

Czakó Ágnes

Négy város négy piaca

A népi kereskedéstől a kgst-piacokig

A tanulmány Magyarország négy nagy kgst-piacán végzett, egy évig tartó megfigyelések eredményeit foglalja össze. A helyi piacok forgalmát, szerkezetét, infrastruktúráját, az elárúsítás körülményeit, a vásárlók és kereskedők társadalmi jellemzőit elemzi, s közli a kutatás során összegyűjtött leglényegesebb statisztikai adatokat.*

A kgst-piacok intézményesülésének folyamata

A piacok, azaz a vásárhelyek sajátos fajtája alakult ki hazánkban az utóbbi években, ami sem nem vásár, sem nem bolhapiac vagy zsvb vásár, különbözik a keleti bazárkereskedelem piachelyeitől, annak ellenére, hogy ránézésre nagyon is hasonlít a felsoroltakra. Ez az új intézmény, bár általánosan elfogadott neve nincs is – pontosabban sokféle néven nevezik mind a köznapi, mind a hivatalos nyelvhasználatban –, már megszokott része mindennapjainknak. Mégis mindenki tudja, mire gondolunk, ha lengyel piacról, kgst-piacról vagy kínai piacról beszélünk.

A piac szót eredetileg két fogalom elnevezésére is használjuk: jelenti egyrészt azt a vásárhelyet, ahol az árukat kínáló eladók és a vevők találkoznak, s jelenti a kereslet-kínálat-ár egymásra hatásának mechanizmusát, vagyis az árszabályozó piacot.¹

A két piacfogalmat egymástól teljesen el kell különíteni. A helyi piacokon (vásárhelyeken) jelen van az áru, amelynek van ára is, a vevő és a kereskedő alkudozhat is, akár hitelre is vásárolhatnak, pénzzel fizetnek, még sincs feltétlenül szó árszabályozó piacról (például a középkori társadalmak piacain), mert ott az árak csak az adott piacra vonatkoznak. A nemzetgazdaságok kialakulása előtti időkben a helyi piacok az ellátási elven működő, kicsi és nagyobb háztartásokhoz tartozók élelmezését, (ön)ellátását biztosították vagy egészítették ki piaci csere útján. A piaci elven szabályozott cseremechanizmus, árszabályozó piac anélkül is létezhet, hogy a cserét valamely konkrét helyszínhez lehetne kötni.

A cseregazdaságban a rendelkezési jog közvetítésére szakosodott szereplő a kereskedő. (A saját javak értékesítése is piaci jellegű vállalkozás, ám mindaddig nem jelent „közvetítést”, amíg a kereskedői tevékenység külön foglalkozássá, „melléküzemmé” nem válik a háztartáson belül.) *Max Weber* a kereskedelem formáit funkcionális alapon osztá-

* ILO/Japan Project on Employment Policies for Transition in Hungary. A szerző köszöni *Hárs Ágnes* hasznos észrevételeit. Az első, ötletadó piaci megfigyelést 1991–1992 telén készítettük Sipos Balázs, akkor elsőéves közgazdászhallgatóval a Kondorosi úti kgst-piacon.

¹ A piacfogalom értelmezéséről, valamint az archaikus gazdasági intézményekről, illetve a gazdaságot integráló elsajátítási formákról részletesen írt *Polányi* [1966].

lyozta aszerint, hogy a szóban forgó áru fölötti rendelkezési jog kit és milyen mértékben illet meg. Közvetítő szerepet töltenek be a gazdaságban azok, *a)* akik fizetségért egy-egy gazdasági szervezet igazgatási csoportjának tagjaként adnak-vesznek (például a fejedelem vagy egy kolostor termékeit piacra vivők), *b)* akik a beszerzési és az értékesítési szövetkezetek tagjai, *c)* az ügynökök, akik díjazás ellenében bonyolítják az adásvételt anélkül, hogy az áru feletti rendelkezési hatalmat megszereznék maguknak és *d)* azok is, akik nyereségszerző kapitalista vállalkozásként foglalkoznak kereskedelemmel, vagyis saját kockázatukra kereskednek, szabályozott vagy szabad piacon értékesítenek és vásárolnak. A hálózó és az árujukat kísérő vándorkereskedők, az utazó kiskereskedők saját munkával, helyben teszik élvezhetővé a javakat, gondoskodnak róla, hogy az áru a helyi piacokra jusson.

Karl Bücher [1910] az ipari üzemmódozok történelmi fejlődéséről azt írja, hogy a háziipar és a munkaértékesítő iparúozést a kézműipar követi az iparúozési módozok történelmi sorrendjében. A kézműipari tevékenység lényege szerinte: termékértékesítő iparúozés, vevőkör számára történő termelés. A fejlődés következő láncszemeként említi a bedolgozó rendszerz, ami a kereskedővállalkozó felvásárlói tevékenysége nyomán alakult ki.

A kereskedelem Max Weber szerint lebonyolódhat vagy *piaci ügyletként* a fogyasztói piacon (a piaci kiskereskedelemben, ahol az áru jelen van), a nyereségszerző vállalkozások közötti vásári kereskedelemben, illetve a tőzsdai kereskedelemben (ahol az áru nincs jelen), vagy olyan kereskedelmi ügyletként, amelyben a kereskedő *állandó vevőkört* szolgál ki: háztartást vagy nyereségszerző gazdaságokat (nagyban vásárló termelőt, árukészletet vásárló kiskereskedőt vagy nagybani közvetítő kereskedőt).

A piac mint vásárhely néprajzi leírásokból ismert. Az úrbéri bevallásokból rekonstruálhatóak a kis és nagyobb települések „népi kapcsolatai”: a vásárhelyek és vonzáskörzeteik, sőt a vásározással, szállítással kapcsolatos konfliktusok is.² Az archaikus piachelyek inkább „vendéglátó” funkciót töltek be, lévén elsődleges kínálatuk a főtt étel, amit az asszonyok készítettek és árusítottak (*Polányi* [1968], [1972]). A jobbágyvásározók általában a mezőgazdasági, illetve ételkészítésre szállították a mezővárosokba, ahova jobb utak vezettek, és ott vásároltak háziipari, kézműipari terméket, amit más hegyvidéki települések lakói szállítottak oda, s meghatározott szabályok szerint értékesíthettek.³ A közeli szomszédságban élők, vagy a távolabbról érkező vándorkereskedők és a helybeliek társadalmi érintkezésének színtereként a piac sokszor elűtő kultúrák, eltérő nyelvek találkozási pontja. Ezt a „népi kapcsolatok” következményeként⁴ kultúrtörténelmi szempontból igen jelentősnek tartja a néprajztudomány.

A mai piaci (kereskedelmi) intézmények között számon tartott kgst-piacok – maradjunk ennél az elnevezésnél⁵ – csírái kezdetben nem a vásárhelyekkel, hanem a piaci mechanizmusok hiányával, azok „népi” működtetésével hozhatók összefüggésbe.

A tervgazdaság országában a hiány, a fogyasztási cikkek országonként eltérő szabott ára, különböző mértékben silány minősége, rendkívül szűkre szabott választéka szinte magától értetődővé tette, hogy aki átléphette az országhatárt – és pénze is volt – olcsóbb,

² A 17. és a 18. századi Zólyom és Liptó vármegyék települései közötti vándorlásról és vásározási szokásokról, a kereskedés és a gazdaság térszerkezetéről valamint a vándorlás, a kereskedés és egyéb „népi kapcsolatok” kultúrák közvetítő hatásairól *Viga* [1994] és *Udvari-Viga* [1994] munkái hívták fel figyelmünket a kereskedés és a vándorlás, az utazás sajátos összefonódására.

³ „Mezővárosunkban évi két vásár van, ahol áruinkat jó pénzre tudjuk fordítani. Besztercebánya még egy negyedóra járásra sincs tőlünk, vásár idején az odavezető úton mindent pénzre fordíthatunk; e bányavárosba jó út vezet” – sorolja a *Hasznok* fejezetcím alatt Radvány mezőváros úrbéri bevallása. Ez az útmenti árusításra tett utalás (bozótpiac). A *Károk* fejezetben ez áll: „Az is nagy kárunkra van, hogy piacnapokon Besztercebánya bányavárosban termékeinket nem árulhatjuk, mert különben elkobozzák tőlünk.”

⁴ Munkára küldött cseregyerekek, szomszédos népek nyelvének megismerése, fogalmak átvétele a megnevezéssel együtt.

⁵ Lásd erről Sik Endre folyóiratunk jelen számában közölt írását.

szebb és jobb árut vásárolt, vagy megvette azt, ami otthon nem volt kapható. Ezekben az országokban a központilag szabályozott, viszonylag stabil valutaárfolyamok kalkulálhatóvá tették a külföldön vásárló számára az elérhető árnyereségeket. A külföldön elkölthető pénz szigorú limitálása mind a keleti szocialista, de különösen a nyugati országokba utazókat arra készítette, hogy eladásra szánt „ajándékokat” vigyenek magukkal (Magyarországról főleg élelmiszert, szalámit, pálinkát, bort), s abból származó bevételekkel egészítsék ki a külföldön elkölthető pénzt. A csoportos turistautazások engedélyezése (a hatvanas évek eleje), a kezdetben szigorúan korlátozó utazási feltételek fokozatos enyhítése (hetvenes és nyolcvanas évek) következtében mind többen keltek útra. A turistaforgalom közismertté tette, hogy Nyugaton van választék, s a termékek ugyan drágábbak, de jobb minőségűek, divatosabbak, mint az itthon kapható – akár nyugati – importcikk, s hogy a keleti szocialista országokból is érdemes egyes termékeket behozni. Ezek az árucikkek, bár a turistaforgalom révén kerültek be az országba, nem feltétlenül minősültek csempészárúnak, ha a szabályok betartásával hozták be ezeket. A turisták a behozott árucikkek, egy részét értékesítették, személyes kapcsolatokon keresztül az ismerősök, barátok, rokonság, munkatársak körében, sőt ezek a javak – a kevés magánkereskedő kínálatát bővítendő – a kiskereskedelmi forgalomba is bekerültek.

A külkereskedés állami (vállalati) monopóliuma mellett mindig létezett valamilyen „népi kereskedés”, ami az utazási és külföldi munkavállalási tilalmak felszámolásával párhuzamosan egyre terebélyesedett, s a nyolcvanas évek közepén – ekkorra már az állami külkereskedelmi monopólium is megszűnt – már kispénzű társadalmi csoportok számára többé-kevésbé állandó kereseti forrássá vagy jövedelemkiegészítő tevékenységé vált a virtuális turizmus, vagyis a modern vándorkereskedés.⁶

A kínálat ekkor már nemcsak a személyes kapcsolathálózatokon vagy az ügyes magánkiskereskedőkön keresztül jutott el a vásárlókhoz, hanem az eladók, viszonteladók – külföldiek és hazaiak – mindenütt megjelentek, ahol forgalom volt: utak mentén, aluljárókban, busz- és vonatpályaudvarok, városi lakótelepek környékén, főtereken, üdülőtelepüléseken (*ezek intézményesült, de nem formális piachelyek*). Természetesen olyan helyszíneken is felbukkantak az olcsó kávé, cigarettát, italt, édességet, ruhát, cipőt, népművészeti vagy műszaki cikket kínáló kereskedők, ahol már ügyis volt valamilyen árusítás: élelmiszer- vagy őstermelői piacokon, heti vagy havi vásárokon, búcsúban – vagyis a „helyi piacokon” (*ezek intézményesült és formális piachelyek*). Az elburjánzó köztéri árusítás, ami megfelel az archaikus „bozótpiac” intézményének, felforgatta a települések, utcák megszokott rendjét, ezért az ezt-azt kínálókat – miután időközönkénti szétzavarásuk teljesen eredménytelen volt – a hatóság kijelölt „színterekre” igyekezett beszorítani: így kerültek az őstermelői piacokra, a tradicionális használtcikk-piacokra a hazai vagy külföldi fogyasztási cikket árusítók, vagy területeket kerítették körül a települési előjáróság határozatára, amelyek többé-kevésbé alkalmasak lehetnek az ilyen „népi kereskedésre”. Időközben a kereskedés elvesztette az előbb vázolt „spontán” jellegét, mert a piaci vásárhelyekre beteret eladók túlnyomó többségének csak akkor engedélyezték a rendszeres árusítást, ha kereskedői igazolványt váltott ki, az árusítóhelyért pedig bérleti díjat fizetett.

Nagyjából így alakult ki vagy formálódott át a hazai – főként városi – piachelyek arculata. Olyan árucikkek jelentek meg tehát asztalokon, sátrakban, bódékban és konténerekben, amelyeket korábban csak a szabályozott állami kereskedelmi egységekben, boltokban, áruházakban lehetett megvásárolni.⁷ A szegényes árusítási körülmények és az

⁶ Erről bővebben Czako [1994]. De például a hazánkban állomásozó Vörös Hadsereg tisztjei nem sorolhatók a turisták közé.

⁷ Az árusítás körülményei és a viszonylagos átmeneti jelleg csak meghatározott áruféleségek kínálatát teszi lehetővé (Czako [1994]).

áru többnyire vitatható eredete és minősége miatt vélhetően sokkal olcsóbban, mint az üzletekben. A nyolcvanas évek vége óta a kiskereskedelemben is és a külkereskedelemben is megszűnt az állami tulajdon fölénye és monopóliuma, szabad a vállalkozás, már régen a múlté az álturista vándorkereskedő-import, igazi vállalkozók kereskednek, exportálnak, importálnak. A fogyasztási javak kgst-piaci kereskedelme elkülönült a bolti kereskedéstől, látszólag ugyanolyan árucikkeket forgalmaz, mint a bolti kereskedelem, csak olcsóbban. A kiskereskedő kínálata akkor lehet olcsó, ha alacsony áron tud beszerezni, költségeit – vám, adó, bérleti díj, beszerzési ár – minimális szinten tartja. Az a legolcsóbb – szélsőséges esetben –, ha lopott, csempészett, hamis, hibás, gyenge minőségű, garancia nélküli terméket ad el blokk vagy számla nélkül, s a szolgáltatás sem kerül túl sokba, mert egy asztalt bérel, vagy magával viszi a naponta felállítandó sátrat, raktára pedig az autó csomagtartója. Az ilyen típusú árversenyben a kgst-piac – a piaci-kereskedelmi szerveződés jellegzetességei, kialakulása, tradíciói folytán – minden jel szerint fölényben van a többi kereskedelmi szervezettel szemben, amelyek persze szintén élnek a költségcsökkentő/nyereségnövelő trükkökkel (sokszor ugyanazokkal, mint a vándorkereskedők).

A kgst-piac mint kereskedelmi intézmény a fogyasztási cikkek – ruházati, divatcikkek, háztartási kellékek, hobbiáruk és műszaki cikkek – értékesítésének a bolti hálózat mellett kiépült alternatív formája. Az eladó kereskedő, s nem őstermelő háztartástag vagy kézműves. Az intézményt a kezdetben a vásárhelyeken többségben levő álturista vándorkereskedők „óshazájáról” nevezték el: először lengyel piacnak hívták, majd kgst-piac lett – az oroszok, románok, lengyelek nagyszámú részvétele miatt nevében ironikusan örököltette meg a hajdani szocialista államok által a gazdaságok szocialista együttműködéséért létrehozott Kölcsönös Gazdasági Segítség Tanácsát –, legutóbb az ázsiai kereskedők jellemző túlsúlya miatt kínai piacként emlegetik. A kgst-piac mint vásárhely lehet olyan terület, amelyet kimondottan az effajta kereskedés igényei szerint alakítottak ki. Hozzákapcsolódhat azonban az eredetileg őstermelői zöldségpiacok területeihez, vagy helyet kaphat a kézművesek, kisiparosok vásárain, a régiségpiacokon is. Mint látjuk, ezek a vásárhelyek különböznek a zsihipiacoktól vagy a nyugati nagyvárosok használtcikk-piacaitól, az iparosok, művészek kirakodóvásáraitól, a keleti bazároktól – ahol az ételt, az edényeket, szobrot, szőttest, szőnyeget a vásárló szeme előtt készítik – vagy a turistacsalogató bazároktól, ahol az ország jellemző termékeit – például olasz, török bőr- illetve szőrmeárut – kínálják a kereskedők a bolti árnál olcsóbban.

Összegezve: *kgst-piacok az utazás, a kereskedés és a gazdálkodás központi korlátozásának megszűntével párhuzamosan intézményesültek, majd formalizálódtak.* Más kérdés, hogy az itt megfigyelhető közvetlen *piaci ügyletek* – eladó és fogyasztó között – szinte mindegyike *informális* (piachelyi informális) *kereskedés*. A kereskedelmi ügyletek – nagykereskedő, viszonteladó és kiskereskedő között – pedig legalább akkora arányban informálisak, mint más kereskedelmi tranzakciók, amelyeknek a kgst-piacokhoz nincs közük. Mivel mostanra egyes kgst-piacok elosztó piacokká váltak, feltételezhető, hogy bizonyos termékek országos fogyasztói árai – akár a bolti kiskereskedelemben – a kgst-piacon működő importőr nagykereskedők tevékenységétől függenek. *E piacok árszabályozó hatását azonban megfigyeléssel vizsgálni nem lehet.*

A megfigyelt piacokról⁸

A kgst-piacokkal foglalkozó tanulmányunk része egy, a feketekezeskedelemtől szóló nagyobb vizsgálatnak, amely ezen kívül számos kiegészítő megfigyelésből, adatgyűjtésből és megkérdezésből áll. Az átfogó kutatás célja, hogy megkíséreljen egy eddig ki nem próbált módszerrel becslést adni a kereskedelmi forgalom legális/illegális metszetéről (Sik [1996]).

Beszámolónk Magyarország négy nagy kgst-piacán végzett egy évig tartó megfigyelésének eredményeit foglalja össze. Helyi piacokat vizsgáltunk: adatokat gyűjtöttünk a piac szerkezetéről, infrastruktúrájáról, az elárúsítás körülményeiről, vizsgáltuk, hogy vajon a kínálat bizonyos jellemzői eltérnek-e egymástól. Megfigyeltük a piacok forgalmát, a vásárlók és kereskedők társadalmi jellemzőit, és vizsgáltunk egy vásárlói mintát is.

A kiválasztott piacok *Kecskemét, Szeged, Pécs és Budapest–Józsefváros* piaci, amelyek persze semmilyen statisztikai módon nem reprezentálják a hazai városi piacokat. Annyit tudunk csupán mondani, hogy ezek bizonyára a legnagyobbak közül valók.⁹ (Dövényi [1996]). A kiválasztást nem segítette semmilyen nyilvántartás, mivel ilyen nem létezik.¹⁰ Szempontunkból az volt a legfontosabb, hogy a vizsgálandó piachely megfelelően nagy és közismert legyen, s áruválasztéka felöleljen mindenféle, piacon árusítható (kiskereskedelmi) terméket.

A napisajtóban gyakran szerepeltek a kgst-piacok már a nyolcvanas évek végén. A híradások a lakosság és a piacozók ellentmondásos viszonyát taglalták: nagyon is üdvözlendő, hogy lehet olcsó árut kapni az utcán, de nagyon nemkívánatos, ha zaj, kosz, csavargók jelennek meg a vásárolás kísérőjeként. Az utóbbi két évben időnként visszatérő téma, mit mennyiért lehet kapni, milyenek a körülmények egyes nagyobb városok kgst-piacain. *Kecskeméten* a városi tanács még 1986-ban engedélyezte azt, hogy a lengyelek a külön kijelölt asztalokan árusítsanak az őstermelői piac nyitott részén. A tömeges érdeklődés miatt azonban az árusítás átterjedt a szomszédos telekre, mígnem a tanács megtiltotta az árusítást, ami természetesen tovább folytatódott az utcákon, kapuk alatt. Egy év múltán a nagy lakossági nyomásnak engedve, ismét engedélyezték a piacot. Egy 1994. szeptember végi piaci körkép (*Kápe*, 1994. szeptember 22.) szerint itt a lengyelektől prémeket, vörös- és ezüstrókából készült sapkákat, gallérokat lehet kapni. Az ukránok ezüst és réz gyertyatartókat kínáltak olcsón, s némely eladó megrendeléseket is felvett: néhány napon belül beheryták a kívánt árut a kialakított áron (kiszám, szerszám). A felmérés idején, 1996-ban ismét a bezárás fenyegette a piacot. (*A Kápe* című lap már 1995 nyarán (július 18.) arról számolt be, hogy azért nincsenek megbízható információk a kecskeméti fekete-valutárfolyamokról, mert a valutázók a környékbeli kocsmákba tették át székhelyüket.)

A *pécsi vásárt* – különösen a vasárnapot – a közvélemény jól ismeri. Eredetileg itt használt holmikát árultak. Ma is családi program ide kijönni és nézelődni. Antikvitást, népművészeti tárgyakat, állatokat, különleges árucikkeket, a délvidék (a volt Jugoszlávia) teljes árukínálatát lehetett kapni Pécsen a nyolcvanas évek közepétől. A kgst-piac is ezen a vásárterületen telepedett meg. A piacon elkülönül a sokféle kereskedőnőci, sokan vannak még mindig (*Kápe*, 1995. július 18.)

⁸ Köszönet illeti a piacmegfigyelőket – Kecskeméten Szabó Csabát, Szegeden Lévai Editet, Pécsen Pozsonyi Gariellát, Budapesten Hideg Gergelyt és Grajczár Istvánt –, akik egész éven át kitartóan, pontosan és szorgalmasan dolgoztak.

⁹ Az összes piac – a helyi vásárhelyek és a forgalmas helyeken, a semmiből keletkező „bozótpiacok” – feltérképezése majdnem lehetetlen. Csak becslésekre vagyunk utalva. Ugyanennek a kutatásnak a keretén belül a települések polgármesterei körében végzett megkérdezés alapján tudunk becslött számokat mondani, ezzel azonban jelen tanulmányunkban nem foglalkozunk.

¹⁰ A piacokról a rendőrségnek, APEH-nek, a munkaügyi ellenőri szervezetnek lehetnének országos adatai – amennyiben ezeket összesítenék. Ők ugyanis elvileg a legkisebb településen is ellenőriznek. A piacoknak nincs egységes országos „központja”, felügyeleti szerve. A piacfelügyeleti jog – esetenként a tulajdonjog is – a helyi önkormányzatoké, a működésére azonban magántulajdonosokkal is köthetnek szerződést. Előfordulhat az is, hogy egy-egy piac területe is magántulajdonosé.

a romániai népművészeti cikkeket árusítók, bár kínálatuk elsekélyesedett a nyolcvanas évek végéhez képest. A bővítiárusok a ruházati cikkeken kívül sokféle háztartásban használható aprócikket is kínálnak, sok a hamisított, megtévesztő márkajelű áru. Ugyanez a híradás számol be arról, hogy a kínai kereskedőkkel azért különösen elégedettek a pécsiek, mert az áremelésekben mértéktartóak, s meglepően jól tájékozottak az itteni életről: Pécs püspöki székhely, a bérmlások, elsődözőások előtt például hófehér alkalmi lánykaruhákat kínáltak nem túl magas áron. Szomorúan megjegyzi a cikkíró, hogy kevesebben jönnek már át a volt Szovjetunió országaiból, ahonnan remek szerszámokat hoztak. A hajdan olcsó bűvárszivattyú ma 30 százalékkal többbe kerül, mint néhány éve. (Van viszont motoros fűrés az Egyesült Államokból elég drágán.)

A nyolcvanas évek végén a *szegedi* városi tanács vezetői a pénzügyminisztériumhoz fordultak állásfoglalásért: törvénytelennek kell-e tekinteni a *szegedi cserepessori*hoz hasonló piacokat. (Itt 1990-ben 150 devisa-bűncelekmény történt.) Nem tudjuk, milyen választ kaptak, de a piac él és virágzik. A többdiplomás rendőrökből lett igazgatót egyszer már hátha vészták, de túléltte. Ő is, mint sok árus, kényszerből került a vásárolók közé. Kereskedik itt volt rendőr alezredes, fiatal tanárnő, üzveg fizikus, egykori vállalati jogász (*Népszabadság*, 1995. január 25.), még Indonéziából is jönnek kereskedők. A leggyakrabban mégiscsak a Romániából jött magyarokkal találkozni, akiket „batyuzóknak” hívnak, mert hatalmas élelmiszercsomagokat cipelnek, igaz, a piacra csak a ruhát, cipőt hozzák be eladni, mert az élelmiszert – mivel a piac területén árusítani azt tilos – már a buszmezállóban eladják (ott nincs ellenőrzés). A napi bevételt összedobják, és használt autót (román Dáciát) vesznek rajta, amit haszonnal lehet Romániában eladni. (*Kárpé*, 1994. szeptember 9.) Szeged a volt jugoszláviai határ mentén sok bevándorlónak ad otthont, sokan éltek itt olajcsempészetből (embargó megszegése), itt vezet át a heroinút. Mindez Szegedet nemzetközileg ismert bűnügyi központtá tette. Bár a városban nagymenők ellenségeskednek, a kgst-piac nyugodt sziget: gyakorlatilag nincs szesz- vagy lopottdohány-árusítás, nincs arany-, fegyver- vagy hasadóanyag-csempészáru. A cserepessori piac a szelidebb, szolidabb családok világa. (*Magyar Nemzet*, 1995. március 25.)

A *budapest-józsefvárosi piac* az egyik legnagyobb, tiszta profilú kgst-piac, amely egy pályaudvar mellett, jó közlekedéssel érhető el. Az 1200 négyzetméteres terület a MÁV tulajdona, amelyet piacozás céljára egy hajdani árusból lett magánvállalkozó bérel. A rendet őrző-védő kft.-k tartják fenn, néha brutális módszerekkel. Az árusok főként ruházati termékeket kínálnak, ezek legnagyobb része keleti holmi, amit kínaiak és vietnamiak árusítanak. Közülük néhányan beszélnek magyarul is, a környékbeli – immár megszűnt – nagy iparvállalatok épületeit használják raktározásra, sokuk viszonteladó. A többi budapesti nagy kgst- vagy kínai piac kereskedői itt vásárolnak. Az „egydarabos” vásárlók, – így nevezi a piaci zsargon azokat, akik saját fogyasztásra vásárolnak – főleg a hétvégeken jönnek. A kínaiak bódékban, konténerekben árusítanak. Az asztalokat főként románok, romániai magyarok, törökök foglalják el. A volt szocialista országokból jövők ma is buszokkal érkeznek. A hordárok, takarítók, parkolóőrök általában alkalmi munkások, erdélyiek vagy cigányok (*Hideg–Grajczár* [1995]).

A piacokon kizárólag a megfigyelés útján begyűjthető adatokat akartuk rögzíteni.¹¹ Információink megbízhatósága érdekében igyekeztünk kiküszöbölni a megfigyelést végzők személyéből, a lehetséges értelmezési különbségekből eredő torzításokat.¹²

A piacokat szektorokra, kisebb piacrészekre osztottuk, az összeírók ezekről gyűjtöttek

¹¹ E módszertani követelmény a kutatás fő céljával, a feketekereskedelem méretének majdani becslésével függ össze. Minimalizálni akartuk a kérdés során a megkérdezettek visszaemlékezéseinek hiányosságaira visszavezethető torzításokat.

¹² A megfigyelés körülményeiről és a megfigyelt tárgyak különféle tulajdonságairól szerzett információk egységes értelmezési keretét úgy igyekeztünk biztosítani, hogy a piaci összeírókkal a kutatás megkezdése előtt sokszor és hosszan megvitattunk a megfigyelés minden dimenzióját, s a megfigyelők egész éven át ugyanazok a személyek voltak (szükség esetén egy-egy állandó helyettessel, aki szintén részt vett a vitákban). Így kíséreltük meg biztosítani, hogy a lényeges kérdésekben a piaci összeírók saját véleményüktől vagy hétköznapi tapasztalataiktól függetlenül, egységesen értelmezzék a piacokon látottakat. Az általunk közösen kidolgozott kategóriák és a kategóriákba való besorolás nagy valószínűséggel a közösen kimunkált értelmezés szerint történt.

információkat 1995. április elsejétől 1996. március végéig éves reprezentativitást biztosító 84 alkalommal. A piacokon az egyedi körülményeknek megfelelően eltérő számú és területű szektor jelentette a kijelölt időpontokban a megfigyelési egységet. Az év folyamán az összeírók egymás után, meghatározott sorrendben keresték fel a szektorokat. Az építkezések, felújítások és a hatósági ellenőrzések esetenként „eltűntettek” egy-egy szektort.

A piacok mérete, forgalma

A piacokról eddig kiderült, hogy működésükben jellemző különbségek vannak: a *józsefvárosi* egy elosztópiac, a *szegedi cserepessori* nagyméretű, népi kereskedelmi központ, a *kecskeméti* magán viseli az őstermelői „beütés” nyomait, a *pécsi* pedig még mindig őrzi a hajdanvolt vásárjellegét. Egyik sem „tisztá profilú., kgst-piac, vagyis nem tisztán a kiskereskedői boltok, netán áruházak szabadtéri változata. Eltérő méretűek, mind az alapterület, mind a forgalom szempontjából. A piacok forgalmát jól jellemzi a megfigyelések kezdő és befejező időpontjában három lehetséges bejáratnál egy időegység alatt (5-5 percig összeszámolt) piacra bemenő potenciális vásárlók száma (Lásd a *függelék táblázatát*).

A piacok látogatottságának jelzőszámai meglehetősen nagy eltéréseket mutatnak. Minden alkalommal 3-szor 5 percig számlálták a megfigyelők a piacra bejövő vásárlókat a megfigyelési periódus kezdetén és végén. Tudjuk tehát, hogy fél óra alatt hányan érkeztek a piacra. Kecskeméten 122 belépőt, Szegeden 168-at, Pécssett 102-t, Budapesten pedig 842 érkezőt számláltak óránként. A hat-, illetve nyolcórás napi nyitva tartást és az ünnepnapokat figyelembe véve, egyszerű szorzással durván megbecsülhető a piacokat a vizsgált év alatt felkeresők száma. A kecskeméti piacot 190 ezer, a pécsit 336 ezer, a szegedit 277 ezer látogató kereste fel, s nem meglepő, hogy ez a szám Budapesten 2,7 millió. A vizsgált öt-öt percek alatt beözönlő lehetséges vásárlók ott vannak többen, ahol tömegközlekedés is van. Mindegyik piacnak van kijelölt parkolózóháza. Regisztráltuk az itt található gépkocsik fajtáját (személyautó, teherautó vagy turistabusz) és számát, valamint a parkolók telítettségét is. Kecskeméten és Szegeden alkalmanként 50-50 személyautót számláltak össze, Pécssett ez a szám csak 31, Budapesten azonban 83. A pécsi vásárt nemigen látogatták különbuszokkal, turistabuszokkal, de igen sok fordult meg Budapesten (alkalmanként 36-ot regisztráltak). Szegeden átlagosan négy busz parkolt a piac környékén, ide jellemzően kisteherautóval jönnek az emberek.

A piacok infrastruktúrája, a kínálat szerkezete

A négy piacon egész éven át közel 1400 elárusítóhelyről gyűjtöttünk adatokat. Pécssett és Budapesten 400-400 standot, Kecskeméten és Szegeden – részben a piaci szünnapok miatt – 100-100-zal kevesebbet.

Az elárusítóhelyeket abból a szempontból vizsgáltuk, hogy állandó vagy ideiglenes árusítás lehetőségét kínálják-e az építményt bérlő kereskedőknek. A zárt üzletek – bódé, konténer – nagyobb árukészlet-kínálatára, sőt raktározásra nyújtanak lehetőséget. A fedett, állandó jellegű épületet bérlők valószínűleg hosszú távra – legalább egy évre – rendezkednek be a piac területén. A fedett, a fedetlen, de „beépített” asztalokon alkalmanként rakodhatnak ki az elárusítók. Nemcsak az építmény jellege, hanem az elárusítóhelyek piacon belüli elhelyezkedése is utal arra, hogy a kereskedő éves bérlettel vagy napi jeggyel árusít, ez a piac szervezettségéből általában jól látható, megállapítható.

Azok, akik a földre vagy saját, magukkal hozott asztalukra rakják ki árujukat, netán autójuk csomagtartójából árulnak, bizonyára alkalmi (vándor)kereskedők a piacon. A kereskedés körülményeit jól illusztrálja, s a piac képéről, célszerű szervezettségéről, kulturáltságáról és az eladók szándékáról sok mindent elárul, hogy a kereskedők kifüggesztik-e az árakat vagy sem, ömlesztve, egyenként vagy kisebb csomagokban rendezik el az árut, és hogy használnak-e reklámot, tájékoztató feliratokat vagy sem. Az árak és tájékoztató feliratok hiánya jelentheti azt is, hogy a kereskedők egymás előtt sem akarják felfedni áraikat.

Budapesten csak elvétve fordul elő, hogy saját asztalon, földről vagy autó csomagtartójából árul valaki, Pécsen azonban a vizsgált időszakban az elárusítóhelyek majdnem fele ilyen volt. Budapesten az elárusítóhelyek jellemzően állandó építmények, bódék, pavilonok, konténerek, Kecskeméten – Pécshez hasonlóan – az elárusítóhelyek többsége félig-meddig állandó építmény: sátor, az eladók több mint egyharmada magával hozza standját a piacra (saját asztal, csomagtartó), vagyis a budapesti piac kivételével a többi piac standjainak felét-harmadát a kereskedők „önellátó” módon magukkal hozzák.

Budapesten és Pécsen teljes biztonsággal el lehetett dönteni, ki az éves bérlettel és ki a napi jeggyel árusító. Budapesten állandó kereskedők dolgoznak döntő többségben, míg a pécsi és a kecskeméti piac az alkalmi (napijeggyel) árusítók piaca. Szeged is az állandó kereskedői körnek kínál lehetőséget. A piacokon az állandó, fedett építményeket általában éves bérlettel értékesítik, kivéve Pécsen, ahol a bódék, pavilonok napijeggyel is bérelhetők. A fedetlen asztalokat, sátrakat, lakókocsikat Szegeden és Budapesten inkább éves bérlettel, Kecskeméten és Pécsen inkább napijeggyel veszik igénybe. *Mindent összevetve, a budapesti és a szegedi piac inkább állandó vásár, hosszabb nyitva tartással, a másik két helyszín pedig napipiac-jellegű.*

Az árukon általában nincs reklámszöveg, és az árakat sem tüntetik fel. Pécs piaca kivétel: itt az árak minden második standon ki vannak írva. A többi piacon azonban az ár nem „publikus”, akit érdekel, annak meg kell kérdeznie. *Az árak ílyetén „eltitkolása”, azt jelzi, hogy a kereskedők között nincs nyíltan vállalt konszenzus a mindenkori árról.*

Az eladók mind a négy helyszínen passzívan viselkednek, nem kiabálnak, nem kínálnak, szó nélkül dolgoznak, mintha az áruházban vagy a boltban lennének. A megfigyelt standok egyharmadán többen dolgoznak együtt. Az árusítás körülményeit jól illusztrálja, hogyan rakják ki, hogyan „tálalják” az árut. A pécsi és a budapesti piac kínálata rendezett, áttekinthető, Kecskeméten feliratok is vannak, figyelemfelhívóan rendezik el a portékát, Szegeden a standok egyharmadán ömlesztve van kitéve az áru.

Egy-egy standon jellemzően többféle terméket¹³ árusítanak Pécsen és Budapesten; Szegeden és Kecskeméten az egyfélével árusítók aránya nagyobb. Arra voltunk kíváncsiak vajon szakosodott-e kereskedő valamely árucikkre: a két utóbbi helyszínen minden negyedik, harmadik kereskedő egyféle árucikket kínált, Budapesten és Pécsen ezzel szemben 63, illetve 90 százalék volt a több mint hatféle árucikket kínáló aránya. *Széles termékkála jelenik meg a standokon.*

Azt gondoltuk, jellemző a piacokra, hogy a kínálat vélhetően mely országból származik, vagy az, hogy kinek a terméke. Ennek megállapítása is megfigyeléssel történt: az áruk fajtájából, márkájából, látható minőségéből állapították meg az összeírók, hogy egy-egy termék melyik csoportba sorolható. Azt is vizsgáltuk, hogy az iparosok, kistermelők megjelennek-e az általuk termelt cikkekkel. Feljegyeztük, van-e hazai termék a kínálatban, van-e továbbá egyértelműen Nyugatról vagy ázsiai országokból származó

¹³ Különböző terméknek, árucikknek számít például a női, a férfi és a gyermek felsőruházat, a bizsufélések, a cipő, az edények stb. A különféle cikkeket árucsoportokba soroltuk, s ennek alapján állítjuk, hogy egy-egy kereskedőre melyik árucsoport, illetve hány árucikk jellemző.

cikk, illetve jellegzetes „kgst-holmi”.¹⁴ Egy-egy kereskedő természetesen árulhat ilyet is, olyat is egyidejűleg.

Kgst-jellegű áru a pécsi kínálatra jellemző: az összes ilyen áru majdnem felét ezen a piacon kínálják. Még ennél is jóval nagyobb azonban az *ázsiai cikkek* aránya. A budapesti piac kimondottan erre szakosodott (az eladók 73 százalékának kínálatában van ilyen áru), Kecskeméten minden negyedik kereskedőnél, a másik két piacon a kereskedők közel felénél van ázsiai áru. Az összes regisztrált ázsiai áruféleség 41 százalékát azonban a Józsefvárosban kínálják. *Nyugati cikkeket* Budapesten minden negyedik kereskedő kínál. A többi piacon ennél nagyobb az előfordulás aránya (30–43 százalék). A *hazai termelésű* cikket a megfigyelt kereskedők 50–60 százaléka árusítja, még a budapesti piacon is van minden tizedikük kínálatában ilyen termék. Alig fordul azonban elő, hogy a kereskedő egy személyben a termék *előállítója* is (őstermelő vagy kézműiparos). *Használt holmit* Szegeden alig, Budapesten egyáltalán nem lehet kapni, Kecskeméten majdnem minden tizedik, Pécssett minden huszadik kereskedőnél láttak használt cikkeket a kínálatban a piaci megfigyelők. *Limlomot* sem árulnak a megfigyelt piacokon, elvétve – inkább Kecskeméten – fordul elő ilyen árucikk.

A standon látott legjellemzőbb áruféleség alapján határoztuk meg a kereskedő „profilját”. Négy nagy áru-, illetve kereskedőcsoport különböztethető meg: vannak, akik jellemzően *élelmiszert*, mások *ruházati cikkeket* árulnak, külön csoportba soroltuk azokat, akik háztartási gépeket, a *háztartásban használatos cikkeket* és kozmetikumokat kínálnak, s egy negyedik csoportba soroltuk azokat, akik valamely *kultúrával vagy szabadidőtöltéssel* kapcsolatos dolgot értékesítenek. Minden piacon a ruházatkodás és az ehhez kapcsolódó termékek dominálnak – a kecskeméti és a budapesti piacon különösen. Pécs annyiban tér el a többitől, hogy ott minden ötödik árus háztartással kapcsolatos árucikkeket kínál. Ez a többi piacra kevésbé jellemző. Az arányokat egyébként jól illusztrálja, hogy a négy piacon a vizsgálat időtartama alatt a legjellemzőbb áru alapján mintegy 1400 megfigyelésből 957 esetben ruhaneműt és cipőt árusító kereskedőt regisztráltak. Kimondottan kávé, cigarettát és alkoholt kínáló kereskedő összesen 11 volt – azaz piaconként egy-kettő – a piaci vizsgálódás egész periódusa alatt. Láthatjuk tehát, hogy a piacokon azok az árucikkek a legelterjedtebbek, amelyek a bolti kiskereskedelemben is kaphatók, egy-egy piacon megjelenik a használtcikk-árus, a saját termékét értékesítő őstermelő vagy iparos. (Ezekből az információkból arra következtetünk, hogy az árusok legnagyobb része – a weberi terminológiát idézve – vagy kereskedővállalkozó vagy megbízott kereskedőalkalmazott, kevesen vannak köztük a háztartás „feleslegeit”, értékesítők – őstermelő – és kézműiparosok, akik nem közvetítő kereskedők.¹⁵)

Kik az elárúsítók?

A kgst-piaci kereskedés jellemzően férfiszakma: piacokon a férfi kereskedők vannak többségben. Budapesten a 25 év alattiak sokkal nagyobb arányban szerepelnek, mint a többi piacon. A szegedi és a kecskeméti kereskedők valamivel idősebbek, mint a pécsiek és a józsefvárosiak. A legfiatalabbak között kicsivel több a nő, a 26–35 évesek közöttiek inkább férfiak.

Elterjedt vélekedés, hogy a kgst-piacokon sok a külföldi árus. Az emberek – természe-

¹⁴ Olyan áruk, amelyeket régebben szívesen hoztak értékesítésre a volt szocialista turisták: szivattyúk, kocsialkatrészek, távcsövek a Szovjetunióból, szőrmék, kozmetikumok Lengyelországból, fehérnemű, textília Romániából, italok Jugoszláviából, szerszámok, fehérnemű az NDK-ból stb.

¹⁵ A vizsgálat módszeréből ered, hogy pontos információink arról nincsenek, hogy az árusok valóban milyen „jogviszonyban”, kereskednek, hiszen nem kérdeztük meg őket.

tesen a piac földrajzi elhelyezkedésétől függően más-más összetételben – sok délszláv, orosz, ukrán, román, lengyel kereskedőt vélnek látni a piacokon, s általános az a hiedelem is, hogy mindenütt magas a kínaiak és a romák aránya is.¹⁶ A négy közül a három vidéki kgst-piacon döntő fölényben vannak a hazai elárúsítók (66–82 százalék). Budapesten az eladók majdnem fele ázsiai volt. Ez az egyetlen piac, amelyet az eladók nemzetisége (ázsiai származása) alapján joggal lehet „kínai piacnak” nevezni. A többi piacon kevesebb ázsiai árusít (9–20 százalék). Az ázsiaiak jelentős aránya ellenére sem állíthatjuk, hogy „etnikai” piac lenne a józsefvárosi: csak arról van szó, hogy bizonyos áruféleségek nagybani közvetítő kereskedésével vagy kiskereskedésével az ázsiaiak foglalkoznak inkább, mert ők monopolizálták – ismerték és megszervezték – az olcsóbb beszerzési forrásokat, illetve lehetőségeket. Az ideáltipikus etnikai piac kínálatával, kereskedőivel és az ott vásárlókkal az adott etnikum tárgyi világát, kultúráját, szokásait tükrözi. A mi piacaink csak annyi a kínai „specialitás”, hogy a Kínában készített és importált ruhák, cipők olcsók. (Hozzáteesszük még, hogy a hazai piacokon kínainak vélt eladók korántsem biztos, hogy valóban kínaiak, a hozzá nem értők a vietnamiakat is kínainak gondolják.)

A határon túli magyar kereskedők felé a legfiatalabb korosztályhoz tartozónak látták a megfigyelők, a romák és a fehér bőrű külföldiek közel fele 36–45 éves, azaz a kereskedők között idősnek számít. Viszonylag fiatalnak, legfeljebb 35 évesnek gondoltak minden második ázsiai kereskedőt. A fiatal határon túliak csaknem 70 százaléka férfi, s az ázsiaiak között is az átlagnál jóval nagyobb arányban vannak a férfi kereskedők (68 százalék). A roma kereskedők között ezzel szemben inkább a nők képviselnek az átlagnál nagyobb hányadot (51 százalék). Nem jellemző – amit köztudottnak vélünk –, hogy a kgst-piacokon lépten-nyomon romákba botlik a vásárló. Pécsen minden századik kereskedő roma, s Szegeden is – ahol legnagyobb az arányuk – csupán minden tizenkettedik. Színes bőrű külföldiekkel elvétve lehet találkozni, a külföldi magyarok, a fehér és színes bőrű külföldiek együttes aránya sem éri el a 10 százalékot vidéken, Budapesten majdnem minden ötödik kereskedő fehér bőrű külföldi.

A külföldi magyarok általában ruhát és cipőt árulnak mindenütt. A roma kereskedők legjellemzőbb áruja szintén a ruha és a cipő, de vannak közöttük lakásdekorációt és háztartásban használt cikkeket árusítók is. Az ázsiaiak a ruhán, cipőn kívül órát, ékszert és játékot kínálnak. (Budapesten pedig ezenkívül még híradástechnikai cikkeket, kazettákat és kozmetikumokat is adnak el.) A többi külföldi kínálatában valamivel kisebb a ruházati cikkek aránya, cipő nincs is, de van sok háztartási, lakásfelszerelési cikk és szereléssel, autókarbantartással kapcsolatos áru. A kínálat ebből a szempontból minden piacon hasonló.

A piacokon dolgozók társadalmi státusára a ruházat jellemzőiből következtettünk. A budapesti piacon – ahol jelentős részben ázsiai kereskedők dolgoznak – nagy arányban találtak jól öltözött¹⁷ kereskedőket, s elég kevesen viselik az egyébként nagyon elterjedt „városi népviseletet”, a joggingot. Szegeden és Pécsen ebben járnak a kereskedők, Kecskeméten hagyományos munkaruhát hordanak, és itt a legnagyobb a szegényes ruhát viselők aránya. A munkaruhában dolgozók háromnegyede férfi, s a sportos ruhát is ők része-

¹⁶ A megfigyelés módszerével nem lehetett teljes biztonsággal megállapítani a szláv nyelvet beszélőkről azt, hogy mely országból jöhettek. Így a különféle idegen nyelven beszélő fehér bőrű külföldieket egyetlen kategóriába soroltuk. A külföldi magyarok csoportját az öltözet és a beszédmód alapján többé-kevésbé el lehetett különíteni, s nem okozott problémát a romák, az ázsiaiak és a színes bőrűek tisztán külső alapján történő besorolása sem.

¹⁷ A piacmegfigyelők határozott utasítást kaptak arra nézvést is, hogy milyen öltözelemek alapján döntsék el, hogy valaki például elegáns, jól öltözött-e vagy sportosnak lehet minősíteni viseletét. Ezzel igyekeztünk minimálisra szorítani a piacmegfigyelők egyéni megítélésének, ízlésének szerepét az öltözekek osztályozásában is.

sítik előnyben. A nők persze az „elegánsak” között felülreprezentáltak. Szegényes, falusias, népviseletes piacozók alig-alig láthatók a pécsi piacon, annál többen vannak – a már említett kecskeméti piac mellett – Szegeden (15, illetve 10 százalék). Ez egyértelmű jelzés: *az alföldi városokban legalább minden tizedik eladó szegény és/vagy a falvakból jött. (Pécsett száz közül egy, Budapesten három szegényes, falusias kereskedő árul.)*

Mit vásárolnak a piacon¹⁸ és mennyiért?

A piac területéről kilépők közül alkalmanként öt-öt vásárlót megkérdeztünk arról, mit mennyiért vásároltak, alkudtak-e, és miért nem vettek mást is. Az eltelt év alatt a négy piacon összesen 2559 árucikkvásárlásról, tranzakcióról szereztünk információt. A vásárlások több mint egyharmadát (35 százalék) a pécsi, 31 százalékát a józsefvárosi-budapesti, 23 százalékát a szegedi piacon figyelték meg a kérdezők, míg 309 (11 százalék) vásárlást a kecskeméti piacon regisztráltak. *A tranzakciók száma és egymáshoz viszonyított aránya is illusztrálja a piacok eltérő forgalmát. A kecskeméti piac a többihez képest kevesebb napon tart nyitva, tehát az itt összegyűjtött „vásárlómennyiség”, tranzakciószám ezért (is) kisebb. (Kisebb tehát a forgalma is.)*

Az egyes piacok kissé eltérő kínálata miatt elképzelhetőnek tartottuk, hogy piaconként különböző a megvásárolt cikkek összetétele is. Nem találtunk azonban lényeges eltéréseket. Kecskeméten nincs alkohol-, kávé-, és cigarettavásárlás, a többi piacon is csak elvétve fordul elő. A ruházati cikkek aránya pedig Szegeden a legkisebb, Budapesten pedig a legnagyobb. Az összes ruházati cikk körülbelül negyven százalékát Budapesten vásárolták meg. Pécsett a legnagyobb a kulturális és hobbijavak vásárlásának aránya (11 százalék), itt vesznek legkevesébbé ruhaneműt. Kecskeméten szintén a ruhavásárlások aránya áll az első helyen. Szegeden a ruházati termékeken kívül háztartási cikkeket vesznek a legnagyobb arányban (38 százalék).

Ha a fenti arányokat összevetjük a piacok kínálati szerkezetével, amit az egyes kereskedők legjellemzőbb árujának árucsoportokba sorolásával kaptunk, látható: a tranzakciókban közel nem akkora a ruházati cikkek aránya, mint a piacok kínálatában. Kétségtelen azonban, hogy azokon a piacokon vesznek nagyobb arányban például ruhaneműt, ahol az erre „szakosodott” kereskedők nagyobb arányban vannak jelen.

A nők többféle dolgot vettek, ők vásárolnak élelmiszert, a férfiak italt, s ugyancsak a férfiak vannak többségben a kulturális és hobbicikkek vásárlói között. Az élelmiszert vásárlók a 46 év feletti „öregek”, a ruhákat valamint divat- és hobbicikkeket vásárlók között viszont felülreprezentált a 25, illetve a 35 év alattiak korcsoportja. Minden második adásvételkor ketten voltak a vásárlók, 13 százalékban kisebb csoportban jöttek a vevők. A többi tranzakcióban egyedül volt a vevő. Élelmiszert, kávé általában inkább egyedül vettek, háztartási cikkek vásárlói között a ketten vásárlók voltak többen (53 százalék), míg a hobbicikkekért inkább csoportosan jöttek piacra (21 százalék).

A kecskeméti piacon a vásárlók majdnem kétharmada csak egyféle árucikket vásárolt, átlagosan majdnem 3000 forintért. Ezen a piacon átlag 3000 forintot hagyott egy-egy vevő. Szegeden minden harmadik vásárló vett csak egyfélét, átlagosan 1200 forintért, 40 százalékuk három- vagy négyféle cikket, de az ő összkiadásuk is 3-5000 forint között maradt. A szegedi bevásárlások kerültek a legkevesebbe (2400 forint). A pécsi vásárlók sokfélét vesznek, és majdnem 4000 forintot hagynak a piacon. A budapesti piacozók

¹⁸ A piaci kínálatról korábban már szoltunk: a kereskedők standján fellelhető árucikkeket jegyeztettük fel, s a legjellemzőbb árucikk megnevezése alapján soroltuk be a kereskedőket egyes kategóriákba. A vásárlásokról az adatgyűjtés általános módszerétől eltérően nem megfigyeléssel, hanem a piacról kijövő feltételezett vásárlók megkérdezésével gyűjtöttünk adatokat.

jellemzően egy-két dolgot szereztek be, de azokért átlagosan sokkal többet fizettek, mint a többi piacokon az egy-két cikket vásárlók (átlag 5700 forint).

A vevők kiadásai persze attól függenek, mit vettek s az mennyibe került. Adataink (1. táblázat) azt mutatják, hogy a csoki, a férfi cipő, a fehérnemű Budapesten a legolcsóbb, női cipőt Pécsen, Kecskeméten mosószer, Szegeden női harisnyát, testápolót és edényfélleket lehet a legalacsonyabb áron kapni.¹⁹ Az említett árak az adásvételben „kialudott” árak.

1. táblázat

Néhány megvásárolt árucikk átlagos ára piaconként

Árucikk (n)*	Kecskemét		Szeged		Pécs		Budapest
	(forint, Budapest = 100 százalék)						
Csokoládé (80)	108	121	92	100	197	221	89
Férfi cipő (123)	2026	143	1712	121	1665	118	1409
Női cipő (147)	1418	117	1525	126	1032	85	1207
Harisnya (60)	135	100	115	100	152	112	135
Fehérnemű (80)	326	283	226	196	237	206	115
Mosószer (109)	310	69	517	115	548	122	448
Testápoló (86)	94	19	232	48	274	56	483
Edény (122)	1165	118	815	82	1540	156	982

*A zárójelben levő szám esetszámot jelent, a dőlt betűvel pedig a budapesti ár százalékában kifejezett érték szerepel.

Minden megfigyelési alkalommal fel kellett írnia az összeírónak nyolc előre kiválasztott termék árát, azt az összeget, amennyiért a kereskedő a terméket kínálta. Olyan cikket választottunk ki megfigyelésre, amelyek szerepelnek a KSH fogyasztóiárindex-számításhoz végzett ármegfigyelésében is. Bemutatjuk, milyen átlagárkülönbségek mutatkoznak a bolti kiskereskedelemben végzett ármegfigyelés és a piaci összeírás alapján számolt átlagok között.²⁰

A közhiedelemmel ellentétben *nem* minden olcsóbb a kgst-piacokon. A csoki és a dezodor kimondottan drágább, a Symphonia cigaretta csak hajszálnyival kerül kevesebbe. A ruházkodás azonban durván feleannyi, mint a bolti kiskereskedelemben. És ezek az árak kínálati árak, ezekből még alkudhat a vásárló.

Az ügyletek egyharmadában meg is tette ezt a vevő. Nincs nagy különbség nemenként, de a nők egy hajszállal nagyobb arányban alkudoznak. Valamivel szembetűnőbb az eltérés korcsoportonként: a legfiatalabbak ügyleteiknek csak egynegyedében, az idősebbek vásárlásainak viszont 40 százalékában volt alku. Akkor is nagyobb az alkudozás aránya, ha a vásárlók kis csoportban jöttek a piacra (42 százalék). Az elegánsak és a joggingosok majdnem minden negyedik tranzakcióban alkudtak, a szegényes, falusias öltöztetűek ennél nagyobb arányban, ügyleteik 35-40 százalékában vitték lejjebb az árakat. Úgy tűnik, hogy az alkuügyletek arányában a legélesebb különbségek piaconként mutatkoznak. *A két alföldi város piacozásához sokkal inkább hozzátartozik az, hogy a vevő alkuszik, mint a pécsi vagy a budapesti piac vásárlói szokásaihoz.*

¹⁹ Az árucikkek beszerzési és kínálati árának részletes elemzése meghaladja jelen beszámolónk kereteit. Az árelemzés – a termékek márkajelzésének felhasználásával – az árakat befolyásoló minden tényező figyelembevételével egy másik tanulmány témája.

²⁰ Pontosan meghatároztuk, melyik fajta árucikk árát írják fel. Például: az import csoki 100 grammos „külföldi” csokit, illetve Kinder-tojást, a férfi zokni fehér sportzoknit, a dezodor a 100-125 ml-es dobozban levő dezodort jelenti. Itt most a különféle márkákkal nem foglalkozunk.

2. táblázat
A KSH ármegefigyelésének átlagárai*
(forint)

Árucikkek	1995			1996	Átlag
	második	harmadik	negyedik	első	
	negyedév				
Import csoki	59,7	61,3	64,0	67,1	63,0
Symphonia	78,3	78,7	87,7	102,9	86,9
Farmer	4169,3	4352,3	4560,7	4785,7	4467,0
Férfi szabadidőcipő	3981,7	4162,0	4396,7	4627,2	4292,0
Férfi zokni	182,0	195,3	213,7	227	205,0
Női karóra	1606,0	1706,7	17618,3	1805,7	1709,0
Dezodor	268,0	293,3	310,7	318,7	298,0
Videokazetta	571,7	596,0	613,3	632,7	603,0

* Bedekovics István (KSH) számításai.

3. táblázat
Piaci átlagárak a négy piac adataiból
(forint)

Árucikkek	n	1995			1996	Átlag
		második	harmadik	negyedik	első	
		negyedév				
Import csoki	425	66,8	69,7	71,7	72,3	70,2
Symphonia	532	74,1	75,0	82,5	99,7	83,0
Farmer	797	1905,6	2029,5	2261,1	2380,8	2141,4
Férfi szabadidőcipő	799	1586,9	1743,9	1939,4	1960,8	1804,0
Férfi zokni	653	93,9	100,6	122,2	120,9	112,5
Női karóra	697	769,2	886,0	975,8	965,0	907,3
Dezodor	758	329,9	328,1	329,2	375,7	339,5
Videokazetta	734	321,9	334,1	352,2	418,0	355,2

4. táblázat
A kiskereskedelmi és a piaci árak arányai
(KSH-ár = 100 százalék)

Árucikkek	1995			1996	Átlag
	második	harmadik	negyedik	első	
	negyedév				
Import csoki	111	113	112	108	111
Symphonia	94	95	94	97	96
Farmer	46	47	50	50	48
Férfi szabadidőcipő	40	42	44	42	42
Férfi zokni	52	52	57	53	55
Női karóra	48	52	57	53	53
Dezodor	123	112	105	118	114

Kik vásárolnak?²¹

A bevásárlásukról megkérdezettek között Kecskeméten a férfiak, Szegeden nők vannak többségben. A vásárlók közel fele legfeljebb 35 éves, és további egyharmaduk nem idősebb 45 évesnél, a derékhad tehát „aktív” korú. A két legnépesebb vásárlócsoporthoz a 36–45 éves nőké (19 százalék) és az ugyanebbe a korcsoportba tartozó férfiaké (14 százalék): a piaci beszerzés a középkorú nők, (kevésbé) a férfiak dolga. A legfiatalabb korosztályból a nők, a legidősebből pedig a férfiak járnak *legkevésbé* bevásárolni. A férfiak fele jellemzően egyedül vásárol, a nők pedig vagy a gyerekekkel, vagy a házas-társukkal együtt, s nem baráti társasággal. Szegeden és Budapesten minden második vásárló egyedül jött. Jellemzően ketten vásároltak a pécsi és a kecskeméti piacon. A pécsi piacon a legnagyobb a csoportosan vagy családdal érkezők aránya. (A pécsi hagyományok szerint az emberek ki-kimennek a vásárba...)

A vásárló közönség mintegy harmada „elegáns”, polgári öltözetű, kétötödük pedig sportos ruhát visel a piacon. Népviseletes vásárlót alig találtak a kérdezők, *szegényes és falusias öltözetű volt azonban a megkérdezettek 15 százaléka*. A többiek munkaruhában vagy joggingban voltak. Kecskemét közönségében a falusias öltözetűek (12 százalék), Szegedében a szegényes ruhát viselők (20 százalék) szerepelnek az átlagnál jóval nagyobb arányban. Budapesten a vevők inkább a polgári öltözetűek, Pécsen pedig inkább „sportosak”.

A megkérdezettek negyed része havonta egyszer megy ki a piacra, több mint egyharmaduk egy hete járt ott. A férfiak inkább a hetente látogatók. A vidéki piacok közönsége lényegesen eltér a budapestiétől ebből a szempontból: szinte törzsközönsége van egy-egy piacnak, sok a heti látogató. Budapesten viszont a vevők negyede még soha nem volt a józsefvárosi piacon, s ugyanekkora az egy hónapnál is régebben ott járt vásárlók aránya is.

A vásárlók kicsit több mint harmada legfeljebb fél órát tölt a piacon, közel 40 százalékuk pedig legfeljebb egy órát. A többiek ennél is többet. Az egyedül vásárlók aránya azok között a legnagyobb, akik fél órán belül végeznek a piacon, a csoportosan piacozóké pedig azok között, akik a legtöbb időt töltik a vásárlással. Minél többen jöttek együtt vásárolni, annál több időt nézelődnek a piacokon. A férfiak dinamikusabban viselkednek: az átlagosnál nagyobb azok aránya (40 százalék), akik fél óra alatt befejezik a vásárlást, a másfél óránál is több időt vásárlók csoportjában pedig kétszer többen vannak a nők, mint a férfiak. A piacon töltött idő nagyon különbözik piaconként: Kecskeméten a piacozók 60 százaléka fél óra alatt végez, de a megkérdezettek 90 százaléka legfeljebb egy órát vásárol. Pécsen is és Szegeden is csak minden negyedik vásárló mondta, hogy egy óránál hosszabb ideig tartott a bevásárlás. Budapesten viszont jóval magasabb ennél a hosszabb ideig vásárlók aránya (40 százalék).

²¹ A vásárlókról többféle módon gyűjtöttünk információt:

1. Az áruforgalom majdani becsléséhez megfigyelttünk minden alkalommal – adott egyenlő időegység alatt – maximum húsz vásárlót, illetve vásárlócsoporthoz (háaspár, család, kis csoport, akik együtt mentek ki a piacról), akikről ki kellett deríteni, hogy vásároltak-e valamit vagy sem. (Ennek megállapításához azt is elfogadhatónak véljük a becsléshez, ha a megfigyelő azt rögzítette, hogy a piacot elhagyó vásárló vagy vásárlócsoporthoz csomagokkal távozott-e el a piacról vagy sem.)

2. Ugyancsak a forgalom majdani becsléséhez az összeírók megszámolták az öt perc alatt érkező vásárlókat minden megfigyelési alkalom kezdetén és végén a piaci kapu(k)nál.

3. A harmadik, vásárlókról szóló információcsoporthoz úgy nyertük, hogy minden alkalommal öt vásárlót részletesen is megkérdeztünk a vásárlás körülményeiről és arról, hogy mit vásárolt és az mennyibe került.

Évszakok, hetek, napszakok²²

A piacok infrastruktúrája úgy épült ki, hogy árusításra alkalmas legyen mind a téli, mind a nyári időjárás körülmények között. Mint láttuk, állandó fedett és nem fedett, de „beépített”, stabil elárúsítóhelyek is vannak a piacokon. Vannak továbbá olyan területek, közök, ahol saját asztalokon, csomagtartókból árusíthatnak. Az éves bérlettel elfoglalt állandó, a szezonális és a mobil elárúsítóhelyek aránya évszakonként változhat. A kecskeméti piacon télen²³ nő az éves, állandó helyek aránya, Szegeden viszont ezek aránya csökken, és a mobil helyeké nő meg. Pécsen, ahol alig van állandó épület, amit egész évre bérelhetnének, a tavaszi periódusban a szezonnak megfelelő helyek – fedetlen asztalok – aránya nő, s ősszel a legnagyobb a mozgó standok hányada. Budapesten ez utóbbiak nem léteznek. A szezonális elárúsítóhelyek aránya viszont ősszel a legmagasabb. A napijeggyel árusítók aránya mindenütt nyáron a legnagyobb, de az arány piaconként nagyon eltér: Budapesten és Szegeden a standoknak csupán csak 18, Kecskeméten 54, Pécsen pedig több mint 90 százalékáért fizetnek napi jeggyel.

Az elárúsítók télen valamivel kevesebben vannak, mint a többi évszakban. Nyáron több hazai magyar árusít, mint általában. Az ázsiaiak létszáma többé-kevésbé állandó, ezért részarányuk a téli hónapokban a legmagasabb (29 százalék).

A kereskedőre legjellemzőbb áru alapján kirajzolódó kínálat szerkezete évszakonként, napszakonként és a hét napjai szerint is meglehetősen stabilitást mutat. Az élelmiszer-kínálat télen az átlagosnál egy kicsit nagyobb arányt képvisel, s ugyancsak az élelmiszerek kínálatában van egy kis arányeltolódás a kora reggeli órák javára. Háztartási cikkek nagyobb aránya a délelőtti üzleti órák kínálatára jellemző. E néhány ponton kívül nem mutatkoznak különösebb eltérések. Feltűnő azonban, hogy az *árukínálat skálája* évszakonként karakteresen változik: tavasszal és ősszel nagyobb az egyféle árut kínáló aránya, s a széles áruskála (6- vagy 10-féle termék) inkább a télre jellemző.

A megvásárolt árucikkek összetétele, a kereslet sem változik drámaian sem évszakonként, sem napszakonként, s különösen stabil a hét napjait vizsgálva. Kisebb eltérések vannak: élelmiszert leginkább szerdán, kávé, italt vasárnap és szerdán, ruhát szombaton, háztartási cikket kedden és pénteken, hobbicikkeket pedig szombaton vettek legnagyobb arányban. A legnépesebb árucsoportban, a ruhafélék között majdnem minden harmadik tranzakció az őszi hónapokra esett. Háztartási cikket egész évben folyamatosan, évszakonként azonos arányban vesznek, a hobbicikkek vásárlása pedig a nyári hónapokra esik.

A téli hónapokban különösen nagy az egyedül vásárlók aránya, kevesebben jönnek csoportosan piacozni. Télen jóval nagyobb a vevők között a férfiak aránya, a hétfői – gyér forgalmú – napon is valamivel több férfi jelenik meg, mint nő. A nők viszont a szombati napokon kétszer annyian vannak a vásárlók között, mint a férfiak.

Azok a vevők, akik először jártak a piacon, általában nem a kora reggeli órákban jöttek, a heti látogatók viszont ekkor jelennek meg nagyobb arányban. Ősszel jellemzően minden tizedik vevő első alkalommal ment ki a piacra, a téli hónapokban pedig minden negyedik olyan, aki már több hónapja nem járt ott (talán a karácsony közeledte csalogatta őket). Az, hogy mennyi időt töltenek az emberek a vásárlással, független az évszaktól. A kora reggeli vásárlók általában rövidebb ideig, legfeljebb fél óráig, a déli órákban érkezők azonban hosszú órákig maradnak a piacon. Hétfőn és szerdán a villámlátogatók,

²² Ebben a fejezetben a négy piacra vonatkozó adatokat nem külön-külön, hanem együttesen mutatjuk be. A piaconkénti elemzés csak néhány témakörben lenne lehetséges – például a tranzakciók elemzése –, az elemszám ugyanis más esetekben nem teszi lehetővé, hogy kettőnél több dimenzióban vizsgálódjunk.

²³ Vizsgálatunkban nem egy január 1-jétől december 31-ig tartó évet vizsgáltunk, hanem 1995. április 1-jétől a következő év március 31-éig. A tavaszi hónapok ebben az elemzésben: 1995. április és május, valamint 1996. márciusa. Természetes, hogy az árakat vizsgáló elemzés a valóságos időtrendet követi (3., 4. táblázat).

csütörtökön és pénteken a legfeljebb egy órát eltöltők, szombaton és vasárnap pedig a több órát vásárlók nagyobb arányát láthatjuk adatainkból.

Az érkező vásárlók számából látszik, hogy az őszi hónapok, a délelőtti órák vonzzák a piacokon vásárlókat. A legforgalmasabb nap a szombat, kicsit kevésbé a péntek, de figyelemre méltó a vasárnap is nyitva tartó piacok forgalma a hét utolsó napján.

Mint látjuk, a bemutatott kgst-piacok között nincs lényeges különbség annak ellenére, hogy méretük, forgalmuk, kínálatuk, az eladók és a vevők összetétele, de leginkább funkciójuk eltéréseket mutat.

Összefoglalás helyett...

A piachelyi kereskedés jelenlegi formáját és működésének – önkormányzatok és hatóságok által szabályozott – rendjét a piaci kereskedelemben való *szabad részvétel lehetősége* alakította ki.

Mivel elfogadott minden olyan országban, ahol szabadok a piachelyi kereskedés résztvevői, nem az átmenet „átmeneti jelenségéről” van szó, hanem arról, hogy a szerződéses kereskedelem különféle formái mellett legitim, stabil intézmény a helyi piaci kereskedelem, ami a formális és informális tranzakcióknak egyaránt legális színtere.

A piacok működésével kapcsolatban azt lenne érdemes figyelemmel kísérni, vajon a sok helyi piac rendszerré áll-e össze, összekapcsolódik-e működésük a bolti kereskedelemmel, vagy teljesen önálló beszerzési csatornákra támaszkodik, új „kereskedelmi kapukat” nyit. (Ez utóbbi lehetőséget vetíti előre a józsefvárosi piac működése és a többitől elütő elosztó funkciója.)

Hivatkozások

- BÜCHER, K. [1984].: Az ipari üzemmódoz történelmi fejlődése (1910). Megjelent: Szociológiai füzetek, 35. sz. Szerk.: *Némedi Dénes*.
- CZAKÓ ÁGNES [1994]: A kiskereskedők. Kézirat.
- CZAKÓ ÁGNES-SIK ENDRE [1995]: Feketekereskedelem és feketemunka. Foglalkoztatás, gazdaságpolitika. MűM-Világbank. 90–121. o.
- DÖVÉNYI ZOLTÁN [1996]: A Few Aspects of Unregistered Trade and Labor in Hungary The Informal Market Research Series No.3 ILO/Japan Project Budapest, május.
- HIDEG GERGELY-GRAJCSZAR ISTVÁN [1995]: A józsefvárosi kgst-piac. Esettanulmány, kézirat.
- POLÁNYI KÁROLY [1968]: Az archaikus társadalom és a gazdasági szemlélet. Gondolat, Budapest, 1976., 228–371. o.
- POLÁNYI KÁROLY [1972]: Dahomey és a rabszolgakereskedelem. Egy archaikus gazdaság elemzése. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
- SIK ENDRE [1996]: The Methodology of the Informal Market Research, The Informal Market Research Series No.1 ILO/Japan Project Budapest, február.
- SIK ENDRE [1997]: A kgst-piachely a mai Magyarországon. Közgazdasági Szemle, 4. sz.
- UDVARI ISTVÁN-VIGA GYULA [1994]: Jobbágyi kötelességek és életmód Zólyom megyében a 18. század derekán. Borsod-Abaúj Zemplén Megyei Levéltár évkönyve VII. évfolyam, Miskolc, 89–120. o.
- UDVARI ISTVÁN-VIGA GYULA [1994]: A Kárpát-medence peremén (A 18. századi Liptó vármegye történeti néprajzához). Herman Ottó Múzeum évkönyve XXXII. évfolyam, Miskolc. 257–294. o.
- VIGA GYULA [1994a]: Utak és találkozások (Néhány szempont a vándorlás néprajzához). Folklor és Etnográfia, 85. Szerk. *Ujvári Zoltán*. Debrecen, 249–264. o.
- VIGA GYULA [1994b]: Einige interethnische Beziehungen des Warenaustausches und der Migration in Nordungarn. Ethnographica et Folkloristica Carpathica. Tom, 7–8. 589–605. o.

- VIGA GYULA [1994c]: A „hagyományos” népi kapcsolatok esélyei az ezredforduló stratégiájában (Gondolatok a Kárpátok-Eurorégióról). Észak- és Kelet-Magyarországi földrajzi évkönyv, 47–53. o.
- Weber, M. [1987]: Gazdaság és társadalom. I. kötet. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 170–175. o.

Függelék

Jellemzők	Kecskemét <i>n</i> =84	Szeged <i>n</i> =84	Pécs <i>n</i> =84	Budapest <i>n</i> =84
<i>Az érkezők átlagos száma 5 perc alatt</i>	61	89	52	421
– összes személygépkocsi átlaga	38	48	64	90
– összes busz (a parkolóban) átlaga	1	4	1	36
<i>Az elárúsítóhelyek között...</i>	<i>n</i> =292	<i>n</i> =300	<i>n</i> =402	<i>n</i> =399
– a bódék, fedett asztalok aránya	25	47	8	88
– a földről árulók aránya	27	16	22	0
– napi jeggyel árul	42	11	87	11
– csak egyféle árut kínál	23	34	1	9
– van kgst-áru a kínálatban	15	7	26	12
– van ázsiai termék a kínálatban	26	52	46	73
– van hazai termék a kínálatban	44	31	43	24
– van hazai termék a kínálatban	60	52	51	11
– van saját termék a kínálatban	7	3	7	0
– van használt cikk a kínálatban	9	3	7	0
– van lim-lom a kínálatban	7	3	2	0
<i>A stand legjellemzőbb áruja alapján...</i>	<i>n</i> =292	<i>n</i> =300	<i>n</i> =402	<i>n</i> =399
– élelmiszerkereskedők aránya	3	9	10	2
– ruházati cikkekkel kereskedők aránya	75	62	53	86
– háztartási cikkekkel kereskedők aránya	6	13	20	4
– kulturális és hobbicikk eladók aránya	16	16	17	8
<i>Az összes kereskedő közül...</i>	<i>n</i> =378	<i>n</i> =394	<i>n</i> =495	<i>n</i> =534
– a férfiak aránya	57	58	63	58
– a 35 év alattiak aránya	50	51	54	63
– hazai magyarok aránya	66	66	82	28
– a romák aránya	5	8	1	5
– az ázsiaiak aránya	20	15	9	49
– az elegáns, nem sportos öltözetűk aránya	12	7	3	36
– szegényes, falusias öltözetűk aránya	15	10	2	3
<i>Az összes vásárló közül...</i>	<i>n</i> =209	<i>n</i> =255	<i>n</i> =370	<i>n</i> =393
– a férfiak aránya	53	34	46	45
– a 35 év alattiak aránya	53	38	40	47
– az egyedül vásárlók aránya	39	51	33	52
– kettesben vásárlók aránya	50	44	52	41
– az elegáns, nem sportos öltözetűk aránya	20	19	30	45
– szegényes, falusias öltözetűk aránya	20	22	11	10