

3. Handel

Set i et historisk perspektiv er det gået utroligt hurtigt for mennesket at gå fra en tilværelse, der var så primitiv, at vi næppe kan forestille os det, til det liv i luksus, de fleste i den vestlige verden lever. Nøglen til den fantastiske velstandsforøgelse er handel. I dette kapitel gennemgås de grundlæggende begreber, principper og teorier.

Markedet

Uden handel skulle vi sørge for vores egne madvarer og klæder. Vi skulle gå på jagt for at skaffe kød til mad og skind til vores klæder, og vi skulle dyrke jorden for at få brød. Engang tog jagten på daglige fornødenheder al vores tid.

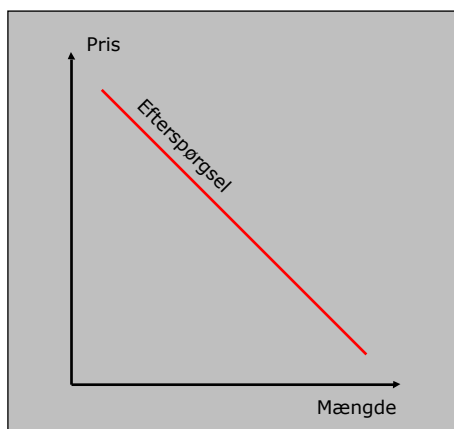
Selv primitive byttehandler illustrerer værdien af at handle. Jægere kan nøjes med at gå på jagt og bytte med landmanden, som kan nøjes med at dyrke jorden. Hvis jeg har brød, og du har pålæg, kan vi bytte os til en dejlig frokost. Med et marked og et fælles betalingsmiddel er det ikke engang nødvendigt at finde én at bytte med. Hvis jeg har brød, behøver jeg ikke at lede efter et menneske med pålæg, og som mangler det brød, jeg har i overskud. Jeg kan gå på markedet og få penge for mit brød, og for de penge kan jeg købe pålæg, eller hvad jeg ellers behøver. Landmanden og jægeren bringer hver især deres varer på markedet, men på det moderne marked er det ikke nødvendigt at møde hinanden.

Prisdannelsen

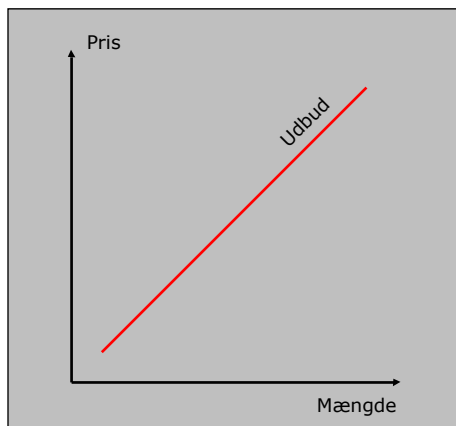
Hvad skal varen koste? To mennesker er ikke nødvendigvis villige til at betale det samme for den samme vare. Hvad vil du give for en liter mælk? Direktørfamilien i whiskybæltet vil ikke tøve med at betale 100 kr. for en liter mælk, hvis det er prisen, for børnene har brug for mælk. 100 kr. for en liter mælk er også billigere end den årgangsvin, de gemmer i kælderen til de voksne, og børnene har bedre af at drikke mælk, så selvom prisen på en liter mælk skulle være 100 kr., vil der være nogle, som vil købe mælk.

Hvis der kun er én vare og én sælger, kan sælgeren spørge alle, hvor meget de vil give, og sælge til den højstbydende. Men det er sjældent tilfældet.

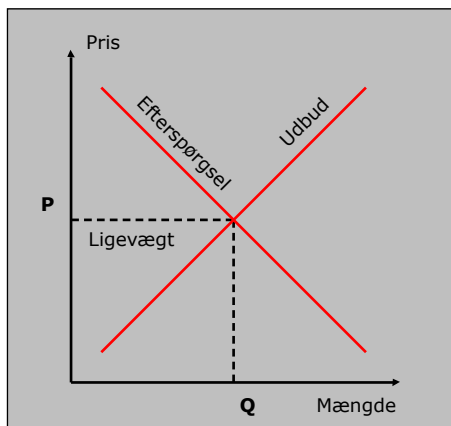
Generelt er det sådan, at jo billigere en vare er, jo flere mennesker vil købe. Jo dyrere en vare er, jo færre vil købe. Efterspørgslen er omvendt proportional med prisen. Det kan illustreres grafisk med en kurve, der viser: Høj pris, lille mængde. Lav pris, stor mængde.



Efterspørgselskurve



Udbudskurve



Markedsligevægt

Producenterne søger som regel en høj pris for deres varer. Hvis prisen på mælk er lav, er der ikke ret mange, som vil producere mælk. Hvis prisen stiger, vil flere få lyst til at producere mælk. Udbuddet er ligefremt proportional med prisen. Det kan illustreres grafisk med kurven, der viser: Lav pris, lille mængde. Høj pris, stor mængde.

På et åbent marked for en bestemt vare har alle købere principielt adgang til alle sælgere. Der er fuldkommen konkurrence mellem alle sælgerne, og det fører til, at prisen på varen bliver den samme over hele markedet. Hvis en liter mælk koster 10 kr. i ét supermarked, men 8 kr. i et andet supermarked, vil forbrugerne søge hen, hvor mælken er billigst. Det betyder, at det dyre supermarked vil sætte prisen ned for at være med på markedet, og det ender med, at prisen på mælk er stort set den samme overalt.

Hvis prisen på mælk er for høj i forhold til mængden af mælk, der udbydes, vil det ikke være muligt at sælge al mælken. I stedet for at hælde usolgt mælk i kloakken er det sandsynligt, at sælgerne vil sætte prisen ned, indtil det passer med, at de får solgt det hele. I en sådan situation er der markedsligevægt.

Hvis prisen på mælk derimod er for lav i forhold til mængden af mælk, der udbydes, vil der være flere købere, der efterspørger mælk. De vil byde prisen op, indtil prisen passer med, at der bliver solgt lige præcis den mælk, der produceres. Det vil igen ende med markedsligevægt.

Grafisk er markedsligevægt der, hvor efterspørgselskurven krydser udbudskurven. Præcis til den pris bliver der produceret den mængde varer, der kan sælges til den pågældende pris. Det er idealsituationen, og P vil være varens pris.

Der findes købere, som er villige til at betale mere end P . De sparer det ekstra beløb, som de var villige til at betale, mens de, der ikke vil betale P , undlader at købe. Producenter, der ikke kan producere til prisen P , bør måske finde på noget andet at lave, men de, der producerer varen billigere end P , tjener forskellen.

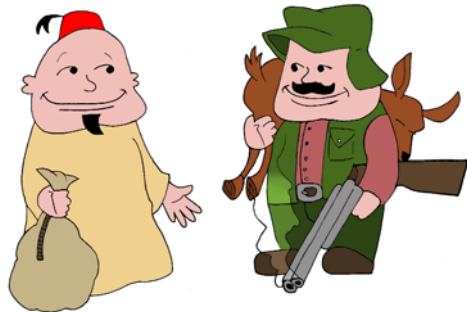
Handel og velstand

Enhver handel, der indgås frivilligt mellem to ligeværdige parter, øger velstanden for dem begge. Det kræver næppe lange teoretiske redegørelser at forklare det, der foregår dagligt i min butik, nemlig hver eneste gang jeg sælger en film. Hvis jeg har en film, men hellere vil have 79 kr., mens kunden har 79 kr. og hellere vil have filmen, er betingelserne til stede for en god handel. Hvis vi handler, får vi begge noget, vi hellere vil have. Vi har begge gavn af handelen.

Handel og produktion

Handel er en forudsætning for, at man kan tilrettelægge produktionen, så det samlede udbytte optimeres. Handel er en forudsætning for etableringen af en effektiv arbejdsdeling, der er en fordel for alle involverede parter.

Hvis A er en dygtig jæger, men en dårlig landmand, mens B er en dygtig landmand, men en dårlig jæger, er det en fordel for begge, at A jager, mens B dyrker jorden, og de bagefter handler.



Handel mellem industrialiserede lande og udviklingslande

Samhandel er også en fordel for begge parter, selvom den ene part er overlegen på alle områder, f.eks. i forholdet mellem industrialiserede lande og udviklingslande. Uanset om man er dygtig eller ej, vil der være noget, man er mere dygtig til end andre ting. Det gælder også, hvis man ikke er særlig effektiv.

Lad os for eksemplets skyld sige, at A kan fremstille en stol på 2 timer, mens B skal bruge 3 timer til at fremstille en lignende stol. A kan fremstille et bord på 4 timer, mens B skal bruge 8 timer. Selvom A er bedst til begge dele, måske fordi A råder over tekniske hjælpemidler, får de mest ud af det, hvis de bruger tiden på det, de er relativt bedst til og bagefter handler med hinanden. De har begge brug for både borde og stole, og de kan godt fremstille det nødvendige til sig selv.

På 100 timer kan A fremstille 16 borde og 18 stole, idet A skal bruge 64 timer på de 16 borde og 36 timer på de 18 stole.

På 100 timer kan B fremstille 8 borde og 12 stole, idet B skal bruge 64 timer på de 8 borde og 36 timer på de 12 stole.

Tilsammen fremstiller de således på 100 timer i alt 24 borde og 30 stole.

Hvis A udelukkende fremstiller borde, som A er mest god til, kan A på 100 timer fremstille 25 borde. Hvis B udelukkende fremstiller stole, som B er mindst ringe til, kan B fremstille over 33 stole. Med den arbejdsfordeling fremstiller de i alt 25 borde og over 33 stole. Det er bedre, end hvis de hver især fremstiller til sig selv. Hvis de kan finde et fair bytteforhold, har de begge fordel af at handle.

Adam Smith og den usynlige hånd

Adam Smith var skotsk samfundsfilosof og økonom. Han er ophavsmand til den klassiske økonomiske teori, der er beskrevet i hans andet hovedværk, *The Wealth of Nations* (Nationernes velstand, 1776). Han var fortaler for fri konkurrence og imod privilegier og monopoler for enkelte personer og virksomheder. Han viste, at det som hovedregel er befordrende for velstandsudviklingen at lade tingene justere af den frie konkurrence. Han analyserede som den første arbejdsdelingen og fremhævede den som en afgørende faktor i en økonomisk vækstproces.

Han forklarede, hvordan markederne fungerer i en fri konkurrenceøkonomi, hvordan priserne dannes, og hvordan produktionsfaktorerne ledes til anvendelse, hvor afkastet er størst. En fri erhvervsadgang vil give råderum for en opfindsomhed og en arbejdsdeling, der er afgørende for væksten i velstanden. Han viste, at hvis alles frihed bliver respekteret, vil markedsprocesserne bevirke, at der bliver produceret og udbudt netop de varer, som folk vil købe, og på lang sigt til priser, der svarer til produktionsomkostningerne. Han fortalte, at det er som om, at det styres af "en usynlig hånd", hvis man lader folk agere på deres ønske om at få et udbytte af deres indsats og lade alle konkurrere mod alle.

En bager vil f.eks. bage brød, ikke af godhed over for byens borgere, men for selv at tjene penge. Andre bagere vil konkurrere med ham, og den konkurrence vil få det resultat, at de dygtigste bagere vil fremstille det billigste brød, og de vil underbyde hinanden, indtil prisen er tæt på produktionsprisen. Selvom hver især handler for egen vindings skyld, har alle gavn af det.

Under en rejse til Australien mødte jeg en aboriginer. Han fremstillede smukt udformede boomeranger og solgte dem til de forbipasserende (billedet). Det kunne også være til en rejsende sælger, der kender butikker, der handler med brugskunst. Han ville måske købe boomerangerne for at sælge dem videre. Det er som om, en usynlig hånd - det frie marked - sørger for, at boomerangerne når derhen, hvor de efterspørges. Til glæde for kunstneren, sælgeren, kunstbutikkerne og forbrugerne.

