**A piaci mechanizmus alapvető elemei, működése, a piacgazdaság jellemzői**

**I.Piac fogalma:**

A piac alapvető feladata, hogy kapcsolatot teremtsen a fogyasztók és a termelők között, összehangolja a társadalom szükségleteit és a termelést, megteremtse a gazdasági egyensúlyt. Azt a találkozási pontot, ahol az eladók megjelennek termékeikkel, szolgáltatásaikkal, a vevők pedig (fizetőképes) keresletükkel, piacnak nevezzük. A piac a társadalmi érintkezés egyik fontos területe volt.

Közgazdasági értelemben a piac a kereslet és a kínálat találkozási helye, az árucserék összessége.

Köznapi értelemben a piac az eladók és vevők találkozási helye, ahol az adás-vétel megtörénik.

**II.Piac fajtái:**

*Értékesítési piac*: Itt a piacon szereplő eladó fő célja, hogy minél több árut adjon el, minél több bevételre tegyen szert, tehát olyan terméket kínáljon, ami a vevő igényét kielégíti, és így azt megveszi.

*Beszerzési piac*: Ezen a piacon a vevők és az eladók is vállalkozók. A vevők szeretnének a legjobb minőségű és a legolcsóbb áruhoz, nyersanyaghoz hozzájutni. A tulajdonságaitól függ, hogy az itt vásárló milyen terméket tud előállítani belőle.

*Árutőzsde*: Különleges, nagybani formája az áruk értékesítésének. Az eladókat és vevőket megbízottaik képviselik és az áru nincs jelen.

*Munkaerő piac:* A munkavállalók a munkaerejüket, akarják eladni, munkát akarnak végezni. Ők az eladók. A munkaadók a vevők, akik meg akarják vásárolni a munkaerőt. A munkaerőáru ára a munkabér.

*Pénz- és tőkepiac:* Értékpapírokat, valutát lehet vásárolni, hitelt lehet felvenni. Pénzpiacon – egy évnél rövidebb időre. Tőkepiacon – egy évnél hosszabb időre.

*Világpiac:* A különböző országok egymás közötti többszintű kereskedelmének területe. Sok-sok részpiacból tevődik össze.

*Belföldi piac:* Az adott ország országhatárain belüli adásvétel területe, amely szintén több részpiacból tevődik össze.

**III.A piaci verseny – piaci szereplők:**

A piaci verseny olyan tevékenység összessége, melynek eredményeképpen a szereplők –a lehetőségek maximális kihasználásával – arra törekszenek, hogy a piac minél nagyobb szeletét tudják elfoglalni, és az elérhető legnagyobb haszonra tegyenek szert.

A piac szereplői – a vállalkozók, a fogyasztók, a munkavállalók, hitelintézetek stb. – mindenképpen a másiknál jobb pozíciót akarnak megszerezni. A jobb pozíciót különböző eszközökkel (kedvezőbb ár, alacsonyabb kamat, udvariasabb kiszolgálás stb.) lehet elérni.

A piaci verseny főbb területei:

*a)Értékesítési piac*: az eladók versenyeznek a vevőkért. A fő cél, a minél több áru, minél jobb áron történő értékesítése.

*b)Beszerzési piac*: a termelők szeretnék minél kedvezőbb áron eladni termelési eszközeiket.

*c)Munkaerő piac*: a munkavállalók a jól fizető, jobb munkakörülményeket biztosító munkahelyekért versenyeznek.

*d)Tőke piac*: a hitelezők a minél jobb pénzkihelyezési lehetőségekért; a hitelt igénylők pedig az olcsó hitelekért versenyeznek.

A verseny mind a lakosságnak, mind a vállalkozónak kedvező.

**IV.A piaci mechanizmus:**

A gazdaságszervezés olyan formája, amelyben az egyes fogyasztók és az üzleti szervezetek a piacokon keresztül lépnek kölcsönhatásba egymással, hogy megoldjuk a gazdaságszervezés három központi problémáját:

-Mit? (mely javakat, szolgáltatásokat)

-Hogyan? (hogyan használjuk fel, kombináljuk az erőforrásokat a termelésben/szolgáltatásban)

-Kinek? (milyen elosztásban kell termelni a javakat)

kérdésekkel kapcsolatos döntések meghozása egy önszabályozó rendszer keretében megy végbe, amelyben a feltételezések szerint a „piaci automatizmusok” szabályozzák a gazdaságot.

*Működése:*

**Hiány** esetén a termelők érzékelik, hogy a termékek iránt nagyobb a kereslet, mint amit ki tudnak elégíteni, így emelik áraikat. A megnövekedett árak miatt a kínálat megnő, a kereslet lecsökken, az ár közelít az egyensúlyi ár felé.

**Felesleg** esetén a termelők nem tudják termékeiket értékesíteni, így az árak csökkentésére kényszerülnek. Az alacsonyabb árak miatt a kereslet megnövekszik, a kínálat lecsökken, az ár közelít az egyensúlyi árak felé.

**V.A piac tényezői:**

**-kereslet:** az a termékmennyiség, amelyet a fogyasztók adott árak mellett képesek és hajlandóak megvásárolni.

**-kínálat:** minél magasabb egy termék ára, annál több terméket akarnak piacra vinni a termelők. = magasabb ár mellett nő a kínált mennyiség

**-ár:** meghatározza a piac jellege, a kínált árumennyiség, kereslet nagysága.

**-jövedelem:** cél a szükségletek kielégítése.

-Keynes-i elmélet: fogyasztásról lemondani csak nagyobb fogyasztás reményében.

*Vonatkozhat:*

-egy termékre (az alma piaca)

-egy termékcsoportra (élelmiszerek piaca)

-földrajzi területre (budapesti piac)

-országra (magyar piac)

-nemzetközi régióra (az EU piaca)

*a)Keresleti függvény:*

A kereslet nagysága és a termék lehetséges árai közötti összefüggést mutatja meg.

A kereslet meghatározó tényezői:

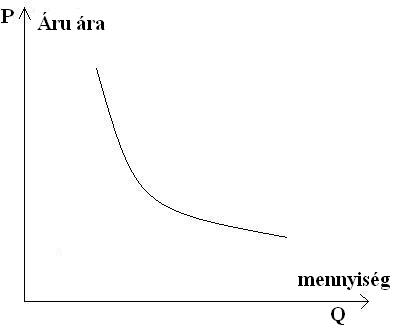
-a termék ára

-a fogyasztók jövedelme

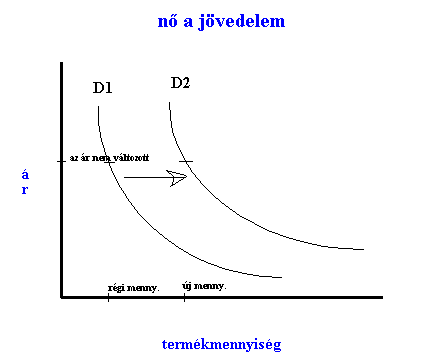
-a helyettesítő termékek száma és ára

-a fogyasztók egyéni preferenciarendszere

-egyéb tényezők (pl. reklám)

 Árcsökkenés = növekvő fogyasztás

Ha a fogyasztást befolyásoló egyéb tényezőket is figyelembe vesszük, akkor maga a keresleti görbe mozdul el.



*A kereslet árrugalmassága:*

Rugalmas:

-Ár csökken 🡪 összbevétel **nő**

Rugalmatlan:

-Ár csökken 🡪 összbevétel **csökken**

Egységnyi rugalmasságú:

-Ár csökken 🡪 összbevétel **állandó**

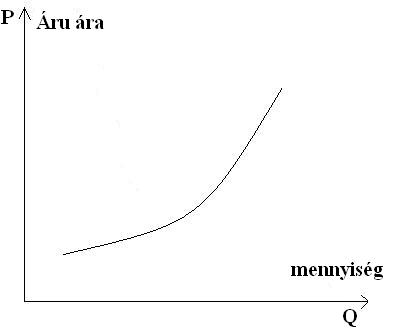
Tényezői:

-helyettesítési hatás miatt: a hamburger helyett mást fogyasztanak

-jövedelmi hatás miatt: a fogyasztók reáljövedelme csökken, ha emelkedik a hamb. ára

*b)A kínálati függvény:*

Növekvő árhoz növekvő kínálat tartozik. Az eladó eladási szándéka különböző árak mellett.

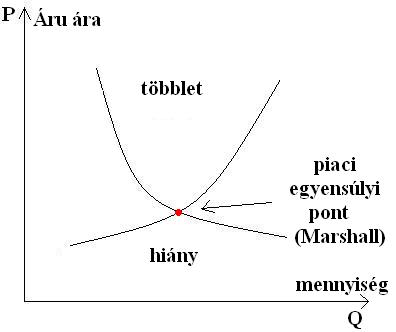


Változhat:

-technikai fejlődés, mert csökken egy adott termékmennyiség előállításának határköltsége.

-ha több vállalat kezdi el ugyanazt a terméket gyártani.

*Marshall-kereszt:* A piac összefoglaló geometriai modellje, a keresleti és a kínálati függvény szimultán ábrázolása.



***Egyensúlyi ár****:* A piaci kereslet és kínálat megegyezik, tehát adott ár mellett sem felesleg, sem hiány nincs az adott termékből. (A vásárlók éppen annyit óhajtanak vásárolni, mint amennyit a termelők a piacra kívánnak vinni.)

***Túlkereslet****:* Az egyensúlyi árnál alacsonyabb ár esetén a piacon az adott termékből nagyobb a kereslet, mint a kínálat (hiány).

***Túlkínálat****:* Az egyensúlyi árnál magasabb ár esetén a piacon az adott termékből a kínálat nagyobb, mint a kereslet (felesleg).

**VI.A „láthatatlan kéz”:**

A „láthatatlan kéz” elmélete: a gazdasági szereplők saját érdekükből cselekszenek, mintha a láthatatlan kéz irányítaná őket. Felesleges egy közös kollektív irányítás a jólét eléréséhez, a piaci mechanizmus működteti ezt.

Adam Smith (1723-1790, skót közgazdász) szerint a piacot a láthatatlan kéz irányítja oly módon, hogy a kereskedő a saját érdekét szem előtt tartva minél több profitra szeretne szert tenni, ám ennek érdekében minél jobb minőségű terméket kell előállítania, hiszen arra nagyobb a kereslet.