

2) एक वस्तु (ONE COMMODITY): व्यवहार में
 वा एक ही बाजार होता है लेकिन
 सुसंरचित में एक वस्तु वा एक ही बाजार
 होता है।

3) फ्री एवं विक्रेता (BUYERS & SELLERS):
 फ्री तथा विक्रेता दोनों ही बाजार के आवश्यक
 अंग हैं, चाहे उनकी संख्या कितनी ही
 क्यों न हो।

4) स्वतंत्र प्रतिस्पर्धा (FREE COMPETITION):
 बाजार के लिए यह आवश्यक है कि फ्री
 और विक्रेता के बीच स्वतंत्र प्रतिस्पर्धा होना
 चाहिए।

5) एक मूल्य (ONE PRICE): बाजार में जब
 फ्री और विक्रेताओं
 के बीच प्रतिस्पर्धा पाई जाती है तब वस्तु के
 मूल्य में समानता होना प्राप्ति होती है।

बाजार का वर्गीकरण (CLASSIFICATION OF MARKET):

बाजार के वर्गीकरण का निम्न प्रकार से दिखाया
 जा सकता है -

A) क्षेत्र के आधार पर (ON THE BASIS OF AREA):

इसके अन्तर्गत निम्नलिखित प्रमुख हैं -

i) स्थानीय बाजार (LOCAL MARKET).

ii) प्रादेशिक बाजार (REGIONAL MARKET).

- iii) राष्ट्रीय बाजार (NATIONAL MARKET)
- iv) अन्तर्राष्ट्रीय बाजार (INTERNATIONAL MARKET)

B) समय के आधार पर (ON THE BASIS OF TIME):

इसके अन्तर्गत निम्नलिखित प्रमुख हैं -

- i) अतिअल्पकालीन बाजार (VERY SHORT PERIOD MARKET)
- ii) अल्पकालीन बाजार (SHORT PERIOD MARKET)
- iii) दीर्घकालीन बाजार (LONG PERIOD MARKET)
- iv) अतिदीर्घकालीन बाजार (VERY LONG PERIOD MARKET OR SECULAR MARKET)

C) प्रतिस्पर्धा के आधार पर (ON THE BASIS OF COMPETITION):

इसके अन्तर्गत निम्नलिखित प्रमुख हैं -

- i) पूर्ण प्रतिस्पर्धा बाजार (PERFECT COMPETITION MARKET)
- ii) अपूर्ण प्रतिस्पर्धा बाजार (IMPERFECT COMPETITION MARKET OR MONOPOLISTIC MARKET)
- iii) शोभाधिकार बाजार (MONOPOLY MARKET)

D) कार्य के आधार पर (ON THE BASIS OF FUNCTION):

इसके अन्तर्गत निम्नलिखित प्रमुख हैं -

- i) विशिष्ट बाजार (SPECIALISED MARKET)
- ii) मिश्रित बाजार (MIXED MARKET)