

Verkafólkið verður sífellt fátækara og loks hrynur allt kerfið til grunna af sjálfu sér í tilraunum sínum til að hreinsa út eigin orku, orku sem er sjálfur gildisaukinn. Samkvæmt kenningum Marx er hið stéttlausa þjóðfélag handan við hornið.

Skipting þegnanna sem byggðist á eignarhaldi á framleiðslutækjunum er horfin. Þegar þjóðfélagið eignast sjálft öll framleiðslutækin er grunninum kippt undan slíkri skiptingu. Marx kallaði þessa þróun markaðskerfisins hreyfilögmál þess eins og fyrr segir. Hann spáði því að svona myndi fara og sumir spádóma hans hafa ræst. Gróðinn hefur tilhneigingu til að minnka nema hjá einokunarfyrirtækjunum.

Eina leiðin til að fyrirtækin geti viðhaldið gróðanum til fram-búðar er vöxtur hagkerfisins. Þessi vöxtur kallar á sífelldar tækni-framfarir og hér komum við að öðrum spádómi Marx. Það er hin sífellda leit framleiðendanna að nýjum vélum og nýrri tækni. Marx spáði því að hagkerfin myndu einkennast af endurteknum hagsveiflum og þar hafði hann rétt fyrir sér. Hann spáði því líka að fyrirtækin yrðu sífellt stærri. Þessi spá var mjög sérstök árið 1867 þegar flest fyrirtæki voru smá og stór fyrirtæki heyrðu til algjörra undantekninga.

Margt í líkani Marx hefur reynst vel til þess að spá fyrir um þróun markaðskerfisins. En hvað um þann spádóm að slík hagkerfi muni að endingu líða undir lok? Sumir benda á að blönduð hagkerfi hafi reyndar alls staðar komið í stað markaðskerfa. Þetta er m.a. vegna þess óstöðugleika sem óheft markaðskerfi búa við og ekki síður vegna þess félagslega óréttlætis sem einkennir slík kerfi.

Verkefni

- 1 Segðu frá kenningum Karls Marx um það hvernig fullkomið markaðskerfi muni eyða sér sjálft.

Markaðsöflin – eftirspurn og framboð

6

Eftirspurn

Það er verðið og tekjur kaupendanna sem ráða mestu um það hversu margar máltíðir eru keyptar og seldar á degi hverjum á ákveðnum matsölustað. Því lægra verð sem er á máltíðunum og því hærri sem tekjur neytenda eru þeim mun fleiri hafa tók á að kaupa mat í hádeginu – eða, svo að notað sé orðfæri hagfræðinnar, þeim mun meiri er eftirspurnin eftir mat á markaðnum.

Enda þótt menn hafi góðar tekjur og verðið sé ekki ýkja hátt getur vel verið að þeir kjósi heldur að kaupa sér samloku og kók í staðinn fyrir heitan mat. Samanburður á verðinu á samloku og kók og verðinu á máltíðinni í matsölunni hjálpar okkur að ákveða hvort það sé skynsamlegra að kaupa okkur máltíð í matsölunni eða kaupa samloku og kók. Eftirspurn eftir vöru fer líka eftir því hvort kaupa þarf eitthvað annað til að geta notað vöruna. Ef miðaverð á auglýsta tónleika á Akureyri er 4.000 kr. þá skiptir það verð e.t.v. ekki öllu máli, heldur miklu frekar verðið á fluginu til og frá Akureyri. Tiskustraumar og smekkur hafa einnig áhrif á eftirspurn eftir mat. Sumir vilja helst ekki borða samlokur og kók en aðrir vilja alls ekki fulla máltíð í hádeginu. Þeir vilja kannski fá sér skyr eða jógúrt eða grænmeti og ávexti í hádeginu. Smekkur okkar er misjafn.

Eftirspurn er vilji fólks og geta þess til að kaupa vörur eða þjónustu. Hún lýsir sér þannig að kaupandinn leggur peningana á borðið.

Eftirfarandi þættir hafa áhrif á eftirspurnina:

1. Verð vörunnar

Því lægra sem verðið er þeim mun meiri verður eftirspurnin og því hærra sem verðið er þeim mun minni verður eftirspurnin. Verslanir lækka verð á vörum sínum eftir jólavertíðina og fólk flykkist á útsölur til að gera góð kaup. Salan eykst því þegar verðið lækkar eykst kaupmátturinn.

2. Tekjur kaupenda

Því hærri sem tekjurnar eru þeim mun meiri verður eftirspurnin eftir flestum¹ vörum en því lægri sem tekjurnar eru þeim mun minni verður eftirspurnin. Við sjáum að viðskiptin aukast í verslunum um hver mánaðamót. Það er vegna þess að flestir fá þá greidd laun sín og þá aukast tekjurnar í höndum fólks og þar með kaupmátturinn. Afleiðingin er aukin eftirspurn eftir vörum og þjónustu.

3. Verð stuðningsvara

Stuðningsvara eða samnotavara er sú vara kölluð sem notuð er með annarri vöru, t.d. bensín og bíll, þvottaefni og þvottavél, rafmagn og hárfurka, kók og pítsa, prins póló og kók, jeppakerra og bíll, DVD-spilari og DVD-myndir o.s.frv.



Því dýrara sem bensínið verður þeim mun dýrari verður rekstur bílsins og þeim mun minni verður því eftirspurnin eftir bílum í framtíðinni. Þegar bensínverðið margfaldast geta færri og færri veitt sér þann munað að reka bíl. Því ódýrari sem DVD-spilarar verða þeim mun meira verður keypt eða leigt af DVD-myndum. Verð á stuðningsvöru hefur því áhrif á eftirspurn eftir vörunni sem hún er notuð með.

¹ Til eru vörur sem við kaupum minna af þegar tekjur okkar aukast. Það eru svokallaðar undirmálsvörur sem eru keyptar vegna þess að við höfum ekki efni á dýrari vörum sem við viljum heldur kaupa. Færri Íslendingar taka t.d. slátur nú til dags en áður tókast en borða þess í stað meira af kjöti.

4. Verð á staðgengilsvörum

Staðgengilsvörur eru þær vörur kallaðar sem hægt er að nota í stað annarrar vöru, t.d. Coke og Pepsi, te og kaffi, Smjörvi og smjör o.s.frv.



Því lægra verð sem er á staðgenglum þeim mun minni verður eftirspurnin eftir hinni vörunni og því hærra sem verðið er á staðgenglum þeim mun meiri verður eftirspurnin eftir vörunni. Í stað þess að fara í bíl eða á hjóli í skólann geta flestir notað strætó. Strætisvagnar eru því staðgenglar fyrir einkabílinn. Eftir að gjald í strætó var felld niður fyrir framhaldsskólanema varð aukning á notkun strætisvagna á höfuðborgarsvæðinu og gera má því ráð fyrir að þá hafi færri farið á einkabílum í skólann. Því lægra sem verðið verður á tiltekinni vöru eða þjónustu þeim mun minni verður eftirspurnin eftir öðrum vörum og þjónustu sem geta komið í hennar stað.

5. Smekkur og tíska kaupenda

Því vinsælli sem varan er þeim mun meiri verður eftirspurnin. Því meira sem varan er auglýst þeim mun fleiri kaupa hana og líki þeim varan vel eru þeir líklegir til að kaupa hana aftur. Fólk á öllum aldri getur helst ekki verið án GSM-síma og stafrænna myndavéla. Eftir nokkur ár eða mánuði verður eitthvað annað sem engum finnst hann geta verið án. Ólíkir aldurs hópar, fólk af ólíku þjóðerni, fólk með mismunandi tekjur og með ólíka menntun hefur ólíkan smekk og kaupir þar af leiðandi ólíkar vörur og þjónustu.

Tískufyrirbrigði eins og húlhopphringir, fótanuddtæki og stjórnuþrífúkkur skjótast upp á stjórnuhimininn en fyrr en varir eru þau gleymd og grafin því að eitthvað annað hefur fangað hugi neytendanna. Auglýsingar og margs konar önnur markaðssetning getur breytt smekk okkar og búið til nýja tísku.

6. Lánskjör og lánamöguleikar

Því auðveldara sem aðgengi er að lánum og þeim mun betri sem lánskjörin eru því meiri verður eftirspurnin eftir vörum og þjónustu. Verslanir auglýsa nýtt kortatímabil. Það minnir neytendur á að nú sé hægt að taka meira út á kreditkortid. Þær auglýsa líka vaxtalaus lán til ákveðins tíma ef keypt er strax. Lægri vextir og

aukið aðgengi almennings og fyrirtækja að lánnum eykur eftirspurnina í þjóðfélaginu. Því herra hlutfall af kaupverði íbúðar sem íbúðalánasjóður og bankarnir vilja lána íbúðakaupendum þeim mun meiri verður eftirspurnin eftir íbúðum. Því lægri vexti sem menn þurfa að greiða af íbúðalánnum og því hærri sem vaxtabæturnar eru þeim mun fleiri geta keypt sér íbúð.

Eftirspurnarkúrvan

Hagfræðingar sýna sambandið á milli verðs á vöru og þess magns sem kaupendur vilja kaupa á ákveðnum tíma, t.d. á einum mánuði, með kúrvu sem þeir kalla eftirspurnarkúrvu. Þessi kúrvu er teiknuð *ceteris paribus* sem er latína og þýðir að öðru jöfnu. Við teiknum sem sé kúrvu þar sem öllum þáttum sem geta haft áhrif á eftirspurnina, öðrum en vöruverðinu, er haldið föstum. Þetta sýnum við með eftirspurnarkúrvunni.

Eftirspurnarkúrvan er líkan eða módel sem sýnir okkur sambandið á milli verðs og magns af einhverri vöru í heimi þar sem allir aðrir hugsanlegir áhrifaþættir eftirspurnarinnar breytast ekki. Eftirspurnarkúrvan er auðvitað eins og öll önnur líkön einfölduð mynd af raunveruleikanum. Við látum eitt andartak eins og ekkert annað en verð vörunnar geti haft áhrif á eftirspurnina sem er auðvitað ekki rétt.

En hvers vegna búum við til líkan sem við vitum frá upp-hafi að gefur ekki nákvæma mynd af raunveruleikanum? Það er vegna þess að við teljum að ekkert hafi meiri áhrif á eftirspurnina en vöruverðið og þó verðið segi ekki alla söguna gerir eftirspurnarkúrvan okkur kleift að geta okkur til um áhrif verðbreytinga á eftirspurnina.

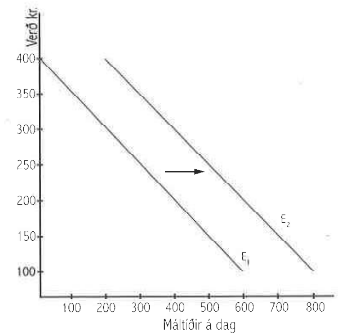
Þó líkanið sé einfalt og sýni ekki hvað gerist ef allir áhrifavaldarnir taka upp á því að breytast í einu, þá getur það sýnt okkur hver áhrif hvers og eins þeirra eru á eftirspurnina og þannig hjálpað okkur að skilja hvernig og hvers vegna eftirspurnin breytist og hvaða afleiðingar það hefur fyrir verðið og sölu á markaðnum.

Tökum dæmi af sambandinu á milli eftirspurnar og verðs á máltíðum sem menn vilja kaupa í mótuneyti. Á mynd 6.1 má sjá verð máltíðar og fjölda þeirra sem eru keyptar eftir því hvað þær kosta, og sömu upplýsingar settar upp í eftirspurnarkúrvu, sjá mynd 6.2.

Við sjáum á töflunni, mynd 6.1, að það þýðir ekki að hækka

verð	magn
400 kr.	0
350 kr.	100 máltíðir
300 kr.	200 máltíðir
250 kr.	300 máltíðir
200 kr.	400 máltíðir
150 kr.	500 máltíðir
100 kr.	600 máltíðir

Mynd 6.1 Eftirspurn eftir heitum mat á dag (E_1)



verðið upp í 400 krónur því að þá er eftirspurnin engin. Þannig sýnir eftirspurnarkúrvan samband verðs og þess fjölda máltíða sem menn vilja kaupa á gefnum þeim forsendum að engir aðrir áhrifaþættir breytist. Ef tekjur fólks aukast eða verð á samlokum hækkar þá breytist eftirspurnin og til verður ný eftirspurnarkúrvu, E_2 , sjá mynd 6.2. Ef við skoðum E_2 í töfluformi, sjá mynd 6.3, sjáum við að auknar tekjur almennings eða hækkan á verði á samlokum hefur þau áhrif að eftirspurnin eykst að meðaltali um 200 stykki á hverju einstöku verði. Eftirspurnarkúrvan hliðrast til hægri um 200 stk.

Mynd 6.2

Eftirspurnarkúrvu

Eftirspurnarkúrvan sýnir vilja og getu fólks til að kaupa ákveðna vöru eða þjónustu á ákveðnu verði á ákveðnu tímabili. Hún hallar niður til hægri vegna þess að eftir því sem lægra verð er á matnum í matsölunni þeim mun fleiri máltíðir seljast og því hærri sem verðið er þeim mun færri máltíðir kaupa menn.

Fyrir þessu eru tvær meginástæður. Í fyrsta lagi eykst kaupmáttur fólks þegar verðið lækkar – þetta kallast tekjuáhrif. Þú getur keypt fleiri máltíðir fyrir 1000 krónurnar þínar þegar verðið lækkar. Í öðru lagi verða máltíðirnar betri kaup eftir verðlækkunina þegar þær eru bornar saman við aðrar matvörur sem ekki hafa

Mynd 6.3

Aukin eftirspurn (E_2)

verð	magn
400 kr.	200 máltíðir
350 kr.	300 máltíðir
300 kr.	400 máltíðir
250 kr.	500 máltíðir
200 kr.	600 máltíðir
150 kr.	700 máltíðir
100 kr.	800 máltíðir

lækkað í verði. Sumir hætta að kaupa samlokur eða sælgæti í hádeginu og kaupa þess í stað máltíðirnar sem hafa lækkað í verði – þetta eru kölluð staðgengilsáhrif.

Við notum eftirspurnarkúrvur til að auðvelda okkur að sjá áhrifin af breytingum á eftirspurn eftir vörum, þjónustu, peningum, vinnuafli, fasteignum, erlendum gjaldmiðlum o.s.frv. Þetta skiptir okkur máli því þegar eftirspurn eftir vinnuafli eykst, þá hækka launin í þjóðfélaginu og við njótum góðs af því. Þegar eftirspurn eftir lánsfé vex, þá hækka vextirnir og dýrara verður að taka lán til húsnæðiskaupa eða að greiða vextina af yfirdrættinum.

Ef almenn eftirspurn eftir vörum minnkar í þjóðfélaginu veldur það minni eftirspurn eftir vinnuafli og einhverjir missa vinnuna. Þetta getur haft slæm áhrif á okkur, vini okkar, foreldra, systkini eða nágranna.

Allar eftirspurnarkúrvur hafa eftirfarandi einkenni:

1. Á lóðrétta ásinn (y-ásinn) skráum við verðið en á lárétta ásinn (x-ásinn) skráum við magnið sem menn vilja kaupa á ákveðnu tímabili.
2. Við lárétta ásinn þarf því að koma fram á hve löngum tíma magnið er keypt. Við þurfum sem sé að vita hvort það eru 200 máltíðir á ári, á viku eða á dag, sem fólk vill kaupa þegar verðið á máltíðinni er 300 kr.
3. Við skráum einn punkt fyrir hvert verð, t.d. þegar verðið er 350 kr. þá er magnið 100 stykki í dæminu hér fyrir framan á E_1 . Síðan tengjum við punktana saman með línu sem liggur í gegnum þá alla og þar með er eftirspurnarkúrvan komin.

Þessi eftirspurnarkúrva, E_1 , sýnir sambandið á milli hagsanlegra kaupa á mat í hádeginu í mötuneyti á einni viku. Í byrjun hvernar viku eigum við ákveðna upphæð sem við notum til kaupa á máltíðum alla vikuna. Nú gerist það eina vikuna að kaupendurnir hafa meiri tekjur. Þetta gæti verið í fyrstu vikunni eftir mánaðamót þegar allir fá útborguð laun. Í þeirri viku hafa þeir því meiri peninga til að eyða í mat í mötuneytinu. Verð á máltíðum er óbreytt. Nýja eftirspurnarkúrvan, E_2 , sýnir eftirspurnina eftir að tekjurnar jukust. Hún hlýtur að vera hægra megin við þá fyrri vegna þess að við getum nú keypt fleiri máltíðir en áður.

Hugsum okkur nú að tekjur okkar verði áfram háar og við kaupum jafnmargar heitar máltíðir í vikunni þar á eftir. Við erum því enn stödd á eftirspurnarkúrvu E_2 á mynd 6.2. Nú lækkar mötuneytið allt í einu verð bæði á samlokum og salati. Við þetta breytist eftirspurn okkar eftir heitum mat og eftirspurnarkúrvan E_2 færist því til og verður E_1 .

Hingað til hefur eingöngu verið fjallað um eftirspurn eða þá hlið sem snýr að kaupandanum. Nú skulum við líta á hina hlið markaðsins eða þá sem snýr að framleiðandanum og athuga hvernig vilja hans er háttáð.

Framboð

Sá sem framleiðir máltíðirnar í matsölunni vill auðvitað framleiða meira ef verðið á máltíðunum í matsölunni er hátt. Það er vegna þess að framleiðslu á hverri máltíð fylgir ákveðinn kostnaður og því herra sem verðið er því meiri verður hagnaður hans af því að framleiða og selja máltíðir. Hann vill auðvitað ekki framleiða neitt ef verðið er lægra en það sem það kostar hann að framleiða máltíðina. Við slíkar aðstæður er ekkert framboð.

Kostnaðarþættir framleiðslunnar eru ólíkir eftir því hvaða vöru eða þjónustu er verið að framleiða og selja hverju sinni. Algengir kostnaðarliðir framleiðanda eru vinnulaun, hráefni, vaxtagjöld, auglýsingar, leiga og afskriftir. Skattar og niðurgreiðslur, ef um slíkt er að ræða, hafa einnig áhrif á kostnað framleiðandans. Verðhækkun eða verðlækkun á öðrum vörum sem framleiðandinn getur framleitt hefur einnig áhrif á framboð hans af vörunni. Síðast en ekki síst hafa tæknibreytingar áhrif á framboðið.

Eftirfarandi þættir hafa allir áhrif á framboð:

1. Vöruverð

Því herra verð sem við fáum fyrir vöruna þeim mun meira er framboðið og því lægra verð sem við fáum fyrir vöruna þeim mun minna viljum við framleiða.

Það er ákveðinn meðalkostnaður við að framleiða hverja

Framboð er vilji framleiðanda til að framleiða vöru eða þjónustu á ákveðnu verði og framboðið kemur fram þegar þeir setja vöruna eða þjónustuna á markað á ákveðnu verði.

einingu og ef kostnaður á einingu breytist ekki þótt magnið aukist, þá græðum við sífelld meira á að selja hverja einingu þegar verðið hækkar á markaðnum. Ef verð á einingu lækkar þá minnkar gróði okkar á einingu. En þegar gróðinn lækkar minnkar jafnframt áhugi okkar á framleiðslunni því að við höfum lítið gaman af því að framleiða ef framleiðslan er alltaf í járnnum eða ef við töpum á öllu saman. Aukist gróðinn aftur á móti vegna verðhækkunar, þá aukum við framboðið því að auðvitað finnst okkur betra að græða 100 krónur á hverri einingu en 50 krónur eins og við gerðum þegar verðið var lægra.

2. Verð framleiðslupáttanna

Því dýrari sem framleiðslupáttirnir eru þeim mun meiri verður kostnaðurinn við framleiðsluna og þeim mun minna verður framleitt á hverju verði. Launahækkun, hærri hráefnisverð, hærri vextir og dýrari vélar auka framleiðslukostnaðinn og draga þannig úr áhuga framleiðandans á því að framleiða. Þetta er vegna þess að aukinn kostnaður minnkar hagnaðinn. Því minni hagnað sem framleiðandinn fær þeim mun minna verður framboð hans. En lækki verðið á framleiðslupáttunum eykst framboðið í kjölfarið því að minni kostnaður eykur gróðann.

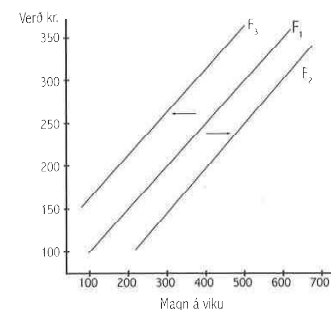
3. Skattar fyrirtækja

Þegar ríkið lækkar skatta á fyrirtæki dregur það úr kostnaði þeirra og veldur auknu framboði, en hækki stjórnvöld skatta á fyrirtæki eykur það kostnaðinn og framboðið dregst saman. Reynt hefur verið að lækka skatta á fyrirtæki til að draga úr verðbólgu því takist að auka framboð fyrirtækjanna með skattalækkunum ættu þær jafnframt að geta lækkað verðlagið í landinu.

4. Niðurgreiðslur

Þegar ríkisvaldið greiðir hluta kostnaðarins við að framleiða ákveðnar vörur og þjónustu þá kallast það niðurgreiðslur.² Aukist niðurgreiðslur á vörum, þá greiða stjórnvöld stærri hluta framleiðslukostnaðarins fyrir framleiðandann. Hann getur þá aukið framboð vörunnar án þess að gróði hans minnki. Ef á

² Tilgangur niðurgreiðsna er tvíþættur. Annars vegar lækka þær verð á vörum og þjónustu og tryggja þar með að fleira fólk geti keypt vöruna og hins vegar auka þær framleiðslu á vörunni og auka þannig tekjur framleiðandans.



Mynd 6.4 Framboðskúrva

Mynd 6.5 Framboð (F₁)

verð	magn
100 kr.	100 máltíðir
150 kr.	200 máltíðir
200 kr.	300 máltíðir
250 kr.	400 máltíðir
300 kr.	500 máltíðir
350 kr.	600 máltíðir

hinn bóginn er dregið úr niðurgreiðslum eykst kostnaður framleiðandans, hagnaður hans minnkar og framboðið með.

5. Tæknibreytingar

Alls konar tæknibreytingar minnka framleiðslukostnaðinn og auka þannig framboð vörunnar. Aukin tækni bætir til dæmis afköst vinnuafslisins og lækkar þannig framleiðslukostnaðinn.

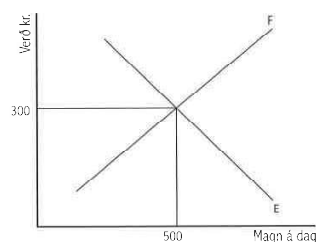
6. Verð breytist á öðrum vörum sem fyrirtækið getur framleitt

Því hærri verð sem fæst fyrir aðrar vörur sem fyrirtækið framleiðir eða getur framleitt, t.d. vöru A, þeim mun minna verður framboðið af vöru B. Hærra verð á vöru A gerir hana betri kost fyrir framleiðandann. Framleiðslugeta fyrirtækisins er því nýtt í auknum mæli til að auka framleiðslu á þeirri vöru sem er gróðavænlegri.

Framboðskúrva er kúva sem sýnir sambandið á milli verðs á vöru og þess magns sem framleiðandinn vill framleiða. Hún er, eins og eftirspurnarkúrva, dregin *ceteris paribus* eða að öðru jöfnu, þannig að enginn þáttur sem getur haft áhrif á framboðið breytist annar en verð.

Þannig sýnir framboðskúrva F₁ á mynd 6.4 samband verðs og magns að gefnum þeim forsendum að engir aðrir áhrifaþættir breytist. Einnig er hægt að sýna framboðskúrvuna F₁ með töflu, sjá mynd 6.5. Ef verð framleiðslupátta lækkar (kostnaðurinn

Framboðskúrva



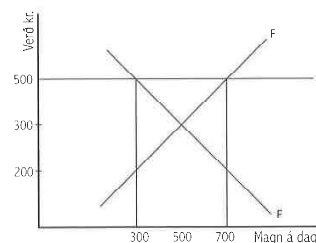
Mynd 6.6 Jafnvægisverð og jafnvægis magn á markaði

Hvar og hvernig myndast jafnvægi á markaðnum?

niður matinn handa starfsfólkinu og borga þannig hluta af framleiðslukostnaði matsöluunnar færast framboðskúrvan F_1 til hægri og verður að F_2 þar sem meira er framleitt af mat á hverju einstöku verði.

Jafnvægisverðið og jafnvægis magnið á markaðnum myndast í þeim punkti þar sem framboðskúrvan og eftirspurnarkúrvan skerast, sjá mynd 6.6. Þetta er eina verðið þar sem magnið sem seljandinn vill selja er jafnmikið og magnið sem kaupandinn vill kaupa. Hér er hvorki umframefstirpurn né umframframboð. Verðið sem myndast í þessum skurðpunkti hefur hvorki tilhneigingu til að lækka eða hækka. Hér hlaðast hvorki upp birgðir sem þarf að losna við með því að lækka verð né heldur er hér vöruskortur þar sem neytendur berjast um vöruna og hægt er að komast hjá með því til dæmis að hækka verðið.

Mynd 6.7 Verð sett yfir markaðsverð



Á þessu ákveðna verði er því jafnvægi milli framboðs og eftirspurnar. Verðið og magnið sem myndast á markaðnum er því kallað jafnvægisverð og jafnvægis magn.

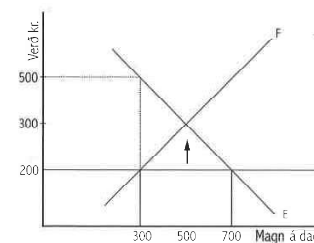
Hugsum okkur framleiðanda sem gerir sér rangar hugmyndir um hugsanlegt verð á nýjum gosdrykk sem hann framleiðir. Hann verðleggur drykkinn á 500 krónur og ætlar að framleiða og selja 700 flöskur á dag á markaðnum. Hann getur aðeins selt 300 flöskur á þessu verði því þegar verðið er 500 er eftirspurnin einungis 300 flöskur og daglega aukast því birgðir hans

um 400 flöskur. Jafnvægisverðið er 300 krónur því á því verði vilja neytendur kaupa 500 flöskur og framleiðandinn vill líka selja 500 flöskur. Ef verðið er sett fyrir ofan jafnvægisverð þá hlaðast upp birgðir af vörunni vegna þess að seljandinn hefur ofmetið möguleika sína þegar hann reyndi að giska á markaðsverðið. Hann lækkar því verðið og dregur úr framleiðslunni þar til jafnvægið næst.

Ef verðið er sett fyrir neðan markaðsverð, t.d. 200 kr., þá verður slegist um vöruna. Á mynd 6.8 sjáum við að það eru miklu fleiri flöskur sem við getum selt en við höfum framleitt svo að það myndast skortur sem nemur um 400 flöskum á dag. Við hækkuðum því verðið og framleiðum meira þar til jafnvægið næst þar sem framboð og eftirspurn eru jöfn.

Stundum setja menn hámarksverð á vöru þó að þeir viti að eftirspurnin verði miklu meiri en framboðið. Þetta er gert til þess að allir geti haft möguleika á að kaupa þessa eftirsóttu vöru. Þetta gæti t.d. verið gert vegna mjólkurskorts í mjólkurverkfalli eða skólagjalda í eftirsóttan háskóla. Oft er farin sú leið við þessar aðstæður að skammta vöruna, t.d. fær enginn að kaupa meira en einn lítra af mjólk á dag. Það eru bara teknir inn 500 stúdentar sem hafa hæstu einkunnirnar eða enginn fær að kaupa nema tvo miða á tónleikana eða á fótboltaleikinn sem vitað er að miklu fleiri vilja fara á en hægt er að koma fyrir í húsinu eða á fótboltavellinum.

Við slíkar aðstæður myndast stundum svokallaður „svartur markaður“. Margir eru tilbúnir til að kaupa miðana á leikinn á miklu herra verði og þeir sem eru fremstir í biðröðinni og ná í miða geta síðan selt þá aftur hæstþjóðanda. Á mynd 6.8 má einnig sjá hvað fengist fyrir vöruna sem skortur er á á svörtum markaði.



Mynd 6.8 Verð sett fyrir neðan markaðsverð

Svartur markaður

Verkefni

- 1 Skilgreindu hugtakið eftirspurn. Teiknaðu upp eftirspurnarkúrvu sem sýnir eftirspurn eftir pitsum á dag í ákveðnu hverfi í Reykjavík og sem er í samræmi við eftirfarandi töflu:

Verð	Magn
2500 kr.	1000 pitsur
1500 kr.	2500 pitsur
1000 kr.	4000 pitsur

Teldu upp 4–5 þætti aðra en verðið á pitsunni sem hafa áhrif á eftirspurn eftir pitsum. Sýndu á grafinu hvaða áhrif breyting á einum þessara þátta hefur á eftirspurnarkúrvuna og á það magn sem fólkið í hverfinu vill borða af pitsum á dag. Af hverju gæti eftirspurnarkúrvan eftir pitsum verið önnur í vesturbænum í Reykjavík en í Árbæjarhverfinu?

Af hverju hallar eftirspurnarkúrvan niður til hægri, eða með öðrum orðum, af hvaða tveimur ástæðum kaupa menn meira þegar verðið á vörunni lækkar?

- 2 Jón og Gunna borða bæði pitsur reglulega. Jón er þó meira fyrir pitsur en Gunna. Eftirspurnin hans Jóns í desember er eftirfarandi:

Verð	Magn
2500 kr.	2 pitsur
1500 kr.	5 pitsur
1000 kr.	8 pitsur

Teiknaðu eftirspurnarkúrvuna.

Eftirspurnin hennar Gunnu í sama mánuði er eftirfarandi:

Verð	Magn
2500 kr.	1 pitsa
1500 kr.	2 pitsur
1000 kr.	3 pitsur

Teiknaðu kúrvuna.

Teiknaðu nú sameiginlega eftirspurnarkúrvu fyrir Jón og

Gunnu í desember. Þetta verða alls 3 eftirspurnarkúrvur, ein fyrir Jón, önnur fyrir Gunnu og sú þriðja fyrir þau bæði.

- 3 Skilgreindu hugtakið framboð. Teiknaðu upp framboðskúrvu sem sýnir framboð af pitsum á dag í Reykjavík og er í samræmi við eftirfarandi töflu:

Verð	Magn
2500 kr.	4000 pitsur
1500 kr.	2500 pitsur
1000 kr.	1000 pitsur

Teldu upp 4 til 5 þætti aðra en verð á pitsum sem hafa áhrif á framboð af pitsum. Sýndu á grafinu hvaða áhrif breyting á einum þessara þátta hefur á framboðskúrvuna og á það magn sem framleiðandinn í hverfinu vill framleiða af pitsum á dag. Af hverju er framboðskúrvan fyrir pitsur öðruvísi í Reykjavík en í borginni Columbus í Ohio? Af hverju hallar framboðskúrvan upp til hægri eða, með öðrum orðum, af hverju framleiða menn meira þegar verðið hækkar á markaðnum?

- 4 Skilgreindu hugtakið framboð af vinnuafli. Nemendum í ákveðnum framhaldsskóla býðst vinna í eina klukkustund á dag á bókasafni skólans. Teiknaðu framboðskúrvu eftir töflunni að neðan sem sýnir þann fjölda nemenda sem vill vinna á bókasafninu. Hvað þarf bókasafnið að greiða á tímann ef það vill ráða 7 nemendur í vinnu samkvæmt þessari framboðskúrvu?

Tímakaup á bókasafninu	Fjöldi nemenda sem vill vinna
500 kr.	2 nemendur
1000 kr.	4 nemendur
1500 kr.	6 nemendur
2000 kr.	8 nemendur

- 5 Þú ákveður að framleiða vöffur sem þú selur í Kringlunni á laugardögum. Vafflan kostar að meðaltali 50 kr. í framleiðslu.

Framboð þitt af vöfflum á dag er eftirfarandi:

Verð	Magn
150 kr.	100 vöffilur
250 kr.	200 vöffilur
350 kr.	300 vöffilur
400 kr.	400 vöffilur

Teiknaðu framboð þitt af vöfflum á dag, ekki gleyma að merkja ásana. Hvaða þættir aðrir en verð vörunnar gætu breytt framboði þínu af vöfflum, þ.e. flutt framboðskúrvuna til hægri eða vinstri? Sýndu áhrifin á framboðskúrvuna vegna breytinga á einum þessara þátta.

Eftirspurnin eftir vöfflum í Kringlunni er eftirfarandi:

Verð	Magn
150 kr.	300 vöffilur
250 kr.	200 vöffilur
350 kr.	100 vöffilur
400 kr.	50 vöffilur

Bættu nú eftirspurnarkúrvu á myndina og sjáðu hvar línurnar skerast.

Hvert verður verðið og magnið á markaðnum? Hverjar verða tekjurnar af vöfflusöluinni?³ Hver verður heildarkostnaðurinn?⁴ Hversu mikill verður gróðinn eða tapið af vöffluframleiðslunni?⁵

- 6 Í Reykjavík eru tvær búðir sem selja handprjónaða vettlinga. Önnur verslunin heitir Ullin en hin heitir Lopinn.

Framboð Ullarinnar er eftirfarandi:

Verð	Magn
500 kr.	300 vettlingar
1000 kr.	400 vettlingar
1500 kr.	500 vettlingar

³ Tekjur = verð x magn.

⁴ Heildarkostnaður = meðalkostnaður x magn.

⁵ HT - HK = gróði eða tap.

Ullin er stærri verslun en Lopinn og býður fleiri vettlinga til sölu. Báðar verslunirnar kaupa vettlingana frá Kína á 200 kr. stykkið.⁶ Teiknaðu framboð Ullarinnar.

Framboð Lopans er eftirfarandi:

Verð	Magn
500 kr.	100 vettlingar
1000 kr.	250 vettlingar
1500 kr.	400 vettlingar

Sýndu framboðskúrvu Lopans. Sýndu svo heildarframboð Lopans og Ullarinnar á þriðju kúrvunni.

Hverjar eru heildartekjur, heildarkostnaður og hagnaður Ullarinnar ef verðið á markaðnum er 1000 kr.? Hverjar eru heildartekjur, heildarkostnaður og hagnaður Lopans ef verðið á markaðnum er 1500 kr.?

- 7 Sýndu með teikningu hvernig framboð og eftirspurn eftir tveggja herbergja íbúðum í hverfi 101 í Reykjavík ákveða verð og fjölda íbúða sem seljast á ári á svæðinu. Sýndu áhrifin af auknum íbúðarbyggingum í Örtirsey og við Höfnina og áhrifin af aukinni eftirspurn eftir íbúðum á þessu svæði á öðru grafi. Hvaða áhrif hafa auknar vaxtabætur⁷ á fasteignaverð í hverfinu og hver eru áhrif þeirra á þann fjölda íbúða sem selst í hverfinu? Hvaða áhrif hafa auknar húsaleigubætur⁸ á fasteignaverðið í hverfinu? Hvaða afleiðingar hefði það ef borgarstjórnin í Reykjavík ákvæði að verð á tveggja herbergja íbúðum í 101 mætti aldrei fara upp fyrir 18 milljónir og þessi ákvörðun væri síðan samþykkt í borgarstjórn. Sýndu þetta á grafi og útskýrðu.

⁶ Hér er gert ráð fyrir að kostnaðurinn minnki þótt magnið aukist.

⁷ Endurgreiðsla ríkisins á hluta vaxtakostnaðar af íbúðarlánnum skerðist vegna tekna og eigna.

⁸ Niðurgreiðsla sveitarfélaga á húsaleigu. Skerðist vegna eigna og tekna.