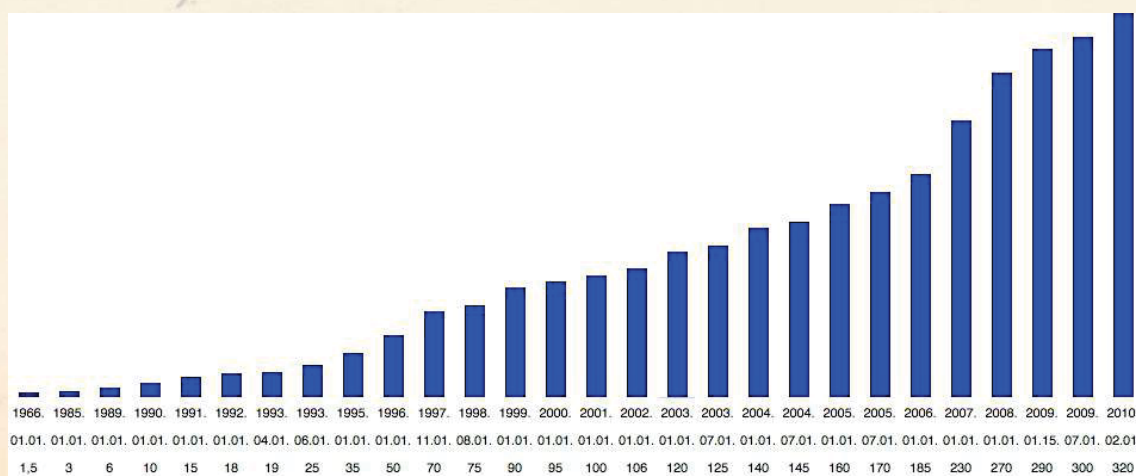


Majó-Petri Zoltán

## Csak egy buszjegy ára, csak egy mozijegy ára, csak egy fagyi ára: csak ennyi?

A közgazdászok az árak időbeli alakulásából, vagy azok piacok/országok szerinti összehasonlításából nagyon szeretnek indexeket csinálni. Ez kisebb nagyobb sikerrel kecsegtet attól függően mennyire kifejező információhoz jutunk egy-egy jelenség megértése szempontjából. Az egyik ilyen átütő sikerű index a Big Mac index, mely 1986 óta szolgáltat közérthető információt arról, hogy dollárra számolva melyik országban mennyibe kerül egy Big Mac szendvics Amerikához képest. Feltételezve, hogy minden országban ugyanazt a Big Mac-et kapjuk a tálcánkra, primer „egyszerű információt” kaphatunk arról, hol olcsóbb vagy drágább az élet, és szekunder információt a valuták alul vagy felülértékeléséről.

Hasonló indexelés technikával vajon a mindenkori minimálbérből hány vonaljegyet lehet vásárolni? Mit tudunk erről az indexről? Ha erre a kérdésre akarunk választ kapni, akkor elemzésünk arra enged következtetni, hogy **a „buszjegy ára” most volt a legolcsóbb az elmúlt 10 évben.** Ez érdekes információ lehet egy gazdasági szakembernek vagy egy újságírónak. Ugyanez a jegyár időbeli sorrendje gazdaságpolitikai információkat is kódol magában. Az alábbi grafikon a BKV jegyárait szemlélteti:



*BKV jegyárak 1966-2010 között*

A grafikonban megtestesül a szemünk előtt kétfajta gazdaságpolitikai szemlélet: egyrészt a 90-es évekig tartó lényegében hatósági áras, fixdíjas árpolitika, és az emellett érvelő gazdaságpolitika követhető nyomon, majd a „változó piaci ár” szemlélet 1996 és 2006 között is jól látható, amikor nem volt olyan év, amikor nem emelkedtek volna az árak. Az, hogy hosszútávon mindkét szemléletnek vannak követői és az „inga hatás” itt is működik, azt a 2010 -2018 közötti lényegében stagnáló, változatlan árszint remekül vizualizálhatja.

**A jegyárak évtizedes alakulása tehát információs lenyomata a gazdaságpolitikai hatásoknak.** Egy másik adatvizualizációs módszerrel az is bemutatható, hogy a jegyárak két válság lenyomatát is őrzik: a rendszerváltáskor megélt inflációs válságot, és a 2007-2010 közötti pénzügyi válságot.

Azonban ezen „metainformációk” mellett érdemes az egyének, a jegyvásárlók szintjén is szétnézni, ahol egész érdekes ár-információs hatásokat figyelhetünk meg.

Egy szegedi vonaljegy ára 20 éve, 1997-ben 30 forint volt, 2007-ben 130 forintba került és most 320 forint ... vagy 360, vagy 400 forint. Attól függően, milyen körülmények között vesszük meg azt: a járműre szállva a legdrágább, mégis évről évre ebből egyre több fogy, míg a többiből kevesebb. Egy gombóc fagyi ára 1946-ban, amikor a forint lett az új fizető eszköz 50 fillérbe került, 2006-ban átlagosan száz forintért adták, 2017 nyarán meg grammra mérve, pohárban vagy tölcsérben, laktózmentesen, **bankkártyával csak egy „érintés”**. 2017 őszén pedig már javában dolgoznak a Hódmezővásárhely - Szeged közötti tram-train gyorsvasúti vonalon, ahol máris külön munkacsoport dolgozik a menetjegy „árának” kérdésével. A munkacsoport összeállított egy közel 3000 szavas, 14 oldalas tarifa javaslatot. Ennek a munkaanyagnak az elemzése alapján elmondhatjuk, hogy „tram-train jegy” a szó klasszikus értelmében már nem értelmezhető. Az attól függ, mikor és hol szállunk majd fel, és hogyan vesszük meg a jegyet.

Mindezekből első körben azt a következtetést vonhatjuk le közgazda szemmel, hogy posztmodern marketing az árinformációk közé is „betette a lábát”: szegmentumok (egy jegy ára, egy utazás ára, egy gombóc fagyi ára stb.) helyett erős fragmentáció zajlik (értékesítés módja, időpontja, utazás gyakorisága) ami elősegítette, hogy **a jegyárak az „attól függ” kategóriába csúsznak át.**

Innentől pedig munkahipotézisem szerint a jegyért ténylegesen kifizetett összeg a jegy ára és a jegyvásárlással kapcsolatos információk árának eredője.

Az elemi jegyárak, azok dinamikus változása, vagy épp stagnálása legalább három információs réteggel tesz bennünket gazdagabbá. Ebből a legérdekesebb az egyéni kereslet szintjén személyre szabottá, ezáltal differenciálttá vált ár-információ. Véleményem szerint a magasabb összegű kényelmi szolgáltatásba bele kell értenünk az információs elemet is, ami olcsóbbá tehetné a portékát, ha utánajárnánk. Aprópénzre váltva fenti munkahipotézisem az utasok nem csak azért hajlandóak 400 Ft-ot kifizetni egy vonaljegyért a villamoson, mert nem kell előtte „elbaktatni” a legközelebbi trafikba, vagy nem elég ár-érzékenyek, hanem mert így nem kell azt az információt előállítani és tárolni, hogy hol van a legközelebbi nyitva tartó jegyárus. Ez pedig végső soron úgy tűnik, megér utazásonként 40-80 forintot.