
KOZÁK ÁKOS¹

A fogyasztás régi-új mintázatai, avagy a fogyasztás Magyarországon negyedszázaddal a rendszerváltást követően

Tanulmányom a fogyasztás elmúlt évtizedeinek elemzését adja azzal a célkitűzéssel, hogy a múlt folyamatainak megértése hozzásegítsen minket a trendek előrejelzéséhez. Miután a hazai fogyasztási trendek nem szakíthatók ki a nemzetközi eseményekből, dolgozatomban törekedtem a nemzetközi összehasonlító adatsorok bemutatására, és arra is, hogy a fogyasztást Magyarország gazdaságtörténete közel hetven évtizedének értelmezési keretében tárgyaljam.

Bevezetés – a kutatási program

Az elmúlt közel negyedszázadban sokszor érezhettük úgy, hogy fogyasztásunk folyamatosan táguló keretei egy olyan új perspektívát tárnak elénk, amelyre sokan és sokáig vártunk. Joggal töltött el minket ez az érzés, hiszen a korábbi politikai rendszer bukásának egyik lényeges eleme volt az állandósult hiányhelyzet és az így kielégítetlen állampolgári vágyak és aspirációk. Az emberek nagy része a nyolcvanas évek elején már nem elégedett meg a fennálló rendszer által biztosított lehetőségekkel. Nem (csak) a szimbolikus politikai értékek (mint a szabadság vagy a demokrácia) voltak a változás mozgatórugói, legalább ekkora szerepet játszott a materiális világ jobbításának szándéka is. A nyugati fogyasztói kultúra és a jószágok tárházának ismerete – még ha jellemezően távolról is – mint a puska célkeresztje le-

¹ Főiskolai docens, PhD, BGF; e-mail cím: Dr.Kozak.Akos@kvifk.bgfk.hu; akos.kozak@gfk.com.

begett állandóan az emberek szeme előtt. A Nyugat vágyott márkájú és elérhetetlennek tűnő termékek képében rögzült az állampolgárok képzetében.

Egy a magyar lakosság kielégítetlen szükségleteit feltáró 1989-es tanulmány (Skrabski 1989) részletesen elemzi az akkori közgondolkodást és véleményeket az áruvilággal és általában a fennálló társadalmi viszonyokkal kapcsolatosan. Nem állíthatjuk, hogy ma minden tekintetben kielégítő a szolgáltatások színvonala, de közel negyedszázada honfitársaink mintegy háromtizede (28,9%) tapasztalta azt, hogy becsapták, durvák voltak a kiszolgálás során, vagy épp drágábban adták el nekik az árut. Ami azonban – szerencsére – elképzelhetetlen a mai piaci környezetben, hogy több mint egyötöde az embereknek (22,1%) az alapvető jószágok területén is áruhiányra panaszkodott. Ha ehhez hozzávesszük azt az éppen egyharmadnyi válaszadót, aki szerint az élet jobb minőségéhez szükséges cikkek és szolgáltatások hiányoztak, érthetővé válik az elmúlt politikai és gazdasági rendszernek az a gyenge pontja, amit a fokozódó problémák már a nyolcvanas évek elejétől kikezdték.

A társadalom mélyrétegeiben finom szegmentálódás indult el, a kisvállalkozói egzisztenciák (kisipar, gmk-k) és a lassan, de biztosan felhalmozódó jövedelmek bizonyos foglalkozási csoportokban azt eredményezték, hogy – miután erre a társadalmi berendezkedés, a politikai rendszer nem adott teret – a fogyasztásban manifesztálódjanak az egyre nyilvánvalóbb jövedelmi különbségek. Balatoni villák, nyugati autómárkák, elitsportok jelentek meg és váltak egy szűk, de mintaadó réteg életstílusának jellemzőivé. A fogyasztás a társadalom finomhálójának erejét adta, és kijelölte az egyének helyét. Ahogyan Valuch fogalmaz a fogyasztás Kádár-kori hétköznapijait taglaló cikkében (Valuch 2008): a családok és társadalmi csoportok a fogyasztás útján jelenítették meg státusukat. Ebben a folyamatban – érvel Valuch – kiemelkedő szerepe volt az öltözködésnek, a tartós fogyasztási cikkeknek, autóknak, ingatlanoknak.

Miután a korábbi korszakok már-már genetikailag kódolt magatartása, értékei nem tűnnek el egyik napról a másikra, a szocialista rendszert néhány vonatkozásban érdemes egy értelmezési keretbe helyezni a jelenkori fogyasztással. A környezet és a feltételrendszer változni látszik, de a szereplők viselkedése és mentalitása gyakran mutat rokon vonásokat a „szocialisztikus vevő” képével.

Egy nagyobb kutatási program és készülő tanulmány előkészületeként tanulmányomban a következő célkitűzések mentén vizsgálom a témát:

1. Öt-tíz éves távlatban előrejelezni a fogyasztás trendjeit, és
2. bemutatni a trendekre ható tényezőcsoportokat és azok változásait.

Bár a jelenleg artikulálódó hipotézisek válaszai szétfeszítik ennek az írásnak a kereteit (másrészt további forrásmunkák feldolgozását is szükségessé teszik), mindenesetre eddig a következő előfeltevések fogalmazódtak meg bennem:

- H₁: Az ország teljesítményét jelző indikátorok továbbra is jelentős eltérést mutatnak a fejlett piacokéihoz képest (a divergencia és konvergencia párharca hosszú távon fennáll).
- H₂: A társadalmi egyenlőtlenségek legújabb hazai trendjei hosszú távon akadályozzák a fejlett piacok ismert fogyasztási mintázatainak szétterjedését.
- H₃: A vásárlóerejükben megizmosodott fogyasztók számossága még sokáig alacsony szinten marad, és a „középfogyasztók nagy tömegei” öt-tíz éves távlatban már nem uralják a fogyasztási környezetet.
- H₄: A háztartások fogyasztási szerkezete rövid és középtávon nem mutatja a modernizáció jeleit.

A hipotézisekben lefektetett állítások sokszor ellentmondanak a hétköznapi tapasztalatoknak, annak, ahogyan az emberek megélték a fogyasztás univerzumának látványos bővülését. Természetesen számos, a jószágok mennyiségének multiplikálódásán túlmutató minőségi szempont területén is plasztikus volt a fejlődés (a csomagolás, a vásárlás körülményei avagy a választék mélysége), ugyanakkor a fogyasztás trendjeinek gazdaságtörténeti perspektívában mért időhorizontján ötven-száz éves távlatban a tények sajnos nem támasztják alá az érzeteinket, és nem relativizálják a megélt fejlődést.

Innen indultunk

Ahhoz, hogy a trendekről érvényes és letisztult képet kapjunk, szükséges a kellő időtávot kijelölnünk. Természetesen nincs abszolút megfelelő kronológiai kezdőpont a mai korszak megértéséhez, de miután Magyarországot gazdaságtörténeti szempontból számtalan vonatkozásban összevetjük Európával, és főleg a környező országok csoportjával, így most is ezt tesszük, alapvetően az elmúlt hét évtizedre fókuszálva. Mindenekelőtt azonban hadd idézzek fel egy adatsort az egy főre jutó bruttó hazai termék alakulására vonatkozóan, Magyarország és Európa viszonylatában (Tomka 2011):

1. táblázat: Az egy főre jutó bruttó hazai termék alakulása és viszonyítási Magyarországon és Európában, 1890–2005
(1990-es Geary–Khamis nemzetközi dollár)

	1890	1900	1910	1920	1930	1939	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2005
Magyarország/ Nyugat-Európa átlag × 100	58,1	57,8	61,2	52,6	55,9	58,3	45,4	47,4	45,2	44,3	37,2	33,6	38,9

Forrás: Tomka (2011: 2.4. táblázat), saját szerkesztés alapján

Bizony, egy több mint százötven éves adatsor arról tanúskodik, miszerint a távolság a nyugati államok és hazánk között nemhogy csökkent volna, hanem még növekedett is. Természetesen ennek nem kell együtt járnia fogyasztást jelző mutatószámokkal, azaz ott a távolság – a fogyasztásban – a vizsgált piacokon még akár szűkülhetne is. Mint azonban látni fogjuk, ez sem így alakult. Ennek megértéséhez hasznos adalékkal szolgál Kovács Ilona elemzése a fogyasztás nemzetközi tendenciáiról (Kovács 1984). A kutató 1950 és 1980 között vizsgálta a nyugat-európai országokat, és megállapításait a magyar fejlődéssel is egybevetette, értelmezte. A három évtized és az elemzésbe bevont piacok eltérő pályát írnak le, de a hatvanas évek kiemelkedtek a prosperitás szempontjából. A GDP növekedésének üteme kilenc, a fogyasztásé tizenegy országban magasabb volt, mint négy százalék, de a többség ezen belül 5-6 százalékos bővülést produkált.

Legalább ennyire érdekes kérdés a személyes fogyasztás GDP-n belüli hányadának alakulása. Tudjuk, hogy a felhalmozás, illetve a közösségi fogyasztás preferálása elveheti a teret a magánérett fogyasztástól, és ebben a kérdésben is különféle gyakorlatokat láttunk ebben az időszakban. A hetvenes években például azért tudott a fogyasztás dinamikája nőni számos országban, mert a világgazdasági recesszió hatására ezen a területen nagyobb volt a növekedés (vagy kisebb volt a csökkenés), mint a GDP-ben. A teljes képhez hozzátartozik, hogy a kevésbé fejlett országok esetében jóval magasabb személyes fogyasztási hányad van, mert a felhalmozás aránya és a beruházások szintje alacsony, a megtermelt javakat (GDP) a lakosság elfogyasztja.

2. táblázat: A fogyasztási hányad GDP-n belüli alakulása (változatlan áron)

Ország	1950.	1960.	1970.	1980.
	évben (százalék)			
Egyesült Államok	62	62	62	64
Kanada	55	57	53	57
Svédország	62	57	52	52
Egyesült Királyság	63	64	61	62
Svájc	67	59	58	63
Dánia	64	59	55	54
Belgium	67	66	59	62
Norvégia	61	58	56	48
Hollandia	59	52	57	60
Franciaország	64	62	59	63
Német Szövetségi Köztársaság	54	52	53	55
Finnország	53	50	55	55
Ausztria	56	55	53	54
Olaszország	66	59	63	63
Spanyolország	73	70	67	68
Görögország	85	73	67	65
Japán	63	58	54	55
Portugália	79	75	70	70
Törökország	77	76	74	71

Forrás: Kovács (1984, 3. tábla)

Magyarország tekintetében látszólag meglepő képet kapunk, ha végigtekintünk ugyanezen adatso-
ron. A hatvanas években a fogyasztási hányad éppen a belga szinten volt, és 1980-ra Kanada mutatója
közelében állt (58,4 százalék). Az igazságot elfedi azonban néhány besorolási probléma. Az oktatási és
egészségügyi kiadások nálunk a közösségi, és nem a személyes fogyasztásban voltak számba véve mint

ingyenes juttatások. Azt gondolom azonban, hogy ezt is figyelembe véve nem lett volna olyan jelentős az eltérés, Portugália vagy Spanyolország szintjét közelítettük volna meg.

Mindezen folyamatokat foglalja össze Tomka egy hat évtizedet átfogó áttekintésében (Tomka 2011: 3. táblázat).

3.táblázat: A bruttó hazai termék felhasználása Magyarországon és Nyugat-Európában, 1921–1980
(arányok a GDP/NNP/nemzeti jövedelem százalékában)

Magyarország	1921–1930	1931–1940	1951–1960	1961–1970	1971–1980
Magánfogyasztás					
Közösségi fogyasztás	88,8	92,2	80,2	71,9	68,4
Felhalmozás	11,2	7,8	20,3	29,0	35,2
Külkereskedelem egyenlege			-0,5	-0,8	-3,6
Németország/NSZK	1921–1930	1931–1940	1951–1960	1961–1970	1971–1980
Magánfogyasztás	72,6	67,5	58,6	56,1	56,3
Közösségi fogyasztás	11,2	17,3	13,7	15,4	19,7
Felhalmozás	17,0	14,8	24,7	26,4	20,8
Külkereskedelem egyenlege	-0,8	0,5	3,0	2,1	3,2
Ausztria	1921–1930	1931–1940	1951–1960	1961–1970	1971–1980
Magánfogyasztás	81,8	83,9	62,6	58,9	55,8
Közösségi fogyasztás	10,2	13,2	13,2	13,8	17,4
Felhalmozás	15,4	5,3	24,6	27,7	26,4
Külkereskedelem egyenlege	-7,4	-2,3	-0,3	-0,4	0,4
Írország	1921–1930	1931–1940	1951–1960	1961–1970	1971–1980
Magánfogyasztás			78,3	72,0	65,0
Közösségi fogyasztás			12,4	13,3	17,7
Felhalmozás			16,3	21,5	25,9
Külkereskedelem egyenlege			-0,7	-6,7	-8,6

Forrás: Tomka (2011)

Bár a statisztika nem mutatja be a magyar magánfogyasztást (azt a közösséggel együtt tárgyalja), de látva, hogy az ötvenes-hetvenes éveket nálunk az erőltetett beruházások jellemezték, a fogyasztás kisebb szerephez jutott a bruttó hazai termék felhasználásában.

Valuch három időszakot különböztet meg a második világháborút követő évtizedekre (2008). Az 1945–49-es évek a háborús károk és kapacitások helyreállításáról szóltak. A fogyasztás – érthető módon – nem volt a közbeszéd része, az élet más dolgokról szólt. A rövid periódus első éveit még a piacgazdaság jeleit mutatták, 1949-re gyakorlatilag kiépültek a szovjet típusú tervgazdálkodás keretei.

Az 1949-et követő időszakot először a szűkösség, majd a fokozatos lazítás jellemezte. Az ár- és választékpolitika – általában az ellátás irányítása – erősen központosított volt, sokszor ideológiailag vezérelt (lásd a hatvanas évek híres frizsiderszocializmus-vitáját). A fogyasztás szervezése és tervezése a politika eszköze volt. Ezekben az években (az ötvenes évektől a hetvenes évekig tartó időszakban) a háztartások fenntartásának és működtetésének költségei a lakosság kiadásain belül több mint kétszeresükre emelkedtek. Magyarországon 1950-ben 13 054 gépkocsi volt, 1960-ban 31 268, 1970-ben 238 563, és 1980-ban egymillió feletti darabszámot regisztráltak.

A hatvanas évek közepétől a nyolcvanas évekig terjedő szakaszban az ellátás stabilizálódott, a hiány mérséklődött. A fogyasztás – jobb híján – a társadalmi pozíciók demonstrálására is szolgált. Ahogy Valuch ezt leírta, egyszerre voltak jelen a fogyasztás irracionális és racionális elemei. Egyrészt a hiánygazdálkodás kiskapuinak – sokszor korrupcióval párosuló – kijátszása jellemzi ezeket az éveket, másrészt a presztízsfogyasztás is megjelenik a hazai fogyasztás horizontján. 1965 és 1975 között volt a látványos és fontos periódus a fogyasztásban.

A háztartások tartós jószágai a nemzeti vagyonban 1960 és 1974 között két és félszeresére, 73,3 milliárd forintról 180 milliárd forintra nőttek. Ebben vélhetően a korábbi évek szűkössége, az elhalasztott beruházások is szerepet játszottak. És még valami: a kádári konszolidációs politika számára a fogyasztás a politikai legitimáció eszköze is volt. Hozzáteszem, a viszonylagos fogyasztói szabadság fenntartása érdekében felvett hitelek azután kikezdi a gazdasági rendszer alapjait, és a problémák egészen a Bokros-csomagig vezetnek.

Hogy a politika miképpen kezelte céljainak megfelelően a fogyasztást, ezt írja le Kornai (2012). A neoklasszikus közgazdaságtan a beruházás és a fogyasztás arányának meghatározására használja a „döntéshozó preferenciája” modelljét. Kornai professzor szerint az erőltetett növekedés korszakában – itt gondolhatunk az ötvenes-hatvanas-hetvenes évekre – hosszú távon három típust különböztethetünk meg:

1. **Áldozat** (lemondás a lakosság részéről), amikor a kielégítetlen szükséglet nem halasztódik későbbre.
2. **Halasztás** (áldozattal jár, mert lemond a jelenlegi fogyasztásról), de később el kell végezni.
3. **Mulasztás** – amely irreverzibilis károkat okozhat (pl. egészségügy, felsőoktatás).

A michigani egyetemen oktató Fehérváry Krisztina az antropológus szemével így látja a fogyasztás szocializmusban betöltött szerepét (2006):

- A fogyasztás az állampolgári szabadság kinyilvánításának egyik lehetséges formája.
- A fogyasztás átpolitizálása nagymértékben hatott a rendszer – idealizált – megértésére; legalábbis később fontossá vált a jószágokhoz való hozzáférés kvázi egyenlőségének képe.
- Ezt az egyenlő hozzáférést, ennek látszatát erősítette a mennyiség hangsúlyozása a minőség rovására.
- A fogyasztási javak testesítették meg magát a Nyugatot, a minőséget, az emigrációs szándék sem feltétlenül a szabadság iránti vágyból táplálkozott, hanem a javak utáni sóvárgásból.

Pryor kiszámította (1973), hogy a szovjet fogyasztó az 1960-as években körülbelül ugyanannyi órát fordított vásárlásra (beleértve a keresést és a sorban állást), mint amennyi az amerikai és a szovjet kereskedelmi személyzet összes munkaideje közti eltérés.

Más szóval, a társadalom ugyanannyi időt szentel fogyasztói vétel-eladásra mindkét esetben. Az eladók piacának rezsimjében ezt az időt a vevőnek kell rászánnia, rendszerint saját egész napos munkaidején felül, míg a másik esetben ez az eladó fizetett munkaidejét jelenti. Hála istennek, ma már rossz emlék mindez, talán csak a fogyasztói jogok és érdekek képviselőiben jelennek meg a csírái, mármint, hogy kevésbé állunk ki magunkért, ha sérelem vagy kár ér bennünket a vásárlás során. El kell ismerünk, hogy a vevő-eladó viszony nagyban megváltozott, és ez mindenképp a piacgazdaság által diktált verseny számlájára írható. A modern kiskereskedelmi formátumok amúgy is felülírják a korábban érvényes eljárásokat és viselkedési kódexeket (lásd 4. táblázat a következő oldalon).

Az a helyzet, hogy minden erőfeszítés és vitathatatlan növekedés ellenére sem a GDP dinamikájában, sem a fogyasztásban nem sikerült produkálnunk a nyugati államok eredményeit. Mi magunk felfoghatjuk persze úgy, hogy Marshall-segély nélkül ez is szép eredmény, de a tény az, hogy a pusztán anyagi értelemben vett társadalmi jólét terén éppen hogy tovább nőttek a korábban is meglévő távolságok.

Érdekes lenne egyszer azt megvizsgálni, hogy egyik évről a másikra milyen mértékű elmozdulást éreznek az emberek saját fogyasztásukat illetően. Az a gyanúm, hogy csak a nagyon erős hatások érik el a fogyasztók ingerküszöbét. Inkább azt feltételezem, hogy amennyiben sokáig tart ez a folyamat, az

lehet üdvözítő. A késő kádári, kispolgárilag konszolidált honfitársaink étvágyát sikerrel csillapította a politika, még ha ehhez némi hitelt fel is kellett venni külföldről.

4. táblázat: *Fogyasztás 1.0 – Az igazság utólag*

Ország	Az egy főre jutó reálfogyasztás évi átlagos növekedési üteme (%)
Szocialista országok	
Csehszlovákia	1,6
Lengyelország	2,9
Magyarország	2,6
Szovjetunió	3,7
Kapitalista országok	
Egyesült Államok	2,3
Egyesült Királyság	2,1
Franciaország	3,9
Japán	6,5
Olaszország	3,8

Forrás: Kornai (1992)

Még ha nem is áll rendelkezésünkre egy konzisztens adatsor, jól látjuk négy évtized folyamatait. Az élelmiszereket és élvezeti cikkeket egybevéve meglepően látványos a trend. A tercier társadalomban értelemszerűen a szolgáltató és az energiaszektorok kerültek előtérbe, ezt már a kilencvenes évek közepén produkáltuk a háztartások költési szerkezetében. A mozgásoknak számos eredője van, közülük kettőt kifejték.

1. A költségek szabályozása és az árpolitika oly mértékben formálja és ad torz tükörképet a fogyasztói preferenciákról, hogy ettől nehéz eltekintenünk. A vita példának okáért ma az energia területén nyilvánul meg leginkább. De a piacok szabályozása vagy éppen alulszabályozottsága (ilyen az alkohol, a dohányáru vagy a ruházati disztribúció) is megszabhatja az irányokat és mértékeket.

2. A másik ok ugyanakkor kétségtelenül a fogyasztók oldaláról jön, ez pedig lehet a fogyasztás modernizálódása, a technológia, új minták átvétele, de környezet-, vagy akár egészségtudatosság is állhat a háttérben.

Mindenesetre előrejelezni a folyamatokat nem túl áldásos munka, mert számos olyan tényezőt nem ismerünk, amelyek az extrapolációt gyakran eltérítik. Több mint tíz évvel ezelőtt készítettünk egy modellt (GfK 2001) a fogyasztás szerkezetének várható alakulásáról. Mi akkor például a járóbeteg-ellátásra fordított kiadások növekedésével és így a módosuló egészségügyi költséssel számoltunk. Számításunk az ismert okok miatt nem jött be.

5. táblázat: Fogyasztás 1.0 – 2012/1. A lakosság összes fogyasztásának megoszlása kiadási főcsoportok szerint, %-ban

Kiadási főcsoport	1975	1980	1988	2012/1
Élelmiszerek	32,0	28,8	27,7	24,3
Élvezeti cikkek	14,2	15,3	13,9	3,1
Ruházkodási cikkek	10,5	8,9	6,2	3,5
Fűtés, háztartási energia	2,8	3,5	3,9	28,4
Tartós fogyasztási cikkek	7,3	7,2	9,2	*
Egyéb iparcikkek	10,9	11,7	11,5	*
Szolgáltatások	22,3	24,6	27,6	*
Összesen	100,0	100,0	100,0	

* = nem megfeleltethető

Forrás: Kornai (1992)

Miután tanulmányom lehetőség szerint nemzetközi összehasonlításra törekszik, itt is érdemes elidőznünk néhány számunkra lényeges piac szerkezeti sajátosságainál. Hosszú távon tekintve az adatokat, az a trend rajzolódik ki, hogy csökkenek az élelmiszerekre, a ruházatra, illetve a háztartási felszerelésekre fordított kiadások. Nyugat-Európában a második világháborút követő évtizedekben egyértelműen működött az Engel-törvény, azaz a jövedelmek emelkedésével csökkent az élelmiszerekre költött pénzöss-

szegek aránya. Az élelmiszerek jövedelemrugalmassága ekkor nagyjából 0,5–0,7 között változott, azaz egységnyi jövedelememelkedés csak 0,5–0,7 egységnyi növekedést váltott ki az élelmiszerek területén. A lakásokra fordított kiadások különbsége Magyarország és a nyugat-európai államok között már egészen korán, a hatvanas évektől tetten érhető. Innen kezdve például három évtized alatt megduplázódtak az ilyen célú kiadások Ausztriában vagy Franciaországban, és triplázódtak Dániában.

Mindeközben nálunk négy évtized alatt nem változott számottevően, az 1960-as 6,7 százalékos értékről 1990-re csak 8,8 százalékra kúszott fel. A közlekedési és kommunikációs költségekben is látványos volt az elmozdulás (és egyben a távolság közöttünk és a fejlett államok között). A tárgyalt négy évtized alatt itthon az induló 4,3 százalékról nagyjából két és félszeresére nőttek ezek a költségek. A változás dinamikája kisebb volt például Ausztriában, Németországban vagy akár Írországban, de maga a kiadási tétel aránya az össz fogyasztásból szinte duplája a magyar értéknek. Az autó és általában a mobilizmus, továbbá az összehasonlíthatatlanul tágabb médiafogyasztás (tartalom és technológia egyaránt) jóval magasabb szintje az eredője a kialakult különbségeknek.

1989-től a közelmúltig

Kövessük azt a logikát, miszerint a szocializmus hosszú évtizedei mély nyomot hagytak az emberek hétköznapijában, és a korszak történései a mai kor fogyasztójára is kihatnak (1. ábra a következő oldalon). Az 1989–90-es események felszabadították az állampolgárok fogyasztási-költési-vásárlási aspirációit. Egy viszonylag konszolidált társadalom perspektívájából – ezalatt értelemszerűen a rendszerváltó országok csoportját értem – az emberek egyből hozzá akartak jutni minden olyan jószághoz, amelyeket az osztrák, német tévék reklámjaiban vagy nyugati magazinokban, no és persze az időközönként lehetővé váló utazásaik során láttak. Ez volt a globális tortából való részünk iránti aspirációk megfogalmazása. Az egyén szintjén az új élmények feldolgozása volt a kihívás, amihez az egyre terebélyesedő áruvilág a homogén tömegpiacok formájában megfelelő terepet szolgáltatott.

A jólét második hullámának elnevezett periódust nagyjából a kilencvenes évek második felétől számíthatjuk. Ekkor erőteljes gazdasági fejlődés volt és a kereskedelmi szolgáltatások is rohamosan fejlődtek, miután az évtized közepén megnyitottak az első modern értékesítési formátumok (az első bevásárlóközpontok és hipermarketek). Mindezt tetézte a 2000-es évek legelején tömegessé vált fogyasztói hitelezés gyakorlata is. A kifinomultabb értékesítési és marketingtechnikák elterjedését ezeken túlme-

nően a növekvő jövedelmek és vásárlóerő táplálták, igaz, ez a fogyasztási mintázat később nem bizonyult fenntarthatónak.

Az elmúlt fél évtized új fejleményekkel szolgált. A válság alaposan megtépázta a társadalom fogyasztási potenciálját. Ma még megalapozatlan lenne kijelenteni, hogy közel negyedszázad elteltével a magyar fogyasztó új mintázatát rajzolja vásárlói és fogyasztói viselkedésében. A válság okán valóban megjelentek eddig kevésbé ismert fogyasztási módok. Ezek azonban véleményem szerint sokszor kényszerből eredő viselkedésminták, és éppen ezért fennmaradásuk, fenntarthatóságuk kérdéses számomra. Annyi azonban ebből a rövid időtávból is kirajzolódik, hogy a háztartási és a közösségi fogyasztás is igen visszafogott lett.

1. ábra: A fogyasztás alakulása –Korszakok a CEE-országok életében

Fogyasztás				
Régióinkban a fogyasztás lehetőségei és módjai jelentősen átalakultak az előző bő két évtizedben				
Fogyasztás	Egyén	Társadalom	Gazdaság	
Szocializmus	A hiány kompenzálása	Túlélés, az élet megszervezése a hiánygazdaságban	Szocialista tömegtársadalom	Hiánygazdaság
„A nagy váltás”	Kivenni a részünket a globális „többletből”	Az új fogyasztói szuverenitás élvezete	Demokratikus ébredés	Homogén tömegpiac
A „jólét” második hulláma	Életstílus kialakítása	Az egyéni életstílus és egyéni ízlés tudatos kialakítása	Egyének társadalma	Differenciált tömegpiac
Az átértékelés korszaka	Moderált fogyasztás	Az elért színvonal megtartásáért küzdelem	Polarizálódó nagycsoportok	Korábbi finomhangolás alábbhagyott, tömegpiac

Forrás: Zukunftsinstitut alapján saját szerkesztés (2013)

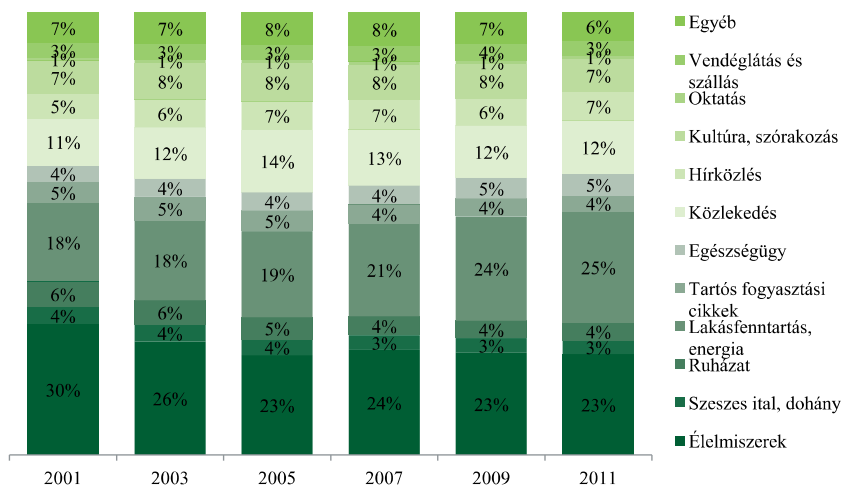
A költési szerkezet egy évtizedes alakulását mutatja a 2. ábra a következő oldalon. A legnyilvánvalóbb szerkezeti elmozdulás a lakásfenntartás terén ragadható meg. Egyrészt egy dekád leforgása alatt hét szá-

zálékponos növekedést produkált ez a kiadási főcsoport, másrészt azonban még érdekesebb, hogy mára beérte az eddig gyakorlatilag mindig a legnagyobb tételt jelentő, élelmiszerekre fordított kiadásokat.

Az adatokat alaposan górcső alá helyezve további érdekes megállapítást tehetünk. Az évtized közepére ígéretes trend kezdett kibontakozni. Az élelmiszer-kiadások arányukban jelentősen csökkentek, és megalapozott volt a remény, hogy néhány év elteltével húsz százalék alá esik az érték. Ez mérföldkő lehetett volna, hiszen a magyar háztartások költési szerkezete valódi modernizációs irányt vehetett volna. A 2007 eleje óta fellépő gazdasági nehézségek, a kiskereskedelem és a privát fogyasztás sokéves megzuhanása ezt követően markánsan átrendezte a számokat és vesző soron a fogyasztók preferenciáit.

2. ábra: Költésszerkezet

Egy főre jutó kiadások COICOP-csoportosítás szerint



Forrás: KSH (2014)

2001–2011 között a hírközlés és a szórakoztatás részesedése a lakossági fogyasztásban majdnem kétszeresére nőtt (az árváltozások kiszűrésével). Mivel ezek a szolgáltatások relatíve olcsóbbá váltak, a költségek valójában nem sokkal kerültek többre, mint korábban. Ugyanakkor a lakásfenntartás és az

energia oly mértékben megrágult, hogy akkor is sokkal többet költöttek a fogyasztók, ha egyébként nem fogyasztottak többet. A fogyasztást alapvetően két területen fogta vissza a lakosság: az élelem és az élvezeti cikkek terén. Dohánycikkekénél és szeszes italoknál ez 32 százalékos, élelmiszereknél 27 százalékos visszaesést jelentett a tíz év alatt.

A fogyasztás hazai folyamataiban egy új jelenség is felütötte fejét. A középső és a felső jövedelmi ötödökben csökkent a jövedelmekből a fogyasztásra fordított kiadások aránya. Amíg az eladósodottság – a hitelállománynak az éves nettó jövedelemhez viszonyított százalékos aránya – 2000-ben 16 százalékos volt, 2010-ben elérte a 112 százalékot. Ez azután olyan korlátként jelenik meg a lakosság költekezésében, ami hosszú távú rendszerfeszültségekhez vezet (mint például a deviza alapú hiteltörlesztés későbbi, tömegszerű problematikája). De a háztartások fogyasztási kiadásait a nettó megtakarítások trendje is alakítja. 2009 óta növekvő összegről van szó, erősen leegyszerűsítve megközelítőleg 2000 milliárd forintról. Ez azt jelenti, hogy 2013-ban a körülbelül 10 ezer milliárdos háztartási összkiadás húsz százaléka ment valamilyen megtakarításra.

A mai dilemma

Az egyik, ami véleményem szerint még sokáig behatárolja a fogyasztói társadalom hazai kereteit, a növekvő társadalmi egyenlőtlenségek kérdése. A Tárki legutóbbi riportjai a társadalom növekvő polarizációjáról számolnak be. Erősödött és továbbra is tart a jövedelemeloszlás alsó szegmenseinek elszegényedése, ma körülbelül másfélszer annyian élnek az alsó decilis 2005-re vetített jövedelméből, mint nyolc évvel ezelőtt. Az egy főre jutó jövedelmek legfelső és legalsó tizedei közötti ráta 2009 és 2012 között 7,2-ről 9-re emelkedett. Ez leginkább a lejtő legalját érintette, a legalsó decilis részesedése az összes jövedelemből 3,1 százalékról 2,5 százalékra csökkent az adott időszakban. 2007-hez képest mind a kiemelkedő, mind a legalacsonyabb fogyasztású háztartások átlagtól való eltérése nőtt. Az ezredfordulóhoz képest a legalsó és legfelső ötöd élelmiszerre fordított aránya közötti távolság is nőtt, mégpedig úgy, hogy hét évvel ezelőtt (2007-ben) a leggazdagabbak másfélszer annyit költöttek élelmiszerre, mint a legszegényebbek, de ez a különbség 2012-re kétszeresre tágult. A sok számszaki adat remélhetőleg nem fedti és feledteti azt a tényt, hogy valójában huszonöt évvel a rendszerváltás után sem alakult ki az „középfogyasztói bázis”, amely tagjainak van valamilyen megtakarítása, amit szükség esetén nagyobb

megrázkódtatások nélkül mobilizálhat. Akikre a fogyasztási világ legkülönbébb szereplői úgy tekinthetnek, mint akik többé-kevésbé fenntartható és modern fogyasztási mintázattal bírnak.

Az az igazi kérdés, hogy mindezek alapján – Kornai modelljét kölcsönvéve – mi a tanulság a mára nézve? Mennyi áldozatot hoz ma a lakosság, mit kell elhalasztania, és hol van igazi mulasztás a rendszerben? Az áldozat ma sokszor és sok helyen felfedezhető viselkedésminta, ezt mutatják a GfK Consumer Panel adatai. Ezt tekinthetjük így, mint elvesztett potenciál. A ma meg nem vásárolt napi fogyasztási cikket nem tudom holnap pótolni. De ha nem idén cserélem le a hűtőgépet, azzal még nem mondok le egy későbbi kiadásról. Ez lehet a jövőbeni potenciál. A baj csak az, hogy túl sok fogyasztási kategória vásárlását halasztották el az emberek. Amikor ismét kellő mennyiségben rendelkezésre fog állni elkölthető jövedelem, elindul a nagy csata a vásárlók pénztárcájáért: a korábban elfelelt prémiummárkákhoz térjenek-e vissza a fogyasztók (amikor napi cikket vesznek), avagy cserélik a hűtőt, autót stb.? A mulasztás alapvetően nemzetgazdaság-beruházási kérdés, de mikroszinten, a háztartások életében is jelen lehet. Ha például a következő egy-két évben nem újítom fel a 20 éve nem renovált lakásomat, olyan mértékű lehet az értékcsökkenés, ami megakadályozhat egy esetleges eladást.

A válság természetesen alaposan átrendezte a fogyasztói preferenciákat. Új stílusok és minták színesítik a fogyasztás palettáját, de a környezet alapvető adottságai sokáig fennmaradnak és determinálják döntéseinket. Lehet a gazdaságpolitika eszköze vagy a társadalmi egyenlőtlenségek nivellálásának területe, de a fogyasztás továbbra is központi kérdése marad a közgondolkodásnak.

Jelenleg óvatos optimizmus jellemző a következő egy-másfél év fogyasztási tendenciájának megítélésében. Ezért kulcskérdés, hogy megértsük, mi mozgathatja és lökheti fölfelé a vásárlási kedvet. A háztartások viselkedésével foglalkozó elméletek általában azt vallják, hogy a lakossági jövedelmek és a fogyasztás között szoros kapcsolat áll fenn. A Magyar Nemzeti Bank 2013 júliusában közzétett elemzésében kissé árnyalja ezt az egyébként logikus következtetést.

A különféle jövedelemkomponensek közül a teljes jövedelem mintegy negyven százalékát kitevő munkajövedelem a meghatározó. Ehhez jönnek hozzá az államtól kapott pénzbeli transferek – ezek képezik az ún. magjövdelmet – és egyéb jövedelmek. A fogyasztásra bizonyos komponensek jobban hatnak, mint más tényezők. A magjövdelem szorosabban mozog együtt a fogyasztással, mint ha azt csak a teljes jövedelmi mutatókból vezetnénk le. Azaz a munkaerő-piaci kilátások és a kormányzati intézkedések erősebben rányomják a bélyegüket a folyamatokra. A nem kiszámítható jövedelemkomponensek, mint példának okáért a mezőgazdaságból vagy a közmunkából származó keresetek, kevésbé

dobják fel a vásárlási kedvet. A háztartások fogyasztási költségeit – még megnövekedett magjövdelem és alacsony infláció mellett is! – eladósodottságuk és a bizalmi deficit árnyékolja be. A visszafogott háztartási beruházási kedv persze lendíthetne a folyamaton, de ez a hosszú távú makrogazdasági növekedési potenciált öli meg. Márpedig a fogyasztás serkentése alapvető a gazdasági folyamatok megfordításában. A válságból sikeresen kikerült államok példája azt bizonyítja, hogy a megizmosodott vásárlói kedv elengedhetetlen a gazdaság növekedési pályára való állításához.

Nehéz dolog az előrejelzés, különösen, ha a jövőről van szó – valahogy így vélekedett Niels Bohr, a Nobel-díjas dán fizikus. Így vagyunk a fogyasztási szerkezet néhány éves prognózisával is. Tudniillik az ökonometria eszközei kevésnek bizonyulnak, ha a folyamatokat erőteljes és előre nem kiszámítható lépések zavarják meg.

3. ábra: *Fogyasztás 3.0 – A jelenlegi és jövőbeni fogyasztás jellemzői*
Az egy főre jutó fogyasztási kiadás szerkezete (%)

	2013. I. félév		2020
Élelmiszerek és alkoholmentes italok	24,4	→	19,0
Szeszes italok, dohányárúk	3,1	→	4,0
Ruházat és lábbeli	2,7	→	3,5
Lakásfenntartás és háztartási energia	26,9 (28,4)	→ ↓	29,0
Lakberendezés, háztartásvitel	3,1	→	4,0
Egészségügy	4,5	→	5,5
Közlekedés	11,5	↑	12,3
Hírközlés	6,7	→	4,2
Kultúra, szórakozás	5,5	↑	6,5
Oktatás	0,6	→	0,8
Vendéglátás, szálláshely-szolgáltatás	4,1	→	4,6
Egyéb termékek és szolgáltatások	6,5	↑	6,6
Mindösszesen	100,0		100,0

Forrás: GfK szakértői becslés a KSH legfrissebb költsésszerkezeti adatai, a fejlettebb európai országok hasonló adatai alapján (2013)

2012 első fél éve és 2013 azonos időszaka között másfél százalékpontos csökkenés következett be a KSH szerint. Ez régóta nem látott változás, háttérében a rezsicsökkentés kormányzati programja áll. Egy ilyen beavatkozás felboríthatja a sorrendet, és a modell prediktív erejét is gyengíti. A GfK 2020-ra elkészítette előrejelzését, de egyelőre kérdéses, hogy – az egyébként uniós szinten elterjedt – 28-29 százalékos lakásfenntartási és energiakiadási arány mennyiben fog módosulni a prognosztizálthoz képest. Az élelmiszer területén nagy biztonsággal állíthatjuk a csökkenést az uniós előírások okán (jövedéki adók), továbbá egészségügyi megfontolásokból eredően ugyanígy felvázolhatjuk a szeszes italok és dohányárak kiadási tendenciáit. A politika mindamellett továbbra is erőteljes szerepet játszik a fogyasztói igények és lehetőségek terelésében.

Ezen a ponton célszerű kitérnem – utalva a háztartások költési szerkezetét bemutató ábrára – a rezsicsökkentés pusztán gazdasági hatására és az infláció alacsony szintjére.

Mint láttuk, az emberek akkor költenek többet különböző jóságokra, ha stabil jövőképük van és a mindenkori gazdaságpolitikával szemben bizalommal viseltetnek. Egyelőre kérdéses számomra, hogy a rezsicsökkentésre irányuló igen erőteljes kormányzati szándékok mikor és milyen mértékben fordítják meg a fogyasztási kedvet. Kétségtelen, hogy a rezsikiadások meredeken íveltek fölfelé az elmúlt időszakban. Az is egyértelmű, hogy ez háztartások százezreit hozta igen nehéz helyzetbe. Tisztán a fogyasztás bővülésének perspektívájából nézve azonban nem biztos, hogy ez elég. Lehetünk az az ország, ahol a legalacsonyabbak lesznek ezek a kiadási tételek, attól tartok azonban, hogy csupán emiatt nem lesz több vásárló a boltokban.

Továbbá kérdéses az is, hogy a sokszor ideologikusan vezérelt gazdaságpolitika milyen hatással bír – akár közvetett módon – a fogyasztásra. A szolgáltatások területén azt prognosztizálom, hogy néhány év elteltével csökkenek az ügyfél-elégedettségi mutatók. Ez persze még puha tényezőnek tűnhet, de nagyjából öt-tíz év múlva az infrastrukturális rendszerek (energia, de más közszolgáltatások is, amelyek ma állami tulajdonba kerülnek vagy onnan nem kerülnek ki) olyan pénzügyi erőforrásokat fognak lekötni és akkora terheket róni a költségvetésre, ami megint felveti a felhalmozás vs. fogyasztás (akár közösségi, akár magán) dichotómiája közötti választás kényszerét. Nem feledhetjük, hogy nem csak a rövid huszadik század első felében volt óriási lemaradásunk a fejlett országokkal szemben. A második világháborút követően ezek a különbségek a fogyasztás területén (és majdnem minden gazdasági indikátor tekintetében) nemhogy csökkentek volna, de egyenesen növekedtek is. Tanuljunk a múltból.

Irodalomjegyzék

- Ebből költ a magyar, MNB-Portfólió, http://www.portfolio.hu/gazdasag/ebbol_kolt_a_magyar.186168.html (2014. 02.)
- GfK Hungária (2014): Consumer panel adatok (2009–2013).
- Kornai, J. (1992): *The Socialist System – The Political Economy of Communism*. Oxford: Oxford University Press.
- Kornai, J. (2012): *A szocialista rendszer*. Budapest: Kalligram Könyvkiadó.
- Kovács I. (1984): Nemzetközi tendenciák a személyes fogyasztás alakulásában. *Statisztikai Szemle*, 7: 702–723.
- Kozák Á. (2013a): Postconsumerism – avagy a fogyasztás új mintázatai. MOK 2013 konferencia anyaga, Budapest.
- Kozák Á. (2013b): Posztválság – Posztfogyasztó. GfK Nap 2013 konferencia anyaga, Budapest.
- Kozák Á. (2013c): Posztválság, posztfogyasztó – avagy a magyar fogyasztó perspektívái. *Magyar Fogyasztó Riport*, 1: 24–30.
- Kozák Á. (2013d): Van új a nap alatt? A fogyasztás régi-új mintázatai. *Magyar Fogyasztó Riport*, 2: 4–9.
- Kozák Á. (2014): Fókuszban az e-fogyasztó, avagy Fogyasztó 3.0. GfK Nap 2014 konferencia anyaga, Budapest.
- KSH (2014): A háztartások fogyasztása 2012. *Statisztikai Tükör*, VII. évf. 100. szám, január 10.
- Lost, I. (2006): Cinematic representations of 1960s consumerism for 1990s Hungary. *Anthropology of East-Europe Review*. Symposium: *Cultures of Consumption*, 22(2): 54–61.
- Pryor, F. I. (1973): *Property and Industrial Organization in Communist and Capitalist Nations*. Bloomington: Indiana University Press.
- Skrabski Á. (1989): *Mit kér a nép? Kielégítetlen szükségletek 1988-ban a magyar lakosságban*. 1. kötet. Budapest: Px Kft.
- TÁRKI (2012): Monitor jelentések.
- Tomka B. (2011): *Gazdasági növekedés, fogyasztás és életminőség*. Budapest: Akadémia Kiadó.
- Valuch T. (2008): Csepel bicikli, Caesar konyak, Symphonia, Trapper farmer. A fogyasztás és a fogyasztói magatartás változásai a szocialista korszakban. *Múltunk*, 3: 40–59.