

DIPLOMADOLGOZAT

BIZSE BETTINA

2025.



**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Kaposvári Campus
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet
Pénzügy mesterképzési szak**

**A FOGYASZTÁSI KIADÁSOK HATÁSA A SZUBJEKTÍV
ELÉGEDETTSÉGRE**

Belső konzulens: Dr. Parádi-Dolgos Anett Katalin
egyetemi docens

Készítette: Bizse Bettina
RDABZK
nappali

Intézet: Vidékfejlesztés és Fenntartható
Gazdaság Intézet

**Kaposvár
2025.**

TARTALOMJEGYZÉK

1. Bevezetés.....	4
2. A téma szakirodalmának áttekintése	5
2.1. A boldogság közgazdasági megközelítése	5
2.1.1. Szubjektív jóllét és boldogság.....	5
2.1.2. A boldogság mérhetősége	7
2.1.3. A boldogság és a jövedelem kapcsolata	12
2.2. A fogyasztás	14
2.2.1. A boldogság és a fogyasztási kiadások közötti kapcsolat	14
2.2.2. A fogyasztás és a jövedelem kapcsolata	18
2.2.3. A fogyasztás és infláció közötti kapcsolat	19
2.2.4. A fogyasztói kosár.....	22
3. Célkitűzés	27
4. Alkalmazott anyag és módszer.....	29
5. Eredmények és értékelésük	33
6. Következtetések és javaslatok	38
7. Összefoglalás.....	41
8. Irodalomjegyzék.....	43
9. Ábrajegyzék	47
10. A diplomadolgozat tartalmi kivonata.....	48
11. Nyilatkozatok	49

1. BEVEZETÉS

Napjaink gazdasági és társadalmi folyamataiban egyre gyakrabban merül fel a kérdés, hogy a pénz valóban boldogít-e. Bár a közbeszédben gyakran halljuk, hogy „a pénz nem boldogít”, a magasabb jövedelmű társadalmi rétegek életkörülményei, fogyasztási szokásai és általános elégedettségi szintjei sok esetben mégis ellentmondani látszanak ennek az állításnak. A jólét és a fogyasztás kapcsolata tehát korántsem egyértelmű, és mind a közgazdaságtan, mind a pszichológia, mind pedig a társadalomtudományok egyik legizgalmasabb vizsgálati területét képezi.

A téma relevanciáját az adja, hogy a fogyasztási minták, a jövedelmi különbségek, valamint az infláció alakulása napjaink gazdasági környezetében egyre nagyobb hatással vannak az egyének szubjektív jóllétére és elégedettségére. A globális gazdasági bizonytalanság, az árak növekedése és a fogyasztói kosár szerkezetének változása olyan kérdéseket vetnek fel, amelyek túlmutatnak a pusztán anyagi jóléten: vajon a magasabb fogyasztás valóban nagyobb boldogságot eredményez, vagy létezik egy olyan pont, amely felett a többletfogyasztás már nem jár együtt a szubjektív elégedettség növekedésével?

Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy a különböző országokban mért fogyasztási kiadások, a jövedelmi szintek és az infláció milyen mértékben járulnak hozzá a közgazdasági értelemben vett boldogsághoz, azaz a szubjektív jólléthez. Elemzésemben arra keresem a választ, hogy a fogyasztási szerkezet, valamint az egyes kiadási kategóriák (például lakhatás, élelmiszer, egészségügy, szabadidő) milyen összefüggést mutatnak a boldogság és az elégedettség szintjével.

A vizsgálat során külön figyelmet fordítok a fogyasztói kosarak összehasonlíthatóságának problémájára, hiszen az egyes országok eltérő árszínvonallal, jövedelemmel, fogyasztási szokásokkal, társadalmi és gazdasági háttérrel, valamint adózási és közszolgáltatási rendszerrel rendelkeznek. Mindezek alapján a fogyasztás és a boldogság közötti kapcsolat értelmezése csak komplex, többtényezős megközelítésben lehetséges.

A kutatás kiindulópontja az a feltételezés, miszerint a magasabb jövedelem a fogyasztás bővüléséhez vezet, ami hozzájárulhat a boldogság és a jóllét szintjének növekedéséhez - legalábbis egy bizonyos határig. Céлом annak feltárása, hogy ez az összefüggés milyen mértékben és milyen tényezők mentén érvényesül a különböző gazdasági környezetekben, valamint, hogy a fogyasztás mely területei járulnak leginkább hozzá az egyének szubjektív elégedettségéhez.

2. A TÉMA SZAKIRODALMÁNAK ÁTTEKINTÉSE

Ebben a fejezetben a boldogság méréséről, a szubjektív jóllét és a boldogság kapcsolatáról, a boldogság méréséhez kapcsolódó lehetséges indexekről (teljesség igénye nélkül), boldogság és jövedelem kapcsolatáról lesz szó.

2.1. A boldogság közgazdasági megközelítése

A boldogság közgazdaságtana a boldogságkutatás kérdéseinek vizsgálatához a közgazdaságtan egy új irányát kínálja. E megközelítés szerint a hasznosság mérhető, és az egyének között is összehasonlítható, így a kardinális hasznosságfogalom újjáéledéseként is értelmezhető (Lelkes, 2003).

Kahneman – aki 2002-ben Nobel-díjat kapott – kutatásaiban a szubjektív élményt megfigyelhetőnek és mérhetőnek tekintette (Kahneman & Krueger, 2006). A hasznosság mérhetősége új lehetőségeket nyitott az empirikus kutatásokban, és lehetővé tette korábban nem bizonyított előfeltevések vizsgálatát, ami értékes információkat szolgáltathat a gazdasági döntéshozók számára (Lelkes, 2003).

2.1.1. Szubjektív jóllét és boldogság

A közgazdaságtan klasszikus gondolkodói, például Adam Smith és Pigou, már korán rámutattak arra, hogy a valódi boldogság elérése túlmutat az anyagi javakon – az emberi boldogság tehát nem csupán a materiális jólétből fakad. Az empirikus kutatások megjelenésével a 20. század második felében a hasznosság fogalma is kibővült: a jólét (welfare) mellett egyre inkább megjelent a jóllét (well-being) kifejezés is. A kutatók gyakran szinonimaként használják a jólét és a jóllét fogalmát, illetve sok esetben a jóllétet és a boldogságot tágabb jelentéssel ruházzák fel, mint a jólétet vagy a hasznosságot. Ennek következtében a boldogságstatisztikák elemzésekor gyakran találkozunk e fogalmi ellentmondásokkal (Takács, 2009).

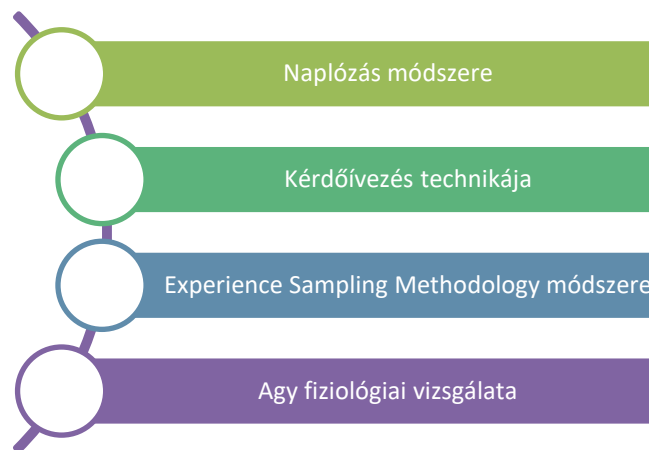
Felmerül a kérdés, hogy a boldogság és az egyéni jóllét azonos fogalmak-e. Bár nem állíthatjuk, hogy pusztán attól boldogabbak leszünk, ha több spagettit, zöldséget vagy gyümölcsöt fogyasztunk, az azonban kétségtelen, hogy bizonyos élmények - például egy vágyott utazás megvalósítása - nagymértékben hozzájárulhatnak az egyéni jóllét érzéséhez.

A boldogság mérése jelentős kihívást jelent. Bár a szubjektív megközelítések több tudományágban már kézzelfogható eredményeket hoztak, a közgazdászok továbbra is az objektív mérési módszereket részesítik előnyben. A boldogság, vagyis az egyéni elégedettség meghatározó tényezőiről a kelet-európai országokban egészen a 2000-es évekig viszonylag kevés kutatás készült. Ugyanakkor a szubjektív jóllét vizsgálatának gyökerei korábbra nyúlnak vissza: már mintegy húsz évvel korábban is léteztek olyan módszerek, amelyek például a munkával való elégedettséget mérték (Medgyesi & Róbert, 2000).

A szubjektív mérési módszert – például a „Mennyire érzi magát boldognak egy 1-től 5-ig terjedő skálán?” típusú kérdéseket – gyakran nevezik a pillanatnyi lelkiállapot mérésének. Ugyanakkor számos kutatás igazolja, hogy a közgazdasági és demográfiai változók következetesen korrelálnak az egyéni boldogságadatokkal. Fontos azonban megjegyezni, hogy a pillanatnyi hangulat erősen befolyásolhatja az ilyen méréseket: ha például valamilyen kellemetlen esemény történik velünk az adott napon, akkor a boldogságunkra vonatkozó kérdésre valószínűleg alacsonyabb értéket adunk. Így a mindennapi pozitív és negatív élmények közvetlenül hatnak a boldogságérzetünkre.

A hazai, elégedettséget vizsgáló szakirodalmakban jellemzően a szociológiai megközelítés dominál. Ennek sajátossága, hogy nem hoz létre kapcsolatot az általános elégedettség és a hasznosság fogalma között, ezért az általános elégedettség önálló vizsgálati kérdésként kevésbé jelenik meg. Előfordulhat továbbá, hogy az elégedettséget a jövedelmi helyzettel való elégedettséggel azonosítják (Lelkes, 2003).

Az empirikus kutatások során a boldogság mérésére használt módszereket alapvetően 4 típusba sorolhatjuk, amelyeket az alábbi ábra szemléltet:



1. ábra: Az empirikus kutatások boldogság mérésének módszerei

Forrás: saját szerkesztés, (Takács, 2009) alapján

Az 1. ábra az empirikus kutatások keretében alkalmazott boldogságmérési módszereket szemlélteti. A **naplózás módszere** Kahneman nevéhez köthető, amelynek lényege, hogy a megkérdezettek a nap végén visszaidéznek, milyen tevékenységeket végeztek, és ezek mennyire járultak hozzá boldogságérzetükhöz. Ennek a módszernek előnye, hogy az egyén kiértékelheti, mely tevékenységek váltottak ki benne pozitív, illetve negatív érzéseket a nap folyamán. A **kérdőíves módszer** ezzel szemben azt jelenti, hogy a válaszadónak egy skálán kell megjelölnie saját elégedettségét vagy boldogságérzetét. (Kahneman & Krueger, 2006). Az **Experience Sampling Methodology** (élménymintavételi módszer) Csíkszentmihályi Mihály nevéhez köthető. Az eljárás lényege, hogy a résztvevő egy kis számítógépet vagy más hordozható eszközt visel magánál, amely a nap folyamán véletlenszerű időpontokban jelez számára. Ilyenkor a megkérdezett rögzíti aktuális szubjektív jóllétét, valamint az éppen végzett tevékenységet. Az így gyűjtött adatok alapján meghatározható, hogy az egyes tevékenységek

milyen mértékben járulnak hozzá a boldogságérzethez, és ennek eredményeként egy, az előző mérésekhez képest újdonságértékkel bíró tevékenység–boldogság struktúra rajzolódik ki.

Véleményem szerint az empirikus boldogságkutatások egyik legizgalmasabb területe az **agy fiziológiai vizsgálata**. E kutatások során legtöbbször elektródákat helyeznek el a fejbőr különböző pontjain, hogy mérjék az agy eltérő területeinek elektromos aktivitását. Az így nyert EEG-eredményeket ezután összevetik a résztvevők által beszámolt érzelmi tapasztalatokkal. A vizsgálatok kimutatták, hogy pozitív érzések esetében az agy bal elülső részében erősebb az elektromos aktivitás, míg negatív érzések esetén a jobb elülső agyterületen tapasztalható fokozott aktivitás. (Takács, 2009) (Csíkszentmihályi, Kubey, & Larson, 2006.) (Bizse, 2023.).

2.1.2. A boldogság mérhetősége

A társadalmi jólét és jóllét objektív és szubjektív mérésének jelentőségét már az országok vezetői is felismerték, hiszen ezek az adatok közvetlenül befolyásolhatják mind a háztartások, mind a vállalatok döntéseit (például a munkaerő megtartására vonatkozó stratégiákat). Érdemes végiggondolni, mely tényezők határozzák meg egy ország jóllétét: ilyenek többek között a gazdasági teljesítmény, az életminőség, a környezet állapota, a fenntarthatóság, a társadalmi egyenlőség, az oktatás színvonala, az egészség, valamint a személyes jóllét. (Pomázi, 2014).

A következőkben tekintsük át (teljesség igénye nélkül), hogy mely indexek vagy eszközök nyújtanak segítséget a lakosság jóllétének, boldogságának mérésével kapcsolatban.

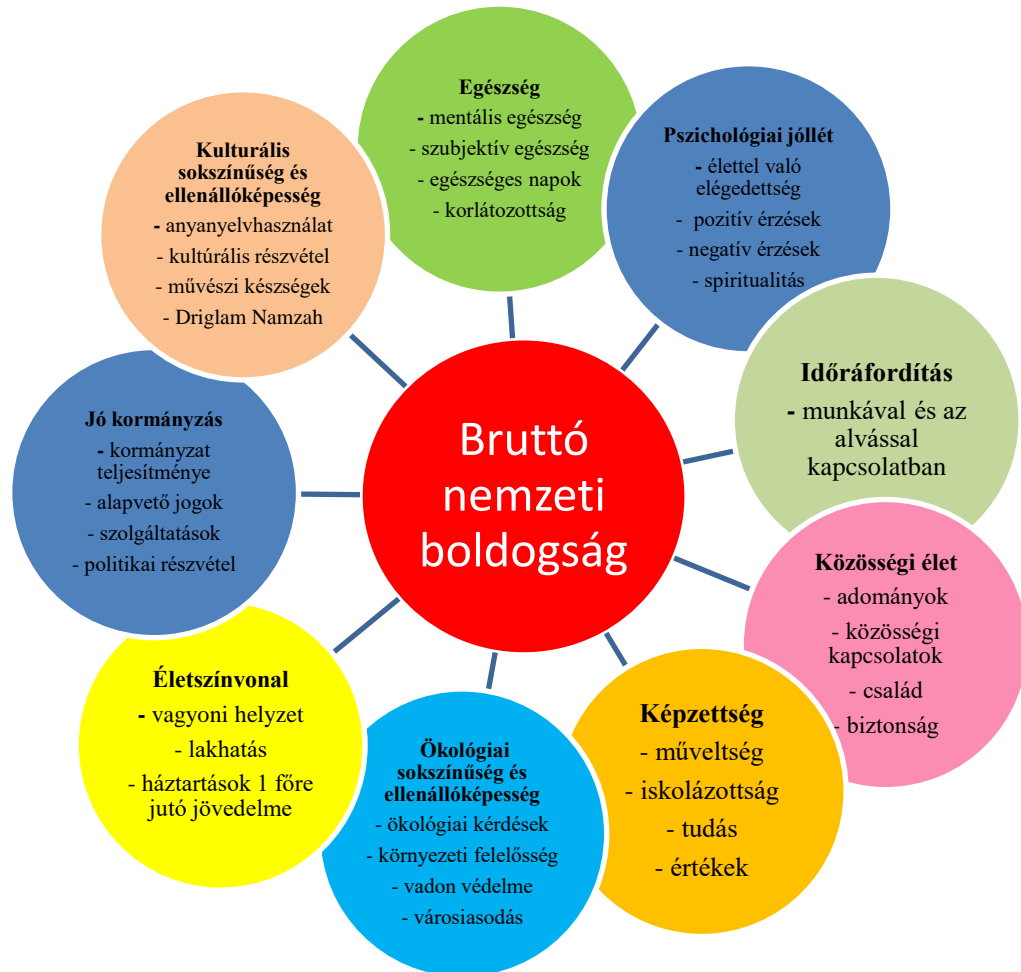
A **„bruttó nemzeti boldogság”** (Gross National Happiness, GNH) fogalmát először Bhután királya, IV. Jigme Singye Wangchuck vezette be 1972-ben. A koncepció lényege, hogy a fenntartható fejlődésnek holisztikusan kell szemlélnie a társadalmi haladást, és a jólét nem gazdasági dimenzióit ugyanolyan fontosnak kell tekinteni, mint a gazdasági mutatókat. A GNH gondolata azóta alapvetően meghatározza Bhután gazdasági és társadalompolitikai döntéseit, és idővel más országok érdeklődését is felkeltette világszerte.

A bruttó nemzeti boldogság index létrehozásával Bhután egy olyan mérőeszközt fejlesztett ki, amely támogatja a politikai döntéshozatalt, valamint ösztönzőként szolgál a kormány, a civil szervezetek és a helyi vállalkozások számára a GNH értékének növelésére. Fontos hangsúlyozni, hogy az index nem csupán a „boldogság” szubjektív pszichológiai értékelését méri, hanem a bhutáni lakosság általános jóllétének átfogó, holisztikus tükrözése. Az index egyetlen összesített értékből áll, amelyet kilenc fő területre bontottak, és 33 mutató alapján számítanak ki (Vitrai, 2022).

A bruttó nemzeti boldogság (GNH) koncepcióját gyakran **négy alapvető pillér** mentén értelmezik, amelyek a következők: jó kormányzás, fenntartható társadalmi-gazdasági fejlődés, a kultúra megőrzése, valamint a környezetvédelem. E négy pillért tovább bontották **kilenc részterületre**, hogy a GNH-index értelmezése átfogóbb és szélesebb körben érthető legyen,

valamint, hogy az eredmények a holisztikus megközelítés elveinek megfelelően jelenjenek meg.

A GNH-index tehát olyan társadalmi-gazdasági dimenziókat ölel fel, amelyek a hagyományos jóléti mutatókon túlmutatva az emberi élet minőségének komplex értékelését teszik lehetővé. E területeket az alábbi ábra szemlélteti (Vitrai, 2022).



2. ábra: A bruttó nemzeti boldogság 9 területe és 33 mutatója

Forrás: saját szerkesztés (Vitrai, 2022) és (Sangha, Russell-Smith, & Costanza, 2019) (Bizse, 2023.) alapján

A 2. ábra a bruttó nemzeti boldogság (GNH) index kilenc területét szemlélteti, többek között az egészség, az időráfordítás, a képzettség és az életszínvonal dimenzióit. A GNH index területeivel elsőként Kamaljit K. Sangha, Jeremy Russell-Smith és Robert Costanza foglalkoztak, de Vitrai József „Hol van mostanában a boldogság?” című cikkében is megtalálhatók ezek az indexek. Az egyes területekhez 2–4 mutatót rendeltek, amelyek várhatóan hosszú távon is informatívak maradnak, magas válaszadási aránnyal rendelkeznek, és viszonylag függetlenek egymástól. A kilenc terület egyenlő súllyal szerepel, mivel mindegyiket ugyanolyan fontosságúnak tekintik. A területeken belül az objektív mutatók

nagyobb súllyal szerepelnek, míg a szubjektív, önbevallásos mutatók kisebb súlyt kaptak az összesített érték kialakításában (Vitrai, 2022), (Sangha, Russell-Smith, & Costanza, 2019).

Az évente közölt **World Happiness Report** azt a globális igényt tükrözi, hogy a boldogság és a jólét nagyobb figyelmet kapjon a kormányzati politika kritériumaként. Áttekinti a boldogság helyzetét a világban napjainkban, és bemutatja, hogy a boldogság tudománya hogyan magyarázza a boldogság személyes és nemzeti eltéréseit.

A Gallup World Poll által készített életértékelések képezik az éves boldogsági rangsorok alapját. A válaszadókat arra kérik, hogy értékeljék saját jelenlegi életüket 0-tól 10-ig terjedő skálán, létrán, ahol a 10 jelenti a legjobbat és a 0 a legrosszabbat. Ezt a módszert „Cantril-létrának” is szokták nevezni, de gyakran boldogságértéknek vagy a szubjektív jóllét mutatójának is említik. A végeredmény országos reprezentatív mintákból származik három év vonatkozásában. A 6 változó adatait és az életértékelésekkel kapcsolatos adatok becsléseit használják az országok közötti eltérések vizsgálatára. Az előbb említett 6 változó közé tartoznak az alábbiak: egy főre jutó GDP, a szociális támogatás, a születéskor várható élettartam, a szabadság, a nagylelkűség és a korrupció. Fontos kiemelni, hogy a boldogsági rangsorok nem e hat tényező valamelyik indexén alapulnak, hanem az egyének saját életükre vonatkozó értékeléseik alapján (World Happiness Report, 2023).

2012. június 28-án az Egyesült Nemzetek Közgyűlése elfogadta a 66/281. számú határozatot, amely március 20-át a boldogság nemzetközi napjává nyilvánította. A Boldogság Világjelentést minden évben március 20-a körül adják ki a Boldogság Nemzetközi Napja megünneplésének részeként. A jelentés elkészítésében a Fenntartható Fejlődési Megoldások Hálózata mellett a Columbia Egyetem Fenntartható Fejlődési Központja is részt vesz, a kutatásban pedig további intézmények nyújtanak támogatást, többek között a London School of Economics, a Vancouver School of Economics, a Wellbeing Research Centre és a Helping and Happiness Lab. (World Happiness Report, 2023) (Bizse, 2023.).

A következőkben tekintsük át, hogy 2024-ben mely országok számítottak a legboldogabbnak, a rangsort az alábbi táblázat szemlélteti.

1. táblázat: A legboldogabb országok 2024-ben

Helyezés	Boldogság index	Ország
1.	7.741	Finnország
2.	7.583	Dánia
3.	7.525	Izland
4.	7.344	Svédország
5.	7.341	Izrael
6.	7.319	Hollandia
7.	7.302	Norvégia
8.	7.122	Luxemburg
9.	7.060	Svájc
10.	7.057	Ausztrália

Forrás: (Portfolio, 2024.) saját szerkesztés

Az 1. táblázat alapján megállapíthatjuk, hogy Finnország (7 éve szerepel az első helyen) számított a legboldogabb országnak 2024-ben, boldogság indexe 7,7 volt. Magyarország 56. helyen végzett a rangsorban, ezzel 5 helyet zuhant a 2023-as év adataihoz viszonyítva, indexe 6,0 volt. A jelentés, amely több mint 140 országot vizsgált, az ENSZ március 20-i nemzetközi világnapja alkalmából készült, és az előző három év átlagos életkörülmény-értékelése alapján rangsorolta az országokat.

A következőkben a boldogság ellentmondása kapcsán szeretnék pár szám adatot bemutatni Finnország vonatkozásában. Finnország tekintetében a következő kérdés fogalmazódott meg bennem: hogyan szerepelhet a világ legboldogabb országaként immáron a 7. éve, ha az országban extrém magas az öngyilkosságok száma, sőt pár éve még világelsőek voltak e tekintetben (hvg.hu, 2024.).

A jelentés egyik szerkesztője, John Helliwell szerint ez csak látszat ellentmondás. A World Happiness Report (WHR) által mért elégedettség ugyanis elsősorban az általános életkörülményeket, a megbízható politikai intézményrendszert foglalja magába, míg a szuicid viselkedést olyan tényezők segíthetik elő, mint például a válások száma, a vallásosság csökkenése vagy a társadalmi minták. Ezek pedig egymástól függetlenül is hathatnak egy társadalomban. Így nemcsak Finnországban, hanem Svédországban is azt a megállapítást kell tennünk, hogy egyszerre magas az élettel elégedettek és az öngyilkosok száma is. Fontos

kiemelni, hogy Finnország tekintetében a felére csökkent az öngyilkosok száma az utóbbi 3 évtizedben, melyet az alábbi adat támaszt alá: 1990-ben 1521 öngyilkosságot regisztráltak az alig 5 millió lakos arányában, 2022-ben 740-re csökkent az öngyilkossági halálozások száma az 5,6 millió finn lakosok tekintetében. Az utóbbi adat kapcsán az uniós átlagnak nagyjából megfelel az ország az öngyilkos rátát illetően (hvg.hu, 2024.).

Kíváncsi voltam arra, hogy az általam vizsgálat 5 éves intervallumban hogyan alakultak az Európai Unió tekintetében az öngyilkossággal kapcsolatos adatok. Az általam vizsgálat statisztika 3 korcsoportot különített el: 15 éves kortól 19 éves korig, 50 éves kortól 54 éves korig, 85 éves kor és afeletti korosztály.

Az Eurostat adatai (Az öngyilkossági halálozási arány korcsoportonként 2018-tól 2022-ig) kapcsán az alábbi megállapításokat tettem:

- ✓ a 15 éves kortól 19 éves korig tartozó korcsoport tekintetében 2018-tól 2021-ig az első 4 helyen Izland, Észtország, Litvánia és Finnország kapott helyet
- ✓ az 50 éves kortól 54 éves korig tartozó korcsoport tekintetében 2018-tól 2022-ig az első 3 helyen Litvánia, Liechtenstein, Belgium állt, míg Finnország a 16. helyen állt
- ✓ 85 éves kor és afeletti korosztály tekintetében 2018-tól 2021-ig az első 3 helyen Szerbia, Észtország, Magyarország állt, míg Finnország a 20. helyen kapott helyet.

Összességében tehát megállapítottam, hogy feltevésem alaptalannak bizonyult, hiszen Finnország a fent megjelölt öngyilkossági adatok alapján megfelel az Unió által támasztott követelményeknek, tehát jogosan jár az ország számára a legboldogabb jelző.

A következő vizsgált index az **OECD Jobb Élet Indexe** (Better Life Index). Az OECD (Gazdasági Fejlesztési Szervezet) egy nemzetközi szervezet, amely társadalomtudományi elemzéseket és kutatásokat végez, és 38 tagállamának nagy része a világ legfejlettebb országai közé tartozik. Az OECD által létrehozott Jobb Élet Index a világ 40 gazdag országát hasonlítja össze 11 dimenzió mentén, nagyrészt 2018-as adatok alapján. Ezek a dimenziók a következők: lakhatás, jövedelmek és vagyon, munkahelyek, társas kapcsolatok, oktatás, környezet minősége, politikai részvétel, egészség, étellel való elégedettség, biztonság, valamint a munka és magánélet egyensúlya (Aranyi-Aszalós, 2021).

A 2018-as adatok elemzése alapján a következőket állapíthatjuk meg Magyarországról a Jobb Élet Index keretében: a 40 vizsgált ország közül 31. helyen szerepelünk. Egy területen teljesítettünk az OECD-átlag felett, nevezetesen a munka és magánélet egyensúlyában: naponta átlagosan 15 órát szánunk pihenésre, és viszonylag kevés azok aránya, akik hetente 50 óránál többet dolgoznak. A lakhatási körülmények és az oktatás színvonala kismértékben marad el az OECD középértékétől. A biztonság mutatója is kedvezőnek mondható: bár a válaszadók fele nem szívesen sétál sötétben az utcákon, az 100 ezer főre jutó gyilkosságok száma csupán 1, ami jóval alacsonyabb az OECD-átlagos 3,7-nél (Aranyi-Aszalós, 2021).

Az alábbi dimenziók területén vagyunk lemaradva: az étellel való elégedettség, vagyon, társas kapcsolatok és politikai aktivitás. Az étellel való elégedettség tekintetében a magyarok

pontozása alapján 3,1 pontot gyűjtöttünk össze, szemben a 6,24-es OECD átlaggal. Magyarországon a háztartások átlagos nettó vagyona 104 458 USD, ami kicsivel több, mint a negyede az OECD átlagnak (408 376 USD). A társas kapcsolatok és a politikai aktivitás tekintetében szintén átlag alatti pontokkal rendelkezünk (Aranyi-Aszalós, 2021).

Az index adatai alapján az alábbi országokban a legboldogabbak az emberek: Norvégia (mutatói minden dimenzióban kiemelkednek), Ausztrália és Izland, viszont a rangsor legvégén Dél-Afrika, Mexikó és Kolumbia áll (Aranyi-Aszalós, 2021) (Bizse, 2023.).

2.1.3. A boldogság és a jövedelem kapcsolata

A szubjektív jólléttel foglalkozó közgazdászok egyik fő kérdése a jövedelem és az elégedettség közötti kapcsolat. A boldogság és a jövedelem között pozitív kapcsolat van, de egy bizonyos szint után a jövedelemnövekedés egyre kevésbé járul hozzá a boldogsághoz (ez a csökkenő határhaszon elve). Ezért makrogazdasági szempontból nem elég csak a GDP növelésére törekedni, hanem a társadalmi jólét és életminőség javítása is fontos. A gazdaságpolitikának figyelembe kell vennie a szubjektív jólétet, mert az hatással van a termelékenységre, egészségre és társadalmi stabilitásra is. Ennek eredményeként egyre több ország alkalmaz alternatív jóléti mutatókat a gazdasági fejlődés értékelésére. A következő alfejezetben azt fogom áttekinteni – a teljesség igénye nélkül –, hogy az eddigi kutatások milyen összefüggést találtak a jövedelem és az elégedettség között.

Az 1970-es években végzett kutatások tekintetében, Richard A. Easterlin az alábbi megállapítást tette: a magasabb jövedelemmel rendelkezők nagyobb része vallja magát boldognak (Easterlin, 1973). Ezt az állítást erősítette tovább Ed Diener és Robert Biswas-Diener kutatása, mely szerint az alacsony jövedelemmel rendelkező emberek kisebb valószínűséggel elégedettek az életükkel, mint a magas jövedelműek (Diener & Biswas-Diener, 2002.).

Parádi-Dolgos & Bareith elemzése a jövedelem és a boldogság nem lineáris kapcsolatát vizsgálta. Feltételezésük szerint a jövedelem és a boldogság együtt mozog egy bizonyos pontig, ezt követően a jövedelem további növekedése már nem növeli a boldogságot, sőt akár csökkentheti is azt. Magyarország esetében a jövedelmet az egy főre jutó GDP-vel azonosították, míg a boldogság adatai a World Happiness Report (WHR) adatbázisából származtak. Az elemzés eredményei szerint az egy főre jutó GDP és a boldogságindex szinte tökéletesen együtt mozogtak (korreláció: 0,96), ami azt mutatja, hogy hazánkra a „pénz boldogít” szakasz volt jellemző. A boldogságindex értéke 6,11 volt, ami nem tekinthető magasnak a többi ország indexéhez viszonyítva (Parádi-Dolgos & Bareith, 2022).

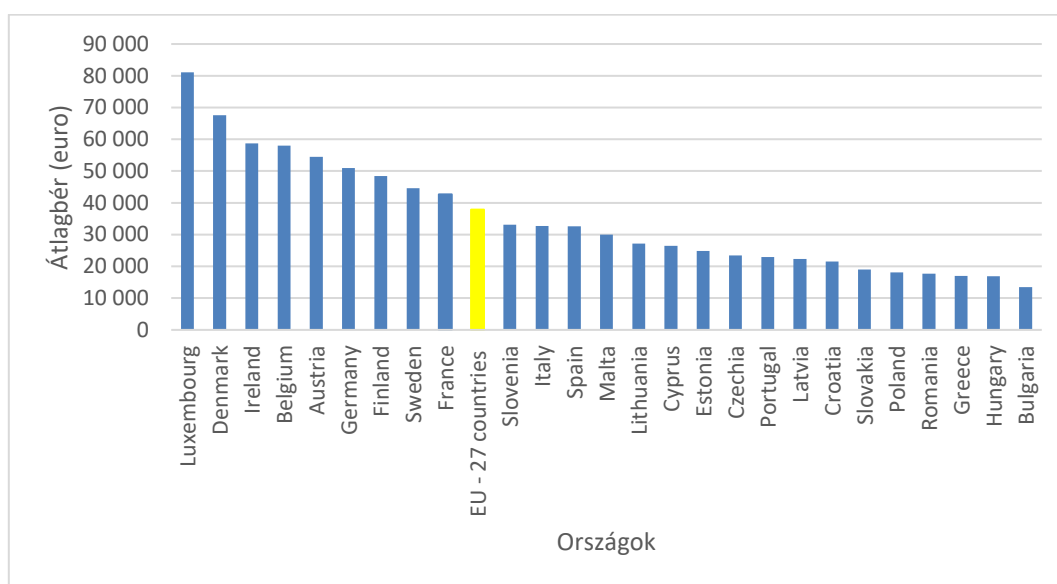
Emmanouil Mentzakis és Mirko Moro kutatásuk során azt a megállapítást tették, hogy a magasabb abszolút jövedelem növeli a szubjektív jóllétet (SWB), de csak egy bizonyos szintig, míg az alacsony jövedelem szignifikánsan korrelál az SWB ranglétrán elért alacsony pontszámokkal. Összességében, megállapítható, hogy a közgazdászok eredményei összhangban vannak az Easterlin-paradoxonnal: a magas jövedelmű csoportok kisebb

valószínűséggel érik el a legmagasabb SWB-szintet. Ennek oka részben az, hogy a relatív jövedelmi státusz (nem az abszolút jövedelem) játszik nagyobb szerepet a szubjektív jóllét legmagasabb szintjének meghatározásában (Mentzakis & Moro, 2008).

Takács megállapítása szerint a pénz csak egy bizonyos pontig boldogít, azon túl már nem növeli a boldogságot. Mikroökonómiai szempontból ez a telítettségi pont fogalmával is összefügg: ezen a ponton a fogyasztás további növelése nem emeli a teljes hasznosságot (TU), sőt, a határhaszon (MU) csökkenhet, végül 0 lesz. Ez alapján egyetérthetünk Takács állításával: ha hozzászokunk a magas fizetéshez, egy idő után nem leszünk ettől boldogabbak, mert a teljes hasznosság elérte a maximumát, a határhaszon pedig nulla. Takács rámutatott egy jólléti paradoxonra is: a folyamatosan fejlődő nyugati világban, ahol a fogyasztókat soha nem tapasztalt bőség önti el, nem feltétlenül válik az emberek boldogabbá a modern fejlődés. Ennek jelei például a fokozódó környezetszennyezés, a stressz és más lelki betegségek megjelenése (Takács, 2005).

Khatai Aliyev, Orkhan Nadirov és Bruce Dehning tanulmányának célja az volt, hogy megértse a jövedelem és az étellel való elégedettség közötti kapcsolat nem lineáris jellegzetességeit. A tanulmány összehasonlította az egyének életelégedettségét különböző vagyoni szinteken, a jövedelmi rétegben felfelé vagy lefelé haladva. A kutatók feltételezték, hogy amikor valaki növekvő jövedelemmel eléri az egyik réteg tetejét, elégedettsége magas, de amikor az egyik réteg tetejéről a következő réteg aljára kerül, elégedettsége csökken, ami egy hullámmintázathoz vezet (Aliyev, Nadirov, & Dehning, 2021.). Az elemzés 1654 azerbajdzsáni válaszó keresztmetszeti adataira épült, a kutatók a rendezett logit módszert alkalmazták a jövedelmi hullámok felső és alsó határainak azonosítására. Az egyes hullámelemek küszöbszintjeit külön számolták ki férfiakra és nőkre. Az empirikus eredmények megerősítették azt a hipotézist, mely szerint az életelégedettség hullámszerűen követi a jövedelem változását. Összességében a kutatók az alábbi megállapításokat tették: a magasabb jövedelmi szintről alacsonyabb kategóriába történő átsorolás az életelégedettség csökkenését eredményezi. Másrészt pedig, az alacsonyabb jövedelmi kategóriából magasabba történő változás növelő hatást gyakorol a boldogságszintre. Ez a kutatás tehát jól illusztrálja a jövedelem és a szubjektív jóllét közötti nem lineáris, hullámszerű kapcsolatát (Aliyev, Nadirov, & Dehning, 2021.).

A következőkben tekintsünk át az átlag jövedelem alakulását a 2023-as év tekintetében.



3. ábra: Teljes munkaidőben foglalkoztatott munkavállalók átlagbére 2023-ban

Forrás: EUROSTAT, saját szerkesztés

A 3. ábra a teljes munkaidőben foglalkoztatott munkavállalók éves, kiigazított (bruttó) átlagbérét mutatja 2023-ra vonatkozóan. Az ábra alapján megállapíthatjuk, hogy Luxembourg rendelkezik a legmagasabb átlagbérrel (81.064 €) míg Bulgária a legalacsonyabbal (13.503 €). Az Európai Unióra vonatkozó átlagjövedelem 37.863 € volt. Magyarország átlagjövedelme: 16.895 €.

2.2. A fogyasztás

Az alábbiakban a boldogság és fogyasztási kiadások, fogyasztás és jövedelem, fogyasztás és infláció közötti kapcsolatot mutatom be, emellett kitérek a fogyasztói kosár általános bemutatására. Vizsgálni fogom - 2022-es adatokat felhasználva - a fogyasztói kosár összetételét a V4-es országok (Magyarország, Lengyelország, Csehország, Szlovákia) és Németország vonatkozásában.

2.2.1. A boldogság és a fogyasztási kiadások közötti kapcsolat

A boldogság és a fogyasztási kiadások között szoros kapcsolat van, mivel a fogyasztás bizonyos szintig hozzájárul az életminőség javulásához. Az alapvető szükségletek kielégítése (pl. lakhatás, ételminőség, egészségügy) növeli a boldogságot, de a túlzott vagy státuszorientált fogyasztás hosszú távon már nem feltétlenül tesz boldogabbá. A makrogazdaság számára ez azt jelenti, hogy a gazdasági növekedés minősége (mire költünk) legalább olyan fontos, mint annak mértéke. A jólét növelése érdekében a gazdaságpolitikának érdemes a tudatos, fenntartható fogyasztást is ösztönöznie. A következő fejezetben a boldogság és a fogyasztási kiadások közötti kapcsolathoz vonatkozó szakirodalmakat mutatom be.

Zhongkun Zhu és Chen-xin Leng 2016-os China Labor-force Dynamics Survey (CLDS) adatait használták a kínai vidéki gazdálkodók boldogsága és fogyasztási kiadásai közötti kapcsolat vizsgálatához, melyhez az OLS modellt alkalmazták (Zhongkun & Leng, 2024.).

A függő változó a gazdálkodók boldogsága, amelyet a felmérés kérdőívében a következő módon vizsgáltak: a válaszadókat arra kérték, hogy az „Összességében boldog ember vagyok” állításra válaszoljanak a megadott válaszlehetőségekből. A független változó az élelmiszerbiztonság megítélése. A válaszadókat megkérdezték: „Hogyan érzi az élelmiszerek biztonságát a jelenlegi társadalomban?”. Az előbb felsorolt változókön kívül az alábbi változókat vonták be az elemzésbe: kor, oktatás, nem, étellel való elégedettség, családi állapot, jövedelmi szint, internet használata, gazdasági állapot, társadalmi bizalom, gazdálkodók újságolvasásának gyakorisága, szellemi állapot (Zhongkun & Leng, 2024.).

A kontrollváltozók tekintetében a legtöbb változó szintén jelentősen befolyásolta a gazdálkodók boldogságát. Az életkornak a gazdálkodók boldogságára gyakorolt hatása tipikus U-alakú eloszlást mutatott. Az U-alakú eloszlás legalacsonyabb pontja, tehát a „boldogság fordulópontja” körülbelül 38 éves korban jelentkezik. Ennek magyarázata az, hogy fiatalon az emberek kevesebbet idegeskednek, és nagyobb boldogságérzettel rendelkeznek. Ahogy öregszenek, az otthoni és munkahelyi nyomás nő, és a boldogságérzet csökkenő tendenciát fog mutatni. Az iskolai végzettség, a jövedelemszint, a gazdasági státusz és a társadalmi bizalom szignifikánsan pozitív kapcsolatban állt a gazdálkodók boldogságérzetével (Zhongkun & Leng, 2024.).

A kutatók empirikus eredményei azt mutatták, hogy a boldogság magasabb szintje általában a fogyasztási kiadások növekedésével jár. A további elemzések feltárták, hogy a magasabb boldogság szint pozitívan és szignifikánsan összefügg az alapvető megélhetési javakra, az oktatásra és az ajándékokra fordított magasabb kiadásokkal. Azt is tapasztalták, hogy mind a háztartások jövedelme, mind az internethez való hozzáférés növeli a boldogságot és növeli a fogyasztási kiadásokat. A boldogság nagyobb szerepet játszik a vidéki háztartások fogyasztási kiadásainak javításában, mint városi társaik. Eredményeik azt mutatták, hogy a vidéki jövedelmek jövedelemdiverzifikációs stratégiák révén történő növelése, valamint a vidéki információs és kommunikációs technológiai infrastruktúrákba való befektetés ösztönözné a vidéki gazdálkodók boldogságát, elősegítené a vidéki fogyasztás feljavítását és a fenntartható gazdasági növekedést (Zhongkun & Leng, 2024.).

Thomas DeLeire és Ariel Kalil kutatók 2010-es tanulmányukban a fogyasztási kiadások különböző összetevőit és a boldogság közötti kapcsolatot vizsgálták a Health and Retirement Study (HRS) alapján, amely az idősebb amerikaiak országos reprezentatív mintájából alakult ki. Azt a megállapítást tették, hogy a fogyasztás egyetlen összetevője áll pozitív kapcsolatban a boldogsággal - a szabadidős fogyasztás. Ezzel szemben a tartós fogyasztási cikkek, a jótékonykodás, a személyes gondoskodás, az élelmiszerek, az egészségügyi ellátás, a járművek és a lakhatás fogyasztása nincs szignifikáns kapcsolatban a boldogsággal. Másodszor, azt állapították meg, hogy a szabadidős tevékenységgel kapcsolatos fogyasztás részben a

társadalmi kapcsolatokra gyakorolt hatásán keresztül kapcsolódik a magasabb boldogsághoz, amit a magányosság és a társadalmi hálózatokba való beágyazottság mérése jelez. Ezek az eredmények egyrészt ellentmondtak a hagyományos bölcsességnek, miszerint „anyagi javakkal nem lehet boldogságot vásárolni”. Másrészt felhívják a társadalmi javak és a társadalmi kapcsolatok fontosságára a figyelmet a boldogság megteremtésében (DeLeire & Kalil , 2010.).

Haining Wang és Zhiming Cheng & Russell Smyth kutatók a fogyasztás és a boldogság közötti kapcsolatot vizsgálták paneladatok felhasználásával, China Family Panel Studies (CFPS) adatai alapján. Megállapították, hogy a teljes fogyasztási kiadás szignifikáns és pozitív hatást gyakorol a boldogságra, de nem találtak bizonyítékot a nemlineáris kapcsolatra a fogyasztás és a boldogság között. Heterogén hatásai vannak a fogyasztás boldogságra gyakorolt hatása és a fogyasztás különböző típusai között. Továbbá a relatív fogyasztás számát, függetlenül attól, hogy a referenciacsoport közösségi vagy megyei szintű fogyasztás szerint, életkor, iskolai végzettség vagy nemek alapján értelmezhető (Wang, Cheng, & Smyth, 2015.).

A vizsgálatba csak 2 év adatát vonták be: 2010 és 2012. A 2010. évi alapadatok 14 960 háztartásra és 33 600 személyre vonatkoztak, míg a 2012-es adatok 13 453 háztartást és 34 447 egyént foglaltak magukba (Wang, Cheng, & Smyth, 2015.).

A boldogság méréséhez az alábbi kérdésre kellett válaszolniuk a megkérdezetteknek: Elégedett az életével? A válaszokat egy ötfokozatú Likert-skálán mérték, amely 1-től (nagyon elégedetlen) 5-ig (nagyon elégedett) terjedt. Az átlagos boldogságértékek csökkenő tendenciát mutattak mindkét vizsgált időszak tekintetében. Ebben a tanulmányban a legfontosabb független változó a fogyasztási kiadások voltak. A CFPS a fogyasztási kiadások tizenegy kategóriájáról gyűjtött információkat. A fogyasztói árindex 2010-es adatát tekintették bázisnak. A vizsgált tizenegy fogyasztási kategória a következő volt: élelmiszer, ruházat/öltözködés, lakhatás, szükségleti cikkek, orvosi kezelés és fitnesz, közlekedés és kommunikáció, oktatás és szórakozás, transzferek, jólét, jelzáloghitel és egyéb.

A fogyasztás és a boldogság közötti összefüggés vizsgálatához fix hatású panelregressziós modellt használtak, amely lehetővé tette, hogy kiküszöböljék a nem megfigyelt, időben nem változó egyéni jellemzők hatását (Wang, Cheng, & Smyth, 2015.).

Eredményeik azt mutatták, hogy a teljes fogyasztási kiadások pozitív hatással van a boldogságra. Ez a megállapítás attól függetlenül érvényes, hogy a boldogságot úgy kezeljük-e, mint kardinális vagy ordinális változót. Megállapították, hogy a fogyasztási kiadások összetevői eltérő hatással bírnak a boldogságra. A ruházati, közlekedési és kommunikációs, transzfer- és a jólét (férfiak esetében) mindegyike pozitív hatással van a boldogságra (Wang, Cheng, & Smyth, 2015.).

Cahit Guven kutató tanulmányában egy érdekes, de empirikusan kihívást jelentő kérdésre próbált választ adni: A jólétben (az élettel való elégedettségben vagy boldogságban) bekövetkező változások a fogyasztási és megtakarítási magatartás változásához vezetnek-e? A boldogabb emberek több időt szánnak a döntések meghozatalára, és jobban kontrollálják a

kiadásait; hosszabb életre számítanak, és (ennek megfelelően) úgy tűnik, hogy jobban aggódnak a jövőért, mint a jelenért; kisebb inflációra számítanak a jövőben (Güven, 2012.).

A tanulmány a Dutch Household Survey (DHS) adatait használta, amely 4500 személyből állt, 1993 és 2006 közötti időszakot vizsgált. A felmérés részletes információkat szolgáltatott a fogyasztási és megtakarítási magatartásról. A felmérés a jólét önbevallásos mérőszámait tartalmazta, az alábbiak tekintetében, mint például mennyire boldogok és elégedettek az életükkel. A DHS adatbázis információt szolgáltatott arról is, hogy a válaszadók pontosan mikor válaszoltak a felmérésben a „boldogság” kérdésre és a lakóhely szerinti tartományról. A tanulmány érdekessége abban rejlik, hogy nemcsak a megszokott változókkal dolgozik, mint például a különböző fogyasztási kiadások, jövedelem, kor, nem stb., hanem az időjárást is bevonja a vizsgálatba (Güven, 2012.).

Az eredmények az alábbiakat mutatták: a boldogság és a fogyasztási és megtakarítási magatartás között oksági kapcsolat áll fenn, a boldogabb emberek többet takarítanak meg, kevesebbet költenek, több időt szánnak a döntések meghozatalára és nagyobb az önkontrolljuk, jobban aggódnak a jövőért, mint a jelenért (Güven, 2012.).

Heinz-Herbert Noll és Stefan Weick kutatók tanulmányukban a fogyasztás szintjének és összetételének az életelégedettségre gyakorolt hatását vizsgálta a német háztartások körében. A német társadalmi-gazdasági panel (SOEP) keresztmetszeti adatait használták, amely 2010 óta tartalmaz visszamenőleges információkat a háztartások fogyasztási kiadásairól (Noll & Weick, 2014.).

Megállapították, hogy a teljes fogyasztási kiadások pozitív és szignifikáns hatást gyakorolnak az étellel való elégedettségre. A fogyasztás összetételét tekintve a ruházati és szabadidős kiadások a szubjektív jólét kulcsfontosságú meghatározói, míg az élelmiszerekre és a lakhatásra fordított kiadások nem állnak szignifikáns kapcsolatban az étellel való elégedettséggel (Noll & Weick, 2014.).

Összességében az elemzés azt mutatta, hogy a jövedelem és a fogyasztás hatásai között különbségek vannak az egyes megoszlások különböző részein. A legalacsonyabb fogyasztási tizedbe tartozó egyének kevésbé elégedetlenek az életükkel, mint a legalacsonyabb jövedelmi tizedbe tartozó egyének. Ezen kívül, az alacsony fogyasztási kiadások csak kis mértékben csökkentik az étellel való elégedettséget, ha az emberek önként döntenek úgy, hogy kevesebbet fogyasztanak. A tanulmány eredményei arra is rávilágítottak, hogy az életelégedettség a fogyasztási kiadások növekedésével nő, másrészt a fogyasztási kiadások legalacsonyabb tizedébe tartozó személyek kevésbé elégedetlenek az életükkel, mint a legalacsonyabb jövedelmi tizedbe tartozó személyek (Noll & Weick, 2014.).

A kutatás bizonyítékot szolgáltatott arra is, hogy az önkéntes döntésekből eredő alacsony kiadási szintek egyáltalán nem csökkentik az étellel való elégedettséget.

Végül a tanulmány azt is vizsgálta, hogy az SWB-t milyen módon befolyásolják a fogyasztási kiadások bizonyos fajtái. Úgy tűnik, hogy a ruházatkódásra és a szabadidőre fordított kiadások befolyásolják az SWB-t, míg az élelmiszerekre és a lakhatásra fordított kiadások - amelyek inkább

kereslet vezéreltnek tekinthetők - nem befolyásolják jelentősen az életelegedettséget (Noll & Weick, 2014.).

Rajeev Dehejia, Thomas DeLeire és Erzo F.P. Luttmer kutatók tanulmányukban azt vizsgálták, hogy a vallási szervezetekben való részvétel segíthet-e a fogyasztás és a boldogság biztosításában. A Fogyasztói kiadások felméréséből (CEX) származó adatok felhasználásával azt állapították meg a kutatók, hogy azok a háztartások, amelyek hozzájárulnak egy vallási szervezethez, jobban be tudják biztosítani fogyasztásukat a jövedelmi „sokkok” ellen. Összességében eredmények arra utaltak, hogy a vallási szervezetek egyfajta biztosítékot nyújtanak, bár ennek a biztosítéknak a formája fajonként eltérő lehet (Dehejia, DeLeire, & Luttmer, 2007.).

2.2.2. A fogyasztás és a jövedelem kapcsolata

A fogyasztás és a jövedelem között általában pozitív kapcsolat van: ahogy nő a jövedelem, nő a fogyasztás is. Az emberek jövedelmük egy részét elköltik, a többit megtakarítják, így a fogyasztás szintje a jövedelemtől függően változik. Makrogazdasági szempontból ez a kapcsolat kulcsfontosságú, mert a háztartások fogyasztása a gazdasági növekedés egyik fő hajtóereje. A gazdaságpolitika ezért gyakran a jövedelmek növelésén keresztül próbálja ösztönözni a fogyasztást és a keresletet. A következő fejezetben a fogyasztás és a jövedelem közötti kapcsolat viszonyáról szóló tanulmányokat vizsgáltam.

Ahmad Israr 2014-es tanulmányában pozitív kapcsolatot mutatott ki a fogyasztás és a jövedelem között. Az eredmények azt mutatták, hogy a jövedelem, az oktatás és a család mérete jelentősen befolyásolta a fogyasztást. Az általános eredmények alátámasztották Keynes nézetét, miszerint a fogyasztás a jövedelem pozitív függvénye. A fogyasztás magasabb volt a magasabb jövedelmű csoportokban. Az eredmények összhangban voltak az abszolút fogyasztás elméletével is, amely szerint a jövedelem növekedésével a fogyasztás is növekszik, de a jövedelem csökkenésével a fogyasztás nem csökken ugyanolyan arányban (Ahmad, 2014.).

Paula-Elena Diacon és Liviu-George Maha kutatók tanulmányukban a fogyasztás, a jövedelem és az egy főre jutó GDP közötti kointegrációs kapcsolatot vizsgálták idősoros keresztmetszeti adatokat alkalmazva. Az elemzés elvégzéséhez tesztek alkalmaztak annak ellenőrzésére, hogy az idősorok nem stacionáriusak-e és kointegráltak-e. A paneladatokat 79 országból álló nagy mintát fednek le, amelyeket jövedelmi szintjük alapján három kategóriába soroltak – alacsony, közepes és magas. A tanulmány 31 éves megfigyeléseket vett figyelembe 1980-tól 2010-ig (Diacon & Maha, 2015.).

Az eredmények azt mutatták, hogy a fogyasztás és a jövedelem közötti kapcsolat erősebb az alacsony és a magas jövedelmű országokban, mint a közepes jövedelmű országokban. A jövedelem alacsony szintje meghatározza annak felhasználását különösen a fogyasztásra, a magas jövedelemszint pedig növeli a fogyasztást, mivel több forrás áll rendelkezésre a nagy beruházások fedezésére is. A fogyasztás, a jövedelem és a GDP közötti kapcsolat erősebb az

alacsony és közepes jövedelmű országok esetében, ami logikus következtetés, mivel a magas jövedelmű országok több tőkét fordítanak beruházásokra, és intenzíven szakosodnak a kutatás-fejlesztési tevékenységekre. Tanulmányunk azt is megerősíti, hogy a Keynes megállapítását, amely szerint a jövedelem szintjének növekedésével a jövedelem és a fogyasztás közötti különbség is nő. A kutatás azt is feltárta, hogy a fogyasztási szokások a jövedelem szintjétől függnnek, illetve a fogyasztás és a jövedelem a jövedelmi források szintjének megfelelően differenciáltan járul hozzá az egy főre jutó bruttó hazai termék kialakulásához (Diacon & Maha, 2015.).

2.2.3. A fogyasztás és infláció közötti kapcsolat

A fogyasztás és az infláció között kölcsönös kapcsolat van: ha nő a fogyasztás, az megnövelheti a keresletet, ami áremelkedéshez, vagyis inflációhoz vezethet. Ugyanakkor a magas infláció csökkentheti a vásárlóerőt, így visszafoghatja a fogyasztást. Makrogazdasági szempontból a fogyasztás alakulása befolyásolja az inflációs nyomást, ezért a jegybank és kormány kiemelten figyelik ezt a kapcsolatot. A stabil infláció és kiegyensúlyozott fogyasztás hozzájárul a fenntartható gazdasági növekedéshez. A következő fejezetben a fogyasztás és az infláció közötti kapcsolathoz tartozó szakirodalmakat tekintem át.

Sipiczki Zoltán, Parádi-Dolgos Anett és Varga József kutatók tanulmányukban empirikus módon vizsgálták az újraelosztás közvetett hatásait: az infláció tőkepiaci torzulásait, valamint a vagyoni és jövedelmi egyenlőtlenségeket. A fogyasztói árindex (CPI) az átlagos inflációt mérte. A háztartások azonban eltérő inflációs rátákat éreztek, mivel kiadási szokásaik eltértek az „átlagos” szokásoktól (Sipiczki, Parádi-Dolgos, & Varga, 2023.).

A kutatók a Kruskal - Wallis H-tesztet használták annak megállapítására, hogy vannak-e statisztikailag szignifikáns különbségek az alacsony és magas jövedelmű háztartások között. A jövedelmi tizedek eltérő fogyasztási kosara alapján alternatív inflációs rátákat számoltak.

A tanulmány megállapította, hogy az alacsony jövedelmű háztartások gyakran magasabb inflációt érzékelnek, mint a statisztikai hivatalok által közzétett tényleges árindexek. A kutatás továbbá azt is megállapította, hogy a különböző vagyoni tizedekbe tartozó egyének jelentősen eltérő inflációt érzékelnek (Sipiczki, Parádi-Dolgos, & Varga, 2023.).

Shishu Zhang és Shuenn-Hae Ou kutatók 2002-ben azt vizsgálták, hogy az infláció milyen hatással van az emberek életére, boldogságérzetükre és fogyasztási magatartásukra az alábbi adatok felhasználásával: China Statistical Yearbook (CSY), China Compendium of Statistics (CCS), Finance Years-Book of China (FYBC) és a kínai háztartási jövedelem, vagyis a Chinese Household Income Project Survey (CHIPS). 1985-ös évet használták bázis évként (Zhang & Ou, 2012.).

A boldogsági változó vizsgálatához az alábbi kérdést tették fel: mennyire érzi magát boldognak? Az adatkészletben függő változóként használták a különböző kiadásokat, mint például élelmiszer, ruházati, oktatási, egészségügy és orvosi kiadások. A boldogsági és a fogyasztási változókon kívül a kutatók az alábbi változókat vonták be az elemzésbe: nem (nő, férfi), családi állapot (hajadon, házas, elvált, özvegy), oktatás (soha nem járt iskolába, általános

iskola, alsó vagy felső tagozatos középiskola, technikum, egyetem, főiskola, érettségi) egészségi állapot (nagyon jó, jó, jó is meg nem is, rossz, nagyon rossz), kor, infláció, pénzügyi intézetek betéti és hitel állománya, kormányzati kiadások régióként, minimális megélhetési költség a háztartások tekintetében és a jövedelem (Zhang & Ou, 2012.).

A szerzők az alábbi megállapításokat tették a kétlépcsős OLS regressziós modell lefuttatása után: egyrészt az infláció (CPI) negatívan kapcsolódik az emberek boldogtalanságérzetéhez, másrészt negatívan hat az emberek élelmiszerre költött, egészségügyi, orvosi, szolgáltatási, utazási és kommunikációs, oktatási, kulturális, lakhatási kiadásaira, illetve egyéb áru- és szolgáltatási kiadások esetében is megfigyelték a negatív hatást (Zhang & Ou, 2012.).

A legmagasabb negatív kapcsolatot a lakhatási kiadások és az infláció között mutattak ki (-0,727), melyre megoldást jelenthet a lakáscélú támogatás nyújtása. A második legnagyobb negatív kapcsolatot az utazás és az infláció között mutattak ki (-0,558), tehát a közlekedéshez kapcsolódó áremelkedés megjelenése azt eredményezi, hogy az emberek kevesebbet fognak utazni (Zhang & Ou, 2012.).

Pozitív kapcsolatot egyedül a ruházati kiadások között mutattak ki. A pozitív kapcsolat kialakulásának oka a következőkre vezethető vissza: egyrészt a különböző kiadásokhoz képest a ruhák ára növekedett a legkevésbé az elmúlt néhány évben, másrészt pedig a piacon nemcsak a luxus termékeket találhatjuk meg, hanem helyettesítő termékeket is, melyek sokkal olcsóbbnak bizonyulnak márkás társaikkal szemben (Zhang & Ou, 2012.).

Összességében megállapították, hogy az infláció hatással lehet a háztartás kiadásaira, tehát az emberek kiadásai befolyásolják a fogyasztói árindexet, az állam és a pénzügyi intézmények betétei és hitelei korrelálnak az inflációval, de nincsenek összefüggésben a háztartások kiadásaiival. Továbbá az infláció, az életkor, a jövedelem és az egészségi állapot statisztikailag szignifikánsan korrelál a boldogsággal, a nemmel, és a családi állapottal, viszont az iskolai végzettség nem függ össze szignifikánsan a boldogsággal (Zhang & Ou, 2012.).

Burke és Ozdagli szerzőpáros 2023-as tanulmánya az Egyesült Államokból származó, 2009 és 2012 közötti tényleges kiadásokra vonatkozó felmérési paneladatokat vizsgálja. A kutatók azt a megállapítást tették, hogy a tartós fogyasztási cikkekre fordított kiadások csak a háztartások kiválasztott típusai esetében nőnek a várható inflációval, míg a nem tartós fogyasztási cikkekre fordított kiadások nem reagálnak a várható inflációra, illetve a kiadások a várható munkanélküliséggel együtt csökkennek. Ezek az eredmények az inflációs várakozásoknak az aggregált fogyasztásra gyakorolt korlátozott ösztönző hatására utalnak, ami megfordulhat, ha az inflációs és a munkanélküliségi várakozások együtt mozognak (Burke & Ozdagli, 2023.).

Lenard Lieb és Johannes Schuffels szerzőpáros a Holland Központi Bank (DNB) által kiadott DNB háztartási felmérést (DHS) használja fel elemzéséhez. A felmérés tartalmazza a háztartások önbevallásos mérlegét és az egy évre előre várt inflációs rátát. DHS egy 12 439 háztartásból álló kiegyensúlyozatlan panel, amely 1993 és 2018 közötti éves megfigyelésekkel rendelkezik. A kutatók az alábbi megállapítást fogalmazták meg: az inflációs várakozások

növekedése esetén a költési valószínűség pozitív válasza erősebb az alacsonyabb átlagos nettó vagyonnal rendelkező háztartások esetében (Lieb & Schuffels, 2022.).

Liam Anderson 2020-as tanulmányában többszörös regresszió és VAR segítségével 2015 és 2019 közötti idősoros adatokat alkalmazott a kutatásában. A legfontosabb megállapítások jelentős pozitív korrelációt ($r = 0,87$) mutatnak az infláció és a fogyasztói kiadások között, a legerősebb rugalmassági együtthatót a lakhatás és a közlekedés mutatja (0,8, illetve 0,6). A regressziós elemzés azt mutatja, hogy az infláció 1%-os növekedése a teljes fogyasztói kiadások 800 milliárd dolláros növekedésének felel meg ($R^2 = 0,75$, $p < 0,001$). Az idősoros elemzés megerősíti az inflációs tendenciák és a kiadások növekedése közötti szoros összhangot, ami hangsúlyozza az infláció gazdasági hajtóerőként betöltött központi szerepét. A tanulmány arra a következtetésre jut, hogy a célzott ágazati politikák és az inflációt figyelembe vevő stratégiák elengedhetetlenek a gazdasági stabilitás kezeléséhez és az igazságos növekedés előmozdításához (Anderson, 2020.).

Effah Nyamekye Gabriel és Adusei Poku szerzőpáros 2017-es tanulmánya éves adatok alapján vizsgálja az infláció hatását a fogyasztói költségek magatartás tekintetében Ghánában az 1964 és 2013 közötti időszakban. Az elemzés az alábbiak segítségével történt: OLS, a Johansen-teszt (JH) és a vektoros hibakorrekciós teszt (VECM). A vizsgálatok eredményei stabil, szignifikáns hosszú távú kapcsolatot mutattak az infláció és a fogyasztói költési magatartás között (Effah Nyamekye & Adusei, 2017.).

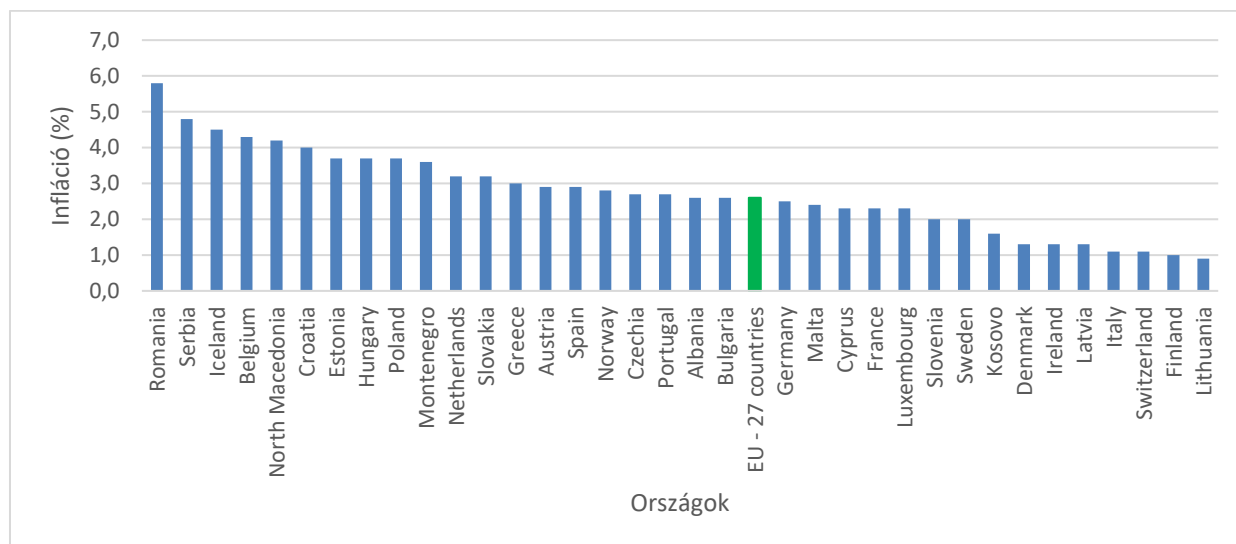
Lester D. Taylor kutató a tanulmányának adatait a folyamatban lévő BLS fogyasztói kiadásokról szóló felmérés 58 negyedévi (2006-2019) adatainak információiból építette fel, hogy elemezze a 2021-2022-es infláció hatását az amerikai háztartások fogyasztási kiadásainak 16 kategóriájára. A főbb megállapítások a következők: a lakás-, a közlekedési, a benzin- és olaj-, valamint a személybiztosítási kiadások következetesen elviselik az infláció legnagyobb hatásait; az infláció reáljövedelmi hatásai eltérnek a nominális jövedelem hasonló mértékű csökkenéséből eredő hatásoktól; nem meglepő módon az élelmiszer-kiadások az alacsony jövedelműeknél vannak a legnagyobb hatással (Taylor, 2022.).

Aasima Nazir és Showket Ahmad Mir szerzőpáros 2025-ös tanulmánya az infláció hatását vizsgálta az indiai háztartások kiadási szokásai tekintetében az 1991-2020 közötti időszakban. A tanulmány a kiterjesztett Dickey-Fuller-tesztet (az adatok stacionaritásának ellenőrzésére szolgáló teszt) alkalmazta. A tanulmány empirikus eredményei figyelemre méltó és negatív korrelációt mutatnak az infláció és a háztartások fogyasztási kiadásai között Indiában. Ennek eredményeképpen a tanulmány azt javasolta, hogy a kormánynak törekednie kellene a tartósan alacsony és stabil árak fenntartására, hogy enyhítse az inflációnak a magánkiadásokra gyakorolt káros hatását (Nazir & Mir, 2025.).

Abonongi Andigema Snota és Ewane Enongene Bertrand kutatók 2025-ös tanulmányukat Kamerunban végezték a Világbank 1980-2020 közötti adatainak felhasználásával. A tanulmány célkitűzéseit az autoregresszív disztributív késleltetés (ARDL) kötöttségi teszt és az egységgyök-teszt következtetésén alapuló hibajavítási modell (ECM)

segítségével valósították meg. Az eredmények azt mutatják, hogy az inflációs ráta pozitív és szignifikáns hatással van a háztartások végső fogyasztási kiadásaira mind rövid, mind hosszú távon. A tanulmány arra a következtetésre jut, hogy az instabil inflációs ráta nagy hatással van a háztartások végső fogyasztási kiadásaira Kamerunban (Abonongi & Ewane, 2022.).

A következőkben az infláció alakulását mutatom be.



4. ábra Az infláció mértéke 2024-ben¹

Forrás: EUROSTAT, saját szerkesztés

A 5. ábra az infláció alakulását mutatja be 2024-ben. Összességében elmondható, hogy az európai országok inflációja 1 % és 5,8 % között mozog. Az európai országok tekintetében az infláció 2,6 % volt. Az alábbi országokban figyelhető meg a legalacsonyabb infláció: Svájc (1,1 %), Lettország (1,3 %), Litvánia (0,9 %), Kosovo (1,6 %), Olaszország (1,1 %), Írország (1,3 %) és Finnország (1,0 %). Magyarország inflációs rátája 3,7 % volt.

2.2.4. A fogyasztói kosár

A következő fejezetben a fogyasztói kosár fogalmát, tartalmát, célját mutatom be. A kosár általános bemutatása után kitérek a V4 (Visegrádi Négyek) országok és Németország fogyasztói kosárának összehasonlítására is.

Először pontosítsuk, hogy mit is jelent pontosan a fogyasztói kosár fogalma: egy gazdasági-statisztikai fogalom, mely árucikkekből és szolgáltatásokból álló halmazt jelent, amit egy átlagos háztartás rendszeresen megvásárol. Ezt használják arra, hogy mérjék az inflációt, azaz az árak általános emelkedését. A fogyasztói kosár tehát, azért fontos, mert segít mérni az árak változását és a megélhetési költségek alakulását egy adott időszakban. Ez az egyik

¹ Az inflációs adatok tekintetében az országok közül Törökország esetében figyelhetünk meg nagyon magas eredményt (58,5 %).

legfontosabb eszköz a gazdasági elemzésben, különösen az infláció mérésében. A fogalom tisztázása után tekintsük át, hogy mi is tartozik bele a kosárba?

A fogyasztói kosárban tipikusan az alábbi tételek szerepelnek:

- ✓ élelmiszerek (pl. kenyér, hús, tej)
- ✓ ruházat
- ✓ közlekedés (autó, tömegközlekedés)
- ✓ lakhatás-költségek (bérleti díj vagy lakásfenntartás)
- ✓ közműszolgáltatások (víz, villany, gáz stb.)
- ✓ egészségügy, gyógyszerek
- ✓ oktatás
- ✓ szórakozás, kultúra, kommunikáció

A kapott adatokat az alábbiak meghatározására használjuk:

1) **Infláció mérésére:**

Az árak változását úgy lehet megmutatni, hogy ugyanazon kosár árát összevetik az időben (pl. idén vs. elmúlt évben). Tehát, a fogyasztói kosár segítségével számítják ki a fogyasztói árindexet (CPI), amely megmutatja, mennyivel nőttek (vagy csökkentek) az árak az előző időszakhoz képest.

2) **Életszínvonal vizsgálatára:**

Megmutatja, hogy az embernek mire, mennyivel kell többet vagy kevesebbet költeni ugyanazért a „szint” fenntartásáért.

3) **Politikai / gazdasági döntésekhez:**

A kormány és jegybank (pl. Magyar Nemzeti Bank) a CPI alapján dönt például a kamatemelésekről vagy -csökkentésekről.

pl. bérek, nyugdíjak emelésekor figyelembe veszik, hogy mennyivel nőtt a kosár ára.

Fontos megemlíteni, hogy 2012-ben történt egy nagyobb változás a fogyasztói kosár meghatározásának tekintetében, ugyanis kikerült a saját lakások árváltozása. A lakhatás vonatkozásában a bérleti díjakat tartalmazza a fogyasztói árindex, de a saját lakások árváltozását nem, ez utóbbira vonatkozóan külön lakáspiaci index kerül kiszámításra. A változtatásra az EU-s előírások miatt volt szükség (összhang fenntartása érdekében), tekintettel arra, hogy a saját lakás nem vásárolt fogyasztásnak minősül. A lakhatás is része a kosárnak, ugyanakkor mivel Magyarországon országosan magas a saját ingatlan aránya, ezért az albérletárak alakulása alig látszik meg a fogyasztói árindexben, ugyanis a saját lakást 0 forinton bérlő saját magától az ember. Vajon más országok hogyan kezelik a lakhatási kiadások problémáit a kosáron belül? Egyesült Államokban és Németországban a saját ingatlan használata is lakáskiadásnak minősül, azaz a piaci viszonyoknak megfelelően egy árat minden ingatlan képvisel (amennyiért ki lehetne adni) és ennek fényében becsülik a lakhatási költségek alakulását. Megállapíthatjuk tehát ennek tükrében, hogy nehézkes a fogyasztói kosarak összehasonlítása, hiszen ahány ország annyi féle kosár létezik (Rádi, 2023.).

Nemcsak a saját lakások árváltozásának kikerülése jelent problémát a különböző fogyasztói kosarak összehasonlításában, hanem az alábbi tényezők is befolyásolhatják az elemzésünk pontosságát:

- 1) Más termékek és szolgáltatások szerepelnek a kosárban:
 - ✓ A fogyasztói kosár minden országban más: az adott ország átlagos lakosának fogyasztási szokásait tükrözi.
- 2) Eltérő árszintek és jövedelmek:
 - ✓ Egy termék ára nem azonos mindenhol, és a fizetések sem.
 - ✓ Pl.: egy farmernadrág lehet 20 euró Lengyelországban, de 60 euró Svájcban még ha ugyanolyan is.
- 3) Eltérő árstruktúra és adók:
 - ✓ Egyes országokban a termékek ára magasabb a magasabb adók (pl. áfa) vagy importköltségek miatt, míg más országokban az állami támogatás csökkenthet bizonyos árukat (pl. gyógyszerek, rezsi).
- 4) Kulturális különbségek:
 - ✓ Az emberek mást tartanak fontosnak, tehát az egyes országokban több pénzt költenek étteremre, szórakozásra, máshol inkább alapvető élelmiszerekre, lakhatásra költenek többet.
- 5) Más pénznem és vásárlóerő:
 - ✓ A különböző pénznemek miatt nehéz közvetlenül összehasonlítani.
 - ✓ Ennek kiküszöbölésére szoktak az elemzők vásárlóerő-paritáson (PPP) alapuló összehasonlításokat végezni, de ez is csak becslés.
- 6) Módszertani különbségek:
 - ✓ Különbségként értelmezendő az is, hogy hogyan számítják az inflációt, ugyanis minden ország eltérő módon határozza meg azt, hogy hány termék, illetve milyen súllyal szerepel a kosárban.

Összességében tehát elmondható, hogy az országok fogyasztói kosarai nem univerzálisak. Olyan, mintha minden ország saját mércével mérné az árak változását, ezért ezek közvetlen összehasonlítása olyan, mintha almát hasonlítanánk a körtéhez. További nehézséget jelent, az árak, a jövedelmek, a fogyasztási szokások, a társadalmi és gazdasági környezet, valamint a közszolgáltatások és adózási rendszerek eltérése is. A fogyasztói kosár összetétele és súlyozása tehát nemcsak a termékek áraitól, hanem a helyi körülményektől is függ.

A fontosabb szempontok, fogalmak tisztázása után a V4-es (Visegrádi Négyek: Magyarország, Lengyelország, Csehország, Szlovákia) országok és Németország vonatkozásában elemzem a fogyasztói kosarat 2022-es adatokat felhasználva, illetve kitérek a végső fogyasztási kiadások alakulására is (2023-as adatok felhasználásával).

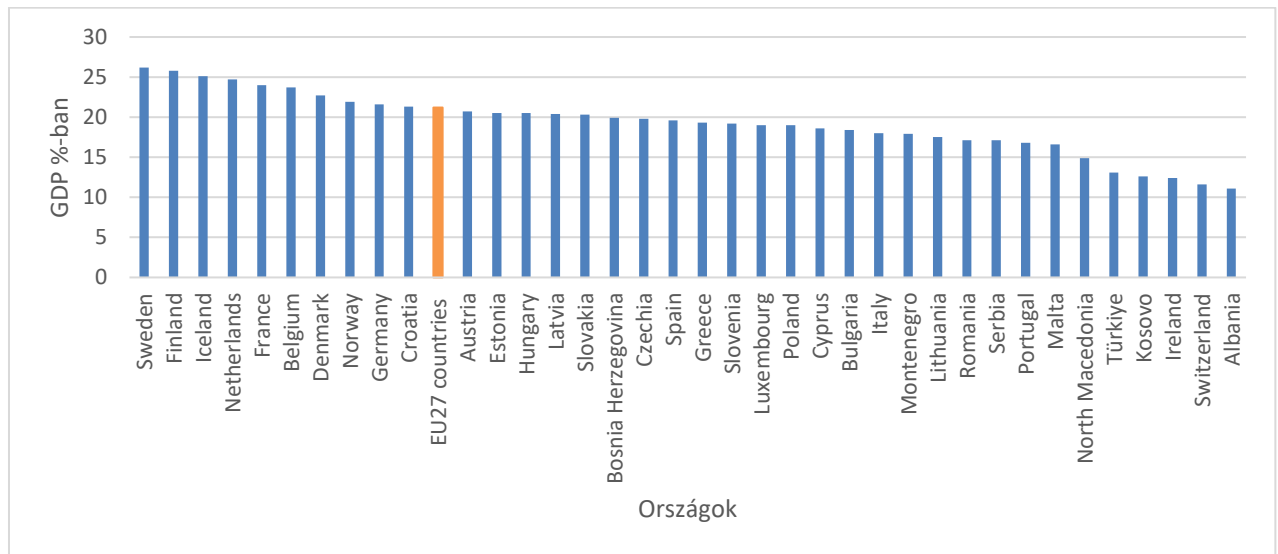
2. táblázat V4-es országok és Németország fogyasztói kosara 2022-ben

Megnevezés	Magyarország	Lengyelország	Csehország	Szlovákia	Németország
Élelmiszer	16,7	18,7	15,8	18,2	11,5
Dohányáru és szeszes ital	7,0	6,2	7,8	4,9	3,1
Ruházat	3,0	4,9	4,2	4,0	4,1
Lakhatási kiadások	22,6	18,9	26,0	30,3	24,6
Lakberendezési kiadások	5,0	5,1	5,6	6,8	6,9
Egészségre fordított kiadások	3,7	7,1	2,7	2,6	5,3
Közlekedés	11,8	13,4	10,0	5,6	13,5
Kommunikáció	2,3	2,1	2,8	2,8	2,2
Rekreáció és kultúra	7,5	6,1	9,1	9,1	10,0
Oktatás	1,5	0,7	0,6	1,3	0,8
Vendéglátás	9,3	3,8	7,4	5,9	5,4
Egyéb szolgáltatások	9,6	12,9	8,0	8,6	12,6

Forrás: EUROSTAT, saját szerkesztés

A 2. táblázat a V4-es országok és Németország fogyasztói kosarat mutatja 2022-ben. A szlovákok, a lengyelek és a magyarok rendelkeztek a legmagasabb élelmiszerre fordított kiadásokkal. A lakhatási kiadások adják a fogyasztói kosár értékének legmagasabb százalékát, mely Szlovákiában a legmagasabb (30,3 %). A magyarok és a csehek fordították a legtöbbet dohányárura, míg a legkevesebbet a németek. A ruházati kiadások adatai alapján megállapítottam, hogy a magyarok fordítanak a legkevesebbet erre a kategóriára. Lengyelország és Németország fordította kiadásainak legtöbb részét az egészségüggyel kapcsolatos kiadásokra, míg Csehország és Szlovákia a legkevesebbet. Magyarország egészségügyre fordított kiadása 3,7 % volt, mellyel a középmezőnyt célozta meg. A rekreációval és kultúrával kapcsolatos kiadások Szlovákiában (9,1 %), Csehországban (9,1 %) és Németországban (10,0 %) mutattak magasabb értéket. Az oktatási kiadások Magyarországon (1,5 %) és Szlovákiában (1,3 %) a legmagasabbak. A vendéglátás adatait elemezve az alábbi országok rendelkeztek a legmagasabb adatokkal: Magyarország (9,3 %) és Csehország (7,4 %). Az alábbi országok költötték pénzüik legtöbb részét 2022-ben élelmiszerre, lakhatásra és a közlekedésre: Magyarország, Lengyelország, Csehország, Németország. Össességében megállapítottam, hogy az élelmiszer, lakhatási kiadások és közlekedésre fordított kiadások mutattak magasabb adatot a vizsgált országok tekintetében.

A következőkben az Európai Unió országok végső fogyasztási kiadásait mutatom be.



5. ábra Végső fogyasztási kiadások 2023-ban

Forrás: EUROSTAT, saját szerkesztés

A 4. ábra a végső fogyasztási kiadásokat mutatja be az Európai Unió országok tekintetében a GDP %-ban a 2023-as évre vonatkozóan. Megállapítottam, hogy Svédország (26,2 %), Finnország (25,8 %) és Izland (25,1 %) rendelkeznek a legmagasabb fogyasztási kiadásokkal, míg Törökország (13,1 %), Kosovo (12,6 %), Írország (12,4 %), Svájc (11,6 %) és Albánia (11,1 %) tekintetében mutatható ki a legalacsonyabb érték. Az Unió átlagos fogyasztási kiadás 21,2 % volt.

3. CÉLKITŰZÉS

Szaktervezőzetom célja, hogy megvizsgáljam a fogyasztási kiadások hatását a szubjektív elégedettségre. Azt feltételezem, hogy a magasabb jövedelemhez, magasabb fogyasztási kiadás, társul, aminek eredményeképpen a boldogsági szint növekszik. Az áttekintett szakirodalmak alapján a következő hipotéziseket fogalmaztam meg:

H1: A fogyasztási kiadások, valamint azok gazdasági meghatározói – különösen az infláció és az átlagbér alakulása – szignifikáns kapcsolatot mutatnak az egyének elégedettség szintjével.

A témában született szakirodalmak (Noll & Weick, 2014.), (Wang, Cheng, & Smyth, 2015.), (Zhang & Ou, 2012.) kutatók eredményei alapján feltételezhető, hogy a teljes fogyasztási kiadások pozitív és szignifikáns hatást gyakorolnak az étellel való elégedettségre. A kutatások többsége arra utal, hogy a boldogság magasabb szintje általában együtt jár a fogyasztási kiadások növekedésével.

(Abonongi & Ewane, 2022.) (Anderson, 2020.) (Effah Nyamekye & Adusei, 2017.) kutatók eredményei azt mutatták, hogy az inflációs ráta pozitív és szignifikáns hatással van a háztartások végső fogyasztási kiadásaira mind rövid, mind hosszú távon.

(Ahmad, 2014.) és (Diacon & Maha, 2015.) kutatók tanulmányukban azt a megállapítást tették, hogy a fogyasztás és a jövedelem között szignifikáns kapcsolat van. Másrészt a kutatások Keynes megállapítását is igazolták, mely szerint a jövedelem növekedésével a fogyasztás is növekszik.

H2.: A fogyasztási kiadások szerkezete – azaz, hogy milyen kiadási kategóriákra fordítanak többet az egyének – befolyásolja a szubjektív elégedettségüket.

A téma szakirodalmának (Zhang & Ou, 2012.) (Wang, Cheng, & Smyth, 2015.) (Noll & Weick, 2014.) áttekintése során a fogyasztás összetételét tekintve a ruházati, közlekedési, kommunikációs és szabadidős kiadások a szubjektív jólét kulcsfontosságú meghatározói. Ugyanakkor a kutatók (DeLeire & Kalil, 2010.) (Noll & Weick, 2014.) az alábbi elemek tekintetében negatív kapcsolatot mutattak ki: az élelmiszerekre, egyéb szolgáltatásokra, tartós fogyasztási cikkekre, egészségre, közlekedésre és a lakhatásra fordított kiadások nem állnak szignifikáns kapcsolatban az étellel való elégedettséggel.

Hipotéziseim igazolásához kiindulásként a feldolgozott szakirodalom leginkább releváns elemeit emeltem ki (3. táblázat).

3. táblázat: Szakirodalmak áttekintése

	Név	Évszám	Megállapítás	Módszer
1.	Shishu Zhang & Shuenn-Hae Ou	2013.	- infláció (CPI) negatívan kapcsolódik az emberek boldogtalanságérzetéhez, másrészt negatívan hat az emberek összes kiadásaira - pozitív kapcsolatot egyedül a ruházati kiadások között mutattak ki	kétlépcsős OLS regressziós modell

2.	Zhongkun Zhu & Chen-xin Leng	2020.	boldogság magasabb szintje általában a fogyasztási kiadások növekedésével jár	kétlépcsős OLS regressziós modell
3.	Thomas DeLeire & Ariel Kalil	2010.	- fogyasztás egyetlen összetevője áll pozitív kapcsolatban a boldogsággal: a szabadidős fogyasztás, - tartós fogyasztási cikkek, egyéb szolgáltatások, élelmiszerek, egészségügyi kiadások és a lakhatás fogyasztása nincs szignifikáns kapcsolatban a boldogsággal	kétlépcsős OLS regressziós modell
4.	Haining Wang, Zhiming Cheng & Russell Smyth	2015.	- teljes fogyasztási kiadások pozitív hatással van a boldogságra - ruházati, közlekedési és kommunikációs kiadás pozitív hatással van a boldogságra	fix hatású panelregressziós modell
5.	Heinz-Herbert Noll & Stefan Weick	2014.	- teljes fogyasztási kiadások pozitív és szignifikáns hatást gyakorolnak az étellel való elégedettségre - a ruházati és szabadidős kiadások a szubjektív jólét kulcsfontosságú meghatározói - élelmiszerekre és a lakhatásra fordított kiadások nem állnak szignifikáns kapcsolatban az étellel való elégedettséggel	kétlépcsős OLS regressziós modell
6.	Abonongi Andigema Snota & Ewane Enongene Bertrand	2022.	az inflációs ráta pozitív és szignifikáns hatással van a háztartások végső fogyasztási kiadásaira mind rövid, mind hosszú távon	Kamerun vonatkozásában a Világbank 1980–2020 közötti adatok, az ARDL kötöttségi tesztet és az egységgyökteszten alapuló hibajavító modellt (ECM) alkalmazva
7.	Paula-Elena Diacon & Liviu-George Maha	2015.	- fogyasztás és jövedelem között pozitív kapcsolat van, - a kutatás megállapításai egyeznek Keynes megállapításával, - magasabb jövedelem magasabb fogyasztást von maga után	kointegrációs kapcsolat vizsgálata idősoros keresztmetszeti adatok alkalmazásával, 79 ország, 1980-2010 között

Forrás: saját szerkesztés

4. ALKALMAZOTT ANYAG ÉS MÓDSZER

A dolgozatom elkészítését a témához kapcsolódó szakirodalmak felkutatásával kezdtem, mind a hazai, mind az európai viszonylatban. Emellett adatokat gyűjtöttem a fogyasztási kiadások és a boldogság mérésével kapcsolatosan.

A begyűjtött adatokat két típusra osztottam: boldogsági változók és a fogyasztási kiadásokkal kapcsolatos változók. A boldogsági változókat a World Happiness Report honlapjáról, míg a fogyasztási kiadásokhoz kapcsolódó változókat az Eurostat honlapjáról gyűjtöttem.

Először talán pontosítsuk, mit is értünk a boldogsági változó elnevezés alatt. A boldogsági változó az az adat, amely megmutatja, hogy egy adott országban mennyire boldogok az emberek. Ez a változó több tényezőből tevődik össze, amelyet az alábbi táblázat foglal össze:

4. táblázat: A boldogsági változókra vonatkozó fontosabb adatok és jelentésük

Boldogsági változó	Jelentése, mérése
Life Ladder	Élettel való elégedettség -0 és 10 között
Log GDP per capita	1 főre jutó GDP vásárlóerő paritáson mérve
Social support	Szociális támogatás (a bajban van kire számítani (0 vagy 1)
Healthy life expectancy at birth	Születéskor várható élettartam
Freedom to make life choices	Szabadon választhat életével kapcsolatban? (0 vagy 1)
Generosity	Nagylelkűség. Adományozott-e az elmúlt hónapban?
Perceptions of corruption	Korrupció. A korrupció széles körben elterjedt a kormány és a vállalkozások szintjén? (0 vagy 1)
Positive affect	Pozitív hatások. Érték-e pozitív hatások: boldogság, nevetés, élvezet
Negative affect	Negatív hatások. Aggodalom, szomorúság, harag

Forrás: WHR 2022. alapján

A boldogsági változó részletezése után térjünk rá a fogyasztási változók bemutatására.

A következőkben tekintsük át az általam vizsgált fogyasztási változókat (%-ban), melyek az alábbiak:

- ✓ ruházat
- ✓ élelmiszer
- ✓ tartós fogyasztási cikk
- ✓ alkoholra és dohányáru
- ✓ lakhatás
- ✓ egészség
- ✓ közlekedés
- ✓ kommunikáció
- ✓ szabadidő és kultúra
- ✓ oktatás
- ✓ egyéb szolgáltatások
- ✓ vendéglátás.

A **fogyasztói kosár** azon termékek és szolgáltatások összességét jelenti, amelyek egy átlagos háztartás mindennapi fogyasztását jellemzik. A kosár tartalma tükrözi, hogy a lakosság jövedelmét milyen arányban fordítja különböző kiadási kategóriákra, például élelmiszerre, lakhatásra, közlekedésre, ruházatra vagy egészségügyi szolgáltatásokra. A fogyasztói kosár összetétele országonként eltérő, hiszen az adott társadalom gazdasági fejlettsége, fogyasztási szokásai, valamint árszínvonala is befolyásolja, hogy mely termékek és szolgáltatások kapnak nagyobb súlyt.

Kutatásomban azért választottam a fogyasztói kosár elemeit a vizsgálat egyik alapjául, mert ezen keresztül mérhető leginkább, hogy az egyének hogyan osztják el jövedelmüket a különböző szükségleteik között. A fogyasztási szerkezet elemzése lehetőséget ad arra, hogy feltárjam, mely kiadási kategóriák járulnak leginkább hozzá a szubjektív elégedettséghez és a boldogságérzethez.

A fent megnevezett fogyasztói kosár elemein kívül az alábbi makrogazdasági változókat is bevontam az elemzésbe: infláció (%), fogyasztási kiadás (millió euró), átlagbér (euró), megtakarítási ráta (%), valamint fogyasztási hajlandóság (%). Ezek a mutatók kiegészítik a fogyasztási adatok értelmezését, és átfogóbb képet nyújtanak a jólétet befolyásoló gazdasági tényezőkről.

5. táblázat: Összefoglaló statisztika a legfontosabb változókról

Variable	Mean	Median	Min	Max
LifeLadder	6,49	6,47	4,37	7,89
LogGDPpercapita	10,56	10,59	9,49	11,66
Socialsupport	0,90	0,92	0,68	0,98
Healthylifeexpectancyatbirth	69,92	70,88	65,90	73,10
Freedomtomakelifechoices	0,82	0,84	0,45	0,96

Generosity	-0,02	-0,03	-0,34	0,31
Perceptionsofcorruption	0,66	0,76	0,15	0,96
Positiveaffect	0,66	0,67	0,30	0,81
Negativeaffect	0,25	0,25	0,13	0,47
Food	17,01	15,40	7,90	43,60
Alcoholic,tobacco,narcotics	5,17	4,70	2,30	9,50
Clothing	4,59	4,40	2,30	7,20
Housing,water,electricity, gas	21,54	22,30	11,60	31,20
Furnishings	5,61	5,50	2,60	11,00
Health	4,44	4,10	1,70	17,80
Transport	11,77	11,90	4,90	18,30
Communications	2,78	2,60	1,30	5,60
Recreation,culture	7,92	7,70	4,00	16,40
Education	1,16	1,00	0,30	3,80
Restaurantsandhotels	8,43	7,10	2,30	23,00
Miscellaneous g., services	9,59	9,90	3,90	15,00
All-itemschangeHICP	4,12	2,30	-1,30	72,30
All expenditure	248 365,51	107 032,35	3 518,10	1 876 818,00
Salary	29 719,98	24 552,50	8 127,00	75 409,00
HouseholdSavingRate	11,96	12,68	-12,79	26,22
Consumption	88,04	87,32	73,78	112,79

Forrás: saját szerkesztés, WHR, Eurostat adatai alapján

A regressziós elemzés során a kapott eredmények hatását vizsgáltam, mely lehet pozitív vagy negatív. Az adatokat akkor tekintettem szignifikánsnak, ha megfelel az 5 %-os szignifikancia szintnek. A számszerű eredményeket (pl.koefficiensek) kellő óvatossággal kezelem, hiszen a téma több területét is érinti a társadalomtudománynak, ahol gyakran a lehetséges hatások iránya, ami inkább meghatározható. Tehát annak van nagyobb jelentősége, hogy megtaláljuk a helyes irányt, mint annak, hogy pontosan számszerűsítsük az összefüggéseket.

Ahhoz, hogy pontosan megtaláljuk az összefüggéseket célszerű több statisztikai modellel levezetni az általunk megfogalmazott összefüggéseket. Az eredmények vizsgálatánál beszélhetünk eredmény és magyarázó változóról. E két változó közti különbséget egy általam megfogalmazott hipotézissel szeretném bemutatni: az fogyasztási kiadások kapcsolata a boldogsággal. Ebben az esetben az eredményváltozónk a boldogságindex lesz és a magyarázó változó pedig az a fogyasztási kiadások, illetve egyéb változók, mint például megtakarítási ráta, infláció stb.

Panel adatok adathalmazában a keresztmetszeti és idő dimenzió együttesen van jelen: a teljes minta minden egyes keresztmetszeti megfigyelésre (jelen esetben a vizsgált országok) tartalmaz egy idősort is. A legfontosabb jellemző, amely a panel adatbázist megkülönbözteti a keresztmetszeti mintától az, hogy minden egyes időszakban ugyanazokról a megfigyelési

egységekről veszünk fel adatot. A panel adatok segítségével vizsgálni tudjuk bizonyos beavatkozások következményeit (pl.: ha növeljük a ruházatra fordított kiadások arányát a fogyasztói kosáron belül vajon az magasabb elégedettséget hoz magával?). Egyes tényezők megváltoztatásának hatása már kevés idő elteltével is kimutatható lehet, ezért mondhatjuk azt, hogy hatásvizsgálatok kimutatása is lehetséges. A panel adatok elemzésére használható modellek közül a véletlenhatás modellt alkalmaztam (random effect) (Kehl & Sipos, 2010.) (Bizse, 2023.).

5. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

Az eredményeim bemutatását a H1-es hipotézis A fogyasztási kiadások, valamint azok gazdasági meghatározói – különösen az infláció és az átlagbér alakulása – szignifikáns kapcsolatot mutatnak az egyének elégedettségszintjével vizsgálatával kezdtem. Először a boldogság, infláció, összes fogyasztási kiadás, átlagbér és a fogyasztási hajlandóság közötti kapcsolatot elemeztem. A boldogság, az infláció, az összes fogyasztási kiadás, az átlagbér és a fogyasztási hajlandóság közötti kapcsolat vizsgálatát azért tartottam fontosnak, mert ezek a tényezők együttesen befolyásolják az emberek szubjektív jólétét és anyagi biztonságérzetét. Az infláció közvetlenül csökkentheti a vásárlóerőt, míg az átlagbér és a fogyasztási hajlandóság azt mutatja meg, hogy a háztartások mennyire érzik magukat képesnek anyagi szükségleteik kielégítésére. Az összes fogyasztási kiadás és annak szerkezete szintén jelzi az életszínvonalat, amely szoros kapcsolatban áll az elégedettséggel. Ezeknek a változóknak az együttes elemzése segíthet feltárni, hogy gazdasági környezet és jövedelmi viszonyok miként alakítják az emberek boldogságát. Eredményeimet a 6. ábra foglalja össze.

H1/1: Boldogság, infláció, összes fogyasztási kiadás, átlagbér és a fogyasztási hajlandóság közötti kapcsolat:

```

. xtreg l_ld AllitemschangeHICP Allexpenditure Salary Consumption, re
      random-effects GLS regression              Number of obs   =       125
      group variable: orszagkod                  Number of groups  =        25

      i-sq:                                       Obs per group:
      within = 0.0321                             min =           5
      between = 0.6910                            avg =           5.0
      overall = 0.6106                            max =           5

      Wald chi2(4) =          54.24
      Prob > chi2 =          0.0000

      corr(u_i, X) = 0 (assumed)

```

l_ld	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
litemschangeHICP	-.0013383	.0008235	-1.63	0.104	-.0029523 .0002757
Allexpenditure	-1.81e-08	2.14e-08	-0.85	0.397	-5.99e-08 2.38e-08
Salary	4.04e-06	5.93e-07	6.82	0.000	2.88e-06 5.21e-06
Consumption	-.0003058	.0008298	-0.37	0.713	-.0019322 .0013207
_cons	1.799858	.0805805	22.34	0.000	1.641923 1.957793
sigma_u	.0432628				
sigma_e	.03264377				
rho	.63721074	(fraction of variance due to u_i)			

6. ábra A boldogság, infláció, összes fogyasztási kiadás, átlagbér és a fogyasztási hajlandóság közötti kapcsolat

Forrás: STATA, saját szerkesztés

A 6. ábra a boldogság, infláció, összes fogyasztási kiadás, átlagbér és a fogyasztási hajlandóság közötti kapcsolatot mutatja be. Az általam bevont változók közül csak az átlagbér esetében mutattam ki pozitív, szignifikáns (0,000) kapcsolatot. Tehát amennyiben az átlagbér növekedést mutat, az növelni fogja az elégedettségünket. Az összes többi változó esetében nem mutatható ki statisztikailag igazolható, szignifikáns kapcsolat.

A H1-es hipotézis további vizsgálatához elemeztem az infláció és az összes fogyasztási kiadás közötti kapcsolatot is. Az infláció és az összes fogyasztási kiadás közötti kapcsolat kulcsfontosságú a háztartások gazdasági viselkedésének megértéséhez. Általánosságban elmondható, hogy emelkedő infláció esetén a fogyasztási kiadások reálértéke csökkenhet, mivel a pénz vásárlóereje gyengül, így ugyanazért a termékért vagy szolgáltatásért többet kell fizetni. Ugyanakkor egyes időszakokban az infláció előrejelzése (pl. áremelkedéstől való félelem) a fogyasztás időbeli előrehozásához is vezethet, ami átmenetileg növeli a kiadásokat. A kapcsolat tehát összetett: függ a jövedelmi viszonyoktól, a fogyasztói bizalomtól és a gazdaságpolitikai környezettől is. Eredményeimet az alábbi ábra szemlélteti.

H1/2: Az infláció és az összes fogyasztási kiadás közötti kapcsolat:

```
. xtreg AllitemschangeHICP Allexpenditure, fe

Fixed-effects (within) regression           Number of obs   =       175
Group variable: orszagkod                 Number of groups =        36

R-sq:                                       Obs per group:
    within = 0.2994                          min =           2
    between = 0.0008                          avg =          4.9
    overall = 0.0006                          max =           5

F(1, 138) = 58.98
corr(u_i, Xb) = -0.9930                     Prob > F = 0.0000
```

Allitemschan~P	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
Allexpenditure	.0001059	.0000138	7.68	0.000	.0000787	.0001332
_cons	-22.90349	3.539043	-6.47	0.000	-29.90125	-15.90572
sigma_u	46.511478					
sigma_e	5.010659					
rho	.9885275	(fraction of variance due to u_i)				

```
F test that all u_i=0: F(35, 138) = 5.12                               Prob > F = 0.0000
```

7. ábra Az infláció és az összes fogyasztási kiadás közötti kapcsolat

Forrás: STATA, saját szerkesztés

A 7. ábra az infláció és az összes fogyasztási kiadás közötti kapcsolatot mutatja be. Amennyiben az összes fogyasztási kiadást növeljük, akkor az infláció esetében növekedést tapasztalunk. Az infláció és az összes fogyasztási kiadás között statisztikailag szignifikáns, pozitív kapcsolatot (0,000) mutattam ki.

A H2-es hipotézisem (A fogyasztási kiadások szerkezete – azaz, hogy milyen kiadási kategóriákra fordítanak többet az egyének – befolyásolja a szubjektív elégedettségüket.) vizsgálatához először a boldogság és a fogyasztói kosár elemei közötti kapcsolatot elemeztem. Fontosnak tartottam megvizsgálni a boldogság és a fogyasztási szerkezet kapcsolatát, mivel a fogyasztási döntések nem csupán gazdasági, hanem pszichológiai tényezőkkel is összefüggnek. Az, hogy az egyének milyen kiadási kategóriákra fordítanak többet, befolyásolhatja életminőségüket és szubjektív jólétüket. A fogyasztási szerkezet elemzése így hozzájárulhat annak megértéséhez, hogy milyen típusú kiadások növelik leginkább az elégedettséget. Megállapításaimat az alábbi ábrák szemléltetik.

H2/1: Boldogság és a fogyasztói kosár elemei közötti kapcsolat:

```
. xtreg l_ld Miscellaneousgservices Education Recreationculture Communications Transport Health Furnishings Housingwaterelectricitygas Clothing Alcoholtobacconarcotics Food, re
```

Random-effects GLS regression
Group variable: **orszagkod**

Number of obs = 179
Number of groups = 37

R-sq:
within = 0.0288
between = 0.7401
overall = 0.6882

Obs per group:
min = 2
avg = 4.8
max = 5

Wald chi2(11) = 93.75
Prob > chi2 = 0.0000

corr(u_i, X) = 0 (assumed)

l_ld	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Miscellaneousgservices	.0014425	.0045862	0.31	0.753	-.0075463	.0104312
Education	-.0111205	.0150769	-0.74	0.461	-.0406707	.0184297
Recreationculture	.0011237	.0036503	0.31	0.758	-.0060308	.0082781
Communications	-.0047813	.0102922	-0.46	0.642	-.0249537	.015391
Transport	.0002	.0039185	0.05	0.959	-.0074801	.0078802
Health	.0081617	.0041742	1.96	0.051	-.0000196	.0163431
Furnishings	.0086605	.0063135	1.37	0.170	-.0037138	.0210347
Housingwaterelectricitygas	.0079691	.0024132	3.30	0.001	.0032392	.012699
Clothing	-.0035449	.0090098	-0.39	0.694	-.0212037	.0141139
Alcoholtobacconarcotics	.0060922	.0054733	1.11	0.266	-.0046354	.0168198
Food	-.0084784	.0021173	-4.00	0.000	-.0126282	-.0043286
_cons	1.738604	.1578373	11.02	0.000	1.429248	2.047959
sigma_u	.06009551					
sigma_e	.03213661					
rho	.77762483	(fraction of variance due to u_i)				

8. ábra Boldogság és a fogyasztói kosár elemei közötti kapcsolat

Forrás: STATA, saját szerkesztés

A 8. ábra a boldogság és a fogyasztói kosár elemei közötti kapcsolatot vizsgálja. Az alábbi változók tekintetében mutattam ki szignifikáns kapcsolatot: egészségre (0,051), lakhatási kiadásokra (0,001) és az élelmiszerre fordított kiadások (0,000) esetében. Az egészségre fordított kiadások arányának növekedése a boldogsági változó növekedését vonja maga után. Amennyiben a növeljük a lakhatásra fordított kiadások arányát, az növelni fogja az elégedettségünket. Az élelmiszerre fordított kiadások arányának növelése pedig a boldogsági változó csökkenését vonja maga után (a változó előjele negatív). A fogyasztói kosár elemei és a boldogság kapcsolatának vizsgálata során az alábbi elemek között nem mutattam ki statisztikailag igazolható kapcsolatot: egyéb szolgáltatásokra, oktatásra, szabadidős tevékenységre, kommunikációra, közlekedésre, tartós fogyasztási kiadásokra, ruházatra, alkohol és dohányárura fordított kiadások arányainak esetében.

A H2-es hipotézisem vizsgálatához elemeztem a boldogság és a ruházati cikkek kiadásainak aránya közötti kapcsolatot is. A szakirodalmak elemzése során több kutató megállapította, hogy a fogyasztói kosáron belül a ruházatra költött kiadások erősen pozitív, szignifikáns kapcsolatban állnak az elégedettséggel. Kíváncsi voltam arra, hogy igazolni tudom-e ezt a megállapítást, amennyiben csak a boldogság és a ruházatra fordított kiadások aránya közötti kapcsolatot vizsgálom, hiszen az előző vizsgálatomban nem tudtam a ruházati kiadás tekintetében szignifikáns kapcsolatot kimutatni. A boldogság és a ruházati cikkekre fordított kiadások arányának vizsgálatát azért tartottam fontosnak, mert a ruházatkódás túlmutat az alapvető szükségleteken – az önkifejezés, a társadalmi elismertség és az identitás része is lehet, tehát az erre fordított kiadások aránya utalhat azon, hogy az egyének mennyire engedhetik meg maguknak a „nem létfontosságú”, de életminőséget javító fogyasztást. Ennek arányváltozása így visszatükrözheti az anyagi helyzetet és az ebből fakadó szubjektív elégedettséget. Eredményeimet az alábbi ábra szemlélteti.

H2/2: Boldogság és a ruházati cikkek kiadásának aránya közötti kapcsolat:

```

. xtreg l_ld Clothing, re

Random-effects GLS regression           Number of obs   =       179
Group variable: orszagkod              Number of groups =        37

R-sq:                                   Obs per group:
    within = 0.0264                      min         =        2
    between = 0.0607                     avg         =       4.8
    overall  = 0.0713                     max         =        5

Wald chi2(1) =       5.83
Prob > chi2   =       0.0157

corr(u_i, X) = 0 (assumed)

```

l_ld	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
Clothing	-.0209273	.0086638	-2.42	0.016	-.0379081	-.0039465
_cons	1.959859	.0441919	44.35	0.000	1.873245	2.046474
sigma_u	.11809949					
sigma_e	.03246496					
rho	.92974193	(fraction of variance due to u_i)				

9. ábra Boldogság és a ruházati cikkek kiadásának aránya közötti kapcsolat

Forrás: STATA, saját szerkesztés

A 9. ábra a boldogság és a ruházati cikkek kiadásának aránya közötti kapcsolatot mutatja be. Amennyiben növekszik a ruházatra költött kiadások aránya a fogyasztói kosárban akkor ez csökkenteni fogja az elégedettséget (változó előjele negatív). A boldogság és a ruházati kiadások aránya között tehát szignifikáns (0,016) kapcsolatot mutattam ki.

A fenti eredmények tekintetében az alábbi megállapításokat tettem: a boldogság és a fogyasztási kiadások között nincs statisztikailag igazolható kapcsolat. A fogyasztói kosár elemei és az elégedettség közötti kapcsolat vizsgálata során az alábbi elemek tekintetében mutattam ki statisztikailag, szignifikáns kapcsolatot: ruházatra, élelmiszerre, egészségre, lakhatásra fordított kiadások esetében. A fogyasztói kosár elemei és a boldogság kapcsolatának

vizsgálata során az alábbi elemek között nem mutattam ki statisztikailag igazolható kapcsolatot: egyéb szolgáltatásokra, oktatásra, szabadidős tevékenységre, kommunikációra, közlekedésre, tartós fogyasztási kiadásokra, ruházatra, alkohol és dohányárura fordított kiadások arányainak esetében. A boldogság és a jövedelem között pozitív, szignifikáns kapcsolat van. Az infláció negatívan hat az egyének boldogságszintjére. Az infláció növekedése a fogyasztás növekedését vonja maga után. A fogyasztás és a jövedelem között azonban nem mutattam ki szignifikáns kapcsolatot. Tehát nem igazolható az a hipotézisem, hogy a magasabb jövedelem, magasabb fogyasztási kiadásokat eredményez, melynek következménye a szubjektív elégedettség növekedése.

6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Vizsgáltam az egyes országokban (37 ország) a fogyasztási kiadások és a boldogság kapcsolatát, melynek eredményeként az alábbi megállapításokat tettem:

Elemeztem a fogyasztási kiadások és boldogság közötti kapcsolatot, melynek eredményeként nem tudtam statisztikailag igazoltató kapcsolatot kimutatni a két változó között, ezért a H1-es hipotézisemet nem tudtam igazolni, ám a változó előjele azonban pozitív maradt. (Noll & Weick, 2014.) (Wang, Cheng, & Smyth, 2015.) (Zhongkun & Leng, 2024.) kutatók által megfogalmazott szakirodalmi megállapítást, - mely szerint a teljes fogyasztási kiadás szignifikáns és pozitív hatást gyakorol a boldogságra - nem tudtam igazolni. Eredményeim viszont igazolást nyertek azzal kapcsolatban, hogy az infláció és a boldogság között negatív kapcsolat figyelhető meg. Ez a megállapításom egyezik az általam vizsgált szakirodalmi megállapítások közül Shishu Zhang és Shuenn-Hae Ou kutatók eredményével, mely szerint az infláció negatívan hat a fogyasztói kosár elemeire.

Kutatásom tárgyát képezte az infláció és a fogyasztás közötti kapcsolat vizsgálata is, melynek kapcsán azt feltételeztem, hogy a kettő változó között pozitív, igazolható kapcsolat áll. Eredményeim azt mutatták, amennyiben az összes fogyasztási kiadást növeljük, akkor az infláció esetében növekedést tapasztalunk. Az infláció és az összes fogyasztási kiadás között statisztikailag szignifikáns, pozitív kapcsolatot (0,000) mutattam ki. Abonongi Andigema Snota & Ewane Enongene Betrand szerzőpáros szakirodalmi megállapítását figyelembe véve igazolni tudtam megállapításukat, mely szerint az inflációs ráta pozitív és szignifikáns hatással van a háztartások végső fogyasztási kiadásaira mind rövid, mind hosszú távon. Ezek tekintetében igazolni tudtam a H1-es hipotézisemet.

A H1-es hipotézisem vizsgálatán belül elemeztem a fogyasztás és a jövedelem közötti kapcsolatot is. Kutatásom során azt feltételeztem, hogy a magasabb jövedelem, magasabb fogyasztási kiadásokat von maga után, melynek eredményeként a szubjektív elégedettség növekedni fog. Hipotézisem igazolásához az alábbi szakirodalmi megállapítást vettem alapul: (Diacon & Maha, 2015.) szerzőpáros megállapítása szerint, pozitív kapcsolat van a fogyasztás és a jövedelem között. Azonban eredményeim azt mutatták, hogy a fogyasztás és a jövedelem között nincs statisztikailag igazolható szignifikáns kapcsolat. Tehát, ebben az esetben a H1-es hipotézisem mellett a szakirodalmi megállapításokat sem tudtam igazolni.

A H2-es hipotézisem eredményeinek bemutatásában a következő táblázat nyújt segítséget azzal kapcsolatban, hogy a fogyasztói kosár elemeit vizsgálva a boldogsággal, mely kiadások tekintetében mutattam ki szignifikáns, illetve nem szignifikáns kapcsolatot.

6. táblázat A fogyasztói kosár elemeinek vizsgálata

A fogyasztói kosár elemei	Szignifikáns kapcsolat	Nem szignifikáns kapcsolat
ruházat	x	
élelmiszer	x	
tartós fogyasztási cikk		x
alkoholra és dohányáru		x
lakhatás	x	
közlekedés		x
kommunikáció		x
egészség	x	
szabadidő és kultúra		x
egyéb szolgáltatások		x
oktatás		x
vendéglátás		x

Forrás: saját szerkesztés

A 6. táblázat a fogyasztói kosár egyes elemeinek kapcsolatát foglalja össze a boldogsággal, abból a szempontból, hogy az előbb említett változók között szignifikáns vagy nem szignifikáns kapcsolatot mutattam ki. Az alábbi elemek között nem tudtam kimutatni statisztikailag igazolható szignifikáns kapcsolatot: tartós fogyasztási cikkekkel, közlekedéssel, kommunikációval, egyéb szolgáltatásokkal, vendéglátással, szabadidővel és kultúrával, illetve az alkohollal és dohányáruval kapcsolatos kiadások tekintetében. A ruházati, élelmiszerre fordított, lakhatási, illetve az egészségügyre fordított kiadások esetében pozitív, szignifikáns kapcsolatot mutattam ki. Tehát az utóbbi változók és a boldogság között statisztikailag igazolható kapcsolat van.

A H2-es hipotézisem vizsgálatához elemeztem a kosár egyes elemei és a boldogság közötti összefüggést, mely esetében szignifikáns kapcsolatot mutattam ki az alábbi változók között: egészségre, lakhatásra, ruházatra, élelmiszerre fordított kiadások arányai között. Tehát a ruházati (0,016), lakhatási (0,001), egészségre (0,001), és az élelmiszerre (0,000) fordított kiadások aránya statisztikailag szignifikáns kapcsolatban áll a boldogsággal.

Amennyiben az élelmiszerre fordított kiadások aránya növekedést mutat, az a boldogsági index csökkenését vonja maga után. Összességében megállapítottam, hogy az elégedettség és az élelmiszerre fordított kiadások aránya között szignifikáns (0,000) a kapcsolat. (Noll & Weick, 2014.) (DeLeire & Kalil, 2010.) kutatók tanulmányukban nem állapítottak meg szignifikáns kapcsolatot, azonban kutatásomban a két változó között szignifikáns kapcsolatot mutattam ki, ezáltal igazolni tudtam a H2-es hipotézisemet.

A boldogság és a ruházati kiadások aránya között szignifikáns kapcsolatot mutattam ki, tehát amennyiben növeljük a ruházatra költött kiadások arányát a fogyasztói kosárban akkor ez csökkenteni fogja (változó előjele negatív) az elégedettséget. (Zhang & Ou, 2012.), (Wang, Cheng, & Smyth, 2015.), (Noll & Weick, 2014.) kutatók által megfogalmazott megállapítást azonban csak részben tudtam igazolni, hiszen eredményeim szignifikáns kapcsolatot mutattak a két változó között, viszont vizsgálatomban a változó előjele negatív maradt. Mivel hipotézisem megfogalmazásakor a kapcsolat irányáról nem határoztam, ezért H2-es hipotézisemet ebben az esetben részben elfogadottnak tekintetem.

A vizsgálat eredményei alapján pozitív és szignifikáns kapcsolat mutatható ki a boldogság és a lakhatási kiadások aránya között. Az adatok azt jelzik, hogy amennyiben a lakhatásra fordított kiadások aránya növekszik, az együtt jár az egyének elégedettségi szintjének emelkedésével. Ez arra utal, hogy a magasabb lakhatási kiadások a magasabb életszínvonal egyik mutatójaként értelmezhetők, ami hozzájárul a boldogság növekedéséhez. A kapcsolat szignifikanciáját a $p = 0,001$ érték támasztja alá. (DeLeire & Kalil, 2010.) kutatók megállapítása szerint a változók között nem mutatható ki szignifikáns összefüggés, ugyanakkor az általam kapott eredmények ellentmondanak ezen megállapításnak. Ennek alapján a H2-es hipotézist ebben az esetben igazoltnak tekintetem.

A boldogság és az egészségre fordított kiadások arányának vizsgálata szintén pozitív és szignifikáns kapcsolatot eredményezett. Az elemzés szerint az egészségre fordított kiadások arányának növekedése az elégedettség szintjének emelkedését vonja maga után. A kimutatott összefüggés ($p = 0,051$) pozitív irányú és statisztikailag szignifikáns. Bár (DeLeire & Kalil, 2010.) kutatók korábbi kutatási eredményei nem igazoltak szignifikáns, pozitív kapcsolatot, azonban eredményeim ezt cáfolják, hiszen a kapcsolat fennállását támasztják alá. Ennek megfelelően a H2-es hipotézist ebben az esetben is igazoltnak tekintetem.

A fogyasztói kosár elemei és a boldogság kapcsolatának vizsgálata során az alábbi elemek között nem mutattam ki statisztikailag igazolható kapcsolatot: egyéb szolgáltatásokra, oktatásra, szabadidős tevékenységre, kommunikációra, közlekedésre, tartós fogyasztási kiadásokra, ruházatra, alkohol és dohányárura fordított kiadások arányainak esetében.

Véleményem szerint a nem szignifikáns kapcsolat okai arra vezethetők vissza, hogy nehézkes a fogyasztói kosarak összehasonlítása, hiszen az egyes országok eltérő árakkal, jövedelemmel, fogyasztási szokással, társadalmi és gazdasági környezettel, földrajzi elhelyezkedéssel valamint közszolgáltatási és adózási rendszerrel rendelkeznek.

Fontos még megemlíteni a 2012-ben történt változást a fogyasztói kosár meghatározásának tekintetében, amikor a kosárból kikerült a saját lakások árváltozása. A lakhatás vonatkozásában a bérleti díjakat tartalmazza a fogyasztói árindex, de a saját lakások árváltozását nem, ez utóbbira vonatkozóan külön lakáspiaci index kerül kiszámításra.

7. ÖSSZEFOGLALÁS

Diplomadolgozatom témaválasztásának kiindulópontja az a megállapítás volt, hogy azoknak az országoknak a lakosai a legboldogabbak, akik többet költenek fogyasztási kiadásokra. Fontos megemlíteni, hogy a társadalom tagjainak egyéni döntése az, hogy ki, mikor, milyen mértékben részesül a fogyasztói kosár elemeiből. Jelen kutatásom középpontjában a szubjektív jól-lét, a fogyasztás, a jövedelem és az infláció közötti kapcsolat vizsgálata szerepel.

Közgazdasági kutatások igazolják, az alábbi feltevéseket: a fogyasztási kiadás pozitív kapcsolatban áll a boldogsággal, a magasabb jövedelemmel rendelkezők többet költenek fogyasztási kiadásokra, ezáltal pedig magasabb boldogságszinttel rendelkeznek, az infláció pedig negatívan hat az elégedettségre, az infláció és a fogyasztás, illetve a jövedelem és a fogyasztás között szignifikáns kapcsolat igazolható.

Kijelenthetjük-e, hogy azoknak az országoknak a lakosai, akik többet költenek fogyasztási kiadásokra, boldogtalan és elégedetlen étellel rendelkeznek, vagy pont az ellenkezőjét tapasztaljuk, tehát azok, akik többet költenek garantáltan boldog emberek?

A következőkben ezekre a kérdésekre keresem a választ, ismertetve a boldogság mérését és kérdését. Vizsgálni fogom a szubjektív jóllét és a boldogság kapcsolatát, a boldogság méréséhez kapcsolódó indexeket (például: World Happiness Report, OECD Better Life Index), a témában született szakirodalmakat, végül kitérek a boldogság és a jövedelem, boldogság és fogyasztási kiadások, fogyasztás és jövedelem, fogyasztás és infláció kapcsolatára is, illetve a fogyasztói kosarat fogom általánosan elemezni.

Nem feledkezhetünk el arról sem, hogy nehézkes a fogyasztói kosarak összehasonlítása, hiszen az egyes országok eltérő árakkal, jövedelemmel, fogyasztási szokással, társadalmi és gazdasági környezettel, földrajzi elhelyezkedéssel valamint közszolgáltatási és adózási rendszerrel rendelkeznek.

Az áttekintett szakirodalmi megállapításokat figyelembe véve az alábbi hipotéziseket fogalmaztam meg:

H1: A fogyasztási kiadások, valamint azok gazdasági meghatározói – különösen az infláció és az átlagbér alakulása – szignifikáns kapcsolatot mutatnak az egyének elégedettségszintjével.

H2: A fogyasztási kiadások szerkezete – azaz, hogy milyen kiadási kategóriákra fordítanak többet az egyének – befolyásolja a szubjektív elégedettségüket.

Az elemzést 37 ország adataira vonatkozóan OLS-regressziós statisztikai modell segítségével végeztem el, random effect módszer alkalmazásával.

Empirikus vizsgálatom eredményei alapján több fontos összefüggést sikerült feltárni. A boldogság és az összesített fogyasztási kiadások között nem mutatható ki statisztikailag szignifikáns kapcsolat. A fogyasztói kosár egyes elemeinek elemzése során sem volt kimutatható szignifikáns összefüggés a boldogság és az olyan kiadási kategóriák arányai között,

mint az egyéb szolgáltatások, oktatás, szabadidős tevékenységek, kommunikáció, közlekedés, tartós fogyasztási cikkek, valamint az alkohol- és dohánytermékek.

Ugyanakkor a ruházatra, lakhatásra, egészségre és élelmiszerre fordított kiadások aránya pozitív, statisztikailag szignifikáns kapcsolatot mutatott a boldogsággal, ami arra utal, hogy ezen kiadási kategóriák növekedése hozzájárul az egyének elégedettségi szintjének emelkedéséhez.

A jövedelem és a boldogság között szintén pozitív, szignifikáns kapcsolat igazolható. A fogyasztás és a jövedelem viszonyát vizsgálva azt a hipotézist fogalmaztam meg, hogy a magasabb jövedelem növeli a fogyasztási kiadásokat, és ezáltal a szubjektív elégedettséget. Az eredmények azonban nem támasztották alá ezt a feltevést, mivel a két változó között nem volt kimutatható szignifikáns kapcsolat.

Az infláció és a fogyasztás összefüggéseinek elemzése alapján megállapítható, hogy az infláció negatívan befolyásolja az egyének boldogságszintjét, ugyanakkor az infláció növekedése a fogyasztás bővülésével jár együtt.

Összességében elmondható, hogy a szubjektív elégedettséget nem csupán a fogyasztás mértéke, hanem annak szerkezete, valamint a jövedelmi és inflációs tényezők együttes hatása alakítja.

Kutatásom eredményei hozzájárulhatnak a gazdaságpolitikai döntések megalapozásához, hiszen rámutatnak arra, hogy a jólét növelése nem kizárólag a jövedelmek emelésén keresztül érhető el, hanem a fogyasztási szerkezet és az életminőséget meghatározó tényezők tudatos alakítása révén is. A további kutatások irányát a boldogságot befolyásoló nem gazdasági tényezők – például a társadalmi kapcsolatok, a biztonságérzet vagy a munka–magánélet egyensúlya – részletesebb vizsgálata jelentheti.

8. IRODALOMJEGYZÉK

- Abonongi, A., & Ewane, E. (2022.. 09. 24.). Inflation Rate Volatility and Household Final Consumption Expenditure: Evidence from Cameroon. *Journal of Economics, Management and Trade*, 28.(10.), 89-99. Letöltés dátuma: 2025.. 07. 11., forrás: <https://journaljemt.com/index.php/JEMT/article/view/1047>
- Ahmad, I. (2014.). An Empirical study into the relation of income and consumption using cross-sectional data. *ASEE 2014 Zone I Conference*. Letöltés dátuma: 2025.. 10. 23.
- Aliyev, K., Nadirov, O., & Dehning, B. (2021.. 07. 12.). Income and Life Satisfaction: A ‘Wave Formation’ Framework. *Journal of Happiness Studies*, 23., 847–860. Letöltés dátuma: 2024.. 07. 17., forrás: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10902-021-00428-8?fromPaywallRec=true>
- Anderson, L. (2020.). Statistical Models for Analyzing the Relationship between Inflation and Consumer Spending Patterns., (old.: 1-13.). Letöltés dátuma: 2025.. 07. 11., forrás: https://www.researchgate.net/publication/389483696_Statistical_Models_for_Analyzing_the_Relationship_between_Inflation_and_Consumer_Spending_Patterns
- Aranyi-Aszalós, V. (2021. 09 18). Helyünk a gazdagok klubjában - Miben rossz, miben jó az élet Magyarországon? *Összkep*. Letöltés dátuma: 2023. 09 09, forrás: <https://osszkep.hu/2021/09/helyunk-a-gazdagok-klubjaban-miben-rossz-miben-jo-az-élet-magyarorszagon/>
- Bizse, B. (2023.). Az oktatás finanszírozás és a boldogság közötti összefüggés. Kaposvár. Letöltés dátuma: 2025.. 10. 02.
- Burke, M., & Ozdagli, A. (2023.. 07. 11.). Household Inflation Expectations and Consumer Spending: Evidence from Panel Data. *The Review of Economics and Statistics*, 105.(4.), 948–961. Letöltés dátuma: 2025.. 07. 11., forrás: <https://direct.mit.edu/rest/article-abstract/105/4/948/107663/Household-Inflation-Expectations-and-Consumer>
- Csíkszentmihályi, M., Kubey, R., & Larson, R. (2006.. 02.). Experience Sampling Method Applications to Communication Research Questions. *Journal of Communication* , 46.(2.), 99-120. Letöltés dátuma: 2023.. 08. 06., forrás: https://www.researchgate.net/publication/229466498_Experience_Sampling_Method_Applications_to_Communication_Research_Questions
- Dehejia, R., DeLeire, T., & Luttmer, E. (2007.. 12.). Insuring consumption and happiness through religious organizations. *Journal of Public Economics*, 91.(1-2.), 259-279. Letöltés dátuma: 2024.. 07. 17., forrás: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0047272706000636>
- DeLeire, T., & Kalil , A. (2010.. 03. 19.). Does consumption buy happiness? Evidence from the United States. *International Review of Economics*, 57., 163–176. Letöltés dátuma: 2024.. 11. 04., forrás: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12232-010-0093-6>
- Diacon, P.-E., & Maha, L.-G. (2015.. 07. 12.). The Relationship between Income, Consumption and GDP: A Time Series, Cross-Country Analysis. *Procedia Economics and Finance*, 23. Letöltés dátuma: 2024.. 07. 22., forrás: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115003743>

- Diener, E., & Biswas-Diener, R. (2002.. 02. 01.). Will Money Increase Subjective Well-Being? *Social Indicators Research*, 57., 119–169. Letöltés dátuma: 2023.. 10. 10., forrás: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1014411319119>
- Easterlin, R. A. (1973). Does Money Buy Happiness? *The Public Interest*, 30.(3.). Letöltés dátuma: 2023. 10 10, forrás: <https://www.proquest.com/openview/6ce2d5a919778d8fada2059d39b7ff89/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1817076>
- Effah Nyamekye, G., & Adusei, P. (2017.. 09. 01.). What is the effect of inflation on consumer spending behaviour in Ghana? Letöltés dátuma: 2025.. 07. 11., forrás: <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/81081/>
- Forbes. (2023. 03 20). Letöltés dátuma: 2023. 09 09, forrás: <https://forbes.hu/a-joelet/boldogsagindex-world-happiness-report-2023/>
- Güven, C. (2012.. 08.). Reversing the question: Does happiness affect consumption and savings behavior? *Journal of Economic Psychology*, 33.(4.), 701-717. Letöltés dátuma: 2024.. 07. 17., forrás: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167487012000207>
- hvg.hu. (2024.. 03. 08.). A finn csoda: felére-csökkenette az ország az öngyilkossági rátáját. Letöltés dátuma: 2024.. 05. 04., forrás: https://hvg.hu/elet/20240308_a-finn-csoda-felere-csokkentette-az-orszag-az-ongyilkossagi-ratajat
- Kahneman, D., & Krueger, A. (2006). Developments in the Measurement of Subjective Well-Being. *JOURNAL OF ECONOMIC PERSPECTIVES*, 20.(1.), 3-24. Letöltés dátuma: 2023. 10. 10., forrás: https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257%2F089533006776526030&source=post_page-----
- Kehl, , D., & Sipos, B. (2010.. 07. 08.). Regressziós modellek becslése és tesztelése Excel-parancsfájl segítségével (szoftverismertetés). *Statistikai Szemle*, 88.(7-8.), 833-855. Letöltés dátuma: 2023.. 10. 12., forrás: https://www.ksh.hu/statszemle_archive/2010/2010_07-08/2010_07-08_833.pdf
- Lelkes, O. (2003. 05). A pénz boldogít? A jövedelem és hasznosság kapcsolatának empirikus elemzése. *Közgazdasági Szemle*, 50, 383-405. Letöltés dátuma: 2023. 09 01, forrás: <http://epa.oszk.hu/00000/00017/00093/pdf/lelkes.pdf>
- Lieb, L., & Schuffels, J. (2022.. 03. 09.). Inflation expectations and consumer spending: the role of household balance sheets. *Empirical Economics*, 63., 2479–2512. Letöltés dátuma: 2025.. 07. 11., forrás: <https://link.springer.com/article/10.1007/s00181-022-02222-8>
- Medgyesi, M., & Róbert, P. (2000). A munkával való elégedettség nemzetközi összehasonlításban. In *Társadalmi riport 2000* (old.: 591-616). Budapest: TÁRKI. Letöltés dátuma: 2023. 09 28, forrás: https://www.researchgate.net/publication/323454107_A_munkaval_valo_elegedettseg_nemzetkozi_osszehasonlitasban
- Mentzakis, E., & Moro, M. (2008. 07 01). The poor, the rich and the happy: Exploring the link between income and subjective well-being. *The Journal of Socio-Economics*, 38(1), 147-158. Letöltés dátuma: 2023. 09 10, forrás:

- <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1053535708001273?via%3Dihub>
- Nazir, A., & Mir, S. A. (2025.. 06. 17.). Effects of Inflation on Household Consumption Expenditure: An Empirical Insights From The Indian Economy. *Indian Journal of Human Development*. Letöltés dátuma: 2025.. 07. 11., forrás: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/09737030251346761>
- Noll, H.-H., & Weick, S. (2014.. 11. 28.). Consumption expenditures and subjective well-being: empirical evidence from Germany. *International Review of Economics*, 62., 101–119. Letöltés dátuma: 2024.. 07. 17., forrás: <https://link.springer.com/article/10.1007/S12232-014-0219-3>
- Parádi-Dolgos, A., & Bareith, T. (2022). Növekvő gazdaság, növekvő boldogság? *Lépések*, 27(1), 6-9. Letöltés dátuma: 2023. 09 10, forrás: https://kovet.hu/wp-content/plugins/magazin_lista/pdf/lepések_85_v5%20fin%2006-9.pdf
- Pomázi, I. (2014. 02). Új irányok a társadalmi haladás és jóllét mérésében. *Statisztikai Szemle*, 92(2), 1-15. Letöltés dátuma: 2023. 09 01, forrás: https://www.ksh.hu/statszemle_archive/2014/2014_02/2014_02_179.pdf
- Portfolio. (2024.. 03. 20.). Lesújtó jelentés látott napvilágot: egyre lejjebb Magyarország. Letöltés dátuma: 2025.. 09. 17., forrás: <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20240320/lesujto-jelentes-latott-napvilagot-egyre-lejjebb-magyarorszag-675889>
- Rádi, B. (2023.. 12. 01.). Ég és föld a különbség: erre költ egy német, egy osztrák és egy magyar. *Economx*. Letöltés dátuma: 2024.. 11. 04., forrás: <https://www.economx.hu/gazdasag/inflacio-fogyasztói-kosar-ksh-fizetes-nemet-osztrak-magyar.781322.html>
- Sangha, K., Russell-Smith, J., & Costanza, R. (2019. 07). Mainstreaming indigenous and local communities' connections with nature for policy decision-making. *Global Ecology and Conservation*, 19. Letöltés dátuma: 2023. 09 07, forrás: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S235198941930229X?via%3Dihub>
- Sipiczki, Z., Parádi-Dolgos, A., & Varga, J. (2023.. 03. 27.). Analysis of the inflationary redistribution of consumption and wealth, evidence from Hungary. *Acta Oeconomica Periodical of the Hungarian Academy of Sciences*, 73.(1.), 129–143. Letöltés dátuma: 2024.. 07. 17., forrás: <https://akjournals.com/view/journals/032/73/1/article-p129.xml>
- Takács, D. (2005. 09). A pénz (nem) boldogít(?). *Közgazdasági Szemle*, 52., 683–697. Letöltés dátuma: 2023. 09 10, forrás: <https://docplayer.hu/35802541-A-penz-nem-boldogit.html>
- Takács, D. (2009). A boldogság közgazdaságtana, A boldogság fogalmáról és mérhetőségéről. 11-106. Letöltés dátuma: 2023. 09 01, forrás: <https://rgdi.sze.hu/files/Ertekezések,%20tezisek/Takacs%20David%20ertekezes.pdf>
- Taylor, L. (2022.. 08. 09.). Analysis of impacts of inflation on the distribution of household consumption expenditures. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 70.(3.), 239-258. Letöltés dátuma: 2025.. 07. 11., forrás: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cjag.12315>
- Veenhoven, R. (1999.. 10.). Quality-of-Life in Individualistic Society. *Social Indicators Research*, 48., 159–188. Letöltés dátuma: 2023.. 10. 10., forrás: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1006923418502>

- Vitrai, J. (2022. 01 03). Hol a boldogság mostanában? *Egészségfejlesztés*, 63(1), 43-51. Letöltés dátuma: 2023. 09 06, forrás: <http://real.mtak.hu/149424/1/7893-Cikk%20sz%C3%B6vege-35560-2-10-20220302.pdf>
- Wang, H., Cheng, Z., & Smyth, R. (2015.. 07. 24.). Does Consuming More Make You Happier? Evidence from Chinese Panel Data. *SSRN Electronic Journal*. Letöltés dátuma: 2024.. 07. 17., forrás: https://www.researchgate.net/publication/356325010_Does_Consuming_More_Make_You_Happier_Evidence_from_Chinese_Panel_Data
- World Happiness Report. (2023). Letöltés dátuma: 2023. 09 09, forrás: <https://worldhappiness.report/about/>
- Zhang, S., & Ou, S.-H. (2012.. 01. 01.). The Impact of Inflation on Expenditures and Happiness in China. *Southern Business & Economic Journal*, 35.(1.). Letöltés dátuma: 2024.. 11. 04., forrás: https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A6%3A11610294/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A95396704&crl=c&link_origin=scholar.google.com
- Zhongkun, Z., & Leng, C.-x. (2024.. 01. 15.). Does food safety perception matter to farmers' happiness? evidence from China. *Heliyon*, 10.(1.). Letöltés dátuma: 2024.. 11. 04., forrás: [https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440\(23\)11076-0?_returnURL=https%3A%2F%2Flinkinghub.elsevier.com%2Fretrieve%2Fpii%2FS2405844023110760%3Fshowall%3Dtrue](https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440(23)11076-0?_returnURL=https%3A%2F%2Flinkinghub.elsevier.com%2Fretrieve%2Fpii%2FS2405844023110760%3Fshowall%3Dtrue)

9. ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Az empirikus kutatások boldogság mérésének módszerei	6
2. ábra: A bruttó nemzeti boldogság 9 területe és 33 mutatója	8
3. ábra: Teljes munkaidőben foglalkoztatott munkavállalók átlagbére 2023-ban.....	14
4. ábra Az infláció mértéke 2024-ben	22
5. ábra Végső fogyasztási kiadások 2023-ban	26
6. ábra A boldogság, infláció, összes fogyasztási kiadás, átlagbér és a fogyasztási hajlandóság közötti kapcsolat.....	33
7. ábra Az infláció és az összes fogyasztási kiadás közötti kapcsolat.....	34
8. ábra Boldogság és a fogyasztói kosár elemei közötti kapcsolat.....	35
9. ábra Boldogság és a ruházati cikkek kiadásának aránya közötti kapcsolat.....	36
1. táblázat: A legboldogabb országok 2024-ben	10
2. táblázat V4-es országok és Németország fogyasztói kosara 2022-ben.....	25
3. táblázat: Szakirodalmak áttekintése	27
4. táblázat: A boldogsági változókra vonatkozó fontosabb adatok és jelentésük	29
5. táblázat: Összefoglaló statisztika a legfontosabb változókról.....	30
6. táblázat A fogyasztói kosár elemeinek vizsgálata.....	39

10. A DIPLOMADOLGOZAT TARTALMI KIVONATA

MATE Szervezeti és Működési Szabályzat

III. Hallgatói Követelményrendszer

III.1. Tanulmányi és Vizsgaszabályzat

6.13. sz. függelék: A MATE egységes diplomadolgozat készítési útmutatója

5.2. sz. melléklete: Tartalmi kivonat (absztrakt)

Dolgozat címe: A fogyasztási kiadások hatása a szubjektív elégedettségre

A dolgozatot készítő hallgató neve: Bizse Bettina

Pénzügy mesterképzési szak, MSC, nappali tagozat

VFGI, Befektetési, Pénzügyi és Számviteli Tanszék

Belső témavezető: Dr. Parádi-Dolgos Anett Katalin, egyetemi docens, MATE Kaposvári Campus, VFGI, Befektetési, Pénzügyi és Számviteli Tanszék

A dolgozat központi témája a fogyasztási kiadások és a szubjektív elégedettség közötti kapcsolat vizsgálata. A kutatás kiindulópontja az a feltételezés volt, hogy azokban az országokban, ahol az egyének többet költenek fogyasztási javakra, magasabb boldogságszint figyelhető meg. A téma aktualitását az adja, hogy napjaink gazdasági környezetében a jövedelmi különbségek, a fogyasztási szerkezet, valamint az infláció alakulása egyre jelentősebben befolyásolja az emberek jólétét és életminőségét.

A vizsgálat célja annak feltárása, hogy a fogyasztás, a jövedelem és az infláció milyen módon és mértékben járul hozzá az egyének szubjektív elégedettségéhez. Az elemzést 37 ország adatai alapján, OLS-regressziós statisztikai modell segítségével, random effect módszerrel végeztem el. A kutatás a fogyasztói kosár különböző kiadási kategóriáira, valamint makrogazdasági mutatókra (például infláció, átlagbér, megtakarítási ráta, fogyasztási hajlandóság) épült.

Az empirikus eredmények alapján a boldogság és az összesített fogyasztási kiadás között nem mutatható ki statisztikailag szignifikáns kapcsolat. Ugyanakkor bizonyos kiadási kategóriák - különösen a lakhatásra, egészségre, élelmiszerre és ruházatra fordított kiadások aránya - pozitív összefüggést mutatnak az egyének elégedettségi szintjével. Eredményeim szerint a jövedelem és a boldogság között pozitív, szignifikáns kapcsolat áll fenn, míg a fogyasztás és a jövedelem között nem bizonyítható közvetlen összefüggés. Az infláció ugyanakkor negatívan hat a boldogságra, miközben a fogyasztás növekedését ösztönzi.

Összességében megállapítható, hogy a szubjektív jólétet nem csupán a fogyasztás mértéke, hanem annak szerkezete, valamint a gazdasági környezet egészének alakulása befolyásolja. A kutatás eredményei hozzájárulhatnak a boldogság közgazdasági értelmezéséhez, és rámutatnak arra, hogy a jólét növelése érdekében a gazdaságpolitikai döntésekben a jövedelmi és inflációs tényezők mellett a fogyasztási szerkezetre is kiemelt figyelmet kell fordítani.

11. NYILATKOZATOK

MATE Szervezeti és Működési Szabályzat

III. Hallgatói Követelményrendszer

III.1. Tanulmányi és Vizsgaszabályzat

6.13. sz. függeléke: A MATE egységes diplomadolgozat készítési útmutatója

4.2. sz. melléklete: Nyilatkozat a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről (módosítva: 2025. október 16.)

NYILATKOZAT

diplomadolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Bizse Bettina
A Hallgató Neptun kódja: RDABZK
A dolgozat címe: A fogyasztási kiadások hatása a szubjektív elégedettségre
A megjelenés éve: 2025.
A konzulens intézetének neve: Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet
A konzulens tanszékének a neve: Befektetési, Pénzügyi és Számviteli Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem. Továbbá kijelentem, hogy a dolgozat elkészítése során alkalmazott mesterséges intelligencia-eszközök (pl. szöveggenerálás, nyelvi javítás, fordítás, adatelemzés) használata nem helyettesítette a saját kutatási és alkotói munkámat, azok alkalmazását a források között vagy a módszertani részben feltüntettem, és a szakmai-etikai elvárásoknak megfelelően jártam el.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkor szellemi tulajdonkezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelté után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: 2025. november 03.



Hallgató aláírása

NYILATKOZAT

MATE Szervezeti és Működési Szabályzat

III. Hallgatói Követelményrendszer

III.1. Tanulmányi és Vizsgaszabályzat

6.13. sz. függelék: A MATE egységes diplomadolgozat készítési útmutatója

4.1. sz. melléklete: Konzulensi nyilatkozat

Dr. Parádi-Dolgos Anett Katalin (név) (hallgató Neptun azonosítója: RDABZK) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a diplomadolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakedolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védelemre **javaslom** / **nem javaslom**².

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem³

Kelt: 2025. november 03.



belső konzulens

² A megfelelő aláhúzendó.

³ A megfelelő aláhúzendó.

Hallgatók, doktoranduszok nyilatkozata mesterséges intelligencia (MI) alkalmazásáról

1. Általános adatok

Hallgató neve:	Bizse Bettina
Neptun-kódja:	RDABZK
Képzési szint (a megfelelőt jelölje X-szel):	<input type="checkbox"/> BSc/BA <input checked="" type="checkbox"/> MSc/MA <input type="checkbox"/> Doktori (PhD) <input type="checkbox"/> Egyéb:
Tantárgy neve/kódja*:	Diplomadolgozat
A munka címe:	A fogyasztási kiadások hatása a szubjektív elégedettségre

* doktori értekezés esetén nem kitöltendő

2. Nyilatkozat az MI használatáról

Alulírott, etikai felelősségem teljes tudatában az alábbi nyilatkozatot teszem:

(Kérjük, válasszon egyet az alábbi lehetőségek közül!)

- A) Nem alkalmaztam mesterséges intelligencia rendszert vagy szolgáltatást.
(Amennyiben ezt jelölte, a további táblázatok kitöltése nem szükséges.)
- B) Alkalmaztam mesterséges intelligencia rendszert vagy szolgáltatást.
(Kérjük, töltsse ki a vonatkozó táblázatokat!)

3. A mesterséges intelligencia használatának részletezése

I. TÁBLÁZAT: Asszisztensi vagy kisebb mértékű felhasználás (pl. fordítás, nyelvi korrektúra, ötletelés stb.)

(Ezen felhasználások esetében a konkrét promptok és válaszok csatolása nem szükséges.)

A felhasználás célja	Alkalmazott MI-eszköz neve és verziója	Érintett rész (ha nem a szöveg egészére vonatkozik)
Fordítás, nyelvi korrektúra	ChatGPT	2. és 5. fejezet

II. TÁBLÁZAT: Jelentős tartalmi hozzájárulás (pl. egy teljes ábra vagy egy hosszabb szövegrész generálása)

(Ezekben az esetekben a felhasznált kulcsfontosságú promptok és az MI által adott nyers válaszok dokumentálása és a munka mellékletében való csatolása szükséges.)

A felhasználás célja	Alkalmazott MI-eszköz neve, verziója, elérhetősége	Az érintett fejezet / ábra / táblázat pontos sorszáma	A prompt-naplót tartalmazó melléklet bejegyzésének sorszáma

3/A. Oktató által előírt kiegészítő szabályok (ha vannak)

Amennyiben az adott tantárgy oktatója vagy témavezetője az MI-eszközök használatára vonatkozóan külön szabályokat vagy elvárásokat határozott meg, kérjük, az alábbi mezőben foglalja össze ezeket:

Pl. az MI használatának tilalma bizonyos feladattípusokra; csak konkrét eszköz használata engedélyezett; eltérő hivatkozási elvárások; dokumentációs forma stb.

Oktató vagy témavezető által előírt szabályok:

.....
.....
.....
.....

4. Minden hallgatóra vonatkozó nyilatkozat:

Kijelentem, hogy az MI által esetlegesen generált tartalmakat minden esetben kritikailag felülvizsgáltam, szerkesztettem és a munkába illesztettem. A leadott munka minden eleméért, annak eredetiségéért és tudományos helytállóságáért teljes körű felelősséget vállalok. Tudomásul veszem, hogy a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem a benyújtott munkát mesterséges intelligencia detektorral ellenőrizheti, és eljárást kezdeményezhet, amennyiben a nyilatkozatom valótlan vagy hiányos.

Kelt: Kaposvár, 2025. november 03.



.....
Hallgató aláírása



.....
Konzulens/Témavezető aláírása