7.5 хувиар тус тус өндөр байна. Тэр тусмаа ажил олдохгүй байгаа, хүнд өвчтэй хүмүүс бүгд, хөгжлийн бэрхшээлтэй, группэд байдаг хүмүүсийн 71.4% нь хэрэглээгээ хангаагүй бүлэгт хамаарч байна. Гэртээ хүүхдээ хардаг гурван хүний нэг нь хэрэглээгээ хангаагүй бүлэгт хамаарч байгаа нь бага дүн биш.

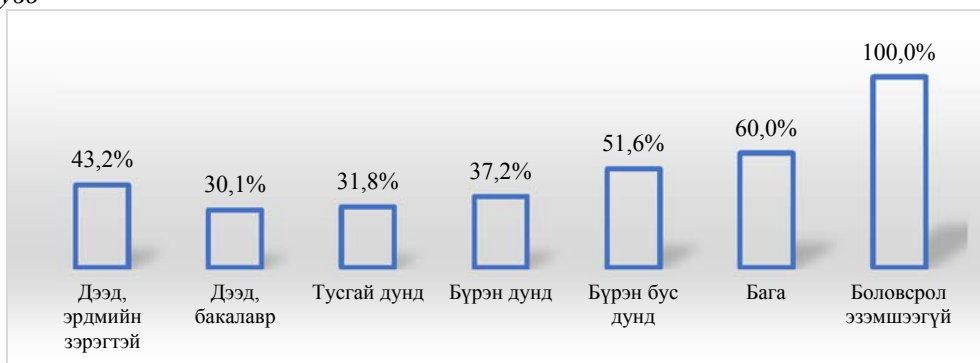
Зураг 4. Ажилгүйчүүдийн суурь хэрэглээ нь хангагдаагүй байдлын түвшин



Иргэдийн боловсролын түвшин суурь хэрэглээний түвшинд нөлөөлөх нь

Суурь хэрэглээний түвшнээр ялгаатай бүлгүүдийг боловсролын түвшинтэй харьцуулахад бүрэн бус дунд (51.6%), бага боловсролтой хүмүүсийн олонх (60.0%) нь, боловсролгүй хүмүүс бүгдээрээ суурь хэрэглээгээ хангаагүй бүлэгт багтаж байна. Үүнээс үзвэл боловсролын түвшин бага байх нь тэдний хэрэглээний түвшин доогуур байхад нөлөөлж байгааг харуулж байна. Гэвч магистр ба түүнээс дээш боловсролтой бүлгийн хэрэглээ бакалавр, тусгай дунд, бүрэн дунд боловсролтой хүмүүсээс харьцангуй доогуур байгаа нь сонирхолтой.

Зураг 5. Боловсролын түвшин бүр дэх хэрэглээ хангагдаагүй бүлгийн эзлэх хувь



Цаашлаад хэрэглээний бүлэг тус бүрийн хүнсний хэрэглээ болон зарим хоёрдогч хэрэглээ (соёл, спорт, интертаймент хэрэглээ) ямар байгааг авч үзье.

Суурь хэрэглээний түвшнээр ялгаатай бүлгүүдийн өргөн хэрэглээний хүнсний бүтээгдэхүүний хэрэглээ

Суурь хэрэглээний түвшнээр ялгаатай бүлгүүдийг өргөн хэрэглээний хүнсний тодорхой нэр төрлийг огт хэрэглэдэггүй болон тогтмол (*байнга, ихэвчлэн*) хэрэглэдэг гэсэн хэв маягаар харьцуулан үзсэн. Суурь хэрэглээний түвшнээр ялгаатай бүлгүүдэд өргөн хэрэглээний хүнсний бүтээгдэхүүний тогтмол хэрэглээнд мах болон гурил, будааны хэрэглээнд төдийлөн ялгаа ажиглагдсангүй. Харин суурь хэрэглээгээ хангаагүй (III) бүлэгт зарим хүнсний бүтээгдэхүүний тогтмол хэрэглээ суурь хэрэглээгээ хангасан (I) бүлэг, заримыг нь хангасан (II) бүлгээс нэлээд ялгаатай байв. Тодруулбал, III бүлэг I бүлгээс гурилан бүтээгдэхүүний хэрэглээгээр 11 пунктээр, сүү сүүн бүтээгдэхүүний хэрэглээгээр 13 пунктээр, II бүлгээс 13.3 пунктээр, хүнсний ногооны хэрэглээгээр I бүлгээс 10.9 пунктээр, II бүлгээс 6.8 пунктээр тус тус доогуур байна. Цаашлаад боловсруулсан махан бүтээгдэхүүн 1.7-3.8 пунктээр, чихэр, амттан 5.1-13.9 пунктээр, ундаа шүүсний хэрэглээ 9.3-20 пунктээр, жимс жимсгэний хэрэглээ 10.4-24.8 пунктээр бага байна. Эсрэгээрээ лаазалсан, нөөшилсөн бүтээгдэхүүн 0.3 пунктээр, архи согтууруулах ундааны тогтмол хэрэглээ 0.8-1.4 пунктээр, бэлэн хоолны хэрэглээ 0.7-5.2 пунктээр өндөр байна.

Өргөн хэрэглээний хүнсний бүтээгдэхүүнийг огт хэрэглэдэггүй байдлыг авч үзвэл мах, гурил будаа, гурилан бүтээгдэхүүн, сүү, сүүн бүтээгдэхүүн, хүнсний ногоог хүнсэндээ огт хэрэглэхгүй байгаа байдал хэрэглээний бүлгүүдээр төдийлөн ялгаагүй байна. Харин боловсруулсан махан бүтээгдэхүүн, лаазалсан,

нөөшилсөн хүнс, чихэр амттан, ундаа, шүүсийг хүнсэндээ хэрэглэхгүй байх нь суурь хэрэглээний түвшин буурах тусам илүү өсөж байна.

Харин архи, согтууруулах ундаа, бэлэн хоолыг хүнсэндээ огт хэрэглэхгүй байх нь суурь хэрэглээний түвшин өндөр бүлэгт илүү тохиолджээ. Үүнээс үзвэл хүмүүсийн суурь хэрэглээ хангагдах тусам хүнсний хэрэглээний олон төрөлт байдал нэмэгдэхээс гадна хортой хүнсний хэрэглээ харьцангуй буурах хандлага байна хэмээн дүгнэж болохоор байна.

Суурь хэрэглээний ялгаатай бүлгүүдийн хоёрдогч хэрэглээний түвшин

Суурь хэрэглээгээ хангасан бүлгийн биеийн тамир спорт, соёлын болон үзвэр үйлчилгээний хэрэглээ нь нөгөө хоёр бүлгээс ямагт өндөр байгаа нь судалгааны дүнгээс харагдаж байна.

Өөрийгөө хөгжүүлэх буюу лекц, семинарт суух нь суурь хэрэглээ хангагдсан бүлэгт 43.5 хувь байгаа нь II бүлгээс 11 пунктээр илүү, номын сангаар үйлчлүүлэх байдал II, III бүлгээс 6.7-8.6 пунктээр өндөр байна. Интертаймэнт үйлчилгээ авах байдал буюу ийм хэрэглээ нь мөн л суурь хэрэглээгээ хангасан бүлгийн хувьд бусад бүлгээсээ илүү тухайлбал, кино театраар үйлчлүүлэх нь 8.3-25 пунктээр, концерт үзэх нь 1.4-9.1 пунктээр, хүүхдийн тоглоомын төвөөр үйлчлүүлэх нь 3.3-6.5 пунктээр, театрт үзвэр үзэх нь 2.2-5.6 пунктээр, музей, уран зургийн үзэсгэлэн үзэх нь 0.2-4.1 пунктээр тус тус илүү байна.

Биеийн тамир, спортын үйлчилгээ авах нь суурь хэрэглээгээ хангасан бүлэгт бусад бүлгээс үлэмж өндөр аж. Жишээлбэл, суурь хэрэглээ бүрэн хангагдсан бүлгийн зааланд тоглох, бассейн, фитнесээр хичээллэх байдал 14.5-17.3 пунктээр, бүжиг, иог, спенингээр хичээллэх нь 4.5-5.8 пунктээр, спортын уралдаан тэмцээнд оролцох нь 14.1-16.7 пунктээр III болон II бүлгээс дээгүүр байна.

Үсчин, гоо сайхны үйлчилгээ авах нь суурь хэрэглээгээ хангасан бүлэгт 5.1-14.6 пунктээр илүү байна. Харин сувилалд явах, бариа засал хийлгэх нь III болон II бүлэгт илүү байгаа нь сонирхолтой. Тодруулбал, сувиллаар үйлчлүүлэх нь III болон II бүлэгт 2 пунктээр өндөр бол бариа засал хийлгэх нь III бүлэгт 1.1 пунктээр, II бүлэгт 10.7 пунктээр тус тус хэрэглээ хангагдсан бүлгээс өндөр байна.

Хэлэлцүүлэг

Нэгд, амьжиргааны доод түвшнээс доогуур орлоготой хоёр хүн тутмын нэг нь суурь хэрэглээгээ хангаагүй байна. Орлогын түвшин ахих тусам суурь хэрэглээгээ хангаагүй хүний тоо буурч, орлогын түвшин ахих тусам өссөн. Үүнээс үзвэл хүмүүсийн эдийн засгийн байр суурь, орлогын түвшин тэдний суурь хэрэглээний түвшинд чухал нөлөөтэй байгаа нь харагдана.

Хоёрт, иргэдийн хөдөлмөр эрхлэлтийн байдал болон суурь хэрэглээний түвшин хооронд шууд хамаарал ажиглагдаагүй боловч ажилгүйчүүдийн дунд суурь хэрэглээ хангагдаагүй байдал илүү байна. Тэр тусмаа ажил олдохгүй байгаа, хүнд өвчтэй хүмүүс бүгд, хөгжлийн бэрхшээлтэй, группэд байдаг хүмүүсийн 71.4% нь суурь хэрэглээгээ хангаагүй бүлэгт хамаарч байна. Мөн гэртээ хүүхдээ хардаг гурван хүний нэг нь хэрэглээгээ хангаагүй бүлэгт хамаарч байгаа нь бага дүн биш. Үүнээс үзвэл ажилгүйдэл нь хүмүүсийн суурь хэрэглээний түвшин буурахад нөлөөлж байна.

Гуравт, бүрэн бус дунд, бага боловсролтой хүмүүсийн олонх (51.6-60.0%), боловсролгүй хүмүүс бүхэлдээ хэрэглээгээ хангаагүй бүлэгт багтаж байгаа бөгөөд

хүмүүсийн эзэмшсэн боловсролын түвшин тэдний суурь хэрэглээний түвшинд нөлөөлж байна.

Дөрөвт, суурь хэрэглээний ялгаатай бүлгүүдээр мах, гурил будааны хэрэглээнд төдийлөн ялгаа байхгүй. Харин суурь хэрэглээ хангагдаагүй бүлэгт гурилан бүтээгдэхүүн, боловсруулсан махан бүтээгдэхүүн, хүнсний ногоо, жимс жимсгэнэ, ундаа шүүс, чихэр амттаны тогтмол хэрэглээ суурь хэрэглээ хангагдсан болон зарим талаар хангагдсан бүлгээс доогуур байв. Эсрэгээрээ нөөшилсөн бүтээгдэхүүн, бэлэн хоол, архи согтууруулах ундааны хэрэглээ суурь хэрэглээний нөгөө хоёр бүлгээс өндөр байна. Суурь хэрэглээний ялгаатай бүлгүүдээр огт хэрэглэдэггүй хүнсний бүтээгдэхүүнийг авч үзэхэд боловсруулсан махан бүтээгдэхүүн, лаазалсан, нөөшилсөн хүнс, чихэр амттан, ундаа, шүүсийг хүнсэндээ хэрэглэхгүй байх нь суурь хэрэглээний түвшин буурах тусам илүү өсөж байна. Гэвч архи, согтууруулах ундаа, бэлэн хоолыг хүнсэндээ огт хэрэглэхгүй байх нь суурь хэрэглээний түвшин өндөр бүлэгт илүү тохиолджээ. Үүнээс үзвэл хүмүүсийн суурь хэрэглээ хангагдах тусам хүнсний хэрэглээний олон төрөлт байдал нэмэгдэж, хортой хүнсний хэрэглээ харьцангуй буурч байна.

Тавд, судалгаанд авч үзсэн хоёрдогч (өөрийгөө хөгжүүлэх, соёлын, биеийн тамирын, интертаймент) хэрэглээ нь суурь хэрэглээгээ хангасан бүлэгт илүү байна. Өөрийгөө хөгжүүлэх хэрэглээ суурь хэрэглээгээ хангасан бүлэгт 8.6-11 пунктээр, интертаймент хэрэглээ (кино театр, концерт, театрт үзвэр үзэх, музей, уран зургийн үзэсгэлэн үзэх, хүүхдийн тоглоомын төвд тоглох) 4.1-25 пунктээр өндөр байна. Түүнчлэн суурь хэрэглээгээ хангасан бүлэгт биеийн тамир, спортоор хичээллэх байдал суурь хэрэглээгээ зарим талаар хангасан болон хангаагүй бүлгээс 5.8-17.3 пунктээр, үсчин гоо сайхнаар үйлчлүүлэх байдал нь 14.6 пунктээр илүү байна. Үүнээс үзвэл суурь хэрэглээгээ хангаснаар хоёрдогч буюу соёлын, интертэймент, гоо зүйн, биеийн тамир, спортын зэрэг бусад хэрэглээний түвшин өсдөг гэсэн таамаглал батлагдаж байна. Харин бариа засал, сувиллын үйлчилгээ суурь хэрэглээгээ хангаагүй бүлэгт илүү өндөр байгаа нь нэг талаас суурь хэрэглээний түвшин болоод хүмүүсийн амьдралын орчин нөхцөл, амьдралын чанар, цаашлаад тэдний эрүүл мэндийн байдалд нөлөөтэй гэсэн зарим судлаачдын таамаглалыг баталж буй мэт. Гэвч зөвхөн энэ судалгааны үр дүнгээр ийм дүгнэлт гаргах нь учир дутагдалтай тул гүнзгийрүүлсэн судалгаа хийх шаардлагатай юм. Ядаж л энэ төрлийн дата мэдээлэлд гүнзгийрүүлсэн боловсруулалт дахин хийх хэрэгцээ байна. Дэлхий нийтээр хэрэглээний илүүдэлд орсон гэж үзэж байгаа өнөө үед хэрэглээний нийгэм, хэрэглээний хэв маяг түүнд нөлөөлж буй хүчин зүйлийн талаар улс орныг хамарсан илүү онолын шинжтэй суурь судалгаа хийх шаардлага байна.

Дүгнэлт

Нийслэлийн иргэдийн дунд суурь хэрэглээгээ хангасан 28%, заримыг нь хангасан 37%, хангаагүй нь 35% байна. Суурь хэрэглээгээ хангаагүй бүлгийн хувьд хувцас хунарын хэрэглээ, хүнс, усан хангамж, орон байрны тав тухтай байдал 20-оос дээш хувиар дутагдалтай байгаа бол суурь хэрэглээний заримыг нь хангасан бүлгийн хувьд хэрэглээний төрөл тус бүрд сөрөг үнэлгээнээс эерэг үнэлгээ нь давамгайлж байна.

Д. Номун-Эрдэнэ, Ж. Батжаргал, Б. Алтанцэцэг. Улаанбаатар хотын иргэдийн хэрэглээний хэв маягт нөлөөлж буй зарим хүчин зүйл

Хүмүүсийн нийгэм, эдийн засгийн байр суурь, тодруулбал, өрхийн орлого, боловсрол, хөдөлмөр эрхлэлтийн байдал зэрэг нь тэдний суурь хэрэглээний түвшинд нөлөөлдөг болох нь судалгааны дүнгээр батлагдсан.

Судалгааны хязгаарлагдмал тал

Судалгаанд ашиглаж буй дата нь чиглэсэн, сэдэвт болон суурь судалгааны ажил биш тул мэдээллийн хязгаарлагдмал байдал бидний өмнө тулгарсан.

Талархал

ШУА-ийн Философийн хүрээлэнгээс Хотын хөгжлийн индексийг тооцох зорилгоор явуулсан Нийслэлийн иргэн судалгаанд респондентоор оролцож, өөрсдийн үнэтэй цагийг зарцуулан, мэдээллээ өгсөн нийт иргэддээ гүн талархал илэрхийлье.

Ном зүй

1. Al-Modaf, O. A. (1999). *Class and consumption: A comparative analysis of consumption patterns across different social classes*. https://www.kau.edu.sa/files/0003309/files/69972_consumption%20and%20class.pdf-ээс Гаграсан
2. Deaton, A. (2005). Franco Modigliani and the Life Cycle Theory of Consumption. *Princeton University*.
3. Friedman, M. (1957). *A Theory of the Consumption Function*. Princeton University Press.
4. Hossain, U. G. (2023). The Role and Importance of Liquidity Preference, Marginal Efficiency of Capital, and Marginal Propensity to Consume in Keynes's General Theory. *International Journal of Science and Business*.
5. Kathleen Korgen. (2017). *The Cambridge Handbook of Sociology*. Cambridge University Press. doi:10.1017/9781316418369.028
6. McNall, S. G. (1990). *Mid-American Review of Sociology*. Kansas: Department of Sociology, University of Kansas.
7. Yiannis Gabriel, Tim Lang. (1994). *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and its Fragmentations*. SAGE Publications.
8. Даваасүрэн Д. Улаанбаатар хотын хэрэглэгчдийн хэрэглээний ялгаатай бүлгүүдийн бүтцийн хэтийн чиг хандлага // Бизнес ба инноваци. 2023.
9. Амартүвшин Ц. Эдийн засгийн өсөлт ба тэгш бус байдал // Монголын хүн амын сэтгүүл. 2018. 21–30.
10. ШУА-ФХ. Хотын хөгжлийн индекс. Улаанбаатар, 2023

2024 оной ноябрийн табанда статья редакцида ороо; 2024 оной ноябрийн долонд зүбшөөл гараа; 2024 оной ноябрийн арбан нэгэнд хэвлэлдэ ороо.

The form of Civilian Utilization of the City of Ulaanbaatar:
Some Influencing Factors

Nomun-Erdene Davaadorzh

Ph.D candidate at MSU Sociology and Social Work Department
Department of Sociology
nomunerdene.d@gmail.com

Batzhargal Zhargalsaykhan

Head of Sociology Department
Ph.D candidate at MSU Sociology and Social Work Department
batjargalj@mas.ac.mn, jargalbj999@gmail.com

Altantsetseg Batdorzhiyn

Master Student at MSU Sociology and Social Work Department
Sociology Department
aagiina747@gmail.com

The MAS Institute of Philosophy

54b Enkhtaivan Avenue, Central Building of the Academy of Sciences, Bayanzurkh District, 13th Khoroo, 13330 Ulaanbaatar, Mongolia.

Abstract. According to researchers, factors such as demographics, economics, psychological status, religion, culture, and social status influence people's consumer capacity. The study aims to determine the level of consumer capacity among the residents of Ulaanbaatar and identify influencing factors, including socio-economic status.

The consumer capacity of the population defines the poverty level by assessing their ability to meet primary, basic needs. In this study, basic consumption was calculated using seven consumption indicators: food, water supply, housing, clothing, transportation, education, and medical services. Three groups were analyzed based on the satisfaction of basic needs: satisfied, partially satisfied, and unsatisfied. The economic status of each group (per capita income), education level, employment status, and secondary consumption (self-development, culture, entertainment, fitness, aesthetics, etc.) were also considered. The analysis is based on data from the "Urban Development Index" study conducted at the end of 2023 by the Institute of Philosophy and Sociology of the Mongolian Academy of Sciences, commissioned and financially supported by the Center for Capital Policy Analysis and Research.

Keywords: consumption, basic or primary consumption level, socio-economic status, food consumption, secondary consumption (cultural, sports, entertainment consumption).

For citation

D. Nomun-Erdene, Zh. Batzhargal, B. Altantsetseg. The Form of Civilian Utilization of the City of Ulaanbaatar: Some Influencing Factors. *Oriental Vector: History, Society, State*. 2024; 3: 42–52 (In Mong)

The article was submitted 05.11.2024; approved after review 07.11.2024; accepted for publication 11.11.2024.