

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

TDK DOLGOZAT

BERKNER BETTINA RÉKA

Pécs, 2022

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Pénzügy és Számvitel BSc

Az árplafon bevezetésének hatása a benzinpiac fogyasztóira

BERKNER BETTINA RÉKA

VWF7B3

Témavezető neve: Dr. Farkas Richárd

Adjunktus

Pécs, 2022

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	1
1. A fogyasztó optimális választása.....	3
1.1. A költségvetési korlát általános esetben.....	3
1.2. A költségvetési korlát elmozdulásai.....	4
1.3. A fogyasztó preferencia rendszere közönséges javak esetén.....	8
1.4. A fogyasztó optimális választása.....	10
1.4.1. A fogyasztó optimális fogyasztási döntése.....	11
1.4.2. Egy kitüntetett termék árának változásának hatása az optimális fogyasztói kosárra.....	17
2. a magyar benzinpiac.....	19
2.1. A magyar benzinpiac tulajdonságai, sajátosságai.....	19
2.2. A benzinárstop törvénye.....	22
3. Az empirikus kutatás eredményei.....	24
4. Összegzés és konklúziók.....	29
Irodalomjegyzék.....	30

Ábrajegyzék

1. ábra: A költségvetési korlát.....	4
2. ábra: A költségvetési korlát változása, ha az első jószágfajta ára változik.....	5
3. ábra: A költségvetési korlát változása, ha a második jószágfajta ára változik.....	5
4. ábra: A költségvetési korlát változása, ha a rendelkezésre álló pénzmennyiség nő.....	6
5. ábra: A határhaszon változása.....	8
6. ábra: Az összhason változása.....	9
7. ábra: A legnagyobb hasznosságot biztosító jószágkombináció.....	11
8. ábra: Az aggregált keresleti görbe.....	12
9. ábra: A rezervációs ár.....	13

10. ábra: A kereslet saját ár rugalmassága	14
11. ábra: Az ár-fogyasztási görbe és a fogyasztó X termékre vonatkozó parciális keresleti görbéje	17
12. ábra: Milyen gyakran használ autót?	25
13. ábra: 2020. év elején változott-e az autó használatának mértéke?	26
14. ábra: A kormányzati beavatkozás megszűnése után változtatni fog az autó használatának mértékén?	27

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: A kiskereskedelmi üzemanyagtöltő állomások földrajzi megoszlása	20
2. táblázat: A kiskereskedelmi benzinpiac	20

BEVEZETÉS

A dolgozat témája a magyar benzinpiac tulajdonságai, sajátosságai. Ez egy elég tág témakör, de én ezen a témán belül azt fogom megvizsgálni munkám során, hogy hogyan hat a jelenleg alkalmazott benzinár stop a fogyasztók költségvetési korlátjára és fogyasztási döntésére. A téma aktualitása vitathatatlan, hiszen a jelen munka írásakor még érvényben van a benzinár stopról szóló kormányrendelet. A téma véleményem szerint szinte mindenkihez közel áll, hiszen valamilyen szinten mindenki érintett benne. Személy szerint a kérdésben én is az vagyok érdeklődési körömben túlmenően is, mivel azon fogyasztók közé tartozom, aki rendelkezik saját gépjárművel, és a családban is szinte mindenki rendelkezik vele, így én magam is nyomon követem, hogy hétről-hétre hogyan változik az üzemanyag ára (ami a kormányrendelet előtt elég gyakran változott), mivel nekem is fontos volt, hogy mikor, mennyiért tudok benzint vásárolni, jelen helyzetben pedig meddig és hogyan tudom megtenni ezt a hatósági áron és nem a piaci áron.

Igyekszem megvizsgálni, hogy jelenleg milyen előnnyel jár a fogyasztók számára az érvényben lévő kormányrendelet, illetve, ha a rendelet hatályát veszíti és újra a piaci áron kapja majd mindenki a 95-ös oktánszámú benzint, akkor az milyen hatással lehet a benzinpiacra. Ehhez az elemzéshez empirikus kutatást fogok alkalmazni.

A mintavételt elsősorban azokra a fogyasztókra fogom szűkíteni, akik rendelkeznek személygépjárművel, vagy motorkerékpárral. Ebben a témában csak egy bizonyos réteget tudok mintának kiválasztani, azokat, akik rendelkeznek autóval, hiszen csak ők tudnak lényeges információt adni a kutatásom során. Ezen a csoporton belül is csak egy bizonyos csoportot tudok megkérdezni, hiszen egyre elterjedtebbek a tisztán elektromos meghajtású személygépjárművek, így akik ilyen típusú járművel rendelkeznek szintén kiesnek a vizsgált csoportból. A mintába a motorosok is beleszámítanak, viszont őket külön nem emeltem ki, mert a motortulajdonosok legnagyobb része rendelkezik személygépjárművel is. Az adatgyűjtést online kérdőíven keresztül fogom végezni a fogyasztók körében, mert vizsgálatomhoz ez a legalkalmasabb mód arra, hogy minél több adatot tudjak összegyűjteni, ezáltal pontosabb képet kapjak arról, hogyan állnak hozzá a fogyasztók ehhez a témához.

Jelen dolgozatban először be fogom mutatni a költségvetési korlát fogalmát. Először ezt egy általános esetben fogom megtenni, hogy mit is jelent ez a fogalom, amivel a továbbiakban foglalkozni szeretnék. Ezután arra fogok rátérni, hogy hogyan változik a fogyasztó költségvetési korlátja abban az esetben, ha bevezetnek egy bizonyos árplafont egy termékre. A vizsgálat második fejezetében be fogom mutatni a magyar benzinpiac tulajdonságait és sajátosságait. Ebben a részben azt is igyekszem kifejteni, hogy az inflációnak milyen hatása van az üzemanyagárakra, hiszen pont ezen ok miatt lett bevezetve ez a törvény. A fejezetben vissza fogok térni pár évvel ezelőtre is, amikor még nem volt energiaválság és be fogom mutatni, hogy a COVID-19 járvány okozta lezárások és korlátozások milyen hatással voltak az üzemanyagárakra és a benzinpiacra. Utána magát a törvényt is ismertetem, ami létrehozta ezt a helyzetet a hazai üzemanyagpiacon. A jogi oldal után bővebb leírást igyekszem szolgáltatni arról, hogy ez a törvény hogyan hat a fogyasztókra a kutatás alapján, illetve, hogy a fogyasztók hogyan vélekednek arról, hogy milyen hatással lesz a piacra az, ha a jogszabály hatályát veszíti.

A dolgozat végén össze fogom hasonlítani, hogy az elméletben leírtakhoz képest, a gyakorlatban a fogyasztók hogyan viselkednek és gondolkoznak az árplafon bevezetésekor, illetve ismertetem, hogy a feloldás után hogyan gondolkoznak az elmülethez képest. A munkát összegzés és a konklúziók levonása zárja.

Ezúton szeretnék köszönetet és hálát kifejezni konzulens tanáromnak, Dr. Farkas Richárdnak, aki időt és energiát nem sajnálva segített, tanácsokkal látott el végig, hogy ez a kutatás megszülethessen.

Szeretnék köszönetet mondani a családomnak és barátaimnak is, akik végig segítettek, támogattak a dolgozat írása során, mellettem voltak a könnyebb és nehezebb időszakokban is, nagyon sok időt szánva arra, hogy végig olvasták többször is a már kész anyagokat, hogy egyetlen vesszőhiba, vagy elírás se legyen a dolgozatban.

1. A FOGYASZTÓ OPTIMÁLIS VÁLASZTÁSA

Közgazdaságtani szempontból a fogyasztás elmélet rendkívül egyszerűen ragadja meg a fogyasztó optimális választását: mindig a számukra legmagasabb hasznosságot nyújtó és elérhető jószágkosarat fogják választani. Mit értünk azalatt, hogy elérhető? Ebben a fejezetben ezt fogjuk részletesebben megvizsgálni.

1.1. A költségvetési korlát általános esetben

Először nézzük meg a költségvetési korlát (budget line) fogalmát. Ehhez fel kell tennünk, hogy létezik egy bizonyos jószághalmaz, amiből választhat a fogyasztó. A való életben rengetegféle jószágot fogyasztunk, de jelenleg az egyszerűség kedvéért vegyünk két fajta jószágot, így könnyebben elemezhető grafikusan a probléma.

Varian (2016) nyomán a fogyasztónk fogyasztói kosarát (consumption bundle) jelölje X_1 és X_2 . Ez azt jelenti, hogy a fogyasztó X_1 mennyiséget szeretne fogyasztani az első fajta jószágból és X_2 mennyiséget szeretne fogyasztani a második fajta jószágból. A fogyasztói kosár az e két szám által alkotott kételemű halmaz, ennek következtében a teljes fogyasztói kosarat nevezhetjük X -nek. Természetesen, ha a fogyasztói kosárban több jószág jelenik meg, akkor azoknak a fogyasztani kívánt mennyiségét több elemű halmazként reprezentálhatjuk és úgy kapjuk meg a teljes fogyasztói kosarat.

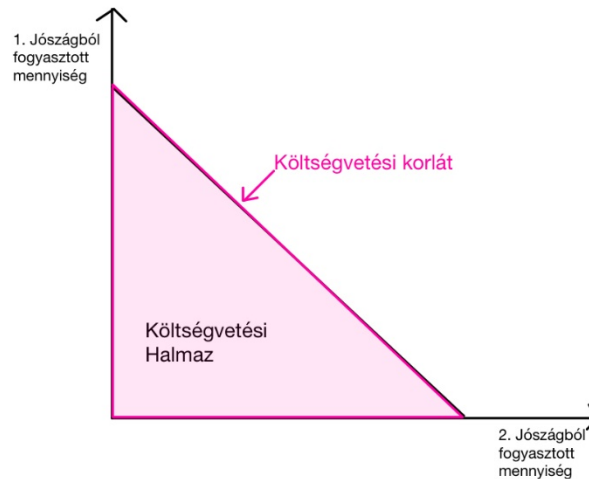
Ahhoz, hogy meg tudjuk vizsgálni a fogyasztónk költségvetési korlátját, ismernünk kell a két vagy több jószág árát és azt a pénzösszeget, amelyet elkölthet a fogyasztó. Az árat jelöljük P_1 és P_2 -vel, természetesen a P_1 az első jószág ára lesz, a P_2 pedig a második fajta jószág ára. A fogyasztó rendelkezésre álló jövedelmet jelöljük I -vel. Ekkor a fogyasztó költségvetési halmazának képlete:

$$I \geq P_1X_1 + P_2X_2$$

Az egyenlőtlenség azzal magyarázható, hogy a fogyasztó nem tud több pénzt elkölteni, mint ami a rendelkezésre áll. A P_1X_1 azt jelöli, hogy a fogyasztó az adott pénzmennyiségből mennyit hajlandó vagy tud költeni az első jószágra, a P_2X_2 pedig azt mutatja, amit a fogyasztó a második jószágból tud vagy hajlandó vásárolni. Összefoglalva a fogyasztónk számára elérhető és megfizethető jószágkosár az, ami nem kerül többbe, mint a számára elérhető pénzmennyiség (I).

Az egyenlőtlenség lehet egyenlőség is, ekkor megkapjuk a költségvetési egyenest. A költségvetési egyenesen azok a jószágkosarak foglalnak helyet, amelyek pontosan kimerítik a fogyasztó rendelkezésre álló pénzmennyiségét, azaz a fogyasztó az összes rendelkezésre álló pénzt elkölti.

Természetesen ezt az egyenlőtlenséget könnyebben tudjuk grafikusán ábrázolni, amin egyszerűen tudjuk szemléltetni a fogyasztó költségvetési korlátján belülre vagy éppen rá eső jószágkombinációkat. Az összefüggést a legegyszerűbben a kétjószágos példával tudjuk szemléltetni.



1. ábra: A költségvetési korlát

Forrás: Varian (2016)

Az ábrán látható rózsaszínnel jelölt költségvetési halmazba tartoznak azok a jószágkombinációk, amelyek elérhetőek a fogyasztó számára. A költségvetési korlát feletti jószágkombinációk a fogyasztó számára az adott rendelkezésre álló pénzmennyiséggel nem elérhetőek, kívül esnek azok a jószágkombinációk a fogyasztó költségvetési korlátján.

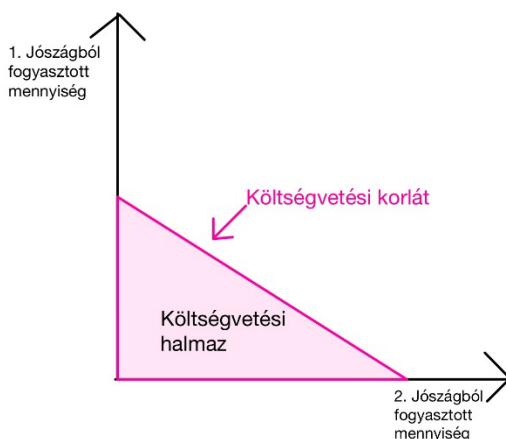
Az, hogy két jószágot határoztunk meg az előbb, természetesen lehet interpretálni többféleképpen is. Vehetjük példának a tej és kenyér esetét, meg tudjuk nézni, hogy egy fogyasztó az adott pénzmennyiségből mennyi tejet és kenyeret tud venni. Ezzel ellentétben használhatjuk úgy is ezt az egyenlőtlenséget, hogy a fogyasztó a számára rendelkezésre álló pénzmennyiségből mennyit költ például rezsiére vagy étkezésre. Ebben az esetben úgynevezett kompozit jószágok használatával összetettebb elemzést is végezhetünk. Természetesen ezt úgy is meg tudjuk határozni, hogy a fogyasztónk összes költségét vesszük az egyik jószágnak (kompozit jószág), a másik jószág pedig egy bizonyos termék lesz, például mint ahogy később használni fogom, az üzemanyag. Ebben az esetben már egy életszerűbb példát kapunk arra, hogy mi történik akkor, ha az egyik jószág ára változik, de a rendelkezésre álló pénzmennyiség nem változik.

1.2. A költségvetési korlát elmozdulásai

Ahogy előbb említettem, hogyha változik egy jószág ára vagy a rendelkezésre álló pénzmennyiség, akkor a költségvetési korlát is változni fog. Most nézzük meg, hogy melyik változás milyen hatással van a költségvetési korlátra. A költségvetési korlát esetében két tényező tud megváltozni, ami módosíthatja annak pozícióját.

Először nézzük meg, hogyan változik a fogyasztó költségvetési halmaza és költségvetési korlátja, ha a jószágok ára változik. Nézzük meg hogyan változik a költségvetési egyenes,

ha az első jószágfajta ára változik meg, ellenben minden más, azaz a második jószágfajta ára és a rendelkezésre álló pénzmennyiség változatlan marad.

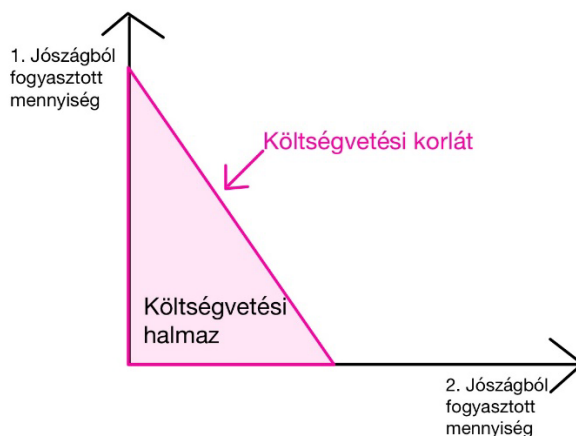


2. ábra: A költségvetési korlát változása, ha az első jószágfajta ára változik

Forrás: Varian (2016)

A 2. ábrából láthatjuk, ha változik az első jószágfajta ára, viszont minden más változatlan, akkor az ár növekedése esetén a költségvetési egyenes laposabb lesz, mivel az első jószágfajtaból kevesebbet tud elfogyasztani a fogyasztó. Ellenben, ha az ár csökken, akkor a költségvetési egyenes meredekebb lesz, hiszen többet tud a fogyasztó elfogyasztani az adott jószágfajtaból.

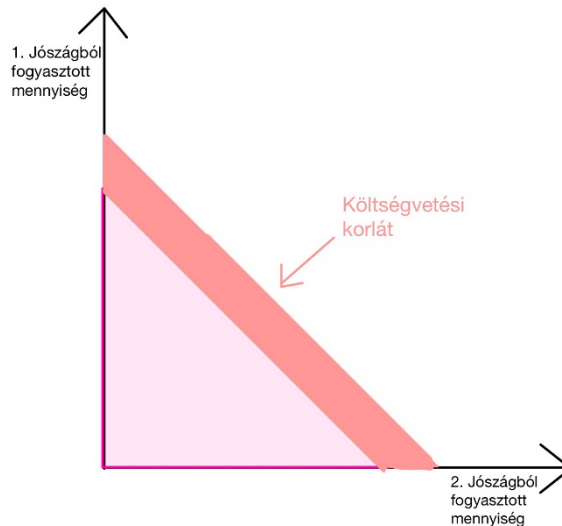
Nézzük meg mi történik akkor, ha a második jószágfajta ára változik ceteris paribus, azaz az első jószágfajta ára és a rendelkezésre álló pénzmennyiség nem változik. A 3. ábrából látszik, hogy ha a második jószágfajta ára növekszik, akkor a fogyasztó ebből a jószágfajtaból kevesebbet fog tudni vásárolni, ezáltal megváltozik a költségvetési egyenes meredeksége. A költségvetési halmaz, ahogy az előbb is láttuk csökkenni fog, ezáltal a fogyasztó számára kevesebb jószágkosár érhető el.



3. ábra: A költségvetési korlát változása, ha a második jószágfajta ára változik

Forrás: Varian (2016)

Most nézzük meg, mi történik akkor, ha a fogyasztó rendelkezésre álló pénzmennyisége változik meg.



4. ábra: A költségvetési korlát változása, ha a rendelkezésre álló pénzmennyiség nő

Forrás: Varian (2016)

A 4. ábrán jól látszik, hogy ha a fogyasztó rendelkezésre álló pénzmennyisége nő, a költségvetési egyenes az origótól felfelé tolódik, de a meredeksége változatlan marad. Ennek az az oka, hogy a megnövekedett rendelkezésre álló pénzmennyiségből többet tud fogyasztani a fogyasztó a jóságokból, így több lesz a számára elérhető jóságkosár, megnő a költségvetési halmaz területe is, azonban az árarányok változatlansága miatt a helyettesítési ráták és határráták nem változnak. Ha a rendelkezésre álló pénzmennyiség csökken, akkor a költségvetési egyenes lefelé, az origó felé fog eltolódni, ezáltal pont az előbbi ellenkezője történik: a költségvetési halmaz területe csökken, a fogyasztó számára elérhető jóságkombinációk száma csökkenni fog, mindkét jóságfajtából kevesebbet fog tudni fogyasztani.

Vannak esetek, amik ugyanazt a hatást eredményezik, például, ha mindkét jóságfajta ára nő, ellentétben a rendelkezésre álló pénzmennyiség változatlan marad, akkor ugyanaz a hatás lesz megfigyelhető, mintha a jövedelem csökkent volna (feltételezve, hogy a relatív árak változatlanok maradnak). Ha mindkét jóságfajta ára egyszerre csökken, viszont a rendelkezésre álló pénzmennyiség változatlan marad, akkor ugyanaz a hatás figyelhető meg, mintha a jövedelem nőtt volna, mivel mindkét jóságfajta ára csökkent, így a fogyasztó a rendelkezésére álló pénzmennyiségből többet tud fogyasztani a jóságfajtákból, több jóságkosár érhető el számára (szintén feltételezve a relatív árak változatlanságát).

Gyakran van külső hatás is, ami befolyásolja a fogyasztó költségvetési korlátját. Ezek a külső hatások a gazdaságpolitika által használt eszközök, például a támogatások és különböző adók.

Adóból több fajtát ismerünk. Az egyik fajta adó a mennyiségi adó, például Magyarországon a cigaretta és az alkohol jövedéki adója. Az adó lényege, hogy mennyiségi egységenként egy meghatározott adót kell fizetni egyes termékekre, ilyen lehetne például, hogy minden egyes doboz sör után 40 forint a fizetendő adó. Ez a költségvetési egyenesre olyan hatással van, mintha egy magasabb árat vezetnének be az adott jószágra. A másik fajta adó az értékadó. Az adó lényege, hogy nem a fogyasztott mennyiségre vonatkozik az adó, hanem a jószágfajta értékére. Ezt az adónemet általában százalékos formában határozzák meg. Ez az adónem is olyan hatással van a jószágfajta árára, mint egy árnövekedés. Vegyük példának a magyar általános forgalmi adót. Az egyszerűség kedvéért nézzük a leggyakoribb 27%-os adókulcsot. Ez azt jelenti, hogyha egy terméknek a nettó ára 1.000 forint, akkor az áfával növelt ára már 1.270 forint lesz, amit a fogyasztónak meg kell fizetni. Az adót a fogyasztó a kormánynak fizeti, amit az eladónak kell bevallania és befizetnie az állam felé. A magyar adórendszerben, ha továbbértékesítés céljából vásárol valaki termékeket, akkor az adót vissza tudja igényelni, így csak a jószág végső fogyasztójának kell megfizetnie az adót. Ha jobban belegondolunk, akkor ez így is logikus, hiszen nagyon sok eladón és vevőn megy át egy termék és így nem kell minden egyes továbbértékesítőnek az adót befizetnie. Értékadó és mennyiségi adó esetében a költségvetési egyenesnek a meredeksége fog változni, annak függvényében, hogy melyik jószágfajtát adóztatják meg. Különleges esetben, ha például az általános forgalmi adót változtatná a kormány, akkor a költségvetési egyenes meredeksége nem feltétlenül változna, csak az egyenes helyzete tolódna az origó felé vagy az origótól távol, annak függvényében, hogy az adónemet növelik vagy csökkentik (feltételezve, hogy az eladók nem alkalmaznak mennyiségfüggő árendedményt és az adó mértékének változása után a bruttó árarányok változatlanok). Az adónak van egyösszegű formája is, amikor a kormány előír egy bizonyos összeget, amit a fogyasztónak be kell fizetnie. Ez az adónem olyan hatással van a költségvetési egyenesre, mintha a fogyasztó jövedelme csökkenne, hiszen a fogyasztónak nőni fog a kiadása, ezzel csökken a rendelkezésre álló pénzmennyiség.

A másik külső hatás, a támogatás az adó pontos ellentéte. Ha mennyiségi támogatásról beszélünk, akkor az állam a vásárolt jószágok mennyisége után kedvezményt ad a jószág árából, ezzel azt elérve, mintha a jószágok ára csökkenne. A százalékos támogatással egy meghatározott százalékot tud spórolni a fogyasztó, ezzel azt eredményezve, hogy a támogatott százalékkal megnő a fogyasztó számára elérhető jószágmennyiség. Például, ha a kakaócsiga ára 25%-kal csökken, akkor a fogyasztó a számára rendelkezésre álló pénzmennyiségből 25%-kal több kakaócsigát tud fogyasztani (feltételezve, hogy a fogyasztó csak kakaócsigát fogyaszt). A támogatás másik fajtája, az egyösszegű támogatás. Ilyen esetben a kormány egy meghatározott összeget ad a fogyasztónak, mellyel ugyanaz a hatás figyelhető meg, mintha a jövedelme nőne, hiszen a támogatás által a rendelkezésre álló pénzmennyiség növekedni fog.

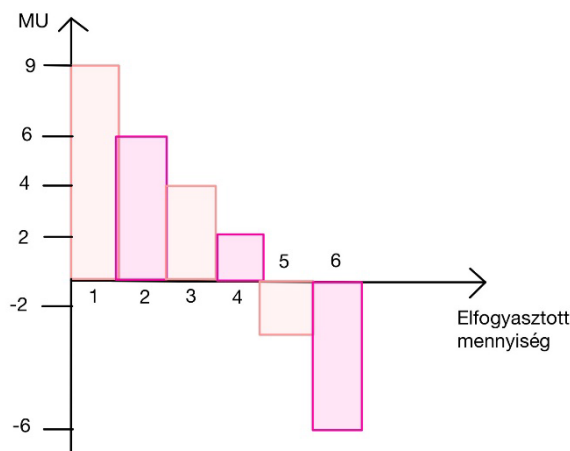
Az államnak van még egy eszköze, amit ritkán, de be szoktak vetni. Ez az eszköz az adagolás, amikor egy meghatározott jószágból nem lehet többet vásárolni egy meghatározott mennyiségnél. Ezt leginkább a világháborúk idején alkalmazták az országok jegyrendszer formájában, amikor kétes volt bizonyos termékekből az utánpótlás. Ez az intervenció olyan formában is megjelenhet, hogy egy meghatározott terméket egy bizonyos mennyiségben

lehet adómentesen megvásárolni, utána pedig bevezetnek rá egy nagyon magas adót, ami elrettenti a fogyasztót a többlet vásárlásától és a kormány is célt ér, hiszen több adót tud beszélni az adott termék fogyasztásából, viszont ebben az esetben a fogyasztó költségvetési egyenese teljesen más formát fog felvenni. Mind az árengedmény, mind a jegyrendszer esetén érvényes költségvetési korlát részletes leírása megtalálható Barancsuk (2012) könyvében.

1.3. A fogyasztó preferencia rendszere közönséges javak esetén

Ahhoz, hogy meg tudjuk vizsgálni a fogyasztó preferenciarendszerét, meg kell ismernünk két újabb fogalmat, melyek a közömbösségi görbe és a hasznossági függvény.

Először nézzük meg a fogyasztó hasznossági függvényét. Minden fogyasztó célja az, hogy a szükségleteit minél teljesebben és magasabb szinten tudja kielégíteni. Ez a szükséglet minden fogyasztónál más, ahogy az előbb néztük, minden fogyasztónak a saját preferenciái szerint jelennek meg a szükségletei. A szükségletek kielégítéséhez szükséges javakat azonban a legtöbb esetben a fogyasztónak meg kell vásárolnia, így ahhoz, hogy a szükségleteit teljesen ki tudja elégíteni szüksége van arra, hogy a jövedelme elég legyen rá. Ha összevetjük a jövedelmet és az árakat, akkor megkapjuk a fogyasztó reáljövedelmét, ami megmutatja a pénz vásárlóerejét, azaz azt a termékhalmozatot, amit adott jövedelemből meg tud vásárolni a fogyasztó. Ez a termékhalmozatot minden fogyasztónál más termékeket jelent, hiszen minden fogyasztónak megvannak a szükségletei. Például az egyik fogyasztó szereti a pogácsát és a kakaót, a másik fogyasztó a kakaóscsigát szereti és a tejet. Az első fogyasztónak nem alakul ki szüksége a tejre és a kakaóscsigára, a második fogyasztónak pedig nem alakul ki szüksége a kakaóra és a pogácsára. Az egyszerűség kedvéért vizsgáljuk meg egy jószággal, hogy mi történik akkor, ha a fogyasztó egymás után (pótlólagosan) fogyaszt a jószágból. Ezt a legegyszerűbben egy grafikon segítségével tudjuk megtenni, ahol a függőleges tengelyen a kakaóscsiga elfogyasztott mennyisége, vízszintes tengelyen pedig az utolsóként elfogyasztott kakaóscsiga után nyert hasznosság látható. Ezt határhaszonnak (Marginal Utility) nevezzük.

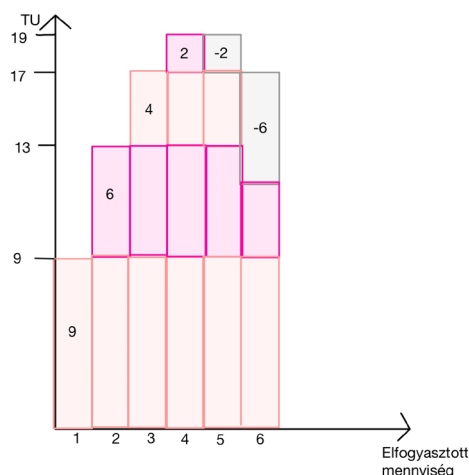


5. ábra: A határhaszon változása

Forrás: Barancsuk (2012)

Ahogy az 5. ábrán is látszik minden elfogyasztott mennyiség után csökken a fogyasztó fogyasztásból nyert addicionális haszna. Ezt a törvényt elsőként Gossen fogalmazta meg, így róla elnevezve Gossen I. törvényének, a csökkenő határhaszon törvényének nevezzük (Barancsuk, 2012). Természetesen, ahogy nő az elfogyasztott jószág mennyisége, a fogyasztó eléri azt a pontot, ahol a határhaszon értéke nulla lesz. Ezt a pontot nevezzük telítődési pontnak. Ha ezután a pont után a fogyasztó továbbra is fogyaszt az adott jószágból, akkor a fogyasztásból származó összhaszna csökkenni kezd. Ha jobban belegondolunk ez életszerű is, hiszen, ha már nem tudunk többet enni kakaóscsigából, de azért is eszünk, akkor annak kedvező hatása nem lesz.

Azt is meg tudjuk vizsgálni, hogy például 5 kakaóscsiga elfogyasztása milyen teljes hasznossági szintet eredményez a fogyasztó számára. Ezt nevezzük összhaszonnak (Total Utility). Az összhasznót úgy kapjuk meg, hogy összeadjuk az addig elfogyasztott jószágok határhasznát. Itt is megfigyelhetjük, hogy megjelenik a telítődési pont. Ezen a grafikonon ott keletkezik a telítődési pont, ahol a fogyasztó összhaszna maximális.



6. ábra: Az összhaszon változása

Forrás: Barancsuk (2012)

Térjünk rá a közömbösségi görbe fogalmára, ami szintén Barancsuk (2012) nyomán, azoknak a fogyasztói kosaraknak a helye, amelyeket a fogyasztó ugyanolyan mértékű élvezeti hatásúnak él meg. Azaz, a közömbösségi görbe azokat a jószágkombinációkat mutatja be, amelyek az egyén számára ugyanolyan élvezeti szintet nyújtanak. A közömbösségi görbéknek a száma végtelen, hiszen, a fogyasztói térben található jószágkosarak mindegyike reprezentálva van egy közömbösségi görbe által. Minél messzebb van a közömbösségi görbe az origótól, annál nagyobb az a hasznossági szint, amit képvisel a görbe (normál, közönséges jószágokat feltételezve). Habár végtelen számú közömbösségi görbével rendelkezik egy fogyasztó, a görbék semmilyen esetben sem érnek össze, vagy metszik egymást, hiszen az azt jelentené, hogy egyszerre két különböző élvezeti hatást jelentene egy adott jószágkombináció. A közömbösségi görbék negatív meredekségűek. A közömbösségi görbék összességét közömbösségi- vagy indifferenciatérképnek is nevezhetjük. Egy ilyen rendszer megmutatja az adott fogyasztó sajátos ízlésvilágát.

1.4. A fogyasztó optimális választása

Ebben a részben megvizsgáljuk, hogy a fogyasztó számára mit is jelent az, hogy optimális választás. Az optimális fogyasztói magatartást jelző összefüggést Gossen II. törvényének nevezzük, bár nem jelzi a lehető legjobb választást minden esetben, de ezekkel a kivételekkel jelenleg nem fogunk foglalkozni.

Barancsuk (2012.) szerint a törvény az ésszerű választást fejezi ki. Ha valamelyik termék ára relatív magas vagy alacsony, a mérlegelt határhaszna csak úgy lehet egyenlő a többi termék határhasznával, ha az adott termék határhaszna is szintén magas vagy alacsony, azaz, a termékből fogyasztott mennyiség kicsi vagy nagy. Ha a jószágfajta preferált vagy diszpreferált a többi termékhez képest, azaz az elfogyasztott egységek magas vagy alacsony határhasznát eredményeznek, akkor érdemes belőle sokat vagy keveset vásárolni, hiszen a mérlegelt határhaszon csak nagy vagy alacsony mennyiségnél csökken vagy növekszik egyenlő szintig.

A törvény fontos az eladók számára, hiszen azt fogalmazza meg, ha minél több terméket kívánnak eladni, akkor két lehetőségük van, vagy a termékük árát csökkentik, vagy a termék határhasznát kell növelni. A termék határhasznának növelését többek között a megfelelő marketing eszközökkel tudja megtenni az eladó.

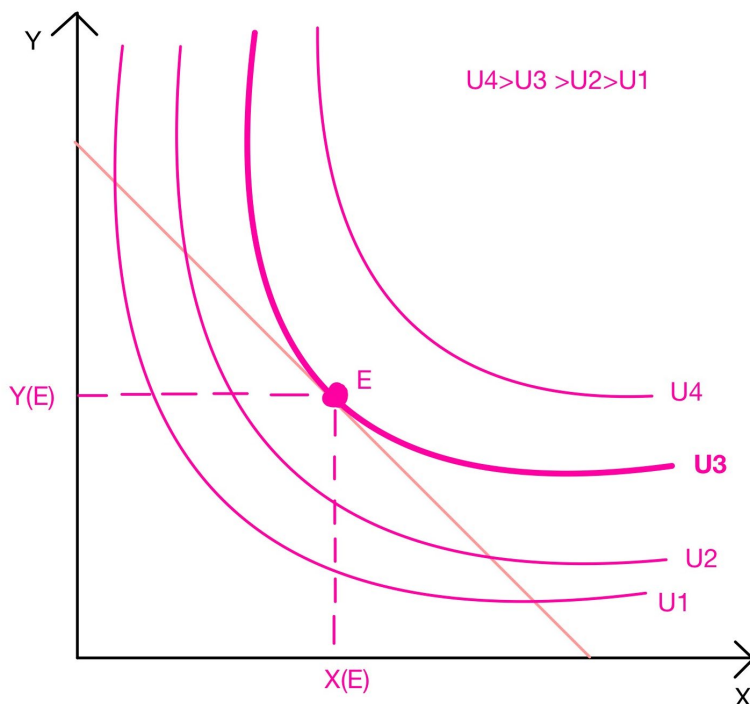
Az optimális keresleti szerkezet kritériuma az, hogy az egyes jószágfajták mérlegelt határhaszna megegyezik.

$$MU_x = MU_x/P_x = MU_y/P_y = MU_y$$

A képletben az MU jelöli az adott termék határhasznát, a P jelöli a termék árát, a * pedig az optimális választást jelöli.

1.4.1. A fogyasztó optimális fogyasztási döntése

Vizsgáljuk meg, hogy a fogyasztónak mi is valójában az optimális döntése. Az előbb megvizsgáltuk, hogy a fogyasztó költségvetési korlátja végtelen számú jószágkombinációt tartalmaz. Ezen jószágkombinációk közül természetesen az a jószágkosár bizonyul racionálisnak, amellyel a fogyasztó a legnagyobb hasznot tudja megszerezni.



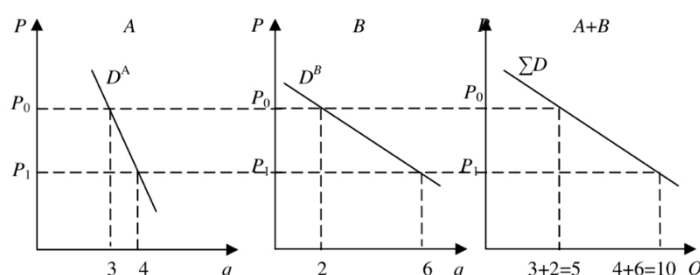
7. ábra: A legnagyobb hasznosságot biztosító jószágkombináció

Forrás: Barancsik (2012)

A 6. ábrán látható világos rózsaszínnel a fogyasztó költségvetési egyenese. Az U-val jelölt magenta színű görbék a fogyasztó közömbösségi görbéi. Amint látható, az U4-es görbe a fogyasztó költségvetési halmazán kívül esik, ezáltal a fogyasztó ezeket a termékkombinációkat nem tudja a rendelkezésre álló pénzmennyiségből megengedni magának. Az U1 és U2 közömbösségi görbe egyes szakaszai a fogyasztó költségvetési halmazán belül szerepelnek, ami azt jelenti, hogy a fogyasztó számára rendelkezésre álló pénzmennyiségből meg tudja vásárolni azokat a jószágkombinációkat, amelyek a költségvetési halmazba esnek, viszont a négy metszéspontot leszámítva nem költi el az összes jövedelmét, ezáltal nem éri el a számára elérhető legmagasabb hasznosságot, így előfordulhat, hogy egyes szükségletei nem kerülnek kielégítésre. Az U3 közömbösségi görbén található az a pont (E), ahol a fogyasztó költségvetési egyenese és a közömbösségi görbéje érinti egymást, azaz minden pénzét úgy költi el, hogy eléri a legmagasabb hasznosságot. Ez a pont a fogyasztó számára az optimális jószágkombináció, azaz a legjobb fogyasztási döntés.

Ezek a görbék azért fontosak a mikroökonómia számára, mert a termék különböző árai mellett vizsgált optimális jószágkosarak ceteris paribus elvezetnek minket a fogyasztó adott termékre vonatkozó ár-ajánlati görbéjéhez (PCC-görbe), melyből a fogyasztó adott termékre vonatkozó ár-ajánlati görbéjéhez (PCC-görbe), melyből a fogyasztó egyéni keresleti görbéje származtatható. Ezeknek az egyéni keresleti görbéknek a horizontális aggregálásán keresztül jutunk a piaci keresleti görbéhez, amely így tulajdonképpen a piacon található egyéni keresleti függvények összessége, ahogy azt a 8. ábra is reprezentálja.

Barancsuk (2012) nyomán a piaci keresleti függvény megmutatja, hogy a jószág különböző egységárai mellett az egyes árszinteken az adott piacon résztvevő fogyasztóknak mekkora az együttes kereslete a termék iránt.



8. ábra: Az aggregált keresleti görbe

Forrás: Barancsuk (2012)

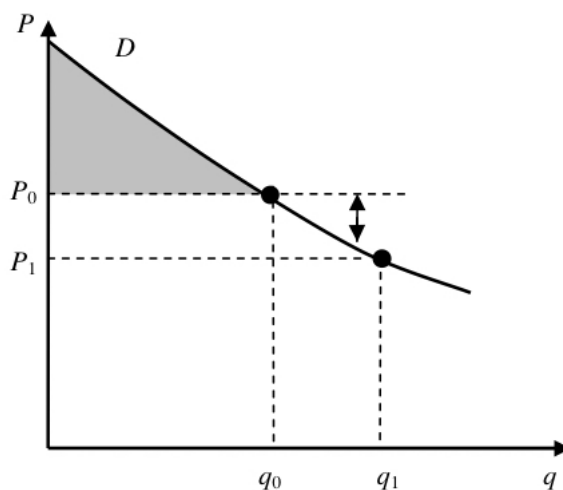
A 8. ábra abból indul ki, hogy minden fogyasztó autonóm döntéseket hoz a fogyasztás tekintetében. Ezzel szemben a valóságban a fogyasztó a legtöbb esetben figyelemmel kíséri, hogy a többi fogyasztó hogyan reagál a változásokra, ennek következtében az egyén közömbösségi térképét manipulálva. Ez a manipuláció jobban felerősödött a közösségi média és a televízió elterjedésével a reklámokon keresztül. A reklámok elterjedésével a fogyasztók bekerülhetnek a nyáj-hatás befolyásolása alá. Ezzel egy bizonyos tömeg vagy közösség fogyasztói szokásait utánozzák azonosulás vagy beilleszkedés érdekében. Ha a fogyasztó felvesz egy ilyen magatartást, akkor a közömbösségi térképén a mások által kedvelt termékek és szolgáltatások fognak megjelenni. Ez a hatás az adott termékre, amelyik bekerül a közkedvelt termékek közé pozitív hatással van, hiszen a kereslet magas lesz rá. Ezzel szemben negatív hatása is van, ha a tömeg érdeklődését elveszíti a termék.

A fogyasztói közösségben előfordulhatnak olyan tagok, akik a nyáj-hatáshoz tartozó fogyasztók szöges ellentétei. Az ilyen fogyasztói közösség ízlésvilága egyedi, így az olyan termékek iránt csökken a vásárlási szándéka, aminek a piacon megnő a kereslete, de ha egy terméknek csökken a kereslete a piacon, akkor pont az ellenkezője fog történni, megnő a vásárlási szándéka (a szakirodalom erre a jelenségre leginkább „sznob-hatás”-ként hivatkozik).

Ha eladóként jelenünk meg a piacon érdemes a megcélzott fogyasztói csoport szerinti üzleti magatartást képviselni. Ha a nyáj-hatást szeretné megcélolni az eladó, akkor a marketing eszközök során ki kell emelni, hogy tömeges szükségletet tud kielégíteni a termék. Ha a „sznob” fogyasztói csoport a cél, akkor pont az ellenkezőjét kell reklámozni, mégpedig azt,

hogy a termék rendkívül exklúzív, néhány darab érhető csak el belőle vagy teljesen egyedi termékekről van szó.

A közgazdasági elmélet terminológiáját követve jellemzően egy másik megközelítést, az inverz keresleti görbét szoktunk alkalmazni, melyet a 9. ábrán láthatunk.

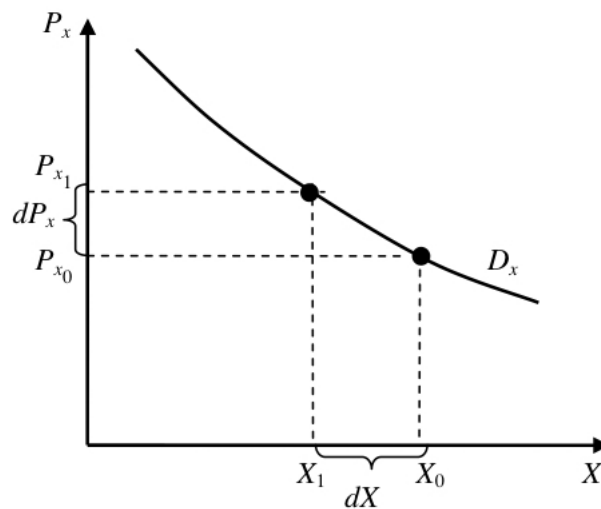


9. ábra: A rezervációs ár

Forrás: Barancsuk (2012.)

A 9. ábra azt sejteti, hogy ahhoz, hogy a fogyasztó több terméket is vásároljon, az árat csökkenteni kell. Ebből következik, hogy a racionális fogyasztó addig vásárol újabb és újabb jószágegységet, ameddig a pénzben kifejezett haszonhatást magasabbnak érzi az érte kiadott egységár által képviselt hasznosságnál. A fogyasztó által elfogadható árat, amennyiért hajlandó megvásárolni a termék egy egységét, rezervációs árnak nevezzük. A fogyasztó fizetési hajlandósága és a ténylegesen kifizetett ár közötti különbséget fogyasztói járadéknak (vagy fogyasztói többletnek) nevezzük (Consumer's Surplus). A fogyasztói járadék olyan élvezeti nyereség, ami a beszerzett termékek által elérhető hasznosság és a feláldozott összeg által képviselt haszon között jelenik meg, azaz az az összeg, amit megtakarítottunk azzal, hogy nem azon az áron vásároltuk meg a terméket, amennyit mi adtunk volna rá maximálisan.

Barancsuk (2012) alapján a kölcsönhatások mélyebb elemzésének lehetősége érdekében értelmezzük a kereslet sajátár-rugalmasságának mutatóját. Ez a mérőszám azt mutatja meg, hogy a termék saját árának 1%-os változása milyen hatással van a termék keresett mennyiségére. Ezt a mutatót is természetesen meg lehet vizsgálni egyéni és piaci szinten is. A saját árugalmasság szinte mindig negatív szám, hiszen az egységár és a keresett mennyiség változása szinte mindig ellentétes irányú. Ez a mutató hasznos lehet annak érdekében, hogy egy eladó meg tudja tervezni az értékesítés várható jellemzőit, árbevételét, pénzügyi és üzleti tervet készíthessen.



10. ábra: A kereslet saját ár rugalmassága

Forrás: Barancsik (2012.)

Ahogy a 10. ábrán is jól látszik, ha a P_0 -t jelentő eredeti egységárat megemeljük P_1 -re, akkor az eladott mennyiség, ami az ábrán X_0 -val van jelölve, lecsökken a X_1 szintre. Az ábrán látható szaggatott vonalak a keresleti görbének bizonyos pontjait jelölik. A megfelelő téglalapok területei nem mások, mint az árbevételek, amiket úgy tudunk kiszámolni, hogy az adott egységárat megszorozzuk az ahhoz tartozó keresleti mennyiséggel. Ahogy az ábrán is láthatjuk, ha nő a termék ára, akkor a keresett mennyiség csökkenni fog, de ez nem minden esetben jelenti azt, hogy az árbevétel is csökkenni fog. Az árbevétel változása attól függ melyik hatás bizonyul erősebbnek. Ha a termék ára a duplájára nő, például 10 forint helyett 20 forint lesz darabonként a zsemle, de az eredeti áron a kereslete 20 darabról csökken a megnövekedett ár miatt 10 darabra, akkor az árbevétel ugyanakkor marad. Nézzük meg, mi történik akkor, ha ez a két hatás nem oltja ki egymást.

Az ár rugalmasság lehet egységnyinél nagyobb, ilyenkor azt mondhatjuk, hogy a kereslet rugalmas, azaz az árváltozás egy erősebb keresleti hatást vált ki, amivel az árbevétel az árral ellentétes irányban fog elmozdulni, azaz ár növelés esetén csökkenni fog a kereslet, az árbevétellel együtt. Az ár rugalmasság lehet egységnyinél kisebb is, ilyenkor a keresletet rugalmatlannak nevezzük. Ebben az esetben, ha a termék árát megnöveljük, akkor az árbevétel is növekedni fog, mert az árváltozás egy nála gyengébb keresletváltozást fog létrehozni.

Parkin (2019) alapján adott termék keresletének ár rugalmasságát több tényező is befolyásolni tudja. A termék által kielégített szükséglet jellege is tudja befolyásolni, például az alapvető szükségletet kielégítő termék esetén az ár rugalmasság alacsony, hiszen ezeket a termékeket ártól függetlenül beszerezik a fogyasztók, ellentétben a luxuscikkkel, amelyeknek az ár rugalmassága sokkal rugalmasabb. Az sem mindegy, hogy egy termék milyen részesedéssel rendelkezik a fogyasztó költségvetési keretéből, ha például egy sokgyermekes családnál az élelmiszer vagy a rezsiköltségekről beszélünk, hiszen egy kis

mértékű növekedés is több pótlólagos kiadáshoz vezet, amit más szükségletek kielégítésétől kell elvonni. Ezzel ellentétben a kis költségvetési részesedési termékek például a gyufa árváltozásánál nem kell tartani ettől, ezért az árrugalmasság alacsonyabb. Az sem mindegy, hogy az adott fogyasztó milyen jövedelmi helyzettel rendelkezik, hiszen a magasabb jövedelemmel rendelkező fogyasztók kereslete rugalmatlanabb, mint a kevesebb jövedelemmel rendelkező fogyasztók kereslete. Az árrugalmasságot az is befolyásolja, hogy a terméknek létezik-e helyettesítő terméke. Ha nem létezik ilyen, akkor a fogyasztó el tudja dönteni, hogy megvásárolja-e az adott terméket vagy nem. Ebben az esetben a kereslet rugalmatlan, hiszen nem tud választani egy elfogadhatóbb áron kapható terméket. Ezzel szemben, ha rendelkezésre áll helyettesítő termék, az is befolyásolja az árrugalmasságot, hogy a helyettesítő termék milyen árral van ellátva. Ha ez magasabb, akkor a fogyasztó egy nagyobb áremelés esetén sem választ az eredeti termék helyett helyettesítő terméket, hiszen, ha az eredeti termék az áremelés hatására is olcsóbb, mint a helyettesítő termék, akkor nem valószínű, hogy át fog térni, ezért a kereslet rugalmatlan. A fogyasztó reakcióideje is befolyásolja az árrugalmasságot, amit attól számítunk, amikor a fogyasztó megtudja, hogy a termék ára nőtt, addig, ameddig döntést hoz a vásárlásról. Ha ez az idő rövid, azaz nem tud egy váratlan áremelés következtében helyettesítési lehetőséget keresni, akkor a kereslet árrugalmassága alacsony. Ellentétes esetben, természetesen a kereslet árrugalmassága magas. Az is befolyásolja ezt a mutatót, hogy az adott termék raktározható-e, azaz nem veszít minőségéből a raktározás során és a fogyasztó rendelkezik-e elég tárolókapacitással, hogy el tudja rakni a terméket. Ha a fogyasztó rendelkezik tárolókapacitással és a termék nem veszít minőségéből, akkor a kereslet árrugalmassága magasabb, hiszen, ha a fogyasztók tudomást szereznek arról, hogy megnő az adott termék ára, akkor megpróbálnak felhalmozni termékekből, így kikerülve az árnövekedést. Az előbbieken említett nyáj-hatás itt is megjelenik, ilyen esetben az árrugalmasság nagyobb lesz, sznob-hatás esetén kisebb lesz.

Nézzük meg azt is, mi történik akkor, ha a kereslet árrugalmassága pozitív, azaz a termék drágulása növeli a keresletet, olcsóbbá válása pedig mérsékli azt.

A Giffen-hatás, amit sir Robert Giffen fogalmazott meg, a szerényebb jövedelmű fogyasztók között figyelhető meg. Azokra az inferior jószágokra jellemző leginkább, amelyeknek a költségvetési részesedése magas, kereslete nagyon erős fordított reakcióval reagál a jövedelem változására. Az ilyen termék árnövekedése gyakorlatilag ugyanaz, mintha változatlan ár mellett csökkenne az adott fogyasztó jövedelme, de arra ösztönzi a fogyasztót, hogy intenzíven növelje meg a fogyasztást, ezzel elérve azt, hogy a fogyasztó ne akarjon kevesebbet fogyasztani az adott termékből. Árcsökkenés esetén pont ennek az ellenkezője figyelhető meg.

A Veblen-hatás, amit Thorstein Veblen fogalmazott meg, az előzővel ellentétben, a magasabb jövedelmi helyzetű fogyasztói réteget vizsgálta meg, az úgynevezett presztízs-javak esetében. Ezek azok a termékek, amely a környezet számára megmutatja, hogy a fogyasztó egy bizonyos, magasabb jövedelemmel rendelkező társadalmi rétegbe tartozik. Ezek a termékek azonban csak akkor töltik be ezt a funkciót, ha a magas árak miatt a többi, alacsonyabb jövedelemmel rendelkező fogyasztó számára nem, vagy rendkívül nehezen érhető el. Ebben az esetben a fogyasztó élvezeti hatása megnő, ha a termék ára is megnő, hiszen az ár növekedésével még kevesebb fogyasztó számára érhető el az adott termék. Ilyen termékeknek számítanak például Louis Vuitton táskák, mivel a funkciójuk ugyanaz, mint

például egy másik butikban kapható táskáké, viszont az áruk sokkal magasabb, így kevés fogyasztó számára érhetőek el.

A minőségjelző hatás abban az esetben bontakozik ki, ha a fogyasztók nem ismerik az adott árut eléggé és a vásárláskor nem tudják, hogy a terméknek milyen minősége van, milyen funkciói vannak. Ebben az esetben akkor vásárolnak többet a fogyasztók ebből a termékből, ha annak az ára is magas. Vegyük példának a használt személygépjárműveket. Ha egy használt autó túl olcsón van meghirdetve, akkor általában a potenciális vásárlók kerülni fogják, hiszen azt hiszik, hogy az az autó rossz. Ellentétben, ha egy használt személygépjármű ára viszonylag magas, akkor a potenciális vásárló nagyobb eséllyel választja azt, hiszen azt hiszi, hogy az jobb.

Fogyasztói pszichózis esetén a vásárlók várakozásai alapján a korábbi árváltozást további árváltozás követheti, azaz a termék drágulása a kereslet növekedését okozhatja.

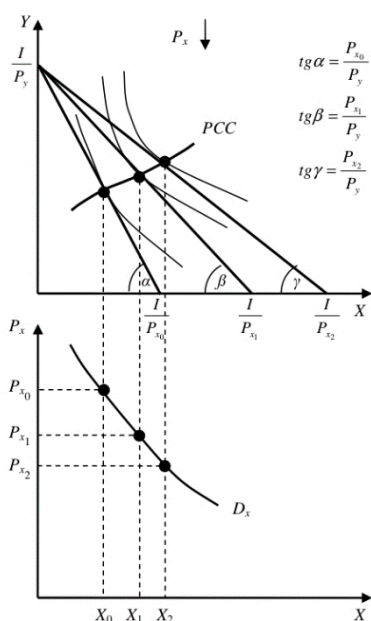
Az előbbieken már említettem azt, hogy egyes termékeknek létezik olyan változata, ami olcsóbb, de ugyanazt a célt szolgálja, mint a drágább termék. Nézzük meg ezeknek a termékeknek a fajtáit.

Barancsik János (2012) könyve alapján létezik olyan eset, amikor az egyes termékfajták függetlenek egymástól. Ebben az esetben az egyik termékkel kielégíthető szükséglet intenzitásának foka nem befolyásolja egy másik termék szükségletkielégítési minőségét. Erre tökéletes példa a tusfürdő és a rántott hús. Mind a két termék más jellegű szükségletet elégít ki, ezáltal a két termék között semmilyen kapcsolat nincs, hiszen az egyik élelmiszer, az éhség szükségletet elégíti ki, a másik pedig a személyes higiéniai szükségleteit elégíti ki a fogyasztónak. Létezik azonban olyan kapcsolat két termék között, amelyben két termék egymás helyettesítő terméke. Ebben az esetben a két termék hasonló szükségletet elégít ki, ezáltal, ha az egyik termék fogyasztási lehetősége megnő, akkor a másik, amely a helyettesítő termék, csökken a fogyasztás utáni kereslet és az adott termék határhaszna. Erre a tökéletes példa a kifli, amely a péksütemények közé tartozik. Ha a fogyasztó másik péksüteményt is fogyaszt, akkor az elfogyasztott egyéb péksüteménnyel, például pogácsával jól tud lakni, ezáltal nem lesz szükségszerű az, hogy még fogyasszon kiflit is. Ennek a kapcsolatnak van egy különleges formája, amikor két termék meghatározott mennyisége együttesen pontosan ugyanazt a szükségletet tudja kielégíteni, akkor az adott termékeket tökéletes helyettesítőknak hívjuk. Erre a kapcsolatra a tökéletes példa: két darab 500 grammos joghurt pontosan ugyanazt a fajta és intenzitású szükségletet elégíti ki, mint az ugyanolyan márkájú, minőségű és ízű 1 kilogrammos kiszerelés. Ezeknek a kapcsolatoknak létezik még egy fajtája, az úgynevezett kiegészítő (komplementer) viszony. Ebben az esetben a két jószágfajta készletének növekedése a másik termék iránti fogyasztási vágyat fogja ugyanolyan mértékben növelni. Az ilyen jószágok egymást feltételezik a fogyasztásban, ezáltal az egyik termék hiánya a másik terméket kizárja a fogyasztásból. Erre a kapcsolatra példaként a játékkonzol tökéletes. A játékkonzol önmagában sokat nem ér, hiszen játszani csak akkor lehet rajta, ha a fogyasztónak van hozzá való játéka. Fordítva is működik ebben az esetben a komplementer viszony, hiszen hiába van a fogyasztónak játéka a játékkonzolhoz, ha pont az eszközzel nem rendelkezik. Természetesen ezek a játékok csak az adott konzolhoz valóak. Ennél a kapcsolatnál is létezik tökéletes komplementer, ebben az esetben a termékek csakis egy meghatározott arányban fogyaszthatók. Erre egy teljesen

egyértelmű példa a cipők, hiszen csak a jobb cipőt nem tudjuk használni, szükség van a bal cipőre is, hogy a fogyasztó érdemlegesen tudja használni az adott terméket.

1.4.2. Egy kitüntetett termék árának változásának hatása az optimális fogyasztói kosárra

Vizsgáljuk meg mi történik az optimális fogyasztói kosárral akkor, ha az egyik termék ára ceteris paribus – legyen ez az X termék – nő (melyre a korábbiakban az 1.4.1 alfejezetben már utaltam). A költségvetési egyenes ebben az esetben is elmozdul, ami által kisebb lesz a költségvetési halmaz, így meg fog változni az optimális fogyasztói döntés is. Ha a rendszert termék árának bármely szintje mellett vizsgáljuk, kialakul egy új görbe, ami megmutatja minden árszinten és minden egyéb befolyásoló tényező mellett a fogyasztó számára elérhető legnagyobb hasznosságot jelentő jószágkombinációkat. Ezt a görbét ár-fogyasztási görbének (Price Consumption Curve) nevezzük. „A PCC tehát a fogyasztó maximális haszonhatást biztosító termék kombinációinak mértani helye az egyik jószág különböző árszintjeit és minden egyéb befolyásoló tényező adottságát feltételezve” (Barancsik János: Mikroökonómia 2012. 90. old.). Ennek a görbének a pontjaiból származtatni tudjuk az egyén parciális keresleti görbéjét, azaz, hogy a termék különböző egységárai mellett a fogyasztó milyen keresletet mutat a termék felé.



11. ábra: Az ár-fogyasztási görbe és a fogyasztó X termékre vonatkozó parciális keresleti görbéje

Forrás: Barancsik (2012)

A 11. ábrából láthatjuk, ha a termék ára magasabb lesz, akkor a költségvetési egyenes eltolódása miatt az optimális fogyasztói kosár is az origó felé fog tolni, hiszen a fogyasztó a számára rendelkezésre álló pénzmennyiségből az árnövekedés miatt kevesebb egységet fog tudni megvásárolni az adott termékből, így a fogyasztó legmagasabb nyerhető hasznossága is alacsonyabb lesz. Ha pont az ellenkezője történik, amit szintén megmutat a

11. ábra, és a termék ára csökken ceteris paribus, akkor a költségvetési egyenes szintén elfordul, viszont ebben az esetben pozitív irányú lesz az elmozdulás. A fogyasztó ebben az esetben több terméket fog tudni vásárolni, így a számára legmagasabb, elérhető hasznosság magasabb lesz, mint az árcsökkenés előtt.

A PCC görbe a későbbi vizsgálataim során fontos szerepet fog betölteni, hiszen a jelenleg alkalmazott üzemanyag árplafon pontosan a fentebb bemutatott hatást fejt ki a benzinpiacra. A következő fejezetben igyekszem megvizsgálni kérdőíves megkérdezés alapján, hogy a valóságban milyen hatással van a fogyasztói választásra a kormányzati beavatkozás és mi fog valószínűsíthetően történni akkor, ha ez a beavatkozás megszűnik és a fogyasztók a piaci áron kapják az üzemanyagot, ami a jelenlegi árhoz képest majdnem másfélszerese.

2. A MAGYAR BENZINPIAC

Az eddigiek során a piacról általánosságban beszéltünk csak. Ebben a fejezetben a piac alatt magyar benzinpiacot fogjuk érteni a továbbiakban, mint vizsgálatom fókuszát. Azt fogjuk jobban megvizsgálni, hogy milyen események zajlottak az elmúlt időszakban ebben az iparágban és ennek milyen hatása volt a fogyasztókra.

2.1. A magyar benzinpiac tulajdonságai, sajátosságai

Ha a magyarországi benzinpiacot az elméleti keretek szerint szeretnénk besorolni, a legközelebbi piaci szerkezet talán az oligopólium versenyzői szegéllyel (Carlton, 2003). Ezen a fajta piacon sok vevő jelenik meg, ebben az esetben természetesen azok, akik rendelkeznek vagy használnak olyan gépjárművet vagy eszközöket – például aggregátort vagy benzines fűnyírót, láncfűrészstb. – amely üzemanyaggal működik. A gépjárművet használók köre is egyre inkább szűkül ennél a piacnál, hiszen az elektromos autók egyre nagyobb térnyerése miatt sok fogyasztónak, akik régebben benzint vagy dízelt fogyasztottak, már nincs erre szükségük a továbbiakban. A piacot kevés nagy eladó jellemzi, hiszen egy benzinkút fenntartása és működtetése rendkívül nagy költséggel jár, ezáltal a piacra való belépés is rendkívül nehéz és nagyon sok tőkét igényel a fenntartójától, erős belépési korlátok jellemzik a piacot. A piacon a nagy eladók mellett vannak kisebb, magántulajdonban lévő benzinkutak, akik a nagy töltőállomásoknak konkurenciát jelentenek, viszont nem jelennek meg nagy számban a piacon. Ezen a piacon is minden vállalat a profitmaximalizálásra törekszik. A piacon nincs nagy különbség az árakban, hiszen az alaptermék, a benzin és a dízelolaj, esetleg az LPG gáz minden vállalat számára nagyjából ugyanazon az áron érhető el, miközben egymás majdnem tökéletes helyettesítőinek tekinthetők. A töltőállomások között vállalati szinten körülbelül 10-20 forint eltérés szokott lenni az üzemanyag árban literenként. Az esetleges árváltozáskor a töltőállomások egyszerre szoktak árat emelni vagy csökkenteni, ami általában attól függ, hogy mennyi a benzin és dízel Mol által jegyzett nagykereskedelmi ára az adott időszakban (Farkas-Yontcheva, 2019). Ezt az árat természetesen döntően befolyásolja a kőolaj világpiaci ára. Amennyiben ez utóbbi magasabb, akkor a nagykereskedelmi üzemanyagár is megnő és annak érdekében, hogy a vállalatok továbbra is meg tudják tartani a profitmaximalizáló viselkedésüket, nekik is árat kell emelniük.

A Központi Statisztikai Hivatal 2009-ben¹ publikált utoljára adatokat arról, hogy Magyarországon mennyi töltőállomás működik, azóta viszont nem látott frissebb statisztika napvilágot, így ezen adatok a legújabbak, amelyek a rendelkezésemre állnak. A statisztika szerint Magyarországon összesen 2052 üzemanyag töltőállomás működik. Régióként tekintve, Közép-Magyarországon található a legtöbb üzemanyag töltőállomás 465 darab,

¹ https://www.ksh.hu/docs/hun/xtabla/jelszall/tabljsz09_02_25.html

ami ésszerű is, hiszen Közép-Magyarországon található a főváros, ahol nagy számban működnek üzemanyag töltőállomások, ahogy az 1. táblázatban is látszik.

1. táblázat: A kiskereskedelmi üzemanyagtöltő állomások földrajzi megoszlása

Régiók	Töltőállomások száma (db)	Töltőállomások eloszlása (%)
Közép-Magyarország	465	22,66
Közép-Dunántúl	249	12,13
Nyugat-Dunántúl	217	10,58
Dél-Dunántúl	227	11,06
Észak-Magyarország	229	11,16
Észak-Alföld	298	14,52
Dél-Alföld	367	17,88

Forrás: Erdős et. al. (2022)

Erdős et.al. (2022) alapján a magyar benzin kiskereskedelmi piacát leginkább nagy, domináns vállalatok és kisebb független benzinkutak alkotják, amely szerkezetileg egyezik az oligopólium versenyzői szergéllyel elméleti keretrendszerével. A nagy benzinkutak esetében a vertikális integráció tipikus, de a legnagyobb hozzájáruló az ellátási láncban a MOL, aki nagyjából a nagykereskedelem 70%-át látja el a vizsgált periódusban (European Commission, 2016.). A MOL-hoz képest a többi nagy márka csak a saját benzinkutjainak szállít üzemanyagot, ráadásul egyedül a MOL az egyetlen vállalat, akinek saját finomítója van Magyarországon, Százhalombattán. Habár a kiskereskedelmi szektorban meghatározott vállalatok szerepelnek viszonylag nagy számú töltőállomással, ez a szektor kevésbé koncentrált.

2. táblázat: A kiskereskedelmi benzinpiac

Kiskereskedelmi vállalatok neve (nagyság szerinti sorrendben)	A változás előtti piaci részesedés (%)	A változás utáni piaci részesedés (%)
MOL	29,52	38,01
OMW	13,81	13,81
Shell	15,24	15,24
Agip	8,49	
Lukoil	5,87	5,87
Mobil Petrol	3,81	3,81
OIL!	3,17	3,17
Auchan automata	1,43	1,43
Független benzinkutak	18,66	18,66

Forrás: Erdős et. al. (2022)

A 2. táblázatban látható a relatív részesedése az egyes vállalatoknak. A később jelzett változás előtt a legnagyobb töltőállomások a MOL, OMW, Shell és Agip vállalatok voltak, a magyar töltőállomások több mint 65%-át ezek a cégek birtokolták. A változás a piacon az volt, hogy a MOL 2015-ben megegyezett az ENI Group-pal, hogy a Magyarországon jelen lévő 173 Agip kiskereskedelmi töltőállomást felvásárolja, amivel a vállalat jelenleg az összes magyarországi töltőállomásból 38%-ot tulajdonol a vásárlás előtti 30% helyett.

Ahogy a táblázatból is látszik más nagyobb változás nem történt a magyar benzin kiskereskedelmi szektoron belül. Ez a szerződés 2016-ban lépett érvénybe, miután a Gazdasági Versenyhivatal engedélyezte a felvásárlást. Ezután azonban a vállalatnak körülbelül újabb egy év kellett ahhoz, hogy a felvásárolt töltőállomásokat átalakítsa, mivel egy teljesen más vállalat tulajdonát kellett a sajátjává tenni. Ezalatt értem azt, hogy a logót le kellett cserélni, az állomások épületeit át kellett alakítani és az adminisztrációra is időt kellett fordítani a MOL-nak. (Erdős et. al. 2022.)

A piac helyzetét nem csak ez a felvásárlás változtatta meg. Mint minden piacra, az üzemanyagpiacra is hatással volt a COVID-19 okozta pandémia. 2020. március 11-én, amikor a WHO bejelentette a pandémiát az Olimpia időpontját elhalasztották 2021-re és a nemzetközi klímakonferenciát is elhalasztották. Minden ország veszélyhelyzetet vezetett be, ahol csak tudták alkalmazták az otthonról való munkavégzést, csak otthoni tanítás volt, ezáltal a diákok nem mentek iskolába, mindenki igyekezett betartani a szociális távolságtartást, sőt néhány országban kijárási korlátozások is érvénybe léptek. Egyes országokban belföldi utazásokat sem lehetett kivitelezni, nemhogy külföldre menni. Ennek hatására csökkentek a buszjáratok, mindenki kevesebbet vagy egyáltalán nem használta a személygépjárművét, a légitársaságok szinte teljesen leálltak. Ennek hatására nem volt szükség annyi üzemanyagra, mint amit előállítottak. Ez körülbelül egyik napról a másikra, derült égből villámcsapásként érintette az iparágat és vele együtt az egész világot, így a globális ellátási láncokat is. Ennek a gyors keresletcsökkenésnek a hatására néhány előállító üzem teljesen leállt, az olajfinomítók csökkentették a termelést és a nyersanyag vásárlást. Ennek következtében rengeteg munkahely szűnt meg, hiszen, ha nincs termelés, nincs szükség dolgozóra sem, ez nagyban emelte a munkanélküliség mértékét. Annak eredményeképpen, hogy a kőolaj finomítók nem vásároltak nyers kőolajat, a kitermelőknél maradt az olaj, amit nem tudtak eladni, így olyan, borzasztóan ritka jelenség fordult elő a nemzetközi piacokon, amikor a kőolaj határidős kontraktusainak ára negatív irányba ment. Azaz, már fizettek azért a kitermelők, hogy valaki vegye át a nyers kőolajat, ami természetesen újabb veszteséget eredményezett a kitermelők számára. Ezért a Kőolaj-exportáló Országok Szervezetének (OPEC – Organization of the Petroleum Exporting Countries) vezetői egy hosszú videokonferencia során meg tudtak egyezni, hogy 2020. május 1-től csökkentik az olajkitermelést és csak a szerződésben meghatározott mennyiségű olajat termelik ki az egyes országok a meghatározott időszakokban. Ezzel az intézkedéssel hozta helyre a szervezet az olaj világpiaci árát, ami a mai napig is hatással van a kőolaj árakra, azon keresztül pedig az üzemanyag árakra.

Ebben az időszakban Magyarországon is rendkívül olcsó volt az üzemanyag, nagyjából 300 forint volt egy liter üzemanyag. Ahogy minden országban, Magyarországon is érvényben voltak korlátozások, amik visszaszorították a személygépjármű használatot, hiszen itthon is érvényben volt kijárási korlátozás, bár itt nem volt megtiltva az országon belüli utazás, annyi kivétellel, hogy nem lehetett az éjszakát más városban tölteni, hiszen a szálláshelyek sem működhettek. Miután az OPEC egyezménye érvénybe lépett Magyarországon is észre lehetett venni a kőolaj világpiaci árának növekedését, hiszen a kőolaj árának változása közrejátszik az üzemanyag árának változásában. Ennek következtében elkezdett itthon is rohamosan nőni az üzemanyagok ára.

A magyar benzinpiacon az általános üzemanyag-töltőállomásokon a fogyasztó találkozhat normál minőségű benzinnel és dízelolajjal, valamint ezek prémium kategóriás változatával.

Nézzük meg ennek a háttérét Karner Miklós (2020) írása nyomán, hiszen a fogyasztók preferenciáit, így választását is nagyban befolyásolják az üzemanyagok minőségbeli különbségei, és az ezáltal generált ár-érték arány különbségek. A magyar piacon régóta jelen volt a prémium üzemanyag, azonban nem örvendett nagy népszerűségnek. Az Európai Parlament és Tanács 2009/30/EK irányelvének bevezetésekor, a környezetvédelem érdekében szabályozták az üzemanyagok egyes bioösszetevőinek arányát, ami természetesen Magyarországon is bevezetésre került. Ennek értelmében a 95-ös üzemanyagban megjelent a bioetanol összetevő. 2020. január 1-től azonban Kaderják Péter, az Innovációs és Technológiai Minisztérium államtitkára bejelentette, hogy a 95-ös oktánszámú benzin bioetanol-aránya közel a duplájára fog emelkedni, így a jelölése E10 lett. Természetesen a dízelolajban is megemelték a bioösszetevők számát. Ellentétben a 100-as és 98-as oktánszámú üzemanyagoknál nem írták elő ezt a szabályozást, így ezek a prémium kategóriás üzemanyagok összetevői maradtak ugyanazok, ezek az üzemanyagok kapták az E5 jelölést. Az új összetételű üzemanyagokkal az a probléma, hogy a megemelt etanol tartalom miatt a személygépjárművekben az üzemanyaggal érintkező műanyag és gumicsövekben, valamint a tömítésekben kárt tehetnek. Az E10-es üzemanyagok sokkal nagyobb mértékben tudják magukban tartani a vizet, ezáltal a személygépjárművekben rozsdásodás keletkezhet. Az etanol egyfajta alkohol, ami az eddigi üzemanyagokhoz képest nagyobb százalékban jelenik meg, ezáltal egyes lerakódásokat fel tud lazítani az üzemanyagrendszerben, ami eddig keletkezett, ezáltal esetleges dugulásokat okozva a jármű üzemanyag rendszerében. Ezek a problémák leginkább a régebbi autótípusoknál okoznak nagyobb gondot, hiszen minél öregebb egy személygépjármű, általában annál régebbiek az alkatrészei, ezáltal jobban el vannak gyengülve, mint a fiatalabb társaiknál. A szabályozás életbe lépésekor az Európai Autógyártók Szövetsége közzétette, hogy melyek azok a személygépjárművek, amelyek nem kompatibilisek az új E10-es üzemanyagokkal, így aki ilyen gépjárművel rendelkezik, a károk megelőzése érdekében ajánlott váltani az E5-ös üzemanyagokra. Ennek a szabályozásnak a hatására fellendült az E5-ös üzemanyag kereslete, minden üzemanyag töltőállomáson megjelent ez a típusú üzemanyag. Az E5 üzemanyag ára magasabb, mint az E10 üzemanyag ára, viszont a javítási költségnél még így is olcsóbb. A kétfajta benzin egymásnak valamilyen szinten helyettesítő terméke, hiszen az E10 jelzésű üzemanyagok is ugyanazt a célt szolgálják, mint az E5 jelzésűek, viszont ebben az esetben az összetevői jobbak az E10-es üzemanyagoknál. A pandémia idején, a két típusú üzemanyag között nem volt nagy különbség az árakban, nagyjából 10-20 forint különbség volt literenként. Az olajjegyzménnyel ez a különbség visszatért a régi árkülönbségbe, jelenleg 50-60 forint különbség van a két fajta üzemanyag között literenként.

2.2. A benzinárstop törvénye

Ebben a szakaszban rátérünk a jelenlegi helyzetet befolyásoló szabályozásra. Először nézzük meg, miért vezette be a kormány ezt a rendelkezést.

A kőolaj világpiaci árának helyreállása az üzemanyag árak esetében rohamos árnövekedést eredményezett. A rohamos árnövekedést megakadályozva a magyar kormány úgy döntött, az üzemanyagokra bevezet egy hatósági árat. Ezt az árat 480 Ft/literben határozták meg a 2021. november 15-én életbe lépő törvényben. A szabályozás csak a 95-ös oktánszámú benzinre és a sima dízelolajra vonatkozik, a prémium üzemanyagokat továbbra is a piaci

áron értékesítik az üzemanyagtöltő állomások. Ennek a döntésnek nagyon sok fogyasztó örült, hiszen amikor ezt a szabályozást bevezették és bejelentették, már körülbelül 500 forint volt egy liter nem prémium üzemanyag ára. A prémium üzemanyagok 600 forinton felül voltak ebben az időszakban. A szabályozás hatására a hazai benzinkutakon volt a legolcsóbb az üzemanyag a környező országokhoz képest. Emiatt, hogy itthon mindenki olcsóbban tudott tankolni, mint más országokban kialakult a benzinturizmus. Sok határhoz közeli fogyasztó járt át hazai üzemanyagtöltő állomásra, mert ezzel sokat tudott spórolni. Ennek hatására a hazai kutakon egyre kevesebb üzemanyag volt. Idén május végén a benzinturizmus visszaszorítása végett bevezette a kormány a 278/2022. (VII. 30.) kormányrendeletet, amiben módosították azt, hogy a hatósági áras üzemanyagra kizárólag a magyar rendszámmal rendelkező gépjárművek és a személytaxi-szolgáltatást nyújtó járművek jogosultak, a külföldi rendszámmal rendelkező gépjárművek nem.

Március közepén a kormány a 94/2022. (III. 10.) Korm. rendelete a veszélyhelyzettel összefüggő egyes szabályozási kérdésekről szóló 2021. évi CXXX. törvény eltérő alkalmazásáról című rendeletben meghatározta a 3,5 tonnát meghaladó súlyú gépjárműveknek, hogy nem tankolhatnak, csak úgynevezett nagynyomású kútoszlopon és csak piaci áron. Erre azért volt szükség, mert az ekkora gépjárműveknek sokkal nagyobb a fogyasztása és sokkal több üzemanyagot használnak, mint például egy személygépjármű. Az ilyen típusú gépjárműveknél sokkal nagyobb volt a benzinturizmus aránya, mint a kisebb társaiknál, de ezt a szabályozást a kormány a magyar rendszámú 3,5 tonna feletti gépjárművekre is bevezette.

A törvény később úgy is módosult, hogy egy személygépjárműbe egy nap alatt csak egyszer lehet a hatósági áron tankolni. Ezt úgy ellenőrzik, hogy az üzemanyagtöltő állomáson a fogyasztónak be kell mutatnia a személygépjármű forgalmi engedélyét, amin található egy vonalkód, amivel le tudják ellenőrizni a személygépjármű adatait, és azt egy vonalkódozó segítségével felviszik egy meghatározott rendszerbe, ahol jegyzik, hogy az adott napon már tankoltak abba a személygépjárműbe.

3. AZ EMPIRIKUS KUTATÁS EREDMÉNYEI

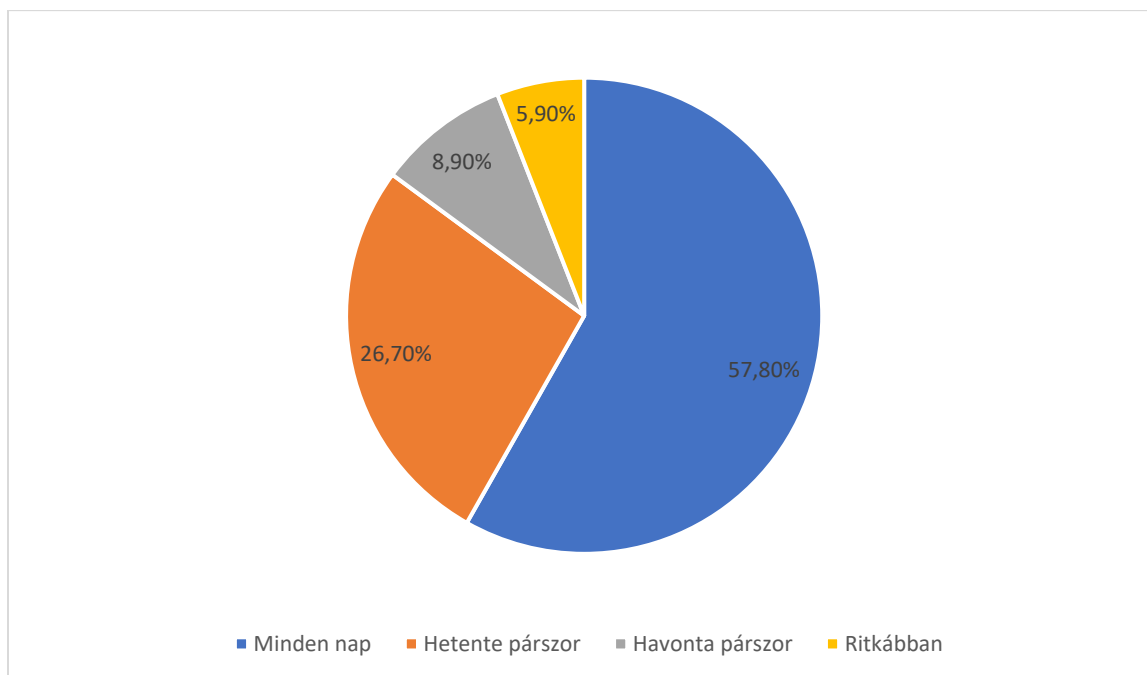
Az eddigiek során a dolgozatomban igyekeztem áttekinteni azokat az elméleti kereteket, melyekből várakozásokat képezhettünk tekintetben, hogy a fogyasztók a jelenlegi piaci és szabályozási környezetben a már beállt és majd beálló változásokra hogyan reagálhatnak. Ahogy említettem, kutatást végeztem annak érdekében, hogy meg tudjam vizsgálni, hogy az elmélet iránymutatásai mennyiben prediktálják megfelelően a fogyasztói döntéseket ilyen extrém körülmények között.

Az empirikus módszer kérdőíves megkeresés alapján történő adatok elemzése volt. Saját kérdőívvel készített, primer adatfelvétel eredményein végeztem elemzést. A kérdőívben arra próbáltam fényt deríteni, hogy a fogyasztók viselkedése hogyan változott meg a hatósági ár bevezetése után, illetve mit terveznek tenni azután, amennyiben ezt a szabályozást olyan környezetben szüntetik meg, amikor az üzemanyagok piaci ára még meglehetősen magas, az árplafon feletti szinten tartózkodik.

A kérdőívben először a fogyasztó személygépjármű használatának szokásait mértem fel, hiszen ezek az adatok is befolyásolják a fogyasztót az üzemanyagfogyasztási döntésében, mivel, ha valamelyik fogyasztó egyáltalán nem, vagy csak nagyon ritkán használ személygépjárművet kis mértékben, azaz például havonta egyszer használja bevásárlásra, akkor annak a fogyasztónak a viselkedése másképp alakul, mint annak a fogyasztónak, aki napi szinten használja többféle célra is a személygépjárművét. Az üzemanyag fogyasztási mértékhez az is hozzá tartozik, hogy az adott fogyasztó használ-e más közlekedési eszközt is, ami esetlegesen nem üzemanyag által működik például kerékpárt, vagy tömegközlekedést, hiszen ezek az eszközök az adott fogyasztónál helyettesíti a személygépjármű használatot. Ezen kérdések után következett a fogyasztó egyes árváltozások utáni viselkedésének kutatása. A kérdőívet a Google űrlapok segítségével készítettem el, ezáltal a kérdőív teljesen online volt elérhető. A kutatást több, témához kapcsolódó facebook csoportban osztottam meg, hiszen ez a téma nem egy mindennapi, egyes fogyasztók ki vannak zárva az érdemleges válaszadás alól, hiszen a célközönsége a kutatásnak azon fogyasztók voltak, akik használnak és/vagy rendelkeznek személygépjárművel. A kérdőív formájának a célja az volt, hogy először a válaszadókról egy általános képet kapjak, hogy hogyan, milyen gyakran használják a személygépjárművüket, van-e más közlekedési eszköz, amit használnak a fogyasztók.

A kutatásra körülbelül 3 hét alatt összesen 135 válasz érkezett, de sajnos nem minden kitöltés tartalmazott a kutatás számára releváns információt. A válaszokat 1% esetében olyan fogyasztó töltötte ki, aki nem rendelkezik sem jogosítvánnyal, sem személygépjárművel, ennek következtében nem fogyaszt üzemanyagot és nem használja a személygépjárművét semmilyen célra. Ezt a kitöltést az elemzés során nem vettem figyelembe. A kutatásom során nem alkalmaztam kor szerinti és terület szerinti megoszlást.

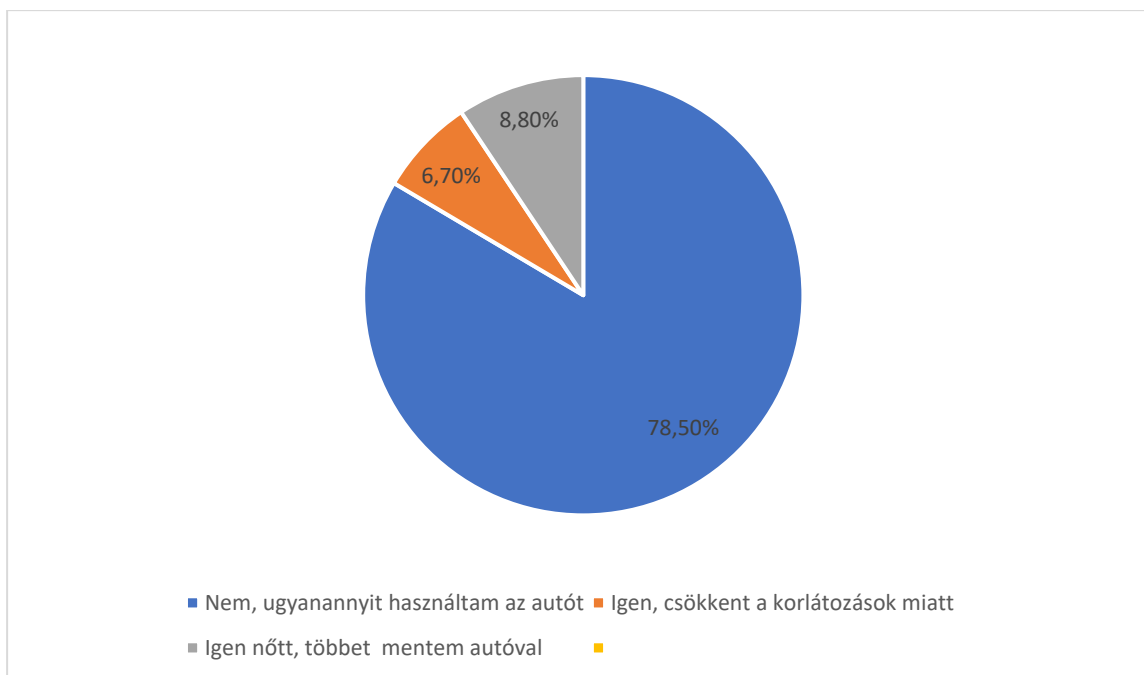
A kérdések első blokkja a járműtípusok használatára vonatkozott. A kitöltések alapján ennek struktúrájáról a következőket állapíthatjuk meg. A kérdőív válaszadóinak 57,8% használja napi szinten az autóját, 26,7% hetente párszor. A legtöbben bevásárlásra és munkába járásra használják az autójukat, de nagy részben használják a válaszadók utazáshoz és hobbihoz is.



12. ábra: Milyen gyakran használ autót?

A válaszadók 36,3%-a nem használ más közlekedési eszközt, csak autót, viszont 46,7% használ tömegközlekedési eszközt a személygépjárműve mellett. A válaszadók 22,2%-a kerékpárt is használ az autója mellett.

A pandémia kezdetekor, ahogy az előző fejezetben említettem, rendkívül alacsony volt az üzemanyag ára, 300 forint alatt volt literenként a normál üzemanyag és a prémium kategória is. A válaszadók 78,5%-a ennek ellenére ugyanannyit használta az autóját, mint a benzinár esés előtt. Az elméletben tárgyaltak szerint ezzel ellentétben, növekednie kellett volna az üzemanyag keresletének, ami a gyakorlatban, a válaszadók körében nem történt meg, természetesen az elméletnek megfelelően ez azért is fordulhat elő, mert ezen fogyasztók esetében az üzemanyag individuális keresletének sajátárrugalmassága rendkívül alacsony. Ezzel ellentétben, a válaszadók 8,1%-a többet használta az autóját, ez köszönhető annak, hogy olcsóbb volt az üzemanyag és többet tudott belőle vásárolni, továbbá annak is, hogy a pandémia miatti bezártság érzetét szerette volna a fogyasztó csökkenteni azzal, hogy többet használja az autóját például kirándulni vagy kimozdulni, nem pedig anyagi okok miatt használta többet az autóját a fogyasztó. A pandémia egészségügyi kockázata miatt is nöhetett egyes fogyasztók autóhasználatát, hiszen az, hogy saját autót használ a fogyasztó és nem tömegközlekedést, ahol a vírus terjedhet, sokkal biztonságosabb az egészség megőrzése érdekében. A válaszadók 6,7%-a viszont pont az ellenkezőjét tette, csökkentették az autóhasználatot az akkor bevezetett korlátozások miatt. Ezek a fogyasztók valószínűleg azon fogyasztók közé tartoznak, akik át tudtak állni az otthoni munkavégzésre, ezáltal nem volt szükségük olyan mértékben az autójukra, hiszen ahogy láthattuk, a válaszadók nagy része használja a személygépjárművét munkába járáshoz.



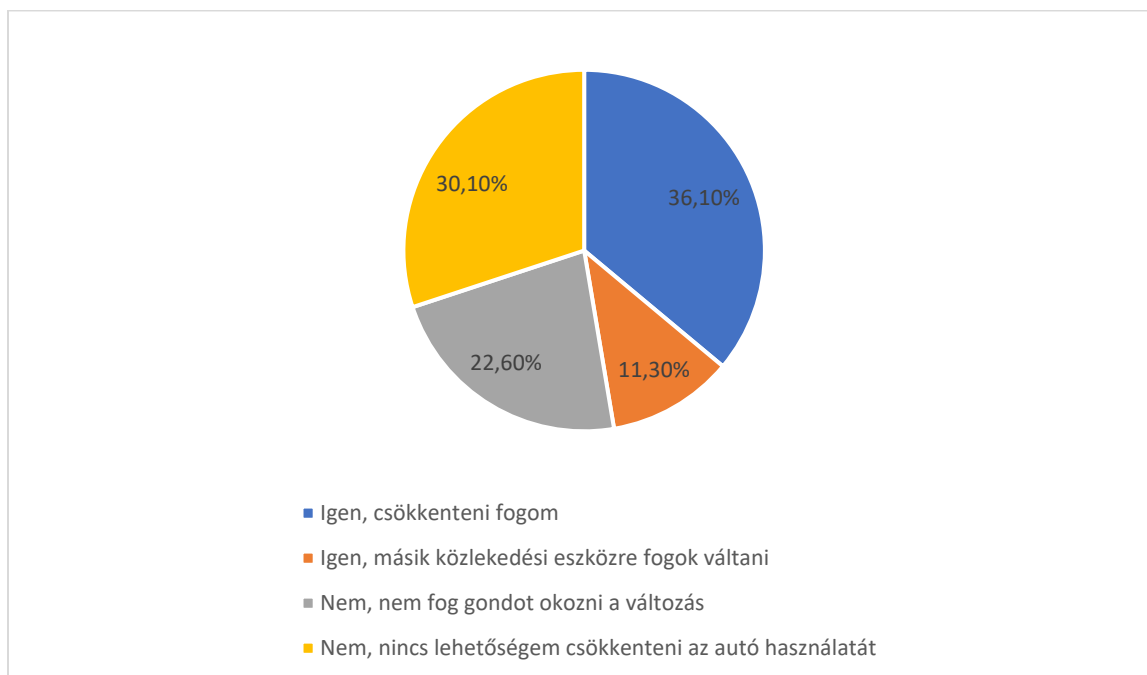
13. ábra: 2020. év elején változott-e az autó használatának mértéke?

Ahogy az előző fejezetben is említettem, az OPEC egyezmény miatt, annak idején az üzemanyagárak leestek. Ennek mintájára, azonban ellenkező irányban, a kőolaj piaci árának emelkedésekor az üzemanyagárak is rendkívül nagy mértékben kezdtek el nőni. Ezen az áron az orosz-ukrán háború sem segített és még nagyobb ütemben kezdett el nőni az üzemanyag ára. Ahogy Barancsuk (2012) ismerteti, ekkor csökkenni kellett volna az üzemanyag fogyasztásának, ezzel együtt az autók használatának is csökkennie kellett volna. Ezzel szemben a válaszadók 70,1%-a nem csökkentette a személygépjármű használatát, ellentétben 26,9% csökkentette a személygépjárművének használatát, amennyire csak lehetősége szerint képes volt rá. A maradék 3%-ban azok a válaszadók vannak, akik váltottak alacsonyabb fogyasztású vagy olcsóbb közlekedési eszközre. Ezek a közlekedési eszközök lehetnek a tömegközlekedés, kerékpár és motor, hiszen a válaszadók ezeket a közlekedési eszközöket használják a legtöbbször.

Az után, hogy nagy mértékben nőtt az üzemanyag ára és megtörtént a kormányzati beavatkozás, újból meg kellett volna emelkednie a válaszadók esetében a személygépjármű használatának, ezzel szemben a válaszadók 93,3%-a nem változtatott a személygépjármű használatának mértékén.

Az előző eredménnyel szemben azonban, ha a kormányzati beavatkozás megszűnne és újra minden fogyasztó a piaci áron tudna üzemanyagot vásárolni, ami a jelenlegi üzemanyagárak alapján 660 forint felett van literenként, amely után még további emelkedés várható, a válaszadók 36,1%-a értékelte úgy, hogy csökkentené a személygépjárművének a használatát. Emellett 30,1% válaszolta azt, hogy nem tudja csökkenteni a személygépjárművének a használatát. Ezzel ezen fogyasztóknak megemelkednének a költségei, amit az üzemanyagra fognak költeni, azonban jövedelmük nem valószínű, hogy növekszik a költségekkel együtt. Az eredmények alapján úgy tűnik, ezek a fogyasztók

kénytelenek lesznek másik szükségletektől elvonni ezt az összeget, amit kénytelenek üzemanyagra költeni. A válaszadók 22,6%-a ellenben azt válaszolta, hogy nem fogja csökkenteni az autóhasználatot és nem is fog neki gondot okozni az áremelkedés. A maradék 11,3% pedig azt válaszolta, hogy csökkenteni fogja az autóhasználatot és átvált másik közlekedési eszközre. Ebből az is látszik, hogy csak azon fogyasztók számára okoz gondot a kormányzati beavatkozás megszűnése, akik egy bizonyos jövedelmi szint alatt vannak. Ha valaki épphogy meg tud élni a havi fizetéséből, akkor annak a fogyasztónak gondot okoz az, ha a havi benzinköltsége megnő akár 8-10 ezer forinttal, miközben tudjuk, hogy sajnos a jelenlegi állapot szerint nem csak az üzemanyag ára nő, hanem minden egyes termék ára és ráadásul a rezsiköltség is nő. Ebben az esetben a fogyasztó kénytelen valamiből lejjebb adni és helyettesítő közlekedési módot keresni.



14. ábra: A kormányzati beavatkozás megszűnése után változtatni fog az autó használatának mértékén?

A kérdőívben nem csak arra fektettem hangsúlyt, hogy az üzemanyag kereslete hogyan változott bizonyos történések és hatások bekövetkezésekor, hanem arra is, hogy a fogyasztók E5 vagy E10 jelölésű üzemanyagot választottak-e és változott-e ez a választás akkor, amikor a kormányzati beavatkozás megtörtént. Ahogy az előző fejezetben említettem, a pandémia alatt a két üzemanyag között nem volt árban nagy különbség. A fogyasztók 84,8%-a az E10 típusú üzemanyagot tankolja az összetevő váltás ellenére is, ellenben, amikor nem volt nagy különbség a két üzemanyag között, akkor a fogyasztók 46,6%-a választotta a prémiumnak számító E5 jelölésű üzemanyagot. Ez azt jelenti, ha a két termék között, esetünkben a jobb minőségű benzint és a kevésbé jó minőségű benzint kell választani, akkor a fogyasztó a jobb minőségűt fogja választani. Ahogy az előző fejezetben szó volt róla, ez az alacsony ár nem tartott a végtelenségig. Mielőtt a kormányzati beavatkozás megtörtént, nem csak az E10 üzemanyag ára volt nagyon magas, az E5 üzemanyagoké is rendkívül magas volt a pandémia alatti árhoz képest.

A kormányzati beavatkozás csak az E10 jelölésű üzemanyagokra vonatkozik, azok árát rögzítették 480 forintra literenként. Az E5 jelölésű üzemanyagok ára piaci áron maradt, ezáltal a két üzemanyag között jelenleg több mint 220 forint különbség van literenként. Ez a különbség a fogyasztó számára akár 8-10 ezer forint plusz üzemanyag költséget jelenthet. A fogyasztók 55,1%-a a kormányzati beavatkozás hatására váltott az E5-ös jelölésű üzemanyagról az olcsóbbik, E10-es jelölésű üzemanyagra. Ezzel a beavatkozással az E5-ös üzemanyagnak a helyettesítő termék kapcsolata sejthető az E10-es üzemanyaggal.

4. ÖSSZEGZÉS ÉS KONKLÚZIÓK

A kutatásom célja az volt, hogy megvizsgáljam, hogy a fogyasztók miként vélekednek a benzinár változásáról, hiszen manapság a személygépjárművek szinte minden háztartásban jelen vannak, egyre több fogyasztó használja napi szinten ezeket az eszközöket. A prekonceptióm az volt, amit végül vizsgálatom eredményeként tapasztaltam, hogy a jelenlegi szabályozás a fogyasztóknak kedvező, viszont jelenleg túl nagy a különbség a piaci ár és a hatósági ár között, ezáltal, ha feloldják a szabályozást, a fogyasztók radikálisabb átalakítást fognak végezni fogyasztói kosarukon, mint egyenletes áremelkedés esetén tennék.

Összegezve a vizsgálatot, a fogyasztói kereslet változása nem csak attól függ, hogy az adott termék ára mennyire nő meg, hanem függ attól is, hogy milyen típusú termékről van szó. Ha egy olyan típusú terméket nézünk, mint az üzemanyag, akkor egyes fogyasztók kénytelenek az esetleges magasabb áron vásárolni az adott terméket, hiszen akadnak olyan fogyasztók, például az ételfutárok vagy kiszállító cégek, akiknek a tevékenységéhez kötődik az üzemanyag fogyasztása. Ahogy a vizsgálat során látható volt, a válaszadók nagy százalékban válaszolták azt, hogy munkába járáshoz használják a személygépjárművüket. Ez annak is köszönhető, hogy egyes fogyasztók esetlegesen olyan lakhellyel rendelkeznek, ahonnan nehezebb a munkába járás, például faluban élnek, vagy a munkahelyük másik városban található, ezáltal a munkahelyre jutás nehézségekkel járna tömegközlekedéssel, így kénytelen az adott fogyasztó személygépjárművet használni. Azt is láthattuk, hogy ha rendelkezésre áll a helyettesítő termék, ami árban sokkal kedvezőbb a fogyasztó számára, akkor azt fogja választani, a drágább, de jobb minőségű termék helyett. Azt is észre vehetjük, hogy a fogyasztó fogyasztási döntése függ az ár növekedésének intenzitásától is. Ha megnézzük, a fogyasztók, amikor az üzemanyag árak lassan növekednek, nem csökkentik nagy számban az üzemanyag fogyasztást, ugyanolyan mértékben használják a személygépjárművüket. Ellentétben azzal, ha a kormányzati beavatkozás megszűnik, ami valószínűleg úgy, ahogy a bevezetés történt, egyik napról a másikra történne, akkor a fogyasztók nagy része hirtelen, drámai mértékben csökkentené az üzemanyag fogyasztását, vagy szinte teljesen el is hagyná azt, és váltana más közlekedési eszközre.

IRODALOMJEGYZÉK

94/2022. (III. 10.) Korm. rendelete a veszélyhelyzettel összefüggő egyes szabályozási kérdésekről szóló 2021. évi CXXX. törvény eltérő alkalmazásáról

Barancsik J. (2012): Mikrogazdaságtan. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs

Carlton, D. W. - Perloff, J. M.: Modern Industrial Organization. Boston: Pearson/Addison Wesley

Erdős, K. – Kehl, D. – Baczur, R. – Farkas, R. (2022): When post-merger price effect becomes smoothed over time: a case of a gasoline market merger. Energy Economics, 105, 105682., <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0140988321005375?token=21A7BD986E746D8A2511EDA39CEF8DECF2BD2F10522DDB609AE9CDF702C4700BC1D4822069D11F6EF478408157A3E728&originRegion=eu-west-1&originCreation=20221101072937>, (letöltve: 2022.10.26.)

Farkas, R. – Yontcheva, B. (2019): Price transmission in the presence of a vertically integrated dominant firm: Evidence from the gasoline market. Energy Policy, 126, 223-237. https://www.ksh.hu/docs/hun/xtabla/jelszall/tabljsz09_02_25.html (letöltve: 2022.10.30.)

Magyar Autóklub: <https://www.autoklub.hu/klub/hirek/e10/> (letöltve: 2022.10.29.) 2020.

Magyar Közlöny 205. szám (2021. november 13)

OPEC: OPEC 60 years and beyond: A story of courage, cooperation and commitment, Vienna:

https://www.opec.org/opec_web/static_files_project/media/downloads/publications/60thAnniversaryBook_LOWResolution72dpi.pdf (letöltve: 2022.10.26.)

Parkin, M (2019): Economics, Pearson Education Limited Harlow

Paul A. Samuelson, William D. Nordhaus (2012): Közgazdaságtan, Budapest: Akadémia Kiadó

Varian H. R. (2012): Mikroökonómia középfokon. Budapest: Akadémia Kiadó