**Одговори на питања у школску свеску:**

1. Дефиниши тржиште?
2. Наведи врсте тржишта које смо спомињали и објасни
3. Наведи пет основних функција тржишта и објасни

**ТРЖИШНА СТРУКТУРА И ПОНАШАЊЕ ПРЕДУЗЕЋА**

Под појмом тржишна структура подразумевају се битне карактеристике тржишта као што су:

1. БРОЈ ПРОДАВАЦА ( да ли их има мало или много)
2. ТИП ПРОИЗВОДА ( да ли предузеће продаје исте производе или постоје разлике
3. МОГУЋНОСТ УЛАСКА НА ТРЖИШТЕ ( да ли нова предузећа могу лако да уђу или постоје ограничења)
4. ОБЛИЦИ КОНКУРЕНЦИЈЕ

Свако предузеће има исти циљ – да у датим околностима оствари што већи **профит** односно да што боље задовоље потребе потрошача. Како ће се та борба одвијати зависи од тржишне структуре.

1. ГРАНЕ- скуп предузећа која продају своје производе на тачно одређеном тржишту нпр. тржиште аутомобила, обуће...

Постоји велики број тржишних структура које се према датим критеријумима могу поделити на ТРЖИШТА САВРШЕНЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ И ТРЖИШТА НЕСАВРШЕНЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ.

**БРОЈ ПРЕДУЗЕЋА**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ЈЕДНО ПРЕДУЗЕЋЕ**  **МОНОПОЛ** | **МАЛИ БРОЈ ПРЕДУЗЕЋА**  **ОЛИГОПОЛ** | **МНОГО ПРЕДУЗЕЋА**  **Диференцирани производи**  **МОНОПОЛИСТИЧКА КОНКУРЕНЦИЈА** | **МНОГО ПРЕДУЗЕЋА**  **Мали број производа**  **САВРШЕНА КОНКУРЕНЦИЈА** |
| **Нпр.Кабловска, водовод...** | **Аутомобили, сирова нафта...** | **Књиге, филмови...** | **Пшеница, млеко...** |

ТРЖИШТЕ САВРШЕНЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ- је тржиште на коме постоји велики број купаца и продаваца одређеног добра, тако да ниједан купац и ниједан продавац не може значајније да утиче на висину цене добра.

Три кључна елемента која карактеришу савршено конкурентно тржиште

1. Сва добра која се нуде на тржишту су иста.
2. Број купаца и продаваца је велики, тако да нико не може појединачно да утиче на цену
3. Предузећа могу слободно да уђу на тржиште или да из њега изађу.

Произвођач у условима савршене конкуренције не може да утиче на цену јер је његова понуда толико мала у односу на целокупно тржиште, да његове одлуке о количини производа коју ће понудити уопште не утичу на тржишну цену. Он може само да утиче на количину производа коју ће продати како би остварио што већи профит.

Када конкурентно предузеће остварује највећи профит? Свако предузеће покушава да оствари максимални могући профит. **Просечан приход AR** колико неко добија у просеку за сваки продати npr. Kg

**AR=TR/Q**

**Maргинални приход МR=ΔTR/ΔQ**

**У условима савршене конкуренције P=AR=MR –ЦЕНА ЈЕ ЈЕДНАКА МАРГИНАЛНОМ ПРИХОДУ.**

КОЛИКО ТРЕБА ПРОИЗВЕСТИ КАКО БИ ПРЕДУЗЕЋЕ ОСТВАРИЛО МАКСИМАЛАН ПРОФИТ? Да бисмо донели одлуку да ли треба повећати или смањити производњу морамо упоредити МАРГИНАЛНЕ ПРИХОДЕ И МАРГИНАЛНЕ ТРОШКОВЕ. Разлика између MR-MC представља МАРГИНАЛНИ ПРОФИТ.

Уколико је

MR>MC са повећањем обима производње повећава се и профит

MR<MC произвођачу се повећава профит смањењем обима производње.

MR=MC МАКСИМАЛАН ПРОФИТ (**P=MR=МC)**

**Пример за домаћи:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Q** | **P**  cena | **TR=P\*Q**  Ukupan prihod | **TC**  Ukupni trošak | **MR=ΔTR/ΔQ**  Marginalni prihod | **MC** | **AR=TR/Q**  Prosečan prihod | **TR-TC**  Ukupan profit | **Marginalni profit**  **MR-MC** |
| 0 | 10 | / | 5 |  | / |  |  |  |
| 1 | 10 | 10 | 9 |  | 4 |  |  |  |
| 2 | 10 | 20 | 15 |  | 6 |  |  |  |
| 3 | 10 |  | 23 |  | 8 |  |  |  |
| 4 | 10 |  | 33 |  | 10 |  |  |  |
| 5 | 10 |  | 45 |  | 12 |  |  |  |

Kako se računa MR:

**MR=ΔTR/ΔQ**

**MR=10-0/1-0=10**

**MR=20-10/2-1=10**