

BÉLYÁ CZ IVÁN–KOVÁ CS KÁ RMEN

A birtoklá si hatás megnyilvánulásának háttere és következményei

A kilátáselmélet alkalmazása fogyasztási döntésekre

A tanulmány a – várhatóhasznosság-elmélet kritikájaként kidolgozott – kilátáselmélet fogyasztási döntésekre való alkalmazása alapján vizsgálja a birtoklá si hatást. A birtoklá si hatás számos jószág, különösen az élményt nyújtó javak esetében érvényesül, relevá ns szerepe van a vállalatok szempontjából is, többek közt az árelfogadá si hajlandósá got és az új termékek elterjedését illetően. A cikk a birtoklá si hatás hátterére és következményeire összpontosítva tekinti át a téma nemzetközi szakirodalmát. Vizsgálja a veszteségkerülés és a birtoklá si hatás kapcsolatát, valamint a referenciapontok szerepét és hatását. Kiemeli továbbá annak következményeit, hogy a jószág birtokosa identitásának részévé válik. Végül, az értékfüggvény alapján a fogyasztás szegregációjára és integrációjára ad példákat.*

Journal of Economic Literature (JEL) kód: D91.

Bevezetés

A hasznosságelmélet széleskörű en elfogadott és alkalmazott teória a közgazdaságtanban, amely az egyének választásának és viselkedésének magyarázatát arra a premisszá ra alapozza, hogy az egyének képesek saját preferenciá ik alapján konzisztens módon rangsorolni a választási lehetőségeiket. A hasznosságelmélet szerint az egyének saját hasznossági függvénnyel rendelkeznek, és ennek megfelelő en döntenek, cselekszenek. E teória – amelynek gyökerei *Bernoulli* [1738/1954] munkájá ig nyúlnak vissza – azt feltételezi továbbá, hogy az egyének a kockázatot magában foglaló döntéshozatal során képzeletbeli hasznossági értékeket kapcsolnak a választási lehetőségeikhez; mivel a hasznossági érték elégedettségi, jóléti szintet jelöl, az egyének a hasznossági maximalizálásá ra törekednek (*Friedman–Savage* [1952]).

* A publikáció a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült. Jelen tudományos közleménnyel a szerzők a Pécsi Tudományegyetem alapításának 650. évfordulója előtt tisztelegnek.

Bélyá cz Iván egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pénzügy és Számvitel Intézet (e-mail: belyacz@tkk.pte.hu).

Ková cs Ká rmen egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Kvantitatív Menedzsment Intézet (e-mail: karmen@tkk.pte.hu).

A kézirat első változata 2017. november 16-án érkezett szerkesztőségünkbe.

DOI: <http://dx.doi.org/10.18414/KSZ.2018.4.382>

Neumann–Morgenstern [1944/2007] írja le a várható hasznosság maximalizálásának axiomatikus bizonyítását. A hasznossági függvény az

$$E(U) = \sum_{i=1}^n p_i u_i$$

alakot veszi fel,¹ ahol p_i az i -edik lehetőség bekövetkezési valószínűsége, és u_i az i -edik lehetőség hasznossága. A várható hasznosság elmélete azonban csak a racionális döntéshozatal² elemzésére alkalmas. A pszichológusok és a közgazdászok számos bizonyítékot tártak fel az 1950-es évektől kezdődően arra vonatkozóan, hogy az egyének nem feltétlenül felelnek meg a bizonytalanság melletti választás várható hasznossági modellje feltételezéseinek vagy predikcióinak. Szisztematikus eltávolodást igazoltak a várható hasznosság hipotézisétől, amely elvezetett a bizonytalan kilátásokkal kapcsolatos preferenciák alternatív modelljeinek kidolgozásához (*Machina* [2004]).

A várható hasznosság elméletének első jelentősebb kritikája *Allais* [1953]. *Allais* felfigyelt arra, hogy az egyének a fogadási kísérletekben megfordíthatják preferenciáikat a rivális játékok között, amennyiben külön-külön megkövetelt valószínűségük azonos mértékben mérséklődik. Ennek alapján megállapította, hogy nincs egyetlen értékkel rendelkező függvény, amely pontos eligazítást adhatna, hogy az „észszerűen” gondolkodó egyének egymáshoz kötődő választásai miként valósulnak meg. Később *Tversky–Kahneman* [1974] empirikus vizsgálatai is bizonyították, hogy a várható hasznosság teóriája nem ad megfelelő képet az egyének választásáról bizonytalanság esetén. A szerzők igazolták, hogy az egyéni döntés – bizonyos körülmények között – megsérti a várhatóhasznosság-elmélet racionális választási axiómáit. *Tversky–Kahneman* [1992] még azt is állította, hogy az emberek nem feltétlenül kísérlik meg hasznosságuk maximalizálását. *Bernstein* [1996] a racionális magatartásba vetett hit megrendülésének okait kutatva rámutatott arra, hogy *Kahneman* és *Tversky* olyan magatartásmintákat tártak fel, amelyeket a racionális döntések elméletét megalapozó, illetve vizsgálataikban feltételező gondolkodók sohasem ismertek fel. *Kahneman–Tversky* [1979] ezeket a viselkedési formákat két pszichológiai tényezőre vezeti vissza. Az egyik szerint valamilyen *érzelem* gyakran megzavarja a racionális döntéshez szükséges önfegyelmet. A második pedig arra utal, hogy az egyének sokszor nem képesek teljes mértékben átlátni és megérteni a döntési helyzetet, tehát *kognitív korláttal* is számolni kell.

Kahneman–Tversky [1979] empirikus kutatás alapján a várható hasznosság elméletének kritikájaként dolgozta ki a kilátáselméletet. A kilátáselmélet abban hasonlít a várható hasznosság teóriájához, hogy a kockázat melletti döntéshozatalt is a kimenetek közüli választásként értelmezi. A releváns eltérés pedig az, hogy a várható hasznosság elmélete azt határozza meg, hogy miként kell döntéseket hozni kockázatos helyzetben (*normatív megközelítés*), a kilátáselmélet viszont azt tükrözi, hogy

¹ *Neumann–Morgenstern* [1944/2007] alapján, ha a várható hasznosság elméletének négy axiómája – vagyis a teljesség, a tranzitivitás, a függetlenség és a folytonosság – teljesül, akkor az egyén racionálisnak tekinthető, és a preferenciák hasznossági függvénnyel reprezentálhatók.

² A standard közgazdasági elmélet értelmezésében használjuk a racionalitás, illetve a racionális döntéshozatal kifejezéseket.

a kockázatos döntéseket bizonyos körülmények között miként hozzák meg (*leíró megközelítés*). Továbbá a kilátáselmélet szerint az egyén a döntése következtében megvalósuló kimenetelt mindig egy *referenciaponthoz* méri; a várható hasznosság teóriájában ugyanakkor nem szerepel viszonyítási pont. Ez egyben azt is jelenti, hogy a kilátáselméletben a probléma *keretezésének* jelentősége van a döntéshozatal során: az egyén preferenciái függnak a döntési kerettől – az egyén számára az alternatívák relatív attraktivitása változik, ha ugyanazt a döntési problémát más módon keretezik (*Tversky–Kahneman* [1981]). A kilátáselmélet másképpen kezeli az egyes kimenetekhez kapcsolódó *valószínűségeket*, mint a várható hasznosság teóriája. A klasszikus hasznosságelmélet azt feltételezi, hogy a döntéshozók a nyereség 50 százalékos esélyét pontosan úgy értékelik, mint a veszteség 50 százalékos esélyét. Ezzel szemben a kilátáselmélet a preferenciákat a „döntési súlyok” függvényeként kezeli, és azt feltételezi, hogy ezek a súlyok nem mindig felelnek meg a valószínűségeknek. A kilátáselmélet azt feltételezi, hogy a döntési súlyok általában felülértékelik a kis valószínűségeket, és alulértékelik a közepes és magas valószínűségeket (*Plous* [1993]). Mindezek alapján a kilátáselmélet *összetettebb* elméletnek tekinthető, mint a várható hasznosság elmélete.

A *Kahneman–Tversky* [1979] által leírt kilátáselmélet – a hasznosság mértéke helyett – a nyereségek és a veszteségek pszichológiai értékére összpontosít. A referenciaponttól való eltérésekből adódó nyereségekhez és veszteségekhez rendelt értékek alapján – és nem a végső vagyonhoz vagy gazdagsághoz illeszkedően – határozható meg az értékfüggvény. Az S alakot felvevő értékfüggvényt a referenciapont kettéosztja; a két szakasza nem szimmetrikus, ami abból ered, hogy a veszteségek erősebb pszichológiai reakciót váltanak ki, mint az azonos mértékű nyereségek. Az értékfüggvény referenciaponttól jobbra lévő, nyereményekre vonatkozó szakasza konkáv (kockázati tartózkodást feltételezve), balra lévő, veszteségeket szemléltető része pedig konvex (kockázatkedvelést kifejezve). Az értékfüggvény továbbá meredekebb a veszteségek, mint a nyereségek esetében – a veszteségtől való tartózkodást tükrözve. Az empirikus becslések többsége szerint a veszteségek kétszer olyan fájdalmasak, mint amekkora örömet az azonos mértékű nyereségek okoznak.

Fontos kiemelni, hogy a kilátáselmélet részeként *Kahneman–Tversky* [1979] által empirikus kutatási eredmények alapján kidolgozott értékfüggvény és a *Friedman–Savage* [1948] hipotézisre épülő hasznossági függvénye két különböző dologra vonatkozik – eltérő megközelítésmóddal, feltételrendszerrel és döntési helyzettel; ezért még ha a két függvény alakja hasonlóságot is mutat, azok között nem vonható párhuzam. A *Friedman–Savage* [1948] hipotézis alap gondolata, hogy ugyanaz az egyén kockázatkerülő a gazdagság viszonylag alacsony szintjén, és kockázatkereső a gazdagság relatíve magas szintjén. Ennek alapján mindkét magatartásformát magában foglalja a hasznossági függvény, amely kismértékű vagyon esetén konkáv az origóra (kifejezve, hogy az egyén kockázatkerülő, és biztosítás vásárlására törekszik a potenciális veszteségek ellen), és magasabb vagyon esetén konvex (amikor is az egyén kockázatkedvelő, és fogadáskötésre törekszik). A két szakaszt az inflexió pont választja el egymástól, ahol az egyén kockázatmentes. *Eisenhauer* [2005] hangsúlyozza, hogy a *Friedman–Savage*-hipotézis annak ellenére terjedt el széleskörűen,

hogy empirikusan nem igazolták; ezért kísérleti vizsgálattal teszteli, amelynek eredménye szerint az emberek 18–20 százalékára érvényes.

Kahneman [2013] kiemeli, hogy a kilátáselméletnek még jelenleg is vannak tisztázatlan pontjai. A teória megoldatlanságai közé tartozik például, hogy nem tud mit kezdeni a csalódással, vagyis azzal, hogy bizonyos események megvalósulásának, illetve döntések meghozatalának következményeként az egyének a referenciapontjukhoz képest negatív előjelű kimeneteleket realizálnak. A kilátáselmélet mindezek ellenére napjainkra a közgazdaság-tudományban széleskörűen elfogadottá és alkalmazottá vált. Ennek elsődleges oka, hogy megközelítésmódja és a hasznosságelmélet kiegészítő fogalmai – elsősorban a referenciapont és a veszteségkerülés – az egyének döntéshozatalának jobb megértését, valósághűbb leírását és következményeinek pontosabb előrejelzését teszik lehetővé.

A tanulmány célja a kilátáselméletből kiindulva a – veszteségkerüléssel magyarázható – birtoklási hatás hátterének és következményeinek vizsgálata. A fogyasztási döntéseket, illetve magát a fogyasztást érintő birtoklási hatás számos jóság, de különösen az élményt nyújtó javak esetében érvényesül. Így mélyebb ismerete hozzájárulhat a fogyasztók döntéseinek és viselkedésének jobb megértéséhez. Mindez a vállalatok szempontjából is – különösen az erős piaci versenyben működők esetében – releváns; az egyének a birtokában lévő jószághoz való ragaszkodása gátolhatja az új termékek elterjedését, azonban az korábbi eredményes marketingmunka következménye is lehet. A birtoklási hatásnak továbbá makrogazdasági vonatkozásai is érvényesülhetnek. A birtoklási hatás megnyilvánulásának befolyásoló tényezőit és következményeit átfogó és szisztematikus áttekintéssel mutatjuk be – ezt az motiválta, hogy a birtoklási hatással foglalkozó publikációk többnyire a témának csak egy-egy kisebb részterületére koncentrálnak, a jelenség megértését viszont nagyban segítheti egy összképet alkotó írás. A tanulmány a nemzetközi szakirodalom áttekintésén alapul, amelyet saját vélekedéseinkkel egészítünk ki – rámutatva a megoldatlanságokra és a szakmai vitákra. Ez a terület releváns kutatási eredményekkel gazdagodott az elmúlt 10-15 évben nemzetközi szinten; a hazai szakirodalomban azonban eddig csak érintőlegesen foglalkoztak a témával (lásd *Bölcseki* [2009], *Selei* [2012]).

A tanulmány először a veszteségkerülés és a birtoklási hatás kapcsolatával foglalkozik, majd a lehetséges referenciapontokat emeli ki, valamint rámutat arra, hogy birtoklási hatás során a referenciapont szerepe miként alakítja a viselkedési közömbösségi görbéket. Az identitás és az érzelmek birtoklási hatással való viszonya is bemutatásra kerül. Végül, a fogyasztás lehetséges szegregációját és integrációját tanulmányozzuk az értékfüggvény alapján.

A veszteségkerülés és a birtoklási hatás kapcsolata

A veszteségkerülés a kilátáselmélet meghatározó fogalma. Lényege, hogy a referenciaponthoz viszonyított veszteségnek nagyobb a pszichológiai hatása, mint egy ugyanolyan mértékű nyereségnek (*Kahneman–Tversky* [1979], *Tversky–Kahneman* [1991]).

Ebből következően az egyének jellemzően veszteségkerülők, valamint hajlamosak a kockázatvállalásra a veszteség elkerülése érdekében. *Gachter és szerzőtársai* [2007] eredményei szerint az egyének között jelentős eltérések vannak abban a tekintetben, hogy milyen mértékben veszteségkerülők; ezek az egyének közti eltérések azonban meglehetősen stabilak mind a kockázatos, mind a kockázatmentes helyzetekben.

A veszteségkerülés természetéhez kapcsolódóan még számos kérdés nyitott. *Novemsky–Kahneman* [2005] részéről azonban fontos megállapítás, hogy a veszteségkerülés nem a jószág tulajdonságaihoz kötődik, hanem az általa nyújtott előnyhöz. Ennek alapján azok a javak, amelyeknek jellemzői eltérnek, de azonos mértékű hasznot képesek nyújtani, veszteségkerülés nélkül cserélhetők egymással. Példaként említik azt, hogy amikor a régi autó új autó vásárlásakor beszámításra kerül, akkor ha az új autó a régi által nyújtott előnyöket tudja biztosítani a tulajdonos számára, nem merül fel veszteségkerülés. A szerzőpáros hangsúlyozza továbbá, hogy a veszteségkerülés olyan javak esetében is megjelenhet, amelyeket az egyén sohasem birtokolt; amikor például döntéshozatal során a választási lehetőségeket mérlegeli, és egy jószág választását elkerüli annak várható negatív hasznossága miatt. *Camerer* [2005] arra a megválaszolatlan kérdésre hívja fel a figyelmet, hogy a veszteségkerülés érzelmi reakciónak, döntési hibának, avagy egyfajta preferencia kifejeződésének tekinthető-e. Bizonyos érzelmi állapotokban az egyének hajlamosak túlbecsülni, hogy az állapot meddig fog fennmaradni, ami azután döntési hibához – a *Loewenstein és szerzőtársai* [2003] által leírt kivetítési torzításhoz – vezethet. *Camerer* [2005] megállapítása alapján a veszteségkerülés a félelem túlzott érzelmi reakciója, a káros veszteség kilátására adott válasz.

Thaler [1980] érvelése alapján vált a szakirodalomban elfogadottá, hogy veszteségkerüléssel magyarázható a birtoklási hatás (*endowment effect*), emellett elsőként kapcsolta a veszteségkerülést kockázatmentes döntésekhez. A birtoklási hatás azt fejezi ki, hogy azok az egyének, akik rendelkeznek egy jószággal, többre értékelik azt, mint azok, akik nem birtokolják. Ennek egyik megnyilvánulása a fizetési és az elfogadási hajlandóság közötti távolság, a WTP–WTA-rés,³ amely szerint a vásárlók alacsonyabb összeget kívánnak fizetni egy jószág megszerzéséért, mint amennyit az eladók minimálisan kapni szeretnének érte (*Kahneman és szerzőtársai* [1990]). Ez a veszteségkerülést szem előtt tartva úgy is értelmezhető, hogy nagyobb a jószág észlelt értéke az eladók számára, mint a vevők számára (*Morewedge–Giblin* [2015]).

Ezt igazolja egy *Kahneman* [2013] által leírt kísérlet is, amelyben a résztvevők felét arra kérték, határozzák meg, hogy bögréiket milyen áron lennének hajlandók eladni. A megjelölt értékesítési ár átlagosan kétszer akkora volt, mint amennyiért a résztvevők másik fele, vagyis a vevők, azokat megvették volna. A birtoklási hatáshoz kötődik *Knetsch* [1989] sok hivatkozást kapott (egyszerű) empirikus vizsgálatának eredménye is, amely rámutat a cserében részt vevő szereplők viselkedésének aszimmetriájára. A kísérletben részt vevők egyik fele bögrét, másik fele édességet kapott. Mindannyiukat megkérték egy – a kísérlettel össze nem függő – kérdőív kitöltésére. A válaszadást követően minden résztvevőnek lehetősége volt az eredetileg kapott

³ A WTP a *willing to pay*, a WTA pedig a *willing to accept* rövidítése.

tárgyat a másikra cserélni. A résztvevők mindössze 10 százaléka döntött a csere mellett. Ez az eredmény is azt bizonyítja, hogy az egyének veszteségnek tekintik egy jószág elcserélését, míg nyereségnek a megszerzését. A szereplők többsége számára a csere nem vonzó, mivel érzékenyebbek a veszteségekre, mint a nyereségekre, és ezért ragaszkodnak az eredetileg megszerzett jószághoz. A szerző az aszimmetriát a veszteségkerüléssel kapcsolatos preferenciák sajátos alakjának betudható bizonyítéknak tekinti. A cserekapcsolatok során feltárt aszimmetriával kapcsolatos eredményeket *Plott–Zeiler* [2007] azonban nem tartja a birtoklási hatás elméletével magyarázhatónak, mivel a szerzőpárosnál – *Knetsch* [1989] kísérletével ellentétben – *ugyanazon* jószág nyereségéről vagy veszteségéről van szó.

Kahneman [2013] rámutat arra, hogy a birtoklási hatás nem általános jelenség, vagyis nem érvényesül minden (potenciális vagy megvalósuló) csere során. A hétköznapi adásvételi ügyletek esetében nincs jelen a veszteségkerülés sem az eladó, sem a vevő oldalán. Ruhanemű, könyv vagy lakberendezési tárgy kereskedelmi tranzakciójakor az eladó nem érez veszteséget, mivel a jószág (amelyben valójában a pénze áll) értékesítésével bevételt realizál, a vevő pedig a megvásárolni kívánt jószág pénzbeli ellenértékétől válik meg. A kereskedő a jószágot, a vevő pedig a pénzt csak átmenetileg, a piaci csere céljából birtokolja, hogy azokat más javakra váltsa át. Nem jelenik meg birtoklási hatás akkor sem, ha az egyének azért szereznek meg vagy tartanak tulajdonukban bizonyos javakat, mert azokat „valamilyen jövőbeni cseréhez felhasználható értékfordozónak tekintik” (*Kahneman* [2013] 344. o.). Ezek közé sorolhatjuk az ingatlanba, a műtárgyakba történő befektetéseket.

A birtoklási hatás jellemzően olyan javak esetében érvényesül, amelyekhez az egyén valamilyen módon kötődik, amelyeknek használata, fogyasztása vagy birtoklása élményt nyújt. Idetartozhatnak a ritkán vásárolt, „kis luxust” jelentő javak is, például egy modern, jól felszerelt kerékpár. A javak jellegétől és a birtoklás céljától eltérő szempontból is közelíthető a birtoklási hatás. *Kahneman* [2013] arra hívja fel a figyelmet, hogy a szegénységben élőknel nem figyelhető meg a birtoklási hatás. Ezt azzal magyarázza, hogy a szegények életszínvonala a referenciapontjuknál alacsonyabb, pénzügyi forrás hiányában nem mindegyik, számukra szükséges jószágot tudják megvásárolni. Így élethelyzetük folyamatosan az értékfüggvény veszteséget kifejező tartományába esik, amint pedig többletforrásokhoz jutnak, azokat a veszteségek csökkentésére fordítják, nem nyereségnek tekintik.

Plott–Zeiler [2007] szerint meg kell különböztetni egymástól a *birtoklási hatást* és a *birtoklási hatás elméletét*, mert a két fogalom mögötti tartalom sokszor összemosódik a szakirodalomban. A birtoklási hatás magára a megfigyelt jelenségre vonatkozik, amelynek során *aszimmetria* tükröződik – ennél azonban többet jelent, minthogy a preferenciák sajátos alakja idézi elő az aszimmetriát. A birtoklási hatás elméletén pedig a megfigyelt jelenség teoretikus magyarázatát értik. *Barberis* [2013] is jelzi a terminológiai zavar jelenlétét, kiegészítve azzal, hogy a birtoklási hatás többféle empirikus bizonyítékra is utalhat, így a csere során jelen lévő aszimmetriára, valamint a fizetési és az elfogadási hajlandóság közötti távolságra (WTP–WTA-résre) egyaránt. A tanulmány további részében birtoklási hatáson a gyakorlatilag megvalósuló jelenséget értjük, de annak teoretikus magyarázatára is törekszünk.

A birtoklási hatást meghatározó tényezőkkel kapcsolatban alternatív vélemények is megjelentek. *Morewedge és szerzőtársai* [2009] szerint a jószággal való rendelkezés az, ami a birtoklási hatást előidézi. Ezt a szerzők azzal magyarázzák, hogy az emberek attitűdje pozitív a birtokukban lévő javakat illetően, függetlenül attól, hogyan szereztek meg azokat. Fontosnak tartják továbbá, hogy a jószág és az egyén között kapcsolat alakul ki. Ők tehát megpróbálják különválasztani a magával a birtoklással összefüggő tényezőket és a veszteség kilátását. *Chatterjee és szerzőtársai* [2013] ezzel szemben amellet t érvel, hogy mind a birtoklás, vagyis az egyénnek a jószághoz való kötődése, mind a veszteségkerülés, vagyis a birtokolt jószág elvesztésének lehetősége, releváns a birtoklási hatás szempontjából. Ez a kettősség érvényesül *Strahilevitz–Loewenstein* [1998] azon megállapításában is, hogy a javakkal kapcsolatos veszteségkerülés növekszik a jószág birtoklásának időtartamával. Így az újabb eredmények alapján a birtoklási hatás nem tulajdonítható kizárólag a hagyományos veszteségkerülésnek (*Morewedge–Giblin* [2015]). A birtoklási hatás kognitív megközelítésében *Ariely és szerzőtársai* [2005] azt emeli ki, hogy az eladó és a vevő a csere eltérő szempontjaira koncentrálnak – az eladó arra, hogy mit veszíthet, vagyis a jószágra, a vevő pedig arra, hogy mekkora ráfordítása keletkezik. Ezzel összhangban áll – a birtoklási hatáshoz vezető gondolkodási folyamatot vizsgáló – *Nayakankuppam–Mishra* [2005] empirikus vizsgálata, amely szerint amíg a vevő a jószág pozitív és negatív tulajdonságait is számba veszi, addig az eladó az általa birtokolt jószágnak csak az előnyeire figyel, és ezek elvesztésének kompenzálására törekszik a csere során.

A kilátásméletet, illetve a birtoklási hatást bizonyító korábbi kutatásokkal szemben – amelyek szerint az egyének a veszteséget erősebben súlyozzák, mint a nyereséget – *Harinck és szerzőtársai* [2007] kísérletei az ellenkezőjét mutatják kisebb értékű kimenetek esetében. Ezt a szerzők egyrészt a hedonizmus elvével magyarázzák, amely szerint döntéshozatali helyzetben az egyén a jövőbeli pozitív kimenetek maximalizálására és a későbbi veszteség minimalizálására törekszik. Másfelől, a diszkontálás pszichológiai stratégiája hatékonyabb a kisebb veszteségekre, mint a nagyobbakra. Száz forint elvesztésén lényegesen könnyebben túleszi magát az ember, mint százezer forint veszteségen.

Lényeges továbbá, hogy az embereknek több tapasztalatuk van a kis veszteségekkel kapcsolatban, mint a nagyokkal, mivel előbbiek gyakrabban fordulnak elő (*Stewart és szerzőtársai* [2006]). Az emberek így tudatában vannak annak, hogy a kis veszteségeken túl tudnak jutni; akár meg is tanulhatják anticipálni, hogy a kis veszteségek nem hatnak rájuk olyan negatívan, mint ahogy azt sokszor elképzelik (*Harinck és szerzőtársai* [2007]). Az emberek általában nehezebben mérik fel, milyen reakcióik lesznek valójában a nagy veszteségekre. Így a nagy veszteségek esetében valószínűbb az előrejelzési hiba: a szerzők szerint az emberek hajlamosak túlbecsülni a nagy veszteségek rájuk gyakorolt jövőbeli negatív hatásait. Empirikus kutatási eredményeik alapján a szerzők arra a következtetésre jutottak, hogy kis összegű nyeremény hatása nagyobb, mint azonos nagyságú veszteségé. A nagy értékű veszteség fájdalma viszont meghaladja az ugyanakkora mértékű nyereség örömet.

Ariely és szerzőtársai [2005] álláspontja szerint a pénz esetében nem valósul meg veszteségkerülés, mert a pénz önmagában nem hasznos, egyetlen hasznosságát az

jelenti, hogy lehet vele javakat és élményeket vásárolni. Ennek alapján a szerzők valószínűsítik, hogy léteznek még további esetek is, amikor a birtoklási hatás nem jelenik meg. Olyan közösségekben, környezetben, ahol a barter gyakori kereskedelmi forma, a javak cserében való szerepe kizárólag az, hogy később újra a csere tárgyát képezzék, a birtoklási hatás valószínűleg csak mérsékelten jelenik meg, mert a jószág szerepe, hogy tranzakcióba és ne pedig fogyasztásra kerüljön.

A referenciapont a birtoklási hatás során

Plott–Zeiler [2007] álláspontja szerint a birtoklási hatás elmélete nem azonos a fizetési és az elfogadási hajlandóság (WTP–WTA-rés) vagy a csere során érvényesülő aszimmetria magyarázatának leírásával. Nézőpontjuk szerint a teória középpontjában az áll, hogy az értékfüggvény megtörik, s a töréspont képezi a referenciapontot, amely elválasztja egymástól a nyereséget és a veszteséget kifejező – a veszteségkerülésnek betudhatóan egymáshoz viszonyítva aszimmetrikus – szakaszokat. E mögött *Kahneman–Tversky* [1979] kilátáselméletének azon megállapítása áll, amely szerint az egyének számára a pszichológiai érték a nyereségekből és a veszteségekből származik, vagyis egy bizonyos referenciaponthoz viszonyítják a kimenetek értékének alakulását, nem pedig a vagyonuk abszolút szintje alapján mérik.

A birtoklási hatás jelensége ellentmond a standard közgazdasági elméletnek, amely szerint az egyén preferenciái nem függenek a kiinduló helyzettől. A referenciafüggés alapján a vevők számára a jószág nyereségnek minősül a *status quo*-hoz viszonyítva, az eladók számára pedig veszteségnek. A jószág megvétele annak nem birtoklásától mint referenciaponttól való elmozdulás a birtoklása felé, míg a jószág eladása során a referenciapontot annak birtoklása jelenti (*Novemsky–Kahneman* [2005]). *Morewedge–Giblin* [2015] és *Wenner* [2015] arra hívják fel a figyelmet, hogy korábban a referenciapontot többnyire a *status quo* jelentette, az újabb modellek jelentős része azonban azt feltételezi, valamint empirikus felmérések is azt bizonyítják, hogy a referenciapontot nem feltétlenül a jelenlegi helyzet határozza meg (*Barseghyan és szerzőtársai* [2013], *Foster–Frijters* [2014], *Song* [2016]). Referenciaponttá mindinkább az egyének várakozásai válnak. Referenciapontot jelenthet egy várható jövőbeli kimenetel, például hogy az egyén várhatóan rendelkezni fog egy bizonyos jószággal, vagy nem; ez befolyásolja is egy jószág értékét az egyén számára: aki várhatóan rendelkezik majd a jószággal, az többre értékeli, mint az, aki nem (*Morewedge–Giblin* [2015]).

A birtoklási hatás szempontjából relevánsak az egyén azon várakozásai, amelyek a jövőben megvásárolni kívánt jószág birtoklásából, használatából eredő pszichológiai reakciókra, érzelmi állapotokra vonatkoznak. Amennyiben az egyén várakozásait felülmúlja a jószág fogyasztásából származó pszichológiai érték, akkor az nyereségnek, ha pedig nem, akkor veszteségnek tekinthető. Előbbire példa, ha az egyén kellemesebben érzi magát a vártnál az új lakásában, utóbbira pedig, ha nem. Lényeges továbbá, hogy a várakozások az eladói oldal szempontjából is meghatározók a birtoklási hatás során, amikor is az eladók előrevetítik, hogy mekkora veszteség

keletkezhet számukra a jószágtól való megválással. A várakozásokhoz kapcsolódó becslések segíthetnek abban a döntésben is, hogy ténylegesen megvalósuljon-e egy jószág értékesítése. Mindez például egy nagy múltú, értékes családi birtok eladásáról való döntés során releváns lehet. A fogyasztói várakozások az idődimenziót tekintve tehát a jövőre vonatkoznak, ugyanakkor pedig – amint azt *Oliver–Winer* [1987] is kiemeli – mindig magukban foglalnak egyfajta bizonytalanságot. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy az egyének nem képesek pontosan előre meghatározni a jószág fogyasztásából származó észlelt értéket, minthogy az a tényleges birtoklás, használat során realizálódik. Hasonlóképpen, a jószágtól való megválás által kiváltott veszteség érzékenysége is nehezen megjósolható.

Kahneman–Tversky [1982] megkülönbözteti az aktív és a passzív várakozásokat. Az aktív várakozások esetében nagyfokú tudatosság van jelen (és a figyelem korlátozott kapacitásához kötődik), ezért fontosak a jószág megvásárlása kapcsán; egyúttal a predikciók olyan csoportjához kötődnek, ahol a jövőbeli állapotok tudatosan anticipálhatók a fogyasztók által. Az értékes tartós javak, mint például a gépkocsik esetében az egyének saját igényeik és pénzügyi lehetőségeik alapján választják ki a műszaki jellemzőket, amelyektől a használat során az azoknak megfelelő teljesítményt várják. Az aktív várakozások érvényesülnek akkor is, amikor valaki utazásra készül, és annak érdekében, hogy az kellemesen és problémamentesen történjen, például utánanéz a repülőtéri transzfernek, a helyi közlekedési lehetőségeknek, a higiéniai körülményeknek, ha szükséges, beadja magának a védőoltást, vagy elővételben megveszi a múzeumi belépőt. A passzív várakozások viszont automatikusak, erőfeszítés nélküliek, és inkább hajlammént, mintsem működő erőként lehet őket leírni, így nem is tárolódnak. Akkor jelennek meg például, amikor nem tartós élelmiszerek (például a tejtermékek, pékáruk és zöldségek) esetében a fogyasztók azt várják, hogy friss legyen az áru.

A fogyasztás szempontjából *Köszegi–Rabin* [2009] releváns referenciapontnak tartja a várakozásokat. Modelljük alapján az egyén hasznossága minden egyes időpontban két forrásból származik. Egyrésztől abból a különbségből, amely az egyén egy adott időpontbeli tényleges fogyasztása és az adott időpontbeli fogyasztásra vonatkozó, közelmúltbeli várakozása között jön létre. Másrésztől abból a különbségből ered, hogy az egyén jelenleg, valamint közelmúltban várt fogyasztása egy jövőbeli időpontra eltér. A veszteségkerülésnek betudhatóan ekkor az egyén érzékenyebb arra, hogy a fogyasztása egy bizonyos időpontban alacsonyabb lesz a vártnál, mint arra, hogy magasabb lesz a vártnál. A szerzőpáros feltételezi továbbá, hogy az egyént érzékenyebben érinti, hogy jelenlegi fogyasztása eltér a közelmúltban várt szinttől, mint az, hogy a jövőbeli fogyasztása el fog térni a közelmúltban várt szintjétől.

A fogyasztó által várt árak is jelenthetnek referenciapontot a vásárlási döntések esetében. A valódi árak összevethetők a – külső környezetből eredő vagy az egyén memóriájából előidézett – referenciaárakkal, ugyanazon terméknek akár több referenciaára is lehet. Ha a valódi ár alacsonyabb, mint a referenciaár, akkor az egyén nyereséget észlel, ha viszont magasabb, akkor veszteséget (*Morewedge–Giblin* [2015], *Wenner* [2015]).

A birtoklási hatással foglalkozó – általunk áttekintett – források között nem találunk olyan tanulmányt, amelyben az egyén számára egy másik egyén fogyasztása

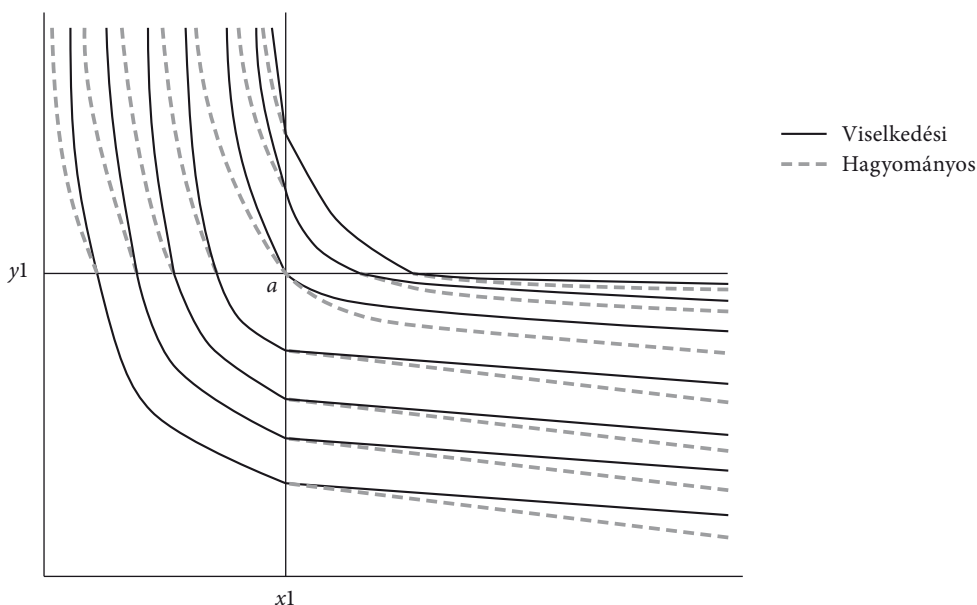
jelenti a referenciapontot. Meglátásunk szerint azonban mások fogyasztása is lehetséges referenciapont; ez két oldalról is alátámasztható. Egyfelől, a birtoklási hatással kapcsolatos újabb felmérések eredménye szerint a társas identitásból fakadó asszociációknak erős hatásuk van a tulajdonos jószágértékelésére (*Dommer-Swaminathan* [2013]), s ez közvetett módon utal mások referenciapontként, illetve referenciacsoporthozként érvényesülő szerepére. Másfelől, a viselkedési közgazdaságtan relatív fogyasztással foglalkozó területének alapgondolata, hogy az egyén számára nemcsak fogyasztásának abszolút szintje van befolyással a hasznosságára, hanem a másokhoz viszonyított mértéke, illetve relatív pozíciója is – az interperszonális tényezőknek pedig releváns szerepük van. *Frank* [1985] szerint, amint az emberek alapvető szükségleteiket kielégítik, hasznosságuk abból származik, hogy hogyan észlelik fogyasztásukat, státusukat másokhoz képest, és nem fogyasztásuk abszolút szintje a meghatározó. Ez azt jelenti, hogy nemcsak az abszolút, hanem a relatív fogyasztás is befolyásolja az egyén hasznossági szintjét; az egyén azonban csak akkor tudja összehasonlítani a fogyasztását másokéval, ha az utóbbiak fogyasztása megfigyelhető (*Arrow-Dasgupta* [2009]). A státusjavak fogyasztása során is mások jelentik a referenciapontot, a másoktól való elkülönülés és a másokhoz való hasonlónak válás iránti igény, vagyis a sznob- és az *utánzási hatás* (*bandwagon*) meghatározó a státusjavak elterjedése folyamán, és ennek realizálódása egyúttal befolyásolja a jószág egyén által észlelt értékét is.

A referenciapontnak a birtoklási hatás során érvényesülő szerepéből eredően a hagyományos közömbösségi görbék nem alkalmasak a különböző jószágkombinációkra vonatkozó fogyasztási döntések módosításának megfelelő szemléltetésére. Már *Knetsch-Sinden* [1984] és *Kahneman és szerzőtársai* [1990] is rámutatott arra, hogy a hagyományos közömbösségi görbéken nem található referenciapont, illetve egy olyan pont, amely a fogyasztás jelenlegi szintjét vagy jószágkombinációját fejezi ki. *Komlos* [2015] a *viselkedési közömbösségi görbék* kidolgozása és elemzése során feltételez egy, a jelen periódusra vonatkozó referenciapontot (*a*), amit a fogyasztás jelenlegi szintje ad. Ez az *a* referenciapont egyúttal töréspontot is jelent a közömbösségi görbén (*1. ábra*).

Ha feltételezzük, hogy az abszcisszatengelyen az *x*, az ordinátatengelyen pedig az *y* józágmennyisége szerepel, akkor a hagyományos közömbösségi görbe helyettesítési határrátája az *i*-edik pontban $MRS_i = -\Delta Y_i / \Delta X_i$, amely csökkenő az *x* jószág mennyiségének növekedésével. *Komlos* [2015] alapján jelölje az *x* józághoz kapcsolódó birtoklási hatást valamely *i*-edik pontban ε_{xi} , az *y* józághoz kötődött pedig ε_{yi} , ahol $\varepsilon > 0$ azt a beszerzési ár feletti ártöbbletet fejezi ki – a másik jószág szempontjából –, amely szükséges a józágról való lemondáshoz – pszichológiai megközelítésben ez azt fejezi ki, hogy nehezebb lemondani egy józágról, mint megszerezni azt. Birtoklási hatás esetén a közömbösségi görbe azon szakaszán, ahol a jószágkombinációk az *a* referenciaponthoz képest több *y* és kevesebb *x* józágot tartalmaznak, a helyettesítési határrátája az *i*-edik pontban $MRS_i = -(\Delta Y_i + \varepsilon_{yi}) / (\Delta X_i)$. Így a viselkedési közömbösségi görbe ezen szakasza meredekebb, mint a hagyományos közömbösségi görbe, minthogy egységnyi *x* józágról való lemondáshoz nagyobb mennyiségű *y* szükséges kompenzációként, ami a birtoklási hatással magyarázható. A viselkedési

1. ábra

A viselkedési és a hagyományos közömbösségi görbék



Forrás: Komlos [2015] 3. o. – a folyóirat szerkesztőjének engedélyével.

közömbösségi görbe azon szakaszán pedig, ahol a jószágkombinációk az a referenciaponthoz képest több x és kevesebb y jószágot tartalmaznak, a helyettesítési határát az i -edik pontban $MRS_i = -(\Delta Y_i)/(\Delta X_i + \varepsilon_{xi})$. Ezen összefüggés alapján a birtoklási hatás tehát a hagyományos közömbösségi görbénél laposabbá teszi a viselkedési közömbösségi görbe e szakaszát (Komlos [2015]).

A referenciapontot magában foglaló közömbösségi görbe, valamint a Komlos [2015] által leírt viselkedési közömbösségi görbék jelentős előrelépést jelentenek a témakörben. A fentiekben azonban felvázoltuk, hogy a referenciapontot többek közt a várakozások vagy mások fogyasztása is jelentheti. Ezen referenciapontok számításba vétele a közömbösségi görbék felrajzolása, alkalmazása és az optimális jószágkombinációk megtalálása során viszont jelentősen bonyolítaná a birtoklási hatás megnyilvánulásának tanulmányozását.

Identitás, érzelmek és a birtoklási hatás

A fogyasztáspszichológia már régóta foglalkozik az egyén és az általa birtokolt, illetve fogyasztani kívánt jószág kapcsolatával. Az egyik legfontosabb megállapítás, hogy a jószág beépül birtokosának énképébe, identitásának részévé válik (Belk [1988]). A birtoklási hatás vizsgálata során inkább csak az elmúlt tíz évben kezdett a figyelem a birtokos identitására és érzelmeire helyeződni. A következőkben a legfontosabb eredményeket összegezzük.

Amikor az egyén egy jószág birtokosává válik, új asszociációk jelennek meg képzetében a jószággal kapcsolatosan (*Morewedge–Giblin* [2015]), és kialakul egyfajta érzelmi kötődés a jószághoz. *Chatterjee és szerzőtársai* [2013] megállapítja, hogy két tényező áll annak háttérében, hogy a jószág és birtoklása közti kapcsolat meghatározza a birtoklási hatást. Az egyik, hogy az egyén kötődik az általa birtokolt jószághoz, vagyis a jószág az egyén részévé válik. A másik, hogy az emberek általában pozitív attitűddel viszonyulnak önmagukhoz, így javaikat, amelyek önmaguk részévé válnak, többnyire előnyösnek találják.

Az énkép és a birtoklási hatás kapcsolatára vonatkozóan eltérő nézetek és empirikus kutatási eredmények születtek a szakirodalomban. *Alexopoulos és szerzőtársai* [2015] empirikus vizsgálata szerint egy jószág megszerzési értéke az egyén – vásárlás időpontjában érvényes – önértékeléséből származik, és ez befolyásolja a birtoklási hatás megnyilvánulását. Másfajta megközelítés szerint azonban az egyén akkor érzi magát veszélyben, amikor már birtokolja a jószágot. Az egyén és a jószág között kialakult kötődés következményeként a jószág elvesztésének lehetőségét az egyén úgy érzékeli, mint önmagának a fenyegetését (*Beggan* [1992], *Dommer–Swaminathan* [2013]). Ez hozzájárul ahhoz, hogy a jószág birtokosa, illetve eladója szempontjából a birtoklási hatás erőteljesebb, vagyis az elfogadási hajlandóság mértékét növeli, a fizetést viszont nem befolyásolja (*Morewedge–Giblin* [2015]).

Alexopoulos és szerzőtársai [2015] e szempont alapján úgy látja, hogy ha az egyén a jószág lehetséges elvesztése miatt veszélyben érzi magát, nagyobb értéket tulajdonít a jószágnak, hogy hárítsa a fenyegetést. A birtoklási hatás e megközelítésben egyfajta önvédelmi eszköz, ezért hajlamosak az eladók az ár emelésére. *Dommer–Swaminathan* [2013] hasonlóképpen azon az állásponton van, hogy a társas identitással összefüggő asszociációk hatást gyakorolnak az egyén és a jószág közötti kapcsolatra. Ha az egyén társas énje veszélybe kerül, akkor önmaga erősítésének egy módja, hogy növeli az általa birtokolt javak értékét. A társas identitáshoz kapcsolódó asszociációknak erős hatásuk van tehát a jószág értékelésére és így az eladási árakra is. Ezért történik az, hogy ha valaki egy a családja által már régóta birtokolt jószág (például szőlőbirtok, ház) eladása mellett dönt, vagy értékesítésére kényszerül, akkor hajlamos azt viszonylag magas áron hirdetni.

Chatterjee és szerzőtársai [2013] eredményei megerősítik az előzőekben leírtakat: az önerősítés, amelynek meghatározó szerepe van a birtoklási hatás megnyilvánulása során, a birtokolt jószág elvesztésének lehetőségéből eredő, az én veszélybe kerülésének következménye. A fentiek alapján könnyen belátható, hogy a birtoklási hatás megnyilvánulását sokkal inkább a javaknak az eladók számára nyújtott magasabb értéke, mintsem a pénznek a vevők általi magasabb értékelése mozgatja (*Morewedge–Giblin* [2015]).

Az egyén bevonódási (*involvement*) szintje és a birtoklási hatás közti kapcsolatot vizsgálja *Saqib és szerzőtársai* [2010]. A szerzők – empirikus felmérésük eredményei alapján – megállapítják, hogy magasabb bevonódás esetén az S alakú értékfüggvény nyereséget és veszteséget kifejező szakaszainak meredeksége nagyobb mértékben tér el, mivel a görbe referenciapont alatti meredeksége nő. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy a referenciapont körül magas szintű bevonódás esetén a görbe jelentősen

aszimmetrikusabb, mint alacsony szintű bevonódásnál. Ennek oka, hogy az erőteljes bevonódás fokozza a nyereség és a veszteség észlelt jelentőségét. Mindebből következően a nagyobb bevonódási szint fokozza a veszteségkerülést, és erősíti a birtoklási hatást. Ennek egy példája, ha valaki kedvenc éneke vagy zenekara koncertjére elővételben vásárolt jegyéhez – a várható élmény reményében – akkor is ragaszkodik, ha viszonteladással profitot realizálhatna, mert a rendezvény kezdete előtt, amikor már az összes jegy elkelt, egyesek a legális eladási árnál lényegesen magasabb áron (még) keresik a megvásárolható jegyeket.

Az érzelmek és a birtoklási hatás kapcsolata több szempontból is vizsgálatok tárgya. *Georgantzís–Navarro-Martínez* [2010] a fizetési és az elfogadási hajlandóság közötti rés két fő emocionális forrását azonosítja empirikus felmérés segítségével. Az egyik tényező az egyén pozitív érzéseinek erősödése a jószág megszerzéséből és birtoklásából eredően, a másik pedig a jószág lehetséges elvesztéséhez kötődő ellenérzés. Az első tényező valójában a birtoklás első szakaszához kapcsolódik, a második a későbbi szakaszához, ugyanakkor mindkettő fokozza az elfogadási hajlandóság mértékét. Az egyének várakozásainak relevanciáját szem előtt tartva *Zhang–Fishbach* [2005] azt vizsgálja, hogy miként befolyásolják a birtoklási hatást az anticipált negatív érzelmek, amelyek a vevő és az eladó részéről is megjelenhetnek egy jószág adásvételével kapcsolatos lehetséges rossz döntéshez kötődve. A szerzőpáros arra a következtetésre jutott empirikus felmérése alapján, hogy amikor a szereplők nem anticipálnak negatív érzelmeket, akkor kisebb az eltérés a vevői és az eladói ár között, összehasonlítva azzal a helyzettel, amikor negatív érzelmeket anticipálnak.

Kermer és szerzőtársai [2006] azonban rámutat arra, hogy amikor az embereket arra kérik, hogy becsüljék meg, miként fognak érezni negatív kimenetek esetén, akkor rendszerint a veszteségeknek nagyobb hatást anticipálnak, mint amit valójában éreznek a kedvezőtlen kimenetek bekövetkezésekor. Valójában alábecsülik tehát a valódi veszteségek racionalizálására és diszkontálására való képességüket. Így a valóságban a veszteségek megélése nem annyira rossz élmény az egyénnek, mint ahogy azt anticipálja (*Harinck és szerzőtársai* [2007]).

Léteznek olyan kutatások, amelyek a birtoklási hatás kontextusfüggésének feltárására irányulnak, ugyanakkor egyes szakemberek támadják a kontextusfüggés érvényességét. *Jefferson–Taplin* [2011] felmérései például azt igazolják, hogy a birtoklási hatás erősebb akkor, ha értékes jószágról van szó, valamint ha az egyén egy hozzá közel álló személytől kapja a jószágot, nem pedig egy idegentől. *Maddux és szerzőtársai* [2010] pedig amellet érvel, hogy a nyugati kultúrákban a birtoklási hatás erősebb, mint a keletiekben, mivel jelentősebb az önerősítésre való hajlam. *Plott–Zeiler* [2007] nem tartja elfogadhatónak azokat a megállapításokat és empirikus kutatási eredményeket, amelyek szerint a birtoklási hatás kontextusfüggő. A szerzőpáros úgy véli, ha ajándékba kap az egyén egy jószágot egy általa kedvelt személytől, akkor ez az összefüggés értéket hozhat létre az egyén számára, más javaktól eltérően kötődhet az ajándékba kapott jószághoz, így ez a kötődélmélet szempontjából fontos tényező lehet; nem kapcsolódik azonban a veszteségkerüléshez. A szerzőpáros azt is hangsúlyozza, hogy a kontextusfüggő megállapítások aláássák az elmélet robusztusságát és általános jellegét, ami bármely teóriaalkalmazás erejének és relevanciájának forrását adja.

Végül megemlítjük, hogy a birtoklási hatásnak – a fentiekben tárgyalt, hozzá kapcsolódó tényezők figyelembevételével – milyen jelentősége van a gyakorlatban vállalati vagy akár makrogazdasági szempontból. A vállalatok számára fontos, hogy felismerjék, mely termékeik és fogyasztói szegmensek esetében érvényesülhet a birtoklási hatás. Dommer–Swaminathan [2013] amellett érvel, hogy amennyiben az egyén nagyobb értéket tulajdonít egy jószágnak, ha az a birtokában van, akkor a vállalatoknak érdemes olyan műveleteket tenniük, amelyekkel elő tudják segíteni már a vásárlást megelőzően a tulajdonlás érzését; ehhez számos marketingeszköz áll rendelkezésre. Például a jószág kipróbálásának lehetősége: gépkocsi esetén próbautat, a ruházati termék felpróbálása vagy az online szakfolyóirat-adatbázisok esetén az 1–3 hónapos szabad hozzáférés (*free trial*).

Egy másik eszköz lehet a részletfizetés. Meglátásunk szerint ezáltal az egyének árelfogadási hajlandósága erősödhet, a vállalat magasabb eladási árat határozhat meg, így növelheti árbevételeit. A fogyasztói várakozások és a veszteségkerülés jelentőségéből eredően a vállalatok által a vásárlást követően biztosított szolgáltatásoknak is fontos szerepük van, így a pénzvisszafizetési garanciának, a garanciális javításnak vagy akár a hűségprogramnak.

Főként a piaci versenyből eredően a vállalatok tevékenységét valójában kettősség jellemzi fogyasztóik birtoklási hatását illetően: az új termékek fejlesztése és értékesítése a (hasonló vagy régebbi előállítású) jószággal rendelkező fogyasztók birtoklási hatása ellen irányuló törekvések, míg a termékkelőnyök sikeres kommunikációja és a márkával való azonosulás a jószághoz való ragaszkodást erősítik. Makrogazdasági szinten is jelentős következményei lehetnek a birtoklási hatásnak: a környezetvédelmi célok lassabban vagy kevésbé eredményesen valósulhatnak meg, ha például a hibrid gépkocsikra való átállást korlátozza a hagyományos, birtokolt autókhoz való ragaszkodás, de egy energiahatékonysági program sikerét is mérsékelheti, ha a fogyasztók kevésbé hajlandók megválni régi háztartási készülékeiktől.

A fogyasztás szegregációja és integrációja az értékfüggvény alapján

A közgazdaságtanban széleskörűen alkalmazott hasznossági függvény helyett Kahneman–Tversky [1979] a gazdasági szereplők pszichológiai reakcióit is magában foglaló értékfüggvényt alkalmazza. Thaler [2008] az értékfüggvény alakját és a pszichológiai hátteret is figyelembe véve három releváns jellemzőre mutat rá. Egyrészt, a $v(\cdot)$ értékfüggvényt egy bizonyos referenciaponthoz képest észlelt nyereség vagy veszteség határozza meg. Másrészt, az értékfüggvény konkáv a nyereségek és konvex veszteség esetében. Harmadrészt, az értékfüggvény veszteséget kifejező része meredekebb, mint a nyereséget tükröző szakasza, vagyis $v(x) < -v(-x)$, $x > 0$. Ez a reláció azt fejezi ki, hogy a veszteségnek nagyobb a pszichológiai hatása, mint egy ugyanolyan mértékű nyereségnek.

Kahneman–Tversky [1979] munkája során egy eseményhez, illetve döntéshez kapcsolódóan vizsgálja a lehetséges kimeneteket. Ezt felismerve Thaler [2008] megkísérli kiterjeszteni a vizsgálódás keretét: két esemény, illetve döntés esetén tanulmányozza

az együttes kimenetel lehetőségeit. Nem emeli ki, de lényeges, hogy az ilyen helyzetek csak akkor vizsgálhatók, ha a referenciapont és az értékparaméter azonos; ellenkező esetben ugyanis nem vethetők össze egymással. Két alternatívát feltételez: 1. a kimenetek együttes értékelése, vagyis $v(x+y)$, amelyet integrációnak nevez, valamint 2. a kimenetek külön történő értékelése, $v(x) + v(y)$, amelyet szegregációnak hív. Azt vizsgálja, hogy mikor nyújt nagyobb értéket az egyén számára az integráció, illetve mikor a szegregáció. Mindez a fogyasztásra vonatkozóan tanulmányozható: milyen esetekben kedvezőbb az egyén számára két különböző jószág egyidejűleg vagy külön történő fogyasztása. Így az értékelés is különböző. Más nézőpontból közelítve: két jószág egymáshoz való viszonyára alapozva a kimenetek együttes értékelése vagy a külön történő értékelése az előnyösebb. A birtoklási hatást befolyásoló tényezőket – mint például az egyén és a jószág közti kapcsolatot vagy az identitásalakulást – két jószág kapcsolata, valamint fogyasztásuk időbelisége is befolyásolhatja.

Thaler [2008] négy lehetséges kombinációt mutat be a kettős kimenetekre – ezek leírását a fentiekhez illeszkedve egészítjük ki a tanulmány előző részeiben kiemelt tényezők számításba vételével.

1. *Többszörös nyereség.* Legyen $x > 0$ és $y > 0$. Mivel az értékfüggvény konkáv a nyereségekhez tartozó szakaszában, ezért $v(x) + v(y) > v(x+y)$, vagyis a szegregáció az előnyösebb. Ez a fogyasztás esetében jelentheti azt, hogy előnyösebb az egyén számára, ha két jószágot, amelyek számára nyereséget jelentenek, külön fogyaszt, mint ha egyidejűleg. A hivalkodó javak esetében például így az egyén számára kedvezőbb, ha kétszer tud feltűnést kelteni, nem csupán egyszer. Az is lehetséges, hogy két külön iránya van a hivalkodásnak: az egyik az anyagi versengéshez kötődően drága és feltűnő jószág birtoklása, a másik az újszerűbb és burkoltabb, minőségi jegyeken alapuló fogyasztás.⁴ Így a kettő külön értékelendő a társadalmi státusz erősítését célzó egyén részéről; e tekintetben a két jószág fogyasztása bizonyos mértékig kiegészíti egymást. A fenti összefüggés hátterében az is állhat, hogy a javak külön történő fogyasztásával a jószág és birtokosa közt közvetlenebb, erősebb kapcsolat alakulhat ki.

2. *Többszörös veszteség.* Legyenek a kimenetek $-x$ és $-y$, ahol $x > 0$ és $y > 0$. Mivel az értékfüggvény konvex a veszteségekhez tartozó szakaszában, ezért $v(-x) + v(-y) < v[-(x+y)]$, vagyis az integráció az előnyösebb. Ez jelentheti azt, hogy kisebb fájdalommal jár két jószág egyszerre történő eladása, mint külön történő értékesítése, de azt is, hogy kisebb veszteséget jelent a fogyasztó számára, ha egyidejűleg vásárolt meg olyan javakat, amelyek alatta maradtak a várakozásainak, mint ha külön vette volna meg őket, és kétszer éli át a veszteség érzését. Másik nézőpontból az összefüggés azt tükrözi, hogy kisebb veszteséget él meg a fogyasztó kiegészítő javak esetében, mint akkor, ha azok függetlenek egymástól.

3. *Nettó nyereség.* Ha $x > y > 0$, és a kimenetek x és $-y$, akkor $v(x) + v(-y) < v(x-y)$ összefüggés alapján az integrációt preferálja az egyén. A bal oldali összeg negatív értéket is felvehet, mivel a veszteséges szakasz meredekebb; a jobb oldali érték viszont biztosan pozitív. Érvényes lehet az összefüggés arra vonatkozóan, hogy előnyösebb az egyénnek együtt, mint külön fogyasztania egy olyan jószágot, amely esetében a

⁴ A hivalkodó fogyasztás újszerű megnyilvánulásairól részletesen lásd Kovács [2014].

bevonódásának szintje magasabb, és előnyei a várakozásait meghaladják, valamint egy olyat, amelyet várakozásain alulinak talál, és bevonódása gyengébb. Ez egyúttal azt is jelentheti, hogy a várakozáson aluli jószág önálló fogyasztása oly mértékben lehet identitásromboló, hogy nem ellensúlyozza a másik jószág énképerősítő hatását; így együttes birtoklásuk előnyösebb.

4. *Nettó veszteség.* Ha $0 < x < y$, és a kimenetek x és $-y$, akkor ebben az esetben nem határozható meg a $v(x) + v(-y)$ és a $v(x - y)$ közti reláció. Így nem állapítható meg, hogy az integráció vagy a szegregáció az előnyösebb a fogyasztó számára (*Thaler* [2008]).

Összegzés

Kahneman–Tversky [1979] empirikus kutatási eredményekkel megalapozva, a várható hasznosság elméletének kritikájaként dolgozta ki a kilátáselméletet, amely szerint az egyének – bizonyos körülmények esetén – nem racionális döntéshozók, érzelmek által vezéreltek, kognitív korláttal rendelkeznek, valamint preferenciáik függnek a döntési kerettől, és a választásaikat, illetve azok kimenetelét valamely referenciaponthoz viszonyítják.

E tanulmány a kilátáselmélet fogyasztási döntésekhez, illetve fogyasztáshoz kapcsolódó vetületeivel foglalkozik, elsősorban a veszteségkerüléssel magyarázható birtoklási hatás megnyilvánulásának hátterére és következményeire összpontosítva. A birtoklási hatás, amely *Thaler* [1980] alapján vált széleskörűen ismertté, azt tükrözi, hogy egy jószágot a vele rendelkező egyének többre értékelnek, mint azok, akik nem birtokolják. Ennek egyik megnyilvánulása a fizetési és az elfogadási hajlandóság közötti rés. A veszteségkerülést eredendően a birtokolt jószág elvesztésének lehetőségéhez kötöték, később azonban alternatív álláspontok és kutatási eredmények is megjelentek, mint például 1. a veszteségkerülés olyan javakra vonatkozóan is megjelenhet, amelyeket az egyén nem birtokol, 2. a birtoklással összefüggő tényezők és a veszteség kilátása szétválasztható, 3. a veszteségkerülés fokozódik a jószág birtoklásának időtartamával. Továbbá olyan empirikus kutatási eredmények is születtek, amelyek szerint az egyének a veszteséget erősebben súlyozzák, mint a nyereséget kisebb értékű kimenetek esetén – ezt a hedonizmussal és a diszkontálás pszichológiájával magyarázzák.

A referenciapontot a fogyasztás esetében eredendően a *status quo* jelentette, a vásárlónak a jószággal való nem rendelkezés, az eladónak pedig a jószág birtoklása. A referenciapontot azonban nem feltétlenül a jelenlegi helyzet határozza meg. Referenciaponttá egyre inkább az egyének (aktív vagy passzív) várakozásai válnak, amelyek a jövőre vonatkozó bizonytalanságot is magukban hordozzák. A relatív fogyasztás jelenségéhez kapcsolódva mások fogyasztása, illetve az egyén relatív pozíciója is jelentheti a referenciapontot. A referenciapontnak a birtoklási hatás során érvényesülő szerepéből eredően a hagyományos helyett a viselkedési közömbösségi görbék a megfelelők a fogyasztási döntések szemléltetésére, amelyek az előbbiektől abban térnek el, hogy törésponttal és eltérő meredekséggel jellemezhetők.

Az egyén részéről a jószág birtoklása során érzelmi kötődés alakul ki, a jószág az egyén „részévé” válik. Így a jószág elvesztésének lehetőségét birtokosa identitásának

fenyegetéseként éli meg, ezért is erősebb a jószág eladója szempontjából a birtoklási hatás. Végül a fogyasztás lehetséges szegregációját és integrációját példákkal kiegészítve mutatuk be, figyelembe véve, hogy az értékfüggvény konkáv a nyereségekre és konvex a veszteségekre, valamint a veszteséget kifejező szakasz meredekebb, mint a nyereséget tükröző.

Hivatkozások

- ALEXOPOULOS, T.–ŠIMLEŠA, M.–FRANCIS, M. [2015]: Good Self, Bad Self: Initial Success and Failure Moderate the Endowment Effect. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 50. 32–40. o. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.07.002>.
- ALLAIS, M. [1953]: Le comportement de l'homme rationnel devant le risque: Critique des postulats et axiomes de l'école Américaine. *Econometrica*, Vol. 21. No. 4. 503–546. o. <https://doi.org/10.2307/1907921>.
- ARIELY, D.–HUBER, J.–WERTENBROCH, K. [2005]: When Do Losses Loom Larger than Gains? *Journal of Marketing Research*, Vol. 42. No. 2. 134–138. o. <https://doi.org/10.1509/jmkr.42.2.134.62283>.
- ARROW, K. J.–DASGUPTA, P. S. [2009]: Conspicuous Consumption, Inconspicuous Leisure. *The Economic Journal*, Vol. 119. No. 541. F497–F516. o. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2009.02318.x>.
- BARBERIS, N. C. [2013]: Thirty Years of Prospect Theory in Economics: A Review and Assessment. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 27. No. 1. 173–196. o. <https://doi.org/10.1257/jep.27.1.173>.
- BARSEGHYAN, L.–MOLINARI, F.–O'DONOGHUE, T.–TEITELBAUM, J. C. [2013]: The Nature of Risk Preferences: Evidence from Insurance Choices. *American Economic Review*, Vol. 103. No. 6. 2499–2529. o. <https://doi.org/10.1257/aer.103.6.2499>.
- BEGGAN, J. K. [1992]: On the Social Nature of Nonsocial Perception: The Mere Ownership Effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 62. No. 2. 229–237. o. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.62.2.229>.
- BELK, R. W. [1988]: Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, Vol. 15. No. 2. 139–168. o. <https://doi.org/10.1086/209154>.
- BERNOULLI, D. [1738/1954]: Exposition of a New Theory on the Measurement of Risk. *Econometrica*, Vol. 22. No. 1. 23–36. o. <https://doi.org/10.2307/1909829>.
- BERNSTEIN, P. [1996]: *Against the Gods: Remarkable Story of Risk*. Wiley and Sons, New York.
- BÖLCSKEI VANDA [2009]: Az intertemporális döntések viselkedési közgazdaságtani modelljeinek áttekintése. *Közgazdasági Szemle*, 56. évf. 11. sz. 1025–1040. o.
- CAMERER, C. [2005]: Three Cheers – Psychological, Theoretical, Empirical – for Loss Aversion. *Journal of Marketing Research*, Vol. 42. No. 2. 129–133. o. <https://doi.org/10.1509/jmkr.42.2.129.62286>.
- CHATTERJEE, P.–IRMAK, C.–ROSE, R. L. [2013]: The Endowment Effect as Self-enhancement in Response to Threat. *Journal of Consumer Research*, Vol. 40. No. 3. 460–476. o. <https://doi.org/10.1086/671344>.
- DOMMER, S. L.–SWAMINATHAN, V. [2013]: Explaining the Endowment Effect through Ownership: The Role of Identity, Gender, and Self-threat. *Journal of Consumer Research*, Vol. 39. No. 5. 1034–1050. o. <https://doi.org/10.1086/666737>.
- EISENHAUER, J. G. [2005]: How Prevalent are Friedman–Savage Utility Functions? *Briefing Notes in Economics*, Vol. 66. 1–10. o.

- FOSTER, G.–FRIJTERS, P. [2014]: The Formation of Expectations: Competing Theories and New Evidence. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, Vol. 53. 66–81. o. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2014.08.001>.
- FRANK, R. H. [1985]: *Choosing the Right Pond: Human Behavior and the Quest for Status*. Oxford University Press, New York.
- FRIEDMAN, M.–SAVAGE, L. J. [1948]: The Utility Analysis of Choice Involving Risk. *Journal of Political Economy*, Vol. 56. No. 4. 279–304. o. <https://doi.org/10.1086/256692>.
- FRIEDMAN, M.–SAVAGE, L. J. [1952]: The Expected-utility Hypothesis and the Measurability of Utility. *Journal of Political Economy*, Vol. 60. No. 6. 463–474. o. <https://doi.org/10.1086/257308>.
- GACHTER, S.–JOHNSON, E. J.–HERRMANN, A. [2007]: Individual-level Loss Aversion in Riskless and Risky Choices. Working paper. University of Nottingham.
- GEORGANTZIS, N.–NAVARRO-MARTÍNEZ, D. [2010]: Understanding the WTA–WTP Gap: Attitudes, Feelings, Uncertainty and Personality. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 31. No. 6. 895–907. o. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2010.07.004>.
- HARINCK, F.–VAN DIJK, E.–VAN BEEST, I.–MERSMANN, P. [2007]: When Gains Loom Larger than Losses Reversed Loss Aversion for Small Amounts of Money. *Psychological Science*, Vol. 18. No. 12. 1099–1105. o. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2007.02031.x>.
- JEFFERSON, T.–TAPLIN, R. [2011]: An Investigation of the Endowment Effect Using a Factorial Design. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 32. No. 6. 899–907. o. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.08.004>.
- KAHNEMAN, D. [2013]: *Gyors és lassú gondolkodás*. HVG Könyvkiadó, Budapest.
- KAHNEMAN, D.–TVERSKY, A. [1979]: Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *Econometrica*, Vol. 47. No. 2. 263–292. o. <https://doi.org/10.2307/1914185>.
- KAHNEMAN, D.–TVERSKY, A. [1982]: Variants of Uncertainty. *Cognition*, Vol. 11. No. 2. 143–157. o. [https://doi.org/10.1016/0010-0277\(82\)90023-3](https://doi.org/10.1016/0010-0277(82)90023-3).
- KAHNEMAN, D.–KNETSCH, J. L.–THALER, R. H. [1990]: Experimental Tests of the Endowment Effect and the Coase Theorem. *Journal of Political Economy*, Vol. 98. No. 6. 1325–1348. o. <https://doi.org/10.1086/261737>.
- KERMER, D. A.–DRIVER-LINN, E.–WILSON, T. D.–GILBERT, D. T. [2006]: Loss Aversion is an Affective Forecasting Error. *Psychological Science*, Vol. 17. No. 8. 649–653. o. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01760.x>.
- KNETSCH, J. L. [1989]: The Endowment Effect and Evidence of Nonreversible Indifference Curves. *American Economic Review*, Vol. 79. No. 5. 1277–1284. o.
- KNETSCH, J. L.–SINDEN, J. A. [1984]: Willingness to Pay and Compensation Demanded: Experimental Evidence of an Unexpected Disparity in Measures of Value. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 99. No. 3. 507–521. o. <https://doi.org/10.2307/1885962>.
- KOMLOS, J. [2015]: Behavioral Indifference Curves. *Australasian Journal of Economics Education*, Vol. 12. No. 2. 1–11. o.
- KOVÁCS KÁRMEN [2014]: A vebleni hívalkodó fogyasztás elméletének továbbfejlődése és újszerű megnyilvánulásai. *Competitio*, 13. évf. 2. sz. 23–35. o. <https://doi.org/10.21845/comp/2014/2/2>.
- KÖSZEGI BOTOND–RABIN, M. [2009]: Reference-dependent Consumption Plans. *American Economic Review*, Vol. 99. No. 3. 909–936. o. <https://doi.org/10.1257/aer.99.3.909>.
- LOEWENSTEIN, G.–O'DONOGHUE, T.–RABIN, M. [2003]: Projection Bias in the Prediction of Future Utility. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 118. No. 4. 1209–1248. o. <https://doi.org/10.1162/003355303322552784>.

- MACHINA, M. J. [2004]: Nonexpected Utility Theory. Megjelent: *Teugels, J. L.–Sundt, B.* (szerk.): *Encyclopedia of Actuarial Science*. Wiley and Sons, Chichester, 1173–1179. o. <https://doi.org/10.1002/9780470012505.tan006s>.
- MADDUX, W. W.–YANG, H.–FALK, C.–ADAM, H.–ADAIR, W.–ENDO, Y.–CARMON, Z.–HEINE, S. J. [2010]: For Whom is Parting with Possessions More Painful? Cultural Differences in the Endowment Effect. *Psychological Science*, Vol. 21. No. 12. 1910–1917. o. <https://doi.org/10.1177/0956797610388818>.
- MOREWEDGE, C. K.–GIBLIN, C. E. [2015]: Explanations of the Endowment Effect: An Integrative Review. *Trends in Cognitive Sciences*, Vol. 19. No. 6. 339–348. o. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tics.2015.04.004>.
- MOREWEDGE, C. K.–SHU, L. L.–GILBERT, D. T.–WILSON, T. D. [2009]: Bad Riddance or Good Rubbish? Ownership and Not Loss Aversion Causes the Endowment Effect. *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol. 45. No. 4. 947–951. o. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.05.014>.
- NAYAKANKUPPAM, D.–MISHRA, H. [2005]: The Endowment Effect: Rose-tinted and Dark-tinted Glasses. *Journal of Consumer Research*, Vol. 32. No. 3. 390–395. o. <https://doi.org/10.1086/497550>.
- NEUMANN, J.–MORGENSTERN, O. [1944/2007]: *Theory of Games and Economic Behavior*. 60th anniversary Commemorative Edition. Princeton University Press, Princeton, N. J.–Woodstock, OX.
- NOVEMSKY, N.–KAHNEMAN, D. [2005]: The Boundaries of Loss Aversion. *Journal of Marketing Research*, Vol. 42. No. 2. 119–128. o. <https://doi.org/10.1509/jmkr.42.2.119.62292>.
- OLIVER, R. L.–WINER, R. S. [1987]: A Framework for the Formation and Structure of Consumer Expectations. Review and Propositions. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 8. No. 4. 469–499. o. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(87\)90037-7](https://doi.org/10.1016/0167-4870(87)90037-7).
- PLOTT, C. R.–ZEILER, K. [2007]: Exchange Asymmetries Incorrectly Interpreted as Evidence of Endowment Effect Theory and Prospect Theory? *American Economic Review*, Vol. 97. No. 4. 1449–1466. o. <https://doi.org/10.1257/aer.97.4.1449>.
- POLOUS, S. [1993]: *The Psychology of Judgment and Decision Making*. McGraw-Hill, New York.
- SAQIB, N. U.–FROHLICH, N.–BRUNING, E. [2010]: The Influence of Involvement on the Endowment Effect: The Moveable Value Function. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 20. No. 3. 355–368. o. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2010.06.019>.
- SELEI ADRIENN [2012]: Pszichológiai torzítások a fogyasztói döntésekben és hatásuk a vállalatok viselkedésére. *Iustum Aequum Salutare*, 8. évf. 3–4. sz. 139–152. o.
- SONG, C. [2016]: An Experiment on Reference Points and Expectations. SSRN Electronic Journal, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2580852>.
- STEWART, N.–CHATER, N.–BROWN, G. D. A. [2006]: Decision by Sampling. *Cognitive Psychology*, Vol. 53. No. 1. 1–26. o. <https://doi.org/10.1016/j.cogpsych.2005.10.003>.
- STRAHILEVITZ, M. A.–LOEWENSTEIN, G. [1998]: The Effect of Ownership History on the Valuation of Objects. *Journal of Consumer Research*, Vol. 25. No. 3. 276–289. o. <https://doi.org/10.1086/209539>.
- THALER, R. H. [1980]: Toward a Positive Theory of Consumer Choice. *Journal of Economic Behaviour and Organization*, Vol. 1. No. 1. 39–60. o. [https://doi.org/10.1016/0167-2681\(80\)90051-7](https://doi.org/10.1016/0167-2681(80)90051-7).
- THALER, R. H. [2008]: Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, Vol. 27. No. 1. 15–25. o. <https://doi.org/10.1287/mksc.1070.0330>.
- TVERSKY, A.–KAHNEMAN, D. [1974]: Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, Vol. 185. No. 4157. 1124–1131. o. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>.

- TVERSKY, A.–KAHNEMAN, D. [1981]: The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*, Vol. 211. No. 4481. 453–458. o. <https://doi.org/10.1126/science.7455683>.
- TVERSKY, A.–KAHNEMAN, D. [1991]: Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-dependent Model. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 106. No. 4. 1039–1061. o. <https://doi.org/10.2307/2937956>.
- TVERSKY, A.–KAHNEMAN, D. [1992]: Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty. *Journal of Risk and Uncertainty*, Vol. 5. No. 4. 297–323. o. <https://doi.org/10.1007/bf00122574>.
- WENNER, L. M. [2015]: Expected Prices as Reference Points. Theory and Experiments. *European Economic Review*, Vol. 75. No. C. 60–79. o. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2015.01.001>.
- ZHANG, Y.–FISHBACH, A. [2005]: The Role of Anticipated Emotions in the Endowment Effect. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 15. No. 4. 316–324. o. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1504_6.