Iba't Ibang Estruktura ng Pamilihan at mga Salik Nito

1. Kahulugan ng Estruktura ng Pamilihan

Ang estruktura ng pamilihan (market structure) ay tumutukoy sa uri o anyo ng pamilihan batay sa bilang ng mamimili at nagbebenta, uri ng produktong ibinebenta, at antas ng kompetisyon sa pagitan ng mga prodyuser.

Ipinapakita nito kung paano naitatakda ang presyo at dami ng produkto sa merkado.

2. Kahalagahan ng Estruktura ng Pamilihan

- Tinutukoy nito kung gaano kalaya o kakumpitensya ang mga negosyante sa pagnenegosyo.
- Nakakatulong ito sa pag-unawa ng takbo ng ekonomiya at pag-uugali ng mamimili at prodyuser.
- Nakakaapekto rin ito sa presyo, kalidad, at dami ng produkto sa merkado.

3. Mga Uri ng Estruktura ng Pamilihan

A. Ganap na Kompetisyon (Perfect Competition)

- Maraming mamimili at nagbebenta.
- Pare-pareho ang mga produkto (homogeneous goods).
- Walang sinumang kontrolado ang presyo; ang merkado ang nagtatakda.
- Madaling pumasok o lumabas ang mga negosyo.

Halimbawa: Pamilihan ng palay, gulay, o isda sa palengke.

Katangian:

Maraming kalahok

- Pantay-pantay na impormasyon
- Malaya ang kompetisyon

B. Monopolyo (Monopoly)

- **Isang nagbebenta lamang** ng produkto.
- Walang malapit na kapalit (substitute) ang produkto.
- Malaki ang kontrol sa presyo ng nag-iisang kompanya.
- Mataas ang hadlang sa pagpasok ng ibang negosyo.

Halimbawa: Meralco (kuryente), Maynilad (tubig).

Katangian:

- Isang prodyuser
- Natatanging produkto
- May kontrol sa presyo
- May legal o natural na hadlang

C. Monopolistikong Kompetisyon (Monopolistic Competition)

- Maraming nagbebenta at mamimili.
- Magkakaibang uri ng produkto, ngunit may pagkakahawig.
- Bahagyang kontrol sa presyo dahil sa branding o kalidad.
- Madaling makapasok sa merkado.

Halimbawa: Mga tindahan ng damit, fast food chains, at sabon.

Katangian:

- Maraming kalahok
- May product differentiation
- May advertising o marketing
- Limitadong kontrol sa presyo

D. Oligopolyo (Oligopoly)

- lilan lamang ang nagbebenta o kompanya sa merkado.
- Malaki ang kontrol nila sa presyo.
- Karaniwang nagkakasundo o nagkakakumpitensya sa presyo (price war o collusion).

Halimbawa: Mga kompanya ng langis (Petron, Shell), at telecom companies (Globe, Smart).

Katangian:

- Kaunting bilang ng prodyuser
- Mahirap pasukin ang merkado
- Mataas ang puhunan
- Interdependence o ugnayan sa galaw ng presyo

4. Mga Salik o Katangian ng Estruktura ng Pamilihan

Salik Kahulugan / Paliwanag

Bilang ng Mamimili at

Prodyuser

Tinutukoy kung ilan ang kalahok sa pamilihan.

Uri ng ProduktoKung pareho o magkakaiba ang produktong ibinebenta.

Kontrol sa Presyo	Kakayahan ng nagbebenta na itakda o baguhin ang presyo.
Hadlang sa Pagpasok o Paglabas sa Pamilihan	Mga limitasyon tulad ng kapital, lisensya, o teknolohiya.
Antas ng Kompetisyon	Sukat ng paligsahan o rivalry sa pagitan ng mga negosyo.
Impormasyon sa Pamilihan	Kung gaano kalawak ang kaalaman ng mamimili at nagbebenta tungkol sa produkto at presyo.

5. Buod

Uri ng Pamilihan	Bilang ng Prodyuser	Uri ng Produkto	Kontrol sa Presyo	Halimbawa
Ganap na Kompetisyon	Marami	Pare-pareho	Wala	Palengke ng gulay
Monopolyo	Isa	Natatangi	Malaki	Meralco
Monopolistikong Kompetisyon	Marami	Magkakaiba	Katamtaman	Fast food, sabon
Oligopolyo	lilan	Magkakahawig	Malaki	Petron, Globe