



अपूर्ण प्रतियोगिता-I

खंड 2

Panchajanya
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

इकाई 3 एकाधिकार (MONOPOLY)

संरचना

- 3.0 उद्देश्य
- 3.1 विषय प्रवेश
- 3.2 लाभ अधिकतमीकरण तथा उत्पादन का निर्धारण
- 3.3 पूर्ण प्रतियोगता एवं एकाधिकार के बीच तुलना
- 3.4 एकाधिकार के अंतर्गत विशुद्ध (निवल) हानि (Dead Weight Loss)
- 3.5 सीमांत लागत (MC), कीमत (AR) तथा मांग की लोच के बीच संबंध
- 3.6 कीमत विभेद
 - 3.6.1 पूर्ण कीमत विभेद अथवा प्रथम कोटि का कीमत विभेद
 - 3.6.2 तृतीय कोटि का कीमत विभेद
 - 3.6.3 द्वितीय कोटि का कीमत विभेद
 - 3.6.4 द्वि-भागी प्रशुल्क (Two-part Tariff)
 - 3.6.4.1 अनुकूलतम प्रशुल्क (The Optimal Tariff)
- 3.7 नैसर्गिक एकाधिकार (Natural Monoply)
 - 3.7.1 नैसर्गिक एकाधिकार के अंतर्गत कीमत निर्धारण
 - 3.7.1.1 अविनियमित नैसर्गिक एकाधिकार (Unregulated Natural Monoply)
 - 3.7.1.2 सीमांत लागत कीमत निर्धारण
 - 3.7.1.3 औसत लागत कीमत निर्धारण
- 3.8 सार-संक्षेप
- 3.9 संदर्भ ग्रंथादि
- 3.10 बोध प्रश्नों के उत्तर अथवा संकेत

3.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययनोपरांत, आप सक्षम होंगे :

- एकाधिकारी बाज़ार के बारे में जान सकने में;
- एकाधिकार के अंतर्गत लाभ को अधिकतम करने तथा उत्पादन की मात्रा निर्धारित करने का विश्लेषण कर पाने में;
- एकाधिकार के साथ पूर्ण प्रतियोगिता की तुलना कर पाने में;
- एकाधिकार के अंतर्गत सीमांत लागत, कीमत एवं मांग की लोच के बीच संबंध की व्याख्या कर पाने में;
- एकाधिकारी द्वारा प्रयुक्त किए जाने वाले कीमत विभेद, विशेष रूप से कीमत विभेद की तीनों कोटियों की विवेचना कर पाने में;
- कीमत विभेद से दो भाग प्रशुल्क की व्याख्या कर पाने में, इतना ही नहीं विभिन्न विधियों द्वारा अनुकूलतम प्रशुल्क का निर्धारण कर पाने में;

- बाज़ार संरचना में नैसर्गिक एकाधिकार की विद्यमानता हेतु दशाओं की व्याख्या कर पाने में; तथा
- इन स्वरूपों के अंतर्गत अनेक कीमत निर्धारण विकल्पों की पहचान कर पाने में।

3.1 विषय प्रवेश

एकाधिकार और पूर्ण प्रतियोगिता दो विपरीत सिरों वाली बाज़ारी संरचनाएं हैं। एकाधिकार एक ऐसी बाज़ार संरचना है जहां केवल एक ही उत्पादक या विक्रेता होता है। एकाधिकार के अंतर्गत उत्पादित वस्तु का कोई निकट स्थानापन्न नहीं होता। उदाहरणार्थ, करंसी प्रिंटिंग के मामले में भारतीय रिज़र्व भारत का केंद्रीय बैंक को एकाधिकार प्राप्त है। इसी प्रकार भारतीय रेल भी एकाधिकारी सेवा प्रदाता का उदाहरण है। करंसी नोटों के मामले में मुद्रा की आपूर्ति पर केंद्रीय बैंक का पूर्ण नियंत्रण है। हालांकि भारतीय रेल के लिए वायु परिवहन तथा समुन्नत सड़क परिवहन के रूप में स्थानापन्न हैं तथापि वहनीय लंबी यात्रा के लिए भारतीय रेल को अभी भी एकाधिकारी शक्ति प्राप्त है।

आप सभी इस बारे में आश्चर्य कर सकते हैं कि कुछ या कोई फर्म किस प्रकार एकाधिकारी शक्ति हासिल कर लेती है। वास्तव में, "प्रवेश में रुकावट" ही ऐसा कारक है जो किसी फर्म को एकाधिकारी शक्ति प्रदान करता है। पूर्ण प्रतियोगी बाज़ार में, लाभ नई कंपनियों को उद्योग की ओर आकर्षित करता है जो लाभ को अधिकतम करने में एक-दूसरे के साथ प्रतियोगिता करते हुए दीर्घकाल में केवल सामान्य लाभ अर्जित करती है, दूसरी ओर एकाधिकार के अंतर्गत प्रवेश में कड़ी बाधा के चलते कोई दूसरी फर्म उद्योग या बाज़ार में प्रवेश नहीं कर पाती। इसलिए एकाधिकारी दीर्घकाल में भी लाभ अर्जित करता है।

एकाधिकार शक्ति के स्रोत (Sources of Monopoly Power)

इस प्रकार के बाज़ार के तहत कार्य करने के लिए कोई फर्म **एकमात्र** फर्म कैसे हो सकती है? कई ऐसे कारक हैं जो या तो अकेले या कई मिलकर फर्म को एकाधिकारी फर्म बनाते हैं। इनमें निम्न कारक सम्मिलित हैं :

- 1) **महत्वपूर्ण आदाओं पर नियंत्रण** : यदि किसी उद्योग में उत्पादन प्रक्रिया में कोई आदा (input) अहम् है और किसी फर्म का इस आदा की आपूर्ति पर नियंत्रण है तो ऐसी फर्म एकाधिकारी हो सकती है। अन्य फर्मों इस उद्योग में प्रवेश नहीं कर पातीं क्योंकि उन फर्मों के लिए वह विशिष्ट आदा पहुँच से बाहर है। उदाहरण के लिए, बीसवीं सदी में डी.वी.आर समूह का कच्चे हीरे की विश्व आपूर्ति पर संपूर्ण नियंत्रण था और इस कारण इस समूह (group) का हीरे के उद्योग पर एकाधिकार प्राप्त था।
- 2) **पैमाने की मितव्ययताएँ तथा क्षेत्र (Economics of Scale and Scope)** : पैमाने की मितव्ययताओं के अस्तित्व का निहितार्थ यह है कि फर्म का औसत लागत वक्र नीचे की ओर ढलवां होता है। अतः जितना अधिक फर्म उत्पादन करती है, उतनी ही उत्पादन की प्रति इकाई लागत कम आती है। यह उद्योग में नई फर्मों की प्रविष्टि पर प्रतिबंध लगाती है क्योंकि ऐसी स्थिति में नई फर्म के लिए कम लागत पर उत्पादन करने में प्रतियोगिता का सामना करना कठिन हो जाता है।
- 3) **नियमन** : ऐसे उद्योगों में जहाँ पैमाने की मितव्ययताओं का क्षेत्र मजबूत होता है, सरकार नियमन द्वारा केवल एक ही फर्म को उत्पादन करने की अनुमति देती है

जिससे उत्पादन की औसत लागत को नीचे रखा जा सके। जान-बूझकर प्रतियोगिता को बाधित करके, सरकार लागत को नीचा रखने की प्रत्याशा करती है। सरकार बिना सरकारी लाइसेंस प्राप्त किए किसी भी फर्म के बाज़ार में प्रविष्टि को अवैधानिक बना देती है।

- 4) **बौद्धिक संपदा अधिकार** : नवप्रवर्तन (innovation) को प्रोत्साहित करने के लिए, अधिकांश देश कुछ वर्षों के लिए किसी नवप्रवर्तनकारी फर्म को नवप्रवर्तन के प्रयोग पर पूर्ण नियंत्रण का अधिकार दे देते हैं। इनको पेटेंट्स (patents) की संज्ञा दी जाती है (भारत में ये अधिकार 7 वर्ष के लिए दिए जाते हैं) पेटेंट्स एकाधिकार का सृजन करते हैं।
- 5) **प्रवेश अंतराल (Entry Lags)** : कुछ उद्योग जैसे स्टील में प्लांट के लगने और उत्पादन के शुरू होने के बीच पर्याप्त समयांतराल होता है। ये उत्पादन अंतराल (gestation lags) किसी उद्योग में नई फर्मों की प्रविष्टि को प्रतिबंधित करते हैं।

एक एकाधिकारी फर्म या तो कीमत निर्धारित कर सकती है या उत्पादन की मात्रा **परंतु दोनों नहीं**। इस इकाई में हम उस स्थिति पर विचार करेंगे जब एकाधिकारी फर्म अधिकतम लाभ प्रदान करने वाले उत्पादन स्तर का चयन कर सकती है और तत्संबंधित बाज़ार कीमत का निर्धारण कर सकती है।

3.2 लाभ अधिकतमीकरण एवं उत्पादन मात्रा का निर्धारण

एकाधिकार के अंतर्गत फर्म कीमतग्राही नहीं है अपितु बाज़ार में बेची जाने वाली वस्तु कीमत को यह प्रभावित करती है। अथवा यह दी हुई कीमत पर अधिकतम लाभ प्रदान करने वाली उत्पादित मात्रा का निर्धारण करने वाली शक्ति ऐसी है। एकाधिकारिक फर्म बायें से दायी ओर नीचे की ओर गिरते हुए भाग फलन का सामना करती है अर्थात् $Q(P)$ माना योग मात्रा कीमत का फलन होती है। जो सामान्य वस्तु के लिए उपभोक्ता द्वारा माँगीत मात्रा तथा कीमत के बीच व्युत्क्रम सम्बन्ध को व्यक्त करता है जो कीमत ($Q'(P) < 0$ या $\frac{dQ}{dP} < 0$)। किसी समय विशेष पर एक दी हुई कीमत पर उपभोक्ताओं द्वारा मांग की जाने वाली मात्रा (Q), जो कि कीमत (P) का एक फलन है, को इंगित करने वाले मांग फलन को $Q(P)$ रूप में व्यक्त किया जा सकता है। इसके सापेक्ष प्रतिलोमानुपाती मांग फलन $P(Q)$ है। जहाँ कीमत P , मात्रा Q का एक फलन है। एक एकाधिकारी मांग फलन या प्रतिलोम मांग फलन को दिया हुआ मान लेता है तथा लाभ (π) को निम्न रूप में अधिकतम करता है –

$$\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q) \quad (1)$$

यहाँ पर एकाधिकारी द्वारा उत्पादन की मात्रा Q निश्चित की गयी है।

समीकरण (1) में $\pi(Q)$ लाभ, (π) उत्पादन की मात्रा, Q का एक फलन है।

TR कुल आगम है जो $P(Q) \times Q$ अर्थात् कीमत \times उत्पादन के बराबर है।

TC कुल लागत है जिसे $C(Q)$ अर्थात् लागत को उत्पादन के एक फलन के रूप में व्यक्त किया गया है।

इस प्रकार,

$$\text{लाभ को अधिकतम करने के लिए } \pi(Q) = P(Q) \times Q - C(Q) \quad (2)$$

लाभ को अधिकतम करने के लिए समीकरण (1) में प्रथम कोटि (अथवा आवश्यक) की शर्त लागू करने पर

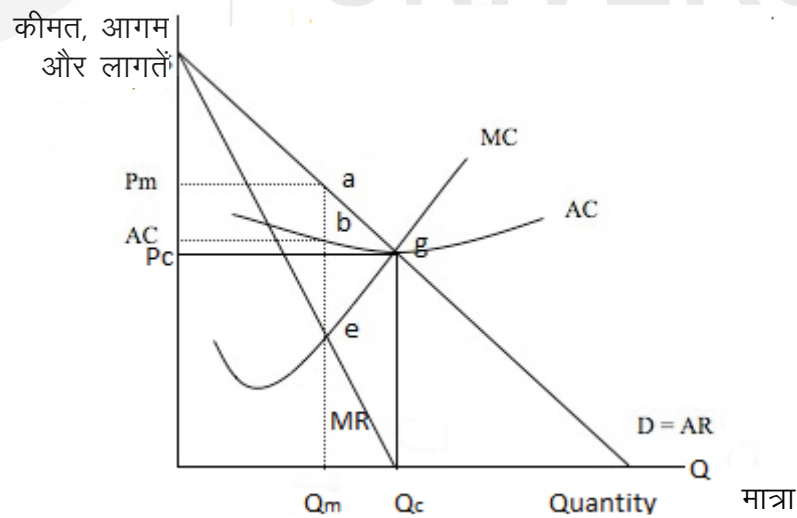
$$\begin{aligned} \frac{\partial \pi(Q)}{\partial Q} &= 0 \\ \Rightarrow \frac{\partial TR(Q)}{\partial Q} - \frac{\partial TC(Q)}{\partial Q} &= 0 \\ \Rightarrow MR(Q) - MC(Q) &= 0 \\ \Rightarrow MR(Q) &= MC(Q) \end{aligned} \quad (3)$$

यहाँ Q उत्पादन स्तर पर TR और TC के प्रथम कोटि के कलज के रूप में सीमांत आगम MR तथा सीमांत लागत MC है। इस प्रकार प्रथम कोटि की शर्त बताती है कि लाभ उस स्तर पर अधिकतम होता है जहाँ सीमांत आगम (MR) और सीमांत लागत (MC) आपस में बराबर होते हैं।

लाभ को अधिकतम करने की दूसरी (पर्याप्त) शर्त यह है कि लाभ फलन का द्वितीय कोटि का कलज ऋणात्मक होना चाहिए

$$\begin{aligned} \pi'' &= TR''(Q) - TC''(Q) < 0 \\ \Rightarrow \frac{dMR(Q)}{dQ} &< \frac{dMC(Q)}{dQ} \end{aligned} \quad (4)$$

अर्थात् संतुलन बिंदु पर MC वक्र का ढाल MR वक्र के ढाल से अधिक होना चाहिए, दूसरे शब्दों में MC वक्र MR वक्र को नीचे से काटे।



चित्र 3.1 : एकाधिकार में संतुलन

उपर्युक्त चित्र में वस्तु की मात्रा Q को क्षैतिज अक्ष पर तथा कीमत (AR), MR , MC तथा AC को ऊर्ध्वाकार अक्ष पर लिया गया है। e बिंदु पर MR MC के बराबर है तथा

MC वक्र MR वक्र को नीचे से काट रहा है। इस बिंदु पर एकाधिकारी मात्रा Q_m तथा उसके सापेक्ष एकाधिकारी कीमत P_m है। यहाँ AR वक्र बाज़ार का मांग वक्र है। पूर्ण प्रतियोगिता के विपरीत एकाधिकारी कीमत MC तथा MR दोनों से अधिक है क्योंकि मांग वक्र ऊपर से नीचे की ओर गिरता हुआ है और इसे MR वक्र के ऊपर रहता है।

उदाहरण 1

माना कि कोई एकाधिकारी एक मनोरंजन पार्क का स्वामी है और रेखीय बाज़ारी मांग (Q) फलन $Q = 500 - 2P$ है जहाँ P बाज़ारी कीमत है। संतुलन में $C(Q) = 25Q$ लागत फलन पर एकाधिकारी किस कीमत पर कितने मज़ेदार चक्र लगवाएगा ?

हल : रेखीय मांग फलन $Q(P)$ का प्रतिलोम मांग फलन $P(Q)$ के रूप में निम्नलिखित प्रकार लिखा जा सकता है, इस प्रकार $P = 250 - 0.5Q$

कुल आगम (TR): $TR = Q \times P(Q)$

$$TR = 250Q - 0.5Q^2$$

सीमांत आगम (MR): $\frac{\partial TR(Q)}{\partial Q} \Rightarrow MR = 250 - Q$

सीमांत लागत (MC): $\frac{\partial TC(Q)}{\partial Q} \Rightarrow MC = 25$

संतुलन की प्रथम कोटि की शर्त $MR = MC$

$$250 - Q = 25$$

$$Q = 225$$

मांग फलन में $Q = 225$ रखने पर $P = 137.5$

दूसरी कोटि की शर्त के अनुसार $\frac{\partial(MR)}{\partial Q} < \frac{\partial(MC)}{\partial Q}$ होनी चाहिए

यहाँ $\frac{\partial(MR)}{\partial Q} = -1$ तथा $\frac{\partial(MC)}{\partial Q} = 0$

चूँकि $-1 < 0$, इसलिए यह शर्त भी पूरी होती है।

3.3 पूर्ण प्रतियोगिता एवं एकाधिकार के बीच तुलना

समीकरण (2) पर प्रथम कोटि की शर्त लगाने पर

$$\frac{\partial \pi(Q)}{\partial Q} = 0$$

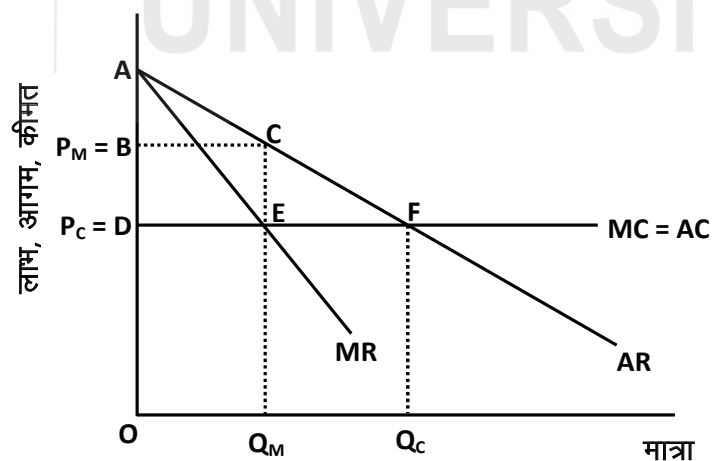
$$\Rightarrow P(Q) + Q \frac{\partial P(Q)}{\partial Q} - \frac{\partial C(Q)}{\partial Q} = 0$$

$$\Rightarrow P(Q) + Q \frac{\partial P(Q)}{\partial Q} = \frac{\partial C(Q)}{\partial Q} \quad (5)$$

यहाँ $\frac{\partial P(Q)}{\partial Q}$ सीमांत आगम (MR) तथा $\frac{\partial C(Q)}{\partial Q}$ सीमांत लागत है। ध्यान दें कि पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत कोई फर्म अपना लाभ उस बिंदु पर अधिकतम करती है जहाँ सीमांत आगम (AR) सीमांत लागत (MC) के बराबर होता है। साथ ही सीमांत आगम (MR) औसत आगम (AR) के बराबर होता है $[MR = MC = AR]$ । एकाधिकार के अंतर्गत लाभ को अधिकतम करने की प्रथम कोटि की शर्त $MR = MC$ तो पूर्ण प्रतियोगिता के समान ही रहती है। लेकिन यहाँ $MR \neq P$ । एकाधिकार के अंतर्गत MR में $Q \frac{\partial P(Q)}{\partial Q}$ के अलावा $[P(Q)]$ एक अतिरिक्त पद भी जुड़ा हुआ है। यह अतिरिक्त पद कीमत पर उत्पादन की मात्रा में परिवर्तन के प्रभाव को व्यक्त करता है। नीचे की ओर गिरता हुआ माँग वक्र, जिसका सामना एकाधिकारी करता है, यह इंगित करता है कि यदि एकाधिकारी फर्म अधिक मात्रा बेचना चाहती है तो उसे कीमत में कमी करनी ही होगी। कीमत में यह कमी केवल सीमांत इकाई में ही नहीं होती बल्कि इससे पूर्व उत्पादित सभी इकाइयों पर भी होती है। इसी कमी को $Q \frac{\partial P(Q)}{\partial Q}$ द्वारा व्यक्त किया जाता है। इस प्रकार MR के दो भाग हैं। एक अतिरिक्त इकाई को बेचने से प्राप्त अतिरिक्त आगम जो $P(Q)$ तथा सभी इकाइयों की कीमत में की गयी कमी से प्राप्त आगम $Q \frac{\partial P(Q)}{\partial Q}$ होता है।

कीमत एवं मात्रा के बीच प्रतिलोमानुपाती संबंध यह बताता है कि $\frac{\partial P(Q)}{\partial Q}$ का मान ऋणात्मक है। बेची गयी इकाइयों धनात्मक चिन्ह के साथ होंगी किंतु $Q \frac{\partial P(Q)}{\partial Q}$ ऋणात्मक ही होगा।

इस प्रकार, पूर्ण प्रतियोगिता की भाँति एकाधिकारी भी उत्पादन की वही मात्रा निर्धारित करता है जहाँ सीमांत आगम (MR) सीमांत लागत (MC) के बराबर होता है। अंतर केवल इतना है कि एकाधिकारी का सीमांत आगम वस्तु की कीमत के बराबर नहीं होता बल्कि कीमत से कम होता है। एकाधिकारी को वह कीमत प्राप्त होती है जिस पर क्रेता वस्तु की इकाइयों का क्रय करने के लिए तैयार है (चित्र 3.2 में P_M)।



चित्र 3.2

पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत लाभ को अधिकतम करने वाला उत्पादन स्तर वह होता है जहाँ $MR = MC$ । यहां MR और AR एक ही होता है अर्थात् AR वक्र ही MR वक्र होता है। ऊपर के चित्र में पूर्ण प्रतियोगिता वाली फर्म का उत्पादन एवं कीमत स्तर Q_C एवं P_C

है। पूर्ण प्रतियोगी उत्पादन (Q_C) एकाधिकारी के उत्पादन (Q_M) से अधिक है। जबकि पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत कीमत (P_C) एकाधिकारी कीमत (P_M) से कम है।

एकाधिकारी का आपूर्ति वक्र

पूर्ण प्रतियोगी फर्म तथा एकाधिकारी फर्म के बीच एक अन्य अंतर यह भी है कि एकाधिकारी फर्म का कोई विशिष्ट आपूर्ति वक्र नहीं होता। कीमत के विभिन्न स्तरों पर फर्म द्वारा आपूर्ति की जाने वाली मात्राओं को आपूर्ति वक्र द्वारा दर्शाया जाता है। इस अवधारणा का उस समय तो कोई अर्थ है जब पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत फर्म, जो कि कीमतग्राही होती है, आपूर्ति करती है। लेकिन एकाधिकारी फर्म स्वयं कीमत निर्धारित करती है, इसलिए यह जानने का कोई अर्थ नहीं रह जाता कि किसी दी हुई कीमत पर कोई एकाधिकारी फर्म कितना उत्पादन करेगी। वास्तविक स्थिति यह है कि एकाधिकारी किसी वस्तु की कितनी आपूर्ति करेगा— यह एकाधिकारी द्वारा सामना किए जा रहे माँग वक्र पर निर्भर करेगा। ध्यान रहे कि एकाधिकारी का माँग वक्र ही सीमांत आगम (MR) वक्र की स्थिति का निर्धारण करता है। पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत आपूर्ति वक्र MC वक्र का वह भाग होता है जो औसत परिवर्तनशील लागत वक्र के निम्नतम बिंदु से ऊपर होता है। इस मामले में बाज़ारी माँग वक्र के विवर्तित होने की दशा में हमें संतुलन कीमत और उत्पादन का एक अन्य स्तर प्राप्त होता है। दूसरी ओर एकाधिकार के अंतर्गत जैसे ही बाज़ारी माँग में परिवर्तन होता है वैसे ही MR वक्र की स्थिति भी बदल जाती है और हमें कभी-कभी अनेक संतुलन स्थितियाँ भी प्राप्त होती हैं।

3.4 एकाधिकार के अंतर्गत विशुद्ध (निवल) हानि (Dead Weight Loss)

चित्र 3.3 में (Q_M, P_M) तथा (Q_C, P_C) क्रमशः एकाधिकारी फर्म तथा पूर्ण प्रतियोगी फर्म के उत्पादन और कीमत स्तर हैं। इस चित्र में उस स्थिति को दर्शाया गया है जब कोई फर्म पूर्ण प्रतियोगिता की कीमत और उत्पादन से एकाधिकारी कीमत (P_M) और उत्पादन (Q_M) की ओर बढ़ती है और इससे उपभोक्ता की बचत तथा उत्पादक की बचत की स्थितियों में परिवर्तन होता है। पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत उपभोक्ता की बचत को ADF क्षेत्र तथा उत्पादक की बचत को HDF क्षेत्र के रूप में प्रदर्शित किया गया है। एकाधिकार की स्थिति में उपभोक्ता की बचत घटकर ABC रह जाती है जबकि उत्पादक की बचत HBCG हो जाती है। पूर्ण प्रतियोगिता से एकाधिकार की ओर बढ़ने पर उपभोक्ता की बचत में BCFD के समतुल्य कमी आती है। इसके एक भाग (BCED) के बराबर उत्पादक को लाभ होता है। CFG क्षेत्र (छायादार) वस्तुतः विशुद्ध (निवल) हानि (Dead Weight Loss) है जिसे समाज एकाधिकार के कारण वहन करता है।

कीमत स्तर $P = MC$ के बिंदु पर उत्पादन के स्तर पर उपभोक्ता की बचत तथा उत्पादक की बचत को सम्मिलित करते हुए आर्थिक बचत अनुकूलतम स्तर पर होती है। इसके परिणामस्वरूप पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत उत्पादन Q_C के स्तर पर निर्धारित होता है लेकिन एकाधिकारी उत्पादन में कमी उसे Q_M के स्तर पर ले आता है और इस प्रकार उपभोक्ताओं, जो वस्तु की कीमत को उसकी सीमांत लागत से अधिक समझते हैं, को एकाधिकारी कीमत (जो प्रायः ऊँची होती) से नीचे से कम स्तर पर नहीं बिकने देता। इस प्रकार उपभोक्ताओं को मिल सकने वाला पारस्परिक लाभ प्राप्त नहीं हो पाता। यह विशुद्ध निवल हानि की स्थिति के रूप में परिलक्षित होता है तथा पूर्ण प्रतियोगिता की तुलना में

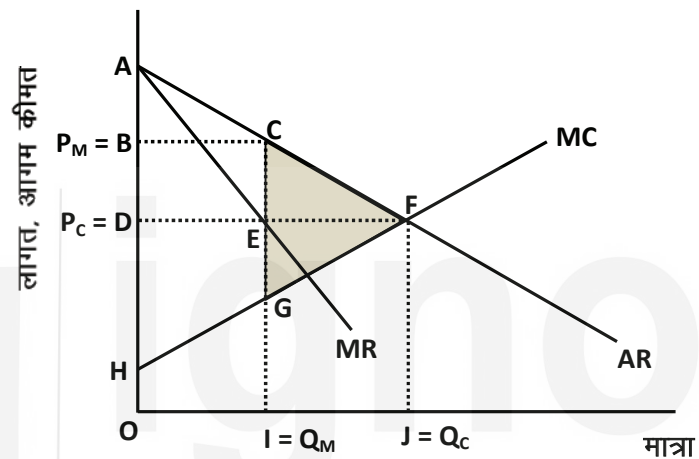
एकाधिकार के अंतर्गत अदक्षता का माप है। इस प्रकार की हानि के कारण एकाधिकार के अंतर्गत उपभोक्ता की बचत तथा उत्पादक की बचत का योग अर्थात् आर्थिक बचत पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत सृजित आर्थिक बचत से कम रह जाता है।

विशुद्ध (निवल) हानि का निर्धारण

माँग एवं MC फलनों को रेखीय मानते हुए विशुद्ध (निवल) हानि = क्षेत्र ΔCFG

$$= \frac{1}{2} \times (Q_C - Q_M) \times [P_M - MC(Q_M)]$$

जहाँ $MC(Q_M)$ GI के बराबर है जिसे सीमांत लागत फलन $MC(Q)$ में Q_M की मात्रा रखने पर प्राप्त किया जा सकता है।



चित्र 3.3

उदाहरण 2

$P(Q) = 10 - Q$ माँग फलन का सामना कर रहे किसी एकाधिकारी पर विचार कीजिए। उसका लागत फलन $2Q + Q^2$ है। इस बाज़ार दशा पर विशुद्ध निवल हानि की गणना कीजिए।

हल :

प्रतिलोम माँग फलन $P(Q)$ दिया है $P(Q) = 10 - Q$

कुल आगम (TR): $TR = Q \times P(Q)$

$$TR = 10Q - Q^2$$

सीमांत आगम (MR): $\frac{\partial TR(Q)}{\partial Q} \Rightarrow MR = 10 - 2Q$

सीमांत लागत (MC): $\frac{\partial TC(Q)}{\partial Q} \Rightarrow MC = 2 + 2Q$

संतुलन के लिए प्रथम कोटि की शर्त $MR = MC$ है

$$10 - 2Q = 2 + 2Q$$

$$Q_M = 2$$

माँग फलन में $Q_M = 2$ रखने पर $P_M = 8$ । इसी से द्वितीय कोटि की शर्त $\frac{\partial(MR)}{\partial Q} < \frac{\partial(MC)}{\partial Q}$ का सत्यापन भी किया जा सकता है।

विशुद्ध हानि की गणना हेतु हमें पूर्ण प्रतियोगी बाज़ार की मात्रा (Q_C) तथा कीमत (P_C) की आवश्यकता पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत संतुलन में $P(Q) = MC(Q)$ पर विचार करना होगा

$$10 - Q = 2 + 2Q$$

$$Q_C = \frac{8}{3}$$

माँग वक्र से $P_C = \frac{22}{3}$.

$$\begin{aligned} \text{विशुद्ध हानि} &= \frac{1}{2} \times (Q_C - Q_M) \times [P_M - MC(Q_M)] \\ &= \frac{1}{2} \times \left(\frac{8}{3} - 2\right) \times [8 - 6] \quad [\because MC(Q_M) = 2 + 2(2)] \\ &= \frac{2}{3} \end{aligned}$$

3.5 सीमांत लागत (MC), कीमत (AR) एवं माँग की लोच के बीच संबंध

माँग की कीमत लोच (ϵ_d) यह निर्धारित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है कि कोई एकाधिकारी वस्तु की कीमत को सीमांत लागत से कितनी अधिक निर्धारित कर सकता है। इसे सीमांत लागत (MC), कीमत $P(Q)$ तथा माँग की लोच (ϵ_d) के बीच संबंध से समझा जा सकता है।

भाग 3.3 से हम जानते हैं कि $MR = P(Q) + Q \frac{\partial P(Q)}{\partial Q}$

$$\text{जहाँ } MR = P(Q) + Q \frac{\partial P(Q)}{\partial Q}$$

इस समीकरण को निम्नलिखित प्रकार भी लिखा जा सकता है

$$MR = P(Q) \left[1 + \frac{Q}{P(Q)} \frac{\partial P(Q)}{\partial Q} \right] \quad (6)$$

हम जानते हैं कि कीमत में होने वाले परिवर्तन के कारण माँग (ϵ_d) में हुए आनुपातिक परिवर्तन एवं कीमत में हुए आनुपातिक परिवर्तन का अनुपात ही माँग की कीमत लोच है। इसलिए

$$\begin{aligned} \epsilon_d &= \frac{\frac{\partial Q}{Q}}{\frac{\partial P(Q)}{P(Q)}} \\ &= \frac{\partial Q}{\partial P(Q)} \times \frac{P(Q)}{Q} \Rightarrow \frac{1}{\epsilon_d} = \frac{Q}{P(Q)} \frac{\partial P(Q)}{\partial Q} \quad (7) \end{aligned}$$

समीकरण (6) एवं (7) से

$$MR = P(Q) \left[1 + \frac{1}{\varepsilon_d} \right]$$

चूँकि माँग की लोच ऋणात्मक अंक होता है इसलिए हम इसे निम्नलिखित प्रकार भी व्यक्त कर सकते हैं।

$$MR = P(Q) \left[1 - \frac{1}{|\varepsilon_d|} \right] \quad (8)$$

समीकरण (8) से यह स्पष्ट हो जाता है कि एकाधिकारी माँग वक्र के लोचपूर्ण भाग पर परिचालन क्यों करता है (जहाँ $|\varepsilon_d| \geq 1$) और वहाँ परिचालन नहीं करता जहाँ माँग वक्र बेलोचदार होता है (जहाँ $|\varepsilon_d| < 1$)। जब $|\varepsilon_d| < 1$ होता है तो $\left[1 - \frac{1}{|\varepsilon_d|} \right]$ पद ऋणात्मक हो जाता है, अर्थात् $P(Q)$ पद धनात्मक होने पर भी MR पद ऋणात्मक हो जाता है। इसका अर्थ यह हुआ कि कोई भी फर्म मौद्रिक हानि होने पर परिचालन नहीं करेगी।

संतुलन के लिए, $MR = MC$ होना एक अनिवार्यता है।

इसलिए

$$P(Q) = \frac{MC}{\left[1 - \frac{1}{|\varepsilon_d|} \right]} \quad (9)$$

समीकरण (9) से यह स्पष्ट है कि एकाधिकारी कभी भी उस स्तर पर परिचालन नहीं करेगा जहाँ माँग की लोच ($|\varepsilon_d|$) इकाई से कम है अर्थात् जहाँ माँग बेलोचदार है। क्योंकि $|\varepsilon_d| < 1$ होने पर $1 - \frac{1}{|\varepsilon_d|}$ पद शून्य से कम हो जाता है जिसका अर्थ है एकाधिकारी कीमत $P(Q)$ का शून्य से भी कम हो जाना, जो कि संभव नहीं है। इसलिए एकाधिकारी सदैव माँग वक्र को लोचदार हिस्से में ही अपना परिचालन करता है।

समीकरण (9) से

$$P(Q) = \frac{MC}{\left[1 - \frac{1}{|\varepsilon_d|} \right]}$$

$$P(Q) \left[1 - \frac{1}{|\varepsilon_d|} \right] = MC$$

$$P(Q) - MC = \frac{P(Q)}{|\varepsilon_d|}$$

$$\frac{P(Q) - MC}{P(Q)} = \frac{1}{|\varepsilon_d|} \quad (10)$$

समीकरण (10) का बायाँ पक्ष कीमत के एक हिस्से के रूप में MC को पूरा करते हुए कीमत का अतिरेक है। इस मात्रा को बाजार शक्ति का लर्नर का सूचकांक कहा जाता है। इसका मान 0 [पूर्ण प्रतियोगिता वाली फर्म के लिए जहाँ $\varepsilon_d = \infty$] तथा 1 ($\varepsilon_d = 1$ एकाधिकारी द्वारा सामना किए जा रहे लोचदार माँग वक्र) के बीच होता है। समीकरण का दायाँ पक्ष कीमत के संदर्भ में माँग की लोच का प्रतिलोम है। यह समीकरण सरल शब्दों में यह इंगित करता है कि एकाधिकारी द्वारा MC से अधिक कीमत को वसूलने की शक्ति वस्तु की माँग की लोच पर निर्भर करती है। उदाहरणार्थ यदि $\varepsilon_d = -2$ है तो $P = 2 MC$ और यदि $\varepsilon_d = -4$ तो $P = 1.33 MC$ । जैसे-जैसे माँग की लोच बढ़ती जाती है, वैसे-वैसे

सीमांत लागत के ऊपर कीमत का अंतर कम होता जाता है। कीमत विभेद की प्रवृत्ति समीकरण (10) पर आधारित है। जब एकाधिकारी दो ऐसे अलग-अलग बाजारों का सामना करता है जहाँ कीमत लोच अलग-अलग होती है तो एकाधिकारी कम लोचदार बाजार में अधिक कीमत वसूलता है तथा अधिक लोचदार बाजार में कम कीमत लेकर भी वस्तु को बेचता है।

बोध प्रश्न 1

- 1) स्थिर सीमांत लागत $MC =$ रुपये 50 के साथ एक एकाधिकारी $Q = 100P^{-2}$ माँग वक्र का सामना कर रहा है। एकाधिकारी की अनुकूलतम कीमत क्या होगी?

(संकेत : $Q = AP^b$ माँग वक्र जहाँ Q मात्रा तथा P कीमत होती है, A स्थिरांक होने पर b माँग की कीमत लोच होती है)।

.....

.....

.....

.....

.....

- 2) स्थिर औसत एवं सीमांत लागत $AC = MC = 10$ पर कोई एकाधिकारी वस्तु की मनचाही मात्रा उत्पादित कर सकता है। वह $Q = 40 - P$ माँग वक्र का सामना कर रहा है।

क) इस समस्या को रेखाचित्र द्वारा व्यक्त कीजिए।

ख) एकाधिकारी के लाभ को अधिकतम करने के स्तर के उत्पादन तथा कीमत की गणना कीजिए।

ग) एकाधिकार के चलते रहने के कारण समाज को हुई विशुद्ध हानि की गणना कीजिए।

घ) माना कि लागत फलन बदलकर निम्नलिखित प्रकार हो जाता है

$$TC = Q^2 - 20Q + 100$$

ऐसी दशा में एकाधिकारी का संतुलन उत्पादन तथा कीमत क्या होगी?

.....

.....

.....

.....

- 3) पूर्ण प्रतियोगिता एवं एकाधिकार बाजार संरचना की तुलना कीजिए।

.....

.....

.....

.....

3.6 कीमत विभेद

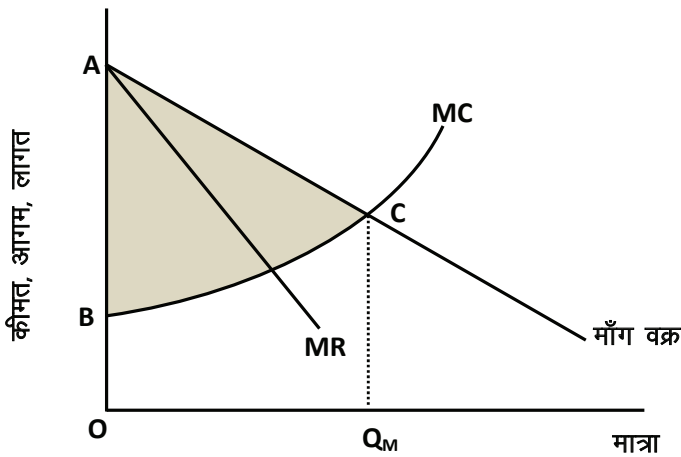
कीमत विभेद उस समय उत्पन्न होता है जब बाजारों की 'पृथक्कता' संभव हो, अर्थात् क्रय के 'समय' या क्रय की गयी 'मात्रा' के आधार पर ग्राहक एक ही उत्पाद के लिए अलग-अलग कीमत चुकाते हों। असमान कीमत निर्धारित कर एकाधिकारी अपने लाभ को बढ़ा सकता है। जब किसी उत्पादक द्वारा एक जैसी वस्तु को अलग-अलग कीमतों पर बेचा जाता है तो उसे विभेदकारी एकाधिकारी कहा जाता है। दिन-प्रतिदिन के जीवन में कीमत विभेद के अनेक उदाहरण देखने को मिलते हैं। बैंक वरिष्ठ नागरिकों को अन्य जमाकर्ताओं की तुलना में अधिक ब्याज का भुगतान करता है। रेस्टोरेंट में अलग-अलग समय पर ग्राहकों को अलग-अलग कीमतों पर खाद्य सामग्री परोसी जाती है। थोक कीमतों तथा खुदरा कीमतों में प्रायः अंतर पाया जाता है। बिजली कंपनी अलग-अलग श्रेणी के उपभोक्ताओं को अलग-अलग दरों पर बिजली की आपूर्ति करती है। ये सभी कीमत विभेद के उदाहरण हैं।

कीमत विभेद को सफलतापूर्वक लागू कर पाने की फर्म की क्षमता तीन तत्वों पर निर्भर करती है: (1) फर्म के पास कुछ न कुछ बाजारी शक्ति हो, (2) फर्म ग्राहकों को छॉटने या वर्गीकृत करने में सक्षम हो, (3) फर्म वस्तु की पुनर्बिक्री रोकने में सक्षम हो। एकाधिकारी को प्राप्त बाजारी शक्ति उसे कीमत विभेद से अलग लाभ अर्जित करने में सक्षम बनाती है। सीमांत लागत से ऊँची कीमत पर वस्तु को बेचने तथा सभी ग्राहकों के सापेक्ष केवल सीमांत ग्राहक को नीची कीमत पर वस्तु को बेचने के लिए यह आवश्यक है कि एकाधिकारी उपभोक्ताओं को छॉट सकने में सक्षम हो। यदि कोई एकाधिकारी अलग-अलग उपभोक्ताओं/ग्राहकों को अलग-अलग कीमतों पर वस्तु को बेच सकने में सक्षम है तो उसे यह भी सुनिश्चित करना होगा कि नीची कीमत पर वस्तु का क्रय करने वाले ग्राहक उसे अन्य उपभोक्ताओं को न बेच सकें।

कीमत विभेद के तीन बृहत् संवर्ग पाए जाते हैं : प्रथम, द्वितीय तथा तृतीय कोटि का कीमत विभेद। इसका विस्तृत विवेचन इस प्रकार है :

3.6.1 पूर्ण कीमत विभेद या प्रथम कोटि का कीमत विभेद

माना कि कोई एकाधिकारी प्रत्येक उपभोक्ता के अधिमानों की पूरी जानकारी रखता है। अर्थात् वह यह जानता है कि कोई उपभोक्ता किसी वस्तु से वंचित रहने की बजाय उसे क्रय करने के लिए उसकी अधिकतम कितनी कीमत का भुगतान करने के लिए तैयार है। ऐसी कीमत को उत्पादन की प्रत्येक इकाई के सापेक्ष माँग वक्र पर प्रदर्शित आरक्षित कीमत के रूप में जाना जाता है। ऐसी स्थिति में आप समझ सकते हैं कि एकाधिकारी क्या करेगा। एकाधिकारी वस्तु को सभी उपभोक्ताओं को एक ही कीमत पर बेचने की बजाय अलग-अलग उपभोक्ताओं को उस कीमत पर बेचेगा जिस कीमत को वे चुकाने के लिए तैयार हैं ताकि प्रत्येक उपभोक्ता के लिए उपभोक्ता की बचत शून्य रहे (उपभोक्ता की बचत भुगतान करने के लिए तत्पर कीमत में से वास्तविक कीमत को घटाने से प्राप्त होती है) $P(Q)$ (प्रतिलोम माँग वक्र का समीकरण) किसी वस्तु के लिए भुगतान करने की इच्छा को Q^{th} रूप में व्यक्त करता है। यदि एकाधिकारी प्रत्येक उपभोक्ता से वस्तु के लिए $P(Q)$ वसूले तो एकाधिकारी का सीमांत आगम $P(Q)$ के बराबर होगा। लाभ को अधिकतम करने की स्थिति वह होगी जहाँ Q मात्रा के लिए $P(Q) = MC$ होगा।



चित्र 3.4

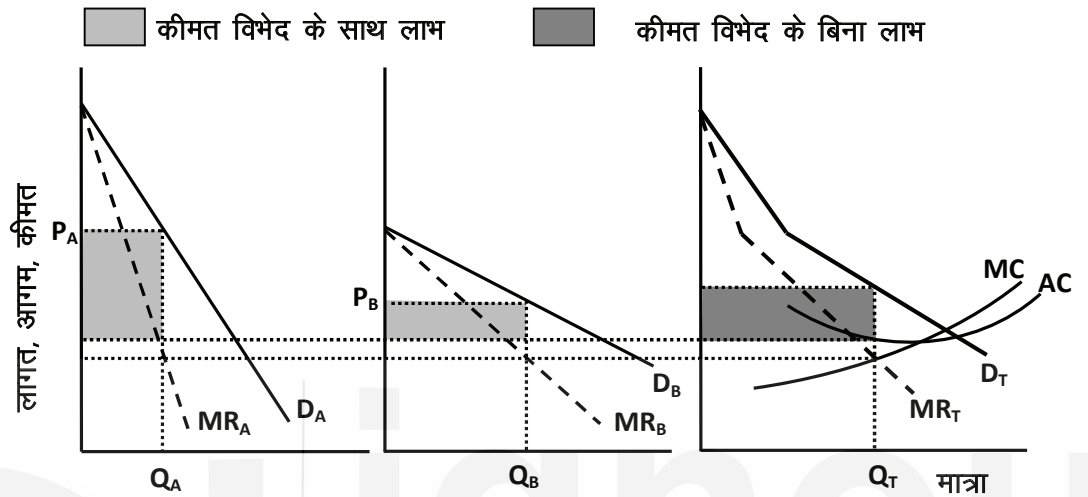
कीमत विभेद की इस स्थिति को चित्र 3.4 में दर्शाया गया है। इस चित्र में छायादार क्षेत्रफल उत्पादक की बचत है। यहाँ मजेदार अवलोकन यह है कि उपभोक्ता की बचत भले ही शून्य क्यों न हो, इस मामले में विशुद्ध हानि शून्य होती है। सार्वभौमिक कीमत परिस्थिति में उपभोक्ता की बचत कोई भी क्यों न हो, उसकी भरपायी उत्पादक को बढ़ी हुई उत्पादक की बचत से हो जाती है।

3.6.2 तृतीय कोटि का कीमत विभेद

प्रथम कोटि का कीमत एक सैद्धांतिक कीमत विभेद है क्योंकि यह इस मान्यता पर आधारित है कि एकाधिकारी को उपभोक्ता अधिमानों की पूरी जानकारी है। लेकिन प्रत्येक उपभोक्ता की अरक्षित कीमत के बारे में जानकारी हो पाना व्यावहारिक रूप से संभव नहीं है। इसकी बजाय एकाधिकारी फर्म कतिपय विशिष्टताओं वाले ग्राहकों के समूह के आधार पर बाजारों को अलग-अलग भागों में वर्गीकृत करने में सक्षम हो सकती है। इससे फर्म अलग-अलग बाजारों में एक ही वस्तु को अलग-अलग कीमत पर बेचने में सक्षम हो जाती है। अलग-अलग बाजारों के उपभोक्ताओं को एक समान कीमत पर, जो अन्य बाजारों से अलग होती है, वस्तु की बिक्री की जाती है। जिस बाजार में वस्तु की कीमत माँग लोच नीची होती है (बेलोचदार) वहाँ वस्तु को अपेक्षाकृत उँची कीमत पर बेचा जाता है। दूसरी ओर जहाँ वस्तु की कीमत माँग लोच लोचदार होती है वहाँ वस्तु को नीची कीमत पर बेचा जाता है।

चित्र 3.5 में विचार कीजिए। यहाँ A तथा B दो बाजार हैं। A बाजार में वस्तु की माँग की लोच B बाजार में वस्तु की माँग की लोच से कम है। D_A तथा D_B क्रमशः A तथा B बाजार में बाजारी माँग वक्र हैं और इनके सीमांत आगम वक्र क्रमशः MR_A तथा MR_B हैं। चूँकि उत्पादक एक ही है (एकाधिकारी) इसलिए सीमांत लागत (MC) दोनों बाजारों के लिए एक समान है। कुल माँग वक्र D_T है जो दोनों बाजारों के अलग-अलग माँग वक्रों का क्षेत्रजिक योग है। उदाहरणार्थ यदि रु. 5 प्रति इकाई कीमत दर A बाजार में वस्तु की 10 इकाइयाँ तथा B बाजार में 7 इकाइयों की माँग की जाती है तो कुल माँग 17 इकाइयों के बराबर होगी। MR_T कुल माँग वक्र के सापेक्ष सीमांत आगम वक्र है। एकाधिकारी $MC = MR_T$ की स्थिति में कुल उत्पादन (Q_T) निर्धारित करता है जो MC वक्र एवं MR_T वक्र का विच्छेदन बिंदु है। यह कुल उत्पाद (Q_T) बाजार A तथा B में क्रमशः Q_A तथा Q_B मात्राओं में बेचा जाता है। किस बाजार में वस्तु की कितनी मात्रा बेची जाएगी? इसका निर्धारण उस बाजार के सीमांत आगम वक्र (MR_A तथा MR_B) तथा फर्म के सीमांत

लागत वक्र (MC) के विच्छेदन बिंदु से होता है। ($MR_A = MC$; $MR_B = MC$) इसी से संबंधित बाज़ार में वस्तु की कीमत P_A और P_B निर्धारित होती है। जहाँ तक उत्पादक फर्म (एकाधिकारी) को लाभ प्राप्त होने का प्रश्न है तो वह गहरे एवं हल्के छायादार क्षेत्रों से ज्ञात हो रहा है। गहरे रंग वाला क्षेत्र कीमत विभेद के बिना प्राप्त होने वाला लाभ है जबकि हल्के रंग वाले क्षेत्र कीमत विभेद के साथ प्राप्त होने वाला लाभ है। स्पष्ट है कि कीमत विभेद से उत्पादक (एकाधिकारी) अपेक्षाकृत अधिक लाभ प्राप्त कर रहा है।



चित्र 3.5

दो बाज़ारों की माँग की लोच एवं कीमत के बीच संबंध

भाग 3.5 से समीकरण (9) पर विचार कीजिए :

$$P(Q) = \frac{MC}{\left[1 - \frac{1}{|\epsilon_d|}\right]}$$

$P_A(Q)$ तथा $P_B(Q)$ दो बाज़ार A तथा B में संतुलन कीमतें तथा ϵ^A_d तथा ϵ^B_d माँग की लोच हैं। इन दोनों के मान उपर्युक्त समीकरण में रखने पर

$$P_A(Q) = \frac{MC}{\left[1 - \frac{1}{|\epsilon^A_d|}\right]} \text{ तथा } P_B(Q) = \frac{MC}{\left[1 - \frac{1}{|\epsilon^B_d|}\right]}$$

$$\Rightarrow MC = P_A(Q) \left[1 - \frac{1}{|\epsilon^A_d|}\right] \text{ तथा } MC = P_B(Q) \left[1 - \frac{1}{|\epsilon^B_d|}\right]$$

चूँकि दोनों बाज़ारों के लिए सीमांत लागत एक समान है। इसलिए

$$\Rightarrow P_A(Q) \left[1 - \frac{1}{|\epsilon^A_d|}\right] = P_B(Q) \left[1 - \frac{1}{|\epsilon^B_d|}\right]$$

$$\Rightarrow \frac{P_A(Q)}{P_B(Q)} = \frac{\left[1 - \frac{1}{|\epsilon^B_d|}\right]}{\left[1 - \frac{1}{|\epsilon^A_d|}\right]}$$

यदि हमें माँग की लोच के मान ज्ञात हों तो इस तथ्य की पुष्टि की जा सकती है कि जिस बाज़ार में माँग की लोच कम है (बेलोचदार) वहाँ वस्तु को उँची कीमत पर बेचा जाएगा और लोचदार माँग (उच्च लोच) वाले बाज़ार में वस्तु को नीची कीमत पर बेचा

जाएगा। माना कि A तथा B बाज़ार में माँग की कीमत लोच क्रमशः -2 तथा -4 है तो दाएं पक्ष का मान $\frac{3}{2}$ है जो 1 से अधिक है। दूसरे शब्दों में, $P_A(Q) > P_B(Q)$ । चित्र 3.5 भी इसका समर्थन करता है। यदि कीमत विभेद से एकाधिकारी को अधिक लाभ हो रहा है तो वह तीसरी कोटि के कीमत विभेद को अपनाएगा। कीमत विभेद के बाद उपबाज़ार A तथा उपबाज़ार B के लाभ का योग कुल लाभ होता है।

3.6.3 द्वितीय कोटि कीमत विभेद

तृतीय कोटि के कीमत विभेद में यह मान्यता लेकर चलते हैं कि अलग-अलग समूहों से अलग-अलग कीमत वसूलने के लिए एकाधिकारी उन समूहों की माँग की लोच के आधार पर उनको पृथक कर सकती है। लेकिन कभी-कभी एकाधिकारी उपभोक्ताओं को पृथक-पृथक वर्गों में वर्गीकृत नहीं कर सकता। अर्थात् एकाधिकारी यह तो समझता है कि उपभोक्ताओं के कई वर्ग हैं लेकिन उसे यह ज्ञात नहीं होता कि कौन-सा उपभोक्ता किस वर्ग में है। ऐसे मामलों में, उत्पाद स्तर इस प्रकार से डिज़ाइन किया जाता है और उसकी कीमत इस प्रकार निर्धारित की जा सकती है कि उपभोक्ता उनमें से अपनी पसंद का उत्पाद स्तर चुन सके। इस प्रकार उपभोक्ताओं के पास यह विकल्प होता है कि अलग-अलग कीमत पर बेचे जा रहे उत्पादों में से किसी एक को चुनकर उसे क्रय कर सकें। उदाहरणार्थ जब-जब कोई फर्म मात्रात्मक बट्टा (Discount) देती है तो खरीदी जा रही वस्तु की प्रति इकाई कीमत क्रय की गयी इकाइयों के अनुसार घटती या बढ़ती रहती है। इस प्रकार उपभोक्ता वस्तु की एक ही कीमत सूची का सामना करते हैं लेकिन कीमत क्रय की जाने वाली मात्रा पर निर्भर करती है। ऐसे में उपभोक्ता स्वयं को क्रय की जाने वाली मात्राओं के अनुसार वर्गीकृत कर लेते हैं। दूसरा उदाहरण एयरलाइन कीमत निर्धारण का है। एयरलाइन सामान्य यात्रियों और एग्जीक्यूटिव यात्रियों के लिए अलग-अलग किराए निर्धारित करती है क्योंकि उसे पता होता है कि एग्जीक्यूटिव वर्ग के यात्री अधिक आरामदायक सीटों की माँग करते हैं लेकिन एयरलाइन को यह पता नहीं होता कि कौन-सा यात्री सामान्य वर्ग का है और कौन-सा एग्जीक्यूटिव वर्ग का। टिकट खरीदते समय यह तो यात्रियों को स्वयं निर्धारित करना होता है कि वे किस क्लास में यात्रा करेंगे। इस प्रकार कहा जा सकता है कि द्वितीय कोटि का कीमत विभेद तभी संभव है जब फर्म क्रेताओं के समक्ष वस्तु या सेवा की गुणवत्ता या मात्रा के आधार पर भेद कर सके।

3.6.4 द्वि-भागी प्रशुल्क

कीमत विभेद उस समय भी उत्पन्न होता है जब उपभोक्ता वस्तु पाने के लिए एकबारगी एक निश्चित शुल्क अदा करते हैं और अंततः वस्तु की प्रति इकाई कीमत का भुगतान कर वस्तु क्रय करते हैं। ऐसी कीमत निर्धारण योजना को द्विभागी प्रशुल्क योजना कहा जाता है। इसे सर्वप्रथम वाल्टर ओई द्वारा व्यक्त किया गया। उन्होंने इसके लिए मनोरंजन पार्क का उदाहरण दिया। मनोरंजन पार्क में प्रवेश हेतु टिकट खरीदना पड़ता है। अंदर प्रवेश पाकर अलग-अलग राइड के लिए अलग-अलग शुल्क चुकाना पड़ता है। द्वि-प्रशुल्कीय कीमत विभेद के अनेक उदाहरण प्रत्येक जीवन में देखने को मिलते हैं। क्लबों में सदस्यता शुल्क का भुगतान और बाद में उपभोग की गयी सेवा के लिए भुगतान। दिल्ली हाट जहाँ प्रवेश शुल्क का भुगतान और प्रवेश के बाद क्रय किए गए सामान के लिए भुगतान इसी के उदाहरण हैं।

द्वि-भागी प्रशुल्क फलन निम्नलिखित प्रकार का हो सकता है—

$$T(Q) = S + PQ \quad (11)$$

जहाँ $T(Q)$, Q इकाइयों के लिए भुगतान की गयी कुल धनराशि है, S एक बार ही भुगतान की गयी धनराशि है जबकि P प्रति इकाई कीमत तथा Q क्रय की गयी इकाइयों की संख्या है। एकाधिकारी का उद्देश्य S और P को इस प्रकार निर्धारित करना है कि उसका लाभ अधिकतम हो जाय।

अधिकतम लाभ (π) निम्न प्रकार होगा

$$\begin{aligned} \pi &= \text{कुल आगम (TR)} - \text{कुल लागत (TC)} \\ &= T(Q) - MC \times Q \\ &= S + PQ - MC \times Q \end{aligned}$$

3.6.4.1 अनुकूलतम प्रशुल्क

ओई का सुझाव था कि पहले वस्तु की सीमांत लागत (MC) के आधार पर उसकी प्रति इकाई कीमत (P) निर्धारित की जाय और फिर S का निर्धारण किया जाय जो सबसे कम इच्छुक उपभोक्ता की बचत के बराबर हो। इसके लिए उपभोक्ताओं को उनके द्वारा भुगतान करने की इच्छा के क्रय में सूचीबद्ध किया जाता है। S ऐसे उपभोक्ता की भुगतान करने की इच्छा है जो किसी वस्तु के लिए सबसे कम मूल्य भुगतान करने के लिए तैयार है। वैकल्पिक विधि यह है कि लाभ को अधिकतम करने के स्तर पर वस्तु की कीमत निर्धारित कर ली जाय और उस कीमत पर सबसे कम इच्छुक उपभोक्ता की उपभोक्ता की बचत (S) का आगणन किया जाय। निम्नलिखित उदाहरण से दोनों विधियों को समझा जा सकता है।

माना कि समुच्चय A तथा समुच्चय B के दो उपभोक्ता समूह हैं। एकाधिकारी की स्थिर सीमांत लागत रु. 2 है। दोनों समुच्चयों के उपभोक्ताओं के लिए माँग फलन निम्नलिखित प्रकार है—

$$Q_A = 20 - P_A \quad \text{तथा} \quad Q_B = 20 - 2P_B$$

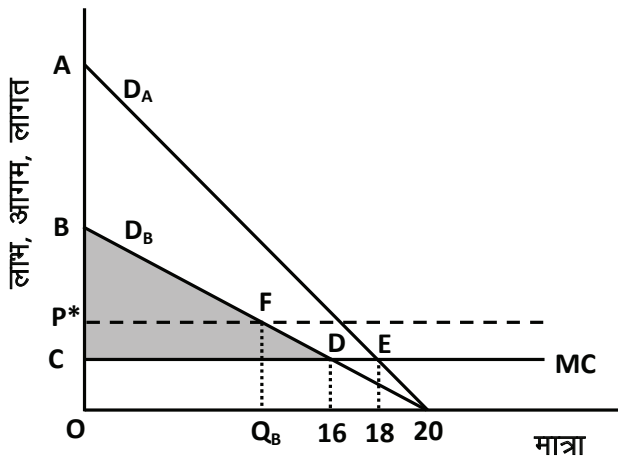
सुविधा की दृष्टि से हमने मान लिया है कि माँग फलन रेखीय है। यहाँ Q_i तथा P_i i^{th} समुच्चय की क्रमशः माँग एवं कीमत है। जहाँ $i = A$ तथा B । कुल उत्पादन (Q) = $Q_A + Q_B$

ओई का हल

समुच्चय $P_A = P_B = MC \Rightarrow P_A = P_B = 2$ (MC = 2 दिया हुआ है)

$P_A = P_B = 2$ का मान दोनों माँग फलनों में रखने पर $Q_A = 18$ तथा $Q_B = 16$ इसका सीधा-सा अर्थ यह है कि समुच्चय B के उपभोक्ता वस्तु की इतनी कीमत का भुगतान करने के लिए सबसे कम इच्छुक है।

अब चित्र 3.6 पर विचार करें जहाँ छायादार क्षेत्र सबसे कम इच्छुक उपभोक्ता समुच्चय की उपभोक्ता बचत को दर्शा रहा है। D_A तथा D_B उपभोक्ता समुच्चय A तथा B के माँग फलन हैं। MC = 2 एकाधिकारी की सीमांत लागत है।



चित्र 3.6

समुच्चय B की उपभोक्ता की बचत = $\frac{1}{2} \times CD \times BC$

$$= \frac{1}{2} \times 16 \times (10 - 2)$$

$$= 64$$

इस प्रकार एकमुश्त एकबारगी शुल्क (S) = रु. 64

प्रशुल्क फलन निम्न प्रकार हो जाता है।

$$T(Q_i) = S + PQ_i$$

इस मामले में कुल लाभ (π) = कुल आगम (TR) – कुल लागत (TC)

$$= T(Q_A) + T(Q_B) - MC(Q_A + Q_B)$$

$$= (S + PQ_A) + (S + PQ_B) - 2Q$$

$$= 2 \times S + P(Q_A + Q_B) - 2Q$$

$$= 2 \times 64 + 2Q - 2Q \quad (\because P = 2 \text{ तथा } Q_A + Q_B = Q)$$

$$= 128$$

वैकल्पिक हल :

इस मामले में एकाधिकारी लाभ को अधिकतम करने के स्तर पर प्रति इकाई कीमत (P^*) करके इस पर सबसे कम इच्छुक उपभोक्ता की उपभोक्ता बचत का आगणन (calculation) करता है प्रत्येक समुच्चय के लिए मात्रा, लाभ अधिकतमीकरण कीमत के सापेक्षिक मात्रा है।

कुल लाभ π = कुल आगम (TR) – कुल लागत (TC)

$$= T(Q_A) + T(Q_B) - MC(Q_A + Q_B)$$

$$= (S + P^*Q_A) + (S + P^*Q_B) - MC \times Q$$

$$= 2 \times S + P^* \times Q - MC \times Q$$

$$\pi = 2S + (P^* - MC)Q \quad (12)$$

$$\begin{aligned} \text{हम जानते हैं कि } Q &= Q_A + Q_B \\ &= 20 - P_A + 20 - 2P_B \\ &= 20 - P^* + 20 - 2P^* \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} [\text{जहाँ } P_A = P_B = P^* \text{ (लाभ को अधिकतम करने के स्तर पर प्रति इकाई कीमत)}] \\ &= 40 - 3P^* \end{aligned}$$

इस कीमत का भुगतान करने के लिए सबसे कम इच्छुक उपभोक्ता की बचत S (यहाँ समुच्चय B) जो छायादार क्षेत्रफल BP^*F (चित्र 3.6) में है।

$$\begin{aligned} \text{अतः, } S &= \frac{1}{2} \times P^*F \times BP^* \\ &= \frac{1}{2} \times Q_B \times (10 - P^*) \end{aligned}$$

S तथा Q के मान समीकरण (10) में रखने पर

$$\pi = 2 \times \frac{1}{2} \times Q_B \times (10 - P^*) + (P^* - 2)(40 - 3P^*) \quad (\because MC = 2)$$

P_B को P^* के रूप में $Q_B = 20 - 2P_B$ रखने पर हमें कुल लाभ निम्नलिखित रूप में प्राप्त होता है।

$$\pi = 120 + 6P - (P^*)^2$$

लाभ को अधिकतम करने की प्रथम कोटि की शर्त के अनुसार $\frac{\partial \pi}{\partial P} = 0$

$$6 - 2P^* = 0$$

$$\text{अथवा } P^* = 3$$

जैसा कि यहां दिखाई दे रहा है कि लाभ को अधिकतम करने के स्तर की वस्तु की कीमत सीमांत लागत से अधिक है अर्थात् $P^* > MC$ दिए हुए माँग समीकरणों तथा कीमत $P_A = P_B = 3$ के सापेक्ष $Q_A = 17$ तथा $Q_B = 14$ है।

कीमत $P = 3$ के स्तर पर एकबारगी शुल्क (S)

$$S = \frac{1}{2} \times Q_B \times (10 - P^*)$$

$$S = \frac{1}{2} \times (20 - 2P_B) \times (10 - P^*)$$

$$S = \frac{1}{2} \times [20 - 2(3)] \times (10 - 3) = \text{रु. } 49$$

प्रशुल्क फलन $T(Q_i) = 49 + 3Q_i$ हो जाता है।

दोनों ही विधियों से सबसे कम इच्छुक उपभोक्ता की उपभोक्ता की समग्र बचत को ले लेना है दोनों में अंतर का मुख्य आधार एकबारगी स्थिर भुगतान शुल्क (S) तथा प्रति इकाई कीमत (P) है। ओई के अनुसार एकाधिकारी पहले उत्पादन की सीमांत लागत के बराबर वस्तु की प्रति इकाई कीमत निर्धारित करता है। इस कीमत का भुगतान करने के लिए सबसे कम इच्छुक उपभोक्ता की उपभोक्ता की बचत का आगणन किया जाता है। दूसरी ओर वैकल्पिक विधि में लाभ को अधिकतम करने के स्तर की प्रति इकाई कीमत

निर्धारित की जाती है। इस कीमत के सापेक्ष सबसे कम इच्छुक उपभोक्ता की उपभोक्ता की बचत पहुँच प्रशुल्क (access fee) है।

बोध प्रश्न 2

1) माना कि कोई एकाधिकारी माँग की लोच में अंतर के आधार पर पूर्ण रूप से पृथक दो भौगोलिक क्षेत्रों में अपना उत्पाद बेचता है। दर्शाइये कि एकाधिकारी दोनों बाजारों में अलग-अलग कीमत पर वस्तु की अलग-अलग मात्रा बेचता है। वह बेलोचदार माँग वाले बाजार में उँची कीमत पर तथा लोचदार माँग वाले बाजार में नीची कीमत पर वस्तु की बिक्री करता है।

.....

.....

.....

.....

.....

2) एक मनोरंजन पार्क का स्वामी द्वि-भागी प्रशुल्क का विकल्प चुनता है। वह प्रत्येक उपभोक्ता के लिए प्रवेश शुल्क लेता है और पार्क में प्रवेश करने वालों से प्रत्येक सवारी के लिए शुल्क लेता है। माना कि $AC = MC = 6$ दो पृथक बाजारों के लिए बाजारी माँग वक्र $Q_1 = 60 - P_1$ तथा $Q_2 = 60 - 2P_2$ है।

- i) फर्म द्वि-भागी प्रशुल्क के विकल्प को चुनती है तो एकबारगी प्रवेश शुल्क
 - क) ओई के हल तथा
 - ख) लाभ को अधिकतम करने की कीमत के स्तर पर वैकल्पिक विधि
- ii) दोनों ही मामलों में एकाधिकारी के लाभ की गणना कीजिए।

.....

.....

.....

.....

3) माना कि कोई एकाधिकारी तृतीय कोटि के कीमत विभेद को अपनाता है। दोनों बाजार भौगोलिक दृष्टि से पृथक है तथा एक बाजार से दूसरे बाजार तक वस्तु की परिवहन लागत बहुत उँची है। यदि एक बाजार में माँग की लोच तथा दूसरे बाजार में माँग की लोच के बीच अनुपात इकाई से कम है तो दोनों बाजारों में वस्तु की कीमतों के बीच क्या संबंध होगा?

.....

.....

.....

.....

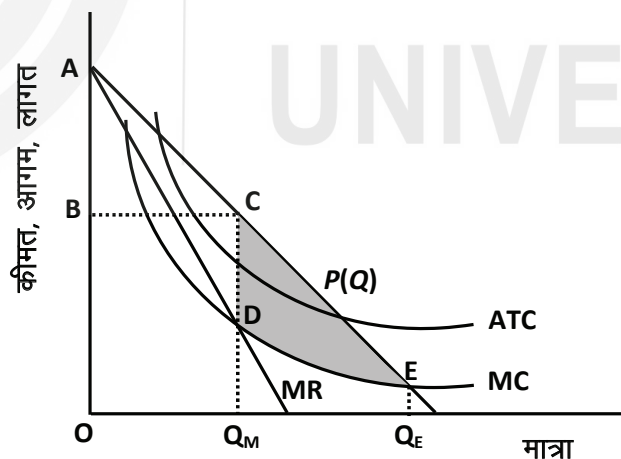
.....

3.7 नैसर्गिक एकाधिकार

नैसर्गिक एकाधिकार एक ऐसी बाज़ारी संरचना है जो किसी उद्योग में उत्पादन की सम्बन्धित सीमा (Range) पर पैमाने की बचतों द्वारा सृजित होती है तथा बनाए रखी जाती है। महत्त्वपूर्ण तरीके से विद्यमान पैमाने की बचतें यह सुनिश्चित करती हैं कि न्यूनतम दक्ष स्तर उस समय तक प्राप्त नहीं होता जब तक कि बाज़ार के कुल आकार के संबंध में बड़े स्तर पर उत्पादन नहीं किया जाता। अर्थात्, पैमाने की बचतें यह सुनिश्चित करती हैं कि किसी वस्तु या सेवा का उत्पादन अलग-अलग फर्मों द्वारा दिए जाने के बजाय किसी एक ही फर्म (जिसे कि पैमाने की बचतें प्राप्त हैं) द्वारा किया जाना अधिक दक्ष होता है।

पैमाने की बचतें उस समय उत्पन्न हो सकती हैं जब उत्पादन के लिए बहुत ऊँची स्थिर लागतों को लगाना पड़ता है ताकि कोई एक ही फर्म द्वारा किए जाने वाले विस्तार से बाज़ार की संपूर्ण माँग को नीची लागत पर पूरा किया जा सके, न कि छोटे आकार की कई फर्मों द्वारा। इससे नई फर्मों के उद्योग में प्रवेश करने में बहुत बड़ी बाधाएं उत्पन्न होती हैं और फर्म को स्वाभाविक रूप से एकाधिकारी हैसियत प्राप्त हो जाती है। नैसर्गिक एकाधिकार ऐसे बाज़ारों में सामान्यतया पाया जाता है जहाँ आवश्यक सेवाएँ प्रदान करने के लिए खर्चीली अधिरचना (infrastructure) तथा वितरण तंत्र की आवश्यकता होती है। जैसे कि जलापूर्ति, विद्युत् उत्पादन-परिपथ-वितरण, रेलवे तथा लोकोपयोगी जैसे अन्य उद्योग।

चित्र 3.7 देखें जहाँ बाएँ से दाएँ नीचे की ओर गिरते हुए औसत कुल लागत वक्र (ATC) एक नैसर्गिक एकाधिकारी की स्थिति को निरूपित करती है। इसे स्वाभाविक रूप से पैमाने की बचतें प्राप्त हैं। नीचे की ओर गिरती ATC यह सुनिश्चित करती है कि पैमाने की बचतें प्राप्त होते रहने के दौरान सीमांत लागत (MC) वक्र ATC से नीचे रहता है।



चित्र 3.7: नैसर्गिक एकाधिकारी की स्थिति

3.7.1 नैसर्गिक एकाधिकार के अंतर्गत कीमत निर्धारण

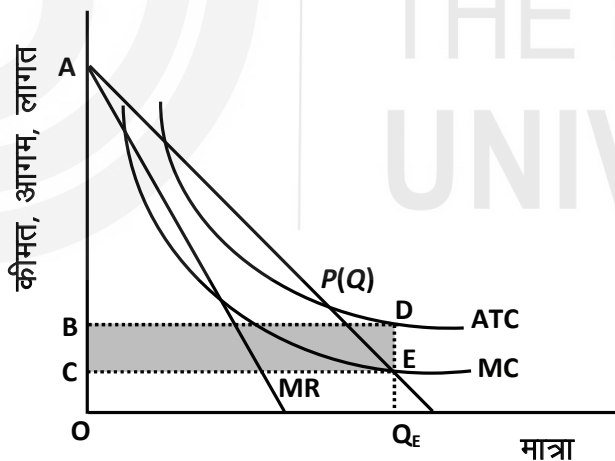
3.7.1.1 अविनियमित नैसर्गिक एकाधिकार

अविनियमित नैसर्गिक एकाधिकारी फर्म अपने लाभ को अधिकतम करने के लिए उत्पादन को उस स्तर पर निर्धारित करती है जहाँ सीमांत आगम (MR) सीमांत लागत के बराबर होती है। चित्र 3.7 में उत्पादन की यह मात्रा Q_M के बराबर है। क्या समाज की दृष्टि से

यह दक्ष है? जैसा कि चित्र 3.7 में छायादार क्षेत्र CDE से ज्ञात हो रहा है कि यदि उत्पादन का स्तर Q_M रखा जाता है तो क्षेम में CDE के बराबर भारी कमी होती है। क्षेम में हुई कमी गिरते हुए माँग वक्र $P(Q)$ के नीचे पूरी न हो सकी माँग (Q_E तथा Q_M के बीच) है। क्षेम में कमी Q_E तथा Q_M के बीच अपूरित (unfulfilled) माँग के कारण मूल्य ह्रास के अन्तर के बराबर है जिसे व्युत्क्रम माँग $P(Q)$ में Q_E तथा Q_M के क्षेत्रफल द्वारा दिखाया गया है। इस स्थिति में एकाधिकारी समाज के अधिकतम क्षेम की दृष्टि से वांछित मात्रा Q_E का उत्पादन न करके लागत में Q_M DE Q_E की बचत कर लेता है। इस प्रकार नैसर्गिक एकाधिकारी द्वारा लाभ को अधिकतम करने के स्तर पर उत्पादन करने से हुई क्षेम में कमी जैसी परिस्थितियों का सामना करने के लिए सरकार द्वारा एकाधिकारिक शक्तियों को विनियमित किए जाने की आवश्यकता पड़ती है।

3.7.1.2 सीमांत लागत कीमत निर्धारण

क्षेम में होने वाली हानि को समाप्त करने का एक तरीका कीमत को वस्तु की सीमांत लागत के बराबर रखने ($P = MC$) का है। अर्थात् उत्पादन को उस स्तर पर रखना जहाँ वस्तु की कीमत उसकी सीमांत लागत के बराबर हो (चित्र 3.8 में यह मात्रा Q_E है)। इससे विशुद्ध हानि भले ही समाप्त हो जाती है लेकिन कीमत उत्पादन की औसत लागत से नीचे निर्धारित हो जाने से फर्म को BDCE के बराबर हानि उठानी पड़ती है। इस प्रकार, Q_E के समतुल्य दक्ष उत्पादन स्तर फर्म के लिए वहन करने के योग्य नहीं होता और एकाधिकारी व्यवसाय को छोड़ना ही पसंद करता है। इस अवस्था में फर्म को व्यवसाय में रोके रखने तथा उत्पादन को जारी रखने के लिए सरकार फर्म को एकमुश्त अनुदान (subsidy) दे सकती है।



चित्र 3.8

क्षेम में कमी Q_E तथा Q_M के बीच अपूरित (unfulfilled) माँग के कारण मूल्य ह्रास के अन्तर के बराबर है जिसे व्युत्क्रम माँग $P(Q)$ में Q_E तथा Q_M के क्षेत्रफल द्वारा दिखाया गया है। नैसर्गिक एकाधिकारी के संतुलन की शर्त है

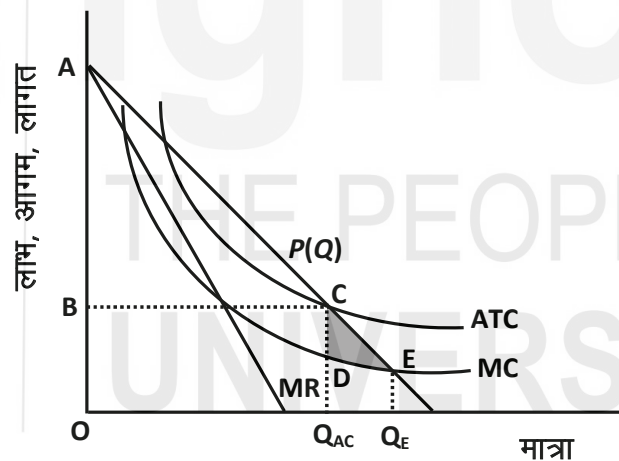
$$C(Q) < C(q_1) + C(q_2) + \dots + C(q_n); \text{ जहाँ } Q = q_1 + q_2 + \dots + q_n$$

कुल उत्पादित मात्रा Q है जबकि q_1, q_2, \dots, q_n क्रमशः फर्म 1, फर्म 2,..... फर्म n द्वारा की गई उत्पादन मात्राएं हैं। मान लीजिये कि कुल लागत फलन $C = 50 + 10Q$ प्रदत्त (given) है। यदि प्रतिदिन उत्पादन की मात्रा 25 है, कोई भी फर्म इस उत्पादन मात्रा को

औसत लागत रु. 12 तथा कुल लागत रु. 300 पर उत्पादन करती है। दूसरी ओर यदि दो फर्म हैं। इनमें से एक फर्म 12 इकाई तथा दूसरी फर्म 13 इकाई का उत्पादन करती है। उत्पादन की लागत रु. 170 + रु. 180 = रु. 350 है जो कि एकल फर्म की उत्पादन लागत से अधिक है। इस मामले में प्रति इकाई लागत के न्यूनतमीकरण का लक्ष्य यह निर्देश देता है कि केवल एक फर्म ही बाज़ार में रहनी चाहिये।

3.7.1.3 औसत लागत कीमत निर्धारण

अनुदान (subsidy) भुगतान से बचने के लिए नैसर्गिक एकाधिकारी का विनियमन इस प्रकार किया जाता है कि वह उत्पादित वस्तु की कीमत उसकी औसत उत्पादन के बराबर रखे। ऐसी स्थिति चित्र 3.9 में माँग वक्र तथा औसत लागत वक्र के विच्छेदन (intersect) बिंदु (C) के स्तर की है जहाँ वस्तु की Q_{AC} मात्रा का उत्पादन किया जा रहा है। यहाँ फर्म शून्य आर्थिक लाभ पर उत्पादन कर रही है। ऐसा किए जाने पर नैसर्गिक एकाधिकारी पर कोई विनियमन न लगाए जाने की स्थिति में निर्धारित कीमत की तुलना में औसत लागत के बराबर कीमत कम रहती है तथा विशुद्ध हानि भी घट जाती है। इतना ही नहीं सरकार को कंपनी की आर्थिक हानि की भरपायी करने के लिए (कीमत को MC के बराबर रखने पर) सब्सिडी भी नहीं देनी पड़ती। लेकिन इस प्रकार से कीमत निर्धारित किए जाने पर फर्म के लिए लागत नीचे स्तर पर रखना अप्रेरणादायक ही होता है।



चित्र 3.9

3.8 सार-संक्षेप

इस इकाई में एकाधिकारी बाज़ार संरचना जहाँ वस्तु का केवल एक ही उत्पादक और उस वस्तु का कोई निकट स्थानापन्न नहीं होता, की विवेचना की गयी। वैधानिक अनुमति, महत्वपूर्ण ढंग से ऊँचा प्रारंभिक निवेश अथवा कतिपय कुछ आगतों पर कब्ज़ा जैसे कारकों से कोई एकाधिकारी बाज़ार पर अपना नियंत्रण बनाए रख सकता है। वस्तु का एकमात्र आपूर्तिकर्ता होने के नाते एकाधिकारी उत्पादन की मात्रा या वस्तु की कीमत के रूप में अनुकूलतम स्तर पर परिचालन कर सकता है। एकाधिकारी अपनी वस्तु की मनचाही कीमत निर्धारित कर सकता है। एकाधिकारी शक्ति को नियंत्रित करने में माँग की लोच की भूमिका महत्वपूर्ण रहती है। एकाधिकारी बाज़ारी संरचना में कीमत और वस्तु की माँग के

बीच एक एक का संबंध नहीं होता तथा परिणामस्वरूप ऐसी बाज़ारी संरचना में कोई आपूर्ति वक्र भी नहीं होता।

एकाधिकारी एक ही समय पर अथवा अलग-अलग समयों पर अलग-अलग क्रेताओं से वस्तु की अलग-अलग कीमत वसूल सकता है। इस व्यवस्था को कीमत विभेद की संज्ञा दी जाती है। कीमत विभेद द्वि-भागी प्रशुल्क के रूप में भी हो सकता है जहाँ एकाधिकार के अंतर्गत उत्पादित वस्तु या सेवा तक पहुँचने के लिए उपभोक्ता पहले एकमुश्त एकबारगी शुल्क का भुगतान करता है और फिर वस्तु या सेवा की प्रति इकाई कीमत का भुगतान करता है। वॉल्टर ओई द्वारा प्रतिपादित अनुकूलतम प्रशुल्क के लिए तथा लाभ को अधिकतम करने के लिए वस्तु की प्रति इकाई कीमत निर्धारण की भी विवेचना की गयी। अंत में, नैसर्गिक एकाधिकार की व्याख्या की गयी जिसके अंतर्गत कीमत निर्धारण के विभिन्न मॉडलों को समझाया गया— अविनियमित नैसर्गिक एकाधिकार, सीमांत लागत (MC) कीमत निर्धारण, औसत लागत (AC) कीमत निर्धारण आदि।

3.9 संदर्भ ग्रंथादि

Hal R. Varian (2010). Intermediate Microeconomics, a Modern Approach, W.W. Norton and company / Affiliated East- West Press (India), 8th Edition.

Pindyck R. S and Rubinfeld D. L (2009). Microeconomics, Pearson India, 2009

C. Snyder and W. Nicholson (2010). Fundamentals of Microeconomics, Cengage Learning (India)

B. Douglas Bernheim and Michael D. Whinston (2009). Microeconomics, Tata McGraw- Hill (India).

3.10 बोध प्रश्नों के उत्तर अथवा संकेत

बोध प्रश्न 1

1) $P_M = 100$

संकेत : लाभ को अधिकतम करने के लिए

$$MR = MC \Rightarrow P = \frac{MC}{\left[1 - \frac{1}{\epsilon_d}\right]} \quad \text{जहाँ हम } \epsilon_d = -2 \text{ तथा } MC = 50 \text{ पाते हैं।}$$

2) क) भाग 3.2 देखें एवं बनाएं।

ख) $Q_M = 15$ तथा $P_M = 25$

ग) विशुद्ध हानि = 112.5

घ) $Q_M = 15$ तथा $P_M = 25$

3) भाग 3.3 देखें एवं उत्तर दें।

बोध प्रश्न 2

- 1) माना कि दो बाज़ार A तथा B हैं। संतुलन में $MC = P_A \left[1 - \frac{1}{|\epsilon_A|}\right]$ तथा $MC = P_B \left[1 - \frac{1}{|\epsilon_B|}\right]$ जहाँ MC फर्म की सीमांत लागत है ϵ_A तथा ϵ_B क्रमशः बाज़ार A तथा B में माँग की कीमत लोच हैं। चूँकि दोनों समीकरणों में फर्म की सीमांत लागत एक ही है इसलिए संतुलन में निम्नलिखित शर्त पूरी होनी चाहिए।

$$P_A \left[1 - \frac{1}{|\epsilon_A|}\right] = P_B \left[1 - \frac{1}{|\epsilon_B|}\right]$$

यदि $\epsilon_A > \epsilon_B$ तो $\frac{1}{|\epsilon_A|} < \frac{1}{|\epsilon_B|}$

अर्थात् $\left[1 - \frac{1}{|\epsilon_A|}\right] > \left[1 - \frac{1}{|\epsilon_B|}\right]$, अनुकूलतमीकरण के लिए $P_A < P_B$

इसका अर्थ यह हुआ जिस बाज़ार में माँग की कीमत लोच अधिक होगी उसमें कीमत नीची होगी जबकि बेलोचदार माँग वाले बाज़ार में कीमत ऊँची रखी जाएगी।

- 2) i) क) ओई के हल में S (सुनिश्चित एकमुश्त) = 1296 शुल्क
 ख) वैकल्पिक विधि में लाभ को अधिकतम करने के लिए प्रति इकाई कीमत S = 351
 ii) ओई हल में एकाधिकारी का लाभ = 2592, वैकल्पिक विधि में लाभ को अधिकतम करने के लिए प्रति इकाई कीमत : 1557
- 3) उपभाग 3.6.2 देखें और उत्तर दें।

इकाई 4 एकाधिकारिक प्रतियोगिता (MONOPOLISTIC COMPETITION)

संरचना

- 4.0 उद्देश्य
- 4.1 विषय प्रवेश
- 4.2 एकाधिकारिक प्रतियोगी बाज़ार
- 4.3 एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत संतुलन
 - 4.3.1 अल्पकालीन संतुलन
 - 4.3.2 दीर्घकालीन संतुलन
- 4.4 एकाधिकारिक प्रतियोगिता की सामाजिक लागतें
 - 4.4.1 पूर्ण प्रतियोगिता बनाम एकाधिकारिक प्रतियोगिता
 - 4.4.2 एकाधिकारिक प्रतियोगिता बनाम एकाधिकार
- 4.5 गैर-कीमत प्रतियोगिता : विज्ञापन
- 4.6 सार-संक्षेप
- 4.7 कुछ उपयोगी पुस्तकें
- 4.8 बोध प्रश्नों के उत्तर अथवा संकेत

4.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययनोपरांत, आप सक्षम होंगे :

- एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अभिलक्षणों को स्पष्ट कर पाने में;
- एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत अल्पकाल एवं दीर्घकाल में किसी फर्म के संतुलन की व्याख्या कर पाने में;
- पूर्ण प्रतियोगिता तथा एकाधिकार की तुलना में एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत सामाजिक लागत की व्याख्या कर पाने में; तथा
- एकाधिकारिक प्रतियोगिता बाज़ार में गैर-कीमत प्रतियोगिता की व्याख्या कर पाने में।

4.1 विषय प्रवेश

किसी अर्थव्यवस्था में अनेक प्रकार के अभिलक्षणों के साथ विभिन्न प्रकार के बाज़ार पाए जाते हैं। हमने पूर्ण प्रतियोगिता वाले बाज़ार की अवधारणा को तीसरे सेमिस्टर के मध्यवर्ती व्यष्टि अर्थशास्त्र-I की 7वीं एवं 8वीं इकाई में तथा एकाधिकार का अध्ययन वर्तमान सेमिस्टर के मध्यवर्ती व्यष्टि अर्थशास्त्र-II की तीसरी इकाई में किया है। ये दोनों बाज़ार संरचना की सीमांतक स्थितियाँ हैं। उदाहरणार्थ पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत क्र्रेताओं और विक्रेताओं की संख्या बहुत अधिक होती है, उद्योग में फर्म के प्रवेश करने या बाहर निकलने में कोई बाधा नहीं होती, वस्तु की सभी इकाइयाँ समरूप होती हैं, क्र्रेता और विक्रेताओं को बाज़ार की पूरी जानकारी होती है तथा दोनों ही कीमतग्राही होते हैं। फर्म का माँग वक्र पूर्णतया लोचदार होता है। इसके विपरीत एकाधिकार के अंतर्गत केवल

एक ही फर्म होती है; जो कीमत की निर्धारक होती है, वस्तु का कोई निकट स्थानापन्न नहीं होता, किसी अन्य फर्म के प्रवेश को कोई संभावना नहीं होती। फर्म लोचदार मांग वक्र का सामना करती है जो बाएं से दाएं नीचे की ओर गिरता हुआ होता है। इन दोनों ही प्रकार के बाजारों में संतुलन का विश्लेषण किया गया है। एकाधिकारी द्वारा वसूली जाने वाली कीमत पूर्ण प्रतियोगिता बाजार की संतुलन कीमत से ऊँची होती है। इसलिए एकाधिकार के अंतर्गत आपूर्ति की गयी मात्रा पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत आपूर्ति की गयी मात्रा से कम होती है।

अति मान्यता (extreme assumptions) वाली संरचना के सीमांतक बाजार व्यावहारिक जगत में नहीं पाए जाते। उदाहरण, किसी वस्तु का पूर्ण स्थानापन्न या एक जैसी वस्तु नहीं पायी जाती। इसके विपरीत बाजार में जो वस्तुएँ मिलती हैं वे एक जैसी तो होती हैं लेकिन बिल्कुल समरूप नहीं होतीं। उत्पादकों द्वारा ऐसे उत्पादों को जान-बूझकर विभेदीकृत रूप में उत्पादित किया जाता है। उत्पादक वस्तु को रंग, रूप, आकार, कतिपय आंतरिक अभिलक्षणों के साथ विभेदीकृत वस्तु के रूप में उत्पादित करके क्रेताओं के समक्ष यह प्रदर्शित करने में सफल हो जाता है कि उसके द्वारा उत्पादित वस्तु अन्य वस्तुओं (ब्राण्डों) से अलग और विशिष्ट है। इससे उत्पादक फर्म को सीमित मात्रा में एकाधिकारिक शक्ति प्राप्त हो जाती है। 1920 के दशक के अर्थशास्त्री सीमांतक बाजार संरचनाओं से असंतुष्ट रहे और उन्होंने पूर्ण प्रतियोगिता तथा एकाधिकार को आर्थिक व्यवहार के विश्लेषणात्मक मॉडल का लगभग परित्याग कर दिया। सर्राफा, चैंबरलिन एवं जॉन रॉबिंसन ने अपने-अपने स्तर पर बाजार संरचना के ऐसे मॉडल विकसित किए जो व्यावहारिक जगत में पाए जाते हैं। अपनी क्रांतिकारी पुस्तक में चैंबरलिन ने बाजार संरचना का एक नया मॉडल प्रस्तुत किया जिसमें पूर्ण प्रतियोगिता एवं एकाधिकार दोनों ही प्रकार के बाजारों के अभिलक्षण पाए जाते हैं। उन्होंने इस प्रकार की बाजार संरचना को एकाधिकारिक प्रतियोगिता का नाम दिया। इसी के समानांतर जॉन रॉबिंसन ने इस प्रकार के बाजार को अपूर्ण प्रतियोगिता का नाम दिया। व्यावहारिक जगत में पाए जाने वाले इस प्रकार के बाजार में पूरी तरह से न तो एकाधिकार के अभिलक्षण पाए जाते हैं और न पूर्ण प्रतियोगिता के, बल्कि, एकाधिकारिक प्रतियोगिता में दोनों ही सीमांतक बाजारों के अभिलक्षणों का समावेश रहता है। प्रस्तुत इकाई में बाजार संरचना के इस स्वरूप पर चर्चा की जा रही है।

4.2 एकाधिकारिक प्रतियोगिता बाजार

अपूर्ण प्रतियोगिता बाजार एक ऐसी बाजार संरचना है जो पूर्ण प्रतियोगिता एवं एकाधिकारी बाजार संरचना के बीच पायी जाती है। अपूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत एकाधिकारिक प्रतियोगिता तथा अल्पाधिकार (जिसका अध्ययन अगली इकाई में किया जाएगा) आते हैं। एकाधिकारिक प्रतियोगिता की विवेचना सबसे पहले सन् 1933 में प्रो. चैंबरलिन द्वारा अपनी पुस्तक "दी थ्योरी ऑफ मोनोपोलिस्टिक कम्पटीशन" में की गयी थी। एकाधिकारिक प्रतियोगिता एक ऐसा बाजार है जिसके अंतर्गत बहुत सारे विक्रेता विभेदीकृत वस्तुएं, जो एक-दूसरे की निकट स्थानापन्न होती हैं लेकिन पूर्ण स्थानापन्न नहीं होतीं, बेचने के लिए प्रतियोगिता करते हैं। इस प्रकार के बाजार में विक्रेताओं द्वारा बेचे जाने वाले उत्पाद लगभग एक जैसे तो होते हैं लेकिन समरूप नहीं होते। इसीलिए इसमें धनात्मक एवं ऊँची माँग की आड़ी लोच पायी जाती है। जैसाकि इस प्रकार के बाजार के नाम से ही स्पष्ट है कि इसमें कुल लक्षण पूर्ण प्रतियोगिता के तो कुछ लक्षण एकाधिकार के होते हैं। उत्पाद विभेद एकाधिकारिक प्रतियोगिता को एकाधिकारिक शक्ति प्रदान करता है। उत्पाद विभेद एक ऐसी स्थिति है जिसमें प्रत्येक फर्म दूसरी फर्मों द्वारा

उत्पादित उत्पाद से थोड़ा-सा भिन्न उत्पाद उत्पादित करती है। इससे फर्म को कीमतग्राही विक्रेता के बजाय कीमत निर्धारण में सीमित रूप से एकाधिकारी शक्ति प्राप्त हो जाती है। प्रत्येक फर्म बाएं से दाएं नीचे की ओर गिरते हुए माँग वक्र का सामना करती है। पूर्ण प्रतियोगिता बाज़ार की तरह एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाले बाज़ार में भी बहुत-सी फर्म होती हैं जो क्र्रेताओं के अलग-अलग समूहों को अपनी वस्तुएं बेचने के लिए प्रतियोगिता करती हैं। इस प्रकार के बाज़ार में फर्मों के प्रवेश एवं बाहर निकलने में कोई बाधाएं नहीं होतीं। इसी के चलते दीर्घकाल में सभी फर्मों को शून्य लाभ प्राप्त होता है। प्रत्येक फर्म अपने-अपने उत्पाद के लिए बाज़ार सृजित करने हेतु कीमत और गैर-कीमत दोनों ही प्रकार की प्रतियोगिता का सहारा लेती हैं। वे बड़े पैमाने पर विज्ञापन, ब्रांड सृजन तथा अपने-अपने उत्पादों के प्रोन्नयन पर खर्च करती हैं। इस प्रकार के बाज़ार में विक्रय लागतों का हिस्सा महत्वपूर्ण होता है। चूंकि सभी फर्म समरूप उत्पाद नहीं बेचतीं इसलिए उन्हें एक उद्योग की बजाय सामूहिक रूप से उत्पाद समूह (Product Group) कहा जाता है। इस प्रकार के बाज़ार में क्र्रेताओं और विक्रेताओं की संख्या अधिक होती है। चूंकि प्रत्येक फर्म द्वारा उत्पादित और बेचे जाने वाला उत्पाद कुछ न कुछ विशिष्टता लिए होता है इसलिए उसकी कीमत निर्धारित करने में फर्म को कुछ शक्ति प्राप्त हो जाती है। हम जानते हैं कि कीमत पर एकाधिकारिक नियंत्रण (कीमत एवं सीमांत लागत के बीच सापेक्षित अंतर, जिसे मार्क-अप कहा जाता है) वस्तु की माँग की लोच पर निर्भर करता है। माँग की लोच नीची होने (बेलोचदार) पर मार्क-अप ऊँचा होता है। अर्थशास्त्र में इस शर्त को लर्नर निर्देशांक के रूप में जाना जाता है। इस प्रकार के बाज़ार में चूंकि माँग की लोच ऊँची होती है इसलिए मार्क-अप छोटा होता है।

बोध प्रश्न 1

- 1) एकाधिकारिक प्रतियोगिता बाज़ारी संरचना के प्रमुख अभिलक्षण कौन-कौन से हैं?
.....
.....
.....
.....
- 2) क्या आप सोचते हैं कि एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत कोई फर्म स्वतंत्र रूप से कीमत निर्धारित कर सकती है?
.....
.....
.....
.....
- 3) एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाले बाज़ार के अंतर्गत पूर्ण प्रतियोगिता और एकाधिकार दोनों के अभिलक्षण पाए जाते हैं। समझाइए।
.....
.....
.....
.....

4.3 एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत संतुलन

जैसा कि हम जानते हैं कि एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत एक फर्म निकट स्थानापन्न वाली विभेदीकृत वस्तु का उत्पादन करती है। इसलिए इन फर्मों को कीमत निर्धारण में सीमित रूप में एकाधिकारी शक्ति प्राप्त हो जाती है। ऐसी फर्मों का मांग वक्र बाएं से दाएं नीचे की ओर गिरता हुआ होता है किंतु अपेक्षाकृत धीमी दर पर। इस प्रकार यह नीचे की ओर गिरता हुआ मांग वक्र एकाधिकार की भांति ऊँचा लाभ अर्जित नहीं कर पाता। एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाले बाज़ार में फर्म के प्रवेश और बाहर निकलने की स्वतंत्रता के चलते अंततः प्रत्येक फर्म को सामान्य लाभ, जिसे शून्य आर्थिक लाभ कहते हैं, ही प्राप्त हो पाता है।

एकाधिकारिक प्रतियोगिता तथा एकाधिकार के बीच महत्वपूर्ण अंतर यह होता है कि किसी भी फर्म का व्युत्क्रम मांग वक्र न केवल उत्पाद q_i पर अपितु बाज़ार में विद्यमान फर्मों की संख्या (n) पर भी निर्भर करता है। मान लिया कि एकाधिकारिक प्रतियोगिता उद्योग का फर्म i के लिए व्युत्क्रम मांग वक्र $p_i(q_i, n)$ है। एकाधिकार बाज़ार स्वरूप की तरह, जैसे ही q_i बढ़ता है, $p_i(q_i, n)$ गिरता है और जब q_i गिरता है तो $p_i(q_i, n)$ बढ़ता है। अग्रेतर, हम यह भी मान लेते हैं कि जैसे ही एकाधिकारात्मक प्रतियोगी उद्योग की n अर्थात् फर्मों की संख्या बढ़ती है, फर्म अपने बाज़ार के हिस्से को खो देती है और इसी कारण वह कीमत निर्धारण के ऊपर अपनी शक्ति को भी खो देती है। इसका मतलब यह हुआ कि जैसे-जैसे फर्मों की संख्या n बढ़ती है, $p_i(q_i, n)$ गिरती है और जैसे ही n गिरती है, $p_i(q_i, n)$ बढ़ती है। इसका अर्थ यह हुआ कि उत्पादन के दिए हुए उत्पादन स्तर को बेचने के लिए फर्म i को नीची कीमत लेनी होगी, यदि प्रतियोगी फर्मों की संख्या में वृद्धि होती है। फर्म i की समस्या है कि वह अपने लाभ $\pi_i(q_i, n)$ को अधिकतम करने के लिए q_i उत्पादन स्तर का चयन करे। तथापि वह फर्मों की प्रविष्टि एवं बहिर्गमन की संख्या का नियंत्रण नहीं कर सकती। वह अधिक से अधिक स्वयं को बाज़ार से छोड़ने का ही निर्णय ले सकती है। अतः i^{th} फर्म का लाभ आकलित किया जा सकता है –

$$\pi_i(q_i, n) = R_i(q_i, n) - C_i(q_i) = p_i(q_i, n)q_i - C_i(q_i)$$

जहाँ $R_i(q_i, n)$ फर्म i द्वारा अर्जित कुल आगम को व्यक्त करता है जो $p_i(q_i, n)q_i$ तथा $C_i(q_i)$ लागत फलन पर निर्भर करता है। लाभ अधिकतमीकरण की प्रथम कोटि की शर्त इस प्रकार है :

$$\frac{d\pi_i(q_i, n)}{dq_i} = 0 \implies MC_i(q_i, n) = MR_i(q_i, n)$$

फर्म i की सीमांत लागत बराबर होगी, फर्म i की सीमांत आगम के।

यह स्थिति एकाधिकार के संतुलन शर्त के बिल्कुल समान है। इस बाज़ार में हमें इस बात का समाधान करना होगा कि संतुलन की स्थिति में फर्मों की संख्या कितनी हो गई। चूँकि एकाधिकारिक प्रतियोगी बाज़ार के अंतर्गत फर्मों की प्रविष्टि की स्वतंत्रता होती है, कोई भी फर्म अधिसामान्य लाभ नहीं कमा सकती क्योंकि ऐसा होने पर नई फर्म बाज़ार में प्रविष्ट करेगी जिससे कीमतें तब तक कम होती रहेंगी जब तक अधिसामान्य लाभ 0 स्तर पर नहीं आ जाता। इसका परिणाम यह होगा कि प्रत्येक i^{th} फर्म औसत लागत के बराबर ही कीमत निर्धारित करेगी। अर्थात् $p_i(q_i, n) = AC_i(q_i)$ तथापि यह स्थिति दीर्घकालीन संतुलन पर ही निर्भर करेगी। अल्पकाल में फर्म अधिसामान्य लाभ कमा सकती है। अब हम अल्पकाल एवं दीर्घकाल संतुलन को रेखाचित्र की सहायता से प्रदर्शित करेंगे।

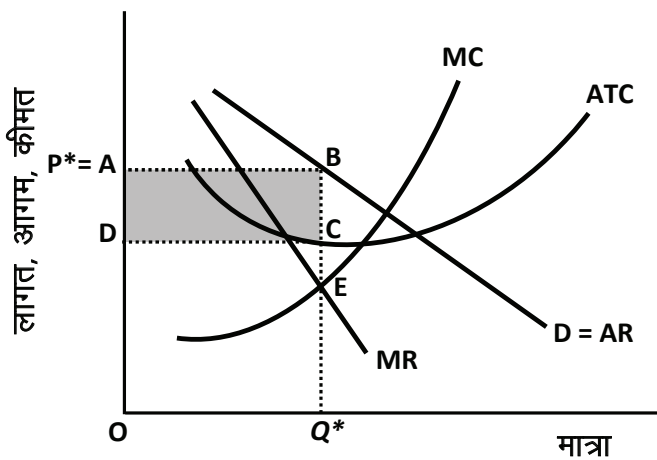
4.3.1 अल्पकालीन संतुलन

एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली फर्म अल्पकाल में धनात्मक लाभ अथवा हानि उठा सकती है। अल्पकाल में फर्मों द्वारा धनात्मक लाभ प्राप्त होने से आकर्षित होकर अन्य फर्म बाज़ार में प्रवेश कर सकती हैं या अन्य फर्मों से प्रतियोगिता मिल सकती है। इस प्रकार के बाज़ार में प्रत्येक नई फर्म के प्रवेश करने के साथ नया ब्रांड बाज़ार में आ जाता है जो प्रचलित ब्रांडों को प्रतियोगिता देने लगता है। बाज़ार में नई फर्मों (नए ब्रांडों) का प्रवेश उस समय तक जारी रहता है जब तक कि धनात्मक लाभ मिलना बंद नहीं हो जाता। चित्र 4.1 में उस स्थिति को दर्शाया गया है जहां एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाले बाज़ार में एक फर्म अल्पकाल में धनात्मक लाभ अर्जित कर रही है। जैसा कि एकाधिकार के अंतर्गत होता है। एकाधिकारी बाज़ार की भांति एकाधिकारिक प्रतियोगिता बाज़ार के अंतर्गत फर्म का मांग वक्र (जो फर्म का औसत आगम वक्र (AR) भी होता है, बाएं से दाएं नीचे की ओर गिरता हुआ होता है।

औसत आगम (AR) वक्र के सापेक्ष फर्म का सीमांत आगम वक्र (MR) औसत आगम वक्र के नीचे होता है। MC एवं ATC क्रमशः सीमांत लागत वक्र तथा औसत कुल लागत वक्र है। एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली फर्म का औसत आगम (AR) वक्र एकाधिकारी फर्म के औसत आगम वक्र की तुलना में अधिक चपटा होता है। अर्थात् एकाधिकारिक प्रतियोगिता का मांग वक्र एकाधिकारिक के मांग वक्र की तुलना में अधिक लोचदार होता है। ऐसा इसलिए होता है कि एकाधिकारिक प्रतियोगिता फर्म की कीमत निर्धारण की शक्ति सीमित होती है, क्योंकि वस्तु के निकट स्थानापन्न मौजूद होते हैं। बिंदु E पर संतुलन की दोनों ही शर्तें पूरी हो रही हैं

- i) $MR = MC$
- ii) MC वक्र MR वक्र को नीचे से काट रहा है।

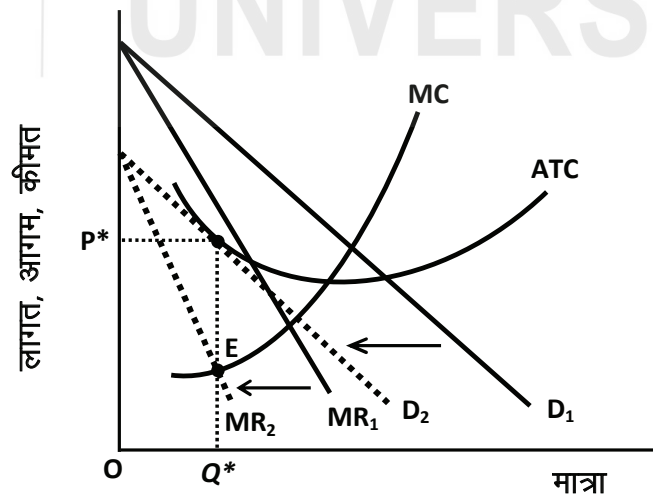
इसलिए E एक ऐसा बिंदु है जहां फर्म अपने लाभ को अधिकतम करने के लिए वस्तु OA कीमत पर OQ^* मात्रा का उत्पादन कर रही है। इस बिंदु पर फर्म की ATC वस्तु की प्रति इकाई कीमत से कम है। इस प्रकार फर्म का प्रति इकाई लाभ $AD = BC$ है। इस तरह फर्म को $AD \times DC$ (प्रति इकाई लाभ गुणा उत्पादन की कुल मात्रा) के बराबर धनात्मक लाभ प्राप्त हो रहा है। चित्र 4.1 में छायादार क्षेत्रफल ABCD फर्म को प्राप्त होने वाला धनात्मक लाभ है।



चित्र 4.1

किसी एक फर्म द्वारा धनात्मक लाभ अर्जित करने से एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत अन्य फर्म बाज़ार में प्रवेश कर जाती हैं और धनात्मक लाभ अर्जित करने वाली फर्म द्वारा उत्पादित वस्तु के निकट स्थानापन्न वस्तु का उत्पादन करने लगती हैं। नई फर्मों के प्रवेश से दो प्रकार की बाह्यताएं उत्पन्न होती हैं प्रथम, नई फर्मों के प्रवेश से उत्पाद समूह द्वारा अधिक विभेदीकृत उत्पाद बाज़ार में आ जाते हैं जिससे उपभोक्ताओं को अपेक्षाकृत अधिक विकल्प मिल जाते हैं। इसी समय आपूर्तिकर्ताओं द्वारा निकट स्थानापन्न वस्तुओं की आपूर्ति में वृद्धि किए जाने से वस्तु की कीमत गिरने लगती है। उपभोक्ताओं के लिए सुनिश्चित तौर पर यह धनात्मक बाह्यता है। अब उपभोक्ता अधिक ब्रांडों में से कम कीमत पर अपनी मनचाही वस्तु क्रय कर सकते हैं। द्वितीय, कुल बाज़ार में एक छोटी हिस्सेदारी रखने वाली पहले से कार्यरत कुछ फर्म वस्तु की कीमत में कमी हो जाने से अल्पकाल में हानि उठा सकती हैं और हानि वहन न कर पाने पर बाज़ार से बाहर हो सकती हैं। उत्पाद समूह के भीतर विद्यमान फर्मों के लिए यह ऋणात्मक बाह्यता है।

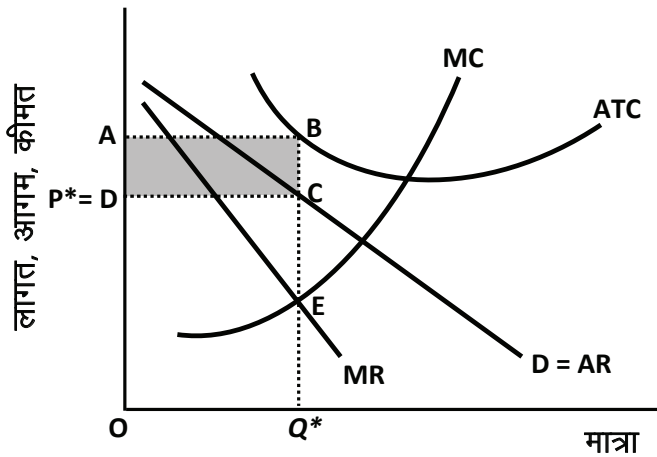
चित्र 4.2 में विद्यमान फर्मों की मांग एवं उनके लाभ पर नई फर्मों के प्रवेश के प्रभाव को दर्शाया गया है। इसके परिणामस्वरूप फर्म का मांग वक्र D_1 से D_2 तथा इसी के सापेक्ष सीमांत आगम वक्र MR_1 , MR_2 की स्थिति में बायीं ओर को विवर्तित हो जाता है। इससे विद्यमान फर्म की मांग एवं बाज़ार में उसके हिस्से में कमी आ जाएगी। फर्मों के बीच प्रतियोगिता बढ़ जाने से औसत कुल लागत (ATC) तथा सीमांत लागत पूर्ववत् रहते हुए भी वस्तु की कीमत में कमी आ जाएगी इससे धनात्मक आर्थिक लाभ या असामान्य लाभ कम होने लगेगा। विभेदीकृत वस्तु का उत्पादन करने वाली नई फर्म उस अवस्था तक उत्पादन करती रहेंगी जब तक विद्यमान फर्म को असामान्य लाभ प्राप्त होता रहता है। जैसे ही एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली पहले से कार्यरत फर्म का मांग वक्र फर्म के औसत कुल लागत वक्र (ATC) को स्पर्श करने लगेगा फर्म का प्राप्त हो रहा असामान्य आर्थिक लाभ समाप्त हो जाएगा और फर्म को सामान्य आर्थिक अर्थात् शून्य लाभ ही प्राप्त होगा। चित्र 4.2 में एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत बिंदु E दीर्घकाल में फर्म के संतुलन को दर्शाता है जहां फर्म को सामान्य लाभ ही प्राप्त हो रहा है।



चित्र 4.2

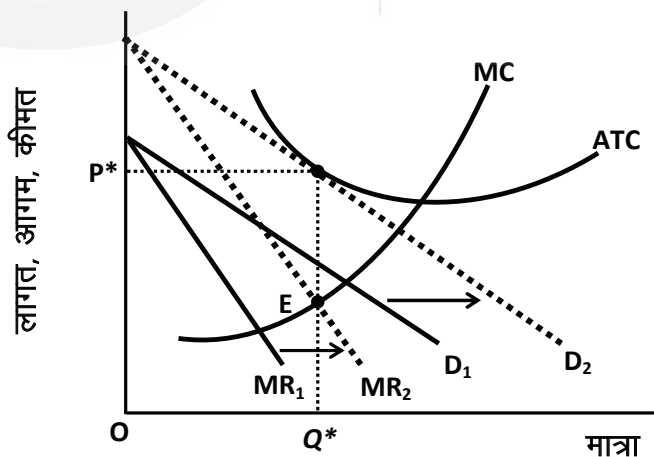
एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत पहले से कार्यरत कोई फर्म अल्पकाल में हानि भी उठा सकती है। चित्र 4.3 में ऐसी स्थिति E बिंदु पर है जहां फर्म की औसत कुल लागत (ATC) फर्म द्वारा उत्पादित वस्तु की कीमत से अधिक है। E बिंदु पर $MR = MC$ के बराबर

तो है लेकिन MC का ढाल MR के ढाल से अधिक है। प्रति इकाई हानि AD है तथा फर्म को $ABCD$ छायांकित क्षेत्र के बराबर हानि हो रही है।



चित्र 4.3

अल्पकाल में फर्मों द्वारा हानि उठाने पर कुछ फर्म बाज़ार से बाहर चले जाने का निर्णय लेंगी। इससे उपभोक्ताओं के लिए विभेदीकृत उत्पाद के विकल्प कम हो जाते हैं। इससे वस्तु की मांग और बाज़ार में हिस्सा बढ़ जाएगा, और मांग वक्र D_1 से D_2 के रूप में तथा इसी के सापेक्ष MR वक्र MR_1 से MR_2 के रूप में दायीं ओर को विवर्तित हो जाएगा। जैसा कि चित्र 4.4 में दर्शाया गया है कि उपभोक्ताओं को विभेदीकृत वस्तु के विकल्प कम रह जाने के कारण वस्तु की कीमत में वृद्धि होगी। लागत पूर्ववत् स्थिति में रहने तथा मांग वक्र दायीं ओर विवर्तित हो जाने से एक स्थिति ऐसी आएगी जहां फर्म का मांग वक्र ($AR = D_2$) फर्म के औसत कुल लागत वक्र को स्पर्श करने लगेगा। इस स्थिति में फर्म को शून्य लाभ या सामान्य लाभ प्राप्त होगा। अर्थात् बाज़ार से कुछ फर्मों के बाहर निकल जाने से बाकी बची फर्मों को सामान्य लाभ प्राप्त होगा। इस प्रकार एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत दीर्घकाल में फर्म को सामान्य लाभ या शून्य लाभ ही प्राप्त होता है।



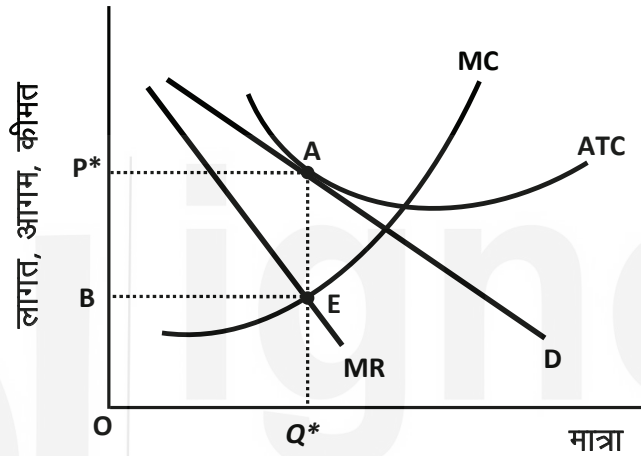
चित्र 4.4

4.3.2 दीर्घकालीन संतुलन

एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत दीर्घकालीन संतुलन को चित्र 4.5 में दर्शाया गया है। बिंदु A पर ATC मांग वक्र को स्पर्श कर रही है। दीर्घकालीन संतुलन में (बिंदु E पर)

अपूर्ण प्रतियोगिता-I

कीमत P^* औसत कुल लागत के बराबर होती है जिसका अर्थ है कि फर्म को केवल सामान्य लाभ ही प्राप्त हो रहा है जो उत्पाद समूह में बने रहने के लिए पर्याप्त है। इस प्रकार दीर्घकाल में नई फर्मों के प्रवेश करने या उत्पाद समूह से बाहर निकलने की कोई प्रवृत्ति नहीं पायी जाती। एकाधिकारिक प्रतियोगिता के बारे में एक महत्वपूर्ण तथ्य यह है कि फर्म भले ही सामान्य लाभ प्राप्त कर रही हों, लेकिन वे अतिरिक्त इकाई को उसकी उत्पाद लागत से ऊँची कीमत पर बेचने में सफल हो जाती हैं। यह चित्र 4.5 में दिखाई दे रहा है। यह चित्र एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत एक फर्म के दीर्घकालीन संतुलन को दर्शा रहा है। बिंदु E पर वस्तु की सीमांत लागत OB है जबकि उत्पाद के इस स्तर पर वस्तु की कीमत OP^* है जो OB से अधिक है। इसके विपरीत पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत दीर्घकाल में उत्पादित की जाने वाली अतिरिक्त वस्तु की सीमांत लागत उसकी कीमत के बराबर ही होती है। इस स्थिति की व्याख्या हम क्षमता अतिरेक पर चर्चा के दौरान करेंगे :



चित्र 4.5

बोध प्रश्न 2

1) एक विभेदीकृत उत्पाद के एक निकट स्थानापन्न के साथ किसी नई फर्म के प्रवेश करने पर किसी विद्यमान फर्म के मांग वक्र के साथ क्या होता है?

.....

.....

.....

.....

.....

2)क) अल्पकाल में किसी एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली फर्म द्वारा लाभ को अधिकतम करने की स्थिति की व्याख्या कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

ख) माना की एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत कोई फर्म अल्पकाल में धनात्मक आर्थिक लाभ प्राप्त कर रही है। इसी फर्म की दीर्घकालीन संतुलन स्थिति को समझाइए।

.....
.....
.....
.....

3)क) एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत किसी फर्म का दीर्घकालीन संतुलन किस प्रकार एकाधिकारी फर्म के संतुलन से अलग प्रकार का होता है?

.....
.....
.....
.....

ख) एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत किसी फर्म का मांग वक्र कुल बाज़ार मांग वक्र की तुलना में अधिक चपटा (flat) क्यों होता है।

.....
.....
.....
.....

4) निम्नलिखित कथनों पर विचार करके **सत्य** और **असत्य** बताइए :

- क) एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत किसी फर्म का वस्तु की कीमत पर पूर्ण नियंत्रण नहीं होता।
- ख) यहां तक कि अल्पकाल में कोई एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली फर्म धनात्मक लाभ अर्जित नहीं कर सकती।
- ग) एक एकाधिकारी फर्म को उत्पाद समूह में किसी नई फर्म के प्रवेश करने की स्थिति का सामना नहीं करना पड़ता।
- घ) पूर्ण प्रतियोगिता एवं एकाधिकारिक प्रतियोगिता दोनों में ही संतुलनावस्था में वस्तु की कीमत उसकी सीमांत लागत के बराबर होती है।
- ङ) एकाधिकारी फर्म और एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली फर्म के मांग वक्र में कोई अंतर नहीं होता।
- च) पूर्ण प्रतियोगिता की भांति एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत भी औसत आगम वक्र तथा सीमांत आगम वक्र एक समान होते हैं।

4.4 एकाधिकारिक प्रतियोगिता की सामाजिक लागतें

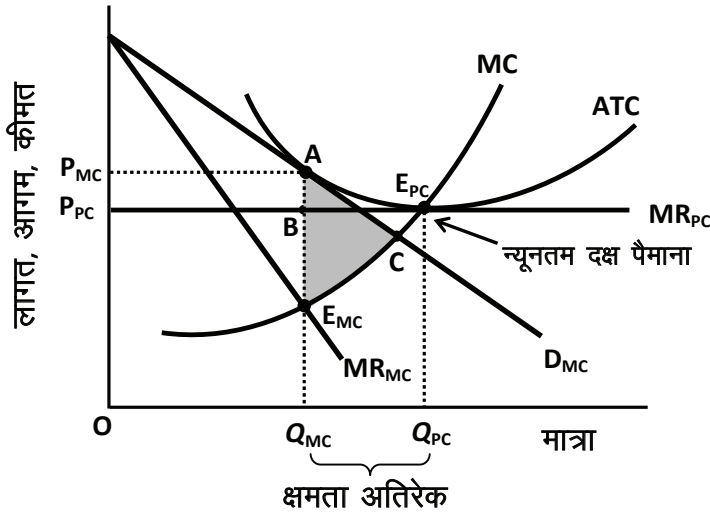
अब हम क्षेम हानि के रूप में एकाधिकारिक प्रतियोगिता से जुड़ी सामाजिक लागतों पर चर्चा करेंगे।

4.4.1 पूर्ण प्रतियोगिता बनाम एकाधिकारिक प्रतियोगिता

हम पूर्ण प्रतियोगिता वाली फर्म के दीर्घकालीन संतुलन तथा एकाधिकारिक फर्म के दीर्घकालीन संतुलन की तुलना के बीच अपनी विवेचना प्रारंभ करते हैं। पूर्ण प्रतियोगिता तथा एकाधिकारिक प्रतियोगिता से दोनों ही प्रकार के बाजारों में फर्म, दीर्घकाल के अंतर्गत संतुलनावस्था में शून्य आर्थिक लाभ (सामान्य लाभ) ही अर्जित करती हैं। लेकिन इसके बावजूद कुल क्षेम (उपभोक्ता की बचत तथा उत्पादक की बचत का योग) पर इसका प्रभाव अलग-अलग होता है। पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत दीर्घकाल में फर्म का संतुलन उस बिंदु पर होता है जहां कीमत रेखा या क्षैतिजिक मांग वक्र (जो कि सीमांत वक्र MR भी होता है) MC वक्र को नीचे से काटता है। यह विच्छेदन न्यूनतम दक्ष स्तर अथवा फर्म के उत्पादन का वह स्तर जहां उसकी औसत कुल लागत न्यूनतम होती है, पर होता है (चित्र 4.6 में बिंदु E_{PC})। इसके परिणामस्वरूप कुल सामाजिक लाभ (उपभोक्ता की बचत एवं उत्पादक की बचत का योग) अधिकतम होता है।

एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत भी फर्म $MR = MC$ के स्तर पर ही उत्पादन करती है लेकिन यहां नीचे की ओर गिरते हुए मांग वक्र के कारण अंतर आ जाता है। पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत जहां अतिरिक्त इकाई के उत्पाद की लागत उसको बेचने से प्राप्त कीमत के बराबर होती है, वहीं एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत अतिरिक्त इकाई को बेचने से प्राप्त कीमत उसकी उत्पादन लागत से ऊँची होती है। ऐसा दोनों प्रकार के बाजारों की फर्मों के मांग वक्र (AR) की स्थितियों में अंतर के कारण होता है। इसी के परिणामस्वरूप एकाधिकारिक प्रतियोगिता में आवंटनात्मक अदक्षता उत्पन्न होती है (आवंटनात्मक दक्षता का बिंदु $P = MC$ होता है)। पूर्ण प्रतियोगिता के विपरीत एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत दीर्घकाल में फर्म औसत कुल लागत वक्र के नीचे की ओर गिरते हुए भाग पर संतुलनावस्था में होती है, न कि उसके न्यूनतम बिंदु पर। इसका अर्थ यह है कि फर्म अपेक्षाकृत ऊँची उत्पादन लागत पर परिचालित होती है न कि न्यूनतम लागत पर (जैसा कि पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत) होता है।

एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत दीर्घकाल में फर्म की संतुलन उत्पादन मात्रा (Q_{MC}) पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत उत्पादित संतुलन उत्पादन मात्रा (Q_{PC}) से कम होती है जबकि एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली फर्म द्वारा वसूली जाने वाली कीमत (P_{MC}) पूर्ण प्रतियोगिता कीमत (P_{PC}) से ऊँची होती है। इसलिए एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत सामाजिक क्षेम अधिकतम नहीं हो पाता। इसके परिणामस्वरूप चित्र 4.6 में छायादार क्षेत्र ACE_{MC} के बराबर विशुद्ध हानि (Dead Weight Loss) होता है। इतना ही नहीं पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत उपभोक्ता की बचत का एक हिस्सा $P_{MC}ABP_{PC}$ एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत उत्पादक की बचत का हिस्सा हो जाता है। मांग वक्र जितना ही अधिक चपटा (Flatter) होता है विशुद्ध हानि उतनी ही कम होती है। इसका अर्थ यह भी होता है कि मांग वक्र जितना अधिक चपट होता जाता है बाजार का स्वरूप उतना ही अधिक पूर्ण प्रतियोगिता वाला होता जाता है। एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाले बाजार में उपभोक्ता को उपभोक्ता की बचत का एक हिस्सा खोना पड़ता है लेकिन वस्तुओं के अनेक विकल्प मिल जाते हैं। निवल प्रभाव यह होता है उपभोक्ता की बचत में हुई कमी से उत्पन्न ऋणात्मक प्रभाव विविधीकृत विकल्पों से उत्पन्न धनात्मक प्रभाव से किसी सीमा तक निष्प्रभावी हो जाता है।



चित्र 4.6

क्षमता अतिरेक

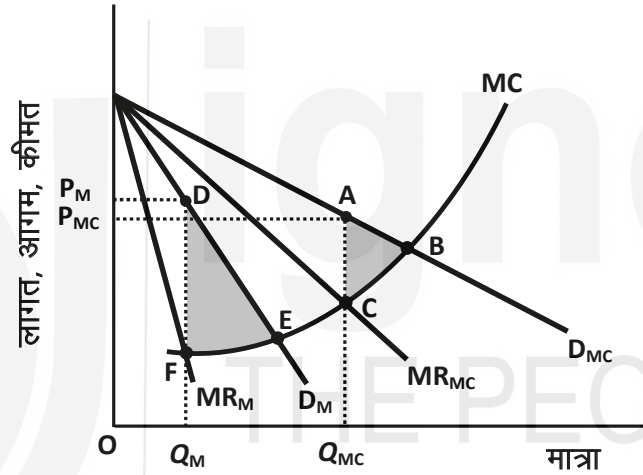
दीर्घकालीन संतुलन में, फर्मों के स्वतंत्र प्रवेश के चलते पूर्ण प्रतियोगिता वाली फर्म उस बिंदु पर उत्पादन करती है जहाँ औसत कुल लागत न्यूनतम होती है। यह फर्म का दक्षतम पैमाना होता है। इसके विपरीत एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत फर्म औसत कुल लागत वक्र के गिरते हुए भाग पर संतुलन स्थापित करके उत्पादन करती है (चित्र 4.6 में बिंदु A)। पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत दीर्घकाल में किसी भी प्रकार का क्षमता अतिरेक नहीं होता। पूर्ण प्रतियोगिता वाली फर्म के उत्पादन का दक्ष पैमाना (बिंदु E_{PC} पर Q_{PC} उत्पादन) यह इंगित करता है कि उत्पादन के पैमाने को बढ़ाकर औसत कुल लागत में और अधिक कमी नहीं की जा सकती है। इसके विपरीत एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत फर्म का दीर्घकालीन A बिंदु पर है जहाँ उत्पादन की मात्रा Q_{MC} है। यहां एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली फर्म के लिए यह संभावना विद्यमान है कि वह औसत कुल लागत में कमी करके उत्पादन की मात्रा को Q_{PC} तक बढ़ा सकती है। यह इस बात का द्योतक है कि एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत फर्म के लिए Q_{MC} Q_{PC} के बराबर क्षमता अतिरेक उपलब्ध है। अर्थात् वह अपनी स्थापित क्षमता का कम उपयोग कर पा रही है। मांग वक्र जितना ही अधिक खड़ा हुआ होगा क्षमता अतिरेक उतना ही अधिक होगा।

4.4.2 एकाधिकारिक प्रतियोगिता बनाम एकाधिकार

एकाधिकारिक प्रतियोगिता एवं एकाधिकार दोनों में ही फर्म नीचे की ओर गिरते हुए मांग वक्र का सामना करती हैं। दोनों ही प्रकार के बाजारों में फर्मों को कीमत निर्धारित करने की शक्ति प्राप्त है। लेकिन यह शक्ति एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत सीमित होती है क्योंकि फर्म को उत्पाद समूह के भीतर की अन्य फर्मों के साथ प्रतियोगिता का सामना करना पड़ता है। ये उत्पाद आपस में निकट स्थानापन्न होते हैं। इतना ही नहीं एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाले बाजार में फर्मों के प्रवेश करने की स्वतंत्रता से फर्म का मांग वक्र अपेक्षाकृत अधिक लोचदार होता है (चित्र 4.7 में D_{MC}) जबकि एकाधिकारी मांग वक्र बेलोचदार होता है (D_M)। दीर्घकाल में एकाधिकार की भांति (कीमत P_M) एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली फर्म वस्तु की उत्पादन लागत से अधिक कीमत (P_{MC}) वसूलती है जिसके परिणामस्वरूप विशुद्ध हानि (Dead Weight Loss) होती है। लागत और कीमत में अंतर कितना होगा यह वस्तु की कीमत लोच पर निर्भर करता है। मांग की कीमत लोच यदि अधिक है तो लागत-कीमत अंतर कम होगा और विशुद्ध हानि भी कम

होगी। मांग की कीमत लोच कम होने (बेलोचदार होने पर) लागत-कीमत अंतर अधिक हो जाने से विशुद्ध हानि बढ़ जाएगी। पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत मांग की कीमत लोच अनंत (पूर्ण लोचदार) होने से लागत-कीमत अंतर और विशुद्ध हानि शून्य होती है। जबकि एकाधिकार के अंतर्गत मांग की कीमत लोच एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत मांग की कीमत लोच अपेक्षाकृत अधिक होने से विशुद्ध हानि भी अपेक्षाकृत कम होती है (चित्र 4.7 में छायादार क्षेत्रफल $ABC < \text{क्षेत्रफल } DEF$)।

एकाधिकारिक प्रतियोगिता का नियामक निहितार्थ स्पष्ट नहीं है। जब कि फर्म i के पास बाज़ार शक्ति (अधिसामान्य लाभ प्राप्त करने की क्षमता) होती है तो इसे प्रतियोगी होने के लिए बाध्य करना औचित्यपूर्ण होता है। हालांकि, जब फर्म i एकाधिकारिक प्रतियोगी फर्म होती है तो सरकार के पास कुछ भी करने का क्षेत्र बहुत सीमित होता है क्योंकि यह दीर्घकाल में मात्र सामान्य लाभ ही प्राप्त करेगी। तथापि, उपभोक्ता को इस बात से सचेत रहना होगा कि बाज़ार में विद्यमान कुछ फर्म अन्य फर्मों को बाज़ार छोड़ने के लिए बाध्य कर सकती हैं जिससे प्रतियोगिता कम हो सके अथवा बाज़ार में आने वाली अन्य फर्मों की प्रविष्टि को बाधित कर सकती हैं।



चित्र 4.7

उदाहरण 1

किसी एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली फर्म का मांग वक्र निम्नलिखित प्रकार है :

$$P = 185 - 15q$$

जहाँ P और Q क्रमशः वस्तु की कीमत एवं उत्पादित मात्रा है। सीमांत लागत स्थिर तथा $MC = 5$ मानते हुए विशुद्ध हानि ज्ञात कीजिए।

हल :

मांग वक्र, $P = 185 - 15q$

कुल आगम (TR) = $P \times q = 185q - 15q^2$

सीमांत आगम (MR) = $\frac{dTR}{dq} = 185 - 30q$

संतुलन की अवस्था में $MR = MC$

$$\Rightarrow 185 - 30q = 5 \quad (\because MC = 5, \text{ दिया है})$$

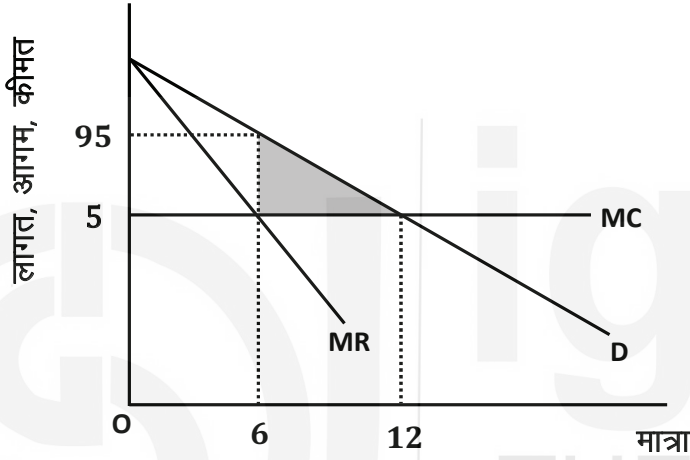
इससे हमें प्राप्त हुई संतुलन मात्रा $q^* = 6$

संतुलन कीमत $p^* = 185 - 15 \times 6 = 95$

विशुद्ध हानि (चित्र 4.8 में छायादार क्षेत्रफल)

$$\begin{aligned} &= \frac{1}{2} \times \text{आधार} \times \text{ऊँचाई} \\ &= \frac{1}{2} \times (12 - 6) \times (95 - 5) \\ &= \frac{1}{2} \times 6 \times 90 = 270 \end{aligned}$$

12 पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत उत्पादित मात्रा है जो $P = MC \Rightarrow 185 - 15q = 5 \Rightarrow q = 12$ से ज्ञात की गयी है।



चित्र 4.8

उदाहरण 2

एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत एक फर्म का लागत फलन $TC = 256 + 4q^2 + 150q$ है तथा फर्म 5 इकाइयों का उत्पादन करती है जहाँ q फर्म की उत्पादित मात्रा है।

क) फर्म के उत्पादन का दक्ष स्तर क्या है?

ख) आपके विचार से क्या फर्म दक्ष बिंदु पर उत्पादन कर रही है?

हल

(क) फर्म की कुल लागत $TC = 256 + 4q^2 + 150q$

फर्म की औसत कुल लागत $ATC = \frac{TC}{q} \Rightarrow ATC = \frac{256}{q} + 4q + 150$

उत्पादन का दक्ष स्तर वह होता है जहाँ ATC न्यूनतम होता है। $ATC \frac{dATC}{dq} = 0$ के स्तर पर न्यूनतम होता है।

$$\Rightarrow -\frac{256}{q^2} + 4 = 0$$

$$\Rightarrow q = 8$$

दक्ष उत्पादन स्तर पर फर्म को 8 इकाइयों का उत्पादन करना चाहिए।

- ख) यदि फर्म 5 इकाइयों का उत्पादन कर रही है तो वह उत्पादन का दक्ष बिंदु नहीं है क्योंकि दक्ष बिंदु पर 8 इकाइयों का उत्पादन होना चाहिए, फर्म के पास क्षमता अतिरेक $\Rightarrow 8 - 5 = 3$ की स्थिति है।

बोध प्रश्न 3

- 1) एकाधिकारिक प्रतियोगिता की दक्षता की तुलना पूर्ण प्रतियोगिता की दक्षता से कीजिए।

.....
.....
.....
.....
.....

- 2) एकाधिकारिक प्रतियोगिता एवं एकाधिकार के अंतर्गत क्षेम में हुई हानि में अंतर बताइए।

.....
.....
.....
.....
.....

- 3) निम्नलिखित कथनों में सत्य/असत्य बताइए –

क) एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत फर्म न्यूनतम औसत इकाई लागत पर उत्पादन करती है।

ख) एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाले बाज़ार की तुलना में एकाधिकार के अंतर्गत विशुद्ध हानि अधिक होती है।

ग) औसत लागत वक्र का न्यूनतम बिंदु दक्ष उत्पादन बिंदु होता है।

घ) पूर्ण प्रतियोगिता वाले बाज़ार में विशुद्ध हानि सर्वाधिक होती है।

- 4) एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाले बाज़ार में किसी फर्म का मांग वक्र $P = a - bq$ है जहाँ p एवं q क्रमशः प्रति इकाई कीमत तथा उत्पादित मात्रा है। फर्म की सीमांत लागत स्थिर है और c है। विशुद्ध हानि ज्ञात कीजिए। चित्र भी बनाइए।

.....
.....
.....
.....
.....

- 5) एकाधिकारिक उपयोगिता के अंतर्गत किसी फर्म का संतुलन उत्पादन 25 इकाइयाँ है। फर्म का कुल लागत फलन $TC = 0.25q^2 - 10q + 400$ है। जहाँ q फर्म का कुल उत्पादन है। हम यह मानकर चलते हैं कि विभेदीकृत बाज़ार में फर्म की उत्पादन लागत में स्थिर लागत भी शामिल है। क्या आप समझते हैं कि फर्म का संतुलन उत्पादन स्तर दक्ष है? अपने उत्तर का औचित्य बताइए। फर्म का दक्ष उत्पादन स्तर क्या है? उत्पादन में कमी के रूप में फर्म के क्षमता अतिरेक को भी ज्ञात कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

4.5 गैर-कीमत प्रतियोगिता : विज्ञापन

एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत फर्म अपनी ब्रांड समर्पणता को सृजित करने तथा बनाए रखने के लिए कीमत और गैर-कीमत प्रतियोगिता दोनों को ही अपनाती हैं। गैर-कीमत प्रतियोगिता के रूप में फर्म बिक्री-पश्च सेवाएं, विस्तारित वारंटी, ऑन-साइट सेवा, 24x7 हेल्पलाइन, घरों पर ही सामान पहुंचाने आदि को शामिल किया जाता है। विभेदीकृत वस्तुओं के लिए नई मांग सृजित करने तथा मांग के स्तर को बनाए रखने के लिए, इनमें से किसी एक या एक से अधिक उपाय को प्रयुक्त किया जाता है। इन उपायों को अपनाने पर आने वाली लागत को बिक्री लागतें कहते हैं। पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत कोई भी फर्म बिक्री लागतों के लिए कोई प्रावधान नहीं करती क्योंकि पूर्ण प्रतियोगी बाज़ार के अंतर्गत फर्म को जो कीमत प्राप्त होती है उससे बिक्री लागत की भरपाई नहीं हो पाती। उत्पादन लागत में कोई भी वृद्धि की मांग में कमी हो जाने से बाज़ार में फर्म का हिस्सा घट जाएगा। इसी प्रकार एकाधिकारी फर्म बिक्री लागतें भी शून्य होती हैं क्योंकि बाज़ार में केवल एक ही फर्म होने से संपूर्ण आपूर्ति पर फर्म का एकाधिकार होता है। एकाधिकार के अंतर्गत बाज़ार में नई फर्म के प्रवेश में प्रभावकारी बाधाएं होती हैं।

एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत बाज़ार में हिस्सेदारी बढ़ाना फर्म के लिए महत्वपूर्ण होता है। साथ ही फर्म द्वारा उत्पादित वस्तु की कीमत उसकी सीमांत लागत से अधिक होती है। इसलिए फर्म बिक्री बढ़ाने के लिए विभिन्न योजनाएं चलाती है। एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत विज्ञापन लागतें कुल लागत का एक बड़ा हिस्सा होती हैं। जब कोई फर्म विभेदीकृत वस्तु बेचती है तथा उसकी कीमत सीमांत लागत से ऊँची रखती है तो उत्पाद विशेष के अधिकाधिक क्रेताओं को आकर्षित करने के लिए फर्म विज्ञापन का सहारा लेती है। कुछ विज्ञापन सूचना प्रदायी होते हैं, जिनमें उत्पाद के विशिष्ट अभिलक्षणों एवं इसके उपयोगों के बारे में उपभोक्ताओं को जानकारी प्रदान की जाती है। उत्पाद के बारे में उपभोक्ताओं के बीच सूचना फैलाने के साथ-साथ विज्ञापन अपर्याप्त मांग वाले उत्पादों के लिए मांग का सृजन भी करते हैं। इस प्रकार के विज्ञापन प्रायः उपभोक्ताओं को लुभाने वाले या उन्हें उत्पाद विशेष को क्रय करने को प्रेरित वाले होते हैं ताकि उनकी रुचियों में बदलाव लाया जा सके। कभी-कभी फर्म अपने उत्पादों को निम्न कोटि को सिद्ध करने का भी प्रयास करती हैं। हमारे देश में ऐसे नकारात्मक अभियानों को चलाए जाने की अनुमति नहीं है। उत्पादों को उनकी वास्तविक गुणवत्ता या अभिलक्षणों से इतर श्रेष्ठकर बताए जाने या सिद्ध करने के लिए विज्ञापनों की, भ्रामक प्रतियोगिता के लिए, आलोचना

की जाती है। इसके विपरीत विज्ञापन के पक्ष में यह तर्क दिया जाता है कि ये बड़ी संख्या में विभिन्न प्रकार के उत्पाद उपलब्ध कराकर तथा कीमत प्रतिस्पर्धा को बढ़ाकर क्रेताओं के समक्ष बेहतर विकल्प प्रस्तुत करते हैं। कभी-कभी विज्ञापन पर खर्च करने की फर्म की इच्छा अपने उत्पाद की गुणवत्ता के बारे में उपभोक्ताओं को जानकारी देने का संकेत भी होती है। एक ऐसा उत्पाद जिसके बारे में बार-बार विज्ञापन किया जाता है, उसे उच्च गुणवत्ता युक्त उत्पाद माना जाता है। इतना ही नहीं जब कोई फर्म विज्ञापन के द्वारा अपने उत्पाद को एक मज़बूत ब्रांड के रूप में स्थापित करने में सफल हो जाती है, उपभोक्ताओं के बीच अन्य ब्रांडों से ऐसे अंतरों को स्थापित करने में भी सफल हो जाती है जो कि वास्तव में पाए ही नहीं जाते। बस उपभोक्ता यह सोचने भर लगते हैं कि जो ब्रांड के खरीद रहे हैं वह अन्यो से श्रेष्ठ है जबकि वास्तव में ऐसा होता नहीं है। इससे कभी-कभी फर्म को अपना उत्पाद उच्च गुणवत्ता युक्त बनाए रखने के लिए प्रोत्साहन मिलता है। कभी-कभी विज्ञापनों से प्रभावित होकर कुछ उपभोक्ता कतिपय ब्रांड के प्रति निष्ठावान हो जाते हैं। लेकिन यह निष्ठा प्रतिद्वंद्वी ब्रांडों की कीमतों के सापेक्ष होती है।

उपभोक्ता किसी ब्रांड के प्रति उसी अवस्था तक निष्ठावान रहते हैं जब तक कि उसकी कीमत और उसी प्रकार के अन्य ब्रांडों की कीमतों के बीच अंतर एक सीमा तक रहता है। कीमतों में जब यह अंतर एक सीमा से अधिक हो जाता है तो उपभोक्ता की ब्रांड विशेष के प्रति निष्ठा अपेक्षाकृत नीची कीमत वाले अन्य ब्रांडों के प्रति विवर्तित हो जाती है। विज्ञापन का प्रारंभिक उद्देश्य एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत फर्मों के मिलते-जुलते (लेकिन एक जैसे नहीं) उत्पादों के प्रति ग्राहकों के बीच निष्ठा सृजित करना है। इसी के चलते एकाधिकारिक उपयोगिता वाली फर्म द्वारा सामना किया जाने वाला मांग वक्र दायीं ओर को विवर्तित हो जाता है और अपेक्षाकृत अधिक लोचदार हो जाता है। विज्ञापन के कारण उत्पादन लागत में वृद्धि हो जाती है जिससे औसत कुल लागत वक्र ऊपर उठ जाता है।

बोध प्रश्न 4

1) एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत विक्रय लागतें, कुल लागत का महत्त्वपूर्ण घटक है। समझाइए।

.....
.....
.....
.....
.....

2) एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली फर्मों के बीच गैर-कीमत प्रतियोगिता का कतिपय उदाहरण दीजिए।

.....
.....
.....
.....
.....

4.6 सार-संक्षेप

इस इकाई में हमने एकाधिकारी प्रतियोगिता बाज़ारी संरचना की विवेचना की। इस प्रकार के बाज़ार में निकट स्थानापन्नों के साथ विभेदीकृत वस्तु के बड़ी संख्या में क्रेता और विक्रेता होते हैं। बाज़ार में फर्मों के प्रवेश करने अथवा बाज़ार से बाहर जाने पर कोई प्रतिबंध नहीं होता। इस प्रकार की बाज़ारी संरचना में एकाधिकार और पूर्ण प्रतियोगिता दोनों के ही अभिलक्षण पाए जाते हैं। एकाधिकारी की भांति इसके अंतर्गत भी फर्म नीचे की ओर गिरते हुए मांग वक्र का सामना करती हैं तथा लाभ अधिकतमीकरण के लिए दोनों ही दशाओं, (i) $MR = MC$ तथा (ii) $MC > MR$ वक्र को नीचे से काटे, को पूरा करती हैं। बाज़ार कीमत सीमांत लागत से अधिक होती है। बाद का यह लक्षण दीर्घकालीन संतुलन का भी अभिलक्षण है। एकाधिकार की भांति इस प्रकार के बाज़ार में भी कुल भार उत्पन्न होता है। दूसरे शब्दों में, फर्म अपनी स्थापित उत्पादन क्षमता से कम क्षमता पर उत्पादन करती है। पूर्ण प्रतियोगिता की भांति इस बाज़ार में भी फर्मों के प्रवेश अथवा बाज़ार से बाहर निकलने पर कोई प्रतिबंध नहीं होता। इसी के चलते फर्मों को दीर्घकाल में केवल सामान्य लाभ ही प्राप्त होता है। हमने आबंटनात्मक एवं उत्पादन अदक्षता दोनों ही रूपों में एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत सामाजिक लागतों की भी विवेचना की। एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत फर्म आबंटनात्मक रूप से अदक्ष होती है क्योंकि संतुलनावस्था में कीमत सीमांत लागत से अधिक होती है। उत्पादक के रूप में भी फर्म दक्ष नहीं होती क्योंकि फर्म औसत कुल लागत वक्र के सबसे निचले बिंदु पर उत्पादन नहीं कर पाती। एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत फर्म कीमत एवं गैर-कीमत दोनों ही प्रकार की प्रतियोगिताओं का सामना करती है। एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत विभेदीकृत उत्पादों जो एक-दूसरे के निकट स्थानापन्न तो होते हैं। लेकिन एक जैसे नहीं होते, के लिए मांग की सृजन तथा वृद्धि के महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। सामान्यतया उपभोक्ता किसी एक ब्रांड विशेष के प्रति निष्ठावान होते हैं। इस निष्ठा का निर्धारक तत्व प्रतिस्पर्धी ब्रांडों के बीच कीमत अंतर होता है। एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत विज्ञापन के रूप में विक्रय लागतें अधिक हो जाने के परिणामस्वरूप फर्म का मांग वक्र दायीं ओर को विवर्तित होकर अपेक्षाकृत अधिक लोचदार हो जाता है।

4.7 संदर्भ ग्रंथादि

Kutsoyiannis, A. (2005). *Modern Microeconomics*, 2nd edition, International edition, (Macmillan Press Ltd. London), pp. 202-214.

Browning and Browning (1994). *Microeconomic Theory and Applications*, (New Delhi, Kalyani Publishers, 2nd edition), pp.399-407.

Pindyck and Rubinfeld, *Microeconomics*, (New York, Macmillan Publishing Company, 1989), pp. 421-426.

Mankiw, N. G. (2012). *Principles of Economics*, (New Delhi, Cengage Learning), pp. 329-348.

4.8 बोध प्रश्नों के उत्तर अथवा संकेत

बोध प्रश्न 1

1) भाग 4.2 देखें और उत्तर दें।

- 2) नहीं, निकट स्थानापन्नों की मौजूदगी तथा बाज़ार में फर्मों के प्रवेश करने तथा बाहर निकलने की स्वतंत्रता सीमांत लागत से पूर्व कीमत में वृद्धि किए जाने की फर्म की शक्ति पर नियंत्रण लगाती है।
- 3) भाग 4.2 देखें और उत्तर दें।

बोध प्रश्न 2

- 1) पहले से कार्यरत फर्म का मांग वक्र बायीं ओर को विवर्तित हो जाएगा।
- 2)क) एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत कोई अपना लाभ उस स्तर पर अधिकतम करती है जहाँ $MR = MC$ तथा MC वक्र MR वक्र को नीचे से काटे।
 ख) एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत अल्पकाल में कोई फर्म यदि आर्थिक लाभ अर्जित कर रही है तो इससे आकर्षित होकर नई फर्मों के प्रवेश करने पर दीर्घकाल में यह लाभ समाप्त हो जाएगा। चित्र की सहायता से उपभाग 4.2.2 के अनुसार उत्तर दें।
- 3)क) दीर्घकाल में एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत फर्मों के प्रवेश करने अथवा बाहर निकलने की स्वतंत्रता से फर्म सामान्य लाभ या शून्य लाभ अर्जित करती है जबकि एकाधिकार के अंतर्गत नई फर्मों का प्रवेश नहीं हो पाता इसलिए बाज़ार पर एकाधिकारी फर्म का पूर्ण अधिकार होने से फर्म असामान्य लाभ या धनात्मक आर्थिक लाभ अर्जित करती है। एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली फर्म एकाधिकारी फर्म की तुलना में अपेक्षाकृत अधिक लोचदार मांग वक्र का सामना करती है। इसी के चलते एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत फर्म द्वारा वसूल की जाने वाली कीमत एकाधिकारी फर्म द्वारा वसूल की जाने वाली कीमत से कम होती है और परिणामस्वरूप एकाधिकारिक प्रतियोगिता वाली फर्म द्वारा आपूर्ति मात्रा एकाधिकारी द्वारा आपूर्ति मात्रा से अधिक होती है।
 ख) लगभग एक-दूसरे से मिलते-जुलते विभेदीकृत उत्पादों की मौजूदगी तथा उद्योग में फर्मों के स्वतंत्र प्रवेश तथा बहिर्गमन के कारण।
- 4) (क) सत्य; (ख) असत्य; (ग) असत्य; (घ) असत्य; (ङ) असत्य; (च) असत्य

बोध प्रश्न 3

- 1) उपभाग 4.4.1 देखें और उत्तर दें।
- 2) उपभाग 4.4.2 देखें और उत्तर दें।
- 3) (क) असत्य; (ख) सत्य; (ग) सत्य; (घ) असत्य

$$4) \text{DWL} = \frac{(a-c)^2}{8b}$$

हल : दिया है वक्र $P = a - bq$

फर्म का कुल आगम (TR) = $P \times q = aq - bq^2$

$$\therefore MR = \frac{dTR}{dq} = a - 2bq$$

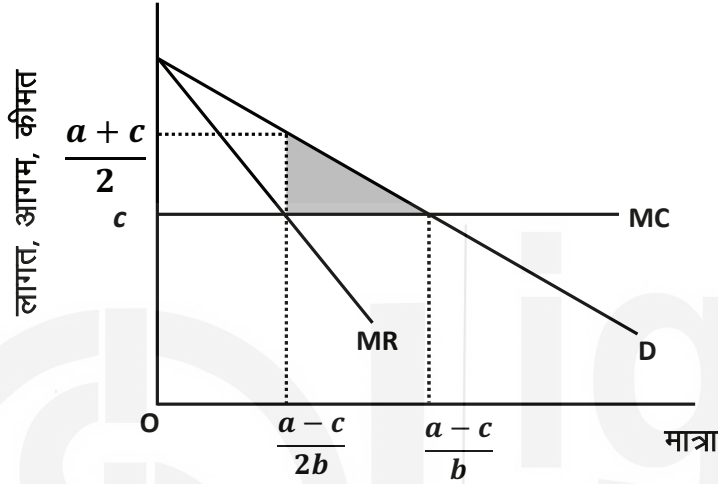
$$\therefore MR = MC \Rightarrow a - 2bq = c \text{ (क्योंकि } MC = C \text{ दिया हुआ है)}$$

इस प्रकार संतुलन मात्रा $q^* = \frac{a-c}{2b}$ इसे मांग फलन में रखने पर संतुलन कीमत

$$p^* = \frac{a+c}{2}$$

विशुद्ध हानि चित्र 4.9 में दर्शाए गए छायादार क्षेत्रफल के बराबर है।

$$\begin{aligned} &\Rightarrow \frac{1}{2} \times \text{आधार} \times \text{ऊँचाई} \\ &\Rightarrow \frac{1}{2} \times \frac{a-c}{2b} - \frac{a-c}{2} \times \frac{a+c}{2} - c \\ &\Rightarrow \frac{1}{2} \times \frac{a-c}{2b} \times \frac{a-c}{2} = \frac{(a-c)^2}{8b} \end{aligned}$$



चित्र 4.9

5) नहीं, फर्म का संतुलन उत्पादन दक्ष नहीं है

दक्ष उत्पादन = 40 इकाइयाँ

क्षमता अतिरेक = 15 इकाइयाँ

हल : दिया है $TC = 0.25q^2 - 10q + 400$

औसत कुल लागत $ATC = \frac{TC}{q} \Rightarrow ATC = 0.25q - 10 + \frac{400}{q}$

दक्ष उत्पादन उस बिंदु पर होता है जहाँ औसत कुल लागत न्यूनतम होती है।

ऐसा वहाँ होगा जहाँ $\frac{dATC}{dq} = 0$

अर्थात्

$$\frac{dATC}{dq} = 0 \Rightarrow 0.25 - \frac{400}{q^2} = 0$$

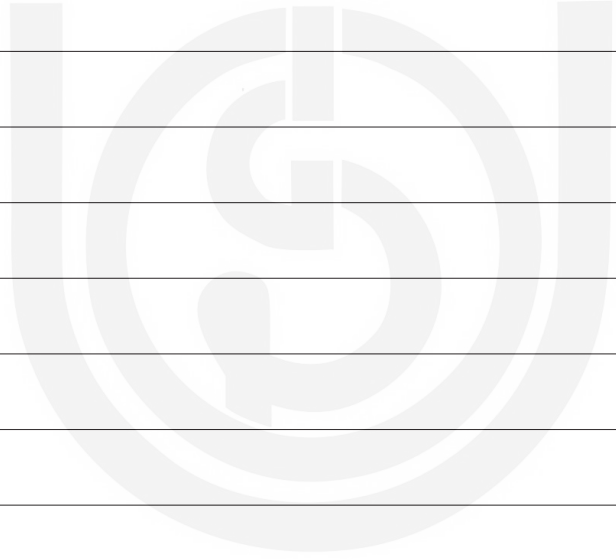
$$\Rightarrow q = 40$$

क्षमता अतिरेक = दक्ष उत्पादन स्तर - फर्म का संतुलन उत्पादन स्तर

$$= 40 - 25 = 15$$

बोध प्रश्न 4

- 1) भाग 4.5 देखें और उत्तर दें।
- 2) भाग 4.5 देखें और उत्तर दें।



ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY