



Speigelné Szabó Margit

## Mikrogazdasági alapismeretek



A követelménymodul megnevezése:  
**Gazdálkodási feladatok**

A követelménymodul száma: 1968-06 A tartalomelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-001-50



## MIKROGAZDASÁGI ALAPISMERETEK

### ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Ön jégpoharakat gyártó vállalkozás alapításán gondolkodik. Mielőtt tényleges lépéseket tenne, megkísérli felmérni azt a potenciális piacot, melyen termékeit szeretné értékesíteni. Ebben a kezdeti fázisban igyekszik felmérni, hogy mekkora keresletre számíthat, milyen áron lehet, illetve érdemes értékesíteni termékét, hogyan hatnak leendő vállalkozására a piac szereplői.

### SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM



*1. ábra "Repülj, láss, m tanulj!"*

---

<sup>1</sup> [www.napihatterkepek.blogspot.hu /242204/repules](http://www.napihatterkepek.blogspot.hu/242204/repules) (2010. 07.27 16.50)

Mindenki a vágyait szeretné valóra váltani. Ezt megteheti, mások vállalkozásában alkalmazottként, vagy saját vállalkozása keretében is. Biztos, hogy izgalmasabb egy saját vállalkozást indítani. Munkáját mindenki nagy kihívásnak érzi. Bizonyos idő és gyakorlat után, elgondolkodunk: "Nem lenne-e jobb magam számára termelni a nyereséget?". Az biztos, hogy nagyon sok figyelemre, információra, ráérzésre, sok tudásra, ismeretre van szükség.

Mindegy, hogy milyen formában tevékenykedünk, minden esetben a gazdasági környezet megismerése, megértése, s ezek függvényébe a döntések meghozatal elengedhetetlen.

A piac, a piaci szereplők, a piaci hatások, a piaci mechanizmusok megismeréséhez, megértéséhez ismeretekre van szükség:

- Szükségletek
- Kereslet – kínálat fogalma, kapcsolatuk
- Piac és piaci viszonyok
- Vállalati célok, a működés érintettjei
- Termelési tényezők
- Az ár fogalma, az árpolitikai célok, árképzési módszerek
- Eredmény, jövedelmezőség
- Munkaerő-kereslet és -kínálat
- A TEÁOR rendszere

## 1. Szükségletek

A szükséglet olyan valós, vagy látens igény, mely a fogyasztóban feszültséget kelt, ennek következtében az igény megszüntetésére, kielégítésére folyamatosan törekszik.

A szükséglet az igények összessége.



2. ábra A szükségletek köre folyamatosan bővül és változik?

A szükségletek köre folyamatosan bővül és változik, miközben újra is termelődik (pl. újra éhesek, szomjasak leszünk, másik ruhára van szükségünk). A jelentkező szükségleteiket kielégíthetjük javakkal (pl.: eszközökkel, elfogyasztható dolgokkal, magunkra kenhető kozmetikumokkal) és szolgáltatásokkal (pl.: színház, sport, masszírozás) is.

A szükségletek a létfenntartás szerint:

- létszükséglet: az emberi lét fenntartása miatt merül fel
- kulturális szükséglet: az élet tartalmasabbá tételéhez szükséges szükséglet
- luxus szükséglet: az előzőeken felüli szükséglet

A szükségletek a kielégítés módja szerint:

- egyéni szükségletek
- kollektív szükségletek

A szükségletek a kielégíthetőség szerint:

- effektív (kielégítő) szükségletek
- látens (rejtett) szükségletek

Az emberi szükségletek alapvető kielégítetlenség esetén hiányérzetként jelentkeznek.

A köznapi beszédben jószág alatt a haszonállatokat értjük. Míg a gazdasági életben **jószágnak** (többes szám: javak) tekintünk minden olyan tárgyi eszközt, hasznos dolgot, amely azáltal növeli a jólétünket, hogy közben valamilyen szükségletet elégít ki. Közvetlenül a jószágot magát, azaz a tárgyasult terméket fogyasztjuk el (pl. kenyér), vagy az általa nyújtott szolgáltatást hasznosítjuk valamilyen formában (pl. fűtőrendszerek).

**Szolgáltatás** azok a tevékenységek, melyek közvetlenül elégítenek ki valamilyen szükségletet, ezáltal növelve a jólétet. Javakkal ellentétben a szolgáltatások nyújtása és "elfogyasztása" sem időben sem térben nem választható el egymástól.

A közgazdaságtanban a javak előállítását és a szolgáltatások nyújtását együttesen termelésnek nevezik.

## 2. Kereslet és kínálat fogalma, kapcsolatuk

A piac vásárlói oldalának jellemzésére a közgazdászok megalkották a **kereslet** fogalmát.

Kereslet egy konkrét termék iránti olyan igény, amely mögött vásárlóképesség és vásárlási hajlandóság áll.

Az emberben kialakul valamilyen hiányérzet (pl.: fázik, álmos, fáradt stb.), tudatosul benn, hogy szüksége van valamire (hogy, ne fázzon, aludni tudjon, lepihenhessen stb.) .

A szükséglet anyagi javak iránti igény, hiányérzetet jelent, mely cselekvést vált ki önmaga megszüntetésére.

A kialakult hiányérzetre, a szükséglet konkrétan megfogalmazódik, amely konkrét termékre vagy szolgáltatásra irányul.

Az igények a szükségletek sajátos kielégítésére irányuló vágyat jelentik.

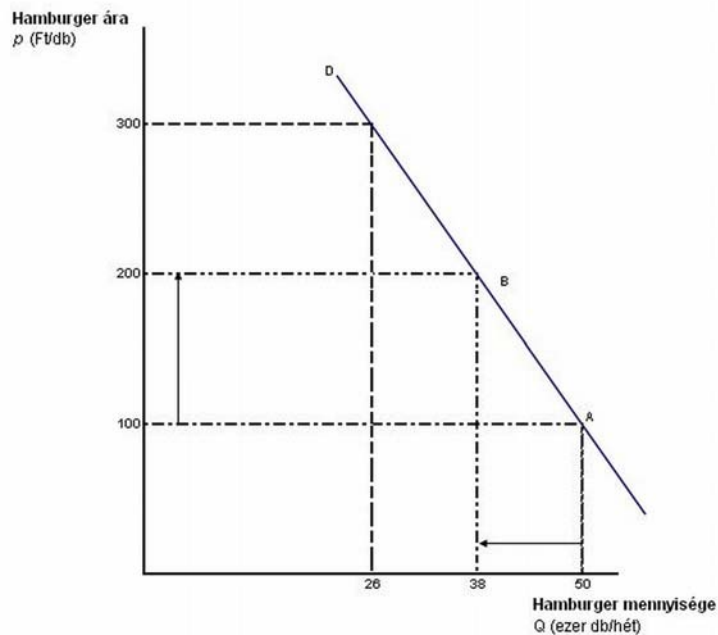
Az igény egyrészt a társadalmi, gazdasági és kulturális környezet által, másrészt az egyén által meghatározott. A szükségletek viszonylag változatlanok, az igények viszont állandóan változnak. Formálják őket a különböző társadalmi hatások: iskola, egyház, tv, rádió, újságok, család, barátok stb.

Az emberek szükségletei szinte végtelenek, anyagi forrásaik viszont végesek. Az emberek olyan javakat vásárolnak, amelyek a rendelkezésükre álló pénzt figyelembe véve, számukra a lehető legnagyobb elégedettséget jelentik.

Piacgazdaságban a megszerzés költségei alatt többnyire a javak árait értik. Ha valami miatt emelkedik az ár, akkor általában vásárolni kívánt (keresett) mennyiség csökken, ezt az összefüggést a **kereslet törvényének** is szokták nevezni.

A kereslet törvénye azt mondja ki, hogy ha egy jószág iránti kereslet növekszik, amikor a jövedelem is növekszik, akkor az ugyanez a jószág iránti kereslet szükségképpen csökken, ha a jószág ára növekszik. Vagyis normál jószág esetén a keresleti görbe lefelé hajlik.<sup>3</sup>

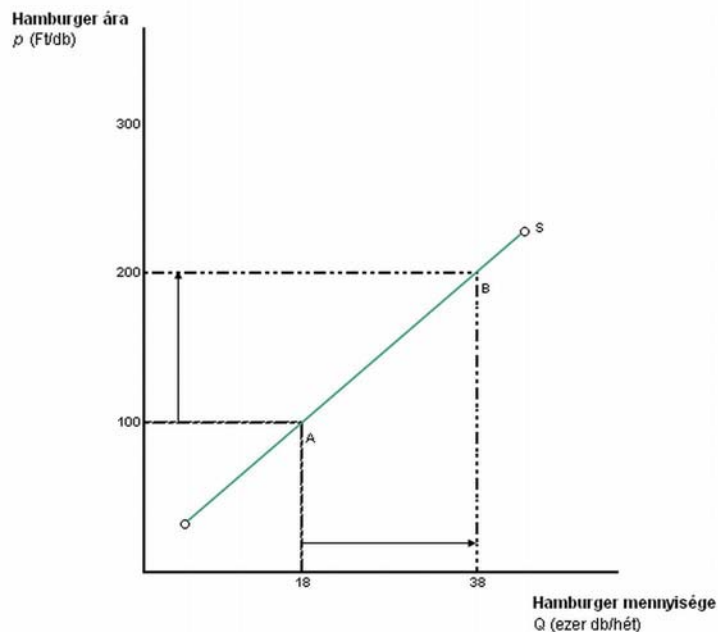
Ennek megfelelően a keresleti görbe általában negatív meredekségű. A kereslet olyan igény, amely mögött vásárlóerő és vásárlási hajlandóság áll. Az igények akkor válnak keresletté, ha vásárlóerővel is alá vannak támasztva.



3. ábra Egy keresleti görbe

A keresett mennyiség és az ár közötti kapcsolat grafikus ábrázolása a keresleti görbe. A görbe az összes lehetséges ár esetén keresett mennyiséget mutatja be, vagyis a keresett mennyiséget az árhoz viszonyítja. A 2. ábrán is jól látható, hogy 300 forintos egységár esetén 26 ezer hamburgert tudnak eladni egy hét alatt, míg 100 forintos áron már 50 ezret. Látható, hogy a negatív meredekségű a keresleti görbe, ugyanis az ár emelkedésével a vásárolni kívánt mennyiség általában csökken.

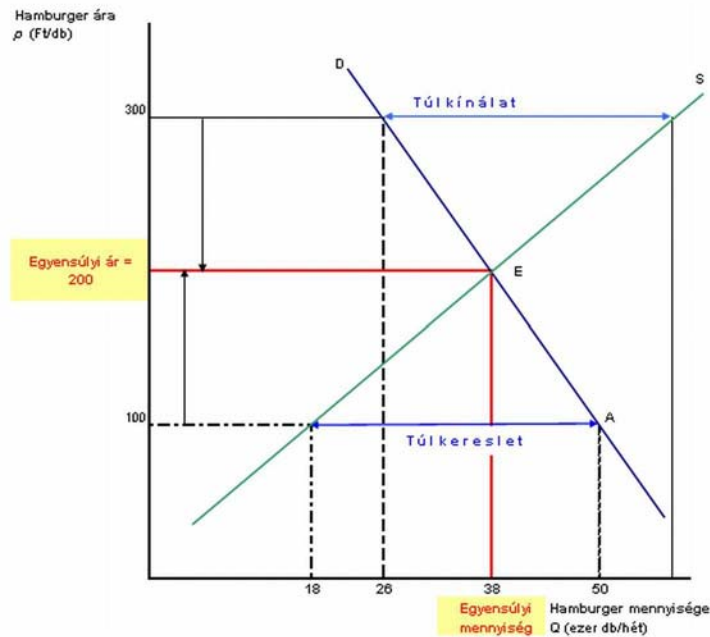
<sup>3</sup> <http://www.lizingpercek.hu/szotar-Kereslet+t%C3%B6rv%C3%A9ny.html>, 2010. július 20. 15.50



4. ábra Egy kínálati görbe

A piac másik oldalát a vállalatok adják. A piac elemzésének másik eszköze pedig a **kínálati görbe** (supply curve), mely a **kínált jószágok mennyiségének alakulását mutatja be különböző árak alkalmazása mellett, miközben a kínálatra ható többi tényezőt állandónak tekinti**. A kínálati görbe általában pozitív meredekségű, ami a termelők profitmaximalizáló magatartásával magyarázható. Vagyis minél magasabb egy adott jószág ára, annál nagyobb az eladni kívánt mennyiség is. A 4. ábra alapján látható, hogy míg 100 forintos áron 18 ezer hamburgert értékesítene a vállalat egy héten, addig 200 forintos áron már 38 ezer darabot szeretne.

**Az egyéni keresleti görbéket összegezve kapjuk meg a piaci keresleti görbét, más néven az aggregált keresletet.**



5. ábra A piaci egyensúly

A keresett és a kínált mennyiség közötti egyensúlyt a piaci ár változása, mozgása teremti meg. Az optimális (egyensúlyi) ár pedig biztosítja a keresett és a kínált mennyiség egyensúlyát, vagyis az optimális (egyensúlyi) mennyiséget. Másként megfogalmazva a **piaci egyensúly a kínálási és a keresleti görbe metszéspontjában van**. Azonban ha a pillanatnyi piaci ár magasabb az egyensúlyi árnál, akkor túlkínálat uralkodik, adott áron kínált mennyiség meghaladja az adott áron keresetett. Ennek ellenkezője is előfordulhat, ha a pillanatnyi ár alacsonyabb az egyensúlyinál, akkor pedig túlkeresletről beszélünk. Ilyenkor adott áron többet vásárolnának, mint amennyit adott áron eladásra kínálnak. Az 5. ábráról egyértelműen leolvasható, hogy az egyensúlyi ár 200 forint lenne hamburgerenként, ekkor a kereslet és a kínálat is 38 ezer darab lenne hetente.

Tökéletes verseny piacán profittal termelő cég azt tapasztalja, hogy valamilyen külső befolyás hatására a piaci ár csökken. Ilyenkor két dolgot tehet, vagy megszünteti a termelést, vagy tovább termel.

A **fedezeti pont** azaz ár–mennyiség kombináció, amely mellett az adott vállalat profitja hosszú- és rövid távon is nulla, vagyis a vállalat bevételei minden költségét fedezik.

Ha az ideális mennyiségnél többet tud értékesíteni a vállalat, akkor nyereséget, ha kevesebbet, akkor veszteséges lesz.

Üzembezárási pontban nevezzük azt a pontot, ahol a teljes árbevétel megegyezik a változó költségekkel. Ha a teljes árbevétel a változó költségeket sem fedezi, akkor a vállalat hossz távon is csak veszteséges lehet.



### 3. A piac és a piaci viszonyok

A közgazdaságtan piac alatt a potenciális és a tényleges eladókat és vevőket, illetve azok kapcsolatrendszerét, a kereslet és kínálat találkozásának színterét érti.

Az egyszerűbb elemzések érdekében a közgazdaságtan piaci modellekkel dolgozik. Az egyes modelleket alapvetően a szereplők száma alapján különböztetjük meg:

- **Tökéletes verseny:** nagyszámú eladó és vevő van jelen a piacon, számukra a piacra való be és kilépés szabad, nincsenek sem jogi, sem gazdasági korlátok. Egyetlen szereplő sem tudja érzékelhetően befolyásolni a kereslet vagy a kínálat nagyságát. Ebből az is következik, hogy az árat adottságként kell kezelniük, egy szereplő nem bír elég befolyással annak megváltoztatására. A vállalatok teljesen homogén termékeket állítanak elő, így a vevők számára közömbös, hogy kitől vásárolnak. A modell feltételezi a tökéletes informáltságot, így a szereplők racionálisan cselekedhetnek. **Az ilyen piacokat kompetitív piacnak is szokták nevezni.**
- **Monopolista verseny:** még mindig sok eladó van jelen a piacon, azonban a termékek már differenciáltak. A piacon való megjelenés könnyű, egy vállalat az árra gyakorolt hatása pedig kicsi.
- **Oligopólium:** a keresletet csupán néhány nagyobb vállalat elégíti ki, a piacra való belépés korlátozott. Így az egyes vállalatok hatással lehetnek a piaci árra. Tiszta oligopólium esetén homogén termékeket állítanak elő, míg differenciált oligopólium esetén a termékek differenciáltak, különböznek egymástól. Az oligopólium legegyszerűbb formája a duopólium, ekkor két eladó elégíti ki a keresletet
- **Monopólium:** egyedüli vállalként van jelen a piacon (így a termék is egyedi), a belépés korlátozott vagy nem is lehetséges. A monopólium határozza meg az eladási árat és a kínálat nagyságát is, a vevő abban dönthet, hogy vásárol-e vagy nem.
- **Monopszónium:** vevői oldalon alakul ki monopólium, vagyis egyetlen vevő van és sok eladó. Így ő dönthet az árról és a megvásárolni kívánt mennyiségről is.

A piaci koordináció, az árucseré is többféleképpen szerveződhet egy gazdaságon belül, Ezek közös vonásait a közgazdaságtan a tiszta **piacgazdaság modelljével** igyekszik leírni, mely legfontosabb alapvonásai a következők:

- **A föld és a megtermelt javak magántulajdonban vannak.** A magántulajdon birtoklási, rendelkezési és ellenőrzési jogot biztosít, illetve jövedelemszerzésre is feljogosítja a tulajdonost.
- **Megvalósulhat a döntések és vállalkozások szabadsága.** A piacgazdaság központi szereplője a vállalkozó, aki szabadon vásárolhatja a termelési erőforrásokat, hogy azokat termelésre használja fel. A döntés szabadsága a gazdaság minden szereplőjére vonatkozik, a vállalkozók mellett a munkásokra is. Így maguk dönthetik el, hogy mikor, kinek és mennyiért állnak munkába. A fogyasztó pedig szabadon választhat a különböző termelt javak között. A döntés szabadsága nem korlátlan, mások döntési szabadságába ütközhet, az ilyen problémákat az együttélési normák orvosolhatják.

- **A cselekedeteket a gazdasági önérdék motiválja.** A választási szabadságba beletartozik az önérdék érvényesítése is. Feltételezzük, hogy az egyéneket a gazdasági racionalitás vezérli, vagyis azt teszi, ami számára a legkedvezőbb.
- **A döntések az árrendszerhez, árszínvonalhoz igazodnak.** A vállalkozókat a minél magasabb profit, a munkásokat a minél magasabb bér megszerzése motiválja. A fogyasztók pedig adott jövedelemből szeretnék minél több szükségletüket kielégíteni.
- **A piaci egyensúly létrejöttét a verseny garantálja.** A versenyen elsősorban ár- és költségversenyt értünk, illetve velük a többi versenytényező is szorosan összekapcsolódik (pl. marketing, minőségbiztosítási rendszerek). A verseny következtében a vállalkozások próbálnak egymás árai alá menni, míg el nem érik az egyensúlyi helyzetet, aminél alacsonyabb árat már nem éri meg ajánlaniuk.
- **Erősen korlátozott lehetőségek a kormányzati beavatkozásra.** Az állam csak olyan szinten avatkozhat be, ami a gazdaság zavartalan működésének érdekében elengedhetetlen.

A tiszta piacgazdaság két legfontosabb szereplője a vállalat és a háztartás.



6. ábra PICK plakát az 1950-es évekből<sup>3</sup>

**Vállalati szektor** alatt azon gazdasági egységek összességét értjük, melyek javakat és szolgáltatásokat állítanak elő.

<sup>3</sup> www.pick.hu/hu/museum (2010. július 27. 17.45)



7. ábra Háztartás

**Háztartási szektor** alatt azokat a gazdasági szereplőket értjük, melyek önálló fogyasztási egységként jelennek meg a piacon, vagyis keresletet támasztanak a javak és szolgáltatások iránt. A köztük létrejövő kapcsolatokat az adásvétel tárgya alapján szokás csoportosítani.

Az adásvétel tárgya alapján:

- fogyasztási javak piaca
- tényezőpiacok
  - munkapiac
  - tőkejavak piaca

A tőkejavak és a fogyasztási javak piacait együttesen **árupiacnak**, más szóval jószágpiacnak nevezzük.

A tiszta piacgazdaságtól meg szokták különböztetni a **vegyes piacgazdaságot**, mely főképp attól különbözik az előzőtől, hogy itt meghatározó szerepet játszik az állam. **A vállalatokat és a háztartásokat együttesen magánszektornak nevezik.**

Központosított tervezés esetén a termelési eszközök egy központi szervezet – általában az állam – tulajdonában állnak, ez a szervezet központilag határozza meg a legfontosabb gazdasági döntéseket, a termelést pedig kötelező utasítások által irányítja.

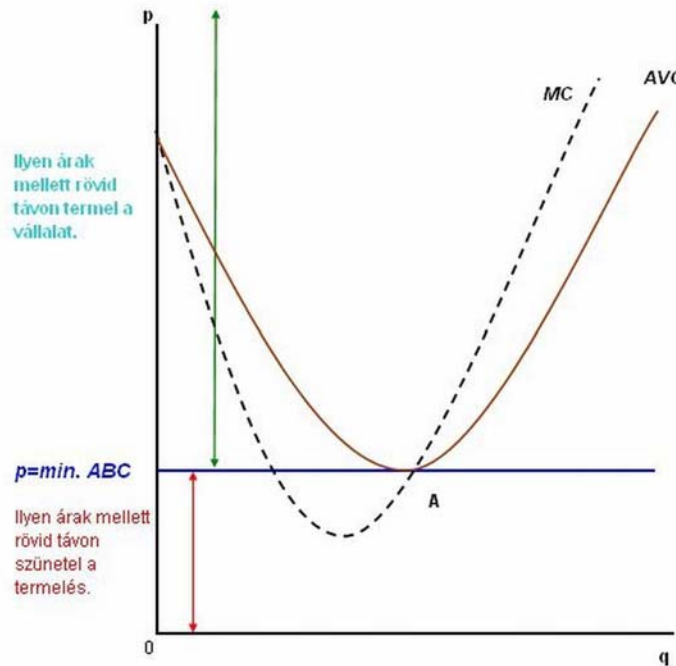
#### 4. A vállalati célok, a működés érintettjei

A piacgazdaságokban a vállalatok általában magántulajdonban állnak, és maga a vállalat jogi személy. A vállalat tulajdonosai felelősek a vállalat magatartásáért, és ők azok, akik az ebből származó hasznot megszerzik vagy épp a kárát megfizetik. Nagy általánosságban három formáját szokták elkülöníteni annak, ahogy egy vállalat szerveződhet.

- **Egyéni vállalkozásként** a vállalat egyetlen személy tulajdonában van.

- **Társas vállalkozás** esetén pedig kettő vagy több személy a tulajdonos.

Mindkét esetben a tulajdonosok általában közvetlenül irányítják a vállalat mindennapi működését, így saját céljaikat szabadon megvalósíthatják. Részvénytársaság esetén a tulajdonosi és az irányítási funkció elkülönül, vagyis a tulajdonosok meghatározzák a menedzserek számára a kijelölt célt, akik úgy irányítják a vállalatot, hogy ezt a célt elérhessék.



8. ábra Termelés, vagy üzemszünet?

A tulajdonosok a nyereség, a profit növelésében érdekeltek, így általában a legelfogadottabb vállalati cél a **profitmaximalizálás**, ami történhet rövid, illetve hosszú távon is. Egy vállalat kétfajta döntést hozhat, ha arról kíván dönteni, hogy termeljen-e, illetve milyen feltételek között:

- rövid távon átmenetileg szüneteltetheti termelését, majd később újraindíthatja azt
- hosszú távon kiléphet a piacról és abba hagyhatja a termék gyártását, vagy benmaradhat és újakezdheti a termelést, illetve hosszú távon beléphet egy piacra, vagy épp átléphet egy másikra is

Profitjának **rövid távú** maximalizálására törekvő vállalat csak akkor fog termelni, ha az eladásából származó árbevételei (TR) legalább a termeléshez kapcsolódó költségeit fedezik. Rövid távon a fix költségek (FC) nem tartoznak a termeléshez kapcsolódó költségek közé, a vállalat elsüllyedt költségként tekint rájuk. Bármennyit is termel a vállalat, rövid távon nem tud változtatni fix költségein. Vagyis egy profitmaximalizáló vállalat folytatja termelését, ha az árbevétele meghaladja a változó költségeket (VC), és szünetelteti azt, ha a bevételei nem fedezik a változó költségeit.

Termékekre vonatkoztatva pedig azt mondhatjuk, hogy egy vállalat akkor termel rövid távon, ha az elérhető ár ( $p=TR/q$ )<sup>4</sup> az átlagos változó költséget ( $AVC=VC/q$ ). Ha pedig az elérhető ár nem éri el az átlagos változó költség minimumát, akkor szünetelteti termelését (8. ábra).

**Hosszú távon** általában a piacon maradás és a kilépés közötti döntést vizsgáljuk. Még az elején fontos megjegyezni, hogy hosszú távon bármelyik tényező változhat, változtatható, így a költségek is. Ha pedig egy cég úgy dönt, hogy inkább kilép egy piacról, akkor nem lesz semmilyen bevétele, de költsége sem. Ezek alapján elmondható, hogy egy vállalat akkor marad bent egy piacon, ha bevételei legalább a hosszú távú teljes költségeit (LTC) fedezik. Akkor lép ki, ha bevételei nem fedezik a hosszú távú teljes költségeit, vagyis ha veszteséges. Ezek alapján megállapítható, hogy hosszú távon egy profitmaximalizáló vállalat nem viseli el a veszteséget, ugyanakkor a hosszú távú benmaradásnak nem feltétele a profit elérése. Elegendő, ha bevételei épp fedezik a költségeket ( $TR=LTC$ ), vagyis a profitja nulla.

Egy termékegységre levetítve ez azt jelenti, hogy a vállalat benmarad a piacon, ha elérhető ár ( $p=TR/q$ ) legalább a hosszú távú átlagköltség ( $LAC=LTC/q$ ) szintjén van, illetve kilép a piacról, ha az elérhető ár nem éri el hosszú távú átlagköltség minimális szintjét.

A vállalatok működésük során folyamatos interakcióban állnak a társadalomkülönböző szereplőivel. Stakeholderek (=érintettek) mindazok a személyek, csoportok és szervezetek összessége, melyek valamilyen módon befolyásolják vagy befolyásolhatják a vállalat működését, célkitűzéseinek megvalósulását. Ilyen stakeholderek:

- Munkavállalók
- Szállítók
- Média
- Versenytársak
- Fogyasztók és érdekképviseleti szervezetek
- Hitelezők
- Tulajdonosok
- Társadalmi szervezetek
- Kormányzat
- Speciális érdekeltségű csoportok
- Menedzserek

---

<sup>4</sup> q: kibocsátott mennyiség

## 5. A termelési tényezők

Ahogy már korábban szerepelt, a közgazdaságtanban azt a folyamatot, amely során a javakat előállítják, illetve a szolgáltatásokat nyújtják, termelésnek nevezik.

**Termelés:** emberi szükségletek kielégítésére alkalmas javak előállításának folyamata.

A termelési folyamathoz erőforrások is kellenek, melyekből, melyek segítségével létrehozzák a javakat. **Gazdasági erőforrásnak** (input) tekintik mindazon javakat, szolgáltatásokat és tevékenységeket, melyek egy jószág előállításához szükségesek.

Az egyszerűbb kezelhetőség érdekében igyekeznek az erőforrásokat különböző szempontok alapján csoportokba rendezni. Az egyik legfontosabb erőforráscsoport a **munka**, mely nélkül semmilyen termelés sem lehetséges. Hasonlóan nagy jelentőséggel bírnak a természeti erőforrások is. A **termelési eszközök** a javak azon csoportja, melyeket nem használnak fel közvetlenül szükségletek kielégítésére, hanem újabb javak termelése során használják fel őket.

Az előbbi egy technikai jellegű csoportosítás volt, a modern közgazdasági elemzések a tőkés- és a vegyes piacgazdaságra koncentrálnak elsősorban, így az erőforrásokat termelési tényezőknak nevezik.

Ennek megfelelően a piacgazdaságok elemzésére az alábbi négy alapvető termelési tényezőt különböztetik meg:

- munka,
- természeti tényezők,
- tőkejavak
- és vállalkozás.



9. ábra Ebéd a magasban<sup>5</sup>

**Munka**, mint termelési tényező alatt egy személy mindazon szellemi és fizikai képességeit értjük, melyeket a termelés, javak előállítása során felhasználhat. A munkáért kapott jövedelem a munkabér.



10. ábra Természeti tényező a szél<sup>6</sup>

**Természeti tényezők** mindazok az erőforrások, melyek változatlan, természetes formájukban használhatóak fel a javak előállítása során (pl. napfény, bányakincsek). A föld és a birtokolható természeti erőforrásokból származó jövedelem a (föld) járadék.

A természeti erőforrásokat és a munkát szokás együttesen elsődleges vagy eredeti termelési tényezőknak is nevezni, miután nélkülük semmiféle jószág előállítása nem lenne lehetséges.

<sup>5</sup> Charles C. Ebbet 1932-ben készült fotója a Rockafeller Center-t építő munkásokról

<sup>6</sup> [www.alternativenergia.hu](http://www.alternativenergia.hu) (2010. július 30. 16.45)

**Tőkejavak** (termelési eszközök) azok a termelt javak, melyek további termelési folyamatokban használhatók fel (pl. épületek, energia). A tőke jövedelme a kamat. Miután a tőkejavak nem eredetiek, hanem egy korábbi termelési folyamat eredményei, származékos termelési tényezőknek is szokás nevezni őket.

**Vállalkozás** alatt a vállalkozói tevékenységek összességét értjük, melynek fő célja a profitszerzés, amiért kockázatot is hajlandó vállalni. A vállalkozó tevékenysége során feltárja, illetve felkelti a termelés iránti igényeket, majd egységbe szervezi, működteti és irányítja a termelési tényezőket, hogy ez által javakat állítson elő. A vállalkozó jövedelme a profit.

## 6. Az ár fogalma, az árpolitikai célok, árképzési módszerek

Gazdasági értelemben az ár egy termék vagy szolgáltatás ellenértékét jelenti, amit többnyire pénzben kell megfizetni a vásárlónak.

Az árak kialakításának gyakorlati kérdéseivel a marketing foglalkozik. A mikroökonómiában az ár csupán értékmérő funkciót tölt be, a javak közti átváltási cserearányt ismerhetjük meg az árak alapján.

Az árak önmagukban ritkán értelmezhetőek, egy jószág árszínvonala függ a minőségétől és a versenytársak hasonló termékeinek árszínvonalától is. A piaci ár meghatározása során a költségek mérlegelése mellett fontos szerepet jut az

Az árszínvonal megválasztásával még nem ért véget a piaci ár kialakítása.

Többféle **árképzési módszer** is létezik, amik segítségével kialakíthatjuk az árat.

- A **célköltségszámítás** lényege, hogy már a termék tervezési folyamatának legelején eldöntik, hogy milyen áron szeretnék azt majd értékesíteni. A tervezési folyamat során azt vizsgálják, hogy a kívánt minőségi színvonalon a tervezett költségek mellett nyereségesen elő lehet-e állítani a terméket. Amennyiben azt állapítják meg, hogy nem, úgy el sem kezdi a cég a gyártását.
- A **költség alapú árképzés** során a költség + haszon együtteséből indulnak ki.
- Elterjedt módszer még a **versenytársakhoz igazodó árképzés** is, mely az alábbi módokon valósulhat meg:
  - **lefölöző árak stratégiája:** egy új termék számára magas árat állapítanak meg a gyors haszonszerzés reményében. Olyan termékek esetében lehet sikeres, ami egyedi vagy valamiben jelentősen különbözik, többet tud nyújtani versenytársainál (pl. szabadalommal védett új termékek).
  - **behatoló árak stratégiája:** a piaci bevezetés során a versenytársakénál alacsonyabb árszínvonalat állapítanak meg a gyors piacszerzés reményében (pl. élelmiszerek). A módszer hátránya, hogy az ár emelésével a termék korábbi vásárlói egy másik, olcsóbb terméket fognak utána vásárolni.



- **semleges árak stratégiája:** a termék árszínvonala igazodik a versenytársak áraihoz.

Élve piaci erőfölényével egy monopol vállalat magasabb árat szab meg, mintha egy versenyző vállalat tenné ezt. Vagyis egy piacon a lehető legnagyobb profitot a monopolár biztosítja a vállalat számára, amennyiben minden vevőjének ugyanazon az áron értékesít. Ez egyben azt is jelenti, hogy a vásárlók rosszabbul járnak monopolár esetén, mintha versenyzői piacon állapítanák meg a termék árát. Azonban egy monopolista is tovább növelheti profitját, amennyiben nem azonos áron értékesít mindenkinek, hanem árdiszkriminációt alkalmaz. **Árdiszkriminációról beszélünk**, ha egy vállalat a különböző termékegységeket ugyanabban az időpontban különböző árakon adja el. Olyan áreltérésekről van szó, melyeket az előállítási vagy forgalmazási költségek nem indokolnak.

A monopolista vállalat olyan árpolitikája, amely lehetővé teszi a cég profitjának a monopol profit fölé emelését, a kompetitív piac fogyasztói többletének elvonásával. Ezt úgy éri el, hogy a monopol vállalat a terméket különböző árakon kínálja.

Alkalmazásának három alapfeltétele van:

- az eladónak legyen elég piaci ereje az árak módosításához,
- vevők, illetve vevőcsoportok megléte, akik eltérő fizetési hajlandóval rendelkeznek,
- arbitrázs megakadályozása (annak korlátozása, hogy valaki megveszi az alacsonyabb árú terméket, majd más vevői csoportoknak magasabb áron továbbértékesítse).

Tökéletes árdiszkrimináció esetén minden egyes vevő eltérő árat fizet, mégpedig azt a maximális árat, amennyiért még hajlandó megvenni az adott jószágot. Ezt a módszert szokták **még elsőfokú árdiszkriminációnak** is nevezni.

**Mennyiségi** (vagy másodfokú) **árdiszkriminációról** (vagy nemlineáris árképzésről) beszélünk, ha a vásárolni kívánt mennyiség növekedésével csökken az egységár.

A mennyiségi árdiszkrimináció egyik speciális esete a **kétrészes ár**, ami a lineáris és a nemlineáris árképzés kombinációjaként értelmezhető (pl. telefon előfizetési díja+percdíj). A vevő ilyenkor egyszer fizet azért, hogy igénybe vehessen egy adott szolgáltatást, majd a fogyasztással, használattal vagy az igénybe vett szolgáltatás mennyiségétől függően megint fizet. Ilyenkor a nagyobb fogyasztás hatására az ár egy termékegységre levetítve alacsonyabb lesz, ugyanis az alapdíj több egység között oszlik meg.

Vevők közötti árdiszkrimináció az, mikor az eladó a vevőket csoportokra, részpiacokra osztja, és a különböző csoportoknak eltérő árakat állapít meg. Az alacsonyabb fizetési hajlandósággal rendelkező csoportoknak alacsonyabb árat állapít meg, míg a magasabb fizetési hajlandóságúaknak magasabb árat. Az ilyen árképzést **harmadfokú árdiszkriminációnak** is nevezni. Az egyes csoportok elkülönítése az alábbi módokon történhet:

- vevői jellemzői alapján (pl. életkor, nem)

- földrajzi távolság alapján
- a fogyasztás helye szerint (pl. színházi szektorok; magasabb árak a belvárosban)
- a fogyasztás ideje alapján (pl. szezonális árak, csúcsidőszak)
- a fogyasztás intenzitása alapján (pl. törzsvásárlói kártya)
- megrendelés ideje szerint (pl. előfoglalási kedvezmény)

A monopolista vállalat olyan árpolitikája, amely lehetővé teszi a cég profitjának a monopol profit fölé emelését, a kompetitív piac fogyasztói többletének elvonásával. Ezt úgy lehet elérni, hogy a monopol vállalat ugyanazt a terméket különböző árakon kínálja.

## 7. Az eredmény, a jövedelmezőség

Amennyiben a felhasznált erőforrások mennyisége és a felhasználással elért eredmény számszerűsíthető, úgy a felhasznált erőforrások eredményességét mérni tudjuk. A termelékenység a legegyszerűbb mérőszám az eredményesség számításához.

Termelékenység alatt az egységnyi felhasznált erőforrásra, vagyis termelési tényezőre jutó kibocsátott mennyiséget értjük.

Egy termelési folyamat során annyi termelékenységi mutatót számolhatunk ki, ahány erőforrást használtunk fel az előállítás során. A termőföld termelékenységét például úgy tudjuk mérni, hogy hány tonna/mázsa terményt sikerült learatni. A munkások teljesítményét pedig például azzal, hogy hány négyzetmétert tudtak egy óra alatt megművelni.

Összehasonlítani azonban csak azonos tényezők termelékenységét lehet. Annak érdekében, hogy különböző erőforrások, sőt iparágak termelését is össze lehessen hasonlítani, bevezették a jövedelmezőség fogalmát.

Egy erőforrás jövedelmezőségét megkaphatjuk, ha az erőforrás felhasználásával előállított termék(ek) bevételének és az erőforrás-felhasználással kapcsolatos költségek arányát vesszük. Így megkaphatjuk, hogy egy munkára költött forint mekkora bevételt hozott.

## 8. Munkaerő-kereslet és -kínálat

Minden társadalmi forma mozgatórugója és fenntartója a munka, melynek célja a társadalmi és az egyéni szükségletek kielégítése. Legfontosabb erőforrása az ember, aki munkavállaló, munkaadó, vagy mindkettőt átfedő szerepkört is betölthet.

A már említett termelési tényezőpiacok közül talán a legfontosabb a munka piaca, ugyanis az emberek többsége munkája eladásával tesz szert jövedelemre, illetve a vállalatok számára a munkabér jelenti az egyik legfontosabb költségvetelt. A munkapiac ad lehetőséget a munka iránti kereslet és kínálata találkozására. Az egyének, vagyis a munkatulajdonosok szakmák szerinti specializált kínálattal jelennek meg a piacon.

A **munkaerőpiac** a korszerű piacgazdaság egyik nélkülözhetetlen szerves alkotóeleme, ahol mint minden piacon, érvényesül a kereslet-kínálat elve. A **munkaerő keresletét** a munkáltatók jelenítik meg (vevők oldala), a **munkaerő kínálatot** (eladói oldalt) azok a munkavállalók képviselik.

A **munka kínálata** rövid távon is változhat, attól függően, hogy az emberek éppen többet vagy kevesebbet kívánnak dolgozni. Nagyobb mértékű változás hosszabb távon következhet be, ha megváltozik egy adott szakmára kiképzett emberek száma. A magas bér más szakterületekről vonzhatja át az embereket (átképzések), az alacsony bér ugyanígy pályaelhagyásra is készítheti őket.

A munka kínálóját úgy is értelmezhetjük, mint a szabadidő fogyasztóját. Az időre, mint szűkös jószágra tekintünk, egy ember egy adott pillanatban nem töltheti szabadidejét és dolgozhat egyszerre. Ezért a szabadidőt is pénzért kapható jószágnak tekintjük, mint például más fogyasztása cikket. A munkabér az, amiről az adott személy lemond, mikor munkavégzés helyett a szabadidőt választja, tehát a **szabadidő ára a munkabér**. Vagyis a munkabér kettős szerepet lát el: egyben a munka eladási, illetve a szabadidő vételi ár is.

Ha növekszik a munkáért kapott bér (a többi tényező változatlansága mellett), akkor a többi jószághoz képest megdrágul a szabadidő, ami növeli a munka kínálatát. A munkabér növekedésének jövedelmi hatása is van, ami azt eredményezi, hogy a legtöbb jószág fogyasztása növekedni fog. Ebből azaz ellentmondásos következmény is adódik, hogy a jövedelem növekedésével a szabadidő iránti kereslet is növekszik, vagyis csökken a kínált munkamennyiség. A munkabér változásának hatása a jövedelmi és a helyettesítési hatás együttesétől függ:

- ha a helyettesítési hatás az erősebb, akkor a munkabér emelkedése növeli a munka kínálatát
- ha a jövedelmi hatás a nagyobb mértékű, akkor a bér növekedése csökkenti a munkakínálatot

A vállalatok munkakereslete egyrészt függ a gyártási technológiától (vagyis a termelési függvényről), a ráfordítás áráról, illetve az előállított jószág keresletétől. A profitmaximalizáló feltétel itt is érvényesül, vagyis ennek megfelelően kell a vállalatnak eldöntenie, hogy mekkora munkamennyiséget kíván megvásárolni.

## 9. A TEÁOR rendszere

A TEÁOR (Tevékenységek egységes ágazati osztályozási rendszere) rendszere a gazdaságstatisztikai osztályozási rendszerekben belül a tevékenységi osztályozások közé tartozik.

615 csoportot tartalmaz, melyeket további három nagy csoportba vontak össze. A TEÁOR '08 jogi alapját az Európai Parlament és Tanács rendelete adja, melyben kiadta, hogy a gazdasági tevékenységeket osztályozni kell. Bevezetésének időpontja 2008. január 1. volt.

A TEÁOR rendszere négy szintű hierarchikus struktúrában épül fel.

Szint száma	Jelölés	Megjelölt ágazat	Példa
Első szint	1 alfabetai karakter - nagybetű	Nemzetgazdasági ágazat	A=Mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat C = Feldolgozóipar
Második szint	2 numerikus karakter	Ágazat	10 = Élelmiszergyártás 14=ruházati termék gyártása
Harmadik szint	Ágazat kódja + 1 numerikus karakter	Alágazat	10.1 Húsfeldolgozás, - tartósítás, húskészítmény gyártása 14.3 Kötött, hurkolt cikk gyártása
Negyedik szint	Alágazat kódja + 1 numerikus karakter	Szakágazat	10.11 Húsfeldolgozás, - tartósítás 14.31 Kötött, hurkolt harisnyafélék gyártása

Egy másik példa:

P OKTATÁS (nemzetgazdasági ág)

85 Oktatás (ágazat)

85.4 Felső szintű oktatás (alágazat)

85.41 Felső szintű, nem felsőfokú oktatás (szakágazat)

85.42 Felsőfokú oktatás (szakágazat)

## TANULÁSIRÁNYÍTÓ

### 1. feladat

**Vizsgálja meg** a környezetében lévő szolgáltató, kereskedők kínálatot, keressen példát árdiszkrimináció alkalmazására!

### 2. feladat

**Válaszoljon az alábbi kérdésekre!**

– Nézzon körül konyhájában, hogy milyen javakra lenne szüksége, annak érdekében, hogy kevesebb energiát használjanak fel?

– Közeledik gyermek születésnapja. Ön minden féleképpen, olyan eszköz beszerzésén gondolkodik, mely szükséges az iskolai tanulmányokhoz. Gyermek a legújabb típusú mobiltelefont szeretné megkapni.

Gondolja végig, milyen tényezők hatására alakulhatott ki gyermeke igénye!

– A városukban az elmúlt évvégén 2 vállalat szüntette meg tevékenységét. Az egyik 52 éves férfi szomszédja is az érintett vállalat egyikénél dolgozott, mint CNC esztergályos. Felajánlottak számára 3 átképzési lehetőséget: számítógép kezelő tanfolyam, műszaki bolti eladó tanfolyam, kórházi segédápoló.

Arra kéri Önt, hogy segítsen választani a tanfolyamok közül. Ön milyen tényezőket vizsgálna meg?

### 3. feladat

**Keresse ki** a [www.ksh.hu](http://www.ksh.hu) honlapról több szakágazati TEÁOR kódot!

pl.: 11.41, 70.10

### 4. feladat

**Ön édesapja kertészkedik.** Azon gondolkodnak, hogy készítene 2 fólia házat. Vizsgálja meg a piacon zöldségek árainak figyelembe vételével, mekkora áreltérések tapasztalhatók a fólia és a szabadföldi növények árai között!

1. Érvényesíthető-e a magasabb költség az árakban?
2. Mely zöldségek esetébe tapasztal jelentősebb árkülönbségeket?

3. Vizsgálja meg a zöldségek, gyümölcsök árait a piacon és a hipermarketekben!

4. Vizsgálja meg a hipermarketekben található nem hazai termesztésű zöldségek gyümölcsök árait! Véleménye szerint milyen árképzési stratégiát folytatnak ezen áruházláncok?

## 5. feladat

**Ön családjá nyaralását tervezi.** Önök 2 felnőtt és gyermekei 16 és 13 évesek. Az 1 hetes nyaralás a 200 ezer forintból kell megterveznie.

1. Állítsa össze nyaralással kapcsolatos igényeiket!
2. Vizsgálja meg az utazás (személyautó, vonat, repülő) költségeit.
3. Gyermekei "extra" igényei: repülővel történő utazás, 1 napos hajó kirándulás, 1 napos belépő a közeli élményfürdőbe, a szálloda rendelkezzen tengerparti stranddal. Nézzon körül az interneten, hogy a gyermekei kívánságait körülbelül milyen összegből tudná teljesíteni az iskolai nyári szünet ideje alatt!

MUNKANYELVI

## ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

### 1. feladat

Kérem, csoportosítva írja be az alábbi termékeket és szolgáltatásokat a táblázat megfelelő cellájába!

kifli, hajvágás, légkondicionáló, benzin, útépités, autófényezés,  
autófesték, kapa, masszázs, orvosi vizsgálat

Javak (termékek): \_\_\_\_\_

Szolgáltatások - Anyagi jellegű: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Szolgáltatások - Nem anyagi jellegű: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### 2. feladat

Nevezze meg, hogy mely piactípusra jellemzőek az alábbi állítások, szituációk!

(tökéletes verseny, monopolista verseny, oligopólium, monopólium, monopozónium)

1. Egy strandon két büfé üzemel, ha egy vendég megéhezik, vagy megszomjazik csak tőlük tud vásárolni.

\_\_\_\_\_

2. Egy terület nagyszámú paprikatermelői csupán egyetlen nagykereskedőnek tudják értékesíteni a terményeiket.

\_\_\_\_\_

3. Egy termék piacán rengeteg termelő és eladó van jelen, a vásárlók számára teljesen lényegtelen, hogy kitől vásárol.

---

### 3. Feladat

Nevezze meg a legfontosabb vállalati célt!

---

### 4. feladat

Sorolja fel a vállalkozások típusait!

---



---

### 5. feladat

Soroljon fel legalább 6–ot egy vállalat stakeholderei (érintettjei) közül!

---



---



---

### 6. feladat

Keresse ki az alábbi TEÁOR kódokhoz a szakágazati besorolásokat:

6110 \_\_\_\_\_



7311 \_\_\_\_\_

4651 \_\_\_\_\_

3522 \_\_\_\_\_

9604 \_\_\_\_\_

9104 \_\_\_\_\_

8121 \_\_\_\_\_

1103 \_\_\_\_\_

2250 \_\_\_\_\_

5610 \_\_\_\_\_

**7. feladat**

Sorolja fel az árdiszkrimináció alkalmazásának alapfeltételeit!

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**8. feladat**

Döntse el, hogy az alábbi állítások közül melyek igazak és melyek hamisak! Az igaz állítások alá írja, hogy IGAZ, a hamis állítok alá, hogy HAMIS!

1. A szükségletek az idő folyamán sohasem változnak, így megszüntetni sem lehet őket.

---

2. A piaci egyensúly a kínálati és a keresleti görbe metszéspontjánál van.

---

3. Tiszta piacgazdaság modelljében az államnak korlátozott lehetőségei vannak a beavatkozásra.

---

4. Egy vállalat működése során a profitját csak rövid távon tudja maximalizálni.

---

5. A termelési eszközök a javak azon csoportja, melyeket a szükségletek kielégítésének érdekében közvetlenül felhasználnak.

---

6. Tökéletes árdiszkrimináció esetén minden vevő eltérő árat fizet a termékért vagy a szolgáltatásért.

---

7. Csak azonos tényezők termelékenységét szabad összehasonlítani.

---

8. A vállalatok munkakereslete csak a gyártási technológiától függ.

---

9. A TEÁOR rendszere a tevékenységi osztályozások közé tartozik.

---

## 9. feladat

## Gumilabda keresleti-kínálati függvénye



11. ábra Gumilabda keresleti-kínálati függvénye

1. Olvassa le a grafikonról, hogy mekkora kibocsátás mellett, és milyen áron érhető el az egyensúlyi pont!

---

2. Adja meg, hogy hányan szeretnék gumilabdát venni, ha az 225 Ft-ba kerül!

---

3. Adja meg, hogy milyen árat határoz meg a vállalat, ha 3 gumilabdát kíván értékesíteni!

### 10. feladat

Egészítse ki az alábbi mondatokat!

1. A fedezeti pont azaz ..... amely mellett az adott vállalat ..... hosszú- és rövid ....., vagyis a vállalat bevételei .....fedezik.
2. A pillanatnyi ár ..... az egyensúlyinál, akkor túlkeresletről beszélünk. Ilyenkor adott áron ....., mint amennyit adott .....
3. Monopólium: ..... vállalatként ..... a piacon (így a termék is egyedi), a .....korlátozott vagy nem is lehetséges. A monopólium határozza meg az ..... és a ..... is, a vevő abban dönthet, .....
4. Vállalati szektor alatt azon gazdasági ....., melyek javakat és szolgáltatásokat .....
5. Tőkejavak (termelési eszközök) azok a ....., melyek további ..... használhatók fel (pl. épületek, energia).
6. Árdiskriminációról beszélünk, ha egy vállalat a ..... ugyanabban az időpontban ..... adja el. Olyan .....l van szó, melyeket az előállítási vagy forgalmazási költségek ..... indokolnak.

## MEGOLDÁSOK

### 1. feladat

Javak (termékek):	kifli, légkondicionáló, autófesték, kapa
Szolgáltatások – Anyagi jellegű:	útépítés, autófényezés
Szolgáltatások – Nem anyagi jellegű:	hajvágás, masszázs, orvosi vizsgálat

### 2. feladat

1. Oligopólium (azon belül is duopólium)
2. Monopszónium
3. Tökéletes verseny

### 3. feladat

Profitmaximalizálás

### 4. feladat

egyéni vállalkozás, társas vállalkozás, részvénytársaság

### 5. feladat

munkavállalók, szállítók, média, versenytársak, fogyasztók és érdekképviselői szervezetek, hitelezők, tulajdonosok, társadalmi szervezetek, kormányzat, speciális érdekeltségű csoportok, menedzserek

### 6. feladat

61.10	Vezetékes távközlés
73.11	Reklámügynöki tevékenység

46.51	Számítógép, periféria, szoftver nagykereskedelme
35.22	Gázelosztás
96.04	Fizikai közérzetet javító szolgáltatás
91.04	Növény-, állatkert, természetvédelmi terület működtetése
81.21	Általános épülettakarítás
11.03	Gyümölcsbőr termelése
25.50	Fémalakítás, porkohászat
56.10	Éttermi, mozgó vendéglátás

### 7. feladat

1. elegendő piaci erő az árak módosításához
2. eltérő fizetési hajlandósággal rendelkező vevők, vevői csoportok
3. újraértékesítés (arbitrázs) megakadályozása

### 8. feladat

1. HAMIS
2. IGAZ
3. IGAZ
4. HAMIS
5. HAMIS
6. IGAZ
7. IGAZ
8. HAMIS
9. IGAZ

### 9. feladat

1. 4 db, kb. 680–700 Ft-os ár
2. 7 fő
3. kb. 500–550 Ft

**10. feladat**

1. A fedezeti pont azaz ár-mennyiség kombináció, amely mellett az adott vállalat profitja hosszú- és rövid távon is nulla, vagyis a vállalat bevételei minden költségét fedezik.
2. A pillanatnyi ár alacsonyabb az egyensúlyinál, akkor túlkeresletről beszélünk. Ilyenkor adott áron többet vásárolnának, mint amennyit adott áron eladásra kínálnak.
3. Monopólium: egyedüli vállalatként van jelen a piacon (így a termék is egyedi), a belépés korlátozott vagy nem is lehetséges. A monopólium határozza meg az eladási árat és a kínálat nagyságát is, a vevő abban dönthet, hogyan vásárol-e vagy nem.
4. Vállalati szektor alatt azon gazdasági egységek összességét értjük, melyek javakat és szolgáltatásokat állítanak elő.
5. Tőkejavak (termelési eszközök) azok a termelt javak, melyek további termelési folyamatokban használhatók fel (pl. épületek, energia).
6. Árdiszkriminációról beszélünk, ha egy vállalat a különböző termékegységeket ugyanabban az időpontban különböző árakon adja el. Olyan áreltérésekről van szó, melyeket az előállítási vagy forgalmazási költségek nem indokolnak.



## IRODALOMJEGYZÉK

A címelem tartalma és formátuma nem módosítható.

Több fejezetből álló munkafüzet esetén is csak egyszer, a munkafüzet legvégén kerüljön feltüntetésre az irodalomjegyzék, az alábbiakban látható bontásban.

### FELHASZNÁLT IRODALOM

- Misz József A mikroökonómia alapjai L'HARMATTAN – Zsigmond Király Főiskola 2007.
- [www.gertnet.fv.hu](http://www.gertnet.fv.hu)
- [www.ksh.hu](http://www.ksh.hu) Hatályos magyar osztályozások (TEÁOR 08) Központi Statisztikai Hivatal

### AJÁNLOTT IRODALOM

- Misz József A mikroökonómia alapjai L'HARMATTAN – Zsigmond Király Főiskola 2007.
- [www.ksh.hu](http://www.ksh.hu) Hatályos magyar osztályozások (TEÁOR 08) Központi Statisztikai Hivatal

A(z) 1968–06 modul 001–es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
52 344 01 0000 00 00	Pénzügyi-számviteli ügyintéző
52 462 01 1000 00 00	Statisztikai és gazdasági ügyintéző
52 344 02 0000 00 00	Vállalkozási ügyintéző

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

16 óra

MUNKANYAG

MUNKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv  
TÁMOP 2.2.1 08/1-2008-0002 „A képzés minőségének és tartalmának  
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap  
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet  
1085 Budapest, Baross u. 52.

Telefon: (1) 210-1065, Fax: (1) 210-1063

Felelős kiadó:  
Nagy László főigazgató