

A TERMELŐ-FOGYASZTÁSRÓL A FOGYASZTÁSI SZERKEZET ÉS IDŐMÉRLEG-FELVÉTELBE SZEREPLŐ TEVÉKENYSÉGEK SZEMPONTJÁBÓL

ON PROSUMPTION FROM THE POINT OF VIEW OF THE CONSUMPTION STRUCTURE AND ACTIVITIES INCLUDED IN THE TIME USE SURVEY

Szabó Mariann¹, Csigéné Nagypál Noémi²

¹ egyetemi adjunktus, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Környezetgazdaságtan és Fenntartható Fejlődés Tanszék, Budapest
szabo.mariann@gtk.bme.hu

² egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Környezetgazdaságtan és Fenntartható Fejlődés Tanszék, Budapest
csigene.noemi@gtk.bme.hu

ÖSSZEFOGLALÁS

A termelő-fogyasztás kifejezés, amely az angol *produce* (termel) és *consume* (fogyaszt) kifejezések összeolvasztásán keresztül jön létre (*prosumption*), azt fejezi ki, hogy a fogyasztók aktívan bekapcsolódnak a vállalati értékteremtés formájába, más esetekben pedig saját maguk vagy környezetük számára állítanak elő értékes javakat. A fogyasztási szerkezet tükrében azt jelenti, hogy egyes szegmensek esetében a piacról történő beszerzés helyett az önellátás, a felhasználók közötti csere, a megosztáson alapuló gazdaság lehetőségei erősödnek. Emellett az üzleti vállalkozások is felismerik a jelenség különböző formáiban rejlő lehetőségeket elsősorban a személyre szabás (*customization*), a közös alkotófolyamat (*co-creation*) területén. Tanulmányunkban a termelő-fogyasztás területéhez kapcsolódó tevékenységek széles palettáját mutatjuk be fogyasztási szegmensek szerint. Tekintettel arra, hogy az időmérleg-felvételben szereplő tevékenységekre fordított idő elsődleges forrásként szolgálhat a jelenség vizsgálatában, megvizsgáljuk a tevékenységek és a termelő-fogyasztás közötti kapcsolatot. Eredményeink arra mutatnak rá, hogy mind a fogyasztási szerkezet szerinti, mind az időmérleg-felvétel szerinti értékelés gazdagítja és rendszerezi a termelő-fogyasztás formáit, azonban a résztvevők motivációinak vizsgálatára kiegészítő adatfelvétel szükséges.

ABSTRACT

The term *prosumption*, which is created by merging the English words *production* and *consumption*, expresses the active involvement of consumers in corporate value creation, and in other cases producing goods of value for themselves or their environment. In the light of the

consumption structure, it means that for some commodity segments, instead of purchasing from the market, the opportunities for self-sufficiency, exchange between users, and the sharing economy are increasing. At the same time, businesses are also recognizing the potential of this phenomenon in its various forms, particularly in the areas of customization and co-creation. In our study, we present a wide range of activities related to the area of prosumption, by consumption segments. Given that the time spent on activities in the time use survey can serve as a primary source for studying this phenomenon, we examine the relationship between activities and prosumer consumption. Our results suggest that both the consumption structure and the time use survey enrich and systematize the patterns of prosumption, but that additional data collection is needed to investigate the motivations of participants.

Kulcsszavak: termelő-fogyasztás, prosumption, fogyasztási szerkezet, időmérleg-felvétel, megosztáson alapuló gazdaság

Keywords: prosumption, consumption structure, time use survey, sharing economy

BEVEZETÉS

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) legutóbb 2022 novemberében publikált (tárgyév: 2021) a háztartások életszínvonaláról,¹ amely alapján a hazai háztartások átlagos, egy főre jutó kiadásai között első helyen szerepelnek az élelmiszerek és alkoholmentes italok (26,4%), majd ezt követi a lakásfenntartás és háztartási energia (17,8%), közlekedés (11%), egyéb termékek és szolgáltatások (8,4%), hírközlés (6,9%), kultúra, szórakozás (6,3%), egészségügy (5,5%), lakberendezés, háztartásvitel (4,6%), vendéglátás, szálláshely-szolgáltatás (4,2%), ruházat és lábbeli (4,1%), szeszes italok, dohányárúk (4%) és az oktatás (0,8%) (KSH, 2022). A KSH által publikált eredmények a jövedelmi számlákon alapszanak. A monetáris transzfereken kívül az egyének, háztartások bizonyos szükségleteit háztartáson belüli termeléssel elégítik ki. A háztartási munka, valamint a napjainkban egyre nagyobb figyelmet kapó láthatatlan munka egyértelműen hozzájárulnak az emberek jólétének növekedéséhez, és a szubjektív jóllét alakításában is fontos szerephez juthatnak. Sík Endre (2017) a KSH 2017-es, a háztartási, önkéntes és láthatatlan munkáról szóló kötetében megjelent tanulmányban írja, hogy a domináns integrációs sémák, a redisztribúció és a piac mellett megmaradtak a kiegészítő funkciót betöltő integrációs sémák is a kölcsönös segítségnyújtás,

¹ Az adatokat a KSH az egyéni fogyasztás rendeltetés szerinti osztályozása (COICOP) szerinti struktúrában közli. A KSH hivatalos weboldalán közzétett osztályozási leírás a COICOP nemzetközileg egységes statisztikai osztályozás hazai adaptálása, mely a lakossági vásárolt fogyasztás rendeltetés szerinti osztályozásának nomenklatúrája (URL1).

az önzetlen segítség és az önellátás formájában, aminek legszimbolikusabb tere maga a háztartás.

Az infokommunikációs technológia elterjedésével a kiegészítő funkciók gyakorlása a háztartási vagy szomszédsági reláción túl új formákat ölt. A termelve fogyasztás vagy termelő-fogyasztás kifejezés – amely az angol *termel* (*produce*) és *fogyaszt* (*consume*) kifejezések összeolvasztásán keresztül jön létre: *prosumption* – azt fejezi ki, hogy a fogyasztók aktívan bekapcsolódnak a vállalati értékteremtés formájába, más esetekben pedig saját maguk vagy környezetük számára állítanak elő értékes javakat. A fogalmat bevezető Alvin Toffler (1980) szerint az ipari társadalmak „specialista” szereplőjét – aki nagymértékben másoktól (elsősorban a piactól) függ szükségletei kielégítésében – az infokommunikációs korra felváltja a „prosumer”, aki az információkhoz való hozzáféréssel csökkenti kiszolgáltatottságát. A fogyasztási szerkezet tükrében mindez azt jelenti, hogy egyes szegmensek esetében a piacról történő beszerzés helyett az önellátás, a felhasználók közötti (*peer-to-peer*) csere, a megosztáson alapuló gazdaság lehetőségei erősödnek. Ezzel párhuzamosan az üzleti vállalkozások is felismerik a termelve fogyasztás különböző formáiban rejlő lehetőségeket, elsősorban a személyre szabás (*customization*), a közös alkotófolyamat (*co-creation*) területén, amelyeket sikeresen integrálhatnak üzleti folyamatukba. Nincs arról tehát szó, hogy a termelő-fogyasztás egy új, a kapitalizmust felváltó rendszert építene ki, sokkal inkább azt jelzi, hogy a hagyományos keresleti és kínálati oldal közti megkülönböztetést felváltja egy új típusú együttműködési rend. A termelő-fogyasztók információval való ellátását a hagyományos tudásszerzési lehetőségen túl (család, barátok, iskolarendszerű oktatás, civil szervezetek, egyházak) az internet adta lehetőségekkel karizmatikus egyének (*bloggerek*), innovatív szervezetek (*civil szerveződések*) és vállalkozások is bővítik. Ilyen módon a termelő-fogyasztás szorosan kapcsolódik az információgazdasághoz, ahogy Szabó és Hámori (2006) előrevetíti: az információgazdaság nem új paradigmává, hanem meglévő rendszerekbe begyűrűző horizontális kulcsterületté lép elő, így jelennek meg a termelő-fogyasztók is egyre több szektorban.

A FOGYASZTÁSI SZERKEZET ÉS A TERMELŐ-FOGYASZTÁS

A Horváth Dóra és Bauer András által szerkesztett könyvben (2016) a termékek és szolgáltatások előállításának három módját különböztetik meg: 1. a gyártói előállítás (a termék előállításában kizárólag a vállalat és annak alkalmazottai vesznek részt); 2. fogyasztói előállítás (a vállalat nem vesz részt a folyamatban); 3. fogyasztói részvétel. Jelenlegi gazdasági rendszerünkben – ahogy erre Matthias Lehnen (2019) is felhívja a figyelmet – az első típus, a gyártói előállítás a legjellemzőbb.

A termelő-fogyasztás jelenségének megértését az általános fogyasztói magatartás vizsgálatát támogató motivációs elméletek szolgálják. A termelő-fogyasztás a Maslow-féle szükséglet-hierarchia szinte összes „lépcsőjéhez” köthető. Lehnen (2019) megkülönbözteti a gazdasági szükségességéből vagy élvezetből történő magatartást (alapszükséglet vs. önmegvalósítás), míg más szerzők, köztük Louise Mansfield és szerzőtársai (2022) a csoporthoz tartozás, a külső elvárás eredményezte vagy épp a biztonságérzet növeléséért végzett tevékenységeket sorolják ide.

Ha a háztartások diszkrecionális jövedelmeit tekintjük, egyértelmű különbség van az alacsony és magas jövedelemmel rendelkező csoportok között: míg előbbiek „kényszerűségből” kapcsolódnak be a folyamatokba, addig utóbbiak különleges igények, elvárások miatt, a vágyott termék vagy szolgáltatás piaci hiánya miatt kezdenek el különböző tevékenységeket. Egyes termelő-fogyasztó tevékenységek kiadáscsökkentő hatással bírnak (élelmiszer-előállítás és -feldolgozás, utazásmegosztó szolgáltatás nyújtása), míg más formák bevételnövekedést jelentenek (felesleg továbbadása, tárgyak értékesítése, egyes internetes tartalmak elkészítése). Vannak olyan tevékenységek, amelyek nem számszerűsíthetők monetáris alapon, hanem a közreműködők időráfordítását tudjuk csak mérni (hozzászólások, értékelések az interneten, szívességnyújtás, közösségi tevékenységekben, például kiállítás megvalósításában történő közreműködés).

A termelő-fogyasztás – ahogy az Toffler (1980) megközelítéséből is ered – nem teljesen új keletű jelenség, bizonyos formái a háztartási munkához, háztartási termeléshez, míg mások a szabadidős tevékenységekhez köthetők, amelyek az „internetes kor” előtt is domináns időt foglaltak el az emberek mindennapjaiban. A termelő-fogyasztás elsődlegesen az emberek fizetett munkán túli idejében történik, amelyet a szociológiából ismert harmadik személy elve alapján (lásd Gál et al., 2015) háztartási munkára és rekreációs/szabadidős tevékenységekre bonthatunk: míg előbbit másvalaki, egy harmadik személy is elvégezheti (kézműves munka, kertészkedés, barkácsolás), úgy a szabadidős tevékenységek nem ruházhatók át. A termelő-fogyasztás területén a saját célra vagy átadásra történő gyártás a munkaszegmenshez kapcsolódik, de vannak szabadidős tevékenységek is (tartalomfejlesztés, kiállítások rendezése, szórakoztatás).

Az 1–2. táblázatban a KSH által alkalmazott fogyasztási szegmensek esetében azonosítunk be termelő-fogyasztó funkciókat aszerint, hogy azok az egyének/háztartások kiadásait mérséklik, bevételt növelnek, vagy a pénzügyi vonatkozás szempontjából semlegesek. A szegmenseket – a könnyebb átláthatóság érdekében – különválasztottuk termék-, illetve szolgáltatásfókuszú csoportokra (ezek nem tökéletesen homogén kategóriák, vannak olyan fogyasztási főcsoportok, például a lakásfenntartás és háztartási energia, amelyeknél együttesen jelennek meg). A felsorolt tizenkét fogyasztási szegmensből tíz vertikális irányultságú, tematikus csoport, kivételt a hírközlés és az oktatás jelent, mivel egyes tématerületekhez kapcsolódnak hírközlési vagy oktatási tevékenységek.

A tevékenységek között szerepelnek közismert, könnyen beazonosítható elemek. Kiemeltük azokat a példákat, amelyek további kifejtést kívánnak, ezeket a táblázatot követően ismertetjük bővebben.

1. táblázat. Termelő-fogyasztó funkciók különböző fogyasztási szegmensek esetében (termékfókuszú)

	Fogyasztási szegmens	Példák termelő-fogyasztó funkciókra		
		A kiadást mérsékli	A bevételt növeli	Pénzügyi szempontból semleges (részvételalapú)
1.	Élelmiszerek és alkoholmentes italok	Növénytermesztés (saját kert, konyhakert, közösségi kert); állattenyésztés; részvétel „szedd magad” akciókban; élelmiszer-feldolgozás; főzés	Felesleg értékesítése becsületkasszás rendszerben	Élelmiszer-előállításához kapcsolódó bejegyzések, videók, tematikus közösségi médiacsoportokban való hozzászólások (továbbiakban: online tartalomkészítés); workshopok, foglalkozások
2.	Lakásfenntartás és háztartási energia	Barkácsolás és csináld magad tevékenységek (DIY), karbantartás, felújítás és megújulóenergia-felhasználás	Szívességnyújtás „barter” csere keretében (például Miutcánk.hu lokális közösségi oldal vagy közösségi hálón működő lakóközösség-csoportok)	Online tartalomkészítés; szívességnyújtás
3.	Lakberendezés, háztartásvitel	Kézműves, barkács, csináld magad tevékenységek	Felesleg értékesítése becsületkasszás rendszerben, online platformokon, közösségi csoportokban, vásárokon	Online tartalomkészítés; szívességnyújtás; workshopok, foglalkozások
4.	Ruházat és lábbeli	Saját gyártás	Felesleg értékesítése becsületkasszás rendszerben, online platformokon, közösségi csoportokban, vásárokon	Online tartalomkészítés; workshopok, foglalkozások; személyre szabás; közös alkotófolyamat

1. táblázat. *folytatása*

	Fogyasztási szegmens	Példák termelő-fogyasztó funkciókra		
		A kiadást mérsékli	A bevételt növeli	Pénzügyi szempontból semleges (részvételialapú)
5.	Szeszes italok, dohányárúk	Saját gyártás	Felesleg értékesítése becsületkasszás rendszerben, online platformokon, közösségi csoportokban, vásárokon	Online tartalomkészítés; workshopok, foglalkozások
6.	Egyéb termékek (és szolgáltatások)	Csináld magad tevékenységek, kézműves tevékenységek	Szívességnyújtás „barter” csere keretében; felesleg értékesítése becsületkasszás rendszerben, online platformokon, közösségi csoportokban, vásárokon	Online tartalomkészítés; workshopok, foglalkozások; személyre szabás; közös alkotófolyamat

Forrás: saját munka

Élelmiszerek és alkoholmentes italok. A növénytermesztés a legegyszerűbb háztartási termelési forma lehet: a kiskertben megtermelt javakat a család – költségmegtakarítási vagy élelmiszer-biztonsági okokból – saját célra termeli meg, és fogyasztja el. Ugyanakkor a városi terekbe áramló népesség kiszorulhat (kertes ház híján) ebből a tevékenységből. Ennek áthidalására megjelennek a városi közösségi kertek vagy épp a balkonkerti növénytermelés. Az egyéni, háztartási kiadásokat mérsékli az ún. „szedd magad” akciókban való részvétel (gyakorta internetes platformos hirdetéssel), amikor kedvezményes áron juthatnak az emberek idénygyümölcsökhöz, kertészeti termékekhez más földterületén. Saját kerttel rendelkező háztartások dönthetnek úgy, hogy feleslegüket „továbbadják” bevételük növelése érdekében, a termények ellenértékét a vásárlók becsületkasszába rakják. Az infokommunikációs kor vívmánya, hogy a felhasználók internetes tartalmakat készíthetnek, és azokat megoszthatják különböző médiafelületeken. Az élelmiszer-feldolgozáshoz, főzéshez kapcsolódó amatőr tartalmak a professzionális társaik mellett nagy népszerűségnek örvendenek, legyen szó akár online receptről, valamely étel elkészítését bemutató videóról vagy terméktesztekről.

Lakásfenntartás és háztartási energia. A nyugati irodalomban a megújuló energiaforrások alkalmazásához köthető a termelő-fogyasztás jelenségének

széles körű tárgyalása. Az otthoni, kis közösségbeli szívességnyújtás az emberi kapcsolatok és összetartozás kovásza. Nagyobb városokban magasabb a valószínűsége az elszigetelődés és elzárkózás kultúrájának, amelyre az online közösségek jelenthetnek megoldást. A Miutcánk.hu lokális közösségi oldalon például megtalálhatják egymást egy-egy közösség tagjai. Az alapítók szándéka szerint a kölcsönös segítségnyújtás (például valamilyen javítási tevékenységért étel odaajándékozása) közösségfejlesztő hatással bír. A segítségnyújtás „ellentételezése” mélyen gyökerezik a magyar kultúrában.

Lakberendezés, háztartásvitel. A vásárok lehetőséget nyújtanak arra, hogy civil szervezetek tagjai – adománygyűjtés formájában – értékesíthessék „feleslegüket”.

Ruházat és lábbeli. Egyre több kisvállalkozás ismeri fel, hogy piaci lehetőség van a termelő-fogyasztó magatartásformát serkentő élő foglalkozásokra. Természetesen nemcsak vállalkozások, hanem maguk a prosumerek is kezdeményezhetnek ilyen eseményeket. Széles termékkör esetében megfigyelhető a személyre szabás, hogy a végső termék megjelenésében valamilyen különleges, a tulajdonosra utaló attribútum szerepeljen (a legegyszerűbb példa a monogram vagy épp ruházati termékek egyedi színben történő gyártása). Vannak vállalkozások, amelyek online felületet biztosítanak a felhasználónak adott termék (például táska vagy cipő) egyedi megjelenésének tervezésére.

2. táblázat. Termelő-fogyasztó funkciók különböző fogyasztási szegmensek esetében (szolgáltatásfókuszú)

	Fogyasztási szegmens	Példák termelő-fogyasztó funkciókra		
		A kiadást mérsékli	A bevételt növeli	Pénzügyi szempontból semleges (részvételialapú)
1.	Közlekedés	Megosztáson alapuló rendszerek (például utazásmegosztó platform) magánszemélyek között		Közlekedési információ továbbítása különböző médiumokon
2.	Hírközlés			Magánszemélyek internetalapú hírközlése különböző témákban (blog, bejegyzések, videók)

2. táblázat. *folytatása*

	Fogyasztási szegmens	Példák termelő-fogyasztó funkciókra		
		A kiadást mérsékli	A bevételt növeli	Pénzügyi szempontból semleges (részvételalapú)
3.	Kultúra, szórakozás			Közösségi kiállításszervezés (például otthonkakiállítás, Szatymaz), rendezvények, szórakoztatáshoz kapcsolódó tartalomfejlesztés (például geocaching „kincskeresés” , tematikus túrák fejlesztése), tevékenységek népszerűsítéséhez kapcsolódó hírközlés
4.	Egészségügy	Gyógynövények gyűjtése, feldolgozása (előkészítés fogyasztásra vagy különböző készítmények előállítás)	Felesleg értékesítése becslétkasszás rendszerben	Egészségmegőréssel kapcsolatos tudásátadás közösségi csoportokban; tematikus séták, oktatás; workshopok, foglalkozások
5.	Vendéglátás, szálláshely-szolgáltatás	Vendéglátás: csináld magad tevékenységek, főzés	Szálláshely: rövid távú lakáskiadás	Online tartalomkészítés; interneten történő véleményezés, értékelések
6.	Oktatás		Szívésségnyújtás „barter” csere keretében	Online tartalomkészítés; workshopok, foglalkozások

Forrás: saját munka

Közlekedés. Az utazásmegosztás régóta létező forma. Szűkebb közösségekben – családok, munkahely – a mobilitás gyakori formája. Ennek az igénynek a ki-elégítésében is új utakat nyitott az internet, létrejöttek platformalapú megoldások,

ahol egy-egy útra magánszemélyek is meg tudják hirdetni „felesleges kapacitásait”. Az Oszkár utazásmegosztó rendszerben (lásd Soltész–Zilahy, 2019) az üzleti sofőrök ajánlata mellett (akik nem tekinthetők termelő-fogyasztónak, hiszen hivatásszerűen végzik a tevékenységet) magánszemélyek is meghirdetnek utakat kiadásuk mérséklése céljából.

Kultúra, szórakozás. A Kádár-korszak kultikus háziasszony-viseletéből, az otthonkából nyílt Szatymazon kiállítás, amelynek különlegességét az adta, hogy a Dankó Pista Művelődési Ház által gyűjtött készletet felhívás útján gazdagíthatták egyéni felajánlások is. Az egyéni felhasználók – termelő-fogyasztók otthonkái színesítették a kiállítást (URL2). A szórakoztatáshoz kapcsolódó tartalomfejlesztés tématerület reprezentánsa a geocaching játék; hazai képviselője a Magyar Geocaching Közhasznú Egyesület (MGKE), amely Magyarország hivatalos geocaching honlapját (URL3) üzemelteti. A játék során a tartalomfejlesztő személyek valamilyen szempontból – történelmi, kulturális, természeti – érdekesnek minősített helyszínen vagy annak közelében elrejtnek egy ládát (ez a geoláda), amelynek helyét GPS-vevőkészülék segítségével (mobiltelefonnal vagy GPS-készülékkel) bemérik, majd a koordinátáit – a helyszín leírásával együtt – közzéteszik a játék internetes honlapján. A játékban részt vevők a koordináták alapján megkereshetik a ládát, leegyeztethetik a láda „jelszavát”, amelynek rögzítésével a weboldalon közkinccsé tehetik a megtalálás történetét.

Egészségügy. A természetes orvosságok a modern orvoslás kiegészítői lehetnek. A termelő-fogyasztók számos tudásplatformon keresztül juthatnak hozzá a gyógynövények gyűjtéséhez, feldolgozásához, alkalmazásához kapcsolódó ismeretekhez, és alkalmazhatják azokat. Olyan egyszerű tevékenységek tartozhatnak ide, mint a gyógynövénygyűjtés, majd abból teakészítés (például csalán), vagy az aloé növény gondozása gyógyászati megfontolásból. A könyvalapú, illetve internetes jótanácsok mellett a tudásátadásban itt is szerepet játszanak a rövid képzések (például Györgytea gyógynövénytúrák, URL4).

Vendéglátás, szálláshely-szolgáltatás. Bevételnövelő tevékenység a rövid távú lakáskiadás. Itt sem egy új keletű tevékenységről beszélhetünk, hanem arról, hogy volumennövekedési tendencia figyelhető meg, mivel a hozzáféréshez kapcsolódó lehetőségek jelentősen bővültek a közösségi média és szálláshelymegosztó platformok (például: Airbnb, online piactér) révén. A közösségi felületek nem csupán a felesleges javak megosztására, értékesítésére alkalmasak, hanem arra is, hogy a felhasználók „hallassák magukat”. Az angolszász szakirodalomban a *consumer-generated content* kifejezés fedi le az összes termelő-fogyasztó internetes platformon közzétett hozzájárulását, legyen az bejegyzés, videó, számszerű értékelés vagy szöveges vélemény. A piaci szereplők megítélésében egyre nagyobb szerepük van a tudatos fogyasztói kör tagjai számára a különböző platformokon megírt értékeléseknek.

A TERMELŐ-FOGYASZTÁS ÉS AZ IDŐMÉRLEG-FELVÉTEL KAPCSOLATA

A termelő-fogyasztáshoz kapcsolódó tevékenységek vizsgálatához elsődleges forrást jelent az időmérleg-felvétel. A legutóbbi, 2009/2010-es időmérleg-nyilvántartás alapján átlagosan 182 perc/fő/nap a kereső- és termelőtevékenységre fordított idő, 133 perc/fő/nap a háztartási és ház körüli munkára fordított átlag.

3. táblázat. A 2009/2010-es időmérleg-felvételben szereplő tevékenységek és a termelő-fogyasztás kapcsolata

Tevékenységstruktúra	Kapcsolat a termelő-fogyasztással		
	Negatív	Semleges	Pozitív
1. Társadalmilag kötött tevékenységek			
11 Főfoglalkozású munka (nem mezőgazdasági), tanulás	X		X
12 Főfoglalkozásként végzett mezőgazdasági (vagy mezőgazdaságban végzett) munkatevékenység		X	
13 Nem főfoglalkozásként végzett, nem mezőgazdasági munkatevékenységek			X
14 Nem főfoglalkozásként végzett mezőgazdasági (vagy mezőgazdaságban végzett) munkák			X
15 Ház körüli és háztartási munkák			X
16 Vásárlás, szolgáltatások igénybevétele, ügyintézés			X
17 Gyermekek, idős vagy beteg ember gondozása			X
18 Közlekedés, utazás, várakozás			X
2. Fiziológiailag kötött tevékenységek			
21 Alvás, pihenés		X	
22 Személyes testi higiénia			X
23 Étkezések, a hozzájuk kapcsolódó italok elfogyasztásával			X
24 Kávé, tea, üdítőital fogyasztása, nassolás			X
25 Alkoholos ital fogyasztása (főétkezésen kívül)			X
26 Fekvés betegség miatt, saját betegség kezelése		X	X
3. Szabadon végzett tevékenységek			
31 Társas, családi, közösségi tevékenységek			X
32 Olvasás, önképzés			X
33 Tévézés, DVD, videózás			X
34 Rádióhallgatás, zenehallgatás, számítástechnikai tevékenység			X
35 Egyéb szórakoztató, kulturális tevékenység			X
36 Szabadidő, sport			X
37 Egyéb, máshova nem sorolt tevékenység		X	
38 Ismeretlen, illetve be nem sorolható tevékenység		X	
Összesen	1	5	18

Forrás: KSH (2010) alapján saját munka

gos idő, 30 perc/fő/nap a gyermekek gondozására, ellátására fordított átlagos idő, a szabadidős tevékenységekre fordított idő pedig 266 perc/fő/nap a 10–84 éves népességre vonatkozóan.

Az időmérleg-felvételben szereplő tevékenységeket a 3. táblázat mutatja. A tevékenységek három fő csoportját különböztetik meg: 1. társadalmilag kötött tevékenységek, 2. fiziológiailag kötött tevékenységek és 3. szabadon végzett tevékenységek. Az egyes tevékenységcsoportok melletti oszlopban jelöltük a termelő-fogyasztáshoz való kapcsolatukat (1: negatív: a gyakorolt tevékenység a termelő-fogyasztás lehetőségeit csökkenti, 2: semleges – nem áll fenn kapcsolat, 3: pozitív – a tevékenységcsoport átfed termelő-fogyasztó tevékenységekkel). A táblázat jól szemlélteti, hogy a tevékenységek igen jelentős arányban feleltethetők meg részben vagy egészében a termelő-fogyasztás változatos formáinak. Az időmérleg-nyilvántartás választ ad a 10–84 éves népesség időfelhasználására, azonban a mögöttes motivációkra nem. Ennek feltárására specifikus adatfelvételre van szükség.

Az időmérleg-felvételben szereplő tevékenységek zöme kapcsolatban áll a termelő-fogyasztás különböző típusaival. Két esetben – 1) főfoglalkozású munka (nem mezőgazdasági), tanulás; 2) fekvés betegség miatt, saját betegség kezelése – kétféle kapcsolat is tapasztalható. A főfoglalkozású munka, tanulás csökkentheti a termelő-fogyasztó szabadidejét, ugyanakkor a munka vagy tanulás forrása is lehet a szabadidőben végzett tevékenységeknek (üzemben dolgozó varrónő szabadidejében készíthet további termékeket, a munkájából fakadó készségei miatt, valamint az iskolai foglalkozások ösztönzést adhatnak gyermekeknek, szülőknek otthoni „gyártási” feladatok elvégzéséhez). Egyes esetekben a betegség alatt aktív pihenés keretében végezhetők termelő-fogyasztó tevékenységek (például kézműves elfoglaltságok) vagy épp a betegség tüneteinek enyhítését szolgáló tevékenységek (főzés, gyógykészítmény elkészítése).

ÖSSZEGZÉS

A fogyasztói magatartás elemzése alapvetően interdiszciplináris megközelítést igényel. Még inkább igaz az interdiszciplináris megközelítés szükségessége a termelő-fogyasztás újszerűsége, sok esetben innovatív jellege miatt. Azon időmérleg-tevékenységekre vonatkozóan, amelyek termelő-fogyasztáshoz kapcsolódó tevékenységeket is lefednek, beigazolódik az innovatív jelleg. Az emberi szükségletekben nincs számottevő változás, de a szükségletek kielégítésének módjában, az információhoz való hozzáférésben annál inkább.

Az időmérlegek finomítása lehetővé tenné a termelő-fogyasztás körébe tartozó tevékenységek jobb áttekintését, annak vizsgálatát, hogy az a fogyasztás mekkora hányadát teszi ki, illetve nő-e ennek aránya. Arról is pontosabb képet kapnánk,

hogyan a termelő-fogyasztás különböző típusai milyen arányban vannak jelen, és nyomon követhető volna ennek változása is.

Jelen tanulmányban részletesen megvizsgáltuk a termelő-fogyasztási tevékenységek széles spektrumát. A tevékenységek végzését lehetővé tevő kompetencia, hozzáértés számos módon érhető el, férhető hozzá. A családon belüli tudásátadás, a szomszédsági vagy munkahelyi kapcsolatokon keresztül információszerzés mellett az infokommunikációs lehetőségek bővülésével kiszélesedik a tudásbázis. Érdekes azt is megfigyelni, hogy az újszerű, internetalapú források megjelenése mellett a hagyományos formák (nyomtatott sajtó, foglalkozások) is megmaradnak. Az információhoz való hozzáférési lehetőségek vizsgálata jövőbeli kutatási feladat lehet, ahogy a termelő-fogyasztásban részt vevő csoportok és motivációjuk is.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

A tanulmány a 138661. számú, *Az innovatív üzleti modellek fenntarthatósági kihívásai – a 'prosumption' esete* című OTKA-kutatás keretében jelent meg.

IRODALOM

- Gál Robert Iván – Szabó Endre – Vargha Lili (2015): A láthatatlan transzferek korprofilja. *Közgazdasági Szemle*, 62, 621–637. https://real.mtak.hu/24517/1/04_GalSzaboVargha_u.pdf
- Horváth Dóra – Bauer András (szerk.) (2016): *Marketingkommunikáció*. Budapest: Akadémiai Kiadó
- Központi Statisztikai Hivatal, KSH (2010): *Időmérleg-módszertan*. https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/idomerleg_mod.pdf
- Központi Statisztikai Hivatal, KSH (2022): *Helyzetkép, 2021 – A háztartások életszínvonaláról*. Jelentés. https://www.ksh.hu/apps/shop.kiadvany?p_kiadvany_id=1077311
- Lehnen, Matthias (2019): Prosumption for Sustainable Consumption and Its Implications for Sustainable Consumption Governance. In: Mont, Oksana (ed.): *A Research Agenda for Sustainable Consumption Governance*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 105–120. DOI: 10.4337/9781788117814, <https://www.elgaronline.com/edcollchap-0a/book/9781788117814/book-part-9781788117814-16.xml>
- Mansfield, Louise – Daykin, Norma – Golding, Alex et al. (2022): Understanding Everyday Creativity: A Framework Drawn from a Qualitative Evidence Review of Home-Based Arts. *Annals of Leisure Research*, 26, 1–32. DOI: 10.1080/11745398.2022.2089183, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/11745398.2022.2089183>
- Sík Endre (2017): Néhány gondolat a háztartásról mint a gazdaság egy szereplőjéről. In: Janák Katalin – Szép Katalin – Tokaji Károlyné (szerk.) (2017): *Háztartási munka, önkéntes munka, láthatatlan munka*, I. Konferenciakötet. Budapest: Központi Statisztikai Hivatal. https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/lathatatlan_munka_1.pdf

Soltész Petra – Zilahy Gyula (2019): A megosztáson alapuló gazdaság környezeti és társadalmi hatásai. *Magyar Tudomány*, 180, 12, 1857–1866. DOI: 10.1556/2065.180.2019.12.11, https://mersz.hu/dokumentum/matud__706/#matud_f32305

Szabó Katalin – Hámori Balázs (2006): *Információgazdaság*. Budapest: Akadémiai Kiadó

Toffler, Alvin (1980): *The Third Wave*. Collins: London, UK. https://ia801200.us.archive.org/9/items/TheThirdWave-Toffler/The-Third-Wave_-_Toffler.pdf

URL1: KSH: *Az egyéni fogyasztás rendeltetés szerinti osztályozása (COICOP)*. https://www.ksh.hu/coicop_menu

URL2: Sokszínű Vidék: *Szatymazon lesz az ország első otthonka kiállítása*. 2022. 07. 04. <https://sokszinuvidek.24.hu/viragzo-videkunk/2022/07/04/otthonka-szatymaz-kiallitas/>

URL3: <https://geocaching.hu/>

URL4: Györgytea. *Növénytúrák*. <https://tura.gyorgytea.hu/#gyogynovenyturak>