**FOGALOMTÁR 1.3.**

**Piac**

A piac a kereslet és kínálat találkozása és az ebből létrejövő áruforgalom. A cserekapcsolatok létrejöttének színtere, az hely ahol az áruk, szolgáltatások iránt érdeklődők és az azt cserélni szándékozó piaci szereplők találkoznak.

A tényleges és potenciális vevők és eladók, valamint a köztük lévő üzleti kapcsolatainak rendszere, melynek legfőbb tényezői a kereslet és kínálat, az ár és jövedelem.

**Piacok csoportosítása az eladók oldaláról:**

* **Tökéletes verseny:**sok vevő és sok eladó találkozik. Korlátok nélkül bárki részt vehet a piacon. Az árakat egyik fél sem tudja befolyásolni.
* **Monopolisztikus verseny:** sok eladója és vevője van, de különböző termékcsoportok, különböző árak alkalmazásával vannak jelen. Jellemző a konkurencia harc, igyekeznek piaci célcsoportokat, monopol pozíciót kialakítani.
* **Oligopólium:** néhány eladó van a piacon, és sok vevő. A piacra lépésnek korlátjai vannak. A cégek ellenőrizni tudják egymást. Az oligopóliumot óvatos piaci magatartás jellemzi.
* **Monopólium:** az a piaci szituáció, amikor egyetlen eladó uralja a piacot, és ő határozza meg az árakat.

**Piac típusai:**

1. **Fogyasztói piac:** végső felhasználásra történő vásárlás. A fogyasztók személyes és háztartási célból vásárolnak. A fogyasztási cikkek, és a kisebb, kis értékű termelőeszközök piaca. A vásárlói döntés többtényezős, befolyásolják kulturális- és társadalmi tényezők, személyes jellemzők. A vásárlói döntés folyamata: problémafelmerülés → információgyűjtés → alternatívák → döntés → kiválasztás → vásárlás → vásárlás utáni magatartás
2. **Termelői piac:** a gazdálkodó szervezetek alkotják. Más termékek előállítására alkalmas termékeket, szolgáltatásokat vásárolnak. **Jellemzői:** a döntéseket informálódás előzi meg. Szakképzett eladók állnak szemben. A vevők száma kisebb, de nagy tételben vásárolnak. A döntéseket racionalitás jellemzi.
3. **Viszonteladók piaca:** azok az egyének és szervezetek, akik a termékeket továbbértékesítésre vásárolják. Ezáltal összekapcsolják a termelőt a fogyasztóval.Viszonteladás típusai:
   * egy fajta termékválasztékot forgalmaz;
   * egy termékcsaládot forgalmaz;
   * néhány termékcsaládot forgalmaz;
   * legkülönbözőbb termékeket forgalmazza.
4. **Kormányzati piac:** az állami költségvetési pénzből gazdálkodók vásárlói piaca. Közösségi szükségletek kielégítésére vásárolnak. Nagyösszegű legtöbbször hosszabbtávú a szervezetek hatásköre, a beszerzések bonyolítása és ellenőrzése tekintetében. Szabályozza az eljárásokat, ami lehet nyílt, meghívásos és nyilvános.

**Vállalati verseny­képesség:** a vállalatnak azon képessége, hogy a társadalmi felelősség normáinak betartása mellett tartósan tud olyan termékeket és szolgáltatásokat kínálni a fogyasz­­tók­nak, amelyeket azok a versenytársak termékeinél és szol­­gáltatá­sai­nál inkább hajlandóak nyereséget biztosító feltételek esetén megfizetni.

1. **közvetlen versenytárs**, aki ugyanazt a célcsoprotot szolgálja ki a miénkhez hasonló termékkel/szolgáltatással,

2. **közvetett versenytárs**, aki ugyanazt a célcsoportot szolgálja ki a miénktől eltérő termékkel/szolgáltatással, vagy egy eltérő célcsoportot szolgál ki a miénkhez hasonló termékkel/szolgáltatással.

A **helyettesítő termék**, egy olyan termék, amely hasonló funkciót tölt be – azonos szükséglet kielégítésére szolgál, mint az adott termék, így annak hiánya vagy túl magas ára esetén képes azt helyettesíteni. Alapvetően minden terméknek van kiegészítő és helyettesítő terméke a piacon. A fogyasztó a kiegészítő terméket az adott termékkel együtt veszi meg, a helyettesítő terméket pedig az adott termék helyet vásárolja meg.