

A városi piac vonzóereje

A fogyasztási cikkek és szolgáltatások igényének vizsgálatakor a kereslet és fogyasztás színvonalát, szerkezetét, rugalmasságát meghatározó tényezők kerülnek előtérbe. Ezek között eltörpül a kereslet lebonyolítási színterének jelentősége, országos és helyi piac esetében egyaránt. A fogyasztás magától értetődő feltétele, hogy a kereslet és kínálat térben is találkozik valahol. De nem annyira a találkozás helye, mint inkább a kereslet és kínálat mennyiségi, szerkezeti és értékbeli összhangja befolyásolja a lakosság fogyasztásának alakulását.

Városi lakosnak a „hol a piac?“, a „hol szokott vásárolni?“ kérdése legfeljebb a család beszerzési gondjait, a kosarakkal való cipekedést, a várakozásban eltöltött időt, a kiszolgáló udvarias vagy udvariatlan mosolyát juttatja eszébe.

A falusi lakosság esetében más a helyzet: árkeresletének egy része a város piaca felé fordul. A parasztság évszázados kisárutermelői hagyományainak mai megnyilvánulásaként vonzódik a városhoz, a hajdani vásárhelyekhez. De a városok kereskedelmi monopóliuma a múlté, a régi vásárok, sokadalmak ünnepi poézisét az állami és szövetkezeti kereskedelem, a napi áruforgalom prózája váltotta fel. Gyökeresen megváltozott a falu élete az utóbbi negyedszázadban. Megmaradt-e a régi szokás? A híres vásárok emléke jár vissza, vagy más, esetleg kényszerítő körülmények tartják fenn a falu tradicionális életstílusának ezt a sajátosságát?

A kérdés egyik részére a kereskedelmi és szolgáltatási hálózat, valamint az árualap város és falu közti megoszlása adhat választ. A kérdés másik részének megoldását nagy lépéssel vinné előbbre a családi költségvetések jövedelmi és fogyasztási forrásainak számbavétele. Azokhoz fordultunk, akiket a piac fekvése legközvetlenebbül érint, s akik az üzlettelepítés aránytalanságait a beszerzések végett megtett kilométerek számával mérik. Idevágóan kizárólag gyakorlati jellegű, a kiskereskedelmi és áruszolgáltatási hálózat város és falu közti megoszlását vizsgáló felmérést végeztünk.

Az elmúlt év tavaszán Maros megye tíz falujában, illetve községszékhelyén (Abód, Akosfalva, Balavásár, Bánd, Bonyha, Dextrászéplak, Erdőszentgyörgy, Héderfája, Makkfalva, Mikefalva) közel 800 családtól — 2982 személytől, akik helységeként a népességnek kb. 14%-át képviselik — kérdeztük meg: hol vásárol; hol veszi igénybe a szolgáltatásokat; a faluban, a község székhelyén, a legközelebbi vagy távolabb fekvő városban szerzi-e be a fogyasztási javakat? (a települések döntő többsége a Marosvásárhely, Dicsőszentmárton, Szováta közti zónában fekszik); alkalmas-e vagy rendszeresen vásárol-e a városban vagy adott városban; mi az oka annak, hogy egyik-másik árucikket vagy nem a falujában vásárolja meg, vagy bizonyos szolgáltatásokat a falun kívül vesz igénybe?

15-féle árucsoport és 17-fajta szolgáltatás esetében külön-külön is megjelöltük a vásárlás helyét. Tartós és nem tartós, létszükségleti és ún. luxuscikkek, falun hagyományos és újabb keletű áruféleségek és szolgáltatások is szerepeltek az anket kérdőívén.

Az anket az említett kérdéssorozattal elsősorban a kereskedelemszervezés folyó ügyeit kívánta tisztázni. A válaszok egyben tükrözik, hogy a falusi lakosság (társadalmi, foglalkozási, jövedelmi státusát és életkorát is tekintetbe véve) mennyire elégedett a helyi kiszolgálási lehetőségekkel.

Többé-kevésbé arra is feleletet kaptunk, hogy a város piaca miért őrizte meg mindmáig vonzóerejét, mitől függ a vonzás intenzitása, a körülmények kényszere vagy a megszokás fokozza.

KERESKEDELMI HÁLÓZAT ÉS ARUALAP

Köztudomású, hogy az ember inkább kényszerűségből, mint megszokásból folyamodik a számára előnytelenebb megoldáshoz. A kis települések lakói kénytelenek lemondani a faluban való beszerzés kényelméről, ha a bolthálózat foghíjas, és nem juttatja el lakóhelyükig a mindennapos létfenntartási cikkek többségét.

Ezt a legkézenfekvőbb feltételezést azonban megcáfolja a megye kiskereskedelmi hálózatának térképe. A közélelmezési ágazatot nem számítva, Maros megyében 10 000 lakosra 23,6 és 100 km²-re 20,4 kiszolgálási egység jutott 1968-ban. Az átlag eltakarja a város és falu közti megoszlás különbségeit. Marosvásárhelyen (a hozzá tartozó községek nélkül) 10 000 főt 32,1 üzlet látott el, azonos számú falusi lakost pedig 18,5 egység. A megyeszékhelyi municipiumban 100 km²-re átszámítva 237 kiskereskedelmi egység várta a vásárlóközönséget. Első pillantásra kirívóan aránytalannak tűnik az üzlethálózat megoszlása Marosvásárhely és a megye többi helysége között. A fajsúlybeli eltolódás értékelésében a város szerepét, az üzemszervezés gazdasági hatékonyságának követelményeit, a lakosság keresletének struktúráját kell figyelembe venni, s ezek bizonyos fokú központosítottságot követelnek meg. A terepen szerzett tapasztalat azt mutatja, hogy ez a centralizáció jelenleg nem haladja meg a gazdasági ésszerűség határait, és nem megy a falusi bolthálózat szétleépítésének rovására. Az arányok mérlegelésekor meggondolandó, hogy városon elsősorban szaküzletek, vidéken döntő többségükben vegyes és általános üzletek működnek. A kereskedelemszervezés mai álláspontja szerint a vegyes és univerzális üzlet részlegi összetételükben kb. 6—10 szaküzletet képviselnek. Így a kiszolgálási egységeknek Marosvásárhely és a megye egész területe között 10 : 1 megoszlási aránya nagyrészt kiegyenlítődik. Ha az univerzális üzlet nemcsak szervezési formaként, hanem sokoldalú árukinálattal pótolja is a szaküzletek többségét (a falusi lakosság fogyasztási skáláján szereplő ipari eredetű árucsoportokból), piackörzete nagyjából a községek közigazgatási határáig terjed, sugara nem lépi át átlagban a 4 km-t.

A kiskereskedelmi hálózat terjeszkedési üteme az utóbbi években lépést tart a települések demográfiai, gazdasági fejlődésével. Kutatási területünk minden pontján, a megye eldugottabb falvaiban is létesült üzlet (számuk helységenkénti átlaga 1,5). Községszékhelyeken más, nagyobb településeken is szaporodik az univerzális és szaküzletek, közélelmezési egységek száma. A kereskedelem irányítóinak a jövőben fejlődést okoz még a helyenként elrajzolt piactérkép további javítása, szélesítése, korszerűsítése, a kiszolgálás civilizáltságának fokozása. A vásárlási helyekkel való ellátottság mai állapota falun azonban csak kivételesen teszi szükségessé, bizonyos szaküzletektől (bútor, jármű- és háztartásigép-alkatrész) eltekintve nem is indokolja a hétköznapi árukereslet városra irányulását. A megállapítást mérések, számítások is alátámasztják, de a falusi lakosság véleménye is emellett szól. Az üzlethiányra

hivatkozók száma elenyésző, az igények között hentesüzlet, kenyérbolt és büfé létesítése szerepel a ranglista elején.

A kiszolgálási hálózat településenkénti kiépítése a gazdasági fórumok szervezési és beruházási erőfeszítéseire vet fényt, de csak megközelítőleg utal a falusi lakosság árukeresletének kielégítettségi fokára. Az „üres bolt” nyomorúságát már csak a szőlés őrzi, de esetenként a falun mutatózó áruhiány is fokozhatja a város piacának vásárlóerőt felszívó hatását.

A város piacán jelentkező árukereslet korántsem állandó, tárgyát és tömegét egyaránt, olykor ugrásszerűen, változtatja. Vásárlási hullámnak, sőt áradatnak voltunk szemtanúi az elmúlt év őszén. Több keresletkutatási tanulmány a falusi életmód jellemző vonásaként említi s a parasztság szokásának tartja, hogy tartalékol, készletet gyűjt. A jelenséget általában a mezőgazdaságból származó jövedelmek időszakos voltával, a parasztság vásárlóképességének hullámlásával magyarázzák. A múlt esztendei vásárlási láz egybeesett a téli beszerzések idejével, az áruforgalom megélénkülése s főként a vásárlók tömege messzemenően túllépte a szokványos határokat. Ami ilyenkor a továbbgyűrűző tárolási lázat fokozza, lehet ellátási zavar, bizonyos áru pillanatnyi hiánya, az eltűnéséről szárnyra kelt rémhír, külföldi inflációs jóslatok szele. Valamely árucsoport forgalmi láncfolyamatának megszakadása faluról átterjed a városra is, de rendszerint csak ideig-óráig tart. Ez a jelenség az utóbbi években olyan ritkán okozott vásárlási lavinát, hogy külön dokumentáció nélkül nehéz volna belőle a falusi lakosság vagy éppen a parasztság árukeresletének és fogyasztásának sajátosságaira következtetni.

Az időleges forgalmi fennakadásoktól elhatárolható egyes áruféleségek állandósult hiánya, ami a városnak és falunak előirányzott árualap szerkezeti eltéréseiből következik. Bizonyos mezőgazdasági eredetű élelmiszereket „hivatalból” nem sorolnak be a falura küldendő árualap összetételébe. Egy részük (tej, tojás, liszt, hús, gyümölcs, zöldség) kikerül a saját termelésből, a mezőgazdasági termelőszövetkezetek termesztésbeni osztalékából és a háztáji gazdaságból. Ez a parasztcsaládok fogyasztási tartaléka, egyben a központosított alap egyik forrása (szerződéses és felvásárlás útján) és biztosítja a felhozatalt a helység vagy a város szervezetlen piacán. Az ipari feldolgozású fogyasztási javak közül jó néhányat (ruházati divatújdonságok, sportfelszerelések, hangszerek egy része) eleve nem osztályoznak a falusi kelendőségű portékák csoportjába. Hogy ez a belső, hivatali kalkuláció megfelel-e a vásárbelinek, erre többféle feleletet adott a közvéleménykutatás. A közvetett válaszokat kiolvashatjuk abból, hogy a falusi lakosság (fogyasztói kategóriánként) milyen közszükségleti cikkek keresetét keres városban, a falusi kínálat listája felajánlja-e vagy sem a lakóhelyén az illető árucsoportot. A közvetlen véleményeket az ankét kérdőívének: „Miért vásárol a városban?” rovatára adott válaszok fejezik ki. (Az ankét során egy család több okot is megjelölhetett. A számalékos számadatok közlését mellőzve, az okok felsorolási rendje egyben a válaszok előfordulási aránya alapján elkészített általános rangsor. A sorrend árucikkenként, szolgáltatás-típusonként, fogyasztói kategóriánként, helységenként lényeges eltéréseket mutat.) Íme, hogyan vélekednek a falvak lakói, és mivel indokolják, hogy árukeresletük kisebb-nagyobb része a város piacán oldódik meg:

1. Falun is megtalálható az árucsoport, de városban:

- nagyobb a választék;
- jobb minőségű az áru;
- divatosabb az áru.

2. Falun az árucsoport egészében vagy részlegesen hiányzik, városi üzletben viszont kapható.

3. Nem igényel külön utazást a városban történő vásárlás, mert:

- az ún. kettősjövedelműek második munkahelye abban a városban van;
- a városban tanul vagy lakik a gyermeke, s egyúttal meglátogatja;
- a város szervezetlen piacán adja el a saját árúját, és ugyanakkor felkeresi az üzleteket is.

4. Más okok: például haragszik a helybeli elárúsítóra.

A felsorakoztatott indokok mérlegelése hozzásegít, hogy az eredetileg felvetett problémát jobban megközelítsük és a: „Miért tartja ma is vonzóerejét a város piaca?”-kérdésre ne a kiskereskedelmi hálózat területi megoszlásának számadataival feleljünk, hanem a falusi lakosság véleményéből leszűrt néhány következtetéssel.

A FALUN KÍVÜLI ÁRUKERESLET ALAKULÁSA

Meghatározott időpontban a lakosság keresletének és fogyasztásának nagysága, szerkezete eltérő jegyeket mutat (a jövedelem, foglalkozás, kulturális szint, életkor szerint), s keresleti, fogyasztói típusok, kategóriák, csoportok, alcsoportok megállapítására nyújt lehetőséget. A tipizálások tömkelegében az is előfordul, hogy elhatalorlási kritériumként a család jövedelmeinek és fogyasztásának forrását és jellegét tekintik. Így keletkezett a következő megkülönböztetés: 1. fizetéséből, illetve „piacról élő” fogyasztó; 2. fogyasztása egy részét saját, illetve a termelőszövetkezet terméséből fedező; 3. kettősjövedelmű fogyasztó (például fizetéses alkalmazásban levő mtsz-tag). Bármilyen szempontot választunk is az osztályozás alapjául, a falusi lakosság kereslete és fogyasztása szerint heterogén, az egész közösséget egységesen jellemző sajátossága nemigen van. A vásárlóhelyekkel és árualappal való ellátottság mérlegelésekor a falusi lakosság globális helyzetét a lakóhely azonossága alapján emlegettük. Az árukereslet alakulásának minden vonatkozását, még realizálásának helyét is, csak a különböző társadalmi-gazdasági csoportok részarányának kiemelésével vizsgálhatjuk. A falu életének s egyben társadalmi szerkezetének gyökeres változása régen leszoktatott arról, hogy a falusi lakosságot a parasztsággal azonosítsuk. A keresleti igények és a fogyasztói ízlés elbírálása feltételezi, hogy e változásokat ne csak nagy vonalakban, hanem pontosabban ismerjük. Az anket során a következő tájékoztató jellegű képet kaptuk a családok megoszlásáról:

63% a mezőgazdasági termelőszövetkezet tagja,

ebből:

kb. 30% kettősjövedelműnek tekinthető,

37% fizetéses alkalmazott,

ebből:

17% munkás

11% értelmiségi

9% másféle alkalmazott.

Az arányok helységenként nagy eltéréseket mutatnak. A munkások és fizetéses alkalmazottak részaránya Makkfalván, Erdőszentgyörgyön, Bándon messze meghaladja a megyei átlagot, az utóbbi két helységben líceum is működik, s ez növeli az értelmiségiek számát.

A fizetéses alkalmazottak fajsúlyának emelkedése arra utal, hogy a falusi családoknak kb. egyharmada nem a saját termeléséből fogyaszt, a „piacról él”. Növekszik tehát az árukereslet, s ezen belül a falusi üzletek árueállításában másodlagosnak, olykor feleslegesnek vélt élelmiszer-csoportok kereslete is. A kérdésekre adott válaszok azt mutatják, hogy az előbb vizsgált társadalmi-gazdasági csoport tagjai rend-

szeresen városon szerzik be a húsнемű (hidegfeldvágott, konzerv), tejtermékek (sajt, vaj), déligyümölcsök (citrom) egy részét.

1968-ban a megye mezőgazdasági termelőszövetkezetei munkaképes tagságának kb. 24⁰/₀-a az mtsz-en kívül fizetések alkalmazottként is dolgozott. Ezek családtagjai a termelőszövetkezetben dolgoznak, s az alkalmazásban levő ingázók egy része (kb. 12⁰/₀-a) szintén teljesített munkaegységet. Kifejezetten az árukereslet és annak megvalósulási helye szempontjából ez azt jelenti, hogy kettősjövedelmű mtsz-tagok az átlagosnál magasabb jövedelmi s egyben fogyasztási kategóriába esnek, áru fogyasztásuk és szolgáltatás-igénylésük mennyisége emelkedik. Beszerzéseik nagy részét a második munkahelyen végzik, tehát lényegesen felduzzasztják a városban vásárlók tömegét. A várossal, az ottani intézmények, üzemek munkaközösségével való rendszeres kapcsolat módosítja az életforma számos megnyilatkozását, alakítja az ízlést, városi igényeket szül. A közvéleménykutatás során a „jobb minőségű, választékú és divatosabb“ árut keresők rangsorában a kettősjövedelműek csoportja (különösen a fiatalabbja) közvetlenül az értelmiségiek után következik.

A falusi lakosság összetételében egyes társadalmi-gazdasági csoportok növekedése új keresleti, fogyasztói típusokat hoz létre, változtatja az árukereslet mennyiségi és szerkezeti alakulását. Az értelmiségiek, munkások és a kettősjövedelmű mtsz-tagok részarányának fokozódása emeli a falu árukeresletének igény szintjét, „elvárosiasítja“ a fogyasztói ízlést, és a vásárlók tömegének jelentős részét a város piaca felé irányítja.

Több közgazdász úgy véli, hogy a város vásárlóerőt felszívó hatását a „vásárba menés“ tradíciója, a hajdani vásárok híre-neve örökölte át a mának. A hagyomány ereje tagadhatatlan. A parasztság árukeresleti szokásai azonban az életszínvonal emelkedésével, a termelési viszonyok forradalmi átalakulásával új színezetet kaptak. A megye termelőszövetkezeti tagsága jövedelmeinek részleges és közvetett becslése arra enged következtetni, hogy pénzjövedelmeik jelentős hányada — kb. 58⁰/₀-a — ma is a háztáji gazdaság termékeinek és az mtsz-javadalmazás természetbeni részének (szerződéses és szervezeten piaci) értékesítéséből származik. De az adásvételi ügyletek összességében a termelő és fogyasztó közvetlen találkozása mind kisebb helyre szorul. A szervezeten piacon a falusi eladó személyét a termelőszövetkezetek közösségi árufelhozatala képviseli, s bizonyos fokig pótolja is. Ma vásárláskor az alkudozás izgalmát és a „tenyérbe csapás“ szertartását mindinkább az állami és szövetkezeti eladási egységekben kifüggesztett és szabályozott árlista helyettesíti.

A parasztság keresletének és fogyasztásának egészében növekvő irányzatot mutat az árukereslet fajsúlya. Ezzel párhuzamosan fokozódik annak lehetősége, hogy a termelőszövetkezeti tag a város piacán ne mint eladó, hanem mint vevő jelenjék meg, illetve időben és térben a piacnak ezt a két aktusát összekösse. A kisáruter-melés maradványainak „szocialista változata“, a háztáji gazdaság termékeinek a szervezeten piacra való hozatala tovább él, s ilyenkor az eladó egyúttal vásárol is. A régi szokás nem halt ki, de az an két kérdőívén nem a szokásra való hivatkozás bizonyult a városban vásárlás fő okának. Az indokolások előfordulási pontszámát véve alapul, az mtsz-tagok válaszaiban csak az ötödik helyet foglalja el.

Újabb keletű fogyasztói ízlésről vall a városban keresett áruk értékelési rendje, olyan áruké, amelyekért a falusi lakos nem sajnálja az úttal járó fáradságot és a többletkiadást. Piackutatáskor sajátos, olykor kiszámíthatatlan keresletformáló tényezőként napirendre került a divat. Hódolóinak tábora elsősorban a város lakói és a fiatalok sorából kerül ki, de a fertőzés falura is átragadt, s legszembeötlőbben az öltözködést érinti. Az an két azt emelte ki, hogy az összes árucikkek közül (beleértve a tartós fogyasztási javakat, például a rádiót, órát, kerékpárt) a ruházati

kellékek csalják a város piacára a legtöbbször vásárlót. A ruházati cikkek (elsősorban a konfekció és kötöttáru) városban történő vásárlásának más árucsoportokhoz viszonyított aránya 7 : 11. A város felé fordulás oka nem a helyi áru- vagy éppen választékhiány, hanem ilyenszerű megfontolás: „Nyloningből nem az egyszínű, magából bordázott a szép, hanem a vékony, színes csikozású, műanyag kombinén pedig a fekete csipke mutat a legjobban.“ Jellemző, hogy szegényt vallott kérdőívünknek az a rubrikája, amely a falusi szövetkezeti boltoknak népviseleti, a vidéken hagyományosan öltözékekkel való ellátását sugalmazta. A 800 családban két öreg néni akadt, aki ebbéli óhaját kifejezte.

A divatigény foka a falusi lakosság különböző rétegeiben nem azonos. A város piacáig megtett út hossza nem változik, azonos, akár fiatal, akár öreg járja meg, akár a falu orvosa, akár mtsz-tag szánja rá magát. A beszerző út indítéka azonban nem egy töről fakad, s így a kilométerek becslésének szubjektív változata is van. A fiatalságnak rövidebbnek tűnhetik a divatos holmiért megtett távolság. Ezt még érthetőbbé teszi az a körülmény, hogy a megkérdezett családok 57%-ában a 14—19 éves ifjak városban vagy nagyobb körzeti központban tanulnak tovább, s ott „divatosabb“ a légkör. Az ízlés megnyilatkozásának más apró mozzanatát is elárulták a válaszok. A rádiót, órát, háztartási felszerelést nyugodtan megveszik falun (még az értelmiségiek is), mert „a városiével azonos márkájú“, de a bútordivat körzetenként változatokat termelt ki. Szinte minden falunak megvan a maga külön bútortárolási helye (olykor a legközelebbi bútortárolatnál jóval messzebb, 40—120 km-re, a megye határain túl fekvő város).

A lakosság vélekedése a falun kívül történő vásárlások okáról, a falu társadalmi-gazdasági s egyben keresleti struktúrájának változása, a fogyasztói ízlés és igény szint emelkedése megkívánja, hogy ne csak a kiskereskedelmi hálózat, hanem az árualapnak város és falu közti megosztása is kövesse a jelenségek alakulásának ütemét. Senkinek sem jut eszébe, hogy „leszoktassa“ a falusi lakosságot a városban való adásvételről; a cél az, hogy a jövőben fokozzuk a piacon való részvételét. Az árualap elosztásának is megvannak a maga gazdasági, demográfiai, földrajzi, társadalmi korlátai. Ezek az eljövendő száz évben kétségesek lesznek, hogy Abódban vagy Egrestőn repülőgép- és helikopter-alkatrészek vagy izotópok árusítására lenne szükség. De felülvizsgálásra szorul a falunak szánt árualap szerkezete s főként az árucikkek felosztása városi és falusi kelendőségűekre. A „jó lesz falura“-felfogásnak az irmagja is rég kiveszett. A „mi szükséges jelenleg falun“-álláspontnak viszont jobban meg kell közelítenie a lakosság árukeresletének alakulását, s ami közszükségletté válik, azt a helybeli kínálatnak hozzáférhetővé kell tennie.

AZ ELLATOTSÁGBAN MUTATKOZÓ KÜLÖNBESÉG

Hosszú éveken át a kereskedelempolitikában hamupipóke-sors jutott osztályrészül a fogyasztói áruszolgáltatások egy részének. A hiányok „intézményesített“ pótlása és a falun tapasztalható lemaradás felszámolása gyors léptekkel halad az utóbbi esztendőben. Településenkénti fejlesztésüket külön sürgetik és egyben összefonják a hazánk területi és közigazgatási megszervezésének javítására vonatkozó intézkedések. Ezek harmonikusan egybefonják a települések és a kiskereskedelem, a szolgáltatások hálózata kiépítésének összes szálait. A szervezési gyakorlat mindennapos feladatait beiktatják az összehangolt gazdasági, közigazgatási, településhálózat-fejlesztési politika egységes rendszerébe, általános vonalába. A hatás ország-szerte s így Maros megyében szintén gyümölcsöző. A fogyasztási szövetkezetek gondoskodása, példaadó beruházási és szervezési munkája nyomán 3 év alatt (1966.

január 1.—1968. december 31.) falvakon a szövetkezeti szolgáltatási egységek száma 422⁰/₀-kal, a kiszolgáltatást végző dolgozóké pedig 373⁰/₀-kal növekedett.

E látványos ütem azonban valóságos méreteire csökken, ha az egységek számát a megye helységeire felosztva vizsgáljuk. 1968-ban községenként 7,5, falvanként 1,7 egység jutott, a megye hat városára átlagban kb. 73, Marosvásárhelyre 198. Ha tekintetbe vesszük a szolgáltatások válfajait is (s ebből a falusi nomenklátúra 55-félét tart nyilván), az egységek átlagát továbboszthatjuk. Ha nem az 55-, csak a falun leginkább keresett 5-féle szolgáltatás (férfi- és női szabóság, cipésműhely, borbélyüzlet, kőműves- és festő-részleg) egységeit számlálnók meg, átlagban 0,28-at találunk belőlük falvanként.

Az áruszolgáltatásokkal való ellátottság színvonaláról az egységek összegénél többet mond a szolgáltatást végző személyek száma. Az 55-féle szolgáltatás mind-egyikét felsorolva 10 000 falusi lakosra 13 személy, városon átlagban 180 szövetkezeti dolgozó jutott 1968-ban. Az átlagok burkából kihámozva ez azt jelenti, hogy az említett időpontban Bándon és körzetében öt szövetkezeti szabóság működött, Dextrászéplakon egy sem. Az anket idején olyan nagy községnek, mint Balavásár, nem volt borbélyja, mert a régi elköltözött vagy meghalt.

A szövetkezeti szolgáltatási egységek falura telepítésében mutatkozó hiányok nem magyarázhatók „a múlt büne” jelszóval. A szolgáltatási hálózat decentralizálásának a kiskereskedelmi egységeket többszörösen meghaladó gazdasági-technikai korlátai vannak. Az árucikkek és szolgáltatások falusi kínálata bővítésének eltérő lehetőségei a fogyasztási javak e két csoportjának termelésében és fogyasztási módjában mutatkozó különbségekből is adódnak. Az ipari eredetű fogyasztási cikket városon magas műszaki felszereltségű nagyüzem tömeges termeléssel (rendszerint sorozatgyártással) állítja elő, a kereskedelem falun csak a forgalombahozatal gondjait vállalja. A szolgáltatások esetében a termelés és fogyasztás folyamata térben és időben nem választható el, az előállítást helyben és minden fogyasztó számára külön-külön kell biztosítani. A falusi univerzális üzlet vezetője legmesszebbmenő szakosítás esetén is megelégszik két-három jól képzett eladóval, a szolgáltatás minden válfaja viszont saját szakembert tételez fel, településenként külön műhelyt, megfelelő termelőeszközöket igényel. A szolgáltatás nem konzerválható, a hiányát sem lehet tartalékkészletekkel pótolni vagy megelőzni, mint az árucikkek esetében, s így a műhelyek közönsége hullámzóbb és bizonytalanabb tömegű, mint a boltoké. A felsoroltak mellett számos körülmény igazolja, hogy a falusi szolgáltatási hálózat kiterjesztése csak a gazdasági hatékonyság szabta ésszerűségi határokon belül valószínűsíthető.

Falun a szövetkezeti egységeket kiegészítik a kisiparosok, s a legégetőbb szolgáltatási szükségleteket helyben kielégítik. A közvéleménykutatás ezt a lehetőséget számításba vette, s többek között arról is érdeklődött, hogy a lakosság a szövetkezeti egységhez vagy a kisiparoshoz fordul-e szívesebben, falun vagy városon igényli-e a kiszolgáltatást? A válaszok helységeinként, szolgáltatás-fajtánként eltérő képet mutatnak.

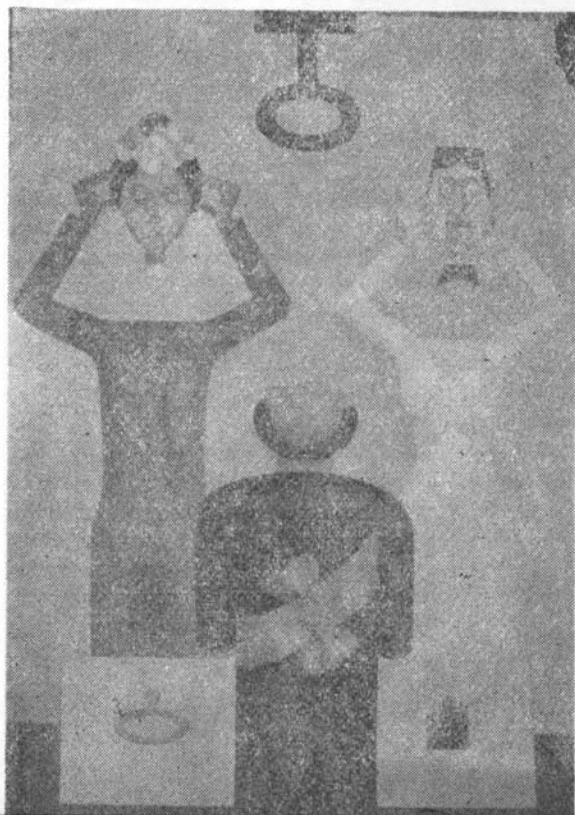
Az anket kérdéseire és a megindoklási rovatokra adott válaszokból kitűnik, hogy a parasztszaládok árukeresletében a szolgáltatások iránti igények nem eléggé körvonalazottak, és szűkebb helyet kapnak, mint a javak létfontosságú ranglétrájának azonos fokán álló árucikkek. Ha lehetőség van is készáru-fogyasztásra, akkor a szolgáltatások igénybevétele helyett ehhez a megoldáshoz folyamodik a családok többsége, az értelmiségieket kivéve a családok 61⁰/₀-a (például konfekciós ruha varratás helyett). Az úgynevezett háztartási munkák (lakáskarbantartás, gondozás, mosás, kenyérsütés) ellátásában a hagyomány szilárd lábbon áll: a feleletekből kiviláglik, hogy a munkáknak háztartási gépekkel való végzése csak elvélve fordul elő.

Ez arra enged következtetni, hogy a szabad idő — elsősorban az asszonyok szabad ideje — megszervezését és felhasználását a „háztartási robot“ még jelentős mértékben hátrányosan befolyásolja. A „mikor és miért veszi igénybe városban a szolgáltatásokat?“ kérdésre kapott válaszok a kiskereskedelmi hálózat igénybevételénél felsorolt okokhoz hasonlítanak. Előfordulásának gyakorisága azonban a szolgáltatások legtöbbje esetében lényegesen ritkább, mint az árucikk beszerzése tekintetében, holott a kiskereskedelmi és szolgáltatási hálózat összehasonlító megyei térképe az ellenkező jelenséget indokolná. A szövetkezeti műhelyek hiányát a falusi lakosság nem a városiakkal pótolja, hanem egyrészt a falusi ezermesterek mai unokáihoz fordul, másrészt saját háztartásában „önkiszolgálást“ folytat. A szolgáltatások városi piaca csak alkalmilag mozdítja ki a falut, mikor otthon nem oldható meg a kereslet kielégítése (például tv- és rádiókészülékek javítása vagy ünnepélyes fényképezés).

Az áruszolgáltatás-kereslet falun fogyasztói típusonként fokozatokat jelez, és az életszínvonal emelkedésével előreláthatóan növekszik. Többféle jel (például kéri többféle falusi műhely megnyitását) arra mutat, hogy a „nincs kereslet, nem létesíthetünk szolgáltatási egységet, nem nyújthatunk szolgáltatást“ circulus vitiosusa falun is megszakadt. A kiutat leginkább azok a szervezési formák jelentik, amelyek a gazdasági hatékonyság és decentralizáció követelményeit összeegyeztetik. Motorizált, mozgó kiszolgáló egységek járják körbe a falvakat igényesebb technikai munkák, javítások elvégzése végett. Központosított, gépesített kiszolgálási üzemek falura kihelyezett begyűjtőközpontokat létesítenek. Kisebb falvakon „vándorló“ szakember hetenkénti kiszállással „fodrásznap“-ot, „cipész-nap“-ot tart. A költségek csökkentésére a szakember lakásán működtetik a műhelyt, felszereléseket bérlet útján használnak. A szövetkezeti szolgáltatási egységek évről évre növekvő jövedelmének és a lakosság vélekedésének tükrében megannyi sikeres próbálkozásnak bizonyult.

A megye szolgáltatás-hálózati térképén mutatkozó fehér foltok a kereskedelem-szervezés számára a jövőben is nyitva tartják a „hol a piac?“-kérdést.

SZILÁGYI MARGIT



Jakobovics Miklós:
Házasság