

НАСНЫ ЯЛГААТАЙ БҮЛГҮҮДИЙН ОЛОН НИЙТИЙН БҮЛЭГ, СПОРТ БА ШАШИН ШҮТЛЭГИЙН АМЬДРАЛЫН ХЭВ МАЯГ

Я.Отгонсүрэн*, **Ч.Батбаатар**** **Б.Даваасүрэн*****

Хураангуй: Хэрэглэгчийн насны ялгаатай бүлгүүдийн амьдралын хэв маяг дотоод, гадаад олон хүчин зүйлсээс шалтгаалан хурдтай өөрчлөгдөж байна. Ялангуяа, нийгмийн үйл ажиллагаа, спорт, чөлөөт цагаа өнгөрөөх зэргээр насны бүлгүүдэд мэдэгдэхүйц ялгаатай байсан. Тиймээс бизнесийн байгууллагын маркетерууд хэрэглэгчдийн янз бүрийн насны бүлгийн өдөр тутмын амьдралын хэв маягийн өөрчлөлтийг байнга хянаж байх ёстой бөгөөд үүний үр дүнд чөлөөт цагаа үр бүтээлтэй өнгөрөөхөд туслах олон төрлийн бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ үзүүлэх хэрэгтэй. Амьдралын хэв маягийн өөрчлөлт нь олон бизнес эрхлэгчдэд томоохон боломжуудыг бий болгож байна. Тиймээс энэхүү судалгааны ажлын гол зорилго нь хэрэглэгчийн амьдралын хэв маягийг тодорхойлох зарим хэсэг болох нийгмийн бүлэг, спорт, шашин шүтлэгийн талаар насны ялгаатай бүлгүүдээр харьцуулан үнэлэхэд чиглэгдэж байгаа юм.

Түлхүүр үгс: насны үечлэл, амьдралын хэв маягийн маркетинг, насны ялгаатай бүлэг, олон нийтийн бүлэг, спорт, шашин шүтлэг

Lifestyle patterns of differences age groups in adults: Social groups, sports and religion

Abstract: Nowadays, the lifestyles of different age groups of consumers are changing rapidly due to many internal and external factors. In particular, there are significant differences in the groups because of their social activities, sports and leisure time spending, and as a result, specific segments of the consumer market are emerging. Therefore, business marketers need to constantly monitor the changes of the daily lifestyles of different age groups of consumers, and as a result, provide a variety of products and services to help them spend their leisure time productively. Lifestyle changes are a great opportunity for many businesses. Therefore, the main purpose of this article is to compare and contrast the differences in the social groups, sports and religious lifestyles of Mongolian consumers.

Key words: generation, lifestyle marketing, different age groups of consumers, social reference groups, sports, religion and leisure

* МУИС, Бизнесийн сургууль, (E-mail): sureny2025@yahoo.com

** МУИС, Бизнесийн сургууль, (E-mail): baagi_ch@yahoo.com

*** МУИС, Бизнесийн сургууль, (E-mail): davaasuren10@yahoo.com

Удиртгал

Сүүлийн үед судлаачид төдийгүй бизнесийн байгууллагууд хэрэглэгчдийн насны ялгаатай бүлгүүд буюу насны үечлэл бүрийн зан төлөв, тэдний ялгаатай хэрэглээ болон хариу үйлдлийн талаар ихэд сонирхон судлах болсон. Хүн амын насны үечлэл (generation) гэдэг ойлголт, ухагдахуун 19-р зууны сүүл үеэс эхлэн хэрэглэж эхэлсэн гэж судлаачид үздэг. Энэ цаг үеэс хойш насны үечлэлийг нийгмийн шинжлэх ухаанд илүү судалж ирсэн бөгөөд Strauss, Howe (1991) нар тухайн асуудлыг нилээд системтэй судлан тодорхойлсон нь өнөөг хүртэл хэрэглэж ирсэн насны үечлэлийн ойлголтын үндэс суурь [2] болдог.

Хэрэглэгчийн насны ялгаатай бүлгүүдийн олон нийтийн үйл ажиллагаанд оролцох идэвх, шашин шүтлэг болон сонирхдог спортын төрөл зэрэг нь тэдний амьдралын хэв маягийг тодорхойлоход багагүй үүрэгтэй. Ялангуяа шашин бол хэрэглэгчийн зан төлөвт ихээхэн үр нөлөөтэй нийгмийн хүчин зүйл (Hirschman, 1981, Mukhtar & Butt, 2012, p. 108 [3]) юм. Тэгэхдээ шашны үр нөлөөг ихэнхдээ социологи, шашин шүтлэг, сэтгэл зүйн талаас нь судалсан байдаг тул энэ нь маркетингид бүрэн хүлээн зөвшөөрөгдөөгүй (Al-Huayri нар, 2012; Essoo & Dibb, 2004; Koku & Jusoh, 2014) [4].

Тиймд нэр хүндтэй олон сэтгэл судлаачид хүний мөн чанар, өдөр тутмын амьдралын хэв маягийг илүү сайн ойлгоход тэдний шашин шүтлэгийн байдлыг судлах нь чухал болохыг олон жилийн турш тэмдэглэж ирсэн (Allport, 1950; Durkheim, 1912/1995; James, 1902). William James (1902) “Шашны туршлагын олон янз байдал” гэдэг номондоо шашин шүтлэгийг судлах нь хүний сэтгэл зүйг сайтар ойлгох боломжийг олгодог гэдэг санал дувшүүлсэн. Тэгэхдээ энэхүү саналыг цөөн хэдэн сэтгэлзүйн судлаачид хүлээн авсан (Cohen 2015) байдаг. Тиймээс зарим сэтгэл судлаачид хэрэглэгчийн зан төлөвт шашин чухал гэдгийг хүлээн зөвшөөрдөг боловч өнөөдөр дийлэнх нь зөвхөн шашин шүтлэгийн үүрэг (хүн аливаа шашны бүлэглэлд оролцох, түүнд итгэх байдал: Bjarnason, 2007; Vitell, 2009 нар) эсвэл орчин үеийн хэрэглэгчийн амьдралын чухал зүйл гэж юу болох гэдэг ерөнхий ойлголтуудад анхаарлаа хандуулдаг (жишээ нь, Belk, Wallendorf, & Sherry, 1989) хэвээр [3] байна.

Хэрэглэгчийн соёлын онол (Consumer Culture Theory)-ын хүрээнд Belk & Tumbat (2005) нар хэрэглэгчийн соёл ба шашин шүтлэгийн хамаарал, Belk нар (1989) хэрэглээний зан үйлийн талаар, мөн McAlexander, DuFault, Martin & Schouten (2014) нар хэрэглэгчийн хөгжил дэх шашны үүрэг талыг судалсан байдаг. Харин маркетингийн шинжлэх ухааны хувь шашны чиглэлийн судалгаанууд нь зах зээлийн сегментчлэлтэй холбоотой байдаг бөгөөд шашны харьяалал, шашин шүтлэгийн түвшингээс хамаарч зах зээлийг сегментүүдэд хуваах, эдгээр сегментүүдэд хэрхэн үйлчлэхэд (жишээлбэл, Minton & Kahle,

2013) чиглэсэн байдаг. Тиймээс хэрэглэгчийн шашин шүтлэгийн онцлогийг судалж өөрийн бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний зах зээлийг оновчтой сегментчлэх боломж наад зах нь маркетеруудад байна.

Хэрэглэгчдийн олон нийтийн бүлэглэлд оролцох байдал нь насны ялгаатай бүлгүүдийн зан төлөвийн онцлогийг харуулах чухал хүчин зүйл болно. Үүний учир шалтгаан бидний судалгааны үр дүнгээс харагдана. Олон судлаачид спортын идэвхтэй төрлүүдийг насны ялгаатай бүлгүүдийн зан төлөвийн онцлогийг илтгэх чухал хүчин зүйл гэж үзсэн.

Hanan (1980) амьдралын хэв маягийн маркетинг нь “зах зээлийн үзэл баримтлалыг хамгийн өндөр ач холбогдолтой, олон дахин давтагдах үзэл бодол, үйлдлийн дагуу гаргаж, дараа нь тэдгээрийн хэв маягт бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ ба түүний зар сурталчилгааг нийцүүлэх стратеги юм” гэж үзсэн. Swenson (1990) амьдралын хэв маягийн маркетинг нь хэрэглэгчийн насны бүлгийн онцлог хэв маягийг тодорхойлох замаар сегментэд анхаарлаа төвлөрүүлдэг хэмээн тодорхойлсон [5]. Тиймд амьдралын хэв маягийн маркетинг (Lifestyle Marketing - LM) —ийн үзэл баримтлалын дагуу хэрэглэгчийн зан төлөв ба спортын төрлүүдийн хамаарлыг тайлбарласан олон бүтээлүүд байдаг.

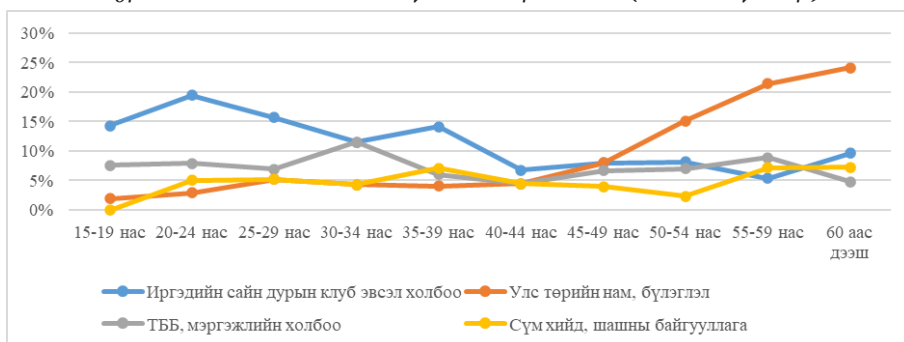
Үндсэн хэсэг

Энэхүү судалгаа нь “Монгол хэрэглэгчийн амьдралын хэв маяг судалгаа” -ны төслийн ажлын хүрээнд хийгдсэн бөгөөд дэд сэдвээр иргэдийн олон нийтийн идэвх оролцоо болон дасгал хөдөлгөөн, спортын амьдралын хэв маягийн онцлогийг ансны бүлгээр гаргахад чиглэгдсэн болно. Дэд судалгаа хоёр үндсэн хэсгээс бүрдэнэ.

Нэг. Олон нийтийн арга хэмжээ, клуб, нийгмийн бүлэглэлийн байдал

Олон нийтийн арга хэмжээ, клуб, нийгмийн бүлэглэлд хамрагдах байдал бол өнөө цагийн хүмүүсийн нийгмийн идэвхийг харуулах нийтлэг дүр төрх юм. Судалгаанд хамрагдсан нийт иргэдийн 35% хувь нь ямар нэг олон нийтийн бүлэгт харьяалагддаг бөгөөд олон нийтийн бүлгийн төрлөөр нь авч үзвэл 12% нь иргэдийн сайн дурын клуб, 8% нь улс төрийн бүлэглэл, 7% нь төрийн бус байгууллага, мэргэжлийн холбоо, 5% нь сүм хийд, шашны байгууллагад, 3% нь бусад бүлэгт тус тус оролцдог. Олон нийтийн бүлэгт оролцдог идэвхийг хүйсийн хувьд авч үзвэл сайн дурын клуб, холбооноос бусад бүлгүүдэд эрэгтэйчүүд давамгайлдаг [1].

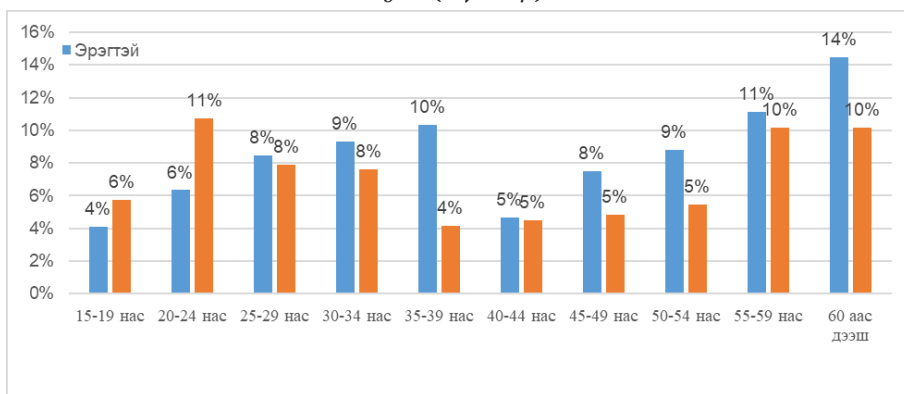
Зураг 1. Олон нийтийн бүлгийн харъяалал (насны бүлгээр)



Эх үүсвэр: Монгол хэрэглэгчийн амьдралын хэв маягийн судалгааны тайлан, 5-р дэд бүлэг, УБ, 2020

Олон нийтийн бүлгийн сайн дурын клуб, эвсэл холбоонд 40 хүртлэх насны залуучууд илүү идэвхтэй хамрагддаг бол улс төрийн намын гишүүнчлэлд ахмад настнууд илүү хамрагдаж байна. Төрийн бус байгууллага, мэргэжлийн холбоо болон сүм хийд, шашны байгууллагад насны бүлгүүд харьцангуй ойрхон үзүүлэлттэй байв. (Зураг 1)

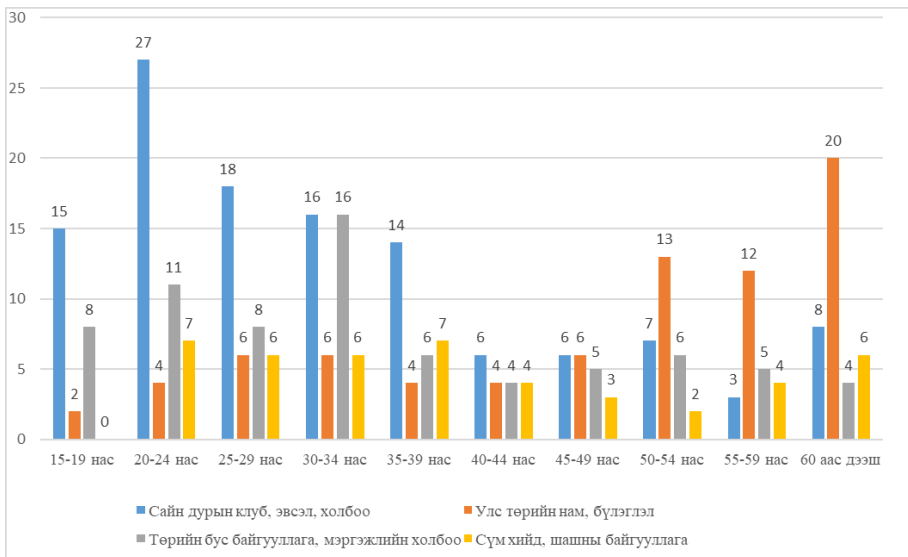
Зураг 2. Насны бүлэг тус бүрийн олон нийтийн бүлэгт хамрагдаж буй хувь (хүйсээр)



Эх үүсвэр: Монгол хэрэглэгчийн амьдралын хэв маягийн судалгааны тайлан, 5-р дэд бүлэг, УБ, 2020

Олон нийтийн бүлэгт хамрагдах байдлыг насны бүлгүүдээр хүйсийн ялгаагаар нь авч үзвэл 15-24 насны эмэгтэйчүүд энэ насныхаа эрэгтэйчүүдээс илүү идэвхтэй байгаа бол бусад бүх насны эрэгтэйчүүд эмэгтэйчүүдээсээ олон нийтийн бүлэгт хамрагдах талаараа илүү идэвхтэй байна. 20-24 насны эмэгтэйчүүдийн 11% нь, 60-аас дээш насны эрчүүдийн 14% нь олон нийтийн ямар нэг бүлэгт бусад насныхнаас илүү идэвхтэй харьяалагдаж байна. Дараа нь олон нийтийн ямар нэгэн бүлэгт оролцох идэвхээрээ 35-39 насны эрэгтэйчүүд, 55-59 насны эрэгтэйчүүд орж байна. (Зураг 2)

Зураг 3. Олон нийтийн бүлгүүдэд сард зарцуулж буй хугацаа насны бүлэг (цагаар)



Эх үүсвэр: Монгол хэрэглэгчийн амьдралын хэв маягийн судалгааны тайлан, 5-р дэд бүлэг, УБ, 2020

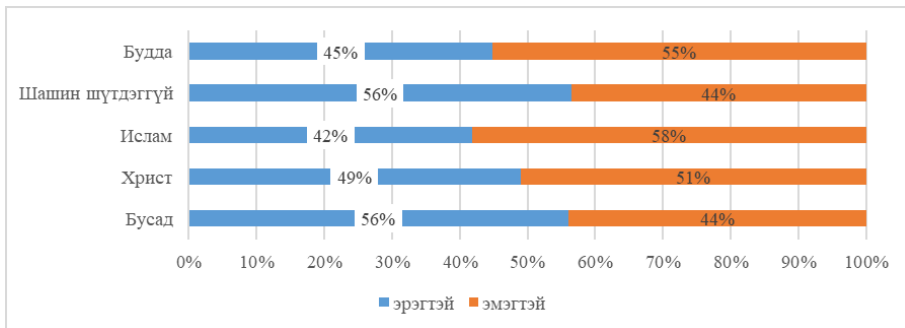
Олон нийтийн бүлгүүдэд сард зарцуулдаг цаг хугацааг насны бүлгийн дотор авч үзвэл харилцан адилгүй байгаа бөгөөд ялангуяа 20-24 насныхны хувьд сайн дурын клубын үйл ажиллагаанд сардаа зарцуулах цаг хамгийн өндөр хувийг эзэлж байна. Мөн 60-аас дээш насныхан улс төрийн нам, бүлэглэлд сардаа 20 цаг, 30-34 насныхан төрийн бус байгууллага, мэргэжлийн холбоонд сардаа 16 цаг зарцуулдаг гэдгээрээ удаалж байгаа юм. Олон нийтийн бүлгүүдэд сард зарцуулдаг цаг хугацааг насны бүлгийн дотор авч үзвэл харилцан адилгүй байгаа бөгөөд ялангуяа 20-24 насныхны хувьд сайн

дурын клубын үйл ажиллагаанд сардаа зарцуулах цаг хамгийн өндөр хувийг эзэлж байна. Мөн 60 дээш насныхан улс төрийн нам, бүлэглэлд сардаа 20 цаг, 30-34 насныхан төрийн бус байгууллага, мэргэжлийн холбоонд сардаа 16 цаг зарцуулдаг гэдгээрээ удаалж байгаа юм. (Зураг 3)

Шашин шүтлэгийн байдал

Судалгаанд хамрагдсан иргэдийн 3 хүн тутмын 2 нь буюу 66% нь ямар нэг шашин шүтдэг бөгөөд үүнээс 47% нь будда шашин шүтдэг гэж хариулсан.

Зураг 4. Шашин шүтлэгийн байдал, хүйсээр

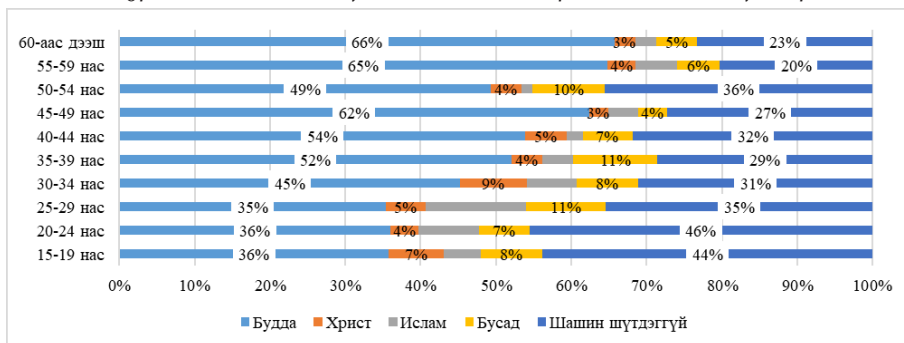


Эх үүсвэр: Монгол хэрэглэгчийн амьдралын хэв маягийн судалгааны тайлан, 5-р дэд бүлэг, УБ, 2020

Хүйсийн хувьд эмэгтэйчүүд эрэгтэйчүүдээс илүү шүтлэгтэй байв. Тухайлбал, эмэгтэйчүүдийн 71% нь ямар нэгэн шашин шүтдэг бол эрэгтэйчүүдийн 61% нь ямар нэгэн шашин шүтдэг. Шүтдэг шашны төрлөөр авч үзвэл нийт будда шүтдэг хүмүүсийн 55%, ислам шашны 58%, христийн шашны 51%-ийг тус тус эмэгтэйчүүд эзэлж байсан.

Шашин шүтлэг болон насны хамаарлыг авч үзэхэд хүн нас ахих тусам шашин шүтэх байдал нь нэмэгддэг байна. Тухайлбал, 15-29 насны залуусын 58%, 30-44 насны залуусын 69%, 45-аас дээш насны иргэдийн 73% нь ямар нэг шашин шүтдэг гэж хариулсан. Шашин шүтлэг ба насны хооронд корреляцийн коэффициент 83.2% буюу хүчтэй хамааралтай байв. Бүх насны хүмүүсийн хувьд дийлэнх хувь нь үндэсний шашин буюу буддаг шүтдэг гэсэн байна.

Зураг 5. Шашин шүтлэг шашины төрөл ба насны бүлгээр



Эх үүсвэр: Монгол хэрэглэгчийн амьдралын хэв маягийн судалгааны тайлан, 5-р дэд бүлэг, УБ, 2020

Олон нийтийн бүлэглэл ба шашин шүтлэгийн байдлыг насны бүлгээр нэгтгэн дүгнэвэл:

15-19 насныхан

- Энэ насныхны 29% нь ямар нэг олон нийтийн бүлэглэлд харъяалагддаг.
- Тэд гол төлөв сайн дурын эвсэл холбоонд идэвхтэй оролцдог.
- Энэ насныхан олон нийтийн бүлгийн ажилд 7 хоногтоо дундажаар 7.8 цаг зарцуулдаг.
- Хүйсийн хувьд авч үзвэл эрэгтэйчүүдийн 4 хувь нь эмэгтэйчүүдийн 6 хувь нь олон нийтийн ажилд идэвхтэй оролцдог.
- Энэ насныхны дийлэнх нь буюу 56% нь ямар нэгэн шашин шүтдэг. Тэдгээрийн 36% нь будда, 7% нь христ, 5% нь ислам, 8% нь бусад шашин шүтдэг.

20-24 насныхан

- Энэ насныхны 38% нь олон нийтийн ямар нэг бүлэглэлд харъяалагддаг.
- Бусад насныхантай харьцуулбал иргэдийн сайн дурын клуб эвсэл холбоонд хамгийн өндөр хувьтай оролцдог.
- Энэ насныхан олон нийтийн бүлгийн ажилд 7 хоногтоо дундажаар 9.5 цаг зарцуулдаг. Мөн тэдний 3.3 хувь нь сонирхдог олон нийтийн ажилдаа 11-22 цаг зардаг.
- Хүйсийн хувьд авч үзвэл эрэгтэйчүүдийн 6 хувь нь эмэгтэйчүүдийн 11 хувь нь олон нийтийн ажилд идэвхтэй оролцдог.
- Энэ насныхны 54% хувь нь ямар нэг шашин шүтдэг бөгөөд 36% нь будда, 4% христ, 8% нь ислам, 7% нь бусад шашинд итгэдэг.

<p>25-29 насныхан</p> <ul style="list-style-type: none"> • Энэ насныхны 36% нь олон нийтийн ямар нэг бүлэглэлд харьяалагддаг. • Тэд улс төрийн нам, бүлэглэлд оролцох идэвх бага зэрэг нэмэгдэх хандлага ажиглагдав. • Тэд олон нийтийн бүлгийн ажилд 7 хоногтоо дундажаар 3.3 цаг зарцуулдаг. Энэ насныхан сонирхдог олон нийтийн ажилдаа илүү их цаг зарцуулах хандлага ажиглагдаж байна. Тухайлбал тэдний 3.3 хувь нь 21-дээш цаг зарцуулдаг. • Хүйсийн хувьд авч үзвэл эрэгтэйчүүдийн 10 хувь нь эмэгтэйчүүдийн 4 хувь нь олон нийтийн ажилд оролцдог. • Энэ насныхны 65 % хувь нь ямар нэг шашин шүтнэ. Тэдгээрийн 35% нь будда, 5% христ, 13% нь ислам, 11% нь бусад шашин шүтдэг байна. 	<p>30-34 насныхан</p> <ul style="list-style-type: none"> • Энэ насныхны 33% нь олон нийтийн ямар нэг бүлэглэлд харьяалагддаг. • Төрийн бус байгууллага, мэргэжлийн холбоодод оролцох байдал илүү байна. • Тэд олон нийтийн бүлгийн ажилд 7 хоногтоо дундажаар 6.7 цаг зарцуулдаг. • Хүйсийн хувьд авч үзвэл эрэгтэйчүүдийн 9 хувь нь эмэгтэйчүүдийн 8 хувь нь олон нийтийн ажилд оролцдог. • Энэ насныхны 69% хувь нь ямар нэг шашин шүтэж байгаа нь өндөр хувьтай байна. Харин тэдгээрийн 45% нь будда, 9% христ, 7% нь ислам, 8% нь бусад шашин шүтдэг. • Бусад насныхантай харьцуулбал христэд итгэх итгэл арай илүү байсан.
<p>35-39 насныхан</p> <ul style="list-style-type: none"> • Энэ насныхны 32% нь олон нийтийн ямар нэг бүлэглэлд харьяалагддаг. • Энэ бүлэг олон нийтийн бүлгийн ажилд 7 хоногтоо дундажаар 3.3 цаг зарцуулдаг. • Эрэгтэйчүүдийн 10 хувь нь эмэгтэйчүүдийн 4 хувь нь олон нийтийн ажилд оролцдог. • Энэ насныхны 71% хувь нь ямар нэг шашин шүтдэг байна. Тэдгээрийн 52% нь будда, 4% христ, 4% нь ислам, 11% нь бусад шашин шүтдэг. • Шашинд шүтэх байдал дунд насныхан дотор хамгийн өндөр хувьтай байна. Гол төлөв буддад итгэдэг. 	<p>40-44 насныхан</p> <ul style="list-style-type: none"> • Энэ насныхны 22% нь олон нийтийн ямар нэг бүлэглэлд харьяалагддаг. • Олон нийтийн бүлгийн ажилд 7 хоногтоо дундажаар 5.0 цаг зарцуулдаг. • Хүйсийн хувьд авч үзвэл эрэгтэйчүүдийн 5 хувь нь эмэгтэйчүүдийн 5 хувь нь олон нийтийн ажилд оролцдог. • Энэ насныхны 68% хувь нь ямар нэг шашин шүтдэг. Үүнээс 54% нь будда, 5% христ, 2% нь ислам, 7% нь бусад шашин шүтдэг гэж хариулсан байна. • Шашин шүтэх байдлаараа дунд насныхан дотроо өндөр хувьтай байдаг.

<p>45-49 насныхан</p> <ul style="list-style-type: none"> • Энэ насныхны 32% нь олон нийтийн ямар нэг бүлэглэлд харьяалагддаг. • Олон нийтийн бүлэглэлийн ажилд оролцох идэвх багатай. Нам, улс төрийн бүлэглэлд илүүтэй оролцох хандлагатай. • Тэд олон нийтийн бүлгийн ажилд 7 хоногтоо дундажаар 9.4 цаг зарцуулдаг. • Эрэгтэйчүүдийн 8 хувь нь эмэгтэйчүүдийн 5 хувь нь олон нийтийн ажилд оролцдог. • Энэ насныхны 73% хувь нь ямар нэг шашин шүтдэг. Тэдний 62% нь будда, 3% христ, 4% нь ислам, 4% нь бусад шашин шүтдэг байна. 	<p>50-54 насныхан</p> <ul style="list-style-type: none"> • Энэ насныхны 35 % нь олон нийтийн ямар нэг бүлэглэлд харьяалагддаг. • Тэд олон нийтийн бүлгийн ажилд бага цаг зарцуулна, тэд 7 хоногтоо дундажаар 2.4 цаг зарцуулдаг. • Эрэгтэйчүүдийн 9 хувь нь эмэгтэйчүүдийн 5 хувь нь олон нийтийн ажилд оролцдог. • Улс төрийн нам, бүлэглэлд бусад насныхнаас идэвхтэй оролцох хандлагатай. • Энэ насныхны 64% хувь нь ямар нэг шашин шүтдэг байна. Тэдгээрийн 49 % нь будда, 4% христ, 1% нь ислам, 10% нь бусад шашин шүтдэг.
<p>55-59 насныхан</p> <ul style="list-style-type: none"> • Энэ насныхны 48% нь олон нийтийн ямар нэг бүлэглэлд харьяалагддаг. • Олон нийтийн ямар нэг бүлэглэлд зарцуулах цаг багатай хэсэг байна. Тэгэхдээ нам, улс төрийн бүлэглэлийн үйл ажиллагааг илүү сонирхдог. • Энэ насныхан олон нийтийн бүлгийн ажилд 7 хоногтоо дундажаар 6.7 цаг зарцуулдаг. • Хүйсийн хувьд авч үзвэл эрэгтэйчүүдийн 11 хувь нь эмэгтэйчүүдийн 10 хувь нь олон нийтийн ажилд оролцдог. • Энэ насныхны 80% хувь нь ямар нэг шашин шүтдэг байна. Тэдгээрийн 65 % нь будда, 4% христ, 6% нь ислам, 6% нь бусад шашин шүтдэг. • Нийт насны бүлэг дотор хамгийн өнндөр хувьтай шашин шүтдэг бүлэг юм. Гол итгэдэг шашин нь будда юм. 	<p>60- дээш насныхан</p> <ul style="list-style-type: none"> • Энэ насныхны 46% нь олон нийтийн ямар нэг бүлэглэлд харьяалагддаг. • Энэ насныхан гол төлөв тэтгэвэрийн насныхан байгаа тул сонирхдог олон нийтийн бүлэглэлд багагүй цаг зарцуулах эрмэлзэлтэй байна. Улс төр багагүй сонирхдог. • Энэ насныхан олон нийтийн бүлгийн ажилд 7 хоногтоо дундажаар 11.6 цаг зарцуулдаг. • Эрэгтэйчүүдийн 14 хувь нь эмэгтэйчүүдийн 10 хувь нь олон нийтийн ажилд оролцдог. • Энэ насныхны 76% хувь нь ямар нэг шашин шүтдэг. Тэдний 66% нь будда, 3% христ, 3% нь ислам, 5% нь бусад шашин шүтдэг гэж хариулсан.

Хоёр. Насны ялгаатай бүлгүүдийн спорт, дасгал хөдөлгөөн амьдралын хэв маягийн онцлог

Судалгаанд оролцсон нийт иргэдийн 53.4 хувь нь спортын нэгээс дээш төрлөөр хичээллэдэг гэсэн. Харин спортоор хичээллэдэг иргэдийн 16 хувь нь

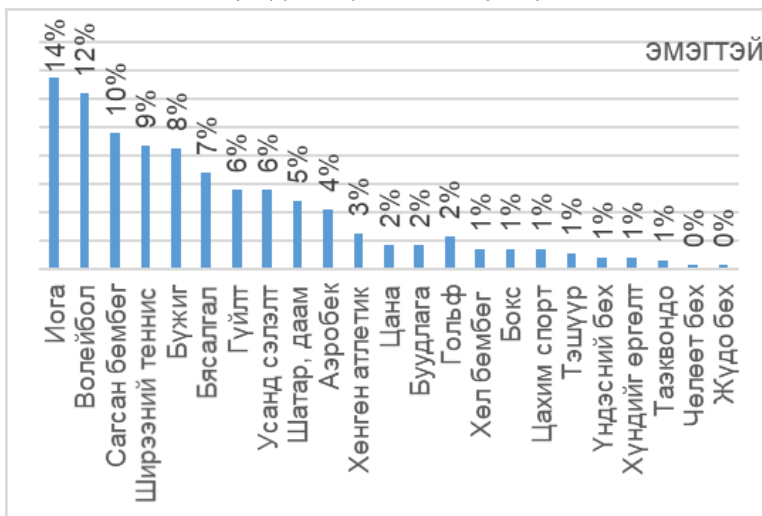
сагсан бөмбөг, 9 хувь нь волейбол, 7 хувь нь шатар даам, 7 хувь нь иогоор тус тус хичээллэдэг гэсэн нь нийт спортын төрлүүд дотор өндөр хувьтай байсан.

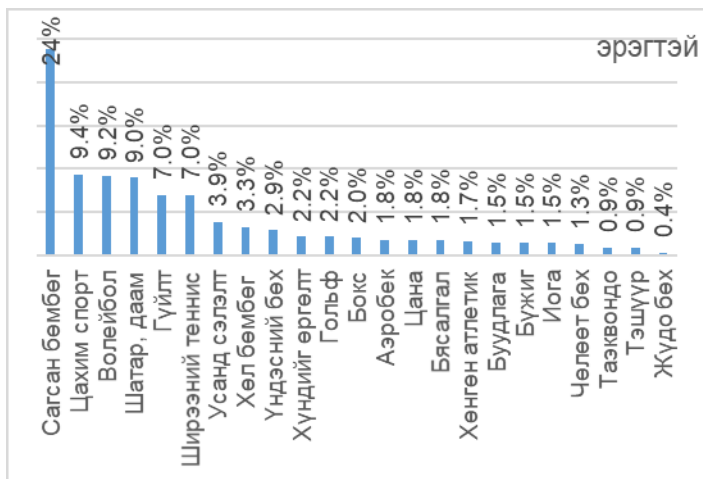
Спортоор хичээллэдэг нийт иргэдийн 60 хувийг эрэгтэйчүүд, 40 хувийг эмэгтэйчүүд эзэлж байв. Эрэгтэйчүүдийн хичээллэдэг гол спорт цахим спорт, чөлөөт бөх, үндэсний бөх, хүндийг өргөлт, сагсан бөмбөг, хөл бөмбөг байсан бол эмэгтэйчүүд иог, бүжиг, бясалгал, аэробекийн спорт байна. Эрэгтэйчүүд цахим спортоор хичээллэгсдийн 91 хувийг эзэлж байгаа бол бүжгийн спортын 86 хувийг эмэгтэйчүүд эзэлж байв. Спортоор хичээллэж байгаа нийт иргэдийн дундаж нас 32.1 байсан [1].

Спортоор хичээллэдэг төрлүүдийг сард хэдэн удаагийн давтамжтай байдгийг тооцож үзэхэд бясалгал (10.0), аэробек (9.1), иога (8.8) төрлүүд хамгийн өндөр байсан бол хамгийн их саналтай сагсан бөмбөг, волейболын төрлүүдээр хичээллэгсэд тус тус сард дунджаар 3.2 удаа хичээллэдэг. Хамгийн их давтамжтай хичээллэдэг эхний 3 төрлийг харахад ямар ч нөхцөлд, ганцаараа байхдаа ч хийх боломжтой төрлүүд юм [1].

Эрэгтэйчүүд сагсан бөмбөг (24%), волейбол (9%), шатар, даам (9%), цахим спортын (9%) төрлөөр хичээллэдэг бол эмэгтэйчүүдийн хувьд иога (14%), волейбол (12%), сагсан бөмбөг (10%), ширээний теннис (9%) нь гол хичээллэдэг спортын төрлүүд болох нь судалгаанаас харагдаж байна. (Зураг 6)

Зураг 6. Нийт эрэгтэй, эмэгтэй хүмүүсийн спортоор хичээллэдэг төрлүүд /дунд эзлэх хувиар/:





Эх үүсвэр: Монгол хэрэглэгчийн амьдралын хэв маягийн судалгааны тайлан, 7 – р дэд бүлэг, УБ, 2020

Спортоор хичээллэж буй төрлүүд ба насны бүлгийн хамаарал

Судалгаанд оролцсон спортоор хичээллэдэг нийт иргэдийн 40% нь 15-24 насныхан, 34% нь 25-39 насныхан байв. Насны бүлгүүдийн хичээллэж буй спортын төрлүүдээс харахад шатар даам, ширээний теннис, бүжгээр ахмад настнууд гол төлөв хичээллэдэг бол цахим спорт, волейбол, сагсан бөмбөгийн спортоор залуучууд ихэвчлэн хичээллэж байна.

Хүснэгт 1. Спортоор хичээллэж буй төрлүүд (насны бүлэг тус бүрээр)

Спортын төрөл	15-19 нас	20-24 нас	25-29 нас	30-34 нас	35-39 нас	40-44 нас	45-49 нас	50-54 нас	55-59 нас	60-аас дээш нас	Дүн
Сагсан бөмбөг	21%	19%	24%	23%	18%	14%	10%	11%	9%	0%	18%
Волейбол	14%	11%	8%	9%	18%	9%	12%	7%	5%	3%	11%
Ширээний теннис	4%	8%	6%	8%	4%	12%	6%	13%	19%	7%	7%
Шатар, даам	6%	6%	3%	2%	7%	7%	12%	17%	12%	28%	7%
Гүйлт	7%	3%	6%	9%	6%	13%	4%	4%	5%	10%	6%

Июга	3%	4%	8%	8%	4%	9%	10%	13%	5%	10%	6%
Цахим спорт	10%	7%	15%	6%	0%	0%	4%	0%	2%	0%	6%
Усанд сэлэлт	7%	3%	3%	8%	2%	9%	4%	4%	0%	0%	5%
Бүжиг	6%	4%	3%	2%	2%	4%	0%	4%	14%	10%	4%
Бясалгал	2%	4%	2%	2%	7%	6%	2%	9%	12%	3%	4%
Аэробек	2%	2%	2%	4%	6%	1%	4%	4%	2%	10%	3%
Хөл бөмбөг	3%	3%	4%	3%	2%	0%	2%	0%	0%	0%	2%
Гольф	2%	4%	1%	4%	1%	3%	4%	0%	0%	0%	2%
Хөнгөн атлетик	2%	2%	2%	2%	3%	1%	2%	0%	0%	10%	2%
Үндэсний бөх	1%	2%	1%	1%	6%	4%	4%	2%	0%	0%	2%
Бокс	2%	3%	2%	1%	2%	1%	0%	2%	2%	0%	2%
Цана	1%	2%	1%	1%	3%	0%	6%	4%	0%	0%	2%
Хүндийг өргөлт	2%	2%	2%	2%	2%	0%	4%	2%	0%	0%	2%
Буудлага	1%	3%	1%	1%	2%	0%	4%	0%	5%	0%	2%
Бусад	1%	4%	5%	5%	3%	1%	0%	2%	9%	7%	3%
Нийт	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Хүснэгт 1 – ээс харвал насны бүлэг дотор 15-39 насны залуусын хувьд сонирхдог гол спортын төрөл нь жигдхэн сагсан бөмбөг байв. 35-39 насныхан волейболоор, гүйлтээр 40-44 насныхан, бясалгалаар 55-59 насныхан, шатар даамаар 60 дээш насныхан өндөр хувьтай хичээллэж байв. Мөн эрэгтэйчүүд гол төлөв хүчний болон оюун ухааны спортоор хичээллэдэг бөгөөд 15-44 насны эрэгтэйчүүд сагсан бөмбөгийн спортоор, 45-40 насны эрэгтэйчүүд волейбол, 50-60 насны эрэгтэйчүүд шатар, даам илүү сонирхдог байна. Сагсан бөмбөгийн спорт эрэгтэйчүүдийн хичээллэдэг спортын төрөлд хамгийн өндөр буюу 23 хувийг эзэлж байсан. Дараа нь волеболын спорт 11 хувийг эзэлж байгаа юм.

Насны бүлэг тус бүрийн хичээллэж буй спортын төрлүүдийг харахад шатар даам, ширээний теннис, бүжгээр ахмад настнууд гол төлөв хичээллэдэг гэсэн бол цахим спорт, волейбол, сагсан бөмбөгийн спортоор залуучууд ихэвчлэн хичээллэж байна. Залуусын ихэвчлэн хичээллэдэг төрлүүд нь багийн спорт байсан.

Спортоор хичээллэдэг төрөл болон насны бүлгээр залуучууд сагсан бөмбөг болон волейбол гэсэн багийн спортоор илүү хичээллэдэг бол үүний дараа 29 хүртэлх насныхны хувьд цахим спорт ордог байна. Нас ахих хэрээр буюу 50 наснаас дээш шатар, даам, ширээний теннис гэсэн төрлүүдээр илүү хичээллэж чөлөөт цагаа өнгөрүүлдэг байна.

Зураг 7. Насны бүлэг тус бүрийн спортоор хичээллэж буй төрлүүд



Судалгаанд хамрагдсан 15-24 насны залуус бусад насны ангилалуудаас спортоор хамгийн их хичээллэдэг бөгөөд эдгээр насныхан дунджаар 1 – 2 төрлийн спортоор хичээллэдэг гэж хариулжээ. Судалгаанаас харахад спорт ба нас хоорондоо хүчтэй хамааралтай байна. Корреляцийн коэффициентыг тооцож үзэхэд $r = 0.913$ буюу 91.3 хувийн хамааралтай байлаа.

Судалгаанд оролцсон иргэдийн спортоор хичээллэдэг онцлогийг насны бүлгээр нь ялган дүгнэвэл:

15-19 насныхан

- Бусад насныхантай харьцуулбал спортоор хамгийн өндөр идэвхтэй хичээллэдэг.
- Энэ насныхан сагсан бөмбөг (21%), волейбол (14%) зэрэг багийн спортын төрлүүдээр идэвхтэй хичээллэдэг.
- Гүйлт, усан спортын төрлүүдийг мөн түлхүү сонирхоно.
- Энэ насныхан 7 хоногт дундажаар 2.7 цагийг спортод зориулдаг.
- Эрэгтэйчүүд нь сагсан бөмбөг, цахим спорт, волейболын спортын төрлөөр, эмэгтэйчүүд волейбол, сагсан бөмбөгийн спортын төрлөөр түлхүү хичээллэх сонирхолтой.

20-24 насныхан

- Спортоор өмнөх насны бүлэгтэй адил өндөр идэвхтэй хичээллэдэг.
- Нийт спортын дотор гольф (38%), буудлага (36%), бокс (29%) зэрэг төрлүүдэд хамгийн өндөр хувийг эзэлж байна.
- Багийн спортоор хичээллэх сонирхолтой.
- Энэ насныхан 7 хоногт дундажаар 2.6 цагийг спортод зориулдаг.
- Эрэгтэйчүүд нь сагсан бөмбөг, цахим спортын төрлөөр, эмэгтэйчүүд нь сагсан бөмбөг, волейболын спортын төрлөөр түлхүү хичээллэх сонирхолтой.

25-29 насныхан

- Спортоор хичээллэх хандлага өмнөх насны бүлгүүдтэй харьцуулбал идэвхтэй (91%) биш.
- Цахим спорт (32%) - оор маш идэвхтэй хичээллэдэг.
- Нийт спортоор хичээллэгсдийн дотор хөл бөмбөг (22%), сагсан бөмбөг

(18%), бокс (18%) зэрэг төрлөөр өндөр хувьтай байна.

- Энэ насныхан хамгийн их сонирхдог спортын төрлүүд нь сагсан бөмбөг, волейбол, ширээний теннис байна.
- Энэ насныхан 7 хоногт дундажаар 2.9 цагийг спортод зориулдаг.
- Эрэгтэйчүүд нь сагсан бөмбөг, цахим спортын төрлөөр, эмэгтэйчүүд нь иога, сагсан бөмбөгийн спортын төрлөөр түлхүү хичээллэх сонирхолтой.

30-34 насныхан

- Энэ насны хүмүүсийн спортоор хичээллэх байдал төдийлэн сайн (68%) биш.
- Нийт спортоор хичээллэгсдийн дотор усанд сэлэлт (19%), гольф (19%), иога (15%) зэрэг төрлөөр өндөр хувьтай байдаг.
- Энэ насныхан мөн сагсан бөмбөг (23%), волейбол (9%), гүйлт (9%) зэрэг спортын төрлүүдээр идэвхтэй хичээллэдэг.
- Энэ насныхан 7 хоногт дундажаар 3.3 цагийг спортод зориулдаг.
- Эрэгтэйчүүд нь сагсан бөмбөг, волейбол, ширээний теннисний спортын төрлөөр, эмэгтэйчүүд нь аэробек, иога, гүйлтийн спортын төрлөөр түлхүү хичээллэх сонирхолтой.

35-39 насныхан

- Энэ насны хүмүүс спортоор хичээллэх байдал идэвхтэй (74%) биш.
- Нийт спортоор хичээллэгсдийн дотор цана (19%), аэробек (18%), үндэсний бөх (26%) зэргээр хамгийн өндөр хувьтай хичээллэх сонирхолтой.
- Энэ насныхан сагсан бөмбөг (18%), волейбол (18%), шатар даам (7%) зэрэг спортын төрлүүдээр идэвхтэй хичээллэдэг.
- Энэ насныхан 7 хоногт дундажаар 2.6 цагийг спортод зориулдаг.
- Эрэгтэйчүүд нь сагсан бөмбөг, шатар, даамын спортын төрлөөр, эмэгтэйчүүд нь волейболын спортын төрлөөр түлхүү хичээллэх сонирхолтой.

40-44 насныхан

- Энэ насны хүмүүс спортоор хичээллэх байдал сайн (51%) биш.
- Нийт спортоор хичээллэгсдийн дотор үндэсний бөх (16%), гүйлт

(15%), усанд сэлэлт (14%) зэргээр өндөр хувьтай байдаг.

- Энэ насныхан сагсан бөмбөг (14%), гүйлт (13%), ширээний теннис (12%) зэрэг спортын төрлүүдээр идэвхтэй хичээллэдэг.
- Энэ насныхан 7 хоногт дундажаар 2.1 цагийг спортод зориулдаг.
- Эрэгтэйчүүд нь сагсан бөмбөгийн спортын төрлөөр, эмэгтэйчүүд нь иога, гүйлт, волейбол, гүйлтийн спортын төрлөөр түлхүү хичээллэх сонирхолтой.

45-49 насныхан

- Энэ насны хүмүүс спортоор хичээллэгсдийн дотор бага хувьтай (55%) байна.
- Нийт спортоор хичээллэгсдийн дотор цана (19%), буудлага (14%), хүндийг өргөлт (13%) зэргээр хамгийн өндөр хувьтай байдаг.
- Энэ насныхан волейбол (12%), шатар даам (12%), сагсан бөмбөг (10%) зэрэг спортын төрлүүдээр хичээллэх сонирхолтой байв.
- Энэ насныхан 7 хоногт дундажаар 3.2 цагийг спортод зориулдаг.
- Эрэгтэйчүүд нь волейбол, сагсан бөмбөгийн спортын төрлөөр, эмэгтэйчүүд нь волейболын спортын төрлөөр түлхүү хичээллэх сонирхолтой.

50-54 насныхан

- Энэ насны хүмүүсийн спортоор хичээллэх байдал идэвхтэй биш (36%) боловч эрүүл мэнддээ анхаарсан спортын төрлүүдийг сонирхон хичээллэдэг.
- Нийт спортоор хичээллэгсдийн дотор цана (13%), шатар даам (12%), бясалгал (11%) зэргээр өндөр хувьтай байдаг.
- Энэ насныхны сонирхдог төрлүүд нь шатар даам (17%), ширээний теннис (18.3%), иога (13%) зэрэг спортын төрлүүд юм.
- Энэ насныхан 7 хоногт дундажаар 2.7 цагийг спортод зориулдаг.
- Эрэгтэйчүүд нь шатар, даам, сагсан бөмбөгийн спортын төрлөөр, эмэгтэйчүүд нь иога, ширээний теннисний спортын төрлөөр түлхүү хичээллэх сонирхолтой.

55- 59 насныхан

- Энэ насны хүмүүс спортоор хичээллэх байдал сайн (40%) биш.
- Нийт спортоор хичээллэгсдийн дотор бүжиг (15%), ширээний теннис (12%), бясалгал (14%) зэргээр өндөр хувьтай байдаг.
- Энэ насныхан ширээний теннис (19%), бүжиг (14%), бясалгал (12%) зэрэг спортын төрлүүдээр идэвхтэй хичээллэдэг.
- Энэ насныхан 7 хоногт дундажаар 2.7 цагийг спортод зориулдаг.
- Эрэгтэйчүүд нь шатар, даам, ширээний теннисний спортын төрлөөр хичээллэдэг бол иога, бясалгалаар гол төлөв эмэгтэйчүүд хичээллэдэг.

60-аас дээш насныхан

- Энэ насны хүмүүс спортоор хичээллэгсдийн дотор хамгийн (16%) бага хэсгийг эзэлж байв.
- Хамгийн өндөр хувьтай спортын төрлүүд нь хөнгөн атлетик (16%), шатар даам (12%) байна.
- Гол хичээллэдэг спорт төрөл нь шатар даам (28%) байдаг.
- Энэ насныхан 7 хоногт дундажаар 2.7 цагийг спортод зориулдаг.
- Шатар даамаар гол төлөв эрэгтэйчүүд хичээллэдэг. Харин эмэгтэйчүүд иога, бүжгийн спортоор хичээллэдэг байна.

Дүгнэлт

Судалгаанд хамрагдсан иргэдийн 34.1% хувь нь ямар нэг олон нийтийн бүлэгт харъяалагддаг, тэд дундажаар 7 хоногт 2,5 цаг зарцуулдаг гэж хариулсан байдлаас үзвэл манай орны иргэдийн олон нийтийн бүлэгт оролцох идэвх төдийлэн өндөр биш хувьтай байна. Олон нийтийн байгууллагад харъяалагддаг гэж хариулсан хүмүүс насны бүлэг тус бүрээр ялгаатай байгаа бөгөөд сайн дурын клуб, холбоонд залуучууд илүү идэвхтэй хамрагддаг бол улс төрийн намын гишүүнчлэлд ахмад настнууд илүү хамрагдаж байна.

Судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн 66% нь ямар нэгэн шашин шүтдэг бөгөөд тэдний дийлэнх нь будда шүтдэг. Тэрчлэн 30 хүртэлх насны залуусын 36% нь будда шашинг илүү шүтдэг байна. Шашин шүтлэг ба иргэдийн насны хоорондын хамаарлыг авч үзвэл иргэдийн нас ахих хэрээр шашин шүтэх байдал нэмэгдсэн. Шашин шүтлэг ба насны хооронд корреляцийн коэффициент 83.2% буюу хүчтэй хамааралтай байв.

Спортоор хичээллэдэг гэсэн нийт иргэдийн дундаж насыг тооцож үзэхэд

32.1 байсан бөгөөд спортоор хичээллэдэг гэсэн нийт иргэдийн 40% нь 15-24 насныхан, 35% нь 25-39 насныхан байв. Спорт ба нас хоорондоо хүчтэй буюу 91.3 хувийн хамааралтай байв. 24 хүртлэх насны залуус гол төлөв 2 хүртлэх спортын төрлөөр хичээллэдэг. 30 хүртлэх насны залуусын хичээллэдэг гол спортын төрөл нь цахим спорт (85%), дараа нь багийн спортын төрлүүд ордог бол дундаж насныхны хамгийн гол төрөл нь шатар даам, бясалгал, аэробек харин 50 наснаас дээш шатар, даам, ширээний теннис, бүжиг гэсэн төрлүүдээр илүү хичээллэдэг байна. Спортын төрлүүдээр сард хичээллэх давтамжийг тооцвол бясалгал (10.0), аэробек (9.1), иога (8.8) төрлүүд хамгийн өндөр байсан бол хамгийн их саналтай сагсан бөмбөг, волейболын төрлүүдээр хичээллэгсэд тус тус сард дунджаар 3.2 удаа хичээллэдэг гэсэн. Эрэгтэйчүүд эмэгтэйчүүдээс спортоор хичээллэх талаар илүү идэвхтэй байсан. Эрэгтэйчүүдийн гол спортын төрөл нь цахим спорт, чөлөөт бөх, үндэсний бөх, хүндийг өргөлт, сагсан бөмбөг, хөл бөмбөг байгаа бол эмэгтэйчүүдийн хувьд иог, бүжиг, бясалгал, аэробекийн спорт түлхүү байгаа юм.

Ашигласан материал

- [1] Монгол хэрэглэгчийн амьдралын хэв маягийн судалгааны тайлан, 5, 7 – р дэд бүлэг, УБ, 2020
- [2] Мөнхбаясгалан Г, Отгонсүрэн Я, Амгаланбаатар Б, “Trade and sustainable development IV”, “Comparative study of Mongolian consumer’s media usage” 2019, УБ
- [3] Daniele Mathras, Adam B. Cohen, Naomi Mandel, The effects of religion on consumer behavior: A conceptual framework and research agenda, *Journal of Consumer Psychology*, 2015
- [4] Ahmad Saif-Alddin Abu-Alhajja, Raja Nerina Raja Yusof, Religion in consumer behaviour research: The significance of religious commitment and religious affiliation, *International Journal of Economics, Commerce and Management*, United Kingdom Vol. VI, Issue 1, January 2018
- [5] Gregg Bennett, Tony Lachowetz, Marketing to Lifestyles: Action Sports and Generation Y, *Sport MarHeting Quarterly*, 2004,13,239-243, © 2004 Fitness Information Technology, Inc.