
A VASÁRNAPI NYITVATARTÁS LAKOSSÁGI MEGÍTÉLÉSE

Kutatási jelentés

M·S·C



M·S Concord

2011. április

Tartalomjegyzék

1. A kutatás célja	3
2. Vezetői összefoglaló.....	3
3. Módszertani keretek	5
A megkérdezendők körének kiválasztása	5
4. A lakosság vásárlási szokásai hétköznapi.....	7
5. A lakosság vásárlási szokásai vasárnap.....	11
6. Hétvégi időtöltés.....	19
7. A vasárnapi nyitvatartás korlátozásának, tiltásának társadalmi hatásai	20
Az üzletek vasárnapi bezárását jobban ellenző társadalmi csoportok	22
Az üzletek vasárnapi bezárását kevésbé ellenző társadalmi csoportok.....	24
Az üzletek vasárnapi bezárását támogató társadalmi csoportok.....	25
A vasárnapi bezárását határozottan ellenző társadalmi csoportok	25
8. A vasárnap vásárolt termékek alternatív beszerzésének lehetőségei.....	29
További alternatívák a vasárnapi vásárlás korlátozása esetén annak a lakosság általi különböztetésére.....	32
9. Demográfia	34
A reprezentativitási szempontok alapjául szolgáló demográfiai mutatók.....	34
A minta követelményein kívüli demográfiai jellemzők.....	37
Mellékletek	41

1. A kutatás célja

A kutatás során arra kerestünk választ, hogy a vasárnapi nyitvatartás korlátozásának (tiltásának) milyen lakossági fogadtatása várható, arra milyen vásárlási alternatívái vannak már ma is a lakosságnak, illetve milyenek prognosztizálhatók a jelenlegi vásárlási szokásaik alapján.

Ennek érdekében kitérünk a hétköznapi és vasárnapi vásárlási szokásokon túl a vasárnapi vásárlók körére, a vasárnapi vásárlás okaira, a hétvégi szabadidő eltöltésére, a vasárnapi nyitvatartás hiteletre gyakorolt hatására és a vasárnapi nyitvatartási tilalom társadalmi fogadtatására is.

2. Vezetői összefoglaló

A kutatás fontosabb megállapításait 17 pontban foglaljuk össze.

- (1) **Jelenleg a lakosság enyhe többségének ellenállásába ütközik az üzletek vasárnapi bezárása (54%).**

Ennek egyik oka lehet, hogy nem szeretnék, ha direkt 'hatalmi' eszközökkel befolyásolnák a vasárnapi szokásaikat és viselkedésüket.

- (2) **Az országos átlagot nézve a nagybevásárlások 18,5%-a történik vasárnap.¹** Ha ez megszűnik, akkor át kell terelni – és megfelelő kommunikációval lehetséges is – a hét többi napjára: döntően péntek délutánra, illetve szombatra. Ennek társadalmi hatásait a kutatás közvetlenül nem mérte, de hatásai becsülhetők: dugók, vásárlói tömegek, családi feszültségek, környezetszennyezés, stb

- (3) **A vasárnap vásárolt termékek összetételében az élelmiszer-, és a tisztító-, tisztálkodó szerek a meghatározóak.** Ez az üzletek bezárása esetén hiányozni fog. Azonban szinte minden régióban, bár más módon, de megoldható az ott lakók számára. Fontos kiemelni, hogy ezeket a termékeket a válaszolók véleménye szerint más napon is (hétköznapi) hasonló arányban meg tudnák vásárolni.

- (4) **A válaszolók közel 50% hetente 1-2 alkalommal vásárol, és csak 17,7% mondta, hogy hetente szinte mindennap (5-6 alkalommal).²**

- (5) **A hétköznapi vásárlásokat 58%-ban a lakóhely közelében, 21,4%-át pedig a munka- és lakóhely között útközben ejtik meg. A válaszolók 33%-a jelölte a vásárlás helyszínének nagyobb magyar cégek üzletét, ezt követte 26%-os említéssel a multinacionális cégek üzlete.**

- (6) **Tudatos vasárnapi vásárlást csak a megkérdtettek 37,8%-nál tudtuk azonosítani. A spontán vásárlók aránya ennél kevesebb, 26,3% volt.**

- (7) **A vasárnapi vásárlás döntő része a multinacionális cégeknél zajlik: a válaszolók 69%-a ezt az üzlettípust jelölte meg.**

¹ Közel 1,5 millió választókorú lakos.

² A kérdés csak a nagyobb vásárlásokat érintette, a kávé, cigaretta, kenyér nem tartozott ezek közé.

- (8) Az adatok alapján **a tartós fogyasztási cikkek vásárlása és megtekintése/kipróbálása miatt alakult ki ez a dominancia.** Azonban azt már láttuk, hogy nem túl sokan járnak vásárrnap vásárolni, és tartós fogyasztási cikket még kevesebben vásárolnak. Így ennek a 'kipróbálásnak' viszonylag alacsony a fontossága.
- (9) Egyik összefoglaló kérdésünk az volt, hogy meg tudná-e oldani a vásárrnap vásárlását más napokon? **A megkérdezettek közel 60%-a** azt válaszolta, hogy vagy máshol, vagy más napon venné meg.
- (10) A hétfégi kikapcsolódással kapcsolatos kérdésre adott válaszok egyértelműek: **a lakosság 86,4%-a hétfégén otthon/lakásában kapcsolódik ki**, 40,4% kirándul, 31% megy kulturális rendezvényre. A sportolás kevésbé jellemző (24,6%). Ez a rangsor akkor sem változna, ha hétfégén zárva lennének a nagyobb üzletek.
- (11) **A vásárrnap vásárlást gyakorlatilag nem kötik össze a lakosok más, egyéb szórakozással, kikapcsolódással.** (75% válaszolta azt, hogy nem)
- (12) A vásárrnap vásárlást általában **férj és feleség együtt (31%), illetve a teljes család (38%) bonyolítja le.**
- (13) A szegénységi küszöb felett³ a vásárrnap zárvatartást elutasítók aránya 74,9%, ez azt mutatja, hogy **a viszonylag jobb helyzetben lévők ragaszkodnak a vásárrnap nyitvatartáshoz.**
- (14) A hitéleti tevékenységre való hatása a vásárrnap nyitvatartásnak a válaszadók közel 20%-át érinti, de összességében a 'nagyon zavar' válaszok 3,2%-ot tesznek ki.⁴
- (15) **A vásárrnap vásárlási tilalmat ellenzők 65,9%-nál alternatív vásárlási lehetőségekkel az ellenállás enyhíthető**, akár még semlegesíthető is. (Pl: máshol, és más napokon történő vásárlás). Ehhez megfelelően megtervezett kampány és kommunikáció szükséges.
- (16) A vásárrnap vásárolt termékek közül az élelmiszerek, tisztálkodó szerek, kulturális cikkek és tartós fogyasztási cikkek beszerzésére már most is van alternatíva a lakosság körében, a lakberendezési cikkek, gyermekek iskolai, óvodai kellékei, valamint a hobby-, és barkács cikkek beszerzésében még a többség nem tudja, hogy mit tegyen.
- (17) A vásárrnap nagybevásárlás áttérőldése szombatra, vagy péntekre, ezeken a napokon többletforalmat eredményezhet, ami egyrészt többletterhelést jelent, másrészt a vásárlási idő meghosszabbodását eredményezheti, harmadrészt a többletterhelés a munkahely biztonságát is erősítheti;

³ 150 000 forint/háztartásnál húztuk meg ezt a határt.

⁴ A nagyon zavar és a közepesen zavar válaszok aránya összesen 9,5%.

3. Módszertani keretek

A kutatás módszerül egy úgynevezett standard kérdőíves felvételen alapuló módszert alkalmaztunk,⁵ melynek kérdezése telefonos adatfelvétellel történt. Az adatfelvétel célcsoportját alapvetően két részre bontottuk annak érdekében, hogy mindkét csoportból elégséges számú – elemezhető mennyiségű – válaszokhoz jussunk. Ennek következtében a vizsgált populáció az alábbiak szerint alakult ki:

- (1) Magyarországon élő felnőtt lakosság azon része, amelyik vasárnap szokott vásárolni, illetve
- (2) Magyarországon élő felnőtt lakosság azon része, amelyik vasárnap nem szokott vásárolni.

Mivel ennek a két csoportnak sem a számosságáról, sem az egymáshoz viszonyított arányáról nincsenek empirikus ismereteink, csupán úgy véljük, hogy a vasárnapi vásárlók többen lehetnek, mint azok, akik nem szoktak vasárnap vásárolni, ezért az első vásárlói körnél 60%-os részarányt állítottunk be, míg a másodikonál 40%-os részarányt. Mivel azonban ez már egy ötödik reprezentativitási követelmény lenne, ami csak egy nagyobb méretű mintával biztosítható, ezért ebben a kérdésben tettünk engedményeket a hagyományos reprezentativitási szempontok prioritásának megtartása érdekében.

A megkérdezendők körének kiválasztása (mintavétel):

A minta nagysága 800 fő. A minta reprezentativitási követelménye volt, hogy a felnőtt lakosságon belül a minta az alábbiaknak feleljen meg:

- Az ország régiói lélekszámának aránya
- A településtípusok lélekszámának aránya
- Az ország lakosságának korcsoportok szerinti lélekszámának aránya
- A nemek egymás közötti aránya

Ugyanakkor az általunk használt minta reprezentatív az egyes régiókon, valamint az egyes településtípusokon belül is, amennyire természetesen az egyre kisebb létszámú csoportok lélekszáma ezt engedi. Ez jól megfigyelhető abból is, hogy míg a reprezentativitási feltételek menti marginális megoszlások semmilyen eltérést nem mutatnak (ez látható a következő táblázatokból), addig az egyes régiókon belüli megoszlásokban már mutatkoznak akár 3%-osnál nagyobb eltérések is, melyek azonban az országos összesítésekben kiegyenlítik egymást.⁶

⁵ A kutatás során használt kérdőívet az 1. számú melléklet tartalmazza.

⁶ A minta reprezentativitási szempontok szerinti részletes megoszlását a 2. számú melléklet tartalmazza.

1. táblázat: A felnőtt lakosság regionális megoszlása
a teljes populációban és a mintában

Régiók	Országos arányok (%)	Minta arányai (%)
Központi régió	28,6%	28,6%
Közép-Dunántúl	11,0%	11,0%
Nyugat-Dunántúl	10,0%	10,0%
Dél-Dunántúl	9,8%	9,8%
Észak-Magyarország	12,5%	12,5%
Észak-Alföld	14,8%	14,8%
Dél-Alföld	13,4%	13,4%
Összesen	100,0%	100,0%

2. táblázat: A felnőtt lakosság településtípus szerinti megoszlása
a teljes populációban és a mintában

Régiók	Országos arányok (%)	Minta arányai (%)
Budapest	18,1%	18,1%
Megyei jogú város	19,9%	19,9%
Egyéb város	27,2%	27,2%
Község	34,8%	34,8%
Összesen	100,0%	100,0%

3. táblázat: A felnőtt lakosság korcsoportok szerinti megoszlása
a teljes populációban és a mintában

Régiók	Országos arányok (%)	Minta arányai (%)
18 – 29 éves	26,3%	26,3%
30 – 44 éves	22,8%	22,8%
45 – 62 éves	26,8%	26,8%
63 éves és idősebb	24,1%	24,1%
Összesen	100,0%	100,0%

4. táblázat: A felnőtt lakosság nemek szerinti megoszlása
a teljes populációban és a mintában

Régiók	Országos arányok (%)	Minta arányai (%)
Férfi	46,8%	46,8%
Nő	53,2%	53,2%
Összesen	100,0%	100,0%

Az adatfelvétel során használt CATI rendszer egy MySQL adatbázismotorral támogatott webes lekérdező rendszer.

Az adatok statisztikai feldolgozása során használt módszerek, alkalmazások:

- Egyváltozós statisztikák (Gyakoriság számítások, lokális paraméterek);
- Többváltozós elemzések (keresztábra, szórásanalízis, kalszteranalízis, lineáris regresszió);
- Használt szoftver: SPSS, PSPP, MS Excel 2007;

Az eredmények grafikus ábrázolásához használt alkalmazás: MS PowerPoint 2007.

4. A lakosság vásárlási szokásai hétköznapi

Ahhoz, hogy választ adhassunk arra a kérdésre, hogy milyen társadalmi fogadtatási is lenne egy esetleges vásárlási nyitvatartási korlátozásnak, először körül kell járnunk, a lakosság vásárlási szokásainak kérdéskörét mind a hétköznapi, mind a vásárlási vásárlások figyelembe vételével. Ezen vásárlási szokások körüljárásakor előzetesen szeretnénk leszögezni, hogy a kutatás során nem tekintettük vásárlásnak, ha valaki leugrott a legközelebb lévő kisboltba cigarettáért, vagy két kifliért, hiszen tudjuk, hogy ilyen „vásárlásból” naponta akár több is lehet.

A hétköznapi vásárlások kérdéskörében elsőként a gyakoriságra térünk ki. A válaszolók közel 50%-a hetente 1-2 alkalommal vásárol, csak 17,7%-uk mondta, hogy hetente szinte mindennap (5-6 alkalommal). A tipikus vásárlási gyakoriságnak tehát a heti egy-két alkalmat tekinthetjük, de ez a gyakoriság területileg erősen eltér. Közép-Dunántúlon (55,2%), Dél-Dunántúlon (58,4%), Észak-Magyarországon (82,4%), és Dél-Alföldön (62,3%) az országos átlaghoz viszonyítva felülreprezentáltak azok a megkérdezettek, akik csupán 1-2 alkalommal vásárolnak hetente. A heti 5-6 alkalommal történő vásárlás viszont a Közép-Magyarországon (33,2%) és a Nyugat-Dunántúlon (25,3%) élőkre jellemzőbb.

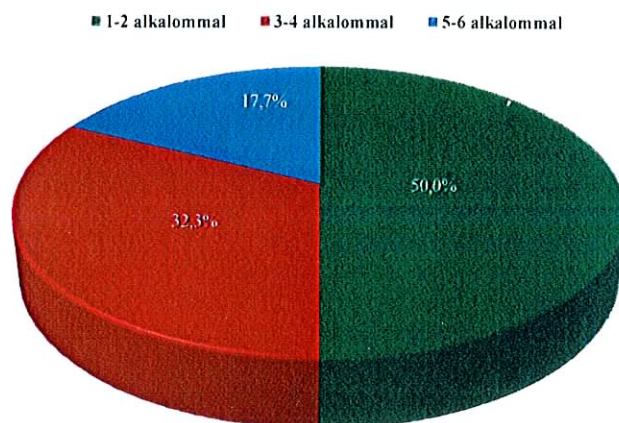
Településtípusok szerint a heti egy-két alkalommal történő vásárlás a községek (55,2%) és a megyei jogú városok (53,5%) lakosaira jellemzőbb, míg a leggyakoribb vásárlás a fővárosban élőkön (31,7%) és a kisebb városok (21,4%) lakosainak a vásárlási szokásain érhető tetten.

A kérdés a megkérdezett neme szerint is szignifikáns összefüggést mutat, melynek tendenciája az, hogy minél nagyobb a vásárlás aránya, annál nagyobb az esélye annak, hogy a háztartás nő tagja megy el vásárolni, amely tendencia a férfiak esetében nyilvánvalóan fordítva van. Az 5-6 alkalommal történő vásárlás esetén a nő-férfi arány 70% - 30%, míg az 1-2 alkalommal történő vásárláskor 42% - 58%.

Hasonló szignifikáns összefüggés a vásárlási gyakoriság és a megkérdezettek valamely demográfiai jellemzője mentén nem mutatható ki.

NEMZETPOLITIKAI
MINISZTERIUM

Hetente hány alkalommal szokott vásárolni?



A vásárlási gyakoriság mellett a vásárlások helye is fontos jellemzője az emberek vásárlási szokásainak. Ezt két kérdéssel is körbejártuk. Az egyik kérdés arra keresett választ, hogy a napi előfordulási helyeihez képest a megkérdezettek hol szoktak leggyakrabban vásárolni, míg a másik az üzlet típusára kérdezett rá.

A napi előfordulási helyeikhez viszonyítva a megkérdezettek leggyakrabban az otthonuk közelében vásárolnak (58,6%), valamivel több, mint egyötödük a munkahelyük és az otthonuk között útközben végzi el leggyakrabban a vásárlásait, míg mintegy nyolcaduk a napi előfordulási helytől függetlenül jár vásárolni.

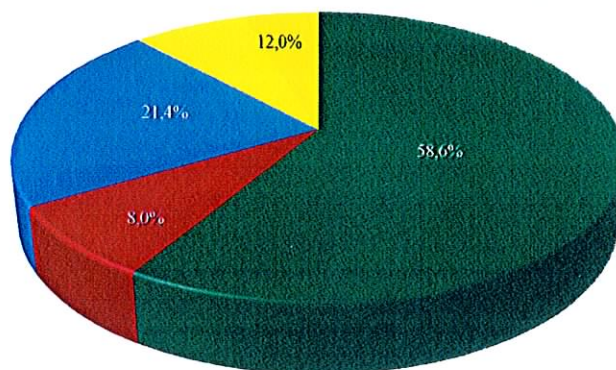
A lakóhelyhez kötött vásárlás leginkább a Dunántúlon élőkre jellemző (Közép-Dunántúl: 64,8%, Nyugat-Dunántúl: 75%, Dél-Dunántúl: 64,9%). Észak-Magyarország (13,9%), Észak-Alföld (14,5%) és Dél-Alföld (9,4%) lakosai inkább a munkahelyhez közeli vásárlást részesítik előnyben, míg a Közép-Magyarországon (31,4%) élők körében az útközbeni vásárlók vannak felül reprezentálva.

Településtípusok szerint ugyan nem mutatkozik szignifikáns összefüggés ebben a kérdésben, de ki kell emelnünk a legfejlettebb tömegközlekedése miatt Budapestet, ahol 30,6%-os a munka és a lakhely között vásárlók aránya.

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

A hétköznapi vásárlásait leggyakrabban hol szokta elvégezni?

- A lakhelyéhez közel
- A munkahelyéhez közel
- Útközben a munkahely és az otthon között
- A napi előfordulási helyeivel nem függ össze a vásárlás helye



Korcsoportonkénti összevetésben a lakhely közeli vásárlás a nyugdíjas korúakra leginkább jellemző (a 63 évesek, vagy idősebbek 88,9%-a a lakhelye körül vásárol), míg a lakó-, és munkahely között útközben történő vásárlás rajtuk kívül mindenkire jellemzőbb, mint az országos átlag. Van még egy korcsoport, amelyet ki kell emelnünk, azok a fiatalok (18-29 évesek), akikre viszont a vásárlási útvonal ilyen módon történő megtervezése nem jellemző, így ők a napi előfordulási helyüktől függetlenül is az átlagosnál jelentősen nagyobb arányban szeretnek vásárolni (16,1%).

A vásárlás helyének iskolai végzettség szerinti vizsgálatok két végzettségi csoportot kell mindenképpen kiemelni. A középfok alatt végzettek (76,6%) leginkább a lakhelyükhöz közel vásárolnak az átlagot meghaladó arányban, míg a felsőfokú végzettségűek inkább útközben a lakó és munkahely között (31%).

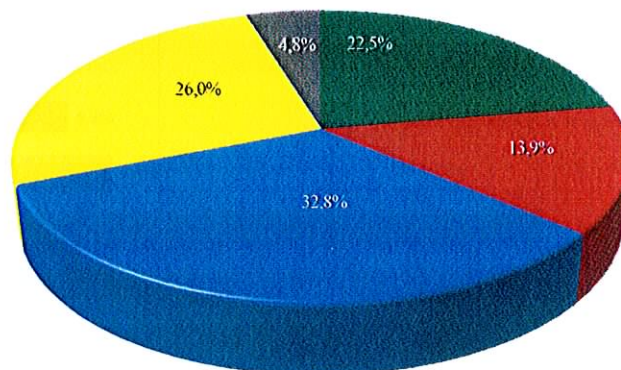
Gazdasági aktivitás szerint is mutatkozik szignifikáns különbség, de mivel itt csupán három olyan csoport van, ahol statisztikailag is értelmezhető számú megkérdezett van, ezért csak rájuk térünk ki. Az aktív foglalkoztatottak az átlagosnál nagyobb arányban szoktak a munkahelyük és az otthonuk között útközben vásárolni (32,1%), míg a nyugdíjasok szinte kizárólag az otthonuk közelében vásárolnak (92,7%). A harmadik csoport a tanulóké, akik viszont a napi előfordulási helyüktől függetlenül vásárolnak (28,6%).

A vásárlás helyének másik szegmense, hogy az emberek milyen üzletekben vásárolnak leggyakrabban. Ebben a kérdésben a megkérdezettek leggyakoribb válasza (közel minden harmadik megkérdezett ezt mondta), a nagy magyar cég üzlete, minden negyedik megkérdezett viszont a kisboltot jelölte meg leggyakoribb vásárlása helyszínéül. A kutatás által leginkább érintett üzlettípus (a multinacionális cég üzlete) csupán a megkérdezettek valamivel több, mint egyötödének a leggyakrabban látogatott üzlete.

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

A hétköznapi vásárlásait milyen üzletben szokta leggyakrabban elvégezni?

■ Multinacionális cég üzlete ■ Pláza ■ Nagy magyar cég üzlete ■ Kisbolt ■ Piac



Ezen utóbbi üzlettípus látogatása leginkább a megyei jogú városok (32,1%) és az egyéb városok (27,4%) lakosságára jellemző, és a fővárosban élőkre a legkevésbé jellemző (14%). Ezen a ponton felhívnánk egy látszólagos ellentmondásra a figyelmet, mely szerint a településtípusonkénti elemzés azt mutatja, hogy a fővárosiakra jellemző legkevésbé a multinacionális cégek üzletének a látogatása, és később olvasható lesz, hogy a fővárosban ütközik legnagyobb ellenállásba ezen üzletek nyitvatartásának a korlátozása. Ez azért lehetséges, mert ez a kérdés a hét közbeni vásárlás helyére kérdez rá, míg a nyitvatartás korlátozása kizárólag a vasárnapra vonatkozik.

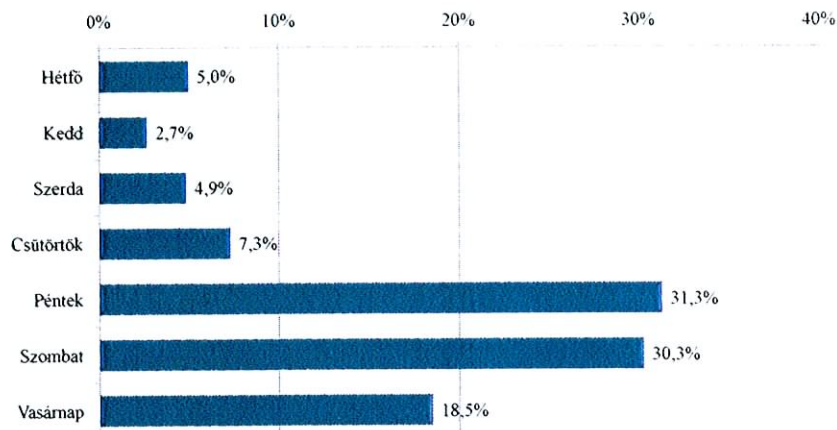
Vélhetően a vásárláskor kialakult nemek szerinti munkamegosztás miatt a nők jellemzően a multik üzleteit (24,1%), a nagy magyar cégek üzleteit (37%) és a piacokat (6,8%) látogatják átlag feletti arányban, a férfiak inkább csak leugranak a kisboltba (33,2%).

A hétköznapi vásárlási szokások tárgyalásánál a kérdőívben kitértünk a nagyobb bevásárlások időpontjára is, de mivel ennél a kérdésnél elkerülhetetlen volt, hogy a vásárnapi vásárlásra is rákérdezzünk és a kutatás szempontjából talán leginkább lényeges annak vizsgálata, hogy milyen a vásárnapi nyitvatartás korlátozásának a fogadtatása, ezért itt a kérdést csak érintjük, részletesebben a vasárnap vásárolt termékek alternatív beszerzésének lehetőségeinél foglalkozunk vele.

A megkérdezettek nagy bevásárlásainak két elsődleges időpontja van, az a péntek (31,3%) és a szombat (30,3%). Ez a két nap vélhetően egymás alternatívája, bár a munkaidő beosztások szempontjából a szombat lenne kedvezőbb, mégis inkább a pénteki munka utáni nagy bevásárlást választják nagyon sokan. Ugyanakkor úgy tűnik, hogy aki kerülni szeretné e két nap tumultusát, az inkább választja a vasárnapot (18,5%), mint a hét többi munkanapját.

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

A nagyobb bevásárlásait a hét melyik napján szokta végezni?



5. A lakosság vásárlási szokásai vasárnap

A vasárnapi vásárlásoknál azt feltételeztük, hogy nem rendszeresek, de ha azok is, nem biztos, hogy minden vasárnap vásárolnak az emberek. Ennek következtében tehát először tisztázni kell a vasárnapi vásárlások rendszerességét és el kell döntenünk, hogy milyen rendszerességtől tekintünk valakit vasárnapi vásárlónak, és meddig tartjuk csupán alkalmi vásárlónak. Erre a kérdésre már részben a kutatás tervezésekor megadtuk a választ, hiszen előre elhatároztuk, hogy a megkérdezettek 40%-a legyen olyan, aki nem vásárol vasárnap (soha nem vásárol, vagy az elmúlt egy év során maximum 2 alkalommal vásárolt), míg a többiek a vasárnapi vásárlók. A vásárló/nem vásárló arány tehát mesterségesen lett beállítva, ellenben e kérdéseken belüli megoszlás már a megkérdezettek válaszai alapján alakult ki.

A vasárnapokon nem vásárló megkérdezettek tehát a teljes minta mintegy kétötödét reprezentálják (40,7%), akik közel fele-fele arányban soha (19,1%), illetve alkalmanként (évi egy-két alkalom) vásárolnak vasárnap (21,6%).

Közülük a vasárnap egyáltalán nem vásárlók nagyobb valószínűséggel élnek a Dunántúlon, mint az ország többi területén, hiszen a Közép-Dunántúlon élők 34,8%-a, a Nyugat-Dunántúlon élők 22,2%-a és a Dél-Dunántúlon élők 41%-a mondta azt, hogy vasárnaponként soha nem vásárol. Ezen régiókon belül is a megyei jogú városok (22,4%) és a községek (21,6%) lakosságára jellemzőbb a vasárnapi vásárlás hiánya.

A vasárnapi vásárlók mintán belüli aránya úgy csökken, ahogy növekszik a vasárnapi vásárlás gyakorisága. Míg a negyedévente (3-5 alkalom) vásárlók aránya még 16,3%, addig a havi gyakoriságnál ritkábban, vagy havonta vásárlók közel azonos súllyal jelennek

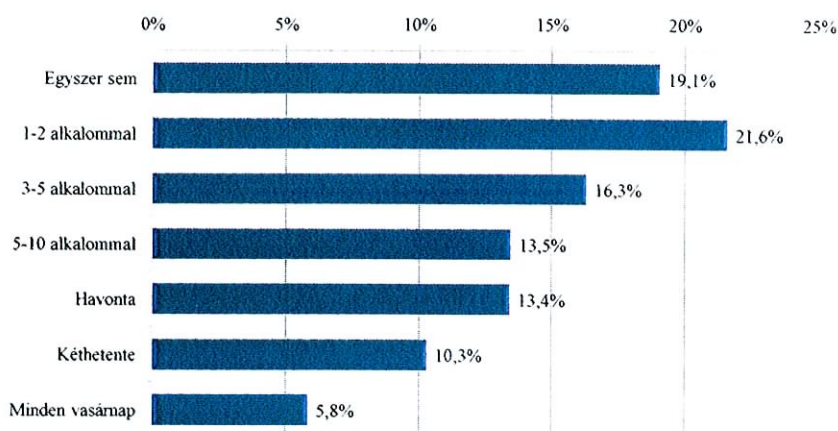
meg (13,5%, illetve 13,4%). A havi gyakoriságnál is sűrűbben vásárlók a minta valamivel több, mint egy tizedét jelképezik, míg a minden vásármapi vásárlók aránya csupán 5,8%.

A kutatás szempontjából a vásármapi vásárlók közül a három leggyakoribb vásárlási kategória bír kiemelkedő jelentőséggel. E három kategória együtt nem éri el a 30%-ot (29,5%), viszont mivel a nyitvatartás esetleges korlátozása az ő érdekeit sérti leginkább, ezért mindenképpen szükségesnek látjuk meghatározni e csoport demográfiai összetételét.

A három kategóriát összevontan kezelve megmutatkozik, hogy a Nyugat-Dunántúlon élők 46,3%-a, az Észak-Magyarországon élők 35,3%-a, az Észak-Alföldön élők 31,9%-a és a Dél-Alföldön élők 47,7%-a minősül rendszeres vásármapi vásárlónak. A többi demográfiai ismérv mentén ebben a kérdésben nem mutatható ki szignifikáns kapcsolat.

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

**Az elmúlt egy év során ön hány alkalommal vásárolt
vásármapi?**



A vásármapi vásárlási szokások jobb körülménye érdekében a vásármapi vásárlóknak további kérdéseket is feltettünk, amelyekkel választ kerestünk arra, hogy (1) mi a vásárlás oka, (2) milyen társaságban vásárolnak, (3) milyen üzletekben vásárolnak, (4) a tartós fogyasztási cikkek kiválasztása nehézségekbe ütközik-e számukra, illetve arra, hogy (4) mekkora volumenben, milyen összeghatárok között szoktak vásármaponként vásárolni.

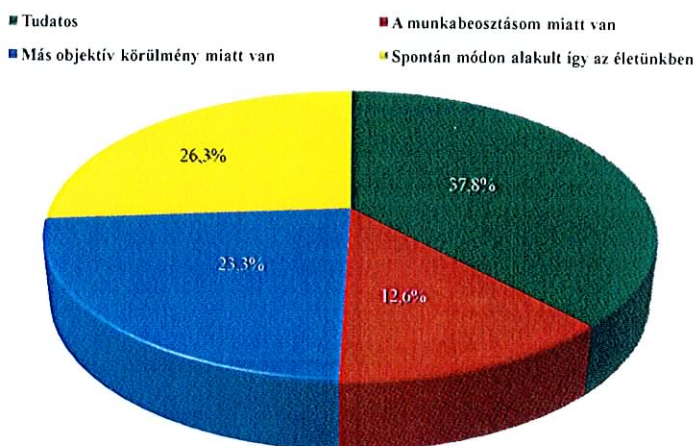
Ezen kérdések kapcsán szintén kitérünk a demográfiai összefüggésekre, de mindenképpen fontosnak tartjuk megjegyezni, hogy a viszonylag kis esetszám miatt a tanulmány e részében felvázolt demográfiai kapcsolatok nagyobb bizonytalansággal kezelhetők, mint az eddig tárgyaltaké.

A vásármapi vásárlás okait objektív és szubjektív ok-csoportra bontottuk. Így csoportosítva elmondható, hogy a szubjektív okok túlsúlya látszik, hiszen a tudatos és a spontán vásármapi vásárlás tekinthető szubjektív oknak, melyek együtt a vásármapi vásárlók 64,1%-át teszik ki. Az elemzés során azért ezt a csoportosítást választottuk, mert a

szubjektív okok lényegében csak egy elhatározáson múlnak, azokat vélhetően semmi leküzdhetetlen akadály nem kényszerítette ki. Ennek következtében az ilyen vasárnapi vásárlásról történő lemondás is könnyebbnek ígérkezik, mint az objektív okok által kikényszerített vasárnapi vásárlásról

NEKETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

Melyek a vasárnapi vásárlás okai?



Ezen szubjektív döntések demográfiai okait keresve találtunk korcsoportok szerinti összefüggést, mely azt mutatja, hogy a 45 évesnél idősebbek hoznak nagyobb eséllyel ilyen döntéseket, ami mögött talán az húzódhat meg, hogy az életkor növekedésével az emberek többsége egyre inkább kerüli azt a nyüzsgést, forgatagot, tumultust, amit a péntek délutáni, vagy szombati vásárlás jelenhet. Így nem is meglepő, hogy a 45 – 62 évesek 80,9%-a és a 63 évesnél idősebbek 68,1%-a döntött úgy, hogy a hétvégi bevásárlását vasárnapra teszi.

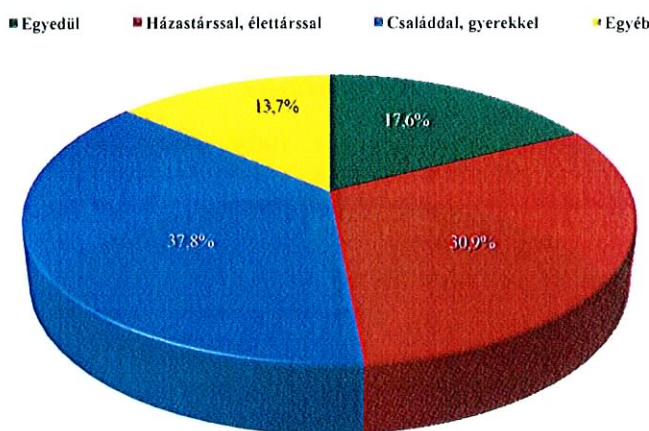
Mint ahogy a szubjektív döntéseknél csak a korcsoportok szerint található szignifikáns összefüggés, így az objektív döntéseknél is csak ugyanott lehet (lévén, hogy ez az érem másik oldala), ami azt jelenti, hogy a fiatalabb korosztályok vasárnapi vásárlásai mögött nagyobb eséllyel találhatók objektív okok. (mint pl. a munkabeosztás, a gyermekek szabadideje stb.) Ennek következtében a 18 – 29 évesek 54,5%-a, míg a 30 – 44 évesek 42,3%-a „kényszerül” vasárnap vásárolni.

A szubjektív okoknál hivatkoztunk a gyermek szabadidejére, ugyanis feltételeztük, hogy a vasárnapi vásárlók közül sokan nem egyedül vásárolnak, s ha már pl. a gyermek szabadideje miatt kényszerülnek arra, hogy vasárnap vásároljanak, akkor valószínűleg magukkal is viszik a gyermekeiket vásárolni. Erre a körülményre gondolva megérdeklődtünk, hogy milyen társaságban történik a vasárnapi vásárlás. A többség, mint ahogy azt előre is gondoltuk, vagy családotul vásárol (37,8%), vagy a házastársával, élettársával (30,9%). Az egyedül történő vásárlás messze elmarad az előző két

lehetőségtől, illetve az egyéb társaságban (pl. barátokkal) való vasárnapi vásárlás esélye még ez utóbbit sem éri el.

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

A vasárnapi vásárlásokat leggyakrabban milyen társaságban végzi?



Az egyedül történő vasárnapi vásárlás a két legidősebb korcsoportra a legjellemzőbb, aminek vélhetően az lehet az oka, hogy az életkor növekedésével egyre nagyobb az esélye annak, hogy a gyermekek már „kirepültek”, és sajnos egyre gyakrabban már a házastárs, élettárs is elhunyt, így a magukra maradt emberek egyedül járnak vásárolni. A 45 – 62 éveseknek még csupán a 18,4%-a vásárol egyedül, ami alig haladja meg az összes vasárnapi vásárlók közötti arányt (17,6%), viszont a 63 évesek és idősebbek körében az egyedül vásárlás esélye már 22,5%. Ez az adat e korcsoport közel minden negyedik tagját érinti, míg a 18 – 29 éves korcsoportnál ez csupán kevesebb, mint minden hatodik emberre jellemző (15,2%).

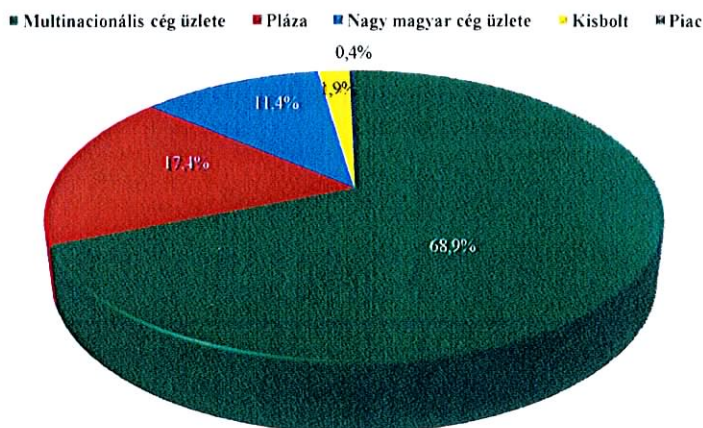
Mint ahogy a hétköznapi vásárlóktól, úgy a vasárnap vásárlóktól is megkérdeztük, hogy milyen üzletben szoktak vásárolni. Itt ugyanazokat az üzlet típusokat kérdeztük, viszont ebben a vásárlói körben merőben más üzletszerkezet alakult ki előttünk. Míg a hétköznapi vásárlóknál a multinacionális cég üzlete csak a vásárlók 22,5%-ának volt a leggyakoribb vásárlóhelye, addig a vasárnapi vásárlók körében ez az üzlet típus meghatározóvá vált (68,9%).

A multik vasárnapi látogatottsága regionálisan nézve az átlagosnál magasabb a Nyugat-Dunántúlon (88,9%), a Dél-Dunántúlon (82,2%), az Észak-Alföldön (84,5%) és Közép-Magyarországon (71,4%). Településtípusonként szintén mutatkozik szignifikáns kapcsolat a multik látogatottságában, mely szerint a községekben élők szignifikánsan kisebb eséllyel látogatják vasárnap az ilyen üzleteket (61%). A többi településtípus lakosai az átlagosnál szívesebben járnak a multinacionális cégek üzleteibe vasárnaponként. Itt szeretnénk visszautalni arra a hétköznapi vásárlásnál említett látszólagos ellentmondásra, hogy míg a

budapestiek ellenzik leginkább a vasárnapi nyitvatartási korlátozást, addig a hétköznapi vásárlók között ők voltak legkisebb arányban azok, akik az érintett üzletekben vásárolnak. Nos, a vasárnapi vásárlás esetén ez már messze nincs így, itt a községek lakói vannak legkevesebben, így nem meglepő, ha a budapestiek a vasárnapi vásárlásaik kedvenc helyszínét nem szeretnék zárva látni.

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

Vasárnap milyen üzletben szokott a leggyakrabban vásárolni?



Az emberek vasárnap nem csupán azért járnak az üzletekben, hogy vásároljanak, hanem azért is, hogy különféle termékekről tájékozódjanak, azokat jobban megismerjék, hogy amikor elérkezik a termék megvásárlásának az időpontja, akkor helyes döntést tudjanak hozni, és azt a terméket választhassák ki, amelyikre valóban szükségük is van.

Éppen ezért a vasárnapi vásárlóktól megkérdeztük azt is, hogy a legutóbbi tartós fogyasztási cikk vásárlásának a tervezésekor a hét mely napján választotta ki, illetve próbálta ki a terméket. Ebben a kérdésben a válaszlehetőségeket úgy csoportosítottuk, hogy a szombatot és a vasárnapot külön meg lehetett jelölni, de a hét többi napját összevontan kezeltük, hiszen a szabadidő szempontjából a munkanap csak töredék napnak minősül, míg a szombat és a vasárnap teljes napnak.

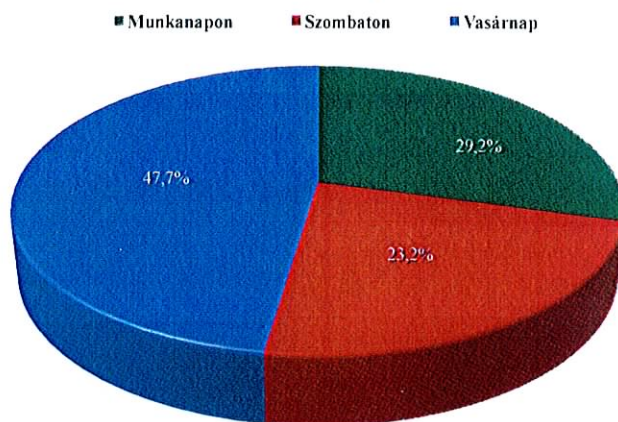
A szombatot és a vasárnapot viszont azért nem együtt kezeltük, mert arra is kíváncsiak voltunk, hogy a szombat esetleges alternatívája lehet-e a vasárnapnak ebből a szempontból. A válaszokból úgy tűnik, hogy a vasárnapi vásárlóknak (47,7%) ebből a szempontból is elsődlegesen preferált üzlet látogatási időpontja a vasárnap, ráadásul ennek az időpontnak az első számú alternatívája nem is a másik teljesen szabad napjuk, hanem inkább a hétköznapi (29,2%). Ha pedig ez így van, akkor ennek a termékek kipróbálásának lehetőségére valamelyik (vagy mindegyik) hétköznapi napon hosszabbított nyitvatartásra lehet szükség.

A vasárnap végzett termék-kipróbálás szombati alternatívája leginkább jellemző a Nyugat-Dunántúlon (44,7%), Észak-Magyarországon (27%) és az Észak-Alföldön (27,1%), valamint településtípusok szerint a községekben (27,6%) és a megyei jogú városokban (25,6%).

A hétköznapi alternatív kipróbálási időszak lehet Közép-Magyarországon (44,8%), Közép-Dunántúlon (40,4%) és Nyugat-Dunántúlon (44,7%), míg településtípusok szerint egyértelműen a fővárosban (51,8%).

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

**A legutóbbi tartós fogyasztási cikk vásárlás tervezésekor
mikor tudta kiválasztani és kipróbálni a terméket?**



Korcsoportok szerint a két legfiatalabb korosztály szereti legnagyobb arányban vasárnap kiválasztani és kipróbálni a tartós fogyasztási cikkeket. A 18 – 29 évesek éppen fele, míg a 30 – 44 évesek valamivel több, mint a fele nyilatkozott így (51,9%). Ugyanakkor a munkanapok a 63 évesnél idősebbek (45,2%) számára a legkedvezőbbek erre a tevékenységre.

Ebben a kérdésben a gyerekszám is meghatározónak tűnik, hiszen a gyermektelen háztartásoknál ez a program vasárnap kivételével minden nap átlag feletti arányban megjelenik, míg a gyermekes háztartásoknál a szombat és a vasárnap tűnik alkalmasabbnak (különösen a vasárnap), vélhetően azért, mert egy ilyen döntésbe már beleszólást engednek a gyermeknek, sokszor valószínűleg azért, mert éppen neki vásárolnak.

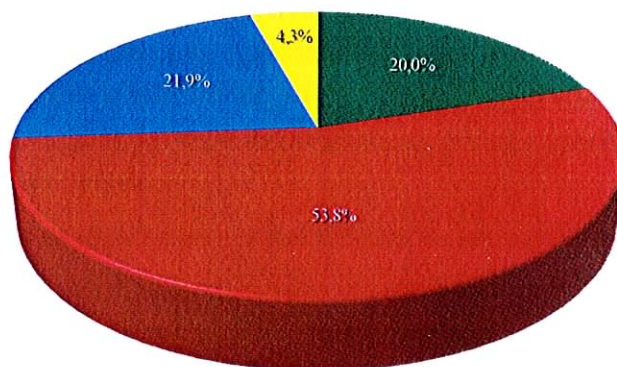
A vasárnapi vásárlásra költött összegek között a leginkább jellemző a 11-30 ezer Forint (53,8%), az ettől kisebb és eggyel nagyobb összegkategória aránya közel azonos (10 ezer Ft alatt 20% vásárol, míg 31 – 50 ezer Ft között 21,9%). A nagyszámú vásárlások (50 ezer Ft felett) aránya elhanyagolható (4,3%).

A vasárnapi vásárláskor elköltött összeg nagyságáról azt gondolhatnánk, hogy a háztartás jövedelme, a háztartás létszáma, vagy a társadalmi önbesorolása határozza meg, de az adatok nem mutatnak ilyen összefüggést. Ennek statisztikai oka, nevezetesen az, hogy a többi kategóriában olyan kicsi az elemszám, hogy az összefüggés bizonytalanná válik. De van egy feltételezetten valós oka, hogy az egyszeri vásárláskori szükséglet konvergál ehhez a 11 – 30 ezer Ft-hoz. Amelyik háztartásnak nagyobbak a szükségletei, azok valószínűleg a nagyobb vásárlási gyakorisággal elégítik ki azokat.

NEMZETGAZDASÁGI MINISZTERIUM

Átlagosan mennyit szokott költeni egy-egy vasárnapi vásárlás alkalmával?

■ 10 ezer Forint alatt ■ 11-30 ezer Forint között ■ 31-50 ezer Forint között ■ 50 ezer Forintnál is többet



Az egyszeri vásárláskor elköltött összeg mellett megnéztük, hogy vasárnapi vásárlásaik során az emberek milyen termékeket vásárolnak, azokat milyen alternatív időpontokban, illetve alternatív módon tudják megvásárolni.

A válaszok alapján elmondható, hogy a vasárnapi vásárlásokkor az emberek döntő többsége elsősorban a hétköznapi megélhetéshez szükséges termékeket vásárolja, úgymint élelmiszer (84,8%), tisztálkodási és mosószer, vegyiárú (79,4%), de jellemző még a ruházatkodási cikk (53,3%), és a tartós fogyasztási cikk (50%). Ugyanakkor a táblázat alapján az is látható, hogy mindezen termékek közül nagy arányban vásároltak alternatív időpontokban, illetve alternatív módon is beszerezhetők a megkérdezettek számára, így csak e miatt nem feltétlenül okoz problémát a vasárnapi zárvatartás.

Ugyanakkor jelezni szeretnénk azt, hogy a megkérdezett termékcsoportok között vannak olyanok, amelyek alternatív megvásárlási lehetőségei még nem megoldottak a megkérdezettek szerint

5. táblázat: A vasárnapi vásárlók által vásárolt termékek
illetve azok alternatív vásárlási lehetőségei

Termékcsoportok	Vasárnap	Hétköznap	E-keresk.
1. Élelmiszer	84,8%	83,1%	2,1%
2. Tisztálkodó szereket, mosószereket, vegyi árut	79,4%	63,6%	11,1%
3. Ruházkodási cikkeket, lábbelit	53,3%	24,9%	36,1%
4. Gyermek számára iskolai, óvodai kellékeket	29,4%	12,8%	7,0%
5. Lakberendezési cikkeket	33,0%	12,1%	21,8%
6. Tartós fogyasztási cikkeket	50,0%	24,8%	23,9%
7. Kulturális cikkeket (könyvek, CD-k, DVD-k)	38,6%	17,6%	55,6%
8. Hobby, barkács készülékek, kerti szerszámok, eszközök	42,0%	14,1%	21,2%
9. Egyéb, és pedig	7,1%	1,6%	9,7%

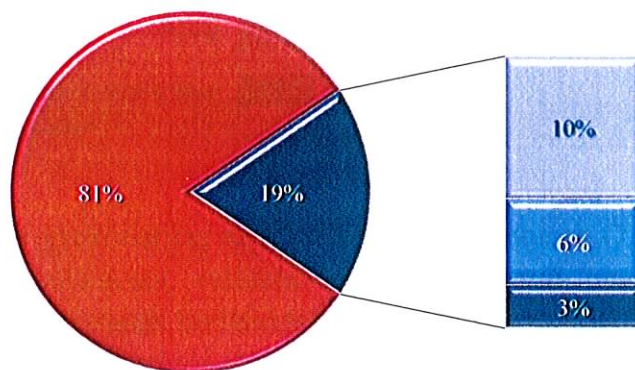
Több válasz is lehetséges, hiszen egy vásárló egyidőben több terméktípust is vásárolhat.

A vasárnapi vásárlás kapcsán végül azt is megtudakoltuk – most már nem csupán a vasárnapi vásárlóktól, hogy a megkérdezetteknek milyen mértékben befolyásolja a hitéletét az, hogy az üzletek vasárnap is nyitva tartanak. A válaszokból jól látható, hogy a lakosság nagy részének hitéletére nincs hatással a vasárnapi nyitvatartás (81%). A többiek (közel minden ötödik ember) között minden második azt nyilatkozta, hogy kismértékben, minden harmadiknak azt jelezte, hogy közepesen, és minden hatodiknál jelent meg a 'nagyon zavarja a hitéletét' válasz.



Befolyásolja-e a hitéletét az, hogy vasárnap is nyitva vannak a nagyobb üzletek, bevásárlóközpontok?

■ Egyáltalán nem ■ Kevésbé ■ Közepesen ■ Nagyon



A hitéletre vonatkozó kérdés és a vasárnapi nyitvatartás korlátozására vonatkozó kérdés kapcsán felfigyeltünk arra, hogy a hitéletében zavartak ugyanúgy a megkérdezettek mintegy 20%-át reprezentálják, mint a vasárnapi nyitvatartás korlátozását elfogadók. Éppen ezért megvizsgáltuk, hogy vajon ez a két csoport mennyiben felel meg egymásnak.

Az eredmények azt mutatják, hogy bár a két érték nagyon hasonló, de nem beszélhetünk ilyen megfelelésről. Ugyanis a hitéletében enyhén befolyásoltak (ők vannak a legtöbben a hitéletükben befolyásoltak) között nagyobb arányban ellenzik a vásárnapi nyitvatartás korlátozását, mint amilyen arányban támogatják.

6. Hétvégi időtöltés

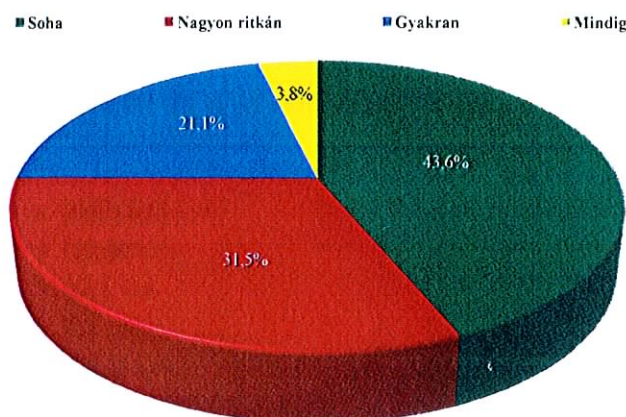
A hétvégi kikapcsolódással kapcsolatos kérdésre adott válaszok egyértelműek: a lakosság 86,4%-a hétvégén „otthon” kapcsolódik ki, 40,4% kirándul, 31% megy kulturális szolgáltatást igénybe venni. A sport alig jellemző (24,6%). Ez a rangsor akkor sem változna, ha hétvégén zárva lennének a nagyobb üzletek. Mivel az otthoni időtöltés gyakorlatilag „eluralja” a hétvégi szabadidőt, ezért bármilyen demográfiai szegmensben is vizsgáltuk azt, minden esetben arra a következtetésre jutottunk, hogy ez gyakorlatilag mindenkire vonatkozik.



A vásárnapi vásárlást gyakorlatilag nem kötik össze az emberek (75% nem) más, egyéb szórakozással, kikapcsolódással, valószínűleg ez is az egyik oka annak, hogy sokan ellenzik a vásárnapi nyitvatartás korlátozását, hiszen mint az előző kérdésből is láttuk, az emberek többsége a hétvégét otthon tölti, és sokszor, ha kimegy a négy fal közül, akkor is csak vásárolni megy, utána mindjárt haza. Ha a vásárlást összekötnék más szabadidős tevékenységgel, akkor a hétvégi „programnak” csupán az egyik eleme esne ki, ha nem nyitnának ki a nagyobb üzletek, míg így a „teljes hétvégi program” (ami történetesen a vásárlás) elmarad.

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

Milyen gyakran köti össze a vásárnapi vásárlását valamilyen
egyéb rendezvényen való részvétellel, vagy kikapcsolódással?



7. A vásárnapi nyitvatartás korlátozásának, tiltásának társadalmi hatásai (támogatottsága, elutasítottsága)

A vásárnapi nyitvatartási teljes, vagy részleges korlátozásának társadalmi hatását⁷ egy e célból beépített direkt kérdéssel vizsgáltuk. A kérdést – mivel ez a kutatás legfontosabb kérdése – igyekeztünk minél jobban körüljárni, azt a lehető legtöbb szempontból megvizsgálni. Ezért a részletesebb elemzés érdekében a vásárlók szokásaitól a lehetséges reakcióikig több kérdést figyelembe vettünk a vásárnapi nyitvatartási korlátozásokkal kapcsolatos elfogadó/elutasító attitűd vizsgálatakor.

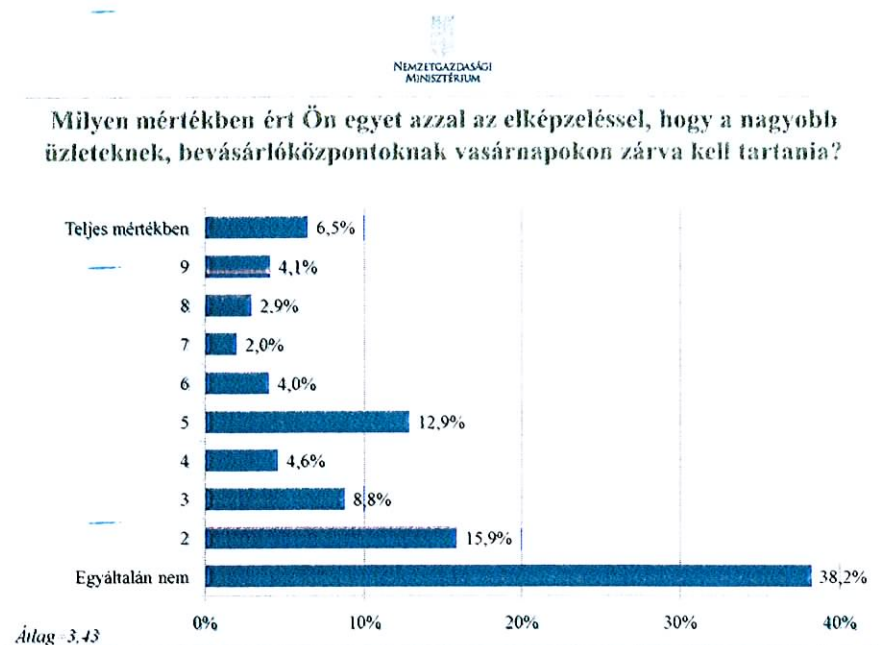
Első lépésként természetesen magát a társadalmi elfogadottságot vizsgáltuk. Az 1 - 10 fokozatú skálán feltett kérdésre a megkérdezettek válaszai alapján azt mondhatjuk, hogy a mintában szereplők 3,43-as átlagos értékkel válaszoltak. Ez önmagában azonban csupán egy 'levegőben lógó szám', annak tartalmát jobban megmutatja, ha a lentebb látható hisztogramot megnézzük.

Ezek alapján elmondható, hogy a vásárnapi nyitvatartási tilalmat a megkérdezettek 38,2%-a egyáltalán nem támogatja – ők 1-es értékkel válaszoltak a kérdésre. További 15,2%-uk az általuk adott 2-es értékkel még mindig erősen elutasító. E két leginkább elutasító csoport aránya együtt meghaladja a minta létszámának felét (54,1%).

Ugyanakkor az is látszik, hogy a szigorúan vett semleges zónában elhelyezkedők (5-ös és 6-os válasz) aránya is jelentősnek mutatkozik (16,9%). Ők azok, akiknek gyakorlatilag mindegy, hogy a nagyobb üzletek nyitva vannak vasárnap, vagy sem.

⁷ Támogatás és/vagy elutasítás, illetve meggyőződés.

A vasárnapi nyitvatartási tilalmat valamilyen mértékben támogatók aránya 15,5%, mely ugyan nem jelent többséget még a semleges zónában lévőkkel együtt sem, de mindenképpen akkora mértékű, hogy nem hanyagolható el e csoport egyértelműen kifejtett (határozott) akarata.



Összegzésében erősen megosztott véleményalkotás figyelhető meg ebben a kérdésben. A 'semlegesektől' eltekintve a támogatók és az ellenzők részaránya úgy növekszik, ahogy egyre szélsőségesebbé válik a véleményük. Ugyanakkor az ellenzők igen határozott többséget alkotnak az ellenzők – támogatók összevetésben. (Az ellenzők 4,35-ször annyian vannak, mint a támogatók.)

A fenti adatok után mindenképpen szükségesnek tartjuk a támogatók és ellenzők csoportjának részletesebb feltárását, annak érdekében, hogy az elfogadottság növelésére irányuló esetleges változtatási szándék találhasson olyan célcsoportokat, akik egyetértésének növelésével célt érhesen ez a szándék.

Ennek elérése érdekében a kérdés demográfiai elemzését úgy végeztük el, hogy az átlagos fogadtatásnál rosszabb értéket adó csoportokat besoroltuk a vasárnapi nyitvatartási tilalmat „jobban ellenzők” közé, az átlagos fogadtatástól magasabb átlagos értékeket adó csoportokat a „kevésbé ellenzők” közé, míg a skála közéértékénél (5,5) magasabb átlagos értékek adókat a „támogatók” közé. Ezen felosztásban véleményünk szerint a „kevésbé ellenzők” az igazán érdekesek, hiszen az ő véleményük megfelelő alakításával lehet eredményt elérni a társadalmi fogadtatás terén.

Az üzletek vasárnapi bezárását jobban ellenző társadalmi csoportok

A tanulmánynak e részében azokkal a csoportokkal foglalkozunk, amelyek a vasárnapi nyitvatartás korlátozásának elfogadásában a válaszok átlagértékei alatt helyezkednek el, **tehát még az átlagosnál is jobban elutasítják azt.**

A vasárnapi nyitvatartás tiltását az ország **két legfejlettebb régiójában az átlagosnál lényegesen jobban ellenzik**, és e két régió megítélésében alig tapasztaltunk különbséget. Míg nyugat-Magyarországon a vasárnapi nyitvatartás korlátozásával való **egyetértés** átlagos értéke 2,58, addig Közép-Magyarországon 2,59.

A lakosság területi megoszlásának másik szegmense a településtípus, ha lehet még élesebben differenciálja a vasárnapi nyitvatartás korlátozásának elfogadását. E demográfiai mutató alapján az **átlagosnál kisebb egyetértés csupán Budapesten** mutatkozik, ott 2,32-es átlagú ez az érték.

A vasárnapi nyitvatartás korlátozásának területi alapon történő fogadtatása azt mutatja, hogy az emberek ott nehezebben mondanak le erről a lehetőségről, ahol az érintett üzletek sűrűsége az átlagosnál nagyobb, vélhetően azért, mert már az életük részévé válhatott a vasárnapi vásárlás.

A megkérdezett kora szintén hatással van a vasárnapi nyitvatartás korlátozásának megítélésére. A 30 – 44 évesek – mely munkavégzés szempontjából a leginkább aktív korosztálynak minősül – **ellenzik legjobban (3,02 átlag)**, hogy a nagyobb üzletek vasárnap zárva tartsanak.

A megkérdezett korából már feltételezhető volt, hogy ugyanezen korosztály a háztartásában nevelt gyermekek miatt magával „húzza” az elégedetlenek táborába a gyermekes háztartások egy részét. Ennek tudható tehát be, hogy az egy gyermeket nevelő háztartások (2,97-es átlag) és a két gyermeket nevelő háztartások (2,92) az üzletek vasárnapi bezárását **ellenzők között találhatók nagyobb eséllyel.**

A háztartás anyagi helyzetét két módon is megvizsgáltuk. Egyrészt megkérdeztük, hogy a háztartás jövedelme mennyi, másrészt megkérdeztük, hogy hová helyezné el magát a válaszoló 1 – 10 fokozatú skálán (önbesorolás), ahol az 1 a legrosszabb helyzetűeket, míg a 10 a legjobb helyzetűeket jelenti.

A jövedelmet ez után több módon is kategorizáltuk, de végül a jövedelmi decilisek mellett döntöttünk, és eszerint mutatjuk be, hogy miként befolyásolja a jövedelemszint az üzletek vasárnapi bezárásának megítélését. A jövedelemről is, és a társadalmi hierarchiában elfoglalt pozícióról is feltételezhetnénk, hogy minél magasabb érték társul hozzá, annál nagyobb fizetőképes keresletet szimbolizál, és ez megjelenik vásárlási szándékban is. Ennek következtében a vásárlási lehetőségek korlátozása a magas jövedelműek és magas társadalmi státuszúak között ütközik nagyobb ellenállásba. Az ilyen típusú modellek tesztelésére használtuk a lineáris regressziót, hogy valóban fenn áll-e az általunk feltételezett összefüggés? Az eredmények azonban azt mutatják, hogy sem a jövedelem,

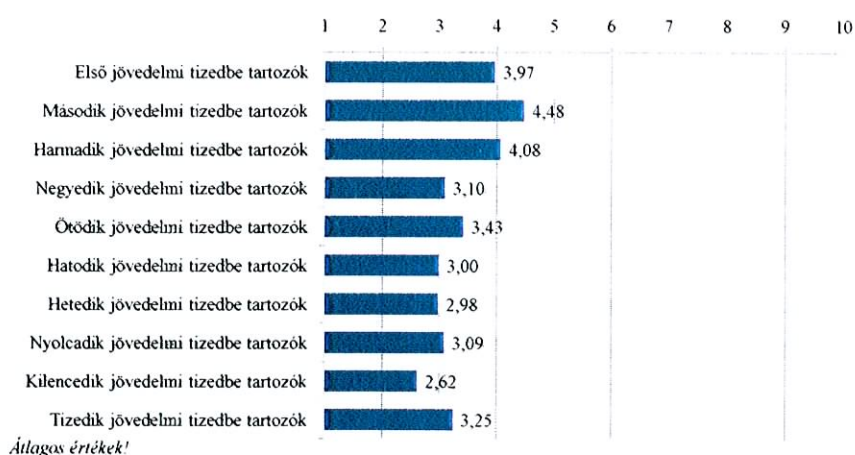
sem a társadalmi helyzet nem így befolyásolja a vásárnapi nyitvatartás korlátozásának megítélését.

A jövedelem decilisekre való felosztása, illetve a társadalmi helyzet 1 – 10 skálán való mérése a kategóriák nem túl nagy száma miatt lehetőséget adott arra, hogy szórásanalízissel is megvizsgáljuk, milyen anyagi helyzetű emberek miként ítélik meg az üzletek vásárnapi zárvatartást. Eszerint a jövedelmi szint ugyan nem lineárisan befolyásolja, de mindenképpen hatása van rá.

A 4. és a 6 – 10 jövedelmi decilisbe tartozók (átlagai sorban 4: 3.1, 6: 3.0, 7: 3.0, 8: 3.1, 9: 2.6, 10: 3,25) a vásárnapi zárvatartást inkább ellenzik.

NEKÜZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

Az elfogadás mértékének alakulása jövedelmi tízedenként



A társadalmi státusz alapján a jövedelmi helyzettől eltérő összefüggést mértünk Tízfokozatú skálán önmagukat a 4. (3,18), 5. (3,25), 7. (3,05) és 9. (3,33) pozícióba sorolók számára kevésbé elfogadható, hogy a nagyobb üzletek vasárnaponként ne nyissanak ki.

Az anyagi helyzetet és a megkérdezettek területi elhelyezkedését együtt vizsgálva két dolog együttes hatása gyakorol erős befolyást a vásárnapi nyitvatartás korlátozásának megítélésére. Ezek (1) a fizetőképes kereslet, és (2) a kínálati oldal. Nyilvánvaló, hogy ezek összefüggésben vannak, mert a nagy üzletláncok oda települnek, ahol fizetőképes keresletet feltételeznek, és/vagy találhatnak, így szükségképpen alakul ki ezeken a helyeken a kínálati bőség.

A vásárnapi vásárlás hitéletre gyakorolt hatása szerint természetesen azok számítanak az átlagosnál elutasítóbbnak a zárvatartással, akik hitéletére egyáltalán nincsenek hatással a vásárnap is nyitva tartó üzletek (2,9).

- Jövedelmük szerint a 4. és a 6 – 10. jövedelmi decilisbe tartozók (közép, felső-közép osztály);

- Társadalmi önbesorolása szerint a 4, 5, 7, 9 pozíciót elfoglalók;
- A lakhelyük regionális elhelyezkedése szerint Közép-Magyarországon, vagy Nyugat-Magyarországon élők;
- Településtípus szerint a fővárosban élők;
- Korcsoportonként a 30 – 44 évesek;
- A gyermekek száma szerint az egy, illetve kétgyermekes háztartások;
- Akiknek egyáltalán nem befolyásolja a hitéletét a vasárnapi nyitvatartás;

Az üzletek vasárnapi bezárását kevésbé ellenző társadalmi csoportok

A tanulmány ezen részében azokat a társadalmi csoportokat mutatjuk be, amelyek a vasárnapi vásárlás korlátozásával elégedetlenek ugyan, de válaszaik átlagértéke a skála közepe (5,5) és a skálára adott válaszok átlaga (3,43) között helyezkedik el.

Ezen csoportok esetén látunk arra esélyt, hogy az ellenállásukon javítva növelni lehessen a vasárnapi nyitvatartás korlátozásának társadalmi elfogadottságát.

A vasárnapi nyitvatartás korlátozásának megítélésében a megkérdezettek területi elhelyezkedésük szerint kevésbé kritikusak a Közép-Dunántúlon (4,11), a Dél-Dunántúlon (5,12), Észak-Magyarországon (4,03) és Dél-Alföldön (3,6).

Településtípus szerint ugyanezen kérdés átlagos értékei mindenhol az országos átlag felett vannak, kivéve Budapesten. A településtípusok átlagai: Megyei jogú város (3,8), város (3,5), község (3,7).

A megkérdezett kora szintén hatással van a vasárnapi nyitvatartás korlátozásának elfogadására, vagy elutasítására. A 45 – 62 évesek (3,5 átlag) és a tőlük is idősebbek (4,0) az átlagnál kevésbé ellenzik, hogy a nagyobb üzletek vasárnap zárva tartsanak.

A megkérdezettek iskolázottsága csak egy iskolai végzettség-kategóriában gyakorol hatást a vasárnapi nyitvatartás korlátozásának megítélésére. Az alacsony iskolázottságúak szignifikánsan jobban vélekednek egy ilyen lehetőségéről, mint a többiek (4,2). Itt meg kell jegyeznünk, hogy ugyan a másik két végzettségi kategóriába tartozók véleménye valamivel átlag alatti, de ebben az esetben a középfokú végzettség alattiak átlaga tér el a többiétől.

A vasárnapi nyitvatartás megítélésének kérdésében a háztartásban nevelt gyermekek száma a gyermektelen háztartásoknál (3,6) és a nagycsaládosoknál mutat az országos átlaghoz viszonyítva nagyobb elfogadottságot. Ez utóbbinál is úgy, hogy a három gyermeket nevelők (3,6) átlaga lényegesen elmarad a 4, vagy több gyermeket nevelők átlagánál (4,9).

Mint az már a vasárnapi vásárlás korlátozását jobban ellenzők körében is látszott, a jövedelem erősen meghatározó tényező a kevésbé ellenzők körében is. Itt azonban az látszik, hogy az alsó jövedelmi kategóriákba tartozók inkább el tudják fogadni, hogy vasárnap csak korlátozottan tudnak vásárolni (első jövedelmi decilisbe tartozók 4,0-es, a

másodikba tartozók 4,5-ös, a harmadikba tartozók pedig 4,1-es átlagos értéket adtak), mint a többiek módosabbak.

Az alábbi társadalmi csoportok befolyásolhatók:

- Jövedelmük szerint az alsó három és az ötödik jövedelmi decilisbe tartozók;
- A lakhelyük regionális elhelyezkedése szerint a Közép-Dunántúlon, Észak-Magyarországon, Dél-Alföldön és Dél-Dunántúlon élők;
- Településtípus szerint a nem fővárosi lakosok;
- Korcsoport szerint a 45 – 62 év közötti és a 63 évesnél idősebb korosztályok;
- Az alacsonyabb iskolázottságúak;
- A gyermektelen, vagy legalább három gyermeket nevelő háztartások;
- A szegénységi küszöb alatt élő háztartások;
- Akiknek kismértékben befolyásolja a hitéletét a vasárnapi nyitvatartás;

Az üzletek vasárnapi bezárását támogató társadalmi csoportok

Azon csoportok, melyek a vasárnapi vásárlás korlátozását támogatják, demográfiaiilag nem meghatározhatóak, ők csupán a vásárlási szokásaik miatt különülnek el az ellenzőktől.

Egyrészt ez az a réteg, amelyik vagy soha nem vásárol vasárnap (6,6), vagy ha mégis, akkor csak 'piacra' jár vásárolni (5,9). Ezen csoport az, amelyik azért is szeretné, hogy vasárnap zárjanak be a nagyobb alapterű üzletek, mert a vasárnapi nyitvatartás zavarja őket a hitéletében. Ebben a körben, akiket a hitéletben közepesen befolyásol a vasárnapi nyitvatartás (6,4), és akiket nagyon befolyásol (9,5), azok is igen erősen támogatják a nagyobb alapterű üzletek vasárnapi bezárását. E csoport főbb attribútumai:

- Soha (illetve ritkán) vásárolnak vasárnap;
- Közepesen, vagy nagymértékben befolyásolja a hitéletét a vasárnapi nyitvatartás;
- A vasárnapi vásárlásaik fő helyszíne a 'piac';

A vasárnapi bezárását határozottan ellenző társadalmi csoportok

Mivel a kérdőívben az erre vonatkozó direkt kérdés (19. kérdés) átlaga igen alacsony volt, ezért több módszerrel kerestünk választ arra, hogy a bezárást ellenzők milyen társadalmi csoportokba tartoznak.

Az első módszerrel megnéztük, hogy kik azok, akik a kérdésre adott válaszaik alapján mereven elzárkóznak egy ilyen döntéstől. A kérdésre úgy kerestünk választ, hogy a **vasárnapi zárás elfogadására feltett 19. kérdés alapján szűrtük meg az adatokat a leginkább elutasítókra (akik a skálán 1-es választ adtak).**

Az ellenzők tábora viszonylag nagy, itt található a megkérdezettek 38%-a. Ennek következtében van olyan demográfiai csoport, amelyik tagjainak több mint 50%-a

határozottan ellenzést mutat. Azokat a csoportokat soroljuk fel, amelyek tagjainak több mint 45%-a nagyon ellenzi az üzletek vasárnapi bezárását:

- Nyugat-dunántúliak 58,8%-a;
- A kilencedik jövedelmi tizedbe tartozók 54,9%-a;
- A hatodik jövedelmi tizedbe tartozók 49,4%-a;
- A negyedik jövedelmi tizedbe tartozók 47,5%-a;
- Észak-alföldiek 47,1%-a;
- A GYES-en, GYED-en lévők 47,1%-a;
- Az aktív foglalkoztatottak 45,5%-a;

Második módszerrel a válaszok átlagos értékét tekintettük választóvonalnak a vasárnapi nyitvatartás támogatói és ellenzői között. Ekkor a minta 62,9%-a ellenzőnek minősült.⁸ Így a következő társadalmi csoportok számítanak a vasárnapi bezárás ellenzőinek:⁹

- A fővárosiak 81,9%-a;
- A GYES-en, vagy GYED-en lévők 76,5%-a;
- A Közép-Magyarországon élők 75,1%-a;
- A munkanélküliek 75%-a;
- A kilencedik jövedelmi decilisbe tartozók 74,1%-a;
- A negyedik jövedelmi decilisbe tartozók 69,6%-a;
- Az Észak-Alföldön élők 68,9%-a;
- A nyolcadik jövedelmi decilisbe tartozók 68,5%-a;
- A hetedik jövedelmi decilisbe tartozók 68,2%-a;
- Az aktív foglalkoztatottak 68,1%-a;
- A hatodik jövedelmi decilisbe tartozók 67,1%-a;
- A Dél-Alföldön élők 64,2%-a;
- A tizedik jövedelmi decilisbe tartozók 66,2%-a.
- A 30 – 44 évesek 65,9%-a;
- A felsőfokú végzettségűek 64,7%-a;
- A 45 – 62 évesek 64%-a;

Harmadik módszerrel készítettünk egy olyan csoportosító változót, mely figyelembe veszi a direkt elfogadás kérdését, és a többi vonatkozó kérdés alapján megkérdezettek vásárlási szokásait is. Azt néztük meg, hogy ezekkel kombinálva az üzletek vasárnapi bezárásának milyen fogadtatása prognosztizálható.

⁸ Véleményünk szerint megfelelő meggyőzéssel és kommunikációval a vasárnapi zárvatartással kapcsolatos elutasításuk csökkenthető.

⁹ % alapján csökkenő sorrendben

Az így elkészült változó tartalma:

Teljesen elutasító: (valóban mereven elutasítóak, amit a körülményeik csak megerősítenek)

- A 19-es kérdésre 1-es vagy 2-es választ adott;
- Minden vasárnap vásárol;
- A nagy bevásárlásait vasárnap végzi;
- A munkaidő beosztása miatt csak vasárnap tud vásárolni;
- Vasárnap csak otthon van, vagy vásárol;
- Egyáltalán nem befolyásolja a hitéletét;

Alternatív lehetőségek esetén nem feltétlenül elutasító: (elutasítóak, de a körülményeik ezt kevésbé igazolják vissza, ők szombaton is hajlandóak vásárolni)

- A 19-es kérdésre 3-as vagy 4-es választ adott;
- Havonta legalább egy vasárnap vásárol;
- A nagy bevásárlásait szombaton, vagy vasárnap végzi;
- Vasárnap csak otthon van, vagy vásárol;
- Egyáltalán nem befolyásolja a hitéletét;
- És minden más, ami ettől szigorúbb feltétel, de még nem teljesen elutasító (pl. a 19-es kérdésre 1, vagy 2 a válasz, de a többi nem teljesül);

Teljesen elfogadó: (örülnének, ha az üzletek bezárnának vasárnap)

- A 19-es kérdésre 9-es, vagy 10-es választ adott;
- Soha nem vásárol vasárnap;
- A nagy bevásárlásait hétköznap végzi;
- A hitéletére nagy befolyással vannak a vasárnap nyitva tartó üzletek;

Meggyőzhető: (inkább a bezárás mellett vannak, de nem minden körülmény igazolja ezt vissza)

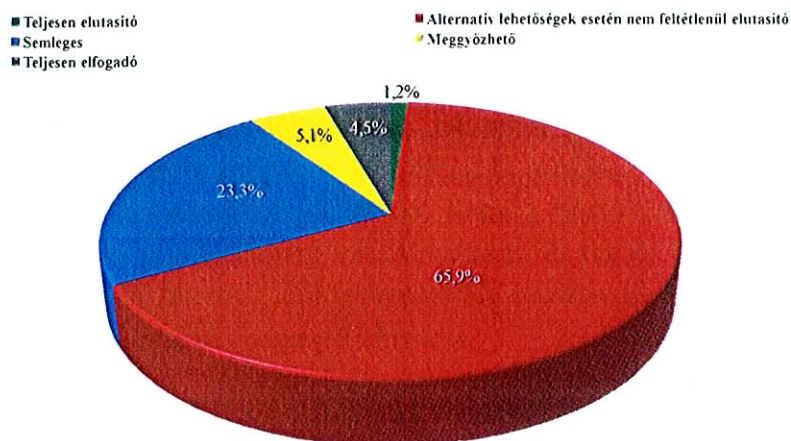
- A 19-es kérdésre 7-es, vagy 8-as választ adott;
- Soha, vagy ritkán vásárol vasárnap;
- A nagy bevásárlásait hétköznap végzi;
- A hitéletére nagy befolyással vannak a vasárnap nyitva tartó üzletek;
- És minden más feltétel, ami a „Meggyőzhető” és a „Teljesen elfogadó” között van;

Semleges:

- Az eddigi osztályozásból kimaradtak. Ők alkotják a skála közepét, és a többi kérdésben a két szélsőérték között helyezkednek el.

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

Az elfogadási csoportok megoszlása



Az eloszlás alapján látszik, hogy továbbra is az üzletek vasárnapi bezárásának ellenzői vannak nagy többségben, de azt is láthatjuk, hogy az igazán mereven elutasítók aránya elenyésző, viszont ők nem is győzhetők meg arról, hogy bezárjanak vasárnap az üzletek, mert valóban nem tudják kiváltani a vasárnapi vásárlást, más napokon nem tudják elvégezni a nagybevásárlásaikat.

Van azonban egy nagyobb létszámú ellenzői csoport (65,9%), akiknek az életkörülményei nem feltétlenül indokolják, hogy vasárnap vásároljanak, mint ahogy nem is teszik ezt minden vasárnap, mint ahogy a nagy bevásárlásaik sem mindig vasárnap vannak. Ez a csoport – vagy ennek a csoportnak egy része – megfelelő kommunikációs technikákkal, kampányokkal, ha elfogadóvá ugyan nem is, de semlegessé átalakítható. Ahhoz, hogy hatásos technikát lehessen találni e csoport véleményének formálására, meg kell tudnunk, hogy kik alkotják ezt a csoportot.

Az alternatív lehetőségek esetén nem feltétlenül elutasító csoport demográfiai összetételén belül az országos összetételükhöz képest felülreprezentáltak a következők:

- Regionálisan: Közép-Magyarország, Nyugat-Dunántúl és Észak-Alföld lakosai;
- Településtípusonként a Budapestiek;
- Korcsoportonként a 30 – 62 év közöttiek;
- Iskolai végzettségüként a felsőfokú végzettségűek;
- Gazdasági aktivitásuk szerint az aktív foglalkoztatottak és a GYES-en, GYED-en lévők;
- Háztartás létszáma szerint a négyszemélyes háztartások;
- Gyermekszám szerint az 1 -3 gyermekesek;
- Jövedelem szerint a negyedik, az ötödik, a hetedik, a nyolcadik, a kilencedik és a tizedik jövedelmi decilisbe tartozók;

Mint a felsorolásból is kitűnik, olyan csoportokat kerestünk, amelyek tagjai objektív helyzetük és vásárlási szokásaik alapján nem feltétlenül lennének elutasítók.

Így több olyan társadalmi csoportot is felfedeztünk, akik a direkt kérdés kapcsán az elutasítók között jelentek meg, de befolyásolhatók, mivel vásárlási szokásaiban már most is megjelenik a vasárnapi vásárlásról való „leszokás” lehetősége.

Ugyanakkor semmiképpen nem hagyható figyelmen kívül, hogy meglehetősen kényelmes helyzetben vannak most a vásárlók, hiszen bármikor gondolhatnak egyet, és már mehetnek is vásárolni, s mint tudjuk, a kényelemből senkinek sem könnyű feltétlenül visszavenni. Másrészt az adatokból jól látszik, hogy a háztartások anyagi lehetőségei erősen befolyásolják ma is a vasárnapi vásárlás tényét, és ennek következtében az alsó három jövedelmi decilisbe tartozók alulreprezentáltak az ellenzők között, de az alternatív lehetőség esetén nem feltétlenül elutasítók között is.

8. A vasárnap vásárolt termékek alternatív beszerzésének lehetőségei

Tovább erősíti azt a véleményünket, hogy a nagymértékű elutasítás mellett is a megkérdezettek egy jelentős részének már most van alternatívája arra nézve, hogy ha az általa vasárnap vásárolt terméket nem veheti meg vasárnap, akkor se kelljen lemondania róla, azt hétköznap, vagy e-kereskedelem útján is beszerezheti. Ezt a problémát úgy vizsgáltuk, hogy az általunk felsorolt termékekről megkérdeztük a vasárnapi vásárlóktól, hogy szokták-e vásárolni, majd rákérdeztünk arra is, hogy ha bezárnának a boltok, akkor hétköznap is meg tudná-e venni, illetve az e-kereskedelem csatornáin is hozzá tudna-e férni.

Ahhoz tehát, hogy az alternatív beszerzési lehetőségeket vizsgálhassuk, először meg kellett néznünk, hogy a vasárnapi vásárlók általában mit szoktak venni.

Erre a kérdésre adandó válaszhoz kétfajta információ útján jutottunk. Egyrészt mindenkitől megkérdeztük a nagybevásárlása napját, amire a megkérdezettek 18,5%-a jelölte meg a vasárnapot. A válaszok megoszlása azonban arra enged következtetni, hogy a nagybevásárlásnak **két fő napja van: péntek és szombat** (ezen a két napon végzi a nagy bevásárlásait a megkérdezettek 61,6%-a).

A péntek ebből a szempontból azért érdekes, mert úgy „tud” a nagybevásárlás fő időpontja lenni, hogy munkanap – még ha sok helyen rövidített munkaidővel is. Az emberek tehát munkájuk végeztével – ami kinek délután 14 óra, kinek 16 óra, kinek később – még igen nagy arányban (31,3%) tudnak időt szakítani arra, hogy vásároljanak. Mivel ez a pénteki zárásig – már ahol van pénteki zárás – igen korlátozott időtartamot jelent, ezért mindenképpen ez a nap (még inkább ennek a napnak a késő délutánja) jelenti az üzletek számára az igazi bevásárlói „rohamot”. Ha ebből a szempontból nézzük, akkor azt kell, mondanunk, **hogy az üzletek időbeli egyenlőtlen terhelését valószínűleg tovább növeli az esetleges vasárnapi zárvatartás.**

Ez a vásárlási idő hossza miatt és a dolgozók terhelése szempontjából ugyan negatív hatás a fokozott terhelés miatt, viszont a munkahely biztonsága miatt akár pozitív is lehet (feltéve persze, ha a vasárnapi nagy bevásárlások péntekre, vagy szombatra tevődnek át).

Másrészt a vasárnap vásárolt termékekkel kapcsolatban megállapíthatjuk, hogy a megkérdezettek valamivel kevesebb, mint egyötöde a nagybevásárlásait végzi ezen a napon (természetesen a dolog műfajából adódóan nem a hónap minden vasárnapján), ami meglehetősen vegyes áruösszetételt jelent. Így bár erre felhívjuk a figyelmet, és a vásárlói forgalom miatt jelentősnek ítéljük, a termékenkénti alternatív vásárlási lehetőségeknél nem kalkulálhatjuk az összetettsége miatt. Azt viszont tudjuk, hogy a termékenkénti vasárnapi vásárlás, és azok alternatív lehetőségeinek becslése csupán egy alsó korlátot képesek prognosztizálni (éppen a vasárnapi nagy bevásárlások torzító hatása miatt), ezért ebben a szokásos 5%-os hibahatárok nagyobbak, és nem feltétlenül szimmetrikusan helyezkednek el az általunk leírt értékekhez képest. (pl. ha azt a szélsőséges helyzetet feltételezzük, hogy az élelmiszert vásárlók között nem jelennek meg a vasárnap nagybevásárlásaikat végzők, de ők mind ekkor szoktak élelmiszert vásárolni, akkor a vasárnapi vásárlók több mint 100%-a élelmiszert vásárol, ami nem valószínű)

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

A nagyobb bevásárlásait a hét melyik napján szokta végezni?



A nagybevásárlások vizsgálata mellett további információt ad a vasárnaponként vásárolt termékpalettáról az is, hogy a megkérdezettek miként vélekednek a felől, hogy milyen termékeket szoktak vasárnap a kosrukba tenni. Ez azért fontos, mert mindenképpen tisztában kell lennünk a kiindulási alapokkal, ami esetünkben a vasárnap vásárolt áruszerkezet. E mellett azt is tudnunk kell, hogy a megkérdezettek a szűkülő vasárnapi vásárlási lehetőségek helyett milyen alternatív megoldásokat találnak spontán módon, valamint azt is, hogy mit tehetnek azok a vásárlók, akik számára nem kínálgatik alternatív megoldás.

A kiindulási alapok meghatározása érdekében minden egyes termékre külön megvizsgáltuk, hogy mennyien választották az adott terméket. Az adatok alapján megállapítható, hogy elsősorban a hétköznapi háztartásvezetéshez szükséges áruk vonzzák a vásárlókat az üzletekbe. Ezen áruk közül a nagyobb bevásárlóközpontok kínálatában igen gyakran vannak olyan termékek, amelyek akciós áron kerülnek forgalomba. Így a vásárlási nyitva tartás korlátozása nem csupán kényelmi szempontok miatt, hanem anyagi megfontolások miatt is ellenérzéseket kelthet a vásárlókban.

A vásárlási elutasítók ellenérzéseit némiképp csökkentheti az a tény, hogy a leggyakrabban vásárolt árucikkek más módon történő beszerzése a nagy többségnek nem okoz különösebb problémát. Ezt jól mutatja az a tény, hogy a vásárló vásárolt élelmiszereket a megkérdezettek 83,1%-a hétköznap is be tudná szerezni, míg az e-kereskedelem csatornáin igénybe véve is a megkérdezettek 2,1%-a tudna élelmiszert vásárolni.¹⁰

A tisztálkodószerek, a mosószerek és vegyiárú beszerzésében hasonló tendenciákat figyelhetünk meg, hiszen a vásárló vásárlók közel négyötödének (79,4%) a kosarába kerül ilyen termék, de 63,6%-uk meg tudná azt venni hétköznap is, és az e-vásárlás útján is hozzá tud jutni 11,1%.



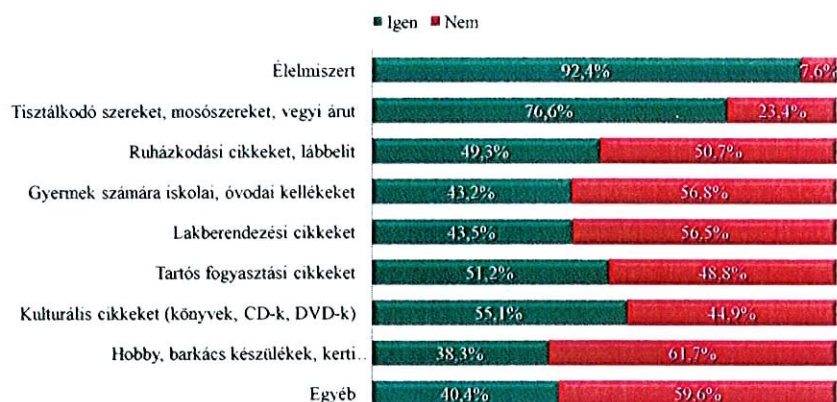
Nagyobb problémát jelenthet a kevesebbek által vásárló vásárolt árucikkek beszerzése, mint a gyermekek iskolai óvodai kellékei, a hobby-, és barkácskészülékek, valamint a lakberendezési cikkek. Ezen termékek beszerzésének nehézségeit többek között az ilyen termékek árusításával foglalkozó szaküzletek hétköznapi nyitvatartása, és a vevők vásárlásra szánt idejének nehezebb összeegyeztetésében kell keresnünk.

¹⁰ Ez a két érték azonban nem adható össze sematikusan, hiszen lehet olyan megkérdezett, aki hétköznap is tud vásárolni, és az e-kereskedelem útján is be tudja szerezni a termékeket.

Az alternatív vásárlási lehetőségek vizsgálata érdekében minden egyes termékre külön megvizsgáltuk, hogy akik választották, azok akár a hétköznapi beszerzés, akár az e-kereskedelem kapcsán is választották-e az adott terméket. Amennyiben igen, akkor úgy tekintettük, hogy az egyén számára adottak a termék alternatív beszerzésének lehetőségei. Amennyiben sem a hétköznapi beszerzést, sem az e-kereskedelmet nem választotta, akkor úgy ítéltük meg, hogy alternatív módon nem képes beszerezni az egyén az adott terméket.

Ezzel a módszerrel elkerültük azt, hogy ha valaki egynél több alternatív beszerzési lehetőséget is igénybe tud venni, akkor is csak egyszer jelenjen meg, mint aki más módon is képes beszerezni az adott terméket, így nem torzult azok aránya, akiknek e miatt nem jelent problémát az esetleges vasárnapi nyitvatartási tilalom.

Meg tudja-e oldani a vasárnap vásárolt cikkek vásárlását más időben, vagy más módon?



További alternatívák a vasárnapi vásárlás korlátozása esetén annak a lakosság általi küszöbölésére

A hét más napján történő vásárlás mellett is maradna lehetősége a lakosságnak más módon beszerezni azokat a termékeket, amelyeket a vasárnapi vásárlási tilalom által érintett üzletekben vasárnap nem szerezhetnének be.

A válaszok alapján a megkérdezettek ezzel tisztában is vannak, hiszen a nyitvatartási tilalom által nem érintett üzletekben történő vásárlás ugyanolyan mértékben elfogadott a mintában lévők számára, mint a vásárlói hűség miatti hétköznapi vásárlás. Ez egyben azt is jelentheti, hogy a vasárnapi nyitvatartási tilalom által nem érintett üzletek vásárlói forgalma megemelkedik, amivel amennyiben élni szeretnének ezek az üzletek, akkor az árukészletében és gazdálkodásukban, a választékuk bővítésében is meg kell felelniük ennek az új kihívásnak.

A megkérdezettek többsége ezen a két alternatíván túl a kisebb üzletekben történő vásárlást is valószínűnek tartja, amennyiben a nagyobb üzletekben nem tudna vásárolni.

Ezeknél az üzleteknél is érvényes az a megjegyzésünk, hogy erre a kihívásra az árukészlet nagyságával és a választékkal tudnának megfelelően válaszolni, de esetükben ez komoly fizikai korlátokba ütközik. (Például az ilyen üzletek már ma is sokszor végsőként kihasznált alapterülete miatt). Számukra ennek a problémának a megoldása gyakran csak új üzlet nyitásával lehetséges, amely a beruházás megtérüléséig előnytelen helyzetet teremthet számukra.

Vélhetően ezt a lehetőséget is végiggondolva sokan nem változtatnak majd eddigi eladói magatartásukon. Ugyanakkor egy ilyen üzletnyitási hullám felkészülten kell, hogy érje az új üzlet szempontjából szóba jöhető ingatlanok tulajdonosait is, így az önkormányzatokat is, melyek még mindig az egyik legjelentősebb tulajdonosok egyike ezen a téren.



A kis üzletekben történő vásárlási szándékot úgy is megerősítettük a megkérdezettekkel, hogy külön rákérdeztünk: ha a nagyobb üzletek vasárnap zárva tartanának, akkor elmennének-e vásárolni kis üzletekbe. Az előző kérdésre adott válaszhoz hasonlóan a megkérdezettek többsége hajlik egy ilyen megoldásra, így mindenképpen számítani kell a kisebb üzletek forgalmának az emelkedésével, így ezen üzleteket nem érheti felkészületlenül a nyitvatartási tilalom.

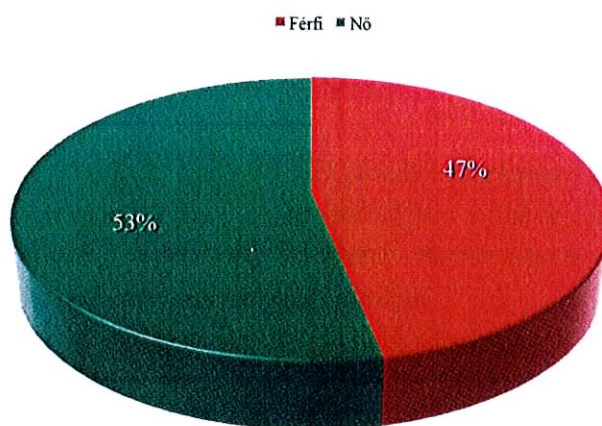
9. Demográfia

Ebben a fejezetben mutatjuk be a demográfiai ismérvek megoszlását. Ezek a kérdések arra szolgáltak, hogy bemutassuk a vasárnapi nyitvatartás elutasítását, vagy elfogadását, és azt, hogy e kérdések mentén milyen lakossági reakciókra számíthatunk.¹¹

A reprezentativitási szempontok alapjául szolgáló demográfiai mutatók

NEKEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

A megkérdezettek nem szerinti összetétele

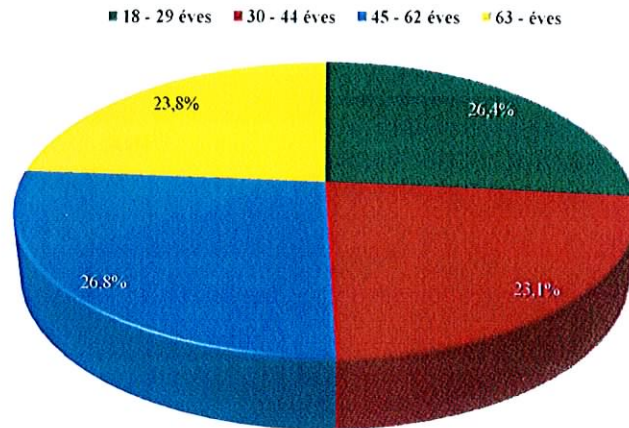


A mintavételi követelmények tárgyalásánál már utaltunk arra, az országos megoszlások vizsgálatánál nem tapasztaltunk eltérést a lakosság és a minta összetétele között, ennek megfelelően a nők és a férfiak aránya megegyezik a teljes felnőtt populációban megfigyelhető nemek közötti aránnyal. A nemek közötti arányok vizsgálatánál az egymást kioltó kerekítésekén túl nem talákoztunk egyetlen olyan tényezővel sem, ami az összetétel megváltoztatását igényelte volna.

¹¹ Illetve a minta reprezentativitási szempontjainak kontrolljául szolgálhatnak

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

A megkérdezettek korcsoportok szerinti összetétele



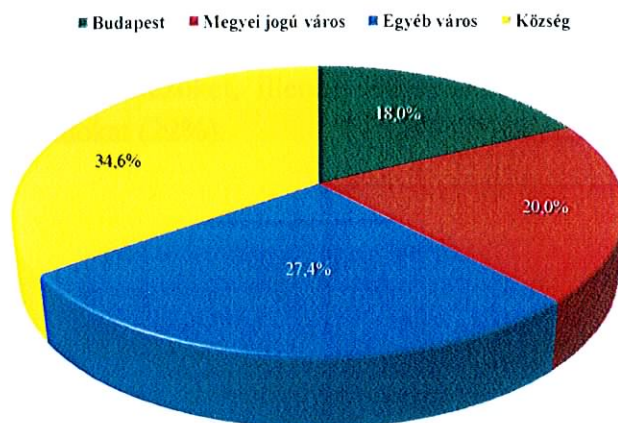
A mintavételnél arra törekedtünk, hogy a KSH életkori kategóriáit úgy vonjuk össze, hogy hozzávetőleg azonos lélekszámú életkori csoportokhoz juthassunk. Ez azért volt fontos, hogy az egyes életkori csoportok létszáma semmiképpen ne befolyásolja a korcsoportonkénti statisztikák megbízhatósági szintjét.¹²

A további két demográfiai ismerv ismertetése nem terjed ki semmiféle mintavételi megfontolásra, hiszen területi követelmény lévén egyértelmű, hogy az adott területen mennyi általunk célcsoportba sorolt ember él. Ennek következtében a megkérdezettek regionális és településtípusok szerinti megoszlását mindenféle megjegyzés nélkül, csupán az ábrák feltüntetésével közöljük.

¹² Ugyan ennek kivédése elvileg garantált az egyes statisztikai módszerekben, de az abszolút biztos módszer az egyenlő, vagy közel egyenlő lélekszámú csoportok alkalmazása. A keresztátlák függetlenségét vizsgáló khi-négyzet próba pl. kimondottan érzékeny az alacsony elemszámokra, de ezzel a megoldással ennek az érzékenységnek még csak a veszélye sem fenyeget minket.

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

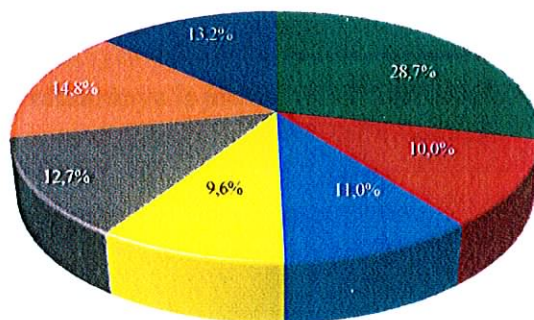
A megkérdezettek településtípus szerinti összetétele



NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

A megkérdezettek regionális összetétele

■ Központi régió ■ Nyugat-Dunántúl ■ Közép-Dunántúl ■ Dél-Dunántúl
■ Észak-Magyarország ■ Észak-Alföld ■ Dél-Alföld

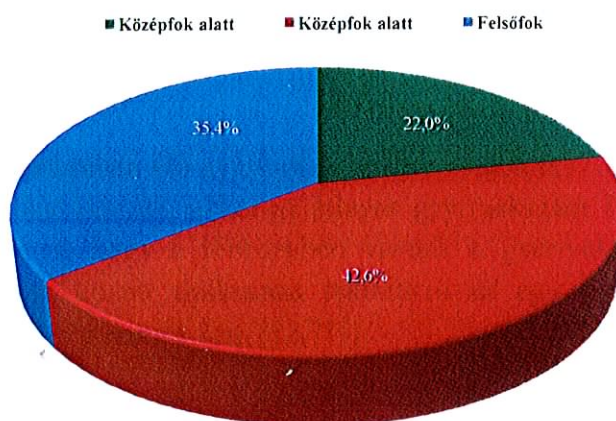


A minta követelményein kívüli demográfiai jellemzők

A megkérdezettek iskolai végzettségük szerint többségükben középfokú végzettségnél alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkeznek (42,6%). Az iskolai végzettség kategóriáinál el kell mondanunk, hogy a középfok alatti végzettségek között szerepelnek az általános iskolai végzettség és a szakmunkásképző, vagy különböző szakiskolai végzettségek. A középfokú végzettségek közé soroltuk a szakközépiskolai, vagy gimnáziumi érettségivel rendelkezőket, illetve a felsőfokú végzettséget nem adó, de érettségig igénylő tanfolyamokat (22%).

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?

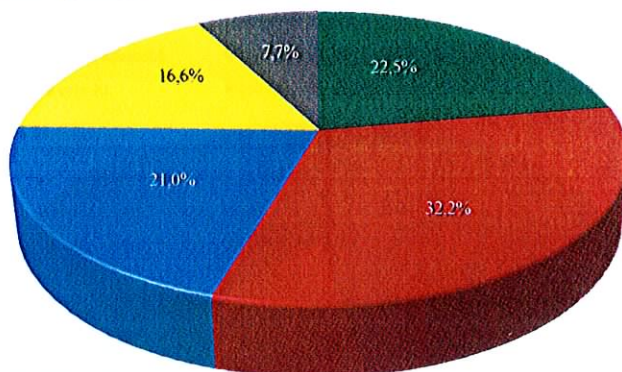


A háztartások átlagos létszáma a megkérdezettek körében 2,58 fő, mely alapján a tipikus háztartás létszám a két személyes háztartás (32,2%), de az egy (22,5%) és a három személyes háztartás (21%) részaránya is jelentős a megkérdezettek között.

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

Önt is beleértve hányan élnek Önök egy háztartásban?

- Egyszemélyes háztartás
- Két fős háztartás
- Három fős háztartás
- Négy fős háztartás
- Öt személyes, vagy nagyobb háztartás



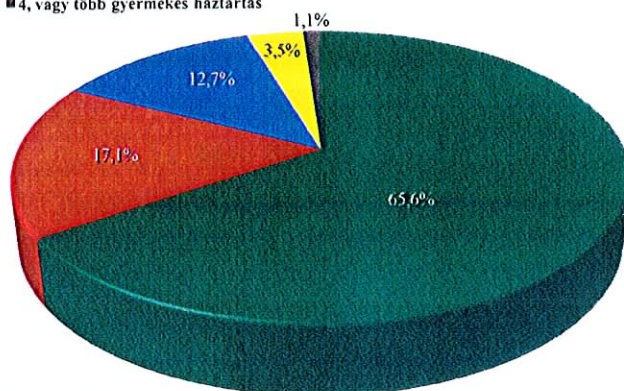
Átlagos háztartás létszám = 2,38 fő

A megkérdezettek háztartásában élő gyermekek átlagos száma 0,57 fő, viszont ha csupán a gyermekes háztartásokat nézzük, akkor az átlagos gyermekszám 1,67 fő. Az első adat már önmagában utal arra, hogy a többségben vannak a gyermek nélküli háztartások (65,6%), a gyermekesek között tipikusnak tekinthető az egy gyermekes családtípus (17,1%), de nem ritka a két gyermek sem (12,7%).

NEMZETGAZDASÁGI
MINISZTERIUM

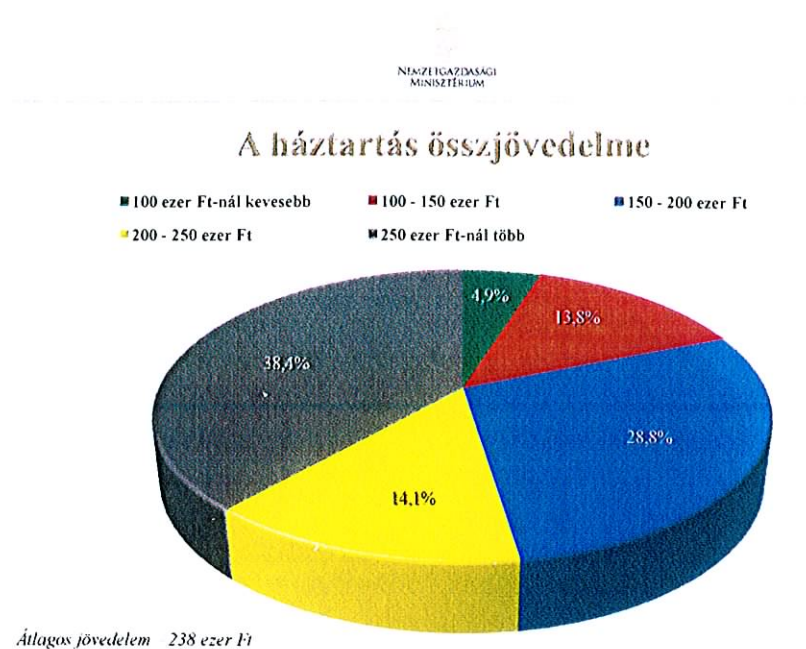
Ebből mennyi a gyermek?

- Gyermektelen háztartás
- 1 gyermekes háztartás
- 2 gyermekes háztartás
- 3 gyermekes háztartás
- 4, vagy több gyermekes háztartás

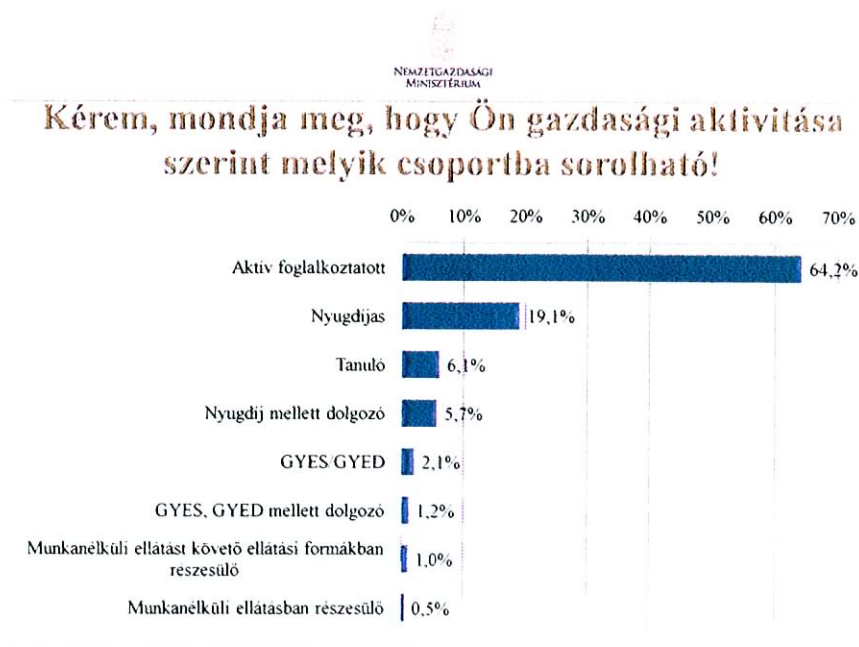


Átlagos gyermekszám = 0,57 fő

A kutatás során megkérdezettek átlagos háztartási jövedelme 238 000 forint, az alacsony háztartási jövedelműek részaránya 9%.



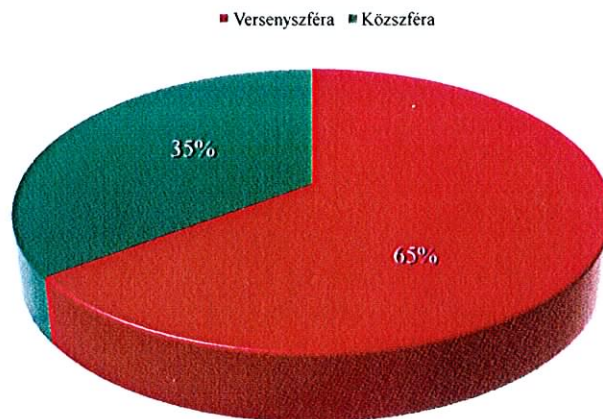
A viszonylag magas jövedelem miatt is valószínűsíthető, és a gazdasági aktivitásból pedig látszik, hogy a felvétel során túlsúlyba kerültek az aktív foglalkoztatottak (64,2%), némiképp alulreprezentáltak az inaktívak.¹³



¹³ Például nyugdíjasok, munkanélküliek

Az aktív foglalkoztatottak és a főstátuszuk (GYES/GYED, nyugdíj) mellett dolgozók többsége (65%-a) a versenyszférában végez valamilyen munkát.

NEMZETGAZDASÁGI MINISZTERIUM
Kérem, mondja meg, hogy az Ön munkáltatója
melyik csoportba sorolható!



A megkérdezettektől végül azt szeretnénk volna megtudni, hogy a háztartását és életszínvonalát tekintve hol helyezné el 1-10 fokozatú skálán. Várakozásunknak megfelelően a két középpérték (5, illetve 6) kapta a legtöbb választ (20,5%, és 27,6%), amelyet a megkérdezettek közel fele választott. Ugyanakkor a jövedelemnél is érzékelt kissé felfelé torzuló hatás itt is látható, hiszen az 1 és a 2 kategóriában egyetlen válaszoló sincs, míg a magasabb kategóriában (a 10-estől eltekintve) találhatunk válaszolókat. Ennek következtében a megkérdezettek átlagos önbesorolása 5,75.

NEMZETGAZDASÁGI MINISZTERIUM
Kérem, mondja meg, hová sorolná az Ön háztartását az életszínvonalukát
tekintve.

