

MŰHELYTANULMÁNYOK

DISCUSSION PAPERS

MT-DP – 2014/11

Élmények és tárgyak fogyasztásának kapcsolata a szubjektív jólléttel

HAJDU TAMÁS – HAJDU GÁBOR

Műhelytanulmányok
MT-DP – 2014/11

MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont
Közgazdaság-tudományi Intézet

Élmények és tárgyak fogyasztásának kapcsolata a szubjektív jólléttel

Szerzők:

Hajdu Tamás
tudományos segédmunkatárs
Közgazdaság-tudományi Intézet
MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont
E-mail: hajdu.tamas @krtk.mta.hu

Hajdu Gábor
tudományos segédmunkatárs
Szociológiai Intézet
MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont
és
MTA-ELTE Peripato Összehasonlító Társadalmi Dinamika Kutatócsoport
E-mail: hajdu.gabor@tk.mta.hu

2014. május

ISBN 978-615-5447-25-9

ISSN 1785-377X

Kiadó:
Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont
Közgazdaság-tudományi Intézet

Élmények és tárgyak fogyasztásának kapcsolata a szubjektív jólléttel

Hajdu Tamás – Hajdu Gábor

Összefoglaló

Tanulmányukban azt a kérdést vizsgáljuk, hogy élmények vagy tárgyak vásárlása jár-e együtt magasabb szubjektív jólléttel. Ennek a kérdéskörnek a vizsgálata eddig elsősorban a pszichológusok szakterülete volt, akik kísérletek segítségével elemezték a pénz elköltési módjának hatását. A kísérleti módszertan problémáinak elkerülése érdekében az élmények és materiális dolgok vásárlásának elégedettségre gyakorolt hatását két magyarországi reprezentatív survey adatbázison elemezzük. Az első elemzésben a TÁRKI Háztartás Monitor 2005-ös és 2007-es adatfelvételét használjuk, a másodikban pedig a KSH Háztartási Költségvetési Felvételének 2000-2002-es rotációspaneljét. A korábbi tanulmányokhoz képest újdonságot jelent, hogy a kiadások és az elégedettség nemlineáris kapcsolatát is vizsgáljuk, és a marginális jólléti hatásokat is számszerűsítjük. Eredményeink szerint azok, akik kiadásaikat inkább élményekre fordítják tárgyak helyett, magasabb elégedettségről számolnak be. Mind a kiadási arányok szintje, mind pedig kiadási arányok változása esetében hasonló összefüggés áll fent. A nemlineáris becsléseink szerint a materiális dolgok esetében megfigyelhető egyfajta telítődési folyamat is: a marginális jólléti hatások csökkenőek. Az élmények esetében nem mutatható ki ilyen jelenség. Emiatt, ceteris paribus, az élményekre és tárgyakra fordított kiadások átstrukturálása olyan mértékű elégedettség-növekedéssel járhat együtt, ami megegyezik a jövedelem és kiadások közel 10 százalékos növekedésével. Bár tanulmányunkban az élményekre/tárgyakra költött forintok és a szubjektív jóllét közötti kauzalitást nem tudjuk vizsgálni, javaslatot teszünk a HKF adatfelvételének egy olyan apró módosítására, aminek a segítségével az oksági kapcsolat is elemezhetővé válhatna.

Tárgyszavak: szubjektív jóllét, elégedettség, kiadás, fogyasztás

Journal of Economic Literature (JEL) kód: I31, D12

Köszönetnyilvánítás:

Hálásak vagyunk Molnár Györgynek tanulmányunk első változatához fűzött értékes megjegyzéseiért, valamint köszönjük, hogy rendelkezésünkre bocsátotta a KSH HKF 2000-2002-es rotációspaneljét.

The association of experiential and material expenditures with subjective well-being

Tamás Hajdu – Gábor Hajdu

Abstract

In this paper we analyze whether people who spend money on experiences rather than material things are more satisfied. Previous psychological studies have several drawbacks, and therefore their results might be biased and unreliable. Trying to avoid these drawbacks in this research we use large-scale representative survey databases from Hungary. In the first study we analyze two pooled cross-sectional surveys (TÁRKI Household Monitor 2005 and 2007), in the second study we analyze a subsample of the Hungarian Household Budget Survey (HBS). We estimate the association of expenditures with life satisfaction using linear and non-linear models as well. We demonstrate that experiences associate stronger with life satisfaction than material things, thus our evidences based on survey data corroborate the previous results from the psychological experiments. In addition, we show that marginal effect of material expenditures is diminishing, whereas marginal effect of experiential expenditures is constant. It means that, *ceteris paribus*, a reallocation of the expenditures might increase individuals' well-being. The magnitude of this gain is similar to a 10 percent increase in income and expenditures. Although this analysis is not able to establish causality between expenditures and satisfaction, at the end of the paper we suggest a minor modification of the HBS which can make possible to analyze the causal relationship between expenditures and well-being.

Keywords: subjective well-being, satisfaction, expenditures, consumption

Journal of Economic Literature (JEL): I31, D12

1. BEVEZETÉS

A jövedelem és a szubjektív jóllét kapcsolatával foglalkozó szakirodalom hosszú ideig azt a kérdést vizsgálta, hogy a magasabb jövedelem, a jobb anyagi helyzet nagyobb elégedettséghez vezet-e. Számos tanulmány elemezte ezt a kérdést országos és egyéni szinten is (Easterlin 1974, 1995, 2013; Frijters, Haisken-DeNew, & Shields 2004; Hajdu & Hajdu 2013; Kahneman, Krueger, Schkade, Schwarz, & Stone 2006; Lelkes 2003; Stevenson & Wolfers 2008, 2013). Bár a következtetések nem egységesek, úgy tűnik, hogy az anyagi jólét és az elégedettség/boldogság között mérsékelt, pozitív irányú a kapcsolat.

A témában született legújabb publikációk egy másik nézőpontból tekintenek a kérdésre, és azt vizsgálják, hogy a jövedelem elköltésének módja miként befolyásolja a szubjektív jóllétet. E tanulmányok szerint a pénz boldogít, ha megfelelően költjük el (E. Dunn & Norton 2013; E. W. Dunn, Gilbert, & Wilson 2011), például „élményeket” vásárolunk „tárgyak” helyett (Van Boven & Gilovich 2003; Van Boven 2005). Elsőként Van Boven és Gilovich (2003) elemezte az élmények és tárgyak vásárlásának jólléti hatását. Az azóta általánosan alkalmazott definíciójuk szerint élmények vásárlásakor a pénzköltés fő célja olyan esemény vagy események sorozatának megszerzése, amit az ember átél. Ezzel szemben a materiális dolgok vásárlásának elsődleges mozgatórugója kézzelfogható tárgyak birtokbavétele.¹ Tanulmányukban arra az eredményre jutottak, hogy az élmények boldogságnövelő hatása jelentősebb, mint a tárgyaké.

A kérdéskör vizsgálata eddig elsősorban a pszichológusok szakterülete volt, akik kísérletek segítségével elemezték a pénz elköltési módjának hatását. A szokásos kísérleti eljárás során a jellemzően kis létszámú, egyetemista résztvevőket véletlenszerűen két csoportba osztják. Az egyik csoportnak a legutóbbi kiadásai közül egy olyat kell felidéznie, amely során élményt vásárolt, a másik csoportnak pedig egy olyan vásárlást, amikor materiális dologra költötte a pénzét. Ezt követően arra a kérdésre kell válaszolniuk, hogy az adott vásárlás mennyire tette boldoggá őket. Ennek a módszertannak több gyengesége is van. 1) Kis létszámú, homogén mintát használ az elemzéshez. 2) Az összes publikált kísérlet az USA-ban készült. 3) A materialista személyeket a társadalom negatívan ítéli meg (Van Boven et al. 2010), így a kiadásokat és a boldogságot közvetlenül összekapcsoló (direkt) kérdés miatt előfordulhat, hogy materiális dolgokat vásárlók alulbecslik a vásárlásból származó boldogságot. 4) A jólléti hatásokra vonatkozó közvetlen kérdés szokatlan, ezért nehezen megválaszolható lehet, ami bizonytalanná teszi az eredményeket.

Tanulmányukban azt a kérdést vizsgáljuk, hogy az élmények vagy a tárgyak vásárlása jár-e együtt magasabb szubjektív jólléttel. A korábbi kísérleti módszertan problémáinak

¹ A továbbiakban a „tárgyak” és a „materiális dolgok” kifejezéseket azonosként használjuk.

elkerülése érdekében az élmények és materiális dolgok vásárlásának elégedettségre gyakorolt hatását két magyarországi reprezentatív survey adatbázison olyan kiadási és szubjektív jóllétre vonatkozó kérdésekkel elemezzük, amelyek egymással nincsenek közvetlenül összekötve. Az első elemzésben a TÁRKI Háztartás Monitor 2005. évi és 2007. évi, összesen 6000 fős adatfelvételét használjuk. A második elemzésben pedig a KSH Háztartási Költségvetési Felvétel (HKF) 2000-2002-es rotációspaneljén vizsgáljuk a kiadások és a szubjektív jóllét kapcsolatát. Utóbbi adatállomány segítségével nem csak a kiadási szintek és az elégedettség, hanem a kiadási arányok változása és az elégedettség közti összefüggést is elemezzük.

A korábbi tanulmányokhoz képest további újdonságot jelent, hogy a kiadások nemlineáris hatásait is vizsgáljuk, a marginális jólléti hatásokat is számszerűsítjük. Eredményeink megerősítik a kísérletekre épülő szakirodalom következtetéseit: az élményekre költött forintok magasabb elégedettséggel járnak együtt, mint a materiális dolgokra fordított forintok. Ezen felül a nemlineáris kapcsolat vizsgálta során úgy találtuk, hogy a materiális dolgok esetében a marginális jólléti hatások csökkenőek, míg az élmények esetében a hatás inkább lineáris, azaz a tárgyak vásárlásakor figyelhető meg elsősorban a telítődés jelensége.

Tanulmányunk a következők szerint épül fel. A 2. részben ismertetjük a vonatkozó szakirodalmat, a 3. részben a kérdéskör vizsgálatának szokásos és általunk használt módszertanát hasonlítjuk össze röviden. A 4. részben TÁRKI Háztartás Monitor adatbázisain végzett elemzést, az 5. részben pedig KSH Háztartási Költségvetési Felvétel adatain végzett elemzést mutatjuk be. A 6. részben foglalkozunk az elemzéseink korlátaival, míg a 7. részben a HKF adatfelvételének olyan kiegészítésére teszünk javaslatot, aminek segítségével a kiadási szerkezet és a szubjektív jóllét között fennálló oksági hatások vizsgálatára nyílna lehetőség. A 8. részben összegezzük tanulmányunk legfontosabb eredményeit.

2. AZ ÉLMÉNYEK ÉS A TÁRGYAK JÓLLÉTI HATÁSA

Van Boven és Gilovich (2003) kutatása vizsgálata elsőként a pénz elköltésének szubjektív jóllétre gyakorolt hatását. Kísérleteikben élményekre és tárgyakra fordított kiadásokat különböztettek meg. Az előbbi kategóriába olyan vásárlások tartoznak, melyek elsődleges célja valamilyen átélhető élmény (esemény vagy eseménysorozat) megszerzése. Az utóbbi kategória ezzel szemben olyan kiadásokat takar, melyek fő célja valamilyen materiális jószág (olyan kézzelfogható tárgy, melyet valaki birtokol) megszerzése (Van Boven & Gilovich 2003, p. 1194). Számos kiadás a két kategória között helyezkedik el, a két kiadástípus „keveréke”, ugyanakkor vannak olyan vásárlások, amiket jellegzetesen élményként vagy tárgyként azonosítanak az emberek. Van Boven és munkatársai (2010) kutatása szerint a ruhákat, az elektronikai eszközöket, az ékszereket és a sportfelszereléseket említik a tipikus materiális

vásárlások között, míg az élmény vásárlásának legjellemzőbb példáinak az utazást, a sportolást és a szórakozást (események, koncertek, étterem) tekintik. Van Boven és Gilovich (2003) eredményei azt mutatják, hogy amikor arra kérik az embereket, hogy emlékezzenek vissza egy élményre fordított kiadásra, akkor általában utazásra vagy belépőre költött összeget említene, míg tárgyra fordított kiadás esetében leginkább ruhára, ékszerre vagy elektronikai eszközre költött pénzre gondolnak. Howell és Hill (2009) kísérletében szintén a belépődíjakat, az éttermi kiadásokat és az utazást idézték fel a leggyakrabban élményre fordított kiadásként, míg ruhákat és ékszereket, illetve elektronikai eszközöket a tárgyra fordított kiadásként.

Van Boven és Gilovich (2003) egyik kísérletükben a véletlenszerűen két csoportba sorolt résztvevőket arra kérték, hogy idézzenek fel a legutóbbi kiadásaik közül egy élményekre (vagy tárgyra) fordítottat, majd értékeljék az abból származó boldogságukat, valamint hogy a kiadás felidézése mennyire teszi boldoggá őket. Eredményeik szerint a materiális dolog vásárlását felidőzőkhöz képest az élmények vásárlását felidőzők magasabbra értékelték a vásárlásból fakadó boldogságot, és az esemény felidézése is boldogabbá tette őket. Ezt az eredményt számos újabb kísérlet is alátámasztotta (Caprariello & Reis 2010; Howell & Hill 2009; Millar & Thomas 2009; Rosenzweig & Gilovich 2012; Thomas & Millar 2013). További kutatások rámutattak arra, hogy az élmények és tárgyak hatását befolyásolja a materialista beállítottság (Millar & Thomas 2009; Nicolao, Irwin, & Goodman 2009) és a kiadások mögött meghúzódó motiváció is (Zhang, Howell, & Caprariello 2012).

Az élmények és a tárgyak eltérő jólléti hatását több tényező magyarázhatja. Az első, hogy a materiális dolgok gyakrabban tárgyai összehasonlításnak, mint az élmények (Carter & Gilovich 2010; Howell & Hill 2009). Egyfelől felcserélhetőbbek, azaz egyszerűbb egy hasonló jellemzőkkel bíró alternatívát találni, amivel összemérhetőek. Ez az összehasonlítási folyamat a vásárlást követően is számottevő erővel bír a tárgyak esetében. Például egy karórát lényegesen könnyebb összehasonlítani mások karóráival, a boltban hagyott vagy időközben kiadott új modellel, mint egy hegymászással töltött napot. Az élmények sokkal inkább egyediek és szubjektívek, köszönhetően annak, hogy a „fogyasztásuk” után az emlékezetünkben tárolódnak, ezért esetükben a versengő alternatívák száma is kisebb.² Más terminológiával élve: a tárgyak sokkal inkább tekinthetőek pozícionális javaknak, mint az élmények (Frank 2005).

Az élmények nagyobb boldogságnövelő hatásának második magyarázata, hogy az élmények erősebben kötődnek a személyiséghez, az identitáshoz, mint a tárgyak. Carter és Gilovich (2012) egy kísérletsorozatban bemutatta, hogy az egyének az élményeiket fizikailag közelebb rajzolják az énjükhöz, és az élettörténetük elmesélése során gyakrabban említik meg

² A több alternatíva, a választási lehetőségek nagy száma a választással való elégedetlenséggel járhat (Iyengar & Lepper 2000).

élményeiket, mint tárgyaikat. Továbbá úgy vélik, a tárgyakhoz képest az élmények többet árulnak el az emberek igazi személyiségéről, valamint az egyének kevésbé lennének hajlandóan megválni az élményekre vonatkozó emlékeiktől, mint tárgyaiktól. Mindez azt jelenti, hogy szinte szó szerint azok vagyunk, amiket átélünk (Carter & Gilovich 2012, p. 1304). Az élmények „én jellege” magyarázhatja azt is, hogy miért igyekszünk elkerülni az élmények kedvezőtlen összehasonlítását, és azt is, hogy a materiális dolgok vásárlásának emlékével ellentétben az élmények vásárlásának emléke miért válik az eltelt idő során egyre pozitívabbá (Carter & Gilovich 2010).

A fentiekén túl az élmények vásárlása alapvetően társas jellegű (Caprariello & Reis 2013; Howell & Hill 2009; Van Boven & Gilovich 2003): gyakran másokkal együtt éljük át őket, és nagyobb valószínűséggel is osztjuk meg őket másokkal. Nem csupán maga az élmény átélése növeli a jóllétet, hanem az utólagos elmesélése is olyan kellemes tevékenység, ami pusztán a visszaemlékezésen és az élmények felidőzésén keresztül is elégedettséget okoz. Ezenfelül a történetmesélés elősegíti és javítja a társas kapcsolatokat is (Howell & Hill 2009), amelyek fontos meghatározói a szubjektív jóllétnek (Demir & Weitekamp 2006; Dolan, Peasgood, & White 2008; Helliwell & Putnam 2004). Más kutatások arra mutattak rá, hogy az emberek szívesebben beszélgetnek az élményeikről, mint a tárgyak megvásárlásáról (Van Boven et al. 2010; Van Boven 2005). Az előbbieket sokkal inkább narratív jellegűek: általában egy kerek történetet ölelnek fel, ami érdekes, szórakoztató beszélgetés alapjául szolgálhat. Howell és Hill (2009) eredményei szerint az élmények vásárlása nem csak a saját boldogságot növeli nagyobb mértékben, mint a tárgyak vásárlása, de mások számára is magasabb boldogságot eredményez. Ennek az egyik oka az lehet, hogy az élmények vásárlása nagyobb valószínűséggel történik másokkal együtt, mások részvételével. Caprariello és Reis (2013) tanulmánya pedig arra a következtetésre jut, hogy az élmények és a tárgyak boldogságnövelő hatásának különbsége teljes mértékben magyarázható az élmények társas jellegével.

Végül az adaptáció sebessége is magyarázhatja a kétféle kiadás eltérő jólléti hatását: a tárgyakhoz gyorsabban adaptálódunk, mint az élményekhez. Nicolao és munkatársai (2009) a materiális dolgokra és az élményekre fordított kiadásokhoz való adaptációt vizsgálta egy kétéves időszak során. A kísérletükbe bevont személyek egyik csoportja élmények (videoklip, zeneszám, videojáték), másik csoportja pedig tárgyak (toll, kulcstartó, csavarhúzó, egy csomag kártya stb.) közül választhatott. Az utóbbiak körében gyorsabb ütemű volt az adaptáció, mint az élményeket „vásárló” csoport esetében.³

³ Egy további lehetséges csatornát vetnek fel Molnár György és Kapitány Zsuzsa tanulmányai (Molnár & Kapitány 2006, 2007). Elemzéseik szerint azok a háztartások, ahol a kulturális, szabadidős kiadások aránya magasabb, túlbecsülik a jövedelmi mobilitásukat, utóbbi tényező pedig pozitív kapcsolatban áll a szubjektív jólléttel, így végeredményképpen az élmények vásárlása magasabb elégedettséggel járhat együtt.

3. MÓDSZEREK

3.1. A SZOKÁSOS KÍSÉRLETI MÓDSZERTAN

Az élményekre és tárgyakra fordított kiadások jólléti hatásával foglalkozó szakirodalom jellemzően kísérletek segítségével próbálja a hatásokat becsülni. A szokásos eljárás során – amelyet a tanulmányok 80-90 százaléka alkalmaz – a kis létszámú (50-200 fő) egyetemista résztvevőket véletlenszerűen két csoportba osztják. Az egyik csoporttól azt kéri, hogy idézze fel a legutolsó olyan vásárlását, amely során legalább 100 dollárt költött élményre, a másik csoportnak pedig egy olyan vásárlást kell felidéznie, amely során materiális dologra költött hasonló összeget. Ezt követően arra a direkt kérdésre kell válaszolniuk, hogy a kérdéses vásárlás mennyire tette boldoggá őket.

A fenti módszertannak több olyan gyengesége, hátránya van, ami miatt érdemes lehet más módszerrel is megközelíteni a vizsgált kérdést. Az első ilyen a kísérletekkel kapcsolatban gyakran felmerülő általánosíthatóság (külső érvényesség) problémája. Mivel az elemzések kis létszámú, szocio-demográfiai szempontból homogén populáció (egyetemi hallgatók) bevonásával zajlanak, ezért kérdéses, hogy más társadalmi csoportok esetében is hasonló eredményeket kapnánk-e. A második, ehhez hasonló korlát, hogy mindegyik publikált tanulmány amerikai résztvevők segítségével elemezte az élmények és tárgyak boldogságra gyakorolt hatását. Az eddigi szakirodalomban nem tudunk olyan vizsgálatról, amely egy eltérő kulturális közegben készült volna. A harmadik probléma a materialista személyek stigmatizációjából fakad. A társadalom jellemzően negatív személyiségvonásokat társít a materialista személyekhez, önzőnek, énközpontúnak tartja őket (Van Boven et al. 2010), ami azt eredményezheti, hogy a kísérletek résztvevői a direkt kérdésekre adott válaszokban – akár tudatosan, akár öntudatlanul – alulbecslik a tárgyak boldogságnövelő hatását annak érdekében, hogy elkerüljék a materialista bélyeget. Végül nehézséget jelenthet a résztvevők számára a vásárlásokból fakadó jóllét meghatározása: nehezen megválaszolható például az a kérdés, hogy az új lapos képernyős tv megvásárlása milyen mértékben járult hozzá a személyes boldogsághoz. Amennyiben a kiadások jóllétre gyakorolt közvetlen kérdésére adott válaszok találgatáson alapulnak, az eredmények torzítottak lehetnek.

Természetesen néhány tanulmány a fenti szokásos módszertantól némileg eltérő módon vizsgálta a kérdést. Egy-két kísérlet például demográfiailag heterogénebb résztvevői kört vont be az elemzésbe (Caprariello & Reis 2013; Van Boven & Gilovich 2003). Létezik olyan kísérlet is, ami „valós idejű” vásárlás segítségével értékeli az élmények és tárgyak szubjektív jóllétre gyakorolt hatását (Nicolao et al. 2009). Ennek a kísérletnek a során a résztvevők kis értékű élmények vagy tárgyak közül választhattak, majd a „fogyasztást” követően több időpontban is értékelték a vásárlásból eredő boldogságukat.

3.2. A TANULMÁNYBAN ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

A fenti problémák elkerülése érdekében a szokásostól eltérő módszertant alkalmazunk. Nem kísérletekkel vizsgáljuk az élmények és tárgyak kapcsolatát a szubjektív jólléttel, hanem survey adatok segítségével végezzük az elemzésünket.⁴ A kérdőíves felmérésen alapuló adatok előnye a minta nagy elemszáma. A mintában szereplő személyek demográfiai szempontból heterogének, és főbb jellemzőiket tekintve jól reprezentálják a teljes népeiséget, ennek köszönhetően az eredmények külső érvényessége magas. Az utóbbit erősíti az is, hogy az adatfelvételek Magyarországon történtek, így a korábbi kutatásokban vizsgálttól eltérő kultúrában elemezhetjük a kiadások és a jóllét közti összefüggést.

A felhasznált adatbázisok elkülönült kérdésekkel mérik fel a kiadásokat és az étellel való elégedettséget, azaz a kérdezetteknek nem kell közvetlenül megbecsülniük, hogy különböző típusú kiadások mennyire tették boldoggá őket. Mindkét adatfelvétel során háztartás egyik tagja adta meg a háztartás különböző kategóriákba tartozó kiadásait és vezette a kiadási naplót, továbbá a háztartás felnőtt tagjai megválaszoltak egy általános, az étellel való elégedettségre vonatkozó kérdést. Így a kiadások és az elégedettség közti összefüggést ex post határozzuk meg, amivel elkerülhetjük a materializmus negatív társadalmi megítéléséből eredő esetleges torzítást.

További újdonságot jelent, hogy az élményekre és tárgyakra fordított kiadások hatásaitól nem várjuk el, hogy lineárisak legyenek: nem élünk azzal a feltevessel, hogy minden egyes élményekre/tárgyakra költött újabb forint hatása azonos. A korábbi pszichológiai kísérletek mögött meghúzódott ez az implicit feltevés, ugyanis nem vizsgálták, hogy a vásárlások jólléti hatása milyen mértékben változik a korábban élményekre/tárgyakra elköltött pénzmenyiségtől függően. Tanulmányunkban a korábbi elemzésekkel összhangban lévő lineáris becslés mellett nemlineáris becslést is alkalmazunk. Ennek segítségével azt is elemezni tudjuk, hogy egy-egy újabb élményekre és tárgyakra költött forint elégedettségre gyakorolt hatása változik-e a korábbi költéstől függően, és ha igen, akkor milyen mértékben, illetve hogy van-e eltérés e tekintetben a különböző típusú kiadások között.

⁴ A fogyasztási szerkezet szubjektív jóllétre gyakorolt hatását hasonló módszertannal elemző cikket csupán egyet ismerünk, amely idős amerikaiak körében vizsgálja 9 fogyasztási kategória kapcsolatát a jólléttel (DeLeire & Kalil 2010), azaz a korábbi szakirodalom korlátai közül a homogén és az amerikai minta problémája ennél a kutatásnál is fennáll.

4. ELEMZÉS 1: TÁRKI HÁZTARTÁS MONITOR

4.1. ADATOK

Tanulmányukban két országos reprezentatív kérdőíves felmérést használtunk, a TÁRKI Háztartás Monitor kutatásai közül a 2005-ös és 2007-es adatfelvételt. A két adatfelvétel egyaránt 3000 főnél több személy megkérdezésével készült.

A szubjektív jóllétre vonatkozóan a kérdőívek két kérdést tartalmaztak: „Mennyire van megelégedve élete eddigi alakulásával, életpályájával?”, illetve „Mennyire van megelégedve mindent egybevetve az életével?”. Mindkét kérdést tizenegy fokú skálán kellett értékelniük a válaszadóknak (0 – egyáltalán nincs megelégedve, 10 – teljesen elégedett). A szubjektív jóllét indikátoraként a két kérdésre adott válaszok átlagát használtuk.⁵

Az egyéni kérdőív mellett a háztartás jövedelmét és kiadásait leginkább ismerő személy a háztartás egészére vonatkozó kérdéseket is megválaszolt. Ezek között részletesen szerepeltek a háztartás kiadásaira vonatkozó kérdések. Összesen 23 kiadási kategória esetében kellett megmondani, hogy a háztartás mennyit költött rájuk – kiadási kategóriától függően – a megelőző 1, 3 vagy 12 hónapban. A kiadási kategóriák a következők voltak:

A megelőző 1 hónapban elköltött összeg:

- élelmiszerre
- élvezeti cikkekre (cigaretta, szeszes ital)
- közlekedésre (bérlet, benzin, jegy)
- bejárónőre, babysitterre
- telefonszámlára (mobil és vezetékes együtt)
- a tévén fogható csatornák előfizetési díjára és a beltéri egység bérleti díjára
- internet előfizetésre
- lakásfenntartásra összesen

A megelőző 3 hónapban elköltött összeg:

- ruházkodásra
- egészségügyi kiadásokra (orvos, gyógyszer, gyógyhatású készítmények)
- tisztálkodó szerekre, testápolásra
- mosóporokra, tisztítószerre
- művelődésre, oktatásra, korrepetálásra
- szórakozásra

⁵ A két változó korrelációs együtthatója 0,735 volt ($p < 0,001$).

- sportra
- szépségápolásra (fodrász, kozmetikus, szolárium)

A megelőző 12 hónapban elköltött összeg:

- háztartási- és lakásfelszerelési cikkekre
- üdülésre
- lakáskarbantartásra (pl. festés, tetőjavítás)
- tartós műszaki cikkekre
- tartásdíj fizetésére
- más háztartás pénzübeli támogatására (pl. külön élő szülők vagy felnőtt gyerekek támogatása)
- házádóra, ingatlanadóra

A korábbi tanulmányok által leírt tipikus élmény- és tárgy-vásárlások alapján az élményekre fordított kiadásoknak a szórakozásra, sportra és üdülésre költött pénz egy hónapra jutó összegét, a tárgyakra fordított kiadásoknak a ruházkodásra és a tartós műszaki cikkekre költött pénz egy hónapra jutó összegét tekintettük. A két adatfelvétel kiadásait 2005-ös forintra számítottuk át, valamint egy fogyasztási egységre számítottuk át a klasszikus OECD skála segítségével. Mindkét kiadási változót elosztottuk a teljes havi kiadás összegével, így az elemzésben használt változóink azt mutatják, hogy a háztartás kiadásainak hány százalékát fordították élményekre, illetve tárgyakra. Átlagosan a mintánkban ezek az arányok sorrendben 2,22% és 4,73% (1. táblázat).

Az elemzésbe azok kerültek be, akiknél a szubjektív jóllét indikátorai és a kiadási változók sem hiányoztak. Továbbá kizártuk azokat a háztartásokat és személyeket, ahol az élményekre vagy tárgyakra fordított kiadási arány meghaladta a 30 százalékot. Összesen 6080 személy adatait elemeztük.

1. táblázat

A legfontosabb változók leíró statisztikái (TÁRKI Háztartás Monitor)

Változó	N	Átlag	SD	Min	Max
Élettel való elégedettség	6080	6,18	1,97	0	10
Élményekre fordított kiadás (%)	6080	2,22	4,02	0	27,33
Tárgyakra fordított kiadás (%)	6080	4,73	5,06	0	28,40
Ekvivalens kiadás (HUF)	6080	46495	29076	5198	405467

A becslések során a következő kontrollváltozókat használtuk fel: ekvivalens háztartási kiadás (ln), ekvivalens háztartási jövedelem (ln), társadalmi osztály, nem, életkor, életkor négyzete, iskolai végzettség, családi állapot, munkaerő-piaci helyzet, egészségi állapot, roma etnikum, vallásosság, a lakás/ház értéke (ln), háztartásméret, településtípus, régió, év.

4.2. BECSLÉSI ELJÁRÁSOK

Az élmények és tárgyak szubjektív jóllétre gyakorolt hatását elsőként lineáris modellel (OLS) becsültük.

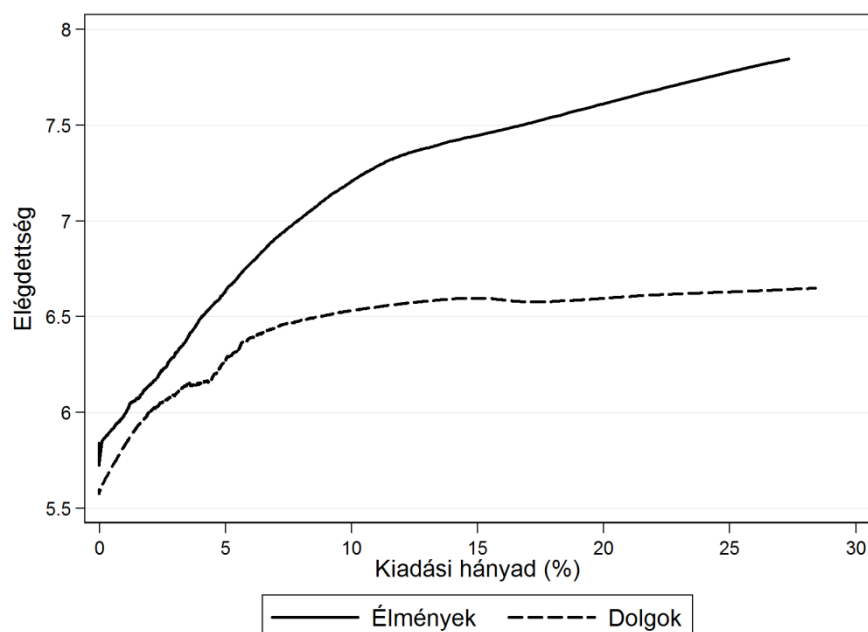
$$S_i = \alpha + \beta_1 \cdot E_i + \beta_2 \cdot M_i + \Gamma \cdot X_i + \varepsilon_i$$

ahol S_i az étellel való elégedettség, E_i az élményekre, M_i a tárgyakra fordított kiadási arány, X_i pedig a kontrollváltozók vektora. A fő kérdésünk az volt, hogy az élmények jólléti hatása valóban erősebb-e mint a tárgyaké, azaz igaz-e, hogy $\beta_1 > \beta_2$.

A lineáris elemzés során ugyanakkor azzal a feltevéssel élünk, hogy minden újabb élményekre vagy tárgyakra költött forint jólléti hatása azonos, azaz a marginális hatások konstansak. Hasonló implicit feltevés áll a pszichológiai kísérletek mögött is, amik azt vizsgálják, hogy a legutóbbi élményekre vagy tárgyakra fordított összeg mennyivel növelte az illető boldogságát, de azzal a kérdéssel nem foglalkoznak, hogy ez a hatás milyen mértékben változik a korábban élményekre/tárgyakra elköltött pénzmennyiség függvényében.

Ez a feltevés azonban könnyen téves lehet. Nincs okunk azt várni, hogy a korábban élményekre/tárgyakra költött pénzmennyiségtől függetlenül minden egyes újabb forint azonos mértékben növeli az étellel való elégedettséget. Inkább számíthatunk egy ellaposodó, a csökkenő határháson elvének megfelelő hatásra. Ezt sugallják az adataink alapján kirajzolódó kétváltozós összefüggések is. Az 1. ábra az élményekre/tárgyakra fordított kiadási hányad és az étellel való elégedettség közti összefüggést mutatja: mindkét típusú kiadásnál a kiadási hányad növekedésével párhuzamosan az elégedettség is emelkedik, ugyanakkor egy küszöbérték felett az újabb élményekre/tárgyakra költött forintok, már nem járnak együtt igazán érdemi elégedettség-növekedéssel. Különösen igaz ez a megállapítás a materiális dolgok esetében.

**Az élmények és tárgyak vásárlásának kapcsolata az elégedettséggel
(kétváltozós nemparametrikus összefüggés)**



Mindezek alapján érdemes olyan becsléssel is vizsgálni a kiadások és a szubjektív jóllét közti kapcsolatot, ami megengedi a marginális hatások nemlinearitását, illetve a két kiadás esetében a marginális hatások eltérő mértékű változást is. Ezt a következő függvénnyel tettük meg:

$$S_i = \alpha + \beta_1 \cdot \frac{E_i^{1-\rho_1}}{1-\rho_1} + \beta_2 \cdot \frac{M_i^{1-\rho_2}}{1-\rho_2} + \Gamma \cdot X_i + \varepsilon_i$$

Ebben az esetben a két kiadási változónkhoz két paraméter tartozott, amelyek együttesen határozzák meg az élmények és tárgyak szubjektív jólléttel való kapcsolatát. A ρ paraméter értéke mutatja meg, hogy a marginális hatások csökkenőek, konstansok vagy esetleg növekvőek, míg a β paraméter azt jelzi, hogy a hatások pozitívak vagy negatívak. Amennyiben $\rho > 0$, a marginális hatás csökkenő, amennyiben $\rho = 0$, a hatás konstans, míg $\rho < 0$ növekvő marginális hatást jelent. Az egyenletet nemlineáris legkisebb négyzetek módszerrel becsültük.

A lineáris és nemlineáris becslések esetében is a robusztus standard hibákat háztartási szinten klaszterezve becsültük, mivel a kiadások háztartási szinten álltak rendelkezésre.

4.3. EREDMÉNYEK

A lineáris becslések eredményeit az 2. táblázat mutatja. Az (1)-es modellben kontrollváltozóként egyedül az ekvivalens háztartási kiadás logaritmusa, míg a (2)-es modellben a kontrollváltozók teljes köre szerepel. Mindkét becslés esetén azt látjuk, hogy minél nagyobb az élményekre és tárgyakra fordított kiadási arány, annál magasabb a szubjektív jóllét, azonban az élmények becsült együtthatója nagyjából a duplája a tárgyakra együtthatójának. A kontrollváltozókat is tartalmazó modell esetében a hatások kisebbek, azaz a gazdasági-társadalmi státus – nem meglepő módon – erősen összefügg a kiadások szerkezetével és a szubjektív jólléttel is. Ebben a modellben az élményekre fordított kiadási arány 1 százalékponttal magasabb értéke 0,031 egységgel magasabb étellel való elégedettséggel jár együtt, míg a materiális dolgok esetében azonos mértékű növekedés 0,016 egység jóllétnövekedéssel párosul. Ez az eredmény kvalitatíve megegyezik a korábbi pszichológiai kísérletekből levont következtetésekkel: érdekesebb élményeket vásárolni materiális dolgok helyett.⁶

2. táblázat

Élményekre és tárgyakra fordított kiadások kapcsolata az étellel való elégedettséggel, OLS (TÁRKI Háztartás Monitor)

	(1)	(2)
Élményekre fordított kiadás (%)	0.077*** (0.008)	0.031*** (0.007)
Tárgyakra fordított kiadás (%)	0.045*** (0.007)	0.016*** (0.006)
Ekvivalens kiadás (ln)	igen	igen
Kontrollváltozók		igen
Korrigált R ²	0.115	0.346
N	6080	6080
Egyenlő együtthatók tesztjének p-értéke	0.005	0.136

Függő változó: Étellel való elégedettség

Zárójelben a robusztus standard hibák háztartás szerinti klaszterezve

Kontrollváltozók: ekvivalens jövedelem (ln), társadalmi osztály, nem, életkor, életkor négyzete, iskolai végzettség, családi állapot, munkaerő-piaci helyzet, egészségi állapot, roma etnikum, vallásosság, háztartásméret, a ház/lakás értéke (ln), településtípus, régió, év

A modellek tartalmazzák a magyarázóváltozók missing értékeit jelző dummy-kat is (kivéve a kiadással kapcsolatos változókat)

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01

⁶ Az eredmények robusztusságát néhány további modellel ellenőriztük. Ezeknek eredményeit a Melléklet 9. táblázata mutatja. Az (1)-es modellben az anyagi helyzet indikátorainak deciliseit szerepeltettük a modellben annak érdekében, hogy a hatásukat flexibilisebb formában becsülhessük. A (2)-es modellben OLS helyett ordinális probittal becsültük a modellünket. A (3)-as és (4)-es modellben bal oldali változóként a két szubjektív jólléti mutatót használtuk külön-külön az átlaguk helyett. Az (5)-ös modellben kizártuk azokat, akik nem költöttek egyetlen forintot sem élményekre vagy tárgyakra, míg a (6)-os modellben csak azok szerepeltek, akik a kérdező szerint végig koncentrálni tudtak az egyéni kérdőívre. A becslések eredményei nem mondanak ellent a korábbiaknak: az élmények becsült együtthatója rendre nagyobb, mint a tárgyakoefficiense.

A nemlineáris modellünk eredményeit a 3. táblázat mutatja. Az (1)-es modell ebben az esetben is csak a kiadási változókat tartalmazza, míg a (2) modell az összes kontrollváltozót bevonja az elemzésbe. A (2)-es modell ρ_1 és ρ_2 paramétereinek becslései azt mutatják, hogy míg a materiális dolgok esetében a marginális hatások csökkenő pályát írnak le (ρ_2 értéke 0,576, ami szignifikánsan pozitív), addig az élményekre fordított kiadási arány esetében nem tudjuk elutasítani a konstans marginális hatások hipotézisét (ρ_1 értéke 0,035, ami nem különbözik szignifikáns mértékben nullától). A β paraméter értéke csak a tárgyak esetében szignifikáns, azonban az élmények esetében a becsült 0,031-es koefficiens megegyezik a lineáris becslésnél látottal. A két modell együttthatójának szignifikanciabeli különbsége a nemlineáris modell magasabb standard hibájának tudható be, ami a változóhoz tartozó két paraméter becslésének következménye. Mivel a kiadások és az étellel való elégedettség közti kapcsolatot β és ρ paraméterek együttesen határozzák meg, ezért érdemes a becsült együttthatók alapján egy ábrán megjeleníteni a vizsgált kapcsolatokat.

A 2. ábra az elégedettség és az élmények/tárgyak kiadási aránya közti összefüggést mutatja, azaz egyfajta hasznossági függvényeket ábrázol. A 3. ábra pedig a marginális hatásokat ábrázolja, azaz az itt szereplő görbék a határhaszon függvényeknek felelnek meg. A két ábra alapján jól látszik, hogy az élményekre fordított kiadási arány 1 százalékponttal magasabb értéke függetlenül az élmények kiadási arányától rendre 0,03 egységgel nagyobb szubjektív jólléttel jár együtt. A materiális dolgokra fordított kiadási arány 1 százalékpontos emelkedése ezzel szemben abban az esetben párosul ehhez hasonló jóllétnövekedéssel, ha a tárgyakra fordított pénzmennyiség az összes kiadáson belül alacsony (2 százaléknál nem magasabb). Amennyiben a tárgyakra fordított kiadási arány eléri az 5 százalékot, a marginális hatás mértéke 0,015 egység körülivé válik, és tovább csökken a tárgyakra fordított kiadási arány növekedésével párhuzamosan. Azaz az a személy, akinek a kiadásai között a tárgyakra fordított forintok aránya jelentős, nem számol be lényegesen magasabb elégedettségről annál, aki kiadásainak csak kisebb hányadát költi materiális dolgokra.

Élményekre és tárgyakra fordított kiadások kapcsolata az étellel való elégedettséggel, non-linear least squares (TÁRKI Háztartás Monitor)

		(1)	(2)
Élményekre fordított kiadás (%)	β_1	0.139*** (0.015)	0.031 (0.020)
	ρ_1	0.573*** (0.091)	0.035 (0.348)
Tárgyakra fordított kiadás (%)	β_2	0.097*** (0.015)	0.040*** (0.013)
	ρ_2	0.670*** (0.105)	0.576** (0.255)
Ekvivalens kiadás (ln)		igen	igen
Kontrollváltozók			igen
Korrigált R ²		0.127	0.352
N		6080	6080
Egyenlő β együtthatók tesztjének p-értéke		0.075	0.730
Egyenlő ρ együtthatók tesztjének p-értéke		0.494	0.211

Függő változó: Étellel való elégedettség

Zárójelben a robusztus standard hibák háztartás szerint klaszterezve

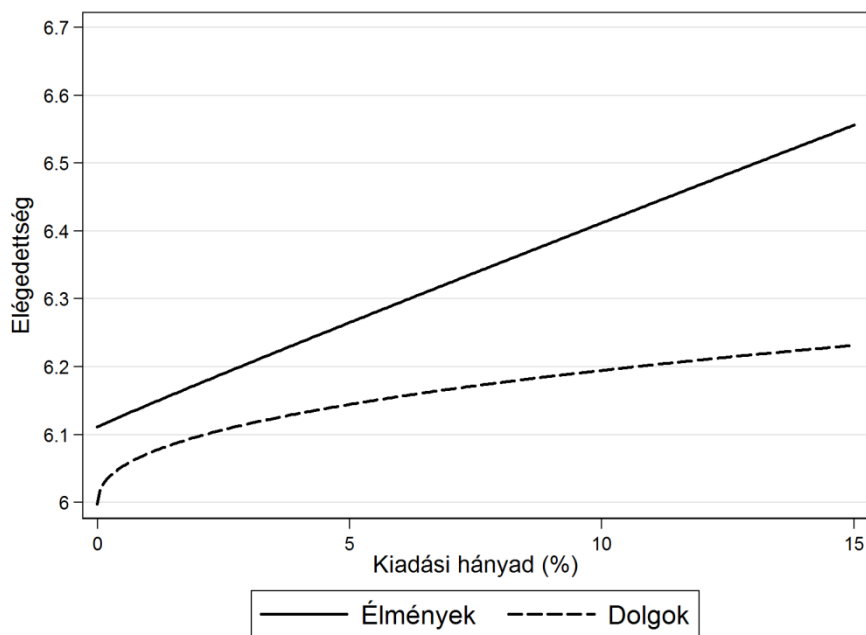
Kontrollváltozók: ekvivalens jövedelem (ln), társadalmi osztály, nem, életkor, életkor négyzete, iskolai végzettség, családi állapot, munkaerő-piaci helyzet, egészségi állapot, roma etnikum, vallásosság, háztartásméret, a ház/lakás értéke (ln), településtípus, régió, év

A modellek tartalmazzák a magyarázóváltozók missing értékeit jelző dummy-kat is (kivéve a kiadással kapcsolatos változókat)

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01

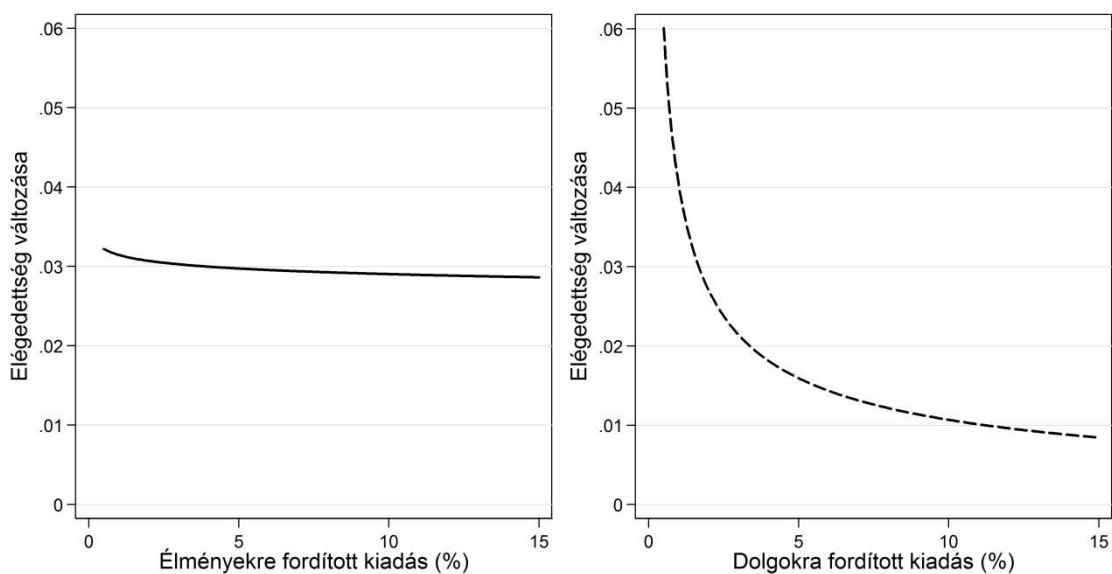
2. ábra

Az élmények és tárgyak vásárlásának kapcsolata az elégedettséggel (TÁRKI Háztartás Monitor)



3. ábra

Az élmények és tárgyak vásárlásának elégedettségre gyakorolt marginális hatása (TÁRKI Háztartás Monitor)



A nemlineáris becslés lehetőséget ad arra is, hogy meghatározzuk az étellel való elégedettséget maximalizáló kiadási alokációt is. Optimális kiadási szerkezet esetén az élményekre és tárgyakra költött utolsó pénzegység marginális hatása egyenlő, azaz:

$$\beta_1 \cdot E_i^{-\rho_1} = \beta_2 \cdot M_i^{-\rho_2}$$

Az élményekre és tárgyakra fordított átlagos kiadást (2,22 százalék + 4,73 százalék = 6,95 százalék) adottnak véve azt az eredményt kapjuk, hogy élményekre a teljes kiadás 5,32 százalékát, míg tárgyakra 1,63 százalékát kellene fordítani. A tényleges 1:2 „élmény-tárgy” kiadási arány helyett tehát durván egy 3:1 arány lenne egyéni jóléti szempontból optimális. Egy ilyen változás 0,026 egységgel magasabb elégedettséggel járna együtt, ami első pillantásra nem tűnik jelentős mértékűnek, azonban megfelel az ekvivalens jövedelem és háztartási kiadás egyidejű 7,9 százalékos emelkedésének.

5. ELEMZÉS 2: KSH HÁZTARTÁSI KÖLTSÉGVETÉSI FELVÉTEL

5.1. ADATOK

A második elemzésünkhöz a KSH Háztartási Költségvetési Felvétel (HKF) Molnár György (2005) által előállított 2000-2002 közötti rotációs paneljének 2001-es és 2002-es adatait használtuk.⁷ A HKF keretében évente nagyjából 10000 háztartás rögzíti részletesen egy-egy hónapig a kiadásait, majd a következő év első negyedében a fontosabb és jelentősebb kiadástípusok esetében megadja azok (előző évre vonatkozó) éves értékeit is. A HKF mintájában évről-évre a háztartások harmada cserélődik, azaz egy-egy háztartás három évig szerepel a mintában. Az elemzésünkhöz azon háztartások adatait használtuk fel, amelyek 2000 és 2002 között szerepeltek a HKF-mintában. Ennek a rotációspanelnek a különlegességét az adja, hogy az utolsó éves adatfelvétel során a mintában harmadik éve részt vevő háztartások felnőtt tagjai (mintegy 3500 fő) egy szubjektív kérdéseket tartalmazó kiegészítő kérdőívet is kitöltöttek, amiben az étellel való elégedettségükről is beszámoltak.

Az étellel való elégedettséget a kiegészítő kérdőív a következő kérdéssel mérte: „Mindent egybevetve, jelenleg mennyire elégedett vagy elégedetlen az élete alakulásával?”. Erre egy ötfokozatú skála segítségével válaszolhattak a kérdezettek, ahol az 1-es érték a nagyon elégedett, az 5-ös érték pedig a nagyon elégedetlen válasznak felelt meg. Az elemzésünkhöz a válaszokat fordított sorrendre kódoltuk, így a magas érték magasabb elégedettséget jelent, majd a beforgatott változó felső két kategóriáját összevontuk, mivel a válaszadók rendkívül alacsony arányban vallották magukat teljesen elégedettnek.

⁷ A HKF-ről és az adatállomány előállításáról az itt leírtaknál részletesebben lásd Molnár (2005).

A kiadásokat az egy hónapig tartó naplóvezetés és az egyes kiadási tételek éves értékei alapján határoztuk meg. Mivel a függő változónk értékei az összes kérdezett esetében azonos időpontból származtak, míg a naplóvezetés hónapja háztartásonként eltérő volt, ezért igyekeztünk az éves lekérdezésből származó kiadási összegeket használni. Ennek oka az volt, hogy a háztartás egész éves kiadási szerkezetét minél pontosabban leíró változókat próbáltunk képezni. Mivel a naplóvezetés hónapja erősen befolyásolhatja az egyes kiadástípusok teljes kiadáson belüli részarányát, ezért kizárólag a havi adatokra való támaszkodás hamis képet nyújtana a háztartás kiadási szerkezetéről, torzítva ezzel a becsléseinket. Éppen ezért amennyiben egy adott kiadástípus esetén rendelkezésre állt havi és éves érték is, akkor az éves értéket használtuk fel a háztartási kiadások számításánál, amennyiben pedig csak az egy hónapra vonatkozó kiadási összeg volt ismert, akkor az alapján számítottunk éves kiadási értéket. A 2001-es kiadásokat, jövedelmeket 2002-es forintra számítottuk át. A háztartási kiadásokat egy fogyasztási egységre számítottuk át a klasszikus OECD skála segítségével.

Az élményekre fordított kiadások közé soroltuk az utazásra, szórakozásra (színház, mozi, sport, stb.) költött összegeket és a vendéglátóhelyeken történő étel- és ital-fogyasztást.⁸ Éves adatok az utazások illetve a szórakozási kiadások közül egy típus esetében álltak rendelkezésre. A tárgyakra fordított kiadások csoportját a ruha, ékszerek/műalkotások és műszaki cikkek alkották. Éves kiadási összegeket ismertünk a műszaki cikkek esetében, illetve jelentős részben az ékszerek/műalkotások és a ruházatkódás kiadási tételei esetében is. Az élmények és a tárgyak esetében is olyan változókat képeztünk, amik azt mutatták meg, hogy a háztartás kiadásainak hány százalékát fordították élményekre, illetve tárgyakra. A vizsgált két évben átlagosan ezek az arányok sorrendben 1,8 és 6,3 százalék körüliek voltak (4. táblázat).

Az elemzésből kizártuk azokat a háztartásokat, ahol a kiadási naplót nem vezették folyamatosan illetve a naplóvezetés hónapjában a havi kiadások a szokásosnál lényegesen nagyobbak vagy kisebbek voltak. Továbbá kihagytuk azokat a háztartásokat is, ahol valamelyik évben nem tudtunk ekvivalens háztartási kiadást meghatározni, vagy az élményekre vagy a tárgyakra fordított kiadási arány meghaladta a 30 százalékot. A mintaszelekció során így abból a 3525 főből, akinél rendelkezésre áll az étellel való elégedettség mutatója 513 főt zártunk ki.

⁸ Az élmények és tárgyak kiadási tételeit a Melléklet 8. táblázata tartalmazza.

**A legfontosabb változók leíró statisztikái
(KSH Háztartási Költségvetési Felvétel)**

Változó	N	Átlag	SD	Min	Max
Élettel való elégedettség	3013	2,68	0,99	1	4
Élményekre fordított kiadás (%), 2001	3013	1,65	3,23	0	22,64
Élményekre fordított kiadás (%), 2002	3013	2,00	3,80	0	27,63
Élményekre fordított kiadás változása (%pont), 2002-2001	3013	0,35	3,50	-16,85	27,63
Tárgyakra fordított kiadás (%), 2001	3013	6,44	5,21	0	29,26
Tárgyakra fordított kiadás (%), 2002	3013	6,26	4,86	0	29,04
Tárgyakra fordított kiadás változása (%pont), 2002-2001	3013	-0,17	5,24	-24,46	23,45
Ekvivalens kiadás (HUF), 2001	3013	587622	294652	154939	3227690
Ekvivalens kiadás (HUF), 2002	3013	628360	358130	148026	5444450
Ekvivalens kiadás változása (HUF), 2002-2001	3013	40738	283435	-1858977	3772701

A becslések során a kontrollváltozók között a következők szerepeltek: ekvivalens háztartási kiadás (ln), nem, életkor és négyzete, iskolai végzettség, családi állapot, munkaerőpiaci helyzet, dohányzás, gyógyszeresedés, tartósan beteg/gondozásra szoruló személy a háztartásban, ekvivalens háztartási jövedelem (ln), szubjektív anyagi helyzet, háztartásméret, gyerekek száma a háztartásban, a ház/lakás értéke (ln), kis (4-12 m²) szobák száma, nagy (12 m²-nél nagyobb) szobák száma, ingatlan típusa, településtípus, régió, a naplővezetés hónapja.

5.2. BECSLÉSI ELJÁRÁSOK

Első lépésben – a Háztartás Monitor adatainak elemzéséhez hasonlóan – azt vizsgáltuk meg, hogy az élményekre és tárgyakra fordított kiadási arány hogyan függ össze a szubjektív jólléttel. Az elemzéshez a 2002-es adatokat használtuk és a következő egyenletet becsültük OLS modellel:

$$S_{i(2002)} = \alpha + \beta_1 \cdot E_{i(2002)} + \beta_2 \cdot M_{i(2002)} + \Gamma \cdot X_{i(2002)} + \varepsilon_i$$

ahol $S_{i(2002)}$ az élettel való elégedettség, $E_{i(2002)}$ az élményekre, $M_{i(2002)}$ a tárgyakra fordított kiadási arány, $X_{i(2002)}$ pedig a kontrollváltozók vektora.

Ezt követően a korábban bemutatott nemlineáris becsléseket is lefuttattuk:

$$S_{i(2002)} = \alpha + \beta_1 \cdot \frac{E_{i(2002)}^{1-\rho_1}}{1-\rho_1} + \beta_2 \cdot \frac{M_{i(2002)}^{1-\rho_2}}{1-\rho_2} + \Gamma \cdot X_{i(2002)} + \varepsilon_i$$

Végül az élményekre és tárgyakra fordított kiadási arányok 2001 és 2002 közötti változása és az elégedettség közti kapcsolatot vizsgáltuk a következő modellel:

$$S_{i(2002)} = \alpha + \beta_1 \cdot \Delta E_i + \beta_2 \cdot E_{i(2001)} + \beta_3 \cdot \Delta M_i + \beta_4 \cdot M_{i(2001)} + \Gamma \cdot \Delta X_i + \Psi \cdot X_{i(2001)} + \varepsilon_i$$

ahol $S_{i(2002)}$ az étellel való elégedettség 2002-ben, ΔE_i , ΔM_i és ΔX_i sorrendben az élményekre fordított kiadások arányának, a tárgyra fordított kiadások arányának és a kontrollváltozók változásai⁹ 2001 és 2002 között. $E_{i(2001)}$ az élményekre, $M_{i(2001)}$ a tárgyra fordított kiadások aránya, $X_{i(2001)}$ pedig a kontrollváltozók 2001-es értékei. Ebben az elemzésben az elsődleges kérdésünk az volt, hogy az élményekre fordított kiadások változásának jólléti hatása meghaladja-e tárgyra fordított kiadások változásának hatását, azaz igaz-e, hogy $\beta_1 > \beta_3$.

A becslések során a robusztus standard hibákat háztartási szinten klaszterezve becsültük.

5.3. EREDMÉNYEK

A 2002-es kiadási arányok és az étellel való elégedettség kapcsolatát vizsgáló becslések eredményeit az 5. táblázat mutatja. Az (1)-es modellben kizárólag a kiadások változói szerepelnek, míg a (2)-es modell tartalmazza a kontrollváltozók teljes körét. Az eredmények összhangban vannak a TÁRKI Háztartás Monitor adatain végzett elemzéssel és a szakirodalom korábbi eredményeivel is. Mindkét kiadástípus esetében igaz, hogy a magasabb kiadási arány nagyobb elégedettséggel párosul, azonban az élmények becsült együtthatója nagyjából kétszerese a tárgyak együtthatójának, jóllehet statisztikai értelemben egyik modellben sem tudjuk elutasítani a két koefficiens egyezőségét. A (2)-es modell eredményei szerint amennyiben az élményekre fordított kiadási arány 1 százalékponttal nagyobb egy háztartásban, akkor tagjainak étellel való elégedettsége 0,020 egységgel magasabb, míg a tárgyak esetében hasonló változás 0,012 egységgel magasabb jólléttel jár együtt.¹⁰

⁹ Amennyiben értelmezhetőek voltak.

¹⁰ Az eredmények akkor sem változnak érdemben, ha a logaritmikus forma helyett az anyagi helyzet indikátorainak deciliseit szerepeltetjük a modellben, OLS helyett ordinális probittal becsüljük a modellünket, vagy kizárjuk azokat, akik nem költöttek egyetlen forintot sem élményekre vagy tárgyra 2002-ben. Ezeket a becsléseket a Melléklet 10. táblázata tartalmazza.

Élményekre és tárgyakra fordított kiadások kapcsolata az étellel való elégedettséggel, OLS (KSH Háztartási Költségvetési Felvétel)

	(1)	(2)
Élményekre fordított kiadás (%), 2002	0.030*** (0.008)	0.020*** (0.007)
Tárgyakra fordított kiadás (%), 2002	0.019*** (0.006)	0.012** (0.006)
Ekvivalens kiadás (ln), 2002	igen	igen
Kontrollváltozók		igen
Korrigált R ²	0.102	0.235
N	3013	3013
Egyenlő együtthatók tesztjének p-értéke	0.297	0.390

Függő változó: Étellel való elégedettség

Zárójelben a robusztus standard hibák háztartás szerint klaszterezve

Kontrollváltozók: nem, életkor, életkor négyzete, iskolai végzettség, családi állapot, munkaerő-piaci helyzet, dohányzás, gyógyszeresedés, tartósan beteg/gondozásra szoruló személy a háztartásban, ekvivalens háztartási jövedelem (ln), szubjektív anyagi helyzet, háztartásméret, gyerekek száma, a ház/lakás értéke (ln), kis (4-12 m²) szobák száma, nagy (12- m²) szobák száma, ingatlan típusa, településtípus, régió, naplővezetés hónapja

A modellek tartalmazzák a magyarázóváltozók missing értékeit jelző dummy-kat is (kivéve a kiadással kapcsolatos változókat)

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01

A Háztartás Monitorok adatain végzett elemzéshez hasonlóan a HKF adatain is lefuttattuk a nemlineáris becsléseket (6. táblázat). Ezek eredményei érdemben nem térnek el a korábbiaktól. A marginális hatások jellegét leíró ρ paraméter értéke az élményekre fordított kiadási arány esetében nem különbözik szignifikánsan 0-tól (a becült együttható 0,228). A tárgyakra fordított kiadási arány a becült együttható pozitív és szignifikáns (0,711). Azaz tárgyakra fordított kiadásokra jellemző inkább a csökkenő marginális hatás, míg az élményekre fordított kiadási arány esetében nem lehet elutasítani a konstans marginális hatások hipotézisét. A β paraméter értéke csak a tárgyak esetében szignifikáns. Az élmények esetében β a lineáris modell együtthatójánál bár kissé magasabb, de standard hibája is háromszor akkora, így nem lesz statisztikailag szignifikáns. Ez azonban elsősorban a változóhoz tartozó két paraméter becsléséből következő hatékonyságvesztésnek tudható be. A β és ρ paraméterek által együttesen meghatározott marginális hatásokat a 4. ábra mutatja.

A nemlineáris becslés alapján ezúttal is meg tudjuk határozni azt az optimális kiadási szerkezetet, ahol az élményekre és tárgyakra költött utolsó pénzegységek marginális jólléti hatása azonos. Ha a két kiadástípusra költött forintok átlagos összege (a teljes kiadás 8,26 százaléka) nem változik, csak a szerkezetük módosul, azt kapjuk, hogy a szubjektív jóllét maximalizálása érdekében élményekre a teljes kiadás 5,66 százalékát, míg tárgyakra 2,60 százalékát kellene fordítani. Az optimális „élmény-tárgy” kiadási arány tehát nagyjából 2:1

lenne, ami alapvetően tér el a tényleges 1:3 aránytól. Ez a változás 0,029 egységgel magasabb elégedettséghez vezetne, ami egyenértékű az ekvivalens jövedelem és háztartási kiadás egyidejű 9,9 százalékos emelkedésével.

6. táblázat

Élményekre és tárgyakra fordított kiadások kapcsolata az étellel való elégedettséggel, non-linear least squares (KSH Háztartási Költségvetési Felvétel)

		(1)	(2)
Élményekre fordított kiadás (%), 2002	β_1	0.042** (0.021)	0.030 (0.019)
	ρ_1	0.218 (0.343)	0.228 (0.430)
Tárgyakra fordított kiadás (%), 2002	β_2	0.033 (0.029)	0.040** (0.018)
	ρ_2	0.323 (0.499)	0.711*** (0.229)
Ekvivalens kiadás (ln), 2002		igen	igen
Kontrollváltozók			igen
Korrigált R ²		0.103	0.249
N		3013	3013
Egyenlő β együtthatók tesztjének p-értéke		0.825	0.706
Egyenlő ρ együtthatók tesztjének p-értéke		0.868	0.292

Függő változó: Étellel való elégedettség

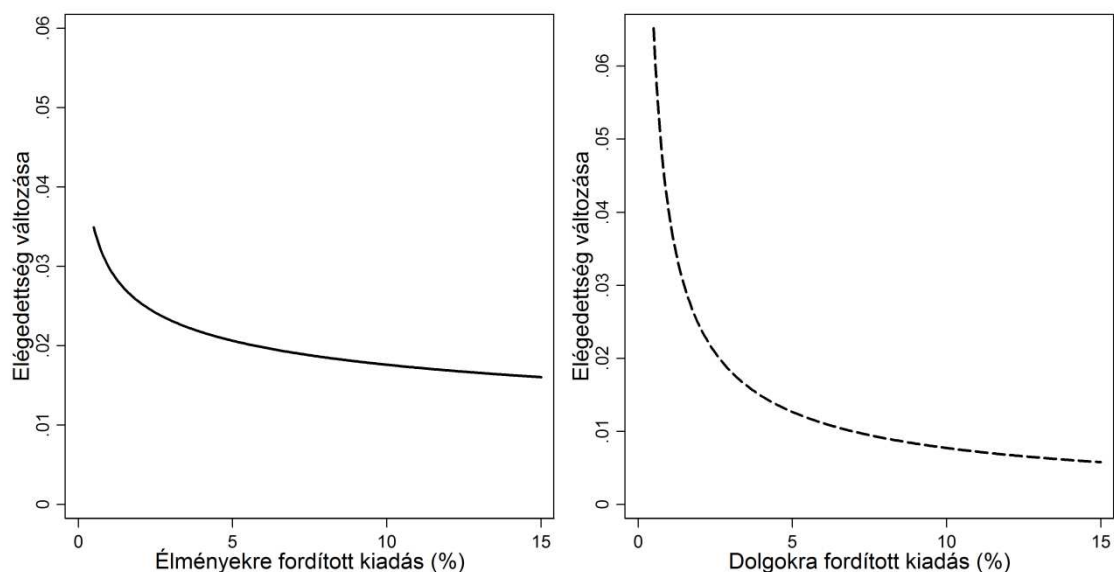
Zárójelben a robusztus standard hibák háztartás szerint klaszterezve

Kontrollváltozók: nem, életkor, életkor négyzete, iskolai végzettség, családi állapot, munkaerőpiaci helyzet, dohányzás, gyógyszeresedés, tartósan beteg/gondozásra szoruló személy a háztartásban, ekvivalens háztartási jövedelem (ln), szubjektív anyagi helyzet, háztartásméret, gyerekek száma, a ház/lakás értéke (ln), kis (4-12 m²) szobák száma, nagy (12- m²) szobák száma, ingatlan típusa, településtípus, régió, naplővezetés hónapja

A modellek tartalmazzák a magyarázóváltozók missing értékeit jelző dummy-kat is (kivéve a kiadással kapcsolatos változókat)

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01

Az élmények és tárgyak vásárlásának elégedettségre gyakorolt marginális hatása (KSH Háztartási Költségvetési Felvétel)



Megjegyzés: A 6. táblázat (2)-es modellje alapján

A 7. táblázat mutatja a kiadási arányok 2001-2002 közötti változásainak és 2001-es szintjeinek kapcsolatát az étellel való elégedettséggel. A kontrollváltozók nélküli (1) és a kontrollváltozókat is tartalmazó (2) becslésben egyaránt magasabb (jóllehet nem szignifikáns mértékben) az élményekre kötött kiadási arány becslt együtthatója. A koefficiensek pedig hasonlóak a csak a kiadási szinteket tartalmazó modellek együtthatóihoz.

Összhangban az eddigi eredményekkel a kiadási arányok változásainak becslt együtthatói is azt mutatják, hogy az élményekre költött forintok magasabb elégedettséggel járhatnak együtt. A (2)-es modell alapján az élményekre fordított kiadási arány 1 százalékpontos emelkedése 0,018 egységgel magasabb jólléttel párosul, míg a tárgyakra fordított kiadási arány 1 százalékpontos növekedése esetén csak 0,012 egységgel nagyobb az étellel való elégedettség. Bár a korábbi becslésekhez hasonlóan az élmények együtthatója duplája a tárgyak együtthatójának, nem különböznek szignifikáns mértékben.¹¹

¹¹ Az élmények és a tárgyak kiadási arányában bekövetkező változások becslt együtthatói a fentiekhez hasonlóak abban az esetben is, ha háztartási kiadás, jövedelem illetve a ház/lakás értéke decilisenként szerepel a modellben, ha OLS helyett ordinális probittal becsljük a modellt, illetve ha kizárjuk azokat, akik nem költöttek egyetlen forintot sem élményekre vagy tárgyakra 2001-ben vagy 2002-ben. Ezeket a becsléseket a Melléklet 11. táblázata tartalmazza.

Élményekre és tárgyakra fordított kiadások és változásuk kapcsolata az étellel való elégedettséggel, OLS (KSH Háztartási Költségvetési Felvétel)

	(1)	(2)
Élményekre fordított kiadás változása (%pont), 2002-2001	0.019** (0.008)	0.018** (0.007)
Tárgyakra fordított kiadás változása (%pont), 2002-2001	0.014** (0.006)	0.012** (0.006)
Élményekre fordított kiadás (%), 2001	0.039*** (0.011)	0.017* (0.010)
Tárgyakra fordított kiadás (%), 2001	0.013** (0.007)	0.010 (0.007)
Ekvivalens kiadás (ln) és változása	igen	igen
Kontrollváltozók és változásuk		igen
Korrigált R ²	0.122	0.264
N	3013	3013
Egyenlő „változás” együtthatók tesztjének p-értéke	0.627	0.543
Egyenlő „szint” együtthatók tesztjének p-értéke	0.067	0.613

Függő változó: Étellel való elégedettség

Zárójelben a robusztus standard hibák háztartás szerint klaszterezve

Kontrollváltozók: nem, életkor, életkor négyzete, iskolai végzettség, családi állapot, munkaerőpiaci helyzet, dohányzás, gyógyszeresedés, tartósan beteg/gondozásra szoruló személy a háztartásban, ekvivalens háztartási jövedelem (ln), szubjektív anyagi helyzet, háztartásméret, gyerekek száma, a ház/lakás értéke (ln), kis (4-12 m²) szobák száma, nagy (12- m²) szobák száma, ingatlan típusa, településtípus, régió, naplővezetés hónapja

A modellek tartalmazzák a magyarázóváltozók missing értékeit jelző dummy-kat is (kivéve a kiadással kapcsolatos változókat)

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01

6. AZ ELEMZÉSEK KORLÁTAI

Korábban kiemeltük az élmények és tárgyak boldogságra gyakorolt hatását vizsgáló kísérletek korlátait és problémáit, ugyanakkor a tanulmányunkban alkalmazott módszertannak is megvannak a maga hátulütői. A következőkben ezeket tekintjük át.

A legnagyobb hátránya az elemzésünknek, hogy – ellentétben a kísérletekkel – nem beszélhetünk oksági hatásokról: nem tudjuk egyértelműen azt állítani, hogy az élményekre/tárgyakra fordított magasabb kiadási arány hatására nő meg az étellel való elégedettség. Először is könnyen elképzelhető, hogy az általunk becsült kapcsolat esetében egy fordított okság (is) fennáll, azaz nem csak a kiadások határozzák meg az elégedettséget, hanem az elégedettség is befolyásolja a pénz elköltésének módját. A valóságtól nem teljesen elrugaskodott például az a feltevés, hogy egy depressziós, alacsony elégedettségű egyén inkább tárgyakat vásárol, mint élményeket.

Abban az esetben, ha lényeges (a kiadások szintjével és az elégedettséggel is összefüggő) változókat hagytunk ki a becsült egyenletekből, akkor azok a becsléseink, amik a kiadási arányok szintje és az elégedettség közti kapcsolatot vizsgálják, torzítottak lehetnek. Amennyiben például a jobb egészségi állapotúak nagyobb eséllyel vásárolnak élményeket és az elégedettségük is magasabb, valamint azok az indikátorok, amiket a kontrollváltozók között szerepeltettünk nem ragadják meg megfelelően az egészségi állapotot, akkor az élmények és tárgyak elégedettségre gyakorolt hatása közti különbséget felülbecsüljük. Ezt a problémát a kontrollváltozók széles körének bevonásával igyekeztünk kezelni. Azokban az esetekben, ahol a kihagyott változó időben állandó, megoldást jelenthetnek azok a becslések is, amik esetében nem a kiadási arányokkal, hanem a kiadási arányok változásával igyekszünk megragadni az élményekre/tárgyakra fordított forintok és a szubjektív jóllét közti kapcsolatot, mivel a kiadások változásai már nem fognak összefüggeni a kihagyott változóval. Amennyiben a kihagyott változó időben nem állandó, ez a megoldás sem tökéletes. A példánknál maradva, ezekben a becslésekben ugyan az egészségi állapot nem torzítja a kiadási arányok változásainak becslését¹², azonban az egészségi állapot változása lép elő potenciális torzító tényezővé. Azok, akiknek romlik az egészségi állapota, feltehetően a kiadásuk kisebb hányadát fogják élményekre költeni, így körükben az élményekre fordított kiadások változása negatívabb és elégedetlenebbek is. Az endogenitási probléma tehát ebben az esetben sem orvosolható megnyugtató módon.

További problémát jelent az is, hogy a kiadások háztartási szinten állnak rendelkezésre, míg az étellel való elégedettséget egyéni szinten ismerjük. Valószínűleg az élményekre és tárgyra fordított kiadások egyenlőtlenül oszlanak meg a háztartás tagjai között, ezért megbízhatóbb becsléseket kaphatnánk abban az esetben, ha a személyes kiadásokat ismernénk.

Az utolsó nehézséget a kiadások retrospektív mérése jelenti, ami mindét adatbázis esetében gondot okoz. Jóllehet a HKF esetében a kiadási napló vezetése megoldhatná az ezzel kapcsolatos problémát, azonban a naplóvezetés eltérő időpontjai miatt az éves kérdésből származó kiadási tételeket kellett előnyben részesítnünk. A Háztartás Monitorok adatfelvétele során az összes kiadástípus esetén a kérdést megelőző 1-12 hónapra visszamenőleg kellett felidézniük a résztvevőknek az adott kiadási kategóriára fordított összeget. Ez nem minden esetben tekinthető egyszerű feladatnak, ami miatt kiadások értékei torzítottak lehetnek. Amennyiben ez a torzítás eltérő mértékben érinti az élményekre és tárgyra fordított kiadási arányt, akkor az élmények és tárgyak jóllét hatása közti különbség szintén torzított. A torzítás mértékét elsősorban két jellemző befolyásolhatja: annak az időszaknak a hossza, amire vonatkozóan a kiadásokat meg kell adni, és az adott kiadási kategóriába tartozó vásárlások gyakorisága. Mivel (elsősorban a Háztartás Monitorokban) e két dimenzió tekintetében az

¹² Mivel azt feltételezzük, hogy ez a kiadási arányokkal függ össze, nem pedig azok változásával.

élményekre és tárgyakra fordított kiadások változói nem különböznek lényegesen, ezért azt gondoljuk, hogy az élmények és tárgyak jóllét hatása közt különbség esetében a kiadások retrospektív méréséből eredő probléma kevésbé jelentős.

7. A KIADÁSOK OKSÁGI HATÁSÁNAK BECSLÉSE A HKF SEGÍTSÉGÉVEL

Második elemzésünkben a háztartások éves kiadási szerkezetének minél pontosabb meghatározása érdekében törekedtünk arra, hogy a Háztartási Költségvetési Felvétel éves lekérdezéséből származó kiadási adatokat használjuk. Ennek oka az volt, hogy az étellel való elégedettség az éves felmérés kiegészítő kérdőívéből állt rendelkezésre, azaz minden kérdezett azonos időpontban értékelte elégedettségét. Így a kiadások és az elégedettség közti összefüggés minél kevésbé torzított becslése érdekében éves kiadási adatokra volt szükségünk.

Ugyanakkor a havi naplóvezetés gyakorlata lehetővé tenné azt is, hogy kizárólag a naplóban rögzített adatok segítségével a kiadások és a szubjektív jóllét között fennálló oksági viszonyt vizsgálhassuk. Amennyiben a naplóvezetés hónapja véletlenszerűen kerül meghatározásra, továbbá a szubjektív jóllét indikátorát nem az éves kiadásokkal együtt, hanem a naplóvezetés hónapjának végén kérdezik meg az adatfelvételben résztvevőktől, akkor a kiadások és a szubjektív jóllét közötti oksági kapcsolat meghatározható a rendelkezésre álló survey adatokból is. Ez eddig csak a pszichológusok kísérleteinek segítségével volt megvalósítható.

Az oksági kapcsolat vizsgálatának lehetősége abból adódik, hogy az egy hónapig tartó naplóvezetés miatt az élmények és a tárgyak kiadási arányában egy véletlenszerű variabilitás jelenik meg. Például ugyanannak a háztartásnak az élményekre fordított kiadási aránya magasabb lesz, ha egy nyári hónapban vezeti a kiadási naplót, mint egy késő őszi naplóvezetés esetén, mivel az utazások, üdülések nagyobb valószínűséggel történnek az előbbi időszakban. Ehhez hasonlóan a tárgyakra költött kiadási arány is fluktuál az egyes hónapok között. Továbbra is előfordulhat, hogy például a jobb egészségi állapotúak, a fiatalabbak, a magasabb végzettségűek, a budapestiek többet költenek élményekre, ugyanakkor létezik egy exogén variabilitás is, ami a naplóvezetés hónapjának eltéréséből származik.

Mindez azért lényeges, mert számos kutatás mutatott rá arra, hogy a szubjektív jóllétet erősebben befolyásolják a kérdezést közvetlenül megelőző időszak eseményei (Kahneman, Fredrickson, Schreiber, & Redelmeier 1993; Kahneman, Wakker, & Sarin Rakesh 1997). Esetünkben ez azt jelenti, hogy a naplóvezetés hónapja végén mért elégedettségben nagyobb súllyal eshetnek latba az előző hónap kiadásai. Ennek következtében egy háztartás tagjai más-

más mértékű elégedettségről számolhatnak be a naplóvezetés hónapjának függvényében, amiben tehát szerepet játszhatnak az adott hónap kiadásai is.

A véletlenszerűen megválasztott naplóvezetési időszak és a kérdéshez közelebbi történések erősebb hatása együttesen lehetőséget ad arra, hogy a naplóvezetés hónapjának instrumentális változóként történő felhasználásával meghatározzuk a szubjektív jóllét és a kiadások közti oksági kapcsolatot. Ehhez két feltételnek kell teljesülnie: (i) a naplóvezetés hónapjának és a kiadási arányoknak korrelálniuk kell egymással; (ii) a naplóvezetés hónapjának exogénnek kell lennie, azaz nem lehet olyan kihagyott változó, ami összefügg a naplóvezetés hónapjával és a szubjektív jólléttel is. Az első feltétel teljesül, ugyanakkor a második esetében felmerülnek kérdőjelek. A véletlenszerűen meghatározott naplóvezetési hónap miatt a személyes és háztartási jellemzőkkel nem fog korrelálni a naplóvezetés időszaka, azonban létezhetnek más tényezők, amikkel a kérdés hónapja erősen összefügg. A legfontosabb ezek közül az időjárás. A környezeti tényezők szubjektív jóllétre gyakorolt hatására több tanulmány is rámutat (Brereton, Clinch, & Ferreira 2008; Moro, Brereton, Ferreira, & Clinch 2008; Rehdanz & Maddison 2005). Ezek alapján a naposabb időszakokban magasabb, míg borúsabb, esősebb időszakokban alacsonyabb elégedettségről számolhatnak be a kérdezettek. Azaz a nyári hónapokban az élményekre fordított magasabb kiadási aránytól függetlenül is elégedettebbnek vallhatják magukat az emberek. A probléma ugyanakkor kezelhető az adott hónap meteorológiai adatainak a becslésbe történő bevonásával.¹³

Összességében tehát a kiadási napló utolsó napján egy kiegészítő kérdés beiktatásával – ami a háztartás tagjainak szubjektív jóllétét mérné – a HKF egy egyedülálló lehetőséget biztosítana a kiadások és a szubjektív jóllét közti oksági kapcsolat reprezentatív mintán, nem közvetlen kérdéssel történő elemzésére. Ezzel a korábbi kísérleti módszerek számos torzítása és korlátja nélkül válna kikerülhetővé, hogy cserébe más problémákkal kellene szembesülni.

¹³ Feltételezzük, hogy a naplóvezetés hónapja és a kiadások között abban az esetben is szignifikáns kapcsolat áll fenn, ha a meteorológiai adatokra kontrolálunk.

8. ÖSSZEGZÉS

Tanulmányukban azt vizsgáltuk, hogy az élmények vagy a tárgyak vásárlása jár-e együtt magasabb szubjektív jólléttel. Ennek a kérdéskörnek a vizsgálata eddig elsősorban a pszichológusok területe volt, akik kísérletek segítségével elemezték a pénz elköltésének hatását. A kísérleti szakirodalom gyengeségeinek (kis létszámú, homogén minta; egy kultúrkör; a materializmus negatív megítéléséből fakadó torzítás; a hatásokra vonatkozó direkt kérdések) elkerülése érdekében reprezentatív survey adatokat és egymással nem közvetlenül összekapcsolt kérdéseket használtunk. A korábbi tanulmányokhoz képest további újdonságot jelentett, hogy a kiadások nemlineáris hatásait is vizsgáltuk: nem éltünk azzal a feltevessel, hogy minden egyes élményekre/tárgyakra költött újabb forint hatása azonos.

A lineáris becsléseink eredménye szerint az élményekre költött forintok magasabb elégedettséggel járnak együtt, mint a tárgyra fordított kiadások. A nemlineáris becsléseink pedig azt mutatták, hogy az elsőként elköltött forintok esetében az élmények és tárgyak vásárlása hasonló mértékű elégedettség-növekedéssel társul, azonban a tárgyak kiadási arányának növekedésével párhuzamosan a tárgyak jóllétnövelő hatása számottevően csökken. Ezzel szemben az élmények esetében nem tudjuk elutasítani a konstans marginális hatás hipotézisét. Emiatt önmagában az élményekre és tárgyra fordított kiadások átstrukturálása olyan mértékű elégedettség-növekedéssel járhat együtt, ami megegyezik a jövedelem és kiadások közel 10 százalékos növekedésével.

Tanulmányunk egyrészt a korábbi elemzések kiegészítéseként tekinthető. Egy eltérő kultúrában, a teljes populációt jól reprezentáló mintán vizsgálta az élmények és tárgyak kapcsolatát az étellel való elégedettséggel. A becsléseink azt jelentik, hogy az eddigi eredmények más országokban és szélesebb társadalmi csoportok esetében is érvényesek lehetnek. Másrészt a nemlineáris hatások alapján azt mondhatjuk, hogy az élményekre költött pénz azért járhat együtt magasabb jólléttel, mint a tárgyra költött pénz, mert az utóbbi esetben egyfajta telítődés tapasztalható, egy küszöb felett már nem lesznek elégedettebbek azok, akik kiadásaik nagyobb hányadát fordítják materiális dolgokra.

Bár eredményeink alapján nem állíthatjuk azt, hogy az élményekre/tárgyakra költött forintok és a szubjektív jóllét között oksági kapcsolat áll fenn, az utolsó részben a HKF adatfelvételének egy olyan apró módosítására tettünk javaslatot, aminek a segítségével a kauzalitás is vizsgálhatóvá válna.

HIVATKOZÁSOK

- Brereton, F., Clinch, J. P., & Ferreira, S. (2008). Happiness, geography and the environment. *Ecological Economics*, 65(2), 386–396. doi:10.1016/j.ecolecon.2007.07.008
- Caprariello, P. A., & Reis, H. T. (2010). To do with others or to have (or to do alone)? The value of experiences over material possessions depends on the involvement of others. *Advances in Consumer Research*, 37, 762–763.
- Caprariello, P. A., & Reis, H. T. (2013). To do, to have, or to share? Valuing experiences over material possessions depends on the involvement of others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104, 199–215. doi:10.1037/a0030953
- Carter, T. J., & Gilovich, T. (2010). The relative relativity of material and experiential purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98, 146–159.
- Carter, T. J., & Gilovich, T. (2012). I am what I do, not what I have: the differential centrality of experiential and material purchases to the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102, 1304–1317. doi:10.1037/a0027407
- DeLeire, T., & Kalil, A. (2010). Does consumption buy happiness? Evidence from the United States. *International Review of Economics*, 57, 163–176. doi:10.1007/s12232-010-0093-6
- Demir, M., & Weitekamp, L. A. (2006). I am so Happy 'Cause Today I Found My Friend: Friendship and Personality as Predictors of Happiness. *Journal of Happiness Studies*, 8, 181–211. doi:10.1007/s10902-006-9012-7
- Dolan, P., Peasgood, T., & White, M. (2008). Do we really know what makes us happy? A review of the economic literature on the factors associated with subjective well-being. *Journal of Economic Psychology*, 29, 94–122.
- Dunn, E., & Norton, M. (2013). *Happy Money: The New Science of Smarter Spending*. London: Oneworld.
- Dunn, E. W., Gilbert, D. T., & Wilson, T. D. (2011). If money doesn't make you happy, then you probably aren't spending it right. *Journal of Consumer Psychology*, 21, 115–125. doi:10.1016/j.jcps.2011.02.002
- Easterlin, R. A. (1974). Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence. In P. A. David & M. W. Reder (Eds.), *Nations and Households in Economic Growth* (pp. 89–125). New York: Academic Press.
- Easterlin, R. A. (1995). Will raising the incomes of all increase the happiness of all? *Journal of Economic Behavior and Organization*, 27, 35–47.
- Easterlin, R. A. (2013). Happiness, Growth, and Public Policy. *Economic Inquiry*, 51, 1–15.
- Frank, R. H. (2005). Positional Externalities Cause Large and Preventable Welfare Losses. *American Economic Review*, 95, 137–141.
- Frijters, P., Haisken-DeNew, J. P., & Shields, M. A. (2004). Money does matter! Evidence from increasing real income and life satisfaction in East Germany following reunification. *American Economic Review*, 94.
- Hajdu, T., & Hajdu, G. (2013). Jövedelem és szubjektív jóllét: az elemzési módszer megválasztásának hatása a levonható következtetésekre. *Statisztikai Szemle*, 91, 1045–1070.

- Helliwell, J. F., & Putnam, R. D. (2004). The social context of well-being. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 359, 1435–1446.
- Howell, R. T., & Hill, G. (2009). The mediators of experiential purchases: Determining the impact of psychological needs satisfaction and social comparison. *The Journal of Positive Psychology*, 4, 511–522. doi:10.1080/17439760903270993
- Iyengar, S. S., & Lepper, M. R. (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 995–1006. doi:10.1037//0022-3514.79.6.995
- Kahneman, D., Fredrickson, B. L., Schreiber, C. A., & Redelmeier, D. A. (1993). When More Pain Is Preferred to Less: Adding a Better End. *Psychological Science*, 4(6), 401–405. doi:10.1111/j.1467-9280.1993.tb00589.x
- 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, 1908–1910.
- Kahneman, D., Wakker, P. P., & Sarin Rakesh. (1997). Back to Bentham? Explorations of experienced utility. *Quarterly Journal of Economics*, 112, 375–405.
- Lelkes, O. (2003). A pénz boldogít? A jövedelem és hasznosság kapcsolatának empirikus elemzése. *Közgazdasági Szemle*, L, 383–405.
- Millar, M., & Thomas, R. (2009). Discretionary activity and happiness: The role of materialism. *Journal of Research in Personality*, 43, 699–702. doi:10.1016/j.jrp.2009.03.012
- Molnár, Gy. (2005). Az adatállomány és a rotációs panel. In *Háztartások a tudás- és munkapiacra* (pp. 141–147). Budapest: MTA Közgazdaságtudományi Intézet.
- Molnár, Gy., & Kapitány, Zs. (2006). Mobilitás, bizonytalanság és szubjektív jóllét Magyarországon. *Közgazdasági Szemle*, LIII(10), 845–872.
- Molnár, Gy., & Kapitány, Zs. (2007). Bizonytalanság és a jövedelmek újraelosztása iránti igény Magyarországon. *Közgazdasági Szemle*, LIV.(3), 201–232.
- Moro, M., Brereton, F., Ferreira, S., & Clinch, J. P. (2008). Ranking quality of life using subjective well-being data. *Ecological Economics*, 65, 448–460. doi:10.1016/j.ecolecon.2008.01.003
- Nicolao, L., Irwin, J. R., & Goodman, J. K. (2009). Happiness for Sale: Do Experiential Purchases Make Consumers Happier than Material Purchases? *Journal of Consumer Research*, 36, 188–198. doi:10.1086/597049
- Rehdanz, K., & Maddison, D. (2005). Climate and happiness. *Ecological Economics*, 52(1), 111–125. doi:10.1016/j.ecolecon.2004.06.015
- Rosenzweig, E., & Gilovich, T. (2012). Buyer's remorse or missed opportunity? Differential regrets for material and experiential purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102, 215–23. doi:10.1037/a0024999
- Stevenson, B., & Wolfers, J. (2008). Economic growth and subjective well-being: Reassessing the Easterlin paradox. *Brookings Papers on Economic Activity*, 1–87.
- Stevenson, B., & Wolfers, J. (2013). Subjective Well-Being and Income: Is There Any Evidence of Satiation? *American Economic Review*, 103, 598–604.
- Thomas, R., & Millar, M. (2013). The Effects of Material and Experiential Discretionary Purchases on Consumer Happiness: Moderators and Mediators. *The Journal of Psychology*, 147, 345–356. doi:10.1080/00223980.2012.694378
- Van Boven, L. (2005). Experientialism, materialism, and the pursuit of happiness. *Review of General Psychology*, 9, 132–142.

- Van Boven, L., Campbell, M. C., & Gilovich, T. (2010). Stigmatizing materialism: on stereotypes and impressions of materialistic and experiential pursuits. *Pers Soc Psychol Bull*, 36, 551–63. doi:10.1177/0146167210362790
- Van Boven, L., & Gilovich, T. (2003). To Do or to Have? That is the question. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 1193–1202.
- Zhang, J. W., Howell, R. T., & Caprariello, P. A. (2012). Buying Life Experiences for the “Right” Reasons: A Validation of the Motivations for Experiential Buying Scale. *Journal of Happiness Studies*, 14, 817–842. doi:10.1007/s10902-012-9357-z

MELLÉKLET

8. táblázat

**Élményekre és tárgyakra fordított kiadások összetevői (KSH Háztartási
Költségvetési Felvétel)**

Materiális dolgok	Élmények
férfiruha: méteráru felsőruhához (havi)	üdülés belföldön (éves)
férfi ballon-, esőkabát (havi)	üdülés külföldön (éves)
férfi munkaruha, egyéb (havi)	sport-, zene-, tánctanfolyam (éves)
férfi felső kötöttáru (havi)	színház, hangverseny (havi)
férfi egyéb lábbeli (havi)	mozi (havi)
férfiing (havi)	egyéb sportrendezvény belépő díj (havi)
férfiruh.: egyéb fehérnemű (havi)	egyéb múzeum, állatk. belépő díj (havi)
férfi méteráru alsóruhához (havi)	egyéb szabadidő szolg (havi)
férfiharisnya (havi)	cukrászsüt. egyéb vendéglátóh-en (havi)
férfi divatáru, stb. (havi)	fagyl., jégk. egyéb vendéglátóh-en (havi)
női méteráru felsőruhához (havi)	vendéglői étkezés (havi)
női ballon-, esőkabát (havi)	büféáruk egyéb vendéglh-en (havi)
női munkaruha, egyéb (havi)	kávé, tea, kakaó étteremben (havi)
női felső kötöttáru (havi)	kávé, tea, kakaó e. vendéglh-en (havi)
női egyéb lábbeli (havi)	üdítőitalok étteremben (havi)
női fehérnemű (havi)	üdítőitalok egyéb vendéglh-en (havi)
női méteráru alsóruhához (havi)	bor, pezsgő étteremben (havi)
női harisnya (havi)	bor, pezsgő e. vendéglh-en (havi)
női divatáru, stb. (havi)	sör étteremben (havi)
gyermekruha méteráru (havi)	sör egyéb vendéglh-en (havi)
gyermek felsőruha (havi)	egyéb szeszesital étteremben (havi)
gyermek felső kötöttáru (havi)	egyéb szeszesital. egyéb vendéglh-en (havi)
gyermek egyéb lábbeli (havi)	
gyermek fehérnemű (havi)	
gyermek harisnya, zokni (havi)	
gyermek kieg. ruházati cikk (havi)	
rövidáru és egyéb ruházati cikk (havi)	
rövidáru és egyéb ruházati cikk (havi)	
bőrönd, táska, bőrdíszmű (havi)	
ruházkodási szolg. (havi)	
lábbeli javítás (havi)	
férfi téli-, átmeneti kabát (éves)	
férfiöltöny (éves)	

férfinadrág, zakó (éves)
férfi utcai cipő, csizma (éves)
női téli-, átmeneti kabát (éves)
női felsőruha, kosztüm (éves)
női szoknya, blúz, nadrág (éves)
női utcai cipő, csizma (éves)
gyermekkabát 3-14 éves (éves)
gyermek utcai cipő, csizma 3-14 éves (éves)
gyermekruha és lábbeli 3 év alattiaknak
(éves)
telefon, fax, üzenetrögzítő (éves)
rádió (éves)
televízió (éves)
hi-fi berendezés (éves)
képmagnó (éves)
antenna (éves)
cd, magnó, lemezjátszó (éves)
fényképezőgép (éves)
számítógép (éves)
írógép (havi)
műalkotás (éves)
ékszer (éves)
óra (havi)
óra, ékszer javítása (havi)

Élményekre és tárgyakra fordított kiadások kapcsolata az étellel való elégedettséggel (TÁRKI Háztartás Monitor)

	(1) Anyagi helyzet változói decilisként	(2) Ordinális probit	(3) Függő: Elégedettség összességébe n az életével	(4) Függő: Elégedettség az élete alakulásával	(5) Csak pozitív kiadási arányok	(6) Elfáradó k kizárva
Élményekre fordított kiadás (%)	0.031*** (0.007)	0.020*** (0.005)	0.025*** (0.008)	0.036*** (0.008)	0.030*** (0.008)	0.036*** (0.007)
Dolgokra fordított kiadás (%)	0.016*** (0.006)	0.010*** (0.004)	0.019*** (0.006)	0.014** (0.007)	0.000 (0.009)	0.014** (0.006)
Ln(ekvivalens havi kiadás)	igen ^b	igen	igen	igen	igen	igen
Kontrollváltozók	igen	igen	igen	igen	igen	igen
Korrigált R ²	0.346	0.076 ^a	0.318	0.293	0.257	0.358
N	6080	6080	6080	6080	2122	5448
Egyenlő együtthatók tesztjének p-értéke	0.126	0.109	0.544	0.037	0.015	0.019

^a Pseudo R²^b decilisenként

(1): Kiadás, jövedelem, ház értékének decilisei a kontrollváltozók között

(5): Az élményekre/tárgyakra legtöbbet költő 1% kizárása

(6): A kérdezés közben elfáradók, a kérdezést megunók kizárva

Függő változó: (1)-(2) (5)-(6): Étellel való elégedettség; (3): Elégedettség összességében az életével; (4): Elégedettség az élete alakulásával

Beadási eljárás: OLS, kivéve (2): ordinális probit

Zárójelben a robusztus standard hibák háztartás szerint klaszterezve

Kontrollváltozók: ekvivalens jövedelem (ln), társadalmi osztály, nem, életkor, életkor négyzete, iskolai végzettség, családi állapot, munkaerő-piaci helyzet, egészségi állapot, roma etnikum, vallásosság, háztartásméret, a ház/lakás értéke (ln), településtípus, régió, év

A modellek tartalmazzák a magyarázóváltozók missingértékeit jelző dummy-kat is (kivéve a kiadással kapcsolatos változókat)

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01

Élményekre és tárgyakra fordított kiadások kapcsolata az étellel való elégedettséggel (KSH Háztartási Költségvetési Felvétel)

	(1) Anyagi helyzet változói decilisként	(2) Ordinális probit	(3) Csak pozitív kiadási arányok
Élményekre fordított kiadás (%), 2002	0.021*** (0.007)	0.029*** (0.010)	0.017** (0.008)
Tárgyakra fordított kiadás (%), 2002	0.011* (0.006)	0.016** (0.008)	0.013* (0.008)
Ekvivalens kiadás (ln), 2002	igen ^b	igen	igen
Kontrollváltozók	igen	igen	igen
Korrigált R ²	0.240	0.109 ^a	0.275
N	3013	3013	1175
Egyenlő együtthatók tesztjének p-értéke	0.314	0.330	0.744

^a Pseudo R²

^b decilisenként

(1): Kiadás, jövedelem, ház értékének decilisei a kontrollváltozók között

(3): Csak azok, akik 2002-ben költöttek élményekre ill. tárgyakra

Függő változó: Étellel való elégedettség

Zárójelben a robusztus standard hibák háztartás szerint klaszterezve

Kontrollváltozók: nem, életkor, életkor négyzete, iskolai végzettség, családi állapot, munkaerő-piaci helyzet, dohányzás, gyógyszeresedés, tartósan beteg/gondozásra szoruló személy a háztartásban, ekvivalens háztartási jövedelem (ln), szubjektív anyagi helyzet, háztartásméret, gyerekek száma, a ház/lakás értéke (ln), kis (4-12 m²) szobák száma, nagy (12- m²) szobák száma, ingatlan típusa, településtípus, régió, naplővezetés hónapja

A modellek tartalmazzák a magyarázóváltozók missing értékeit jelző dummy-kat is (kivéve a kiadással kapcsolatos változókat)

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01

Élményekre és tárgyakra fordított kiadások és változásuk kapcsolata az étellel való elégedettségel, (KSH Háztartási Költségvetési Felvétel)

	(1) Anyagi helyzet változói decilisként	(2) Ordinális probit	(3) Csak pozitív kiadási arányok
Élményekre fordított kiadás változása (%pont), 2002-2001	0.019*** (0.007)	0.027** (0.011)	0.020** (0.010)
Tárgyakra fordított kiadás változása (%pont), 2002-2001	0.011** (0.006)	0.017** (0.008)	0.021** (0.009)
Élményekre fordított kiadás (%), 2001	0.020** (0.009)	0.027* (0.014)	0.009 (0.014)
Tárgyakra fordított kiadás (%), 2001	0.009 (0.007)	0.014 (0.009)	0.015 (0.011)
Ekvivalens kiadás (ln) és változása	igen ^b	igen	igen
Kontrollváltozók és változásuk	igen	igen	igen
Korrigált R ²	0.270	0.129 ^a	0.369
N	3013	3013	774
Egyenlő „változás” együtthatók tesztjének p-értéke	0.396	0.491	0.923
Egyenlő „szint” együtthatók tesztjének p-értéke	0.369	0.469	0.758

^a Pseudo R²

^b decilisenként

(1): Kiadás, jövedelem, ház értékének decilisei a kontrollváltozók között

(3): Csak azok, akik 2001-ben és 2002-ben költöztek élményekre ill. tárgyakra

Függő változó: Étellel való elégedettség

Zárójelben a robusztus standard hibák háztartás szerint klaszterezve

Kontrollváltozók: nem, életkor, életkor négyzete, iskolai végzettség, családi állapot, munkaerő-piaci helyzet, dohányzás, gyógyszeresedés, tartósan beteg/gondozásra szoruló személy a háztartásban, ekvivalens háztartási jövedelem (ln), szubjektív anyagi helyzet, háztartásméret, gyerekek száma, a ház/lakás értéke (ln), kis (4-12 m²) szobák száma, nagy (12- m²) szobák száma, ingatlan típusa, településtípus, régió, naplővezetés hónapja

A modellek tartalmazzák a magyarázóváltozók missing értékeit jelző dummy-kat is (kivéve a kiadással kapcsolatos változókat)

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01