**8. Piaci formák és jellemzőik. A racionális vállalkozói magatartás különböző piaci viszonyok között**

**Piaci formák:**

Piacok felosztása:

- Piaci szereplők számának alakulása szerint.

- A termékek jellege szerint.

**I./ Piaci szereplők száma szerinti piac felosztás:**

**1. Versenypiac:**

Jellemző: a szereplők száma nagy (sok a termelő). A versenypiac kialakulásához sok feltételnek meg kell felelni.

Akkor alakul ki versenypiac, ha megengedett mind a belépési, mind a kilépési lehetőség. A szereplők döntenek! Nincs korlátozó tényező (illetve csak jogi jellegű lehet, pld. jogszabály).

**2. Oligopol piac:**

Jellemző: kevés szereplő van, de 1-nél több! Korlátozás van: az állam, vagy az önkormányzat korlátozza a belépést (pld. hatósági engedélyhez, vagy képzettséghez köti).

**3. Monopol piac:**

Jellemző: A monopólium szerint 1 szereplő van a piacon, mások számára a belépés teljesen korlátozott.

**II./ Termékek jellege szerinti piac felosztás:**

**1. Homogén termékek:**

Jellemző: közöttük lévő minőségi különbség nincs, vagy van de elhanyagolható.

**2. Differenciált termékek:**

Jellemző: többféle termékvariáció létezik (pld. divatcikkek terén).

**A tökéletes verseny:**

Idealizált állapot, a valóságban nincs. Sajátossága, hogy egyes piaci szereplő nagyon kicsi a piachoz képest. Az egyes termelő a piacot befolyásolni nem tudja. (Ha megemeli az árat, a vevő a másik versenyzőhöz megy!).

„SAY törvény” (dogma): Minden kínálat megteremti a maga keresletét.

**Vállalkozások**

A vállalkozás olyan tevékenység, amelynek során egyének vagy szervezetek a társadalom igényeinek kielégítésére törekszenek. A szakirodalom egy része a vállalkozások fogalmát széleskörűen, meghatározott igények kielégítésére létrejött egységekként értelmezi, amelyek magukba foglalják

• a profitorientált- és

• a nem profitorientált szervezeteket.

Ebben az értelemben tehát a vállalkozások termékeket állítanak elő és szolgáltatásokat nyújtanak, amelyek nem anyagi jellegű tevékenységek eredményei.

A profitorientáció az üzleti vállalkozások sajátossága.

**Non-profit szervezetek:**

Léteznek azonban olyan vállalkozások is, amelyeket nem profitszerzés céljából hoztak létre.

Ezek a non-profit szervezetek, amelyek valamilyen közösségi célt szolgálnak vagy közhasznú tevékenységet végeznek. Természetesen lehet nyereségük, de ezt nem oszthatják fel az alapítók, a tulajdonosok között, hanem a vállalkozás, az adott intézmény működésére kell fordítaniuk. A legjobb példa erre egy-egy könyvtár helyzete. Pl. kórház, vízmű, oktatási intézmények.

**Fedezeti pont:**

A fedezeti pont a mikroökonómia fogalomtárában az az ár-mennyiség kombináció, amely mellett a vizsgált vállalat profitja rövid és hosszú távon éppen zérus, vagyis az optimális döntés meghozatala után bevételeivel a vállalat a termelés során felmerülő minden költségét éppen fedezni tudja. E pont „fölött” a vállalat pozitív profitot ér el, a pont „alatt” pedig negatívat.

**Versenyszabályozás**

**Az állam feladata a piaci versennyel kapcsolatban:**

1. Megakadályozni a piac monopolizálódását azokban az iparágakban, ahol a gazdaságos üzemméret és egyéb tényezők nem indokolják a monopólium létét (antitröszt politika)

2. A létező monopóliumokat szabályozni kell a jóléti veszteségek csökkentése érdekében. (regulációs politika)

**Az antitröszt politika**: részei mindazon törvények és intézkedések, amelyek a monopolpozíciók kialakulását akadályozták, vagy a verseny élénkítését támogatják az olyan piacokon, ahol a termelés mérete, a termelési költségek nem indokolják monopolpiac kialakulását. A versenytörvény tiltja a gazdasági versenyt korlátozó megállapodásokat, amelyeknek gyűjtőfogalma kartell. A törvény értelmében tilos a versenytársak mindennemű egyeztetett magatartása. Tilos egyeztetett árak kialakítása, a piac felosztása, egyéb versenytársak kizárása.

**Az antitröszt politika eszközei:**

-A tisztességtelen piaci magatartás tilalma: a versenytörvény fogalmazza meg. Tilos a versenytárgyalás, az árverés, a tőzsdei alku tisztaságát bármilyen módon megsérteni. Azaz tilos a megtévesztő tájékoztatás, a hírnévrontás, az üzleti titok megsértése, az utánzás.

-A fogyasztók megtévesztésének tilalma: Tilos a fogyasztókat az áru kelendőségének fokozása érdekében megtéveszteni. A fogyasztó megtévesztésének minősül valótlan tényt közölni az áruról, megtévesztő tartalmú címkét használni, elhallgatni, ha az áru szabványon kívüli. Tilos árengedményt imitálni, hogy egy nem létező magas árat áthúzva egy ehhez képest adott árengedményt feltüntetni.

-Gazdasági erőfölénnyel való visszaélés tilalma: Tilos a gazdasági erőfölénnyel visszaélni.

-Dömpingár tilalma: Kimondja, hogy az árak meghatározása az üzletfelekre tartozik (azaz a legfőbb szabályozó a piac). Meghatározza hol és hogyan avatkozhat be az állam az árakba.

A monopolellenes intézkedések sajátos módja a privatizáció, az állami vállalatok magánkézbe adása. A monopolizált iparágak jelentős része állami tulajdon a világ számos országában.

**Regulációs politika:**

Regulációs politikának nevezzük a tényleges és tartósan működő monopóliumokat szabályozó bizonyos intézkedéseket.

A reguláció lényege: úgy szabályozni a természetes monopóliumok tevékenységét, hogy az ár az indokolt ráfordításaikat fedezze, de a normálprofitjuk, a hosszú távú tőkemegtérülésük biztosítva legyen. Időről időre felül kell vizsgálni, hogy érdemes-e egyetlen regulált céget működtetni az adott iparágban, vagy meg kell engedni a versenyt. 1990 a dereguláció éve volt hazánkban. Ekkor töröltek kb 800 olyan szabályt, rendeletet, törvényt, amelyek hihetetlenül apró részletekben előírták az állami vállalatok működését.