

Generációk fogyasztási sajátosságainak bemutatása a családi életciklusok tükrében

Neulinger Ágnes – Radó Márta
Budapesti Corvinus Egyetem

A TANULMÁNY CÉLJAI

A generációk fogyasztásának elemzése gyakran nem veszi figyelembe azt, hogy adott generáció tagjai melyik életciklus szakaszukban vannak. Jelen elemzés a családi életciklus szakaszok hatásának fontosságát bemutatja be a fogyasztásra.

ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

Az elemzés kvázi kísérleti módszer (párosítás) segítségével közelíti az ok és okozati összefüggés bemutatását a kiadások alakulása és a családi életciklusok között.

A LEGFONTOSABB EREDMÉNYEK

Az eredményekből kiderül, hogy mely termék kategóriák átlag alatti vagy feletti fogyasztását okozza az életciklus függetlenül attól, hogy fiatal, középkorú vagy idős generációk háztartásainak kiadásait elemezzük.

GYAKORLATI JAVASLATOK

Az eredmények alapján érdemes a generációk életkor-alapú meghatározását az együtt vagy egyedül élés és a gyermekek háztartásban való jelenlétével kiegészíteni. mert ez erősen befolyásolja a kiadási szerkezetet.

Kulcsszavak: generáció, családi életciklus, fogyasztás, primer kutatás, matching

BEVEZETÉS

A generációk és a közöttük lévő különbségek vizsgálata az utóbbi idők népszerű kutatási kérdése a társadalomtudományokban. A generációk viselkedésének megértésében kiemelt szerepet kap a generációs ellentétek leírása és magyarázata, az egyes generációk értékeinek és életmódjának értelmezése, a nemzedékváltások története és az öregezés problémakörének vizsgálata, ahogy arra tanulmányában Róbert és Valuch (2013) utal.

Ezzel együtt a generáció fogalmát eltérő jelentésstartalommal felruházza értelmezi és használja többek között a szociológia, a szociálpszichológia, a politikatudomány és a marketing is (lásd például Töröcsik – Pál 2015). A fogalom meghatározása alapvetően két irányvathoz köthető. Így beszélhetünk a születési idő alapján és a szocializációs hatások alapján létrejövő kategóriákról. Tekintettel arra, hogy a generáció fogalmának operacionalizálása problematikus, így gyakran a legegyszerűbb megközelítést követik a vizsgálatok. Ennek megfelelően számos tanulmány a bizonyos években születetteket elemzi generációként, azaz korosztály alapján határozza meg az egyes csoportokat. A születési idő alapján történő generációs elhatárolás kiegészülhet a munkaerőpiaci aktivitással és inaktivitással is, így például Gál és Vargha (2015) elemzése a gyermekek, az aktív korban lévő felnőttek és az idősek generációit vizsgálja. Ezzel szemben a szocializációs hatást alapul vevő megközelítések szerint a generációk a társadalmi és történelmi események hatására jönnek létre és határolhatók el egymástól. Szabó és Kiss (2013) áttekintése alapján a generációhoz hasonló fogalmak többek között a korosztály (azonos időpontban születettek), a korcsoport (korosztályon belüli társulási forma), a kohorsz (valamely életeseményt azonos időintervallumban megélők) és a családi generáció (gyermekek, a szülők, nagyszülők elkülönülő nemzedékei).

McCrandle és Wolfinger (2009) a következő generációs csoportokat határozta meg: (1) az építők generációja (1925-1945), jellemzi a őket a háború és válság időszaka, (2) a boomerek (1946-1964), akikhez a népességrobbanás köthető, (3) az X generáció (1965-1979) akik a gazdasági fellendülés időszakának gyermekei, és (4) az Y generáció (1980-1994), akiket a digitális fejlődés határoz meg markánsan. Töröcsik (2009) hazai kontextusban és az egyéneket ért másodlagos szocializációs hatásokat is figyelembe véve három csoportot különböztetett meg figyelembe véve a munkába állás idejét: (1) a háború utáni munkavállalók

(a 40-es, 50-es években pályakezdők), (2) a szofti-szocializmusban, azaz az új gazdasági mechanizmus idejének pályakezdői (a baby boomerekhez hasonlóak), és (3) a rendszerváltás utáni munkavállalók (akik az X-generációnak feleltethetők meg). Itt érdemes megjegyezni, hogy Bereczki és Csordás (2016) Pontell (1999) amerikai kultúrtörténész meghatározását követve külön megkülönbözteti a Jones generációt a Baby boomerek és az X-generáció közötti csoportként, hazai számukat 1,5 millió főben meghatározva.

Jelen elemzés a korosztály alapú generáció megközelítést egészíti ki a családi életciklus koncepciójával a generációk fogyasztási sajátosságainak vizsgálatához. Eszerint az egyes korosztályok (generációk) fogyasztását nem lehet pontosan értelmezni a családi életciklusba tartozásuk figyelembevétele nélkül. Annak a befolyása, hogy egy háztartásban a fogyasztó egyedül vagy társsal él, illetve él-e a háztartásban, és ha igen, akkor hány éves gyermek alapvető a háztartás fogyasztása szempontjából. Ennek megfelelően nem elegendő például a fiatal generáció fogyasztásáról beszélni, hanem azt is figyelembe kell venni, hogy a fiatal a szüleivel vagy önállóan, társsal vagy társ nélkül, gyermekkel vagy gyermek nélkül él. Jelen elemzés nem foglalkozik a Z generációval tekintettel arra, hogy önálló háztartási szintű fogyasztásuk az elemzés készítésének idején nem volt értelmezhető.

ELMÉLETI HÁTTÉR

A családi életciklusok a család változását követik és meghatározásuk a család aktuális összetételéhez kötődik. A családi életciklus szakaszok a családi élet fejlődésének lépéseit jelzik kezdve a fiatal egyedülállótól, az együttélés és házasság, a gyermekvállalás és a gyermekek növekedésének fázisain át, a gyermekek családi fészekből való kirepülésén keresztül a szülők egyedül maradásáig. A családi életciklus elmélete az üzleti gyakorlat és a marketing számára is jelentős, hiszen a család életútja során többek között változik a vásárlóerő, módosulnak a szükségletek és átalakul a vásárlási motiváció. Az elemzésekben jellemzően a következő életciklus szakaszok jelennek meg: fiatal egyedülálló, fiatal (házas)pár gyerek nélkül, (házas)pár gyerekekkel, egyedülálló szülő gyerekekkel, idősebb (házas)pár gyerek nélkül, idős egyedülálló. Az egyes szakaszok tovább bonthatók a gyermekek számától és életkorától függően, valamint a szülő(k) munkaerő-piaci aktivitása szerint és a háztartás fő életkora alapján.

Amennyiben az egyes életciklus szakaszokat generációs (korosztályi) nézőpont segítségével vizsgáljuk, akkor az 1. táblázatban bemutatott összefüggés fogalmazható meg a két megközelítés között. Eszerint a generációkat korosztályként tekintve a fiatal és idős generáció viszonylag jól megfeleltethető az életciklus szakaszoknak (utóbbi definíciójához igazodva) és csak az egyedül- vagy együttélés szempontja jelenik meg kiegészítésként a generációs kategóriákkal szemben. Ugyanakkor a családi életút középső időszaka az egyedül- vagy együttélés és a gyermek jelenléte vagy hiánya a háztartásban okán heterogén. Mindez alapján

látható, hogy az egyes generációk háztartásainak a fogyasztását a családi életciklus megadása nélkül csak korlátozottan lehet értelmezni. Korábban ez a probléma – amikor az életút szakaszai életkor alapján pontosabban előrejelezhetőek voltak – kisebb volt. Azonban ma a válások és újrakezdések nagy száma és a késői gyermekvállalás felülírja ezt a logikát (lásd például Eisengemé és Józsa [2014] tanulmányát), így például az idős generáció tagjai fiatal gyermekkel való együttélése esetén az időskorú fogyasztással szemben a középkorúak fogyasztási mintáját mutathatják.

1. táblázat. Családi életciklusok és generációk közötti kapcsolódások

Családi életciklus szakaszok	Generációk (korosztályok) háztartásai a családfő szerint értelmezve
Fiatal egyedülálló	Fiatal
Fiatal (házaspár)gyerek nélkül	Fiatal
(Házaspár)gyerekkel	Fiatal, középkorú, idős
Egyedülálló szülő gyerekekkel	Fiatal, középkorú, idős
Középkorú gyermek nélkül	Középkorú
Idősebb (házaspár)gyerek nélkül	Idős
Idős egyedülálló gyerek nélkül	Idős

Forrás: Saját szerkesztés

Nemzetközi kutatási eredményekből és a magyarországi háztartásokra vonatkozó elemzésekből jól látható, hogy milyen fogyasztási jellemzőkkel jár egy adott életciklus szakaszba tartozás, illetve ehhez kötődően milyen befolyása van a háztartások demográfiai jellemzőinek, valamint az egyes demográfiai jellemzők kombinációinak (a párban vagy egyedül élés, a gyermektelenség vagy a gyermekek jelenléte a háztartásban) fiatal-, közép- és időskorban egyaránt. A fiatal egyedülállókról Schaninger és Danko (1990, 1993) kilencvenes évekbeli egyesült államokbeli kutatásai megállapították, hogy a többi életciklushoz képest magasabb szabadon elkölthető jövedelemmel rendelkeznek, így többet költenek saját magukra (például divatcikkek, éttermi étkezés, alkohol, szórakozás). A hazai fiatal egyedülállókról megállapíthatjuk, hogy Cseres-Gergely és Molnár (2008) szerint ruházatkódásra átlag felett költenek, illetve Neulinger és Simon (2011) alapján az egyéni jólétüket magasnak érzelik.

A szintén fiatal generációba tartozó gyermektelen (házaspár)ok esetében jellemző, hogy amennyiben mindkét fél jövedelemmel rendelkezik és megélhetési költségeiket megosztják, akkor a szabadon elkölthető jövedelmük a gyermekes párokhoz képest magasabb. Ebben az életciklus szakaszba tartozóknak a vásárlóereje jellemzően magas, amit tipikusan nagyfokú költsékezés, valamint az életkezdéshez kötődő beruházások kísérik (Schaninger és Danko 1990, 1993, Du és Kamakura 2006).

A gyermekvállalás határozott változást hoz a család életébe, ami a fogyasztási szerkezet megváltozásában is visszatükröződik. Wells és Gubar (1966) egyesült államokbeli eredményei alapján a gyermek születésével romlik a szülők pénzügyi helyzete és csökken a „likviditási” képesség, mivel jellemzően nem mind a két szülő marad kenyérkereső a gyermek megszületését követően. A KSH elemzése alapján Magyarországon a gyermekek számának növekedésével a háztartás egyre többet költ élelmiszerre és egyúttal annál

gyengébb minőségű élelmiszereket fogyaszt (KSH 2008). Emellett megállapítható, hogy a gyermekeknek a család kiadásaira gyakorolt befolyása a lakáspiacon is érvényesül, ahol Dóra (2001) szerint ugyan alacsony a mobilitás, de a csekély számú költözések leggyakrabban a család változásaival, elsősorban a család növekedésével, azaz a gyermekek születésével függenek össze.

Amennyiben a gyermekek életkora alapján tovább bontjuk ezt a szakaszt, akkor tele fészek 1 (a legkisebb gyermek 6 év alatti) csoportra jellemző, hogy a gyermek születéséhez és gondozásához kötődő termékek iránt megnő a háztartás kereslete (Schaninger és Danko 1990). Baek és Hong (2004) nagymintás panel adatai szerint az Amerikai Egyesült Államokban élő kisgyermekes életciklus szakaszban lévő háztartásoknak nagyobb a részletfizetési hitele a gyermektelen egyedülállókhöz és gyermektelen párokhoz képest. Ugyanígy a hazai elemzések szerint a fiatal gyermekes háztartásoknak kisebb a diszkrécionális jövedelme, így kevésbé képesek megtakarítani, mint az idősebb gyermekes vagy gyermektelen háztartások (Tóth és Árvai 2001). A tele fészek 2 (a legkisebb gyermek 7-12 éves) szakaszban a család életében megjelennek az oktatási kiadások a gyermek iskoláskorúvá válásával. Az anyagi helyzet ebben a szakaszban elkezd javulni, ami a tele fészek 3 szakaszban (a legkisebb gyermek 13-18 éves) is megmarad, és ehhez kötődően megnő a szabadon elköltethető jövedelem (Schaninger és Danko 1993). Továbbá Neulinger és Kenesei (2016) szerint a 18 év alatti gyermekkel együtt élők vásárlási stílusát az átlagnál jobban jellemezi a megfontoltság és egyúttal azok közé tartoznak, akik a vásárlást az átlagnál szórakoztatóbb időtöltésként kezelik.

Az egyszülős háztartások életvitelére Hong és szerzőtársai (2005) egyesült államokbeli kutatása szerint a kevesebb szabadon eltölthető idő és kevesebb szabadon elköltethető jövedelem jellemző. A hazai egyszülős háztartások esetében is megállapítható, hogy életminőségük az átlagnál és a kétszülős családokénál kedvezőtlenebb (KSH 2005a, Harcsa 2008). továbbá Cseres-Gergely és Molnár (2008) szerint az egyszülős háztartásokra jellemző, hogy elsősorban az élvezeti cikkeken takarékoskodnak. Ezzel együtt a csoport vásárlási stílusát nem különösebben jellemezi a megfontolt döntéshozatal, sokkal inkább az impulzivitás, miközben a vásárlást örömforrásnak is tekintik (Neulinger és Kenesei 2016).

Az időskorúak háztartásaiban (mind a társukkal, mind az egyedül élők esetében) megfigyelhető az egészségügyi problémák megjelenése és ehhez kötődően magasabb kiadások (Wilkes 1995, Du és Kamakura 2006). A hazai időskorúak esetében jelentősek az alapszükségletekkel összefüggő költségek, úgymint az élelmiszer- és energiafogyasztással összefüggő költségek (Cseres-Gergely és Molnár 2008, KSH 2013). Emellett ebben az életciklus szakaszban átlag feletti az egészségügyi kiadások (KSH 2005b). Továbbá jellemző, hogy vásárlóerő alapján hazánkban jelentős a csoport heterogenitása, benne a „régii” és az „új” típusú idősök csoportjaival (Sudbury-Riley *et al.* 2014).

KUTATÁS

Módszertan

A kutatás adatai ezerfős országos véletlen mintavétellel felvett adatbázisból származnak, az adatfelvételt professzionális piackutató vállalat végezte¹. A megkérdezettek a főbevásárlók voltak, akik a háztartás vásárlásairól a legpontosabban tudtak nyilatkozni. A megkérdezés előzetesen meghatározott életciklus-szakaszokból 100-100 fő választait gyűjtötte össze.

Az elemzés az alábbi szakaszokra vonatkozóan készült el összevonások után: (1) Fiatal gyerek nélküliek, (2) Tele fészek 1, azaz társal és 6 év alatti gyerekekkel élők, (3) Tele fészek 2, azaz társal és 6 év feletti gyerekekkel élők, (4) Egyedülálló szülő, azaz társ nélkül, de gyerekekkel élők, (5) Középkorú gyermektelen, azaz 35 és 65 év közöttiek és gyermek nélkül élők, (6) Időskorú társal, azaz 65 év feletti társal, de gyermek nélkül élők, (7) Időskorú egyedül, azaz 65 év feletti, társ és gyermek nélkül élők. Az elemzésben a magyarázó változót az egyes életciklus-szakaszok adják, továbbá az elemzés kimeneteli változója a háztartás kiadás szerkezetete volt. Az elemzés a következő kiadáskategóriákat érintette: élelmiszer, ruházkodás és lábbeli, lakás (lakásfenntartás és lakberendezés), egészségügyi kiadások (gyógyszer, kezelések), sport-wellness, masszáz, kozmetikum, közlekedés, kultúra és szórakozás, oktatás, nyaralás, utazás, egyéb termékek és szolgáltatások, hitel törlesztése, megtakarítás. A háztartás kiadás szerkezetének elemzését a következő kérdés tette lehetővé: „Ara kérem, hogy gondoljon az Ön, vagy Önök háztartásának havi bevételére (jövedelmek),

¹ A kutatást az OTKA PD83779. számú projektje támogatta.

és mondja meg, hogy annak mekkora részét költi az alábbiakra? Képzeld el, hogy a jövedelme 100 egység, ossza szét úgy, hogy a végére mind a 100 egység felhasználásra kerüljön.”

Tanulmányunkban azt kívánjuk feltárni, hogy milyen hatást gyakorol adott életciklusba tartozás a kiadási szerkezetre. Ehhez azt vizsgáljuk meg, hogy milyen lenne egy egyén háztartásának a kiadás szerkezete, ha nem a saját életciklus csoportjába tartozna a hozzá párosított kontroll csoport segítségével. A programlemez alapján az életciklus csoportba való tartozást kezelésnek nevezzük.

Ideális esetben oksági következtetések levonáshoz klasszikus random kísérletet kellene alkalmazni. Ez a módszer garantálja, hogy a kezelt és kísérleti csoport csak véletlenszerűen tér el egymástól minden változó mentén, kivéve a kezelést magát. Így a kezelt és a kontroll csoport közötti különbség megadja a kezelés hatását. Azonban ez a jelen esetben nem lehetséges, mivel az adott kezelés nem randomizálható. A kutatók nem dönthetik el önkényesen, hogy ki melyik generációba tartozzon vagy mikor vállaljon gyereket. Megfigyeléses adatokon azonban a kezelt és a kontroll csoport szisztematikusan eltér egymástól, így a két csoport közötti különbség eredhet más tényezőből is, mint a kezelés.

Párosítási (matching) módszerek arra nyújtanak statisztikai lehetőséget, hogy hogyan lehet a kísérleti elrendezést a lehető legjobban reprodukálni megfigyelési adatokkal. Ez alapján minden kezelt személyhez párosítunk egy vagy több nem kezelt személyt, aki(k) a kezelést leszámítva minden más tekintetben hasonlít (anak) az adott kezelt személyhez. Vagyis az eredeti adatbázist leszűkítjük egy olyan adatbázisra, ahol a kontroll csoport és a kezelt csoport az összes megfigyelhető változó mentén hasonló. Nevezük i egyén megfigyelhető ismérveit X_i -nek. A párosítási módszer lényege az, hogy a kezelés megléte feltételeken független az arra adott választól feltéve X_i -t.

$$Y_i^k \perp J_i \mid X_i \quad (1)$$

Ez azt jelenti, hogy a kezelt csoport részvétel nélkül várt eredményei jól reprodukálják azoknak a nem résztvevőknek az eredményeit, akik ugyanazokkal a megfigyelhető ismérvekkel rendelkeznek (Imbens & Wooldridge 2008). A létrehozott párok kimeneteli változóinak az összevetésével $U_j^k - V_j^k$ reprodukáljuk a kezelés hatását. Ehhez minden $j \in J$ -re képeztünk az adott átlagértékeit tartalmazó

U_j vektort: a vektor k -adik elemét úgy kapjuk, hogy minden j életciklusba tartozó i egyén Y_i vektorának k -adik elemének számtani közepet vesszük. Minden j -re bevezettünk egy V_j vektort, amely jelöli a nem j életciklusba tartozó kiadások átlagértékét. Így esetünkben az összesen 7 életciklusra és 12 költségvetésre 84 (7×12) darab $E[\Delta^k]$ elemet kapunk. A párosítást a következő változók mentén alakítottuk ki: iskolai végzettség, település típus, nem, jövedelem, élettel való elégedettség, állami munkája van-e, volt-e már munkanélküli az élete során, foglalkoztatottak száma a háztartásban, múlttal való elégedettség, jövővel való elégedettség, szubjektív egészségügyi állapot és a súlyváltozó.

Tekintettel arra, hogy maga a párosítási módszer csupán a megfelelő egyensúlyt (balance) teremti meg a kezelt és a kontroll csoport között, azonban nem képes megbecsülni az oksági kapcsolatot, ezért ehhez t -próbára vagy regresszióra van szükségünk. A párosított adatbázison az adott életciklus csoportba tartozás hatása a kiadásszerkezetre lineáris regresszióval került elemzésre DuGoff *et al.* (2014) javaslata alapján. Az elemzés során minden egyes kiadás tételre külön értelmeztük a regresszió eredményét mind a hét párosított adatbázis esetében. Itt szükséges megjegyezni, hogy a regressziós elemzés során ugyanazokra a változókra kontrolláltunk, amelyeket a párosítás során felhasználtunk. Eszerint minden egyes szakaszba tartozó háztartás fogyasztása a teljes populációhoz képest került értékelésre, így azt lehetséges értelmezni, hogy a teljes lakossági átlaghoz képest mit jelent az egyes életciklus szakaszokba tartozás. Mindez lehetővé teszi annak megértését, hogy a korosztály alapú generációs elemzéseknek milyen fogyasztási jellemzőket kell figyelembe vennie az életciklushoz kötődően.

Eredmények

Az eredmények szerint a fiatal generáció tagjainak saját háztartásai (összevontan elemezve az egyedül és társsal élőket) a háztartás havi jövedelmén belül átlag feletti arányban költenek a ruházatkodás/lábbeli, a sport wellness masszázis/kozmetikum és a kultúra szórakozás kategóriáiban és átlag alatti mértékben költenek egészségügyi kiadásokra, oktatásra és hiteltörlesztésre. Az eredmény, miszerint a fiatal generáció kiadásaiban átlag felett jelennek meg a nem alapszükségleti cikkek és átlag alatt az egészségügyi, oktatási és hiteltörlesztési kiadások

² A módszertan részletes bemutatását lásd Neulinger – Radó (2015) cikkében.

jól érthető és megfelel a korábbi kutatási eredményeknek. Utóbbihoz idézhető az MNB (2013) tanulmánya, amely szerint a lakás és fogyasztási hitelek elsősorban a gyermekvállaláshoz kötődően jelennek meg.

Azok a generációk – mindegy, hogy fiatal, középkorú vagy idős generáció tagjáról van szó életkor alapján – akiknek a háztartásában él 6 év alatti gyermek átlag alatti mértékben költenek sport/wellness/masszázs kozmetikum és a kultúra: szórakozás kategóriáiban, azaz a gyermek születésével ezek a kiadások visszaesnek.

Amennyiben a háztartásban él 6 és 18 év közötti, azaz iskoláskorú gyermek, akkor az ő oktatási szükségletei meghatározók a háztartás kiadásában és a háztartás átlag feletti mértékben költ oktatásra. Ez ismét független attól, hogy a megkérdezett a fiatal, középkorú vagy idős generáció tagjaként él együtt ilyen korú gyermekkel. Emellett ezen háztartások átlag alatti mértékben költenek egyéb termékekre és szolgáltatásokra, valamint átlag alatti mértékben van megtakarításuk a háztartás kiadási arányait tekintve. Ez részben felel csak meg a korábbi kutatási eredményeknek, amelyek jellemzően az idősebb gyermekkel élő háztartások megtakarítási képességét jobbnak jelzik, mint a fiatalabb gyermekkel élőkét (lásd például Tóth és Árvai 2001).

Az egyszülős háztartások (az elemzés nem tudott különbséget tenni a gyermek életkora szerint) átlag feletti arányban költenek ruházkodásra/lábbelire és oktatásra, míg a teljes lakossági átlag alattiak az egészségügyi kiadásai és a megtakarításai. Korábbi kutatások szerint (lásd például Harcsa 2008), ezekben a háztartásokban az átlagnál és a kétszülős családokénál kedvezőtlenebb az életminőség, ami arányaiban okozhatja ezeket az eltéréseket. Eszerint amennyiben egy szülő egyedül neveli a gyermekét – függetlenül a szülő életkorától – a háztartási kiadásai a fentiek szerint módosulnak.

A középkorú generáció, amennyiben nem él gyermek a háztartásban, háztartási kiadásában nem tér el a teljes lakossági átlagtól egy kivétellel, azaz oktatásra átlagon alul költ.

Az idős generáció (65 év feletti) esetében a háztartási kiadások nagyban függenek attól, hogy egyedül vagy társsal élő idősről beszélünk. A társsal élő idősök a háztartási kiadásai arányait tekintve átlag felett költenek egészségügyre és átlag alatt kultúrára és szórakozásra. Ezzel szemben az

egyedül élő idős generáció az egyéb termékek és szolgáltatások kategóriájára költ átlag felett és oktatásra, közlekedésre átlag alatt. Ez az eredmény főleg a kultúra és szórakozás kiadásaira vonatkozó eredmények miatt érdekes, hiszen az egyedül élő idősök átlagos mértékben költenek erre és csak a társsal élők esetében szorul átlag alá ez a kiadási tétel. Ugyanakkor ezek az eredmények hasonlóak az időmérleg alapján kapott korábbi kutatási eredményekhez, ami szerint az egyedül maradók a társuk elvesztése után több időt fordítanak szabadidős elfoglaltságokra. Emellett a párral és egyedül élők egészségügyi kiadásai közötti eltérést magyarázhatja a pár egészségügyi állapota, hiszen az elemzés a válaszadó szubjektív egészségügyi állapotára kontrollált.

BEFEJEZÉS

A korosztályok alapján meghatározott generációk és a családi életciklusok között van összefüggés, de nem feleltethetők meg egyértelműen egymásnak. Ennek megfelelően a generációk fogyasztási szokását a családi életciklusuk ismerete nélkül nem lehet pontosan meghatározni. A háztartás kiadási szerkezetét generációtól függetlenül – fiatal és idős korban egyaránt – meghatározza a gyermekek jelenléte és életkora, valamint a párral vagy pár nélkül élés.

A bemutatott primer elemzés értékelte, hogy milyen fogyasztási következményekkel jár egy-egy életciklus szakaszba tartozás és ezzel hozzájárult a generációk fogyasztási jellemzőinek pontosabb meghatározásához. Az eredmények alkalmazhatóak a generációk fogyasztási sajátosságainak értelmezéséhez és magyarázatához. Emellett az eredmények utalnak arra, hogy melyek lehetnek a generációs hatás szempontjából érdekes termék-kategóriák, amelyek esetében nem a családi életciklus szakasz befolyásolja a kiadást.

Ezzel együtt kutatás korlátját adja egyrészt a megkérdezéses módszer, amelyben a háztartások kiadási szerkezete nem naplózással, hanem a havi átlagkiadások felidézésével került rögzítésre, másrészt az elemzésben az életciklusok fogyasztása elemszám korlátok miatt nem egymáshoz képest, hanem a teljes lakossági átlaghoz képest lett meghatározva.

Jelen tanulmány a II. Fogyasztás Interdiszciplináris Szimpóziumon elhangzott, a Tudományos Szervezőbizottság által kiválasztott előadás alapján készült.

- Baek, E., Hong, G-S. (2004), „Effects of Family Life-Cycle Stages on Consumer Debts”, *Journal of Family and Economic Issues*, 25 3, pp.359-85
- Bereczki N. – Csordás T. (2016), „Generációk a marketingben: A hazai Jones-generáció és jelenléte reklámfilmekben”, *Jel-Kép*, 5 4, 51-66. old.
- Cseres-Gergely Zs. – Molnár Gy. (2008), „Ház-tartási fogyasztói magatartás és jólét Magyarországon a rendszerváltás után”, *Közgazdasági Szemle*, 55 2, 107-35. old.
- Dóra I. (2001), „Lakásváltoztatások és családi életciklusok”, *Statistikai Szemle*, 79 12, 984-1000. old.
- Du, R. Y., Kamakura, W. A. (2006), „Household life cycles and lifestyles in the United States”, *Journal of Marketing Research*, 43 1, pp.121-32
- DuGoff, E. H., Schuler, M., Stuart E. A. (2014), „Generalizing observational study results: applying propensity score methods to complex surveys”, *Health Service Research*, 49 1, pp.284-303
- Imbens G. M., Wooldridge J. M. (2008), „Recent developments in econometrics of program evaluation”, *Journal of Economic Literature*, 47 1, pp.5-86
- Eisingerné Balassa B. – Józsa L. (2014), „A mozaikcsaládok fogyasztási döntései”, *Marketing & Menedzsment*, 48 1, 3-12. old.
- Gál R. I. – Vargha L. (2015), „Generációk közötti erőforrás-átcsoportosítás”, In: Monostori J. – Öri P. – Spéder Zs. (szerk.): *Demográfiai portré 2015*. KSH NKI, Budapest: 135-51. old.
- Harcza I. (2008), „A munkaerő-piaci mobilitás és háztartás-összetétel változásának hatása az életkörülmények néhány elemére”. *Szociológiai Szemle*, 18 4, 48-71. old.
- KSH (2005a), Mikrocenzus, http://www.mikrocenzus.hu/mc2005_hun/index.html
- KSH (2005b), Társadalmi helyzetkép, <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki.pdf> társ-helykép2005.pdf
- KSH (2008), Társadalmi jellemzők és ellátórendszer 2007, <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/tarsjell07.pdf>
- KSH (2013), „A háztartások fogyasztása 2012”, *Statistikai Tükör*, 7 100
- McCrinkle, M., Wolfinger, E. (2010), *Az XYZ abécéje. A nemzedékek meghatározása*. http://korunk.org/letoltopek_Z_RKorunk2010november.pdf, letöltés ideje: 2017-03-17
- MNB (2013), Pénzügyi irányítói program, http://www.mnb.hu/Root/Dokumentumtar/MNB_pen-zugyi-kultura/PIP/Penzugyi_Iranyito_Program_aprilisi_hatteranyag.pdf
- Neulinger Á. – Kenesei Zs. (2016), „Vásárlási szokások a családi életciklusokban: a vásármapi zárva tartás hatása a családi vásárlásokra”. *Corvinus Marketing Studies*, 5 1, 1-27. old.
- Neulinger, Á., Simon, J. (2011), „Food consumption patterns and healthy eating across the household life-cycle in Hungary”, *International Journal of Consumer Studies*, 35 5, pp.538-44
- Pontell, J. (1999), *Generation Jones*. Los Angeles, CA: Vanguard Press
- Róbert P. – Valuch T. (2013), „Generációk a történelemben és a társadalomban. Generációs politikai attitűdök és részvételi minták történeti-szociológiai megközelítésben”. *Politikatudományi Szemle*, 22 4, 116-39. old.
- Schaninger, C. M., Danko, W. D. (1990), „An Empirical Evaluation of the Gilly-Enis Updated Household Life Cycle Model”, *Journal of Business Research*, 21 1, pp.39-57
- Schaninger, C. M., Danko, W. D. (1993), „A Conceptual and Empirical Comparison of Alternative Household Life Cycle Models”, *Journal of Consumer Research*, 19 4, pp.580-94
- Sudbury-Riley, L., Hofmeister-Toth, A., Kohlbacher, F. (2014), „A cross-national study of the ecological worldview of senior consumers”, *International Journal of Consumer Studies*, 38 5, pp.500-9
- Szabó A. – Kiss B. (2013), „Konfliktus és generáció - A generációs konfliktusok kutatásának fogalmi kiindulópontjai”, *Politikatudományi Szemle*, 22 4, 97-115. old.
- Tóth I. J. – Árvai Zs. (2001), „Likviditási korlát és fogyasztói türelmetlenség. A magyar háztartások fogyasztási és megtakarítási döntéseinek empirikus vizsgálata”, *Közgazdasági Szemle*, 48 12, 1009-38. old.
- Töröcsik M. – Pál E. (2015), „Generációs kutatások tapasztalatai, Z generáció a kutatásokban”, in: Töröcsik M. (szerk.): *A Z generáció magatartása és kommunikációja*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 10-32. old.
- Wells, W. D., Gubar, G. (1966), „Life Cycle Concept in Marketing Research”, *Journal of Marketing Research*, 3 4, pp.355-63
- Wilkes, R. E. (1995), „Household Life-Cycle Stages, Transitions, and Product Expenditures”, *Journal of Consumer Research*, 22 1, pp.27-42

Neulinger Ágnes. PhD, egyetemi docens
agnes.neulinger@uni-corvinus.hu
Budapesti Corvinus Egyetem.
Marketing és Média Intézet

Radó Márta, tudományos segédmunkatárs
rado.marta@tk.mta.hu
MTA TK „Lendület” RECENS
Budapesti Corvinus Egyetem
Jövőképesség Kutatóközpont

Generational consumption in the light of household life-cycles

AIMS OF THE PAPER

Studies on generational consumption often don't consider life-cycle variations in expenditures. Present study examines the effect of household life-cycle stages on household consumption.

METHODOLOGY

The matching method was used to establish a quasi-experimental arrangement in order to approximate as closely as possible the causal relationship between belonging to a life-cycle group and expenditure structure.

MOST IMPORTANT RESULTS

Results indicate which product categories are not dependent on household life-cycle stages and others with significant household life-cycle effects related to generational consumption.

RECOMMENDATIONS

Based on the results, the life-cycle concept should be considered for the understanding of generational spending, especially whether a person lives with or without a partner and has or does not have children in the household.

Keywords: generation, household life-cycle, consumption, primer study, matching