Yashoda Girls' Arts & Commerce College, Nagpur

Department of Economics

Assignment

Session: 2018 – 2019

Date
Page

2018 - 2019

Samiksha Kodape

B.A. 2nd Sem

Home Assignment

Economics

Principal
Yashoda Girls Arts & Commerce
College, Suak Nagar, Nagpur-15

Dr. M. D. Ketre

SEAL

Date
Page

पूर्ण स्पर्धा अर्थ व वैशिष्ट्य

> बाजारात ग्राहक व विक्रेते किती आहेत आणि त्यांच्यातील स्पर्धा किती आहे यावरून बाजाराचे पूर्ण स्पर्धा, एकाधिकार [मक्तेदारी] व अपूर्ण स्पर्धा असा तीन प्रकारात वर्गीकरण केले जाते जेव्हा बाजारात असंख्य ग्राहक व विक्रेते असतात आणि त्यांची आपसात वस्तूच्या खरेदी-विक्रीसाठी स्पर्धा सुरू असते तेव्हा अशा परिस्थितीच्या बाजाराला पूर्ण स्पर्धेचा बाजार असे म्हणतात. प्रसिद्ध जेष्ठ अर्थशास्त्रज्ञ प्रा. लिओनेल रॉबिन्स यांच्या मतानुसार जेव्हा बाजारात वस्तूची विक्री करणाऱ्या विक्रेत्यांची संख्या मोठी असते, सर्व विक्रेत्यांच्या वस्तू समान गुणाच्या असतात व विशिष्ट विक्रेत्याकडून वस्तू खरेदी केली पाहिजे अशी ग्राहकांची सक्ती नसते. तेव्हा बाजारात आढळून येणाऱ्या अवस्थेला पूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ किंवा परिपूर्ण स्पर्धा असे म्हणतात.

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजाराची वैशिष्ट्ये :- वरील विश्लेषणाच्या आधारे पूर्ण स्पर्धेच्या बाजाराची खालील वैशिष्ट्ये सांगता येतील.

१] असंख्य ग्राहक व विक्रेते :-

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात असंख्य ग्राहक व विक्रेते असतात. त्यामुळे

कोणताही एक ग्राहक आपली मागणी कमी - जास्त करून बाजारातील किंमतीवर प्रभाव पाडू शकत नाही किंवा कोणताही एक विक्रेता आपल्याच वस्तूचा पुरवठा कमी जास्त करून किंमतीवर प्रभाव पाडू शकत नाही. कारण बाजारातील एका ग्राहकाची मागणी किंवा एका विक्रेत्याचा पुरवठा अल्प असतो की जणू काही समुद्रातील पाण्याचा एक थेंब समजला जातो.

2] एकजिनसी वस्तू :- पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात उत्पादित झालेल्या व विक्रीसाठी आणलेल्या वस्तूचे सर्व नग एकजिनसी असतात. रंग, रूप, आकार, चव, दर्जा इत्यादी बाबतीत ते एकसारखे असतात व त्या वस्तूंचे सर्व नग एकमेकांना पूर्णपणे पर्यायी असतात.

3] मुक्त प्रवेश व निर्गमन :- कोणत्याही नवीन उद्योग संस्थांना पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात प्रवेश करण्याचे आणि बाजारातून बाहेर पडण्याचे पूर्ण स्वातंत्र्य असते.

4] बाजाराचे पूर्ण ज्ञान :- पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात ग्राहक आणि विक्रेते यांना बाजारपेठेचे संपूर्ण ज्ञान असते. त्यामुळे ते वस्तूला प्रचलित किंमतीपेक्षा जास्त किंमत

देत नाही तसेच कोणताही विक्रेता इतर विक्रेत्यांपेक्षा अधिक किंमतीला वस्तू विकू शकत नाही.

5] एकच किंमत :- पूर्ण स्पर्धेत एका वस्तूंच्या सर्व नगांची किंमत सर्वत्र समान असते व ती मागणी व पुरवठा निश्चित झालेली असते.

6] उत्पादन घटकांची पूर्ण गतिशीलता :- पूर्ण स्पर्धेमध्ये भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजक या उत्पादन एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी जाण्याचे व एका व्यवसायातून दुसऱ्या व्यवसायात जाण्याचे पूर्ण स्वातंत्र्य आहे. त्यामुळे घटकांचा पर्याप्त वापर होतो. तसेच त्यांच्या सहज उपलब्धतेमुळे उत्पादकाला उत्पादन करतांना अडचणी येत नाही.

7] वाहतूक खर्चाचा अभाव :- पूर्ण स्पर्धेत वाहतूक खर्च नसतो. म्हणजेच वाहतूक खर्चाचा अभाव बाजारात असे गृहित धरले जाते की, उत्पादन संस्था एकमेकांच्या निकट असल्यामुळे वाहतूक खर्चात तफावत राहत नाही. वस्तूंची किंमत सर्व ठिकाणी सारखीच राहते.

8] निर्हस्तक्षेपाचे धोरण :- पूर्ण स्पर्धेमध्ये सरकारचे धोरण हे निर्हस्तक्षेपाचे असते. उत्पादन, वाहतूक व वस्तूंचे विक्रेत्यांच्या

कोणत्याहि प्रक्रियेत सरकारच्या हस्तक्षेप नसतो.

वरील सर्व वैशिष्ट्ये अभ्यासल्यास पूर्ण स्पर्धेचा बाजार हा एक बाजाराचा आदर्श प्रकार आहे. हे लक्षात येते. पण बाजारात मात्र अशी स्थीती आढळत नाही. कारण पूर्ण स्पर्धेचा बाजार ही एक काल्पनिक संकल्पना आहे.

३) एकाधिकार अर्थ प्रकार

उत्तर => ज्यावेळी बाजारात वस्तूची खरेदी करणारे ग्राहक मोठ्या संख्येत असतात. परंतु विक्रेता मात्र एकच असतो. त्यावेळी त्या स्थितीला एकाधिकार किंवा मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात. मक्तेदारी या शब्दाला इंग्रजीत Monopoly असा प्रतिशब्द आहे. यातील Mono म्हणजे एकच आणि Poly म्हणजे उत्पादक म्हणजेच मक्तेदारीचा बाजार म्हणजेच एकच उत्पादक असलेला बाजार होय. मक्तेदारीची चर्चा करतांना उत्पादक आणि विक्रेता यामध्ये सरळ फरक केला जात नाही. त्यामुळे मक्तेदारी म्हणजे एकच उत्पादक किंवा एकच विक्रेता असा अर्थ घेतला जातो. तसेच मक्तेदारीत उत्पादन करणारी एकच संस्था [फर्म] असल्यामुळे ही संस्था म्हणजेच उद्योग समजला जातो. मक्तेदारीस स्पर्धा करणारा दुसरा विक्रेता नसतो. त्यामुळे संपूर्ण स्पर्धेचा अभाव असलेला बाजार म्हणजे एकाधिकार किंवा मक्तेदारी अशी मक्तेदारीची सुटसुटीत व सोपी व्याख्या केली जाते. स्पर्धेचा अभाव हा सक्रीय असतो. स्पर्धेमुळे होणारे नुकसान टाळण्यासाठी कधी कधी स्पर्धा नाहीशी केली जाते. तर

कधी नैसर्गिक अनुकूलतेमुळे तर कधी कायद्याचे पाठबळ मिळून ही स्पर्धा नाहीशी केली जाते. पूर्ण स्पर्धेत प्रत्येक वस्तूकरीता अनेक पर्यायी वस्तू आढळून येतात, परंतु मक्तेदारीच्या बाजारात अशी परिस्थिती नसते. एकाधिकार म्हणजे शुद्ध स्पर्धेच्या उलट परिस्थिती होय. शुद्ध स्पर्धेत एका विक्रेत्याद्वारे असणारा पुरवठा महत्वाचा नसतो तर त्याऐवजी एकाधिकारात बराच अल्पावधाद्वारे सर्व पुरवठा केला जातो. एकाधिकारातील वस्तू एकजिनसी असतात आणि त्यांना जवळचे कोणतेही पर्याय नसतात, म्हणजेच एकाधिकारात विकल्या जाणाऱ्या वस्तूच्या मागणीची तिरकस लवचिकता ही शून्य असते. ह्याचप्रमाणे एकाधिकाराचे महत्वाचे एक लक्षण या व्याख्येत अभिप्रेत आहे. ते म्हणजे फक्त एकच उत्पादन संस्था वस्तूची विक्री करते. याचा अर्थ असा निघतो की इतर संस्थांना उत्पादन क्षेत्रेत प्रवेश करण्यावर प्रभावी स्वरूपाची बंदी असते किंवा एकापेक्षा जास्त संस्था असल्यास त्यांची एकच संघटना असते.

एकाधिकाराची व्याख्या [Defination of Monopoly]

१] चेम्बरलिन यांच्या मते :- ज्या वस्तूला अगदी जवळचे पर्याय उपलब्ध नसतात. अशा वस्तूच्या पुरवठ्यात पूर्ण नियंत्रण असणाऱ्या पेढीला एकाधिकार किंवा मक्तेदारी असे म्हणतात.

२] प्रा. जे. के. मेहता यांच्या मते :- ज्या बाजारात कोणताही निकटचा पर्याय नसलेला एकजिनसी वस्तूचा एकच विक्रेता असून तो किंमतीवर नियंत्रण ठेवू शकतो अशा बाजाराला मक्तेदारी असे म्हणतात.

३] मिल्टन यांच्या मते :- ज्यांचे किंमतीवर पूर्ण नियंत्रण असते तो स्पर्धेचा बाजार म्हणजे एकाधिकारी स्पर्धेचा बाजार होय.

४] श्री. एच. एल. आहुजा :- यांच्या मते, मक्तेदारी म्हणजे अशी परिस्थिती की, ज्यामध्ये वस्तूचा फक्त एकच विक्रेता असतो व विकल्या जाणाऱ्या वस्तूला जवळचे पर्याय नसतात.

एकाधिकारी / मक्तेदारीची वैशिष्ट्ये / लक्षणे :
एकाधिकारी स्पर्धेची किंवा मक्तेदारीची लक्षणे / वैशिष्ट्ये खालीलप्रमाणे आहेत.

१] एकच विक्रेता :- मक्तेदारीमध्ये वस्तूची विक्री करणारा एकच विक्रेता किंवा उत्पादक असतो, त्याला दुसरा स्पर्धक नसतो.

२] पर्यायी वस्तूंचा अभाव :-

मक्तेदारीमध्ये उत्पादकाने उत्पादन केलेल्या वस्तूला पर्यायी वस्तू उपलब्ध नसतात. त्याचप्रमाणे मक्तेदारीत उत्पादन केलेल्या वस्तू सारखी वस्तू इतर उत्पादन तयार करू शकत नाही म्हणजेच मक्तेदारीला कोणताही स्पर्धक नसल्याने त्या वस्तूची किंमत त्याला हवी तशी ठरवू शकतो.

1] महत्वाच्या उत्पादक घटकांवर नियंत्रण :- वस्तूच्या उत्पादनात एखादा उत्पादक घटक हा अतिशय महत्वपूर्ण असतो. या उत्पादक घटकाचा पुरवठा एकाच व्यक्तीच्या किंवा व्यक्तीसमुहाच्या हाती केंद्रीत झाल्याने त्याचा आपोआपच उत्पादनात एकाधिकार निर्माण होतो. हा घटक विशिष्ट कच्चा माल, खनिज पदार्थ, विशिष्ट कौशल्य, मानवी श्रम यापैकी कोणत्याही एका स्वरूपाचा असू शकतो. अशा एकाधिकारास नैसर्गिक एकाधिकार असे म्हणतात.

2] कायद्याने दिलेला एकाधिकार :- नविन शोध लावण्यासाठी प्रोत्साहन मिळावे या उद्देशाने शोध लावण्यास त्या शोधाचे पेटंट कायद्याने सुरक्षित करण्याची सोय असते. इतर व्यक्तीस शोध लावणाऱ्याच्या परवानगीशिवाय शोधाचा वापर करता येत नाही. त्यामुळे शोध लावणाऱ्यास

परवानगीशिवाय शोधाचा वापर करता वस्तूच्या निर्मितीचा एकाधिकार प्राप्त होतो. पेटंटप्रमाणे ट्रेड मार्क, ट्रेड नेम, कॉपीराईट इत्यादीद्वारे सुध्दा एकाधिकार निर्माण केला जात असतो. या एकाधिकारास वैधानिक एकाधिकार असे म्हणतात.

3] स्वाभाविक एकाधिकार :- काही विशिष्ट वस्तू किंवा सेवेचे उत्पादन मोठ्या प्रमाणावर केल्यास जास्त फायदेशीर होते व त्यामुळे अशा वस्तू व सेवेच्या उत्पादनात एकाधिकार निर्माण होण्याची नैसर्गिक प्रवृत्ती असते. या एकाधिकारात निरनिराळ्या लोकोपयोगितांचा समावेश होतो. उदा. टेलिफोन, पॉवर, विजपुरवठा, सफाईव्यवस्था, पाणीपुरवठा इत्यादी.

४] सार्वजनिक एकाधिकार :- अत्यावश्यक अशा वस्तूच्या उत्पादनात अत्याधिक नफा प्राप्त करण्यासाठी जास्त किंमतीद्वारे जनतेची लूट होवू नये या उद्देशाने राजसत्ता किंवा सार्वजनिक सत्ता अशा वस्तूंच्या उत्पादनाचा एकाधिकार स्वतः कडेच ठेवत असते. अशा वस्तू व सेवेमध्ये रेल्वेमार्ग, सैन्यव्यवस्था, दारूगोळ्याचे कारखाने इत्यादींचा समावेश होतो.

5] संयोगाद्वारे एकाधिकार :

जर उत्पादकांची संख्या एकापेक्षा जास्त असेल तर त्या स्थितीत उत्पादक आपसातील स्पर्धेतील होणारे नुकसान टाळण्यासाठी एकत्र येतात आणि आपल्या व्यवसायाचे नियंत्रण एखाद्या मंडळाकडे देत असतात व मंडळाच्या आदेशानुसार किंमत व उत्पादन मात्रा ठरवित असतात. या प्रकारच्या एकाधिकारात ट्रस्ट, कार्टेल, पूल, सिंडीकेट इत्यादी संयोगांचा समावेश होत असतो. किंवा एकाच पेठेत कमकुवत पेढ्यांचे सम्मीलन करून अथवा मोठ्या पेढीद्वारे लहान पेढ्यांची खरेदी करून [होल्डींग कंपनी पद्धतीप्रमाणे] एकाधिकार निर्माण केला जातो. अशा एकाधिकारास संयोगात्मक एकाधिकार असे म्हणतात.

अशाप्रकारे वरील सर्व कारणे ही एकाधिकार निर्मितीची आहेत.

4] रिकार्डोचा खंड सिद्धान्त
आरा) खंडाचे किंवा भाटकाचे सिद्धांत :
खंड म्हणजे जमीन, इमारत इ. उपयोगाबद्दल त्याच्या मालकाला दिला जाणारा मोबदला होय.
खंडाची अनेक अर्थशास्त्रज्ञांनी व्याख्या दिली आहे.

1] रिकार्डोच्या मते "भूमिच्या एकूण उत्पादकांपैकी जो भाग भूमी पतीला भूमीच्या अवजत व अविनाशी गुणाच्या उपयोगाबद्दल दिला जातो. त्याला खंड म्हणतात.

2] मार्शलच्या मते "भूमी व इतर निसर्गाच्या देणगी बदल भूमिपतीला प्राप्त होणारा होणारा मोबदला म्हणजे खंड होय."

रिकार्डोचा खंड सिद्धांत :

डेव्हीड रिकार्डो यांनी 1817 च्या वानकार प्रिन्सीपल ऑफ पोलीटिकल इकोनॉमिक्स या ग्रंथात भाटकाचा सिद्धांत पडला. रिकार्डोनी आपला सिद्धांत दोन प्रकारच्या लागवडीसाठी मांडल्या आहे.
अ] विस्तृत लागवडीत खंड
ब] सखोल लागवडीत खंड
अ] विस्तृत लागवडीत खंड : विस्तृत लागवडीतील खंड भूमी ही गुणवत्त्या

भिन्न असते. या वैशिष्ट्यांवर आधारीत आहे. विशिष्ट परिस्थितीत सारख्याच क्षेत्रफळाच्या परंतु भिन्न सुपीकतेच्या जमिनीवर सारख्या श्रम भांडवलाच्या मात्रा लावल्या तर सीमांत जमिनीला सीमांत जमिनीपेक्षा आधीक्य स्वरूपाचे उत्पन्न मिळते. त्याला खंड म्हणतात. जर भूमिवर सारख्याच श्रम भांडवलाच्या लावल्या तर सुपीक जमिनीवर जास्त व कनिष्ठ जमिनीवर कमी उत्पन्न मिळते.

देशातील फक्त सुपीक जमिनीवर लागवड करून देशातील लोकांच्या गरजा पूर्ण होत नसेल तर कनिष्ठ जमीन लागवडीखाली आणली जाते. म्हणून निकृष्ट प्रतिच्या जमिनीला सिमांत जमीन म्हणतात.

सिमांत भुमीपासुन खंड मिळत नाही. कारण या जमिनीपासुन येणारे उत्पन्न व उत्पादन खर्च सारखे असतो मात्र सीमा पूर्ण जमिनीला खंड मिळतो.

उदाहरणाद्वारे स्पष्टीकरण विस्तृत लागवडीतील खंडाचे उदाहरणाद्वारे स्पष्टीकरण

जमिनीचा प्रकार	उत्पादन खर्च	उत्पादन क्विंटल	ज्वारीची किंमत	एकूण उत्पन्न
सुपीक	५००	६	२५०	१५००
मध्यम	५००	४	२५०	१०००
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

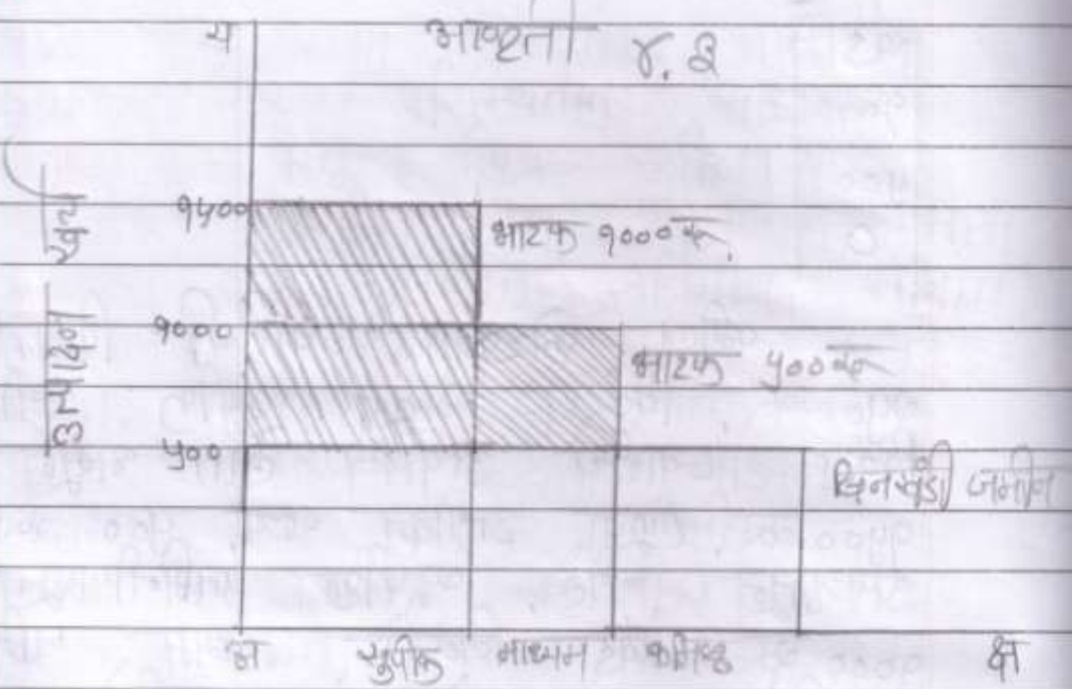
Date ______
Page ______

खंड
१०००
५००
०

वरील कोष्टकात ज्वारीची किंमत २५० रु. क्विंटल असून सुपीक जमीनीत क्विंटल ज्वारीचे उत्पादन होत असून १५०० रु. एकूण उत्पादन खर्च, ५०० रुपये उत्पन्नातून आहे. सुपीक जमिनीपासून १००० रु. खंड मिळतो मध्यम जमिनीपासून ५ क्विंटल वजा केल्यास ज्वारीचे उत्पादन होत असून एकूण उत्पादन खर्च ५०० रु व एकूण उत्पन्न १००० रुपये आहे. म्हणजेच या जमिनीपासून ५०० रु खंड मिळतो. कनिष्ठ जमीनीतून २ क्विंटल ज्वारी उत्पादन होत असू उत्पन्न ५०० रुपये व खर्च ५०० रुपये आहे. म्हणजेच कनिष्ठ जमीन बिनखंडी जमीन असून या जमिनीला खंड मिळत नाही.

आकृतीनुसार स्पष्टीकरण

CAL



जमिनीचे प्रकार

वरील आकृतीत अक्ष अक्षावर जमिनीचा प्रकार व श्रम अक्षावर उत्पादन खर्च दर्शविला आहे. आकृतीत रेखांकीत केलेला भाग सुपीक जमिनीला १००० रु. खंड, मध्यम जमिनीला ५०० रु खंड दर्शविला आहे तर कनिष्ठ जमिनीला खंड मिळत नाही.

सखोल लागवडीत खंड

विशिष्ट परिस्थितीत एकाच प्रकारच्या जमिनीवर अधिकाधिक श्रम भांडवलाच्या मात्रा लावल्या तर सीमा पूर्ण मात्रेपासून सीमांत मात्रेपेक्षा अधिक स्वरूपाचे उत्पन्न मिळते त्यास खंड असे म्हणतात.

Date
Page

सखोल लागवडीत खंड भूमिचा साठा मर्यादित असतो. या वृत्तीवर अधि आधारित आहे. जेव्हा एकाच प्रकारच्या जमिनीवर अधिकाधिक श्रम भांडवलाच्या मात्रा लावल्या तर नंतरच्या मात्रेपासून मिळणारी सीमांत उत्पत्ती ह्रास पावते. लोकसंख्येत वाढ झाल्यामुळे अन्न धान्याचा पुरवठा वाढविण्यासाठी सखोल लागवड केली जाते शेतीत आम्हारी उत्पत्ती नियम लागू होतो होतो यामुळे श्रम भांडवलाच्या नंतरच्या मात्रेची सीमांत उत्पत्ती ह्रास पावते.

श्रम भांडवलाच्या शेवटच्या मात्रेपासून खंड मिळत नाही कारण या मात्रेपासून मिळणारे उत्पादन आणि मात्रेचा उत्पादन व्यय समान असतो. सीमापूर्व मात्रेपासून खंड मिळतो.

उदाहरणाद्वारे स्पष्टीकरण :- सखोल लागवडीत खंडाचे उदाहरणाद्वारे स्पष्टीकरण

श्रम भांडवलाची	उत्पादन	खर्च		उत्पन्न	
ज्वारीची	किंमत	एकूण	उत्पन्न	खंड	
मात्रा	(रु)		(रु)	(रु)	(रु)
1	5000	6	250	1500	100
2	500	4	250	1000	500
3	500	2	250	500	00

वरील कोष्टकावरून स्पष्ट होते की पहिली श्रम भांडवलाची मात्रा उपयोगात आणली असता 6 क्विंटल ज्वारीचे उत्पादन असून एकूण उत्पन्न 1500 रु मिळते. 1500 रुपये उत्पादनातून उत्पादन खर्च 500 रु वजा केल्यास 1000 रु. पहिल्या भूमीचा खंड होय. त्याच जमिनीवर श्रम भांडवलाची दुसरी मात्रा लावली असता 4 क्विंटल ज्वारीचे उत्पादन होत असून एकूण उत्पन्न 1000 रु. मिळते. 100 रुपये उत्पन्नातून उत्पादन खर्च 500 रु वजा केल्यास 500 रुपये हा दुसऱ्या मात्रेचा खंड होय. पुन्हा त्याच जमिनीवर तीसरी श्रमभांडवलाची मात्रा लावली असता 2 क्विंटल ज्वारीचे उत्पादन होत असून एकूण उत्पन्न 500 रुपये होते. हे उत्पन्न उत्पादन खर्चाबरोबर असल्यामुळे

Date
Page

तिसरी मात्रा सीमांत मात्रा असून
या मात्रेला खंड मिळत नाही.

SEAL

Principal
Yashoda Girls Arts & Commerce
College,Sneh Nagar,Nagpur-15