## CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG

Thị trường ra đời gắn liền với nền sản xuất hàng hoá, nó là môi trường để tiến hành các hoạt động giao dịch mang tính chất thương mại của mọi doanh nghiệp công nghiệp. Trong một xã hội phát triển, thị trường không nhất thiết chỉ là địa điểm cụ thể gặp gỡ trực tiếp giữa người mua và người bán mà doanh nghiệp và khách hàng có thể chỉ giao dịch, thoả thuận với nhau thông qua các phương tiện thông tin viễn thông hiện đại. Cùng với sự phát triển của sản xuất hàng hoá, khái niệm thị trường ngày càng trở nên phong phú và đa dạng. Có một số khái niệm phổ biến về thị trường như sau:

* Thị trường là nơi mua bán hàng hoá, là nơi gặp gỡ để tiến hành hoạt động mua bán giữa người mua và người bán.
* Thị trường là sự kết hợp giữa cung và cầu, trong đó những người mua và người bán bình đẳng cùng cạnh tranh. Số lượng người mua và người bán nhiều hay ít phản ánh quy mô của thị trường lớn hay nhỏ. Việc xác định nên mua hay bán bàng hoá và dịch vụ với khối lượng và giá cả bao nhiêu do quan hệ cung cầu quyết định. Từ đó ta thấy thị trường còn là nơi thực hiện sự kết hợp giữa hai khâu sản xuất và tiêu dùng hàng hoá.
* Thị trường theo quan điểm Maketing, được hiểu là bao gồm tất cả những khách hàng tiềm ẩn cùng có nhu cầu hay mong muốn cụ thể, sẵn sàng và có khả năng tham gia trao đổi để thoả mãn nhu cầu và mong muốn đó.

Tóm lại, thị trường được hiểu là nơi gặp gỡ giữa cung và cầu của một loại hàng hoá, dịch vụ hàng hoá hay cho một đối tác có giá trị. Ví dụ như thị trường sức lao động bao gồm những người muốn đem sức lao động của mình để đổi lấy tiền công hoặc hàng hoá. Để công việc trao đổi trên được thuận lợi, dần đã xuất hiện những tổ chức kiểu văn phòng, trung tâm giới thiệu, xúc tiến việc làm cho người lao động. Cũng tương tự như thế, thị trường tiền tệ đem lại khả năng vay mượn, cho vay tích luỹ tiền và bảo đảm an toàn cho các nhu cầu tài chính của các tổ chức, giúp họ có thể hoạt động liên tục được. Như vậy điểm lợi ích của người mua và người bán hay chính là gía cả được hình thành trên cơ sở thoả thuận và nhân nhượng lẫn nhau giữa cung và cầu.

**Các tiêu chí phân chia cấu trúc thị trường**

Các nhà kinh tế phân chia cấu trúc thị trường dựa trên các hành vi của các doanh nghiệp trong việc ra quyết định giá và lượng cung ứng sản phẩm ra thị trường. Sự khác biệt giữa các doanh nghiệp có thể nhận biết thông qua đường cầu và năng lực thị trường của mỗi doanh nghiệp

Cấu trúc thị trường trên được phân chia dựa vào:

* Số lượng người tham gia vào thị trường nhiều hay ít
* Đặc trưng của sản phẩm: đồng nhất (tương tự nhau), có phân biệt, tiêu chuẩn hay duy nhất (không có sản phẩm thay thế).
* Những rào cản khi gia nhập thị trường
* Sức mạnh thị trường: khả năng định giá thị trường của doanh nghiệp

**Phân loại thị trường**

Thị trường được biểu hiện qua bốn hình thái cơ bản: cạnh tranh hoàn hảo, cạnh tranh độc quyền, độc quyền nhóm và độc quyền.

Sơ đồ khối biểu diễn các hình thái như sau

Cạnh tranh hoàn hảo

Cạnh tranh không hoàn hảo

Độc quyền

Cạnh tranh độc quyền

Độc quyền nhóm

Mức độ cạnh tranh giảm dần