

SZÉCHENYI ISTVÁN EGYETEM

TDK-DOLGOZAT

Jakab Gergő

2011

**ELTÉRŐ KOROSZTÁLYOK, ELTÉRŐ VÁLASZTÁSOK – A
FOGYASZTÓI PREFERENCIÁK KÉRDÉSE**

**DIFFERENT AGE GROUPS, DIFFERENT CHOICES - THE
QUESTION OF THE CUSTOMERS' PREFERENCES**

Kézirat lezárása: 2011. november 11.

A dolgozat szerzőjének neve: Jakab Gergő

Évfolyam, szak: Gazdálkodási és menedzsment, 4. évfolyam

Intézmény megnevezése: Széchenyi István Egyetem

ELTÉRŐ KOROSZTÁLYOK, ELTÉRŐ VÁLASZTÁSOK – A FOGYASZTÓI PREFERENCIÁK KÉRDÉSE

A gazdálkodástudomány a döntések és választások tudománya – az emberek a szűkös erőforrások miatt nap, mint nap mérlegelnek. Gazdálkodnunk kell az időnkkel, meg kell választanunk, hogy mire használjuk az idő folyamán megszerzett javainkat, és nem utolsósorban döntenünk kell annak kapcsán, hogy anyagi forrásainkat hogyan és milyen célra használjuk fel.

Témaválasztásomat az indokolja, hogy az állandóan döntéseket igénylő világban az emberek viselkedési formáit, a bennük lévő motivációt érdekes kérdésnek találom. A problémakör ráadásul mindig aktuális.

Számomra egyértelmű, hogy ezzel a kérdéssel olyan embereket kell megszólítanom, akik maguk hozzák a döntésüket, akik többnyire maguknak állítják össze a „házi költségvetésüket”. Így középkorú polgárok, valamint nyugdíjasok fognak szerepelni a kutatásomban. A primer kutatás során kérdőíves felmérést végzek a fogyasztók között oly módon, hogy a két említett csoportot különválasztom.

Az általános havi kiadások eredményeiből azt láthatjuk, hogy a kor-és jövedelemkülönbségekből fakadó eltérések néhány helyen meglepő eredménnyel szolgálnak, azonban a legmeghatározóbb kiadások az alapvető élelmiszerekre, lakásfenntartásra fordított kiadásokból állnak.

Úgy vélem, a magyar háztartások korlátait és lehetőségeit a XXI. században jelentősen fogják befolyásolni az energiaárak. Azok, valamint az alapvető élelmiszerek árának növekedése még szorosabb költségvetést eredményezhet – azaz a legtöbbünk számára kötelező kiadások után kevesebb szabadon felhasználható összeg felett tudunk hónapról hónapra dönten. Ezért rendkívül fontos a jó és időben meghozott döntések és választások megléte minden háztartásban és a nyugdíjasok körében is.

Tartalom

Bevezetés	5
1. Fogasztói döntésekkel foglalkozó elméletek.....	8
1.1. A fogyasztó a mikroökonómiában	8
1.2 Gazdasági racionalitás.....	9
1.3. A háztartások döntéseinek korlátai	11
1.4 A preferenciák kifejezésére szolgáló eszközök.....	12
1.5 A fogyasztói magatartást meghatározó tényezők	13
1.6 Csoportelmélet.....	15
1.7 Kilátáselmélet (Prospect Theory)	16
1.8 Összegzés (fogyasztói döntéssel foglalkozó elméletek)	18
2. Fogyasztói döntések és az azokat befolyásoló tényezők.....	19
2.1 A háztartások fogyasztása és a bruttó hazai termék kapcsolata	19
2.2 A háztartások fogyasztása termékcsoportok szerint (az adatok %-ban értendők)....	20
2.3 A nettó jövedelem és a lakásfenntartási költségek alakulása	22
2.4 Lehetőségeink a környező országokhoz viszonyítva	23
2.5 Összegzés (fogyasztói döntések és az azokat befolyásoló tényezők).....	24
3. Fogyasztói döntések és preferenciák.....	25
3.1 A vásárlásokkor felmerülő fogyasztói döntések és háttérük.....	26
3.2 Preferenciák a háztartások esetén	37
3.3 Preferenciák a nyugdíjasok esetén.....	45
Összegzés, következtetések.....	53
Felhasznált irodalom	57
Mellékletek.....	59

Bevezetés

A gazdálkodástudomány a döntések és választások tudománya – az emberek a szűkös erőforrások miatt nap, mint nap mérlegelnek. Gazdálkodnunk kell az időnkkel, meg kell választanunk, hogy mire használjuk az idő folyamán megszerzett javainkat, és nem utolsósorban döntenünk kell annak kapcsán, hogy anyagi forrásainkat hogyan és milyen célra használjuk fel.

Minden embert eltérő ingerek érik a környezetében. Az egyének számára különböző korlátok és lehetőségek adóttak, az ezek által alkotott területen hozzák meg döntéseiket. Ugyanakkor mindenki kicsit másképpen gondolkodik. Azaz nem csupán az anyagi korlátok és lehetőségek különbözőségéből fakad az a differencia, ami például fogyasztási szokásainkban van. Dolgozatomban a fogyasztásunkat korlátozó tényezők említése mellett azzal foglalkozom, hogy az egyének, vagy a családi kasszákat felügyelők milyen kérdések mentén hozzák meg kiadásaikra vonatkozó döntéseiket.

Mindannyiunk számára lehatároltak anyagi lehetőségeink, és ezeket figyelembe véve állítjuk össze a magunk fogyasztói kosarát. Mérlegelünk, mik azok a dolgok, amik nélkül elképzelhetetlennek tűnik az életünk – ezek kerülnek elsőként a kosárba. Amennyiben maradnak még forrásaink, további döntéseket hozunk, amelyek olykor nagyon nehezen születnek meg. A választott termékek és szolgáltatások végül odakerülnek az elengedhetetlen kiadások mellé a kosárba – melynek mérete pedig jórészt a jövedelmi helyzetünkön múlik. Az összetétele pedig az egyén értékítéletén, gondolkodásmódján, preferenciarendszerén. Meg kell jegyezni ugyanakkor, hogy vannak, akik a jelenben fogyasztani kívánt javak mennyiségét a jövőbeli érdekében csökkentik: azaz megtakarítanak, a rendelkezésükre álló pénzbeli keretet nem használják ki teljesen. Az így maradt összegek kamatozva később sokat érnek. De mennyien vannak, akik ezt a lépést megtehetik? Mennyien vannak, akik egyrészt gondolnak jövőjükre, másrészt meg is tehetik, hogy időbeli átcsoportosítást hajtsanak végre?

Témaválasztásomat az indokolja, hogy az állandóan döntéseket igénylő világban az emberek viselkedési formáit, a bennük lévő motivációt érdekes kérdésnek találom. A problémakör ráadásul mindig aktuális, mert egyrészt rendelkezésünkre állnak bizonyos információk, általános adatok és számítások, a másik oldalról nézve viszont minden esetben mutathat valami újat egy-egy keresztmetszeti vagy idősoros elemzés. Számomra egyértelmű, hogy ezzel a kérdéssel olyan embereket kell megszólítanom, akik maguk

hozzák a döntésüket, akik többnyire maguknak állítják össze a „házi költségvetésüket”. Így középkorú polgárok, valamint nyugdíjasok fognak szerepelni a kutatásban. Ők azok, akiknek az olykor nagyon szűk határok meghatározzák mindennapjaikat, és ezért még nehezebb döntéseket hozniuk. Korábbi kutatásom során a diákok és a háztartások fogyasztói preferenciáit vizsgáltam, azonban a diákok sok esetben nem rendelkeznek önálló jövedelemmel, és más termékkategóriák vásárlásában érdekeltek, mint a háztartások, vagy éppen a nyugdíjasok. Jelen kutatásban ezért nem szerepelnek a diákok preferenciái.

Dolgozatomat három fejezetre tagolom. Az elsőben a fogyasztók döntéseit érintő – általam meghatározónak vélt - elméleteket ismertetem és a témakör szempontjából fontos fogalmakat tisztázom. Jelen tanulmányomban a háztartásokat, mint a gazdaság alapegységeit csak mikroökonómiai szempontból vizsgálom; hatásukkal, valamint választásaikkal, viselkedésük a makrogazdaságra gyakorolt erejével nem foglalkozom. Teszem ezt azért, hogy az egyének szemszögéből közelítsem meg azokat a döntéseket, amelyek a jövedelemfelhasználással kapcsolatosak: azaz a fogyasztók milyen tényezők alapján mit választanak. A kérdéskör számára elméleti háttérrel adó fejezetben ennek megfelelően a mikroökonómia, mint tudomány által vizsgált kérdésekről; az egyének döntéseit vezérlő gazdasági racionalitásról; a mindenki számára adott korlátokról (jövedelemről, árakról); az általános fogyasztói magatartásról és a megfigyelések és elméletek közötti viszonyt értékelő kilátáselméletről¹ teszek említést.

A második és harmadik fejezet gyakorlati szempontból közelíti meg a témakört: előbbi a szekunder, utóbbi a primer megfigyelésem, illetve kutatásom bemutatására szolgál. A második fejezet a témakörben rendelkezésre álló adatok bemutatására és értékelésére szolgál. Szekunder kutatásomhoz a KSH, valamint az Eurostat táblázatait használtam fel. Megvizsgálom, hogy mekkora arányt képvisel a háztartások fogyasztása a GDP-ben (bruttó hazai termék), továbbá hogyan alakul ez a fogyasztás termékcsoportok szerint. Szintén érdemesnek tartom megemlíteni a nettó jövedelem alakulását (a magyar idősoros adatokat összehasonlítva a környező országokéval), és növekedési ütemét összevetem az egyik legfőbb fogyasztói kiadással.

A primer kutatás során kérdőíves felmérést végzek a fogyasztók között oly módon, hogy a két említett csoportot különválasztom. Egyrészt megnézem, hogy az általában havi, rendszeres jövedelemmel rendelkező háztartások hogyan osztják be forrásaikat. A

¹ Kilátáselmélet: Kahneman és Tversky dolgozta ki ezt a teóriát, ami a gazdasági döntések anomáliájával foglalkozik

nekik feltett kérdéseimre a háztartások egy-egy felnőtt, többnyire legalább középkorú tagját kérem megválaszolásra. Ezen felül azt is elemezni szándékozom, hogy milyen igényeket fogalmaznak meg magukban a vásárlások alkalmával. Továbbá fontos, hogy számukra milyen korlátok és lehetőségek adóttak, és ezen adottságok mellett milyen döntéseket hoznak. A nyugdíjasok értelemszerűen máshogy osztják be az állami költségvetésből havonta folyósított összegeket. De kutatásommal arra törekszem, hogy a dolgok mögé nézve rápillanthassunk arra, hogy a két eltérő korosztály eltérő szemléleteket vall-e, mikor a pénzük sorsáról dönt. A kérdőíves felmérés mellett interjúkat is folytattam mindkét csoportból 5-5 egyénnel. Az interjúk célja az volt, hogy betekintést nyerjek a kérdésekre adott válaszok mögött rejlő személyes, egyéni okokra és indokokra, amiből kiderülhet, hogy mi magyarázhatja az adott válaszokat.

A dolgozatomat záró összegzés és következtetések a harmadik fejezetben kapott eredményekre épülnek. Itt térek ki néhány olyan összefüggésre, amelyet a harmadik fejezetben nem, vagy csak részben, nagyvonalakban említettem. Egyes pontokban összehasonlításokat teszek a két csoport között. A fogyasztói preferenciák kérdése a döntések és választások tudományának egyik legsarkalatosabb pontja. A szűkös források melletti (nem feltétlenül közgazdaságtanelméleti értelemben) racionális döntések meghozatala napjaink egyik legnagyobb kihívása a hétköznapi emberek számára.

1. FOGYASZTÓI DÖNTÉSEKKEL FOGLALKOZÓ ELMÉLETEK

Az első fejezetben dolgozatom elméleti háttérét mutatom be. Célom az, hogy több szempontból világítsam meg a kérdéskört. Kezdem a legáltalánosabb megközelítéssel, nevezetesen a mikroökonómia és néhány legfontosabb összefüggéseivel, majd egyre konkrétabb és témaspecifikusabb lesz az általam elképzelt áttekintés. A hasznosság mérhetőségének az igénye fennáll kutatásom szempontjából, így szükség van ennek a fogalomnak a meghatározására.

A hasznosság mérhetőségének szempontjából kétféle szemléletet különböztethetünk meg, amelyek a kardinális és az ordinális megközelítés. A kardinális megközelítés azt jelenti, hogy a fogyasztóról feltételezzük azt, hogy a különféle javaktól várható hasznosságérzetét egymással összevethető tőszámokkal fel tudja mérni. Ezen kívül arányaiban is össze tudja hasonlítani, hogy mennyivel hasznosabb az egyik jószág a másikonál.²

Kutatásom kardinális megközelítésből vizsgálja a megkérdezett háztartások és nyugdíjasok preferenciarendszerét. Feltételezem az általam megkérdezettekről, hogy döntéseiket az egyéni érdekük befolyásolja, és úgy döntenek, hogy az a legnagyobb összhasznót biztosítsa számukra.

1.1. A fogyasztó a mikroökonómiában

A háztartások a makroökonómia egyik fő pillérét képezik. Dolgozatomban ugyanakkor mikroökonómiai megközelítésből vizsgálom a gazdasági szektor egyéneit.

„A mikroökonómia fókuszában a gazdasági szereplők, az „egyéni döntések”, az „egyéni döntéshozók” (fogyasztók, háztartások, vállalatok stb.) állnak, illetőleg ezek általánosítható viselkedési jellemzői, döntési alternatívái, gazdasági reakciói. A mikroökonómia a gazdaságot elkülönült gazdálkodó (döntéshozó) egységek együtteseként ábrázolja, melyek gazdasági javakat állítanak elő és fogyasztanak el, egymással bonyolult kapcsolatokba (piaci és nem piaci jellegű viszonyokba) kerülve.”³

² Solt Katalin (2007): Mikroökonómia, TRI-Mester Bt., Tatabánya

³ Kopányi Mihály (2007): A fogyasztó preferenciarendszere In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 5. oldal

Kutatásom a fogyasztói preferenciák területén magában foglalja a háztartásokat, mint fogyasztókat, illetve a nyugdíjasokat. Makroökonómiai szempontból nem vizsgáltam meg a témakört, habár a gazdaságelemzés eme két szintje természetesen jelentős mértékben összefügg. Ennek oka az, hogy az elemzésemben nem jelenik meg a bérszintemelkedés és az infláció sem. Kutatásom csak a háztartások és a nyugdíjasok aktuális helyzetét, aktuális jövedelmi szintjét és kiadásait méri.

A fogyasztó a mikroökonómiai vizsgálatok első számú szereplője, ami jelen esetben a háztartásokat és a nyugdíjasokat öleli fel. „A fogyasztó végső fogyasztás céljából szerzi be a javakat és szolgáltatásokat. Elsősorban vásárlása célja szerint különböztethető meg a gazdaság többi szereplőjétől.”⁴

A fogyasztókat leggyakrabban a keresletükkel lehet jellemezni. Alapfeltevés, hogy minden egyes terméket lehet jellemezni egy keresleti függvénnyel. A kereslet azt mutatja meg, hogy a fogyasztó mennyit hajlandó, illetve mennyi összeget tud fordítani egy adott termékre vagy szolgáltatásra. A kereslet szoros kapcsolatban áll a szükséglettel, de nem azonos vele. A szükséglet csak akkor válik keresletté, ha megjelenik a fogyasztó fizetőképes keresleteként.⁵

„A kereslet tehát pénzzel alátámasztott, realizálható gazdasági szükséglet.”⁶ Az egyének alapvető szükségletei így meg is jelennek az esetek nagy százalékában keresletként, azonban az egyéneknek sok olyan, további szükségletei is vannak, amelyek néhány esetben nem jelennek meg keresletként, mivel az egyén nem tudja pénzzel alátámasztani azt. Ebből látszik, hogy a kereslet egy kisebb kategóriát jelent a fogyasztók szükségleteihez viszonyítva.

1.2 Gazdasági racionalitás

A gazdasági viselkedés mozgatórugóit nehéz nyomon követni, így a közgazdaságtan alapvetően bizonyos feltevésekkel él az emberek viselkedését illetően, így a fogyasztási magatartásukkal kapcsolatban is. Az alapfeltevés az, hogy az emberek racionálisan cselekszenek. „Gazdasági racionalitás, azaz gazdaságilag racionális viselkedés minden

⁴ Kopányi Mihály (2007): A fogyasztó preferenciarendszere In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 11. oldal

⁵ Kopányi Mihály (2007): A fogyasztó preferenciarendszere In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 11. oldal

⁶ Kopányi Mihály (2007): A fogyasztó preferenciarendszere In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 11. oldal

olyan célkitűzés vagy cselekedet, amely jobb gazdasági eredmények elérésére, vagy rosszabb eredmények bekövetkezésének elkerülésére irányul.”⁷

A racionalitás fontos dolog a preferenciák vizsgálatakor, hiszen nem mindegy, hogy az aktuális nettó, havi jövedelmét ki mire költi, esetleg jelentkezik-e némi megtakarítás is, ami már felveti a fogyasztói megtakarítási hajlandóságot is. Hasonló módon megjelenik az is, hogy a fogyasztó mit tart fontosnak egy termékkel kapcsolatban. A hosszú távú megbízhatóságot, a minőséget, vagy az alacsony árat részesíti előnyben. A fogyasztó lehetőségei korlátozottak, jövedelme behatárolja, hogy milyen terméket, szolgáltatást tud elérni. Ezek eredményeként a fogyasztók azt az alternatívát választják, amelyik a legjobb eredménnyel jár a számukra, vagyis azt az alternatívát, amiről úgy gondolják, hogy a legnagyobb hasznosságot eredményezheti számukra. Minden egyén számára más és más döntések vezetnek az eredményhez, minden egyén számára mást jelenthet a racionalitás. Kutatásom e köré a kérdés köré összpontosul.

„A fogyasztói racionalitásnak lényege, hogy szükségleteinek maximális kielégítésére törekszik, ezért jövedelmének legjobb felhasználásaként azokat a javakat szerzi be, melyeket vonzóbbnak vél másoknál. Másként fogalmazva: a fogyasztó egy preferenciaskálával rendelkezik, és feltételezzük, hogy mindig el tudja dönteni két jószágról, hogy számára melyik az előnyösebb (melyiket preferálja), avagy a két dolog azonos jelentőségű-e számára.”⁸

Kutatásom során feltételezem, hogy az általam vizsgált egyének racionálisan gondolkodnak, szükségleteik maximális kielégítésére törekszenek, így az általuk vélt legjobb módon, optimálisan használják fel a jövedelmüket.

A racionális fogyasztó akkor költi el optimálisan a jövedelmét, ha több döntési lehetőséget megvizsgál, majd ezek után a számára lehető legnagyobb összhasznot biztosító jószágkombinációt választja.⁹

Tehát a fogyasztó racionalitásának lényege, hogy el tudja dönteni, hogy melyik jószágkombináció választásával jár a legjobban, így kutatásomban feltételezem az egyénekről, hogy a saját preferenciarendszerük szerint el tudják dönteni, hogy melyik jószág vásárlása lenne nekik előnyösebb.

⁷ Kopányi Mihály (2007): A fogyasztó preferenciarendszere In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 6. oldal

⁸ Kopányi Mihály (2007): A fogyasztó preferenciarendszere In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 7. oldal

⁹ Kopányi Mihály (2007): A fogyasztó preferenciarendszere In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 6-7. oldal

1.3. A háztartások döntéseinek korlátai

A fogyasztói döntések során az egyik meghatározó tényező a preferenciarendszer, a másik a jövedelem mértéke és az árak alakulása. Felmérésem nem tükrözi az árak alakulását, csak a jövedelmek mértékét, illetve azoknak aktuális helyzetét.

A jövedelem behatárolja a fogyasztó lehetőségeit, korlátot szab a fogyasztásának. Fontos beszélni ezen kívül a megtakarítások szerepéről is. A fogyasztó dönthet ugyanis arról is, hogy jövedelme felhasználása során képződik-e megtakarítása. Sajnos nem minden háztartásnak van lehetősége megtakarítást képezni, azonban néha ott sem találunk megtakarítást, ahol lenne rá lehetőség. Ez is, mint minden döntés az egyéni preferenciarendszertől függ. A megtakarítást is tekinthetjük hasznos jószágnak, tehát ekkor a fogyasztó felhasználja teljes jövedelmét.¹⁰

„Ekkor $I = \sum p_i \times x_i$ egyenlőség a fogyasztó költségvetési egyenlete, amely azokat a fogyasztói kosarakat foglalja magába, amelyek csak a jövedelem teljes elköltésével vásárolhatók meg.”¹¹ „Költségvetési egyenes: azon pontok összessége, amelyek adott pénzjövedelemből (I), adott árak (p_x, p_y) mellett a jövedelem teljes elköltésével megvásárolható jószágkosarakat reprezentálják. Képletben: $I = p_x \times x + p_y \times y$ ”¹²

A költségvetési egyenes helyzete függ a jövedelemtől és az árak változásától. Ha ezek közül egyik változik, akkor elmozdul az egyenes is. Ha nő a jövedelem változatlan árak mellett, akkor több terméket vagy szolgáltatást tud vásárolni a fogyasztó, vagy akár olyan termékre is költheti, amit addig nem tudott megvásárolni. A másik lehetőség, ha valaki a megnövekedett jövedelmét megtakarításra fordítja.¹³

Ezt a kérdéskört is vizsgáltam a kutatásom során, és azt is, ha a fogyasztó jövedelme csökkenne változatlan árak mellett. Abban az esetben szűkülne a fogyasztó lehetősége, és vagy nem vásárolna meg valamilyen terméket, vagy kevesebbet költene valamire, vagy a megtakarításából fedezné a jövedelemkiesést. A jövedelem változása a költségvetési egyenes elmozdulását eredményezi.

¹⁰ Pepall, L.-Richardson, D.J.- Norman, G. (2008): Piacelmélet-Modern megközelítés gyakorlati alkalmazásokkal, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó KFT., Budapest, 27-51. oldal

¹¹ Petró Katalin (2007): Jövedelem – árak – optimalizálás In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 52. oldal

¹² Petró Katalin (2007): Jövedelem – árak – optimalizálás In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 52. oldal

¹³ Petró Katalin (2007): Jövedelem – árak – optimalizálás In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 52-64. oldal

„Ha a különböző jövedelmi szintekhez tartozó optimális fogyasztói kosarakat reprezentáló pontokat összekötjük, akkor egy olyan görbét kapunk, amely a jövedelem nagysága és a fogyasztás mennyisége közti összefüggésre utal. Ezt a görbét jövedelem-fogyasztás görbének nevezzük.”¹⁴

Ha a koordináta-rendszer egyik tengelyén a jövedelmet, a másikon pedig egy jószág mennyiségét szerepeltetjük, akkor olyan koordináta-rendszert kapunk, ahol a különböző jövedelmi szintekhez hozzárendeljük azt a jószág-mennyiséget, amely a keresletet is jelenti úgy, hogy változatlan árakat feltételezünk. Az így kapott görbe az Engel-görbe.¹⁵

1.4 A preferenciák kifejezésére szolgáló eszközök

Az emberek minden nap vásárolnak javakat, de ritkán gondolkodnak el döntéseik logikáján. A fogyasztó viselkedésében a legszembevetőbb, hogy leggyakrabban és a neoklasszikus elméletek nyomán a vásárolt javak mennyisége azoknak az áratól, az árak változásától függ. Minden fogyasztónak megvan a maga saját, egyéni preferenciaértéke az általa vásárolt javakra.

Az emberek jóformán mindennap vásárolnak különféle javakat, de ez olyan magától értetődő számukra, hogy ritkán gondolkodnak el döntéseik logikáján.¹⁶

„Az emberek különböző preferenciákkal rendelkeznek a magánjavakra és a közjavakra vonatkozóan, és a preferenciák intenzitása is eltérő. A preferencia-kifejezési eljárások információt nyújtanak az emberek preferenciáiról annak érdekében, hogy a szűkös erőforrásokat hatékonyan lehessen elosztani.”¹⁷

A szabad magánpiacon az árak az aggregált preferenciák kifejezésének eszközei. Tájékoztatják a termelőket, hogy mik a fogyasztók preferenciái. A preferencia-kifejezési eljárásoknak a politikai piacon van jelentőségük. Az ország politikai berendezkedésétől függ, hogy milyen típusú preferencia-kifejezési eszközöket vesz igénybe. Demokráciában elvileg az összes polgár preferenciája megjelenik és számít. Az állam az emberek összessége, nem pedig egy elkülönült szerv. A demokráciában az egyéni szavazat a

¹⁴ Petrő Katalin (2007): Jövedelem – árak – optimalizálás In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 65. oldal

¹⁵ Petrő Katalin (2007): Jövedelem – árak – optimalizálás In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest, 65. oldal

¹⁶ Johnson, David B. (1999): A közösségi döntések elmélete: Bevezetés az új politikai gazdaságtanba, Osiris Kiadó, Budapest, 47. oldal

¹⁷ Johnson, David B. (1999): A közösségi döntések elmélete: Bevezetés az új politikai gazdaságtanba, Osiris Kiadó, Budapest, 121. oldal

legmegfelelőbb preferencia-kifejezési eszköz, és a fogyasztót a saját preferenciái mozgatják.¹⁸

1.5 A fogyasztói magatartást meghatározó tényezők

A vásárlói magatartás egy fontos kiindulópontja az egyéni vásárló szintje. Mi befolyásolja a fogyasztó/vásárló döntését? Mi alapján dönt? Mit vásárol, és miért azt vásárolja? Mi határozza meg a fogyasztó viselkedését?

A fogyasztó viselkedését alapvetően meghatározza a motivációja. Ez szoros összefüggésben van a szükségleteivel is, azonban minden fogyasztónál más és más a motiváció és a szükséglet is. „A motiváció az az általános kategória, amelyet a szükséglet, a szükséglet legyőzésére, valamint ezeknek a szükségleteknek a kielégítésére irányuló magatartás közötti viszony leírására használnak.”¹⁹

A motivációval kapcsolatban két kérdéskörrel foglalkozhatunk. Elsőként, hogy mi adja az erőt, energiát a viselkedés megindításához és fenntartásához, másrészt pedig, hogy milyen szükségletek elérése céljából valósul meg a motivációnk.²⁰

A motivációnak három szintje van. Az első szint a viselkedést motiválja, mint például az alapvető szükségletek. Ilyen alapvető szükségletek például az alapvető élelmiszerek kategóriája. Második szint a magatartás, amit a szükségletek és ösztönök irányítanak, ami a harmadik szinthez vezet, a célhoz. A motivációs elméletek célja az, hogy segítse a marketingszakembereket abban, hogy fel tudják mérni a fogyasztók szükségleteit, és a szükségleteik kielégítésében szerepet játszó fogyasztói magatartást és motivációt. Maslow szerint az emberi szükségleteket öt csoportba lehet sorolni. Ezek a fiziológiai szükségletek, a biztonsági szükségletek, valahová tartozás, elismerés és az önmegvalósítás. Motivációs konfliktus akkor léphet fel, ha az egyén által kitűzött cél elérése közben valamilyen akadályba ütközik. Ennek egy gyakori oka a pénzhiány lehet. A fogyasztó személyisége nagyban meghatározza, hogy milyen preferenciákkal rendelkezik, azonban minden ember más és más személyiséggel rendelkezik. A

¹⁸ Johnson, David B. (1999): A közösségi döntések elmélete: Bevezetés az új politikai gazdaságtanba, Osiris Kiadó, Budapest, 121-122. oldal

¹⁹ Hofmeister-Tóth Ágnes (1996): Fogyasztói magatartás elméletek In: Hofmeister-Tóth Ágnes-Törőcsik Mária: Fogyasztói magatartás, Nemzeti Tankönyvkiadó Rt., Budapest, 45. oldal

²⁰ Hofmeister-Tóth Ágnes (2008): A fogyasztói magatartás alapjai, Aula kiadó, Budapest 161-205. oldal

motivációból adódóan következik, hogy a fogyasztó céltudatosan viselkedik, azonban a személyisége irányítja a cél elérésében vezető úton.²¹

A fogyasztó személyisége nagyban meghatározza viselkedését. Ha rendelkezik olyan pénzmennyiséggel, amiről már belátása szerint szabadon rendelkezhet (azaz a lakásfenntartást és az esetleges törlesztőrészeket már kifizette és beszerezte az alapvető élelmiszereket, gyógyszereket stb.), akkor rajta áll, hogy lesz-e megtakarítása, vagy inkább elkölti az adott havi jövedelmét teljesen. Az is személyiségfüggő, hogy az egyén mire költi el a fennmaradó jövedelmét, szórakozásra, vagy maradandó eszközökre (elektronikai eszközök, lakásfelújítás), esetleg másra.

Az attitűd a vásárlói magatartásnak egyik fontos területe. Az attitűd közvetlen befolyással bír a fogyasztó vásárlási döntéseire. Az attitűd jelentése az, hogy az egyén a tapasztalatai révén egy olyan idegi állapotot teremt meg, ami később tudat alatt is hatást gyakorol az egyén döntéseire, így a vásárlási szokásaira is. Ez az egyén viszonyulását jelenti a különböző tárgyakhoz és csoportokhoz. Az attitűd két alapvető komponense a meggyőződés és az érték, hogy a társadalomban mit tartanak jónak és rossznak. Az attitűdnek van tárgya, azaz fókuszpontja, ami lehet egy fogalom vagy tárgy, intenzitása, azaz milyen erős az egyén kötődése, meggyőződése, és végül van struktúrája. A fogyasztói magatartást és viselkedést ezeken kívül meghatározza a kultúra, a fogyasztó családi helyzete, életkora, életszínvonala, életstílusa, iskolai végzettsége és tapasztalatai. A tapasztalatoknak fontos szerepe van a preferenciák kialakulásában, és azok berögződésében. Az életkor és a családi állapot meghatározza, hogy ki mire költ elsődlegesen, és mi másodlagos az életében.²²

Minden fogyasztó rendelkezik tapasztalatokkal, és kutatásomban is feltételezem a megkérdezettekről, hogy vásárlásaik során az évek során megszerzett tapasztalatok vezetik őket. Ez a megállapítás különösen igaz a nyugdíjasokra, akik hajlamosak lehetnek arra is, hogy mindig ugyanolyan szempontok szerint vásárolnak, és nem térnek el az általuk megszokott vásárlási szempontoktól.

Az életkor ezen kívül hajlamosabbá teheti a fogyasztót egyes termékek illetve szolgáltatások megvásárlására. Például a fiataloknál és gyermekeknél sokkal gyakoribb az édességvásárlás és a szórakozóhelyek felkeresése, azonban ez megjelenik a családok esetében is, ahol gyermekek vannak. Az idősebbeknél (nyugdíjasoknál) a gyógyszerek és

²¹ Hofmeister-Tóth Ágnes (1996): Fogyasztói magatartás elméletek In: Hofmeister-Tóth Ágnes-Töröcsik Mária: Fogyasztói magatartás, Nemzeti Tankönyvkiadó Rt., Budapest, 45-62. oldal

²² Hofmeister-Tóth Ágnes (1996): Fogyasztói magatartás elméletek In: Hofmeister-Tóth Ágnes-Töröcsik Mária: Fogyasztói magatartás, Nemzeti Tankönyvkiadó Rt., Budapest, 65-98. oldal

gyógyászati termékekre fordított nagyobb kiadások a jellemzőbbek. Mindez meghatározza egy-egy háztartás fogyasztási preferenciáit is. A családi állapot nagymértékben befolyásolja a preferenciákat. Más a fogyasztása egy egyedülálló felnőttnek, aki egyedül él egy háztartásban, más egy kétgyermekes családnak. Ebből kiindulva különböző életciklusokat határozhatunk meg: egyedülálló egyént háztartással, gyerekkel és gyerek nélkül, illetve idősebb házaspárt vagy egyedülálló idős egyént. Minden életciklushoz más vásárlói szokások és más fogyasztási preferenciák tartoznak. A fogyasztó neme is meghatározó szerepet tölthet be. Különösen jelentős a nemi hovatartozás, ha egyedülálló fogyasztóról van szó, aki saját háztartással rendelkezik, ugyanis a nők és a férfiak néhány terméket más gyakorisággal vásárolnak, és vannak olyan termékek is, amiket csak az egyik nem tagjai vásárolnak. Összességében ennek nincs nagy szerepe, de befolyásolhatja a preferenciarendszer összetételét.²³

A kutatásom nem tér ki külön a nemek szerinti bontásra a fogyasztás vizsgálatában, mivel a háztartásban feltételezhetően, általában egy férfi és egy nő él, gyerekekkel vagy gyerekek nélkül. Az életkor miatti, fogyasztásban jelentkező különbségekre és fogyasztási szerkezetekre koncentrálok a kutatásom.

1.6 Csoportelmélet

Minden csoport működését elvek szabályozzák, így például a fogyasztókat is, ha csoportként kezeljük őket. Minden fogyasztónál megjelennek a lakásfenntartási költségek (kivéve a diákoknál), amiket a szolgáltatók felé kell kifizetni. Így ezeket a költségeket tekinthetjük egy hasznos jószág megszerzésének is, ami minden fogyasztó számára hasznos. Ily módon a csoport minden tagjának érdeke ezt megszerezni, azonban az ezzel járó költségek fedezése nem csoportszinten működik, hanem egyénileg, azaz háztartási szinten.²⁴

Ennek a jószágnak a megszerzése során minden fogyasztó költségminimalizálásra törekszik, azonban minden fogyasztó háztartásában más és más az értéke, de mindenhol megjelenik. Több tényezőtől is függ ez az érték: a háztartás alapterületétől, mindennapi fogyasztási szintjétől, takarékosági intézkedésektől is, stb.

²³ Törőcsik Mária (1996): A vásárlói magatartás In: Hofmeister-Tóth Ágnes-Törőcsik Mária: Fogyasztói magatartás, Nemzeti Tankönyvkiadó Rt., Budapest, 125-141. oldal

²⁴ Olson Mancur (1997): A kollektív cselekvés logikája: Közjavak és csoportelmélet, Osiris Kiadó, Budapest

A csoportelmélet problémái közé tartozik, hogy a kis csoportokra érvényes eredmények nem feltétlenül alkalmazhatóak nagy csoportokra is. Azaz jelen esetben ez azt jelenti, hogy minden háztartás preferenciái mások, nem alkalmazhatóak általánosságban, mert sok tényező is befolyásolja azt, mint például a háztartás mérete, az ott élők száma, keresete és preferenciái.²⁵

1.7 Kilátáselmélet (Prospect Theory)

A kísérletek és kilátások című tanulmány a racionalistól eltérő magatartási mintákat vizsgálja. Kutatásomban feltételezem, hogy az általam vizsgált fogyasztók racionálisan gondolkodnak, és optimálisan döntenek, azonban előfordulhatnak ettől eltérő magatartási minták is.

„Helyes elv, hogy ne bízzunk meg túlságosan az elméletben, mielőtt a megfigyelések azt meg nem erősítették. (...) A megfigyelések eredményeiben sem kell túlzottan bízni, amíg azokat meg nem erősítette az elmélet”²⁶

Kahneman és Tversky dolgozta ki a kilátáselmélet című teóriát. A gazdasági döntések anomáliáival foglalkozó kutatás szerint, az egyre nagyobb bizonytalanságok miatt az egyének nem követik a várható hasznosságnak megfelelő magatartásmintákat. Kahneman javaslata szerint az olyan feltételezések helyett, amik logikusnak tűnnek, de ellenőrizetlenek a feltételezések, a fogyasztó valós döntéseiből kellene kiindulni, és előítéletek nélkül kellene megközelíteni az előítéletes emberi döntéseket. Mindazonáltal számos kutató bírálja ezeket az eszméket.²⁷

A tanulmány a bizonytalanság kérdéskörével és a keretezési hatással²⁸ foglalkozik. „Keretezési hatás - az a mód, ahogy egy döntési problémát megfogalmazzuk, és az a forma, ahogyan az információt adják – meghatározó hatással van az egyéni döntésekre bizonytalanság esetén (pontosabban a kockázatos helyzetekben). Nem mindegy, hogy egy

²⁵ Olson Mancur (1997): A kollektív cselekvés logikája: Közjavak és csoportelmélet, Osiris Kiadó, Budapest 13-42. oldal

²⁶ Közgazdasági Szemle, L. évf., 2003. szeptember (779-799. o.) : Hámos Balázs (ford.): Daniel Kahneman: Kísérletek és kilátások, 2003 - <http://epa.oszk.hu/00000/00017/00096/pdf/3hamori.pdf>, letöltés: 2011. ápr. 16, 1. oldal

²⁷ Közgazdasági Szemle, L. évf., 2003. szeptember (779-799. o.) : Hámos Balázs (ford.): Daniel Kahneman: Kísérletek és kilátások, 2003 - <http://epa.oszk.hu/00000/00017/00096/pdf/3hamori.pdf>, letöltés: 2011. ápr. 16

²⁸ Framing effect

–egy esemény lehetséges kimeneteleit pozitív vagy negatív formában fogalmazzuk-e meg.”²⁹

Kahneman és Tversky a keretezési hatás létezését igazolták kísérletekkel, amelyben az alanyoknak egy feltételezett járványhoz kapcsolódóan kellett választani két döntési lehetőség közül, ahol a várható hasznosság alapján nem volt különbség a két opció között. Az eredményt tekintve megállapítható volt, hogy a kísérletnek ez a része is megkérdőjelezte a várható hasznosság alapján történő döntések realitását. Ennél is érdekesebben alakult az eredmény abban az esetben, ha ugyanezt a kérdést negatív megfogalmazásban tették fel. A döntés kimenetele attól függött, hogy milyen keretbe helyezték a választási lehetőségeket, de az összes lehetőség értéke azonos volt. Keretezési hatást válthat ki, ha a kérdést megelőzően más mennyiségű információt kapnak a megkérdezett egyének, vagy más módon adják elő ugyanazt a problémát, vagy más az opciók száma, amit felkínálnak.³⁰

A keretezési hatás ezen kívül akkor is érvényesül, ha az embereket tájékoztatják, hogy biztos paraméterek alapján tudnának racionális döntést hozni, azonban az emberek mégis irracionálisan előnyben részesítik a választható lehetőségek közül azt, amely abban különbözik a másiktól, hogy pozitív keretben, nyereségként állítják azt a döntéshozó elé.³¹

„A tükrözési hatás lényege, hogy pozitív kimenetek (hasznok) esetén az emberek kockázatkerülők: arra az álláspontra helyezkednek, hogy jobb ma egy veréb, mint holnap egy tűzok. Negatív kimenetek (veszteségek) esetén ellenben kockázatkeresők. Az alternatívák közötti választásuk preferencia-sorrendjei éppen tükörképei egymásnak a negatív, illetve a pozitív keretbe helyezve.”³²

²⁹ Közgazdasági Szemle, L. évf., 2003. szeptember (779-799. o.) : Hámori Balázs (ford.): Daniel Kahneman: Kísérletek és kilátások, 2003 - <http://epa.oszk.hu/00000/00017/00096/pdf/3hamori.pdf>, letöltés:2011.ápr.16, 6. oldal

³⁰ Közgazdasági Szemle, L. évf., 2003. szeptember (779-799. o.) : Hámori Balázs (ford.): Daniel Kahneman: Kísérletek és kilátások, 2003 - <http://epa.oszk.hu/00000/00017/00096/pdf/3hamori.pdf>, letöltés:2011.ápr.16

³¹ Közgazdasági Szemle, L. évf., 2003. szeptember (779-799. o.) : Hámori Balázs (ford.): Daniel Kahneman: Kísérletek és kilátások, 2003 - <http://epa.oszk.hu/00000/00017/00096/pdf/3hamori.pdf>, letöltés:2011.ápr.16

³² Közgazdasági Szemle, L. évf., 2003. szeptember (779-799. o.) : Hámori Balázs (ford.): Daniel Kahneman: Kísérletek és kilátások, 2003 - <http://epa.oszk.hu/00000/00017/00096/pdf/3hamori.pdf>, letöltés:2011.ápr.16, 8-9. oldal

1.8 Összegzés (fogyasztói döntéssel foglalkozó elméletek)

Minden fogyasztó saját preferenciarendszerrel rendelkezik, egyéni érdekei befolyásolják, és úgy dönt, hogy az a legnagyobb összhasznot biztosítsa számára. Ezzel a feltételezéssel élek az általam megkérdezett háztartásokról és nyugdíjasokról.

Ezen kívül számos tényező befolyásolja az egyének döntését. Ilyen befolyásoló tényező a racionális gondolkodás, az egyén döntéseit korlátozó tényezők, mint például a jövedelme, továbbá befolyásolja az egyént a tapasztalata, a megszokás, a motivációja, a személyisége is. Kutatásom szempontjából a legmeghatározóbb tényező az életkor, ami alapján párhuzamot állítok és különbséget vonok le a két megkérdezett csoport között. Ez alapján szétválaszthatjuk a háztartások és a nyugdíjasok életvitelére jellemző szokásokat.

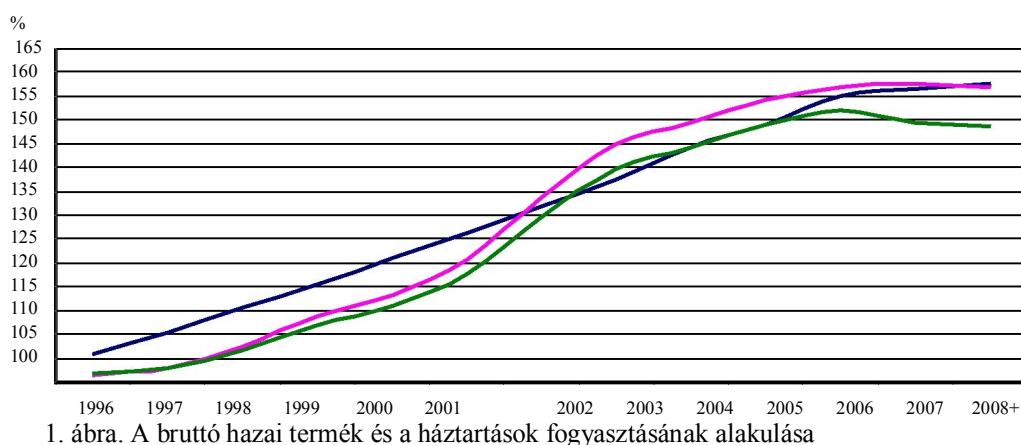
2. FOGYASZTÓI DÖNTÉSEK ÉS AZ AZOKAT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

A második fejezetben Magyarország, illetve az Európai Unió egy-egy nagy statisztikai adattáblájából, a KSH kiadványokból és az EUROSTAT táblázataiból böngészve emelem ki számomra a témakör szempontjából legfontosabbnak tűnő összefüggéseket és idősoros adatokat. A primer kutatásom szempontjából a legjelentősebb a háztartások fogyasztását termékcsoportokra bontó táblázat. A témakör kellő áttekintéséhez viszont egyéb számsorok is szükségesek a bruttó hazai termék alakulásától a lakásfenntartás költségeinek növekedési üteméig.

2.1 A háztartások fogyasztása és a bruttó hazai termék kapcsolata

Mint ismert, a nemzeti számlák legfontosabb mutatószáma a GDP (bruttó hazai termék). Ennek felhasználási területe a háztartások fogyasztása, aminek számítása makroszinten a nemzeti számlák összeállításának keretében készül. A háztartások fogyasztásán belül elkülöníthetjük a háztartások fogyasztási kiadását és a természetbeni társadalmi juttatásokból származó fogyasztást. „A háztartások fogyasztási kiadása a rezidens háztartások egyéni szükségleteik közvetlen kielégítésére felhasznált termékekre és szolgáltatásokra fordított kiadásait tartalmazza.”³³

A bruttó hazai termék és a háztartások fogyasztásának alakulása, 1995=100%



³³ <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/haztartas/haztartas08.pdf>, letöltve: 2011. április 06., 2. oldal

Forrás: KSH 2010. februári A háztartások fogyasztását érintő internetes kiadványa - <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/haztartas/haztartas08.pdf> , letöltve: 2011. április 06., 2. oldal

Az 1. ábrán a kék vonal a bruttó hazai termék alakulását, a rózsaszín vonal a háztartások fogyasztási kiadását, a zöld vonal a háztartások fogyasztását mutatja. Az 1990-es évek közepétől 2002-ig a GDP meghaladta a háztartások fogyasztásait, azonban az egyre csökkenő különbség fordított előjelűvé vált. Az azonos pályáiv után 2006-tól visszaállt a 8-10 százalékpontos differencia a bruttó hazai termék javára.

„A bruttó hazai termék felhasználásnak döntő hányadát a háztartások fogyasztása teszi ki. Ez az arány nem változott számottevően az elmúlt 13 évben: 63 és 67 % között alakult, tükrözve a fogyasztás növekedésében bekövetkezett ingadozásokat.”³⁴

2.2 A háztartások fogyasztása termékcsoporthoz szerint (az adatok %-ban értendők)

(%)

Termékcsoporthoz	1995 EU- 27	1995 Magyarország	2006 EU- 27	2006 Magyarország	2008 Magyarország
01. Élelmiszerek és alkoholmentes italok	14,5	23,3	12,7	16,8	17,5
02. Szeszes italok, dohányárúk és kábítószer	3,7	8,5	3,5	8,8	9,9
03. Ruházat és lábbeli	6,8	4,9	5,7	3,4	3,3
04. Lakásszolgáltatás, víz, villamos energia, gáz és egyéb tüzelőanyag	20,7	17,3	21,9	18,7	19,3
05. Lakásberendezés, lakásfelszerelés, rendszeres lakáskarbantartás	7,1	6,9	6,2	6,3	5,5
06. Egészségügy	3,2	2,7	3,4	3,6	3,4
07. Közlekedés és szállítás	13,2	12,1	13,6	16,0	15,5
08. Hírközlés	1,9	1,9	2,7	4,2	3,9
09. Szabadidő és kultúra	9	7,7	9,4	7,8	7,4
10. Oktatás	0,9	1,3	1,0	1,3	1,1
11. Vendéglátás és szálláshely-szolgáltatás	8,2	4,8	9,0	5,1	5,1

³⁴ <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/haztartas/haztartas08.pdf> , letöltve: 2011. április 06., 2. oldal

12. Egyéb termékek és szolgáltatások	10,8	8,6	10,8	8,0	8,0
--------------------------------------	------	-----	------	-----	-----

1. táblázat. A háztartások fogyasztása termékcsoporthoz szerint

Forrás: Saját szerkesztés a KSH 2010. februári A háztartások fogyasztását érintő internetes kiadványa alapján, <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/haztartas/haztartas08.pdf>, letöltve: 2011. április 06., 5. oldal

A háztartások fogyasztását meghatározza annak rendelkezésére álló jövedelmi szintje. A háztartások kiadásait rendeletetés szerint termékcsoporthoz lehet sorolni.

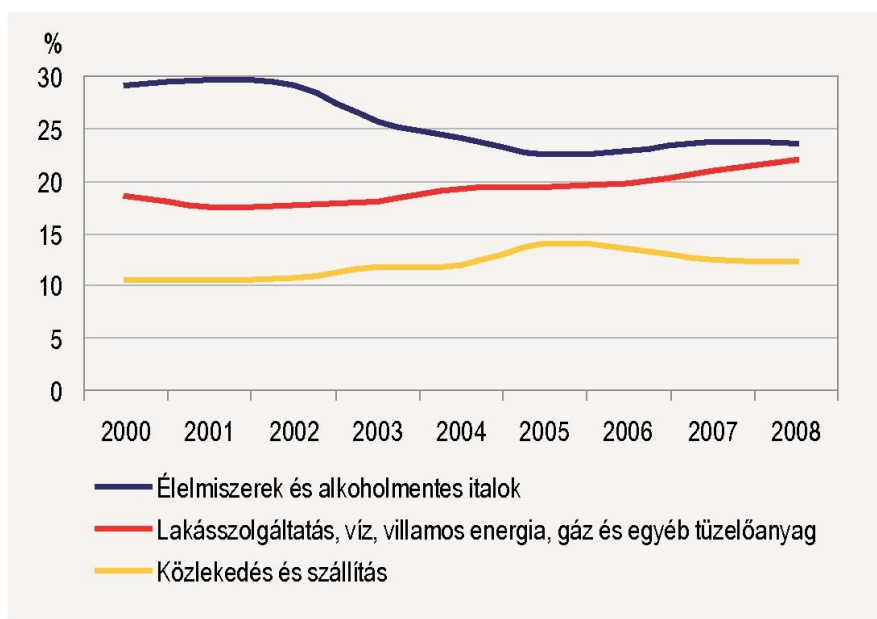
Az 1. táblázatban a hazai fogyasztási szerkezetet tekintve megállapíthatjuk, hogy Magyarországon a legtöbbet élelmiszerre, lakásszolgáltatásra és közlekedésre költenek a háztartások, akárcsak az EU-27 (az Európai Unió jelenlegi 27 tagállama) országaiban. 1995-ben még az élelmiszerre fordított kiadások voltak a legjelentősebbek, 2008-ra pedig a lakásszolgáltatással kapcsolatos kiadások tették ki a háztartások költségeinek a legnagyobb százalékát, az EU-27 országainak átlagát tekintve is. A legkisebb kiadások az egészségügy, a hírközlés és az oktatás terén voltak, aminek fő oka az állam nagymértékű újraelosztó szerepében keresendő ezeken a területeken, „azaz a természetbeni társadalmi juttatásokként elszámolt egészségügyi és oktatási szolgáltatások nyújtása a lakosságnak.”³⁵

A magyar és az EU-27 országainak fogyasztási szerkezete között a legnagyobb eltérés a szeszes italok, dohányárut és vendéglátás terén van. Magyarországon a kiadások 8,5-8,8 %-át fordították erre, az EU-27 országaiban pedig a kiadások 3,5-3,7 %-át. A vendéglátást szemlélve megállapíthatjuk, hogy itt éppen fordított a helyzet: Magyarországon a kiadások 4,8, illetve 5,1 %-át teszi ki ez a kategória, míg az EU-27 országaiban ez az arány pedig 8,2, illetve 9 %. Ennek az eltérésnek több oka lehet. Ebből az egyik lehetséges magyarázat az lehet, hogy az EU-27 országaiban az emberek inkább a vendéglátóhelyeken fogyasztanak szeszes italt és dohányárut.³⁶

³⁵ <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/haztartas/haztartas08.pdf>, letöltve: 2011. április 06., 5. oldal

³⁶ <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/haztartas/haztartas08.pdf>, letöltve: 2011. április 06.

Néhány jelentősebb fogyasztási csoport részesedésének alakulása az egy főre jutó éves fogyasztási kiadáson belül, 2000-2008.



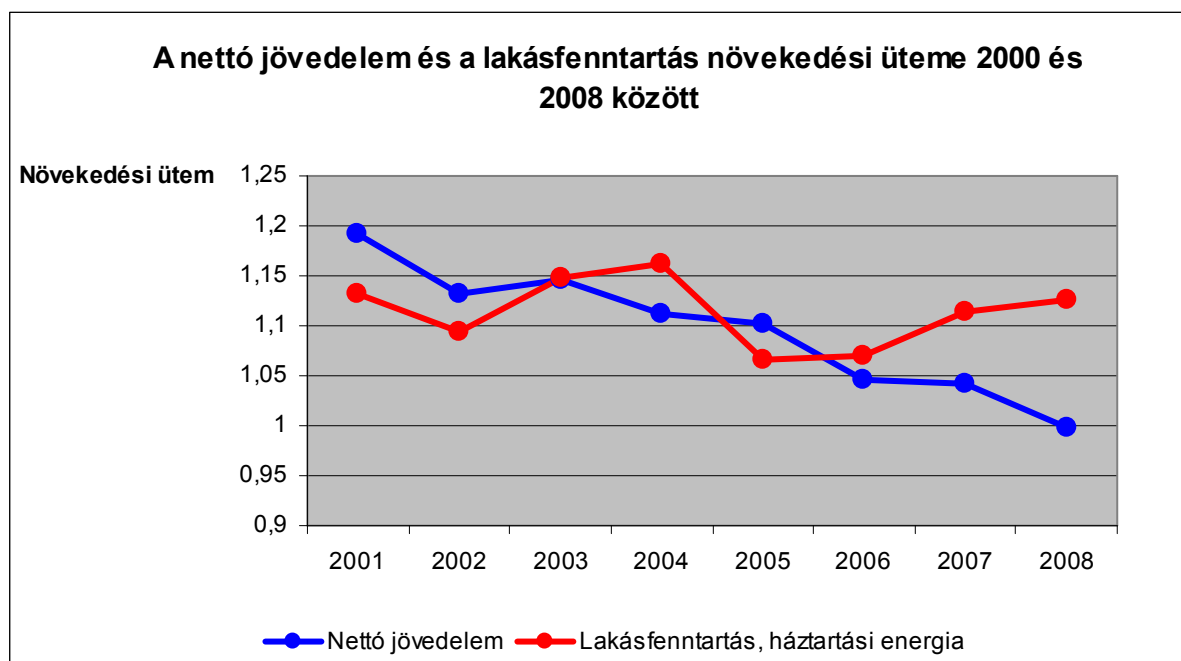
2. ábra. Néhány jelentősebb fogyasztási csoport részesedésének alakulása

Forrás: KSH 2008. évi Statisztikai tükör IV. évfolyam 56. szám: Háztartás-statisztikai adatok, 2010 – <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/stattukor/haztfogy/haztstat08.pdf>, letöltve: 2011. április 06., 3. oldal

Ahogy a 2. ábrán látható, az élelmiszerek és alkoholmentes italok csoportja az összes kiadás közel 30 %-át tette ki 2000-től 2002-ig, majd 2008-ra folyamatos csökkenés mellett közel 25 %-os szinten állt meg. (2. ábra) A lakásszolgáltatás, víz, villamos energia, gáz és egyéb tüzelőanyag százaléka enyhe emelkedést mutatott, míg a közlekedés és szállítás nagyjából stagnált. Az élelmiszerek csoportjának százalékos csökkenése ellenére még mindig a legnagyobb kiadási százalékot jelenti a háztartások többségében. A növekvő energiaárak pedig még nagyobb tehet rónak a háztartások költségvetésére.

2.3 A nettó jövedelem és a lakásfenntartási költségek alakulása

A 3. ábrán a magyarországi átlagos nettó jövedelem és az összes lakásfenntartási költség (víz, gáz, villamos energia, bérleti díj, stb.) növekedési ütemét mutatja az ezredforduló óta eltelt időszakban. A lakásfenntartás, ahogy az előző diagramból már láttuk, a legjelentősebb fogyasztási kiadások közé tartozik. Ezért különösen fontos értékének alakulása és változása a rendelkezésre álló jövedelem függvényében.



3. ábra. A nettó jövedelem és a lakásfenntartás növekedési üteme

Forrás: Saját szerkesztés a KSH adatai alapján

http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_zhc006.html , megtekintve: 2011. április 16.

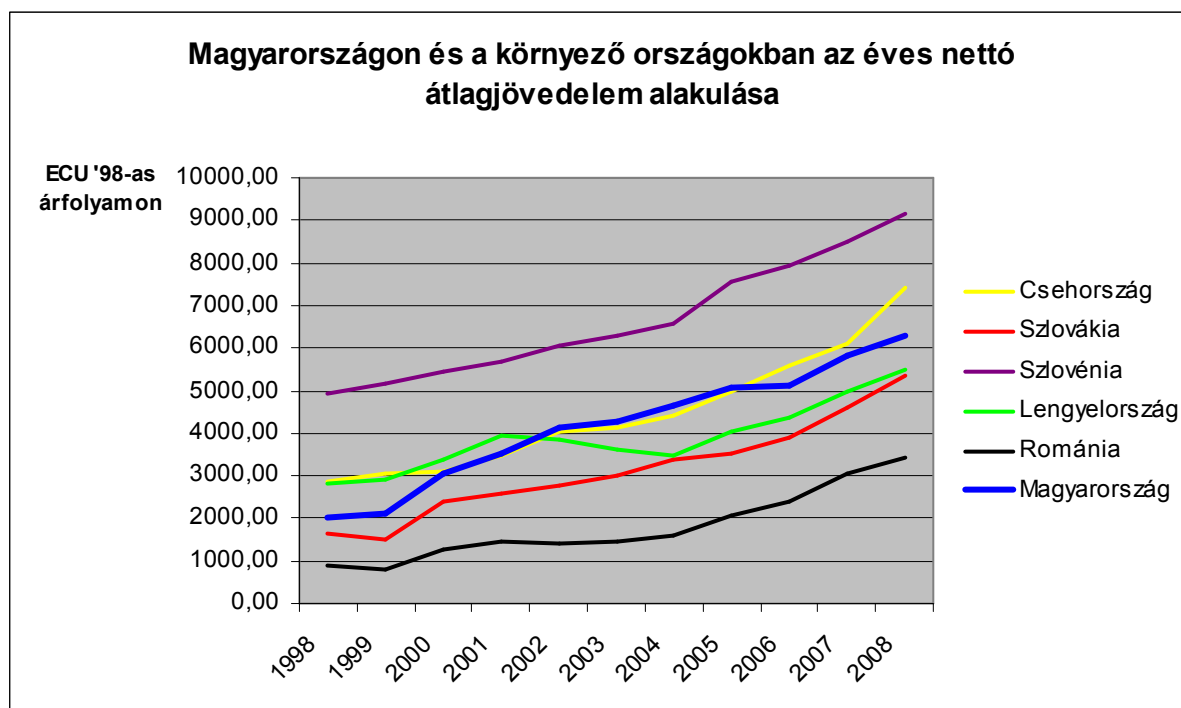
http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_zhc004.html , megtekintve: 2011. április 16.

Látható, hogy az energiaárak növekedési üteme hullámzó, 2008-ban megközelítőleg a 2001-ben tapasztalt emelés érte a magyar háztartásokat, de közben rapszodikus pályát írt le a görbe. Ezzel szemben a nettó jövedelem a 2002-es jelentős közalkalmazotti béremelést leszámítva egyre csökkenő ütemben nőtt – ráadásul 2008-ban már kevesebb pénzből lehetett gazdálkodni, mint egy évvel korábban. Az energiaárak szinte folyamatos növekedése évről évre komolyabb terheket ró a háztartásokra – az ábrán látható, hogy az időszak végére 13 százalékosra nőtt a növekedési ütemekben jelentkező különbség.

2.4 Lehetőségeink a környező országokhoz viszonyítva

A visegrádi országok mellett Romániát és Szlovéniát vettem bele abba a számításba, amelyet szeretnék megmutatni az egyének jövedelem adta lehetőségeit illetően. A 4. ábrán látható, hogy 1998-ban a hat ország közül a 4. volt hazánk a rangsorban, míg 2008-ban Szlovénia mellett már csak Csehország állt előttünk. A gazdasági válság kitöréséig ezek az országok közel azonos pályát futottak be, viszont Lengyelországban a 2000-es évek elején bizonyos fokú hanyatlást figyelhetünk meg. Szlovénia kiemelkedés tehát nem

csak a jugoszláv utódállamok között szembetűnő, de az egész régiót tekintve is irigylésre méltó helyzetben van. (Az EU-27 és Ausztria adataival kiegészült táblázatot az első számú mellékletben láthatjuk.)



4. ábra. Magyarországon és a környező országokban az éves nettó átlagjövedelem alakulása

Forrás: Saját szerkesztés az EUROSTAT adatai alapján

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=earn_nt_net&lang=en, megtekintve: 2011. április 16.

2.5 Összegzés (fogyasztói döntések és az azokat befolyásoló tényezők)

A Magyarországon tapasztalt fogyasztási szerkezetek mutatnak hasonlóságot az EU-27 átlagát tekintve, azonban néhány lényeges ponton eltérés tapasztalható. Ezek az eltérési pontok a szeszes italok és dohányárak, valamint a vendéglátás terén jelentkeznek.

A háztartások kiadásaiban a 3 legnagyobb súllyal és százalékkal megjelenő kiadás az alapvető élelmiszerekre és alkoholmentes italokra, a lakásszolgáltatás, víz, villamos energia, gáz és egyéb tüzelőanyagra, valamint a közlekedés és szállításra fordított költségek.

2001 és 2008 között az energiaárak növekedési üteme hullámzó, azonban a nettó jövedelem egyre csökkenő ütemben nőtt. Az energiaárak folyamatos emelkedése egyre nagyobb terheket ró minden fogyasztóra.

3. FOGYASZTÓI DÖNTÉSEK ÉS PREFERENCIÁK

Dolgozatom harmadik fejezetében a kérdőíves kutatásom kiértékelését végzem el. A fogyasztói szokásokat, választásokat diagramokban és táblázatokban mutatom be, amelyek meglátásom szerint megfelelőek egyfajta általános magyarországi preferenciarendszer leírásához. Ahogy már említettem, a vizsgálatot két csoportban végeztem. 80-an adtak választ 25 év feletti felnőttek a saját háztartásuk fogyasztásával kapcsolatban. 31 kérdőív a nyugdíjasok azon döntéseit taglalja, amelyek az ő meglévő jövedelmük felhasználásával kapcsolatosak.

A két, anyagi helyzetében, életkorban egymástól élesen elkülönülő csoporttól kapott válaszokat egyrészt a csoportokon belül, másrészt azokat egymással összevetve elemzem.

A válaszoló háztartások

A háztartások fogyasztási preferenciáinak vizsgálatára a 2. számú mellékletben látható kérdőívet állítottam össze. Összesen 19 kérdésre vártam a válaszokat, melyek a legfőbb kiadások gyakoriságára, a háztartás kiadásaiban betöltött súlyára, továbbá a vásárlások alkalmával befolyásoló tényezőkre koncentráltak. A kérdőívet kitöltők helyzetét a jövedelmi helyzet alapján úgy állapíthatom meg, hogy 6-an voltak, akiknél a háztartásuk egy főre jutó havi nettó jövedelem 31-50 ezer forint közé esik, 28-an, akiknek 51-80 ezer forint közé, 18-en, akiknek 81-100 ezer forint közé és 12-en, akiknek 101-120 ezer forint közé esik, míg 16-an havonta több mint 121 ezer forintból gazdálkodhatnak egy főre vetítve. A megkérdezett háztartások felnőtt tagjainak átlagéletkora 47,9 év. Az iskolázottságot tekintve döntően minimum középfokú végzettséggel rendelkezők alkotják a megkérdezettek körét.

A válaszoló nyugdíjasok

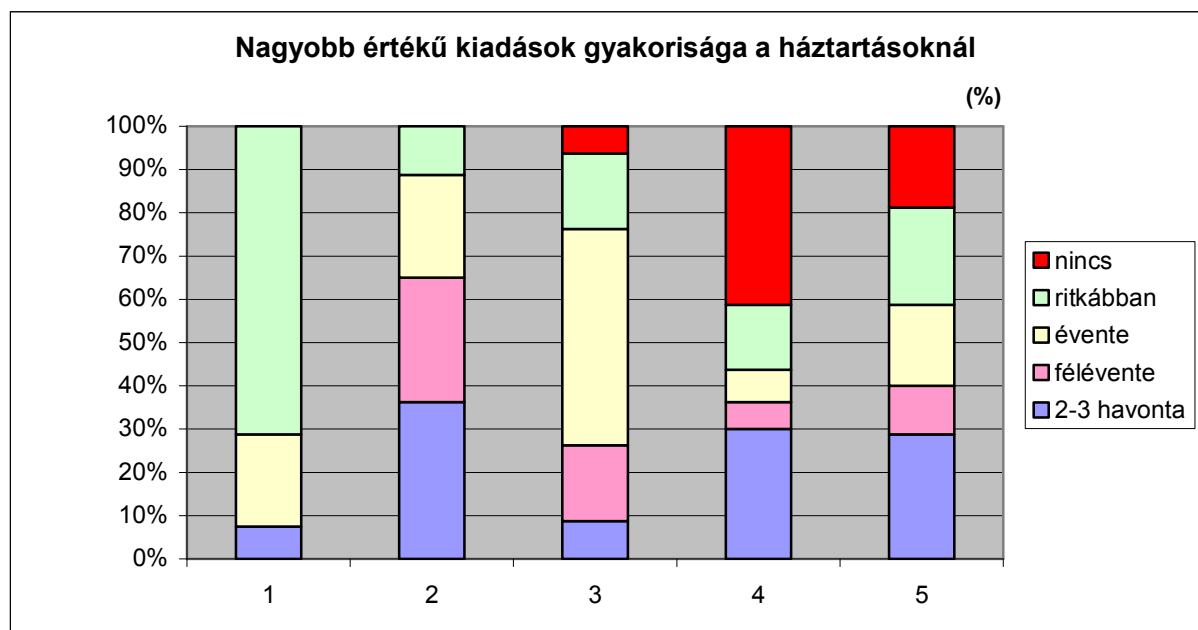
A nyugdíjasok pénzköltési szokásainak felmérésére, a különböző termékek vásárlásakor felmerült tényezők vizsgálatára ugyanaz a kérdőív szolgált, mint a háztartások esetében. Az összes válaszadó 60 év feletti, átlagéletkoruk 68,4 év. Az egy főre jutó havi nettó jövedelem alapján 1 nyugdíjas rendelkezik havonta 30 ezer forintnál kevesebb összeggel, 5-en vannak, akiknek a jövedelme 31-50 ezer forint közé, 14-en,

akiknek 51-80 ezer forint közé, 9-en, akiknek 81-100 ezer forint közé, 2-en, akiknek 101-120 ezer forint közé esik a jövedelme és nincs olyan válaszoló nyugdíjas, akinek a havi jövedelme 121 ezer forint felett van.

3.1 A vásárlásokkor felmerülő fogyasztói döntések és hátterük

A háztartások döntéseinek elemzését azzal a kérdéskörrel kezdem, hogy bizonyos, általában az egész háztartást, családot érintő, nagyobb összegbe kerülő termékeket és szolgáltatásokat milyen gyakorisággal vásárolnak, illetve vesznek igénybe. Azt is mértem, hogy mennyit költenek a háztartások az egyes termékekre, illetve szolgáltatásokra. Ezen kívül arra is kíváncsi voltam, hogy a háztartások (illetve a nyugdíjasok) milyen gyakran és mennyit költenek sporteszközökre, hobbicikkekre, illetve háziállatokra. (5. ábra)

Nagyobb értékű kiadások gyakorisága a háztartásoknál (1-Televízió és egyéb szórakoztatóelektronikai termékek, 2-Új, minőségi ruházati termékek, 3-Családi utazás, kirándulás, 4-Kiemelkedő szabadidős tevékenységek, 5-Sporteszközök, hobbicikkek, háziállatok)



5. ábra. Nagyobb értékű kiadások gyakorisága a háztartásoknál
Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

Az öt megadott csoport (televízió és egyéb szórakoztatóelektronikai eszközök; új, minőségi ruházati termék; családi utazás, kirándulás; kiemelkedő szabadidős tevékenységek, sporteszközök, hobbicikkek, háziállatok) természeténél fogva eltérő

gyakorisággal jelenik meg a háztartások vásárlásaiban. A szórakozást szolgáló termékeket a túlnyomó többség többéves időközönként vásárolja (több válaszadó jelezte, hogy új vásárlását csupán a régi készülék elromlása esetén tervezné). Félévente vagy 2-3 havonta a válaszadók 8%-a vásárol ebbe a kategóriába tartozó termékeket. Átlagosan évente 37 ezer Ft-ot, vagy többéves időközönként átlagosan 64 ezer Ft-ot költenek a megkérdezettek szórakoztatóelektronikai termékekre. Ettől az átlagos adattól a 80 válaszoló háztartás közül kiemelkedően 22 háztartás tér el, akik többéves időközönként 100 ezer Ft felett költenek erre a termék kategóriára. 200 ezer Ft felett csak 4 háztartás szerepel, azonban ezek a kiemelkedő adatok nem meglepőek, ugyanis magasabb jövedelmi kategória tartozik hozzájuk.

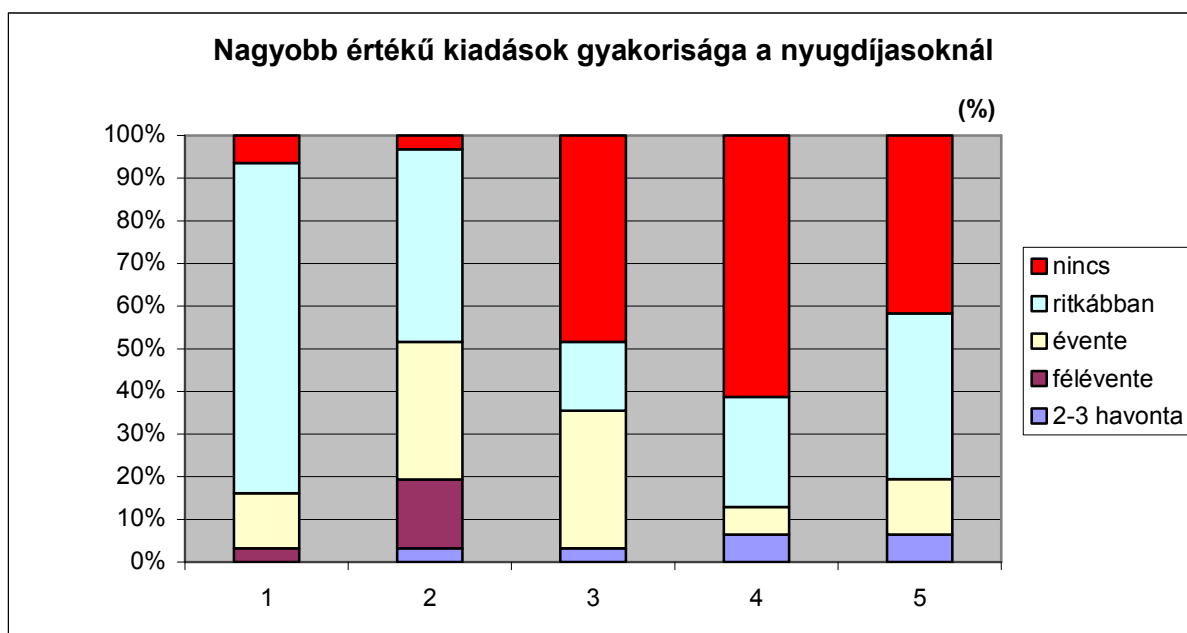
Minőségi ruhára a legtöbben 2-3 havonta, félévente, vagy évente költenek, átlagosan 17 ezer Ft-tól 26 ezer Ft-ig, míg a családi utazás, kirándulás kérdése a megkérdezettek felénél évente merül fel a háztartásokban. Családi utazást a válaszoló háztartások 6%-a nem engedheti meg magának, vagy nem érdekelt ebben a kategóriában. Jellemző, hogy évente, átlagosan 120 ezer Ft-ot költenek nyaralásra a megkérdezettek, kirívó esetben évente 200-500 ezer Ft-ig is terjedhet ez az összeg, ez azonban csak a megkérdezettek 10%-ára igaz. Megjegyzendő, hogy a családi utazások a megkérdezett háztartások esetében megmaradtak a „klasszikus” jellegűknél: azaz évi egyszeri alkalommal, általában nyáron kerítenek sort egy nagyobb volumenű üdülésre.

A kiemelkedő szabadidős tevékenységek gyakorisága megoszlik, azonban itt a legtöbben 2-3 havonta költenek erre (például színház, nagykoncertek, stb.). A háztartások 41%-a, azaz 33 megkérdezett nem vesz igénybe ilyen szolgáltatásokat, amiből következtetni lehet arra, hogy esetleg jobban preferálják a kiemelkedő szabadidős tevékenységek helyett a családi utazásokat és kirándulásokat.

A sporteszközökre, a hobbicikkekre és a háziállatokra fordított kiadások azért tartoznak egy kategóriába, mert jellemzően ezek azok a kiadások, amik a fogyasztó saját szórakozását, hobbiját elégítik ki. A kiadások gyakorisága ebben a kategóriában oszlik meg a legjobban, 29%-a a háztartásoknak 2-3 havonta költ, 19%-a viszont nem költ sporteszközökre, hobbicikkekre vagy háziállatokra. A leggyakoribb kiadási tételt a háziállatokra fordított költségek teszik ki. Nem vonható párhuzam a háztartások havi, egy főre jutó nettó jövedelmének nagysága és aközött, hogy költenek-e erre a kategóriára, azonban az megfigyelhető, hogy aki magasabb jövedelemmel rendelkezik, az többet tud költeni, és többet is költ hobbicikkekre.

A nyugdíjasok döntéseit is elemzem ebben a kérdéskörben, azonban itt eltérő eredményekkel találkoztam, mint a háztartások esetében.

Nagyobb értékű kiadások gyakorisága a nyugdíjasoknál (1-Televízió és egyéb szórakoztatóelektronikai termékek, 2-Új, minőségi ruházati termékek, 3-Családi utazás, kirándulás, 4-Kiemelkedő szabadidős tevékenységek, 5-Sporteszközök, hobbicikkek, háziállatok)



6. ábra. Nagyobb értékű kiadások gyakorisága a nyugdíjasoknál
 Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

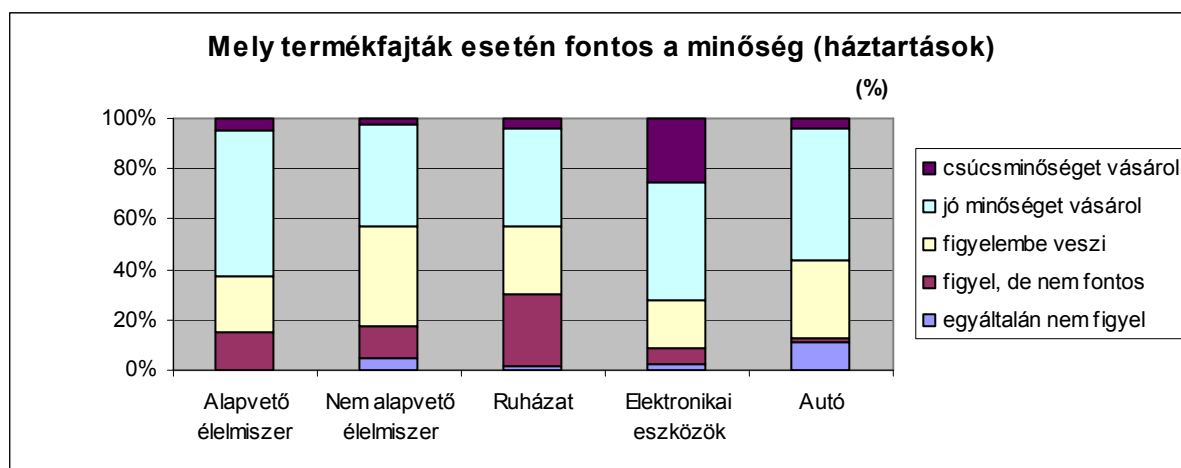
Szórakoztatóelektronikai eszközöket a nyugdíjasok is szintén csak többéves időközönként vásárolnak, annak elromlása esetén, azonban itt már a válaszadók 6%-a jelezte, hogy nem tervez ilyen eszközöket vásárolni a közeljövőben. Az erre fordított pénzüsszegek nagysága is alacsonyabb, mint a háztartásoknál, ami nem meglepő, tekintetbe véve az átlagosan alacsonyabb bevételt. Minőségi ruhára a legtöbben évente vagy többéves időközönként költenek, ami sokkal ritkább, mint a háztartások esetében.

Családi utazás, kirándulás a nyugdíjasok körében nem jellemző, 48%-uk nem szokott többnapos nyaralásra menni, azonban van 1-2 kivétel is. A 31 válaszadóból kettő jelezte, hogy évente 50 ezer Ft-ot, és szintén két kitöltő jelezte, hogy 70 ezer Ft-ot költ nyaralásra. Természetesen az ő havi, egy főre jutó nettó jövedelmük magasabb az átlagnál, és nincs eltartott sem a háztartásukban. A kiemelkedő szabadidős tevékenységeken való részvétel még kevésbé jellemző a válaszoló nyugdíjasokra, mint a válaszoló háztartásokra. 61%-uk nem vesz igénybe ilyen jellegű szolgáltatásokat, és 26%-

uk veszi igénybe többéves időközönként. Ebből megállapítható, hogy a nyugdíjasok életvitele már kevésbé aktív, mivel kevésbé jellemző rájuk a többnapos kirándulás, illetve nyaralás, és a szabadidős tevékenységeken való részvétel is. Ennek oka egyrészt az alacsonyabb jövedelem, illetve a vélhetően rosszabb egészségi állapot. Ahogy a válaszoló háztartásokra jellemző volt, úgy a válaszoló nyugdíjasokra is jellemző, hogy háziállatokat tartanak, azonban a nyugdíjasok kevesebbet és ritkábban költenek rájuk. 40%-uk többéves időközönként költ erre a kategóriára, de 41%-uk egyáltalán nem költ sem hobbicikkekre, sem háziállatokra.

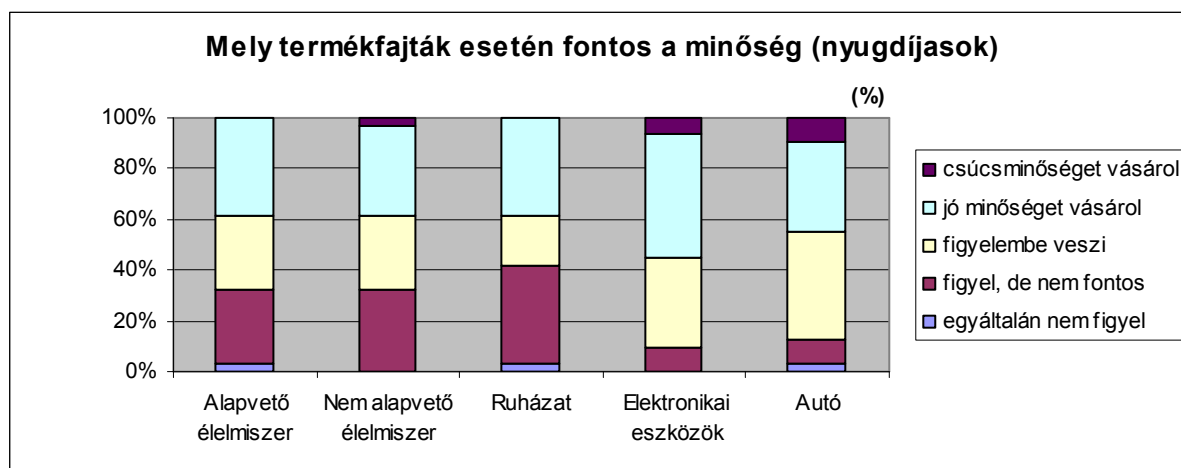
Az adatok alapján úgy vélem, hogy a háztartások esetében van igény többnapos, családi nyaralásokra, azonban ezt nem engedheti meg magának minden háztartás, és azok körében is nagy a nyaralásra fordított pénzösszegek különbsége, akik megengedhetik maguknak. Fontos, hogy a válaszadó nyugdíjasok közel fele nem képes vagy szándékozik finanszírozni családi utazást.

Fogyasztói elvárások néhány termék kategória esetén (1-alapvető élelmiszer, 2-nem alapvető élelmiszer, 3-ruházat, 4-elektronikai eszközök, 5-autó)



7.ábra. A minőség fontossága néhány termék kategória esetén (háztartások)

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján



8.ábra. A minőség fontossága néhány termék kategória esetén (nyugdijasok)
 Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

A háztartások tagjai, akár több évtizedes tapasztalattal, a vásárlások alkalmával különböző szempontokat mérlegelnek abban a tekintetben, hogy mely termékeket válasszák. A nyugdíjasok még több tapasztalattal rendelkeznek, azonban néhány termék kategóriát nem ismernek, vagy nem is érdekeltek benne. Választást befolyásoló tényező a márka, hiszen egy-egy termék fajta esetén napjainkban már a legtöbb esetben több tíz közül választhatunk. Milyen arányban figyelik a termékek márkajelzéseit és az amögött lévő minőséget a megkérdezett háztartások és nyugdíjasok?

A 7. és a 8. ábrán láthatjuk, hogy a márkának a legfontosabb szerepe az elektronikai eszközök és az autó terén van. A válaszadók itt a vélhetően garantált minőséget helyezik előtérbe, mind a háztartások, mind a nyugdíjasok esetében. Ennek egyik oka valószínűleg az, hogy az elektronikai termékekkel szemben van az emberekben egyfajta bizalmatlanság, amit a minőség előtérbe helyezésével kívánnak kiküszöbölni. Közepes fontossággal bír a minőség és a márka a nem alapvető élelmiszerek és a ruházat terén. Szembetűnő, hogy a két válaszadói csoport megközelítőleg hasonlóan vélekedik a márka és a minőség kérdéskörében. Az élelmiszerek, az elektronikai eszközök és az autók terén a háztartások valamivel fontosabbnak tartják a megbízható márkák választását.

A 2. táblázat már azt mutatja, hogy a háztartások és a nyugdíjasok számára a különböző termék kategóriák vásárlása esetén melyek a legfontosabb szempontok. Ezen szempontok alapján döntenek az adott termékfajta belüli lehetőségek között.

A harmadik táblázatban olyan termékcsoportok (illetve egy szolgáltatás) szerepelnek, amelyek a legtöbb esetben éveken át a fogyasztók rendelkezésére állnak. Az első két oszlopban az „eladótól”, az utolsó két oszlopban a terméktől való elvárások

láthatóak. A több éves használat miatt értelemszerű, hogy a válaszok jelentős hányadában a megkérdezettek a hosszú távú megbízhatóságot jelölték meg, mint legfőbb mérlegelési szempontot. Ennek ellenére nem mondható, hogy a táblázat ne tartalmazna egyéb információkat.

	alacsony ár	garancia	hosszú távú megbízhatóság	minőség
Háztartások				
háztartási gépek	5%	5%	46%	44%
lakberendezési eszközök	15%	8%	35%	43%
szórakoztatóelektronikai eszközök	18%	1%	15%	66%
ruházat	18%	1%	15%	66%
internetszolgáltatás	15%	3%	45%	38%
autó	10%	4%	55%	31%
Nyugdíjasok				
háztartási gépek	16%	19%	35%	29%
lakberendezési eszközök	10%	10%	35%	45%
szórakoztatóelektronikai eszközök	19%	6%	42%	32%
ruházat	23%	0%	23%	55%
internetszolgáltatás	10%	0%	13%	10%
autó	23%	3%	51%	23%

2. táblázat. Termékkategóriák esetén a legfontosabb szempontok

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

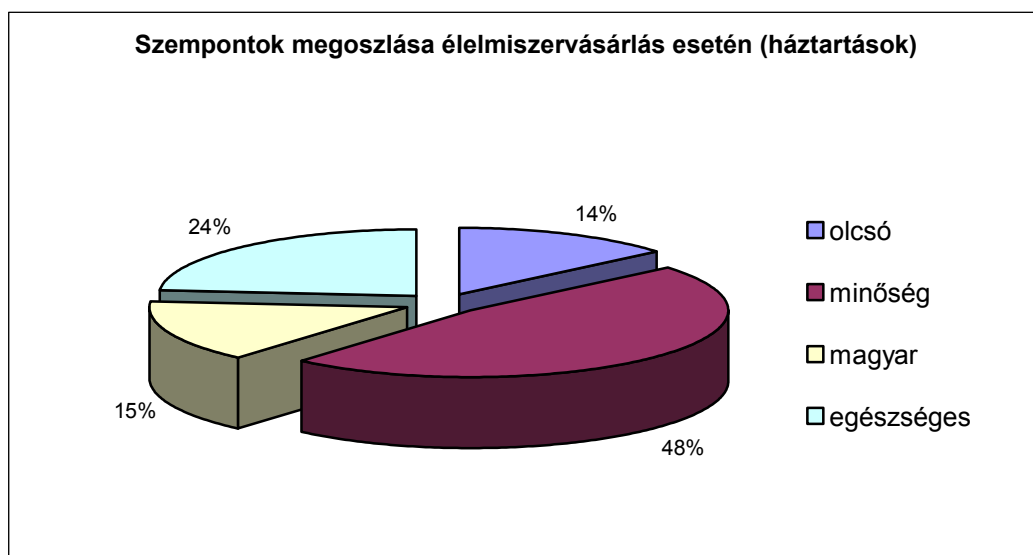
Meglepő például számomra, hogy a háztartási gépek esetén mennyire háttérbe szorult a garancia, hiszen az emberekben alapvetően van egyfajta aggodalom a műszaki cikkek esetén. Meg kell jegyezni azonban, hogy a megkérdezett nyugdíjasok körében már nagyobb súlya van a garanciának és az alacsony árnak is. (Ez később a szórakoztatóelektronikánál is előkerül.) A lakberendezési eszközök esetén a minőség megelőzte a megbízhatóságot – amíg a két szempont értelmezése itt a termék szempontjából szorosan összefügghet, addig a vásárló szempontjából akár élesen el is különülhet. A megközelítőleg egyenlő eredmény mutatja, hogy hasonló arányban szeretnének a háztartások évtizedekig álló bútorokat, valamint egyediséget otthonukba. A szórakoztatóelektronikai eszközöknél legtöbb esetben a minőség és a hosszú távú megbízhatóság fordult elő válaszként. A ruháznál adott eloszló válaszok jól mutatják, hogy az emberek eltérően értékelnek. Vannak, akik nem szeretnek vagy tudnak sokat költeni erre, és talán egyfajta szükséges rossznak is tekintik a ruhavásárlást – ezzel szemben egy csoport inkább azt választja, hogy hosszú évekig viselhesse ugyanazt a darabot. A válaszadók mintegy 50%-a mégis a minőséget emelte ki. Az autó kérdésében a hosszú távú megbízhatóság dominál, ami azt mutatja, hogy az emberek, ha autóvásárlásra szánják el magukat, akkor mindennél fontosabb az, hogy hosszú évekig tudják használni az általuk választott gépjárművet. Az alacsony ár itt is fontos szempont a nyugdíjasok körében.

A szórakoztatóelektronikai eszközök esetén láthatunk egyedül különbséget a két válaszadói csoport között – itt viszont elég élesen kirajzolódik a generációk közötti eltérés. A háztartások esetében a hosszú távú megbízhatóság háttérbe szorul a minőség mellett – a ruházathoz hasonlóan fontos szempont az alacsony ár. A nyugdíjasoknál viszont a megbízhatóság megelőzi a minőséget, mivel (néhány kivételtől eltekintve) ők már nem szeretnék újabb szórakoztatóelektronikai eszközöket vásárolni, csak akkor, ha a régi készülék elromlott és használhatatlan. Az internetszolgáltatás terén nem összehasonlítható a két megkérdezett csoport, mivel a nyugdíjasok 68%-a nem rendelkezik internet előfizetéssel (ezért csak 32% válaszolt erre a kérdésre). A háztartások esetében az internetszolgáltatással szembeni elvárás, hogy minőségi legyen és megbízható.

A legtöbb ember számára a hosszú távú megbízhatóság és a minőség a fontos, de az alacsony ár is átlagosan 13-17%-ban fontos, a garancia viszont csak 5%-ban az összes termékkategóriában, mind a háztartások, mind a nyugdíjasok szempontjából.

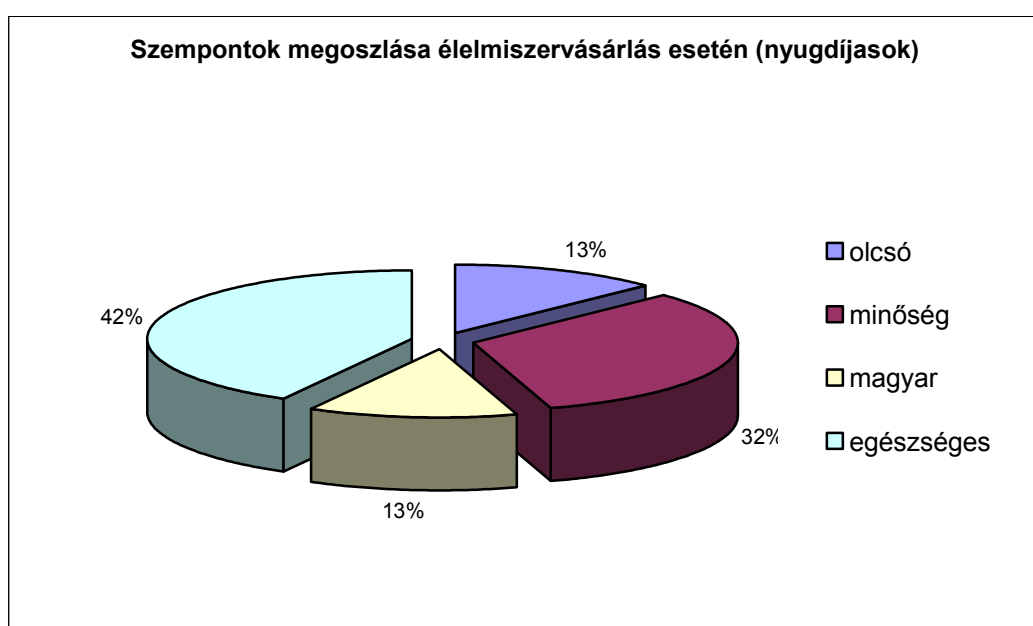
Új elemek az élelmiszervásárlást befolyásoló döntésben

A XXI. század elején robbanásszerűen megnövekedett a különböző bevásárlóközpontok, kiskereskedelmi áruházak száma Magyarországon. Az ún. hipermarketek óriási választékkal várják a vásárlókat, a világ minden tájáról importált termékekkel. Új trendek és termékcsoportok jelentek meg ezzel egyidejűleg. Kérdőívemben négy ehhez kapcsolódó témakörben kerestem a választ. Egyrésztől mennyire fontos a háztartások és a nyugdíjasok számára, hogy magyar termékekhez jussanak – akár a külföldről érkező élelmiszerek iránti bizalmatlanság, esetleg a magyar gazdaság, termékek egyfajta védelme miatt, vagy bármely egyéb indokból. A másik kérdés az egészséges életmóddal függ össze: mennyire figyelnek a magyar fogyasztók arra, hogy bioélelmiszereket vásároljanak? Ezen felül arra is kíváncsi voltam, hogy a megkérdezettek mit tartanak a legfontosabbnak élelmiszervásárlás esetén, és mennyire törekszenek arra, hogy megfelelő mennyiségű egészséges élelmiszert fogyasszanak.



9. ábra. Élelmiszervásárlási szempontok a háztartásoknál
 Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

Ennél a kérdésnél arra voltam kíváncsi, hogy a válaszoló háztartások és nyugdíjasok a megadott szempontokat hogyan rangsorolják, ha élelmiszervásárlásról van szó. A 9. ábrán azt szemléltetem, hogy az egyes kategóriákat a válaszoló háztartások hány százaléka jelölte meg a legfontosabbnak. Így látszik, hogy a háztartások esetében az élelmiszerek terén egyértelműen a minőség a legfontosabb. A válaszoló háztartások közel fele ezt a kategóriát jelölte meg az első helyen. 24 %-nak az volt a legfontosabb, hogy egészséges élelmiszerhez jusson, a többi kategória csak ez után következett. Az élelmiszer alacsony ára, vagy az, hogy magyar termék legyen, már kevesebb háztartásnál jelent meg az első helyen.



10. ábra. Élelmiszervásárlási szempontok a nyugdíjasoknál
 Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

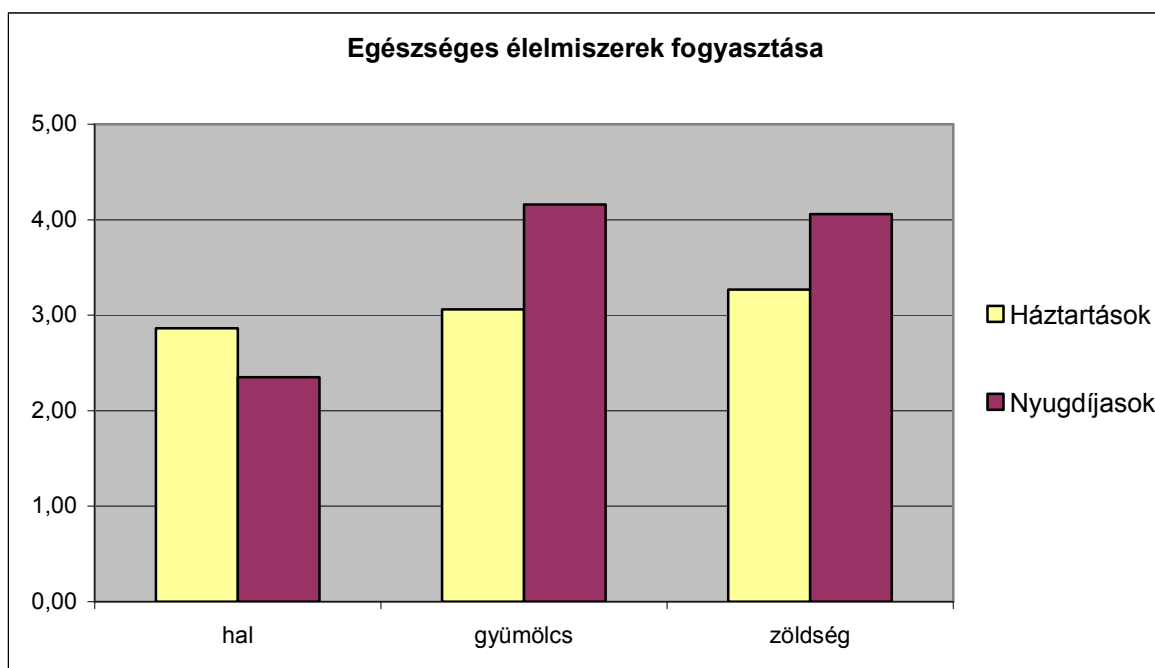
A 10. ábrán láthatjuk ugyanennek a kérdésnek az eredményeit a nyugdíjasok körében. Itt a legtöbben azt jelölték meg első helyen, hogy az élelmiszer, amit vásárolnak, az egészséges élelmiszer legyen, ezzel megelőzve a minőséget. A nyugdíjasok már jobban odafigyelnek arra, hogy milyen élelmiszert fogyasztanak, és próbálnak minél egészségesebben táplálkozni. Ez az egészséges táplálkozás megjelenhet úgy is, hogy több gyümölcsöt és zöldséget fogyasztanak, de úgy is megjelenhet, hogy több bioterméket vásárolnak, mint a háztartások. A nyugdíjasok körében elterjedtebb lehet a piacokon, vásárokon való vásárlás, az őstermelőktől való gyümölcs, illetve zöldség beszerzése, ami felveti azt a kérdést, hogy mennyire törekszenek a háztartások és a nyugdíjasok arra, hogy bioélelmiszert vásároljanak.

(%)

	Egyáltalán nem törekszik	Törekszik, de csak ritkán	Általában	Az esetek többségében	Mindig
Háztartások					
Bioélelmiszer	28%	40%	21%	11%	0%
Magyar termék	4%	15%	34%	43%	5%
Nyugdíjasok					
Bioélelmiszer	16%	29%	29%	26%	0%
Magyar termék	10%	16%	29%	45%	0%

3. táblázat. Élelmiszervásárlás esetén a legfontosabb szempontok
 Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

Ahogy a 3. táblázatban látható, erősen eltérő válaszok érkeztek a két csoportra vonatkozóan. A nyugdíjasok körében elterjedtebb szokás a bioélelmiszerek vásárlása, azonban fontos megjegyezni, hogy a megkérdezett nyugdíjasok az őstermelőktől való gyümölcs, illetve zöldség vásárlást tekintik a bioélelmiszerek beszerzésének. A háztartások esetén a többség szívesen vásárol magyar élelmiszert (igaz, elenyésző a száma azoknak, akik mindenképpen azt preferálják). A kérdés itt nem tér ki arra, hogy milyen mennyiségben vásárolnak a megkérdezett csoportok magyar, illetve bioélelmiszert, csak azt méri, hogy szoktak-e vásárolni. Így aki csak annyiban figyel arra, hogy magyar élelmiszert vásároljon, hogy hetente néhány magyar terméket is vesz, az a válaszadó ebben a kérdésben valószínűleg már azt jelöli be, hogy figyel (általában, vagy az esetek többségében).



11.ábra. Egészséges élelmiszerek a háztartásoknál és a nyugdíjasoknál
 Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

Ahogy a 9. és a 10. ábrán is látható volt, a megkérdezett nyugdíjasok jobban odafigyelnek arra, hogy egészséges élelmiszert fogyasszanak, mint a megkérdezett háztartások, azonban nem túl nagy az eltérés. Ezen az ábrán azt láthatjuk, hogy átlagosan mennyire figyelnek oda a megkérdezett csoportok arra, hogy elegendő mennyiséget fogyasszanak a felsorolt termékekből. A gyümölcs, illetve a zöldség vásárlásánál a nyugdíjasok nagy része azt jelölte be, hogy az esetek többségében igyekeznek elegendő mennyiséget vásárolni. Hasonló válaszok érkeztek a háztartásoktól is, azonban ők kevésbé figyelnek oda arra, hogy rendszeresen, elegendő mennyiséget vásároljanak.

Összességében megállapíthatjuk, hogy az élelmiszerek esetén a minőség és az egészséges élelmiszer a két legfontosabb szempont. Mindkét csoport igyekszik elegendő egészséges élelmiszert is fogyasztani, azonban fontos megemlíteni, hogy minden fogyasztónak más jelent az elegendő mennyiség. Ennek pontos mérésére nem került sor, azonban az interjúra adott válaszok alapján látszik, hogy a megkérdezettek háztartások és nyugdíjasok többsége tisztában van azzal, hogy mennyi gyümölcsöt vagy zöldséget kellene fogyasztaniuk, és ahhoz képest ők eleget fogyasztanak-e.

3.2 Preferenciák a háztartások esetén

Néhány, a vásárlási döntést befolyásoló tényező vizsgálata után végezetül egy nagyobb súlyú döntési helyzetet mutatok be a válaszok alapján. A háztartások minden hónapban egyfajta „kötségvetés” alapján osztják be a rendelkezésükre álló pénzmagot: dönteniük kell, hogy mire mekkora összeg jut. A korlátok alapjaiban határozzák meg ezt a kérdést. Azok számára, akik alacsonyabb jövedelemmel rendelkeznek, egészen biztosan az alapvető élelmiszerek és a lakásfenntartás költségei (mint úgymond kötelező kiadások) az elkölthető anyagiak akár kétharmadát-háromnegyedét is kitehetik. Ez a táblázat és a következő kimutatások alkalmasak arra, hogy egyrészt megnézzük, Magyarországon milyen súlya van a kötelező kiadásoknak és arra is, hogy megmutassák, a megkérdezettek hány százalékának van komoly hiteltörlesztési vagy részletfizetési kötelezettsége, és mennyien tudnak megtakarítani a rendelkezésükre álló pénzösszegekből.

	Átlag (%)	Százalék
Alapvető élelmiszerek	22,1%	
Alapvetően felüli élelmiszerek (beleértve a dohányt és az alkoholt)	9,2%	
Lakásfenntartás (közüzemi számlák)	20,5%	
Lakásfenntartás (lakásbérleti díj)	12,1%	31 %
Szabadidő, szórakozás	6,6%	
Autó költségei (beleértve a benzint, adókat és biztosításokat)	10,5%	
Tömegközlekedés	4,7%	
Részletfizetés, hiteltörlesztés	20,3%	
Egészségügy (gyógyszerek, orvosi ellátás, stb.)	5,1%	
Hírközlés (TV, telefon, internet)	7,4%	
Megtakarítás	10,4%	71 %
Egyéb	8,7%	

4. táblázat. A havi kiadások megoszlása a háztartásoknál
 Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

A 4. táblázat a 80 kitöltött kérdőív alapján mutatja, hogy a jövedelemfelhasználásuk függvényében átlagosan hány százalékot tesznek ki a felsorolt termék kategóriák a háztartások havi kiadásai során. Megfigyelhető, hogy átlagosan a legnagyobb tételű kiadások az alapvető élelmiszerek, a lakásfenntartás és a részletfizetés. Ez a három kategória jelenti a legnagyobb terhet, igényli a legtöbb összeget a háztartások havi kiadásaiban, ami jól mutatja, hogy a magyar átlagember számára a már szabadabban elkölthető pénzmag aránya az összjövedelemben relatív alacsony. A válaszadók 31%-a nem rendelkezik saját lakással, így nekik lakásbérleti díjat is kell fizetniük a közüzemi

számlák mellett, ami átlagosan a havi kiadásuk 10%-át teszi ki. A legmagasabb érték 30% volt.

Szabadidőre a megkérdezettek közel 90%-a tud költeni, átlagosan a havi jövedelem közel 7%-át, de sehol sem jelenik meg ez az érték 20% felett. Az egészségügyi kiadások 70 háztartásnál jelennek meg, és átlagosan csak 5%-ot tesznek ki, míg a hírközlés minden háztartásnál megjelenik kicsit több mint 7%-al. Az egyéb kiadások a háztartások közel 30%-ánál jelennek meg, mégpedig olyan kategóriákban, mint a szülők, illetve a gyerekek támogatása, a gyerekek iskoláztatásával kapcsolatos költségek, ami indokolja, hogy ez az érték felveszi a 28%-ot is. Azonban a gyerekek felsőfokú iskoláztatásának a költsége csak a megkérdezettek elenyésző hányadában jelentkezik, így átlagosan az egyéb kategóriára fordított kiadások csak a 8,7%-át teszik ki az összes költségnek.

Az alapvetően felüli élelmiszereknek³⁷ és az autó(k) költségeinek van még több háztartásban fontos szerepe. Az előbbi kategóriában szerepel a dohány és az alkohol: a káros szenvedélyek és az egyéb, az egyének számára kedvtelésből választott élelmiszer sehol sem szerepel a leghangsúlyosabban, de átlagosan a kiadások 9%-át teszi ki ez a kategória. Autóra is átlagosan 10% jut a költségek között, azonban nem minden háztartás rendelkezik autóval a megkérdezettek körében, de amelyek igen, ott a növekvő benzinárak miatt ez a költség egyre komolyabb terhet ró rájuk. Ezért arra is kíváncsi voltam, hogy azokat a háztartásokat, amelyek rendelkeznek autóval, mennyire befolyásolja az autóhasználatban a benzinár emelkedése. A 80-ból 70 háztartás rendelkezik autóval, ami elég magas arányt mutat, tehát a háztartások nagy százalékát érinti ez a problémakör.

	százalék
Kevesebbet használja	49%
Kevesebbet használja és helyette tömegközlekedést is használ	7%
Nem befolyásolja	44%
Összesen:	100%

5. táblázat. Autóhasználati szokások a háztartásoknál

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

Az autótulajdonosok közel fele kevesebbet használja a gépjárművét a növekvő benzinárak miatt, azonban csak 7%-uk használ tömegközlekedést helyette. Ennek sok oka lehet, ezek közül az egyik az, hogy a tömegközlekedés nem olcsó, és nem is kényelmes, hiszen nem tudunk háztól házig közlekedni vele. Mindössze 1 háztartás jegyezte meg ennél a kérdésnél, hogy néha szokott kerékpárt használni autó helyett. A válaszadók 44%-

³⁷ Olyan élelmiszerek, amelyek nem tartoznak a mindennapi alap élelmiszerek kategóriájába. Így például alapvetően felüli élelmiszerek minősülnek a szeszes italok és a dohányárak.

át nem befolyásolja a benzinár emelkedése. Itt is több mögöttes indok húzódnak meg. Egyrészt ha valakinek elengedhetetlen a munkájához az autó használata, akkor ő nem teheti meg, hogy kevesebbet használja, vagy helyette más közlekedési eszközt választ. Erre a magyarázatra volt példa a kérdőívet kitöltők között is. Más indok lehet még, ha valaki rendelkezik annyi jövedelemmel, hogy meg tudja fizetni a magasabb benzinárat is, vagy csak nem akar az autó helyett mással közlekedni.

A háztartások 71%-a tud megtakarítani, ami elég magas megtakarítási hajlandóságot mutat a megkérdezettek körében. Ez átlagosan a havi jövedelmek 10%-át teszi ki, viszont nagy szórással: 2%-tól egészen 50%-ig terjed a megtakarítások nagysága, 10 háztartásnál van 20% felett, és mindössze 1 háztartás mondhatja el magáról, hogy 50% megtakarítást tud képezni havonta. Fontos kiemelni, hogy ennek a háztartásnak a havi, 1 főre jutó nettó jövedelme a legmagasabb kategóriába esik (121 ezer Ft felett). Azokról a háztartásokról, amelyek megtakarítást képeznek, és ezzel pénzt takarítanak meg, általánosan elmondható, hogy valamilyen konkrét cél érdekében teszik ezt.

Megtakarítások fajtái	darabszám
biztonsági tartalék	13
betegség	2
életben maradásra, jövő hónapra	3
építkezés, lakásvásárlás	8
esetleges munkanélküliségre	1
gyerekek támogatása	8
öregségre, nyugdíj előtakarékoság	6
hiteltörlesztés	1
gyógykezelés	1
autó	2
lakáskarbantartás	7
nyaralás	7
hosszú távú tervek, jövő	2
szabadidő	1
váratlan kiadás	5
Összesen	67

6. táblázat. A megtakarítások fajtái a háztartásoknál

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

Ahogy a 6. táblázatban láthatjuk ez alól csak 13 háztartás kivétel, melyek biztonsági tartaléknak teszik félre a megtakarításukat, és további 5, amelyek váratlan kiadás céljából gyűjtenek tartalékokat. Összesen 57 háztartás jelölte be, hogy rendelkezik megtakarítással, azonban itt 67 látszik, mivel többen jelöltek meg két-három kategóriát is, amire gyűjtenek. A megtakarításoknak sok fajtája van. Amit kiemelnék az a gyerekek támogatása, az építkezés és lakásvásárlás, az öregség és nyugdíj előtakarékoság, a lakáskarbantartás és a nyaralás. Ezeket a kategóriákat jelölték meg többen is. Mindössze 1

háztartás jelölte meg azt, hogy egy esetleges állásvesztéssel járó helyzetre gyűjt pénzt, és szintén csak 1 jelölte a szabadidőt is. Átlagosan nem jelenik meg nagy százalékban a megtakarítás a havi jövedelmen belül, azonban az a tény, hogy a háztartások 61%-a tud megtakarítást képezni, meglátásom szerint jó arányt mutat. Ezt a megtakarítást később sok célra fel lehet használni saját belátás szerint, és idővel összegyűlhet annyi pénz a megtakarításokból, hogy nem kell hitelfelvételhez folyamodni.

Érzésem szerint a megtakarításokhoz tartozik az a kérdéskör is, hogy a megkérdezettek körében mennyire elterjedt a biztosítások kötése. Meglepő eredménnyel zárult ennek a kérdésnek a feldolgozása számomra.

	darabszám	százalék
1 biztosítása van	22	29%
2 biztosítása van	29	38%
3 biztosítása van	16	21%
4 biztosítása van	10	13%
Összesen:	77	100%

7. táblázat. A biztosítások száma a háztartásoknál

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

A 80 megkérdezett háztartásból 77-nek van legalább egyféle biztosítása, ami meglepően nagy arányt mutat. Ezen belül a biztosítással rendelkező háztartások közel 30%-ának egyféle biztosítása van, azonban a maradék 71%-nak két-, három-, vagy négyféle biztosítása van. A biztosítások kötése a megtakarításokon kívül értendő, azonban tekinthetjük egyfajta megtakarítási módnak is. Így kijelenthetjük, hogy a megkérdezett háztartások közül, amelyek nem rendelkeznek havi szinten megtakarítással, azok rendelkeznek legalább egyféle biztosítással. Ezért ha a megtakarításokat és a biztosításokat együtt kezeljük megtakarításként, akkor a megkérdezett háztartások megtakarítási hajlandósága 100%.

A biztosítások fajtáit a következő ábrán szemléltetem.

Biztosítások fajtái	darabszám
Lakásbiztosítás	64
Életbiztosítás	50
Egészségbiztosítás	27
Nyugdíjbiztosítás	27
Összesen:	168

8. táblázat. A biztosítások fajtái a háztartásoknál

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

Mivel a háztartások 71%-ának legalább kétféle biztosítása van, ezért itt az összes biztosítás összege sokkal magasabb, mint 77. A legalább lakásbiztosítással rendelkezők száma a legmagasabb, majd ezt követi az életbiztosítás.

Fontos szerepe van a háztartások kiadásaiban a részletfizetésnek és hiteltörlesztésnek. A megkérdezettek 56%-ának (80-ból 45 háztartásnak) szükséges havonta hiteltörlesztésre költenie. Ez azt jelenti, hogy a háztartások több mint fele törleszt, és választotta a múltbéli fogyasztást a jelenbeli és jövőbeli terhére.

Hitel fajtája	százalék
lakás	58%
autó	22%
fűtőkorszerűsítés	2%
házt. Gép	2%
lakásfeéújítás	6%
laptop, tv, orvostechnikai eszköz	2%
mosógép	2%
számítógép	2%
elektronikai eszköz	2%
áruhitel	2%
Összesen:	100%
lakás és autó	16%

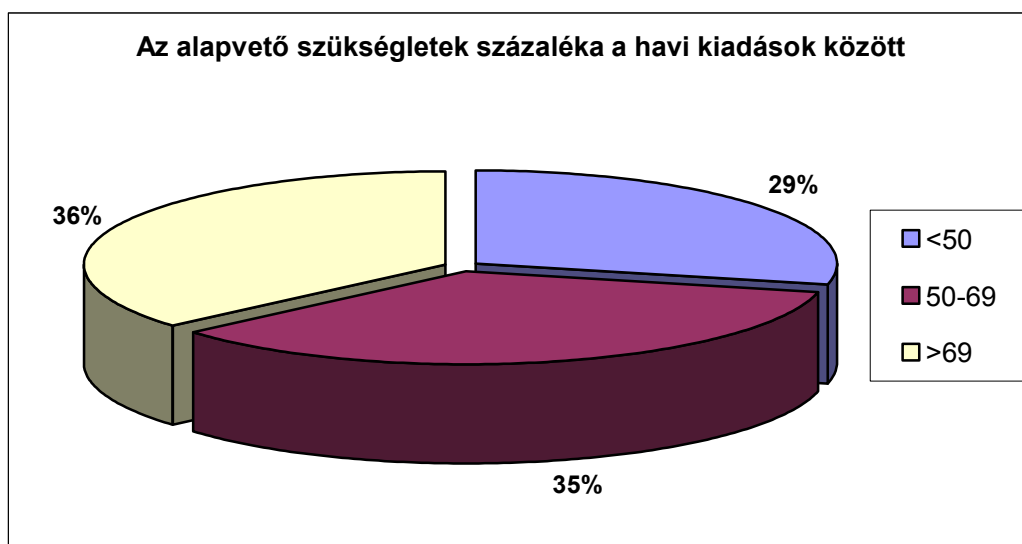
9. táblázat. A felvett hitelek tárgya és megoszlása a háztartásoknál
 Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

A 9. táblázatban láthatjuk, hogy mi volt a tárgya a hitelek felvételének, illetve azt is, hogy hány százalékot tesznek ki a hitelfajták az összes hitelt felvevő háztartás közül. A hitelek felvétele a legtöbb esetben lakás- vagy autóvásárlás céljából történt, és a hitelt felvevők közül 16% lakás- és autóvásárlásra vette fel. Ezen kívül megjelent a fűtőkorszerűsítéstől a háztartási gépekig más kategória is, azonban ezeknek a hiteleknek a törlesztőrészelete sokkal kisebb hányadát teszik ki a havi kiadásoknak.

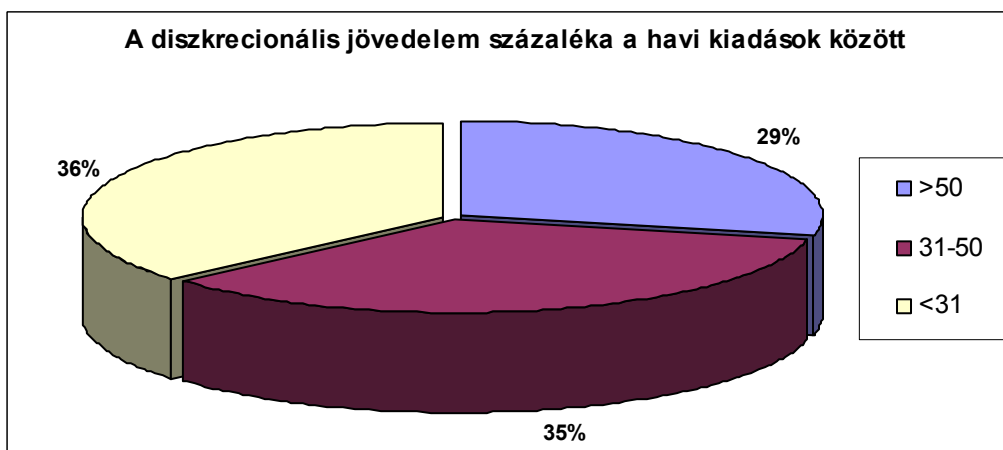
A törlesztőrészlet nagysága 2%-tól 50%-ig terjed a havi kiadások között. Ezen belül a 45 hitelt felvevő háztartás közül 11 olyan van, amelyeknek a havi kiadásai között nagyobb, mint 29%-ban jelenik meg a hiteltörlesztés. 12 háztartásnál a havi kiadások legnagyobb százalékát jelenti ez a kategória, ezen belül 4 olyan háztartás van, ahol a havi kiadásoknak a felét teszi ki a részletfizetés.

Más megközelítésből is vizsgálom ezt a kérdéskört, mégpedig aszerint, hogy mekkora arányt képvisel a háztartások kiadásaiban az alapszükségletek kielégítése, és az utána fennmaradó, szabadon elkölthető jövedelem (diszkrecionális jövedelem).³⁸

³⁸ Diszkrecionális jövedelem: a jövedelem azon része, amely az alapszükségletek kielégítése után megmarad, szabadon elkölthető a nem alapvető szükségletekre.



12. ábra. Az alapvető szükségletek mértékének megoszlása a háztartásoknál
 Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján



13. ábra. A diszkreionális jövedelem mértékének megoszlása a háztartásoknál
 Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

Az alapvető szükségletek kielégítésére fordított kiadásokhoz soroltam az alapvető élelmiszerekre fordított kiadásokat, a lakásfenntartásra fordított kiadásokat (közüzemi számlák és lakásbérleti díj), a részletfizetést és az egészségügyre fordított kiadásokat. Meglátásom szerint a részletfizetés és az egészségügyi kiadások olyan kategóriákat takarnak, amire egy háztartásnak muszáj költenie, feltéve ha rendelkezik hitellel. A szabadon elkölthető jövedelem kategóriájába az alapvetőn felüli élelmiszerekre (beleértve a dohányt és az alkoholt), a szabadidőre és szórakozásra, az autó költségeire, a tömegközlekedésre, a hírközlésre, a megtakarításra és az egyéb kategóriára fordított kiadások tartoznak. (A közlekedés a szabadon elkölthető kategóriába került, mivel nem lehet pontosan meghatározni, hogy hány háztartást érint a közlekedés a megélhetéshez, munkába járáshoz szükséges kiadásként.) A háztartások 29%-ánál 50%-nál kisebb értéket

vesz fel az alapvető szükségletekre fordított kiadások mértéke, 35%-nál 50-69%-os értéket, és 36%-nál 69%-nál nagyobb értéket. A 13. ábrán láthatjuk, hogy a szabadon felhasználható jövedelemnél az arányok pontosan kiegészítik ezeket a százalékokat 100%-ra, hiszen a kiadásokat most csak erre a két kategóriára bontva elemzem.

Közel a megkérdezett háztartások harmadánál a kiadások kisebb, mint felét teszik ki az alapvető szükségletekre fordított kiadások mértéke, így a kiadásuk több mint felét teszi ki a diszkrecionális jövedelmük. Ezt a jövedelmet ezután többféle módon használhatják fel. A szabadon elkölthetőség látszata kicsit megtévesztő, hiszen sokan rendelkeznek autóval, amire költenek. Minden megkérdezett háztartás költ hírközlésre is. Ha ezeket a tételeket is levonjuk még a diszkrecionális jövedelemből, akkor kapjuk meg ténylegesen azt a jövedelem nagyságot, amit szabadon elkölthet egy háztartás. Ezt a szabadon elkölthető jövedelmet jellemzően szabadidőre és szórakozásra, alapvetően felüli élelmiszerre, vagy megtakarításra (illetve egyéb kategóriára) költik.

A háztartások 36%-ának 69%-nál többet kell költenie az alapvető szükségletek kielégítésére, így nekik már csak a jövedelmük kevesebb, mint 31%-a használható fel szabadon. Ebből láthatjuk, hogy a megkérdezett háztartások közel egyharmada kénytelen a havi jövedelmének jelentős százalékát az alapvető szükségletek kielégítésére fordítani.

Arra is kíváncsi voltam, hogy amennyiben a megkérdezett háztartások havi egy főre jutó nettó jövedelme egy magasabb kategóriába esne, mire költenének többet. Az alábbi válaszok születtek:

	darabszám	százalék
élelmiszer	2	1%
lakásfelújítás	24	17%
ruházat	10	7%
elektronikai termék	6	4%
megtakarítás	46	32%
utazás, nyaralás	53	37%
egyéb	2	1%
Összesen:	143	100%

10. táblázat. Kiadások változása magasabb jövedelmi szintnél (háztartások)

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

A 80 válaszadó közel fele két (vagy több) lehetőséget is megjelölt. Ennek köszönhetően 143 válasz eloszlását látjuk a táblázatban. Három kategória kiemelkedik: a legtöbben utazásra és nyaralásra, megtakarításra, valamint lakásfelújításra költenék a pluszösszeget. Ki kell emelni, hogy nem szerepel itt hangsúlyosan a saját vállalkozás elindításának az ötlete, azonban ahhoz nem lenne önmagában elég az eggyel magasabb jövedelmi kategória. 10-en tennék változatosabbá a ruhatárukat, az élelmiszer,

elektronikai termék és egyéb csoportokat csupán néhányan jelölték meg. Az egyéb mellett voksolók közül hárman művelődésre fordítanák az új anyagi forrásokat: könyvekre, színházjegyekre, cd-kre, illetve itt is megjelent a gyerekek támogatása.

Ezen felül arra is kíváncsi voltam, hogy ha a háztartások havi egy főre jutó nettó jövedelme egy alacsonyabb kategóriába esne, akkor mely termékcsoportok vásárlása során spórolnának. Az alábbi válaszok születtek:

	darabszám	százalék
élelmiszer	7	5%
lakásfelújítás	21	15%
ruházat	27	19%
elektronikai termék	29	20%
megtakarítás	23	16%
utazás, nyaralás	34	24%
egyéb	2	1%
Összesen:	143	100%

11. táblázat. Kiadások változása alacsonyabb jövedelmi szintnél (háztartások)
Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

A 80 válaszadóból itt is voltak olyanok, akik több válaszlehetőséget jelöltek meg. Sokan úgy jelölték be válaszaikat, hogy ugyanarra a kategóriára költenének többet, mint amin spórolnának is. A kategóriákra adott válaszok aránya megoszlik, és nem emelkedik ki egyik sem jelentősen. Amit kiemelnék ezek közül, az a 7 válaszadó, akik azt jelölték be, hogy az alapvető és nem alapvető élelmiszereken spórolnának. Ennek több oka lehet, de ha élünk azzal a feltételezéssel, hogy az alapvető élelmiszereken nem spórolnak az emberek, akkor az alapvetőn felüli élelmiszereken spórolnak. A válaszadók 15%-a lemondana egy esetleges lakásfelújításról, és 16% nem tudna megtakarítást képezni, vagy kevesebbet tudna csak.

Mivel több kategóriát is meg lehetett jelölni, és élt is ezzel a lehetőséggel a válaszadók többsége, ezért sok olyan válasz született, hogy a háztartások a magasabb jövedelmüket több kategóriára költenék, és ha kevesebb jövedelmük lenne, akkor is több helyen spórolnának. Elenyésző azon válaszok száma, ahol csak 1-1 lehetőséget jelöltek meg. Ebből következik, hogy a válaszadók sok dologra el tudnák költeni a pluszjövedelmüket, és több helyen kellene spórolniuk, ha kevesebb pénzük lenne.

3.3 Preferenciák a nyugdíjasok esetén

A nyugdíjasok számára másfajta lehetőségek és korlátok adóttak. Kevesebb pénzösszeg felett rendelkeznek, azonban ugyanúgy vezetnek háztartást, azzal a kivétellel, hogy általánosságban elmondható róluk, hogy nincs eltartott, így egyedül vagy ketten vannak csak a háztartásban.

	Átlag (%)	Százalék
Alapvető élelmiszerek	28,4%	
Alapvetőn felüli élelmiszerek (beleértve a dohányt és az alkoholt)	6,2%	
Lakásfenntartás (közüzemi számlák)	26,6%	
Lakásfenntartás (lakásbérleti díj)	9,5%	13%
Szabadidő, szórakozás	4,0%	
Autó költségei (beleértve a benzint, adókat és biztosításokat)	11,1%	
Tömegközlekedés	4,8%	
Részletfizetés, hiteltörlesztés	7,7%	
Egészségügy (gyógyszerek, orvosi ellátás, stb.)	16,6%	
Hírközlés (TV, telefon, internet)	8,6%	
Megtakarítás	9,9%	52%
Egyéb	7,5%	

12. táblázat. A havi kiadások megoszlása a nyugdíjasoknál
Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

A 12. táblázat a 31 kitöltött kérdőív alapján mutatja, hogy a jövedelemfelhasználás során a felsorolt termékkategóriák a kiadások hány százalékát teszik ki. A válaszok számomra meglepő eredményt hoztak. A megkérdezett nyugdíjasok átlagosan többet költenek alapvető élelmiszerre és lakásfenntartásra is, és náluk is igaz, hogy a legnagyobb tételű kiadások ezekből állnak. Azonban átlagosan a harmadik legnagyobb kiadási tétel itt az egészségügy, ami a magas kor velejárója, és megkerülhetetlen. Természetesen a részletfizetés kevesebbeket érint, kisebb költségekkel.

Nem meglepő, hogy az alapvetőn felüli élelmiszerekre kevesebbet költenek, hiszen a dohány és az alkohol nem illik az általam megkérdezett nyugdíjasok az életvitelébe. Ezt támasztja alá az is, hogy a nyugdíjasok az egészséges élelmiszereket és a bioélelmiszereket vásárolják többségében.

A válaszadók 13%-a nem rendelkezik saját lakással, ami 18%-kal alacsonyabb a háztartásokhoz képest. Így 87%-a a nyugdíjasoknak elmondhatja, hogy legkésőbb nyugdíjas korára már rendelkezik saját lakással, ami megítélésem szerint jó arányt mutat. Azoknak, akik lakásbérleti díjat fizetnek, átlagosan a kiadásaik között 9,5%-kal szerepel ez a költség, kis szórással: 8%-tól 10%-ig. Ez az érték alacsonyabb a háztartásoknál látott

értékekhez képest, azonban a nyugdíjasok átlagosan kevesebb jövedelemmel rendelkeznek, így rájuk még nagyobb terhet ró minden kiadás, és még érzékenyebben érinti őket a lakásfenntartási költségek és élelmiszerárak növekedése.

Szabadidőre a megkérdezettek 35%-a tud, vagy akar költeni, ami sokkal alacsonyabb érték a háztartásoknál tapasztalt 90%-os értékhez képest. Ennek hátterében több ok is áll: valószínűleg sok nyugdíjas nem tud szabadidőre és szórakozásra költeni a havi jövedelméből, valamint valószínű, hogy nem illik már ez a fajta kikapcsolódás az életvitelükbe az életkoruk, esetleg az egészségi állapotuk miatt. Akik mégis költenek szabadidőre, ott is csak maximum a havi jövedelem 5%-át fordítják erre a kategóriára. Ezzel szemben, ahogy a 6. ábrán láthattuk, családi utazásra és kirándulásra a válaszadók 52%-a szokott menni eltérő gyakorisággal. A magasabb jövedelemmel rendelkező, jó egészségi állapotban lévő nyugdíjasokra jellemző a nyaralás és a kirándulás, hiszen nincs időbeli korlátjuk.

Az egészségügyi kiadások minden megkérdezett nyugdíjasnál megjelennek (nem meglepő módon), azonban eltérő mértékben. Átlagosan a kiadásaik 16,6%-át teszi ki ez a kategória, ami a megkerülhetetlen kiadások közé sorolható (ezért került ez a kategória is az alapvető szükségletek kielégítésére fordított kiadások közé). Ezeknek a kiadásoknak a százalékos értéke 5%-tól 50%-ig terjed. A 31 megkérdezettből 6-nál 29%-nál magasabbak ezek a kiadások, és 1 válaszolónál 50%-ot tesznek ki. Egyéb kiadás mindössze egy nyugdíjasnál jelent meg, 7,5%-os értékkel, amit a szórakozásra és hobbira költ.

Az autó költségeinek a nyugdíjasoknál is fontos szerepe van. A nyugdíjasok 58%-a, azaz a 31-ből 18 rendelkezik autóval, és így viseli annak költségeit, ami átlagosan a havi kiadások 11,1%-át teszi ki. A maximum érték 15% volt. A növekvő benzinárak a nyugdíjasokra is nagy terheket rónak, azonban az autóhasználati szokásaikban különbség mutatkozik a háztartásokéhoz képest.

	százalék
Kevesebbet használja	72%
Kevesebbet használja és helyette tömegközlekedést is használ	28%
Nem befolyásolja	0%
Összesen:	100%

13. táblázat. Autóhasználati szokások a nyugdíjasoknál

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

Az autótulajdonosok nagy hányada, 72%-a kevesebbet használja az autót a növekvő benzinárak miatt. Ennek egyszerű magyarázatai lehetnek: nem szükséges használniuk az autót jövedelemszerzés céljából, nem szükséges sokat utazniuk, utazhatnak helyette

tömegközlekedéssel is, amit a válaszadók 28%-a tesz (65 év felett ingyen vehetik igénybe a tömegközlekedési eszközöket). Fontos kiemelni, hogy a 31 megkérdezettből egy sem jelölte be azt a válaszlehetőséget, hogy nem befolyásolja őt a benzinár emelkedése. Ennek oka az is lehet, hogy a kevesebb jövedelmükből jobban meg kell fontolniuk a nyugdíjasoknak, hogy mire költenek.

A megkérdezett nyugdíjasok 55%-a tud megtakarítást képezni, ami 16%-kal kisebb, mint a háztartásoknál. Azonban véleményem szerint ez az arány magasnak mondható az átlagosan alacsonyabb jövedelmekhez képest. Átlagosan közel 10%-ot tesz ki a megtakarítás nagysága a havi jövedelmen belül, ami 2%-tól 35%-ig változik. 9%-nál nagyobb megtakarítással csak a nyugdíjasok 26%-a rendelkezik, és 3 (10%) olyan válaszoló nyugdíjas volt, akinek a megtakarítása meghaladta a 19%-ot. Összességében elmondható, hogy az alacsonyabb jövedelmek és a legalább ugyanakkora kiadások ellenére a nyugdíjasok körében is találhatunk olyanokat, akik tudnak megtakarítást képezni. Ezeknek a megtakarításoknak a fajtáit a következő táblázatban láthatjuk.

Megtakarítások fajtái	darabszám
temetés	4
öregség	6
betegség	3
rendkívüli kiadás	2
biztonsági tartalék	1
gyerekeknek	1
biztosítás	1
lakásfelújítás	2
megélhetés	1
téli közüzemi számlák, ünnepek	1
tüzelőre	1
Összesen	23

14. táblázat. A megtakarítások fajtái a nyugdíjasoknál
 Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

A nyugdíjasoknál is volt több olyan válaszadó, aki több kategóriát is megjelölt, amire a megtakarítását gyűjti. Kevesebb kategóriát jelöltek meg a háztartásokhoz képest, de tartalmukban térnek el leginkább a kapott válaszok. Jellemzően a temetési költségek fedezésére, későbbi megélhetésre (öregségre) és esetleges vagy meglévő betegségek költségeinek fedezésére gyűjtenek a megkérdezettek. A rendkívüli kiadás, biztonsági tartalék, gyerekek támogatása, megélhetés és lakásfelújítás is megjelenik, de kisebb hangsúllyal. Új kategóriák a háztartásoknál látottakhoz képest a téli közüzemi számlákra és ünnepekre, valamint a tüzelőre való gyűjtés, amire nem érkezett sok válasz, azonban ez is jelzi, hogy mekkora terhet rónak a nyugdíjasokra a növekvő lakásfenntartási költségek.

	darabszám	százalék
1 biztosítása van	18	60%
2 biztosítása van	5	17%
3 biztosítása van	5	17%
4 biztosítása van	2	7%
Összesen:	30	100%

15. táblázat. A biztosítások száma a nyugdíjasoknál

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

Ahogy már említettem, a megtakarításokhoz sorolnám a biztosítások kérdéskörét is. A 31 megkérdezett nyugdíjasból 30-nak van legalább egyfajta biztosítása, azonban a háztartásokkal ellentétben itt az a jellemző, hogy 1 biztosítása van 1 válaszoló nyugdíjasnak. Kevesebb olyat találhatunk, ahol 2 vagy éppen több biztosítás is van. Az a tény, hogy csak 1 megkérdezett nyugdíjasnak nincs semmilyen biztosítása, azt mutatja, hogy a nyugdíjasoknak is (mint a háztartásoknak is) sokat jelent, hogy legyen legalább egyfajta biztosításuk, ami jelen esetben a nyugdíjasoknál a lakásbiztosítást jelenti.

Biztosítások fajtái	darabszám
Lakásbiztosítás	29
Életbiztosítás	8
Egészségbiztosítás	7
Nyugdíjbiztosítás	7
Összesen:	51

16. táblázat. A biztosítások fajtái a nyugdíjasoknál

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

A 16. táblázatban láthatjuk, hogy a 31 válaszolóból 29-nek van lakásbiztosítása, ami százalékban kifejezve 94%. Ez a legnépszerűbb biztosítási kategória a nyugdíjasok körében. A többi kategóriára egységesen 7-8 válasz érkezett csak.

A megkérdezett nyugdíjasok kiadásaiban nincs akkora szerepe a részletfizetésnek és hiteltörlesztésnek, mint a háztartások esetében volt. A megkérdezett nyugdíjasok 23%-ának van csak hiteltörlesztése, a hitel tárgya itt is főként a lakás és az autó, de együtt nem jelenik meg a kettő.

Hitel fajtája	százalék	darabszám
lakás	50%	3
autó	33%	2
házt. Gép	17%	2
Összesen:	100%	7

17. táblázat. A felvett hitelek tárgya és megoszlása a nyugdíjasoknál

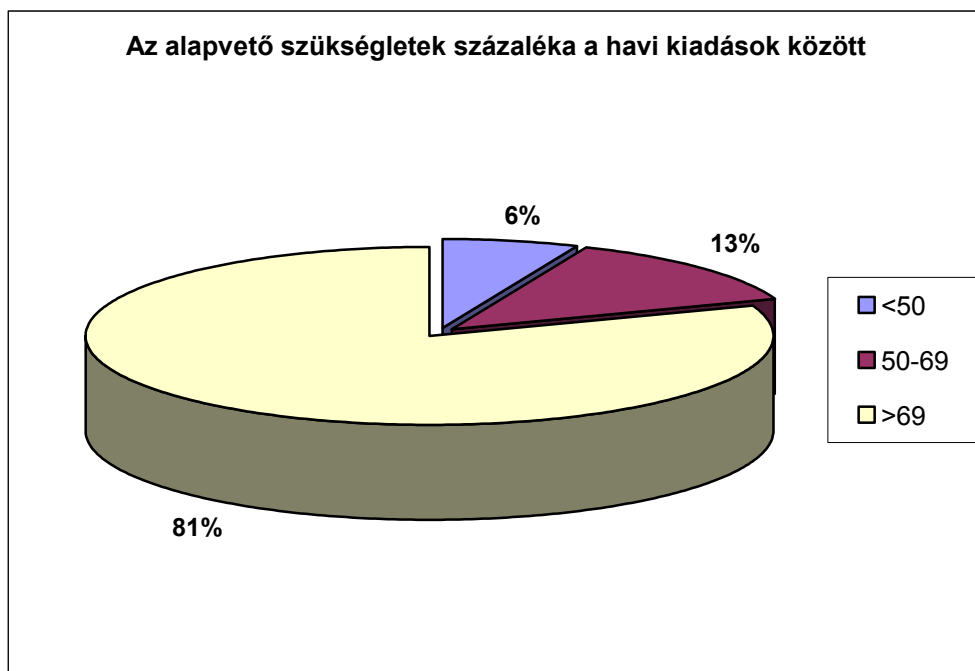
Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

Ezek mellett megjelenik még a háztartási gép is. A törlesztőrészekre fordított kiadások a havi jövedelmen belül átlagosan 7,7%-ot tesznek ki, ami lényegesen alacsonyabb a háztartásoknál tapasztalt átlagos 20,3%-hoz képest. A megkérdezett

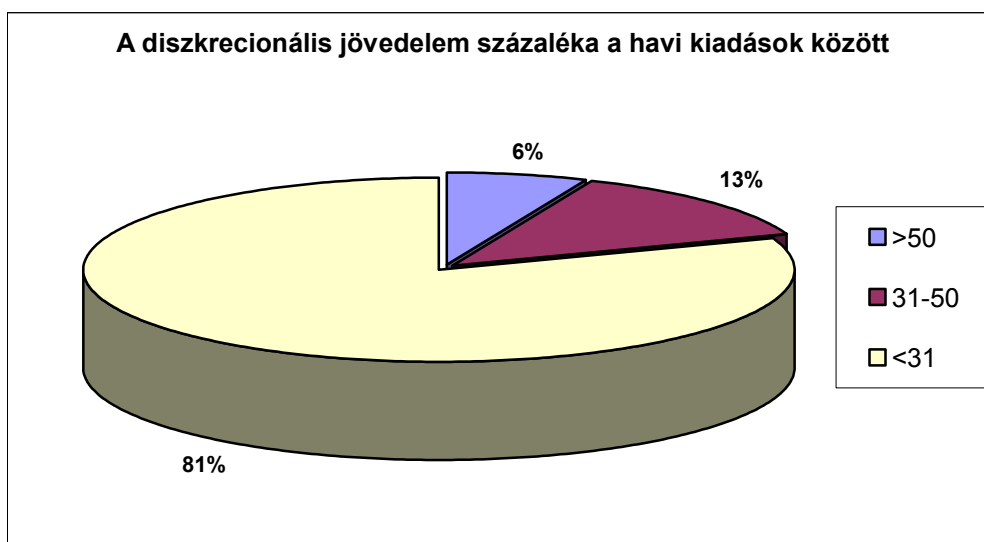
nyugdíjasoknál ebben a kategóriában a kiadások nagysága 1 százaléktól 20%-ig terjed, de a 20%-os értéket csak 1 nyugdíjasnál veszi fel.

Ennek a magyarázata az lehet, hogy a nyugdíjasok többsége már rendelkezik lakással és autóval is, és háztartási gépre is csak akkor vesznek fel hitelt, ha nem tudják kigazdálkodni azt a megtakarításokból.

A nyugdíjasoknál is elemzem a kérdéskört az alapvető szükségletekre fordított kiadások és a diszkrecionális jövedelem arányának bemutatásával.



14.ábra. Az alapvető szükségletek mértékének megoszlása a nyugdíjasoknál
Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján



15.ábra. A diszkrecionális jövedelem mértékének megoszlása a nyugdíjasoknál
Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

A két kategória besorolása ugyanaz, mint a háztartásoknál. Az alapvető szükségletek az alapvető élelmiszerekre fordított kiadásokat, a lakásfenntartásra fordított kiadásokat (közüzemi számlák és lakásbérleti díj), a részletfizetést és az egészségügyre fordított kiadásokat tartalmazzák. A diszkrecionális jövedelemhez pedig az alapvetőn felüli élelmiszerekre (beleértve a dohányt és az alkoholt), a szabadidőre és szórakozásra, az autó költségeire, a tömegközlekedésre, a hírközlésre, a megtakarításra és az egyéb kategóriára fordított kiadások tartoznak. A 14. és a 15. ábrán láthatjuk, hogy a megkérdezett nyugdíjasok döntő hányadának, 81%-ának az alapvető szükségletekre fordított kiadások több mint a havi jövedelmük 69%-át teszi ki. Ez az érték a háztartásoknál tapasztalt 36%-hoz képest sokkal nagyobb értéket vesz fel, ami azt jelenti, hogy a nyugdíjasok döntő hányadának sokkal kevesebb szabadon felhasználható jövedelme marad az alapvető szükségletek kielégítése után, (főleg, ha az autó költségeit is az alapvető kiadások közé sorolnánk). Ami ezt megmagyarázhatja, az a háztartásokéhoz mérten kisebb jövedelem, és a nagyobb kiadások az alapvető szükségletekre, ezen belül is főleg az egészségügyi kiadásokra gondolok.

Mindössze a nyugdíjasok 6%-a rendelkezik több mint 50% szabadon elkölthető jövedelemmel, és mindössze csak 13%-a rendelkezik 31-50% diszkrecionális jövedelemmel. A nyugdíjasok kisebb és ritkább kiadási a szabadidőre vagy éppen a nyaralásra ezzel is magyarázhatók. Azok a nyugdíjasok, akik rendelkeznek több, szabadon elkölthető jövedelemmel, ezt a fennmaradó összeget általában megtakarításra, autó költségeinek a fedezésére vagy tömegközlekedésre költik. Ezen felül minden nyugdíjas költ hírközlésre is, de kevés megkérdezettnél jelenik meg az alapvetőn felüli élelmiszerekre való kiadás. Összességében elmondható, hogy a megkérdezett nyugdíjasok sokkal kevesebb szabadon elkölthető jövedelemmel rendelkeznek, mint a háztartások, és így sokkal nehezebb is beosztaniuk a jövedelmüket a felhasználás függvényében.

A háztartásokhoz hasonlóan a nyugdíjasokat is megkértem arra, hogy képzeljék el azt a helyzetet, amennyiben több pénzük lenne, akkor mire költenének (esetleg többet) illetve, ha kevesebb jövedelemmel rendelkeznének, akkor mi vagy mik azok a kategóriák, ahol spórolnának.

	darabszám	százalék
élelmiszer	2	5%
lakásfelújítás	8	20%
ruházat	4	10%
elektronikai termék	0	0%
megtakarítás	20	49%
utazás, nyaralás	6	15%
egyéb	1	2%
Összesen:	41	100%

18. táblázat. Kiadások változása magasabb jövedelmi szintnél (nyugdíjasok)

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

A 18. táblázatban láthatjuk, hogy mire költenének többet a válaszoló nyugdíjasok. Itt is, mint a háztartások esetében, megjelöltek több válaszlehetőséget is, így a táblázatban 41 válasz eloszlását láthatjuk. Ebből az is látszik, hogy a nyugdíjasok esetében nem jelöltek meg sokan több kategóriát.

A lakásfelújítás lehetősége itt is dominál, azonban a legmagasabb számban a megtakarítást jelölték meg. Megállapíthatjuk, hogy aki rendelkezik saját lakással, az több mint valószínű, hogy lakásfelújításra szeretne költeni. A nyugdíjasok többet szeretnének félretenni, ami a háztartásokra nem volt ennyire jellemző, ráadásul sok válaszoló nyugdíjas úgy jelölte meg a megtakarítást ennél a kérdésnél, hogy más lehetséges választ nem jelölt meg mellette. Az utazás igénye sokkal kisebb százalékban jelenik meg, mint a háztartásoknál, aminek az okaira már korábban kitértem. A következő táblázatban azt láthatjuk, hogy a nyugdíjasok melyik kategóriánál spórolnának, ha kevesebb jövedelemmel rendelkeznének.

	darabszám	százalék
élelmiszer	2	4%
lakásfelújítás	7	15%
ruházat	13	28%
elektronikai termék	10	21%
megtakarítás	7	15%
utazás, nyaralás	8	17%
egyéb	0	0%
Összesen:	47	100%

19. táblázat. Kiadások változása alacsonyabb jövedelmi szintnél (nyugdíjasok)

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőívek alapján

A megkérdezett nyugdíjasok közül itt is volt olyan, méghozzá többen voltak, mint az előző kérdésnél, akik több válaszlehetőséget jelöltek meg. Erre a kérdésre adott válaszok megoszlanak. A megkérdezett nyugdíjasok többsége a ruházaton, illetve az elektronikai termékek vásárlása során spórolna, vagy venne ezekből kevesebbet. Ez az

eredmény nem meglepő, hiszen ezt már láthattuk a 6. ábrán is (Nagyobb értékű kiadások gyakorisága a nyugdíjasoknál). A megkérdezett nyugdíjasok döntő hányada ritkán, évente vagy többéves időközönként vásárol elektronikai cikket és ruházatot.

Összefüggés fedezhető fel a válaszadók által adott válaszokban ennél a kérdésnél. Az a válaszoló nyugdíjas, aki azt jelölte meg, hogy megtakarítást képezne a pluszjövedelméből, általánosságban elmondható róla, hogy a ruházaton és/vagy az elektronikai cikkek vásárlásán spórolna, hiszen valószínűleg nem, vagy nagyon kevés megtakarítással rendelkezik.

Összegzés, következtetések

Dolgozatom végén összegzem a gondolatmenetemet és, a kutatásaim során kapott eredményeket, valamint a tapasztalataimat is a háztartások és a nyugdíjasok válaszaiban rejlő különbségek kapcsán.

Témaválasztásomat a bevezetésben már megindokoltam, ugyanakkor kutatásaim után a problémakört még érdekesebbnek gondolom, és szerteágazó volta miatt úgy érzem, további kutatásokat és elemzéseket érdemes végezni későbbi tanulmányaim során.

Már az első fejezetben, az elméleti háttér összeállítása közben szükséges volt döntéseket hoznom: a terjedelmi korlátok miatt nem kívántam az összes, szóba jöhető elméletet és értelmezést bemutatni és véleményezni, ugyanakkor a széles körben ismert fogalmak mellett például a közgazdasági tanulmányokban ritkábban felbukkanó kilátáselméletet a téma szempontjából érdekesnek és ideillőnek találtam. Mindemellett törekedtem arra, hogy az adott korlátok között a legtöbb lehetőséggel éljek, de minden bizonnyal máshogyan tettem ezt, mint sok más ember.

Az elmélet és a primer kutatásaim eredményének bemutatása között egyfajta átvezetésként szerepel a második fejezet, amit szekunder adatok feldolgozásával építettem fel. Láthattuk elsőként, hogy a bruttó hazai termék és a háztartások fogyasztása egymáshoz viszonyítva milyen pályát írnak le. Részletes táblázatban bemutattam a KSH adatainak felhasználásával a magyarországi háztartások fogyasztását termékcsoporthoz szerint is, amit úgy érzem, még érdekesebb volt az Európai Unió 27 tagállamának átlagával összevetve látni. A környező, újonnan csatlakozott államok között láthattuk hazánkat a nettó jövedelem alakulását bemutató diagramon is. Hazánk a régióban nem, de az EU-27 átlagához képest rosszul szerepel. Ezért másfajta döntési mechanizmus figyelhető meg nálunk, mint a Nyugat-Európában már évtizedek óta épülő demokráciákban. Bemutattam továbbá, hogy a lakásfenntartás költségei hogyan alakulnak a szűkös anyagi lehetőségekkel párhuzamba állítva, ami talán az egyik legmeghatározóbb összefüggés a fogyasztói preferenciák kialakítása során.

A harmadik fejezet saját kutatásom eredményeiből és tapasztalataiból építkezik. A fejezet elején fontosnak tartottam, hogy bemutassam a kérdőíves felmérés részleteit, kitérve a válaszadók átlagos korára és a havonta rendelkezésre álló pénzkeretére. Összesen 111 kitöltött kérdőív segített a felmérésben, ami úgy érzem, mennyiségileg eléri a korábbi várakozásaimat és elvárásaimat.

A kérdőív legfontosabb kérdése a havi kiadásokat tartalmazó 4. kérdés volt. E köré a kérdés köré csoportosíthatjuk a többi kérdést is. Az általános havi kiadások eredményeiből azt láthatjuk, hogy a kor-és jövedelemkülönbségekből fakadó eltérések néhány helyen meglepő eredménnyel szolgálnak. Mind a háztartások, mind a nyugdíjasok havi jövedelmén belül a legmeghatározóbb kiadások az alapvető élelmiszerekre, lakásfenntartásra fordított kiadásokból állnak. Azonban a háztartásoknál a részletfizetésre fordított kiadások is jelentős hányadot tesznek ki, míg a nyugdíjasokra az egészségügyi kiadások rónak nagy terhet. A hírközlés és az autó költségei, olyan kiadási tételek, amik mindkét csoportnál hasonlóan jelennek meg, habár a háztartások nagyobb százalékban rendelkeznek autóval. A részletfizetés nem jellemző a nyugdíjasokra, mindössze 23%-uknál jelenik meg ez a kiadási tétel. Szabadidőre és szórakozásra jellemzőbben a háztartások költenek gyakrabban és többet, amit magyarázhatunk azzal is, hogy a nyugdíjasok életvitelére nem jellemző már a fiatalabb korosztályok szórakozás iránti igénye, illetve az esetleges betegség okozta panaszok is gátolják őket. A nyugdíjasoknál jelentkező, egészségüggyel kapcsolatos magas kiadási százalékkal sok dolgot meg lehet magyarázni. Kevesebb pénzük marad, mint a háztartásoknak. Ahogy láthattuk, a megkérdezettek közül kevesebben és kevesebb pénzt tudnak félretenni havonta. Az esetleges egészségügyi gondok miatt kevesebbet utaznak, és az utazás iránti igényük is lecsökken, így nem jellemző rájuk az évente esedékes rendszeres nyaralás, a kiemelkedő szabadidős tevékenységeken való részvétel, és a szabadidőre fordított kiadások sem.

A nyugdíjasok 19%-ának (6 nyugdíjasnak) marad a havi jövedelméből több mint 31% diszkrecionális jövedelme. Ebből egyértelműen látszik, hogy a háztartásoknál tapasztalt 64%-hoz képest ez az arány jóval alacsonyabb, így sok nyugdíjas egyáltalán nem rendelkezik szabadon elkölthető jövedelemmel. A megtakarítások százalékában is nagy különbség mutatkozik, ahogy a megtakarítások fajtájában is. A nyugdíjasok más dolgokra teszik félre megtakarításaikat, mint a háztartások, hiszen nekik már gondolniuk kell olyan dolgokra is, amire egy háztartásnak alap esetben remélhetőleg nem kell még. Itt a temetésre, illetve a betegsége gyűjtött megtakarításokra gondolok.

A biztosításokra adott válaszok száma meglepő volt számomra. Mindkét csoport nagy hányada rendelkezik legalább egyfajta biztosítással, ami általában a lakásbiztosítás volt. Ezen felül többen is rendelkeznek két vagy annál többféle biztosítással. A háztartások magasnak mondható megtakarítási hajlandósága a biztosítások számával párhuzamban biztató képet mutat, azonban sok háztartás rendelkezik hitellel is.

A nagyobb értékű kiadásoknál megfigyelhető néhány alapvető különbség a két megkérdezett csoport között. A nyugdíjasok ruházatra sokkal ritkábban költenek és kevesebbet is, mint a háztartások. A családi utazásokra adott válaszokban is nagy az eltérés. A nyugdíjasok közel fele egyáltalán nem tervez nyaralást, vagy nem tud rá költeni, míg a háztartásoknál a nyaralás megmaradt a „klasszikus” jellegénél: évente egyszeri alkalommal, nyáron kerítenek sort nyaralásra. A háztartásoknál a nyaralásokra fordított kiadások mértéke nagy értékeket is ölthet.

Az élelmiszervásárlási szokásokban is nagy eltérés fedezhető fel. A nyugdíjasok jobban preferálják a biotermékeket, mint a háztartások, azonban nem csak az élelmiszerüzletekben kapható bioélelmiszereket sorolják ide. Ebből adódóan a nyugdíjasok az egészséges élelmiszereket keresik, míg a háztartások inkább a minőséget preferálják.

Összességében elmondható, hogy a szerényebb anyagi helyzetben élők (mind a háztartások között, mind a nyugdíjasok között) ritkábban költenek nagyobb ráfordítást igénylő dolgokra, továbbá általában kevesebb elvárást fogalmaznak meg a termékek kapcsán. Ez lehet az egyik oka annak, hogy a nyugdíjasok vásárlásaikkor kevésbé figyelnek arra, hogy hazai termék jusson otthonra. Szerényebb anyagi helyzetben nem csak a nyugdíjasok élnek, a megkérdezett háztartások 43%-ának az egy főre jutó havi nettó jövedelme 80 ezer forint alatt van.

A második fejezetben már láthattuk, hogy a magyarországi fogyasztási csoportok hogyan oszlanak meg – itt 2006-ban és 2008-ban a lakásfenntartás költségei és az élelmiszerekre fordított költségek a kiadások jelentős és meghatározó százalékát teszik ki. Nagyon fontos elem még a magyar háztartások költségvetésében a részletfizetés és a hiteltörlesztés, illetve a nyugdíjasok esetében az egészségügyre fordított kiadások jelentősek. Arra a kérdésre, hogy mire költenének többet a megkérdezettek, mindkét csoporttól több válaszlehetőség is érkezett, azaz mindenkinél van legalább egy, de gyakrabban több kategória, amire szívesen költene, vagy szívesen költene több pénzt. A háztartásoknál ez általában a lakásfelújítás, nyaralás és a megtakarítás volt, míg a nyugdíjasoknál a lakásfelújítás és a nyaralás mellett a megtakarítást a válaszadók közel 50%-a jelölte meg. Spórolás céljából mindkét csoport több általában több lehetőséget jelölt meg.

Úgy vélem, a magyar háztartások korlátait és lehetőségeit a XXI. században jelentősen fogják befolyásolni az energiaárak. Azok, valamint az alapvető élelmiszerek árának növekedése még szorosabb költségvetést eredményezhet – azaz a legtöbbször

számára kötelező kiadások után kevesebb szabadon felhasználható összeg felett tudunk hónapról hónapra dönteni. Ezért rendkívül fontos a jó és időben meghozott döntések és választások megléte minden háztartásban és a nyugdíjasok körében is.

Felhasznált irodalom

- Carlton, D.W.-Perloff, J.M. (2003): Modern piacelmélet, Hungarian edition Panem Könyvkiadó, Budapest
- Hofmeister-Tóth Ágnes (1996): Fogyasztói magatartás elméletek In: Hofmeister-Tóth Ágnes-Törőcsik Mária: Fogyasztói magatartás, Nemzeti Tankönyvkiadó Rt., Budapest
- Hofmeister-Tóth Ágnes (2008): A fogyasztói magatartás alapjai, Aula kiadó, Budapest
- Johnson, David B. (1999): A közösségi döntések elmélete: Bevezetés az új politikai gazdaságtanba, Osiris Kiadó, Budapest
- Kopányi Mihály (2007): A fogyasztó preferenciarendszere In: Kopányi Mihály: Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest
- Olson Mancur (1997): A kollektív cselekvés logikája: Közjavak és csoportelmélet, Osiris Kiadó, Budapest
- Pepall, L.-Richardson, D.J.- Norman, G. (2008): Piacelmélet: Modern megközelítés, gyakorlati alkalmazásokkal, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó KFT., Budapest
- Petró Katalin (2007): Jövedelem, árak, optimalizálás In: Kopányi Mihály (szerk.): Mikroökonómia, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest
- Solt Katalin (2007): Mikroökonómia, TRI-Mester Bt., Tatabánya
- Törőcsik Mária (1996): A vásárlói magatartás In: Hofmeister-Tóth Ágnes-Törőcsik Mária: Fogyasztói magatartás, Nemzeti Tankönyvkiadó Rt., Budapest
- Törőcsik Mária (2007): Vásárlói magatartás: Ember az élmény és a feladat között, Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest

Internetes források:

- http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=earn_nt_net&lang=en ,
megtekintve: 2011. április 16.
- http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_zhc006.html , megtekintve:
2011. április 16.
- http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_zhc004.html , megtekintve:
2011. április 16.

- Közgazdasági Szemle, L. évf., 2003. szeptember (779-799. o.) : Hámosi Balázs (ford.):
Daniel Kahneman: Kísérletek és kilátások, 2003 -
<http://epa.oszk.hu/00000/00017/00096/pdf/3hamori.pdf> , letöltés:2011.ápr.16
- KSH 2008. évi Statisztikai tükör IV. évfolyam 56. szám: Háztartás-statisztikai adatok,
2010 – <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/stattukor/haztfogy/haztstat08.pdf>
, letöltve: 2011. április 06.
- KSH 2010. február Internetes kiadvány: A háztartások fogyasztása, 2008 –
<http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/haztartas/haztartas08.pdf> ,
letöltve: 2011. április 06.

Mellékletek

**Magyarországon és a környező országokban az éves nettó
átlagjövedelem alakulása**

(adatok ECU '98-as árfolyamon)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
EU-27	11532,88	11934,42	14861,66	15335,10	15827,51	15901,50
Csehország	2845,96	3033,40	3115,84	3470,48	4054,51	4137,81
Ausztria	14530,01	14903,96	19478,71	19565,21	20008,46	20862,66
Szlovákia	1635,38	1512,55	2403,36	2571,48	2787,87	3027,74
Szlovénia	4939,20	5153,11	5428,76	5697,57	6048,71	6287,15
Lengyelország	2831,41	2904,76	3358,86	3940,22	3830,09	3621,57
Románia	912,25	798,50	1261,85	1439,17	1403,97	1445,48
Magyarország	2028,71	2135,18	3046,44	3523,17	4137,49	4260,81

(adatok ECU '98-as árfolyamon)

	2004	2005	2006	2007	2008
EU-27	16426,35	16789,77	17203,70	17797,26	
Csehország	4434,01	4996,68	5591,96	6122,70	7426,89
Ausztria	22167,95	22679,82	23248,93	24398,20	24927,35
Szlovákia	3390,34	3534,00	3918,39	4596,46	5343,56
Szlovénia	6585,54	7537,85	7945,15	8489,81	9153,91
Lengyelország	3484,01	4049,55	4387,00	4983,34	5508,58
Románia	1598,17	2080,16	2413,61	3073,49	3436,55
Magyarország	4666,32	5048,00	5111,73	5818,74	6300,02

Kérdőív

Tisztelt Válaszadó!

Jakab Gergő vagyok, a Széchenyi István Egyetem hallgatója. Felmérést végzek a háztartások fogyasztási szokásairól. A felmérés eredményét egy dolgozatomhoz fogom felhasználni. Kérem a kérdőív kitöltésével segítse munkámat.!

A kérdőív kitöltése anonim.

Előre is köszönöm a válaszadást!

1. Milyen gyakran és mennyit költ Ön az alábbi dolgokra? Kérem, az összegét is határozza meg. (Például: félévente 20000 Ft, évente 50000 Ft)

	2-3 havonta	félévente	évente	ritkábban
Televízió és egyéb szórakoztatóelektronikai eszközök				
Új, minőségi ruházati termék				
Családi utazás, kirándulás				
Kiemelkedő szabadidős tevékenységek				
Sporteszközök, hobbicikkek, háziállatok				

2. Mely termékfajták vásárlása esetén figyel leginkább a termék minőségére, márkájára? (1- egyáltalán nem figyel, 2-figyel de nem fontos, 3-figyelembe veszi a márkát, 4-jó minőséget vásárol, 5-csúcsminőséget vásárol)

	1	2	3	4	5
Alapvető élelmiszer					
Nem alapvető élelmiszer					
Ruházat					
Elektronikai eszközök					
Autó					

3. Kérem, hogy az alábbi termékkategóriáknál állítson sorrendet a megadott szempontok alapján aszerint, hogy mit tart Ön a legfontosabbnak (1), fontosnak (2), kevésbé fontosnak (3), nem fontosnak (4)!

	olcsó ár	Garancia (az eladó által garantált megbízhatósági idő)	Hosszú távú megbízhatóság(hosszabb időt takar, mint a garancia)	minőség
Háztartási gépek				
Lakberendezési eszközök				
Szórakoztatóelektronikai eszközök				
Ruházat				
Internetszolgáltatás				
Autó				

4. Kérem, hogy az alább felsoroltak közül az Önre vonatkozókat állítsa sorrendbe, 1-től 12-ig aszerint, hogy melyikre költ a legtöbbet (1), avagy a legkevesebbet (12), majd a második oszlopban kérem, adja meg azt is, hogy a havi kiadásainak hány százalékát teszik ki az alább felsoroltak. A végösszeg 100 % legyen.

	sorrend	Százalék (%)
Alapvető élelmiszerek		
Alapvetőn felüli élelmiszer (beleértve a dohányt és az alkoholt)		
Lakásfenntartás (közüzemi számlák)		
Lakásfenntartás (lakásbérleti díj)		
Szabadidő, szórakozás		
Autó költségei (beleértve a benzint, adókat és biztosításokat)		
Tömegközlekedés		
Részletfizetés/ Hiteltörlesztés		
Egészségügy (gyógyszerek, orvosi ellátás, stb.)		
Hírközlés (TV, telefon, internet)		
Megtakarítás		
Egyéb, mégpedig:.....		
Összesen:	-----	100 %

5. Amennyiben Ön vett fel hitelt, mire vette azt fel?

.....

6. Amennyiben van Önnek biztosítása, kérem, jelölje x-szel az alábbi táblázatban.

Lakásbiztosítás	
Életbiztosítás	
Egészségbiztosítás	
Nyugdíjbiztosítás	

7. Amennyiben van Önnek megtakarítása, kérem, írja le, hogy mire teszi azt félre.

.....

8. Amennyiben rendelkezik Ön autóval, kérem, jelölje be, hogy milyen mértékben befolyásolja az Ön autóhasználatát a benzinár emelkedése.

Kevesebbet használja az autót	
Kevesebbet használja az autót, és helyette tömegközlekedést használ	
Nem befolyásolja	

9. Kérem, állítson **sorrendet** aszerint, hogy mit tart Ön fontosnak az alábbi szempontok közül élelmiszer vásárlása esetén! (legfontosabb -1, fontos -2, kevésbé fontos -3, legkevésbé fontos -4)

olcsó ár	minőség	magyar termék	egészséges táplálkozás

10. Mennyire törekszik arra, hogy magyar élelmiszert vásároljon? (1-egyáltalán nem, 2-törekszik de csak ritkán, 3-általában, 4-az esetek többségében, 5-mindig magyar terméket vásárol)

1	2	3	4	5

11. Mennyire törekszik arra, hogy bioterméket vásároljon? (1-egyáltalán nem, 2-törekszik de csak ritkán, 3-általában, 4-az esetek többségében 5-mindig bioterméket vásárol)

1	2	3	4	5

12. Mennyire törekszik arra, hogy elegendő mennyiséget fogyasszon az alábbi termékek közül? (1-egyáltalán nem, 2-törekszik de csak ritkán, 3-általában, 4-az esetek többségében, 5-mindig)

	naponta	hetente	3	4	5
Hal					
Gyümölcs					
Zöldség					
Egészségtelen cuccok					

13. Melyik kategóriába tartozik az Önök háztartásának a havi egy főre jutó nettó jövedelme?

- 0-30 ezer FT
- 31-50 ezer FT
- 51-80 ezer FT
- 81-100 ezer FT
- 101-120 ezer FT
- 121 ezer FT felett

14. Ha az Önök háztartásának a havi egy főre jutó nettó jövedelme eggyel magasabb kategóriába esne (a 13-as kérdésben megjelölt válasz alapján), akkor mire költene többet az alábbiak közül?

Alapvető és nem alapvető élelmiszer	
Lakásfelújítás	
Ruházat	
Elektronikai termék	
Megtakarítás	
Utazás, nyaralás	
Egyéb, mégpedig:	

15. Ha az Önök háztartásának a havi egy főre jutó nettó jövedelme eggyel alacsonyabb kategóriába esne (a 13-as kérdésben megjelölt válasz alapján), akkor mire költene kevesebbet az alábbiak közül?

Alapvető és nem alapvető élelmiszer	
Lakásfelújítás	
Ruházat	
Elektronikai termék	
Megtakarítás	
Utazás, nyaralás	
Egyéb, mégpedig:	

16. Hányan élnek a háztartásban?

•

17. Az Önök háztartásában mennyi az eltartottak száma?

•

18. Mi a háztartásban élő jövedelemmel rendelkezők legmagasabb iskolai végzettsége?

•
•
•

19. Kérem jelölje be milyen típusú településen élnek!

- Falu
- Város
- Megyeszékhely
- Főváros