

# ADALÉKOK AZ „ÁRELFOGADÓ” ÉS „ÁRMEGHATÁROZÓ” FOGALMAK ÉRTELMEZÉSÉHEZ<sup>1</sup> I.

BARANCSUK JÁNOS  
PTE KTK

Tanulmányunk hozzájárulás kíván lenni a címben megjelenő, Scitovsky által bevezetett, ám a standard mikroökonómiában gyakran megfelelő körütekintés nélkül használt fogalmak tartalmi tisztázásához. A cikk első részében azzal foglalkozunk, hogyan célszerű (egyelőre *homogén* iparág keretei között) értelmezni illetve kvantifikálni a (*kínálati* oldalon megjelenő) gazdasági szereplők árelfogadó/ármeghatározó jellegét. Miközben különös figyelmet szánunk a logikai kontextusként szolgáló *keresleti* összefüggések feltérképezésére is, az alábbi főbb kérdésekre próbálunk válaszolni: Mi a különbség „ármeghatározó” és „árakra orientált” vállalat között? Miért nincs árrugalmassága a *price taker (maker)* pozíciót jelző keresleti görbének? Hogyan függ össze a cégek ármeghatározó tulajdonságának erőssége a monopolerő fokával és a piac viszonylagos tágasságával?

## 1 Bevezetés

„Talán nem egyedül velem történt meg, hogy hosszú időn át anélkül használtam az ‘ármeghatározó’ versus ‘árelfogadó’ (*price maker/setter versus price taker*) megkülönböztetést, hogy tudtam volna, ez Scitovsky elméleti teremtménye” — vallja (talán helyettünk is) Kornai János [1997] az „Egy ‘büszke magyar’ emlékiratai”-hoz írt előszavában (8. o.). Mint soraiból kiderül, a nemzetközi és hazai szakirodalomban rendkívüli karriert befutó, és ma már általánosan alkalmazott fogalompárt a neves, magyar származású szerző egy [1951]-ben írt tankönyvében vezette be, és eredetileg az eladó és vevő alkufolyamatát jellemző *információs aszimmetriával* hozta kapcsolatba. Eszerint „az eladók, akik minden termék piacán okkal kevesebben vannak, mint a vásárlók, lényegesen többet tudnak a piaci feltételekről és a választási lehetőségekről, s ezzel a tudásukkal könnyen visszaélhetnek” (Scitovsky [1997] 156. o.). Az így értelmezett információtöbblet pedig —erodálva a tranzakcióban résztvevő felek egyenrangúságát— piaci fölé- és alárendeltséghez vezet, amelynek mibenléte abban tükröződik, hogy az *eladók diktálják*, a *vevők* pedig *elfogadják* az árakat. Ez utóbbiaknak ugyanis „túlságosan sok termék piaca között kellene megosztania csekély tudását ahhoz, hogy mind-egyiken szakértő lehessen” (i.m. 157. o.).

---

<sup>1</sup>Beérkezett: 2006. szeptember 8. E-mail: indian@ktk.pte.hu.

Amint észrevehető, az árelfogadó/ármeghatározó kifejezések tartalma Scitovsky felfogásában leginkább az *árdiszkriminációt* alkalmazó „dörzsölt”, és az azt elszenvető „kiszolgáltatott”, „balek” szereplők modelljével mutat szellemi rokonságot. Eltérően a terminusok mai értelmezésmódjától, amely elsősorban az (informáltsággal csak közvetett kapcsolatban lévő) piaci részesedésre, tehát a kínálati vagy keresleti *tömeg* által a tranzakciók „terében” előidézett „görbületek” erősségére vezeti vissza az egységre gyakorolt befolyás lehetőségét vagy lehetetlenségét. Ne csodálkozzunk ezen: a „*habent sua fata libelli*” igazsága a tudományos szókinccs elemein is beteljesedik, elég, ha csak *Coase* talán túlzottan is szerény — saját szellemi termékének pályafutása, egyfajta „közkinccsé” válása kapcsán tett — vallomására gondolunk. Mint írja: „Sem a ‘Coase-tétel’ elnevezés, sem annak szabatos megfogalmazása nem tőlem származik. Mindkettőt Stiglernek köszönhetjük.” ([2004b] 217. o.). *Blaug* [2003] szerint jó példa ez arra, hogy „még a nagy gondolkodók sem tudják teljesen átlátni saját újításait, [...] és hogy a nagy eszmék és ötletek teljes potenciálját csak a követők és kritikusok révén sokszor évtizedekig tartó folyamatban lehet kiaknázni” (247. o. *B.J.* kiegészítése).

A terminus technicusok története, jelentéstartalmuk változása, átalakulása tehát nem lineáris, minden pontján „konszenzusos”, átlátható letisztulási folyamat, hanem inkább egy zezugos, gyakran úttalan utakon való barangolásra hasonlít az értelmezésmódok kusza dzsungelében. „Majdnem harminc évre, és Allyn Young, valamint Robertson, Knight, Sraffa és Viner urak egyesített erejére volt szükség ahhoz, hogy kibogozzák azokat a helyes és téves szájakat, amelyek átszövik a Marshall—Pigou koncepciót” — állapítja meg például *Bator* [1958] ezúttal az *externáliák* elméletére vonatkozóan, de az árelfogadó/meghatározó modell esetére is jellemző módon. *Neumann János* [1965] szintén tapasztalja ezt a problémát: „Ami különösen nehéznek tűnik a közgazdaságtanban, az a kategóriák definiálása... Az egzaktság hiánya mindig a fogalmi területről ered...” — vallja (i.m. 153. o.).

Alapvetően kétféle módon viszonyulhatunk a most vázolt helyzethez. A Nobel-díjas dán fizikus, *Niels Bohr* például nem tekintette tragikusnak a fogalmi rendszer tökéletlenségeit. Amint egy barátjaival folytatott ebédet követően bölcs sztoicizmussal megjegyezte: „a mosogatás is olyan, mint a nyelv. Piszkos a vizünk, piszkos a törlőruhánk, valahogy mégis megtisztítjuk az edényt meg a poharakat. Így állunk a nyelvvel is: tisztázatlan fogalmakkal dolgozunk, és olyan logikát használunk, amelynek nem ismerjük a pontos érvényességi körét; ennek ellenére reménykedünk, hogy mégiscsak tisztaságot teremtünk a természet megértésében” (idézi *Heisenberg* [1975] 183. o.). A másik fajta hozzáállást a híres francia szerző, *Camus* képviselhetné, akinek ugyan nem szak-, hanem szépirodalmi munkássága jelentős, de intelme a tudomány művelői számára is megszívlelendő: „ha rosszul, pontatlanul [...] nevezzük meg a dolgokat, ha így definiálunk — hozzáadunk a világ nyomorúságához...”

A magunk részéről inkább *Camus* felfogásával azonosulunk, gyakran megtapasztalva, hogy a kategóriák, fogalmak — mint a teoretikus megismerés eszközeinek — tökéletlenségei fölöttébb megnehezítik a valóság elemezni kívánt

szeletének igényes feltérképezését, süketek párbeszédévé változtatva a tudományos diskurzust. Klasszikus példái ennek a „kereslet- vagy kínálatváltozás” terminusok pongyola alkalmazásából származó kínos félreértések (lásd pl. *Heyne* [1991] 41. o.), vagy a marshalli fogyasztói többlet és keresleti függvény lényegét megismerni vágyó kutatók bolyongása a pénz(?) —netán jövedelem(?)— konstans határhasználával kapcsolatos felfogások labirintusában (lásd pl. *Barancsuk* összefoglalását: [1998] 5-7. fej.). Vélhetően az sem a közgazdaságtan egzaktságába vetett hitünket erősíti, ha az aktorok attitűdjeinek(?), magatartásának(?), képességeinek(?), piaci pozícióinak(?) jellemzésére használt „ármeghatározó”, „árkereső”, „árképző”, „árvezérlő”, „árorientált”, „áralkalmazkodó” *versus*(?) „árelfogadó”, „árkövető”, „menynyiségi alkalmazkodó”, „kínálat- vagy volumenorientált” stb. kifejezésmódok „olaszosan kedélyes”, ám a jelentéstartalmak dimenziójában korántsem „konszenzusos” együttélésére gondolunk.

Tanulmányunk hozzájárulás kíván lenni a Scitovsky által bevezetett, és most emlegetett fogalmak tartalmi tisztázása, értelmezése terén. Arra vállalkozunk, hogy körüljárjuk: pontosan mit is kell (vagy inkább célszerű) érteni az árelfogadó/ármeghatározó tulajdonságok jelentésén, megpróbálva akkurátusan felépíteni/feltérképezni azt a vonatkoztatási rendszert, amelyben ezek a —napjaink szakirodalmában *általánosan*, ám gyakran csak ösztönösen, *megfelelő körültekintés nélkül* használt— kifejezések elhelyezhetők, alkalmazhatók. Itt jelezzük, hogy modellünk főszereplői a *kínálati* oldal aktorai lesznek, megállapításaink azonban —*mutatis mutandis*— a keresleti oldal résztvevőire is érvényesek.

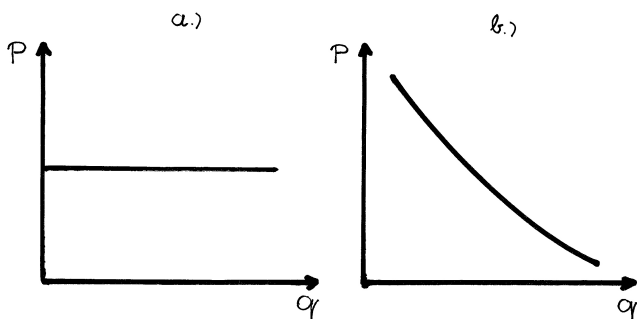
További törekvéseink közé tartozik, hogy a logikai kontextus feltárása révén legalább elvi szinten *mérhetővé* tegyük az árak befolyásolásának képességét, és a standard mikroökonómia fogalmi-módszertani készletét gyarapítsuk eredményeinkkel. Munkánk mottójául Camus maximája mellett Coase [2004a] sorait választhatnánk, melyek szerint „a közgazdasági elmélet nagy kárát látta annak a múltban, hogy nem fogalmazta meg világosan előfeltevéseit. Az elmélet felépítése közben a közgazdászok gyakran megfeledeztek arról, hogy megvizsgálják az alapokat, amelyekre építkeztek. Ez a vizsgálat azonban nemcsak azért nélkülözhetetlen, hogy megakadályozza az alapfeltevések tisztázatlanságából adódó félreértéseket és felesleges vitákat, hanem azért is, mert a közgazdaságtan számára rendkívül fontos, hogy megalapozottan választhasson a rivális alapfeltevések közül” (i.m. 55. o.).

## 2 Vizsgálati keretek

A szakirodalmi források —szinte kivétel nélkül— a „*keresleti görbe vállalati perspektívából észlelhető elhelyezkedésével*” illusztrálják a *kínálati* oldalon megjelenő árelfogadó vagy ármeghatározó pozíciót. Eszerint a *price taker* szereplők *vízszintes* keresleti görbével szembesülnek, amelynek nívója a piac *egésze* által meghatározott, a vállalat számára tehát *adottságot* jelentő ár színvonalára utal. A *price maker* cégek által figyelembe vehető keresleti

grafikon ezzel szemben jól észrevehetően *negatív lejtésű*, mintegy a vállalat döntési-választási lehetőségét szimbolizálva a *különböző* egységárat és mennyiségeket egymáshoz rendelő kombinációk halmaza fölött. Az 1. ábra alapján (ahol  $P$  az egységár,  $q$  a termékmennyiség) triviálisnak, tisztázottnak tűnik a kétféle piaci státusz lényege: az ár állandósága *versus* változékonysága, hajlékonysága.

Ez az egyértelműség azonban csak látszat. Mint ahogyan a napkelte vagy napnyugta megszokott, hétköznapi természetes jelenségét is teljesen eltérően magyarázza pl. a ptolemaioszi és kopernikuszi világnézet, ugyanígy az ábrán megjelenő görbék helyzetét, az *általuk leképezett szituáció mibenlétét* is többféleképpen reprezentálják és többféleképpen kapcsolják az árelfogadó/ármeghatározó pozícióhoz az egyes forrásmunkák. Tárgyunk szabatos kifejtése érdekében tehát, és amiatt is, mert logikai rendszerünk felépítése során különösen exponált objektumnak számít, szükségesnek érezzük a „keresleti görbe” fogalmát a szokottnál is mélyebben analizálni: tisztázni az e kifejezés mögött megbúvó relációk *sokféleségét*, explicitté téve a különböző függvény-típusok tartalmában, „mondanivalójában” mutatkozó eltéréseket. Kérjük az Olvasót, tisztelesen meg türelmével, ha tanulmányunk e részében taglalt összefüggések, levezetések némelyikét netán *l'art pour l'art* jellegűnek, a címben jelzett témával „köszönő viszonyban” sem álló felesleges kalandozásnak érezné. Fejtegetéseink további, érdemi szakaszában remélhetőleg kiderül, hogy ez a „blokk” az árelfogadó/ármeghatározó magatartás vizsgálatára alkalmas gondolati séma szerves és nehezen nélkülözhető alkotóelemeit képezi.



1. ábra. Keresleti görbék a.) árelfogadó; b.) ármeghatározó pozíciók esetén

Elemzésünk egy  $n$ -szereplős ( $n \geq 1$ , egész szám) *iparág* vállalataira irányul. E tanulmányban a *független* terméket előállító tiszta monopóliumra, illetve az *egymást kölcsönösen helyettesítő* javakat termelő vállalatok halmazára használjuk e kifejezést. Az „iparág” értelmezése a szakirodalomban *heterogén* termékek esetén problematikus, velünk ellentétben például *Chamberlin* [1933] és különösen *Triffin* [1940] tartózkodott is e fogalom használatától (v.ö. *Carlton – Perloff* [2003] 139. o., *Friedman* [1986], *Lerner* [1943], *Marshall* [1930] 34-48. és 45. o., *Mátyás* [1979] 250. és 269. o., *Porter* [1993] 27. és 51-52. o.). *Bara* ([1989] 413-414. o.), *Daubner és Vági* ([1993] 288-289. o.),

Mátyás ([1979] 278. o.), valamint Olson és McFarland [1962] ugyanakkor — a nehézségek ellenére — az iparág fogalmát relevánsnak tartják. Álláspontjukhoz csatlakozva dolgozatunkban közös iparágba tartozónak tekintjük azokat a vállalatokat, amelyek halmazának tagjaira *páronként kölcsönösen és tranzitív módon* teljesül, hogy gyártott termékeik keresletének *kereszt-árrugalmassága* ( $\varepsilon^+$ ) *pozitív* szám. Ha tehát  $M$  és  $N$ , továbbá  $N$  és  $O$ , valamint  $O$  és  $M$  között *vica versa* igaz, hogy  $\varepsilon^+ > 0$ , akkor  $M$ ,  $N$  és  $O$  ugyanazon iparág tagja (v.ö. Zalai [2000] 71-72., 270-272. o.). Azokat a vállalatokat/javakat, amelyekre nem teljesül most adott definíciónk (amelyek viszonylatában tehát a kereszt-elaszticitás vagy egyáltalán nem, vagy pedig *nem-kölcsönösen* pozitív), az iparág *piaci környezeteként* határozzuk meg.

A kereszt-árrugalmasság nagysága a helyettesítés *szorosságára* utal, vagyis ha

- $\varepsilon^+ \rightarrow \infty$ , akkor a javak *tökéletesen helyettesítik* egymást,
- $0 < \varepsilon^+ < \infty$ , a *helyettesítés korlátozott*,
- $\varepsilon^+ = 0$ , a javak *függetlenek*, helyettesítő viszonyuk eltűnik, valamint
- $\varepsilon^+ < 0$ , a javak közötti *komplementaritás*, kiegészítő („negatív helyettesítő”) viszony kerül előtérbe, amelynek lehetőségétől — az egyszerűség kedvéért — a továbbiakban szinte mindig eltekintünk.

A dolgozatunk tárgyát képező összefüggések *lényegi* elemeinek bemutatását, elemzését nagymértékben megkönnyíti, ha kiküszöbölünk bizonyos, mondanivalónk érdemi részét nem érintő motívumokat az általunk alkalmazott modelltől. Ennek érdekében feltételezzük, hogy

- a vásárlók preferenciái *uniformak*, ami lehetővé teszi, hogy szükséges esetben az *aggregált* keresleti viselkedést *egyetlen*, ún. *reprezentáns fogyasztó* magatartásával azonosítsuk;
- a fogyasztó(k) nem végez(nek) megtakarítást, az összes jövedelmet elkölti(k).
- Ugyancsak praktikus célokat szolgál, ha a fenti módon definiált iparág termékeire vonatkozó vásárlói preferenciákat az általunk követett gondolatmenet bizonyos pontjain „*jól viselkedő*” hasznossági (index-) függvényekkel jellemezzük. Ez — értelmzésünk szerint — azt jelenti, hogy
  - az említett függvények az *iparág termékei* tekintetében *homotetikusak*, továbbá
  - az iparág egyes vállalatai/termékváltozatai oldaláról kiinduló ár-változtatások az említett vállalatok/termékváltozatok által lekötött vásárlóerők arányában váltanak ki — az *összes* kereslet %-ában megadott — saját-, illetve kereszt-árhatásokat.

A tanulmányunkban taglalt jelenségek bemutatására elsősorban a kereslet saját- és kereszt-árrugalmasságának viszonyát leíró azonosság(ok) rendszere (majd ennek „tükröképe”) szolgál logikai kontextusként. Az említett azonosság(ok) levezetését többek között Varian [1991] 6.10. *alfejezete* adja meg — eredetileg *kéttermékes*, de tetszés szerint további jószágfajtákkal bővíthető modellre vonatkozóan. Ennek megfelelően jelölje a továbbiakban  $X$  és  $Y$  a vizsgált iparágba tartozó javak fajtáját és mennyiségét, amikor  $Y$  —ha szükséges— az iparág  $X$ -en túli *összes többi* output-változatának együtteseként, vagyis ún. *kompozit jószágként* is felfogható.  $Z$  —mint a további ( $X$  és  $Y$  „környezetét” képező) iparágak termékfajtáinak aggregátuma— ugyancsak *kompozit jószágot* jelent.

Az említett azonosság nem más, mint

$$-s_x = s_x \varepsilon_x^x + s_y \varepsilon_y^x + s_z \varepsilon_z^x, \quad (1)$$

amikor

$$s_x = XP_x/I, \quad s_y = YP_y/I, \quad s_z = ZP_z/I \quad (2)$$

További jelölések:

- $\varepsilon_x^x = X$  keresletének saját-árrugalmassága,
- $\varepsilon_{y;Z}^x = Y$  és  $Z$  keresletének kereszt-árrugalmassága  $X$  árváltozása esetén,
- $s_{x;y;Z} =$  a termékfeleségek költségvetési részesedései,
- $P_{x;y;Z} =$  az outputok egységárai.

Megtakarítások hiányában igaz, hogy:

$$s_x + s_y + s_z = 1. \quad (3)$$

Mivel az (1) formulát —a termékindexek megfelelő alkalmazásával— a többi outputot exponálva is felírhatjuk, belátható, hogy tulajdonképpen a jószágfajták számának megfelelő *azonosság-rendszerrel* van szó.

### 3 Aggregált és aszimmetria keresleti görbék

Elsőként az *aggregált (iparági) keresleti függvényt* helyezzük górcső alá, amely az iparági output árszintje és a vásárlók által *együttesen* keresett mennyisége közötti viszonyt fejezi ki. Értelmezése egynemű javak esetén problémamentes, ha azonban *heterogén* termékekről van szó, akkor változóinak jelentése a termékegységek átváltási arányainak problematikája miatt nem magától értetődő. A függvény *általános* definíciójára törekedve ezért a magunk részéről célszerűnek tartjuk, ha a  $P$  „árszintet” *bázis súlyozású árindex*, a  $Q$  aggregált keresletet pedig *bázis súlyozású volumenindex* formájában adjuk meg valamely kiinduló értékhez képest. Belátható, hogy az iparági keresleti függvény

a preferenciák *homotetikus* jellege miatt a bázis súlyarányok alkalmazásakor az *optimális* jószágkombinációk pontjaival kapcsolatos „árszint-volumen” megfeleltetést implikál, feltéve, hogy a bázisállapot is optimális fogyasztói választást képviselt.

Az aggregált (iparági) kereslet árrugalmassága ( $\varepsilon_{\Sigma D}$ ) a függvény  $P$  változó szerinti elaszticitása, amelynek meghatározása akkor releváns, ha az iparág vállalatai kezdeményeznek/hajtanak végre — szimultán módon és uniform dinamikájú — árváltoztatást. Számítása az

$$\varepsilon_{\Sigma D} = dQ/Q_0 : dP/P_0 \quad (4)$$

$$(dP \rightarrow 0)$$

formulával történik, értéke pedig azt jelzi, hogy az ár 1 %-os, *egységes* változtatásának következményeként az iparági output iránti aggregált kereslet hány %-kal módosul.

Az aggregált keresleti függvény *menyiség* ( $Q$ ) szerinti elaszticitása is értelmezhető, ha az iparág vállalatai az *egységár helyett a kínálati tömeg vonatkozásában határoznak el* — ugyancsak szimultán és uniform arányú — változtatást. Ezt a továbbiakban az *ár iparági kínálati flexibilitásának* — rövidebben: *iparági árflexibilitásnak* — ( $\Phi_{\Sigma S}$ ) nevezzük, értéke pedig arra utal, hogy az iparági kínálat összetevőinek egységes, 1%-os módosítása hány %-os változást generál a keresleti (vagyis az iparág által *maximálisan érvényesíthető*) árban. Arról informál tehát, hogy ha elmozdul a piacra vitt terméktömeg, akkor relatíve milyen intenzitású árváltoz(tat)ás szükséges ahhoz, hogy a kereslet az új ár mellett éppen találkozzon az eladni kívánt mennyiséggel. Formulája az aggregált kereslet árrugalmasságának *reciproka*, azaz:

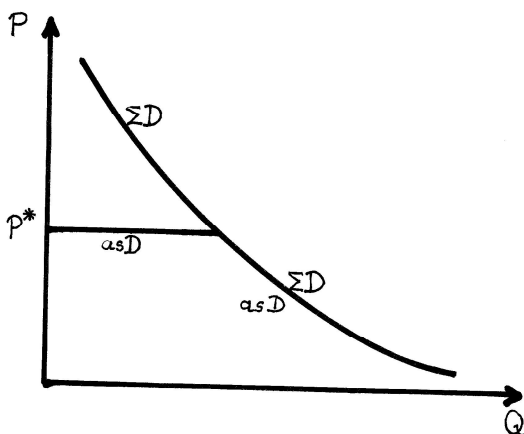
$$\Phi_{\Sigma S} = dP/P_0 : dQ/Q_0 = 1/\varepsilon_{\Sigma D} \quad (5)$$

$$(dQ \rightarrow 0)$$

Másodikként az „*aszimmetria*” típusú keresleti függvényekkel foglalkozunk, amelyeket Chamberlin [1933] vezetett be — eredetileg a monopolisztikus verseny elemzése céljából —, de a versenyző felek árharcának ábrázolásánál is hasznos módszertani segédeszköznek bizonyulnak. Ezek a függvények az iparág valamely vállalata által megállapított ár és az illető cég terméke iránt jelentkező, ehhez az árhoz rendelhető kereslet viszonyát fejezik ki, feltéve, hogy a rivális(ok) által érvényesített árszint *konstans*. E görbék — kellőképpen alacsony („saját”) árnál — az iparági keresleti görbében folytatódnak tovább, jelezve, hogy ilyenkor a cég elvileg (gyakorlatilag pedig kapacitásai függvényében) képes a másik (többi) versenytárs terméke iránti kereslet *teljes bekebelezésére*. Az aszimmetria görbék elaszticitása (*aszimmetria árrugalmasság*,  $\varepsilon_{asD}$ ) azt méri, hogy valamely vállalat saját terméke esetében elhatározott 1%-os árváltoztatás — *ceteris paribus* — hány %-os változást indukál a szóban forgó cég által vonzott keresletben.

A 2. ábrán *homogén* termékeket forgalmazó iparág esetére mutatjuk be az aggregált ( $\Sigma D$ ) és egy bizonyos vállalathoz tartozó aszimmetria keresleti görbe ( $asD$ ) viszonyát.  $P^*$ -gal az iparág *többi* vállalata által érvényesített

(konstans és egységes) árszintet jelöljük. A kereslet *végtelen árrugalmasságát* jelző, *vízszintes* pozíciójú görbe-részlet a javak *tökéletes helyettesítő* viszonyára, a vásárlóerőért folytatott verseny szorosságára utal. Ilyenkor a szereplők bármelyikének végtelenül kicsi eltérése a közös ( $P^*$ ) árszinttől a kereslet rendkívül dinamikus elmozdulását indukálja. Ez azzal magyarázható, hogy a konkurens(ek) termékére irányuló vásárlóerő az egységesnél éppen csak valamivel is kedvezőbb ár megállapításával elcsábítható, de ugyanilyen „hatékonyan” idegeníthetők, taszíthatók el a saját kuncsaftok is egy jelentéktelennek tűnő áremelés következtében.



2. ábra. Aggregált és aszimmetria keresleti görbék homogén iparág esetén

A termékek differenciáltságának növekedésével az aszimmetria-görbe (negatív) meredeksége nő, és ezért az iparági keresleti görbével alkotott találkozási pontja egyre alacsonyabb árszintre helyeződik, vagy akár el is tűnhet. (Jegyezzük azonban meg: ha a javak rokonsági viszonya már alig érzékelhető, a közös iparág —és emiatt az iparági keresleti függvény egzisztenciája— még a fentiekben adott értelmezési lehetőség ellenére is megkérdőjelezhető lesz.) Az aszimmetria árrugalmasság csökkenése ilyen esetben azzal magyarázható, hogy a fogyasztók bizonyos termékjellemzőkhöz való kötődése —„márkahűsége”— miatt a kereslet „ragadósabbá”, „viszkózusabbá” válik.

Az előbbieken bevezetett függvények, és a velük kapcsolatban tett megállapításaink illusztrálására ugyancsak az (1) azonosság kínál alkalmas logikai kereteket, amelyben  $\varepsilon_x^x$ , vagyis  $X$  keresletének saját-árrugalmassága tulajdonképpen nem más, mint a most bevezetett *aszimmetria-rugalmasság*. Az azonosság egyik fontos értelmezésmódja szerint az  $\varepsilon_x^x$ ,  $\varepsilon_y^x$ , és  $\varepsilon_Z^x$  rugalmasságok költségvetési részesedésekkel súlyozott átlaga  $-s_x$ -szel egyenlő, ami azt jelenti, hogy az  $X$  árufajta —*ceteris paribus*— 1%-os árváltozása esetén az *összes* (beleértve  $Z$ -t is) termék kereslete *átlagosan*  $s_x$  %-kal módosul az egységárral ellentétes irányban.

E megfogalmazás a fizikából ismert *impulzus-megmaradási törvényre* (Gamow – Cleveland [1977] 4. fej.) „rímél”, amelynek egyik —számunkra



fontos — interpretációja szerint egy több testből álló rendszerben az *egységnyi tömegre számított átlagos sebesség* (vektoriálisan) *állandó*. Ha a fizikai és közgazdasági jelenségek egymásra vonatkoztatása érdekében modellünk vállalatait (vagy az általuk gyártott outputhalmazt) költségvetési részesedéseknek megfelelő *tömegű* (de nem feltétlenül azonos *anyagú* és/vagy *állandó*) golyókkal, a saját- és kereszt-árrugalmasságokat pedig az egyes golyók *sebességével* azonosítjuk, akkor a törvényben emlegetett konstans átlagos sebesség sémánkra adaptálva  $-s_x$ -nek felelne meg.

Ez az átlag azonban az *egyes* golyók *konkrét* sebességének (ami a kinetikus energia elnyelődésének vagy éppen felszabadulásának mikéntjétől — tehát a golyók helyzetétől, minőségi tulajdonságaitól, ütközésük körülményeitől stb. — függ) sokféle variációja mellett teljesülhet, míg a közgazdasági modellben nem utolsósorban a jószágfajták különböző intenzitással és „mintázatban” érvényesülő helyettesítő, kiegészítő és/vagy független viszonyai eredőjeként alakul ki.

Induljunk most ki abból, hogy az egyik, meghatározott kezdő sebességgel rendelkező golyó ütközik a többi mozdulatlanmal, aminek hatására a rendszer (általában) összes tagjának sebessége módosul — bár ezek átlaga változatlan marad. Esetünkben ez azt jelenti, hogy valamely termék árváltoztatása miatt az illető áruféleség egy bizonyos  $|s_x TR|$  (ahol  $TR$  az iparág összbevétele) keresleti impulzussal rendelkezik, amely aztán — saját- és kereszt-árhatásokat kiváltva — valamilyen módon szétterül, ugyanakkor meg is marad a jószágfajták halmazán. (Jegyezzük meg: mivel az egyes árváltozások következtében — úgymond a „tárgyidőszakra” — tipikusan a költségvetési részesedések is módosulnak, egy minden részletre precízen figyelő modellben a „golyók” „ütközéseikkel” járó „tömegnyereségét vagy -vesztését” is figyelembe kellene venni „sebességük” kiszámítása során.)

Alakítsuk most át az (1) formulát az alábbi módon:

$$\frac{-s_x - s_Z \varepsilon_Z^x}{s_{ind}} = \frac{s_x \varepsilon_x^x + s_y \varepsilon_y^x}{s_{ind}} = \varepsilon_{ind}^x \quad (6)$$

ahol

$$s_{ind} = s_x + s_y \quad (7)$$

az iparág részesedése a *teljes* vásárlóerőből,  $\varepsilon_{ind}^x$  pedig az  $X$  — *ceteris paribus* — 1%-os árváltoztatásának átlagos hatása az iparág termékei iránti keresletre (ugyancsak %-ban kifejezve).

Analóg módon,  $Y$  termékfajta vonatkoztatva is igaz, hogy

$$\frac{-s_y - s_Z \varepsilon_Z^y}{s_{ind}} = \frac{s_y \varepsilon_y^y + s_x \varepsilon_x^y}{s_{ind}} = \varepsilon_{ind}^y \quad (8)$$

Itt jegyezzük meg, hogy az *iparági kereslet parciális átlag-rugalmasságai*:  $\varepsilon_{ind}^x$  és  $\varepsilon_{ind}^y$  — mint számításuk módja is tükrözi — csak *közvetett* módon kapcsolódnak keresleti görbékhez, szemben a kereszt-árrugalmasságokkal, amelyek az ún. keresztváltozós keresleti görbe elaszticitásait jelentik.

Egyszerűen belátható, hogy az *iparág* aggregált keresletének árrugalmassága *általánosságban* nem más, mint

$$\varepsilon_{ind}^x + \varepsilon_{ind}^y = -1 - \frac{s_Z}{s_{ind}}(\varepsilon_Z^x + \varepsilon_Z^y) = \varepsilon_{\Sigma D} \quad (9)$$

A formulából értelemszerűen következik, hogy ha az *iparág* ( $X; Y$ ) és környezete ( $Z$ ) által gyártott javak között egyáltalán nem léteznek keresleti kereszt-árhathatások,

- vagy azért, mert a kereszt-árrugalmasságok —az *elméletileg tiszta esetnek* megfelelően— *kölcsönösen*, „oda-vissza” zérus értéket vesznek fel, tehát

$$\varepsilon_Z^x = \varepsilon_Z^y = 0, \quad (10)$$

- vagy az illető környezet pusztja hiánya miatt, ha

$$s_Z = 0, \quad (11)$$

akkor

$$\varepsilon_{ind}^x = -s_x/s_{ind} = -\hat{s}_x \quad \text{és} \quad \varepsilon_{ind}^y = -s_y/s_{ind} = -\hat{s}_y. \quad (12)$$

Mivel pedig

$$(-\hat{s}_x) + (-\hat{s}_y) = -1, \quad (13)$$

ezért  $\varepsilon_{\Sigma D}$  értéke (5) alapján *kivételesen* saját reciprokával, az *iparági árflexibilitással* is egyenlő. Vegyük észre, hogy a környezetétől tökéletesen független *iparág* esetén kapott eredmények a *jól viselkedő preferenciák* érvényesüléséről tanúskodnak, hiszen

$$\varepsilon_{ind}^x + \varepsilon_{ind}^y = -1 = \varepsilon_{\Sigma D} \quad (14)$$

miatt

$$\varepsilon_{ind}^x/\varepsilon_{ind}^y = \hat{s}_x/\hat{s}_y \quad (15)$$

teljesül.

Térjünk azonban vissza a (9) összefüggéshez, amely a (6) és (8) formulák második tagjainak, valamint a (12)-ben bevezetett szimbólumok felhasználásával az

$$\varepsilon_{\Sigma D} = (\hat{s}_x \varepsilon_x^x + \hat{s}_y \varepsilon_y^x) + (\hat{s}_y \varepsilon_y^y + \hat{s}_x \varepsilon_x^y) = \hat{s}_x(\varepsilon_x^x + \varepsilon_x^y) + \hat{s}_y(\varepsilon_y^y + \varepsilon_y^x) \quad (16)$$

módon is felírható. Vezessük most be az

$$\varepsilon_x^x + \varepsilon_x^y = \varepsilon_x^{ind} \quad \text{és} \quad \varepsilon_y^y + \varepsilon_y^x = \varepsilon_y^{ind} \quad (17)$$

jelöléseket! Ezek az egyes jószágfajták keresletének ún. *szimmetria-rugalmasságai*, amelyek —mint az ugyancsak Chamberlin [1933] által definiált, dolgozatunkban azonban csupán másodlagos szerephez jutó— „*szimmetria*” keresleti görbék elaszticitásai azt mutatják meg, hogy ha az *iparág* vállalatai *egységesen és azonos irányban* 1%-kal változtatják termékeik árát, akkor

a vizsgált jószágfajta kereslete hány %-kal módosul. A (16)-ban is alkalmazva ezt a kategóriát észrevehető, hogy az iparág aggregált keresletének árrugalmassága a szimmetria-rugalmasságok költségvetési részesedésekkel súlyozott átlagaként nyerhető:

$$\varepsilon_{\Sigma D} = \hat{s}_x \varepsilon_x^{ind} + \hat{s}_y \varepsilon_y^{ind} . \quad (18)$$

További információkat szerezhethetünk  $\varepsilon_{ind}^x$  vagy  $\varepsilon_{ind}^y$  átlag-rugalmasságok tulajdonságáról, ha a (6), (8) és (9) formulák felhasználásával levezetjük az

$$\varepsilon_{ind}^x = \hat{s}_x \left[ \varepsilon_{\Sigma D} + \frac{s_Z}{s_{ind}} \left( \varepsilon_Z^y - \frac{\hat{s}_y}{\hat{s}_x} \varepsilon_Z^x \right) \right] , \quad (19)$$

általánosságban teljesülő összefüggést, amely a (10) vagy (11) által leírt esetekben ugyancsak a már ismert, (15) implikációt generálja.

A (19)-ből kiindulva azonban az is igazolható, hogy —habár a jól viselkedő preferenciák némileg idillikus, de reményeink szerint inkább a lényegyet kiemelő, és nem azt elfedő körülményeit feltételezve — az iparági kereslet  $X$  és  $Y$  árára vonatkozó átlag-rugalmasságai

- nem csupán az aggregált kereslet (mínusz) *egységnyi*, hanem *bármilyen* rugalmassága mellett, továbbá
- *homogén* termékek esetében *is* érvényes módon

az aggregált keresleti elaszticitás  $\hat{s}_x$ - (és  $\hat{s}_y$ -)szeresei.

Állításunk bizonyításához térjünk vissza a jól viselkedő preferenciák azon kritériumához, amely szerint az iparág egyes vállalatai/termékváltozatai oldaláról kiinduló árváltoztatások az említett vállalatok/termékváltozatok által lekötött vásárlóerők arányában váltanak ki — az összes kereslet %-ában megadott — saját-, illetve kereszt-árhatásokat. Ez a feltételezésünk az impulzus-megmaradás fizikai modelljében az egyes golyók — átlag körüli — konkrét sebességének alakulására vonatkozó megfontolással lenne egyenértékű, és az illető testekre ható erők „tömegekkel súlyozott” szimmetriájára utalna. Az ilyen szabályosság akkor lenne észlelhető, ha az egyes „ütközési” kísérleteket — természetesen az „aktív golyók” rotációjával — egymással egyébként mindenben megegyező körülmények (pozíciók, induló sebesség, ütközés jellege stb.) között hajtánánk végre. A kevésbé gondosan, de nagyon sokszor kivitelezett kísérletekben az említett szabályosság *statisztikai* érvényesülésére számíthatunk csupán.

A most vázolt kondíciókat keresleti modellünk (1) formulájára, és ennek  $Y$ -ra felírt párjára vonatkoztatva a

$$\frac{-s_x}{-s_y} = \frac{s_x \varepsilon_x^x + s_y \varepsilon_y^x + s_Z \varepsilon_Z^x}{s_y \varepsilon_y^y + s_x \varepsilon_x^y + s_Z \varepsilon_Z^y} = \frac{s_x \varepsilon_x^x}{s_y \varepsilon_y^y} = \frac{s_y \varepsilon_y^x}{s_x \varepsilon_x^y} = \frac{s_Z \varepsilon_Z^x}{s_Z \varepsilon_Z^y} \quad (20)$$

teljesül. A keresleti impulzus szabályos terjedésén alapuló modellünkben tehát (20)-ból következően igaz, hogy a termékfajták saját-árrugalmassága azonos, továbbá az is, hogy

$$\varepsilon_Z^y = \frac{s_y}{s_x} \varepsilon_Z^x \quad (21)$$

Ha a most nyert egyenlőséget (19)-ben érvényesítjük,

$$\varepsilon_{ind}^x = \hat{s}_x \varepsilon_{\Sigma D} \quad (22)$$

következik még akkor is, ha nem zárjuk ki az  $X; Y$  iparág és  $Z$  környezete közti *nem-szimmetrikus* keresleti interdependenciák létezését. Mivel *homogén* iparágon belül (amikor  $X$  és  $Y$  *tökéletesen helyettesítik egymást*) a keresleti impulzus szabályos terjedése eleve biztosított, hiszen nem deformálják a termékfajták eltérései, ezért a (20) és (21) triviálisan teljesül.

Figyelmeztetjük azonban az Olvasót, hogy az iparág *homogenitására* vonatkozó feltételezés — legalábbis ezen a ponton — modellünk egyértelműségét veszélyeztetheti. Az egyes vállalatok árváltoztatásai ugyanis eltérő implikációkhoz vezetnek attól függően, hogy szereplőink képesek-e kapacitásaikat kvázi határtalanul bővíteni (vagy „hősiesen” kihasználatlanul hagyni) a — tökéletes helyettesítőkre *elméletileg* jellemző — *végtelen* kereszt- és saját-árhatásokra reflektálva. Közelebről:

- ha a termelési szint viszonylag *merev*, akkor a kereslet —ármanipulációkat követő— átrendeződése *de facto* csupán korlátozottan valósulhat meg, melynek következtében nem kell az  $\hat{s}_x$  és  $\hat{s}_y$  hányadok szignifikáns módosulására számítani.
- Ha viszont az egyes cégek kibocsátásai *elasztikusan* tudnak a kereslet elmozdulásaihoz alkalmazkodni, akkor a relatíve nagy árhatások szabad kibontakozása a költségvetésből lefoglalt részek arányait radikálisan átalakítják.

Komoly dilemma előtt állunk tehát, hogy ilyen esetben a *bázis-* vagy *tárgy-időszaki* adatokat alkalmazzuk-e súlyokként azonosságainkban.

Az imént vázolt problémával találkozhatunk a *saját- (aszimmetria) ár-rugalmasságra* ható tényezők elemzésénél is. Ennek bemutatásához térjünk vissza ismét a (6) formula második tagjához, amelyet —továbbra is *jól viselkedő preferenciákat* feltételezve— behelyettesíthetünk (22) megfelelő helyére, majd ez utóbbiból kifejezhetjük  $\varepsilon_x^x$ -t:

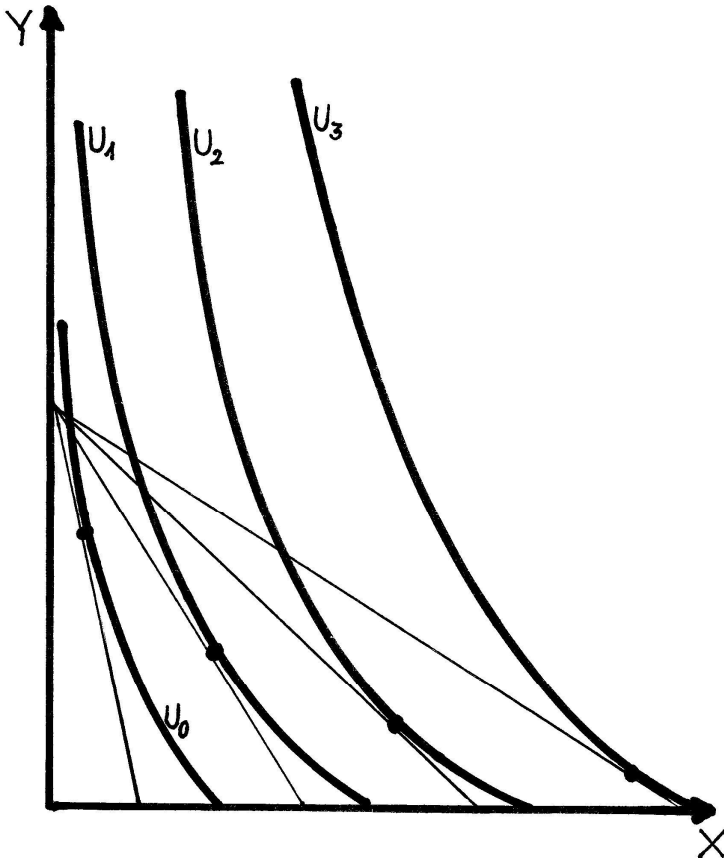
$$\varepsilon_x^x = \varepsilon_{\Sigma D} - \frac{s_y}{s_x} \varepsilon_y^x \quad (23)$$

A most nyert azonosság szerint

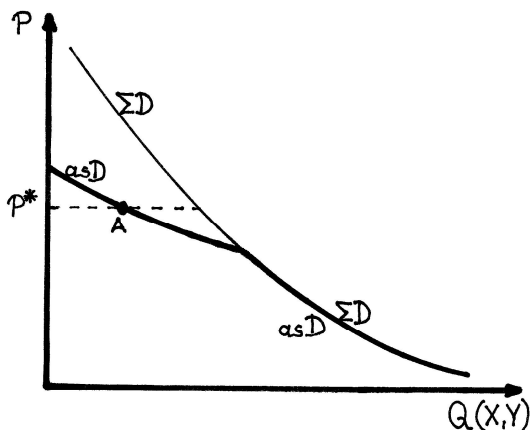
- *differenciált* javak mellett az  $X$  és  $Y$  közötti kereszt-árhatás viszonylag gyenge, s ezért a saját-árugalmasság (abszolút) értéke is kisebb lesz, mint ha  $X$  és  $Y$  *tökéletes helyettesítő* kapcsolatban állnának egymással. Ez utóbbi helyzetben ugyanakkor  $X$  árváltoztatása  $Y$  keresletének végtelenül rugalmas változását generálja, amivel összhangban az  $X$  termékénél mért saját-árugalmasság is végtelen szintet vesz fel. Tegyük azonban hozzá: szereplőink megfelelő kapacitástartalékait feltételezve.
- Ha viszont  $X$  vállalat/termék —kedvezőbb árszintje révén— a teljes iparági keresletet meghódítaná, akkor az új helyzetben,  $Y$  immáron

elenyészett költségvetési részesedése mellett az  $\varepsilon_x^x = \varepsilon_{asD}$  saját- (és egyben aszimmetria) árrugalmasság az aggregált keresleti elaszticitásnak megfelelő  $\varepsilon_{\Sigma D}$  értékkel lenne egyenlő.

A 3. ábrán a közömbösségi görbék rendszerében mutatjuk be, hogy —egy reprezentáns fogyasztó és heterogén iparág esetében— az  $X$  cég árcsökkentése miként vezet a teljes vásárlóerő elhódításához. (Az egyszerűség kedvéért itt feltételezzük, hogy a fogyasztó által e két termékfajtára költött jövedelem nagysága állandó, ezért elegendő, ha a fogyasztói térnek csupán  $XY$  metszetére koncentrálnunk.) A 4. ábrán ugyanezt a jelenséget a keresleti görbék síkjára képezzük le.



3. ábra. A vásárlóerő elhódítása az ár csökkentésével helyettesítő javak esetén



4. ábra. Az aggregált és aszimmetria keresleti görbék viszonyának magyarázata heterogén iparág esetén

Ábránk  $A$  pontjának helyzetéből következtethetünk arra, hogy ha a vállalat is az iparág által érvényesített  $P^*$  árszinten értékesít, milyen részesedést mondhat magáénak az ágazat termékei iránt megnyilvánuló összes keresletből és/vagy az iparág kibocsátásából. (Az  $A$  pont ártengelyhez való közelsége alacsony, az aggregált keresleti görbéhez való közelsége nagy részesedésre utal.) Abban az esetben, ha a versenytárs(ak) egységesen magasabb (alacsonyabb) nívón rögzíti(k) árai(ka)t, akkor az emiatt kibontakozó kereszt-árhatalás miatt a cég aszimmetria keresleti görbéje is magasabb (alacsonyabb) pozíciót vesz fel.

Fontos megjegyeznünk, hogy az aszimmetria keresleti görbék fordított (*menyiség*  $\rightarrow$  *ár*) értelmezése *nem releváns!* Ez ugyanis egy olyan „történetet” feltételezne, amelynek első lépéseként vállalatunk alaposan megnöveli kínálatát, a második lépésben pedig versenytársaink „udvariasan” csökkentik —ha nem is teljesen ugyanannyival— sajátjukét. Aztán a „sztori” záróakkordjaként —a partnerek e téren mutatkozó merevségével ellentétben— valamicskét engednénk az árból, hogy a piacon megjelenő árumennyiséget teljes egészében eladhassuk. Mivel tehát az aszimmetria típusú görbék *kizárólag olyan magatartás leképezésére alkalmasak, amely az árakat tekintve a vállalat(ok) döntési változójának*, ezért ezek esetében az árflexibilitás —habár kiszámítható— nem értelmezhető! Mint ahogy valamely betűsor általában csak az egyik irányból követhető ad értelmes szöveget, bár ha akarjuk, természetesen fordítva is olvashatjuk.

Ha viszont az asszimmetria görbék olyan viselkedést írnak le, amikor az ár tölti be a vállalat akcióparaméterének szerepét, felmerül a kérdés: kapcsolatban vannak-e —ha igen, hogyan— ezek a görbék a cégek ármeghatározó (vagy árelfogadó) jellegével?

Először is szögezzük le: az aszimmetria keresleti görbék —önmagukban— homályban hagyják, hogy a vállalatok *valóban* stratégiai eszközként kezelik, módosítják-e árakat, vagy nem, és arról sem tájékoztatnak, hogy egyik vagy másik viselkedésmód gazdaságilag mennyire racionális. Csupán arról infor-

málnak, hogy *ha — ceteris paribus — változtatnának* áraikon, mi történne az eladható mennyiséggel. Másodszor: természetesen lefoglalhatjuk az „ármeghatározó” kifejezést azokra a szereplőkre, melyek —mindegy, hogy milyen okból vagy milyen adottságok közepette, ésszerűen-e vagy sem— áraikat tekintik döntési változójuknak; az „árelfogadó” terminust pedig azokra, amelyekre ez a magatartás nem jellemző. Célszerűbbnek tartjuk azonban, ha a *tényleges, megfigyelhető* viselkedést mégsem ármeghatározónak *versus* árelfogadónak, hanem inkább az *árakra orientáltak* *versus* *kínálatra (mennyiségre) orientáltak* nevezük. A *price maker/price taker* fogalompárt ezzel szemben a vállalatok bizonyos *képességére* javasoljuk alkalmazni — függetlenül attól, hogy e képesség megnyilvánul-e magatartásukban, vagy látens marad-e, netán antagonizmusban a menedzsment piaci megnyilvánulásaival. Mint ahogyan hétköznapjainkban sem teszünk automatikusan egyenlőségjelet például a valódi szakácsok és azok közé, akik ételek készítésére szánják el (nemritkán felelőtlen módon) magukat. Megfontolásaink értelmében tehát *az aszimmetria keresleti görbék pozíciója az iparági outputok helyettesítő viszonyának szorosságára utal, amely —mint tanulmányunk további részeiből kiderül— nincs kapcsolatban a kínálati szereplők általunk értelmezett ármeghatározó versus -elfogadó lehetőségével.*

## 4 Az árelfogadó/ármeghatározó piaci pozíciók logikai elemei. Reziduális keresleti görbék. Az árflexibilitás és a piaci hatalom kapcsolata

De mit is értünk a dolgozatunk fókuszába emelt fogalmak jelentésén? Felfogásunknak megfelelően *árelfogadónak* nevezük *azt a vállalatot, amely*

- *kínálatának parciális, a többi szereplőtől elszigetelt változtatásával nem (lenne) képes outputja keresleti árára hatni (vagyis nem lenne képes dömpinghatást vagy éppen hiányt előidézni a piacon), továbbá*
- *az árakra orientált viselkedés sem lenne számára racionális.*

*Ármeghatározó* ezzel szemben *az a szereplő, amely*

- *kínálatának — ceteris paribus — változtatásával befolyásolni tudja/tudná a keresleti árat, és*
- *a kínálatorientált viselkedés mellett az árakra orientált magatartás is eszköztárának racionális eleme lehet.*

A szakirodalom jelentős — bár korántsem egyértelműen hegemon — része hasonló tartalmú (bár esetenként oda nem illő motívumokkal „fűszerezett”, eklektikus) definíciókat nyújt (lásd még pl. *Henderson – Quandt* [1971] 104-105. o., *Heyne* [1991] 187. o., *Pearce* [1993] 446.o., *Samuelson – Nordhaus*

[2003] 150. o., Schumann [1998] 168-169. o. stb.). Mi azonban ennél tovább megyünk, és megpróbáljuk egzakt logikai környezetben elhelyezni a fogalmak mögött álló jelenségeket, kiküszöbölve a szakforrások gyakran következtelen, pongyola szóhasználatából eredő csúsztatásokat. Ennek érdekében vezetjük be az *ár vállalati kínálatra reagáló flexibilitásának* —röviden: *vállalati árflexibilitás*— ( $\varphi_S$ ) fogalmát, amellyel egy cég *price maker/price taker* potenciálját mérhetjük. Értéke azt mutatja meg, hogy valamely iparági szereplő kínálatának 1%-os, *ceteris paribus* változása hány %-os elmozdulást generál a keresleti árban. Pontosabb meghatározását dolgozatunk I. részében *homogén* javakat termelő iparágra vonatkozóan végezzük el.

Mivel a vállalati árflexibilitás számításánál feltételezzük, hogy az iparági kínálat növekedése ( $dQ$ ) *egyetlen* vállalat kibocsátásának változása miatt következett be, és eredetileg az illető cég az iparág teljes termelésének *s*-ed részét állította elő, ezért igaz, hogy:

$$s = q_0/Q_0, \quad (24)$$

ahol  $q_0$  az említett vállalat kiinduló kibocsátási szintje, és értelemszerűen teljesül, hogy

$$0 \leq s \leq 1, \quad (25)$$

valamint

$$q_0 = s \cdot Q_0. \quad (26)$$

A vállalati árflexibilitás formulája ennek megfelelően:

$$\varphi_S = dP/P_0 : dQ/Q_0 \cdot s, \quad (dQ \rightarrow 0), \quad (27)$$

amelynek értelmében az is teljesül, hogy:

$$\varphi_S = \Phi_{\Sigma S} \cdot s. \quad (28)$$

Ha most felhasználjuk az iparági árflexibilitás és az aggregált kereslet ár rugalmassága között fennálló, (5) reciprokt viszonyt, akkor láthatóvá válik, hogy:

$$\varphi_S = s/\varepsilon_{\Sigma D}, \quad (29)$$

vagyis egy cég ármeghatározó pozíciójának erőssége azonos irányban változik a vállalati kibocsátás iparágon belüli részesedésével ( $s$ ), és fordított irányban mozdul el az aggregált kereslet ár rugalmasságához ( $\varepsilon_{\Sigma D}$ ) képest. Az ármeghatározó (-elfogadó) pozíció megszerzésére tehát akkor lehet számítani, ha

- a vállalat termelése minél nagyobb (kisebb) hányadát képviseli az iparág teljes kibocsátásának, vagy/és
- minél rugalmatlanabban (rugalmasabban) reagál a teljes kereslet az árak változására.

Konvencionális (és némileg önkényes) módon *a vállalatot ármeghatározónak* (-elfogadónak) tekinthetjük, ha kínálat (abszolút értékben) 1-nél nagyobb (kisebb) árflexibilitással jellemezhető.



$s$	$\longrightarrow 0$ ( $\rightarrow$ árelfogadó)	$\longrightarrow 1$ ( $\rightarrow$ ármeghatározó)
$\varepsilon_{\Sigma D}$		
$\longrightarrow 0$ ( $\rightarrow$ ármeghatározó)	?*	Meghatározó
$0 \longrightarrow$ (semleges)	Elfogadó	Meghatározó
$\longrightarrow \infty$ ( $\rightarrow$ árelfogadó)	Elfogadó	Elfogadó**

5. ábra. A vállalat árelfogadó vagy ármeghatározó pozíciójának tényezői

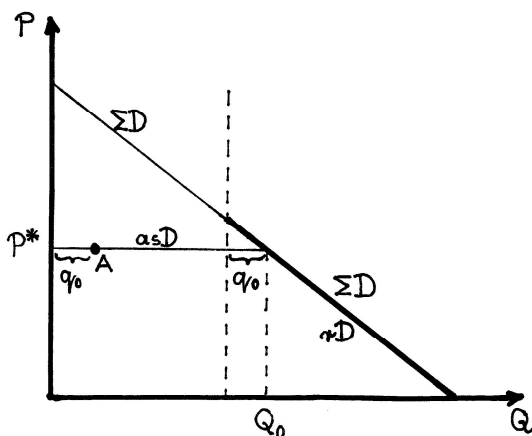
Az árflexibilitásra ható tényezők mértékei természetesen a legkülönbözőbb kombinációkban találkozhatnak: erősíthetik, vagy akár gyengíthetik is egymás hatását. Az egyes lehetőségekhez kapcsolódó következtetéseket összesítettük az 5. ábrán.

A táblázat bal felső rovatában található, csillaggal ellátott kérdőjel arra utal, hogy az árflexibilitás szintjét befolyásoló tényezők ekkor *ellentétes* irányban és nehezen összemérhető módon fejtik ki hatásukat, eredőjük ezért bizonytalan. A jobb alsó sarokban szereplő, dupla csillaggal megjelölt kifejezés ugyanakkor azt jelzi, hogy habár az árbefolyásoló pozíció milyensége ezúttal is ellentétes erők függvényében alakul, mégis biztosak lehetünk, hogy ez esetben a vállalat *árelfogadó* helyzetbe kerül. Belátható ugyanis, hogy ha a piaci kereslet tökéletesen rugalmas, az aggregált keresleti görbe vízszintes, akkor az *iparágnyi méretű* cég kínálata sem képes a piaci ár befolyásolására.

A továbbiakban azonban vizsgáljuk meg alaposabban, hogy a most bevezetett vállalati árflexibilitás *közvetlenül* milyen keresleti görbéhez is kapcsolódik valójában! A szóban forgó függvény —még ha elsősorban nem is a tanulmányunk tárgyát jelentő kontextusban— jól ismert a vállalatok kínálatorientált viselkedését feltételező Cournot-féle duopólium egyes interpretációiból: nem más, mint a *maradék* (vagy *reziduális*) *kereslet görbéje* ( $rD$ ). Azt mutatja meg, hogy milyen egységárat (keresleti árat) érvényesíthet a (homogén) iparág, ha egy bizonyos vállalata különböző kibocsátási szintekkel csatlakozik a többiek *konstans* (éppen érvényes) kínálatához. A 6. ábrán vastag vonallal jelöltük a cég maradék-keresleti görbét, amely —mint látjuk— az aggregált keresleti görbe bizonyos szakaszának szaggatott vonallal történő leválasztásával jön létre. Elnevezése abból a hipotézisből ered, hogy a vállalat a többiek által szabadon hagyott („megmaradt”) piaci rést (illetve az ennek megfelelő aggregált keresleti görbe-részt) töltené be kínálatával. Az ábra —amely egy *oligopol* iparágra utal— az aszimmetria görbével való viszonyt is tükrözi, egyúttal a vállalat és az iparág kezdő kibocsátásának ( $q_0$  illetve  $Q_0$ ) nagyságát is feltünteti mindegyik keresleti görbe rendszerében.

A vállalati árflexibilitás a most definiált görbe *mennyiség* szerinti elaszticitásával egyenlő. A szakirodalom —mint tanulmányunk második részében majd látni fogjuk— általában „jótékony” homályban hagyja, és/vagy oda nem illő motívumokkal „gazdagítja” az árelfogadó/ármeghatározó képességre

utaló (ún. „vállalati”) keresleti görbe genézisét, továbbá előszeretettel emlegeti annak *árrugalmasságát*. Ez azért helytelen, mert a *maradék keresleti görbe ár  $\rightarrow$  mennyiség irányú értelmezése, és ily módon az ár szerinti elasticitása sem releváns*. Nagyon erőltetett, valószerűtlen történet ugyanis, amelyben egy iparág összes vállalata egységesen határoz az érvényesíteni kívánt ár változtatásáról, melynek (bármilyen előjelű) keresleti konzekvenciái —ki tudja miért— *egyetlen* partnerre hárulnak. Jegyezzük tehát meg: a kereslet saját- (aszimmetria) rugalmassága és a vállalati árflexibilitás *értékei* —annak ellenére, hogy képleteik megtévesztő módon egymás inverzei— nem állnak reciprok viszonyban, hiszen *nem ugyanazon* keresleti görbe viselkedését jellemzik.



6. ábra. A maradék, aszimmetria, és az aggregált keresleti görbék viszonya homogén iparág esetén

A vállalati árflexibilitás, a termékár és —az ábrán ugyancsak képviseltett— határbevétel ( $MR$ ) között az

$$MR = P(1 - |\varphi_S|) \quad (30)$$

formulával kifejezhető kapcsolat írható fel, amelynek levezetése többek között ugyancsak fellelhető Varian [1991] könyvében (346-347. o.). A szerző azonban, amikor a most közölt alakhoz ér, jellemző módon így folytatja: „Mi lesz a zárójelben lévő második tag? *Nem, sajnos ez nem az árrugalmasság*, de igen közel van hozzá. Ez a rugalmasság reciproka.” (uo., *B.J.* kiemelése). Majd a számára „értelmetlen”, *nem nevesített* tagot —az ár kínálati flexibilitását— a jól ismert (?) árelaszticitás inverzeként szerepeltetve végre sikerül „megnyugtató” formára hoznia a képletet.

A (30) összefüggés az árflexibilitás és a vállalat *gazdasági erőfölényének* viszonyát taglalva bizonyul számunkra hasznosnak. De mit is kell értenünk gazdasági vagy piaci erőfölényen? „Minden olyan esetben, amikor egy vállalat képes befolyásolni a termékeiért kapott árat, azt mondjuk, hogy a vállalat monopolerővel (monopoly power) vagy piaci erőfölénnyel (market power) rendelkezik. [...] Ezeket a] fogalmakat [...] használják annak leírására, hogy a

versenyzői szintnél (a határköltségnél) magasabb ár profitot eredményez” — fogalmaz Carlton és Perloff ([2003] 122. o., *B.J.* kiegészítése és kiemelése). E definíció alapján viszont természetesnek tűnik, hogy a piaci hatalom mérésére — legalábbis egyfajta lehetőségként — a kínálat árflexibilitását alkalmazzuk.

Ha a (30) formulából  $|\varphi_S|$ -t kifejezzük, akkor az

$$|\varphi_S| = \frac{P - MR}{P} \quad (31)$$

összefüggést nyerjük, amelynek értéke *valamely kibocsátási szintnél az ár és határbevétel közötti rés relatív nagyságát méri a teljes árhoz képest*. Elemzésével arra a következtetésre jutunk, hogy egy meghatározott termelési tartomány fölött *a keresleti- és határbevétel-görbe relatív távolsága a cég ármeghatározó képességével van kapcsolatban*. Tiszta versenyző vállalat esetén például — amikor a rendkívül alacsony termelési nívo mellett a két görbe közötti rés elenyésző — az árflexibilitás (vagyis a piaci hatalom) várakozásainknak megfelelően *zérus*. Egyúttal belátható, hogy *magas kibocsátási nagyságok felé haladva* — a keresleti és *MR*-görbék távolodásával —  $|\varphi_S|$ , vagyis *a monopolerő szintje is egyre nagyobb*.

Az „erőfölény” terminushoz azonban a *normál profit nívóját meghaladó nyereségesség* képzete is erősen kapcsolódik. Erre fókuszál *A. Lerner* orosz származású angol közgazdász ötlete, aki az 1900-as évek közepén a monopolista hatalom mérésére szolgáló legismertebb eljárást dolgozta ki. Gondolatmenete szerint a gazdasági erőfölény fokát jól tükrözi, hogy *a kibocsátás bizonyos szintjét feltételezve* mennyire képes a vállalat (a profit javára) megdézsmálni a fogyasztói többletet. Mivel a fogyasztói többlet lefölözése attól függ, hogy mennyire tér el az érvényesített ár a tiszta versenyző piacon érvényes nagyságától, vagyis a határköltségtől, a *Lerner-index* (*L*) ezt a különbséget fejezi ki valamely kínálathoz tartozó keresleti ár %-ában. Ennek értelmében — az egyszerűség kedvéért feltételezve a vizsgált cég határ- és átlagköltség-görbéinek *vízszintes* (egymást fedő) pozícióit — a monopolerő foka nem más, mint

$$L = \frac{P - LMC}{P}, \quad (32)$$

ahol *LMC* a (hosszú távon érvényes) határköltség.

Belátható, hogy az index nagysága

- a *tiszta versenyző* vállalatra jellemző kibocsátásnál *zérus*, hiszen

$$LMC = MR \rightarrow P \quad (33)$$

érvényesül,

- *alacsonyabb kibocsátási szinteknél magasabb*, hiszen a maradék-keresleti görbe mentén az egységár ebben az irányban emelkedik, továbbá
- az *árbevétel profitfedezeti részének %-aként* is értelmezhető.

Lerner szerint tehát a cég annál erősebben érvényesíti monopolhatalmát, minél nagyobb szűkösséget teremt a piacon, vagyis minél kisebb kínálattal jelentkezik, hiszen ekkor az ár és a határ- (átlag-) költség közötti rés tágul. Vegyük észre, hogy a Lerner-index —furcsa módon— a piaci hatalom éppen *ellentétes* irányú változását jelzi az árflexibilitáshoz képest, ha a kibocsátás növekszik vagy csökken. Ez a paradoxon azonban látens marad, ha a szakírók által követett —Lerner eredeti koncepcióját némileg nagyvonalúan kezelő— szokás szerint *a cég erőfölényét az optimális kibocsátási szintjénél mérjük*. Itt a határköltség és határbevétel egyenlőségének köszönhetően a két megközelítés azonos értéket ad, vagyis

$$L = \frac{P - (MC = MR)}{P} = |\varphi_S| = s/\varepsilon_{SD} . \quad (34)$$

Ha azt is feltételezzük, hogy az iparág azonos méretű vállalatokból áll, akkor Carlton és Perloff könyvéből meggyőződhetünk róla, hogy a vállalati árflexibilitás mértéke —a Lerner-index közvetítésével— a piaci koncentrátságra utaló Herfindahl–Hirschmann-indexszel ( $H$ ) is kapcsolatba hozható ([2003] 301. o.):

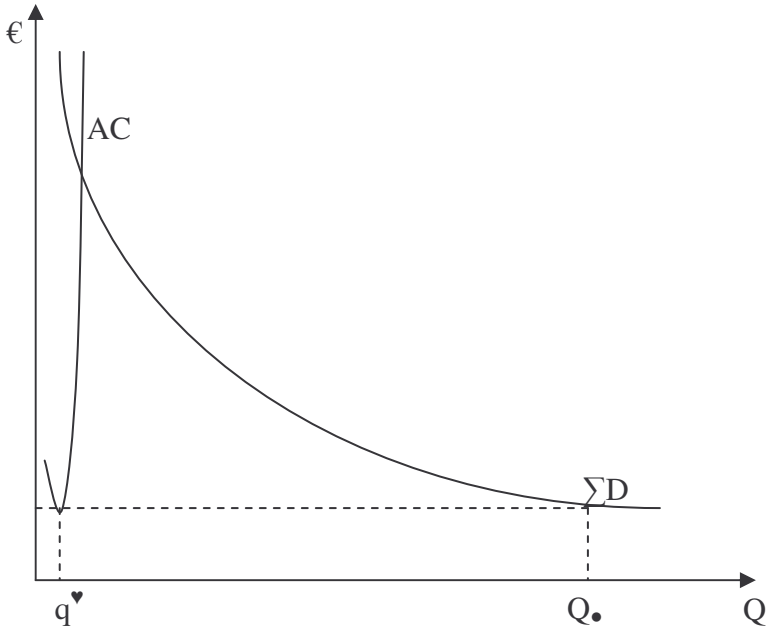
$$|\varphi_S| = L = H/\varepsilon_{SD} . \quad (35)$$

Végül el kell oszlatnunk egy gyakori félreértést, amely szerint a vállalat piachoz mért nagyságától —vagy fordítva: a piac vállalathoz viszonyított méretétől— függne a cég árbefolyásoló képessége. Ehhez azonban előbb definiálnunk kell *a piac relatív méretét* (viszonylagos szűkösségét-tágasságát), amely egy iparág reprezentáns vállalatának esetében az az *arány, amely az átlagköltség- (AC-) görbe minimumának nivóján mért piaci összkereslet és az optimális üzemnagyságnak megfelelő kibocsátás között áll fenn*. A kereslet (piac) relatív mérete végső soron arról tudósít, hogy *hány azonos méretű vállalat „férne” el a piacon oly módon, hogy éppen megtérülnének költségeik*. A 7. ábrának megfelelően ez a

$$\Psi = Q_{\bullet}/q^{\heartsuit} \quad (36)$$

képlettel határozható meg. Minél nagyobb  $\Psi$ , a piac annál „tágabbnak” számít a vállalathoz képest.

A hétköznapi gondolkodás alapján elvárnánk, hogy egy, a piachoz képest „porszemnyi”, miniatűr vállalat *árelfogadó* legyen. Ez az anticipáció azonban két *különböző*, tehát nem mindig együtt fellépő jelenség: a cég —piachoz viszonyított— elenyésző méretének, *versus* jelentéktelen iparági részesedésének azonosításából, összekeveréséből ered. Könnyen belátható ugyanis, hogy az alacsony iparági részesedés ugyan majdnem mindig implikálja a vállalat kis méretét, fordítva azonban ez nem igaz.



7. ábra. A piac relatív mérete

Ábránk éppen arra világít rá, hogy ha egy *hiperbola* írja le legjobban a piaci ár és az aggregált vásárlási szándék viszonyát, akkor egy *rendkívül kis kapacitású*, s ezért *nagyon tág piacon* megjelenő *monopólium* kínálatának árflexibilitása *egységnyi*, kvázi *ármeghatározó* státuszt indikáló. Egy *ugyanekkor*, *de sok, hasonló méretű vállalat társaságában működő* cég kínálata ezzel szemben alacsony flexibilitású lesz — nem utolsósorban a maradék-keresleti görbe függőleges *tengelymetszetének* létéből fakadóan. A piacot *kitöltő* cég ugyanakkor nem lehet *price taker* szereplő, hiszen *AC*-görbéjének minimuma és a piaci keresleti görbe közötti kis távolság csak ez utóbbi negatív meredeksége, tehát a (29) nevezőjének alacsony rugalmassága mellett jelenhet meg.

## 5 Összegzés

Tanulmányunk eddigi fejezeteiben az árelfogadó/ármeghatározó fogalmak egzakt tartalmi meghatározására tettünk kísérletet. Ennek során fontosnak tekintettük, hogy e kifejezéseket a vállalatok bizonyos *képességeire* alkalmazzuk, szemben az *árakra orientált* versus *kínálatra (mennyiségre) orientált* megjelölésekkel, amelyeket a valóban megfigyelhető — de a képességeket nem mindig tükröző — piaci *viselkedés* irányultságának jellemzésére javasolunk.

A dolgozatban *árelfogadóként* definiáltuk azokat a vállalatokat, amelyek *kínálatuk parciális változtatásával nem tud(ná)nak outputjuk keresleti árára hatni*, továbbá az *árakra orientált viselkedés sem lenne számukra racionális*.

*Az ármeghatározók körébe soroltuk ezzel szemben azokat a szereplőket, amelyek kínálatuk — ceteris paribus — módosításával képesek (lennének) befolyásolni a keresleti árat, az árakra orientált magatartás pedig ezzel összhangban eszköztáruk racionális eleme lehet.*

Törekedtünk arra is, hogy rávilágítsunk a *price taker* szereplők vízszintes, és a *price maker* szereplők negatív meredekségű — egyfajta rekvizitumként szolgáló — keresleti görbéinek valódi természetére és jelentésére. Ezt azért éreztük rendkívül lényegesnek, mert mint bemutattuk, a szakirodalmi források — főként felületesen — hajlamosak arra, hogy az ár elfogadó pozíciót a *homogén*, az ármeghatározó pozíciót pedig a *heterogén* verseny attribútumának tartásák, az ilyen vagy olyan helyzetű görbékkel (azok ár rugalmasságával) pedig e téves koncepciót hordozó eseteket jellemezzék. Figyelmeztettünk tehát, hogy a verseny homogén/inhomogén és a szereplők ár elfogadó/ármeghatározó tulajdonsága a piaci típusok két, egymástól független logikai eleme, amelyek karakterizálására kétféle keresleti görbe (aszimmetria és reziduális) különíthető el. Ezek közül az aszimmetria görbék meredeksége az iparági outputok helyettesítő viszonyának szorosságára utal, amely nincs közvetlen kapcsolatban a kínálati szereplők általunk értelmezett ármeghatározó versus -elfogadó lehetőségével. A maradék-keresleti görbe vállalat által „belátható” szakasza ugyanakkor éppen ez utóbbi vonatkozásban nyújt információkat, míg a verseny szorosságának jelzésére direkt módon nem alkalmas.

Nem véletlen, hogy a kétféle keresleti funkció analízise során külön-külön vagy csak az „egyenes” ( $\text{ár} \rightarrow \text{mennyiség}$ ), vagy csak az „inverz” ( $\text{mennyiség} \rightarrow \text{ár}$ ) megközelítés tekinthető relevánsnak. Azaz, mivel az aszimmetria típusú görbék olyan magatartás leképezésére predesztináltak, amely az árakat tekinti a vállalat(ok) döntési változójának, ezért ezek esetében — értelmes módon — a kereslet ár rugalmassága határozható meg. A maradék-keresleti görbe ugyanakkor — mivel a vállalati kínálat piaci árra gyakorolt hatását szemlélteti — az ár kínálati flexibilitásával jellemezhető. Ez utóbbi nagyság — amelyről megállapítottuk, hogy a vállalat piaci részesedésével arányosan, az aggregált kereslet ár rugalmasságával pedig fordított irányban alakul — egyúttal egy cég *price maker/price taker* potenciáljának mérésére is szolgál. Az ármeghatározó (-elfogadó) pozíció megszerzésére eszerint akkor lehet számítani, ha

- a vállalat termelése minél nagyobb (kisebb) hányadát képviseli az iparág teljes kibocsátásának, vagy/és
- minél rugalmatlanabban (rugalmasabban) reagál a teljes kereslet az árak változására.

Cikkünk első részében *homogén* iparág körülményei között vizsgáltunk. A tanulmány második részében eredményeinket egy olyan modell keretei között kívánjuk általánosítani, amely — egyformán befogadva a sokszereplős versus monopolista, más szempontból a *homogén* versus *differenciált* iparág specifikumait — a végleteket határesetként kezeli.

## Irodalom

1. Bara Z. (1989): Piaci formák, piaci szerkezetek. In: Kopányi M. (szerk.) *Mikroökonómia*, Economix, Budapest
2. Barancsik J. (1998): *A fogyasztói többlet: Egy közgazdasági kategória története*, Janus Pannonius Egyetemi Kiadó, Pécs
3. Bator, F. M. (1958): The Anatomy of Market Failure, *The Quarterly Journal of Economics*, 8.
4. Blaug, M. (2003): Elmélet-történetet ne! Közgazdászok vagyunk! In: *Tan-történet és közgazdaságtudomány* (szerk. Bekker Zsuzsa), Aula, Budapest, 233–256.old. [*Journal of Economic Perspectives*. vol. 15, pp. 145–164., 2001]
5. Carlton, D. W. — Perloff, J. M. (2003): *Modern piacelmélet*, 3rd, Panem, Budapest [Pearson Education, Inc., publ. as Addison Wesley Longman & Comp., 2000]
6. Chamberlin, E. H. (1933): *The Theory of Monopolistic Competition*, Cambridge of Mass., Harvard University Press
7. Coase, R. H. (2004a): A vállalat természete, In: A vállalat, a piac és a jog, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 53–83. o. [*Economica*, új sorozat, 4. évf., november, 386–405. p., 1937]
8. Coase, R. H. (2004b): Megjegyzések a társadalmi költség problémájához, In: A vállalat, a piac és a jog, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 215–254. o. [In: *The Firm, the Market, and the Law*. University of Chicago Press, Chicago, 1959]
9. Daubner K. — Vági M. (1993): Oligopol piac és monopolisztikus verseny. In: Kopányi M. (szerk.) *Mikroökonómia*, Műszaki Könyvkiadó — AULA, Budapest
10. Friedman, M. (1986): A pozitív közgazdaságtan módszertana, In: *Infláció, munkanélküliség, monetarizmus* (vál.), KJK, Budapest [In: *Essays in Positive Economics*, The University of Chicago Press, 3–43., Chicago, 1953]
11. Gamow, G. — Cleveland J. M. (1977): *Fizika*, Gondolat, Budapest [Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, N.J., 1969]
12. Heisenberg, W. (1975): *A rész és az egész: Beszélgetések az atomfizikáról* (vál.), Gondolat, Budapest
13. Henderson, J. M. — Quandt, R. E. (1971): *Microeconomic Theory: A Mathematical Approach*, McGraw-Hill Book Company, New York, London
14. Heyne, P. (1991): *A gazdasági gondolkodás alapjai*, Tankönyvkiadó, Budapest [Macmillan Publ. Comp. 3rd ed., New York, 1991]
15. Kornai J. (1997): Előszó Scitovsky Tibor könyvéhez. In: *Egy „büszke magyar” emlékiratai*, Közgazdasági Szemle Alapítvány, Budapest
16. Lerner, A. P. (1943): The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power, *Review of Economic Studies* 6
17. Marshall A. (1930): *Principles of Economics*, Macmillan and Co., Limited St Martin's street, London
18. Mátyás A. (1999): *A modern közgazdaságtan története*, Aula, Budapest
19. Neumann J. (1965): *Válogatott előadások és tanulmányok*, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest
20. Olson, M. — McFarland, D. (1962): The Restoration of Pure Monopoly and the Concept of the Industry, *Quarterly Journal of Economics* 4

21. Pearce, D. W. (szerk.) (1993): *Macmillan Dictionary of Modern Economics — A modern közgazdaságtan ismerettára*, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest
22. Porter, M. E. (1993): *Versenysztratégia*, Akadémiai Kiadó, Budapest [Free Press, A Division of Macmillan, Publ. Co., New York, 1980]
23. Samuelson, P. A. — Nordhaus, W. D. (2003): *Közgazdaságtan*, 16. ed., KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó, Budapest [McGraw-Hill Comp. Inc. New York, 1998]
24. Schumann, J. (1998): *A mikroökonómiai elmélet alapvonásai*, 6. ed., JATE-Press, Szeged [Auflage Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 1992]
25. Scitovsky T. (1951): *Welfare and Competition*, Allen & Unwin, London
26. Scitovsky T. (1997): *Egy „büszke magyar” emlékiratai*, 3. ed., Közgazdasági Szemle Alapítvány, Budapest
27. Stigler, G. J. (1989): Verseny, In: *Piac és állami szabályozás (vál.)*, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest [In: International Encyclopedia of the Social Sciences, vol. 3., Crowell-Collier and Macmillan Inc., 1968]
28. Triffin, R. (1940): *Monopolistic Competition and General Equilibrium Theory*, Harvard University Press, Cambridge, Mass.
29. Varian, H. R. (1991): *Mikroökonómia középfokon: Egy modern megközelítés*, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest [W. W. Norton & Comp., New York, London, 1987]
30. Zalai E. (2000): *Matematikai közgazdaságtan*, KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó, Budapest

#### A CONTRIBUTION TO THE CLARIFICATION OF „PRICE TAKER” AND „PRICE MAKER” TERMS

Our paper contributes to the clarification of Scitovsky's concepts written in the title that are often used without due foresight in standard microeconomics. In the first part of the paper, we examine (at first, within a *homogenous* industry) the reasonable ways of explaining and quantifying the agents' price taking/price making behaviour (in the *supply* side of the economy). While paying special attention to the examination of the *demand* side rules as a logic context, we attempt to answer the following questions: What is the difference between the „price maker” company and the „price-oriented” company? Why does the demand curve that indicates the *price taker (maker)* position lack price elasticity? How is the degree of the companys' price making capacity related to the degree of monopolistic power and the relative capaciousness of the market?