

# GONDOLATOK A FOGYASZTÁS BEFOLYÁSOLÁSÁNAK CÉLJAIRÓL, LEHETŐSÉGI RŐL ÉS ESZKÖZEIRŐL\*

DR. KÁDEK ISTVÁN

## A fogyasztási modell fogalma

A szocialista országok közgazdászok az utóbbi években egyre elmélyültebb vizsgálódásokat folytatnak a fogyasztói szokások, jellemzők, terén és az életmód-témában. Az érdeklődés megélénkülése e területeken természetes. Az életszínvonal elért fejlettségi fokán már nem csupán a „mennyit termeljük?”, hanem — hangsúlyozottabban — a „milyen választékokat milyen minőségben termeljük, illetve importálunk?” az alapvető kérdés. Az elmúlt három és fél évtized nemcsak egyre több és jobb terméket és szolgáltatást, hanem igényes fogyasztót is produkált;\*\* többé már nem elégedhetünk meg a kereslet és kínálat főbb árucsoportonkénti strukturális megfelelésével; a kínálati szerkezetnek rugalmasabban kell reagálnia a kereslet rezdüléseire. A kereslet, illetve a keresletváltozás, végsősoron a fogyasztói igények, szokások, a fogyasztási szerkezet konkrét közgazdasági vizsgálata nemcsak elméleti jelentőségű, hanem a gyakorlati gazdaságpolitika által is szorgalmazott feladat.

A fogyasztói szokások vizsgálata és a megélénkült szükségletkutatás során egyre gyakrabban bukkan fel a fogyasztási modell fogalma. E fogalom alatt a *fogyasztás színvonalának és strukturájának a vizsgált termelési mód adott fejlettségi fokán tapasztalható, általános jellemző vonásait* értik. A szocialista fogyasztási modell kategóriája kettős tartalmú. „Egyfelől ennek a modellnek is tükröznie kell a valóságos állapotot és folyamatokat (leíró és elemző modell). Másfelől — és ez a szocialista modell specifikuma — fel kell tárnia azokat a *lehetőségeket és követelményeket*, amelyek a szocialista termelési módból kö-

---

\* Ebben a tanulmányomban az 1975—79. közötti magyar árrendszert, valamint ugyanezen időszakból származó fogyasztási adatokat elemeztem. A bemutatott folyamatok, valamint az árrendszer fogyasztást-terelő szerepéről mondtak napjainkban is érvényesek.

E rövid tanulmány egy — a fogyasztói árrendszert életszínvonalpolitikai aspektusból vizsgáló és minősítő — nagyobb munka része. (Az árak és az életszínvonal néhány összefüggése, különös tekintettel a fogyasztóiár-eltérítések jövedelemmódosító és fogyasztást terelő szerepére — doktori disszertáció, 1980.)

\*\* A fogyasztó igényesebbé válása annak ellenére, vagy azzal együtt igaz, hogy a fogyasztó lényegében még ma is „kiszolgáltatót” a — főként belföldi viszonylatban — kevésbé igényes termelőnek. A 68-as mechanizmusreform — a szándékok szerint — kínálati versenyt teremtett volna. Ez azonban nem, illetve csak nagyon részlegesen valósult meg!

vetkeznek, s éppen a szocializmus belső lényegéből fakadóan nem valósulnak meg automatikusan, hanem a párt és a szocialista állam tudatos gazdaságpolitikája és társadalompolitikája révén... A szocialista fogyasztási modell tehát egyben célrendszer, tervmodell is.”<sup>1</sup> (Az idézetben a szerző kiemeléséi.) E célrendszer minél pontosabb kimunkálása napirenden levő feladat. A kutatások során azt is elemzik, milyen szignifikáns különbségek állapíthatók meg a kapitalizmus és a szocializmus fogyasztási modelljében. Mert — természetesen — a két eltérő társadalmi-gazdasági rendszer e szférában is jelentős eltéréseket mutat.

Mi adja meg a különböző társadalmi rendszerek fogyasztási modelljeinek specifikumát? Alapvetően a fogyasztás módja, társadalmi meghatározottsága. Konkrétabban: a fogyasztási struktúra; a családok fogyasztási színvonalának differenciái, illetve nivelláltsága; a fogyasztás fejlődésének egyenletessége vagy ingadozásai; a társadalmi fogyasztási alapok súlya és felhasználása — lényegében tehát a jövedelemelosztás nivellált, illetve erősen differenciált volta, valamint a tőkés- és a szocialista országok lényegesen eltérő árstruktúrája.

Ma még korai lenne a fejlett szocialista társadalom pontosan kimunkált fogyasztási modelljéről beszélni. A kutatások jelenleg is intenzíven folynak. A modell legalapvetőbb sajátosságai azonban — ismerve a szocialista gazdaság általános működési feltételeit és termelőmódunk jelenlegi fejlettségi szintjét — körvonalazhatók.

### A szocializmus fogyasztási modellje

Mindenekelőtt arra kell felhívni a figyelmet, hogy a szocialista társadalomban a lakosság fogyasztása *nem gyökeresen más*, mint a hasonló fejlettségű tőkés országokban. Ennek az az oka, hogy a fogyasztási szerkezet egyik alapvető meghatározója *a termelőerők állapota, a gazdaság fejlettségi szintje*. Ugyanakkor a fogyasztói szemléletre, fogyasztói szokásokra — s ezeken keresztül — a fogyasztás szerkezetére a társadalmi viszonyok is jelentős hatást gyakorolnak. Eppen ezért az is bizonyos, hogy a fogyasztás szocialista modellje *nem lényegtelen vonásokban el is tér* a kapitalizmusban kialakult fogyasztási szerkezettől. Ha mármint a leglényegesebb eltérésekre, a szocialista fogyasztási modell legalapvetőbb sajátosságaira irányítjuk figyelmünket, a legtömörebben ezen sajátosságok lényege így határozható meg: *a szocializmusban a fogyasztást humanizálni kell, ez következik társadalmunk értékrendjéből*. Hoch Róbert ezt a következőképpen fogalmazza meg: „... olyan modellt szorgalmazunk, amely a fogyasztást — és szélesebben: az emberek életének a módját — humanizálja. Valóban: ez a fogyasztás szocialista modelljének a lényege. A fogyasztás olyan ... struktúrájának kialakítására törekszünk, amely az egész lakosság számára biztosítja az egészséges és kulturált életet, a szükségletek harmonikus kifejlesztését és kielégítését; végső soron annak a feltételeit, hogy az emberek mindenoldalúan kibontakoztathassák képességeiket, kifejlődhessék a közösségben élő ember személyisége.”<sup>2</sup>

Mit jelent mindez — összhangban más alapelveinkkel? A fogyasztás humanizálása az alábbiakat jelenti:\*

1. a fogyasztás a társadalom minden tagja, a fogyasztásnövekedés pedig minden jelentősebb létszámú társadalmi réteg számára garantált;
2. az egyenlőség és egyenlőtlenség dialektikája az eredményesebb munkavégzésre ösztönzés követelményével összhangban valósul meg, azaz — a fogyasztási lehetőségek családonkénti eltéréseinek alapja a társadalom javára végzett munkák különbsége,  
— munka nélkül tartósan élvezett jólét lehetetlensége,  
— a végzett munkával nem arányos fogyasztási lehetőségek csökkentése;
3. a legalacsonyabb jövedelmű rétegek számára is társadalmilag elfogadható fogyasztási lehetőséget kell biztosítani;
4. a humanizálás fontos vetülete: a státusfitogtatási motívumok visszaszorítása a fogyasztásban;
5. a fogyasztás az egészséget fenntartó és ne károsító legyen:  
— küzdeni kell a marginális jelenségek (pl.: alkoholizmus) ellen;  
— törekedni kell bizonyos — megrögzött — egészségtelen fogyasztói szokások megváltoztatására (pl.: a nagymértékű zsírfogyasztás visszaszorítása);  
— korszerű, egészséges táplálkozási és életmódmintákat kell elterjeszteni!
6. az előbbi követelmények érvényesítésével is racionális fogyasztást kell megvalósítani: a rendelkezésre álló erőforrások ésszerű kombinálásával és hatékony hasznosításával a szükségletek mind teljesebb mértékben és mind magasabb színvonalon történő kielégítését kell biztosítani!

E követelmények nem valósulnak meg automatikusan; fogyasztásunk szocialista vonásait átgondolt, átfogó intézkedésekkel erősíteni kell! De megengedhető-e a fogyasztók bármiféle befolyásolása, egyéni döntéseik „terelése”? Nem jelenti ez a fogyasztók választási szabadságának durva megsértését?

Még 1969-ben, egy társadalmi vita során 61 levelet kapott a Magyar Élet-színvonal Bizottság. E levelek egyikének a szerzője fogalmazta meg az alábbi gondolatokat, melyekkel én teljesen egyetértek. Idézem: „Míg egyrésztől *nem kényszeríthetjük rá az embereket a szocialista életmód valamiféle elképzelt utópiáját, mert ennek . . . az emberek mindennapi tevékenységében és tevékenységéből kell kialakulnia, nekik maguknak kell létrehozniuk, másrésztől nem mondhatunk le arról sem, hogy ezt befolyásoljuk . . . a szocializmus alapvető érdekei szempontjából.* Ez konkrétan annyit jelent, . . . , hogy *míg egyre bővítenünk kell a fogyasztó választási lehetőségét az árupiacon, továbbra sem szabad lemondanunk arról, hogy választását társadalmilag befolyásoljuk, főként az*

---

\* Itt három megjegyzést kell tennem:

- az itt következő felsorolás még folytatható lenne. Céлом azonban nem a modell részletes leírása, csupán leglényegesebb jellemzőinek felsorolása;
- a leírt követelmények többsége napjainkban is megvalósul; szerepelnek azonban olyan alapelvek is, amelyek következetes érvényesítése eddig még nem történt meg;
- az itt vázolt modell, mint fogyasztási célrendszer a jelen és a közeljövő gazdasági helyzetét, s az ezen nyugvó társadalompolitikai feladatokat tükrözi. A fogyasztási modell konkrét tartalma természetesen a fejlődés során változik.

egészséges és kulturált életmód ... követelményei szempontjából.”<sup>3</sup> (Az én kiemeléseim — K. I.)

A társadalmi érdekek alapján kimunkált preferenciacéloknak megfelelő fogyasztásterelés nem jelenti a fogyasztók manipulálását. A manipuláció lényege ugyanis: meghatározott egyént vagy csoportot saját érdekeivel ellentétes tevékenységre ösztönöznek. A preferenciák érvényesítése által *nem csorbulnak* a fogyasztó egyén jogai, érdekei, sőt: éppen ez a „befolyásolás” vezet rá a korszerű, egészséges és kulturált fogyasztási minta kialakítására.

A szocialista államnak tehát határozott fogyasztási célrendszerrel kell rendelkeznie, e céloknak megfelelő preferenciarendszert kell kialakítani, és ez utóbbi érvényesítése révén terelni, alakítani kell a fogyasztást, erősítve a szocialista vonásokat!

### A magyar fogyasztási szerkezet néhány megváltoztatandó vonása

Magyarországon a lakosság egy főre jutó fogyasztásának volumene 1950 és 1980 között több mint megháromszorozódott.<sup>4</sup> A volumennövekedés a fogyasztási struktúra nagyarányú átrendeződésével járt együtt. E szerkezetváltozás és a magyar fogyasztás jelenlegi struktúrája nem ítéhető egyértelműen pozitívnak. Először a fogyasztás egészét, a fontosabb szerkezeti változások tendenciáját vizsgálom.

*A fogyasztás szerkezete a javak jellege szerint*<sup>5</sup> (1968. évi árakon, százaléokban)

Megnevezés	1955	1965	1975
Élelmiszerek	45,3	37,7	30,8
Élvezeti cikkek	12,3	12,8	14,1
Ruházkodási cikkek	10,8	11,0	10,2
Fűtés, háztartási energia	3,4	3,5	3,8
Tartós fogyasztási cikkek	2,1	4,6	7,6
Egyéb iparcikkek	5,9	7,9	11,6
Szolgáltatások	20,2	22,5	21,9
Összesen	100,0	100,0	100,0

A fogyasztás szerkezetének átalakulása tükrözi gazdasági fejlődésünket, a változások iránya megegyezik a nemzetközi tapasztalatokkal. Az élelmiszerfogyasztás részarányának csökkenése, a tartós fogyasztási cikkek össz fogyasztáson belüli erőteljes részarány-növekedése jólétünk növekedését kifejező, pozitív változás. (1979-ben — folyóáras adatok alapján számítva — az élelmiszer-fogyasztás részaránya 28,7<sup>0</sup>/<sub>0</sub>. A tartós fogyasztási cikkek össz fogyasztáson belüli aránya pedig 7,8<sup>0</sup>/<sub>0</sub>. — Az adatok forrása: Magyarország 1980. Statisztikai adatok. KSH, Budapest, 12. old.) Találkozunk azonban nem kívánatos jelenségekkel is. A magyar élelmiszer-fogyasztás továbbra sem nevezhető korszerűnek, nem felel meg a biológiailag indokolt követelményeknek.

A ruházkodási cikkek részaránya — két évtizedes időtávon is — lényegében változatlan. Míg az egy lakosra jutó élelmiszer-fogyasztásunk nemzetközi össze-

hasonlításban is igen magas, ugyanakkor ruházkodási kiadásaink átlagos szintje már jóval hátrább sorol bennünket a nemzetközi mezőnyben.<sup>6</sup>

„... az energiasztruktúra módosításában évtizedekkel elmaradtunk és az átalakítás érdekében komoly kedvezményeket kaptak a háztartások. Ennek időpontja azonban meglehetősen kedvezőtlenül összeesett a világgiazi árrobbanással. A lakosság egy része akkor tért át olajfűtésre, amikor az olaj nehezebben beszerezhető és főként drágább lett a világgiacon.”<sup>7</sup>

A szolgáltatások részaránya csak kis mértékben nőtt. Bár a hetvenes években a szolgáltatóhálózat jelentősen fejlődött, a szolgáltatások terén még sok a hiányosság. A vidéki ellátottság helyenként igen gyenge, és általában is probléma van a szolgáltatások színvonalával. Fogyasztási szerkezetünk jelentős negatívuma a nagyarányú élvezetecikk-fogyasztás. Már az is elgondolkoztató, hogy az élvezeti cikkek összefogyasztáson belüli részaránya az elmúlt 25—30 évben érzékelhetően nőtt. (1979-ben az élvezeti cikkek összefogyasztáson belüli részaránya — folyóáras adatok alapján számítva — 16,3<sup>0</sup>/<sub>0</sub> volt! Forrás: Magyarország 1980. KSH, Budapest, 12. old.) Még megdöbbenőbb a kép, ha egyes élvezeti cikkek egy főre jutó fogyasztási adatait szemléljük.

#### Az élvezeti cikkek egy főre jutó fogyasztása<sup>8</sup>

Megnevezés	Mértékegység	1950	1975
Kávé	dkg	5,7	261,4
Tea	dkg	1,0	8,1
Bor	liter	33,0	34,2
Sör	liter	8,3	72,3
Égetett szeszes italok *	liter	1,50	7,22
Szeszes italok össz. **	liter	4,9	10,1
Dohány	kg	1,12	2,28

Az alkoholfogyasztás nemcsak a családi ünnepek és baráti találkozók elmaradhatatlan kelléke, hanem „benyomult” a munkahelyekre is! Az élvezetecikk fogyasztás a fiatalok körében is jelentős.

Az elmúlt években több konkrét intézkedés született az alkoholfogyasztás növekedési ütemének fékezésére (9 óra előtti alkoholárúsítási tilalom; munkahelyi büfék alkoholforgalmazásának megszüntetése, áremelések). Ezen intézkedések hatása azonban átmeneti, részleges.

Negatív jelenség fogyasztásunkban a státusz- vagy (más szóval) kérkedő fogyasztás jelenléte.<sup>\*\*\*</sup> A 60-as években bizonyos tartós fogyasztási cikkek mielőbbi megszerzésében és az ezzel való dicsekvésben nyilvánult meg. Manapság

\* 50<sup>o</sup>-os szeszre átszámítva

\*\* Abszolút liter

\*\*\* Egyetérthetünk a szociológusokkal abban, hogy végső soron „minden fogyasztás státuszjelző” (Makara Péter: Az irracionális fogyasztás racionalitása; Kereskedelmi Szemle, 1976/4. 38. old.) Csakhogy: a fogyasztás állandóan érvényesülő státuszjelző jellege nem tévesztendő össze a státuszfogyasztással. Ez utóbbi esetben az adott árut *elsősorban* státuszjelző (mégpedig többnyire a valóságosnál magasabb státusra utaló) jellege, és nem tényleges használati értéke, funkciója miatt vásárolják.

főként a lakás külső-belső megjelenésével kapcsolatban jelentkezik a státusfitogtatási szándék. (Gondoljunk például egyes családi házak külső formájára, az egymásfél felülmúlni akaró kerítésekre vagy a kérkedő lakberendezésre.) A kérkedő fogyasztás olyan furcsaságokban is jelentkezik, mint például az utóbbi években elterjedt kriptaépítési divat.

A státuszfogyasztás káros jelenség. A kispolgáriság irányába taszító szemléleti hatásán túl, gazdaságilag is negatív. Egyrészt irracionálissá, pazarlóvá teszi a fogyasztást, másrészt egyes alacsony jövedelmű családokat ésszerűtlen áldozatvállalásra sarkall (amennyiben a szóban forgó családok a valóságosnál magasabb státust jelző tárgyakat akarnak mindenképpen vásárolni.) Politikai hatásai is veszélyesek. Egyesek kérkedő életmódja a közvéleményt érthető módon irritálja. Mint a negatív jelenségeket általában, a közvélemény ennek a mértékét is felnagyítja megítélésében és véleményalkotásában.\* Egyeseknél e jelenség tapasztalása a szocializmussal, mint rendszerrel való elégedettséget gyengíti.

Ugyanakkor azonban azt is el kell mondani: e jelenségeknek nem minden következménye káros. Ugyanis a státusfitogtatási motívumok jelenléte a fogyasztásban nem feltétlenül torzítja el annak struktúráját. Például: „... a motivációjában státuszszimbólumként vásárolt falusi hűtőszekrény... az életmódot modernizáló, objektíven kedvező társadalmi tényé válhat.”<sup>9</sup> Ez azonban nem feledtetheti a státuszfogyasztás alapvetően negatív voltát és társadalmi veszélyességét.

Az előbbiekből fogyasztásunk néhány negatív vonását villantottam fel. Felmerül ezek után a kérdés: e káros jelenségek fogyasztásunkba az irracionális elemeket viszik?

E kérdésre — sajnos — „igen”-nel kell válaszolni. Az alkoholizmus, mint marginális jelenség az irracionális fogyasztás fogalomkörébe tartozik. De irracionálisnak minősíthető a magas jövedelműek státuszfogyasztása is, amely — az utánzási effektusokon keresztül — az alacsonyabb jövedelmű családok fogyasztását is eltorzíthatja. Irracionális elem fogyasztásunkban a pazarlás is — erre bizonyos árrendszerbeli torzulások is „ösztönöznek”. Itt jegyzem meg, hogy az 1979. július 23-i átfogó fogyasztói árrendezésnek éppen egyik legfontosabb, deklarált célja az volt, hogy megszüntesse azokat az árrendszerbeli torzulásokat, amelyek pazarló fogyasztást eredményeztek. E célt az árváltoztatásokkal részlegesen megvalósították. Pazarló, s éppen ezért irracionális fogyasztást nemcsak rossz fogyasztói „beidegződések” válhatnak ki; a termelés ésszerűtlensége is kikényszeríthet ilyen fogyasztói magatartást. Gondoljunk például a tartós fogyasztási cikkek idő előtti lecserélésére irányuló — helytelenül felfogott — termelői érdekből fakadó ösztönzésre, vagy egyes sütő- és élelmiszeripari termékek gyenge minőségére, ami szintén pazarló fogyasztásra kényszerít (az ilyen termék el nem fogyasztott mennyisége ugyanis másnap már fogyasztásra alkalmatlan).

De „... »fogyasztunk« mi más értékeket is irracionálisan, nemcsak árucikkeket. Évente mind nagyobb a túljelentkezés az egyetemeken, főiskoláinkon. Statisztikai adatok bizonyítják, hogy diplomások egyre nagyobb számban helyezkednek el nem képezésüknek megfelelő munkahelyeken. S ugyanakkor még Budapesten is nő a képezés nélküli pedagógusok száma. Ez is ésszerűtlen

---

\* Többek között éppen ebben rejlik a kérkedő fogyasztás, az „úrhatnamság” társadalmi veszélyessége! Ha van, a közvélemény mindenképpen súlyos problémának minősíti, előfordulásának mértékétől függetlenül.

»fogyasztás«, a tudás, a képesség és az oktatás társadalmi ráfordításának ésszerűtlen fogyasztása.”<sup>10</sup>

Szembesítve az itt elmondottakat a szocialista fogyasztási modell alapvető vonásaival, azonnal nyilvánvalóvá válnak a halasztást nem tűrő fogyasztáspolitikai feladatok. A marginális jelenségek visszaszorítása, a korszerű, egészséges fogyasztási minták elterjesztése, a kérkedő fogyasztás és az ezt támogató fogyasztói szemlélet kritikája a szocialista fogyasztási modell gyakorlati kibontakoztatásának nélkülözhetetlen előfeltétele.

Ugyanilyen fontos feladata a fogyasztáspolitikának a lakossági rétegek élethelyzetének kondicionálása, a *fogyasztási lehetőségek ésszerű nivellálása*. Mindez azt kívánja, hogy a fogyasztáspolitikai legyen tekintettel a magas és alacsony jövedelműek sajátos problémáira. A magas jövedelműek számára meg kell teremteni a diszponibilis jövedelemhányad ésszerű elköltésének lehetőségét és fogyasztáspolitikai diszpreferenciákat is latba kell vetni a státuszfogyasztási motívumok visszaszorításáért. Fogyasztói szokásaik befolyásolása azért is felelősségteljes feladat, mert a magas jövedelműek jelenbeni fogyasztási szerkezete a minta az alacsonyabb jövedelmű rétegek jövőbeni fogyasztása számára.

*Az alacsony jövedelműekre is különös figyelmet kell fordítani a fogyasztáspolitikában*, pláne a jelenlegi időszakban, amikor is — gazdasági nehézségeink folytán — a reáljövedelem évi átlagos növekedése rendkívül korlátozott. Meg kell óvni az amúgy is nehéz helyzetű rétegeket további terhek kényszerű vállalásától. De kevésbé szigorú gazdasági feltételek esetén is nagy gonddal kell kezelni és támogatni ezt a lakossági réteget. Ugyanis „a szélső jövedelmek viszonylagos különbségének csökkenése esetén is nőnek a differenciák az életmódban — a magas jövedelműek, sőt a közepes jövedelműek kiadásainak emelkedő diszponibilis hányada, s ennek nyomán a személyi tulajdon egyenlőtlen felhalmozása miatt.”<sup>11</sup> Megfelelő *fogyasztás- és jövedelempolitikai preferenciarendszer érvényesítésével* kell ezt a feszültséget legalábbis enyhíteni! S végezetül meg kell említeni azt is: *a fogyasztásszabályozás nemcsak a társadalompolitikai céloknak alárendelt*. Olyan „napi”, gazdasági szempontok is figyelembe veendőek a fogyasztásterelésnél, mint például — közismerten nyitott szerkezetű gazdaságunkban — az *exportérdek*,\* vagy az *energiatakarékosság*.

---

\* Az elmúlt néhány év legjelentősebb fogyasztói árreformja, az 1979 nyarán végrehajtott árrendezés során is tekintettel kellett lenni erre. Csikós-Nagy Béla az árreformot részletesen „kommentáló” könyvében a következőket írja e fontos áralakító faktorról: „... az élelmiszerek új fogyasztói árának megállapításánál az exportérdeknek is fontos szerepe volt. Ezt a szempontot már csak azért sem lehetett figyelmen kívül hagyni, mert az élelmiszer-gazdaság kiviteli többletének rendszeres növekedése nélkül — belátható időn belül — a magyar gazdaság megbomlott nemzetközi egyensúlya nem állítható helyre.” Konkrét példaként a hús- és húskészítmények differenciált árváltoztatását említi: „... a sertés és marha tökehús ára 30 százalékkal, a baromfié pedig csak 8 százalékkal emelkedett, annak érdekében, hogy a sertéshús-kereslet egy része a baromfira terelődjék. A húskészítmények ára kb. 21 százalékkal nőtt, de ebben a körben a száraz- és füstölt áruk áremelése lényegesen magasabb, mivel e cikkek a világpiacon gazdaságosan értékesíthetők.” Az idézetek Csikós-Nagy Béla: *A magyar árpolitika; Az 1979/80. évi árrendezés* — KJK, 1980. — c. könyvének 205. oldaláról valók.)

## A fogyasztás-befolyásolás korlátai

A fogyasztást terelni kell, a fogyasztói szokásokat deklarált céljainknak megfelelően alakítani szükséges. Ez a befolyásolás a szocialista állam feladata. „A szocialista állam arra törekszik, hogy a fogyasztás a társadalom és az egyének szempontjából egyaránt *hasznos, gazdaságos és racionális* legyen . . .”<sup>12</sup> A szocialista állam e törekvését úgy valósítja meg, hogy a fogyasztás szocialista vonásait erősítő tudatosan kialakított fogyasztáspolitikai preferenciarendszerrel rendelkezik, és ennek megfelelően befolyásolja a fogyasztók egyéni rangsorait, hatással van vásárlási döntéseikre, szokásaik ki-, illetve átalakulására. Ugyanakkor azonban nem hagyható figyelmen kívül, hogy az egyéni döntések társadalmi befolyásolhatósága korlátozott.

Több korlát is nehezíti az átgondolt törekvések érvényesítését. Ezek a következők:

- *korlátozzák a fogyasztáspolitikai mozgásterét az áruviszonyok.* Vállalataink árutermelő gazdasági egységek. A nyereséges gazdálkodás alapvető — árutermelői mivoltukból fakadó — érdekük. Ezen érdekük realizálásának azonban olyan módját is választják időnként, amely a fogyasztást a deklarált szándékokkal ellentétes irányba tereli, például: pazarlásra ösztönzi a fogyasztót.\* Negatív hatás kapcsolódik a külkereskedelemhez, például a következő módokon: 1. importálunk fogyasztási cikkeket, azonban takarékosági okokból esetenként a silányabb választékokat; 2. exportorientált ágazataink a belső piacon is esetenként a tőkés piac igényeihez alkalmazkodó kínálattal jelentkeznek. Ez nem mindig kedvező.
- *szemléletbeli problémák is nehezítik a fogyasztás ésszerűbbé tételét.* Ma még például a szükségletkielégítésnek ahhoz a módjához ragaszkodnak — többnyire — az emberek, amely „tulajdon megszerzésével jár, szemben a szükségletkielégítésnek azzal a sokszor racionálisabb módjával, amely csak a szolgáltatás megvásárlását feltételezi, de a szolgáltatás bázisul szolgáló dolog társadalmi tulajdonban van és marad. (Sztereotíp példák: egyéni és tömbmosógép, autó és tömegközlekedés, egyéni nyaraló és társas üdülő stb.)”<sup>13</sup>
- *a fogyasztói szokások igen merevek, „megrögzöttek”* — ezzel a fogyasztáspolitikának számolnia kell! A preferencia-célok nem érvényesíthetők a lakosság igényeivel szemben; ezeket az igényeket nem lehet rövid idő alatt gyökeresen átformálni. Ebből két fontos követelmény is fakad: 1. a fogyasztáspolitikának tekintettel kell lennie a mindenkori lakossági igényekre; 2. a fogyasztói szokás-formálás mindig több eszköz együttes alkalmazását igényli (a tapasztalatok azt mutatják, hogy pl.: csak ár-változtatással vagy csak reklámtevékenységgel nem lehet tartós hatást elérni)!

---

\* A fogyasztás racionalitása vagy irracionalitása a termelés oldaláról érkező „impulzusoknak” is függvénye. Erről korábban — más összefüggésben — már volt szó.

Itt jegyzem meg, hogy a fogyasztást-terelő hatásokat korlátozó — itt felsorolt — tényezőkre Hoch Róbert nyomtatékosan felhívta a figyelmet. (Lásd Hoch Róbert: Fogyasztáspolitikánk elméleti alapjaihoz — Társadalmi Szemle, 1977/9. sz.)



- *korlátokat állítanak anyagi lehetőségeink is; ahhoz ugyanis, hogy bizonyos szükségleteket kielégítsünk, vagy a szükséglet-kielégítés módját érdemben befolyásoljuk, megfelelő erőforrásokkal kell rendelkezünk — márpedig ezek nem mindig adóttak!*
- *végül: korlátozó tényezőként jelentkezik az, hogy a gazdaságpolitika, az életszínvonal-politika egyes rész céljai többé-kevésbé tompíthatják egymás hatását.* E célok ugyanis ellentmondásosak. Az árakon keresztül érvényesített támogatások és diszpreferenciák is ellentmondásos szociálpolitikai funkciókat szolgálnak, úgymint „az alacsony jövedelműek fogyasztásának támogatása és a fogyasztás szerkezetének »kedvező irányba« történő befolyásolása. Ez az — egyébként tudatosan vállalt — ellentmondásosság abból fakad, hogy a »kedvező szerkezetű« fogyasztás általában viszonylag drága, és emiatt jelentősen eltér az alacsony jövedelműek tényleges fogyasztási szerkezetétől.”<sup>14</sup>

### **A fogyasztás-befolyásolás eszközei**

A fogyasztói preferencia-rendszer érvényesítése különböző eszközök alkalmazásával történik, illetve történhet. Ezen eszközök zömmel gazdaságiak, de nem csak azok! Az egészséges és kulturált életmód megvalósítására nevelni is kell — ez az iskolai oktató-nevelő munkának is fontos feladatköre. A magasabbrendű szükségletek kielégítésének igényét már a gyermek- illetve a fiatalkorban fel kell élesztetni; olyan életmódmintát (illetve ideált) kell adni az ifjúságnak, amely arra vezeti rá a felnövekvő nemzedék tagjait: hogyan kell a mind nagyobb bőségben rendelkezésre álló anyagi javakat egy kulturált, a személyiség kibontakoztatását lehetővé tevő életvitel hasznos eszközeivé tenni. Ma még — sajnos — számtalan példa bizonyítja, hogy sokan nem tudják a megnövekedett jólétet ésszerűen hasznosítani.

A továbbiakban a fogyasztás-befolyásolás gazdasági eszközeit sorolom fel röviden.

- Ide tartozik a *személyijövedelem-politika*. Ennek fontos feladata a fogyasztási lehetőségek ésszerű nivellálása, de úgy, hogy a jobb munkára serkentő anyagi ösztönzés hatékonysága fokozódjon.
- A *társadalmi juttatások rendszere* egyidejűleg hivatott szolgálni az alacsonyabb jövedelmű lakossági rétegek támogatását és a fogyasztói szokások formálását.
- A *lakossági infrastruktúra fejlesztése* fogyasztáspolitikai céljaink megvalósítása szempontjából is kiemelt jelentőségű, hiszen a fogyasztás korszerűsítésének ez elengedhetetlen feltétele.
- A *kereskedelem* több szempontból is kulcsfontosságú szféra a fogyasztási célrendszer megvalósítása tekintetében.
  1. A kereskedelem elsőrendűen fontos feladata, hogy *megfelelő*, az egyes lakossági rétegek sajátos igényeit is figyelembe vevő *áruválasztékot biztosítson*.
  2. A kereskedelem feladata az is, hogy a — szocialista erkölcs talaján álló — *reklámmal segítse* elő a fogyasztók racionális *döntéshozatalát*.
 E feladatok ellátása nélkül a tudatos fogyasztás-terelés megvalósíthatatlan szándék maradna csupán.

— A fogyasztáspolitikai preferenciacélok megvalósításának fontos eszköze az *árrendszer*. Az árakkal, illetve az árak megfelelő arányú és mértékű változtatásával a fogyasztás közvetlenül terelhető, irányítható. Az árváltozásra a fogyasztás — rövid távon — érzékenyen és érzékelhetően reagál; ugyanakkor azonban az árváltozás nem mindig bizonyul alkalmas eszköznek a fogyasztás hosszabb távú trendjeinek befolyásolásában. Ezt figyelembe véve is elmondható azonban, hogy az árak a fogyasztás-terelés nagyon lényeges eszközeit jelentik. Indokolt egy kicsit részletesebben is vizsgálni ezt az eszköz-csoportot!

Az elmúlt évek tapasztalatai azt bizonyítják, hogy a fogyasztás-terelése szempontjából nem hatásos egyetlen, kiragadott termék ármódosítása. „... a fogyasztási szerkezetet elsősorban úgy lehet korszerűbb irányba terelni, ha nem egy-egy árucsoport árát módosítjuk, hanem az egymással helyettesíthető termékek árszínvonalát alakítjuk megfelelően.”<sup>15</sup>

Az árváltoztatás fogyasztást befolyásoló hatása szempontjából igen lényeges kérdés, hogy milyen jellegű termék ára változott meg. Abban az esetben ugyanis, ha olyan terméknel történt ármódosítás, amelynek a kereslete az ár szempontjából merev (azaz: keresletének árrugalmassága kicsi), akkor nem a keresleti struktúra fog átrendeződni (az adott termék kereslete nem változik), hanem a jövedelem színvonala és szerkezete változik meg. Merev keresletű termékeknel tehát árváltoztatással nem lehet érdemleges fogyasztás-módosulást elérni. Márpedig a rugalmatlan keresletű cikkcsoportok száma jelentős: rugalmatlan egyes élelmiszerek fogyasztása, de az élvezeti cikkek fogyasztását sem lehet érdemlegesen befolyásolni árintézkedésekkel. 1979-ben például a „dohányárak vagy a sör árának növelése lényegében nem befolyásolta a fogyasztást”.<sup>16</sup> A műszaki cikkek területén is találkozzunk keresletrugalmatlansággal.\*

A fogyasztási szerkezet módosulása függ az árváltoztatás mértékétől. Minél magasabb az életszínvonal, annál nagyobb mértékű ármódosítással lehet érzékelhető fogyasztásváltozást elérni. Ezt úgy is meg lehet fogalmazni, hogy a reagálási küszöb egyre magasabb lesz. Ez igaz átlagosan. „*Am az is biztos, hogy különféle rétegeknél a reagálási küszöb változó. Alacsonyabb jövedelműeknél a reagálás alacsonyabb áremelésre is elég érzékeny lehet, míg magasabb jövedelműeknél magasabb áremelés sem eredményez hatást. ... A reagálás attól is függ, természetesen, hogy milyen jellegű cikket érint a beavatkozás.*”<sup>17</sup> (Az én kiemelésem — K. I.)

Az árakkal való fogyasztás-terelésnek vannak korlátai. Mégis: *az ár olyan eszköz, amit a fogyasztáspolitikai célrendszerének közelítése érdekében — nem nélkülözhet.* A fogyasztáspolitikai preferenciák és diszpreferenciák tehát megjelennek tudatos áreltérítések formájában. A fogyasztás szocialista vonásainak erősítése, a bemutatott nemkívánatos fogyasztási tendenciák visszaszorítása a továbbiakban is szükségessé teszi az ár-eszköz igénybevételét.

---

\* Például a lemezjátszóknak, magnetofonoknak, sztereo-rádióknak van egy kialakult vásárló-rétege. Ők ezeket a cikkeket mindenképpen megveszik, (ha kell, erőteljes takarékoskodás révén); készülékeiket cserélik, illetve újabb típusok piacra kerülésével azt is megvásárolják, nem törődve azzal, hogy a meglévő régebbi még teljesen üzembiztos.

## HIVATKOZÁSOK

1. Hoch Róbert: Fogyasztáspolitikánk elméleti alapjaihoz. Társadalmi Szemle, 1977/9. 15—16. old.
2. Id. cikk, 17. old.
3. Hoffmann Istvánné: A magyar háztartások gazdálkodási modellje. Közgazdasági és Jogi Kiadó, 1977. 37. old.
4. Az adat forrása: Zafir Mihály: Fogyasztáspolitikánk. Propagandista, 1979/2. 48. old.
5. Az életszínvonal alakulása Magyarországon 1950—1975. Kossuth, 1978. 67. old. 27-es számú táblázat alapján.
6. Nyitrai Ferencné dr.: Fogyasztásunk szerkezete és az árváltozások hatása a fogyasztásra. Társadalmi Szemle, 1980/3. 32. old.
7. Id. cikk, 34. old.
8. Az életszínvonal alakulása Magyarországon 1950—1975. Kossuth, 1978. 76. old. 35. táblázat.
9. Makara Péter: Az irracionális fogyasztás racionalitása. Kereskedelmi Szemle, 1976/4. 38. old.
10. Vida Katalin: Még egy gondolat az irracionális fogyasztásról. Kereskedelmi Szemle, 1976/4. 38. old.
11. Hoch Róbert: Tézisek a hosszú távú életszínvonal-politikáról. Közgazdasági Szemle, 1975/1. 54. old.
12. Valló Tamás: Lehetőségek és módszerek a lakosság fogyasztásának befolyásolására. Kereskedelmi Szemle, 1975/12. 29. old.
13. Hoch Róbert: Fogyasztáspolitikánk elméleti alapjaihoz. Társadalmi Szemle, 1977/9. 22. old.
14. Ladányi János: Fogyasztói árak és szociálpolitika. Valóság, 1975/12. 20. old.
15. Nyitrai Ferencné dr.: Fogyasztásunk szerkezete és az árváltozások hatása a fogyasztásra. Társadalmi Szemle, 1980/3. 42. old.
16. Id. cikk, 39. old.
17. Berényi József: Néhány gondolat az irracionális fogyasztásról. Kereskedelmi Szemle, 1975/11. 12. old.

Д-р ИШТВАН КАДЕК

## МЫСЛИ О ЦЕЛЯХ, ВОЗМОЖНОСТЯХ И СПОСОБАХ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ

Автор в вступительной части своей статьи говорит о возрастающем значении измерения потребностей. Опираясь на труды венгерских экономистов, автор определяет понятие потребительской модели, а затем делает попытку определить некоторые важнейшие характерные черты социалистической потребительской модели.

Автор после этого исследует несколько потребительских данных — в основном из 70-ых годов. Сопоставляет действительное, нынешнее положение потребления с поставленными задачами, и делает вывод: для достижения целей ещё много надо сделать.

В дальнейшем автор перечисляет способы воздействия на потребление, но напоминает и о возможностях ограничения потребления. Он подчёркивает мысль о том, что важнейшим способом управления потреблением является потребительская система цен. Потребление на изменения цен реагирует очень быстро и чувствительно, но изменение цен не всегда приводит к правильному регулированию потребления на более длительный срок. Но всё-таки можно сделать вывод: цена — это средство, без которого не обойтись потребительской политике.