iii) Monopolistic Competition
(एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता बाजार) :-

एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता बाजार, बाजार का वह स्वरूप होता है जिसमें एकाधिकार तथा प्रतियोगिता दोनों ही तत्व विद्यमान होते हैं अर्थात एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता बाजार में एकाधिकार व प्रतियोगिता बाजार का मिश्रण होता है।
एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता बाजार के अन्तर्गत फर्में अलग अलग वस्तुओं का निर्माण व उत्पादन करती हैं जो आकार, प्रकार, गुण, किस्म, उपयोगिता आदि में कुछ हद तक समान होती हैं। विक्रेताओं की संख्या अधिक होने के कारण विक्रेताओं को प्रतियोगिता का सामना करना पड़ता है किन्तु वस्तुओं का पूर्ण स्थानापन्न नहीं होने के कारण फर्मों को एक सीमा तक एकाधिकार भी प्राप्त होता है। इस बाजार अवधारणा की व्याख्या प्रो० चैम्बरलिन ने की है। यह अपूर्ण प्रतियोगिता का एक भाग है। ये बाजार की वास्तविक स्थिति है।

ex - Restaurants, cloth, Shoes, Beer, Industries (doctor, teacher, eng.) biscuit, fans, soaps, Pen, etc.

विशेषताएँ :
i) बड़ी संख्या में विक्रेता एवं क्रेता (Large No of sellers and Buyers)
ii) प्रवेश तथा निकास की स्वतंत्रता or (Freedom of Entry and Exist) and few barriers
iii) स्वतंत्र कीमत-नीति (Independence Price policy)
iv) बाजार का अपूर्ण ज्ञान Imperfect knowledge of Market)
v) Product are diff but are close substitute of one another

Monopolistic Competition!

Mono comp and: a Market from that has some feature of perfect comp and some feature of Monopoly. Monopolistic Competition is a type of Imperfect Competition. many buyers sellers sell their product. they are differentiated from one another (eg by branding or quality). hence and not perfect Substitutes in monopolistic Competition. under this Competition diff sellers changes diff price for their product. it is a real market Situation. Each firm Produces a brand or variety of the Same product. this kind of market more or commonly visible. each seller possesses a little market power. the founding father of the Monopolistic comp is (chamberlin)

Oligopoly -: (अल्पाधिकार)

अल्पाधिकार बाजार से आशय उस बाजार से है जिसमें ~~कुछ फर्मे~~ एक वस्तु की पूर्ति पर नियंत्रण एक थोड़ी संख्या में उत्पादकों के पास होती है। और प्रत्येक व्यक्ति कीमतों को प्रभावित कर सकता है। और प्रतिस्पर्धियों को प्रभावित कर सकता है। यहाँ क्रेताओं की संख्या ज्यादा तथा विक्रेता कुछ होते हैं।

यह बाजार का वह रूप है जिसमें किसी वस्तु की बहुत कम कम संख्या में होती हैं परन्तु क्रेता अधिक संख्या में होती प्रत्येक फर्म बाजार का काफी बड़ा भाग होता है। तथा एक फर्म की कीमत नीति दूसरे फर्म पर प्रभाव डालती है। इस बाजार में कुछ ही विक्रेता होते हैं अतः एक विक्रेता सदैव अन्य विक्रेता की पूर्ति, मूल्य, विक्रय नीति आदि की जानकारी रखता है।

(i) विक्रेताओं की अल्प संख्या (Few Sellers)

(ii) आपसी निर्भरता (interdependence)

(iii) मूल्य नियंत्रण (Price control)

(iv) सीमित एकाधिकार शक्ति (Limited Monopoly Power)

(v) प्रवेश एवं बहिर्गमन में कठिनाई (Difficulty in entery & exit)

(vi) firm spend a lot of Money on advertisement)