

Пазарни структури –Вовед

Претпријатијата, односно фирмите делуваат во одредено окружување наречено пазарна структура. Пазарот е конкурентен доколку секој купувач или продавач е мал во споредба со големината на пазарот, па затоа само во незначителна мера е во состојба да влијае на пазарните цени. Наспроти тоа ако претпријатието може да влијае на пазарните цени за добрата што ги продава, се вели дека има пазарна моќ.Кривата на пазарната понуда е во тесна врска со трошоците на производството на претпријатието. Меѓутоа меѓу различните трошоци во претпријатието- фиксни, варијабилни, просечни и маргинални се прашуваме кои трошоци се најважни за одлуките што ги донесува претпријатието за количеството што ќе го понуди при која било дадена цена, а одговорот следи на тоа дека сите овие видови на трошоци имаат важна и меѓусебна поврзана улога.Видот на пазарната структура влијае врз однесувањето на фирмата и нејзините деловни резултати. Секое претпријатие ги врши своите активности и дејствува во рамките на одредено деловно окружување тоа значи дека на пазарот се сретнува со многу други фирми-конкурентски, кои го произведуваат истиот производ, но се среќава и со одредена структура потрошувачи кои се разликуваат по возраст, по вкусовите, по расположливиот доход и сл. Ваквото окружување влијае врз однесувањето и резултатите од работата на претпријатието. Влијанието се разбира се одвива и во спротивна насока: поединечната фирма може да влијае врз ефектите од функционирањето на пазарот на одреден производ. Затоа, економската наука развила т.н модели на пазарни структури со цел да го анализира однесувањето на фирмите во рамките на различни структури на деловно окружување. Пазарната структура го покажува начинот на кој е организиран одреден пазар.видот на пазарната структура е одреден од неколку основни карактеристики:

- а) бројот и степенот на концентрација на продавачите (претпријатијата) и купувачите;
- б) типот на производот: дали станува збор за хомоген производ што го произведуваат фирмите во рамките на индустријата, или постои диференцирање на производот;
- в) постоење на бариери за влез на нови фирми и излез на веќе постојните фирми во, и надвор од индустријата;

Според овие карактеристики постојат различни видови на пазарни структури и тоа еден спектар од четири основни видовина пазарни структури: Совршена конкуренција, олигопол, монопол, монополистичка конкуренција.

Совршената конкуренција и монополот се гранични-маргинални случаи на пазарни структури.

Совршена конкуренција како пазарна структура- карактеристики

Совршената конкуренција е таква пазарна структура која почива врз следните карактеристики:

1.Голем број на независни продавачи(т.е. производители) и купувачи.На страната на понудата, поединечната фирма нуди количина која е толку мала во однос на вкупната понуда на индустријата, што одлуките на фирмата немаат никакво влијание врз пазарната цена.Ист е случајот на страната на побарувачката: одлуките за купување на поединечниот потрошувач не влијаат брз пазарната цена, затоа што поединечно купената количина е многу мала во однос на вкупната.Од ова следи една од најважните карактеристики на совршената конкуренција: поединечните фирми се т.н прифаќачи на цени (price takers), за нив цената е од пазарот зададена големина, односно фирмите делуваат верувајќи дека цената е сосема независна од нивните одлуки и дека тие можат да влијаат врз цената.Истото важи и за поединечните купувачи.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com