

1. fejezet 5. lecke:

A piaci egyensúly

1. dia

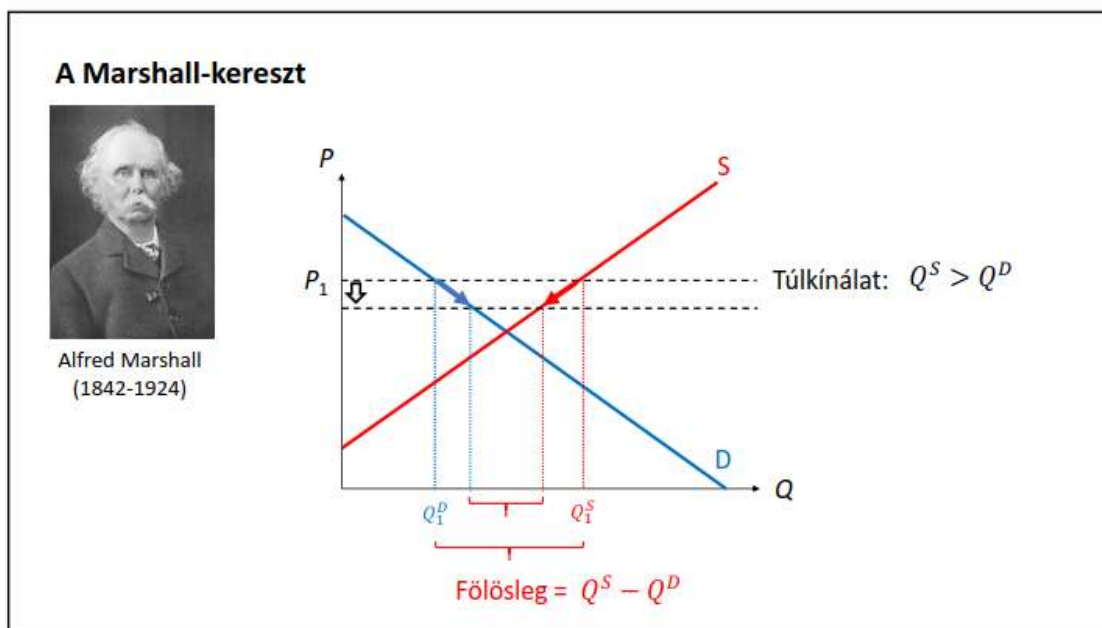


Megvizsgáltuk az előző leckében külön-külön a fogyasztók és a termelők viselkedését, és megalkottuk a keresleti és a kínálati függvényeket. Van azonban itt néhány probléma.

Az első probléma, hogy honnan tudják például a termelők, hogy milyenek és hányan vannak a fogyasztók, hogy mikor, hol és mennyit akarnak a termékeikből vásárolni? Hasonlóképpen, honnan tudják a fogyasztók, hogy hol vannak a termelők, hogyan lehet velük kapcsolatba lépni, hogy szólnak nekik, hogy kellene nekik a termékből, hogy mikor és hogy mennyit szeretnének venni belőle, és hol. A válaszunk az, hogy sehonnan: nem tudják! Még gyakran én magam sem tudom, mikor bemegyek a boltba, hogy mit fogok vásárolni. Hogy lehet mégis, hogy a termelők, akik nem ismerik a fogyasztóikat, nagy biztonsággal el tudják juttatni hozzájuk a nekik szükséges termékeket akkor és oda, amikor és ahol nekik szükségük van rájuk.

A másik probléma az ár: a fogyasztó alkalmazkodna az árhoz, meg a termelő is, de ki mondja meg, hogy mekkora legyen ez az ár? Ezzel a második kérdéssel fogunk kezdeni, és megismerkedünk a piaci mechanizmussal. Ha ez megvan, az első problémára már könnyű lesz válaszolnunk.

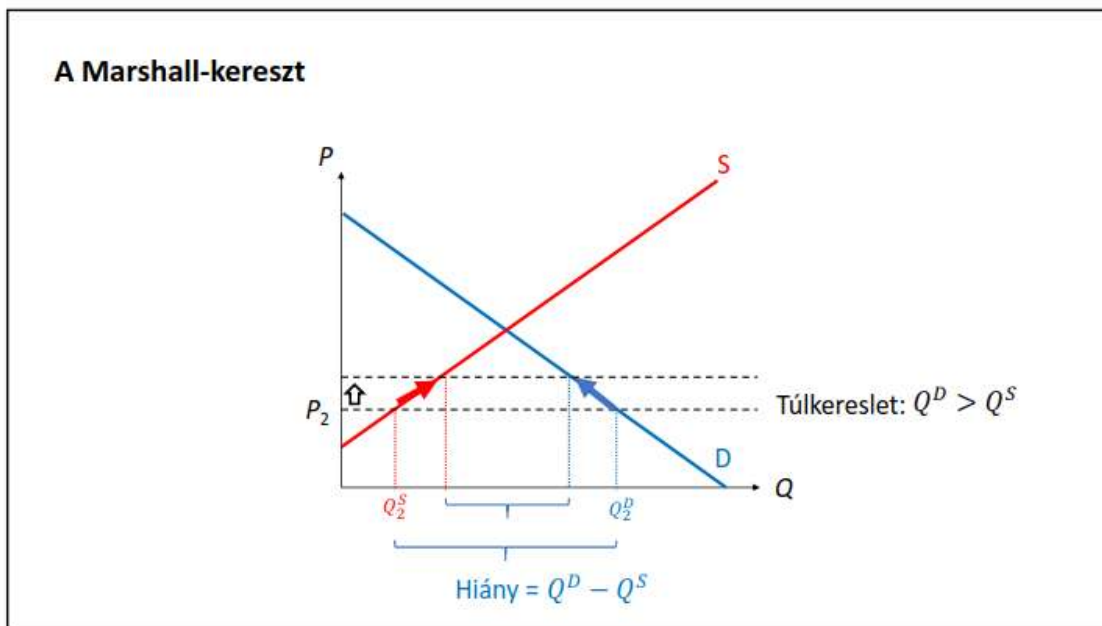
2. dia



Vegyük az előző két lecke két függvényét, és rakjuk egybe őket! Ezt könnyen megtehetjük, mivel a keresleti és a kínálati függvény is egy olyan koordináta-rendszerben voltak, amelyben a függőleges tengelyen a termék ára (Price), és a vízszintes tengelyen a termék mennyisége (Quantity) szerepeltek. Így nézett ki a keresleti függvény, és így nézett ki a kínálati függvény. Ez az ábra a keresleti és kínálati függvényekkel a Marshall-kereszt, melyet először Alfred Marshall brit közgazdász használt ebben a formában az 19. század második felében.

Vegyünk kezdetben egy olyan helyzetet, amikor a termék ára ekkora. A kínálati függvény megmutatja, hogy a termelők nagyon örülnek egy ilyen árnak, és hajlandóak jó sokat termelni és piacra vinni. A keresleti függvény szerint viszont a fogyasztók nem örülnek, ők csak ennyit szeretnének venni. Hát akkor végülis a termelők sem fognak örülni, mert hiába termelnének sokat, nem lenne, aki megvegye. Ezt a helyzetet úgy hívjuk, hogy túlkínálat: láthatja, hogy túl magas a kínált mennyiség a keresett mennyiséghez képest. Ennyi termék lenne, amit piacra vittek, de nem tudtak eladni: ezt úgy hívnám, hogy fölösleg. Ebben a helyzetben előbb-utóbb valamelyik termelőnek eszébe jutna, hogy úgy tudja magához csalogatni a fogyasztókat, ha enged az árból. Igaz, hogy akkor neki is egy kicsit kevesebbet kell majd termelnie, de ez nem is baj, hiszen most úgysem tudja eladni az összes termékét. Ezzel vevőket hódít el a többiek előtt, akik még kevésbé tudnák eladni a termékeiket, mint eddig, és valószínűleg követnék az árcsökkenésben. Úgy tűnik, mindenki jól jár: kevesebb termék fog szembesülni több vásárlóval, csökken a túlkínálat, a fölösleg és a lefelé nyomás az árakon.

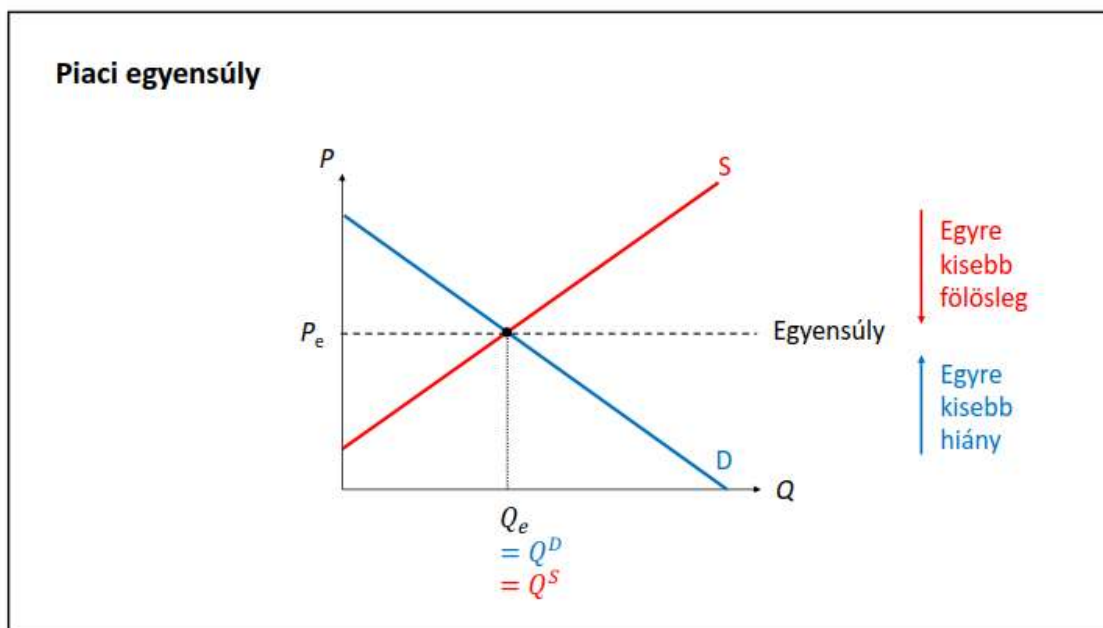
3. dia



Vegyünk egy másik esetet, amikor az ár itt van lent. A keresleti függvény mutatja, milyen boldogok ettől az ártól a fogyasztók: jó sokat akarnának venni. A kínálati függvény szerint viszont a termelők szomorúak, nekik csak ennyit éri meg gyártani. Úgyhogy végül a vevők sem örülhetnek annyira: hiába olcsó, de nincs belőle annyi, mint amennyit szeretnének venni. Ezt a helyzetet meg túlkeresletnek hívják, és most nem eladhatatlan termékek, hanem csalódott vásárlók vannak a rendszerben. A keresett mennyiség és a kínált mennyiség különbségét hiánynak hívjuk. Ez a hiány arra ösztönzi a vásárlókat, hogy fellicitálják az árat. Igazából lehet, hogy a termelők fogják azt mondani, hogy „látom, hogy pillanatok alatt elkapkodják a termékemet ezen az áron, akár adhatnám drágábban is”. A magasabb ár miatt néhány fogyasztó kiáll a sorból, a termelők viszont úgy látják, hogy érdemes nekik többet termelni. Ahogy az ár nő, csökken a túlkereslet, a hiány, és a felfelé nyomás az árakon.

Talán ismeri azt a viccet, mikor a vevő megkérdezi a zöldségestől: mennyi a banán? 450 forint kilója. De hát szemben a másik boltban 300! Hát akkor vegyen ott! De nekik nincsen. Ja, majd ha nekem sem lesz, nálam is 300-ba fog kerülni... Még az is lehet, hogy a szemközti bolt előtt hosszú sor kígyózik és várják a 300 forintos banánt.

4. dia



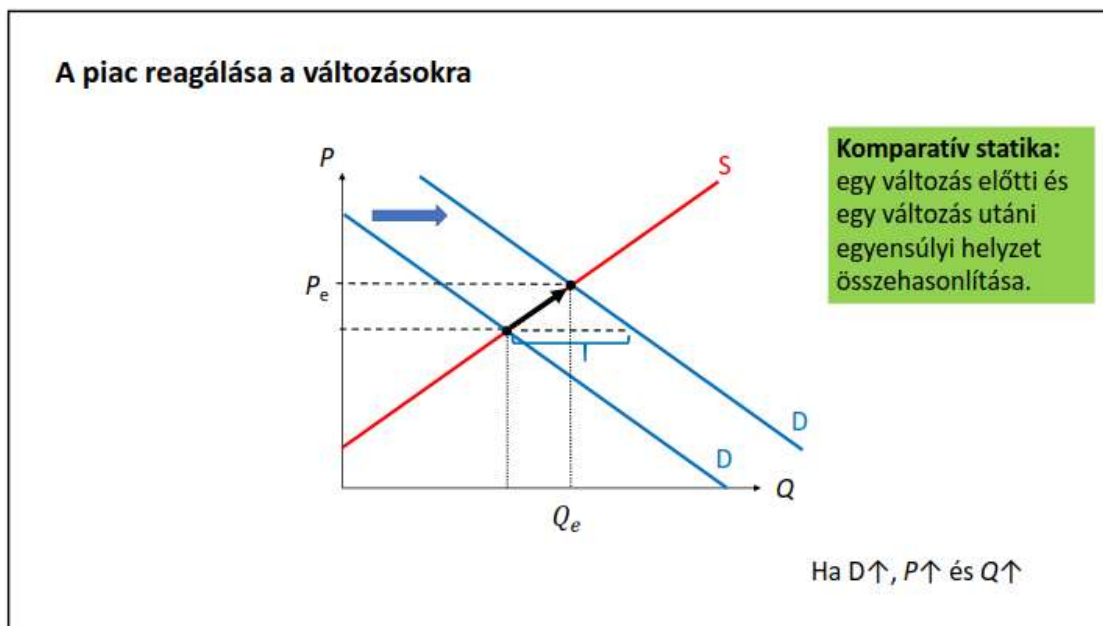
Úgy tűnik, hogy ha túl magas az ár, akkor eladhatatlan készletek halmozódnak föl, és ez jelzi a túlkínálatot, csökken az ár. Ha túl alacsony az ár, akkor hiány lép fel, sorbanállás alakul ki, ez jelzi a túlkeresletet, és emelkedik az ár.

Van itt a Marshall-keresztünknek egy jellegzetes pontja: ahol a keresleti és a kínálati függvény találkoznak. A rendszerünk efelé az állapot felé tart. Ezt egyensúlynak hívjuk. Ez az ár az egyensúlyi ár, az az ár, amely mellett a keresett és a kínált mennyiség éppen megegyeznek. Úgy is mondhatnánk, hogy az az ár, amely eltünteti a fölösleget és a hiányt. Emellett az ár mellett pont ugyanannyian akarnak vásárolni a termékből, mint amennyit eladnának belőle. Nem lesz elégedetlen eladó, és nem lesz elégedetlen vevő.

Akkor ezek szerint a hiányt nem az okozta, hogy lusták voltak a termelők, és nem termeltek eleget: lám, ha az ár megfelelő, akkor annyit termelnek, amennyit kell. A fölösleget sem az okozta, hogy a fogyasztók smucigok, és nem akarnak eleget vásárolni: ha az ár megfelelő, annyit vesznek, amennyi van.

A piaci mechanizmus lényege ez: az árak szabad mozgása eltünteti a hiányt és a felesleget, és egyensúlyt hoz létre a piacon. És ami fontos: a termelőknek nem kell tudnia, hogy mekkora ez az egyensúlyi ár, és egyetlen vevő sem tudja ezt. Úgy alakul ez ki, hogy keresletükkel és kínálatukkal jelzéseket generálnak egymás számára. A kereslet-kínálat elemzés a közgazdaságtan egy másik fontos módszere.

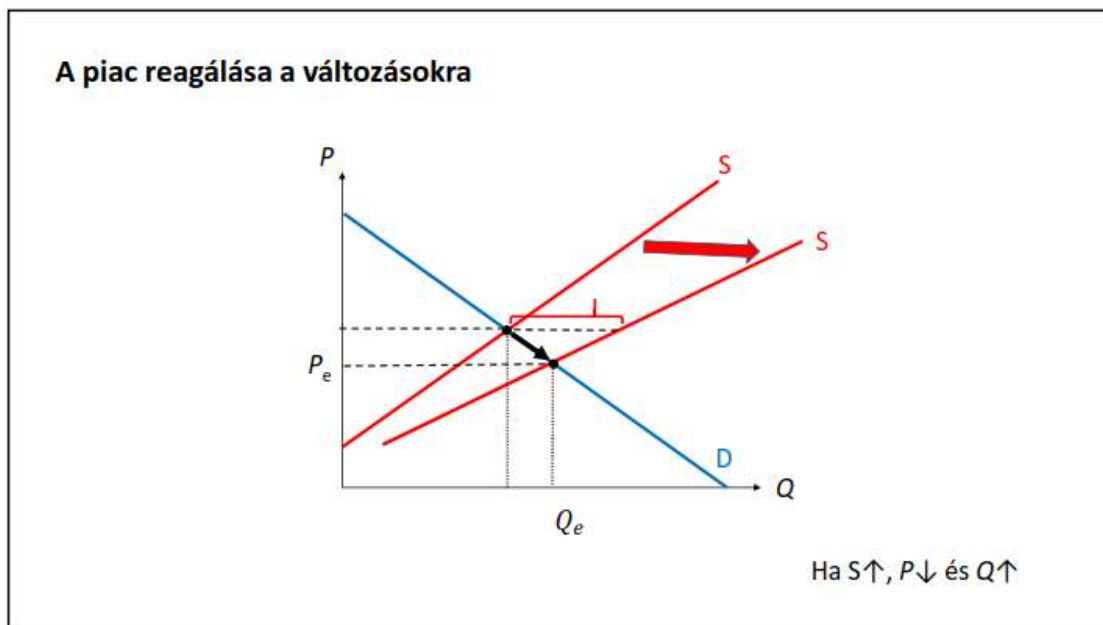
5. dia



De ezt a módszert nem csak erre használhatjuk ám föl! Változtassunk meg valamilyen befolyásoló tényezőt, és nézzük meg ennek a hatását!

Nőjön meg mondjuk a fogyasztók jövedelme! Ha minden fogyasztónak több pénz áll a rendelkezésére, akkor úgymondd kevésbé érdekli őket, mennyibe kerül a kék golyóstoll: akkor is megveszik, ha drágább, vagy ugyanazon az áron akár többet is vesznek belőle (mondjuk kevésbé figyelnek oda, hogy ne veszítsék el). A kereslet megnő. Ha a termék ára nem változik, akkor túlkereslet, hiány alakul ki belőle. Természetesen amint a termelők észreveszik ezt, reagálnak, hajlandóak lesznek magasabb áron többet termelni a fogyasztóknak. Az eredeti helyzetből egy változás hatására eljutottunk egy új egyensúlyi helyzetbe. Ezt hívjuk úgy, hogy komparatív statika: összehasonlítjuk a változás előtti és a változás utáni egyensúlyi helyzetet. A növekvő kereslet tehát felhajtja az árakat, de több termék is lesz a piacon. A magasabb ár jelzés mind a termelők, mind a fogyasztók számára. Gondoljon csak bele, hogy emelkednek mostanság (2019 nyár) az ingatlanárak: pont ez történik. Annyi különbséggel, hogy időbe telik új házakat építeni, a kínálati függvény elég meredek, így a kereslet növekedése először jól megemeli a meglévő lakások árait...

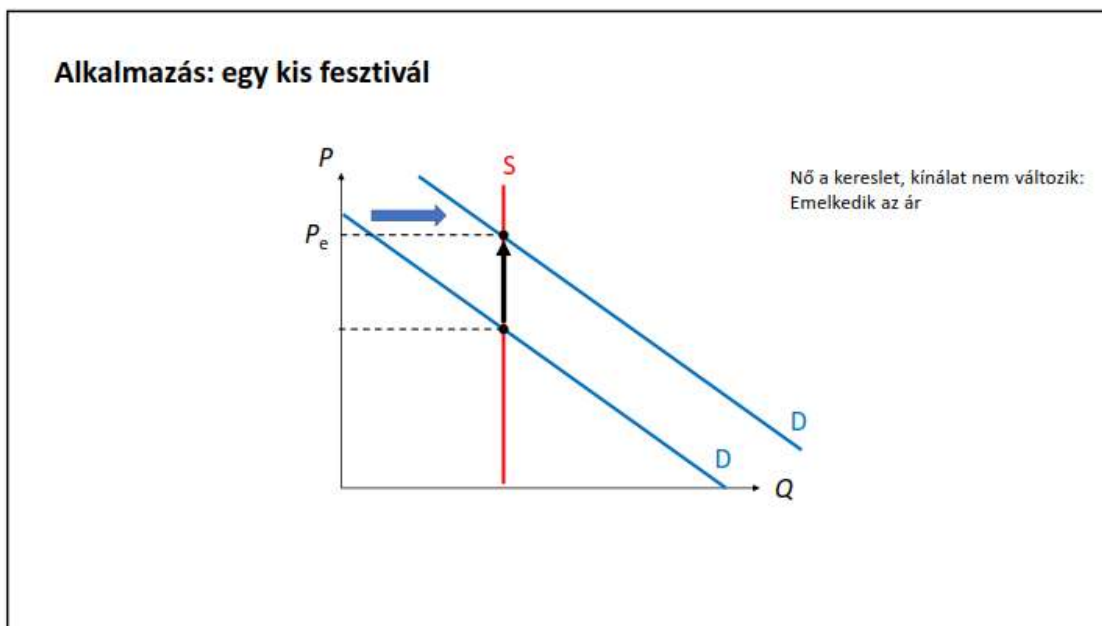
6. dia



Nézzünk most egy másik változatot: olcsóbbá válnak a nyersanyagok, amiből a kék színnel író golyóstollakat gyártják (látják, nekem pl. fogalmam sincs, miből készül egy golyóstoll, vagy miből van a tintája, mégis van nálam mindig golyóstoll – a piac csodája!). Szóval mit eredményez ez? A kereslet nem változik (én, mint fogyasztó nemigen tudom, hogy mennyibe kerülnek azok a nem is tudom, milyen alapanyagok, amik a kék golyóstollhoz kellene). A kínálat viszont igen. Az olcsóbb nyersanyagok miatt a termelők most képesek lesznek ugyanolyan áron akár többet is előállítani, és ugyanazt a mennyiséget meg akár alacsonyabb áron is tudják kínálni. Megnö – ezúttal – a kínálat. Az eredeti ár mellett túlkínálat alakul ki, úgy tudják rászózni a terméket a fogyasztóra, ha engednek az árból. A végeredmény egy nagyobb mennyiség, de alacsonyabb áron. Mind a növekvő kereslet, mind a növekvő kínálat nagyobb termékmennyiséget juttat végül a fogyasztóhoz, de az első magasabb áron, míg a második eset csökkenő áron.

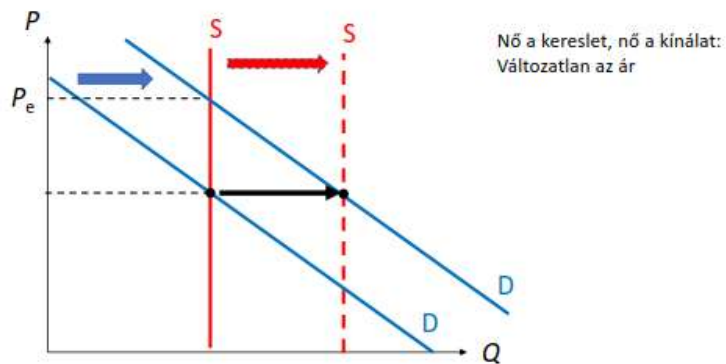
Nyilván lehetne még ezt finomítani, de a fő mondanivaló világos és egybevág az intuícióinkkal. „De mi van, ha...” – kérdezheti Ön. Amit kérdezni akart, az hogyan hatna a keresletre, hogyan hatna a kínálatra? Ha ezt megválaszolta, megvan a válasz az eredeti kérdésére.

7. dia



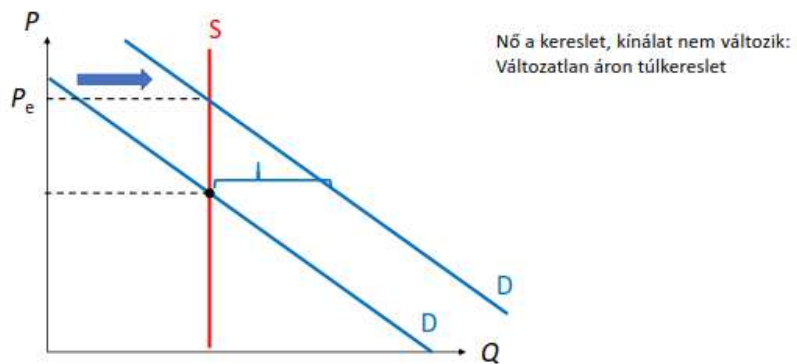
Nézzünk csak még egy példát. Az öcsém nem régiben volt egy zenei fesztiválon. Azt mondta, hogy ez egy még nem túl felkapott, kicsi, olcsó, de nagyon jó fesztivál, és a szervezők szeretnék, ha meg is maradna ilyenek. Sajnos el kellett, hogy szomorítsam. A most megismert eszközeinkkel elemezve a helyzetet a következőt találjuk. Legyen a rögzített méret (nem akarjuk, hogy nagyobb legyen) egy függőleges kínálattal szimbolizálva. Ezzel találkozunk egy kereslet, és kialakul az ár. Mi történik, ha híre megy, hogy milyen jó kis fesztivál ez? Megnő a kereslet. Ha a fesztivál mérete nem változik, akkor lefogadom, hogy drágább lesz. Ha viszont nem lesz drágább, annak három oka lehet.

Alkalmazás: egy kis fesztivál



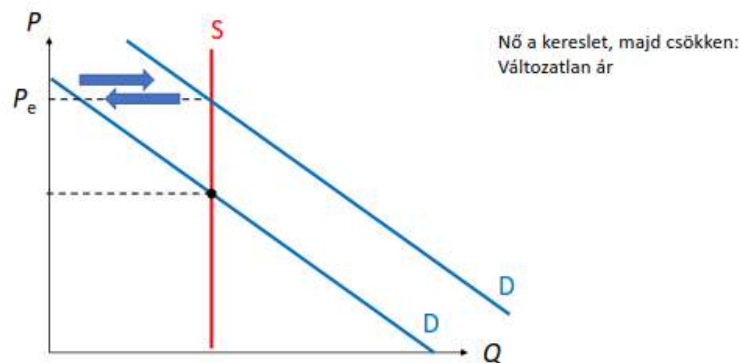
Egy: mégiscsak bővül a fesztivál mérete, akkor viszont elveszti a jelenlegi báját. Növekvő kínálat mellett az ár fenntartható.

Alkalmazás: egy kis fesztivál



Vagy, kettő, nem nő, és nem is lesz drágább, akkor viszont tuti hogy nagyon-nagyon előre kell majd megvenni a jegyeket, és – a túlkereslet miatt – jóval nehezebb lesz bejutni, mint most.

Alkalmazás: egy kis fesztivál



Végül, három, ha kellően rosszra csinálják a fesztivált, akkor a keresletet éppen vissza tudják csökkenteni az eredeti szintjére, és a méret és az ár is megmaradhat változatlanul.

SZEGEDI TUDOMÁNYEGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR
KÖZGAZDÁSZ KÉPZÉS
TÁVOKTATÁSI TAGOZAT
LECKESOROZAT
COPYRIGHT © SZTE GTK 2017/2018

A LECKE TARTALMA, ILLETVE ALKOTÓ ELEMEI ELŐZETES,
ÍRÁSBELI ENGEDÉLY MELLETT HASZNÁLHATÓK FEL.

JELEN TANANYAG
A SZEGEDI TUDOMÁNYEGYETEMEN KÉSZÜLT
AZ EURÓPAI UNIÓ TÁMOGATÁSÁVAL.
PROJEKT AZONOSÍTÓ: EFOP-3.4.3-16-2016-00014

SZÉCHENYI 2020



Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKETÉS A JÖVŐBE