

Tóth István János

## A nem regisztrált lakossági vásárlások mértéke és társadalmi összetevői

---

A tanulmány arra tesz kísérletet, hogy egy, a háztartások körében végzett kérdőíves felvétel alapján becslést adjon a rejtett gazdaság hatóköréről a kiskereskedelem és a lakossági szolgáltatások területén. Megvizsgálja a nem regisztrált piacokon való vásárlási hajlandóság és a háztartások egyes jellemzői közötti kapcsolatokat. A vizsgálatból kiderült, hogy a felmért cikkek körében a nem regisztrált kiadások aránya az összes kiadásban 16-22 százalék körüli értékre becsülhető. A nem regisztrált vásárlások arányai és a háztartások egyes jellemzői közötti összefüggések vizsgálata pedig arra utal, hogy a nem regisztrált vásárlások mértéke nem elsősorban a háztartás jövedelem-nagyságától függ. Az összes kiadást tekintve a legerősebb hatást a háztartás lakóhelyével összefüggésben találhatjuk, ami aláhúzza a nem regisztrált vásárlások magyarázatában a vevő tranzakciós költségének fontosságát.\*

---

A háztartások körében végzett kérdőíves felvétel<sup>1</sup> alapján becsültük a rejtett gazdaság<sup>2</sup> hatókörét a kiskereskedelem és a lakossági szolgáltatások területén. Bár a nem regisztrált piacokon való vásárlási hajlandóság és a háztartások egyes jellemzői közötti kapcsolatok elemzésével a rejtett gazdaságnak csak egy szegmensét – és vélhetően nem is a legnagyobb súlyt képviselő szegmensét – vizsgáltuk, mégis értelmesnek tartottuk egy olyan kutatási koncepció kidolgozását, amely a rejtett gazdaságnak azt a részét vizsgálja, amellyel a lakosság nagy része nap mint nap szembekerül. Az itt érvényesülő magatartási szabályok azt is jelzik, hogy gazdasági aktorok normáiba mennyire épült be a gazdasági átmenet fontos feltételének tartott pénzügyi és adózási fegyelem (Kornai [1993]).

A rejtett gazdaság magyarországi elterjedtségéről az utóbbi években többféle és különböző módszeren alapuló becslés látott napvilágot. Az elemzések egy része a feketegazdaság hatásaival összefüggő tényezők indirekt vizsgálatán alapult.<sup>3</sup> Ide sorolható, többek

---

\* A tanulmány alapjául szolgáló kutatást a Miniszterelnöki Hivatal megbízásából a Kopint-Datorg Rt. folytatatta 1995–1996 során. E tanulmány az első kutatási beszámoló átdolgozott és bővített változatára (Tóth [1996]) épül. Ezúton is szeretnénk köszönetet mondani Köllő Jánosnak, Lackó Máriának és Lengyel Györgynek a tanulmány korábbi változatához fűzött megjegyzéseikért.

<sup>1</sup> A kérdőív kérdéseit Bóc Imre és a szerző állította össze, a kérdézt a Tári végezte 1995. november 27. és december 8. között. Ezúton szeretnénk köszönetet mondani Révész Erikának és Tarjányi Józsefnek, a Tári munkatársainak, a kérdőív összeállításában nyújtott segítségükért és a felmérés előkészítése során adott hasznos tanácsaikért.

<sup>2</sup> A dolgozatban a rejtett gazdaságot V. Tanzi [1982] és K. Macafee [1980] alapján úgy értelmezzük, mint a nem regisztrált gazdasági tevékenységek összességét, amelyeket a hivatalos statisztika nem mér, bár mérnie kellene (Lackó [1995]). A nem regisztrált vásárlások fogalmába a számla nélkül vásárolt javak és szolgáltatások tartoznak bele, ha azok vásárlásakor az eladó kötelessége lett volna számlát adni. A továbbiakban a rejtett, fekete-, nem regisztrált gazdaság kifejezéseket szinonimaként kezeljük.

<sup>3</sup> Az egyes módszerek tipizálását és részletes leírását lásd Lackó [1995].

között, *Lackó Mária* a lakosság készpénzkeresleti modelljét felhasználó becslése (*Lackó* [1992]), illetve a háztartások villamosenergia-fogyasztásának elemzése, amelyben a háztartások rejtett gazdasághoz kapcsolódó és attól független villamosenergia-fogyasztását választotta szét, és a kapott eredmények nemzetközi összehasonlítását végezte el (*Lackó* [1995]). A KSH munkatársai által kimunkált – a magyar nemzeti számlákban a regisztrált tevékenységek adataira alapozó, azokat korrigáló – becslési eljárás is idetartozik (*Bedekovics és szerzőtársai* [1995]).

A kutatások másik csoportja a gazdaság szereplőire vonatkozó adatok közvetlen elemzésén alapul. Ilyen az *Ékes Ildikó* által végzett kérdezéssel alapuló vizsgálat (*Ékes* [1993]), illetve *Sik Endre* – a Tárki–BKE–KSH háztartáspanel-vizsgálatán alapuló – elemzése, amely négy fogyasztási cikkre (cigaretta, ital, kávé, illatszer) vonatkozóan becsülte a „KGST-piacokon” való vásárlás gyakoriságát, értékét, és vizsgálta a háztartások egyes jellemzőivel való kapcsolatát (*Sik* [1996]). Közvetlen forrásokra is támaszkodott a GKI kutatócsoportja a feketegazdaság GDP-hez viszonyított arányának becslésében (*Árva* [1994] és *Árva–Vértes* [1994]).<sup>4</sup> Ugyancsak kérdőíves módszerekkel folyt vizsgálat a kis- és közepes vállalkozók adózással kapcsolatos attitűdjéről, és ez alapján készült becslés ebben a vállalkozói körben az adócsalás mértékéről (*Tóth–Semjén* [1996]).<sup>5</sup>

A nem regisztrált gazdasági tevékenység (aminek csak egy része hozható összefüggésbe az adócsalással) nemzetgazdasági súlyát a GKI becslése 1992-ben a hivatalos GDP 27 százalékára tette (*Árva–Vértes* [1994]); a kis- és közepes vállalkozások körében az adót legalább egyszer csalók aránya pedig  $35,5 \pm 13,4$  százalékra tehető (*Tóth–Semjén* [1996]).

Tanulmányunk a közvetlen módszerekhez sorolt – a háztartások körében végzett – kérdőíves kikérdezésre épít, és az ebből nyert eredmények alapján becsli a nem regisztrált vásárlások arányát az élelmiszerek, élvezeti cikkek, iparcikkek és szolgáltatások területén.<sup>6</sup>

Az aggregált becslés mellett kísérletet tettünk annak magyarázatára, hogy a nem regisztrált források aránya a háztartások összes kiadásain belül a háztartások milyen jellemzőivel hozható kapcsolatba. Vajon a háztartások többsége hasonló mértékben vásárol olyan terméket, szolgáltatást, amelynek ellenértéke a kereskedő, illetve a szolgáltató bevallott bevételeiben nem jelenik meg? Minden háztartás kiadásain belül ugyanakkora arányt képviselnek a KGST-piacok, illetve mindenki ugyanolyan valószínűséggel egyezik meg „áfa nélküli” árban a szolgáltatást végző vállalkozóval? Ha nem, akkor milyen tényezők magyarázhatják a háztartások közötti különbségeket?

A tanulmány első felében a kereskedelem vizsgált szegmensei és a szolgáltatások felmért körére vonatkozó aggregált becslés eredményeit közöljük, majd a háztartást jellemző tényezőnek és a nem regisztrált vásárlások összes vásárláson belüli arányának vizsgálatára kerül sor.

<sup>4</sup> A kutatás során a kérdőíves felvételek mellett a kutatók az APEH 1991-es vállalati mérlegadatbázisának adatait is felhasználták a feketegazdaság becsléséhez.

<sup>5</sup> Az adócsalás populáción belüli arányának meghatározásához a szerzők a véletlenszerűen kiválasztott válaszok módszerét (*randomized response technique*) alkalmazták.

<sup>6</sup> A felmérés megfigyelési egysége a háztartás volt. Ha egy lakásban több háztartás is volt, akkor a népesebb háztartás tagjait kérdeztük meg. Ebből adódóan minden háztartást egycsaládos háztartásként vettünk figyelembe. A többcsaládos háztartások 1990-ben az összes háztartás 2,57 százalékát adták. A mintát úgy vettük, hogy az településtípus szerint reprezentálja a magyar háztartások területi megoszlását. A megkérdezett háztartások összetétele azonban eltér a legutóbbi 1990-es népszámlálás idevonatkozó adataitól. Mivel a háztartások fogyasztását a háztartások összetétele és a gyermekek száma erősen befolyásolja, ezért olyan súlyozott adatokkal számolunk, amelyek háztartás-összetétel és gyerekszám szerint is illeszkednek a sokaság megoszlásához.

## A nem regisztrált forgalom aggregált becslése

Az aggregált becslésekhez az egyes árucikkekre kapott nem regisztrált vásárlások arányai alapján éves szinten és az összes háztartásra kiszámoltuk a regisztrált és a nem regisztrált vásárlások becsült értékét.<sup>7</sup> A felmért árukra és szolgáltatásokra irányuló vásárlások összegét, átlagát és az átlag standard hibáját az *1. táblázatban* közöljük. Ebből láthatjuk, hogy a felmért kiadásokon belül a legnagyobb súllyal az élelmiszerek és élvezeti cikkek (56 százalék), legkisebb aránnyal pedig a ruházati termékek (12 százalék) szerepelnek a mintában.

### 1. táblázat

A felmért javak és szolgáltatások éves átlagos és összes vásárlása  
(az adott árufőcsoportból vásárlók körében)

Kiadási csoportok	A mintában szereplő családok átlagos éves vásárlása (ezer forint)	Standard hiba (ezer forint)	A mintában szereplő családok éves összes vásárlása (ezer forint)	N
Élelmiszerek és élvezeti cikkek	191,53	4,40	189 720	991
Ruházat	66,38	3,53	40 065	604
Egyéb iparcikkek	56,61	7,30	54 351	960
Szolgáltatások	65,47	7,61	56 417	862
Összes vásárlás	339,72	14,00	340 553	1 002

Ha becsülni kívánjuk az egyes kiadási tételeken és az összes felmért fogyasztáson belül a nem regisztrált kiadások arányát, akkor figyelembe kell vennünk azt, hogy nem minden, az általunk nem regisztrált kiadás közé sorolt vásárlás tekinthető valójában annak. Több esetben nem lehet a piaci vásárlásokat egyértelműen nem regisztrált vásárlásnak minősíteni. Az általunk nem regisztráltként felmért vásárlások magukban foglalják az adóelkerülési célból, számla nélkül beszerzett és forgalmazott árukat, illetve igénybe vett fizető szolgáltatásokat, a borraivalót és a *piacokon vásárolt élelmiszereket is*. Ez utóbbinak csak egy része tekinthető adóelkerülési célzatúnak, mivel a mezőgazdasági termelők adózási és számlaadási kötelezettsége jóval szűkebb körű, mint a gazdaság többi szereplőjéé. Másrészt a piacon működő boltok némelyikében számlát is adnak a vásárlóknak.

Figyelembe kell venni még azt is, hogy a kérdéses során nem mértük fel a teljes áruforgalom körét, például nem szerepelt a kérdőíven a gépkocsivásárlás, az üzemanyag-beszerzés, a szolgáltatások körében a lakásépítés és a vendéglátás. Ez utóbbi kettő a statisztika alapján kiszűrhető volt.

Ha makrobeclést kívánnánk adni a fel nem mért áruforgalom körére, akkor ez azt jelentené, hogy az általunk fel nem mért kiskereskedelmi forgalom esetében a felmért áruk körében tapasztalt nem regisztrált arányt feltételezzük.<sup>8</sup> Ez a feltételezés leginkább az élelmiszerek esetében tartható, ahol a felmért regisztrált kiadások összes háztartásra kiszámolt értéke közel 60 százalékát adja az összes regisztrált kiadásnak (lásd az *FI*.

<sup>7</sup> A becslés menetének részletes leírását, illetve az ezzel kapcsolatos dilemmákat lásd a függelékben.

<sup>8</sup> Ezzel a kiskereskedelem egészében felülbecsüljük a nem regisztrált vásárlások arányát, mivel a felvétel alapján számított kiadások számbavétele során csak a háztartások kiadásait vesszük figyelembe, a kiskereskedelmi forgalomban azonban a közületi vásárlások is szerepelnek, amelyekben pedig elenyésző a nem regisztrált vásárlások aránya.

*táblázatot*). A többi kiadási csoport esetében már bizonytalanabb a helyzet. A ruházati kiadások alacsonyabb reprezentációja mögött a kérdéses során alkalmazott módszer hatása sejthető. Ugyanis itt – ellentétben az élelmiszerek esetében alkalmazottal – nem részletezve, hanem a ruházati cikkek egyes árucsoportjaira (alsónemű, felsőruha, cipő) vonatkozóan tettünk fel kérdéseket. Azonban nincs okunk feltételezni, hogy a kérdés-módszertani okokból adódó hatás bármilyen irányban is szisztematikusan torzítaná a teljes ruházati kiadásokra vonatkozó becslést.

Az iparcikkvásárlások esetében már más a helyzet. Itt a fel nem mért áruk körében feltételezhetően kisebb a nem regisztrált vásárlások aránya (például üzemanyag, könyv, újság, háztartási textiláru), így a becslés a nem regisztrált kiadások valós arányánál magasabb arányt fog mutatni.

Ugyanez a helyzet a szolgáltatások esetében is, ahol például a közlekedéssel kapcsolatos kiadásokat és a postai, valamint a kulturális szolgáltatásokat nem mértük fel. Ezek a területek pedig elenyésző vagy nulla a nem regisztrált forgalom aránya.

Ezek után lássuk a felmért kiadások körében az egyes kiadási csoportokra jellemző nem regisztrált arányok becslését.<sup>9</sup> Ehhez a következő módszert követtük.

1. A mintegy ezer háztartás súlyozott mintájára kiszámoltuk az aggregált kiadási tételek átlagos értékeit, és a becsült átlagok standard hibáját. Ezt megtettük az összes vásárlás, a nem regisztrált és a regisztrált kiadások esetében is.

2. Két hányados értékét becsültük: a nem regisztrált kiadások arányát az összes kiadásban ( $H_1$ ), és a nem regisztrált kiadások arányát a regisztrált kiadásokhoz viszonyítva ( $H_2$ ). Mindkét hányados esetében számítottunk minimális és maximális értéket. Ezekhez először az átlagos értékek és az azokhoz tartozó standard hibák alapján kiszámítottuk a regisztrált és nem regisztrált kiadások minimális és maximális becsült értékeit. Az arányok meghatározásakor a minimális becslést úgy kaptuk, hogy a nem regisztrált kiadások minimális becsült értékét hasonlítottuk a nevezőben szereplő tényező (regisztrált kiadás) maximális becsült értékéhez, illetve ennek és a minimális nem regisztrált kiadások összegéhez. A maximális becslés esetében a nem regisztrált kiadások maximális becsült értékét osztottuk a nevező minimális becsült értékével.

Az eredmények szerint a nem regisztrált kiadások arányát (lásd a 2. *táblázatot*) legtágabb határok között a szolgáltatások körében tudjuk becsülni. Pontosabb becslést kapunk az élelmiszerek, élvezeti cikkek és az egyéb iparcikkek esetében, amelyeknek nemzetgazdasági szintre aggregált értékei a leginkább megközelítik a makroszámok alapján számított regisztrált vásárlások nagyságát.

*Összességében a felmért cikkek körében a nem regisztrált kiadások aránya az összes kiadásban 16–22 százalék közöttire tehető, ami azonban az említett árkülönbségek miatt volumenben ennél nagyobb arányokat takarhat.*

## **A regisztrált és nem regisztrált vásárlások jellemzői**

A fogyasztó választása a regisztrált és a nem regisztrált piaci szegmens között tényezőik sokaságának eredőjeként alakulhat ki. Nem kívánunk itt kitérni a fogyasztói magatartást meghatározó tényezők elméleti elemzésére,<sup>10</sup> csupán a nem regisztrált és a regisztrált

<sup>9</sup> Célunk annak megállapítása volt, hogy az 1006 megkérdezett válaszai alapján számított hányadosok 95 százalékos valószínűség mellett milyen határok közé esnek a teljes populáció – azaz 3842 ezer család – vásárlásai esetén.

<sup>10</sup> A fogyasztói viselkedést elemző kézikönyvek között vannak olyanok, amelyek a fogyasztó vágyott életstílusának tulajdonítanak fontos szerepet (*Hawkins és szerzőtársai* [1986]), mások pedig a fogyasztást megelőző információszerzési folyamat fontosságát hangsúlyozzák (*Engel-Blackwell* [1982]).

## 2. táblázat

A nem regisztrált vásárlások becslült összege és arányai az aggregált kiadási tételekben  
(a mintában szereplő háztartásokra számolva)

Aggregált kiadási tételek	Nem regisztrált kiadások (ezer forint)		Regisztrált kiadások (ezer forint)		$H_1$	$H_2$
					(százalék)	(százalék)
	minimális érték	maximális érték	minimális érték	maximális érték		
Élelmiszerek és élvezeti cikkek	22 620	29 980	158 482	168 390	12–16	13–19
Ruházat	8 544	12 038	26 907	32 650	21–31	26–45
Egyéb iparcikk	4 046	5 934	36 556	59 095	6–14	7–16
Szolgáltatások	17 279	28 885	26 194	40 491	30–52	43–110
Összes felmért fogyasztás	57 218	72 278	255 859	295 819	16–22	19–28

$H_1$  – a nem regisztrált kiadások aránya az összes kiadásban.

$H_2$  – a nem regisztrált kiadások aránya a regisztrált kiadásokhoz viszonyítva.

piacon való vásárlások – nézetünk szerint fontos – különbségeit kívánjuk röviden összefoglalni.

Tegyük fel, hogy a fogyasztó számára mindkét piacon való részvétel lehetősége adott, csak más-más költségek kapcsolódnak az egyes piacokhoz. Tegyük fel továbbá, hogy egyik piacon szereplő eladó<sup>11</sup> sincs monopolhelyzetben, és mindkét piacon meg lehet vásárolni ugyanazt a terméket.<sup>12</sup> Ezek után azzal a feltételezéssel élünk, hogy a nem legális piacon az árak azonos termék esetében alacsonyabbak, illetve azonos szükségleteket kielégítő, de nem azonos termékek árai alacsonyabbak, mint a legális piacon. Az első esetben az eladó árendedményeket tehet a nem regisztrált vásárlás esetén a termékre kivetett adók, vámok erejéig.<sup>13</sup> A második esetben a kisebb előállítási költség, gyengébb minőség miatt teszi meg ugyanezt.

Eltérő a két piacon a vevő és az eladó közötti kapcsolat jellege. A nem regisztrált vásárlások esetében az eladás feltételeit – az árat is beleértve – többnyire a két fél szóbeli megállapodása rögzíti. Ehhez fontos feltétel a két fél személyes kapcsolatán alapuló *bizalom* léte. A regisztrált eladások feltételeit formális szerződés tartalmazza, illetve a tranzakció megtörténtét formálisan is rögzítik (a vevő számlát kap az eladótól), miközben nem szükséges, hogy a két fél között személyes kapcsolat legyen.

A vevő két piaci szegmens közötti választásában fontos szerepet játszik a piacokon való vásárlás *tranzakciós költsége* is. Nem mindegy, hogy az adott terméket hol, milyen gyakorisággal, milyen elérési idő és utazási költség mellett lehet megvásárolni.<sup>14</sup>

Ha azonos típusú termék vásárlásáról van szó, akkor a minőségi paraméterek és a termék javításának valószínűségei a két piaci szegmens esetében egyenlők. Ekkor a különbség a vásárlásokhoz tartozó garanciális és formális biztosítékokban kell keresni. A

<sup>11</sup> A dolgozatban nem tárgyaljuk az eladó helyzetének és magatartásának jellemzőit. Itt csak olyan mértékben térünk ki rá, amennyire szükséges a vevő nem regisztrált vásárlásokhoz kapcsolódó döntésének jellemzéséhez.

<sup>12</sup> Ez a feltételezés reális, mivel több „KGST-piacon”, illetve heti piacon például ugyanazokat a háztartási tisztítószerkeket, illatszereket árusítják, mint a boltlátszatban.

<sup>13</sup> Feltételezve, hogy az eladók tranzakciós költsége azonos a két piacon.

<sup>14</sup> A regisztrált piaci szegmens lokális kínálatának elégtelensége esetén a településen lakó vevő vagy a legközelebbi településre utazhat és ott vásárol regisztrált forrásból, vagy a helyi – nem regisztrált – piacon fog vásárolni. Az első lehetőséghez kapcsolódó regisztrált vásárlás esetében a vevő tranzakciós költségei (utazási idő, útiköltség stb.) olyan magasak is lehetnek, hogy a vevő emiatt választja a másik piaci szegmenst.

regisztrált piacon vásároló vevő hajlandó többet áldozni a termékért e biztosítékok megszerzése érdekében, míg a nem regisztrált piacon vásároló lemond erről a hosszabb távon érvényesíthető (csak valószínűsíthető) haszonról<sup>15</sup> az alacsonyabb árból adódó azonnali és biztos haszon fejében.<sup>16</sup> Nem kizárt, hogy a formális biztosítékok nyújtotta előnyök helyett a két fél meg tud egyezni más nem formális biztosítékokban is, de ezek speciális feltételektől függenek,<sup>17</sup> és kockázatosabbak is a vevő számára.

Ha nem ugyanarról a termék vásárlásáról van szó, akkor még egy tényezőről kell szólni: a két piacon vásárolható termékek minőségi különbségeiről, illetve az ebből adódó többlet-költségek kifizetésének eltérő valószínűségeiről. A nem regisztrált piacon vásárolt gyengébb minőségű jószágok alacsonyabb vételi ára mellett számításba kell venni a jövőbeli javítás, csere előfordulásának nagyobb valószínűségét is. Ez a nem regisztrált piacon vásárló fogyasztó szempontjából a többletköltségek kifizetésének *elhalasztását* jelenti.

### **A fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők – feltételezések**

A háztartások – mint látni fogjuk – különböző mértékben és arányban vásárolnak a két piaci szegmensen. Izgalmas kérdés annak vizsgálata, hogy mitől függ ez az arány.

Kétségtelen, hogy tényezők sokasága nyomán alakulnak a vevő vásárlási preferenciái. Ezek között a racionális kalkuláció elemei, a korábbi vásárlási döntések hatása és mennyi szubjektív tényező eredőjeként alakul ki a vevő aktuális vásárlási preferenciája. Jelen elemzésben mindössze öt – a háztartásokat jellemző – tényezőt emelünk ki a lehetséges magyarázatok sokaságából, és ezeknek a nem regisztrált piaci vásárlásokra gyakorolt hatásait elemezzük. E tényezők a következők: a háztartás jövedelmi helyzete, a lakóhely típusa, a háztartás társadalmi helyzete és munkaerő-piaci összetétele, valamint a vállalkozói jelenlét a háztartás tagjai között.<sup>18</sup>

A nem regisztrált forgalomban való részvétel eltérő arányai mögött kézenfekvőnek tűnik *a jövedelem nagyságának* hatását feltételezni. Azt az egyes kiadási tételek elemzéséből tudjuk (Tóth [1996]), hogy a nem regisztrált vásárlás körébe sorolt piacokon az átlagos vásárlási érték a cikkek többsége esetében alacsonyabb, mint legális kereskedelemben. Nem indokolatlan feltételezni, hogy e mögött nemcsak olyan árucikkek vásárlása húzódik meg, amelyek nem helyettesítői a legális forgalomban vásárolt jószágoknak, hanem olyanokról is szó van, amelyek ugyanarra a célra szolgálnak, mint a regisztrált kereskedelmi forgalomban kapott áruk.

Az elszegényedő, illetve az alacsony jövedelemmel rendelkező rétegek számára több módszer is kínálkozik a szűkülő jövedelmi lehetőségek és az adott, megszokott fogyasztási színvonal közötti konfliktus legalább időleges áthidalására, *a kényszerű fogyasztási alkalmazkodásra*. A megtakarítások felélése, a rendszeres hó végi pénzzavar (egyes kifizetések – például rezi – elhalasztása), a különben szükségesnek ítélt kiadások elhalasztása, illetve a róluk való lemondás (Spéder [1996]) mellett ide sorolhatjuk *a nem regisztrált piacokon való vásárlás arányának növelését is*.

<sup>15</sup> Ezek a hasznok csak a termékkel kapcsolatos reklamáció esetében realizálhatók.

<sup>16</sup> A formális és garanciális biztosítékok azzal, hogy bizonyos jogi védelmet nyújtanak a vevőnek, a vásárolt jószág használata során megjelenő költségek minimalizálására is szolgálnak.

<sup>17</sup> Például ha a potenciális vásárlók ismerik egymást és a jószág eladóját is (aki nincs monopolhelyzetben), akkor az ha eladó megszegné adott szavát, akkor a potenciális vevők elvesztését kockáztatná.

<sup>18</sup> Nem gondoljuk ezzel, hogy nem lenne szükséges tovább bővíteni a lehetséges magyarázó tényezők körét. Épp ellenkezőleg, véleményünk szerint további kutatás szükséges ahhoz, hogy a vevők preferenciáit minden bizonnyal erősebben befolyásoló tényezők (például jövedelemdinamika, a minőséggel kapcsolatos értékviselkedés, árérzékenység stb.) hatásait is megragadjuk. Erre hívják fel a figyelmet az elemzés során kapott eredmények is.

Ennek megfelelően azt feltételezhetjük, hogy az alacsonyabb jövedelműek a háztartás nehezedő anyagi helyzetéhez való alkalmazkodás részeként az olcsóbb – nem regisztrált piaci szegmensben történő – vásárlást részesítik előnyben,<sup>19</sup> illetve a jövedelem növekedésével csökken a piaci szegmensnek az összes vásárláson belüli aránya.

De feltételezhető az is, hogy nincs semmi összefüggés az előbbi két tényező között. A gazdagabbak éppen úgy vásárolnak nem regisztrált termékeket és szolgáltatásokat, mind a szegényebbek, csupán keresletük másra irányul. Nem napi cikkek, élelmiszerek, illetve ruházat vásárlásáról van szó esetükben, inkább a szolgáltatások, vegyes iparcikkek vételéről. Eszerint a lakossági keresletnek a feketekereskedelem, illetve szolgáltatások piacán való megjelenése nem elsősorban a lakosság anyagi helyzetével, inkább társadalmi normák hosszú távon érvényesülő hatásaival hozható összefüggésbe.

A harmadik feltételezés szerint a család tagjainak *munkaerő-piaci pozíciója* van hatással a nem regisztrált vásárlás arányára. Nem a jövedelmi különbségek, illetve a jövedelemdinamika a döntő, hanem a háztartás tagjait érintő *munkanélküliség*, amelynek eredményeként a háztartások az olcsóbb termékeket kínáló nem regisztrált piac súlyát növelik vásárlásaikban. Nemcsak arról lehet szó, hogy a munkanélkülieknek több idejük van a nem regisztrált piacok megkeresésére, de arról is, hogy a munkanélküliségből fakadó *bizonytalanságból* adódóan az ilyen családok inkább fordulnak az olcsóbb megoldások felé.<sup>20</sup>

Negyedik magyarázat lehet, ha a háztartástagok társadalmi státusának tulajdonítunk kitüntetett szerepet. A két piaci szegmens közötti választás felfogható *nem materiális előnyök és kézzelfogható előnyök* közötti választásként is. Az egyiket, illetve a másikat választó fogyasztók attitűdjei lényegesen eltérnek egymástól. A regisztrált piacot választók többre értékelik a vásárláshoz járuló *biztonságot* (amelyet a garanciális biztosítékok mellett a márkanév is hordoz), mint a nem regisztrált piac *árelőnyét*. Felfogható ez a kettősség az *azonnal* realizálható árelőny és *csak hosszú távon* érvényesülő, valószínűsíthető előnyök közötti választásként is. Ez az eltérő szemlélet összefügg a fogyasztók társadalmi státusával. Esetünkben a társadalmi státust a háztartásfő iskolai végzettségével mérhetjük. Azt várjuk, hogy a magasabb státusúak inkább fogékonyak ezekre a nem materiális előnyökre, tehát körükben alacsonyabb a nem regisztrált vásárlások részaránya. Az alacsonyabb státussal rendelkező családok pedig hajlamosak a nem regisztrált piacokon való vásárlásra, mivel az ehhez kapcsolatos előnyök és hátrányok mérlegelésében számukra az azonnal megszerezhető előnyök a fontosabbak.

Ötödös, a háztartáson belül hathat olyan tényező is, amely ellenérdekelté teszi a háztartás tagjait a nem regisztrált piaci szegmensben történő vásárlásban. Ilyen körülmény lehet, ha a háztartás egyik tagja *vállalkozó*. Ebben az esetben lehetősége van a háztartáson belül adódó egyes kiadási tételeknek a vállalkozás költségei közötti elszámolására, és ezért számára ezekben az esetekben a számla nélküli vásárlás nem jöhet szóba. Másfelől ez a módszer, azaz a fogyasztási kiadásoknak termelő felhasználásként való elszámolása, egy másik megjelenési formája a feketegazdaságnak (*Árva–Vértes* [1994]). Ennek alkalmazása leginkább a családi vállalkozások, illetve olyan más kisebb vállalkozások részére adott, amelyek számára a lakás szolgál a vállalkozás telephelyül.<sup>21</sup> Ezért azt várjuk,

<sup>19</sup> Hasonló feltételezésekkel él Galasi Péter és Kertesi Gábor, megkülönböztetve ár- és minőségérzékeny fogyasztót. A mindennapi életben elsőnek a kispénzű, a másodiknak pedig a tehetősebb fogyasztó viselkedése feleltethető meg leginkább (*Galasi–Kertesi* [1985]).

<sup>20</sup> Másrészt többnyire a falun élő munkanélküliek esetében ezzel ellentétes hatás is feltételezhető: a munkanélküli családtagnak több ideje van saját termelésre, ami az élelmiszerek esetében csökkenti a nem regisztrált piacok súlyát.

<sup>21</sup> Empirikus kutatások arra mutatnak, hogy a kis-és közepes vállalkozók körében a nem munkabér jellegű költségek mesterséges növelése együtt jár a munkabérekkel kapcsolatos költségek minimalizálásával (*Tóth–Semjén* [1996]).

hogyan amely háztartásban van vállalkozó, ott kevésbé élnek a nem regisztrált piacok lehetőségeivel.<sup>22</sup>

Hatodszor számításba kell venni a vevő két piaci szegmenshez tartozó tranzakciós költségeinek különbségeit is. A vevő választása függ attól, hogy a lakóhelyről melyik piaci szegmenst éri el legegyszerűbben, illetve melyik piaci szegmens nyújt számára idő- és költségmegtakarítást, azaz jár kisebb tranzakciós költséggel. Feltételezzük, hogy iparcikkek vásárlása esetén a település jellege összefügg ezzel, mivel a nagyobb településeken a regisztrált vásárlásokat lehetővé tévő bolthálózat sűrűbb és elérhetőbb, míg a falvakban inkább a nem regisztrált piacok vannak jelen.

A lakóhelynek emellett az élelmiszerek esetében lehet más irányú hatása is. E szerint a saját fogyasztásra termelés lehetőségének csökkenésével nő a nem regisztrált kereskedelemben történő vásárlások gyakorisága és átlagos értéke. Azaz a nem regisztrált vásárlások hatóköre leginkább a fővárosra és a nagyobb városokra terjed ki, és kevésbé érvényesül a kisebb városokban és falvakban.

### **Az elemzett változók**

A következőkben az elemzés során felhasznált változókat definiáljuk és ismertetjük megoszlásaikat. A háztartások jövedelmi helyzetét az éves egy főre jutó háztartási nettó összjövedelemmel (EHJOV) mértük. Ehhez a háztartás minden tagjára vonatkozóan megkérdeztük a havi nettó jövedelem nagyságát. A kapott adatokat aggregáltuk éves szintre és a háztartás egészére. Ezek után osztottuk el az így nyert jövedelmi adatot a háztartás létszámával. Az átlagos éves egy főre jutó jövedelem 170 000 forint, a medián jövedelem pedig 159 600 forint, miközben a háztartások alsó 5 százaléka maximum 60 000 forintos egy főre jutó jövedelmet közölt, a legfelső 5 százalék pedig 1,1 millió felettit.

Ha a kapott adatokat összevetjük a KSH, valamint a magyar háztartáspanel megfelelő adataival, akkor látható (lásd az *F2. táblázatot*), hogy a háztartáspanel 1995. áprilisi felvételének adatai magasabb átlagos jövedelmet mutattak ki, mint akár a KSH, akár az általunk használt felvétel. Ennek egyik magyarázata lehet, hogy a háztartáspanelben rendkívül részletesen kérdezzük rá az egyéni jövedelmi adatokra, és emellett a háztartás egy főre jutó jövedelmében szerepeltetik a háztartások nem az egyes személyek jövedelméből származó jövedelemtégeit is (például lakásbérbeadást).

Másodszor megállapítható, hogy ha az alsó és felső decilis átlagos jövedelmei közötti arányokat, illetve az alsó decilisnek a főátlaghoz számított arányát nézzük, akkor e mutatók szerint felvételünk adatai nagyobb jövedelemegyenlőtlenségre utalnak, mint a másik két forrás.

Amellett azonban, hogy felvételünk – különösen a háztartáspanel adataihoz viszonyítva – mind az alsó, mind a felső jövedelmi rétegekre alacsonyabb jövedelmeket mutat ki, az is igaz, hogy a felvétel adatai alapján az alsó és felső jövedelmi rétegek közötti jövedelemegyenlőtlenségi arány értéke közel áll a háztartások valós jövedelmi helyzetét széleskörűen felmérő háztartáspanelből számíthatóhoz. Ez azért is fontos, mert a nem regisztrált vásárlásoknak a háztartások kiadásain belüli arányát a jövedelemkülönbségek függvényében is vizsgálni kívánjuk.

A településtípusok (TELTIP) elkülönítéséhez egy olyan négyértékű változót használtunk, amely 1, ha tanyán vagy községekben; 2, ha városban; 3, ha megyeszékhelyen; 4,

<sup>22</sup> Hozzá kell ehhez tenni, hogy mind a munkanélküliek, mind a vállalkozók feketegazdaságban való részvétele nem elsősorban a feketepiacokon való vásárlásban valósul meg, hanem inkább a feketemunkavállalásban, illetve az adócsalás különféle formáiban (munkaerő feketén való foglalkoztatása, számla nélküli értékesítés, saját fogyasztás termelőfelhasználásként való elszámolása stb.) jelentkezik.



ha Budapesten lakik a család. A háztartásfő iskolai végzettségét pedig egy négyfokú változóval mérjük (HFOISK).<sup>23</sup>

Ha a mintában szereplő egyének munkaerő-piaci pozíciójának alakulását nézzük, akkor azt láthatjuk, hogy a mintában némileg magasabb munkanélküliségi rátát kapunk (13,2 százalék), mint amit a KSH kimutat, vagy amit a háztartáspanel adataiból nyerhetők (10,9 százalék).<sup>24</sup> Ennek oka részben az lehet, hogy a felvétel során nem kérdeztünk rá arra, hogy a munka nélkül lévők keresnek-e munkát. Így az általunk alkalmazott munkanélküli-kategória azokat is tartalmazza, ahol a nem dolgozó aktívak nem keresnek munkát, míg ezek – a nemzetközi standardnak megfelelően – sem a KSH, sem a háztartáspanel adataiból származó kategóriában nem szerepelnek. A háztartás tagjai munkaerő-piaci pozíciójának meghatározására képeztünk egy olyan változót (HTMPOZ), amelynek értéke 1, ha a háztartás tagjai között nincsen gazdaságilag aktív tag, 2, ha van gazdaságilag aktív tag, de egyikük sem munkanélküli, 3, ha van munkanélküli a háztartásban.

A magyarító változók közül utoljára foglalkozunk a vállalkozó jelenlétét mutató változóval (VALLALK). Ennek értéke 1, ha a háztartás legalább egy tagja főállásban vagy mellékállásban vállalkozó, 2 egyébként. Az így képzett változó megoszlása szerint a háztartások 14 százalékában a háztartás legalább egy tagja vállalkozó.

A nem regisztrált vásárlások arányának alakulását tekintve a háztartások felmért kiadásain belül, elmondható, hogy egyik kiadási csoportban sem lehet a nem regisztrált vásárlások arányának normálshoz közelálló eloszlásáról beszélni. A megkérdezettek között jelentős, illetve az *élelmiszerek és a vegyes iparcikkek esetében legnagyobb azok aránya, akik csak a regisztrált piaci szegmensben vásárolnak*. Az összes kiadáson belül pedig a háztartások mintegy 20 százaléka egyáltalán nem, illetve alig (legfeljebb 2 százalékos arányban) vásárol a nem regisztrált piaci szegmensben.<sup>25</sup>

Ha elhagyjuk azokat a háztartásokat, amelyek nem vásárolnak a nem regisztrált piacon, akkor az átlagos nem regisztrált arány 20 százalék, a medián pedig 16,4 százalék lesz. Ebben az esetben is megfigyelhetjük, hogy a nem regisztrált piacokon legalacsonyabb arányban vásárló háztartások aránya a legmagasabb a mintában. Másrészt az is igaz, hogy a háztartások egyre kisebb hányada fordul magasabb arányban a nem regisztrált piacok felé.<sup>26</sup>

A fentiek figyelembevételével érdemes kétféleképpen is vizsgálni a nem regisztrált kiadások arányát az összes kiadáson belül. *Egyrészt* az egyes árucsoportokra vonatkozó változókkal, amelyeket az alábbiak szerint definiáltunk:

ELELM: a nem regisztrált élelmiszer- és élvezeti cikk vásárlásainak aránya az összes élelmiszer- és élvezeti cikk vásárlásaiban. Ennek értéke 1, ha a nem regisztrált forgalom aránya nem nulla, 2 egyébként;

RUHA: a nem regisztrált ruházati cikkek vásárlásainak aránya az összes ruházati cikk

<sup>23</sup> Ennek értékei: 8 osztály vagy annál kevesebb, szakmunkásképző, érettségi, felsőfokú végzettség.

<sup>24</sup> Ugyanerre az eredményre jutunk, ha a munkanélküli taggal rendelkező háztartások arányait hasonlítjuk össze. A háztartáspanelben ez 12 százalék, a mintában pedig 13 százalék.

<sup>25</sup> A nem regisztrált forrásból egyáltalán nem vásárló háztartások aránya 10 százalék.

<sup>26</sup> Ez az eredmény arra utal, hogy a nem regisztrált piacok felé való fordulás mértékével fordítottan arányos az adott szinten nem regisztrált forrásra támaszkodó háztartások aránya. Ennek az eredménynek a *legkisebb erőfeszítés törvénye* (Zipf [1949]) szerinti értelmezése azt jelentené, hogy a háztartások elsősorban a kézenfekvő lehetőségként adott piaci szegmenst, a *regisztrált vásárlásokat részesítik előnyben* és csökkenő hányaduk tesz erőfeszítéseket arra, hogy a számukra szükséges javak nagyobb hányadát a nem regisztrált piacon vásárolják meg. Ennek megfelelően a vevők nem regisztrált piacokon való növekvő mértékű megjelenése többteherfeszítést feltételez magától a vevőtől. Az ehhez hasonló eloszlások a társadalmi élet több területén is megfigyelhetők (Fokasz [1993]). Szokásos őket még *Zipf-Pareto* féle eloszlásoknak is nevezni.

vásárlásaiban. Ennek értéke 1, ha a nem regisztrált forgalom aránya nem nulla, 2 egyébként;

**EIPAR:** a nem regisztrált egyéb iparcikkek vásárlásainak aránya az összes egyéb iparcikkek vásárlásaiban. Ennek értéke 1, ha a nem regisztrált forgalom aránya nem nulla, 2 egyébként;

**SZOLG:** a nem regisztrált szolgáltatások vásárlásainak aránya a vásárolt szolgáltatásokon belül. Ennek értéke 1, ha a nem regisztrált forgalom aránya nulla, 2, ha nem haladja meg a 90 százalékot és 3, ha meghaladja azt.

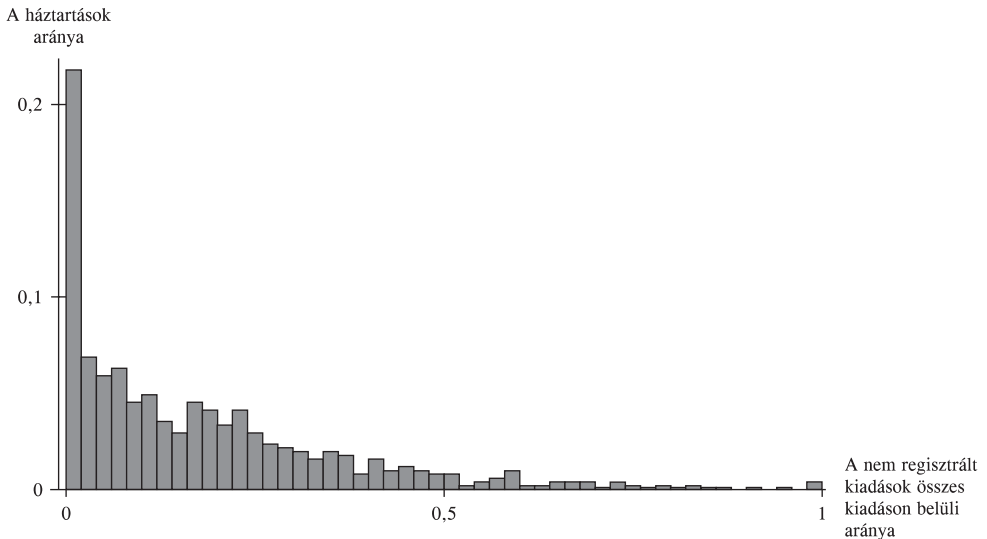
*Másrészt a feketeipari vásárlásoknak az összes kiadáson belüli arányát* mutató hányados alapján képzett ordinális változóval. Így definiálható egy olyan változó, amely nem más, mint a nem regisztrált vásárlások iránti hajlandóság:

**FEKETE:** a nem regisztrált vásárlások aránya az összes felmért kiadásban. Ennek értéke 1, ha a nem regisztrált kiadások aránya nem éri el az 5 százalékot; 2, ha legalább 5 százalék, de nem haladja meg a 15 százalékot; 3, ha legalább 15 százalék, de nem haladja meg a 30 százalékot; 4, ha 30 százalék vagy annál magasabb.

Az említett változók kategóriák szerinti megoszlását a 3. táblázatban közöljük. Ebből láthatjuk, hogy az élelmiszerek és a szolgáltatások esetében a leggyakoribb a nem regisztrált vásárlások jelenléte a háztartások kiadásaiban. Az egyéb iparcikkek esetében pedig a háztartások több mint kétharmada csak regisztrált forrásból vásárol.

*1. ábra*

A nem regisztrált vásárlások arányának megoszlása a felmért összes fogyasztásban



Az egyes kiadási csoportokra vonatkozó nem regisztrált vásárlások között közepes erősségű, pozitív irányú összefüggések mutathatók ki. Egyedül a ruházati kiadások és a szolgáltatások esetében nem találunk szignifikáns kapcsolatot. Ha az összes kiadást figyelembe véve számoljuk a nem regisztrált vásárlásokat, akkor ez a mutató leginkább az élelmiszerek forgalmán belüli nem regisztrált vásárlásokkal áll kapcsolatban. Ez a tény abból is következik, hogy a felmért kiadási csoportokon belül az élelmiszer-kiadások szerepelnek a legnagyobb súllyal.

## 3. táblázat

A nem regisztrált vásárlásokat mutató változók kategóriáinak megoszlása  
(százalék)

Változók	Kategóriák				N
	1	2	3	4	
ELELM	50,2	49,8	–	–	991
RUHA	45,4	54,6	–	–	604
EIPAR	28,6	71,4	–	–	960
SZOLG	15,3	49,8	34,8	–	862
FEKETE	29,8	23,5	25,4	21,4	1002

### A fogyasztó magatartását befolyásoló tényezők – eredmények

Először vizsgáljuk meg páronként a kategorikus magyarázó változók, a jövedelem folyamatos változója és a függő változók között érvényesülő összefüggéseket. Ezek azt a sejtést erősítik meg, amely szerint a különböző aggregált kiadási tételeken belül a nem regisztrált vásárlások arányai a háztartások más-más jellemzőivel hozhatók kapcsolatba.

Az *élelmiszerek és élvezeti cikkek* esetében a VALLALK kivételével minden más tényező szignifikáns kapcsolatban állt a nem regisztrált vásárlások arányát mutató kategorikus változóval. Az egyes településtípusok között a Budapesten lakók inkább vásárolnak nem regisztrált piacokon, másrészt szignifikánsan jellemzőbb ez azokra a háztartásokra, amelyekben van aktív tag, de nincs munkanélküli, valamint ahol a háztartásfő felsőfokú iskolai végzettségű. Ez az eredmény ellentmond annak a közvélekedésnek, amely szerint a nem regisztrált piacokat kevésbé keresik fel a magasabb társadalmi státusú, felsőfokú iskolai végzettségű rétegek.

A *ruházati cikkek* esetében már más a helyzet. Itt a vizsgált kategorikus változók közül csak a háztartásfő iskolai végzettségével mutatható ki számottevő kapcsolat. A legfeljebb 8 osztályt végzetek körében magasabb a nem regisztrált piacokon való vásárlás aránya. A jövedelmi hatás is ezzel megegyező irányú: az alacsonyabb jövedelműek körében fordul elő gyakrabban az ilyen típusú vásárlás, de ez a kapcsolat nem szignifikáns.

Az *egyéb iparcikkek* esetében ugyancsak a budapestiek körében fordul elő nagyobb valószínűséggel a nem regisztrált vásárlás. A család tagjainak társadalmi státusára és munkaerő-piaci pozíciójára utaló jellemzők közül pedig azokban a háztartásokban gyakoribb ez a jelenség, ahol nincs munkanélküli és a háztartásfő vagy szakmunkás, vagy felsőfokú végzettségű.

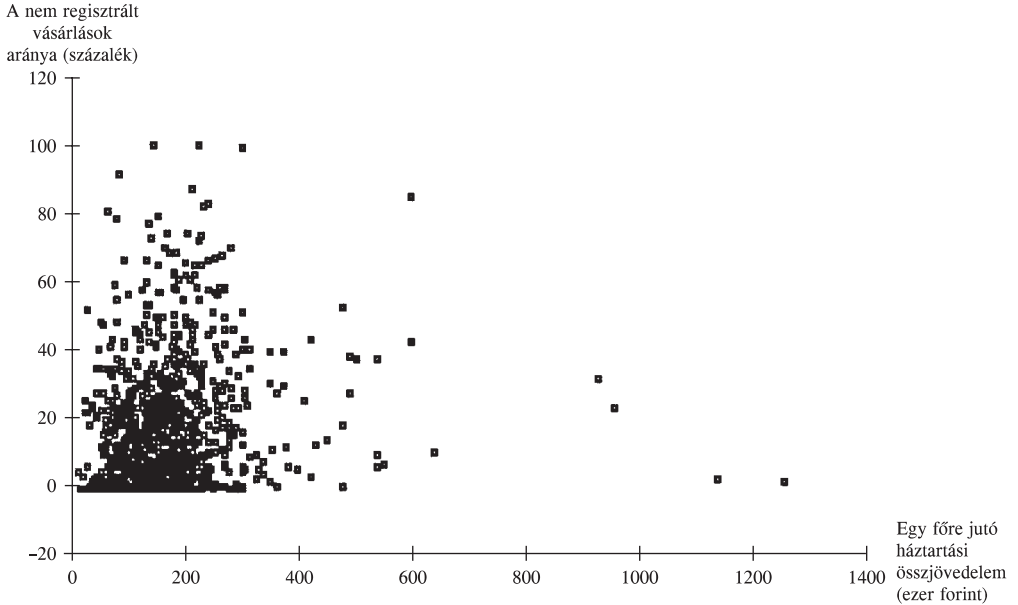
A *szolgáltatások* esetében mindössze a vállalkozó hatása mutatkozik szignifikánsnak: ahol vállalkozó van a családban, ott kevésbé valószínűsíthető a nem regisztrált vásárlás.

Utoljára hagytuk a háztartások jövedelmi színvonalára és a nem regisztrált vásárlások közötti összefüggések vizsgálatát. Az első magyarázat szerint a háztartások jövedelmi szintjének fordított kapcsolatot kell mutatnia a nem regisztrált kiadások mértékével. A kapott eredmények azonban nem erősítik meg ezt a feltételezést. Semmi jelét nem láthatjuk a két tényező közötti fordított kapcsolatnak (lásd a 2. ábrát).

Sőt az élelmiszerek, élvezeti cikkek és az egyéb iparcikkek esetében a kiadások összetételét vizsgálva megfigyelhetjük azt, hogy a *magasabb jövedelműek nagyobb arányban vásárolnak nem regisztrált formában, mint az alacsonyabb jövedelműek*. Ez a hatás az élelmiszerek és élvezeti cikkek esetében szignifikáns, a másik két cikksoportnál a nem

2. ábra

Az egy főre jutó háztartási összjövedelem és a nem regisztrált vásárlások kapcsolata



regisztrált vásárlások jelenléte esetében az átlagos jövedelem nem tér el számottevően a csak regisztrált formában vásárlók jövedelmétől (lásd a 4. táblázatot).

4. táblázat

A háztartások átlagos egy főre jutó jövedelme a nem regisztrált vásárlásokat mutató változók kategóriái szerint

Változó	Van nem regisztrált vásárlás	Nincs nem regisztrált vásárlás	F érték	T érték
ELELM	181 336	151 712	6,852 *	4,79 *
RUHA	164 460	173 217	13,310 *	-1,10
EIPAR	174 579	161 583	1,662	1,83

\*  $p < 0,05$ .

Ebből a tényből azonban nem tanácsos elhamarkodottan következtetéseket levonni. A jövedelmi hatás mögött ugyanis a családi összjövedelem településtípusonként eltérő szintje és az egyes településeken lakók eltérő nem regisztrált vásárlási hajlandósága is meghúzódhat.

A szolgáltatások esetében sem mutatható ki számottevő kapcsolat a két tényező között. A nem regisztrált kiadások kisebb aránya esetében ugyan magasabb az átlagos háztartási jövedelem, mint a csak regisztrált forrásból vásárló háztartásoknál, de a 90 százalék feletti nem regisztrált arány esetében már kisebb átlagos jövedelem adódik (lásd az 5. táblázatot).

## 5. táblázat

Az egy főre jutó háztartási összjövedelem átlagai a nem regisztrált vásárlások aránya szerint a szolgáltatások piacán

Nem regisztrált kiadások aránya (százalék)	Átlagos egy főre jutó háztartási összjövedelem	N
$x = 0$	158 069	132
$0 < x \leq 90$	178 543	430
$x > 90$	160 531	300

A fentiek azonban nem veszik figyelembe az egyes magyarázó változók között lehetséges kereszthatásokat. Ezek kiszűréséhez loglineáris és rendezett logit elemzést (*ordered logit estimates*) hívtunk segítségül. Az élelmiszer-, a ruházat-, valamint az iparcikkvásárlások esetében logit modellekkel teszteltük az egyes tényezők hatásának érvényességét,<sup>27</sup> a szolgáltatásokra, valamint az összes kiadásra vonatkozóan pedig rendezett logit modellt alkalmaztunk.

A kapott eredmények árnyalják az imént leírtakat. Az élelmiszerek esetében – amint az várható volt – a település típusa döntő szerepet játszik: *a településnagysággal együtt nő a nem regisztrált vásárlások aránya*. Sem a háztartásfő iskolai végzettsége, sem a háztartástagok munkaerő-piaci pozíciója, sem a vállalkozói jelenlét nem mutat érdemleges kapcsolatot a nem regisztrált élelmiszer-vásárlások súlyával.

A *ruházati cikkek* esetében is – hasonlóan az előbbiekhöz – a településtípus hatása mutatkozik számottevőnek mind közvetlenül, mind pedig a vállalkozás háztartáson belüli jelenlétével való összefüggésben. Ha falun él a háztartás, akkor ez önmagában növeli a nem regisztrált vásárlások valószínűségét, ha megyeszékhelyen, akkor csökkenti. A vállalkozó háztartáson belüli jelenléte önmagában csökkenti a nem regisztrált vásárlások valószínűségét (de ez a hatás nem szignifikáns). A háztartásfő iskolázottságának hatása változik a háztartástagok munkaerő-piaci pozíciója szerint. Az aktív és munkanélkülitaggal nem rendelkező háztartások között ott, ahol a háztartásfő alacsony iskolai végzettségű, nő, ott pedig, ahol középfokú végzettségű, csökken a nem regisztrált vásárlások valószínűsége. Különben az iskolai végzettség hatása nem szignifikáns.

Az *iparcikk-vásárlások* esetében a vizsgált jellemzők kereszthatásai is szerepet játszanak a nem regisztrált vásárlások valószínűségének alakulásában. Az iskolázottság hatása negatív irányú: a háztartásfő iskolai végzettségének növekedése csökkenti a nem regisztrált vásárlások valószínűségét. Ez azonban nem minden iskolai szint esetében szignifikáns: sem a szakmunkásképző, sem a felsőfokú végzettségű háztartásfő esetében nem beszélhetünk az iskolázottság és a nem regisztrált forgalomban való részvétel közötti egyértelmű kapcsolatáról.

Másik számottevő hatást az iparcikk-vásárlások esetében a háztartás munkaerő-piaci pozíciójánál érhetjük tetten: *ha a háztartásokban van aktív tag, és köztük van munkanélküli, akkor ez szignifikánsan növeli a nem regisztrált forgalomban való részvétel valószínűségét*. Ezen a ponton tehát érvényesül a munkanélküli státus befolyásoló szerepére vonatkozó feltételezésünk.

A vállalkozások létének hatása azonban éppen fordított, mint amit előzetesen vártunk: ha a család egy tagja vállalkozó, akkor ez nem csökkenti, hanem növeli a nem regisztrált iparcikk-piaci részvétel valószínűségét. Másrészt a várt hatás – vagy a településtípussal, vagy a háztartástagok munkaerő-piaci pozíciójával együttesen – csak a megyeszékhelye-

<sup>27</sup> A logit elemzés részletes számítási eredményeit lásd Tóth [1996].

ken lakó, aktív, munkanélküli taggal nem rendelkező háztartások esetében érvényesül. Ha a háztartástagok inaktívak és emellett van némelyiküknek vállalkozása, ekkor nincs kapcsolat a két tényező között.

Ezek szerint az iparcikkek vásárlása esetében nem állítható, hogy a vállalkozások léte önmagában egyértelmű hatást gyakorolna a két piaci szegmens közötti választásra. Több tényezőtől függő és többirányú hatásról van inkább szó. Valószínű, hogy nem önmagában a vállalkozás léte, hanem annak nagysága és fajtája is szerepet játszik ebben az összefüggésben.<sup>28</sup>

A *szolgáltatások* esetében ellenben érvényesülni látszik a vállalkozó léteire vonatkozó feltételezésünk. Ha van vállalkozó a háztartásban, *akkor ez csökkenti a nagy arányú nem regisztrált vásárlás valószínűségét*. A kisebb arányú nem regisztrált vásárlás valószínűségét csökkenti, ha a háztartásban vannak aktív, nem munkanélküli tagok is. Eszerint a munkanélküliség előfordulására vonatkozó feltételezésünk – hasonlóan az élelmiszer- és a ruházati kiadásoknál tapasztalathoz – itt sem állja meg a helyét. Inkább az aktív-nem aktív kettősség hatása érvényesül. Ha nincs aktív tagja a háztartásnak, akkor ez pozitív irányú hatást gyakorol, ami összefüggésben van azzal, hogy a szolgáltatások terén nagyarányú nem regisztrált vásárlás mellett döntők jövedelmi szintje átlag alatti. Az aktív taggal nem rendelkező (többségében nyugdíjas) háztartások jövedelme alacsonyabb, mint azoké, amelyekben van aktív tag, és nincs munkanélküli.

Az előbbiekkal azonban még nem válaszoltunk arra a kérdésre, hogy az azonos településtípusokon lakó háztartások jövedelmi színvonala kapcsolatban áll-e a nem regisztrált vásárlások arányával. Ezt az összefüggést úgy teszteltük, hogy településtípusonként kiszámítottuk az átlagos jövedelmeket a nem regisztrált vásárlás súlyát mutató változók egyes kategóriáiban.

Az eredmények a háztartási jövedelem településtípusonkénti eltérő szintjére mutatnak. Budapesten és a megyeszékhelyeken ez jóval magasabb, mint a városokban és falvakban (lásd a 6. táblázatot).

6. táblázat

Az egy főre jutó háztartási összjövedelem átlaga településtípusonként

Település típusa	Egy főre jutó háztartási összjövedelem		N
	átlag	standard hiba	
Tanya, falu	142 132	81 781	319
Város	155 721	64 643	248
Megyeszékhely	190 884	91 534	217
Budapest	214 393	128 637	190
Teljes minta	170 541	91 347	974

Ezért érdemes a településtípusok közötti eltéréseket kiszűrni a jövedelem és a fekete-kereskedelemben való vásárlás értékarányának vizsgálatában. Ha egyes településtípusok szerint számoljuk a két tényező kapcsolatát, akkor azt kapjuk, hogy a jövedelmi hatásra vonatkozó hipotézisünket *csak a falvakban lakók körében és csak a ruházati cikkek esetében erősíthetjük meg* (lásd a 7. táblázatot).

<sup>28</sup> Más jelentősége lehet, ha a háztartásban valaki egy termelő vagy szolgáltató kisvállalkozás tagja, illetve ha csak formailag a vállalkozások közé tartozó Amway-ügynök.

## 7. táblázat

Az átlagos egy főre jutó háztartási összjövedelem alakulása településtípusonként és a nem regisztrált vásárlások kategóriái szerint

Változó	Van regisztrált vásárlás	Nincs regisztrált vásárlás	F érték	T érték
<i>Falu</i>				
ELELM	136 933	144 410	0,243	-0,73
RUHA	128 252	161 802	2,474	-2,29 *
EIPAR	143 095	140 306	0,004	0,24
<i>Város</i>				
ELELM	162 136	143 141	2,021	2,19 *
RUHA	167 409	137 129	0,025	2,70 *
EIPAR	157 801	150 069	2,965	0,79
<i>Megyeszékhely</i>				
ELELM	198 553	169 901	5,996 *	2,45 *
RUHA	179 477	200 682	5,723 *	-1,19
EIPAR	182 689	188 844	2,109	-0,45
<i>Budapest</i>				
ELELM	211 595	168 402	0,183	2,15 *
RUHA	201 578	193 378	14,747 *	0,39
EIPAR	208 323	190 490	3,052	0,86

\*  $p < 0,05$ .

A városokban, a megyeszékhelyeken és a fővárosban a nem regisztrált *élelmiszer-vásárlás* pozitív kapcsolatban áll a jövedelemmel, ami azt mutatja, hogy a magasabb jövedelműek inkább vásárolnak nem regisztrált forrásból, mint az alacsonyabb családi jövedelemmel bírók. Ebben az összefüggésben a saját fogyasztásra történő termelés gyakoriságának és mértékének hatása sejtethető: az alacsonyabb jövedelmű családok inkább termelnek saját fogyasztásra, míg a magasabb jövedelműek nagyobb mértékben a piacon szerzik be élelmiszer-szükségletüket.

A *ruházati kiadások* esetében településfajták szerint eltérő irányú hatásról beszélhetünk. Míg a falvakban az alacsonyabb jövedelműek vásárolnak inkább nem regisztrált forrásokból, addig a városokban lakók között ez inkább a magasabb jövedelműekre jellemző.

Az *iparcikk-vásárlások* esetében pedig nem találunk számottevő különbségeket az egyes településtípusokon lakó és a nem regisztrált forrásokból eltérő mértékben vásároló háztartások jövedelmi színvonalá között.

A *szolgáltatások* esetében csak a budapesti háztartások körében figyelhető meg a jövedelem-színvonal erős hatása. Ez azonban nem lineáris összefüggést takar. A csak a regisztrált forrásból, illetve túlnyomórészt nem regisztrált forrásból vásárolók átlagos jövedelménél szignifikánsan magasabb azon háztartások jövedelmi szintje, ahol a nem regisztrált forgalom aránya nagyobb mint nulla, de nem haladja túl a 90 százalékot.

Lássuk ezek után, hogy az összes kiadáson belül a nem regisztrált vásárlások arányára a háztartás mely jellemzői vannak hatással! A kapott eredmények megerősítik a korábban elmondottaknak azt a részét, *amely a jövedelmi hatás elhanyagolható voltára figyelmeztetett*. Ha az összes megfigyelt kiadást számba vesszük, akkor a jövedelemnek nincs

semmilyen hatása a nem regisztrált vásárlásokra (lásd a 8. táblázatot). A település típusa és a vállalkozó családban való jelenléte, valamint a munkaerő-piaci pozíció azonban szignifikáns hatást gyakorol erre.

Megerősíthetjük a vállalkozás jelenlétére vonatkozó hipotézisünket: *a nem regisztrált vásárlások arányát csökkenti, ha a háztartás legalább egyik tagjának van valamilyen vállalkozása.* Mindemellett meg kell jegyeznünk, hogy ez a hatás igen csekély. Ugyanez a helyzet a háztartás munkaerő-piaci pozícióját mutató változóval (HTMPOZ): az aktív, valamint munkanélküli taggal is bíró háztartásokban némileg magasabb a nem regisztrált vásárlás valószínűsége. Jóval erősebb a másik szignifikánsnak mutatkozó tényező szerepe: *a településnagysággal együtt nő a nem regisztrált vásárlás aránya a háztartások összes kiadásán belül.*

8. táblázat

A nem regisztrált vásárlási hajlandóság rendezett logit becslése (*ordered logit estimates*)

Változónév	Koefficiens	Standard hiba	z érték	z valószínűsége $P >  z $
EHJOV	0,00000	0,00000	1,000	0,284
TELEP	0,42486	0,05920	7,177	0,000
HTMPOZ	0,29193	0,09617	3,035	0,002
HFOISK	0,02670	0,06413	0,416	0,677
VALLALK*	-0,41811	0,17501	-2,389	0,017
1. vágópont**	0,69561	0,22865		
2. vágópont**	1,74461	0,23456		
3. vágópont**	2,99501	0,24691		

$N=976$   
 $\chi^2=85,92$  Prob >  $\chi^2=0,0000$   
 Pszeudo  $R^2=0,0319$

\* A VALLALK-ot ehhez az elemzéshez újra kódoltuk: 0 érték jelentette azt, hogy a családban nincs vállalkozó, 1 pedig, ha van.

\*\* A vágópontok a FEKETEHE négy kategóriája közötti eltérésekre vonatkozó hatásokat mutatják.

A kapott becslésből kiindulva vegyünk egy olyan tipikusnak mondható budapesti háztartást, amelyben nincs vállalkozó, de van aktív tag. Nos, az ilyen háztartások 27 százalékában az összes kiadásán belül több mint 30 százalékra tehető a nem regisztrált piacok részesedése. Amennyiben munkanélküli is van a háztartásban, akkor ez az arány növekszik, és megközelíti az ide tartozó háztartások 40 százalékát (9. táblázat).

A budapestiek közül legkevésbé fordulnak a nem regisztrált piaci szegmens felé azok a háztartások, amelyek tagjai között van vállalkozó és nincs munkanélküli. Ebben a két csoportban 24 százalékra, illetve 29 százalékra becsülhető azoknak a háztartásoknak az aránya, amelyek vásárlásaiban a fekete piac nem éri el az 5 százalékos hányadot.

A másik végletet a falun élők körében láthatjuk. Legkevésbé az itt élő háztartások képesek, illetve szándékoznak a fekete piacokon vásárolni. Becslésünk szerint a falun élő nyugdíjas háztartások 50-60 százalékának kiadásain belül a fekete piaci rész nem éri el az 5 százalékot. Körükben a 30 százalék feletti arányban a nem regisztrált piacokról vásárlók aránya mindössze 6-9 százalékra tehető. Amennyiben vállalkozó is van a családban, ez tovább csökkenti kiadásaikban a nem regisztrált piaci szegmens részesedését. De nem sokkal magasabb a falun élő aktív taggal bíró háztartások nem regisztrált vásárlások iránti hajlandósága sem: 30 százalék feletti arányban mindössze 8-12 százalékuk vásárol fekete piacokon.



## 9. táblázat

A fekete piacon vásárlók becsült arányai a budapestiek és falvakban lakó háztartások egyes csoportjaiban

Háztartástípus	Az összes kiadáson belül a nem regisztrált piacok aránya	
	5 százalék alatti	30 százalék feletti
Budapesti, nem vállalkozó, nincs aktív tag	21,5	26,8
Budapesti, nem vállalkozó, van aktív tag	17,0	32,9
Budapesti, nem vállalkozó, munkanélküli tag	13,2	39,7
Budapesti, vállalkozó, nincs aktív tag	29,4	19,4
Budapesti, vállalkozó, van aktív tag	23,7	24,4
Budapesti, vállalkozó, munkanélküli tag	18,8	30,2
Falusi, nem vállalkozó, nincs aktív tag	49,5	9,3
Falusi, nem vállalkozó, van aktív tag	42,2	12,1
Falusi, nem vállalkozó, munkanélküli tag	35,3	15,5
Falusi, vállalkozó, nincs aktív tag	59,8	6,3
Falusi, vállalkozó, van aktív tag	52,6	8,3
Falusi, vállalkozó, munkanélküli tag	45,3	10,8

Kézenfekvő lenne ezt a hatást az élelmiszer-kiadások felvételen belüli nagy arányával magyarázni. Azonban, ha az élelmiszer-kiadások nélkül számítjuk ki az összes felmért kiadást és ezen belül a nem regisztrált részt, akkor az így képzett hányados esetében sem kapunk mást, mint az előbb. Vagyis az élelmiszer-kiadásokon kívül is a vállalkozás jelenléte és a település típusa mutat szignifikáns kapcsolatot a nem regisztrált forgalom arányával.

*Eszerint a nem regisztrált vásárlások mértéke szorosan összefügg a háztartás lakóhelyének típusával.* Elképzelhető, hogy e mögött a nem regisztrált piacok elhelyezkedésében meglévő különbségek húzódnak meg: ezek sűrűbben előfordulnak Budapesten és a nagyobb városokban (megyeszékhelyeken), mint az egyéb városokban és falvakban. Ez a magyarázat a vevő tranzakciós költségeit középpontba állító indok fontosságát húzza alá, azonban éppen várakozásainkkal ellentétes irányú összefüggésre utal. Nem a falvakban magasabb emiatt a nem regisztrált forgalomban való részvétel aránya, hanem a nagyobb városokban, ahol a kiépítettebb bolthálózat mellett a nem regisztrált piacok is könnyebben elérhetők. *A háztartások jelentős része számára a nem regisztrált piacok nehezen megközelíthetők, és ez az elérhetőség inkább a család lakóhelyével, mint a család anyagi helyzetével vagy társadalmi státusával hozható összefüggésbe.*

Mindemellett nem hallgathatjuk el azt, hogy az általunk alkalmazott modell magyarázóereje elég kicsi ( $pszeudo R^2=0,0319$ ). Ezek szerint az általunk vizsgáltakon túl más tényezők játszanak jelentős szerepet a regisztrált és nem regisztrált piaci szegmens közötti választásban. További kutatás deríthet csak fényt arra, hogy voltaképpen milyen tényezőkről lehet szó. Megragadhatók-e ezek a háztartás szintjén, vagy a háztartást alkotó egyének behatóbb elemzése segít megválaszolni a nem regisztrált vásárlási hajlandóság eltéréseinek kérdését?

## Néhány következtetés

Az elemzés egyik eredménye az, hogy világossá vált: *a nem regisztrált vásárlások arányának alakulásában más és más tényezők, illetve ugyanazon tényezők eltérő előjellel játszanak közre az egyes kiadási csoportok esetében.*

Emellett néhány konkrét következtetés is megkockáztatható.

Láthattuk, *hogy a munkanélküli állapot önmagában csekély szerepet játszik a nem regisztrált piacokon való vásárlási hajlandóságban.* Bár a munkanélküliség a bizonytalan kilátások mellett hosszú távon komoly jövedelmi hátrányt is jelenthet, és növelheti a háztartások fogyasztási válságának valószínűségét,<sup>29</sup> a kényszerű fogyasztási alkalmazkodás általunk vizsgált típusára nincs jelentős hatással.

A társadalmi státus hatását sem lehetett egyértelműen tetten érni. A háztartásfő iskolázottságával mérve ezt, az igazi különbség a nyolc osztályt végzetek és az érettségizettek között található. A ruházati cikkek és az egyéb iparcikkek esetében láthattuk, hogy az iskolázottság és a nem regisztrált vásárlások választása között számottevő kapcsolat mutatkozott. Két olyan cikksoporról van szó, amely esetében a garanciális biztosítékok nagyobb szerepet játszanak, mint a többi kiadási tételében. Nem tűnik tehát megalapozatlannak, hogy *a kézzelfogható és a nem materiális előnyök közötti választás az iskolai végzettséggel összefüggő értékválasztást is takar.*

*A családban jelen lévő vállalkozás (vagy vállalkozó) a szolgáltatások esetében egyértelműen visszatartó erővel bír.* Emellett az összes kiadást figyelembe véve is csökkenti a nem regisztrált vásárlások arányát. Mindez aláhúzza annak a megállapításnak az érvényességét, miszerint a kisvállalkozások célrendszere nem írható le tisztán profitszempontra. A kisvállalkozások szimbiózisban élnek a háztartással, és a tevékenységükhöz szükséges, személyi és infrastrukturális feltételek biztosítása mellett ez a kapcsolat lehetővé teszi számukra, hogy elrejtseik jövedelmeik egy részét a háztartásban megvalósuló fogyasztás termelőfelhasználásként való „könyvelésével”.

Eredményeink arra utalnak továbbá, hogy *a nem regisztrált piacokon való vásárlási hajlandóság nem elsősorban a háztartás jövedelem nagyságától függ.* Ennek megfelelően nem zárható ki, hogy a nem regisztrált piacon való részvétel mögött olyan normák hatását feltételezzük, amelyeket a háztartások minden jövedelmi csoportja nagyjából azonos mértékben elfogad. A nem regisztrált piacok felé fordulásban – ugyanúgy, mint a fogyasztás egészénél, illetve egyes szegmenseinél – minden bizonnyal inkább megragadható a rövid és hosszú távú jövedelemváltozás hatása. Emellett ennek valószínűségében fontos tényező lehet a családok jövedelmi helyzetének és az ebben bekövetkező változásnak *a szubjektív érzékelése is.*

## Függelék

### *A becslés alapelvei*

A kérdőívben azt igyekeztünk feltérképezni, hogy a családok hol és milyen értékben vásárolnak fogyasztási cikkeket. Ehhez elsősorban a háztartás legidősebb aktív nőtagját kérdeztük meg, aki háztartások gazdálkodását vizsgáló empirikus elemzések (Hoffman [1990] és Nagy [1995]) eredményei szerint a háztartás vásárlásaiban leginkább illetékesnek számít. Kérdéseket tettünk fel továbbá a család jövedelmi helyzetéről és az egyes

<sup>29</sup> Erre utalnak a háztartáspanel felvételei alapján a háztartásfő munkaerő-piaci pozíciója és a fogyasztási válságok bekövetkezése közötti kapcsolatokat mutató adatok (Spéder [1996]).

családtagok életkori, foglalkozási és iskolázottsági adatairól is. Hat pontban foglalhatjuk össze a becslés során felvetődött dilemmákat és a megoldásukra alkalmazott módszereket.

1. A családok fogyasztásában szerepet játszó cikkszoportok közül igyekeztünk minél többet bevonni a vizsgálatba a rendelkezésre álló anyagi és technikai feltételek figyelembevételével. A módszertani korlátok leginkább magából a válaszadás korlátaiból fakadtak. Nem várható ugyanis a családok tagjaitól, hogy minden fogyasztási tétel vásárlási gyakoriságára és összegére emlékezzenek a kérdés során. Ennek felmérésére jó módszernek mutatkozik a fogyasztási struktúra olyan felmérése, amelyben a résztvevők folyamatosan naplót vezetnek minden kiadásukról (*KSH [1996]*). Ezért válogatnunk kellett a fogyasztási tételek között. Olyanok megkérdezésére törekedtünk elsősorban, amelyek a mindennapi élethez szükséges fogyasztás részei, a válaszadók viszonylag könnyen rekonstruálni tudják a vásárlás tényét, és becslést tudnak adni a vásárlás összegéről. Ebből fakadóan a vizsgálat nem méri fel teljes egészében a családok kiadásait, de például az ételmiszer-fogyasztás, az oktatási szolgáltatások és az orvosi ellátás tekintetében majdnem teljes körű.

Egysúlyoznunk kellett – a kérdezési szituációból fakadó hátrányokat minimalizálандó – a kérdések részletessége és általánosabb formája között. Az első esetben elvileg több információhoz jutunk, de a kérdezési idő megnyújtásával kockáztatjuk a válaszadó együttműködési készségének csökkenését. A másik esetben pedig pontatlanabb becslésekkel kell beérnünk, miközben rövidítve a kérdezési időt, megkönnyítjük a válaszadó helyzetét. A fogyasztási tételek részletes kikérdezése mellett szólnak más lakossági felvételek tapasztalatai is. Ezek szerint az általános fogalmakhoz tartozó kategóriák összegeinek részletes megkérdezése és összegzése az érintett fogalomra pontosabb összegbecslést eredményez, mintha csupán az általános fogalomra vonatkozóan tettük volna fel a kérdést.

2. A felvételben szereplő minden fogyasztási tétel esetében megkérdeztük, hogy a vevő hol vásárolt. Figyelembe véve a korábbi kutatások kedvezőtlen eredményeit (*Árvay-Vértes [1994]*) nem azt tudakoltuk, hogy a vásárlás milyen tulajdonú (például magyar, külföldi vagy vegyes) cég üzletében történt. Ez azért lényegbevágó, mert azt feltételeztük, hogy a vásárlásokon belül a különböző típusú beszerzési csatornákra vonatkozóan a családok pontos információval tudnak szolgálni. A kérdés során megkülönböztettük *a)* a piacon, háznál vagy utcai árusnál történő vásárlásokat, *b)* az olyan boltokban történőket, amelyekben a kérdezettek szerint kevesebb mint öt fő dolgozott, és nem volt pénztáros sem, *c)* a legalább 5 eladót és külön pénztárost is foglalkoztató üzletekben való vásárlásokat. A második csoportot „kis üzletnek”, a harmadikat pedig „nagy üzletnek” tekintettük a kérdés során. A ruházati cikkeknel a használtruha-kereskedéseket is figyelembe vettük, és az elemzés során ezeknél a „kis üzletnek” megfelelő logikával jártunk el.

Ezek a megkülönböztetések azért fontosak, mert feltételezésünk szerint a nem regisztrált vásárlások előfordulása a nagy üzletekben (*c)* vásárolt áruk körében kevésbé valószínű, a „kisboltoknál” (*b)* nem ritka, a piacokon (*a)* pedig a forgalom egészét ez alkotja. Ezzel a feltételezéssel él Sik is, amikor a KGST-piacokon és utcai elárusítóktól vásárolt árut teljes egészében a feketekezeskedelem részének tekinti (*Sik [1996]*).

3. Az ételmiszer-vásárlásokat két külön blokkban kérdeztük aszerint, hogy nagybevásárlásról vagy csak mindennapi szükségletnek megfelelő vásárlásról volt-e szó. Feltételezésünk szerint a két vásárlási típus vásárlási hely szerinti szerkezete és ebből adódóan a nem regisztrált áruknak a vásárláson belüli aránya is karakterisztikusan eltér egymástól.

4. Mivel nem folyamatos megfigyelés és részletes kiadási napló, hanem egyszeri kérdés alapozta meg a vásárlásra vonatkozó információkat, tekintetbe kellett vennünk azt is, hogy termékenként eltérő a szokásos vásárlási periódus, és a válaszadók ennek megfelelően tudnak a vásárlások tényére és értékére visszaemlékezni. Ezért minden cikk

esetében a próbakérdések tapasztalatait<sup>30</sup> figyelembe véve igyekeztük eltalálni azt az legnagyobb időintervallumot, amelyre az adott jószág esetében a válaszadó még visszaemlékszik. Az élelmiszer-nagybevásárlások esetében az elmúlt vásárlás, a kisebb bevásárlásokéban az elmúlt hét, a ruháznál és az iparcikkekénél az elmúlt hónap, a Tüzépnél történő vásárlásoknál, illetve aranyárú, ékszerek, tartós fogyasztási cikkek és szolgáltatások esetében az elmúlt év (kivéve a fodrász, cipész, ruhatisztító, varrónő, ahol az elmúlt három hónap), az egészségügyi és oktatási szolgáltatások esetében pedig ugyancsak az elmúlt egy év szerepelt mint a vásárlás időintervalluma.

5. A becslés során a piacon, utcai árusnál vagy háznál vásárolt javakat teljes egészében a nem regisztrált kereskedelem körébe soroltuk be. Tudjuk, hogy ezzel túlbecsüljük ezt, mivel a piacokon árult cikkek között akadhat olyan, amely nem tartozik a feketegazdaság körébe (a kereskedő számlát ad, vagy őstermelő lévén nem köteles erre). A kis üzletekben vásárolt cikkek esetében pedig minden kérdézési blokk után megkérdeztük, hogy kapott-e a vásárlásról pénztárgépen blokkolt számlát. Ezáltal kívántuk elkerülni azt, hogy a kérdezettek számlának minősítsenek olyan bizonylatokat (például kézzel írott nyugtát) amelyek nem minősíthetők szabályos számlának. Ezek után minden árucsoportra kiszámoltuk a jellemző számlaadási arányt és ebből a nem számlázott vásárlás arányát. Ez utóbbival megszorozva a kis üzletekben történő vásárlások összegét, kaptuk meg a kis üzletekben történt vásárlásokon belül a nem regisztrált rész arányát.

A nagy üzletekben vásárolt árukat pedig teljes egészében regisztrált forgalomként vettük számba. Tudatában vagyunk, hogy ezzel a feltételezéssel némileg alábecsüljük a nem regisztrált forgalom mértékét, mivel eltekintünk azoktól az esetektől, amikor a vásárláskor nem adnak számlát, és nem vesszük figyelembe a csempészárúként behozott, de nagy üzletekben is értékesített cikkek forgalmát.

6. A tartós fogyasztási cikkek, szolgáltatások esetén az előzőekhez képest eltérően jártunk el. Vagy megkérdeztük, hogy a vásárolt áruk és szolgáltatások értékesítési összegén belül milyen értékről kaptak számlát, vagy azt – a tartós fogyasztási cikkek esetében –, hogy kaptak-e jótállási jegyet. Ha nem, akkor az ilyen vásárlást a nem regisztrált forgalom körében vettük számításba.

<sup>30</sup> A felvétel előtt 20 próbakérdésre került sor, amelyek nagy mértékben segítették a kérdőív végső változatának összeállítását. Ezúton is szeretnénk köszönetet mondani a próbakérdést irányítók és végzők ötleteiért és a kérdőívhez fűzött hasznos megjegyzéseikért.

## F1. táblázat

A felmért regisztrált és a teljes regisztrált forgalom aránya\*

Megnevezés	Regisztrált kiadások (milliárd forint)	A felmérésben szereplő aggregált regisztrált kiadások (milliárd forint)	Felmért kiadások aránya a regisztrált kiadásokban (százalék)
	1	2	3
Élelmiszerek, élvezeti cikkek	1096	626	57,1
Ruházat	244	114	46,7
Egyéb iparcikkek	920	189	20,5
Szolgáltatások	492	128	26,0
Összesen	2.752	1.057	38,4

\* Összes háztartásra számolva.

Forrás: Családi költségvetés 1989–1991, KSH [1993].

Kiskereskedelem, vendéglátás KSH, 1995. 10. sz.

## F2. táblázat

A háztartások egy főre jutó havi átlagos nettó jövedelme a mintában, a KSH felvételeiben, valamint a Társadalmi Helyzetkutató Intézet paneljében jövedelmi decilisenként (forint)

Decilisek	Minta <sup>1</sup>	KSH <sup>2</sup>	Tárki <sup>3</sup>
Alsó decilis	4 059	5 739	6 295
2.	7 060	8 391	9 208
3.	9 125	9 888	10 865
4.	11 008	11 068	12 311
5.	12 535	12 162	13 647
6.	13 757	13 294	15 070
7.	15 087	14 516	16 994
8.	16 740	16 144	19 758
9.	19 444	18 714	25 161
Felső decilis	30 118	27 344	45 705
Átlag	14 184	13 750	17 491
Alsó/átlag	0,286	0,417	0,360
Felső/átlag	2,123	1,989	2,613
Felső/alsó	7,420	4,765	7,261

<sup>1</sup> 28 háztartásban nem adtak meg jövedelemadatokat. Ezekről eltekintettünk.<sup>2</sup> A KSH Családi költségvetés, 1994 11. oldalán közölt táblázat alapján számolva (KSH [1996]).<sup>3</sup> 1995. március–áprilisi adatok. Lásd *Kolosi és szerzőtársai*: Munkaerőpiac és jövedelmek. Megjelent: Társadalmi páternoszter 1992–1995. (Sik-Tóth [1996] 17. o.)

*Hivatkozások*

- ANDORKA RUDOLF–SPÉDER ZSOLT [1994]: Szegénység alakulása 1992 és 1994 között. Megjelent: *Tóth István György* (szerk.): Társadalmi átalakulás 1992–1994. Jelentés a Magyar Háztartás Panel III. hullámának eredményeiről, BKE–KSH–Tárki, Budapest.
- ÁRVAY JÁNOS [1994]: A rejtett gazdaság szerepe az egyes ágazatokban és tulajdonosi főszektorokban. Megjelent: A magánszektor fejlődése Magyarországon. Összefoglaló kutatási beszámoló az Állami Vagyongyűnkéség számára. Tárki–GKI, Budapest.
- ÁRVAY JÁNOS – VÉRTES ANDRÁS [1994]: A magánszektor és a rejtett gazdaság súlya Magyarországon (1980–1992). GKI Gazdaságkutató Rt.
- BEDEKOVICS ISTVÁN–HÜTTL ANTÓNIA–OLÁH SÁNDOR [1995]: Non-observed economy in the Hungarian National Accounts. Paper prepared for a Workshop on implementation of SNA/ESA, 1995. október 16–20. Prága.
- BRENNAN, G.–BUCHANAN, M. J. [1993]: Adózási alkotmány Leviatán számára. Megjelent: *Semjén András* (szerk.): Adózás, adórendszerek, adóreformok. Elvek, elméletek, tapasztalatok. Szociálpolitikai Értesítő, 1–2. sz. Budapest, MTA Szociológiai Intézet. 81–102. o.
- ENGEL, J. F.–BLACKWELL, R. D. [1982]: Consumer Behavior. The Dryden Press. Hinsdale, Illinois.
- ÉKES ILDIKÓ [1993]: Rejtett gazdaság. Láthatatlan jövedelmek. Kézirat, Budapest.
- FOKASZ NIKOSZ [1993]: Láthatjuk-e ha jön? Replika, 11–12. sz. 2–21. o.
- FREY, S. B.–WECK HANNELORE [1983]: Estimating the shadow economy: a ‘naive’ ‘approach’, Oxford Economic Papers, vol. 35. 23–44. o.
- GALASI PÉTER–KERTESI GÁBOR [1985]: Második gazdaság, verseny, infláció. Közgazdasági Szemle, 12. sz.
- HAWKINS, D. I.–BEST, R. J.–CONEY, K. A. [1986]: Consumer Behavior. Implications for Marketing Strategy. Third Edition. Business Publ. Inc. Plano, Texas.
- HOFFMANN ISTVÁNNÉ [1990]: Háztartásgazdálkodás a mai Magyarországon. Megjelent: Mikrogazdasági Kutatások. 19–33. o.
- KÉZDI GÁBOR [1996]: Gondolatok az államháztartási reform elé. A személyi jövedelemadó-befizetések változása Magyarországon – 1989–1994. Pénzügyi Szemle, 1. sz. 93–107. o.
- KORNAI JÁNOS [1993]: A pénzügyi fegyelem evolúciója a posztoszocialista rendszerben. Közgazdasági Szemle, 5. sz. 382–395. o.
- KOLOS TAMÁS–SZÍVÓS PÉTER–BEDEKOVICS ISTVÁN–TÓTH ISTVÁN JÁNOS [1996]: Munkaerőpiac és jövedelmek. Megjelent: *Sik Endre–Tóth István György*: Társadalmi páternoszter 1992–1995. Jelentés a Magyar Háztartás Panel 4. hullámának eredményeiről. BKE–KSH–Tárki, Budapest, 7–32. o.
- KSH [1993]: Családi költségvetés, 1989, 1991. (12 ezer háztartás adatai) Budapest.
- KSH [1996]: Családi költségvetés, 1994. I. Budapest.
- LACKÓ MÁRIA [1992]: Az illegális gazdaság aránya Magyarországon 1970–1989 között. Egy monetáris modell. Közgazdasági Szemle, 9. sz.
- LACKÓ MÁRIA [1995]: Rejtett gazdaság nemzetközi összehasonlításban. Közgazdasági Szemle, 5. sz.
- MACAFEE, K. [1980]: A Gimpse of the Hidden Economy in the National Account. Economic Trends, Vol. 316.
- NAGY ILDIKÓ [1995]: „Ki az úr a háznál?” A magyar családok pénzkezelési szokásai. Szakdolgozat, BKE.
- SÄRNDAL, C. E.–SWENSSON, B.–WRETMAN, J. [1992]: Model Assisted Survey Sampling. New York: Springer Verlag.
- SIK ENDRE [1996]: Feketefogyasztás. Megjelent: *Sik Endre–Tóth István György*: Társadalmi páternoszter 1992–1995. Jelentés a Magyar Háztartás Panel 4. hullámának eredményeiről. 82–89. o.
- SPÉDER ZSOLT [1996]: Fogyasztási válságok a háztartások gazdálkodásában. Megjelent: *Sik Endre–Tóth István György*: Társadalmi páternoszter 1992–1995. Jelentés a Magyar Háztartás Panel 4. hullámának eredményeiről. 61–73. o.
- SPICER, M. W. [1993]: Az adócsalás kívánatoságáról a hagyományos, illetve az alkotmányjogi gazdaságtan nézőpontjából. Megjelent: *Semjén András* (szerk.): Adózás, adórendszerek, adóreformok. Szociálpolitikai Értesítő, 1–2. sz. MTA Szociológiai Intézet, 129–138. o.

- TANZI, V. [1982]: *The Underground Economy in the United State and Abroad*. D.C. Heath, Lexington, Mass.
- TÁRKI– GKI [1994]: *A magánszektor fejlődése Magyarországon. Összefoglaló kutatási beszámoló az Állami Vagyonügynökség számára*. Budapest.
- TÓTH ISTVÁN JÁNOS [1996] (szerk.): *Nem regisztrált lakossági vásárlások a kiskereskedelemben és a szolgáltatások piacán*, Kopint–Datorg, Műhelytanulmányok, 21. sz.
- TÓTH ISTVÁN JÁNOS–ÁBRAHÁM ÁRPÁD [1996]: *Jövedelemszerkezet és adóteher-megoszlás. Az 1994-es személyi jövedelemadó-bevallások vizsgálata*. Közgazdasági Szemle, 4. sz.
- TÓTH ISTVÁN JÁNOS–SEMJÉN ANDRÁS [1996]: *Kis- és közepes vállalkozások adózással kapcsolatos magatartása*. Kézirat.
- ZIPF, G. K. [1949]: *Human behavior and the principle of least effort*. Cambridge, Mass.