

Életstílus vagy státuszfogyasztás

Vastagh Zoltán,

a KSH tanácsosa

E-mail: Zoltan.Vastagh@ksh.hu

A szerző elemzésében arra tesz kísérletet, hogy mind a közgazdaságtan, mind a szociológia tudományának felhalmozott ismereteit figyelembe véve hozzájáruljon tudományos és gyakorlati szempontból is fontos kérdések megválaszolásához a fogyasztás területén. Ezeket a kérdéseket a fogyasztás magyarázatára kidolgozott közgazdasági elméleti modellek, valamint a fogyasztási szokások hierarchikus társadalmi meghatározottságának (társadalmi osztály- és rétegtagozódás) gyengüléséről, illetve megszűnéséről szóló szociológiai viták fogalmazták meg. Írásának az a fő kérdése, hogy érvényesek-e ma Magyarországon azok a megállapítások, melyek a fogyasztási szokásoknak az „objektív” gazdasági-társadalmi meghatározóktól való függetlenedését tételezik fel, illetve hogy milyen mértékben határozzák meg a hagyományosan vizsgált „objektív” társadalmi-gazdasági-demográfiai jellemzők a fogyasztás minőségi és mennyiségi különbségeit.

A kérdést empirikus adatok elemzése alapján kívánja megválaszolni, melynek következtetéseit a tanulmány második részében mutatja be.

TÁRGYSZÓ:
Fogyasztás.
Életmód.
Klaszterelemzés.

Hétköznapi tapasztalat és jól dokumentált tudományos tény, hogy az emberek fogyasztási szokásai sok tekintetben jelentős eltéréseket mutatnak. E különbségek feltérképezése, a köztük levő összefüggések és szabályszerűségek, oksági magyarázatok megtalálása, valamint az ezek alapján történő előrejelzések készítése a tudomány és a gazdaság szemszögéből is nagy jelentőségű. A gazdaság szereplői és irányítói számára gyakorlati megfontolásokból érdekes a fogyasztás vizsgálata. A piaci szereplők számára azért, hogy minél jobban tudják pozicionálni termékeiket és szolgáltatásaikat és így minél nagyobb profitra tehessenek szert, míg az állami vezetők számára azért, hogy döntéseik gazdasági-társadalmi következményeit előzetesen minél jobban felmérhessék. Ezeknek az igényeknek a kielégítéséhez szükség lehet matematikai-statisztikai modellekre, amelyek azonban csak akkor lehetnek hatékonyak, ha részletes és pontos valóságismereteken alapulnak. Ehhez szükséges az a tudományos megismerési érdek, amelyet a fogyasztás témakörében elsődlegesen a közgazdaságtan és a szociológia képvisel. Közgazdaságtani szempontból a fogyasztói döntések jobb megértése, szociológiai szempontból pedig a csoportformálódás, illetve a társadalmi elkülönülés megragadása és megértése a fő indíték (Berger [2008]).

A nemzetközi szakirodalomban jelentősek azok az írások, melyek szerint az utóbbi néhány évtized megváltozott társadalmi környezetében a fogyasztási döntések és szokások megértéséhez a „kemény” vagy „objektív” tényezők mellett vagy helyett szükséges, a „puha”, a „szubjektív” jellemzőket is figyelembe vennünk. Ezek a vélemények döntően külföldi tapasztalatok, kutatási eredmények alapján fogalmazódtak meg, ezért érdemes hazai viszonyok között is feltenni ezt a kérdést és megválaszolását hazai empirikus eredményekkel is segíteni.

A kérdés megválaszolásához a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) 2010. évi Háztartási Költségvetési Felvételének (HKF) adatai alapján próbálok közelebb kerülni, feltételezve, hogy az abban rendelkezésre álló részletes kiadási tételek alkalmasak a háztartások fogyasztási szokásinak megragadására. A kiadás alapú fogyasztási csoportok elkülönítését a szociológiában és a marketing-kutatásban bevált matematikai-statisztikai eljárás segítségével szándékozom megvalósítani. Ehhez kapcsolódóan, az „érvényesség” szempontjainak hangsúlyos figyelembe vétele érdekében, szükség van a fogyasztás alapú társadalmi elkülönülés fogalmainak, így elsősorban az életstílus fogalmának a tisztázására, és csak ezután kerülhet sor az elméleti megfontolások által diktált szempontok szerinti operacionalizálására.

A dolgozat második részében ismertetem az empirikus vizsgálatot, vagyis a csoportok elkülönítését, végül pedig a csoport-hovatartozást meghatározó tényezők elemzését. Ha ezek a lépések eredményre vezetnek, akkor az eredmények értékelése-

kor arra is megpróbálok válaszolni, hogy napjainkban Magyarországon a státusfogyasztás vagy az életstílus alapú fogyasztás-e a megfelelő fogalom a jelenség jelölésére, illetve, hogy mennyire relevánsak azok a kutatási stratégiák, amelyek új társadalmi törésvonalak keresését tűzik ki célul. Ha ez utóbbira fény derül, ez egyúttal azt is jelenti, hogy a fogyasztás megfelelő magyarázatához és modellezéséhez a hivatalos statisztikai gyakorlatban is érdemes megvizsgálni, átültethető-e a szemlélet és a módszer a hazai statisztikai-szociológiai gyakorlatba.

1. A fogyasztás és a kiadások közgazdaságtani és szociológiai elméletei

A fogyasztás, a megtakarítás és a jövedelem viszonya a közgazdaságtan alapkérdései közé tartozik. Ezek összefüggésére a közgazdászok több elméleti modellt is kidolgoztak, melyek közül a legfontosabbak *Keynes* jövedelemhipotézise, *Friedman* permanensjövedelem-hipotézise, *Duesenberry* relatívjövedelem-hipotézise, valamint *Modigliani* életciklus-hipotézise (*Buzási* [2008]). Bár ezek a modellek a fogyasztás, illetve a megtakarítások nagyságára és összefüggéseire, és nem az egyes fogyasztási csoportok közötti választásokra próbáltak magyarázattal szolgálni, azért érdemes érintőlegesen felvázolni állításaikat, mert jól jelzik azt a gondolkodási keretet, amelyekről az életstílus-elméletek szabadulni próbálnak.

Keynes elmélete szerint a fogyasztás legfőbb meghatározója a jelenbeli jövedelem, ugyanakkor a háztartások csak jövedelmük emelkedésénél kisebb mértékben hajlandók növelni fogyasztásukat. A *keynesi* jövedelemhipotézis az 1950-60-as években igen elfogadott volt, de ezután egyre inkább az életciklus- és a permanensjövedelem-elméletek kezdték átvenni a szerepét (*Mellár-Rappai* [1993]). Az új elméletek térnyerésének két fő oka volt. Elsősorban az, hogy a kritikusok az időbeliség szemléletének hiányát kérték számon *Keynes* modelljén, másodsorban pedig az, hogy az empirikus vizsgálatok eredményei alapján is úgy tűnt, a fogyasztás és a megtakarítás szintjét nem lehet csak a folyó jövedelemmel magyarázni. Ezeket az elméleti és gyakorlati gyengeségeket igyekezett korrigálni a két új elméleti modell. *Friedman*, a permanensjövedelem-hipotézis (*Friedman* [1986]) felállítója, és *Modigliani* az életciklusmodell (*Modigliani* [1986]) megalkotója egyaránt úgy gondolta, hogy a fogyasztást hosszú távú megfontolások is befolyásolják. A permanens jövedelem tulajdonképpen a múltbeli (leginkább a középtávú) jövedelmek súlyozott átlaga, mivel a fogyasztó a jelenbeli fogyasztási kiadásait annak alapján mérlegeli, hogy mekkora jövedelem állt rendelkezésére az elmúlt években. Ahhoz, hogy ez a „szubjektív” jövedelmi szint és ezzel együtt a kiadások szintje is emelkedjék, a folyó

jövedelem tartós emelkedésére van szükség. Friedman permanensjövedelem-hipotézise tehát tekintetbe veszi az időhorizontot is (*Buzási [2008]*).

Az életciklus-hipotézis szerint a fogyasztási döntések meghozatalakor a cselekvők figyelembe veszik teljes életpályájukat, vagyis számolnak azzal, hogy idősebb korokban milyen jövedelmi szintre lesz szükségük, illetve mire tartanak majd igényt, és jelenbeli jövedelmeiket ennek megfelelően fogyasztják el, avagy takarítják meg. A fogyasztás jelen szintje tehát ebben az elméleti megközelítésben sem a folyó jövedelem nagyságától függ. A két elméletben tehát közös, hogy időben tervszerűen gondolkodó fogyasztókat tételez fel, és hogy a folyó fogyasztás nem a folyó jövedelemtől függ (*Buzási [2008]*).

A szociológiai megfontolásokhoz legközelebb álló közgazdaságtani fogyasztási modell Duesenberry relatívjövedelem-hipotézise (*Duesenberry [1949]*). E szerint a fogyasztási szint relatíve független a tényleges jövedelmi szinttől, mivel a fogyasztó fogyasztási döntéseit a társadalmi környezetébe ágyazva hozza meg, amikor is figyelembe veszi saját vagy/és referenciacsoportjának fogyasztási szokásait és színvonalát.

A szociológiai irodalomban ez a lehetőség szintén megfogalmazódik, amikor *Bourdieu* a fogyasztási és megtakarítási döntések meghozatalában stratégiai szemléletet feltételez a kispolgárság esetében, akiknek egész életvezetését áthatja a társadalmi ranglétrán való feljebb kerülés vágya, ami megnyilvánul minden hétköznapi cselekedetükben, fogyasztási színvonalukban és szokásaikban is. A jelenbeli fogyasztást tehát nemcsak a jelenbeli erőforrások határozzák meg, hanem az a társadalmi közeg is, amelybe a fogyasztó tartozik, illetve – ha a társadalmi felemelkedés reális esélyként jelenik meg számára – akkor az is, amelybe tartozni szeretne. *Bourdieu* egészen odáig megy állításaiban, hogy fogyasztási döntésként értelmezi a gyermekvállalást is, amivel a kispolgárság alacsony fertilitási rátája is magyarázhatóvá válik (*Bourdieu [2010]*). Vagyis, az egyéni, családi életpálya stratégiai szemlélete nemcsak az abszolút fogyasztási-kiadási színvonal tervezését jelenti, hanem azoknak a minőségi különbségeknek a figyelembevételét is, melyek a valós vagy az elképzelt társadalmi státus velejárói.

A szociológiában a fogyasztási különbségek vizsgálatának szintén hosszú időre visszanyúló hagyományai vannak, elég csak *Max Weber*, *Georg Simmel* vagy *Thorstein Veblen* klasszikus írásaira gondolni. Ezek a megközelítések közösek abban, hogy a fogyasztást a társadalmi rétegződés keretében értelmezték, vagyis egyrészt a társadalmi státus vagy réteg velejárójának tekintették, másrészt a fogyasztásnak rétegtképző szerepet tulajdonítottak. Simmelnél a fogyasztás és ezen belül például a divat kettős funkciója az, hogy bizonyos kört összetartson, s egyúttal másoktól elhatároljon, így erősítve az összetartozást az azonos fogyasztókkal és az elkülönülést azoktól, akik nem követik a fogyasztói mintát. A divat lényege, hogy azon keresztül a kiváltságos rétegek kifejezhetik magukat. Amint ezek a kifejező jegyek az alsóbb rétegekben is megjelennek, a felső rétegek tagjai elfordulnak az adott divat-

irányzattól, újak kezdenek hódolni, mintegy megőrizve, újratermelve külsőségekben is megnyilvánuló kiváltságukat (*Altorjai–Havasi* [2006]).

Ezt a gondolatot fejleszti tovább Bourdieu, amikor a szimbolikus fogyasztás jelenségével foglalkozik. Szerinte „a sajátosan gazdasági különbségek megkettőződnek a javak használati módjában, vagy ha úgy tetszik, a fogyasztásban, s még inkább a szimbolikus (vagy fitogtató) fogyasztásban megnyilvánuló különbségek által. A szimbolikus fogyasztás a javakat jelekké, a ténykülönbségeket szignifikáns megkülönböztetéssé vagy (...) értéké alakítja, előnyben részesítve a cselekvés vagy a tárgy megjelenését és formáját, funkciójával szemben” (*Bourdieu* [1971] 419–420. old.). *Baudrillard* is hasonlóképpen értelmezi a fogyasztást, melyre tudatos társadalmi megnyilvánulásként is tekint. Úgy véli, hogy a fogyasztás virtuális összessége minden tárgynak és üzenetnek, amelyek így többé-kevésbé „beszéddé” szerveződnek, s ezáltal a fogyasztás, amennyiben jelentése van – a jelek rendszeres manipulációjának tevékenysége (*Baudrillard* [1992]). Annak ellenére, hogy a fogyasztás kérdése már a szociológia klasszikusait is foglalkoztatta, ez a kutatási terület az 1980-as évekig perifériára szorult. Ekkor, Bourdieu-vel egy időben, a német szociológiai diskurzusban is újra hangsúlyosan kezdtek megjelenni a fogyasztással kapcsolatos kérdések és empirikus kutatási eredmények (*Hradil* [1994]).

Több oka is volt annak, hogy a köztes időszakban miért hanyagolták el ezt a területet a szociológusok. Sokáig úgy tűnt, hogy strukturális megfelelés alakult ki a termelési szerkezetben elfoglalt hely, az életkörülmények, a kulturális minták és a politikai érdekek és mindennapi cselekvések között. Ez sokak számára elfogadhatóvá tette a társadalmi viszonyoknak és a társadalmi cselekvésnek determinisztikus szemléletét. Ez a szemlélet az „objektív” életkörülmények és cselekvési feltételek, valamint ezek észlelése és interpretációja, illetve a központi értékek, normák és cselekvési célok, végül pedig a gyakorlati cselekedetek között igen szoros összefüggést feltételez.

A 80-as években azonban megszorodtak azok az empirikus bizonyítékok, melyek az említett elképzelést megkérdőjelezték és melynek eredményeképpen a figyelem áttelődött „a „szubjektív” életmódokat és az „objektív” életkörülményeket egymástól elválasztó átfogó folyamatokra és a társadalmi-kulturális pluralizálódásra” (*Hradil* [1994] 349. old.). Mindmáig nem tisztázott kérdés, hogy ez a szemléletváltás mennyire köszönhető a tényleges társadalmi változásoknak (mint például a nagyfokú mobilitásnak, az anyagi és szellemi erőforrások és a biztonság általános növekedésének, a munkaidő rövidülésének, az új értékek és célok előtérbe kerülésének vagy mennyire csupán a szociológiatudomány belső fejlődési folyamatainak az eredménye. Hradil hajlik az utóbbi megállapítás elfogadására. Ez a végeredményen nem változtatott, és a szociológiában is megszorodtak az elsősorban a fogyasztást középpontba helyező életstílus-, környezet-, és szubkultúra-vizsgálatok. Ezek pedig a szociológián kívüli területekről, a piac- és marketing-kutatásokból merítették a legtöbbet.

Az Egyesült Államokban már az 1960-as években szembesültek azzal a felismeréssel, hogy a fogyasztói magatartást nem tudják hatékonyan magyarázni a hagyó-

mányos társadalmi-gazdasági-demográfiai jellemzőkkel. Új magyarázó tényezőket kerestek, aminek során több új eljárást és elméletet is kidolgoztak. Ezek egy része az értékek, attitűdök, beállítódások alapján próbálta besorolni a fogyasztókat, mint például az ún. Tevékenységek-Érdekek-Vélemények (activities interests opinions – AIO), vagy az Értékek és Életstílus (values and lifestyles – VALS) eljárás, mások pedig az életciklusok figyelembevételével kísérleteztek (*Hetes–Andics–Veres* [2007]), amitől azt várták, hogy ez hozzásegít a fogyasztási döntések jobb megértéséhez és előrejelzéséhez. A szociológiai köztudatba azonban éppen Hradilnak köszönhetően, elsősorban a Sinus Intézetben kidolgozott társadalmimilió-csoportosítás került be. Ő ugyanis megkísérelte a milió, a szubkultúra és az életstílus egymással összefüggő, de nem egészen tisztázott fogalmainak analitikus szétválasztását. A szakirodalom és az empirikus kutatások gondos áttekintése után arra a következtetésre jutott, hogy a „társadalmi helyzet” fogalmán többnyire a cselekvés „objektív” feltevéleit, értik. A „milió” viszont ennek a társadalmi helyzetnek az értelmezésével, használatával és kialakításával kapcsolatos fogalom. A szubkultúra az „objektív” adottságoktól független társadalmi normák és értékek alapján létrejövő – s ezért a cselekvő számára látens – „szubjektív” cselekvési szintet jelöl. Míg az „életstílus” az „objektív” és a „látens szubjektív” tényezők által csak részben meghatározott és ezért legalább részben szabad döntések és választások eredményeképpen létrejövő – s így a cselekvő számára manifeszt – szubjektív cselekvés szintjét jelöli (*Hradil* [1994]).

Az életstílus kérdései az 1970-80-as években már Magyarországon is felbukkantak: *Losonczy Ágnes*, majd *Utasi Ágnes* nagyhatású elemzéseket írtak ebben a témában, majd a 2000-es években újra megszorodtak az ilyen témájú elemzések. Ezek az életstílus-kutatások azonban, a különböző országok társadalomszerkezetének lényeges eltérései okából, nem is feltétlenül a fogyasztási szokások magyarázatának szükséglete miatt, hanem inkább a nemzetközi trendek hatására jelentek meg. (*Hetes–Andics–Veres* [2007]) Emiatt *Hetesi Erzsébet*, *Andics Jenő* és *Veres Zoltán* szerint is nyitott még az a kérdés, hogy valóban túlhaladtak-e a hagyományos társadalmi-gazdasági-demográfiai jellemzőkkel működő fogyasztási modellek. Tehát még mindig válassza vár, hogy a mai Magyarországon, ahol alacsony a diszkrecionális jövedelem nagysága, a fogyasztási különbségek mennyire vezethetők vissza az eltérő életstílusokra, illetve a társadalmi státusbeli különbségekre.

1.1. Fogyasztás, kiadások, preferenciák: módszertan és operacionalizáció

A fogyasztást ebben az elemzésben a háztartások szintjén, a háztartások kiadásai alapján kísérlem megragadni. Ez kompromisszum, melyre elsősorban a KSH-ban elérhető adatállomány kényszerít, ugyanakkor az elemzés céljai szempontjából nem csak

vállalhatónak, de bizonyos szempontból – például abból, hogy eredményeink ne csak szociológiai, hanem (köz)gazdasági szempontból is hasznosak legyenek – helyénvalónak tűnik. Mielőtt belekezdenénk a rendelkezésre álló adattömeg statisztikai vizsgálatába, két feladatot feltétlenül el kell végeznünk. Először is valamilyen értelmes rendszerbe kell rendeznünk az elemi adatokat azért, hogy legyen elképzelésünk róla, milyen eredményeket várhatunk a vizsgálatától, másrészt hogy a kapott eredményeket majd értelmezni is tudjuk. Másodszor, a mérőeszköz megfelelőségét kell megvizsgálnunk, vagyis azt kell átgondolnunk, hogy az adatok a maguk nyers mértékegységükben megfelelnek-e azoknak az elméleti és gyakorlati követelményeknek, hogy azt mutassák, amit a vizsgálni akarunk, vagy ehhez a célhoz a nyers adatok helyett inkább azoknak valamilyen módosított változatával érdemes dolgoznunk. „A „fogyasztás” alapvetően tágabb, tartalmában gazdagabb közgazdasági és szociológiai kategória, mint a „kiadás”. Tág értelemben a „termelés” ellentéte, és ily módon magában foglal mindent, amit használunk és birtoklunk, feltéve, hogy az a saját és mások munkájából származik. Valamennyi olyan tevékenységünk, melynek során olyan erőforrásokat használunk fel, amelyek termelés eredményei (például evés, öltözködés, közlekedés, televízió nézés, üdülés), per definitionem a fogyasztás része. (...) A fogyasztással szemben a kiadás sokkal inkább megragadható, statisztikailag is könnyebben kezelhető fogalom. Tartalmát tekintve szűkebb, de nem egyszerű részhalmaza a fogyasztásnak.” (*Altorjai–Havasi* [2006] 26. old.)

A könnyebb kezelhetőség érdekében a részletes kiadási adatok általában valamilyen csoportosítási rendszerben kerülnek közlésre. Ilyen volt Magyarországon korábban a HKF-csoportosítás, illetve napjainkban a lakossági fogyasztás rendeltetés szerinti osztályozása (*Classification of Individual Consumption by Purpose – COICOP*), amely a nemzetközileg egységes statisztikai osztályozás. „A nemzetközi COICOP és a hazai HKF-osztályozás között biztosított a tökéletes átjárhatóság, de a két rendszer között vannak tartalmi és szemléletbeli különbségek. A COICOP csak a vásárolt fogyasztást tartalmazza, míg a HKF a saját termelésű fogyasztásra is kiterjed. A HKF-osztályozás „árúk és szolgáltatások” szerinti szemléletben készül, a COICOP viszont a kiadásokat „rendeltetés” szerint kategorizálja. (...) a kettős eljárás világosan jelzi, hogy egy-egy termék vagy szolgáltatás osztályozása többféleképpen is hasznos, értelmes és releváns lehet.” (*Altorjai–Havasi* [2006] 25. old.) Ezek a hivatalos statisztikai adatszolgáltatásra kialakított csoportosítások bizonyos mértékig önmagukban is alkalmasak lehetnek az életstílusból fakadó fogyasztási-kiadási különbségek megragadására.

Amennyiben komolyan vesszük a dolgozat első részében megfogalmazott szociológiai állításokat a fogyasztás jelentéstartalmáról, akkor meg kell állapítanunk, hogy azoknak hivatalos osztályozás-felosztásai és -szempontjai nem felelnek meg teljes mértékben az elméletekből adódó követelményeknek. Ezért úgy döntöttem, hogy a COICOP-csoportosításból kiindulva, de azt számos helyen módosítva, szociológiai jelentéstartalommal bíró kiadási kategóriákat hozok létre. A kialakítandó új kategóriák-

kal szemben megfogalmazódott, hogy a lehetséges életstílusbeli eltéréseket kifejező kiadási (és így cselekvési) formák minél jobban különüljenek el. (Így például válasszuk külön a sporteseményekre és a művészeti előadások látogatására fordított összegeket.) Azok a kiadások, melyeknek szociológiai jelentéstartalma hasonló, vagyis hasonló érdeklődési körre, értékválasztásra, preferenciára utalnak, ne kerüljenek más-más csoportokba például azért, mert az egyik áru (dolog), a másik pedig szolgáltatás. Tehát például a művészeti előadások látogatására fordított kiadások kerüljenek azonos csoportba a hangszerekre fordított kiadásokkal. (Az így kialakított csoportosítás részleteit a Függelék tartalmazza.) A kialakított kategóriák természetesen – mint a kategóriarendszerek általában – nem vitathatatlanok, de az eredeti COICOP-kategóriáknál sokkal szorosabban kapcsolódnak az életstílust vizsgáló szociológiai elméletekhez.

A következő kérdés a mérőeszköz megválasztása. Megfelel-e céljainknak, ha a kialakított, immár szociológiai jelentéstartalmat is hordozó kiadási csoportjainkat, a maguk „természetes” mértékegységében, azaz forintban vizsgáljuk? Mivel ennek a dolgozatnak egyik célja, hogy életstílus alapú fogyasztási csoportokat különítsen el, ezért a válasz egy bántortalan tagadás. A bántortalanság abból fakad, hogy egyértelmű válasz erre a kérdésre nehezen adható, hiszen a megfelelő mérőeszköz megválasztása összefonódik az elméleti megfontolásokkal és a választott adatelemzési eljárásokkal is.

Az empirikus adatokkal dolgozó életstílus-vizsgálatok egyik szokásos matematikai-statisztikai eljárása a klaszteranalízis. Én is ezt alkalmazom. Ez az eljárás azonban érzékeny a bevont változók léptékére, nagyságrendjére. Ennek a „torzításnak” a korlátozására kínál lehetőséget, ha a nyers adatokat tartalmazó változók helyett, azok standardizált (0 átlagú, egységnyi szórású) változataival dolgozunk. Ezzel kiszűrhetjük a különböző változók (kiadási csoportok) eltérő nagyságrendjéből fakadó hatásokat, és egyúttal információt nyerhetünk megfigyelési egységeink (az egyes háztartások) egymáshoz való relatív viszonyáról. Éppen ebből fakad azonban, hogy ezek a standardizált *z*-score-ok már önmagukban sem csak az adott megfigyelési egységről, hanem annak a teljes populációban elfoglalt relatív helyzetéről is információt hordoznak magukban. Ebből pedig az következik, hogy ha ezzel a mérőeszközzel dolgozunk, akkor végeredményeink erősebben tükrözhetik a hierarchikus/vertikális, mint a horizontális különbségeket.

Mivel Hradil nyomán „az «életstílus» fogalmán az emberek hétköznapi szerveződéseinek azon tipikus alapszerkezetét értjük, amely «objektív» meghatározó tényezőktől relatíve függetlenül jön létre” (Hradil [1994]), és mivel az életstílusból és nem a társadalmi státusból eredő fogyasztási különbségeket keressük, ezért úgy gondolom, hogy az elméleti megközelítéshez nem a mennyiségi szempontú csoportképzés, hanem a preferenciákat alapul vevő áll közelebb. A horizontális különbségekre érzékeny mérőeszközre van tehát szükség, olyanra, amely az egyes háztartásokat nem relatív helyzetük, hanem saját kiadási szokásaik alapján minősíti. Megfelelő eljárásnak látszik, ha az elemzésben az egyes kiadási kategóriákat az egyes háztartások összkiadásain belüli arányukkal reprezentáljuk. Ekkor elméletileg minden kategóriához egy

0 és 1 közötti súly rendelődik, amely az adott háztartás saját kiadási preferenciáit jobban kifejezi, hiszen ha valamilyen tételre egyáltalán nem költ egy háztartás, akkor 0 értéket kap, ha pedig az összes jövedelmét egyetlen kiadási kategóriára költené, (ami a valóságban a legritkább esetben fordul elő), akkor az 1 értéket kapna.

Ezzel az eljárással szemben megfogalmazható az a kifogás, hogy a változók közötti léptékbeli eltéréseket nem képes úgy elsimítani, mint a standardizált z -scorek. Ugyanakkor védelmére szolgál, hogy szemben a z -score-ral, nem a változókat, hanem a megfigyelési egységeket hozza közös nevezőre, és így nagyjából megtartja az egyes háztartásokon belül az egyes kiadási tételek közötti nagyságrendi eltéréseket is. Ezzel tulajdonképpen az egyes háztartások kiadásai mennyiségi eltéréseinek figyelmen kívül hagyásával (ugyanis a gazdagok szinte mindenre többet költenek, mint a szegények), inkább az egyes háztartások preferenciái alapján sorolhatók kategóriákba az együvé tartozók. Elméletileg így az a szegény háztartás, amelyik évente 1000 forintot költ egy bizonyos kiadási kategóriára azonos súlyt kap, és akár azonos kategóriába kerülhet azzal a gazdaggal, amely ugyanerre 100 ezer forintot ad ki. Másként fogalmazva, amíg a z -score az egyes változókat, addig ez utóbbi megoldás az egyes megfigyelési egységeket standardizálja.

A tisztázandó utolsó elméleti/módszertani kérdés az, hogy mely kiadási kategóriákat érdemes bevonunk az életstíluscsoportok elkülönítésére szolgáló számításokba, ami egyúttal azt a kérdést is felveti, hogy mi legyen a korábban ismertetett preferenciapontszám képletének nevezőjében. E kérdésben szintén érdemes visszautalni az elméleti fejtegetésekre. Ha az életstílus fogalma magába foglalja a „szabad döntés” elemét, akkor annak nemcsak mennyiségi, hanem kategorikus szempontból is „szabadnak” kell lennie. Ez azt sugallja, hogy az elemzésbe bevonandó kiadási kategóriák lehetőleg olyanok legyenek, amelyek esetében nem feltétlenül beszélhetünk szükségességről. Így például az étel- és lakásfenntartási kiadások – amelyek egyébként a teljes népességet érintik, és értékösszegükben is a legnagyobb kiadási tételek – sokkal kevésbé illenek bele a képbe, mint például a kultúrára fordított kiadások, hiszen míg az előbbiek esetében a kiadás – bizonyos korlátok között – elengedhetetlen, addig az utóbbi esetében a választás szabadsága egészen a „nemválasztásig” terjed. Ennek megfelelően csak azokat a kiadási csoportokat veszem figyelembe az életstíluscsoportok elkülönítése során, amelyek ez utóbbi szempontból is indokolhatók.

2. Az életstíluscsoportok jellemzői és meghatározói

A fogyasztási mintázatok különbségei alapján elkülönülő csoportokat a szociológiában és a piackutatásban jól bevált klaszteranalízis-eljárással próbálom megtalálni.

A klaszterképzéshez tíz kiadási kategóriában vettem figyelembe a preferenciapontszámokat. A klaszteranalízis többszöri ismétlése során a hat klaszteres eredmény mutatkozott a legmegbízhatóbbnak,¹ és ebben a változatban különültek el a további vizsgálatokhoz méretükben is megfelelő fogyasztási csoportok.

1. táblázat

A klaszterek végső középpontjai és elemszámjai

| Preferencia | Klaszter | | | | | |
|--|----------|------|------|------|------|------|
| | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. |
| Élvezeti cikkek | 0,10 | 0,63 | 0,09 | 0,12 | 0,09 | 0,11 |
| Lakberendezés, tartós fogyasztási cikk | 0,17 | 0,19 | 0,26 | 0,25 | 0,72 | 0,15 |
| Audiovizuális kiadás | 0,11 | 0,02 | 0,03 | 0,03 | 0,02 | 0,03 |
| Sport-szabadidő | 0,06 | 0,01 | 0,03 | 0,01 | 0,01 | 0,03 |
| Hobbikert-háziállat | 0,05 | 0,04 | 0,05 | 0,44 | 0,05 | 0,04 |
| Játék (felnőtt, gyerek) | 0,03 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 |
| Kultúra-művészet | 0,06 | 0,05 | 0,47 | 0,08 | 0,07 | 0,06 |
| Utazás-szállás | 0,32 | 0,01 | 0,02 | 0,01 | 0,01 | 0,05 |
| Vendéglátás | 0,07 | 0,02 | 0,03 | 0,03 | 0,02 | 0,50 |
| Divatcikkek-kiegészítők | 0,02 | 0,01 | 0,02 | 0,01 | 0,01 | 0,01 |
| <i>N</i> | 1919 | 2852 | 686 | 1009 | 2497 | 938 |

2.1. A klaszterek jellemzése a kiadási preferenciáik alapján

Az 1. klaszter megkülönböztető jegyeinél megállapítható, hogy legerősebb preferenciája az utazás. Az ide sorolódók utazásra, illetve az ezzel kapcsolatban szálláshely-szolgáltatásra fordítják szabadon elkölthető pénzük jelentős részét. Emellett ebben a klaszterben három kiadáscsoportban relatíve magas a preferenciapontszámuk a többi klaszterhez viszonyítva: az audiovizuális, illetve a számítástechnikai eszközökre és szolgáltatásokra, a sportra és a szabadidőre, valamint a vendéglátásra csoportosítanak nagyobb arányban kiadásokat annál, mint ahogy az a legtöbb klaszternél jellemző. A lakberendezési tárgyak és a tartós fogyasztási cikkek esetében preferenciapontszámuk a többi klaszterhez viszonyítva kisebb, de mivel ezekre a tételekre fordított kiadások minden klaszterben meglehetősen nagy pontszámmal szerepelnek, előfordulhat, hogy ebben a klaszterben is ezek a kiadások kapják a második legmagasabb preferenciapontszámot.

¹ SPSS program, K-means klasztereljárás.

A 2. klaszter megkülönböztető jegyeit vizsgálva azt látjuk, hogy itt a legmagasabb preferencia-pontszámot az élvezeti cikkek (alkohol, cigaretta) kapják. Saját kiadási szerkezetükben még magasak a lakberendezési, illetve a tartós fogyasztási cikkekre fordított kiadások, de a többi klaszterhez viszonyítva ez is csak enyhe preferenciának mondható. Ez a csoport az összes többi kiadási kategóriában alacsony preferencia-pontszámmal rendelkezik, de e tekintetben minden esetben a többséghez hasonlóan viselkedik.

A 3. klasztert a kimagasló kultúra-művészet preferencia-pontszám különbözteti meg a többi csoporttól. Saját kiadási preferenciáikon belül nagy súllyal jelennek meg a lakberendezésre, illetve a tartós fogyasztási cikkekre szánt kiadások, amely a többi klaszterrel összehasonlítva erős közepes preferenciaként értelmezhető. A többi kiadási kategória esetében nem fedezhetők fel jellemző megkülönböztető vonások.

A 4. klaszterben az egyes kiadási kategóriák preferenciái hasonlítanak a 3. klaszteréhez, azzal a jelentős különbséggel, hogy itt a különböző hobbi-tevékenységekre, kertre, illetve háziállatokra költenek olyan arányban, mint a 3.-ban a kultúrára-művészetre. Ha a tényleges tevékenységekre próbálunk következtetni, ez a kiadási kategória meglehetősen heterogénnek tűnik. Talán azt a közös vonást lehet felfedezni, hogy egyik sem a többi ember, a társadalom felé orientált, inkább egyéni vágyakat elégítenek ki. A különböző hobbik, a kertben töltött idő vagy a háziállattartás egészen más érdeklődési kört, preferenciákat fejezhetnek ki, de jelen vizsgálatnak még nem célja a részletes elemzés, ezért ezúttal a hasonlóságokat hangsúlyozzuk és ezeket a kiadásokat most úgy tekintjük, mint amelyek hasonló preferenciákat fejeznek ki.

Az 5. klasztert egyértelműen a lakberendezés és a tartós fogyasztási cikkek preferenciája jellemzi. Ez a preferencia-pontszám bármely klaszter, bármely kiadási preferencia-pontszámával összehasonlítva, itt a legmagasabb. Ez azt is jelenti, hogy – hasonlóan a 2. klaszterhez – ebben a csoportban nincs is más olyan kiadási tétel, amelyben a többi klaszterrel összevetve erősebb preferencia-pontszámot találnánk.

A 6. klaszter az 1.-vel áll hasonlóságban a tekintetben, hogy több kiadási kategóriát is találunk, amely a többi klasztertől megkülönbözteti. A legmagasabb preferencia-pontszám itt a vendéglátás kiadási kategóriához kapcsolódik, de jellemző vonásként emelhetjük ki az utazással-szállással kapcsolatos preferenciát is, illetve a lakberendezés és a tartós fogyasztási cikkek viszonylag gyenge preferenciaként mutatkoznak ebben a csoportban.

2.2. A klaszterek jellemzése a kiadások abszolút összege alapján

Ha a klaszterek közötti különbségek jellemzéséhez a kiadások abszolút nagyságát vesszük figyelembe (lásd a 2. táblázatot), akkor azt látjuk, hogy általános vonásként

kiemelhető, hogy az utazásra-szállásra, illetve a vendéglátásra elköltött kiadások az 1. és a 6. klaszter kivételével az átlagnál lényegesen kisebbek. A többi kiadási kategóriánál változékonyabban alakul az kiadások összege.

2. táblázat

Az egyes kiadási kategóriákra fordított kiadások átlagos összege a különböző klaszterekben az adott kiadási kategória teljesmintaátlagához viszonyítva (százalék)

| Kiadási kategóriák | 1. klaszter | 2. klaszter | 3. klaszter | 4. klaszter | 5. klaszter | 6. klaszter | Együtt |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|
| | N = 1 919 | N = 2 852 | N = 686 | N = 1 009 | N = 2 497 | N = 938 | N = 9 901 |
| Élelem | 119 | 100 | 88 | 100 | 91 | 94 | 100 |
| Lakhatás | 140 | 104 | 59 | 53 | 67 | 175 | 100 |
| Lakásfenntartás, rezsi | 113 | 96 | 95 | 100 | 96 | 100 | 100 |
| Közlekedés | 162 | 81 | 80 | 95 | 72 | 124 | 100 |
| Hírközlés-kommunikáció | 136 | 89 | 89 | 95 | 83 | 119 | 100 |
| Tanulás | 177 | 79 | 87 | 76 | 65 | 135 | 100 |
| Szociális ellátás | 86 | 68 | 167 | 109 | 127 | 96 | 100 |
| Élvezeti cikkek | 78 | 226 | 24 | 47 | 27 | 69 | 100 |
| Lakberendezés, tartós fogyasztási cikk | 115 | 64 | 57 | 77 | 157 | 82 | 100 |
| Audiovizuális kiadás | 291 | 47 | 57 | 59 | 41 | 103 | 100 |
| Sport-szabadidő | 302 | 36 | 58 | 43 | 27 | 167 | 100 |
| Hobbi, kert, háziállat | 113 | 52 | 48 | 410 | 41 | 81 | 100 |
| Játék (felnőtt, gyerek) | 269 | 57 | 65 | 68 | 41 | 105 | 100 |
| Kultúra-művészet | 165 | 51 | 324 | 77 | 47 | 118 | 100 |
| Utazás-szállás | 427 | 13 | 19 | 15 | 12 | 83 | 100 |
| Vendéglátás | 147 | 24 | 28 | 26 | 16 | 589 | 100 |
| Pénzügyek, (biztosítás, ügyvédi költség) | 155 | 75 | 92 | 106 | 74 | 132 | 100 |
| Testápolás | 146 | 79 | 86 | 93 | 89 | 118 | 100 |
| Divatcikkek, kiegészítők | 250 | 58 | 74 | 73 | 47 | 111 | 100 |
| Egyéb szolgáltatások | 111 | 99 | 90 | 149 | 84 | 78 | 100 |
| Személyes szolgáltatások | 131 | 47 | 180 | 97 | 86 | 179 | 100 |

Az 1. klaszterben szinte minden kiadási kategóriára többet költenek az átlagosnál. Ez nemcsak azokra a kiadási csoportokra igaz, amelyeket a klaszterezési eljárás során figyelembe vettünk, hanem a létfenntartással és társadalmilag (illetve szociálisan) kötött kiadásokkal kapcsolatban is. További adalék e klaszter jellemzőinek feltérképezéséhez, hogy az utazási, szabadidő-sport valamint audiovizuális kiadásaikon kívül – melyek 3-4-szer nagyobbak, mint az átlag – játékokra, divatra, illetve tanulásra fordított kiadásaik is közel, vagy több mint kétszeresét teszik ki az átlagnak.

A 2. klaszterben csak az élvezeti cikkek kategóriájára költenek érdemben többet, mint az átlag, míg audiovizuális eszközökre, sportra-szabadidőre, utazásra-szállásra, illetve vendéglátásra még az átlag felénél is kevesebbet fordítanak.

A 3. klaszterben a kultúra és művészet mellett, a szociális ellátásokra, illetve a személyes szolgáltatásokra jut az átlagnál több pénz, szemben az élvezeti cikkek, a hobbi-kert-háziállat, az utazás-szállás, és a vendéglátás kiadási kategóriákkal, ami itt az átlag felét sem éri el.

A 4. klasztert a kiadások abszolút nagysága tekintetében a hobbi-kert-háziállat és az egyéb szolgáltatások (mint például háztartási eszköz-kölcsönzés, ruhatisztítás, fizetett háztartási oktatók, segítők) kivételével átlaghoz közeli vagy annál némileg alacsonyabb összegek jellemzik. Az utazás-szállás és a vendéglátás kivételével csak élvezeti cikkekre költenek ebben a klaszterben az átlag felénél kevesebbet.

Az 5. klaszterben a 4.-nél több kiadási kategóriában találunk átlag alatti összegeket, és itt a hobbi-kert-háziállat, az utazás-szállás, és a vendéglátás kiadási kategóriák mellett sportra és szabadidőre is kevés pénz jut, viszont ebben a klaszterben szociális ellátásokra az átlagnál némileg többet költenek. Érdekesség, hogy e klaszter elkülönítésénél a legerősebb súllyal megjelenő preferencia esetében is, vagyis a lakberendezés és a tartós fogyasztási cikkek kiadási kategóriában is csak alig másfélszerese a kiadás az átlagosnak.

A 6. klaszter az 1.-hez hasonlóan többnyire átlag feletti kiadási összegekkel jellemezhető. A lakhatási és a személyes szolgáltatások kiadásai itt (6.) a legmagasabban, de a közlekedésre, kommunikációra, tanulásra, sportra-szabadidőre, pénzügyekre-biztosításra, testápolásra, valamint divatcikkekre és kiegészítőkre is csak az 1. klaszterben költenek átlagosan többet, mint a 6.-ban.

3. A klaszterek relatív pozíciója jövedelem és társadalmi státus szerint

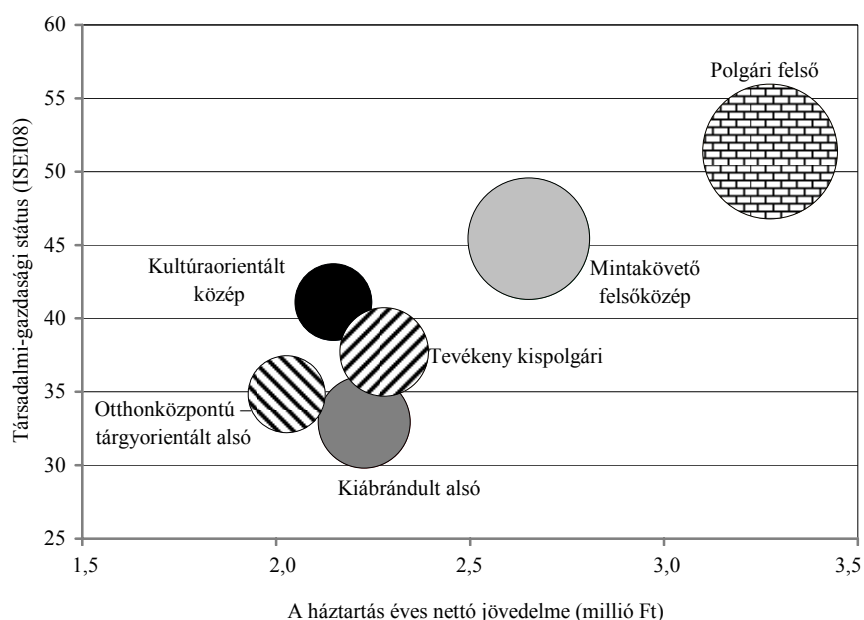
A különböző fogyasztási-kiadási csoportok vagy miliók társadalmi státus szerinti elhelyezkedésének szemléltetésére a marketingkutatásokban általában csak egy három tagolást szoktak alkalmazni, az átlagos, valamint az átlag alatti, illetve feletti státusokat megkülönböztetve. (Lásd például a Sinus-milióket!)

Ehhez egy ennél jóval részletesebb és az empirikus szociológiai kutatásokban régóta alkalmazott hierarchikus státusmutatót, az úgynevezett társadalmi-gazdasági státus mutatót (ISEI-index) használom fel. A háztartások főkeresőinek ISEI08-indexe alapján a hat klaszter között szintén találhatók eltérések, amelyek azonban nem olyan látványosak, mint a jövedelem esetében. A klaszterek sorrendje a leg-

magasabb státusindextől a legalacsonyabb felé haladva a következő: 1., 6., 3., 4., 5., 2.²

A két sorrend első kettő, illetve utolsó helyén szereplő klaszterek szerint tehát azonos, de a közbeeső három csoport helye eltérő. Bár nehezen összehasonlítható a két mértékegység, de annyit szemléltetésként érdemes megjegyezni, hogy az első és utolsó helyen szereplő (tehát az 1. és 2. klaszter) között a háztartási jövedelem tekintetében 1,47-szoros, míg az ISEI08 alapján 1,54-szoros az eltérés. Az eddigi eredmények figyelembevételével már megpróbálkozhatunk az egyes klaszterek elnevezésével.

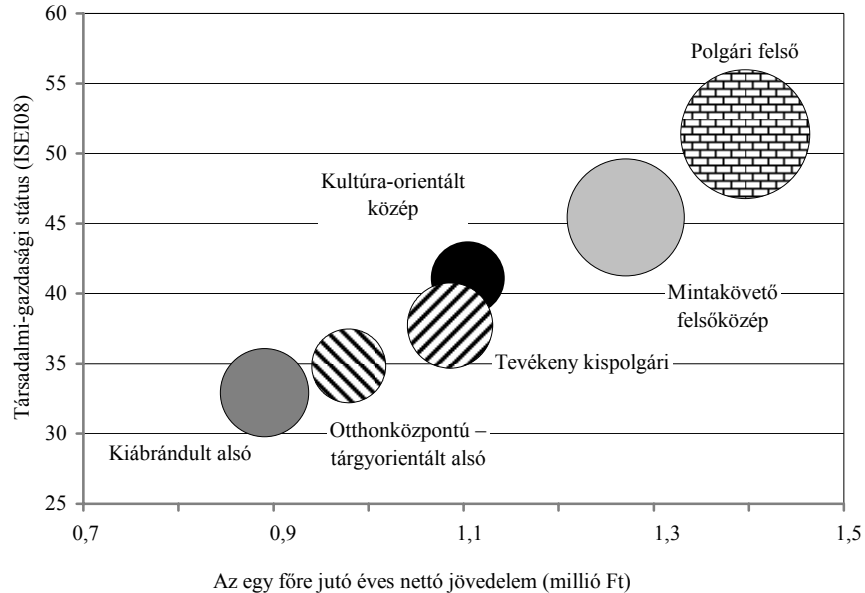
1. ábra. A klaszterek relatív pozíciója társadalmi státus és háztartási jövedelem szerint, 2010



Megjegyzés. A buborékok méretei a szabad kiadások átlagos összegét jelenítik meg.

² A társadalmi státus mérésének ezt a nemzetközi mutatóját (international socio-economic index), mely a státust folytonos skálán méri, Harry Ganzeboom és Donald J. Treiman dolgozta ki (Ganzeboom-Treiman [1996]) és frissíti folyamatosan az ISCO-nomenklátúra változtatásainak megfelelően. Az index eredeti változatát Otis D. Duncan fejlesztette ki ötven éve (Duncan [1961]). Az ISEI-pontszámokat az ISCO szerinti foglalkozási csoportokhoz lehet rendelni, melyhez Harry Ganzeboom honlapján elérhetők az SPSS programrészletek, s így könnyen megkapva az egyes háztartásoknak – főkeresőik révén – megfelelő értékeket. (<http://www.harryganzeboom.nl/ismf/index.htm>)

2. ábra. A klaszterek relatív pozíciója társadalmi státus és egy főre jutó jövedelem szerint, 2010



Megjegyzés. A buborékok méretei a szabad kiadások átlagos összegét jelenítik meg.

Az 1. klasztert „polgári felső” névvel lehet illetni, mivel egyrészt mind kiadásait, mind jövedelmi helyzetét, illetve társadalmi-gazdasági státusát tekintve konzisztensen a legmagasabb mutatókkal bír, másrészt fogyasztási preferenciáiban és tényleges kiadásaiban is az élet apró örömeinek forrásai nagy súllyal szerepelnek. Olyan tételcsoportok vannak előtérben, melyek az életet szebbé, könnyebbé, élhetőbbé teszik. Ezek az utazás, a szabadidő és sport, a vendéglátás, illetve az audiovizuális és számítástechnikai eszközök, valamint ezek mellett, bár kevésbé markánsan, többek között a divat is.

A 6. klasztert „mintakövető felsőközépként” emlegethetjük, mivel kiadásait jövedelmi helyzete, valamint társadalmi gazdasági státusa szerint is konzisztensen a második legmagasabb értékekkel rendelkezik, egyúttal preferenciáiban az 1. klaszterrel, a „polgári felsővel” némi hasonlóságot mutat, azaz – Utasi Ágnes idézve – ezt a csoportot akár „mintakövetőnek” is nevezhetnénk. Ám attól megkülönböztetik társadalmi-közösségi orientációt is kifejező kiadásai, s így a 6. klaszter nem tekinthető egyértelműen az 1. klaszter életstílusának alacsonyabb színvonalon történő megvalósításának.

A 4. klaszter „tevékeny kispolgári” elnevezése egyrészt objektív mutatóira utal, mivel kiadások, jövedelmi helyzet illetve státus tekintetében is többé-kevésbé közepes pozíciók jellemzik, másrészt a sajátos preferenciákból fakad, hiszen ezt a csoportot

tot – bár jellegükben eltérő, mégis – olyan kiadások jellemzik leginkább, melyeket a kikapcsolódás, szabadidő-eltöltés fizikai/manuális aktivitással, tevékenykedéssel járó formáival lehet asszociálni.

A 3. klasztert „kultúra-orientált középnek” nevezném, melyet alacsony kiadási színvonal, közepes vagy alacsony jövedelem, és viszonylag magas státus jellemez. A kiadások összességében alacsony szintje mellett azonban itt kiemelkedően magas a kultúrával-művészettel kapcsolatos kiadáscsoportokra fordított összeg.

A 2. klasztert, melyet „kiábrándult (dezintegrálódó) alsónak” tekintek, alacsony/közepes jövedelem és a legalacsonyabb társadalmi-gazdasági státus jellemzi, ugyanakkor kiadásainak összegét tekintve inkább a közép felé húz. Ennek ellenére a kiadási preferenciák és a kiadott összegek tekintetében is a cigaretta és az alkohol a legmeghatározóbb. Ez a klaszter a társadalmi előrelépésben, illetve az élet jobbra fordulásában nem bízó és így hosszú távú érdekeit inkább azonnali élvezetekért háttérbe szorító, életstratégia nélküli, önromboló életstílus képét sugallja.

Az „otthonközpontú – tárgyorientált alsónak” nevezett 5. klaszter a kiadási szintet, a jövedelmi helyzetet és a társadalmi-gazdasági státust összevetve, összességében talán a legrosszabb pozícióban van. Szabadon elkölthető pénzt itt szinte teljes egészében a lakás javítására, szépítésére, illetve tartós fogyasztási cikkekre fordítják. Ennek oka lehet maga a hátrányos helyzet is, ti. annyi a hiányzó vagy elromló eszköz ezekben a háztartásokban, hogy a szükség diktálja a felszabadítható pénz elköltését, arra a lehetőségre, hogy elsődlegesen a tárgyi környezetet tekintik ebben a klaszterben fontosnak, még nem kaptunk biztos választ. A „kiábrándultakkal” összevetve ebben az esetben mindenesetre olyan életstíluscsoport sejlik fel, amelyben a szereplők próbálkoznak javítani életkörülményeiken.

4. A bekerülési esélyek és az életstíluscsoportok „objektív” determinánsai

A dolgozat elején feltettem azt a kérdést, hogy Magyarországon manapság vajon mennyire határozzák meg a hagyományosan használt „objektív” társadalmi-gazdasági-demográfiai jellemzők az életstíluscsoportokba kerülés esélyeit, illetve, hogy vajon a fogyasztás magyarázható-e a társadalmi rétegződésben elfoglalt pozícióval. Ezekhez kapcsolódóan azt is megfogalmaztam kérdésként, hogy a fogyasztási különbségek magyarázatakor a státusfogyasztás vagy az életstílus-e a megfelelő fogalom, illetve hogy helyes-e ma Magyarországon új társadalmi törésvonalak megjelenéséről, fogyasztás alapú rétegződésről beszélni. Ennek a kérdésnek a megválaszolására mind a hat klaszter esetében egy-egy (összesen hat) logisztikus

regressziós modell-lel vizsgáltam meg az adott klaszterbe való bekerülés esélyeit. A magyarázó változók között szerepeltettem a jövedelem, az életciklus és a társadalmi státus megragadására, illetve mérésére szolgáló változókat, valamint néhány rendelkezésre álló és a szociológiai kutatásokban általában vizsgálatba vont jellemzőt, így a nemet, az életkort, az iskolai végzettséget, a gazdasági aktivitást, település urbanizáltsági fokát, és az egészségi állapotot. A jövedelem és a háztartási életciklus, valamint a településtípus kivételével a főkereső jellemzői az egész háztartást reprezentálják. A regressziós modellek esélyhányadosai és a szignifikanciaszintek a 3. táblázat szerint alakultak.

Mindezek alapján megállapítható, hogy a vizsgálat középpontjában álló három tényező közül a jövedelem és a háztartási életciklus a klaszterek többségénél szignifikáns módon befolyásolja a bekerülési esélyeket. A jövedelem csak a „mintakövető felső-közép” és a „tevékeny kispolgári” csoportok esetében nincs hatással a csoportba kerülés esélyére, míg a többi klaszternél tendenciózus befolyásoló tényezőnek bizonyul. A „polgári felső” klaszterbe annál kisebb eséllyel kerül egy háztartás, minél alacsonyabb a jövedelme. A „kiábrándult alsó” és az „otthonközpontú – tárgyorientált” klaszterbe viszont az alacsonyabb jövedelmi kategóriák felé haladva tapasztaljuk az esélyhányadosok értékének növekedését. A „kultúraorientált közép” klaszter viszont kilóg ebből a sorból, mivel ennél a három legmagasabb jövedelmű kategóriához képest szignifikánsan nagyobb eséllyel kerülhetnek be a háztartások az alacsonyabb jövedelmű kategóriákból. A háztartási életciklus hatása a „kultúraorientált közép” klaszternél nem mutat szignifikáns eredményeket, a többinél azonban igen. A „polgári felső” csoportba a fiatal háztartások kerülhetnek be a legnagyobb eséllyel. Az egyedülálló, illetve a gyermek nélküli fiataloknak hétszer, illetve ötször nagyobb az esélye a bekerülésre, mint a referencia-kategóriaként kezelt gyermek nélküli idős (60 éves vagy idősebb) háztartásoknak. Úgy tűnik, hogy ennél a klaszternél a háztartási életciklusban előre haladva csökkennek az esélyhányadosok értékei. A „mintakövető felső-közép” esetében az egyedülállók kategóriáiban valamint a gyermek nélküli fiatalok esetében mutatkozik szignifikáns érték. Ezeknél az esélyhányados magasabb, mint a referencia-kategóriáé. Az „otthonközpontú – tárgyorientált” és a „tevékeny kispolgári” klasztereknél szinte mindegyik életciklus-periódus esélyhányadosa szignifikáns eltérést mutat a referencia-kategóriához képest. Ha fel lehet fedezni tendenciózus hatást, akkor talán azt, hogy a ciklus kezdetéhez közelebb levő periódusokban kisebb eséllyel tartoznak ezekbe a klaszterekbe, míg ahol idősek is tagjai a háztartásnak, ott magasabbak az esélyhányadosok. A „kiábrándult alsó” klaszterbe azoknak a háztartásoknak nagyobb az esélye a bekerülésre, amelyekben van közepkorú személy. A társadalmi-gazdasági státus kategóriái viszont csak egyetlen klaszter esetében szignifikánsak. Ez az „otthonközpontú – tárgyorientált” klaszter, amelybe legnagyobb eséllyel a legalacsonyabb státusúak kerülhetnek, legkisebb eséllyel pedig a legmagasabb státusindex-szel rendelkezők.

3. táblázat

A logisztikus regressziós modellek esélyhányadosai és szignifikanciaszintjei

| Változó | Polgári felső | | Kiadáranduit alsó | | Kultúraorientált közép | | Tevékeny kispolgári | | Orthonkormánytárgyorientált | | Minakövető felsőközép | |
|---|---------------|------|-------------------|------|------------------------|------|---------------------|------|-----------------------------|------|-----------------------|------|
| | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. |
| Háztartási nettó jövedelmi decilis | | 0,00 | | 0,00 | | 0,07 | | 0,81 | | 0,00 | | 0,87 |
| Legkisebb jövedelmi decilis | 0,188 | 0,00 | 1,683 | 0,00 | 1,908 | 0,02 | 0,733 | 0,14 | 2,800 | 0,00 | 0,827 | 0,37 |
| 2. decilis | 0,257 | 0,00 | 1,751 | 0,00 | 1,395 | 0,20 | 0,769 | 0,18 | 2,605 | 0,00 | 0,802 | 0,28 |
| 3. decilis | 0,325 | 0,00 | 1,367 | 0,02 | 1,747 | 0,02 | 0,736 | 0,10 | 2,590 | 0,00 | 0,865 | 0,43 |
| 4. decilis | 0,356 | 0,00 | 1,614 | 0,00 | 1,571 | 0,05 | 0,683 | 0,04 | 2,246 | 0,00 | 0,829 | 0,29 |
| 5. decilis | 0,486 | 0,00 | 1,517 | 0,00 | 1,270 | 0,32 | 0,806 | 0,22 | 2,007 | 0,00 | 0,862 | 0,39 |
| 6. decilis | 0,535 | 0,00 | 1,403 | 0,01 | 1,915 | 0,00 | 0,834 | 0,29 | 1,771 | 0,00 | 0,877 | 0,43 |
| 7. decilis | 0,603 | 0,00 | 1,380 | 0,01 | 1,562 | 0,05 | 0,839 | 0,31 | 1,784 | 0,00 | 0,877 | 0,42 |
| 8. decilis | 0,592 | 0,00 | 1,429 | 0,00 | 1,346 | 0,20 | 0,775 | 0,14 | 1,671 | 0,00 | 1,080 | 0,61 |
| 9. decilis | 0,867 | 0,17 | 1,060 | 0,64 | 1,224 | 0,38 | 0,803 | 0,20 | 1,641 | 0,00 | 0,872 | 0,37 |
| Fokereső társadalmi státusa (ISEI08) | | 0,06 | | 0,39 | | 0,80 | | 0,18 | | 0,00 | | 0,17 |
| Legalaacsonyabb társadalmi státusú (ISEI08: 0-20) | 0,607 | 0,01 | 0,830 | 0,36 | 1,238 | 0,46 | 1,128 | 0,64 | 2,216 | 0,00 | 0,591 | 0,02 |
| ISEI08: 21-30 | 0,710 | 0,03 | 0,907 | 0,62 | 1,261 | 0,40 | 1,291 | 0,30 | 1,687 | 0,01 | 0,819 | 0,33 |
| ISEI08: 31-40 | 0,787 | 0,14 | 0,791 | 0,24 | 1,299 | 0,36 | 1,319 | 0,27 | 1,724 | 0,01 | 0,902 | 0,63 |
| ISEI08: 41-50 | 0,844 | 0,32 | 0,851 | 0,44 | 1,609 | 0,09 | 1,187 | 0,50 | 1,444 | 0,08 | 0,851 | 0,47 |
| ISEI08: 51-60 | 0,878 | 0,37 | 0,882 | 0,51 | 1,245 | 0,40 | 1,010 | 0,97 | 1,743 | 0,00 | 0,734 | 0,11 |
| ISEI08: 61-70 | 1,030 | 0,85 | 0,718 | 0,12 | 1,177 | 0,56 | 0,845 | 0,52 | 1,708 | 0,01 | 0,816 | 0,33 |
| ISEI08: 71-80 | 0,900 | 0,43 | 0,920 | 0,66 | 1,252 | 0,36 | 0,851 | 0,48 | 1,575 | 0,02 | 0,830 | 0,30 |
| Fokereső_neme(1) | 0,943 | 0,36 | 1,299 | 0,00 | 0,861 | 0,13 | 0,781 | 0,00 | 0,831 | 0,00 | 1,229 | 0,01 |

(A táblázat folytatása a következő oldalon.)

(Folytatás.)

| Változó | Polgári felső | | Kiadárandult alsó | | Kulturorientált közép | | Tevékeny kispolgári | | Orthonközponnú tárgyorientált | | Minimalköveto felsőközép | |
|---|---------------|------|-------------------|------|-----------------------|------|---------------------|------|-------------------------------|------|--------------------------|------|
| | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. |
| Fokereső fő gazdasági aktivitása | | 0,07 | | 0,00 | | 0,36 | | 0,10 | | 0,09 | | 0,00 |
| Dolgozik | 1,987 | 0,02 | 0,743 | 0,07 | 1,725 | 0,24 | 1,222 | 0,52 | 0,840 | 0,31 | 1,066 | 0,83 |
| Munkanélküli | 1,441 | 0,33 | 1,456 | 0,06 | 1,154 | 0,80 | 0,650 | 0,30 | 0,656 | 0,04 | 0,500 | 0,09 |
| Nyugdíjas | 1,907 | 0,04 | 0,756 | 0,12 | 1,893 | 0,19 | 1,385 | 0,32 | 0,943 | 0,75 | 0,584 | 0,10 |
| Fokereső legmagasabb iskolai végzettsége | | 0,00 | | 0,00 | | 0,00 | | 0,39 | | 0,73 | | 0,02 |
| Soha nem járt iskolába | 0,000 | 1,00 | 7,640 | 0,01 | 0,000 | 1,00 | 0,000 | 1,00 | 1,946 | 0,38 | 1,520 | 0,63 |
| 8 általánosnál kevesebb | 0,486 | 0,05 | 5,451 | 0,00 | 0,187 | 0,00 | 1,849 | 0,35 | 1,337 | 0,57 | 0,474 | 0,10 |
| Általános iskola 8–10. évfolyama | 0,300 | 0,00 | 5,130 | 0,00 | 0,265 | 0,01 | 1,631 | 0,44 | 1,501 | 0,42 | 0,553 | 0,15 |
| Szakkunaképző, szaktiskola | 0,424 | 0,01 | 3,935 | 0,00 | 0,382 | 0,06 | 1,910 | 0,31 | 1,594 | 0,35 | 0,624 | 0,23 |
| Szakközépiskola | 0,664 | 0,18 | 2,678 | 0,03 | 0,330 | 0,03 | 2,225 | 0,21 | 1,465 | 0,45 | 0,898 | 0,78 |
| Gimnázium | 0,632 | 0,14 | 2,557 | 0,05 | 0,417 | 0,09 | 2,057 | 0,26 | 1,557 | 0,38 | 0,900 | 0,79 |
| Középfokú szakképzés | 0,659 | 0,19 | 2,726 | 0,03 | 0,464 | 0,14 | 2,194 | 0,22 | 1,312 | 0,59 | 0,883 | 0,76 |
| Felsőfokú szakképzés | 0,776 | 0,46 | 1,884 | 0,21 | 0,194 | 0,01 | 3,032 | 0,10 | 1,371 | 0,56 | 1,068 | 0,88 |
| Főiskola vagy felsőfokú alapképzés | 0,819 | 0,49 | 1,694 | 0,25 | 0,626 | 0,34 | 2,002 | 0,27 | 1,289 | 0,61 | 0,927 | 0,84 |
| Egyetem vagy felsőfokú mesterképzés | 1,099 | 0,74 | 0,986 | 0,97 | 0,589 | 0,26 | 1,729 | 0,38 | 1,422 | 0,47 | 0,747 | 0,43 |

4. táblázat

A logisztikus regressziós modellek esélyhányadosai és szignifikanciaszintjei

| Változó | Polgári felső | | Kibárandult alsó | | Kultúraorientált közép | | Tevékeny kispolgári | | Orthonközpontú tárgyorientált | | Míniakövető felsőközép | |
|---------------------------------|---------------|------|------------------|------|------------------------|------|---------------------|------|-------------------------------|------|------------------------|------|
| | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. |
| Családi életréteg (együtt élők) | | 0,00 | | 0,00 | | 0,42 | | 0,19 | | 0,00 | | 0,00 |
| Fiatál-idős | 1,740 | 0,07 | 1,211 | 0,45 | 1,079 | 0,85 | 1,079 | 0,85 | 0,628 | 0,07 | 1,481 | 0,34 |
| Fiatál-középkorú-idős | 1,441 | 0,06 | 2,283 | 0,00 | 0,510 | 0,02 | 0,510 | 0,06 | 0,484 | 0,00 | 1,332 | 0,28 |
| Egyedül élő fiatal | 7,004 | 0,00 | 0,563 | 0,10 | 0,738 | 0,61 | 0,738 | 0,02 | 0,204 | 0,00 | 3,825 | 0,00 |
| Fiatalok gyerekek nélkül | 5,206 | 0,00 | 0,862 | 0,66 | 0,000 | 1,00 | 0,000 | 0,04 | 0,295 | 0,00 | 2,481 | 0,04 |
| Fiatalok gyerekekkel | 2,656 | 0,02 | 1,339 | 0,31 | 0,278 | 0,23 | 0,278 | 0,03 | 0,532 | 0,04 | 1,127 | 0,85 |
| Egyedül élő középkorú | 2,317 | 0,00 | 1,419 | 0,04 | 0,786 | 0,45 | 0,786 | 0,09 | 0,290 | 0,00 | 2,764 | 0,00 |
| Középkorúak gyerekekkel | 2,054 | 0,00 | 1,726 | 0,00 | 0,886 | 0,68 | 0,886 | 0,02 | 0,388 | 0,00 | 1,293 | 0,35 |
| Középkorúak gyerekek nélkül | 1,555 | 0,03 | 2,199 | 0,00 | 0,919 | 0,77 | 0,919 | 0,03 | 0,317 | 0,00 | 1,532 | 0,12 |
| Középkorú és idős | 1,010 | 0,96 | 1,959 | 0,00 | 0,780 | 0,21 | 0,780 | 0,07 | 0,587 | 0,00 | 1,069 | 0,77 |
| Egyedül élő idős | 1,590 | 0,00 | 0,562 | 0,00 | 1,021 | 0,90 | 1,021 | 0,90 | 0,814 | 0,06 | 1,893 | 0,00 |
| Település urbanizáltsága | | 0,00 | | 0,19 | | 0,02 | | 0,00 | | 0,01 | | 0,00 |
| Falusias település | 1,416 | 0,00 | 0,911 | 0,12 | 0,774 | 0,01 | 0,774 | 0,02 | 0,827 | 0,00 | 1,523 | 0,00 |
| Városias település | 1,232 | 0,01 | 0,916 | 0,16 | 0,797 | 0,04 | 0,797 | 0,07 | 0,888 | 0,06 | 1,252 | 0,02 |
| Főkereső korcsoportja (éves) | | 0,00 | | 0,00 | | 0,00 | | 0,09 | | 0,00 | | 0,00 |
| 18–29 | 0,610 | 0,06 | 2,474 | 0,00 | 0,282 | 0,00 | 0,282 | 0,97 | 1,697 | 0,01 | 0,382 | 0,00 |
| 30–39 | 1,135 | 0,58 | 1,410 | 0,04 | 0,246 | 0,00 | 0,246 | 0,07 | 1,800 | 0,00 | 0,597 | 0,07 |
| 40–49 | 1,051 | 0,82 | 1,597 | 0,00 | 0,345 | 0,00 | 0,345 | 0,42 | 1,509 | 0,02 | 0,532 | 0,03 |
| 50–59 | 1,032 | 0,88 | 1,537 | 0,01 | 0,451 | 0,01 | 0,451 | 0,79 | 1,616 | 0,00 | 0,412 | 0,00 |
| 60 és idősebb | 1,288 | 0,05 | 1,725 | 0,00 | 0,517 | 0,00 | 0,517 | 0,51 | 0,898 | 0,19 | 0,638 | 0,00 |

(A táblázat folytatása a következő oldalon.)

(Folytatás.)

| Változó | Polgári felső | | Kiaíránáhiit alsó | | Kultúraorientált közép | | Tevékeny kispolgári | | Orthonközpointü tárgyorientált | | Mintakövető felsőközép | |
|------------------------------|---------------|------|-------------------|------|------------------------|------|---------------------|------|--------------------------------|------|------------------------|------|
| | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. | Exp(B) | Sig. |
| Fókereső egészségégi állapot | | 0,00 | | 0,00 | | 0,01 | | 0,46 | | 0,04 | | 0,70 |
| Nagyon jó | 1,975 | 0,00 | 0,583 | 0,00 | 2,061 | 0,01 | 1,268 | 0,29 | 0,637 | 0,00 | 1,134 | 0,60 |
| Jó | 1,742 | 0,01 | 0,687 | 0,00 | 1,873 | 0,01 | 1,200 | 0,32 | 0,771 | 0,03 | 1,030 | 0,89 |
| Kielégítő | 1,249 | 0,28 | 0,824 | 0,11 | 1,641 | 0,03 | 1,317 | 0,10 | 0,859 | 0,18 | 0,950 | 0,80 |
| Roszz | 0,830 | 0,40 | 0,912 | 0,46 | 2,085 | 0,00 | 1,189 | 0,32 | 0,849 | 0,16 | 0,897 | 0,62 |
| Nagelkerke R ² | 0,236 | | 0,148 | | 0,069 | | 0,041 | | 0,081 | | 0,067 | |

Megjegyzés. Referenciakategóriák: legmagasabb jövedelmű decilisbe tartozók, főkereső legmagasabb társadalmi státusú, főkereső nő, főkereső egyéb inaktív, főkereső doktori fokozattal, idősek gyermek nélkül, fővárosi, főkereső 70 év feletti, főkereső nagyon rossz egészségi állapotú.

Függetlenül az elméleti részben kiemelt feltételezésektől a modellekbe emelt tényezők közül

a) a település urbanizáltsági (városiasodási) foka és a főkereső korcsoportja mutatkozik a legtöbb esetben szignifikánsnak. Előbbit tekintve megállapítható, hogy a fővárosiakhoz képest a városias és falusias településeken élők nagyobb eséllyel kerülhetnek be a „polgári felső” és a „társasági felső-közép” klaszterekbe, míg kisebb eséllyel a „kultúraorientált közép” és az „otthonközpontú – tárgyorientált” klaszterekbe. A „tevékeny kispolgári” csoport esetében a városias településen élőknek a legmagasabb az esélyhányadosuk, míg a falusias környezetben élőké a legalacsonyabb.

b) A főkereső korcsoportját tekintve azt látjuk, hogy a „kiábrándult alsó” és az „otthonközpontú – tárgyorientált” klaszterbe azok a háztartások kerülhetnek legnagyobb eséllyel, ahol a főkereső a legfiatalabb korcsoportba tartozik, míg a „kultúra-orientált közép” és a „társasági felső-közép” esetében éppen fordított a helyzet.

c) A főkereső iskolai végzettsége a „kiábrándult alsó” klaszter esetében bír a legnyilvánvalóbb és legerősebb hatással. Ebbe a klaszterbe látványosan nagyobb eséllyel kerülhetnek be az iskolázatlan vagy alacsony iskolázott kategóriákból. A „kultúra-orientált közép” klaszter esetében pedig – érthető módon – fordított a helyzet, ide az alacsony szintű iskolát végzettek kisebb eséllyel kerülnek be, de ehhez hasonlóra utaló – igaz kevésbé erős – jelzéseket találhatunk a „polgári felső” klaszter esetében is.

d) Az esélyhányadosok a főkereső gazdasági aktivitása és egészségi állapota esetében a legkevésbé egyértelműek.

e) Úgy tűnik, hogy a munkanélküliek és a dolgozók, (illetve a biztos jövedelemforrással rendelkező nyugdíjasok) között egy törésvonal húzódik, ami elsősorban a „kiábrándult alsó” klaszter esetében a munkanélkülieknél magasabb, míg a „polgári felső”, a „mintakövető felső-közép” és az „otthonközpontú – tárgyorientált” klaszterek esetében alacsonyabb bekerülési esélyhányadosban mutatkozik meg.

A lehetséges meghatározó tényezők külön-külön értékelését követően meg kell vizsgálnunk a regressziós modellek becslési eredményeit, az összes változót együttesen figyelembe véve minősítő *Nagelkerke*-féle mutatókat is. Ezek a modellek magyarázóerejének gyengeségét mutatják. Vagyis azt a következtetést kell levonnunk, hogy bár a hagyományos „objektív” társadalmi-gazdasági-demográfiai jellemzők sok esetben szignifikáns eredményt mutatnak, végül is azonban igen kis mértékben tudjuk ál-

taluk magyarázni az egyes klaszterekbe való bekerülés esélyét. Az egyetlen valamelyest elfogadható eredmény a „polgári felső” klaszter esetében mutatkozott, de ez is messze elmarad attól, amelynek alapján arra következtethetnénk, hogy a magyarországi viszonyok között – akár későbbi, még részletesebb elemzésekkel is – kizárólag az „objektív” tényezőket figyelembe véve, jó kilátásaink lennének a fogyasztási különbségek magyarázatára.

5. Összefoglalás

Az eredményeket összefoglalva elmondható, hogy Magyarországon a fogyasztási csoportokat a kiadásokkal, illetve a kiadási preferenciákkal operacionalizálva is el lehet különíteni. Az kialakított klaszterek szociológiai szempontból is jelentéssel bírnak, így meglehetősen jól értelmezhetők életstíluscsoportokként is. Ugyanakkor ez a hatos felosztás nem tekinthető lezártnak, mivel úgy tűnik, hogy mind az adatok, mind az alkalmazott eljárás alkalmasak további részletesebb elkülönítésekre is.

Az elkülönülő csoportok a szabadon megválasztható kiadásaik alapján nem rendezhetők egyértelmű hierarchiába. Kiadásaik eltérő preferenciák szerint szerveződnek, így szerkezetükben is jelentősen eltérnek egymástól. A köztük levő különbségek nem értelmezhetők az azonos preferenciaminta különböző életszínvonalon történő megvalósításaként, így a szakirodalom fogalomhasználata szerint is inkább életstíluscsoportoknak nevezhetjük őket. Ez egybevág azokkal az eredményekkel, amelyekre *Csíte*, *Kovách* és *Kristóf* más-más módszerrel és különböző jellemzők vizsgálatával találtak rá, arra, hogy „A fogyasztói csoportok nemcsak hierarchikus rendszerben helyezhetők el a több-kevesebb, jobb-rosszabb fogyasztás logikája szerint, hanem létezik horizontális tagolódás is, és vannak olyan társadalmi csoportok, amelyek hasonló mennyiségben és minőségben, csak mást fogyasztanak (*Csíte–Kovách–Kristóf* [2006] 281. old.).

Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy a klaszterek között hierarchikus különbség is megfigyelhető. Úgy tűnik, hogy ez a hatos felosztás érzékenyebben mutatja a vásárlóerő szempontjából közepes vagy rossz pozícióval rendelkező háztartások közötti horizontális különbségeket, míg az e tekintetben jó helyzetben levő háztartások esetében látványosabban mutatkoznak meg a hierarchikus elkülönülés jelei. Ezúttal nem sikerült empirikus eszközökkel maradéktalanul elválasztani az életstílussal, illetve a státussal összefüggő fogyasztást. Ezt azonban ne tekintsük hibának, hiszen senki sem tagadja, hogy ha vannak társadalmi egyenlőtlenségek – márpedig Magyarországon vannak – akkor ez a fogyasztásban is visszatükröződik. Valószínű, hogy mivel ebben az elemzésben csak „madártávlatból” tekintettünk a fogyasztási szokásokra, ezért ebből a tá-

volságból csak a viszonylag durva különbségek látszanak, de ha részletesebben szemügyre vennénk a jobb helyzetben lévő klasztereket, akkor erősebben megmutatkoznának horizontális jellegű elkülönülések is. Ennek ellenére egyetértünk azzal a megállapítással, hogy a hagyományos tényezők hatása „átüt” a fogyasztás rendszerén.

Úgy gondolom, a dolgozat fő kérdését sikerült megválaszolni. Egyértelmű, hogy ma Magyarországon a kiadási és fogyasztási szokások horizontálisan is eltérnek egymástól, így helyénvaló, ha „új” társadalmi törésvonalakat keresünk. Látványos példa erre a „kultúraorientált közép” klaszter, amelyben a korlátozott jövedelmi és kiadási színvonal mellett is többet fordítanak kulturális-művészeti tevékenységekre, illetve tárgyakra, mint az ennél jóval kedvezőbb „objektív” mutatókkal jellemezhető klaszterekben. Ez a példa azért tekinthető megvilágító erejűnek, mert a kulturális kiadások egy sajátos és a szociológiában is különösen hangsúlyos tevékenységre utalnak, és ez egyértelműen mutatja, a kiadások szintjéről a társadalmi cselekvések valóságára való elméleti átlépés érvényességét. Az, hogy a kultúrafogyasztás nem az anyagi lehetőségek és a társadalmi státus hierarchiája szerint alakul, alapvető fontosságú a dolgozat másik kérdésének megválaszolásához is. Magyarországon sem lehet csak „objektív” jellemzőkkel jól magyarázni az életstílust. Ehhez más jellegű, a társadalmi cselekvők értékeit, kulturális háttérét is megragadni képes változókra, vagyis a „szubjektív” elem bevonására van szükség. Még nem egyértelmű, hogyan és miként, ezért ez további kutatást igényel. Ha ez sikerrel járna, az nagy előrelépés lenne a fogyasztási szokások jelenlegieknél jobb magyarázó modelljeinek kidolgozásában. Márpedig szükségesnek látszik új modellek kidolgozása, hiszen sem a közgazdasági hipotéziseket, sem a társadalom hierarchikus rétegződését – illetve az azt így felfogó szociológiai megközelítést – megragadni kívánó változók nem tudták mind ez ideig elfogadhatóan feltárni a kiadásokban megmutatkozó életstílusból eredő eltéréseket. Ez azonban a hivatalos statisztika elé is új feladatokat állít. Ha a Hivatal tovább akar lépni a kiadási adatok egyszerű bemutatásán, és jobban ki szeretné szolgálni a gazdaság, illetve a politika szereplőinek igényeit, akkor egyre szükségesebb, hogy az alapvető adatfelvételeknél is vegyük figyelembe a „szubjektív” elemeket.

Függelék

Szociológiai jelentést hordozó kiadási csoportok.³

Létfenntartással kapcsolatos kiadások:

- napi élelem;
- lakhatási kiadások;
- lakásfenntartás, karbantartás, rezsi.

³ Az eredeti COICOP-csoportok leírásához lásd *KSH* [2003].

Társadalmilag kötött kiadások:

- napi közlekedés;
- hírközlés, kommunikáció;
- oktatás;
- szociális ellátás.

Szabadon választható kiadások:

- élvezeti cikkek, szerencsejáték;
- lakberendezés, lakásfelszerelés, tartós fogyasztási cikkek;
- audiovizuális szórakoztatás;
- sport, kemping, sportesemény, szabadidő;
- hobbi, kert, háziállat;
- játék, szórakozás;
- kultúra, művészet;
- utazás, szállás;
- vendéglátás;
- pénzügyi szolgáltatás, biztosítás, ügyvéd;
- testápolás, kozmetika;
- divatcikkek, kiegészítők, egyéb személyes használati cikkek;
- egyéb szolgáltatások;
- személyes szolgáltatások.

Irodalom

- ALTORJAI SZ. – HAVASI É. [2006]: *Kényszerek és választások – A kiadásokkal mért fogyasztás szerinti rétegződés a mai magyar társadalomban*. KSH Népeségtudományi Kutató Intézet. Budapest.
- BAUDRILLARD, J. [1992]: Tárgyak. In: *Pethő B. (szerk.): A posztmodern*. Gondolat Kiadó. Budapest.
- BERGER V. [2008]: A középosztályosodás értelmezési kísérletei a német szociológiában. *Századvég*. 2008. 49. sz. 51–93. old.
- BOURDIEU, P. [1971]: Osztályhelyzet, osztálypozíció. In: *Ferge Zs. (szerk.): A francia szociológia*. Közgazdasági és Jog Kiadó. Budapest.
- BOURDIEU, P. [2010]: *Distinction – A Social Critique of the Judgement of Taste*. Routledge. London.
- BUZÁSI K. [2008]: Két fogyasztási/megtakarítási modell bemutatása. *Competitio*. 7. évf. 1. sz. Debreceni Egyetem. http://www.econ.unideb.hu/userfiles/File/tudomany/competitio/folyoirat/7evfolyam_1szam/11_buzasi_katalin.pdf
- CSITE A. – KOVÁCH I. – KRISTÓF L. [2006]: Fogyasztói csoportok az ezredforduló Magyarországon. In: *Kovách I. (szerk.): Társadalmi metszetek*. Napvilág. Budapest.
- DUESENBERY, J. S. [1949]: *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*. Harvard University Press. Cambridge.
- DUNCAN, O. D. [1961]: A Socioeconomic Index for All Occupations. In: *Albert J. – Reiss, Jr. (eds.): Occupations and Social Status*. Free Press. New York.

- FRIEDMAN, M. [1986]: *Infláció, munkanélküliség, monetarizmus*. Közgazdasági es Jogi Könyvkiadó. Budapest.
- GANZEBOOM, H. B. – TREIMAN, D. J. [1996]: Internationally Comparable Measures of Occupational Status for the 1988 International Standard Classification of Occupations. *Social Science Research*. Vol. 25. Issue 3. pp. 201–239.
- HETESI E. – ANDICS J. – VERES Z. [2007]: Az életstílus-kutatási eredmények fogyasztásszociológiai interpretációs dilemmái. *Szociológiai Szemle*. 3–4. sz. 115–134. old.
- HRADIL, S. [1994]: Régi fogalmak és új struktúrák. Milió, szubkultúra és életstílus a 80-as években. In.: *Andorka R. – Hradil, S. – Peschar, J.* (szerk.): *Társadalmi rétegződés*. Aula. Budapest.
- KSH (KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL) [2003]: *Kódolási utasítás a vásárolt fogyasztási javak COICOP szerinti kódolásához*. Budapest.
- MELLÁR T. – RAPPAL G. [1993]: A fogyasztás és a fogyasztói magatartás Magyarországon. *Statisztikai Szemle*. 71. évf. 2. sz. 147–158. old.
- MODIGLIANI, F. [1986]: Life Cycle, Individual Thrift, and the Wealth of Nations. *The American Economic Review*. Vol. 76. No. 3. pp. 297–313.
- UTASI Á. [1984]: *Életstílus-csoportok, fogyasztási preferenciák*. Társadalomtudományi Intézet. Budapest.

Summary

The understanding and explanation of consumption differences and expenditure patterns are essential for both social sciences (e.g. economics and sociology) and market actors.

In sociological studies there is a strengthening tendency of considering not just objective but also subjective factors. Although this “new” approach has not been applied yet in the official Hungarian statistical practice, it seems useful to analyse its possibilities.

The main subject of the study is the power of standard, objective socio-economic-demographic factors in the explanation of expenditure patterns but it also refers to the relation between consumption and the notions of social status and lifestyle.

The first part reflects the theoretical background of consumption, and the second part is an empirical investigation of the social clusters which are established based on expenditure patterns. The data are provided by the 2010 Household Budget Survey of the Hungarian Central Statistical Office.