

A KIVETÍTÉSI TORZÍTÁS MINT A FOGYASZTÓI HASZNOSSÁGOT BEFOLYÁSOLÓ DÖNTÉSI HIBA

Kovács Kármén*

A kivetítési torzítás a viselkedési közgazdaságtan által vizsgált döntési hibák egyike, amelynek következtében az egyén hasznosság-maximalizálása azért nem valósul meg, mert jövőbeni fogyasztásáról való jelenbeli döntése során hibás a jövőbeni preferenciáival kapcsolatos előrejelzése. A tanulmány célja, hogy dinamikus szemléletmód alapján vizsgálja, hogy mely tényezők és miként befolyásolják a jövőbeni preferenciák becslését, valamint hogy mi okozhatja a döntés és a fogyasztás közötti időszakban azok változását. Az előrejelzési hibát többek közt a pillanatnyi motivációk, az alkalmazkodási képesség alábecslése befolyásolják, a preferenciák változását pedig az önkontroll problémák és a fogyasztói szokások (ki)alakulása is előidézhetik. Az írásmű a kivetítési torzításról összkép alkotására törekszik.

Kulcsszavak: kivetítési torzítás, döntési hiba, fogyasztói hasznosság, preferenciaváltozás, előrejelzés

JEL kód: D91

PROJECTION BIAS AS A DECISION BIAS INFLUENCING CONSUMER UTILITY

Projection bias is one of the decision biases investigated by behavioural economics, in consequence of which individual's utility-maximization is not realized because his forecast about his future preferences is incorrect during his present decision about his future consumption. The purpose of this paper is to investigate which and how factors influence the estimation of future preferences, furthermore what can cause their change during the period between the decision and the consumption. The prediction bias can be affected by the momentary motivations and the underestimation of adaptation abilities. The change of preferences can be induced by self-control problems and habit formation. This elaboration aims at providing an overall view of projection bias.

Keywords: projection bias, decision bias, consumer utility, preference change, prediction

JEL code: D91

* A publikáció a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült.

Dr. Kovács Kármén egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Kvantitatív Menedzsment Intézet, karmen@ktk.pte.hu

BEVEZETÉS

A *viselkedési közgazdaságtan* által tanulmányozott, pszichológiai torzítások hatására bekövetkező döntési hibák egyike a *kivetítési torzítás* (projection bias)¹. A jelenséget Loewenstein és szerzőtársai [2003] tárgyalják elsőként mélyrehatóan, mérföldkőnek tekinthető cikkükben². A kivetítési torzítás azt fejezi ki, hogy az emberek hajlamosak úgy gondolni, hogy a jövőbeni preferenciáik, ízlésük nagyon hasonló lesz a jelenlegihez. Ennek a vélekedésnek sok esetben meghatározó szerepe van a *jövőbeni fogyasztásról történő jelenbeli döntés során*. Az egyén preferenciái és ízlése azonban az idő előrehaladtával változnak vagy szisztematikusan ingadoznak; az optimális döntéshozatalhoz pedig a jövőbeni preferenciák és ízlés pontos becslésére, előrejelzésére van szükség. Amennyiben az egyén úgy gondolja, hogy aktuális preferenciái és ízlése hasonlóak lesznek a jövőben is, pontosabban a ténylegesen bekövetkező változásukat alábecsüli, akkor az előrejelzett és a realizált fogyasztói hasznosság között eltérés alakul ki – így a *kivetítési torzítás során nem valósul meg hasznosság-maximalizálás*.

A kivetítési torzításnak a fogyasztási döntések, valamint a fogyasztói hasznosság tanulmányozása során való figyelembe vétele *valóságűbb* képet ad a gazdasági aktorok döntéséről és viselkedéséről; egyúttal *pontosabb előrejelzések*hez is vezet, amely a kínálati oldal szereplői vagy akár a gazdaságpolitikai döntéshozók számára is releváns lehet. A viselkedési közgazdaságtan szemléletmódjával szemben a tradicionális közgazdasági elmélet azt feltételezi, hogy az emberek pontosan előre tudják jelezni preferenciáik, ízlésük változását, valamint döntéseik lehetséges kimeneteleinek valószínűségét, így az általuk realizált hasznosság is az anticipáltak felel meg. Ha e feltételek közül valamelyik nem teljesül, akkor viszont a hasznossági szintre vonatkozó várakozásaik nem realizálódnak. A pszichológia szerint azonban az egyének szisztematikus hibát vétnek ízlésük, preferenciáik jövőre vonatkozó becslésekor – ezt használja fel a viselkedési közgazdaságtan –, így az optimálistól eltérő döntéseket hoznak, következésképpen pedig a vártnál alacsonyabb hasznossági szintet realizálnak. Rabin [2013] hangsúlyozza is, hogy az ízlés változása *tény*, amely a hasznossághoz kötődik, és nem pedig az irracionálásra utal.

Eddig viszonylag kevés empirikus vizsgálatot végeztek a kivetítési torzítással kapcsolatban, ugyanakkor számos nem szisztematikus megfigyelés, illetve tapasztalati úton nyert felismerés történt a szakemberek részéről. Sok olyan szituáció létezik, amikor az egyén jövőbeni fogyasztásáról dönt, illetve a fogyasztás tárgyát képező javak, szolgáltatások jellemzőiről. Az emberek sok esetben már télen vagy kora tavasszal kiválasztják a nyári utazásuk célpontját és lefoglalják szálláshelyüket. A színház- és koncertbérlet vásárlásáról történő döntés is megelőzi az évad kezdetét. A kivetítési torzítás egy megnyilvánulása, hogy az éhesen történő bevásárlás során az emberek hajlamosak túl sok élelmiszert venni – aktuális éhségérzetüket vetítik ki. Az egyik első, sokat hivatkozott empirikus kutatási eredményt Read és Van Leeuwen [1998] közli: igazolják, hogy az egyén aktuális éhségérzetének mértéke befolyásolja a jövőbeni ételfogyasztásra vonatkozó választását. A kivetítési torzítás a tartós

¹ A *projection bias* magyar nyelvű megfelelőjeként a kivetítési torzítás kifejezés terjedt el a hazai szakirodalomban, feltehetően Rabin meghatározó cikkeinek fordítását tartalmazó kötet [lásd Rabin, 2008] alapján. Meglátásom szerint azonban a kivetítési hiba elnevezés pontosabban leírja a jelenséget, mivel az a döntési hibák csoportjába tartozik; a jövőbeni preferenciák pontatlan előrejelzése, jelenlegiekhez hasonlóan vélelése inkább hibának tekinthető, mint torzításnak. A továbbiakban azért használom mégis a kivetítési torzítás elnevezést a tanulmányban, hogy írásom illeszkedjen a terminológiához.

² A jelenség felismerésének voltak előzményei. Már March [1978] rámutatott arra, hogy az egyén minden döntése során megpróbálja felmérni jövőbeni ízlését és érzéseit. Egy ruházati termék esetében például azt, hogy mennyire érezne jól benne magát. Megállapítása szerint a döntésnek a minősége erősen függ az előrejelzés pontosságától; a jószággal való elégedettség hiánya vagy elégedetlenség lesz a következménye a pontatlan becslésnek.

javak vonatkozásában is megjelenhet. Ház, lakás, gépkocsi és háztartási gépek esetében a vásárlási döntést követően, a használat során derül ki, hogy az aktuális preferenciák alapján mekkora hasznosságot realizál az egyén. Az egyének jövőbeni preferenciái és ízlése tehát eltérhet a döntéshozatal időpontjában érvényesektől. Ehhez illeszkedően mutat rá Read és Van Leeuwen [1998], valamint Loewenstein és szerzőtársai [2003] arra, hogy *az egyén számára lényeges preferenciák a fogyasztás időpontjában dominánsak, nem pedig a döntéshozatalkor.*

A kivetítési torzítás megnyilvánulása nemzetközi és hazai szinten egyaránt releváns. Az emberek jelenbeli döntéseiknek többnyire alábecsülik a jövőbeni hatásait. A dohányosok, a mozgásszegény életmóddal jellemezhető egyének, valamint a napi több órát digitális világban, különböző elektronikus készülékek előtt töltő, és ezáltal a szemüket károsító fiatalok alulértékelik szokásaik egészségükre gyakorolt jövőbeni következményeit. Mindez hazánkban társadalmi szinten is fontos problémát jelent, amelyet Magyarország lakosságának egészségügyi állapotára vonatkozó kedvezőtlen értékű mutatók is tükröznek, különösen, ha nemzetközi összehasonlításban tekintjük őket. A kivetítési torzítás érvényesülése a fogyasztói szokások erősödését is előidézheti, amely jellemzően a fogyasztási szint növekedésével jár együtt. Az egyének ekkor általában többet fogyasztanak, mint ahogy azt előzetesen tervezték és kevesebbet takarítanak meg, mint ahogy az korábban szándékukban állt – ez pedig aggregált szinten a megtakarítási ráta mérséklődéséhez járulhat hozzá. Ehhez kapcsolódóan példaként említhető a „wellnessezés” elmúlt tíz-tizenöt évben való elterjedése hazánkban. E fogyasztói szokás kialakulásához és erősödéséhez külső tényezőként alapvetően hozzájárult a wellness szállodák számának növekedése, valamint a pihenőkártyák cafeteria keretében történő nyújtása. Fontos azonban észrevenni azt, hogy számos fogyasztó oly mértékben rabjává vált a wellness szolgáltatásoknak, hogy már a korábban hagyományosan bensőségesen, otthoni körülmények között töltött ünnepeket (pl. karácsony), időszakokat is wellness szállodákban töltik.

A kivetítési torzítás is szerepet játszott abban, hogy a gazdasági válság során – többnyire ingatlanvásárláshoz kötődően – számos fogyasztó és háztartás adósodott el hazánkban. A vásárlási döntéshozatalkor – amellet, hogy nem jól mérték fel vagyont, jövedelmi helyzetüket, valamint a devizában felvett hitelhez kötődő kockázatokat – aktuális preferenciáik dominanciájának betudhatóan „túlvállalták” magukat, és az ingatlan birtoklása, használata során nem érték el a várt hasznossági szintet, illetve rosszabb pénzügyi helyzetbe és relatíve kedvezőtlenebb társadalmi státuszba kerültek. Részben a kivetítési torzítás áll a mögött is, hogy közvetlenül a természet (árvíz, nyári vihar stb.) által okozott károk és kedvezőtlen körülmények megvalósulása után növekszik a biztosításkötések száma – az emberek aktuális tapasztalatai és motivációi meghatározóvá válnak a jövőre nézve is.

A fentiek alapján belátható, hogy a kivetítési torzítás lehetséges érvényesülése és kontrollálása nem csak a fogyasztók szempontjából releváns. A vállalatok részéről is, amelyek többek közt árazási taktikákkal használhatják ki a fogyasztók döntési hibáit – ezáltal többletbevételt generálva, de vásárlást követően további kiegészítő szolgáltatásokkal mérsékelhetik számukra azt. A kivetítési torzításnak – a meg nem valósuló hasznosság-maximalizálásból eredően – fontos jóléti implikációi vannak. Ennek egyik megnyilvánulása az alacsony megtakarítási ráta, amely a fogyasztói szokások kialakulásának alábecsléséből és ön-kontroll problémákból is eredhet. A jelenségnek ugyanakkor makrogazdasági vonatkozásai is léteznek, például hogy a gazdaságpolitikai döntéshozók előre tudják –e jelezni a preferenciaváltozást, illetve tudják –e kezelni a fogyasztási mintákban bekövetkező módosulásokat. Napjainkban a hazai ingatlanvásárláshoz, illetve –építéshez kapcsolódó intézkedések, támogatások jól mutatják az újabb preferenciák igazodásához való törekvéseket.

A tanulmány a kivetítési torzítást a viselkedési közgazdaságtan szempontjából vizsgálja – dinamikus megközelítésmód alapján. A kiindulási pontot az képezi, hogy az

egyének előrejelzései többnyire hibásak jövőbeni ízlésükkel és preferenciáikkal kapcsolatban. Ez meghatározza a jövőbeni fogyasztásról való döntésüket, amelynek következménye, hogy a fogyasztásukkal hasznosság-maximalizálás nem valósul meg. A tanulmány célja, hogy feltárja és áttekinthetővé tegye ennek hátterét; meghatározza, hogy mely tényezők és hogyan befolyásolják a jövőbeni fogyasztásról történő döntés során a jövőbeni preferenciák és ízlés becslését, valamint hogy mi okozhatja a döntés és a fogyasztás közötti időszakban a preferenciák és az ízlés módosulását. Tekintve, hogy a kivetítési torzítás egy soktényezős és összetett jelenség, törekedtem a szisztematikus megközelítésre – a könnyebb átláthatóság érdekében egy ábrát is összeállítottam. A tanulmány a nemzetközi szakirodalom áttekintésén alapul, ugyanakkor kiegészül saját meglátásaimmal, rendszerezéssel és továbbfejlesztéseimmel. Újdonságtartalmát az adja, hogy dinamikus szemléletmód alapján tárja fel, rendszerezi és vizsgálja a kivetítési torzítást befolyásoló és alkotó tényezőket, amely alapján egy összkép alkotására törekszik a jelenségről. (A korábbi publikációk jellemzően egy tényezőre vagy a tényezők egy csoportjára összpontosítottak, mint például az önkontroll problémák vagy az alkalmazkodási képesség.) Továbbá Loewenstein és szerzőtársai [2003] megállapításait és eredményeit is kiegészíti, szemlélteti a fogyasztói hasznosság különböző formáit kivetítési torzítás esetén és ennek kapcsán utal a lehetséges referenciapontokra, másfelől pedig kiemeli, hogy a döntés és a fogyasztás közötti időszakban bekövetkező preferencia- és ízlésváltozást az egyén benső tényezői (gondolat- és lelki világa) mellett, azokra hatva az interperszonális és társadalmi hatások, valamint a kínálati oldal szereplőinek piacbefolyásoló eszközei is előidézhetik.

Elsőként a kivetítési torzítás formalizálása kerül bemutatásra, amelyet saját ábráimmal egészítetek ki, szemléltetve a kivetítési torzításból eredő elvesztett hasznosságot és a lehetséges referenciapontokat. Ezt követően azt tanulmányozom, hogy mely tényezők és hogyan befolyásolják a jövőbeni fogyasztásról történő döntés során a jövőbeni preferenciák és ízlés becslését, valamint hogy mi idézheti elő a döntés és a fogyasztás közötti időszakban a preferenciák és az ízlés megváltozását. A fogyasztói szokások (ki)alakulását és hatását, valamint az önkontroll problémák következményeit részletesen is ismertetem. Összegzéssel zárul a tanulmány.

1. A KIVETÍTÉSI TORZÍTÁS FORMALIZÁLÁSA

Amennyiben a fogyasztási döntéshozatalt áthatja a kivetítési torzítás, vagyis az egyén jelenlegi preferenciái, ízlése meghatározza jövőbeni fogyasztását és abból eredő hasznosságát, nem alkalmazható a szakirodalomban széleskörűen elterjedt diszkontált hasznossági (DU) modell. A DU modell ugyanis expliciten feltételezi, hogy az egyén jóléte egy periódusban független egy másik periódusbeli fogyasztásától [Frederick és szerzőtársai, 2002]. A DU modell meghatározó jellemzője tehát az időbeni elkülöníthetőség, vagyis hogy a jelenbeli fogyasztásból származó hasznosságot nem befolyásolja a múltbeli fogyasztás – nem jelenik meg tehát telítődés vagy fogyasztási szokások (ki)alakulása [Baucells–Sarin, 2010]. A diszkontálás pedig azt fejezi ki, hogy az egyén intertemporális preferenciái időben konzisztensek [Frederick és szerzőtársai, 2002].

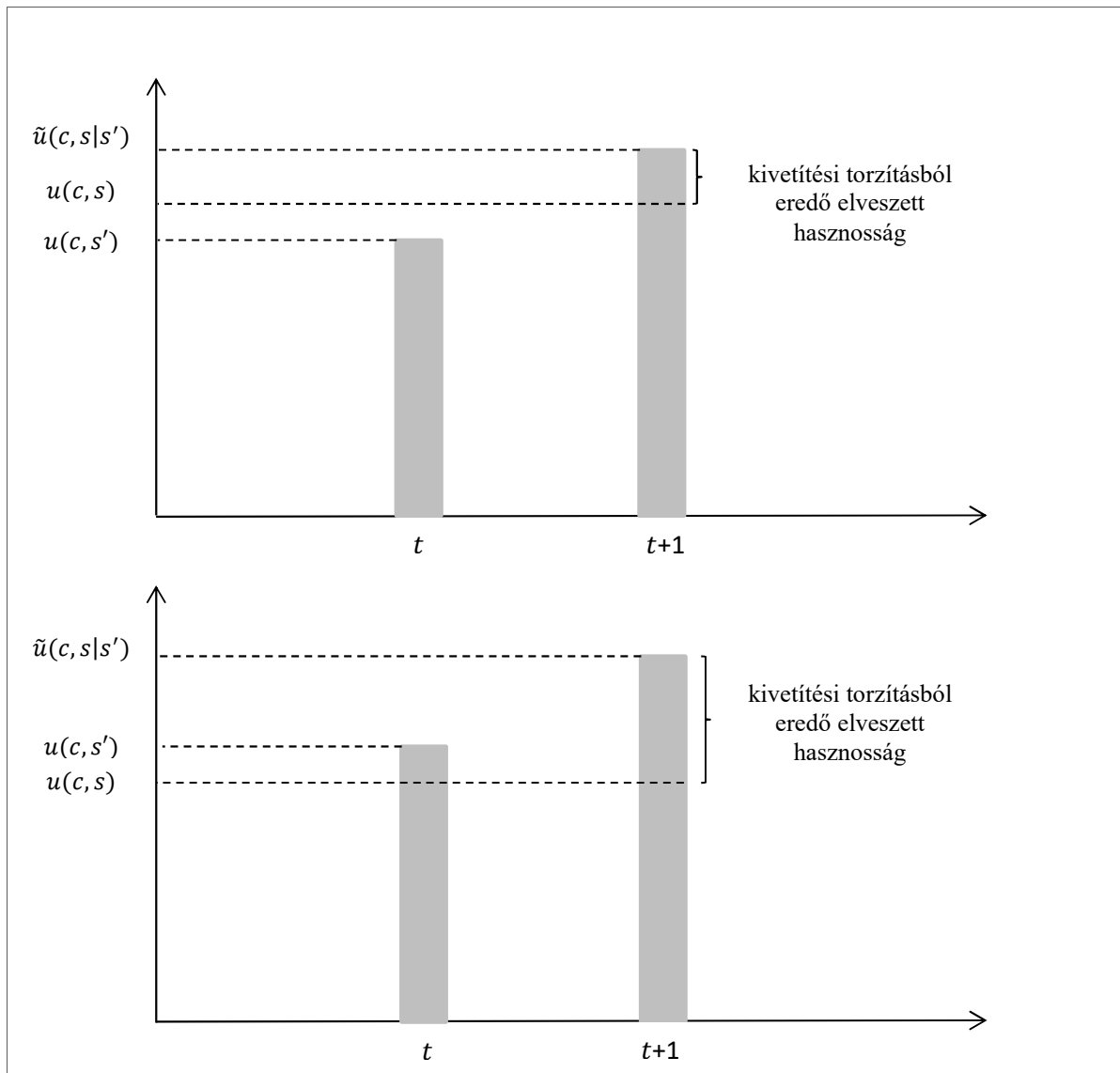
Rabin [2013] amellet érvel, hogy olyan közgazdasági modellek kidolgozására van szükség, amelyek – megtartva a hagyományos formalizálási technikákat – figyelembe veszik és beépítik az egyének döntésének és viselkedésének pszichológiai hátterét is. Ezáltal a gazdasági aktorok viselkedése valóságghűbben leírható, a modellek alapján történő becslés és előrejelzés pedig pontosabbá válhat. E gondolatokkal összhangban dolgozták ki Loewenstein és szerzőtársai [2003] a kivetítési torzítás *formalizált modelljét*.

Loewenstein és szerzőtársai [2003] azt feltételezik, hogy az egyén τ időpontbeli hasznossága $u(c_\tau, s_\tau)$ alakban írható le, ahol c_τ a fogyasztása és s_τ az ízlését kifejező „állapot” τ időpontban. Az állapot tükrözheti a múltbeli magatartást, amennyiben egy jószág múltbeli fogyasztása meghatározza az ahhoz való jelenlegi kötődést, de kifejezhet extern tényezőket is, például amikor a referenciacsoport hatást gyakorol a jelenlegi magatartás előnyeire és költségeire. Feltételezik továbbá, hogy az egyén a jelenlegi s' állapotában megpróbálja előrejelezni jövőbeni hasznosságát s állapotban c fogyasztás esetén, vagyis $u(c, s) - t$. Jelölje $\tilde{u}(c, s|s')$ az előrejelzését. Amennyiben előrejelzése pontos, akkor a becslült és a valódi hasznossága egyenlő, vagyis $\tilde{u}(c, s|s') = u(c, s)$.

Bizonyított, hogy az emberek az ízlésben bekövetkező változások kvalitatív jellegét megértik, de mértékét jellemzően alábecslik; ennek alapján Loewenstein és szerzőtársai [2003] azt feltételezik, hogy az egyén előrejelzett hasznossága, vagyis $\tilde{u}(c, s|s')$, az ő valódi jövőbeni hasznossága³, azaz $u(c, s)$, és jelenlegi állapota alapján megvalósuló hasznossága, vagyis $u(c, s')$, között helyezkedik el. A $\tilde{u}(c, s|s') - t$ egyszerű *kivetítési torzítás*nak tekintik, amely $u(c, s)$ és $u(c, s')$ egyszerű lineáris kombinációja; azaz, ha létezik olyan $\alpha \in [0, 1]$, akkor $\tilde{u}(c, s|s') = (1 - \alpha)u(c, s) + \alpha u(c, s')$. Ha $\alpha = 0$, akkor az egyén előrejelzése pontos, így nincs jelen kivetítési torzítás. Amennyiben viszont $\alpha > 0$, akkor megjelenik a kivetítési torzítás – minél nagyobb az α , annál nagyobb mértékben. Ha $\alpha = 1$, akkor az egyén jövőbeni ízlése azonos lesz a jelenlegivel.

Így tehát kivetítési torzítás során az előrejelzett és a realizált hasznosság között eltérés van – és nem valósul meg hasznosság-maximalizálás, annak ellenére, hogy az egyén törekszik rá. Mindezt az *1. ábra* alapján kísérlem meg szemléltetni. Tekintsük elsőként az *a.* ábrát. Az abszcisszatengely az időt, az ordinátatengely a fogyasztói hasznosság szintjét fejezi ki. Az egyén t időpontban megvalósuló hasznossága $u(c, s')$, ebben a helyzetben készíti $t + 1$ időpontra az előrejelzését: $\tilde{u}(c, s|s')$ az előrejelzett hasznosság. Feltételezzük, hogy az egyén jóléte növelésére, hasznosságának maximalizálására törekszik, ezért $\tilde{u}(c, s|s') > u(c, s')$. A realizált hasznosság azonban $u(c, s)$ $t + 1$ időpontban. Az előrejelzett és a realizált hasznosság különbsége, vagyis $\tilde{u}(c, s|s') - u(c, s)$, a *kivetítési torzításból eredő elveszett hasznosság* a $t + 1$ időpontban. Ebből explicit módon adódik, hogy $t + 1$ időpontban a(z elsődleges) referenciapontot $\tilde{u}(c, s|s')$, vagyis az előrejelzett hasznosság jelenti. Azonban fontos észrevenni azt, hogy $u(c, s)$ szintje bizonytalan; ha (másodlagos) referenciapontnak tekintjük a t időpontbeli $u(c, s')$ -t, akkor $u(c, s)$ annál magasabb és alacsonyabb értéket is felvehet. Az *1. a* ábra azt szemlélteti, amikor a valódi jövőbeni hasznosság meghaladja a jelenlegit, vagyis az egyén képes volt növelni a hasznosságát. Az is előfordulhat azonban, hogy $u(c, s)$ alacsonyabb lesz $u(c, s')$ -nél (*1. b ábra*). Ez jóléti veszteséget is kifejezhet, ez következett be például azon egyének esetében, akik ingatlanvásárlást követően – hiteltörlesztési nehézségeik miatt – eladósodtak. Ekkor a kivetítési torzításból eredő elveszett hasznosság nagyobb, mint az előbbi esetben.

³ Ez a megközelítés összhangban áll Kahneman és Thaler [2006] azon felismerésével, hogy a hasznosság kétféle aspektusból értelmezhető. A döntési hasznosság (decision utility) az alternatívákhoz kötődik és segítségével megmagyarázhatók az egyén választásai – azt fejezi ki tehát, várhatóan mekkora hasznosságot nyújt a jövőben egy lehetőség választása. Az átélt hasznosság (experienced utility) viszont a döntés kimenetelének hedonikus átéléséhez kapcsolódik. E megkülönböztetésnek a kivetítési torzítás tanulmányozása során is relevanciája van; mivel az egyének gyakran nem tudják pontosan előrevetíteni jövőbeni preferenciáikat, valamint szisztematikus hibákat vétének a döntési kimenetek jövőbeni megtapasztalásának előrebecslésekor, következésképpen az átélt hasznosság maximalizálása nem tud megvalósulni.

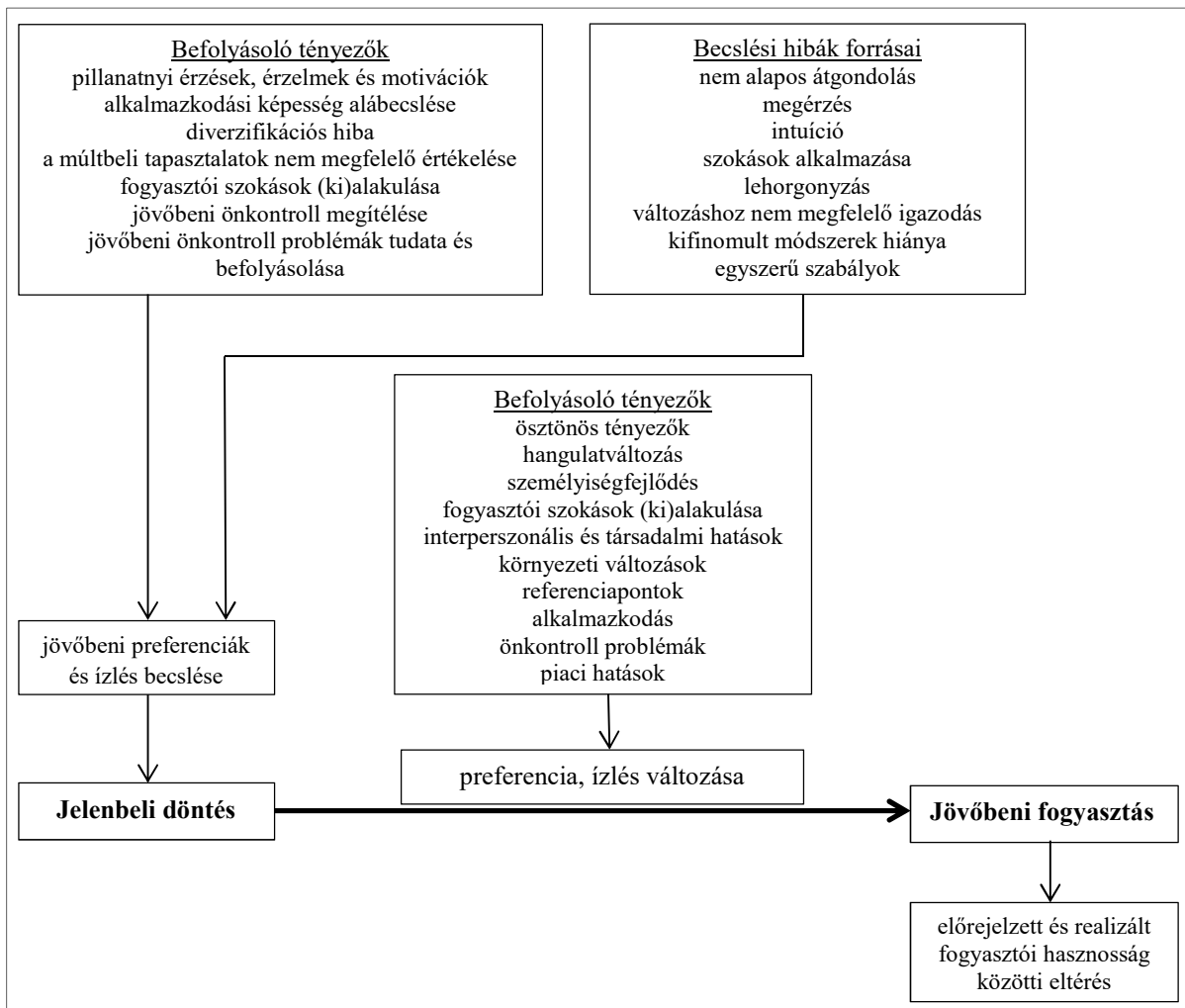


Saját szerkesztés

1. ábra: Fogyasztói hasznosság kivetítési torzítás esetén
a. a valódi jövőbeni hasznosság nagyobb, mint a jelenlegi
b. a valódi jövőbeni hasznosság kisebb, mint a jelenlegi

2. A KIVETÍTÉSI TORZÍTÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

A kivetítési torzítás következtében az egyén által realizált hasznossági szint alatta marad a vártak. Az alábbiakban ennek háttere kerül tanulmányozásra; pontosabban az, hogy *mely tényezők és hogyan befolyásolják a jövőbeni fogyasztásról történő döntés során a jövőbeni preferenciák és ízlés becslését*, valamint hogy *mi okozhatja a döntés és a fogyasztás közötti időszakban a preferenciák és az ízlés megváltozását*. A kettő azonban gyakran összekapcsolódik, így nem is választható el élesen egymástól. A kivetítési torzítás egy soktényezős, összetett jelenség, ezért a leírtak könnyebb áttekinthetőségét a 2. ábra szemlélteti.



Saját szerkesztés

2. ábra: A kivetítési torzítás dinamikus szemléletben

Az emberek többnyire helyesen jelzik előre, hogy milyen irányba fognak változni preferenciáik, ízlésük, jellemzően azonban *alábecsülik a változások mértékét*. Ez utóbbi egyben azt is jelenti, hogy hajlamosak úgy vélni, a jövőbeni preferenciáik, ízlésük hasonló lesz a jelenlegihez; megjelenik tehát a lehorgonyzás és a változáshoz való nem megfelelő igazodás [Loewenstein és szerzőtársai, 2003]. Ennek oka, hogy az emberek többnyire megérzés, szokások vagy esetleg egyszerű szabályok alapján döntenek⁴. Explicit előrejelzéseket tehát jellemzően nem foglalnak magukban a jövőbeni fogyasztásra vonatkozó döntések. Így a döntési hibák elsősorban az explicit előrejelzések hiányával magyarázhatók [Loewenstein–Schkade, 1999]. Hasonlóképpen vélekedik Kahneman és Thaler [2006], megállapítják, hogy az előrejelzési hibák egyik oka, hogy többnyire az *intuíció* a meghatározó a prognózis során, és nem alaposan átgondolt, kifinomult módszereken alapul az előrejelzés.

⁴ A keretezés is meghatározó egy döntés során. Read és szerzőtársai [1999] a széles és a szűk keretezés összehasonlító vizsgálatával foglalkoznak; a széles keretezés során az egyén különböző választásainak a következményeit együttesen becsli meg, míg szűk keretezésnél az egyén döntéseit külön-külön hozza meg. Változó, hogy melyik eredményez magasabb hasznosságot.

Kivetítési torzítást idézhet elő az, ha a fogyasztási döntés során az egyén *pillanatnyi érzései, érzelmei*⁵ vagy *motivációi* meghatározó befolyásoló szerephez jutnak. E tényezők a tartós javak vásárlása esetében is relevánsak lehetnek [Loewenstein és szerzőtársai, 2003]. Az érzések változása, amely gyakran gyorsan történik, azonban nem jelent előrejelezhetetlenséget [Loewenstein, 2000]. Az előrejelzési hibát az is előidézheti, hogy az egyén érzelmi vagy motivációs állapota nagyon eltérő a döntés, valamint a jövőbeni fogyasztás időpontjában [Kahneman–Thaler, 2006]. Ennek egy példája az, amikor a nők intenzíven megélt érzelmeik hatására – racionális, illetve alapos megfontolás nélkül – ruházati termékeket vásárolnak, amelyek aztán mégis tartósan a szekrényben maradnak.

A fent említett tényezőkkel összefüggő Conlin és szerzőtársai [2007] empirikus vizsgálata, amely alapján igazolják a kivetítési torzítást – katalógusból történő rendelés alapján. Megállapítják, hogy az egyének ruházati javakról való vásárlási döntését túlzott mértékben befolyásolja az aktuális időjárás. Ha azon a napon, amikor az egyén döntést hoz egy jószág megrendeléséről az időjárás vonzóvá, értékessé tenné annak aznapi használatát, akkor hajlamosabb az egyén megrendelni a terméket. Ez azt jelenti például, hogy egy olyan napon, amikor relatíve alacsony a hőmérséklet, hajlamosak az emberek meleg ruhákat rendelni.

Busse és szerzőtársai [2012] a fogyasztási javak két nagy piacát, a gépkocsikét és a házakét vizsgálja a kivetítési torzítás vonatkozásában. A gépkocsi és a ház egyaránt ritkán vásárolt, tartós jószág, így a vásárlási döntéshozatal során szükséges megbecsülniük az egyéneknek, hogy fogják értékelni a javakat a jövőben. Negyven millió gépkocsi-vásárlás és négy millió házvásárlás (amerikai adatai) alapján vizsgálják, hogy az időjárás milyen hatást gyakorol a vásárlási döntésre. Arra a következtetésre jutnak, hogy az emberek hajlamosabbak négykerék-meghajtású és sötét autót venni hideg és borús időben. Nyáron történő házvásárlás esetén a medence és a központi légkondicionáló hedonikus értéke magasabb a vevő számára, mint téli szerződéskötéskor. Mindez pedig inkonzisztens a klasszikus hasznosságelmélettel.

A benső szükségletek és a külsődleges vágyak beteljesülésével járó hasznossági szintek eltérő irányú becslési hibájára hívja fel a figyelmet Frey és Stutzer [2014]. Arra mutatnak rá, hogy az emberek jellemzően alábecslik a fogyasztás belső szükségletek kielégítésére vonatkozó aspektusainak (pl. családdal, barátokkal, hobbival töltött idő) hasznosságát és túlértékelik a fogyasztás külsődleges vágyak kielégítését célzó tényezőit (pl. státusz, hivalkodás). Így olyan döntéseket hoznak, amelyekkel nem tudják maximalizálni hasznosságukat.

Indirekt módon ezt igazolják Baucells és Sarin [2007] empirikus felmérésének eredményei is. A szerzőpáros azt vizsgálja, hogy a kivetítési torzításnak milyen hatása van a munka és pihenés közti időmegosztásra. Arra a következtetésre jutnak, hogy az emberek túlértékelik a jövedelemből származó hasznosságot, így az optimálisnál több időt fordítanak munkára. A munka és pihenés közti nem megfelelő időmegosztás valójában azonban – magasabb munkabér mellett – alacsonyabb hasznosságot eredményez⁶. Racionális döntéseket hozó egyén esetében viszont a magasabb munkabér nagyobb hasznossággal jár együtt az idő munka és pihenés közti optimális allokációjából eredően; a megfelelő időmegosztáshoz azonban az is szükséges, hogy az egyén pontosan előre tudja jelezni fogyasztása jövőbeni hasznosságát.

⁵ Loewenstein [2000] rámutat arra, hogy az érzelmek mind nagyobb szerepet kapnak a gazdasági viselkedés tanulmányozása során. Kiemeli azonban, hogy a közgazdászok az anticipált érzelmekre fókuszálnak, vagyis azokra, amelyeket az egyén a jövőben várhatóan át fog élni és a döntéshozatalkor nem tapasztalhatóak. A pszichológusok viszont elsősorban a döntéshozatal időpontjában megjelenő érzelmekre összpontosítanak.

⁶ Maga a munka nem járul hozzá a hasznossághoz, de általa megszerezhető az a forrás, amely aztán fogyasztásra fordítható.

A kivetítési torzítást előidézhetheti az is, hogy az emberek többnyire alábecsülik új életkörülményeikhez való *alkalmazkodási képességüket* [Kahneman–Thaler, 2006; Conlin és szerzőtársai, 2007; Frey–Stutzer, 2014]. Annak ellenére, hogy általában jól alkalmazkodnak az életükben bekövetkező nagyfokú változásokhoz, mint amilyen például az egészségi állapot jelentős romlása, távoli helyre vagy más éghajlatra történő költözés [Loewenstein és szerzőtársai, 2003]. Odermatt és Stutzer [2017] meglátása szerint az alkalmazkodás a preferenciák endogén változásának egy formája, amely azt tükrözi, hogy az egyén a körülményeiben bekövetkező változásra az idő előrehaladtával egyre kisebb mértékben reagál. Az emberek továbbá túl nagy jelentőséget tulajdonítanak a nagyobb gazdasági döntések hatásának, mint amilyen például a munkavállalás vagy a lakás- és házvásárlás [Conlin és szerzőtársai, 2007]. Kahneman és szerzőtársai [2006] *összpontosító illúzió*nak (focusing illusion) nevezi azt a jelenséget, amikor az embereknek hibásak a várakozásaik érzelmi reakcióik intenzitásával és időtartamával kapcsolatban – az érzelmi hatás gyengébb az anticipálnál, mivel a vártnál könnyebben alkalmazkodnak az emberek az új körülményekhez⁷. Ehhez kapcsolódóan fontos megjegyezni, hogy az emberek gyakran azért nem döntenek egy választási lehetőség mellett, mert annak kimeneteléhez bizonytalanság kapcsolódik és ez félelmet kelt bennük, jövőbeni érzelmi reakcióikkal kapcsolatban is; annak ellenére utasítják el tehát az alternatívát, hogy akár magasabb hasznosságot is eredményezhetne még hosszú távon is, mint a valóban választott lehetőség. Léteznek azonban olyan tényezők is, amelyek gátolják az alkalmazkodást; ilyen lehet például *az új helyzet időtartamának bizonytalansága*, valamint a *zaj*, amely az idő előrehaladtával csak még inkább felingerli az embereket [Loewenstein és szerzőtársai, 2003].

Odermatt és Stutzer [2017] empirikus felmérése során azt vizsgálja, hogy mennyire pontosan tudják előrejelezni az egyének jövőbeni jólétüket, miután nagy változás következik be életükben – a megözvegyülés, a munkanélküliség, a fogyatékosná válás, a házasság, a különélés, valamint a válás esetét vizsgálják. Ugyanazon egyének meghatározó életesemények utáni predikcióit vetették össze öt évvel későbbi aktuális értékeléseikkel – több, mint 180 ezer személy – év mintaelemet felhasználva. A különélés és a válás esetében az egyirányú szisztematikus hiba létezése nem igazolódott. A másik négy életeseményhez kapcsolódóan az empirikus adatok alátámasztották az előrejelzési hibát, amelyet az életkörülményekben bekövetkező jövőbeni változásokkal kapcsolatos hibás vélekedések és az előre nem látott alkalmazkodás, illetve annak alábecslése idéz elő, valamint még további pszichológiai mechanizmusok, mint például a lehorgonyzás vagy az összpontosító illúzió. Az előrejelzési hiba a megözvegyülés esetében a legnagyobb, mivel túlságosan borúlátók az egyének párjuk elvesztésekor.

A preferenciák és az ízlés hibás előrejelzése nem csak az egyszeri döntések során következhet be, hanem ismétlődő helyzetekben is [Loewenstein és szerzőtársai, 2003]. Ennek oka lehet, hogy az egyén a múltbeli tapasztalataira rosszul emlékszik, vagy azokat nem megfelelően értékeli a döntéshozatal során, vagy azokból csak csekély mértékben, illetve nem tanult [Kahneman–Thaler, 2006; Frey–Stutzer, 2014]. Loewenstein és Schkade [1999] felhívja a figyelmet arra, hogy amennyiben a kimenetelkor, vagyis jelen esetben a fogyasztás megvalósulásakor, az egyén nem emlékszik becslésére, akkor nem lesz tudatában az előrejelzési hibáinak, és így nem is tudja majd korrigálni azokat. Hozzáteszik ugyanakkor, hogy csak ritkán ismétlődnek meg pontosan ugyanazok a döntési helyzetek. A néhány eseten alapuló, saját korábbi, illetve más forrásokból (a többi fogyasztótól és/vagy a médiából) szerzett ismeretek nagy szerepet kaphatnak a döntésekben. Tversky és Kahneman [1971],

⁷ Odermatt és Stutzer [2017] az alkalmazkodáshoz illeszkedően kiemeli Brickman és Campbell [1971] a hedonikus relativizmushoz kapcsolódó megállapításait, amely szerint az alkalmazkodási folyamatot követően, vagyis amint az egyén hozzászokik egy új szituációhoz vagy ismételt ingerhez, visszatér a megtapasztalt jólét természetes szintjéhez – vagyis, a jólétben bekövetkező változás csupán átmeneti.

valamint Kahneman és Tversky [1973] az előrejelzés pszichológiáját kutatva megállapítják, hogy az emberek tévesen, túlzottan nagy jelentőséget tulajdonítanak a kis minták alapján szerzett ismereteknek. Túlbecsülik annak valószínűségét, hogy azok általánosan érvényesek lesznek, vagyis hisznek a „kis számok törvény”-ében. Ennek gazdasági döntésekhez kapcsolódó következményeivel Rabin [2002] foglalkozik részletesen⁸.

Az emberek nem mindig tudják, hogy mit preferálnának majd egy későbbi időpontban; ehhez hozzájárul, hogy a külső környezetükben bekövetkező változásokat sem látják előre. Kahneman és Thaler [2006] megállapítja, hogy az előrejelzési hiba gyakoribb és nagyobb mértékű lehet akkor, ha a döntés és annak kimenetele között nagy az időbeni távolság, valamint ha az egyén mentális állapota és körülményei eltérőek a két időpontban. Rámutatnak arra, hogy a téves predikciót előidézheti az is, hogy a döntés során az egyén a kimenetel olyan aspektusaira fókuszál, amelyek nem lesznek relevánsak annak megélésekor. Ennek egy példája a Read és Loewenstein [1995] által leírt *diverzifikációs hiba* (diversification bias), amely tehát szintén a kivetítési torzítás körébe tartozik. Azt fejezi ki, hogy az egyének nagyobb változatosságra törekednek akkor, amikor egyidejűleg több jószágot választanak jövőbeni fogyasztásra, mint amikor egymás után veszik meg a javakat; a hiba abból ered, hogy az egyének rendszerint túlbecsülik a változatosság iránti igényüket jövőbeni fogyasztásuk során. A javak egymás után történő megvásárlása így nagyobb átélt hasznosságot (experienced utility) eredményez [Read–Loewenstein, 1995; Read és szerzőtársai, 2001].

A kivetítési torzítás megjelenéséhez az is hozzájárul, hogy *az egyének preferenciái és/vagy ízlése változik a döntés és a fogyasztás közötti időszakban*. Ezt a módosulást több tényező is előmozdíthatja, úgy mint a *hangulatváltozás*, a *személyiségfejlődés*, a *fogyasztói szokások (ki)alakulása* (erről a következő egységben részletesen), a *társadalmi hatások* vagy a *környezeti változások* [Loewenstein és szerzőtársai, 2003]. A *referenciapontok* is szerepet játszhatnak, amelyet többnyire a várakozások, valamint a múltbeli vagy a másokhoz viszonyított fogyasztás jelent. Továbbá a hosszú távú *alkalmazkodásból* is eredhet a preferenciák és az ízlés változása [Rabin, 2013]. Loewenstein [2000] az *ösztönös tényezők* jelentőségét emeli ki – az állapotfüggő preferenciák egy fajtájának tekinti őket –, amelyek az egyének vágyait gyorsan módosíthatják akár belső mozgatók, akár külső ingerek hatására. A közvetlenül érvényesülő ösztönös tényezők számottevő hatást gyakorolhatnak a viselkedésre kognitív mérlegelés hiányában.

Fontosnak tartom kiemelni, hogy a fentiekben említett, az egyének preferenciáinak és ízlésének változását előidéző tényezők közül az egyénre vonatkozókat – vagy másképpen kifejezve a személyes jellegűeket – az interperszonális és társadalmi hatások, valamint a kínálati oldal szereplőinek befolyása is érinthetik. Ez azt jelenti, hogy ezek a személyes jellegű tényezők gyakran nem csak az egyén benső folyamatai alapján alakulnak, hanem az egyénen kívül álló hatások eredményeképpen is – nem célszerű tehát a külső környezet befolyásától izoláltan tekinteni őket. Így például az egyén alkalmazkodása, valamint a fogyasztói szokások vagy a referenciapontok alakulása többnyire nem az egyén gondolkodásában és lelkében külső tényezőktől függetlenül zajló folyamatokat tükrözi, mivel mások fogyasztásához való viszonyulása, valamint a vállalatok marketingtevékenysége is hatást gyakorolhat rá. Ez érvényes lehet például a státuszjavak esetében, mivel életciklusuk folyamán azok presztízsértéke – az őket fogyasztók száma, szegmense és (átlagos) társadalmi státusza alapján – változik, így a relatív fogyasztást mozgató hatások és fogyasztói externáliák folyamán az egyén preferenciái is módosulhatnak. Továbbá az is elképzelhető, hogy egy ruhadarab online megrendelését vagy egy utazás lefoglalását és befizetését követően olyan promóciós anyaggal találkozik az egyén, amely számára kívánatosabb ruhát, illetve

⁸ Rabin [2002] a befektetők reakcióit tanulmányozza, így ezzel itt részletesen nem foglalkozunk.

turisztikai szolgáltatást tartalmaz, következésképpen referenciapontja ez esetben is külső hatásból eredően változik még a fogyasztás megvalósulása előtt.

3.1. A FOGYASZTÓI SZOKÁSOK (KI)ALAKULÁSÁRÓL ÉS HATÁSÁRÓL

A fogyasztói szokások (ki)alakulásáról (habit formation) közgazdasági szemléletben Duesenberry [1949] írt elsőként; rámutatott arra, hogy a jelenlegi fogyasztásból származó hasznosságot a múltbeli fogyasztás szintje is befolyásolhatja. Később többek közt Pollak [1970] munkája meghatározó, aki a szokásalakulásnak a fogyasztói hasznosság függvényre és a keresleti függvényekre gyakorolt hatását vizsgálja. Megállapítja továbbá, hogy az egyén nem veszi figyelembe jelenlegi vásárlásának jövőbeni preferenciáira és fogyasztására gyakorolt hatását, valamint hogy a fogyasztó hasznossági függvényét nem csak a saját, hanem mások múltbeli fogyasztása is befolyásolja.

Már a főáramú közgazdaságtan is foglalkozott a fogyasztói szokások alakulásával. Például Wathieu [1997] is tradicionális megközelítésmódot alkalmaz: azt veszi alapul, hogy a preferenciák racionálisak, abban az értelemben, hogy a döntéshozó pontosan előre tudja jelezni a szokásalakulás folyamatát és viselkedése dinamikusan konzisztens, vagyis tervei tényleg megvalósulnak. Loewenstein és szerzőtársai [2003] a kivetítési torzítást vizsgálva azonban rámutatnak arra, hogy a fogyasztói szokások alakulása nem pontosan előrejelezhető. Úgy találják, hogy az egyén alábecsülheti azt a mértéket, ahogy a jelenlegi fogyasztása megváltoztatja a jövőbeni vágyát azon termékek vonatkozásában, amelyekhez ragaszkodik – vagyis alulértékelheti a szokásalakulást. Másfelől, a jövőbeni ízlés változásának hibás előrejelzése a jelenlegi fogyasztásra vonatkozó döntéseket is eltérítheti, például túlfogyasztást eredményezhet a szokások alulértékelése miatt.

A viselkedési közgazdaságtan szemléletmódjával összhangban Laran [2010] amellet érvel, hogy ha az egyén rendelkezik habituális magatartással, akkor az előnyt jelent abból a szempontból, hogy a jelenlegi preferenciái alapján könnyen előrejelezhetőek a jövőbeni preferenciái. Ezt igazolja van den Bijgaart [2017] megállapítása is, amely szerint a jószágspecifikus szokások tartósságot eredményeznek a fogyasztási mintákban⁹, amely egyúttal azt is jelenti, hogy a fogyasztói kosár viszonylag lassan változik¹⁰. A kivetítési torzítás szempontjából releváns, hogy van den Bijgaart [2017] úgy véli, a fogyasztó nem internalizálja azt, hogy a jelenlegi fogyasztása befolyásolja a jövőbeni szokásait, és ezáltal a jövőbeni keresletét és jólétét, valamint hogy az egyén nem teljesen racionális szokás alakulásának megfigyelését és előrejelzését illetően. Ennek következménye pedig, hogy a szokások alakulása során a fogyasztási döntések nem eredményeznek maximális hasznosságot.

A szokásokkal kapcsolatban többnyire azt feltételezik, hogy a fogyasztás fokozódását idézik elő. Az emberek azonban nem mindig akarnak többet fogyasztani annál, mint amihez hozzászoktak; bizonyos körülmények között a fogyasztási szint mérséklődése következik be. (Ennek egy példája, amikor egészségügyi megfontolásból csökkentik a kávéfogyasztást.) Azt, hogy a fogyasztási szint milyen irányba változik, befolyásolja a szokáshoz kötődő kezdeti fogyasztási szint, valamint hogy az egyén eddig mennyit fogyasztott – e tényezők tehát referenciapontként szolgálnak. A szokás erősödését fejezi ki, ha a fogyasztásból származó marginális hasznosság növekszik. Amennyiben pedig a hasznossági szint csökken a szokást

⁹ Az ezt felismerő vállalatok árazási stratégiája relevánssá válhat: Ravn és szerzőtársai [2010] megállapítása szerint a jószágspecifikus szinten erős szokások lehetővé teszik a gazdasági ciklussal ellentétes árrés alkalmazását (countercyclical markup behavior).

¹⁰ Aggregált szinten pedig a szokások egyfajta benchmarkot képeznek [van den Bijgaart, 2017].

illetően, akkor a jelenlegi fogyasztás csökkenti a jövőbeni fogyasztásból származó hasznosságot [Frederick és szerzőtársai, 2002; Loewenstein és szerzőtársai, 2003].

Loewenstein és szerzőtársai [2003] megállapítása szerint a szokás megszakadása a korai életszakaszban a legkevésbé fájdalmas és a leghasznosabb, mielőtt a szokás megerősödik, vagyis egyre magasabb lesz a fogyasztási szint. E mögött az áll, hogy a szokásalakulás negatív hatásainak alulértékelése hajlamossá teszi az egyént, hogy a racionális viselkedéshez képest túl sokat fogyasszon korai életszakaszában. Cremer és szerzőtársai [2010] hasonló eredményre jut, modellje alapján az a konklúziója, hogy a szokásalakulás és a rövid távon való gondolkodás túlfogyasztáshoz és alacsony megtakarításhoz vezet az életpálya első szakaszában.

A szokások mellett Baucells és Sarin [2010] szerint a *telítődés*nek van meghatározó szerepe abban, hogy a jelenlegi fogyasztás miként befolyásolja a jövőbeni fogyasztás hasznosságát. A szokások kialakulása során a jelenlegi fogyasztás növeli a jövőbeni fogyasztás marginális hasznosságát, telítődés esetén viszont csökkenti; ellentétes hatást gyakorol tehát a két tényező. Ugyanakkor mindkettő magában rejt a csökkenő érzékenység és alkalmazkodás hatásait. Baucells és Sarin [2010] egy olyan hasznossági modellt dolgozott ki, amely a szokások megtartásának és a változatosság keresésének a konfliktusára épül. A szokás kialakulásának esetében az érvényesül, hogy minél többet megszerez valaki, annál többet akar. Ezzel szemben a telítődésnél: minél több van valakinek, annál kevesebbet akar a következő periódusban – és ez előhívja a változatosságkeresést. A modell e két ellentétes erőt magában foglalva képes értékelni egy fogyasztási folyamatot és meghatározni a fogyasztás optimális allokációját. Ez a megközelítésmód illeszkedik Scitovsky [1976] – jóval korábban leírt – nézőpontjához, amely szerint emberek elégedettsége nem csak komfortérzetből származhat, hanem újdonságból is. Az újszerű tevékenységek kimenetelét és következményeit azonban viszonylag nehéz előrejelezni és megítélni azok megtapasztalása nélkül [Scitovsky, 1989]¹¹. Ez ösztönzi valójában az innovációk, az új termékek és termékfejlesztések kipróbálást, amely azonban egyúttal bizonytalanságot is magában hordoz.

3.2. AZ ÖNKONTROLL PROBLÉMÁK KÖVETKEZMÉNYEI

A kivetítési torzítás valójában egyfajta intertemporális döntéshez kötődik; az időtényező – a fentiekben említettek mellett – abból a szempontból is releváns, hogy miként alakul az egyén önmagához való viszonya, valamint mennyiben képes önkontrollt gyakorolni a döntéstől a fogyasztásig tartó időszakban. Laran [2010] szerint az önkontroll tulajdonképpen egy törekvés a nemkívánt tevékenységek megtételének elkerülésére. Meglátásom alapján azonban önkontroll érvényesülhet akkor is, ha ellenkező irányból közelítjük: az egyén a számára kívánatos tevékenységek megvalósítása érdekében tesz erőfeszítést. A jövőbeni önkontroll azonban nem feltétlenül a vártak vagy a tervezettnek megfelelően alakul, így önkontroll problémák merülhetnek fel – ezt az alábbiakban a kivetítési torzításhoz kapcsolódóan tekintem át.

Strotz [1955-56] és Pollak [1968] két szélsőséges esetét különbözteti meg az öntudatosságnak: a teljesen „naív” egyént, aki azt gondolja, hogy a jövőbeni preferenciái azonosak lesznek a jelenlegi preferenciáival, valamint a teljesen „szofisztikált” egyént, aki tökéletes pontossággal tudja előre jelezni, miként fognak preferenciái az idő előrehaladtával

¹¹ Scitovsky [1989] kiemeli, hogy tökéletes előrejelzés esetén a preferenciák koherenciája biztosítva lenne, ezáltal azonban maga az újdonságtartalom veszne el. Bizonytalanság érvényesül tehát valójában, amely Scitovsky szerint három okra vezethető vissza: 1. a fogyasztás endogén módon változik, 2. minden egyes újdonság esetében egyedi tapasztalatra van szükség, valamint 3. a bizonyos fokú bizonytalanság kellemes az egyén számára, és ezért keresi is.

változni. Legtöbb esetben azonban az egyének valahol a kettő között helyezkednek el. Ezt nevezi O'Donoghue és Rabin [2001] *részleges naivitásnak*, amikor is az egyén tudatában van annak, hogy a jövőben önkontroll problémái lesznek, de alábecsli ezek mértékét. Hoch és Loewenstein [1991] az ön-kontroll problémát úgy tekinti, mint a vágy, vagyis az ösztönző hedonikus erő, és az akaraterő – mint a vágy legyőzésére alkalmazott stratégia – közti pszichológiai konfliktust. Amellett érvelnek, hogy az önkontroll fenntartásának képessége e két ellentétes erőnek, a váagnak és az akaraterőnek a relatív erősségétől függ. Továbbá pedig, akiknek negatív tapasztalataik vannak saját önkontrolljukkal kapcsolatban, azok hajlamosak olyan stratégiák kidolgozására, amely konzisztenssé teszi magatartásukat. O'Donoghue és Rabin [1999] szerint azonban az egyének gyakran nincsenek teljesen tudatában ön-kontroll problémáiknak.

A kivetítési torzításhoz kapcsolódóan az *önkontroll probléma* több forrásból eredhet. Az egyiket az *ösztönös tényezők* érvényesülése jelenti. Loewenstein [1996] arra hívja fel a figyelmet, hogy az ösztönös tényezők (pl. hangulat, érzelmek, fizikai fájdalom, éhség és szomjúság érzet, szexuális vágy) az egyének viselkedését gyakran önérdükkel ellentétes módon irányítják – ennek az emberek gyakran teljesen tudatában vannak; hatást gyakorolnak a különböző javak és tevékenységek relatív attraktivitására. Lényeges továbbá, hogy az emberek hajlamosak alábecsülni vagy akár figyelmen kívül hagyni az ösztönös tényezők jelenlegi és jövőbeni magatartásra gyakorolt hatását – még akkor is, ha tapasztalatokkal rendelkeznek. Loewenstein [2000] azonban hangsúlyozza, hogy amennyiben az egyének tudatában vannak az ösztönös tényezőiknek, akkor befolyásolhatják azokat.

Amennyiben az egyén nem reálisan ítéli meg *jövőbeni önkontrollját* a fogyasztáshoz illeszkedően, akkor az nagy valószínűséggel az optimálistól eltérő döntéshez vezet. Grubb [2015] rámutat arra, hogy a fogyasztók önkontrolljukkal kapcsolatos túlzott önbizalma olyan választásokat eredményezhet, amelyek alapján a realizált hasznossági szint elmarad a várttól. Előfordulhat egyrészt túlzott optimizmus, amikor az egyén saját képességeit és kilátásait rendkívül jónak értékeli, vagy abszolút értelemben vagy másokhoz viszonyítva. Másrészt túlzott precizitás is lehetséges, ekkor az egyén előrejelzései során túl szűk konfidencia-intervallumot alkalmaz, alábecsüli a bizonytalanság mértékét. Így a túlzott önbizalommal rendelkező egyének hajlamosak a javak jövőbeni fogyasztását helytelenül előrejelezni, valamint azok előnyeinek és költségeinek téves becslése alapján dönteni, következtetni. Ezt igazolják DellaVigna és Malmendier [2006] eredményei is: léteznek olyan egyének, akik bérletet vásárolnak konditerembe, de aztán nem használják ki azt – így ők túlköltekeznek, annak ellenére, hogy előzetesen, a bérlet vásárlásával kapcsolatos döntéshozatalkor a bérlet előnyét nagyobbra becsülték az alkalmankénti díjfizetéssel szemben. Az önkontroll problémát egy másik aspektusból vizsgálva DellaVigna és Malmendier [2004] arra a következtetésre jutnak, hogy azok az egyének, akik túlzottan optimisták önkontrolljuk mértékével kapcsolatban, túlbecsülik a befektetési, de alábecsülik a kényelmi javak fogyasztási szintjét¹².

Az emberek jobban képesek önkontrollt gyakorolni a jövőre vonatkozó döntéseik kapcsán, mint azok esetében, amelyek a jelent illetik. Ezt empirikus felméréssel is igazolják: ha a közeljövőben, tehát például a mai napon vacsoraidőben, szeretnének étkezni, nagy valószínűséggel választanak ízes, zsíros ételt, míg ha egy későbbi időpontra, illetve hosszú távra terveznek, sokkal inkább az egészséges ételeket részesítik előnyben [Laran, 2010].

A kivetítési torzítás szempontjából releváns, hogy önkontroll problémát idézhet elő egy lehetséges jövőbeni fogyasztás csábítása; a döntéseink melletti elkötelezettség viszont önkontrollt követel meg [Noor, 2007]. Ez összhangban áll Loewenstein és szerzőtársai [2003] által leírt gondolattal, amely szerint, ha az egyének előrejelzései nem pontosak, illetve

¹² DellaVigna és Malmendier [2004] befektetési javaknak azokat tekinti, amelyek esetében a fogyasztás időpontjában költség merül fel, az előny azonban csak a jövőben keletkezik. A kényelmi javak azonnal hasznót eredményeznek a fogyasztásukkor, a költségek viszont később jelentkeznek.

hibásak, akkor feladhatják korábbi vagy döntéshozatalkor megfogalmazott terveiket, amelynek következményeként többet fogyaszthatnak és kevesebbet takaríthatnak meg, mint ahogy azt előzetesen tervezték. Noor [2007] is utal arra, hogy az alacsony megtakarítási ráta egyik magyarázatának az önkontroll problémát tartják.

Az önkontroll alkalmazása vagy legalábbis erős szinten való fenntartása nem lehet folyamatos – mert az frusztrációt válthat ki az egyénben. Laran [2010] ki is emeli, hogy az önkontrollt igénylő vagy meghatározó időszakokat gyakran követik „engedékenyebb”, élvezeti tevékenységeket magukban foglaló periódusok. Példának adható, hogy böjt vagy tisztító kúra után az emberek visszatérnek megszokott étkezéseikhez. Laran [2010] továbbá hangsúlyozza: valójában ez a viselkedési inkonzisztencia az önkontroll jelentőségének az eredménye.

A kivetítési torzítás magyarázatára a fentiektől jelentősen különböző, alternatív nézet is megjelent. Ez nem közvetlenül az önkontroll problémához illeszkedik, azonban az egyén önmagához való viszonyához kapcsolódik. Krügel és Uhl [2017] a kivetítési torzítást Loewenstein és szerzőtársai [2003] meglátásától eltérően interpretálja. A szerzőpáros úgy véli, hogy az emberi magatartás a „többszörös én” (multiple selves) megközelítéssel jellemezhető. Az egyén preferenciái és ízlése nem mindig azonos a különböző helyzetekben, ami nézetük szerint azt fejezi ki, hogy az egyének időnként eltérő az önmagához való viszonya, és így konfliktusba kerül önmagával. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy itt nem a jövőbeni ízlés és preferenciák hibás előrejelzéséről van szó, hanem arról, hogy az egyén nem ért egyet azokkal. A szerzőpáros „empátia rés”-nek nevezi azt a helyzetet, amikor a jövőbeni ízléssel kapcsolatos öröm megélése nem valósul meg teljes mértékben az egyén részéről, és „szimpátia rés”-nek azt, amikor az egyén megpróbál küzdeni a jövőbeni ízlése, preferenciái ellen.

ÖSSZEGZÉS

A kivetítési torzítás a viselkedési közgazdaságtan által vizsgált döntési hibák egyike, amelynek következtében az egyén hasznosság-maximalizálása azért nem valósul meg, mert jövőbeni fogyasztásáról való jelenbeli döntése során pontatlanok, illetve hibásak jövőbeni preferenciáival, ízlésével kapcsolatos előrejelzései. A téves predikció mögött az áll, hogy az emberek hajlamosak azt vélni, hogy jövőbeni preferenciáik és ízlésük nagyon hasonló lesz a jelenlegihez, azok azonban idővel változnak vagy szisztematikusan ingadoznak. A kivetítési torzítás gyakori jelenség; ismétlődő döntési helyzetben és tartós javak esetén is megjelenhet. Érvényesülése és kontrollálása nem csak a fogyasztók szempontjából releváns, hanem a vállalatok részéről is, mivel árstratégiájukkal és vásárlást követő kiegészítő szolgáltatásaikkal többletbevételt realizálhatnak. Makrogazdasági vonatkozásai is számottevőek, mert például alacsony megtakarítási rátát eredményezhet.

A kivetítési torzítás formalizált modellje rámutat arra, hogy az előrejelzett és a realizált hasznosság között eltérés van. Ezt egy saját szerkesztésű ábra alapján is szemléltetem, amelyben a különbséget a kivetítési torzításból eredő elvesztett hasznosságnak tekintem a $t + 1$ időpontban. Ez alapján a referenciapontot az előrejelzett hasznosság jelenti; azonban a jelenség intertemporális jellegét tekintve a döntés időpontjában realizált hasznosság is képezhet referenciapontot.

A kivetítési torzítás hátterének feltárása céljából azt tanulmányoztam dinamikus szemlélettel, hogy mely tényezők és miként befolyásolják a jövőbeni fogyasztásról történő döntés során a jövőbeni preferenciák és ízlés becslését, valamint hogy mi okozhatja a döntés és a fogyasztás közötti időszakban a preferenciák és az ízlés megváltozását. A becslési hibák abból erednek, hogy az emberek sokszor megérzés, szokások és lehorgonyzás alapján

döntenek, explicit előrejelzések nélkül, valamint az intuíció gyakran meghatározó szerepet kap. A jövőbeni fogyasztásról való döntés során releváns befolyásoló tényezők lehetnek többek közt: a pillanatnyi érzések, érzelmek és motivációk, az alkalmazkodási képességek alábecslése, a múltbeli tapasztalatok nem megfelelő értékelése, a diverzifikációs hiba, valamint a jövőbeni önkontroll megítélése. A kivetítési torzítás megnyilvánulásához hozzájárul, hogy a döntés és a fogyasztás közötti időszakban az egyén preferenciái és ízlése változik; ezt például a hangulatváltozás, a személyiségfejlődés, a szokások (ki)alakulása, az önkontroll problémák, valamint a társadalmi és piaci hatások is előidézhetik. A kivetítési torzítást alkotó és befolyásoló tényezőket rendszerezve, az azok közti összefüggéseket figyelembe véve kidolgoztam egy dinamikus szemléletű ábrát. Ez áttekinthetővé teszi a jelenséget, amely előmozdíthatja annak további kutatását.

IRODALOM

- Baucells, M.–Sarin, R. K. (2007): *Happiness and Time Allocation*. IESE Business School, University of Navarra, Working Paper No. 710. <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0710-E.pdf> Lekérdezve: 2017. 10. 21.
- Baucells, M.–Sarin, R. K. (2010): „Predicting utility under satiation and habit formation.” *Management Science* 56(2): 286–301.
- Brickman, P.–Campbell, D. T. (1971): „Hedonic relativism and planning the good science.” In: Appley, M. H. (ed.): *Adaptation-level Theory*. Academic Press, New York: 287–302.
- Busse, M. R.–Poppe, D. G.–Pope, J. C.–Silva-Risso, J. (2012): *Projection Bias in the Car and Housing Markets*. NBER Working Paper Series No. 18212 <http://www.nber.org/papers/w18212> Lekérdezve: 2017. 10. 20.
- Conlin, M.–O’Donoghue, T.–Vogelsang, T. J. (2007): „Projection bias in catalog orders.” *American Economic Review* 97(4): 1217–1249.
- Cremer, H.–De Donder, P.–Maldonado, D.–Pestieau, P. (2010): „Commodity taxation under habit formation and myopia.” *The BE Journal of Economic Analysis & Policy* 10(1): Article 89.
- DellaVigna, S.–Malmendier, U. (2004): „Contract design and self-control: Theory and evidence.” *Quarterly Journal of Economics* 119(2): 353–402.
- DellaVigna, S.–Malmendier, U. (2006): Paying not to go to the gym. *American Economic Review* 96(3): 694–719.
- Duesenberry, J. (1949): *Income, Saving, and the Theory of Consumer Behavior*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Frederick, S.–Loewenstein, G.–O’Donoghue, T. (2002): „Time discounting and time preference: A critical review.” *Journal of Economic Literature* 40(2): 351–401.
- Frey, B. S.–Stutzer, A. (2014): „Economic consequences of miscalculating utility.” *Journal of Happiness Studies* 15(4): 937–956.
- Grubb, M. D. (2015): „Overconfident consumers in the marketplace.” *Journal of Economic Perspectives* 29(4): 9–36.
- Hoch, S. J.–Loewenstein, G. F. (1991): „Time-inconsistent preferences and consumer self-control.” *Journal of Consumer Research* 17(4): 492–507.
- Kahneman, D.–Tversky, A. (1973): „On the psychology of prediction.” *Psychological Review* 80(4): 237–251.
- Kahneman, D.–Krueger, A. B.–Schkade, D.–Schwarz, N.–Stone, A. A. (2006): „Would you be happier if you were richer? A focusing illusion.” *Science* 312(5782): 1908–1910.
- Kahneman, D.–Thaler, R. H. (2006): „Anomalies: Utility maximization and experienced utility.” *Journal of Economic Perspectives* 20(1): 221–234.

- Krügel, S.–Uhl, M. (2017): *Pleasing or Fighting Future Tastes? Projection Bias versus Conflict of Selves*. Beiträge zur Jahrestagung des Vereins für Socialpolitik 2017: Alternative Geld- und Finanzarchitekturen–Session: Experiments–Decision Theory I, No. C18-V1. <http://hdl.handle.net/10419/168170> Lékérdezve: 2017. 10. 21.
- Laran, J. (2010): „Choosing your future: Temporal distance and the balance between self-control and indulgence.” *Journal of Consumer Research* 36(6): 1002–1015.
- Loewenstein, G. (1996): „Out of control: Visceral influences on behavior.” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 65(3): 272–292.
- Loewenstein, G. (2000): „Emotions in economic theory and economic behavior.” *American Economic Review* 90(2): 426–432.
- Loewenstein, G.–O’Donoghue, T.–Rabin, M. (2003): „Projection bias in predicting future utility.” *Quarterly Journal of Economics* 118(4): 1209–1248.
- Loewenstein, G.–Schkade, D. (1999): „Wouldn’t it be nice? Predicting future feelings.” In: Kahneman, D.–Diener, E.–Schwarz, N. (eds.): *Well-being: The Foundations of Hedonic Psychology*. Russell Sage Foundation Press, New York: 85–108.
- March, J. (1978): „Bounded rationality, ambiguity and the engineering of choice.” *Bell Journal of Economics* 9(2): 587–608.
- Noor, J. (2007): „Commitment and self-control.” *Journal of Economic Theory* 135(1): 1–34.
- Odermatt, R.–Stutzer, A. (2017): *(Mis-)Predicted Subjective Well-being Following Life Events*. Center for Research in Economics, Management and the Arts, Zürich. www.crema-research.ch Lékérdezve: 2017. 10. 21.
- O’Donoghue, T.–Rabin, M. (1999): „Do it now or later.” *American Economic Review* 89(1): 103–124.
- O’Donoghue, T.–Rabin, M. (2001): „Choice and procrastination.” *Quarterly Journal of Economics* 116(1): 121–160.
- Pollak, R. A. (1968): „Consistent planning.” *Review of Economic Studies* 35(2): 201–208.
- Pollak, R. A. (1970): „Habit formation and dynamic demand functions.” *Journal of Political Economy* 78(4): 745–763.
- Rabin, M. (2002): „Inference by believers in the law of small numbers.” *Quarterly Journal of Economics* 117(3): 775–816.
- Rabin, M. (2008): *Pszichológia és közgazdaságtan: [Önkontroll, referenciapont, hála és bosszú]*. Alinea Kiadó, Budapest.
- Rabin, M. (2013): „Incorporating limited rationality into economics.” *Journal of Economic Literature* 51(2): 528–543.
- Ravn, M. O.–Schmitt-Grohe, S.–Uribe, M. (2010): „Incomplete cost pass-through under deep habits.” *Review of Economic Dynamics* 13(2): 317–332.
- Read, D.–Antonides, G.–van den Ouden, L.–Trienekens, H. (2001): „Which is better: Simultaneous or sequential choice?” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 84(1): 54–70.
- Read, D.–Loewenstein, G. (1995): „Diversification bias: Explaining the discrepancy in variety seeking between combined and separated choices.” *Journal of Experimental Psychology: Applied* 1(1): 34–49.
- Read, D.–Loewenstein, G.–Rabin, M. (1999): „Choice bracketing.” *Journal of Risk and Uncertainty* 19(1-3): 171–197.
- Read, D.–Van Leeuwen, B. (1998): „Predicting hunger: The effects of appetite and delay on choice.” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 76(2): 189–205.
- Scitovsky, T. (1976): *The Joyless Economy: The Psychology of Human Satisfaction*. Oxford University Press, Oxford.
- Scitovsky, T. (1989): *Human Desire and Economic Satisfaction: Essays on the Frontiers of Economics*. New York University Press, New York.

Strotz, R. H. (1955–56): „Myopia and inconsistency in dynamic utility maximization.” *Review of Economic Studies* 23(3): 165–180.

Tversky, A.–Kahneman, D. (1971): „Belief in the law of small numbers.” *Psychological Bulletin* 76(2): 105–110.

van den Bijgaart, I. M. (2017): *Too Slow a Change? Deep Habits, Consumption Shifts and Transitory Tax*. University of Gothenburg, School of Business, Economics and Law: Working Paper in Economics No. 701. <http://hdl.handle.net/2077/52586> Lekérdezve: 2017. 10. 21.

Wathieu, L. (1997): „Habits and the anomalies in intertemporal choice.” *Management Science* 43(11): 1552–1563.