

Válasz Tasnádi Attila opponensi véleményére

Köszönettel tartozom Attilának is a figyelmes olvasásért és rengeteg mély megjegyzésért. Előre kell bocsátanom, hogy a kérdések egy jelentős részére sajnos csak részleges választ tudok adni, mert a dolgozatomon messze túlmutató, komoly kutatási témákat vetnek fel.

1. fejezet

1. Attila felveti, hogy az azonnali igénykielégítésre való törekvés evolúciós szempontból optimális lehet. Teljesen egyetértek, és vannak is törekvések az ilyesmi preferenciák evolúciós keretben történő levezetésére (például Samuelson és Swinkels, „Information, evolution and utility”). Mások azonban azt találják, hogy az időinkonzisztencia evolúciós nézőpontból nem optimális (Iantchev és Szentes, „An Evolutionary Approach Towards Time Preferences”). Ez a kérdés érdekes, de véleményem szerint nem fontos a hitelpiacok megértésében, mert – attól függetlenül, hogy ez a múltban hasznos volt-e – tény, hogy az emberek időinkonzisztensek, és a következmények (legalábbis az eddig levezetettek) sem függnek attól, hogy miért ilyenek az emberek. A második kérdést előrevetítve, egy evolúciós megközelítés hasznos lehet például béta endogenizálásában, de nem ismerek ilyen próbálkozást.
2. Többen felismerték már, hogy a béta-delta modell eléggé redukáló (reduced-form) jellegű, és jó lenne a háttérben lévő pszichológiát jobban modellezni. Erre kevés próbálkozás van, de egyik a Szeidl Ádámmal közös, 2013-ban megjelent „A Model of Focusing in Economic Choice” munkánk.
3. A beta-delta modell szimmetrikusan kezeli az azonnali igénykielégítésre való törekvést és az azonnali tehervállalás kerülését. Nem tudok empirikus tanulmányról, ami mérte volna, hogy van-e aszimmetria. Egy pár cikk összefésüli a hiperbolikus diszkontálást a veszteségkerüléssel (például Hsiaw, „Goal-Setting and Self-Control”), és itt a pillanatnyi hasznosság attól függően kap kisebb vagy nagyobb súlyt, hogy a referenciapont alatt vagy felett van-e.

2. fejezet

1. Sajnos pontosat nem tudunk arról, hogyan történt a FED 2008-as, előtörlesztési díjat korlátozó döntésének előkészítése. Annyi bizonyos, hogy már a válság előtt is volt egy kis számú kutató, akik hangsúlyozták, hogy ezek a szerződések kihasználják a fogyasztók gyengéit, és jóléti szempontból erősen károsak. Ezek között voltunk mi is, de sokkal fontosabb egy pár közgazdaságtanban jártas jogász, például Engel és McCoy munkája.

Hangsúlyozom, hogy ezek mikroökonómiai elemzések voltak, és az aggodalomnak tudtommal nem volt komoly része, hogy ebből makroválság is lehet. De valószínűnek tartom, hogy a FED ezekre az aggodalmakra reagált.

2. Ez sajnos egy gépelési hiba, ami bizony az eredeti cikkben is benne maradt, és eddig senki sem szólt nekünk róla. Nagyon köszönjük az észrevételt.
3. A feltevés endogén olyan értelemben, hogy a fogyasztó egyensúlyi hasznosságáról szól, ami az egyensúlyi hitelszerződés függvénye. Tehát a feltételt nem a modell alapparamétereinek a függvényében írtuk le.
4. Valóban fontos feltevése a modellünknek, hogy a fogyasztó mindig visszafizeti a kölcsönét. Ez természetesen nem reális, és hasznos lenne kutatást végezni a nemfizetés lehetőségéről is. Szerintünk ez technikailag lehetséges, de mi nem mentünk el ebbe az irányba. Intuíciónk azt sugallja, hogy a túlzottan szigorú büntetések növelhetik a nemfizetés valószínűségét, így ez a lehetőség korlátozná a bankokat a naivitás kihasználásában. Ám nem látunk okot arra, hogy teljesen megszűnne vagy jelentéktelenné válna az általunk vizsgált jelenség.
5. Szerintünk az oligopolisztikus verseny ugyanazokhoz az alapvető eredményekhez vezetne. A cikk fő eredményei egy cég szerződéselméleti megfontolásaiából származnak, és ebben a problémában a verseny csak annyiban játszik szerepet, hogy meghatározza a fogyasztó legjobb külső opcióját a részvételi korlátban.
6. Jogos a kérdés, hogy amit mi megjegyzésként vezetünk fel, annak bizonyításához miért használjuk az egész fejezet módszereit. A tény klasszikusabb eszközökkel is bizonyítható lenne, de a cikkünk keretében egyszerűbb volt úgy bizonyítani, hogy a modellünk speciális eseteként tekintünk rá.

3. fejezet

1. A fókusz-áras egyensúly létezéséről szóló 3.3-as szakasz állításai mind relevánsak determinisztikus költségek esetén is. A többi eredmény inkább sztochasztikus költségek esetén érdekes.
2. Bevallom, nem sokat gondolkoztunk azon, hogy nem belső egyensúlyok létezhetnek-e, és mik a tulajdonságaik. Ezeket már klasszikus preferenciáknál is nehéz kezelni, és nálunk is kezelhetetlennek tündek.
3. Attila kérdése, hogy a viselkedési közgazdaságtan nyújt-e fogódzót a Nash egyensúlyok közötti választásban, mind a konkrét esetünkben, mind általában, egy érdekes kérdéskör és egy ígéretes kutatási téma. Nem tudok ilyen általános és komoly próbálkozásról. A mi modellünkben a cégek azt szeretnék, hogy minél magasabb fókusz-ár jöjjön létre. Ezt akkor tudják elérni, ha tudják befolyásolni a fogyasztók várakozásait. Részben erről szólhat a reklámok egy része, de a pontos mechanikáról nincs elképzelésünk.
4. A cikkünk fő kérdése, hogy milyen körülmények között létezik fókusz-áras egyensúly, és milyen körülmények között ilyen minden egyensúly. Az aszimmetrikus sztochasztikus árakkal járó egyensúlyok tulajdonságainak

elemzése technikailag kezelhetetlennek tűnik. A 3.3. állításból viszont következik, hogy ha a költségek szimmetrikusak és az egyensúlyban minden cég determinisztikus árat választ, akkor az ár szimmetrikus.

4. fejezet

1. Tökéletesen egyetértek abban, hogy a 4.2 szakaszban összefoglalt tények inkább monopolisztikus versenyre illenek. Bár modellünket nem oldottuk meg a monopolisztikus verseny esetre, intuíciónk azt sugallja, hogy az általunk felfedett mechanizmus ebben az esetben is releváns. Versenytárs jelenlétében egy cég számára fennáll az a veszély, hogy egy magas áron is vásárlásba manipulált fogyasztó a versenytárshoz megy inkább. Ha azonban a cég piaci ereje elég nagy, akkor ez a megfontolás nem akadályozza meg teljesen a fogyasztó manipulálásában.
2. Nem tudjuk, hogy a legmagasabb leárazási ár lehet-e magasabb v -nél.
3. Pszichológiailag pontos megfigyelés, hogy sokszor a fogyasztó sem tudja a termék értékét önmaga számára, és (a) csak a termék vásárlása után tudja meg, (b) a vásárlás előtt folyamatosan pontosítja elképzelését, vagy akár (c) a vásárlás pillanatában konstruál egy valamelyest véletlenszerű értéket (erről szól például Ariely, Loewenstein és Prelec „coherent arbitrariness” megfigyelése). Az (a) lehetőség valószínűleg nem befolyásolja az eredményeink lényegét, hiszen a termék értékéről való tanulás nem interaktál az árazással. A (b) lehetőség érdekes kérdéseket vet fel a tanulás időzítésével kapcsolatban, valamint azzal kapcsolatban is, hogy mennyi információt szeretne a cég elárulni a termékről. Ezzel Karle több cikkben is foglalkozott. A (c) lehetőségre nincsenek meggyőző modelljeink, így nem tudjuk, hogyan befolyásolná ez a megfontolás az eredményeinket.