यूनिट 3 : विभिन्न बाजार प्रारूपों में मूल्य-उत्पादन निर्धारण
(Unit 3 : Price-Output Determination Under Different Market Forms)

सीखने के परिणाम (Learning Outcomes)

इस अध्याय के अन्त में आप निम्न में समर्थ होंगे :

- विभिन्न बाजार स्वरूपों के लक्षणों का वर्णन यथा पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा, एकाधिकार, एकाधिकारात्मक प्रतिस्पर्द्धा तथा सीमित एकाधिकार (oligopoly) तथा उनके बीच मुख्य उत्तरों को समझना।
- समझना कि कैसे साम्य मूल्य तथा उत्पादन की मात्रा विभिन्न बाजारों में अल्पकाल में तथा दीर्घकाल में निर्धारित की जाती है।
- विवेचन करना कि बाजारों में दीर्घकाल में क्या कुछ होता है जहाँ फर्म या तो हानि उठा रही हो या आर्थिक लाभ कमा रही हो।
- प्रत्येक बाजार स्वरूप के कल्याणकारी प्रभावों के उदाहरण देना।

प्रत्येक समय अवधि में विनिमय की गई मात्रा तथा वस्तु का मूल्य बाजार के माँग तथा पूर्ति फलन पर निर्भर करता है तथा बाजार संरचना की भी भूमिका रहती है। बाजार संरचना उस तरीके का वर्णन करती है जिससे विक्रेता तथा क्रेता साम्य मूल्य तथा मात्रा को निर्धारित करने के लिए अन्त: सम्पर्क करते हैं। बाजार संरचना के विभिन्न स्वरूपों की विद्यमानता फर्मों के माँग तथा आगम कार्यों में अन्तरों की ओर ले जाती है। बाजार संरचना बहुधा अपने उत्पाद के मूल्य तय करने की फर्म की शक्ति का निर्धारण करती है। लाभ अधिकतम करने वाले मूल्य का स्तर प्रतिस्पर्द्धा की प्रकृति में अन्तरों के कारण बाजार के विभिन्न प्रकारों में सामान्यत: भिन्न-भिन्न होता है। इस तरह से, एक फर्म को अपने साम्य मूल्य तथा उत्पादन के निर्धारण से पूर्व बाजार की प्रकृति पर गहन निगरानी रखनी होती है। इस यूनिट में, हम चार सर्वाधिक महत्वपूर्ण बाजार संरचनाओं की प्रकृति का वर्णन करेंगे **यथा** पूर्ण प्रतियोगिता, एकाधिकार, एकाधिकारी प्रतियोगिता तथा अल्पाधिकार तथा किस प्रकार ये बाजार संरचनाएँ अल्पकालीन तथा दीर्घकालीन साम्य मूल्य तथा मात्रा का निर्धारण करने के लिए परिचालन करती हैं। हम अपनी समीक्षा पूर्ण प्रतियोगिता से प्रारम्भ करेंगे।

3.0 पूर्ण प्रतियोगिता (PERFECT COMPETITION)

3.0.0 विशेषताएँ (Features)

मान लीजिए आप सब्जी बाजार जाते हैं तथा दुकानदार से आलू के भाव पूछते हैं। वह कहता है कि आलू 5 रु. किलो है। इसी प्रकार से आप अनेक दुकानदारों से भाव पूछते हैं तथा आपको सही उत्तर मिलता है। आप क्या नोट करते हैं? आप निम्न तथ्यों को नोट करते हैं–

(*i*) बाजार में आलू के अनेक क्रेता तथा विक्रेता मौजूद हैं।

(*ii*) सभी दुकानदार आलू 20 रु. किलो बेच रहे हैं।

(*iii*) उत्पाद समानता अर्थात् सभी विक्रेता इस दृष्टि से लगभग समान गुणवत्ता के आलू बेच रहे हैं कि आप आलू देखने मात्र से यह निर्णय नहीं कर सकते हैं कि किन-किन खेतों से वे आलू आये हैं। इस प्रकार के बाजार को पूर्ण प्रतियोगी बाजार से जाना जाता है।

© The Institute of Chartered Accountants of India

सामान्य रूप से पूर्ण प्रतियोगी बाजार की निम्न विशेषताएँ होती हैं :

(i) बड़ी संख्या में क्रेता तथा विक्रेता होते हैं जो आपस में प्रतिस्पर्द्धा करते हैं संख्या इतनी बड़ी होती है कि कुल पूर्ति में प्रत्येक विक्रेता का भाग तथा कुल माँग में प्रत्येक क्रेता का भाग इतना छोटा होता है कि कोई भी क्रेता या विक्रेता इस स्थिति में नहीं होता कि बाजार में मूल्य, माँग तथा पूर्ति को प्रभावित कर सके।

(ii) सभी फर्मों द्वारा सप्लाई किये गये उत्पाद सभी दृष्टियों से समान या समरूप से होते हैं ताकि वे पूर्ण प्रतिस्थापन कर सकें। अत: सभी मालों को एक ही बाजार मूल्य पर बेचा जाना चाहिये। कोई भी फर्म अपने सम्पूर्ण या अधिकांश व्यवसाय को खोये बिना अन्य फर्मों द्वारा वसूल किये गये मूल्य से ऊपर अपने उत्पाद का मूल्य नहीं बढ़ा सकती है। क्रेताओं के पास भी विभिन्न विक्रेताओं में से तथा विक्रय करने के लिए प्रस्तावित वस्तु की विभिन्न इकाइयों के बीच कोई प्राथमिकता नहीं होती; साथ ही, विक्रेता भी इस बात के प्रति एकदम उदासीन रहते हैं कि किसको माल बेचा जाता है। उदाहरण के लिए, अधिकांश कृषि उत्पाद, कुकिंग गैस, तथा कच्चे माल जैसे ताँबा, लोहा, कपास तथा शीट स्टील, आदि उचित रूप से समान ही होते हैं। साथ ही, सभी उपभोक्ताओं को प्रतिस्पर्द्धी मूल्यों के बारे में पूरी सूचना होती है।

(iii) प्रत्येक फर्म बाजार में प्रवेश करने या बाजार छोड़ने के लिए पूरी तरह स्वतंत्र होती है। प्रवेश के प्रति कोई भी वैधानिक या बाजार-सम्बद्ध बाधाएँ नहीं होतीं तथा साथ ही ऐसी कोई विशेष लागतें नहीं होतीं जो नई फर्म को उद्योग में प्रवेश पाने के लिए या उत्पादन के लिए कुछ भी कठिन बना सके, यदि इसको लाभ के अवसर नजर आते हैं या बाहर निकल सकें यदि यह लाभ नहीं कमा सकती है।

यदि उपरोक्त तीनों शर्तों को पूरा कर दिया जाता है तो ऐसे एक बाजार को पूर्ण प्रतियोगी कहा जाता है। पूर्ण प्रतियोगिता का आवश्यक लक्षण एकाधिकार के तत्व की अनुपस्थिति होता है। परिणामस्वरूप, एकाधिकारी प्रकृति के व्यावसायिक संयोजन संभव नहीं होते। उपरोक्त पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा के तीनों के अतिरिक्त, पूर्ण प्रतियोगिता के साथ कुछ और शर्तें भी जुड़ी हैं, ये हैं–

(iv) क्रेता तथा विक्रेता दोनों को बाजार की परिस्थितियों की पूरी जानकारी होती है। क्रेता तथा विक्रेता दोनों को खरीदने या बेचने के लिए अपने निर्णयों के प्रति संगत सभी सूचनाएँ होती हैं जैसे बाजार में स्टॉक की मात्रा, उत्पादों की प्रकृति तथा वह मूल्य जिस पर क्रय तथा विक्रय के लेनदेनों को अंजाम दिया जा रहा है।

(v) पूर्णत: प्रतिस्पर्द्धी बाजार की बहुत ही कम संव्यवहार लागत होती हैं। क्रेता तथा विक्रेता दोनों को एक दूसरे की ढूँढ़ने में तथा लेनदेन करने में बहुत समय या रकम खर्च नहीं करने पड़ते।

(vi) पूर्ण प्रतियोगिता में, सभी फर्में व्यक्तिगत तौर पर मूल्य लेने वाली होती हैं (price taken)। फर्मों की कुल माँग तथा कुल आपूर्ति की बाजार शक्तियों द्वारा निर्धारित मूल्य स्वीकार करना पड़ता है। मूल्य ग्रहण (price taking) करने की मान्यता उपभोक्ताओं पर भी लागू होती है। जब पूर्ण ज्ञान तथा पूर्ण गतिशीलता होती है तो यदि कोई विक्रेता दूसरों द्वारा वसूल किये जा रहे मूल्य से अधिक अपना मूल्य बढ़ाने का प्रयास करता है तो वह अपने ग्राहकों को खो देगा।

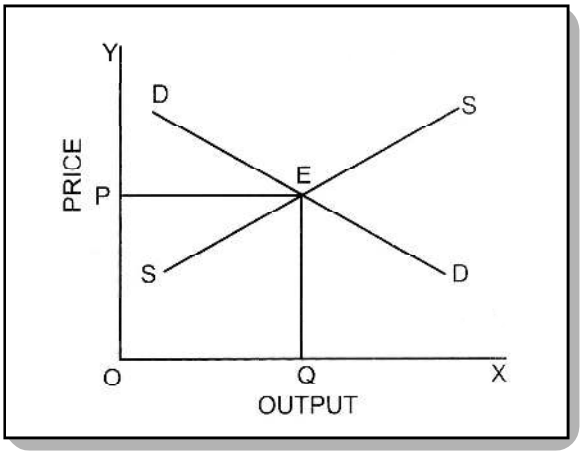
जबकि पूर्ण प्रतियोगिता के कई उदाहरण हैं इसे अनेक लोग कल्पना मानते हैं। कृषक उत्पाद, वित्तीय प्रपत्र (स्टॉक, बाण्ड, विदेशी विनिमय), मूल्यवान धातुएँ, सोना-चांदी, हीरे) व्यवहार में भी गल्ला या स्टॉक बाजार पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति तक पहुँच जाते हैं।

3.0.1 पूर्ण प्रतियोगिता के अन्तर्गत मूल्य निर्धारण (Price Determination under Perfect Competition)

उद्योग का संतुलन (Equilibrium of the Industry)–आर्थिक शब्दावली में उद्योग में बड़ी संख्या में स्वतंत्र फर्में शामिल होती हैं। उद्योग की प्रत्येक ऐसी इकाई एक समरूप उत्पाद का उत्पादन करती है ताकि विभिन्न इकाइयों द्वारा उत्पादित माल के बीच प्रतिस्पर्द्धा रहे। जब उद्योग का कुल उत्पादन कुल माँग के बराबर हो, तो हम कहते हैं कि उद्योग साम्य पर होता है, तब चल रहा मूल्य साम्य मूल्य होता है। एक फर्म को साम्य में बताया जाता है जब वह अपने लाभों को अधिकतम कर रही होती है तथा उत्पादन को बढ़ाने या कम करने का उसको कोई प्रोत्साहन नहीं होता।

© The Institute of Chartered Accountants of India

जैसाकि ऊपर स्पष्ट किया गया है कि, प्रतिस्पर्द्धी परिस्थितियों में, किसी उत्पाद हेतु संतुलन मूल्य माँग तथा पूर्ति की शक्तियों के मिलान द्वारा निर्धारित किया जाता है जैसाकि चित्र 14 में दिखाया गया है।

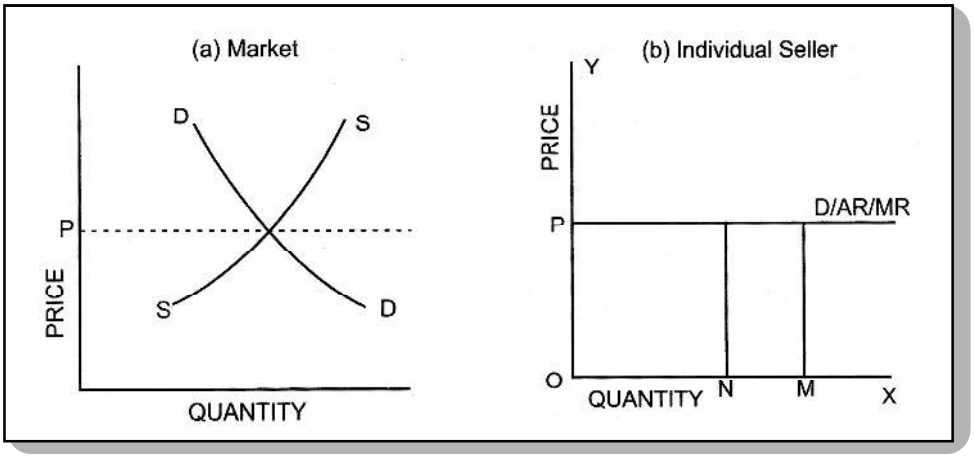


चित्र 14 : प्रतियोगी उद्योग का साम्य

चित्र 14 में, OP संतुलन मूल्य है, तथा OQ वह संतुलन मात्रा है जो उस मूल्य पर बेची जायेगी। संतुलन मूल्य वह मूल्य है जिस पर माँग तथा पूर्ति दोनों समान रहते हैं इसलिए कोई भी क्रेता निराश नहीं होता अर्थात् इस मूल्य पर क्रेता माल खरीदना चाहता है तथा कोई भी विक्रेता असंतुष्ट नहीं रहता है कि वह उस मूल्य पर अपना माल नहीं बेच सकेगा। यह भी ध्यान रहे कि यदि मूल्य किसी दूसरे स्तर पर निर्धारित किये जाते हैं तो कम या अधिक माँग वही रहते हुए, बाजार में संतुलन नहीं होगा। इसी प्रकार, यदि माल की मात्राएं माँग की अपेक्षा कम या अधिक हैं तो कदापि संतुलन नहीं होगा।

फर्म का संतुलन (Equilibrium of the Firm)–फर्म संतुलन में मानी जाती है जब वह अपने लाभ को अधिकतम करती है जो उत्पादन फर्म को अधिकतम लाभ देता है, संतुलन उत्पादन कहलाता है। संतुलन की स्थिति में फर्म को अपने उत्पादन को घटाने या बढ़ाने का कोई प्रोत्साहन नहीं मिलता।

प्रतिस्पर्द्धी बाजार में फर्में मूल्य ग्रहण करती हैं। इसका कारण यह है कि बाजार में बड़ी संख्या में ऐसी फर्में होती हैं जो एक-सा या समरूप उत्पाद तैयार करती हैं। इसी कारण ये फर्में अपनी व्यक्तिगत क्षमताओं में मूल्य को प्रभावित नहीं कर सकतीं। उनको सम्पूर्ण उद्योग द्वारा निर्धारित किये गये मूल्य (कुल माँग तथा कुल आपूर्ति के साम्य द्वारा) को स्वीकार करना पड़ता है।



चित्र 15 : पूर्ण प्रतियोगिता में फर्म का मांग वक्र

© The Institute of Chartered Accountants of India

OP बाजार मूल्य उद्योग की कुल माँग तथा कुल आपूर्ति के कटान द्वारा निर्धारित किया जाता है। फर्मों को दी गई इस कीमत को स्वीकार करना पड़ता है और इस प्रकार वे मूल्य निर्माता की अपेक्षा मूल्य ग्रहणकर्ता होती हैं। वे स्वयं मूल्य OP को बढ़ा नहीं सकतीं क्योंकि उनको अन्य फर्मों के हाथों अपने ग्राहक समाप्त होने का भय रहता है। वे अपने उत्पाद को OP से नीचे भी बेचने का प्रयास नहीं करतीं क्योंकि उनको मूल्य नीचे रखने का कोई प्रोत्साहन नहीं मिलता। वे OP मूल्य पर उतना माल बेचने का प्रयास करती हैं, जितना वे बेच सकती हैं।

इस तरह, P-line फर्म के लिए माँग वक्र का काम करती है। क्योंकि यह एक मूल्य लेने वाला (price taker) है अतः एक व्यक्तिगत प्रतियोगी फर्म का सामना कर रहा माँग वक्र D उद्योग द्वारा निर्धारित बाजार मूल्य के स्तर पर एक क्षैतिज रेखा द्वारा दिया जाता है। दूसरे शब्दों में, प्रत्येक फर्म का माँग वक्र पूर्णतः (या अपरिमित तौर पर) लोचदार होता है। फर्म जितना अधिक या जितना कम बेचना चाहता है उतना बेच सकती है क्षैतिज मूल्य रेखा के साथ-साथ। चूँकि मूल्य दिया जाता है अतः एक प्रतियोगी फर्म को बाजार मूल्य के साथ अपने उत्पादन का समायोजन करना होता है ताकि यह अधिकतम लाभ कमाये। हम अपने उदाहरण को आगे जारी रखते हैं जिसमें माँग तथा आपूर्ति तालिकाएँ, उद्योग के लिए, निम्नलिखित हैं–

तालिका 4 : उद्योग के लिए संतुलन मूल्य

मूल्य (रु.)	माँग (इकाइयाँ)	आपूर्ति (इकाइयाँ)
1	60	5
2	35	35
3	20	45
4	15	55
5	10	65

उद्योग के लिए संतुलन मूल्य माँग एवं पूर्ति के अन्तर्मिलन द्वारा 2 रु. प्रति इकाई आता है। व्यक्तिगत फर्में 2 रु. प्रति इकाई मूल्य के रूप में स्वीकार करेंगी तथा मूल्य विभिन्न मात्राओं की बिक्री करेंगी। हम फर्म '*X*' का उदाहरण लेते हैं। फर्म X की बिक्री मात्रा, कुल आगम, औसत आगम तथा सीमान्त आगम सारणी 4 में दिये गए हैं :

तालिका 5 : प्रतिस्पर्द्धी फर्म के लिए आगम की प्रवृत्तियाँ

मूल्य (रु.)	बेची गई मात्रा	कुल आगम	औसत आगम	सीमांत आगम
2	8	16	2	2
2	9	18	2	2
2	10	20	2	2
2	11	22	2	2
2	12	24	2	2

फर्म X का मूल्य, औसत आगम तथा सीमान्त आगम ₹ 2 के बराबर हैं। अतः हम देखते हैं कि पूर्णतः प्रतिस्पर्द्धी बाजार में एक मूल्य लेने वाली फर्म के औसत आगम, सीमान्त आगम तथा मूल्य समान होते हैं। फलस्वरूप, जब फर्म एक अतिरिक्त इकाई बेचती हैं तो उसका कुल आगम उसके मूल्य के बराबर राशि से बढ़ता है।

AR = MR = Price

फर्म के संतुलन हेतु शर्तें (Conditions for equilibrium of a firm)**:** जैसा कि पहले स्पष्ट किया जा चुका है, एक फर्म को, संतुलन स्थिति प्राप्त करने के लिए, निम्न दो शर्तें पूरी करनी होती हैं :

© The Institute of Chartered Accountants of India

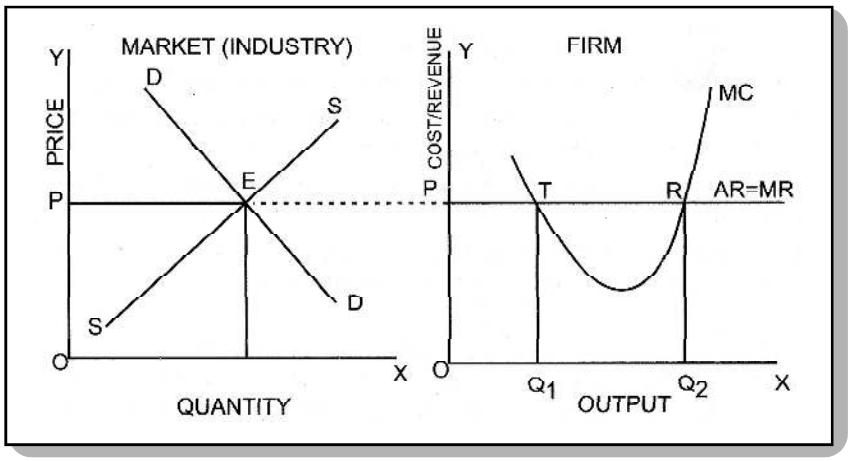
(*i*) सीमान्त आगम सीमान्त लागत के बराबर होनी चाहिये अर्थात् $MR = MC$। यदि MR बड़ा है MC से, तो फर्म को अपना उत्पादन आगे बढ़ाने का सदैव प्रोत्साहन मिलता है और अतिरिक्त इकाइयों के विक्रय से फर्म लाभ कमाना चाहेगी। यदि MR कम है MC से तो फर्म को उत्पादन घटाना होगा, चूँकि एक अतिरिक्त इकाई आगम की अपेक्षा लागत को अधिक बढ़ायेगी। लाभ उस बिन्दु पर ही केवल अधिकतम होगा, जहाँ सीमान्त आगम सीमान्त लागत के बराबर $(MR = MC)$ है। क्योंकि एक प्रतिस्पर्द्धी फर्म का सामना कर रहा माँग वक्र क्षैतिज होता है अत: MR = P, लाभ अधिकतमीकरण के सामान्य नियम को सरल बनाया जा सकता है। एक पूर्णत: स्पर्द्धी फर्म को अपने उत्पादन का चयन करना चाहिये ताकि सीमान्त लागत मूल्य के बराबर हो।

(*ii*) MC वक्र को नीचे से MC वक्र द्वारा काटा जाना चाहिए। दूसरे शब्दों में MC का धनात्मक ढाल होना चाहिए।

एक प्रतिस्पर्द्धी फर्म द्वारा अल्पकालीन लाभ अधिकतमीकरण

(Short-run Profit Maximisation by a Competitive Firm)

हम अल्पकालीन उत्पाद निर्णय से प्रारम्भ करेंगे तथा फिर दीर्घकाल की तरफ जायेंगे। अल्पकाल में, एक फर्म पूँजी की एक निर्धारित राशि से परिचालन करती है तथा लाभों को अधिकतम करने के लिए उसको अपने परिवर्तनीय इनपुट्स के स्तरों का चयन करना चाहिये।

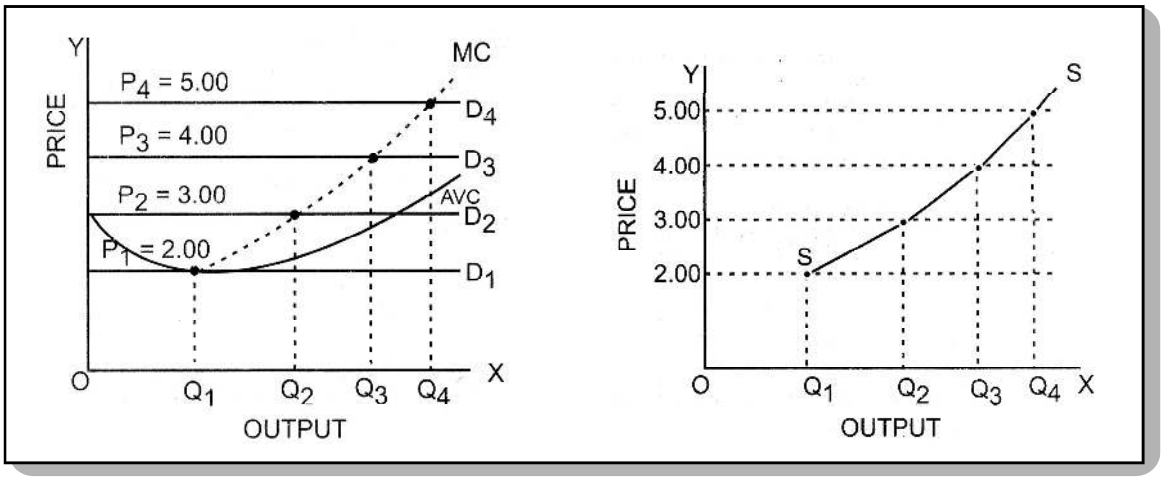


चित्र 16 : पूर्ण प्रतियोगिता में फर्म के साम्य की स्थिति

चित्र 16 में, DD तथा SS उद्योग की माँग तथा आपूर्ति वक्र हैं जो OP पर बाजार मूल्य तय करने हेतु E पर मिलते हैं। पूर्णत: प्रतिस्पर्द्धी उद्योग की फर्में दी गई OP कीमत को अपनाती हैं तथा P – रेखा को माँग (औसत आगम) वक्र के रूप में लेते हैं जो P पर पूर्णत: लोचदार है। चूँकि सभी इकाइयाँ एक ही स्तर पर मूल्यांकित की जाती हैं। अत: MR रेखा AR रेखा के बराबर क्षैतिज रेखा होती है। यहाँ ध्यान दें कि MC वक्र MR वक्र को ऋण राहत की राशि क्रमश: T तथा R दो स्थानों पर काटती है। लेकिन T पर MC ऊपर से MR को काट रही है। T संतुलन बिन्दु नहीं है क्योंकि दूसरी शर्त पूरी नहीं होती है। यदि वह T के बाहर जाती है तो फर्म को लाभ होगा, क्योंकि अतिरिक्त इकाई को तैयार करने की अतिरिक्त लागत गिर रही है। R पर MC वक्र नीचे से MR को काट रही है। अत: R संतुलन बिन्दु है OQ_2 उत्पादन का संतुलन स्तर है।

3.0.2 प्रतिस्पर्द्धी बाजार में अल्पकाल में फर्म का आपूर्ति वक्र (Short run supply curve of the firm in a competitive market)–एक पूर्णत: प्रतिस्पर्द्धी उद्योग में फर्म के MC वक्र के बारे में एक रोचक बात है कि यह फर्म का आपूर्ति वक्र बताता है। इसे निम्न उदाहरण की सहायता से दिखाया जा सकता है :

© The Institute of Chartered Accountants of India



चित्र 17 : मूल्य ग्रहण करने वाली फर्म की सीमान्त लागत एवं पूर्ति वक्र

मान लीजिए, एक उत्पाद का बाजार मूल्य 2 रु. है। इसके समकक्ष हम फर्म के लिए माँग वक्र D_1 पाते हैं। 2 रु. मूल्य पर फर्म Q_1 उत्पादन पर आपूर्ति करती है क्योंकि यहाँ MR = MC है। यदि बाजार मूल्य 3 रु. है तो आपूर्ति मात्रा Q_2 है। इसी प्रकार हम पाते हैं माँग वक्र D_3 पर D_4 तथा तदानुरूपी आपूर्तियाँ Q_3 तथा Q_4 है। फर्म का सीमान्त लागत वक्र जो उत्पादन के प्रत्येक स्तर के अनुरूप सीमान्त लागत देता है लेकिन फर्म का आपूर्ति वक्र जो विभिन्न मात्रा बताता है, जहाँ फर्म प्रत्येक मूल्य पर पूर्ति करेगी।

AVC से नीचे मूल्यों हेतु फर्म शून्य इकाइयां आपूर्ति करेंगी क्योंकि यहाँ फर्म अपनी परिवर्तनीय लागत भी पूरा नहीं कर पाती अर्थात् यहाँ AVC से ऊपर मूल्यों हेतु फर्म मूल्य तथा सीमान्त लागत के बराबर करेगी। जब AVC को पूरा करने के लिए मूल्य पर्याप्त अधिक होते हैं तो फर्म अपने उत्पादन को चालू रखने का निर्णय ले सकती है। चित्र 17 में 2 रुपये मूल्य पर फर्म का AVC पूरा हो जाता है इसलिए फर्म को उत्पादन बंद करने की आवश्यकता नहीं है। इस प्रकार पूर्ण प्रतियोगिता में फर्म का सीमान्त लागत वक्र जो औसत चल लागत (AVC) के ऊपर है, फर्म की आपूर्ति वक्र के समान आकार लेता है।

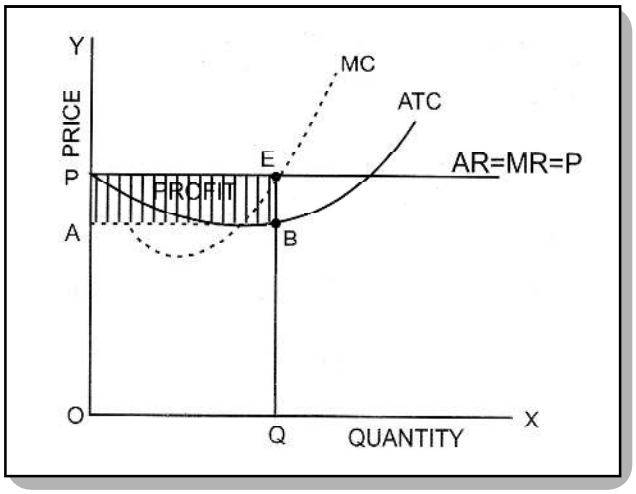
3.0.3 क्या प्रतिस्पर्द्धी फर्म लाभ कमा पाती है? (Can a Competitive firm earn profits?)

अल्प अवधि में, एक फर्म संतुलन स्थिति प्राप्त करेगी और साथ ही वह अति लाभ, सामान्य लाभ या हानियां भी कमा सकेगी जो उसकी लागत दशाओं पर निर्भर करेगा।

अति सामान्य लाभ (Supernormal Profits)–सामान्य लाभों तथा अति सामान्य लाभों के बीच अन्तर होता है। जब एक फर्म का औसत आगम उसकी औसत कुल लागत के बराबर होता है तो वह सामान्य लाभ कमाती है। यह भी उल्लेखनीय है कि इसमें अपनी प्रबन्धकीय सेवाओं के लिए साहसी हेतु लाभों का सामान्य प्रतिशत उत्पादन लागत में पहले ही शामिल हो जाता है। जब कोई फर्म अति सामान्य लाभ कमाती है तो उसकी औसत आगम उसकी औसत कुल लागत से बहुत अधिक होती है। अत: लाभ की सामान्य दर के अतिरिक्त, फर्म कुछ अतिरिक्त लाभ कमायेगी। निम्न उदाहरण से उपरोक्त अवधारणा अधिक स्पष्ट हो जायेगी।

मान लीजिए, एक फर्म द्वारा किसी उत्पाद की 1000 इकाइयां उत्पादित करने की लागत 15,000 रु. है। साहसी व्यवसाय में 50,000 रु. लगाये हुए है तथा बाजार में प्रत्याय की सामान्य दर 10 प्रतिशत है। इस प्रकार साहसी को इस व्यवसाय विशेष से 5,000 रु. (10% × 50,000 रु.) कम से कम कमाने चाहिए। उत्पादन की कुल लागत 20,000 रु. (15,000 रु. + 5,000 रु.) है। यदि फर्म उत्पाद को प्रति इकाई 20 रु. की दर से बेच रही है तो वह सामान्य लाभ कमा रही है क्योंकि AR (20 रु.)बराबर है ATC (20 रु.) यदि फर्म 22 रु. प्रति इकाई से उत्पाद बेच रही है तो उसकी AR (22 रु.) ATC (20रु.) से अधिक है और वह 2 रु. प्रति इकाई की दर से अति लाभ कमा रही है।

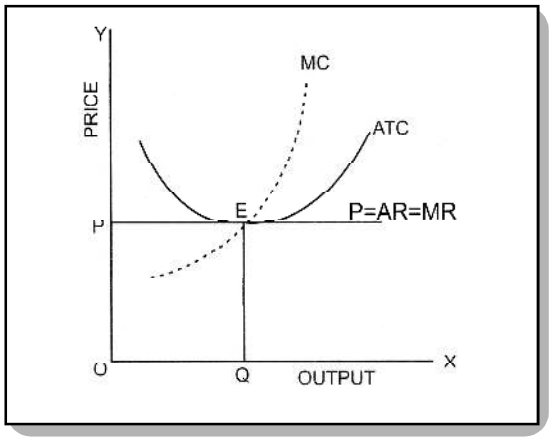
© The Institute of Chartered Accountants of India



चित्र 18 : अल्पकालीन साम्य : एक प्रतियोगी फर्म का अति-सामान्य लाभ

चित्र 18 एक फर्म के आगम तथा लागत वक्रों को प्रदर्शित करता है जो अल्पकाल में अति-असाधारण लाभ (Supernormal profits) कमाती है। MR (Marginal revenue) वक्र एक क्षैजित रेखा है तथा MC (Marginal Cost) वक्र एक U-shaped वक्र है जो E पर MR वक्र को काटता है। फर्म E बिन्दु पर साम्य में होती है जहाँ सीमान्त आगम सीमान्त लागत के बराबर होता है। OQ फर्म के लिए साम्य उत्पादन होता है। उत्पादन के स्तर पर, औसत आगम या प्रति इकाई मूल्य EQ है तथा औसत कुल लागत BQ है। फर्म का प्रति इकाई लाभ EB है (AR – ATC), कुल लाभ है ABEP, (EB × OQ; OQ = AB)। Total Profit = TR – TC सिद्धान्त को लागू करके हम OPEQ तथा OABQ के बीच अन्तर मालूम करके कुल लाभ ज्ञात करते हैं जो ABEP के बराबर है।

सामान्य लाभ (Normal Profits)–जब एक फर्म की औसत आगम औसत कुल लागत के बराबर होती है तो वह सामान्य लाभ कमाती है। यहाँ AR = ATC है।

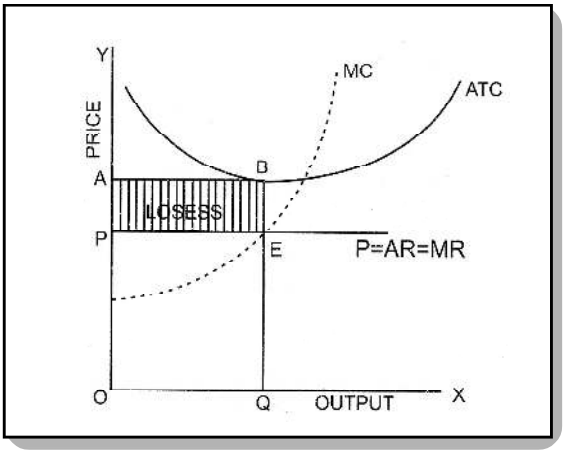


चित्र 19 : सामान्य लाभ : एक प्रतियोगी फर्म का अल्पकालीन साम्य

चित्र दर्शाता है कि MR = MC (E पर) संतुलन उत्पादन OQ है। उत्पादन के इस स्तर पर, मूल्य या AR पूर्ण लागत (ATC) को कवर करता है। चूँकि AR = ATC या OP = EQ, अतः फर्म बस सामान्य लाभ कमा रही होती है। TR – TC को लागू करके हम पाते हैं कि TR – TC = शून्य या शून्य आर्थिक लाभ होता है। चूँकि AR = ATC या OP = EQ, फर्म केवल सामान्य लाभ ही कमा रही है।

© The Institute of Chartered Accountants of India

हानियाँ (Losses)–फर्म संतुलन स्थिति में होकर भी हानियां उठा सकती है। यह वह स्थिति है जब फर्म हानियों को न्यूनतम कर रही होती है। AVC वक्र पर न्यूनतम बिन्दु के ऊपर सभी मूल्यों के लिए, फर्म खुली रहेगी तथा उत्पादन के उस स्तर पर उत्पादन करेगी जिस पर MR = MC है। जब फर्म अपनी परिवर्तनीय लागत तथा स्थिर लागत के एक भाग को पूरा करने में समर्थ होती है तो वह अल्पकाल में उत्पादन जारी रखने का प्रयास करेगी। यदि वह अपनी स्थिर लागत का एक भाग वसूल कर पाती है तो उसके लिए उत्पादन जारी रखना लाभदायक रहेगा क्योंकि स्थिर लागतें अर्थात् संयंत्र एवं मशीन तथा भवन आदि की लागतें पहले ही लगाई जा चुकी होती हैं और ऐसी स्थिति में वह उसके एक भाग को वसूल कर पायेगी। लेकिन, यदि फर्म अपनी औसत परिवर्तनशील लागत को पूरा नहीं कर पाती तो उसके लिए यही उचित होगा कि वह उत्पादन बन्द कर दे। यह बन्द की स्थिति अस्थायी होगी। जब बाजार मूल्य बढ़ते हैं तो फर्म उत्पादन पुनः चालू कर देती है।



चित्र 20 : हानियां : एक प्रतियोगी फर्म का अल्पकालीन साम्य

चित्र 13 में E संतुलन बिन्दु है और इस बिन्दु पर AR = EQ तथा ATC = BQ है क्योंकि BQ > EQ, अतः फर्म BE प्रति इकाई हानि उठा रही है तथा कुल हानि है ABEP.

Illustration

"Tasty Burgers" एक छोटा-सा बर्गर्स बेचने वाला किओस्क है तथा एक मूल्य लेने वाला है (price taker)। नीचे दी गई तालिका रुपयों में 'Tasty Burgers' के उत्पादन तथा लागतों के समंक प्रस्तुत करती है–

मात्रा	कुल लागत	स्थिर लागत	परिवर्तनीय लागत	औसत परिवर्तनीय लागत	औसत स्थिर लागत	सीमान्त लागत
0	100					
10	210					
20	300					
30	400					
40	540					
50	790					
60	1060					

© The Institute of Chartered Accountants of India

प्रश्न 1. यदि बर्गर्स को ₹ 14 प्रति बेचा जाता है तो Tasty Burgers का लाभ अधिकतमीकरण उत्पादन स्तर क्या है?

प्रश्न 2. कुल परिवर्तनीय लागत क्या है जब 60 बर्गर्स का उत्पादन किया जाता है?

प्रश्न 3. औसत स्थिर लागत क्या है जब 20 बर्गर्स का उत्पादन किया जाता है?

प्रश्न 4. 10 से 20 बर्गर्स के बीच, सीमान्त लागत क्या है?

अब हमें इन प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

सर्वप्रथम, यह अच्छा होगा कि नीचे वाली तालिका को पूरा कर लिया जाये। चूँकि कुल लागत जब शून्य उत्पादन किया जाता है ₹ 100 है अत: "Tasty Burgers" की कुल स्थिर लागत ₹ 100 होगी।

अब हम समंकों को ऐसे भरेंगे–

मात्रा	कुल लागत	स्थिर लागत	परिवर्तनीय लागत	औसत परिवर्तनीय लागत	औसत स्थिर लागत	सीमान्त लागत	सीमान्त लागत (प्रति इकाई)
0	100	100	–	–	–	–	–
10	210	100	110	11	10.0	110	11
20	300	100	200	10	5.0	90	9
30	400	100	300	10	3.33	100	10
40	540	100	440	11	2.50	140	14
50	790	100	690	13.80	2.0	250	25
60	1060	100	960	16	1.66	270	27

अब हम इन प्रश्नों के उत्तर देंगे।

उत्तर 1. बर्गर का मूल्य ₹ 14 है। चूँकि यह दिया गया है कि "Tasty Burger" मूल्य लेने वाला है (price taker) अत: यह पूर्ण प्रतियोगी फर्म है। एक पूर्ण प्रतियोगी बाजार में सभी उत्पादों को एक ही मूल्य पर बेचा जाता है, इसका अर्थ है AR = MR उत्पादन के लाभ अधिकतमीकरण स्तर को ढूँढ़ने के लिए, MR को MC के बराबर होना चाहिये। यहाँ AR = MR = ₹ 14 । तालिका से हम देख सकते हैं कि MR(14) = MC(14) जब 40 बर्गर्स का उत्पादन किया जाता है। अत: बर्गर्स के उत्पादन का लाभ अधिकतमीकरण स्तर 40 यूनिट्स है।

उत्तर 2. 60 बर्गर्स पर कुल परिवर्तनीय लागत ₹ 960 है।

उत्तर 3. 20 बर्गर्स पर औसत स्थिर लागत है ₹ 5

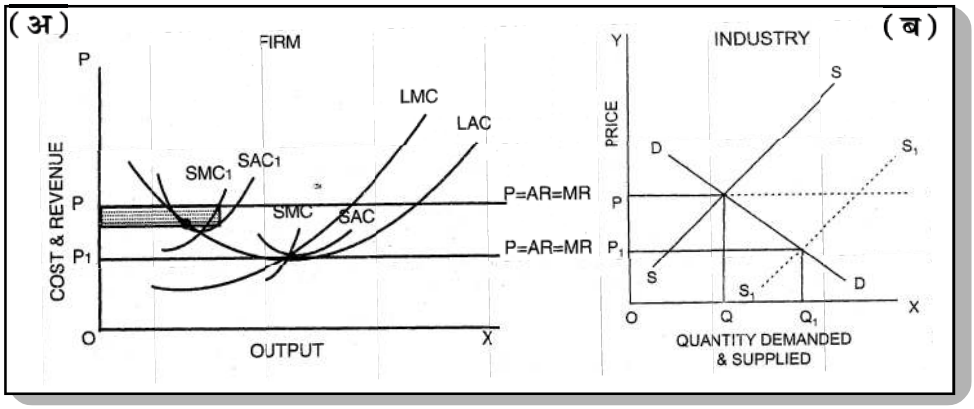
उत्तर 4. 10 तथा 20 बर्गर्स के बीच, सीमान्त लागत है ₹ 9

3.0.4 फर्म का दीर्घकालीन संतुलन (Long-Run Equilibrium of the Firm)

अल्पकाल में, एक या अधिक फर्मों के इनपुट्स स्थिर रहते हैं, फर्म गतिविधियों के पैमाने को बदल सकती हैं या उद्योग को छोड़ सकती हैं तथा फर्म में नई फर्में प्रवेश कर सकती हैं। प्रवेश तथा बाहर जाने के साथ बाजार में, एक फर्म प्रविष्ट होती है जब वह विश्वास करती है कि वह एक धनात्मक दीर्घकालीन लाभ कमा सकती है तथा बाहर जाती है जब वह दीर्घकालीन हानि की सम्भावना का सामना करती है। दीर्घकाल में फर्में साम्य होती हैं जब वे अपने संयंत्र को समायोजित कर चुके हों ताकि वे अपने दीर्घकालीन ATC वक्र के न्यूनतम बिन्दु पर उत्पादन कर सके जो बाजार मूल्य द्वारा परिभाषित माँग वक्र के प्रति स्पर्शी होती है। दीर्घकाल में फर्में उस समय संतुलन स्तर पर होती हैं जब वे अपनी योजनाओं को इस प्रकार समायोजित कर लेती हैं ताकि दीर्घकाल के AC वक्र पर वे न्यूनतम बिन्दु तक उत्पादन कर सकें जो बाजार मूल्य द्वारा

© The Institute of Chartered Accountants of India

परिभाषित माँग वक्र की स्पर्श रेखा रहे। दीर्घकाल में फर्में मात्र सामान्य लाभ कमा पाती हैं जो ATC में शामिल है। यदि वे अति लाभ कमायेंगी तो नई फर्में उद्योग की ओर आकृष्ट होंगी; फलस्वरूप मूल्य गिरेंगे (व्यक्तिगत माँग वक्रों में एक अधोगामी परिवर्तन) तथा उद्योग के विस्तार के कारण साधनों की लागत बढ़ने से लागत वक्रों में ऊपर की ओर परिवर्तन होगा। ये परिवर्तन तब तक जारी रहेंगे जब तक ATC माँग वक्र की स्पर्श रेखा नहीं बन जाती। यदि फर्म अल्पकाल में हानि उठाती हैं तो वे दीर्घकाल में उद्योग छोड़ जायेंगी। इससे मूल्य बढ़ेंगे तथा उद्योग के संतुलन के कारण, लागतें कम हो सकती हैं जब तक लाभ की सामान्य दर से युक्त उनकी कुल लागतें उद्योग की शेष फर्मों द्वारा पूरी नहीं कर ली जातीं।



चित्र 21 : पूर्ण प्रतियोगी बाजार में फर्म का दीर्घकालीन साम्य

चित्र 14 में दर्शाया गया है कि फर्में किस प्रकार अपनी दीर्घकालीन संतुलन स्थिति का समायोजन करती हैं। यदि मूल्य OP है तो फर्म को संयंत्र द्वारा काम करने से अति सामान्य लाभ होता है, जिसकी लागत SAC_1 से अंकित की गई है। अतः नयी क्षमता स्थापित करना फर्म के लिए प्रेरणादायक होगा तथा वह LAC की ओर गतिशील होगी, साथ ही अत्यधिक लाभों से आकर्षित होकर उद्योग में नई फर्में भी प्रवेश करेंगी, जिसके कारण बाजार में आपूर्ति की मात्रा बढ़ जायेगी, एवं बाजार आपूर्ति वक्र दाईं ओर परिवर्तन होगा तथा वस्तुओं के मूल्य, जब तक ये OP_1 स्तर तक नहीं पहुंच जाते गिरते रहेंगे (चित्र 14 अ) जहाँ पर फर्में तथा उद्योग दीर्घकालीन संतुलन पर दर्शाए गए हैं। फर्म के दीर्घकालीन संतुलन की शर्त है कि सीमान्त लागत मूल्य के बराबर हो तथा दीर्घकालीन औसत लागत अर्थात् LMC = LAC = P हो।

फर्म अपने संयंत्र आकार को इसलिए समायोजित करती है ताकि उत्पादन को उस स्तर तक लाया जा सके जहाँ LAC न्यूनतम संभव हो। संतुलन पर अल्पकालीन सीमान्त लागत दीर्घकालीन सीमान्त लागत के बराबर रहती है तथा अल्पकालीन औसत लागत दीर्घकालीन औसत लागत के बराबर रहती है। इस प्रकार दीर्घकाल में हम पाते हैं

SMC = LMC = SAC = LAC = P = MR

इससे बोध होता है कि LAC के न्यूनतम बिन्दु पर तदानुसार (अल्पकाल) संयंत्र अनुकूलतम क्षमता पर चलाया जाता है ताकि LAC तथा SAC के न्यूनतम बिन्दु संयोग में आ सकें। दूसरी ओर LMC काटती है LAC को अपने न्यूनतम बिन्दु पर, तथा SMC काटती है SAC को अपने न्यूनतम बिन्दु पर। इस प्रकार LAC न्यूनतम बिन्दु पर उपरोक्त समता प्राप्त होती है।

3.0.5 उद्योग का दीर्घकालीन संतुलन (Long-Run Equilibrium of the Industry)

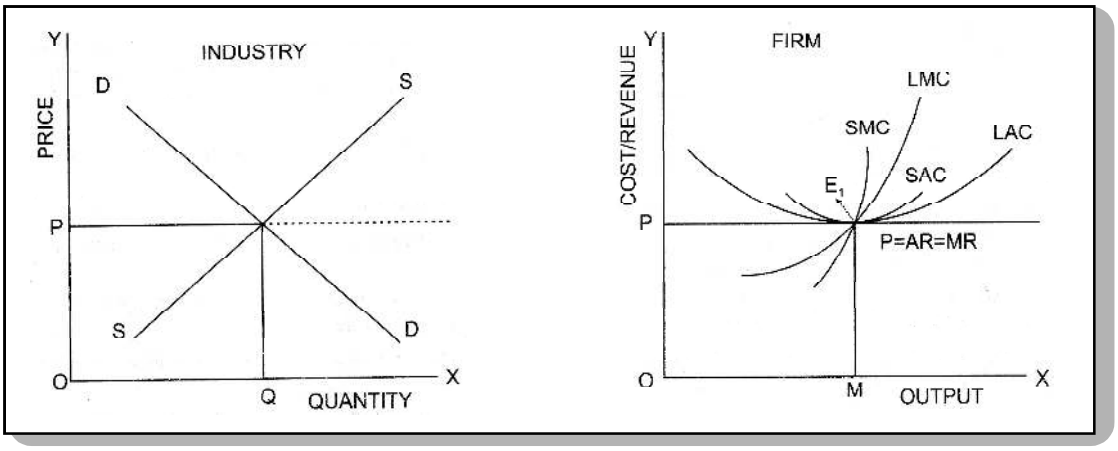
एक पूर्ण प्रतियोगी उद्योग का दीर्घकालीन प्रतियोगी साम्य होता है जब तीनों शर्तें पूरी हों–

उद्योग की सभी फर्में साम्य पर हैं अर्थात सभी फर्म अधिकतम लाभ कर रही हों।

किसी भी फर्म को उद्योग में आने या छोड़ने का कोई प्रोत्साहन नहीं होता क्योंकि ऐसी फर्म शून्य आर्थिक लाभ या सामान्य लाभ कमा रही होती हैं।

उत्पाद का मूल्य ऐसा होता है कि उद्योग द्वारा सप्लाई की गई मात्रा ग्राहकों द्वारा माँगी गई मात्रा के बराबर होती है।

© The Institute of Chartered Accountants of India



चित्र 22 : एक प्रतियोगी उद्योग एवं उसकी फर्मों का दीर्घकालीन साम्य

चित्र 22 दर्शाता है कि दीर्घकाल AR = MR = LAC = LMC E_1 पर हैं। चूँकि E_1 है LAC वक्र का न्यूनतम बिन्दु, अत: फर्म न्यूनतम (अनुकूलतम) लागत पर संतुलन उत्पादन OM पैदा करती है अनुकूलतम लागत पर तैयार करने वाली फर्म अनुकूलतम फर्म (Optimum firm) कहलाती है। दीर्घकाल में पूर्ण प्रतियोगिता में सभी फर्में अनुकूलतम आकार लिए हुए अनुकूलतम फर्में होती हैं और ये फर्में न्यूनतम सम्भाव्य कीमत वसूल करती हैं जो केवल उनकी सीमान्त लागत को पूरा कर सके।

इस प्रकार दीर्घकाल में पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा में बाजार तंत्र व्यवस्था संसाधनों के एक अनुकूलतम आबंटन की ओर ले जाती है। अनुकूलता को निम्न परिस्थितियों द्वारा दिखाया जाता है जो उद्योग के दीर्घकालीन साम्य में होती हैं–

(अ) उत्पादन को न्यूनतम उपादेय लागत पर तैयार किया जाता है।

(ब) उपभोक्ता न्यूनतम संभव मूल्य चुकाते हैं जो मात्र सीमान्त लागत को पूरा करता है अर्थात MC = AR

(स) दीर्घकाल में संयंत्र पूरी क्षमता में काम लाये जाते हैं ताकि संसाधनों की तनिक भी बरबादी न हो अर्थात MC = AC

(द) फर्म केवल सामान्य लाभ कमाती हैं अर्थात AC = AR

(य) फर्म लाभों को अधिकतम करती है (अर्थात MC = MR) लेकिन लाभों का स्तर सामान्य मात्र ही रहेगा।

(फ) उद्योग में फर्मों की अनुकूलतम संख्या होती है।

दूसरे शब्दों में, दीर्घकाल में,

LAR = LMR = P = LMC = LAC तथा संसाधनों का अनुकूलतम आबंटन होगा।

लेकिन यह उल्लेखनीय है कि पूर्णत: प्रतिस्पर्द्धी बाजार प्रणाली एक कल्पना मात्र है। इसके कारण हैं कि वे मान्यताएँ जिन पर यह प्रणाली आधारित है वास्तविक दुनिया की बाजार दशाओं में कमी भी नहीं पाई जाती।

3.1 एकाधिकार (MONOPOLY)

'एकाधिकार' शब्द का अर्थ ''एकमात्र विक्रेता'' होता है। अत: एकाधिकार वह स्थिति है जिसमें उत्पाद का एकाकी विक्रेता होता है तथा उत्पाद का कोई निकट स्थानापन्न भी नहीं होता। व्यवहार में शुद्ध एकाधिकार कभी नहीं देखने को मिलता। लेकिन जन-सेवाओं जैसे परिवहन, जल तथा बिजली में हम सामान्यत: एकाधिकार स्वरूपी बाजार देखते हैं।

3.1.0. एकाधिकारी बाजार के लक्षण (Features of monopoly market)

एकाधिकारी बाजार के निम्नलिखित मुख्य लक्षण हैं :

(1) **उत्पाद का एकाकी विक्रेता**–एकाधिकारी बाजार में माल की निर्माता या पूर्ति करने वाली केवल एक ही फर्म होती है। वही एकाकी फर्म उद्योग होती है और इस प्रकार एकाधिकारात्मक बाजार में उद्योग तथा फर्म में कोई अन्तर नहीं होता। एकाधिकार की विशेषता प्रतिस्पर्धा की अनुपस्थिति होना है।

© The Institute of Chartered Accountants of India

(2) **प्रवेश पर बाधा**–एकाधिकारात्मक बाजार में, प्रवेश पर सख्त बाधा होती है। प्रवेश पर बाधा आर्थिक, संस्थागत, वैधानिक अथवा कृत्रिम रूप से हो सकते हैं।

(3) **निकट स्थानापन्न का अभाव**–एकाधिकारी फर्म का उत्पाद एवं सेवा की बाजार आपूर्ति पर पूरा नियंत्रण होता है एकाधिकारी मूल्य पूरा नियंत्रण होता है, निर्धारक होता है मूल्य लेने वाला नहीं। एकाधिकारी सामान्यत: ऐसा माल बेचता है जिसका कोई निकट स्थानापन्न नहीं होता। ऐसी दशा में एकाधिकारी के उत्पाद तथा अन्य उत्पाद के लिए माँग की आड़ी लोच शून्य या बहुत कम होती है। एकाधिकारी के उत्पाद हेतु माँग की मूल्य लोच एक से भी कम होती है। परिणामस्वरूप एकाधिकारी तीव्र अधोगामी ढलुवां माँग वक्र का सामना करता है।

(4) **बाजार शक्ति** (Market Power)–एक एकाधिकारी फर्म को बाजार शक्ति होती है अर्थात उसमें सामर्थ्य होती है कि सीमान्त लागत से ऊपर मूल्य वसूल कर सकें तथा धनात्मक लाभ कमा सकें।

जब किसी सीमा तक सभी माल एक-दूसरे के विकल्प हों, फिर भी किसी माल या मालों के वर्ग में ऐसे कुछ अनिवार्य लक्षण हो सकते हैं जो प्रतिस्थापन की श्रृंखला में रिक्ततायें उत्पन्न कर सकते हैं। यदि एक उत्पादक किसी माल की आपूर्ति पर नियंत्रण स्थापित करके प्रतिस्पर्द्धा को समाप्त कर दे तो यह कहा जायेगा कि वह एक एकल विक्रेता या 'एकाधिकारी' है।

3.1.1. कैसे एकाधिकार उत्पन्न होते हैं?

एकाधिकार का आधारभूत कारण है प्रवेश पर बाधाएँ, वास्तव में अन्य फर्में बाजार में प्रवेश नहीं कर सकती हैं। एकाधिकार के होने तथा चलते जाने के लिए कुछ कारण हैं–

(1) एक एकाकी फर्म द्वारा सीमित संसाधनों, इनपुट्स या प्रौद्योगिकी पर व्यूहरचनात्मक नियंत्रण होता है जो इन संसाधनों के प्रति अन्य फर्मों की पहुँच को सीमित कर देता है।

(2) एक अद्भुत उत्पाद पर नियंत्रण प्राप्त करके या विकसित करके, अन्य कम्पनियों के लिए यह कठिन तथा महँगा हो जाता है कि उसकी नकल कर सकें।

(3) सरकार द्वारा किसी माल या सेवा के उत्पादन का एकमात्र अधिकार स्वीकार करना।

(4) सरकार द्वारा intellectual property rights के संरक्षण हेतु तथा आविष्कारों को बढ़ावा देने के लिए पेटैन्ट्स तथा कॉपीराईट्स प्रदान करना।

(5) व्यावसायिक संयोजन या कार्टेल्स (अधिकांश देशों में गैर-कानूनी) जहाँ पिछले प्रतियोगी मूल्यन पर या बाजार भाग पर सहयोग करें।

(6) एक सामान्य तरीके से बाजार में प्रवेश करने के लिए भारी Start-up लागत तथा अत्यन्त महँगी तथा परिष्कृत तकनीकी जानकारी फर्मों को बाजार में प्रवेश करने से हतोत्साहित करती हैं।

(7) प्राकृतिक एकाधिकार उत्पन्न होता है जब पैमाने की भारी मितव्ययताएँ हों। एक एकाकी फर्म दो या अधिक फर्मों की अपेक्षा अपेक्षाकृत नीची इकाई लागत पर उद्योग का सम्पूर्ण उत्पादन कर सकती हैं। यह बहुधा बरबादी भरा होता है (उपभोक्ताओं तथा अर्थव्यवस्था के लिए) एक क्षेत्र में एक ऐसे आपूर्तिकला की अपेक्षा अधिक हों ढाँचागत सुविधाओं के डुप्लीकेशन की भारी लागतों के कारण। उदाहरण के लिए, टेलीफोन सेवा, प्राकृतिक गैस आपूर्ति तथा इलैक्ट्रीकल पॉवर वितरण।

(8) काफी लम्बी अवधि के लिए किसी फर्म द्वारा जुटाई गई ख्याति प्रवेश के मार्ग में कठिन बाधाएँ उत्पन्न कर देती हैं।

(9) स्पष्ट तौर पर प्रतिबन्ध की बातें किये बिना भी कठोर, वैधानिक तथा नियामक अपेक्षाएँ प्रभावी तौर पर नई फर्मों के प्रवेश को हतोत्साहित करती हैं।

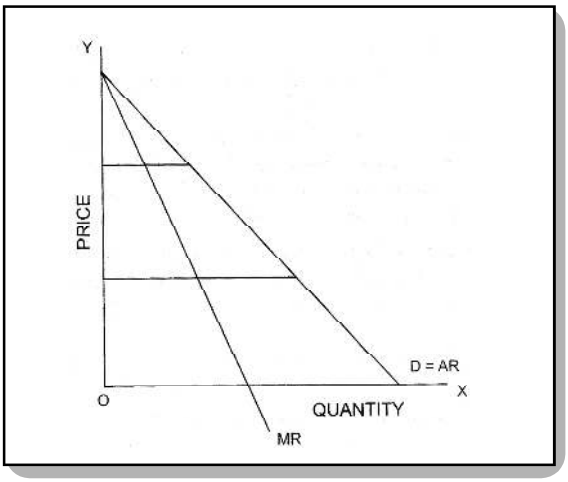
© The Institute of Chartered Accountants of India

(10) फर्म विभिन्न प्रतिस्पर्द्धा अवरोध व्यवहारों का प्रयोग करती हैं जिनको बहुधा शिकार करने वाली चालें कहा जाता है, जैसे मूल्यन पर सीमा लगाना या शिकार वाली मूल्य नीति जिसका उद्देश्य हो विद्यमान या सम्भावित प्रतिस्पर्द्धा को दूर करना।

वास्तविक जीवन में पूर्ण एकाधिकार आम बात नहीं है क्योंकि एकाधिकारों को या तो नियंत्रित किया जाता है या पूरी तरह से प्रतिबाधित। लेकिन एक उत्पादक किसी माल या मालों के एक ग्रुप की सप्लाई पर हावी हो सकता है। पहले, सार्वजनिक उपादेयताओं में, जैसे परिवहन, जल, बिजली उत्पादन, आदि। एकाधिकारी बाजार विद्यमान थे ताकि बहुमात्रा उत्पादन के लाभों को कमाया जा सके। लेकिन ये बाजार नियंत्रित किये जा चुके हैं तथा समय के साथ-साथ प्रतिस्पर्द्धा के लिए खुले हैं। भारतीय रेलवे का रेल परिवहन में एकाधिकार है। परमाणु ऊर्जा के उत्पादन पर सरकारी एकाधिकार है।

3.1.2. एकाधिकारी का आगम वक्र (Monopolist's Revenue Curves)

सरकारी हस्तक्षेप की अनुपस्थिति में, एक एकाधिकारी जैसे चाहे कोई भी मूल्य तय करने के लिए स्वतंत्र होता है तथा वह बहुधा ऐसा मूल्य तय करेगा जो सर्वाधिक संभव लाभ दिला सके। चूँकि एकाधिकारी फर्म को यह मान लिया जाता है कि वह उत्पादन विशेष का एकमात्र उत्पादक है। अत: उत्पाद के लिए उसका माँग वक्र, बाजार माँग वक्र समान होगा। बाजार माँग वक्र जो किसी उत्पाद की कुल मात्रा बताता है जिसे क्रेतागण प्रत्येक मूल्य पर खरीदना चाहेंगे तथा उस मात्रा को भी दर्शाता है जो एकाधिकारी अपने द्वारा निर्धारित की गई प्रत्येक मूल्य पर खरीदना चाहेंगे तथा हम उस मात्रा को भी दर्शाता है जो एकाधिकारी अपने द्वारा निर्धारित की गई प्रत्येक मूल्य पर बेचने में समर्थ हो सकेगा। यदि हम मान लेते हैं कि एकाधिकारी एकाकी मूल्य निर्धारित करता है और उस मूल्य पर जो भी माल खरीदना चाहते हैं उनको माल देता है तो हम बड़ी सरलता से उसकी औसत आगम तथा सीमांत आगम वक्र प्राप्त कर सकते हैं।



चित्र 23 : एक एकाधिकारी का मांग वक्र एवं सीमान्त आगम वक्र

माना कि चित्र 23 में वस्तु विशेष A के लिए सीधी रेखा बाजार माँग है। मान लीजिए मि. एक्स एण्ड क. उत्पाद A की केवल निर्माता है। अत: उसे ही सारे बाजार की माँग की पूर्ति करनी है। इस प्रकार माँग वक्र नीचे की ओर ढलुवां होता है क्योंकि यदि वह ज्यादा माल बेचना चाहता है तो उसे वस्तु का मूल्य कम करना होगा।

हमने तालिका 5 में इस माँग-वक्र से मूल्य तथा मात्रा की चुनी हुई राशियों को लिया है तथा इन स्तरों के समकक्ष औसत, कुल तथा सीमान्त आगम राशियों की गणना की है।

© The Institute of Chartered Accountants of India

तालिका 5 : एक एकाधिकारी हेतु औसत आगम, कुल आगम, सीमान्त आगम

बेची गई मात्रा	औसत आगम (AR = P)	कुल आगम (TR)	सीमान्त आगम (MR)
0	10.00	0	
1	9.50	9.50	9.50
2	9.00	18.00	8.50
3	8.50	25.50	7.50
4	8.00	32.00	6.50
5	7.50	37.50	5.50
6	7.00	42.00	4.50
7	6.50	45.50	3.50
8	6.00	48.00	2.50
9	5.50	49.50	1.50
10	5.00	50.00	0.50
11	4.50	49.50	– 0.50

यदि विक्रेता 10 रुपए वसूल करना चाहता है, तो वह एक भी इकाई नहीं बेच सकेगा, वैकल्पिक रूप से, यदि वह दस इकाइयां बेचना चाहता है तो उसका मूल्य 5 रुपए से अधिक नहीं हो सकता, क्योंकि विक्रेता बेची जाने वाली सभी बिक्री इकाइयों के लिए एक-सी कीमत लेता है। अत: प्रति इकाई औसत आगम, मूल्य के समान होता है और इस प्रकार बाजार माँग वक्र एकाधिकारी के लिए औसत आगम वक्र होती है।

पूर्ण प्रतियोगिता में औसत तथा सीमान्त आगम समान होते हैं। लेकिन एकाधिकार में ऐसा नहीं होता, क्योंकि वह जानता है कि यदि वह अपनी बिक्री बढ़ाना चाहेगा तो उसे उत्पाद के मूल्य घटाने होंगे। दिए गए उदाहरण को देखो, यदि विक्रेता तीन इकाइयां बेचना चाहता है तो उसे अपना मूल्य 9 रुपए से घटाकर 8.50 रुपए करना होगा। तीसरी इकाई केवल 8.50 रुपए में ही बिकेगी। इस बिक्री से फर्म के आगम में 8.50 रुपए जुड़ पायेंगे। लेकिन इस तीसरी इकाई को बेचने के लिए फर्म को तीनों इकाइयों के लिये मूल्य 9 रुपए से घटाकर 8.50 रुपए करना पड़ा है। इस प्रकार पहली दो इकाइयों पर भी 50 पैसे कम लेने पड़ेंगे जो पहले 9 रुपए की बिक सकती थी। 2 से 3 के बीच अंतराल के ऊपर सीमांत आगम केवल 7.50 रुपए ही हुए। अब यदि वह 4 इकाइयाँ बेचना चाहता है तो उसे अपना मूल्य पुन: 8.50 रुपए से घटाकर 8 रुपए तक करना होगा। यहाँ सीमान्त आगम मात्र 6.50 रुपए ही होगा। सीमान्त आगम मूल्य से कम है क्योंकि एक अतिरिक्त इकाई बेचने के लिए फर्म को अपना मूल्य घटाना पड़ा है। एक एकाधिकारी फर्म के AR तथा MR के बीच सम्बन्ध को इस प्रकार स्पष्ट किया जा सकता है :

(i) AR तथा MR दोनों ऋणात्मक ढलुवाँ (नीचे की ओर ढलते हुए) वक्र हैं।

(ii) MR वक्र AR वक्र तथा Y अक्ष के बीच मध्यस मार्ग पर स्थित है।

(iii) AR कभी शून्य नहीं हो सकती पर MR कभी शून्य और कभी ऋणात्मक भी हो सकती है।

एकाधिकार मुख्यत: दो प्रकार के हैं–साधारण एकाधिकार जहाँ एकाधिकारी सभी क्रेताओं से समान मूल्य वसूल करता है तथा विभेदात्मक एकाधिकार जहाँ एकाधिकारी विभिन्न क्रेताओं से एक ही माल या सेवा के अलग-अलग मूल्य वसूल करता है। हम साधारण एकाधिकारी के साम्य को देखेंगे।

© The Institute of Chartered Accountants of India