

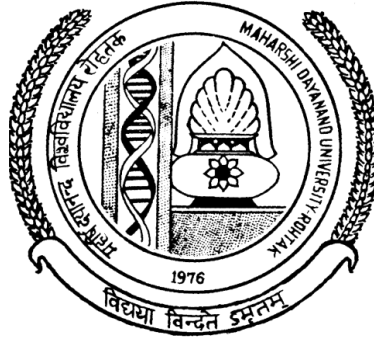
Master of Arts (Economics) (DDE)

Semester – II

Paper Code – 20ECO22C1

MICRO ECONOMICS – II

व्यष्टि अर्थशास्त्र – II



DIRECTORATE OF DISTANCE EDUCATION

MAHARSHI DAYANAND UNIVERSITY, ROHTAK

(A State University established under Haryana Act No. XXV of 1975)

NAAC 'A+' Grade Accredited University

Material Production

Content Writer: *Dr. Parveen Kumar*

Copyright © 2020, Maharshi Dayanand University, ROHTAK

All Rights Reserved. No part of this publication may be reproduced or stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means; electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the written permission of the copyright holder.

Maharshi Dayanand University
ROHTAK – 124 001

ISBN :

Price : Rs. 325/-

Publisher: Maharshi Dayanand University Press

Publication Year : 2021

M.A. (ECONOMICS)
Semester - II
Micro Economics – II (20ECO22C1)
SYALLABUS

इकाई – 1

अल्पाधिकार : सहकार्य सन्धि रहित – कुर्नोट, बट्रैड, विकृंचित मांग मॉडल ; सहकार्य सन्धि सहित मॉडल – संयुक्त लाभ अधिकतम, बाजार बांट और नेतृत्व कार्टेल । नव-क्लासिकी फर्म के सिद्धान्त की आलोचना । खेल का सिद्धान्त – दो व्यक्ति, शून्य योग खेल, शुद्ध और मिश्रित रणनीति, सैडल बिन्दु हल ।

इकाई – 2

फर्म के वैकल्पित सिद्धान्त : बामोल का ब्रिकी अधिकतम मॉडल (सरल, विज्ञापन बिना स्थैतिक मॉडल) मौरिस विलियमसन औसत / कुल लागत कीमत, बेन्स का सीमा कीमत मॉडल, सिरट और मार्च का व्यवहारवादी सिद्धान्त

इकाई – 3

पूर्ण प्रतियोगिता में साधन कीमत का नव-क्लासिकी सिद्धान्त, वस्तु बाजार में एकाधिरात्मक शक्ति के साथ, साधन बाजार में क्रयाधिकारी के साथ, साधन बाजार में द्विपक्षीय एकाधिकार, उत्पाद समाप्ति समस्या । लगान का नव-क्लासिकी सिद्धान्त, अर्ध लगान, ब्याज और लाभ । सामान्य संतुलन विश्लेषण के मुद्दे ।

इकाई – 4

सामाजिक कल्याण की अवधारणा, कुछ शुरुआती कसौटिया, पैरेटो इष्टमता कसौटी और कुशलता की शर्त, बर्गसन का सामाजिक कल्याण फलन, दूसरा सर्वोत्तम सिद्धान्त का विचार और ऐरो की असम्भावना प्रमेय, क्षतिपूर्ति कसौटी । बाजार संरचना और कल्याण अधिकतम । बाजार विफलता – बाह्यताएं और सामाजिक वस्तु और इसको ठीक करने के उपाय ।

परिचय

हम जानते हैं की हमें अर्थशास्त्र सीमित संसाधनों से असीमित आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए किफायतपूर्ण प्रयोग करना सिखाता है। जब अर्थशास्त्र का अध्ययन इकाई स्तर पर किया जाता है तो यह व्यक्ति अर्थशास्त्र बन जाता है। व्यक्ति अर्थशास्त्र में व्यक्ति आर्थिक इकाईयों के व्यवहार का अध्ययन किया जाता है। व्यक्ति अर्थशास्त्र में हम यह अध्ययन करते हैं की एक उत्पादक किस तरह से आर्थिक निर्णय लेता है। सबसे पहले उत्पादक को यह तय करना होता है की उपभोक्ता का व्यवहार कैसा है। क्योंकि एक उत्पादक जिस वस्तु की उत्पादित करने का निर्णय लेता है वह उपभोक्ता को ध्यान में रखकर लेता है। इसलिए व्यक्ति अर्थशास्त्र के अध्ययन में उपभोक्ता का सबसे अधिक महत्त्व है। इसलिए व्यक्ति अर्थशास्त्र में उपभोक्ता की मांग और उसकी लोच का अध्ययन करेंगे। उसके बाद उत्पादन की योजना बनानी होती है। उत्पादन के लिए श्रम और पूंजी जैसे उत्पादन साधनों का प्रयोग करना होता है। उत्पादन की योजना बनाने के बाद सम्भावित लागत का भी अनुमान लगाना पड़ता है। क्योंकि प्रत्येक उत्पादक के उत्पादन करके के कुछ उद्देश्य होते हैं। जब एक उत्पादक अपने उत्पाद का बाजार में बेचता है तो उन उद्देश्यों का ध्यान में रखता है। परम्परावादी अर्थशास्त्रियों के अनुसार एक उत्पादक का उद्देश्य लाभ अधिकतम करने का होता है। उसी हिसाब से उत्पादक किसी वस्तु की कीमत तय करता है। अलग अलग वस्तु बाजारों में कीमत तय करने की प्रणाली अलग – अलग होती है। यह पूर्ण प्रतियोगिता, एकाधिकार, एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता और अल्पाधिकार बाजार में अलग होती है। अल्पाधिकार बाजार में सीमान्त सिद्धान्त से कीमत का निर्धारण नहीं हो पाता है। क्योंकि अल्पाधिकार बाजार में माँग वक्र का अनुमान नहीं लगा सकते हैं। एक उत्पादक के लाभ अधिकतम के अलावा बिक्री अधिकतम जैसे अनेक उद्देश्य हो सकते हैं। वस्तु बाजार को तरह साधन बाजार में भी कीमत का निर्धारण होता है। साधन बाजार में भी बाजार कई प्रकार का हो सकता है। विभिन्न साधन बाजार में कीमत अलग – अलग तरह से तय होती है। साधन चार प्रकार के होते हैं: भूमि, श्रम, पूंजी और उद्यमशीलता। अन्तिम इकाई में हम कल्याणकारी अर्थशास्त्र का अध्ययन करेंगे। कल्याणकारी अर्थशास्त्र मुख्य रूप से आदर्शात्मक अर्थशास्त्र में सम्बन्धित है, जिनमें की अर्थशास्त्र की नीतिगत विषयवस्तु का अध्ययन होता है।

डॉ० प्रवीन कुमार

सहायक प्राध्यापक

राजकीय महाविद्यालय, जादुसाना, रेवाड़ी

विषय सूची

परिचय

इकाई – 1 (अल्पाधिकार बाजार और खेल का सिद्धान्त)

1.0	परिचय.....	2
1.1	इकाई के उद्देश्य	2
1.2	अल्पाधिकार.....	2
1.3	सहकार्य सन्धि रहित मॉडल.....	6
1.3.1	कुर्नोट मॉडल.....	6
1.3.2	वट्रैंड मॉडल	10
1.3.3	विकुचित मांग मॉडल.....	13
1.4	सहकार्य सन्धि सहित मॉडल.....	17
1.4.1	संयुक्त लाभ अधिकतम मॉडल.....	17
1.4.2	बाजार बाँट मॉडल	18
1.4.3	नेतृत्व कार्टेल मॉडल.....	20
1.5	फर्म के नव-क्लासिकी सिद्धान्त की आलोचना.....	24
1.6	खेल का सिद्धान्त.....	25
1.6.1	दो व्यक्ति शुन्य योग खेल	26
1.6.2	शुद्ध और मिश्रित रणनीति.....	27
1.6.3	सैडल बिन्दु हल	27
1.7	सारांश	27
1.8	मुख्य शब्दावली.....	27
1.9	अपनी प्रगति जानिए के प्रश्न	29
1.10	अपनी प्रगति जानिए के उत्तर	29
1.11	अभ्यास हेतु प्रश्न	29
1.12	आप ये भी पढ़ सकते हैं.....	30

इकाई – 2 (फर्म के वैकल्पिक सिद्धान्त)

2.0	परिचय.....	31
2.1	इकाई के उद्देश्य	32
2.2	बामोल का बिक्री अधिकतम मॉडल	32
2.3	मौरिस का प्रबन्धकीय उद्यम मॉडल.....	34
2.4	विलियम्सन का प्रबन्धकीय स्वेच्छा मॉडल	37
2.5	औसत लागत कीमत निर्धारण	39
2.6	बेन्स का सीमा कीमत मॉडल	40
2.7	सीर्ट और मार्च का व्यवहारवादी सिद्धान्त	43
2.8	सारांश	45
2.9	मुख्य शब्दावली.....	45
2.10	अपनी प्रगति जानिए के प्रश्न	45
2.11	अपनी प्रगति जानिए के उत्तर	46
2.12	अभ्यास हेतु प्रश्न	46
2.13	आप ये भी पढ़ सकते हैं.....	46

इकाई – 3 (विभिन्न बाजारों में साधन कीमत निर्धारण)

3.0	परिचय.....	47
3.1	इकाई के उद्देश्य	48

3.2	नव-क्लासिकी साधन कीमत निर्धारण.....	48
3.3	फर्म का सन्तुलन उत्पाद और साधन दोनो में पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत.....	50
3.4	साधन बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता और उत्पाद बाजार में अपूर्ण प्रतियोगिता के साथ फर्म का संतुलन.....	52
3.4 A	उत्पाद बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता और श्रम बाजार में एक क्रयाधिकार के साथ फर्म का संतुलन.....	55
3.5	द्विपक्षीय एकाधिकार मॉडल.....	56
3.6	उत्पाद समाप्ति समस्या.....	58
3.7	लगान का नव-क्लासिकी सिद्धान्त.....	59
	3.7.1 अर्द्ध लगान.....	62
3.8	ब्याज का सिद्धान्त.....	64
3.9	लाभ का सिद्धान्त.....	70
3.10	सामान्य संतुलन विश्लेषण के मुद्दे.....	72
3.11	सारांश.....	73
3.12	मुख्य शब्दावली.....	73
3.13	अपनी प्रगति जानिए के प्रश्न.....	74
3.14	अपनी प्रगति जानिए के उत्तर.....	75
3.15	अभ्यास हेतु प्रश्न.....	75
3.16	आप ये भी पढ़ सकते है.....	76

इकाई – 4 (सामाजिक कल्याण और सवार्वजनिक वस्तु)

4.0	परिचय.....	77
4.1	इकाई के उद्देश्य.....	78
4.2	सामाजिक कल्याण.....	78
	4.2.1 मार्शल का मत.....	79
	4.2.2 पीगू का मत.....	79
	4.2.3. पैरेटों इष्टतम मापदण्ड.....	80
4.3	बर्गसन का सामाजिक कल्याण फलन.....	81
4.4	दूसरा सर्वोत्तम सिद्धान्त का विचार.....	83
4.5	ऐरो की असम्भावना प्रभेय.....	84
4.6	क्षतिपूर्ति कसौटी.....	85
4.7	बाजार संरचना और अधिकतम कल्याण.....	87
4.8	बाजार विफलता.....	88
	4.8.1 बाजार विफलता को ठीक करने के उपाय बाह्यताओं के रूप में.....	90
4.9	सारांश.....	91
4.10	मुख्य शब्दावली.....	91
4.11	अपनी प्रगति जानिए के प्रश्न.....	92
4.12	अपनी प्रगति जानिए के उत्तर.....	92
4.13	अभ्यास हेतु प्रश्न.....	92
4.14	आप ये भी पढ़ सकते है.....	93

इकाई – 1

अल्पाधिकार बाजार और खेल का सिद्धान्त

- 1.0 परिचय
- 1.1 इकाई के उद्देश्य
- 1.2 अल्पाधिकार
- 1.3 सहकार्य सन्धि रहित मॉडल
 - 1.3.1 कुर्नोट मॉडल
 - 1.3.2 बट्रैंड मॉडल
 - 1.3.3 विंकुचित मांग मॉडल
- 1.4 सहकार्य सन्धि सहित मॉडल
 - 1.4.1 संयुक्त लाभ अधिकतम मॉडल
 - 1.4.2 बाजार बाँट मॉडल
 - 1.4.3 नेतृत्व कार्टेल मॉडल
- 1.5 फर्म के नव-क्लासिकी सिद्धान्त की आलोचना
- 1.6 खेल का सिद्धान्त
 - 1.6.1 दो व्यक्ति शून्य योग खेल
 - 1.6.2 शुद्ध और मिश्रित रणनीति
 - 1.6.3 सैडल बिन्दु हल
- 1.7 सारांश
- 1.8 मुख्य शब्दावली
- 1.9 अपनी प्रगति जानिए के प्रश्न
- 1.10 अपनी प्रगति जानिए के उत्तर
- 1.11 अभ्यास हेतु प्रश्न
- 1.12 आप ये भी पढ़ सकते हैं

1.0 परिचय

पिछले सेमेस्टर में हमने बाजार के विभिन्न प्रकारों के बारे में जाना है। यह शुरूआत हमने पूर्ण प्रतियोगिता का अध्ययन करके की थी। इससे आगे एकधिकार और एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता का अध्ययन किया। उसी कड़ी में एक महत्वपूर्ण अध्ययन अल्पाधिकार बाजार आता है। संघि विच्छेद करने पर हमें यह पता चलता है की उस बाजार में अल्प यानि कुछ का अधिकार होता है और इसमें अधिकार रखने वाले विक्रेता हैं। अर्थात् अल्पाधिकार बाजार वह बाजार है जिसमें किसी वस्तु के कुछ विक्रेता होते हैं। जब हम दो पहिया, चार पहिया गाड़ियों के बाजार, टेलीकॉम सैन्टर आदि को देखते हैं तो पाते हैं कि यहां भी कुछ विक्रेता होते हैं। कुछ विक्रेता का यहाँ तात्पर्य है की यहाँ विक्रेता की संख्या की गणना हो सकती है। इसलिए ज्यादातर बाजार अल्पाधिकार बाजार ही होते हैं। अब बात आती है, अल्पाधिकार बाजार में कीमत निर्धारण की तो इस इकाई में कीमत का निर्धारण अल्पाधिकार बाजार में कैसे होता है, उसका भी अध्ययन करेंगे।

1.1 इकाई के उद्देश्य

इस इकाई के निम्न उद्देश्य हैं:

- अल्पाधिकार बाजार का अध्ययन करना ।
- सहकार्य सन्धि रहित और सहित बाजार में भेद करना ।
- फर्म के नव-क्लासिकी सिद्धान्त की आलोचनात्मक व्याख्या करना ।
- खेल के सिद्धान्त का अध्ययन करना ।

1.2 अल्पाधिकार

Oligopoly शब्द दो शब्दों के मेल (Oligi + Pollien) से बना हुआ है। जिसमें Oligi का तात्पर्य कुछ से है और Pollien का तात्पर्य 'विक्रेता' से है। इसलिए अल्पाधिकार को परिभाषित इस प्रकार से किया जा सकता है कि यह बाजार की एक ऐसी अवस्था है जिसमें किसी समरूप या विभेदीकृत वस्तुओं के कुछ ही विक्रेता या उत्पादक होते हैं। अल्पाधिकार में विक्रेता या उत्पादक की संख्या निश्चित नहीं होती है। अर्थशास्त्रियों ने विक्रेताओं की संख्या चार से 10 के बीच में बताई है। जब बाजार में केवल एक ही विक्रेता होता है तो एकाधिकार की अवस्था कहलाती है और जब विक्रेताओं की संख्या बहुत ही अधिक होती है तो पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था कहलाती है। जिस बाजार में केवल दो विक्रेता होते हैं वह अल्पाधिकार की सीमा अवस्था कहलाती है और उसे अल्पाधिकार में द्वयाधिकार की स्थिति कहते हैं। जब विभिन्न फर्मों या विक्रेताओं के पदार्थ एक – दूसरे के निकट स्थानापन्न होते परंतु पदार्थ विभेदीकृत होते हैं तो इसको पदार्थ विभेदीकरण सहित अल्पाधिकार अथवा अपूर्ण अल्पाधिकार अथवा विभेदीकृत अल्पाधिकार कहा जाता है। अतः सभी बातों को ध्यान में रखते हुए अल्पाधिकार को इस प्रकार से परिभाषित किया जा सकता है कि यह बाजार की वह अवस्था है जिसमें केवल कुछ ही फर्मों में प्रतियोगिता होती है।

अल्पाधिकार का वर्गीकरण

अल्पाधिकार बाजार को कई आधारों पर वर्गीकृत किया जाता है। कुछ मुख्य आधार इस प्रकार हैं:

(1) उत्पादो का स्वरूप

अल्पाधिकार को उत्पादों के स्वरूप के आधार पर अर्थात् शुद्ध और विभेदीकृत आधार पर बांटा जा सकता है। जब प्रतियोगी फर्मों द्वारा समरूप उत्पाद पैदा किए जाते हैं तो उसे शुद्ध अल्पाधिकार कहते हैं। जब प्रतियोगी फर्मों द्वारा विभेदीकृत वस्तुएं पैदा की जाती हैं तो उसे विभेदीकृत अल्पाधिकार कहा जाता है।

(2) कीमत नेतृत्व

अल्पाधिकार बाजार को आंशिक और पूर्ण अल्पाधिकार की श्रेणियों में कीमत नेतृत्व के आधार पर बांटा गया है। आंशिक अल्पाधिकार से अभिप्राय है कि जब बाजार में कीमत केवल एक बड़ी फर्म द्वारा निर्धारित होती है। सभी फर्मों द्वारा उस एक बड़ी फर्म को ही मुख्य मान लिया जाता है। बाजार में बची हुई सभी छोटी फर्मों द्वारा उस निर्धारित कीमत को स्वीकार किया जाता है। दूसरी तरफ पूर्ण अल्पाधिकार की स्थिति तब कहलाती है जब बाजार में उत्पाद की कीमत किसी अग्रणी फर्म द्वारा निर्धारित नहीं की जाती।

(3) आपसी समझदारी

अल्पाधिकार को आपसी समझदारी के आधार पर भी वर्गीकृत किया जा सकता है। इसको संगठित तथा सिंडीकेट युक्त अल्पाधिकार आदि श्रेणिया में रखा जाता है। जब किसी बाजार में किसी फर्म द्वारा स्वयं को उत्पादन तथा कीमत का निर्धारण करने वाली संस्था मान लिया जात है तो वह संगठित अल्पाधिकार बाजार कहलाता है। इस प्रकार इस तरह के अल्पाधिकार बाजार में कीमत प्रतियोगिता दूर हो जाती है। जब किसी बाजार में सभी फर्मों द्वारा कीमत और उत्पादन को निर्धारित करने के लिए एक कार्टेल बना ली जाती है। सभी फर्मों द्वारा उसका पालन किया जाता है इस प्रकार की अवस्था सिंडीकेट युक्त अल्पाधिकार की अवस्था कहलाती है। यह सभी फर्मों के लिए सांझा विक्रय संगठन होता है। कार्टेल बनाने पर फर्मों के बीच जो कीमत – युद्ध बना रहता है वह समाप्त हो जाता है। कार्टेल द्वारा जो लाभ होते हैं उनका बंटवारा भी पहले से स्वीकृत फार्मूले द्वारा कर दिया जाता है।

(4) फर्मों में समझौते

फर्मों में समझौते के आधार पर भी अल्पाधिकार को वर्गीकृत किया जा सकता है। फर्मों में समझौते दो प्रकार से हो सकते हैं। (1) सहकार्य सन्धि युक्त (2) सहकार्य सन्धि रहित। जब कई फर्मों के बीच कीमत, उत्पादन, तथा लाभ के बंटवारे के लिए किसी भी तरह का कोई औपचारिक तथा अनौपचारिक समझौता होता है तो उसे सहकार्य सन्धि युक्त समझौता होता है तो उसे सहकार्य सन्धि युक्त समझौता कहते हैं और जब इस प्रकार का कोई समझौता नहीं पाया जाता है बाजार में तो उसे सहकार्य सन्धि रहित कहा जाता है। सहकार्य सन्धि युक्त समझौते से विनाशकारी प्रतियोगिता से बचा जा सकता है। कीमत और उत्पादन के निर्णय लेने में प्रत्येक फर्म स्वतंत्र होती है।

(5) फर्मों के प्रवेश पर स्वतंत्रता

अल्पाधिकार बाजार को खुला और बन्द अल्पाधिकार के रूप में वर्गीकृत किया जा सकता है ऐसा फर्मों के प्रवेश की स्वतंत्रता के आधार पर होता है। यदि नई फर्मों द्वारा बाजार में आसानी से प्रवेश कर लिया जाता है तो यह खुला अल्पाधिकार कहलाता है और जब बाजार में आसानी से प्रवेश नहीं किया जाता तो इसे बन्द अल्पाधिकार कहा जाता है। नई फर्मों के प्रवेश को पुरानी फर्मों द्वारा रोका जाता है।

अल्पाधिकार की विशेषताएं

अल्पाधिकार बाजार अत्यधिक महत्वपूर्ण है और इस बाजार की विशेषताएं भी हैं। कुछ महत्वपूर्ण विशेषताएं इस प्रकार हैं:-

(1) कुछ ही विक्रेता

विक्रेताओं की संख्या पूर्ण प्रतियोगी बाजार में बहुत अधिक होती है उनकी संख्या असीमित होती है। एकाधिकार बाजार में केवल एक विक्रेता होता है। एकाधिकारिक बाजार में एक से ज्यादा परंतु पूर्ण प्रतियोगिता से कम होती है। इसे पूर्ण प्रतियोगिता तथा एकाधिकार की बीच की अवस्था कहा जाता है। अल्पाधिकार में विक्रेताओं की संख्या केवल कुछ ही बतायी गयी है लेकिन निश्चित संख्या नहीं बताई गई। अर्थशास्त्रियों द्वारा बताया गया है कि इस बाजार में चार से दस तक विक्रेताओं की संख्या होती है।

(2) सभी फर्मों की परस्पर निर्भरता

इस बाजार की इस विशेषता को सबसे महत्वपूर्ण माना जाता है। अल्पाधिकार बाजार में कुछ फर्मों द्वारा जो निर्णय लिये जाते हैं उनमें काफी मात्रा में पारस्परिक निर्भरता पाई जाती है। ऐसा इसलिए होता है क्योंकि जब प्रतियोगी फर्मों की संख्या केवल कुछ ही होती है तो जब एक फर्म द्वारा कीमत उत्पादन, आदि में कुछ परिवर्तन किए जाते हैं तो उसका प्रभाव अन्य प्रतिद्वियों फर्मों के लाभों पर पड़ता है और जब कीमत में कुछ परिवर्तन किए जाते हैं तो उस फर्म द्वारा विज्ञापन आदि पर भी खर्च किया जाता है। इस प्रकार की क्रियाएं देख कर अन्य फर्म भी कुछ इसी प्रकार की प्रतिक्रिया देती हैं। बाजार में केवल कुछ ही फर्मों, होने के कारण फर्मों के लाभ कम हो जाते हैं। अतः पहले प्रतिक्रियाओं के बारे में कुछ मान्यताएं निर्धारित करनी होती हैं।

(3) एकाधिकार शक्ति

प्रत्येक फर्म द्वारा इस बाजार में काफी बड़ी मात्रा पर उत्पादन किया जाता है। वह बाजार में कुल पूर्ति का बहुत बड़ा अनुपात होता है। अतः कुछ अंश तक फर्म को एकाधिकार शक्ति प्राप्त होती है और फर्म द्वारा कीमत तथा कुल बाजार पूर्ति पर नियन्त्रण किया जा सकता है।

(4) विज्ञापन तथा विक्रय लागतों की भूमिका

विज्ञापन और विक्रय लागतों की भूमिका के महत्व की एक अत्यंत महत्वपूर्ण विशेषता है। बामोल ने माना है कि अल्पाधिकार में विज्ञापन तथा विक्रय लागतों का अत्यंत महत्व है। पूर्ण प्रतियोगिता में विज्ञापन की कोई आवश्यकता नहीं है। एकाधिकार में भी अकेली फर्म, प्रोत्साहक अथवा सूचनात्मक प्रकार का विज्ञापन कर सकती है। अल्पाधिकार बाजार में इनका महत्व सबसे ज्यादा होता है। इन दोनों का प्रयोग बाजार में अपने उत्पादन भाग को या तो बढ़ाने के लिए या फिर कभी को रोकने के लिए किया जाता है। फर्म के लिए ये दोनों सुरक्षात्मक और आक्रामक शस्त्र के रूप में प्रयोग किए जाते हैं। अतः कहा जा सकता है कि विज्ञापन तथा विक्रय लागतों की भूमिका अल्पाधिकार बाजार की सबसे महत्वपूर्ण विशेषता है।

(5) मांग वक्र का निर्धारण

सभी बाजारों में फर्म के मांग वक्र का निर्धारण किया जाता है अर्थात् मांग वक्र निर्धारित है। लेकिन अल्पाधिकार में ऐसा संभव नहीं है। पूर्ण प्रतियोगी बाजार में किसी भी फर्म का मांग वक्र पूर्णतया लोचशील होता है। एकाधिकार बाजार में फर्म का मांग वक्र ऋणात्मक ढलान वाला होता है। परंतु अल्पाधिकार बाजार की स्थिति अन्य बाजारों की

स्थिति से भिन्न और अत्यधिक जटिल भी होती है। क्योंकि इस बाजार की एक महत्वपूर्ण विशेषता परस्पर निर्भरता की है। एक फर्म जब कोई भी क्रिया करती है जैसे कीमत परिवर्तन आदि तो दूसरी फर्म भी उनकी क्रिया पर अपनी प्रतिक्रियाएं देती है। वह प्रतिक्रियाएं चाहे तुरन्त या फिर लम्बी देरी से भी हो जाती हैं कई बार ऐसा भी हो जाता है कि प्रतिक्रियाएं न हो। अतः अल्पाधिकारी बाजार में मांग वक्र की निश्चितता नहीं होती और यह अनिर्धारित होती है। कई अर्थशास्त्रियों ने कई अलग – अलग तरह के मांग वक्र बताए हैं। अतः यह कहा जा सकता है कि मांग वक्र निश्चित नहीं है और इसे आवश्यक रूप में अनिर्धारित माना जा सकता है।

(6) कीमत कठोरता

कीमत कठोरता की विशेषता भी अल्पाधिकार बाजार में अत्यंत महत्वपूर्ण समझी जाती हैं अल्पाधिकार बाजार में ऐसी मुख्य विशेषता मांगी गई है कि इसके केवल कुछ ही विक्रेता होते हैं। अल्पाधिकारी बाजार में फर्मों द्वारा यह मान लिया जाता है कि कीमत— युद्ध सभी फर्मों के लिए विनाशकारी साबित होगा। तो सभी फर्मों द्वारा कीमतों से छेड़छाड़ नहीं की जाती ताकि विरोधी फर्मों जवाबी कीमत – कटौती शुरू ना कर दें। ऐसी स्थिति में कीमत कठोरता की स्थिति उत्पन्न हो जाती हैं कीमत कठोरता का मुख्य कारण यही है कि जब किसी भी एक फर्म द्वारा कीमत को कम किया जाता है तो अन्य फर्मों द्वारा कीमत को कम कर दिया जाता है परंतु जब उस फर्म द्वारा कीमत को बढ़ाया जाता है तो अन्य फर्मों द्वारा ऐसा नहीं किया जाता जिस कारण अल्पाधिकार बाजार में कीमत कठोरता की स्थिति उत्पन्न हो जाती है।

(7) अनिश्चितता की स्थिति

अनिश्चितता की स्थिति को अल्पाधिकार बाजार की महत्वपूर्ण विशेषता समझा जाता है किसी भी फर्म द्वारा कीमत – उत्पादन निर्णय जोकि विरोधी फर्मों द्वारा लिए जाते हैं का ठीक ढंग से पूर्व अनुमान नहीं लगाया जा सकता। यह किसी भी प्रकार से निश्चित नहीं है कि जब एक फर्म कीमत या उत्पादन में किसी प्रकार का परिवर्तन करती है तो इसके बदले में अन्य फर्मों की प्रतिक्रियाएं क्या होगी। विरोधी फर्मों की रणनीतियों और प्रति-रणनीतियों का पूर्ण पूर्व – अनुमान करना असम्भव है। अतः कहा जा सकता है अनिश्चितता की स्थिति को अल्पाधिकार बाजार की महत्वपूर्ण विशेषता माना गया है।

(8) उद्देश्य अनुसार दृष्टिकोण

अल्पाधिकार बाजार में उद्देश्य अनुसार दृष्टिकोण पाए जाते हैं। कई बार फर्म यह मान तथा जान लेती है कि कीमतों में प्रतियोगिता करने से उन्हें अत्यंत विनाशकारी शक्तियों का सामना करना पड़ेगा तो वो इस स्थिति में कीमतों में कटौतियों से बचाव की स्थिति को अपनाती है और फर्मों द्वारा अपने संयुक्त लाभों को अधिकतम करने के लिए किसी समझौते अथवा सहकार्य सन्धि में शामिल हो जाती है। कई बार फर्मों को यह लगता है कि वे अपने उद्देश्यों को पूरा कर सकती हैं तो उस समय वे कीमत प्रतियोगिता की स्थिति में लग जाती हैं। इस प्रकार कहा जा सकता है कि अल्पाधिकार बाजार में फर्मों केवल एक ही दृष्टिकोण नहीं अपनाती। उसे सहयोग और शत्रुता दोनों दृष्टिकोण अपनाने पड़ सकते हैं।

(9) फर्म का आकार

फर्म में आकार की एकरूपता को अल्पाधिकार बाजार की अत्यंत महत्वपूर्ण विशेषता माना जाता है। बाजार में कुछ फर्म बहुत ही बड़े आकार की हो सकती हैं और कुछ ऐसी फर्म भी हो सकती हैं जोकि छोटे स्तर अर्थात् छोटे पैमाने पर काम करती हैं।

1.3 सहकार्य सन्धि रहित अल्पाधिकारी मण्डल

हम जानते हैं कि अल्पाधिकार में फर्मों के बीच परस्पर निर्भरता पाई जाती है। अलग – अलग फर्मों की क्रियाएं – प्रतिक्रियाएं और उनकी रणनीतियां के बारे में बड़ी मात्रा में अनिश्चितता पाई जाती है। अल्पाधिकार में एक फर्म यह नहीं मान सकती कि यदि वह कीमत में कमी करेगी तो दूसरी फर्मों की प्रतिक्रियाएं क्या – क्या रहेगी अर्थात् अन्य फर्मों कीमत को कम करेगी, स्थिर रखेगी या बढ़ायेगी। मौटे तौर पर हम इस को फर्मों का आपस में सहयोग करना या सहयोग ना करने के रूप में लेते हैं इसलिए अल्पाधिकार माडल को दो भागों में बांटा जा सकता है। पहला, जब वह सहयोग ना करे अर्थात् सहकार्य सन्धि रहित अल्पाधिकारी माडल। दूसरा, जब वह आपस में सहयोग करे अर्थात् सहकार्य सन्धि सहित अल्पाधिकारी माडल। इस अध्याय में हम उस स्थिति का अध्ययन करेंगे जब फर्म आपस में सहयोग नहीं करती है। एक फर्म का निर्णय दूसरी फर्मों के निर्णय से स्वतंत्र होता है। उदाहरण के रूप में यदि एक फर्म कीमत कम करती है तो वह फर्म यह मान कर चलेगी की दूसरी फर्म अपनी कीमतों में कोई परिवर्तन नहीं करेगी। इसलिए इस माडल में कीमत और उत्पादन के निर्णय की अनिश्चितता होती है। इस क्रम में हम तीन मॉडल क्रमशः कूर्नोट, बरट्रैण्ड और स्वीजी विंकुचित मांग वक्र का अध्ययन करेंगे।

1.3.1 कूर्नोट अल्पाधिकारी माडल

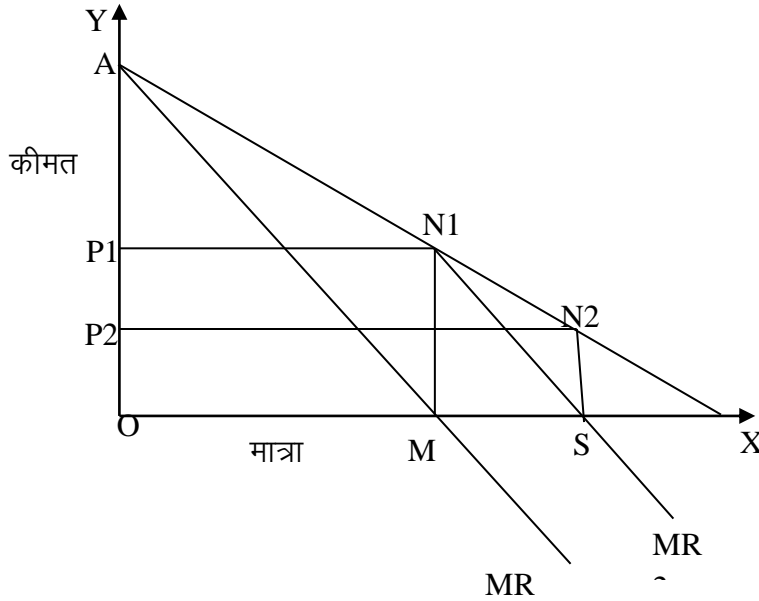
अल्पाधिकार के माडल का सर्वप्रथम प्रतिपादन एक फ्रेंच अर्थशास्त्री कूर्नो ने 1838 में किया। इसे द्वि-अधिकारी माडल भी कहा जा सकता है। क्योंकि कूर्नो ने द्वि –अधिकारी की स्थिति का वर्णन किया है। कूर्नो माडल में अल्पाधिकारी अपने प्रतिद्वंदी के उत्पादन को वर्तमान स्तर पर स्थिर मान लेता है और अपने उत्पादन में कुछ परिवर्तन करने की सोचता है। अन्य शब्दों में द्वि-अधिकारी, यह मान कर कि उसके प्रतिद्वंदी का उत्पादन वर्तमान – स्तर पर बना रहेगा।

दूसरे शब्दों में इसे इस प्रकार से परिभाषित किया जाता है कि उत्पादन मात्रा का निर्धारण करने में वह अपनी क्रियाओं के प्रति अपने प्रतिद्वंदी की प्रतिक्रियाओं पर कोई ध्यान नहीं देता। कूर्नो ने अपने अल्पाधिकारी माडल में दो खनिज झरनों का उदाहरण लिया है जोकि समान है। उन दोनों झरनों को अलग – अलग दो व्यक्ति चला रहे हैं और दोनों उस खनिज जल को एक ही बाजार में बेच रहे हैं। अतः कूर्नोट माडल समान पदार्थों वाले द्विअधिकारी की व्याख्या की है। इस माडल में बताया गया है कि उत्पादन करने में लागत कुछ भी नहीं आती अर्थात् शून्य लागत हो और मांग वक्र रेखीय होता है।

कूर्नोट माडल की मान्यताएं

1. इसकी मुख्य मान्यता है कि दो उत्पादक हैं A और B
2. खनिज झरनों का उदाहरण लिया गया है
3. उत्पादन लागत शून्य मानी गई है।
4. बाजार मांग वक्र रेखीय है।
5. उत्पादन क्षमता प्रत्येक फर्म की असीमित होती है।
6. प्रत्येक फर्म द्वारा कीमत तथा उत्पादन के निर्धारण में स्वयं को स्वतंत्र माना जाता है।
7. प्रत्येक फर्म का भाग बिल्कुल समान है।

कूर्नोट के द्वि-अधिकारी माडल को चित्र द्वारा स्पष्ट किया जा सकता है।



चित्र - 1.1

चित्र में OX - अक्ष पर मात्रा को मापा गया है तथा OY - अक्ष पर कीमत को मापा गया है। बाजार में सबसे पहले एक ही एकाधिकारी फर्म है। इस एकाधिकारी फर्म का मांग वक्र AB है। इस AB मांग वक्र से सम्बन्धित MR_1 है। जैसा की कूर्नोट माडल की मान्यता है कि सीमान्त लागत शून्य है तो इस मान्यता के अनुसार A फर्म द्वारा अपने अधिकतम लाभ के लिए OM उत्पादन किया जाता है जोकि OB बाजार मांग का आधा है। एकाधिकारी कीमत OP_1 है। OP_1 कीमत होने पर तथा लागत के शून्य होने पर एकाधिकारी फर्म के लाभ OMN_1P_1 है। A फर्म की यह स्थिति रहने पर बाजार में B फर्म दाखिल करती है। B फर्म द्वारा बाजार में आकर देखा जाता है कि फर्म A जो पहले से उत्पादन कर रही है वही करती रहेगी और उसी कीमत पर इसलिए कुल बाजार मांग OB के केवल OM भाग को ही पूरा कर रही है A फर्म। फर्म B मान कर चलेगी A फर्म कुछ भी परिवर्तन नहीं करेगी। B फर्म द्वारा प्रत्येक निर्णय लेने के लिए स्वयं को स्वतंत्र माना जाता है। B फर्म के सामने N_1B मांग वक्र होता है। N_1B मांग वक्र होने की स्थिति में उसका सीमान्त आगम वक्र MR_2 है। A फर्म की तरह B फर्म की सीमान्त लागत भी शून्य होती है। इसलिए इसका लाभ अधिकतम OP_2 कीमत पर MS उत्पादन करने पर होगा। जोकि MB का आधार है। जैसा कि माना गया है कि पदार्थ समरूप है इसलिए B फर्म द्वारा A के सभी ग्राहक आकर्षित कर लिए जाते हैं। A फर्म के लाभ कम होते जाते हैं। A फर्म द्वारा देखा जाता है कि फर्म B , $MS = 1/4 OB$ उत्पादन कर रही है। A फर्म द्वारा यह माना जाता है कि B फर्म यही उत्पादन करती रहेगी अब जो भाग बचा हुआ है $3/4 OB$ । A फर्म उसमें उत्पादन करने की सोच रखेगी। इस प्रकार A का सम्भव उत्पादन $3/4 OB$ अर्थात् $3/8 OB$ होगा। इसी प्रकार B फर्म द्वारा भी इसी तरह अपने उत्पादन के लिए काम किया जायेगा। A फर्म द्वारा अपना उत्पादन घटा लिया जाता है और B फर्म द्वारा अपना उत्पादन बढ़ा लिया जाता है। यह क्रिया - प्रतिक्रिया चलती रहती है और यह तब तक चलती रहती है। जब तक दोनों का समान भाग नहीं हो जाता और दोनों का सामान भाग तब होता है जब उत्पादन की मात्रा $1/3 + 1/3 = 2/3$ भाग होता है।

मार्केट – भाग को व अन्य प्रकार से भी निर्धारित कर के दिखाया जा सकता है।

मार्केट – भाग का निर्धारण

अवधि	A विक्रेता	B विक्रेता
A	$\frac{1}{2}(1) = \frac{1}{2}$	$\frac{1}{2}(\frac{1}{2}) = \frac{1}{4}$
B	$\frac{1}{2}(1 - \frac{1}{4}) = \frac{3}{8}$	$\frac{1}{2}(1 - \frac{3}{8}) = \frac{5}{16}$
C	$\frac{1}{2}(1 - \frac{5}{16}) = \frac{11}{32}$	$\frac{1}{2}(1 - \frac{11}{32}) = \frac{21}{64}$
D	$\frac{1}{2}(1 - \frac{21}{64}) = \frac{43}{128}$	$\frac{1}{2}(1 - \frac{43}{128}) = \frac{85}{256}$
⋮		
N	$\frac{1}{2}(1 - \frac{1}{3}) = \frac{1}{3}$	$\frac{1}{2}(1 - \frac{1}{3}) = \frac{1}{3}$

तालिका में भी स्पष्ट किया गया है कि शुरू में A विक्रेता का कुल उत्पादन OB का $1/2$ भाग है और B फर्म का कुल उत्पादन OB का $1/4$ भाग है। इस प्रकार A फर्म का उत्पादन कुल उत्पादन का $3/8$ भाग हो जाता है और B फर्म का उत्पादन कुल उत्पादन का $5/16$ भाग हो जाता है। इसी प्रकार से A फर्म का कुल उत्पादन में भाग कम होता जाता है और कम होकर कुल उत्पादन का $1/3$ भाग रह जाता है और B फर्म का कुल उत्पादन में भाग बढ़ कर $1/3$ हो जाता है।

जब दो से अधिक फर्मों का कुल उत्पादन में से भाग निकालना हो तो अन्य प्रकार से भी दर्शाया जा सकता है

यदि कूर्नों के इस द्वयाधिकारी अल्पाधिकारी माडल का अल्पाधिकार बाजार, जिसमें n फर्मों की संख्या है, तो उसका विस्तार सामान्य फामूर्ले द्वारा किया जा सकता है।

$$\text{कुल उत्पादन} = \left(\frac{n}{n+1} \right) OB$$

$$\text{प्रत्येक फर्म का उत्पादन} = \left(\frac{1}{n+1} \right) OB$$

$$\text{माना की एकाधिकार बाजार में 5 फर्म है तो कुल उत्पादन} = \left(\frac{n}{n+1} \right) OB$$

$$= \left(\frac{5}{5+1} \right) OB = \frac{5}{6} OB$$

प्रत्येक फर्म का उत्पादन का भाग इस प्रकार से निकाला जायेगा ।

$$= \left(\frac{1}{n+1} \right) OB$$

$$= \left(\frac{1}{5+1} \right) OB = \frac{1}{6} OB$$

एकाधिकार बाजार में हम पाते हैं कि यहां $n=1$ है तो

$$\text{कुल उत्पादन} = \left(\frac{1}{n+1}\right)OB = \left(\frac{1}{1+1}\right)OB = \frac{1}{2} OB$$

पूर्ण प्रतियोगिता बाजार में भी निर्धारित किया जा सकता है । यहां $n=\infty$ है तो

$$\text{कुल उत्पादन} = \left(\frac{n}{n+1}\right)OB = \infty$$

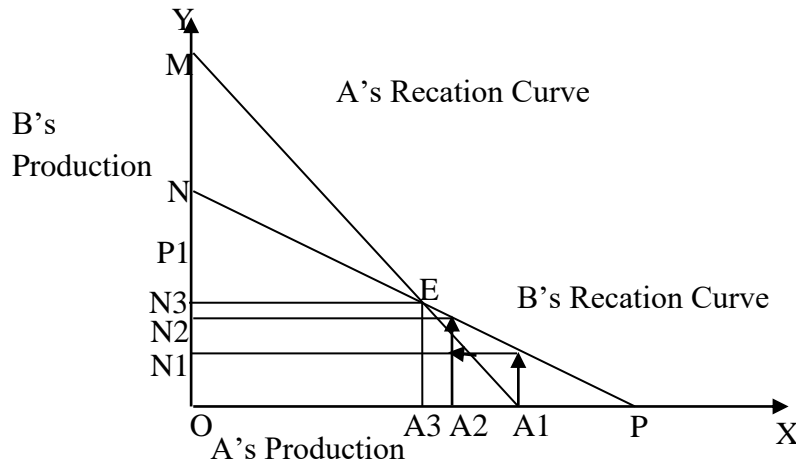
$$\text{प्रत्येक फर्म के द्वारा उत्पादन} = \left(\frac{1}{n+1}\right)OB$$

$$= \left(\frac{1}{\infty+1}\right)OB = \frac{1}{\infty} OB = 0$$

कूर्नो माडल की प्रतिक्रिया वक्रों द्वारा व्याख्या

कूर्नो के दि - अधिकारी माडल को स्पष्ट करने के लिए कई अर्थशास्त्रियों ने प्रतिक्रिया वक्रों का प्रयोग किया है। ये प्रतिक्रिया वक्र उत्पादन या कीमत दोनों प्रकार के हो सकते हैं परंतु हमें देखना यह होता है कि समायोजक चर कौन - सा है। कूर्नो के माडल में उत्पादन प्रतिक्रिया वक्रों का प्रयोग किया गया है क्योंकि यहां पर समायोजक चर उत्पादन है। उत्पादन है। उत्पादन प्रतिक्रिया वक्र से अभिप्राय है कि विक्रेता के प्रतिद्वंदी की क्रिया के परिणामस्वरूप उसकी स्वयं अर्थात् विक्रेता प्रतिक्रियाएं क्या होती हैं। यह उन प्रतिक्रियाओं को नहीं बताते जिनकी विक्रेता अपने प्रतिद्वंदियों से अपेक्षा करते हैं। इसका चित्र द्वारा स्पष्टीकरण इस प्रकार है:-

चित्र - 1.2



चित्र 1.2. में समस्तरीय अक्ष पर A के उत्पादन को तथा उदग्र अक्ष पर B के उत्पादन को दिखाया गया है। MA_1 फर्म A का उत्पादन प्रतिक्रिया वक्र है जोकि यह दिखाता है जब B फर्म द्वारा अपने उत्पादन में परिवर्तन किया जाता है तो फर्म A की प्रतिक्रिया कैसी रहेगी। इसी प्रकार NP फर्म B का उत्पादन - प्रतिक्रिया वक्र है जोकि यह दिखाता है जब A फर्म द्वारा अपने उत्पादन में परिवर्तन किया जाता है तो फर्म B की प्रतिक्रिया कैसी रहेगी। सबसे पहले फर्म A का उत्पादन OA_1 है। यह मान कर चलते हुए कि A अपने उत्पादन में परिवर्तन नहीं करेगी तो B

का अपना सबसे अच्छी प्रकार का सम्भव उत्पादन ON_1 है जब B का प्रतिक्रिया वक्र दिया हुआ हो। इसी प्रकार A का प्रतिक्रिया वक्र दिया हुआ होने पर होता है। इसी प्रकार आपस में क्रिया – प्रतिक्रिया चलती रहती है। E बिन्दु अन्तिम स्थिर सन्तुलन की अवस्था होती है। फर्मों A और B द्वारा अपना सबसे लाभप्रद उत्पादन OA_3 और ON_3 किया जाता है। A और B दोनों फर्मों द्वारा इस स्थिर सन्तुलन की अवस्था में समान मात्राएं $OA_3 = ON_3$ पैदा करती है और इस कारण से उनका बाजार में समान भाग होता है।

आलोचना

कूर्नो माडल की कई आधारों पर आलोचना की गई है। कुछ इस प्रकार हैं:-

- (1) इस माडल की मुख्य मान्यता ली गई है की उत्पादन लागत शून्य है जबकि व्यवहार में यह सम्मन नहीं है कि किसी काम को करने के लिए उसकी कुछ लागत ही न आये।
- (2) इसमें यह माना गया है कि केवल दो ही विक्रेता होते हैं। यह एक प्रकार से बन्द माडल है।
- (3) इसमें माडल की एक मुख्य मान्यता यह ली गई है कि विक्रेता अपने उत्पादन में कोई परिवर्तन नहीं करता परंतु बाद में वह समायोजन क्रिया में लगा रहता है।
- (4) प्रत्येक फर्म अपनी कीमत तथा उत्पादन के संबंध में स्वयं को स्वतंत्र मानती है परंतु वास्तविक जीवन में ऐसा संभव नहीं है। एक – दूसरे विक्रेता आपस में जुड़े हुए होते हैं।

1.3.2 बर्ट्रेण्ड माडल

जैसा की हम जानते हैं कि कूर्नो ने अपना एक द्वयाधिकारी माडल प्रस्तुत किया है। कूर्नो ने अपने माडल में माना था कि फर्म यह मान कर चलती है कि दूसरी फर्म अपने उत्पादन को स्थिर रखेगी। कूर्नो के इस माडल के आधार पर ही जोसफ बर्ट्रेण्ड ने अपना माडल दिया। इन्होंने कूर्नो माडल की आलोचना की है। बर्ट्रेण्ड ने अपने माडल में समायोजन चर उत्पादन को न मान कर कीमत को माना है। बर्ट्रेण्ड ने माना है कि कीमत कहीं तक भी नीचे गिर सकती है उसकी कोई सीमा नहीं है। उन्होंने बताया है कि प्रत्येक उत्पादक द्वारा यह सोच रखी जाती है कि वह दूसरे उत्पादक से कम कीमत पर अपने उत्पादन को बेच कर स्वयं द्वारा उत्पादित पदार्थ की पूर्ति बढ़ा सकता है और उत्पादक द्वारा कीमत स्तर तब तक गिराया जा सकता है जब तक की कीमत गिर कर औसत लागत के समान नहीं हो जाती है। बर्ट्रेण्ड के माडल में माना गया है कि पहले कीमत निर्धारित कर दी जाती है और फिर उस कीमत पर मांगी गई मात्रा का उत्पादन किया जाता है। अतः बर्ट्रेण्ड माडल को इस प्रकार से परिभाषित किया जाता है की प्रत्येक उत्पादक द्वारा यह सोच लिया जाता है कि उसके प्रतिद्वंद्वी की कीमत स्थिर रहेगी वह अपनी कीमत चाहे कुछ भी रखे। कूर्नो की तरह बर्ट्रेण्ड ने भी अपने माडल में द्वि-अधिकारियों की परस्पर निर्भरता की उपेक्षा की है। बर्ट्रेण्ड के माडल में उत्पादक अपनी कीमतों को परिवर्तित करते हैं अपनी उत्पादन मात्रा को नहीं।

बर्ट्रेण्ड माडल की मुख्य मान्यताएं

1. कूर्नो माडल की तरह इस माडल में भी दो फर्म A और B हैं।
2. कूर्नो माडल की तरह इसमें भी उत्पादन लागत को शून्य माना गया है
3. प्रत्येक – फर्म कीमत – उत्पादन निर्णय लेने में स्वतंत्र है।
4. प्रत्येक फर्म की उत्पादन क्षमता को असीमित माना गया है

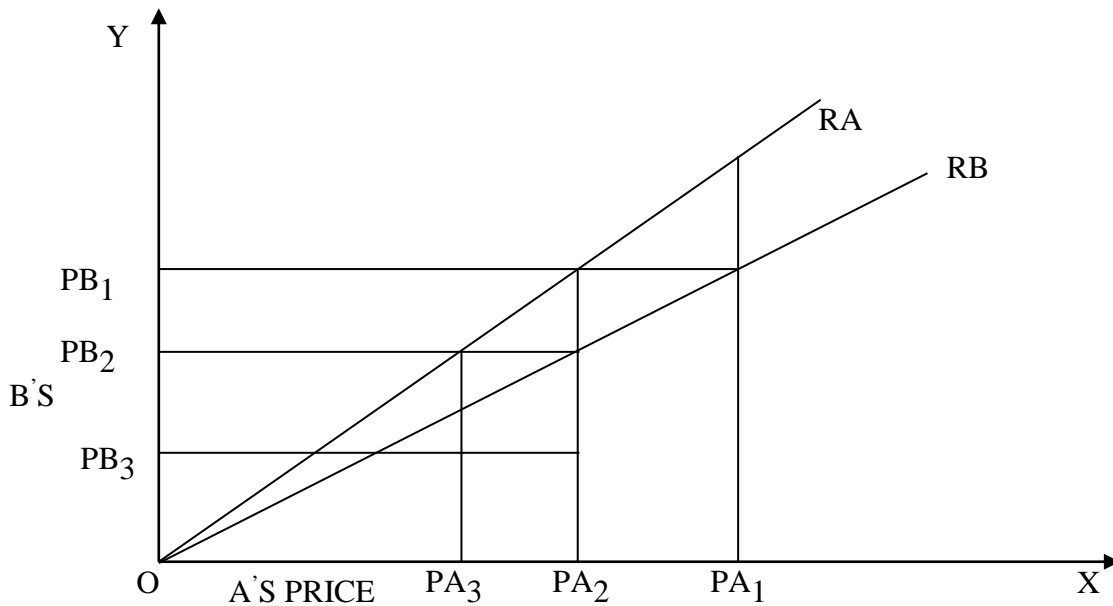
5. बर्टरैंड माडल की मुख्य मान्यता यह है जिस पर यह माडल मुख्य रूप से टिका हुआ है। प्रत्येक फर्म यह मान कर चलती है कि विरोधी फर्म द्वारा अपनी कीमत में परिवर्तन नहीं किया जायेगा।
6. इस माडल में भी कूर्नों की तरह खनिज – जल का उदाहरण लिया गया है।

इसका स्पष्टीकरण हम अन्य प्रकार से भी कर सकते हैं। माना की सबसे पहले बाजार मे A फर्म आती है। इस A फर्म द्वारा अपनी एकाधिकारी कीमत निश्चित कर दी जाती है। इस कीमत पर A फर्म को अत्यधिक लाभ होगा। इन सब के बाद बाजार में B फर्म आती है। अब B फर्म द्वारा यह समझ लिया जाता है कि A फर्म अपनी कीमत में कोई परिवर्तन नहीं करेगी जबकि दोनों के उत्पाद समरूप है। फर्म B द्वारा A फर्म से कम कीमत निश्चित कर दी जाती है और A फर्म से सारा बाजार छीना जा सकता है। B फर्म की कीमत कम होने पर सभी ग्राहक उस तरफ आकृष्ट हो जाते हैं। A फर्म अपनी सारी बिक्री गवाने के डर से अपनी कीमत को कम कर देगी। A फर्म द्वारा यह कीमत समायोजन करना पड़ेगा। A और B फर्म द्वारा यह क्रिया – प्रतिक्रियाएं चलती रहेगी। जब लागते विद्यमान नहीं है तो अन्त में A और B दोनों की कीमते शून्य तक नीचे गिर जाएंगी। अन्य रूप में यदि इसे देखा जाए की लागते शून्य न होकर धनात्मक लागते और दोनों फर्मों की समान इकाई लागत है तो कीमतें औसत लागत के न्यूनतम स्तर तक गिर जायेंगी। दोनों फर्मों द्वारा अपनी कीमत को औसत लागत से कम नहीं रखा जाएगा क्योंकि वहां पर दोनों फर्मों की हानियां शुरू हो जाती है। दोनों फर्मों में से किसी भी एक फर्म द्वारा कीमत को औसत लागत से ज्यादा नहीं किया जायेगा क्योंकि उनको अपने सभी ग्राहक खोने का डर बना रहेगा। इसलिए बर्टरैंड द्वारा यह माना गया है की सन्तुलन उस स्थान पर निश्चित होगा जब कीमत औसत लागत के बराबर हो जायेगी। दोनों द्वायाधिकारी फर्मों का संयुक्त सन्तुलन उत्पादन प्रतियोगी उत्पादन के समान हो जायेगा।

दो अलग – अलग अवस्थाओं में जब शून्य लागते हो और जब धनात्मक लागतें हो तो इन दोनों अवस्थाओं को रेखाचित्र द्वारा दिखाया जा सकता है। इनको कीमत – प्रतिक्रिया वक्रों द्वारा स्पष्ट किया जा सकता है। जैसा कि हम पहले पढ़ चुके हैं की इस माडल में समायोजन चर कीमत है। B फर्म द्वारा जब उत्पादन किया जाता है तो वह यह मान कर चलती है कि B फर्म द्वारा अपनी वही कीमत रखी जायेगी जो उस ने पहले से ही निर्धारित कर रखी है। वह उसी कीमत पर अपने लाभ अधिकतम करेगी।

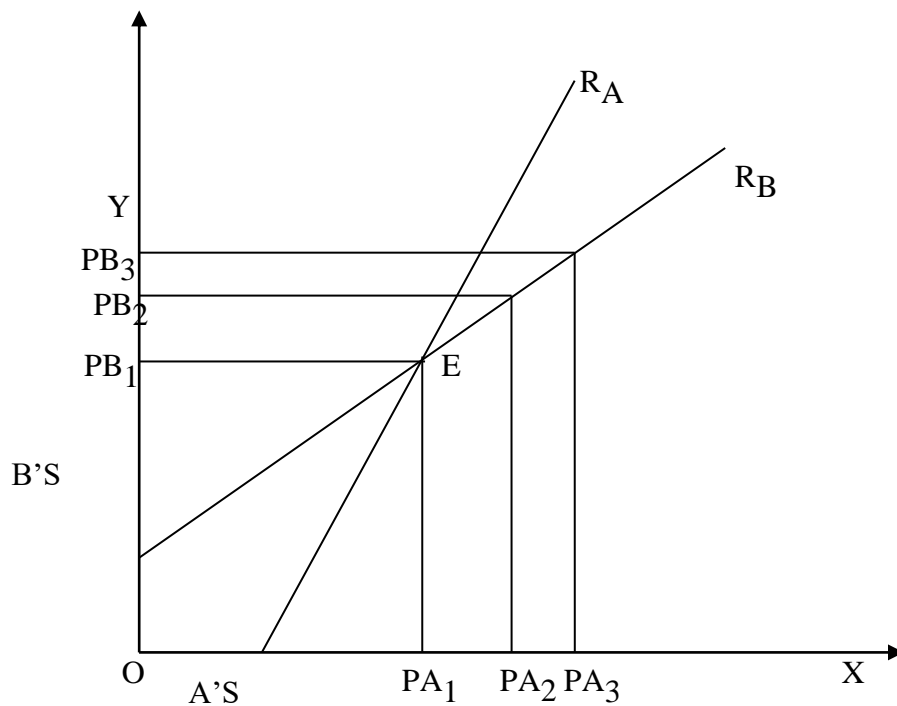
जब लागते शून्य हो तो उसे निम्न रेखाचित्र द्वारा दिखाया जा सकता है।

चित्र – 1.3



चित्र में OX – अक्ष पर A फर्म की कीमत तथा OY – अक्ष पर B फर्म की कीमत दर्शायी गई है। चित्र द्वारा बताया गया है कि जब शून्य लगतो की मान्यता ली जाती है तो A और B फर्म के R_A और R_B प्रतिक्रिया वक्र मूल्य बिन्दु से शुरू होते हैं। सबसे पहले A फर्म बाजार में प्रवेश करती है। A फर्म द्वारा PA_1 कीमत निश्चित कर दी जाती है। उसके बाद B फर्म द्वारा बाजार में प्रवेश किया जाता है और B फर्म का प्रतिक्रिया वक्र R_B है। B फर्म द्वारा यह सोचा जाता है कि A फर्म अपनी पहले जितनी ही कीमत रखेगी और B द्वारा अपनी कीमत PB_1 निश्चित कर दी जाती है। अब B की इस प्रकार की प्रतिक्रिया के कारण A फर्म अपने ग्राहक खो देगी इसलिए A फर्म द्वारा PA_2 कीमत निश्चित कर दी जाती है। A फर्म के ऐसा करने पर B फर्म को अपने ग्राहको को खोने का डर रहेगा और B फर्म द्वारा अपनी कीमत कम कर के PB_2 कर दिये जाते हैं। B की इस प्रकार की प्रतिक्रिया देखकर A को अपने ग्राहक खोने का डर रहेगा और A फर्म द्वारा अपनी कीमत कम करके PB_3 कर दी जाती है। कीमत समायोजन की यह प्रक्रिया चलती रहती है और यह तब तक चलती रहती है जब तक कीमत गिर कर मूल बिन्दू पर शून्य हो जाती है क्योंकि लागते पाई नहीं जाती।

चित्र 1.4



चित्र में OX अक्ष पर A फर्म की कीमत तथा OY अक्ष पर B फर्म की कीमत दिखाई गई है। यह चित्र धनात्मक लागते प्रकट करता है। चित्र में R_A और R_B प्रतिक्रिया – वक्र है A और B फर्म के।

$R_A - OX$ अक्ष से शुरू होता है और $R_B - OY$ अक्ष से शुरू होता है। जैसे की चित्र देखने से पता चलता है ये प्रतिक्रिया वक्र मूल बिन्दु से शुरू नहीं हो रहे हैं। सबसे पहले A फर्म बाजार में प्रवेश करती है और अपनी PA_3 कीमत निश्चित करती हैं। PA_3 कीमत पर A फर्म लाभ कमा रही है। इसके बाद फर्म B बाजार में प्रवेश करती है और यह मान कर चलती है A फर्म अपनी PA_3 कीमत ही रखेगी B फर्म द्वारा PB_3 कीमत निर्धारित कर ली

जाती है। इसी प्रकार से दोनो फर्मों की क्रिया – प्रतिक्रियाएं चलती रहेगी और अन्त में सन्तुलन E बिन्दु पर होता है। इस E बिन्दु पर A फर्म की कीमत PA_1 निश्चित होती है तथा B फर्म की कीमत PB_1 निश्चित होती है। इस E बिन्दु पर दोनो फर्मों की लागते औसत लागत के बिल्कुल समान हैं दोनो फर्मों की पूर्ति की संयुक्त मात्रा पूर्णतया प्रतियोगी उत्पादन के बिल्कुल समान होगी।

आलोचना

बर्टरैंड मॉडल की कुछ मुख्य आलोचनाएं इस प्रकार हैं:

- (1) इस माडल की मुख्य मान्यता यह ली गई है कि विरोधी फर्म की कीमत स्थिर रहेगी जबकि वास्तविक जीवन में ऐसा होना बिल्कुल भी संभव नहीं है। ऐसा मानने पर ही वह कीमत में कटौती करता जाता है।
- (2) इस माडल में भी दो फर्मों का विश्लेषण किया गया है जबकि यह नई फर्मों के प्रवेश का किसी भी प्रकार का कोई विश्लेषण नहीं करता।
- (3) यह माडल स्थैतिक प्रक्रिया का है क्योंकि इस माडल द्वारा समायोजन की प्रक्रिया में लगी समय अवधि की व्याख्या करने में असफल रहा है।
- (4) इस माडल में भी इस मान्यता को लिया गया है कि उत्पादन लागत शून्य है जबकि व्यावहारिक जीवन में ऐसा पाया जाना संभव नहीं है।
- (5) इस माडल की एक मान्यता यह भी है कि फर्म निर्णय लेने में स्वतंत्र है जबकि ऐसा पाया जाना संभव नहीं है। फर्म एक – दूसरे पर निर्भर करती है।

1.3.3 विकृचित मांग माडल

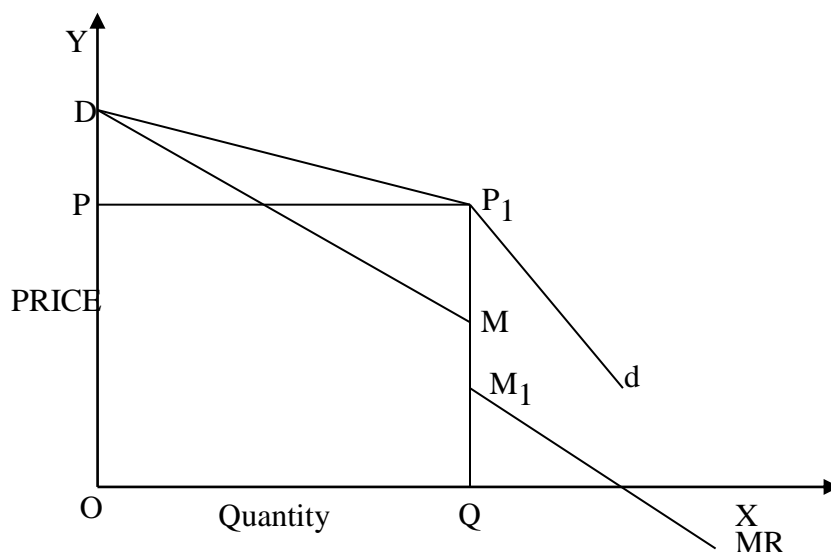
जैसा कि हम पहले पढ़ चुके हैं कि अल्पाधिकार बाजार में केवल कुछ ही फर्म होती हैं। बाजार में केवल कुछ ही फर्म होने के कारण कीमत दृढ़ता या स्थिरता प्रदर्शित की जाती है। उत्पादक अल्पाधिकारी बाजार में अपनी कीमतों में परिवर्तन नहीं करना चाहते चाहे आर्थिक दशाओं में कुछ भी परिवर्तन होता रहे। कीमत दृढ़ता के संबंध में बहुत सी व्याख्याएं दी गई हैं परंतु सबसे लोकप्रिय व्याख्या पॉल एम. स्वीजी की रही है। पॉल एम. स्वीजी ने अल्पाधिकार का विकृचित मांग वक्र माडल ने संयुक्त राज्य अमेरिका और हाल तथा हिच ने ब्रिटेन में 1939 में स्वतंत्र रूप से विकसित किया। इस माडल का मुख्य उद्देश्य जब उत्पाद विभेदीकरण की स्थिति हो तो यह कीमत कठोरता की व्याख्या करता है।

कीमत कठोरता की अल्पाधिकारी बाजार में कई कारणों से सम्भावना होती है। पहला, फर्मों को यह डर रहता है कि कीमत बढ़ाने से कहीं अन्य फर्मों प्रवेश न कर जाये अर्थात् अन्य फर्मों प्रवेश न कर जाये अर्थात् अन्य फर्मों के प्रवेश को रोकने हेतु कीमत कठोरता की नीति को अपनाती है। दूसरा, क्रेता पहले जो कीमत देते आये हैं किसी वस्तु की वही कीमत देना चाहते हैं, उस से ज्यादा नहीं। तीसरा, उत्पादक को यह डर रहता है कि कीमत बढ़ाने से कहीं सरकार हस्तक्षेप न कर दे। चौथा, कीमत बढ़ाने से कोई विनाशकारी कीमत युद्ध ना शुरू हो जाये। पाँचवा कीमत बढ़ाने के कारण खरीदारों में नाराजगी पैदा हो सकती है जिसके कारण उत्पादक का सामान बिना बिका रह सकता है।

अल्पाधिकार बाजार में विकुंचित मांग वक्र का सिद्धान्त यह व्याख्या नहीं करता की कीमत का निर्धारण किस प्रकार से होता है। इस माडल ,द्वारा केवल इतना बताया जाता है कि जो कीमत निर्धारित की गई है वह अपरिवर्तित या स्थिर क्यों है। इस सिद्धान्त में यह बताया गया है वर्तमान कीमत स्तर पर विकुंचन होता है। मांग वक्र का वर्तमान कीमत स्तर से ऊपर का भाग अधिक लोचदार तथा नीचे का भाग कम लोचदार होता है अर्थात बेलोचदार होता है। इसी कारण वर्तमान कीमत स्तर पर विकुंचन होता है। इस माडल में भी यह मान्यता ली गई है की बाजार में केवल कुछ ही फर्म होती है। उत्पाद विभेदीकरण हो भी सकता है और नहीं भी। एक फर्म के द्वारा कीमत में परिवर्तन के प्रति विरोधी फर्म का व्यवहार असममित है। माना की कोई एक फर्म अपने उत्पाद को उसकी वर्तमान कीमत से अधिक बढ़ा देती है । अन्य फर्मों के उत्पाद उसके निकट प्रतिस्थापक योग्य है तो वे प्रतियोगी फर्म अपने उत्पाद की कीमत नहीं बढ़ायेगी । यदि फर्म द्वारा अपने उत्पाद की कीमत बढ़ा दी जाती है तो वह अन्य फर्मों को अपने ग्राहक खो देगी। इसी कारण उसके उत्पाद की बिक्री में बड़ी मात्रा में कमी हो जायेगी। इसी कारण वर्तमान कीमत से ऊपर मांग वक्र अधिक लोचशील बन जाता है। दूसरी ओर, यदि फर्म द्वारा कीमत कम कर दी जाती है तो विरोधी फर्मों द्वारा भी अपनी कीमत घटा दी जाती है । यदि विरोधी फर्मों द्वारा कीमत नहीं घटा दी जाएगी तो अपने ग्राहक खो देगी। इस प्रकार की प्रक्रिया में प्रचलित कीमत से कम कीमतों के लिए मांग वक्र कम लोचशील हो जायेगा।

अल्पाधिकारी फर्मों के इस प्रकार के असममित व्यवहार से यह परिणाम निकलता है मांग वक्र का ऊपर का भाग अधिक लोचदार तथा नीचे का भाग कम लोचदार होता है। मांग वक्र के इन दोनो भागों के बीच किंक बिन्दु पैदा हो जाता है। विकुंचित मांग वक्र को निम्न रेखाचित्र द्वारा दिखाया जा सकता है।

चित्र 1.5



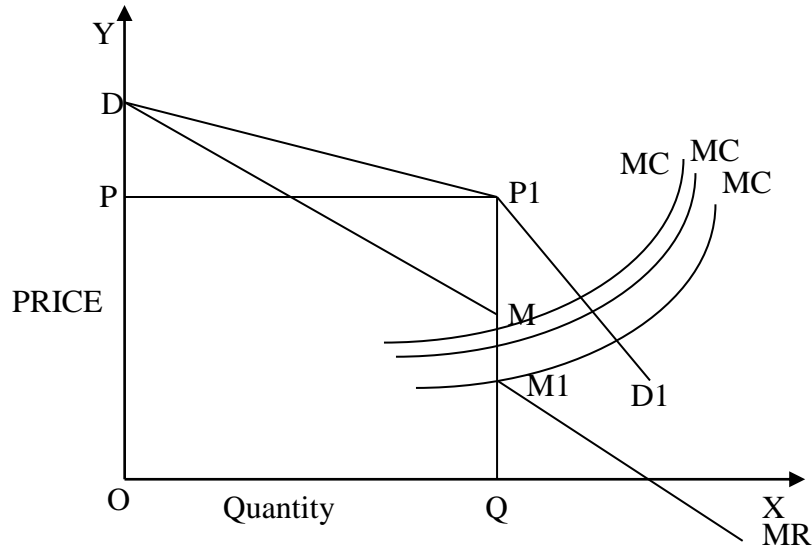
चित्र में OX अक्ष पर वस्तु की मात्रा तथा OY अक्ष पर वस्तु की कीमत को प्रकट किया गया है। मान लिया गया की वस्तु की प्रचलित कीमत OP है तथा इस OP कीमत पर वस्तु की मात्रा OQ है जो कि बेची या खरीदी गई है। यदि एक फर्म द्वारा इस प्रचलित कीमत से बढ़ा दिया जाता है तो बाजार की अन्य फर्म कीमतों को नहीं बढ़ायेगी। इस कारण कीमत बढ़ाने वाली फर्म अपने सारे ग्राहक खो देगी। इस कारण से P₁ बिन्दु से ऊपर का भाग अधिक लोचदार हो जाता है। यदि एक फर्म द्वारा अपनी कीमत कम कर दी जाती है अर्थात OP कीमत से

कम तो बाजार की अन्य फर्मे भी अपनी कीमत को वर्तमान कीमत स्तर से कम कर देगी। इसी कारण मांग वक्र का P_1 से नीचे का भाग कम लोचदार हो जाता है। $DP_1 D_1$ मांग वक्र पर बिन्दु P पर किंक बिन्दु पाया जाता है। इस बिन्दु के ऊपर का भाग अधिक लोचशील तथा नीचे का भाग कम लोचशील पाया जाता है।

मांग वक्र $DP_1 D_1$ का जो ऊपरी भाग अधिक लोचदार है उसी से सम्बन्धित उसका MR वक्र भी अधिक लोचशील है। तथा $DP_1 D_1$ के नीचे का भाग कम लोचशील है तो उससे सम्बन्धित MR वक्र भी कम लोचशील होगा। MR वक्र दो भागों में बटा हुआ है। MR वक्र के बीच MM_1 असतता पाई जाती है जोकि किंक बिन्दु के कारण होती है।

पॉल एम. स्वीजी ने यह भी बताया है कि जो किंकित मांग वक्र दिया गया है यदि MC वक्र MR को इसके असतत भाग में से काटता है तो कीमत प्रचलित कीमत पर कठोर बनी रहेगी। यदि ऐसा नहीं है तो यह कठोर नहीं रहेगी। **रेखाचित्र द्वारा स्पष्टीकरण :**

चित्र 1.6



चित्र 1.6 में, $DP_1 D_1$ किंकित मांग वक्र दिखाया गया है। P_1 बिन्दु पर प्रचलित कीमत है। जैसा कि चित्र में दिखाया गया है कि जब MC , MR के असतत भाग में से गुजरती है तो कीमत कठोरता बनी रहेगी। अब एक मुख्य रूप से प्रश्न उठता है कि क्या MC वक्र MR वक्र के असतत भाग में से ही गुजरता रहेगा। यह असततता की लम्बाई पर निर्भर करेगा। मांग वक्र दो भागों की लोच में जितना अधिक अन्तर होगा उतनी ही MR वक्र में असततता अधिक होगी।

यदि मांग में परिवर्तन होता भी है तो जब तक MC , MR वक्र के असतत भाग में से गुजरती है, कीमत कठोरता रहेगी।

क्या कीमत कठोरता सदा बनी रहती है

हम पहले चित्रों द्वारा कीमत कठोरता को परिभाषित कर चुके हैं कि कब कीमत कठोरता रहती है। अब हम यह जानने की कोशिश करेंगे कि क्या लागतों और मांग में परिवर्तन होने पर भी कीमत कठोरता बनी रहती है।

(1) लागतो में वृद्धि

अल्पाधिकार बाजार में कीमत कठोरता की स्थिति नहीं भी रह सकती है। यदि लागतों में वृद्धि हो जाती है तो एक फर्म द्वारा कीमत बढ़ाने पर अन्य फर्मों भी कीमते बढ़ा देती है जिसके कारण मांग वक्र का ऊपर का भाग कम लोचदार हो जाता है। और यदि एक फर्म द्वारा लागतों में वृद्धि होने पर यदि अन्य फर्मों द्वारा कीमतों में कमी की जाती है तो मांग वक्र का नीचे का भाग अधिक लोचदार हो जायेगा। इस प्रकार की स्थिति होने पर MR_1 की असतता बहुत ही कम हो जाती है। जिस कारण MC वक्र MR वक्र के ऊपरी भाग पर काटता है और फिर कीमत कठोरता नहीं रहती।

(2) लागतों में कमी

यदि लागतों में कमी कर दी जाती है तो अल्पाधिकारी बाजार में यदि एक फर्म द्वारा कीमत को बढ़ा दिया जाता है तो अन्य फर्मों द्वारा कीमत नहीं बढ़ाई जाती। इसी कारण मांग वक्र का ऊपर का भाग अधिक लोचदार होता है और जब एक फर्म द्वारा कीमत नहीं बढ़ाई जाती तो अन्य फर्मों भी कर देती है कम कीमत। जिस कारण किंक बिन्दु से नीचे का भाग कम लोचदार होता है। ऐसी स्थिति होने के कारण कीमत कठोरता की स्थिति बनी रहती है।

(3) मांग में वृद्धि

यदि मांग में वृद्धि होती है अल्पाधिकारी बाजार में तो फर्मों द्वारा कीमत बढ़ाई जाती है। अन्य फर्मों द्वारा बढ़ी हुई कीमतों को देखकर स्वयं की कीमत भी बढ़ा दी जाती है। ऐसा होने पर मांग वक्र का ऊपरी भाग कम लोचशील हो जाता है और यदि फर्म द्वारा कीमत कम कर दी जाती है तो अन्य फर्मों द्वारा कीमत कम नहीं की जाती जिस कारण मांग वक्र के किंक बिन्दु से नीचे का भाग अधिक लोचदार हो जाता है। किंक कम हो जाएगा और MR वक्र के ऊपरी भाग पर कटाव होगा जिस कारण कीमत कठोरता नहीं होगी।

(4) मांग में कमी

यदि अल्पाधिकारी बाजार में किसी उत्पाद की मांग कम हो जाती है और किसी एक फर्म द्वारा कीमत बढ़ा दी जाती है तो विरोधी फर्मों द्वारा कीमते नहीं बढ़ाई जाएंगी। जिस कारण मांग वक्र का ऊपरी भाग अधिक लोचदार हो जाएगा और यदि एक फर्म द्वारा कीमत कम कर दी जाती है तो विरोधी फर्मों द्वारा कीमते कम कर दी जाती है। जिस कारण मांग वक्र का निचला भाग कम लोचदार हो जायेगा। इस कारण से MR वक्र में असतता अधिक हो जायेगी। और MC वक्र MR में से ही कटाव करे सम्भावना अधिक होगी और कीमत कठोरता की स्थिति बनी रहेगी।

आलोचना:-

- (1) इस माडल की इस बात पर भी आलोचना की गई है कि यह जब लागू नहीं होता जब उत्पाद विभेदीकृत होते हैं। इस प्रकार के हालातों में किंकित मांग वक्र मत लागू नहीं होता।
- (2) इस माडल की मुख्य आलोचना इस आधार पर भी हुई है की यह माडल केवल कीमत कठोरता की व्याख्या करता है यह माडल यह व्याख्या नहीं कर सका की जो प्रचलित कीमत है उसका निर्धारण कैसे हुआ।
- (3) यह माडल पर्याप्त व्याख्या करने में असफल रहा है। यह सिर्फ लागतों में कमी और मांग में कमी तक ही सीमित है।

(4) यह माडल कीमत नेतृत्व तथा कार्टेल जैसी स्थिति में लागू नहीं होता। इसलिए भी इसे अपर्याप्त माडल माना जा सकता है।

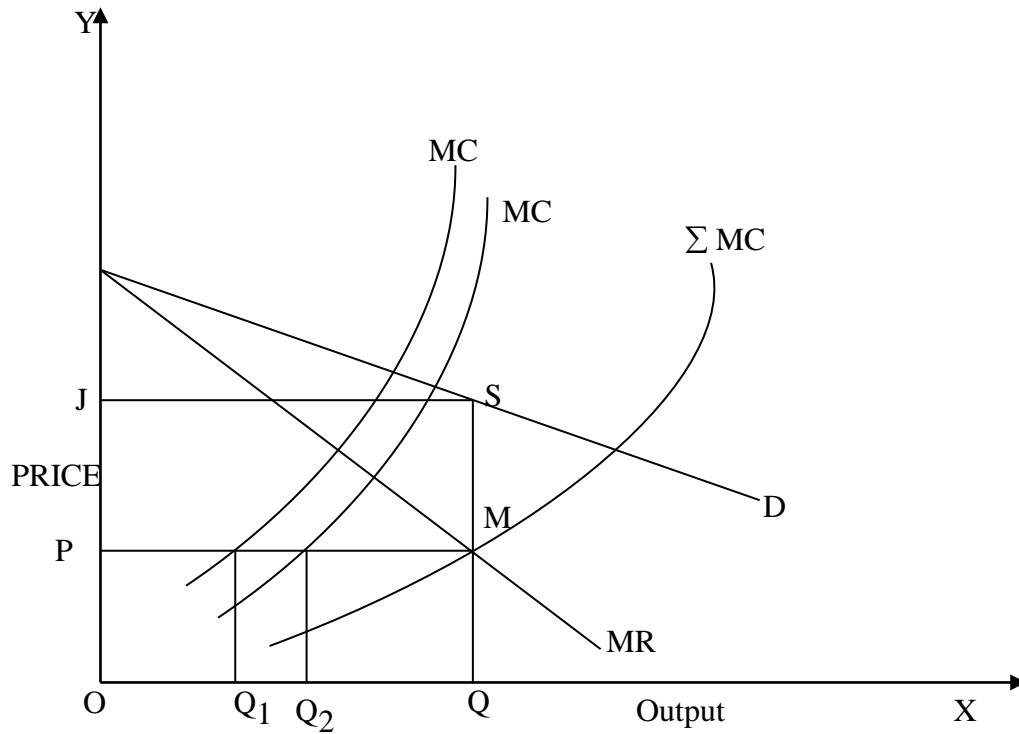
1.4 सहकार्य सन्धि सहित माडल

अब तक हमने अल्पाधिकारी बाजार में सहकार्य सन्धि रहित माडल की चर्चा की है। अल्पाधिकारी बाजार में एक अन्य प्रकार की स्थिति जिसे हम सहकार्य सन्धि सहित भी कह सकते हैं पाई जाती है। इस स्थिति के अंतर्गत अल्पाधिकारी फर्मों के बीच एक आपस में औपचारिक समझौता होता है जिसे सभी फर्मों द्वारा माना जा है। इस समझौते पर सहमति बनाने से पहले सभी फर्मों को यह मालूम होता है कि इस प्रकार की सहमति बनाने उनके लिए हानिकारक हो सकती है। सभी अल्पाधिकारी फर्मों को पता है कि एक साथ मिल कर वे सभी अपने हितों की रक्षा कर सकती है इसलिए वे सभी कपट पूर्ण संधि करती है। कपटपूर्ण सन्धि अल्पाधिकार की एक ऐसी स्थिति को दर्शाता है जिसमें एक विशेष उद्योग में फर्म अपने संयुक्त लाभो को अधिकतम करने और आपस में मार्किट को बांटने के उद्देश्य से एक इकाई बनने के लिए मिलने का निर्णय करती है। कीमत नेतृत्व एक अलग प्रकार की कपटपूर्ण सन्धि है। यह मुफ्त समझौतों पर आधारित होती है। इस प्रकार की कपटपूर्ण सन्धि के अन्तगत एक फर्म द्वारा कीमत नेता का काम किया जाता है। जब उद्योग की सभी अल्पाधिकारी फर्मों द्वारा एक औपचारिक समझौता कर लिया जाता है तो कहा जाता है कि फर्मों ने आपस में कार्टेल की रचना कर ली है।

1.4.1 संयुक्त लाभ अधिकतम माडल

अल्पाधिकार बाजार में फर्मों का एक समूह पाया जाता है। यह भी मान्यता ली जाती है कि सभी फर्मों द्वारा समस्त उत्पाद बनाए जाते हैं। फर्मों द्वारा एक केन्द्रीय प्रशासनिक एंजेसी नियुक्त कर दी जाती है जिनका मुख्य उद्देश्य सारे समूह के लिये अधिकतम संयुक्त लाभ प्राप्त करना है। फर्मों द्वारा जो समरूप उत्पाद बनाए जाते हैं उद्योग में एक केन्द्रीय कार्टेल बोर्ड की स्थापना करती हैं। कीमत-उत्पादन के सभी निर्णय फर्मों केन्द्रीय बोर्ड को सौंप दी जाती है। बोर्ड द्वारा ही अपने सदस्यों फर्मों के लिए कीमत, उत्पादन, लाभ वितरण निर्धारित किए जाते हैं। इसलिए यह एक एकाधिकारी की तरह कार्य करता है। जिसका मुख्य उद्देश्य अल्पाधिकारी उद्योगों के संयुक्त लाभों को अधिकतम करना होता है। उद्योग को जो भी लाभ प्राप्त होते हैं वो सभी लाभ सदस्यो फर्मों में जो पहले से निर्धारित नियमों के हिसाब से फर्मों के बांट दिए जाते हैं। प्रत्येक सदस्य का भाग कुल लाभो में से आवश्यक रूप से उसके द्वारा दी गई उत्पादन कोटे की पूर्ति अथवा उस उठाई गई उत्पादन लागत के अनुपात में नहीं होता। प्रत्येक फर्म द्वारा जिस भी कोटे का उत्पादन किया जाता है उसको इस प्रकार से निर्धारित नहीं किया जाता की कुल उत्पादन की कुल लागत – न्यूनतम हो। जब कार्टेल बना ली जाती है तो केन्द्रीय अधिकारी द्वारा यह निर्णय लिया जाता है कि विभिन्न फर्मों द्वारा कितना – कितना उत्पादन किया जाता है और किस कीमत पर बेचा जाता है। अब एक मुख्य प्रश्न यह है केन्द्रीय अधिकारी द्वारा कितना उत्पादन करने के लिए कहा जाएगा जिससे की कुल लागत भी न्यूनतम हो। जब कार्टेल की विभिन्न फर्मों द्वारा उन मात्राओं का उत्पादन किया जाता है जिनसे उनकी सीमांत लागतें समान होगी तो कुल लागत न्यूनतम हो जाती है। इसका कारण यह है कि यदि सदस्य फर्मों की सीमान्त लागतें समान नहीं हैं तो उत्पादन की सीमान्त इकाइयों को उन फर्मों द्वारा जिनकी सीमान्त लागत कम है को कम लागत पर उत्पादित किया जा सकता है। जब कार्टेल जिसका मुख्य उद्देश्य अपने संयुक्त लाभ को अधिकतम करना होता है। तो कीमत और उत्पादन के निर्धारण की व्याख्या चित्र द्वारा इस प्रकार की जा सकती है।

चित्र - 1.7



चित्र में OX - अक्ष पर उत्पादन तथा OY - अक्ष पर कीमत को बताया गया है। इस चित्र की व्याख्या के लिए माना गया है कि अल्पाधिकारी बाजार में A तथा B दो फर्म हैं। D बाजार मांग वक्र है। MR मांग वक्र से सम्बन्धित सीमान्त आगम वक्र है। A और B फर्मों की सीमान्त लागते MC_1 तथा MC_2 है। फर्म A की लागत अधिक है तथा फर्म B की लागत कम है। MC_1 और MC_2 के समस्तरीय योग द्वारा ΣMC ज्ञात की गई है। यह ΣMC कार्टेल अधिकारी द्वारा निकाली गई है। सन्तुलन बिन्दु MR और MC के कटाव पर होता है। MR और ΣMC एक - दूसरे को M बिन्दु पर काट रहे हैं। जिस उत्पादन पर लाभ अधिकतम होता है वह OQ है तथा कीमत SQ है या फिर OT है। इस कीमत पर कार्टेल अधिकारी द्वारा सारे उत्पादन की बिक्री की जाती है। दो फर्मों को उत्पादन कोटा न्यूनतम लागत रखने के लिए आंबटित किया जाएगा। बिन्दु M से OX - अक्ष के समान्तर रेखा MP बनाई गई है। यह लाईन MC_1 और MC_2 को काटने से A फर्म का उत्पादन कोटा OQ_1 तथा B फर्म का उत्पादन कांटा OQ_2 है जबकि $OQ_1 + OQ_2 = OQ$ है। फर्म A कम कुशल फर्म है इसलिए A फर्म को कम उत्पादन कोटा आंबटित किया गया है जबकि B फर्म कुशल फर्म है तो B को अधिक उत्पादन कोटा आंबटित किया गया है। कार्टेल अधिकारी द्वारा पूरे उद्योग के अधिकतम संयुक्त लाभ सदस्य फर्मों के द्वारा पहले जो स्वीकार कर लिए गए थे उन्ही आधारों पर वितरित कर दिए जायेंगे।

1.4.2 बाजार बांट माडल

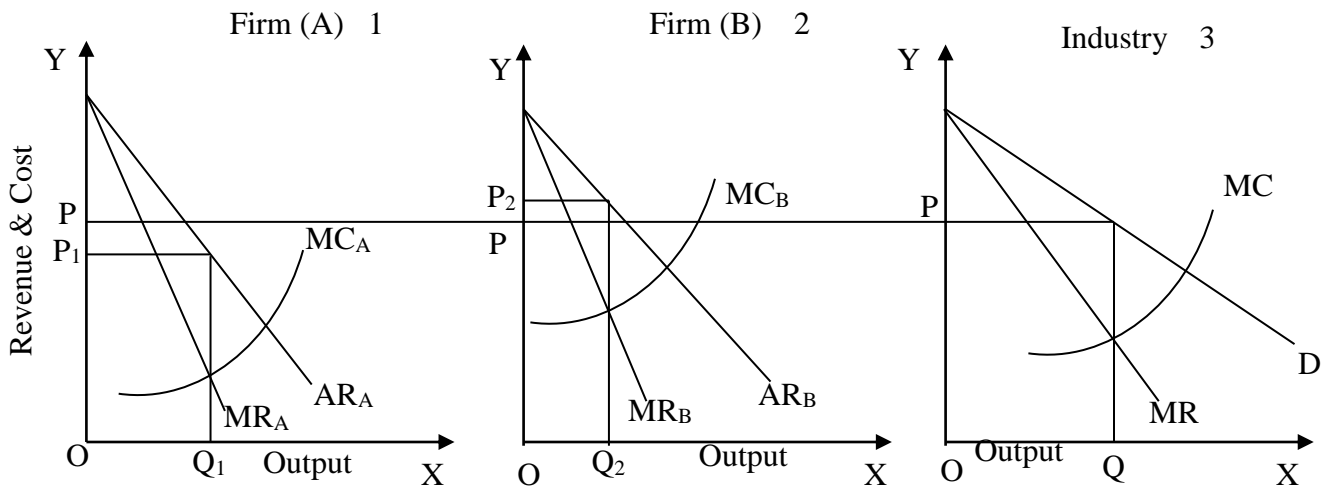
अल्पाधिकारी बाजार में एक अन्य प्रकार की सहकार्य सन्धि सहित भी व्यवहार में पाई जाती है जिसे बाजार बांट का नाम दिया गया है। सभी फर्म बाजार को बांट लेने के लिए तो आपस में सहमत हो जाती है परन्तु फर्म उत्पादों के स्टाइल, विज्ञापन तथा अन्य बिक्री क्रियाओं के निर्णय के लिए आपस में स्वतन्त्र होती है। बाजार की बांट के मूल

दंग इस प्रकार है – (1) गैर – कीमत प्रतियोगिता समझौते, (2) कोटा पर समझौता और (3) भौगोलिक बाजार – बांट।

(1) गैर – कीमत प्रतियोगिता समझौते

गैर – कीमत प्रतियोगिता समझौता सहकार्य – सन्धि का एक मुख्य रूप है। इसमें सभी फर्म सौदेबाजी के द्वारा एक ही कीमत पर सहमत हो जाती है। जिन फर्मों की उत्पाद बनाने में लागत कम आती है वो फर्म अपनी कीमत निश्चित करने के लिए दबाव डालती है। कम लागतों वाली फर्मों को यह लगता है कि ऐसा करने पर वो बाजार का बड़ा भाग सुनिश्चित कर सकती है। जिन फर्मों की ऊंची लागतें होती है उनके द्वारा अपनी कीमत निश्चित कराने की जिद की जाती है। जो भी कीमत निश्चित की जाती है उस कीमत से प्रत्येक फर्म को कुछ लाभ अवश्य होना चाहिए। एक बार जब कार्टेल की सदस्य फर्म की किसी एक कीमत पर सहमति बना लेती है तो कोई भी फर्म उस सहमत कीमत से कम कीमत पर उत्पाद नहीं बेच सकती है। परन्तु उन फर्मों द्वारा अपने उत्पादो के स्टाइल, डिजाइन आदि में परिवर्तन करने की स्वतंत्रता होती है। उन सभी फर्मों द्वारा सहमत कीमत में कटौती नहीं की जाती, फिर भी वे गैर-कीमत आधार पर प्रतियोगिता करती है और बाजार मांग में अधिक भाग प्राप्त करने का प्रयान करती है। संयुक्त लाभ अधिकतम करने वाले जो पूर्ण कार्टेल होते है उनकी तुलना में बाजार – बांट कार्टेल अधिक अस्थिर होते है। अल्पाधिकारी बाजार में यदि सभी फर्मों की लागते एक समान होती है तो वो सभी फर्में एकाधिकारी कीमत पर सहमत हो सकती है यदि फर्मों के आपस में अत्यधिक मात्रा में लागत अन्तर पाए जाते है तो कार्टेल में आस्थिरता होगी क्योंकि जिन फर्मों की लागते कम होगी वो कम कीमत पर अपने उत्पाद बेचेगी या वे ग्राहको को अन्य फर्मों से आकृष्ट करने के लिए गुप्त कीमते – छूटे देगी। जब इस प्रकार की नीति अपनाई जाती है जो इस प्रकार की गुप्त कीमतों का बहुत ही जल्दी पता चल जाता है जिसमे फलस्वरूप जिन फर्मों को हानि उठानी पड़ रही है वो बहुत जल्द ही कार्टेल छोड़ देगी। ऐसा होने पर बाजार में खुला – कीमत – युद्ध शुरू हो जायेगा। यह कीमत युद्ध तब तक चलता रहेगा जब तक जिन फर्मों द्वारा कार्टेल को छोड़कर धोखा दिया गया है उनको बाजार से दूर नही कर दिया जाए अर्थात् बाहर कर दिया जाए। उदाहरण के लिए जब A फर्म की लागत B फर्म से कम है तो A फर्म द्वारा सहमत कीमत कम कीमत रख कर B फर्म को बाजार से खदेड़ सकती है और बाजार में अपने भाग का विस्तार कर सकती है। इसकी व्याख्या चित्र द्वारा इस प्रकार कर सकते है।

चित्र – 1.8



चित्र 1.8 में OX – अक्ष पर उत्पादन की मात्रा तथा OY – अक्ष पर आय और लागत को दर्शाया गया है। फर्म A के MRA तथा AR_A आगम वक्र है तथा MC_A इसका सीमान्त आगम वक्र है। इसी तरह B के औसत तथा सीमान्त आय तथा लागत वक्र है। MC_A और MC_B के समस्तरीय योग द्वारा सकल सीमान्त लागत वक्र $\Sigma MC = MC_A + MC_B$ निकाला गया है। चित्र 1.8 के (3) में जोकि उद्योग से संबन्धित है, मे D बाजार मांग वक्र है। MR सीमांत आगम वक्र है तथा AR औसत आगम वक्र है। MC जहां पर MR को काटता है वहां पर OP कीमत निर्धारित होती है फर्म A द्वारा जिसकी की लागत कम है उसके लाभ अधिकतम OP_1 कीमत पर हो जाते जबकि उसके द्वारा निर्धारित कीमत OP है। इसी प्रकार फर्म B की लागत A से कुछ अधिक है। B फर्म के लाभ OP_2 कीमत पर होते हैं जबकि उसकी कीमत OP निर्धारित होती है। A फर्म द्वारा अपनी कीमतों को कम करके अपने भाग को बढ़ाया जा सकता है। यदि A फर्म द्वारा खुले या गुप्त रूप में कीमत में कटौती करती है तो दूसरी फर्म द्वारा भी कीमत में कमी करना शुरू कर दिया जाएगा जिससे कार्टेल का पतन हो जायेगा। इस प्रकार कार्टेल जन्मजात तौर पर ही अस्थिर है।

(2) कोटा पर बाजार – बांट समझौता

कार्टेल की जो भी सदस्य फर्म होती है उनके बीच में उत्पादन से सम्बन्धित समझौते होते हैं उनमें से प्रत्येक स्वीकृत कीमत पर बेचेगी। एकाधिकार हल तक पैदा होता है जब सभी फर्मों की लागते एक जैसी हो। प्रत्येक फर्म को अल्पाधिकार बाजार में समान उत्पादन कोटा आबंटित किया जाएगा। उदाहरण के लिए यदि बाजार में A तथा B दो फर्म हैं और दोनों फर्मों की लागते एक समान है तो उनमें दोनों एकाधिकारी फर्मों द्वारा आधा – आधा भाग पैदा करेगा।

(3) भौगोलिक बाजार – बांट

भौगोलिक बाजार बांट में फर्मों को देश के भीतर विभिन्न क्षेत्रों को अपने उत्पादों की किसी स्वीकृति कीमत में बेचने के लिए आवंटित किये जाते हैं। यदि फर्मों के उत्पाद अलग – अलग स्टाईल में हैं तो उनके द्वारा भिन्न-भिन्न कीमते निर्धारित की जा सकती हैं। अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर भी बाजार – बांट कार्टेल कार्य करती है। क्षेत्रीय आधार पर बाजार को बांटा जाता है तो जिन फर्मों की कीमते कम होती हैं उनके द्वारा अपना बिक्री को बढ़ाने का झुकाव रखा जा सकता है।

1.4.3. कीमत नेतृत्व कार्टेल माडल

फर्मों के द्वारा जो स्वतन्त्र निर्णय लिए जाते हैं उन निर्णयों से होने वाले कीमत युद्ध के उन पर विनासकारी प्रभाव और प्रतियोगिता से बहुत ऊर्चें दर्जे की अनिश्चितता पैदा हो जाती है। इस अनिश्चितता को ध्यान में रख कर अल्पाधिकारि फर्मों द्वारा कीमत युद्ध को रोकने के लिए कई औपचारिक समझौता किए जा सकते हैं। सहकार्य-सन्धि सहित अल्पाधिकारी के इस माडल में बाजार में जितनी भी फर्म मौजूद होती हैं उन में से किसी एक फर्म को उत्पाद की कीमत निश्चित करने का अधिकार दे दिया जाता है। इस एक फर्म द्वारा उत्पाद की कीमत निश्चित की जाती है जबकि अन्य फर्मों द्वारा इस कीमत का अनुसरण किया जाता है। कीमत नेतृत्व को परिभाषित किया जा सकता है कि यह बाजार की ऐसी स्थिति है जिसमें उद्योग में एक फर्म द्वारा कीमत निश्चित कर दी जाती है और उद्योग में अन्य फर्म इस कीमत को स्वीकार कर लेती हैं। कई देशों में कीमत नेतृत्व को किसी प्रकट समझौते के अनुसार गैर-कानूनी समझा जाता है। फर्मों में मौन सहकार्य सन्धि के कारण कीमत नेतृत्व पैदा हो

जाता है कार्टेल की विपरीत जो कीमत – निर्धारण के अतिरिक्त बिक्री या उत्पादन पर नियन्त्रण रखने वाली केन्द्रीय एजेंसी हो सकती है, कीमत नेतृत्व सहकार्य सन्धि का एक बहुत ढीला रूप है।

प्रभावशाली कीमत नेतृत्व किसी बाजार में तब विद्यमान हो सकता है। यदि निम्न शर्तें पाई जाती हैं :-

1. फर्मों की संख्या बाजार में कम हो।
2. फर्मों के उत्पाद आपस में कुल मिला कर समरूप हो।
3. फर्मों की प्रवेश पर रोक हो।
4. लागते लगभग एक समान हो।

कीमत नेतृत्व कई प्रकार के हो सकते हैं। मुख्य कीमत नेतृत्व तीन प्रकार के होते हैं:

1. कम – लागत फर्म का कीमत नेतृत्व
2. प्रधान – फर्म का कीमत नेतृत्व
3. बैरामैट्रिक कीमत नेतृत्व

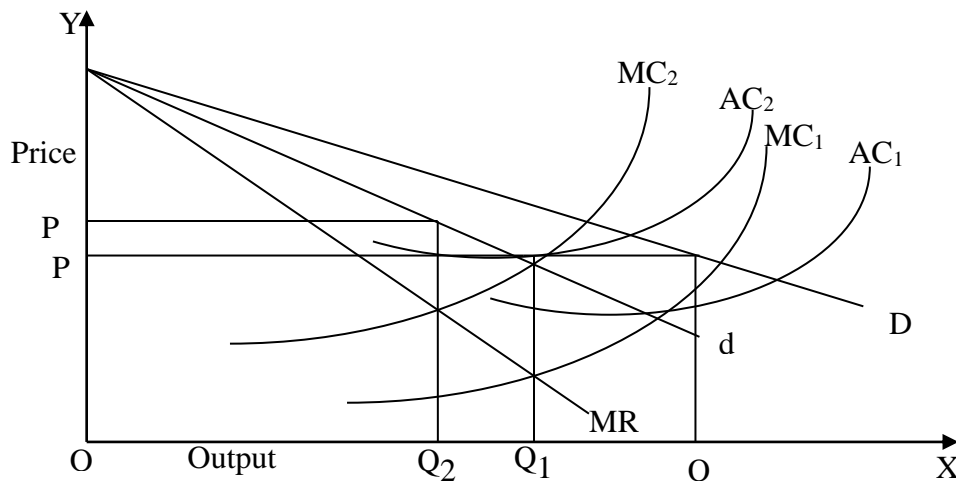
(1) कम – लागत फर्म का कीमत नेतृत्व

कम – लागत फर्म का कीमत नेतृत्व कीमत नेतृत्व का एक मुख्य प्रकार है। कम – लागत द्वारा कीमत नेतृत्व से अभिप्राय है कि जिस भी फर्म की सबसे कम लागत आती है उस फर्म द्वारा कीमत नेतृत्व किया जाता है। अन्य फर्मों द्वारा कम – लागत फर्म द्वारा जो कीमत निर्धारण किया गया है उसका अनुसरण करना होता है। जो कीमत निर्धारण किया जाता है कम-लागत फर्म द्वारा उस कीमत पर अनुयाइयों के लाभ अधिकतम नहीं होते।

मान्यताएं

1. उद्योग में केवल A और B दो फर्म हैं।
2. फर्म A को फर्म B की तुलना में अधिक कार्यकुशल माना गया है और फर्म A की लागतें भी फर्म B से कम हैं।
3. दोनों फर्मों के उत्पाद समरूप हैं।
4. बाजार में दोनों फर्मों का भाग समान है। इसका अर्थ यह है कि उनमें मौन समझौता है कि प्रत्येक बाजार मांग का आधा भाग पूरा करेगा।

कम – लागत फर्म द्वारा कीमत नेतृत्व में कीमत और उत्पादन के निर्णय की चित्र द्वारा व्याख्या:-चित्र – 1.9



चित्र 1.9 में D बाजार मांग – वक्र है। वे दोनो फर्मों का अलग – अलग मांग वक्र है। वे मांग वक्र से सम्बन्धित MR वक्र है। दोनो फर्मों के मांग वक्रों का योग D भाग वक्र है। AC_1 और MC_1 फर्म A के औसत आगम वक्र और सीमान्त आगम वक्र है। जब MC_1 वक्र MR को काटता है तो फर्म के लाभ को अधिकतम करने वाला उत्पादन OQ_1 है तथा कीमत OP_1 है। OP_1 कीमत पर कुल उत्पादन OQ है। कुल उत्पादन OQ में से A फर्म द्वारा OQ_1 उत्पादन किया जाता है और बचा हुआ उत्पादन O_1Q B फर्म द्वारा पूरा किया जाता है। B फर्म के लाभ OP_2 कीमत पर अधिकतम होंगे और OP_2 कीमत पर A फर्म OQ_2 का उत्पादन करेंगी। यदि उच्च लागत वाली फर्म द्वारा OP_2 कीमत रखी जायेगी तो उसे बाजार से बाहर जाने का डर बना रहेगा। इस कारण से उच्च लागत वाली फर्म द्वारा कम-लागत वाली फर्म जितनी भी कीमत रखी जाती है जिस कारण इसका उत्पादन की मात्रा बढ़ जाती है। दोनों फर्मों द्वारा OP_1 कीमत पर आधा – आधा उत्पादन किया जाता है। ($OQ = OQ_1 + Q_1Q$)। जो कीमत नेता होती है उसे अधिकतम लाभ प्राप्त होते हैं और जो अनुयायी फर्म होती है उसे कीमत नेता से कम लाभ प्राप्त होते हैं।

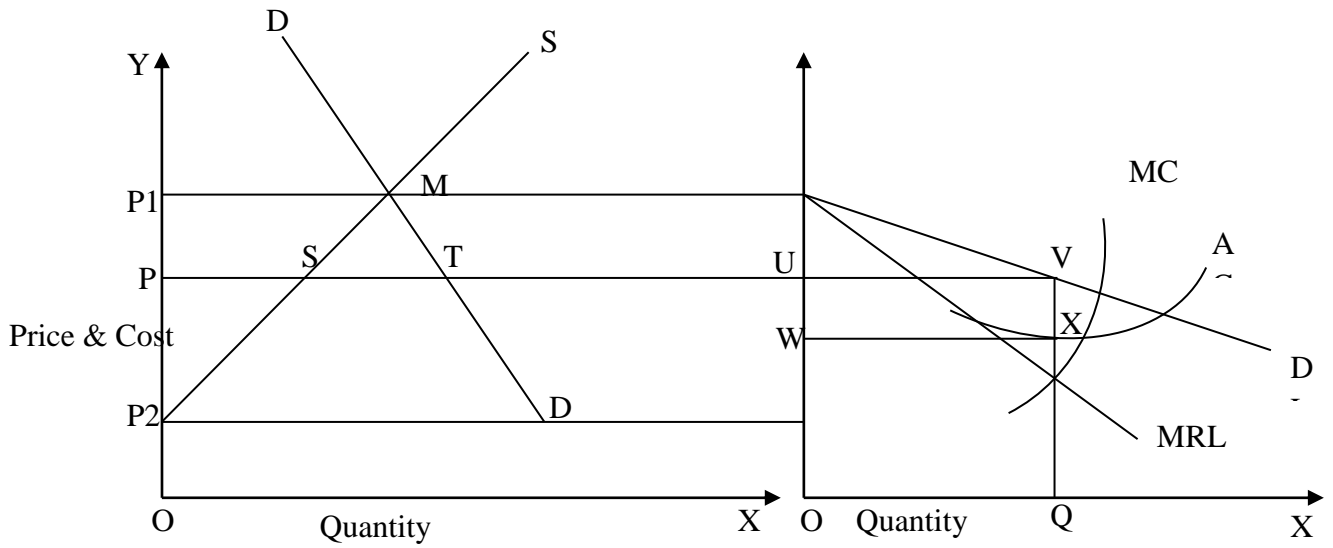
(2) बैरोमीट्रिक कीमत नेतृत्व

बैरोमीट्रिक कीमत नेतृत्व में कीमत नेता सबसे पुरानी और अनुभवी फर्म हो सकती है। इस फर्म को बाजार की सभी हालतों के बारे में ठीक ढंग से जानकारी है। इस स्थिति में यह आवश्यक नहीं है कि कीमत नेतृत्व वाली फर्म कम – लागत वाली फर्म हो या फिर आकार में सबसे बड़ी हो। बैरोमीट्रिक कीमत नेतृत्व के बारे में कहा गया है कि एक पुरानी अनुभवी तथा सबसे बड़ी फर्म सबके संरक्षक का रूप धारण कर लेती है और सबके हितों की रक्षा करती है। इस फर्म द्वारा बाजार की सही हालतों का ज्ञान प्राप्त होता है। इनके द्वारा अर्थव्यवस्था का सही आकलन कर लिया जाता है। बैरो-मीट्रिक फर्म अत्यधिक सही रूप से भविष्यवाणी करने में सक्षम होती है। यह आर्थिक परिवर्तनों के बारे में सही जानकारी प्राप्त करती है। उद्योग में अन्य फर्मों द्वारा ऐसी फर्मों को बहुत सम्मान दिया जाता है।

(3) प्रधान फर्म द्वारा कीमत नेतृत्व

प्रधान फर्म द्वारा भी कीमत तथा उत्पादन का निर्धारण किया जाता है। प्रधान फर्म से अभिप्राय है कि जिसका बाजार में सबसे अधिक हिस्सा हो तथा अन्य छोटी फर्मों का हिस्सा कम हो। यदि प्रधान फर्म को अन्य फर्मों द्वारा चुनौती दी जाती है तो इसका अर्थ है कि कीमत प्रतियोगिता शुरू हो जाएगी। अन्त में बाजार में छोटी फर्में समाप्त हो जाएगी। प्रधान फर्म द्वारा कीमत तथा उत्पादन का निर्धारण करने के लिए यह मान लिया जाता है प्रधान फर्म को पदार्थ की मार्केट मांग संबंधी पूर्ण जानकारी प्राप्त है। प्रधान फर्म द्वारा सभी छोटी फर्मों की सीमान्त लागत (MC) की पूर्णतः जानकारी होती है। सीमान्त लागत का क्षैतिज योगीकरण से छोटी फर्मों द्वारा पदार्थ की विभिन्न कीमतों पर पूर्ति निर्धारित होती है। प्रधान फर्म द्वारा विभिन्न कीमतों पर छोटी फर्मों द्वारा जो पूर्ति की जाती है उसका सही – सही अनुमान लगाया जा सकता है। प्रधान फर्म द्वारा कीमत नेतृत्व को रेखाचित्र द्वारा स्पष्ट किया जा सकता है।

(a) चित्र 1.10 (b)



चित्र (a) और (b) में OX – अक्ष पर उत्पादन की मात्रा तथा OY – अक्ष पर कीमत तथा लागत को दर्शाया गया है। चित्र (a) में DD बाजार मांग वक्र है तथा S_m छोटी फर्मों का पूर्ति वक्र है। चित्र D में D_L मांग वक्र प्रधान फर्म का तथा MR_L मांग वक्र से सम्बन्धित सीमान्त आगम वक्र है। चित्र (a) में OP_1 कीमत पर उत्पाद की मांग और पूर्ति समान है। यदि कीमत घट कर OP हो जाती है तो इस कीमत पर बाजार मांग PT है तथा छोटी फर्मों द्वारा उत्पाद की पूर्ति PS की जाती है तथा बची हुई पूर्ति प्रधान फर्म द्वारा की जाती है। यदि कीमते और भी ज्यादा गिर कर OP_2 हो जाती है तो इसका अर्थ है कि बाजार में जितनी भी मांग है उसकी सारी पूर्ति प्रधान फर्म द्वारा की गई है छोटी फर्मों द्वारा कुछ पूर्ति नहीं की गई है। चित्र B में प्रधान फर्म द्वारा OU कीमत निश्चित करके अपने लाभ अधिकतम किए जाते हैं। कीमत नेतृत्व को सुरक्षित रखने के लिए नेता तथा उसके अनुयायियों के बीच मार्केट – विभाजन विषयक समझौता का होना आवश्यक है, चाहे यह मौन – सहमति ही क्यों न हो। अतः कहा जा सकता है कि मार्केट – बांट में प्रधान – फर्म द्वारा कीमत नेतृत्व का कीमत निर्धारण में महत्वपूर्ण भूमिका है।

आलोचनाएं

1. कीमत नेतृत्व की सबसे बड़ी आलोचना इस आधार पर हुई है कि मांग वक्र का अनुमान सही प्रकार से नहीं हुआ है। यदि बाजार का अति – उत्पादन तथा अल्प – उत्पादन अनुमान हो जाता है जो की कीमत नेतृत्व के लिए ठीक नहीं है।
2. कीमत नेतृत्व के लिए यह भी अति – आवश्यक है कि लागतों की सही ढंग से जानकारी प्राप्त हो। यदि ठीक प्रकार से लागतों की जानकारी प्राप्त नहीं है तो कीमत नेतृत्व सही प्रकार से कार्य नहीं कर सकता। इस आधार पर भी इसकी कड़ी आलोचना की गई है।
3. कीमत नेतृत्व की आलोचना इस आधार पर भी की गई है की फर्मों के प्रवेश पर रोक नहीं लगनी चाहिए और फर्मों में प्रवेश पर रोक इसकी मुख्य मान्यता ली गई है।
4. कीमत नेतृत्व की इस आधार पर भी आलोचना की गई है कि उत्पाद समरूप होते हैं। यह बिल्कुल भी आवश्यक नहीं है कि सभी उत्पाद समरूप हो।

5. कीमत नेतृत्व की एक मुख्य मान्यता यह भी है कि फर्मों की संख्या कम हो। लेकिन इसे मान्यता की भी कड़ी आलोचना हुई है और कहा गया है कि कम संख्या होना आवश्यक नहीं है।

1.5 फर्म के नव – क्लासिकी सिद्धान्त की आलोचना

अर्थशास्त्री 1939 में फर्म के नव – क्लासिकी सिद्धान्त से असन्तुष्टि जताने लग गए। उनकी असन्तुष्टि इसकी मान्यताओं और सन्तुलन के सीमान्त सिद्धान्त से थी। 1939 में हाल और हिच के बाद कई सारे अर्थशास्त्रियों के नव-क्लासिकी सिद्धान्त की आलोचनाएं की। इस अध्याय में हम नव-क्लासिकी सिद्धान्त की मान्यताओं को लिख कर उनकी आलोचनात्मक व्याख्या करेंगे।

नव-क्लासिकी सिद्धान्त की आधारभूत मान्यताएं

1. उद्यमी फर्म का मौलिक भी होता है।
2. फर्म का केवल लाभ अधिकतम का उद्देश्य होता है।
3. लाभ अधिकतम के उद्देश्य को सीमान्तवादी सिद्धान्त से पूरा किया जाता है अर्थात् $MC = MR$
4. संसार में प्रत्येक चीज निश्चित हैं। यह मान कर चलते हैं कि भूतकाल में जो हुआ है उसी हिसाब से वर्तमान तथा भविष्यकाल काल परिस्थितियां रहेंगी। फर्म अपना मांग फलन और लागत फलन को नहीं जानती। अल्पकाल और दीर्घकाल में U आकार का लागत वक्र होता है।
5. फर्म के प्रवेश बाजार के प्रकार पर निर्भर करता है जैसे की एकाधिकार में प्रवेश निषेध होता है और पूर्ण प्रतियोगिता में फर्म का प्रवेश हो सकता है। प्रवेश अल्पकाल में नहीं हो सकता यह केवल दीर्घकाल में हो सकता है।

अब हम अलग – अलग कर के इन मान्यताओं का अध्ययन करेंगे

1. एक ही उद्यमी व मालिक

नव –क्लासिकी सिद्धान्त में मालिक और उद्यमी को एक ही माना गया है। यहां पर शेयर धारको और प्रबन्धकों में कोई अन्तर नहीं दिखाया। यहां पर मालिक ही सारे आर्थिक निर्णय लेता है। सभी तरह की संगठनात्मक समस्याएं फर्म के साधनों को भुगतान करके दूर की जा सकती है। इस सिद्धान्त में यह भी माना गया है कि उद्यमी के पास असीमित सूचना है और इनकी सहायता से वह निर्णय लेता है।

जबकी वर्तमान में हम जानते हैं कि ये सभी मान्यताएं नहीं हो सकती हैं जैसा कि नव –क्लासिकी सिद्धान्त में एक ही मालिक और प्रबन्धक को एक ही मान लिया गया है यह गलत है हमें पता है वर्तमान में शेयर धारक अलग होते हैं और प्रबन्धक अलग होते हैं। उद्यमी के पास असीमित सूचनाएं भी नहीं होती हैं।

2. लाभअधिकतम करने का लक्ष्य

इस मान्यता में फर्म का केवल लाभ अधिकतम करने का लक्ष्य बताया गया है जबकि इस मान्यता पर दो तरह का प्रहार हो सकता है। एक तो यह की लाभ अधिकतम करने के लिए MC और MR यानी सीमान्त लागत और सीमान्त आगम का पता होना जरूरी है परन्तु सीमांत लागत और सीमान्त आगम को निश्चित रूप से नहीं जान सकते हैं। दूसरा फर्म का उद्देश्य लाभ अधिकतम होने की बजाए बिक्री अधिकतम या अन्य उद्देश्य हो सकते हैं। फर्म को कुल लाभ अधिकतम करने की बाजाए न्यूनतम लाभ को प्राप्त करती है।

3. सीमान्तवादी सिद्धान्त

सीमान्तवादी सिद्धान्त में MC और MR को सामान मानते हैं परन्तु हम जानते हैं कि फर्म के लिए सीमान्त आय और सीमान्त लागत की गणना करना मुश्किल है।

4. निश्चितता

नव – क्लासिकी सिद्धान्त में माना गया है कि संसार में निश्चितता पाई जाती है जबकि ऐसा नहीं होता है। संसार में प्रत्येक घटना अनिश्चित होती है। मांग में भी परिवर्तन होते हैं और लागत में भी परिवर्तन होते हैं। औसत लागत वक्र भी U आकार का नहीं होता है।

1.6 खेल का सिद्धान्त

आर्थिक सिद्धान्त के बहुत से सिद्धान्त हुए हैं। परन्तु एक अत्यंत महत्वपूर्ण सिद्धान्त है जिसका हाल में विकास हुआ है उसे खेल सिद्धान्त के नाम से जाना जाता है। सबसे पहले न्यूमन तथा मार्गस्टर्न ने 1944 में अपनी प्रसिद्ध पुस्तक Theory of Games and Economic Behaviour में अपने विचार प्रस्तुत किए थे। खेल का सिद्धान्त अत्यन्त अनिश्चित परिस्थिति का सामना करते हुए एक व्यक्ति के लिये सबसे अधिक विवेकपूर्ण क्रिया की दशा की रूपरेखा देने का प्रयत्न करता है। जो भी अनिश्चित हालते होती है उनका अन्तिम परिणाम किसी भी एक व्यक्ति द्वारा जो भी रणनीति अपनाई जाती है और उसके बदले में दूसरो द्वारा अपनाई गई विरोधी रणनीतियों का परिणाम है। खेल के सिद्धान्त में इष्टतम रणनीति का चयन करना होता है। खेल के सिद्धान्त के दृष्टिकोण का सम्बन्ध निर्णय करने के साथ है जब दो या इनसे अधिक बुद्धिमान और विवेकशील प्रतिद्वन्द्वी संघर्ष और स्पर्धा में रत हैं। यह एक फर्म द्वारा जो भी उसकी प्रतद्वन्दी फर्म होती है उसके द्वारा विरोधी चालों को ध्यान में रख कर अपनी तरफ से सबसे अच्छी क्रिया को निर्धारित करने का प्रयत्न किया जाता है।

खेल सिद्धान्त के पीछे एक अत्यंत महत्वपूर्ण भाव होता है कि खेल में जो भी व्यक्ति भाग लेते हैं उनमें से प्रत्येक व्यक्ति को उस स्थिति का आवश्यक रूप से सामना करता होता है जिसका परिणाम केवल खेलने वाले की स्वयं की तरकीबों अथवा रणनीतियों पर नहीं बल्कि विरोधी की रणनीतियों पर भी निर्भर करता है। खेल में जो भी भाग लेता है उसे खिलाड़ी कहा जाता है। एक खेल के नियम और तरीके सदैव निश्चित होते हैं। जिनका दो या भाग लेने वाले अधिक लोगों द्वारा पालन किया जाता है। खिलाड़ी द्वारा चाल चली जाती है जिसके कारण विकल्पों की स्थिति उत्पन्न हो जाती हैं। खिलाड़ी द्वारा जिस विकल्प को चुना जाता है उसे चुनाव कहा जाता है। प्रत्येक खिलाड़ी द्वारा अन्य खिलाड़ी के सम्बन्ध में लड़ाई गई विभिन्न तरकीबें उसकी कूट-युक्ति या प्रदेयक होती हैं। खेल का पल्याण बिन्दु सन्तुलन बिन्दु को कहा जाता है। स्थिर – राशि खेल तथा स्थिरेतर – राशि दो प्रकार के मुख्य खेल होते हैं। स्थिर राशि खेल में एक खिलाड़ी के लाभ दूसरे के उतनी ही हानि के बराबर होते हैं। स्थिरेतर – राशि खेल में प्रत्येक खिलाड़ी के अपने लाभ होते हैं और वे अपने लाभों को बढ़ाने के लिए एक – दूसरे को सहयोग दे सकते हैं।

खेल सिद्धान्त की मुख्य मान्यताएं

1. खेल सिद्धान्त में केवल दो खिलाड़ी होते हैं अर्थात् दूधिकार की स्थिती होती है।
2. एक फर्म की हानि दूसरी फर्म का लाभ होता है।
3. एक फर्म दूसरी फर्म की रणनीति को जानती है।
4. प्रत्येक फर्म जानती है की दूसरी फर्म उसको सबसे ज्यादा हानि पहुँचाना चाहती है।

1.6.1 दो व्यक्ति शून्य योग खेल

खेल के नियम के अलग – अलग मॉडल है। उनमें से एक मॉडल का नाम है, दो व्यक्ति शून्य योग खेल। दो व्यक्ति का तात्पर्य यहाँ पर दो फर्मों से है। एक बाजार में हम जानते हैं की कई सारी फर्म हो सकती है। अगर अल्पाधिकार की बात करे तो कुछ फर्म बाजार में होती है। परन्तु इस मॉडल में हम केवल दो फर्म अर्थात् द्वाधिकार बाजार को लेकर चल रहे हैं। शून्य योग खेल का अर्थ है की किसी भी रणनीति को अपनाने से एक फर्म को जो लाभ होगा उतनी ही दूसरी फर्म को हानि होगी। मान लीजिए दो फर्म A और B बाजार में उपस्थित है। किसी रणनीति से A फर्म को 100 रु. का लाभ होता है। उस स्थिति में B फर्म को 100 रु. की हानि होगी। उसी तरह से मान लीजिए A फर्म को किसी रणनीति से 50 रु. की हानि होती है। इस हालत में फर्म B को 50 रु. का लाभ होगा।

इस प्रक्रिया को हम एक तालिका की सहायता से समझ सकते हैं। इस तालिका में महात्पिस्ट (Maximin) और अल्पमहिस्ट रणनीतियों का प्रयोग करेंगे। इस तालिका को लाभ आधत्री (Pay off Matrix) कहते हैं। लाभ आधाती में एक फर्म की लाभ या हानि का दर्शाया जाता है।

तालिका 1.1

A फर्म की लाभ आधात्री

	फर्म B की रणनीति			Row Maximin	
		B ₁	B ₂	B ₃	
फर्म A की रणनीतिया	A ₁	3	9	2	2
	A ₂	5	4	10	4
	A ₃	6	7	8	6
Column Maximin		6	9	10	

तालिका – 1.1 में फर्म A की तीन रणनीतियाँ क्रमशः A₁, A₂ और A₃ हैं। इसी प्रकार फर्म B की भी तीन रणनीतियाँ B₁, B₂ और B₃ हैं। प्रत्येक फर्म की रणनीति बदलने से दूसरी फर्म की रणनीति भी बदल जाती है। उपरोक्त तालिका में दिखाया गया है की फर्म A की A₁ रणनीति के फर्म B के लिए तीन रणनीति B₁, B₂, B₃ हो सकती है। इस प्रकार जब फर्म A₁ रणनीति को अपनाती है। तो उसको 3, 9 और 2 रुपये का लाभ हो सकता है। सबसे ज्यादा लाभ A को तब होता है जब फर्म B₁, B₂ रणनीति को अपनाती है। परन्तु फर्म A को पता है की फर्म B वह रणनीति अपनाएगी जिससे फर्म A को न्यूनतम लाभ होगा अर्थात् फर्म A यहाँ पर न्यूनतम लाभ 2 रु. लेकर चलती है। इसी प्रकार फर्म A जब A₂ रणनीति लेकर चलती है तो न्यूनतम लाभ B₂ रणनीति अपनाते से 4 रु. का हो रहा है। A₃ रणनीति अपनाते से फर्म A को 6 रु. का लाभ हो रहा है। इस प्रकार हमने देखा की फर्म A जब A₁ रणनीति का अपनाती है तो 2 रु. का लाभ होता है, A₂ अपनाते से 4 रु. का लाभ होता है और

A_3 अपना से 6 रु. का लाभ होता है। फर्म A को न्यूनतम लाभ लेने से अपनी तीन रणनीतियों A_1 , A_2 और A_3 से क्रमशः 2, 4 व 6 का लाभ हो रहा है। A अपनी तीन रणनीतियों A_1 , A_2 और A_3 में से A_3 को चयन करेगा। क्योंकि इसमें लाभ अधिकतम हो रहा है। इसलिए A की रणनीति को हम Minimax कहते हैं। इस प्रकार फर्म B Maximin का चयन करेगा।

1.6.2 शुद्ध और मिश्रित रणनीतियाँ

फर्मों की रणनीतियाँ शुद्ध अथवा मिश्रित हो सकती हैं। शुद्ध रणनीति वह होती है जिसमें एक फर्म पहले से ही जानती है। ऐसी रणनीति को एक संख्या के द्वारा प्रकट से ही जानती है। ऐसी रणनीति को एक संख्या के द्वारा प्रकट किया जाता है। जिसके साथ दी गई क्रिया की दिशा सम्बन्धित है। मिश्रित रणनीति किसी क्रिया की दिशा सम्बन्धित है। मिश्रित रणनीति किसी क्रिया की दिशा के बारे में प्रायिकता के अनुसार निर्णय को प्रकट करती है।

1.6.3 सैडल बिन्दु हल

सैडल बिन्दु हल को हम तालिका – 1.1 की मदद से समझ सकते हैं। इस सारणी में फर्म A maximin का प्रयोग करती है और फर्म B minimax का प्रयोग करती है। इसका अर्थ है की फर्म A वह हल चुनती है जिसमें उसको न्यूनतम लाभ की तीन रणनीतियों में से अधिकतम लाभ हो रहा हो। फर्म A की तीन रणनीतियाँ हैं क्रमशः A_1 , A_2 और A_3 । इनमें से फर्म A, A_3 का चुनाव करती है, क्योंकि लाभ अधिकतम हो रहा है। इसी प्रकार फर्म B की तीन रणनीतियाँ क्रमशः B_1 , B_2 और B_3 हैं। इन रणनीतियों में से फर्म B अधिकतम लाभ में से अर्थात् 6, 9 और 10 में से न्यूनतम लाभ अर्थात् 6 का चुनाव करेंगे। इस प्रकार फर्म का संतुलन जब होता है तब A का Maximin और B का Minimax बराबर हो। उसी को हम सैडल बिन्दु हल कहते हैं। सैडल बिन्दु हल में एक फर्म का Maximin दूसरी फर्म के Minimax के बराबर होती है।

1.7 सारांश

इस इकाई में हमने अल्पाधिकार बाजार का अध्ययन किया है। अल्पाधिकार बाजार में केवल कुछ फर्म होती हैं। अल्पाधिकार बाजार में कीमत और मात्रा का निर्धारण सीमान्तवादी सिद्धान्त की सहायता से नहीं होता है। सीमान्तवादी सिद्धान्त में संतुलन में सीमान्त आय और सीमान्त लागत बराबर होती है। अल्पाधिकार बाजार में कीमत का निर्धारण फर्म के सहयोग पर भी निर्भर करता है अल्पाधिकार बाजार दो तरह का होता एक तो सहकार्य रहित और सहकार्य सहित। सहकार्य रहित में कीमत का निर्धारण फर्मों की प्रतियोगिता पर निर्भर करती है और सहकार्य सहित में मिलजुल फर्म कीमत का निर्धारण करती है।

1.8 मुख्य शब्दावली

- **द्वयाधिकार** – ऐसा बाजार जिसमें किसी वस्तु के केवल दो विक्रेता होते हैं।
- **अल्पाधिकार** – अल्पाधिकार बाजार से अभिप्राय है कि केवल कुछ ही फर्म पाई जाती हैं। अर्थशास्त्रियों ने कुछ ही फर्मों का अर्थ 4 से 10 फर्मों के बीच से लिया है।
- **सहकार्य सहित अल्पाधिकारी माडल** – जब फर्म आपस में सहयोग नहीं करती हैं। एक फर्म का निर्णय दूसरी फर्म के निर्णय से स्वतंत्र होता है

- **कूर्नो माडल** – यह द्वि – अधिकारी माडल है। इसे 1839 में फ्रेंच अर्थशास्त्री कूर्नो ने दिया। कूर्नो माडल में अल्पाधिकारी अपने प्रतिद्वंदी के उत्पादन को वर्तमान स्तर पर स्थिर मान लेता है और अपने उत्पादन में कुछ परिवर्तन करने की सोचता है।
- **बरट्रेन्ड माडल** – बरट्रेन्ड माडल में समायोजन चर उत्पादन को न मान कर कीमत को माना है। इस माडल में प्रतिद्वंदी की कीमत को वर्तमान स्तर पर स्थिर मान कर अपने उत्पादन में कुछ परिवर्तन करने की सोचता है।
- **विकृंचित मांग माडल** – यह माडल पाल एम. स्वीजी द्वारा दिया गया। यह माडल यह व्याख्या नहीं करता की कीमत निर्धारण किस प्रकार से होता है। इस माडल द्वारा केवल इतना बताया जाता है की जो कीमत निर्धारित की गई है वह अपरिवर्तित या स्थिर क्यों है
- **कीमत कठोरता** – कीमत कठोरता से अभिप्राय है की जो कीमत पहले से निर्धारित है उसे कम और न ही ज्यादा कीमत निर्धारित करना।
- **सहकार्य सन्धि सहित माडल** – इस स्थिति के अंतर्गत अलपाधिकारी फर्मों के बीच एक आपसी समझौता है जिससे सभी फर्मों द्वारा आपस में माना जाता है।
- **संयुक्त लाभ अधिकतम माडल** – फर्मों द्वारा एक केन्द्रीय अधिकारी बोर्ड बना दिया जाता है। जिनका मुख्य उद्देश्य सभी फर्मों के लिए संयुक्त लाभ अधिकतम करना है।
- **बाजार बांट** – सभी फर्म बाजार को बांट लेने के लिए तो सहमत हो जाती है परन्तु फर्म उत्पादों के स्टाइल, विज्ञापन आदि के निर्णय लेने में एक – दूसरे से स्वतंत्र होती है।
- **कीमत नेतृत्व** – यह बाजार की एक ऐसी स्थिति है जिसमें उद्योग में किसी एक फर्म द्वारा कीमत निर्धारित कर दी जाती है और अन्य फर्मों द्वारा कीमत को स्वीकार किया जाता है।
- **फर्म के नव – क्लासिकी सिद्धान्त की आलोचना** – अर्थशास्त्रीयो द्वारा फर्म के नव-क्लासिकी सिद्धान्त से असन्तुष्टि जताई गई। उनकी असन्तुष्टि इसकी मान्यताओं और सन्तुलन के सीमान्त सिद्धान्त से थी।
- **खेल का सिद्धान्त** – यह एक फर्म द्वारा जो भी उसकी प्रतिद्वंदी फर्म होती है उसके द्वारा विरोधी चालों को ध्यान में रख कर अपनी तरफ से सबसे अच्छी क्रिया को निर्धारित करने का प्रयत्न किया जाता है।
- **दो व्यक्ति शून्य योग खेल** – इसमें दो फर्म है तथा एक फर्म के लाभ दूसरी फर्म की हानि के बराबर होंगे।
- **शुद्ध और मिश्रित रणनीतियाँ** – शुद्ध से अभिप्राय है की फर्म पहले से ही जानती हैं मिश्रित से अभिप्राय है किसी क्रिया की दिशा के बारे में प्रायिकता के अनुसार निर्णय को प्रकट करती है।
- **सैडल बिन्दु हल** – सैडल बिन्दु हल में एक फर्म का Maximin दूसरी फर्म के Minmax के बराबर होती है।

1.9 अपनी प्रगति जानिए के प्रश्न

1. अल्पाधिकारी बाजार में केवल फर्म होती है।
2. कूर्नोट माडल में उत्पादन लागत ली गई है।
3. कूर्नो माडल में किसको स्थिर माना गया है।
4. बरटेन्ड माडल में एक फर्म द्वारा दूसरी फर्म का स्थिर माना जाता है।
5. स्वीजी किंग माडल का है।
6. संयुक्त लाभ अधिकतम किए जाते हैं.....।
7. बाजार बांट रूप है.....
8. कीमत नेतृत्व आधार पर किया गया है।
9. नव क्लासिकी सिद्धान्त आलोचना की असन्तुष्टि थी।
10. खेल का सिद्धान्त दिया।
11. खेल सिद्धान्त के दो व्यक्ति से अभिप्राय..... से है।
12. सैडल बिन्दु हल में एक फर्म का दूसरी फर्म के बराबर होती है।

1.10 अपनी प्रगति जानिए के उत्तर

1. दो
2. शून्य
3. एक फर्म का उत्पादन
4. कीमत
5. कीमत कठोरता
6. केन्द्रीय अधिकारी
7. सहकार्य सन्धि सहित का
8. तीन
9. मान्यताओं और सन्तुलन के सीमान्त सिद्धान्त से
10. न्यूमन तथा मार्गस्टर्न
11. दो फर्मों
12. Maximin, Minimax

1.11 अभ्यास हेतु प्रश्न**लघु उत्तरीय प्रश्न**

1. अल्पाधिकार बाजार से क्या अभिप्राय है?
2. सहकार्य सन्धि रहित माडल से क्या अभिप्राय है?

3. कूर्नो माडल की मान्यताएं बताइए?
4. बरट्रेन्ड मॉडल की मान्यताएं बताइए ?
5. किंग बाजार मांग पत्र से क्या समझते है ?
6. संयुक्त लाभ अधिकतम से क्या अभिप्राय है ?
7. कीमत कठोरता से क्या अभिप्राय है ?
8. कीमत नेतृत्व से क्या अभिप्राय है ?
9. खेल के सिद्धान्त से क्या अभिप्राय है ?
10. सैडल बिन्दु हल से आप क्या समझते है ?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. अल्पाधिकारी बाजार से क्या अभिप्राय है? इस बाजार की मुख्य विशेषताओं का वर्णन करे?
2. सहकार्य सन्धि रहित कूर्नोट माडल की विस्तार से व्याख्या करे?
3. किंग मांग वक्र का वर्णन करें ? क्या कीमत कठोरता सदैव बनी रहेगी।
4. संयुक्त लाभ अधिकतम तथा बाजार बांट की विस्तार से व्याख्या करें।
5. कीमत नेतृत्व से क्या अभिप्राय है। कीमत नेतृत्व के मुख्य प्रकारों की व्याख्या करे।
6. नव-कलासिकी सिद्धान्त की आलोचनात्मक व्याख्या करें।
7. खेल के सिद्धान्त की विस्तार से व्याख्या करें।

1.12 आप ये भी पढ़ सकते है एवम् सन्दर्भ सूची ।

- Ahuja, H.L. (2016). Advance Economic Theory (6th Edition) New Delhi : S.Chand & Company Pvt. Ltd., Hindi medium.
- Hingan, M.L.(2004). Micro Economics (2nd Edition), New Delhi : Vrinda Publication Pvt. Ltd. (Hindi medium).
- Singh, S.P. (2013). Micro Economics (2nd edition), New Delhi : S Chand & company Pvt. Ltd., Hindi Medium.
- Verma, K.N. (2014). Micro Economic Theory (2nd edition). Jalandhar, Punjab : Vishal Publishing Co., Hindi Medium.
- Dwivedi, D.N. (2006). Micro-economics Theory & Appliation (1st Edition). New Delhi : Pearson Educatin in South Asia.
- Koutsoyiannis, A. (1975). Modern Micro-economics (2nd edition). Landon : Macmillan Publishers Ltd.

इकाई – 2

फर्म के वैकल्पिक सिद्धान्त

इकाई की रूपरेखा

- 2.0 परिचय
- 2.1 इकाई के उद्देश्य
- 2.2 बामोल का बिक्री अधिकतम मॉडल
- 2.3 मौरिस का प्रबन्धकीय उद्यम मॉडल
- 2.4 विलियमसन का प्रबन्धकीय स्वेच्छा मॉडल
- 2.5 औसत लागत कीमत निर्धारण
- 2.6 बेन्स का सीमा कीमत मॉडल
- 2.7 सिरट और मार्च का व्यवहारवादी सिद्धान्त
- 2.8 सारांश
- 2.9 मुख्य शब्दावली
- 2.10 अपनी प्रगति जानिए के प्रश्न
- 2.11 अपनी प्रगति जानिए के उत्तर
- 2.12 अभ्यास हेतु प्रश्न
- 2.13 आप ये भी पढ़ सकते हैं

2.0 परिचय

फर्म के नव-क्लासिकी सिद्धान्त में उद्यमी केवल लाभ का अधिकतम करने का प्रयास करता है । इस सिद्धान्त के अनुसार लाभ अधिकतम उस बिन्दू पर होता है जहाँ पर सीमान्त आगम और सीमान्त लागत बराबर होती है। इस सिद्धान्त में निश्चितता की मान्यता ली गई है। परन्तु वास्तविकता यह है की नव – क्लासिकी सिद्धान्त में जो मान्यताएं ली गई वो मान्यताएं लागू नहीं होती है। जैसे की सीमान्त आय और सीमान्त लागत की गणना नहीं की जा सकती है। फर्म को काफी अनिश्चितता का सामना करना पड़ता है। उद्यमी का उद्देश्य हमेशा लाभ अधिकतम का न होकर के बिक्री अधिकतम या न्यूनतम लाभ का हो सकता है। एक उद्यमी यह भी सोचता है की उसकी प्रतिद्वंदी बाजार में ना आ सके। इसलिए इस इकाई में हम फर्म के लाभ अधिकतम के अलावा वैकल्पिक मॉडल का अध्ययन करेंगे।

2.1 इकाई के उद्देश्य

इस इकाई के निम्न उद्देश्य हैं:-

- फर्म के लाभ अधिकतम के अलाग अन्य उद्देश्य का अध्ययन करना
- फर्म के प्रबन्धकीय मॉडल का अध्ययन करना
- फर्म के कीमत निर्धारण मॉडल का अध्ययन करना
- व्यवहारवादी सिद्धान्त का अध्ययन करना

2.2 बामोल का बिक्री अधिकतम मॉडल

अब तक हमने अल्पाधिकार के लाभ अधिकतम करने के बारे में अनेको माडल की व्याख्या की है। अल्पाधिकार का एक अन्य माडल है जिसे बिक्री – अधिकतम मॉडल कहा जाता है। यह लाभ अधिकतम करने के माडल का एक अन्य विकल्प है। अब तक हमने पढ़ा है कि एक विवेकशील उद्यमी हमेशा अपने लाभों को अधिकतम करने के बारे में सोचता है और उद्यमी के इस उद्देश्य को सीमान्त नियम $MR = MC$ को लागू करके प्राप्त किया जा सकता है। बिक्री अधिकतम माडल का प्रतिपादन अमेरिकन अर्थशास्त्री प्रो. डब्ल्यू जे. बामोल द्वारा किया गया। प्रो. बामोल ने माना है कि प्रबंधक लाभ की अपेक्षा बिक्री को अधिकतम करने में अधिक रुचि लेते हैं। इनका तात्पर्य बिक्री – अधिकतम करने से यह नहीं है कि बिक्री की भौतिक मात्रा को अधिकतम किया जाए बल्कि इनका मुख्य तात्पर्य यह है कि बिक्री से प्राप्त कुल आय अर्थात् की गई बिक्री के मौद्रिक मूल्य को अधिकतम करने से है। इस माडल का एक अन्य नाम आय अधिकतम के नाम से भी जाना जाता है। प्रो. बामोल ने लाभ की पूरी तरह से उपेक्षा नहीं की है। उनका यह मानना है कि लाभ का न्यूनतम स्तर होना चाहिए जो प्रबंधक को अवश्य सुनिश्चित करना चाहिए, ताकि प्राप्त हुए लाभ से फर्म के भावी विकास की वित्त-व्यवस्था की जा सकें। बामोल ने न्यूनतम लाभ प्रतिबंध की जो आवश्यक शर्त मानी है उसी शर्त के साथ बिक्री – अधिकतम को व्यावसायिक फर्मों के उद्देश्य के रूप में लेकर, बामोल ने एक अल्पाधिकारी फर्म द्वारा कीमत तथा उत्पादन की मात्रा का निर्धारण किया है बामोल द्वारा कई ऐसे कारण बताए गए हैं जिनसे व्यावसायिक प्रबंधन लाभ को अधिकतम करने की बजाय बिक्री को अधिकतम करने के लक्ष्य को प्राप्त करना चाहते हैं:-

- (1) बैंक तथा अन्य वित्त संस्थाओं द्वारा कार्यकुशलता का सूचक फर्म द्वारा बिक्री को अधिकतम करने को समझा जाता है। जिन फर्मों द्वारा अत्यधिक मात्रा में बिक्री की जाती है उन फर्मों को वित्त प्रदान करने के अधिक इच्छुक होते हैं।
- (2) कर्मचारियों की मजदूरी तथा अन्य जो भी समस्याएँ होती हैं उनके तभी सन्तोषजनक ढंग से निपटाया जा सकता है यदि बिक्री में लगातार वृद्धि हो रही है प्रबंधकों द्वारा वेतन आदि में तब कटौती कर दी जाती है यदि प्रबंधकों की बिक्री गिरने लग जाती है।
- (3) प्रबंधकों द्वारा बिक्री को इसलिए भी अधिकतम किया जाता है क्योंकि बिक्री बढ़ने से उनकी प्रतिष्ठा में भी समय के साथ वृद्धि होती है जब कि लाभ शेयर – धारकों की जेबों में जाते हैं।
- (4) शीर्ष प्रबंधकों के वेतन तथा अन्य सुविधाओं का प्रकट रूप में फर्मों के लाभों की अपेक्षा उनकी बिक्री के साथ अधिक निकट सम्बन्ध है।

(5) जब एक फर्म द्वारा दूसरी फर्म से तुलना की जाती है तो प्रतियोगिता करने की क्षमता और सौदा करने की शक्ति फर्म की बिक्री पर निर्भर करती है।

ऊपर लिखित बातों को यदि ध्यान में रखा जाए तो फर्मों द्वारा लाभ का अधिकतम करने की बजाए बिक्री को अधिकतम किया जाएगा।

मान्यताएं

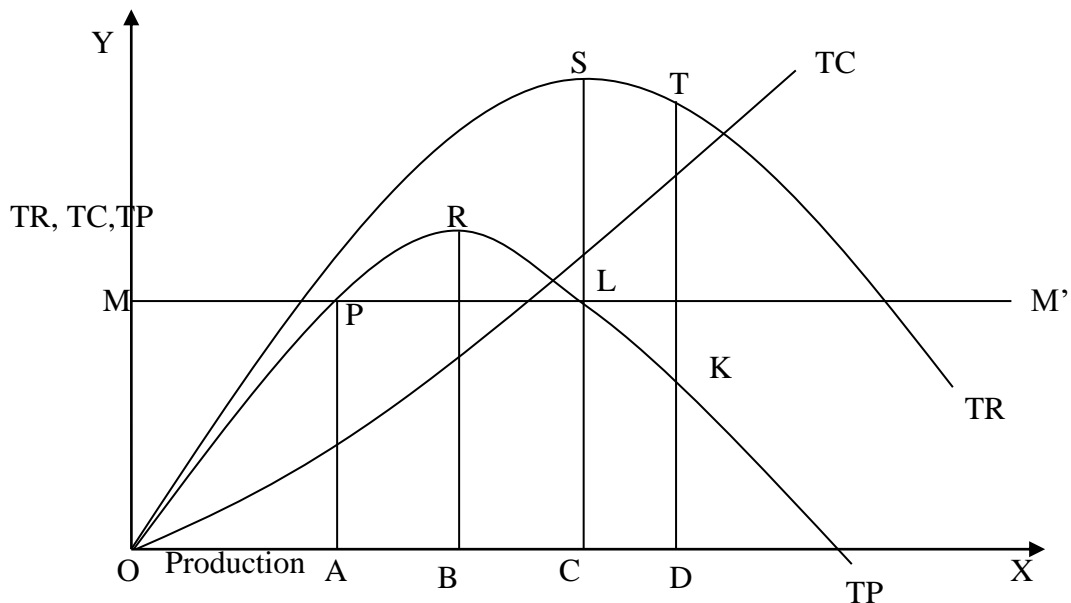
बामोल के बिक्री अधिकतम माडल की महत्वपूर्ण मान्यताएं हैं जिन पर यह माडल टिका हुआ है। कुछ महत्वपूर्ण मान्यताएं इस प्रकार हैं।

- (1) इस माडल की एक मुख्य मान्यता यह है कि एक लाभ की एक न्यूनतम मात्रा के साथ बिक्री को अधिकतम करना।
- (2) आगम और लागत फलन का पारम्परिक अर्थों में लिया गया है, जहां लागत वक्र U आकार का है और फर्म का मांग वक्र ऋणात्मक ढाल वाला होता है।
- (3) यह केवल चालू अवधि को ध्यान में रखता है। यह इस बात को ध्यान में नहीं रखता चालू अवधि में लिये गए निर्णयों का बाद की अवधियों में क्या प्रभाव पड़ेगा।

जब लाभों के स्थान पर बिक्री को अधिकतम किया जाता है तो उद्यमी की यह क्रिया विवेकशील नहीं कहलाती। इस प्रकार की आपत्ति की जा सकती है। परंतु बामोल द्वारा ठीक ही बताया गया है कि उनकी परिकल्पना का किसी भी प्रकार से विवेकशीलता की परिकल्पना के साथ विरोध नहीं है। बामोल द्वारा एक या अन्य प्रकार की व्याख्या की गई है जो अधिक सटीक तथा सही लगती है। उनके अनुसार विवेकशीलता का अभिप्राय उद्देश्यों के चयन नहीं है। बल्कि इसका अभिप्राय उद्देश्यों को कुशल तथा संगत रूप से प्राप्त करने से है। विवेकशीलता का अभिप्राय यहां पर दिये गए साधनों की मात्रा से अपने उद्देश्यों को अधिकतम करने से माना गया है।

बिक्री अधिकतम सिद्धान्त की चित्र द्वारा व्याख्या जब विज्ञापन पर खर्च नहीं किया जाता।

चित्र - 2.1



चित्र में OX –अक्ष पर वस्तु का उत्पादन दर्शाया गया है तथा OY – अक्ष पर कुल आय, कुल लागत तथा कुल लाभ को दर्शाया गया है। चित्र में TR रेखा कुल आय वक्र है तथा TC कुल लागत वक्र है और TP कुल लाभ वक्र है। चित्र में MM' रेखा न्यूनतम लाभ रेखा है। जैसा की चित्र में दिखाया गया है कि OA उत्पादन पर फर्म को न्यूनतम लाभ मिल रहे परन्तु फर्म द्वारा आगे और उत्पादन किया जाएगा क्योंकि कुल आय बढ़ती दर पर और बढ़ रही है। यदि फर्म R बिन्दु तक अर्थात् OB मात्रा का उत्पादन करती है तो फर्म को और भी अधिक उत्पादन होगा परन्तु फर्म यहां पर उत्पादन करके नहीं रुकेगी क्योंकि आगे और भी उत्पादन किया जा सकेगा। यदि फर्म का उद्देश्य लाभ को अधिकतम करना है तो फर्म OB उत्पादन करेगी। परन्तु फर्म का उद्देश्य लाभ अधिकतम करना नहीं बल्कि बिक्री अधिकतम करना है। बामोल ने यह कहा है कि लाभ की न्यूनतम मात्रा होनी चाहिए। उद्यमी द्वारा आगे अपने उत्पादन को C बिन्दु तक और बढ़ाया जाएगा क्योंकि यहा पर कुल उत्पादन बढ़ रहा है कुल आय S तक बढ़ रही है। कुल आय आगे भी बढ़ रही है परन्तु S बिन्दु तक कुल आय बढ़ने पर उसे न्यूनतम लाभ L बिन्दु तक मिल रहे हैं। यदि T बिन्दु तक कुल आय को बढ़ाया जाता है तो न्यूनतम लाभ की जो मान्यता है वह टूट जायेगी। T बिन्दु तक उत्पादन बढ़ाने पर फर्म के लाभ न्यूनतम लाभ से घट कर K बिन्दु पर आ जायेंगे।

बामोल सिद्धान्त की आलोचनाए

- (1) फर्मों में आपस में जो परस्पर निर्भरता पाई जाती है बामोल ने फर्मों की आपसी परस्पर निर्भरता का खत्म कर दिया है बामोल के द्वारा सहकार्य सन्धि रहित अल्पाधिकार बाजार में अनिश्चितता की केन्द्रीय समस्या की व्याख्या नहीं की जा सकी।
- (2) इस माडल की इस आधार पर भी आलोचना की गई है कि इसका बिक्री अधिकतम मॉडल यह व्याख्या नहीं कर पाया कि सन्तुलन किस प्रकार किया जाएगा।
- (3) बामोल द्वारा इस बात पर भी बल दिया गया कि उसका बिक्री को अधिकतम करने का माडल लाभ की अधिकतमता की अपेक्षा अधिक बड़े उत्पादन और परिणामतः संसाधन के दोषपूर्ण आवंटन की कम मात्रा के कारण समाज के कल्याण में वृद्धि की जा सकेगी।
- (4) बामोल के सिद्धान्त न ही केवल वास्तविक प्रतियोगिता की बल्कि सम्भावित प्रतियोगिता के खतरे की भी उपेक्षा की जा सकती है।

2.3 औसत कीमत निर्धारण

लाभ को अधिकतम करने के लिए हमने अल्पाधिकार में अनेक सिद्धान्तों की व्याख्या की है। परन्तु हम यहां पर लाभ को अधिकतम करने के सिद्धान्त एवम् इस पर आधारित सीमान्त विश्लेषण के स्थान पर एक अन्य महत्वपूर्ण वैकल्पित विश्लेषण का प्रयोग करेंगे वह है पूर्ण लागत कीमत निर्धारण। अल्पाधिकार फर्म अपने लाभ को अधिकतम करने के लिए जो कीमत निर्धारित करते हैं वह सीमांत आगम और सीमांत लागत के द्वारा करने का विश्वास रखते हैं। परन्तु हाल और हिच तथा एड्रयूज जैसे लेखको ने इसे विपरीत मत दिया। वे कहते हैं कि फर्म वास्तव में लाभ को अधिकतम नहीं करती बल्कि वे लाभ एक संतोषजनक स्तर को प्राप्त करने की कोशिश करते हैं। उनके द्वारा कहा गया है कि किसी वस्तु की कीमत पूर्ण लागत कीमत निर्धारण या औसत लागत कीमत निर्धारण द्वारा तय होती है इसको Cost Plus Pricing or Mark-up Pricing भी कहते हैं। क्योंकि यह सिद्धान्त इस बात की व्याख्या करता है कि मूल्य निश्चित करने के उद्देश्य से उद्यमकर्ता अपनी औसत लागत में कुछ वृद्धि कर देते हैं।

पूर्ण लागत निर्धारण के मतो की व्याख्या

हाल और हिच के अनुसार

हाल और हिच कहते हैं कि जब उद्यमकर्ता कीमत निर्धारित करते हैं तो वे इसी सिद्धान्त के अनुसार व्यवहार करते हैं कि पदार्थ का अपना एक उचित मूल्य होता है जिसे वसूल करना चाहिए । वह मूल्य है "पूर्ण लागत मूल्य " जिसमें सामान्य लाभ शामिल होते हैं ।

- यदि वे इससे अधिक कीमत लेंगे या निश्चित करेंगे तो उन्हें असामान्य लाभ प्राप्त होंगे जिससे अन्य फर्म प्रवेश करेगी ।
- सामान्य लाभ को पूरा करने के लिए यह कीमत उचित है ।
- हाल और हिक्स के अनुसार कीमत में उस समय तक परिवर्तन नहीं होगा जब तक उसकी लागत में परिवर्तन न हो अर्थात् कीमत स्थिर रहेगी । यदि लागत थोड़ी सी भी परिवर्तित होगी तो उसे सामान्य लाभ प्राप्त नहीं होंगे । इसलिए वे अपनी कीमतों को उतना बढ़ायेगें जितनी उसकी लागत बढ़ेगी ताकि सामान्य लाभ फिर से प्राप्त हो जाये । उनके अनुसार वे विकुंचित भाग वक्र का सामना करते हैं जिसमें कीमत की स्थिरता पाई जाती है । विकुंचित मांग वक्र जिसमें प्रचलित कीमत पर विकुंचन होगा । विकुंचित मांग वक्र का अर्थ है की यदि एक फर्म द्वारा कीमत को बढ़ा दिया जाता है तो अन्य फर्म कीमतें नहीं बढ़ायेगी और यदि फर्म द्वारा कीमत को कम कर दिया जाता है तो कीमत कम करने वाली फर्म से पहले कीमतें कम हो जायेगी ।
- औसत लागत जिसमें औसत प्रत्यक्ष लागत औसत ऊपरी लागत और प्रति इकाई सामान्य लाभ की मात्रा शामिल होती है ।

$$ATC = AVC + AFC$$

$$P = ATC + \text{MARK-UP}$$

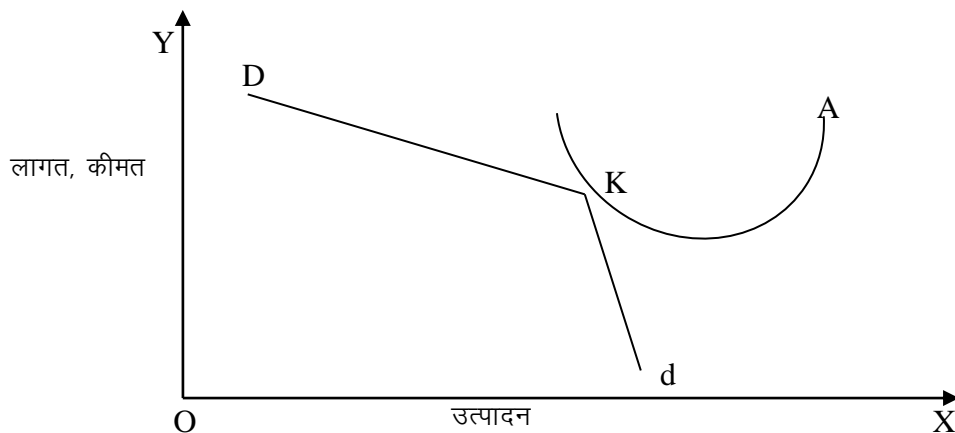
$$P = ATC (1 + m)$$

$$P = ATC + ACTm$$

$$m = \frac{P}{ATC} - 1$$

चित्र द्वारा व्याख्या इस प्रकार है :

चित्र - 2.2



इस चित्र में OX-अक्ष पर उत्पादन और OY -अक्ष पर लागत और कीमत को दिखाया गया है। इसमें DKd विकुचित मांग वक्र है। विकुचित मांग वक्र की हम पहले व्याख्या कर चुके हैं और K बिन्दु किंक बिन्दु है जो औसत लागत वक्र AC है जो U आकार की है जो विकुचित मांग वक्र K बिन्दु पर स्पर्श कर रही है। इसमें OP कीमत जो स्थिर रहती है उस पर OM मात्रा का उत्पादन करती है। OM मात्रा पर फर्म एक तो औसत प्रत्यक्ष लागत जो कच्चे माल पर उठाई जाती है। दूसरी औसत उपरि व्यय जो पूंजीगत उपकरण पर उठाई जाती है और फिर अपना सामान्य लाभ शामिल करती है और तीनों का योग ही औसत पूर्ण लागत होता है। इसमें मांग वक्र में विकुचन MK या OP पर ही बनेगा क्योंकि मे दोनों बराबर है।

एन्ड्रयूज के अनुसार

पूर्ण लागत या औसत लागत कीमत निर्धारण के संबंध में दूसरा मत P.W.S. Andrews ने दिया है। उनके अनुसार भी पूर्ण लागतों या औसत लागत से कीमत निश्चित की जाती है। परंतु इन दोनों के मतों में कुछ अंतर है। जैसे –

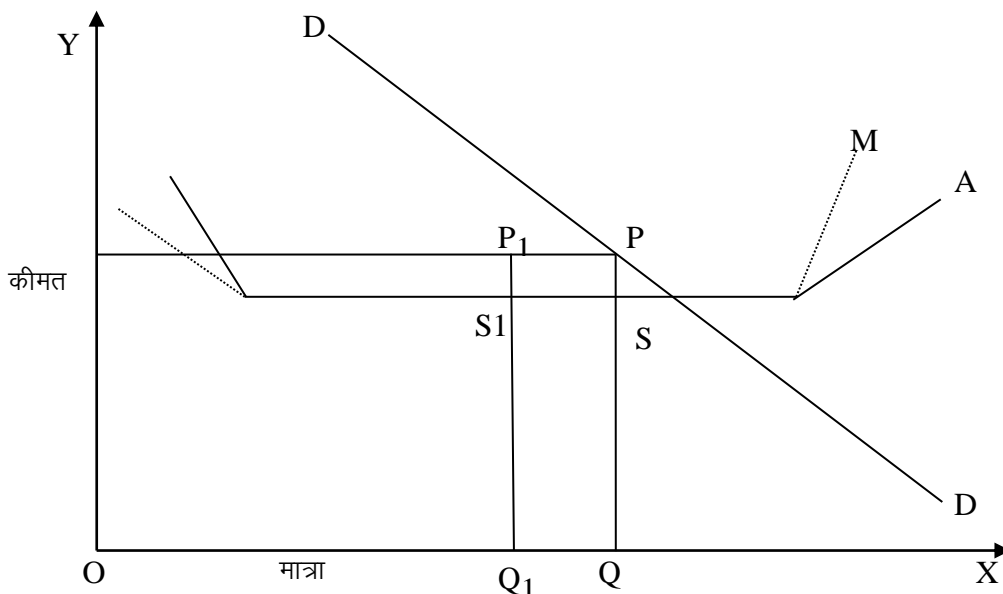
(1) हाल और हिच ने व्याख्या किंकित मांग वक्र द्वारा की है परंतु एंड्रयूज ने अपनी व्याख्या में कहा है कि किसी प्रकार का कोई किंकित मांग पत्र नहीं पाया जाता।

(2) हाल और हिच के अनुसार औसत लागत उत्पादन की मात्रा के साथ बदलती रहती है तथा औसत लागत U आकार की होती है। परंतु एंड्रयूज ने माना है कि यह काफी लंबे, समय स्थिर रहती है।

(3) हाल एक स्थिर कीमत लागत पर जोड़ी गई ऊपरी मात्रा तथा सामान्य लाभ के अंतर को व्यक्त करते हैं जबकि दूसरे मत के अनुसार लागत मूल्य मार्जिन प्रतियोगी एवं बाजार संबंधी शक्तियों की प्रतिक्रिया स्वरूप कुछ परिवर्तनशील हो सकता है।

(4) एंड्रयूज ने अपने विश्लेषण में सीमांत लागत को शामिल किया है। जबकि हाल और हिच में इस प्रकार का कोई अध्ययन नहीं किया। एंड्रयूज ने माना है कि कीमत औसत प्रत्यक्ष लागत जमा लागत – सीमा के समान है।

चित्र 2.3



चित्र द्वारा व्याख्या इस प्रकार है—

चित्र में OX – अक्ष पर मात्रा तथा OY –अक्ष पर कीमत दर्शायी गयी है। चित्र में AC औसत लागत वक्र है तथा MC सीमांत लागत वक्र है। आरंभ में AC की ढलान ऋणात्मक है। शुरु में AC की ढलान ऋणात्मक है आरंभ में यह ऊपर से नीचे की तरफ गिरती है और बाद में बिल्कुल स्थिर हो जाती है। इसकी आकृति एक प्लेट के समान है। अर्थात् यह पहले नीचे की ओर गिरती है और फिर अधिक मात्रा में उत्पादन के साथ स्थिर रहती है और उसके बाद फिर से ऊपर उठने लगती है। इसी के समान MC सीमांत लागत वक्र है। आरंभ में ये AC के नीचे है फिर स्थिर हो जाती है और अंत में AC से ऊपर हो जाती है। व्यवसायिक फर्मों को अपने उत्पादन का मूल्य निश्चित करने के लिए औसत प्रत्यक्ष लागत के अतिरिक्त कुछ स्थिर या अप्रत्यक्ष लागतों की तथा लाभ वे अर्जित करना चाहती है उसकी भी गणना करती है। DD_1 मांग वक्र है परंतु एंड्रयूज के मत में किंक बिन्दु का वर्णन नहीं है। मान लो वह OQ मात्रा का उत्पादन करती है तो उसकी औसत प्रत्यक्ष लागत S_1Q_1 है। सीमा लागत P_1S_1 है। इसी प्रकार पूर्ण लागत $S_1Q_1 - P_1S_1 = P_1Q_1 = QR$ है। इनके अनुसार यदि मात्रा परिवर्तित होगी तो भी कीमत स्थिर रहेगी।

आलोचनाएं – पूर्ण लागत कीमत निर्धारण की कुछ आलोचनाएं इस प्रकार हैं:

- (1) सबसे मुख्य आलोचना है कि ये फर्म अपने लाभों को अधिकतम करने का प्रयास नहीं करती और ये MR और MC से भी अपरिचित है।
- (2) हाल और हिच ने किंकित मांग वक्र द्वारा इसकी व्याख्या की है परंतु स्टिगलर और एंड्रयूम ने इसकी इस आधार पर कड़ी आलोचना की है। अनुभव सिद्ध अध्ययनों का भी अल्पाधिकार बाजार में किंकित मांग वक्र की सम्भावना में विश्वास नहीं है।
- (3) इस सिद्धान्त की एक अत्यंत महत्वपूर्ण मान्यता है फर्मों का मुख्य उद्देश्य अधिकतम लाभ प्राप्त करना नहीं बल्कि लाभ के उचित स्तर को प्राप्त करना है इसकी इस आधार पर भी कड़ी आलोचना की गई हैं
- (4) इस सिद्धान्त में पूर्ण लागत द्वारा कीमत को निश्चित किया गया है परन्तु यह नहीं बताया गया कि किसकी पूर्ण लागत।

2.3 मौरिस का प्रबन्धकीय उद्यम मॉडल

मौरिस द्वारा अपनी प्रसिद्ध पुस्तक *The Economic Theory of Managerial Capitalism* (1964) में फर्म का एक व्यवस्थित वृद्धि अधिकतमकरण सिद्धान्त विकसित किया है उसके द्वारा इस प्रस्थापना पर विचार किया गया है कि प्रबंधको द्वारा बड़ी फर्में चलाई जाती है और फर्मों के बारे में जो निर्णय लिए जाते हैं वो सभी शेयर होल्डरों मालिक द्वारा लिए जाते हैं। प्रबंधक द्वारा फर्म की वृद्धि दर को अधिकतम करने का उद्देश्य रखा जाता है और शेयरहोल्डर द्वारा अपने लाभांशों और शेयर कीमतों को अधिकतम करने का उद्देश्य रखा जाता है। मौरिस द्वारा एक सतत अवस्था माडल का विकास किया गया। जिसके द्वारा फर्म की ऐसी वृद्धि पर और शेयर – कीमतों के बीच संबंध स्थापित किया जाता है। प्रबंधक द्वारा एक ऐसी वृद्धि दर चुनी जाती है जिस पर फर्म के विक्रय, लाभ, परिसम्पतियां आदि सभी बढ़ते हैं। उसके द्वारा यदि विज्ञापन और R & D पर अधिक पैसा लगाना पड़ सकता है। यदि उसके द्वारा ऊंची वृद्धि दर को चुना जाता है ताकि उसके द्वारा अधिक मांग और नयी वस्तुओं का निर्माण किया जा सके। इसी कारण से, उसके द्वारा फर्म के प्रसार के लिए कुल लाभों का अधिक अनुपात अपने पास रखा जाता है। इसका

मुख्य परिणाम यह निकलता है कि जो शेयर होल्डरो के जो लाभ होते हैं जिनको लाभांश कहा जाता है जो शेयर होल्डरो में वितरित किए जाते हैं वो लाभ कम हो जाते हैं और शेयर कीमतें गिर जायेगी। फर्म को अधिकार में लेने का भय प्रबंधकों में अस्पष्ट और बड़े आकार में दिखाई देगा। प्रबंधकों में अपनी नौकरी चले जाने का भय होता है और उनके द्वारा फर्म की वृद्धि के लिए भी भय बना रहता है। इन सब कारणों की वजह से उनके द्वारा ऐसी वृद्धि दर चुनी जाती है जिनके द्वारा फर्म के शेयरों के मार्केट मूल्य को अधिकतम किया जा सके, शेयर होल्डरो को संतोषजनक लाभांश देगी, और फर्म को दूसरी किसी फर्म द्वारा अधिकार में लेने से बचाएगी। दूसरी तरफ शेयर होल्डर भी अपनी पूंजी पर उचित प्रतिफल चाहते हैं और ऐसा संतुलित वृद्धि के कारण होगा। अतः प्रबंधकों और शेयरहोल्डरो के लक्ष्य आपस में मेल खाते हैं और दोनों फर्म की संतुलित वृद्धि को प्राप्त करने का प्रयत्न करते हैं।

मौरिस के प्रबन्धकीय माडल में बताया गया है की व्यावसायिक फर्मों का उद्देश्य फर्म की वृद्धि की सन्तुलित दर को अधिकतम करना है। और जब फर्म के उत्पादों के लिए मांग की वृद्धि की दर और पूंजी की पूर्ति की वृद्धि दर अधिकतम हो जाती है तो वृद्धि की संतुलित दर को अधिकतम किया जाता है।

मौरिस द्वारा एक फर्म के मैनेजर के उद्देश्य को इस तरह दिखाया गया है ।

Maximise $G=GD=GC$

G = वृद्धि की संतुलित दर को दिखाता है।

GD = फर्म के उत्पादों के लिए मांग की वृद्धि की दर ।

GC = पूंजी की पूर्ति की वृद्धि की दर है ।

फर्म के दो संरोधनों का सामना करना पडता है यदि उनका उद्देश्य अधिकतम वृद्धि की संतुलित दर को प्राप्त करना है तो । पहला संरोधन प्रबन्धकीय संरोधन और दूसरा संरोधन है वित्तीय संरोधन ।

प्रबन्धकीय संरोधन

मौरिस तथा पैनरोज द्वारा बताया गया है कि कुशल प्रबन्धकीय द्वारा फर्म का काफी मात्रा में विस्तार किया जा सकता है। प्रबन्धकीय टीम की क्षमता द्वारा फर्म की वृद्धि की अधिकतम सीमा निश्चित की जाती है । एक अच्छी प्रकार का कुशल मैनेजर नियुक्त करके प्रबन्धकीय क्षमता को बढ़ाया जा सकता है । फिर भी संगठन का कुशल कार्यक्रम टीम के रूप में कार्य करने, सहयोग, क्रियाओं के उचित समन्वय और सभी मैनेजरो के निर्णय पर निर्भर होता है।

वित्तीय संरोधन

एक वित्तीय संरोधन फर्म की वृद्धि पर भी पाया जाता है जोकि मैनेजरो की अधिकतम धन्धे की सुरक्षा प्राप्त करने की इच्छा के द्वारा निश्चित होता है । मौरिस ने बताया है कि अच्छी प्रकार की वित्तीय नीति को अपनाकर मैनेजरो की धन्धे की सुरक्षा को प्राप्त किया जाता है। मैनेजरो द्वारा जो भी नीतिया बनाई जाती है यदि उन नीतियों से फर्मों को वित्तीय असफलता प्राप्त होती है या फिर अन्य फर्मों द्वारा उन्हे नियंत्रण में ले लिया जाता है तो मैनेजरो को काम से हटाए जाने का जोखिम होता है । मैनेजरो को जो हटाने का जोखिम होता है वह बुद्धिमतापूर्ण वित्तीय नीति द्वारा दूर किया जा सकता है । वित्तीय नीति में 3 महत्वपूर्ण वित्तीय अनुपातों के इष्टतम स्तरों को निर्धारित करना शामिल है । 1. ऋण अनुपात 2. तरलता अनुपात 3. धारण अनुपात है ।

2.4 विलियमसन का प्रबन्धकीय स्वेच्छा माडल

ओ.ई. विलियमसन द्वारा फर्म का एक पूर्ण प्रबंधकीय सिद्धान्त दिया गया है। इस माडल ने इस बात पर बल दिया है कि प्रबंधक अपने स्वयं के हित से प्रेरित होते हैं तथा उनके द्वारा अपने उपयोगिता फलन को अधिकतम किया जाता है। उपयोगिता अधिकतम करने का मुख्य उद्देश्य पुनः प्रबंधको द्वारा उन सीमाओं के अन्तर्गत किया जाता है कि कर के बाद जो भी लाभ अंशधारियों को स्वीकार्य लाभांश तथा आर्थिक दृष्टि से आवश्यक निवेश के लिए भुगतान करने के लिए पर्याप्त है। फर्मों के मैनेजरो द्वारा जो यह सोच रखी जाती है कि उन्हें मालिकों तथा शेयरधारको के लाभ को अधिकतम करना है ताकि मालिकों और शेयर धारकों की उपयोगिता को अधिकतम किया जा सके। इन सब के बजाय अपने स्वयं की उपयोगिता को अधिकतम करने के उद्देश्य को प्राप्त करने की कुछ स्वेच्छा प्राप्त है। इसलिए विलियमसन द्वारा अपने अत्पाधिकारी फर्म के माडल में बताया गया है की मैनेजरो द्वारा स्वयंहित के लिए कार्य किया जाता है ताकि वो अपनी उपयोगिता को अधिकतम कर सके।

इस प्रकार का जो प्रबन्धकीय व्यवहार होता है उस पर निःसन्देह लाभ का संरोधन विद्यमान होता है। कर हटाने के बाद लाभांश के रूप में लाभ की कुछ न्यूनतम राशि का शेयर धारको को विश्वास अवश्य होना चाहिए। यदि इस प्रकार की क्रिया नहीं हुई तो वे फर्मों के शेयरो में अपने भंडार की बिक्री करने का झुकाव रखेंगे जिससे मैनेजरो की काम की सुरक्षा को गम्भीर परिणाम भुगतने पड़ सकते हैं। इन सब के कारण मैनेजरो द्वारा अपने स्वयं की उपयोगिता को जो अधिकतम करने की स्वेच्छा होती है उसे न्यूनतम लाभ संरोधन के अधीन किया जा सकता है। विलियमसन ने माना है की प्रबन्धकीय तुष्टिगुण फलन कई तत्वों जैसे वेतन, पद, सम्मान, शक्ति, सुरक्षा आदि पर निर्भर करता है। इन सभी तत्वों में से केवल वेतन को मापा जा सकता है बाकी के सभी तत्व गैर – आर्थिक तत्व हैं। उन्हें क्रियात्मक कहा जा सकता है यदि उन्हें ऐसे तत्वों के साथ मिला दिया जाये जो माप-योग्य हैं। यह ध्यान को खर्च अधिमान की धारणा पर केन्द्रित करता है। विलियमसन ने माना है कि मैनेजरो की शक्ति और पद का एक अत्यंत महत्वपूर्ण निर्धारक फर्म की सामान्य क्रियाएं जो होती है उन्हें चलाने के लिए अति आवश्यक राशियों से ऊपर निवेश करने के लिये उन्हें प्राप्त स्वेच्छा है। मैनेजरो का सन्तुष्टि का सबसे बड़ा स्रोत उनको खर्च करने के लिए स्वैच्छिक निवेश प्रदान करना है। क्योंकि ऐसा करने पर वो अपने अनुसार कुछ परियोजनाओं को शुरू कर सकते हैं जिनसे उन्हें अधिकतम लाभ प्राप्त होता है। वह मैनेजरो और फर्म के चोटि के अधिकारियों को आत्म-पूर्ति के अवसर भी प्रदान करता है।

मैनेजरो के उपयोगिता फलन को निम्न प्रकार से मापा जा सकता है यदि स्टाफ खर्च, वेतन और स्वैच्छिक निवेश जिन्हें मुद्रा में मापा जाता जा सकता है:

$$U = f(S, M, I)$$

U - प्रबन्धकीय उपयोगिता फलन

S - स्टाफ खर्च प्रबन्धकीय वेतनो सहित

M - प्रबन्धकीय भुगतान

I_D - स्वैच्छिक निवेश की राशि

ऊपर लिखित उपयोगिता फलन को अधिकतम करना न्यूनतम लाभ सीमा पर निर्भर करता है। इसका यह अर्थ निकलता है की लाभ का स्तर इस प्रकार का होना चाहिए जो भी अंशधारी है उन सभी को एक संतोषजनक लाभ का भुगतान हो सके तथा आर्थिक दृष्टि से जो भी आवश्यक निवेश है उसका भुगतान किया जा सके।

विलियमसन के प्रबन्धकीय माडल में उत्पादन की मात्रा को कीमत का, कर्मचारियों पर व्यय तथा मांग में परिवर्तन तत्वों का फलन माना जाता है।

$$P=f(X,S,C)$$

यहां P = कीमत को दर्शाता है।

X = किसी समय अवधि में उत्पादन स्तर

S = कर्मचारियों पर जो व्यय होता है।

e = मांग में परिवर्तन को बताता है।

2.6 बेन्स का सीमा कीमत माडल

जे. एस. बेन द्वारा सीमा कीमत माडल की अत्यंत महत्वपूर्ण व्याख्या की गई है। इन्होंने अपने पथप्रदर्शक कृति 'ए नोट आन प्राइसिंग इन मोनोपाली एण्ड ओलीगोपोली (1949) तथा इसी के बाद की एक अन्य पुस्तक बैरियर्स टू न्यु कम्पटीशन में बेन्स ने सीमा कीमत निर्धारण की व्याख्या की है। बेन्स द्वारा इस बात की व्याख्या की गई है की फर्म अपने अल्पकाल के लाभों को अधिकतम नहीं करना चाहती क्योंकि फर्म को इस बात का अत्यंत डर रहता है की यदि वह अपने अल्पकाल के लाभो को अधिकतम करती है तो अन्य फर्म इस प्रकार के लाभ को देखकर प्रवेश करेगी और उन फर्मों के प्रवेश द्वारा पहले से जो बाजार में फर्म है उनके लाभ कम हो जायेंगे दीर्घकाल की स्थिति में। बेन के अनुसार फर्म ऐसी कीमतें निर्धारित नहीं करेगी जिनसे उनके अल्पकालीन लाभ आधिकतम हो बल्कि वो ऐसी कीमत निर्धारित करेगी जिनसे वो नई फर्मों के प्रवेश को रोक सके। इस प्रकार उनके अनुसार संभावित प्रवेश के भय के महत्वपूर्ण कारण से ही कपटपूर्ण – सन्धि अल्पाधिकार के अन्तर्गत एकाधिकारी कीमते वसूल नहीं की जाती है। बेन द्वारा यह भी बताया गया है कि वास्तविकता यह है कि कीमतें दीर्घकाल में LAC के स्तर तक नहीं गिरती क्योंकि जब फर्म बाजार में प्रवेश करती है तो प्रवेश पर रूकावटें होती है। फर्म द्वारा लाभ अधिकतम करने वाली कीमत निश्चित नहीं की जाती बल्कि सीमा कीमत निश्चित की जाती है। सीमा कीमत वह अधिकतम कीमत है जो बाजार में अन्य फर्मों को प्रवेश नहीं करने देती है।

मान्यतायें

बेन सीमा कीमत माडल की कुछ मुख्य मान्यतायें इस प्रकार हैं:

- (1) उद्योग का दीर्घकालीन मांग वक्र निर्धारित है।
- (2) उद्योग का जो मांग वक्र निर्धारित है उसी से सम्बन्धित MR वक्र भी निर्धारित है।
- (3) जो अल्पाधिकारी फर्म स्थापित है उन सभी में प्रभावपूर्ण सहकार्य सन्धि पाई जाती है।
- (4) जो फर्म पहले से स्थापित है उनके लिए एक सीमा निश्चित करना सम्भव है जिसके नीचे फर्मों का प्रवेश नहीं हो सकता।

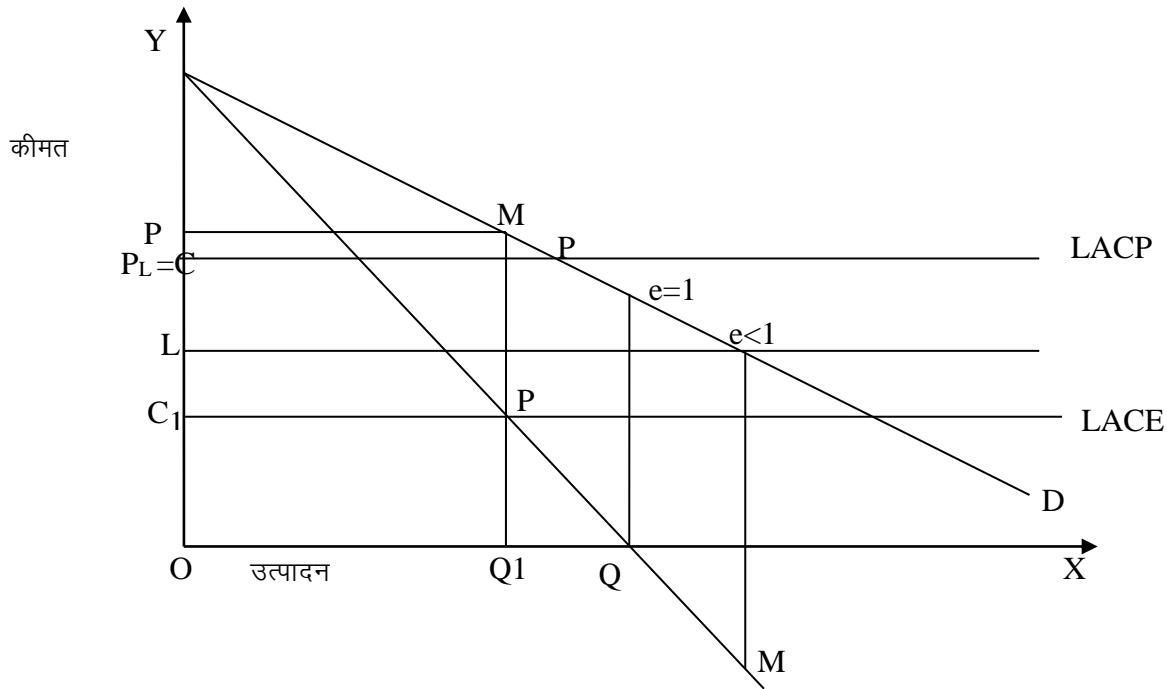
नई फर्मों के प्रवेश को रोकने के लिए सीमा कीमत किस स्तर पर निर्धारित की जाए यह मुख्य समस्या है। बेन ने माना है की सीमा कीमत (a) जिन फर्मों की प्रवेश करने की सम्भावना है उनकी लागत, (b) मांग की मूल्य लोच (c) बाजार का आकार (d) दीर्घकालीन औसत लागत वक्र का रूप (e) उद्योग में सभी फर्मों की संख्या पर निर्भर करता है।

(5) फर्म के उद्योग में प्रवेश करने की सम्भावना जब अधिक बनती है यदि कीमत सीमा कीमत से अधिक हो।

(6) जो उद्योग में पहले से ही स्थापित फर्म है वो सभी अपने दीर्घकालीन लाभ को अधिकतम करना चाहती है।

बेन के सीमा कीमत माडल की रेखाचित्र द्वारा भी स्पष्टीकरण किया गया है।

चित्र - 2.4



चित्र में OX - अक्ष पर उत्पादन की मात्रा तथा OY - अक्ष पर कीमत को प्रकट किया गया है। DD अल्पाधिकार बाजार का मांग - वक्र है तथा MR इसी मांग वक्र से सम्बन्धित सीमान्त आगम वक्र है। मान लिया गया है की LAC_{EF} जो इसी समय अल्पाधिकारी फर्म है उनकी लागत है और यह लागत स्थिर है। LAC के स्थिर होने के कारण LMC भी स्थिर होगी जोकी इसके बराबर ही है। जहां पर LMC, MR को काटता है वहाँ पर कीमत निर्धारण होगा। चित्र मे स्पष्ट किया गया है की P_M कीमत पर फर्म के अल्पकालीन लाभ अधिकतम होंगे। परन्तु यदि फर्म P_M कीमत रखती है तो यहां पर कुछ समय के लिए तो लाभ अधिकतम हो सकते है परन्तु कुछ समय पश्चात अर्थात् दीर्घकाल में अन्य फर्म बाजार में प्रवेश कर सकती है। बाजार में जो पहले से फर्म है उनकी C_1 लागत आती है। C_1 लागत के अनुसार फर्म के लाभ P_M पर अधिकतम होते है परन्तु वहां पर फर्म अपनी कीमत निर्धारित नहीं करेगी क्योंकि इस कीमत पर दूसरी फर्म बाजार में प्रवेश करती है। अन्य फर्मों जोकि बाजार में प्रवेश कर सकती है उनकी लागत C_2 के बराबर है। जो फर्म बाजार मे पहले से है वो C_2 के बराबर अपनी कीमत निर्धारित करती है इस कीमत को सीमा कीमत भी कहा जाता है। पहले से जो फर्म बाजार में स्थापित है वह C_2

के बराबर अर्थात् प्रवेश करने वाली फर्म की लागत के बराबर निर्धारित करती है क्योंकि यदि इस कीमत पर प्रवेश करने वाली फर्म आती है तो बाजार में उत्पाद की पूर्ति बढ़ जायेगी। उत्पाद की बाजार में पूर्ति के बढ़ने से उस उत्पाद की कीमत कम हो जायेगी। कीमत कम हो जायेगी तथा प्रवेश करने वाली फर्म की लागत अधिक होगी P_L या C_2 पर। इस प्रकार प्रवेश करने वाली फर्म को हानि उठानी पड़ेगी। हानि के डर से इस कीमत पर नई फर्म बाजार में प्रवेश नहीं करेगी। P_L को सीमा कीमत कहा गया है। सीमा कीमत से अभिप्राय उस कीमत से है या वह अधिकतम कीमत है जो वर्तमान फर्म मानती है कि नई फर्मों के प्रवेश को आकर्षित किए बिना वे वसूल कर सकती है। अन्य शब्दों में कहा जा सकता है की प्रवेश को रोकने वाली कीमत को सीमा कीमत कहा गया है।

बेन की प्रवेश की शर्त

बेन ने बताया है की जो फर्म के प्रवेश करने का खतरा बना रहता है उसे सीमा कीमत द्वारा रोका जा सकता है। क्या प्रवेश पर रूकावट शक्तिशाली है अथवा नहीं, इसकी माप बेन द्वारा प्रवेश की शर्त धारणा द्वारा की जा सकती है। सीमा कीमत को इस प्रकार से परिभाषित किया जा सकता है कि यह वह कीमत है जिससे स्थापित फर्म अन्य फर्मों के प्रवेश को आकर्षित किए बिना वसूल कर सके।

प्रवेश की शर्त (E) को अन्य प्रकार से भी दिखाया जा सकता है :

$$E = \frac{P_L - P_C}{P_C} \text{-----(1)}$$

P_L = सीमा कीमत

P_C = प्रतियोगी कीमत

P_L को समीकरण (i) द्वारा इस प्रकार से निकाला जा सकता है:—

$$E = \frac{P_L - P_C}{P_C}$$

$$P_L - P_C = E(P_C)$$

$$P_L = E(P_C) + P_C$$

$$P_L = P_C(E+1)$$

इस समीकरण से पता चलता है कि यदि $P_L = P_C$ है तो $E = 0$ है। $E = 0$ से पता चलता है कि फर्मों के प्रवेश पर कोई रूकावट नहीं है। यदि $P_L > P_C$ है तो $E > 0$ है। प्रवेश पर रोक मौजूद है और फर्म अतिरिक्त लाभों की बड़ी राशियां प्राप्त करने के योग्य है।

अल्पाधिकारी बाजार में फर्मों के प्रवेश पर रूकावटें

(1) निरपेक्ष लागत लाभ

पुरानी फर्मों को उन फर्मों की अपेक्षा जो कि प्रवेश कर सकती है अधिक लाभ प्राप्त होता है। क्योंकि पहले से जो फर्म होती है उनकी लागत प्रवेश करने वाली फर्म से कम होती है। अतः कहा जा सकता है की पुरानी फर्मों को लागत लाभ अधिक मात्रा में है।

(2) पदार्थ विभेदीकरण

जो फर्म पहले से ही स्थापित है उन्होंने पदार्थ बनाने में अत्यधिक मात्रा के कीर्ति अर्पित की हुई होती है। नई फर्मों द्वारा पहले से स्थापित फर्मों की तरह समरूप उत्पाद नहीं बना सकती।

(3) अत्यधिक मात्रा में प्रारम्भिक पूंजी की आवश्यकता

नई फर्मों के लिए जो शुरू में फर्म को स्थापित करने के लिए अत्यधिक मात्रा में पूंजी की आवश्यकता होती है उसको जुटा पाना अत्यन्त कठिन कार्य होता है। यह एक फर्म के उद्योग में प्रवेश में अवरोध का कार्य करता है।

(4) पैमाने की बचते

फर्मों के बाजार में प्रवेश करने पर पैमाने की बचते अत्यन्त महत्वपूर्ण अवरोध के रूप में कार्य करते हैं। वास्तविक और मौद्रिक दो प्रकार की बचते होती हैं। पहले प्रकार की बचते तकनीकी, प्रबन्धकीय और श्रम सम्बन्धी बचते हैं। दूसरी और आर्थिक बचते कम कीमतों पर विक्रय लागतों के कारण पैदा होती हैं।

आलोचनाएँ : बेन के सीमा कीमत माडल की कुछ मुख्य आलोचनाएँ इस प्रकार हैं:-

- (1) इस माडल की इस आधार पर भी आलोचना की गई है की यह माडल सहकार्य सन्धि सहित माडल है।
- (2) इस माडल की उत्पाद विभेदीकरण और पैमाने की बचतो के आधार पर भी आलोचना हुई है और कहा गया है की उत्पाद विभेदीकरण और पैमाने की बचतों के कारण फर्मों के प्रवेश की सम्भावना बढ़ जाती है।
- (3) बेन की प्रवेश के सम्भावित खतरे की व्याख्या काफी कठिन है।
- (4) जो फर्म पहले से ही स्थापित है यह आवश्यक नहीं की उनके दीर्घकालीन लाभ अधिकतम ही हो।

2.7 सीट और मार्च का व्यवहारवादी सिद्धान्त

फर्म के व्यवहार के बारे में सबसे व्यवस्थित सिद्धान्त सीट और मार्च द्वारा दिया गया है। एक आधुनिक बड़ी निगम में स्वामित्व में प्रबंध अलग होता है। इसमें फर्म को केवल एक ही अकेली इकाई नहीं माना जाता है, जिसका की केवल उद्यमी द्वारा ही निर्णय कर लिया जाए और वह निर्णय केवल लाभ के उद्देश्य को अधिकतम करना होता है। इसके विपरीत सीट और मार्च द्वारा आधुनिक व्यावसायिक फर्म को व्यक्तियों का एक समूह माना जाता है जो केवल निर्णय आदि लेने की प्रक्रिया में लगे होते हैं और जिनका संबंध केवल उस आंतरिक ढांचे से होता है जिसके बहुविध लक्ष्य होते हैं। उनके द्वारा फर्म की अनिश्चितता की अधिक समस्या पर विचार किया जाता है न केवल आन्तरिक संगठन पर। उनके द्वारा फर्म के नव - क्लासिकी सिद्धान्त में निश्चितता की मान्यता को अस्वीकार किया गया है। उनके द्वारा इस बात पर अत्यधिक बल दिया गया है की जो आधुनिक व्यावसायिक फर्म होती है वो इतनी जटिल होती है कि इसमें जो व्यक्ति कार्य कर रहे हैं उनके पास आंतरिक और बाहरी दोनों प्रकार की घटनाओं के बारे में सीमित सूचना और अपूर्ण दूरदर्शिता होती है।

इस सिद्धान्त के कुछ मुख्य तत्त्व इस प्रकार हैं:-

(1) फर्म अकेला निर्णय - कर्ता नहीं

सीट और मार्च ने बताया है की फर्म अकेली किसी भी तरह की निर्णयकर्ता नहीं हो सकती बल्कि यह एक अत्यधिक जटिल प्रकार का समूह या संगठन है जिसमें कई प्रकार के व्यक्ति जैसे - बैंकर, मैनेजर, ग्राहक, स्टॉफ

— धारक आदि होते हैं। इस प्रकार कहा जा सकता है की फर्म केवल अकेली नहीं है वह विभिन्न फर्मों का गठजोड़ है जो कई भिन्न — भिन्न ढंगों से इसकी क्रियाओं के साथ जुड़े हुए होते हैं।

(2) विभिन्न समूहों के अलग उद्देश्य

सीट और मार्च ने बताया है की गठजोड़ में विभिन्न प्रकार के समूह होते हैं जिनका कोई अकेला उद्देश्य नहीं होता है। प्रत्येक समूह के अपने अलग उद्देश्य होते हैं और उन उद्देश्यों को पूरा करने के लिए आपस में परस्पर विरोध पाया जाता है। उदाहरण स्वरूप मजदूरों को अत्यधिक ऊंची मजदूरी चाहिए। मैनेजरो के अपने अलग उद्देश्य जैसे ऊचां वेतन, पद, प्रतिष्ठा हो। ग्राहक चाहते हैं की उन्हें कम कीमत पर उत्पाद प्राप्त हो और उत्पाद की गुणवत्ता अच्छी प्रकार की है।

(iii) मांग उद्देश्यों को बनाने की प्रक्रिया

फर्म के पास उपलब्ध संसाधनों की सीमित मात्रा होती है। इन सीमित मात्राओं के कारण विभिन्न समूहों के मांग उद्देश्यों को एक साथ पूरा नहीं किया जा सकता। जब मांगे अत्यधिक मात्रा में हो जाती है जो प्रायः परस्पर विरोधी है तो विभिन्न समूहों द्वारा प्रबन्धकों के सामने वही प्रस्तुत की जाती है जोकि अत्यंत आवश्यक है। अन्य मांगों को प्रबन्धकों के सामने बाद में प्रस्तुत करते हैं। व्यक्तिगत समूहों के द्वारा किन मांगों को प्रस्तुत किया जायेगा अथवा नहीं, यह उनके इच्छा के स्तरों, आशाओं को एक विशिष्ट समूहों की मांगों की पिछली उपलब्धि, अन्य समूहों की पिछली उपलब्धियों और उपलब्ध सूचना पर निर्भर है।

(iv) फर्म के अन्य उद्देश्य

व्यवहारवादि अर्थशास्त्रियों ने माना है कि फर्म का प्रबन्धन केवल लाभ की अधिकतता अथवा केवल बिक्री को अधिकतम करने के ही उद्देश्य से प्रेरित नहीं होता। जो शीर्ष प्रबन्धन द्वारा अनेको निश्चित उद्देश्य है वो इस प्रकार हैं:— (1) उत्पादन उद्देश्य, (2) मूल सूची (3) बिक्री उद्देश्य, (4) बाजार — भाग उद्देश्य, (5) लाभ उद्देश्य, ।

उत्पादन उद्देश्य

उत्पादन विभाग द्वारा उत्पादन उद्देश्य पैदा होते हैं। उत्पादन विभाग का एक अति आवश्यक लक्ष्य यही है की उत्पादन प्रक्रिया को सही ढंग से चलाया जाए। वे चाहते हैं की मौसम के अनुसार मांग में जो भी संभव परिवर्तन के होते हुए भी विभिन्न समयों के लिये उत्पादन का समान वितरण किया जाना चाहिये।

फर्म का मालसूची उद्देश्य

मालसूची विभाग द्वारा फर्म का माल — सूची उद्देश्य निर्धारित किया जाता है। इसका मुख्य सम्बन्ध यह है की ग्राहकों के लिए उत्पादन का आवश्यक मात्रा में भंडार होना चाहिए और दूसरी ओर उत्पादन प्रक्रिया के सरल प्रवाह को बनाये रखने के लिये कच्चे मालों और प्रक्रिया — में वस्तुओं के लिए जो भी पर्याप्त भंडार है उनको बनाया रखा जा सके।

बिक्री विभाग

फर्म के बिक्री विभाग द्वारा बिक्री उद्देश्य और बाजार—भाग उद्देश्यों को निर्धारित किया जाता है। इसके द्वारा फर्म की बिक्री के लिए जो रणनीतियां होती हैं वो सभी निश्चित की जाती हैं जिसमें विज्ञापन, अभियान, बाजार खोज आदि शामिल होते हैं।

2.8 सारांश

इस इकाई की मुख्य विषय वस्तु फर्म के उद्देश्यों का अध्ययन करना है। हमने अब तक परम्परावादी अर्थशास्त्रियों के सीमान्त सिद्धान्त का अध्ययन किया था। उस इकाई में हमने सीखा की व्यवहार में कीमत निर्धारण के सीमान्त सिद्धान्त का प्रयोग बहुत कम होता है। प्रो. बामोल ने बताया है की फर्म का उद्देश्य बिक्री को अधिकतम करने का होता है। क्योंकि दीर्घकाल में बिक्री अधिकतम करने से लाभ भी अधिकतम हो जाता है। इस प्रकार सीट और मार्च ने बताया है की किसी भी फर्म को सीमान्त आय और सीमान्त लागत का पता नहीं होता है। क्योंकि सीमान्त आय और सीमान्त लागत की गणना करना मुश्किल होता है। उन्होंने बताया है की उत्पादक अपनी औसत लागत में कुछ प्रतिशत लाभ जोड़कर अपनी कीमत का निर्धारण करते हैं। इस प्रकार आधुनिक अर्थशास्त्रियों ने नए कीमत निर्धारण के सिद्धान्त का विकास कर परम्परावादि अर्थशास्त्रियों के सीमान्त सिद्धान्त पर गहरी चोट की है।

2.9 मुख्य शब्दावली

- **बिक्री अधिकतम माडल** – यह माडल बामोल द्वारा दिया गया है। बिक्री अधिकतम से अभिप्राय है की बिक्री से प्राप्त कुल आय का अधिकतम करना।
- **मौरिस का प्रबन्धकीय उद्यम माडल** – इस माडल में प्रबन्धक द्वारा फर्म की वृद्धि दर को अधिकतम करने का उद्देश्य रखा जाता है और शेयर होल्डर द्वारा अपने लाभांशों और शेयर कीमतों को अधिकतम करने का उद्देश्य रखा जाता है।
- **विलियमसन का प्रबन्धकी स्वेच्छा माडल** – प्रबन्धक अपने स्वयं के हित से प्रेरित होते हैं तथा उनके द्वारा अपने उपयोगिता फलन को अधिकतम किया जाता है।
- **औसत कीमत निर्धारण** – इस माडल में बताया गया है की किसी वस्तु की कीमत पूर्ण लागत कीमत निर्धारण या औसत लागत कीमत निर्धारण द्वारा तय होती है।
- **सीमा कीमत** – यह वह अधिकतम कीमत है जिन्हे नई फर्मों के प्रवेश को आकर्षित किए बिना वसूला जा सकता है।
- **व्यवहारवादी सिद्धान्त** – यह सीट और मार्च द्वारा दिया गया है। इसमें आधुनिक व्यावसायिक फर्म को व्यक्तियों का एक समूह माना जाता है। जो केवल निर्णय आदि लेने की प्रक्रिया में लगे रहते हैं।

2.10 अपनी प्रगति जानिए के प्रश्न

1. बिक्री अधिकतम माडल द्वारा दिया गया है।
2. बिक्री अधिकतम माडल में न्यूनतम को ध्यान में रखा जाता है।
3. औसत कीमत लागत को भी कहा जाता है।
4. मौरिस ने माडल दिया।
5. विलियमसन में माडल दिया।
6. सीमा कीमत माडल द्वारा दिया गया।
7. बेन की ए नोट आन प्राईसिंग इन मोनोपाली एण्ड ओलीगोपाली में दी गई।
8. सीमा कीमत के लिए निर्धारित की जाती है।

2.11 अपनी प्रगति जानिए के उत्तर

1. बामोल
2. लाभ
3. मार्क – अप कीमत
4. प्रबन्धकीय
5. प्रबन्धकीय स्वेच्छा
6. बेन
7. 1949
8. नई फर्मों के प्रवेश को रोकने

2.12 अभ्यास हेतु प्रश्न – लघु उत्तरीय प्रश्न

1. बिक्री अधिकतम मॉडल से क्या अभिप्राय है?
2. मौरिस के प्रबन्धकीय मॉडल से क्या अभिप्राय है?
3. मार्क-अप कीमत की व्याख्या करें?
4. सीमा कीमत क्या है?
5. विलियमसन स्वेच्छा मॉडल से क्या अभिप्राय है?
6. व्यवहारवादी मॉडल क्या है।

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. बामोल के बिक्री अधिकतम मॉडल की विस्तार से व्याख्या करें।
2. बेल की सीमा कीमत मॉडल की चित्र द्वारा व्याख्या करें।
3. औसत कीमत लागत की विस्तार से व्याख्या करें?
4. मौरिस के प्रबन्धकीय मॉडल की विस्तार से व्याख्या करें?
5. सीट और मार्च के व्यवहारवादी मॉडल की व्याख्या करें?
6. विलियमसन के प्रबन्धकीय स्वेच्छा मॉडल की व्याख्या करें?

2.13 आप ये भी पढ़ सकते हैं एवम् सन्दर्भ सूची ।

- Ahuja, H.L. (2016). Advance Economic Theory (6th Edition) New Delhi : S.Chand & Company Pvt. Ltd., Hindi medium.
- Hingan, M.L.(2004). Micro Economics (2nd Edition), New Delhi : Vrinda Publication Pvt. Ltd. (Hindi medium).
- Singh, S.P. (2013). Micro Economics (2nd edition), New Delhi : S Chand & company Pvt. Ltd., Hindi Medium.
- Verma, K.N. (2014). Micro Economic Theory (2nd edition). Jalandhar, Punjab : Vishal Publishing Co., Hindi Medium.
- Dwivedi, D.N. (2006). Micro-economics Theory & Appliation (1st Edition). New Delhi : Pearson Educatin in South Asia.
- Koutsoyiannis, A. (1975). Modern Micro-economics (2nd edition). Landon : Macmillan Publishers Ltd.

इकाई – 3

विभिन्न बाजारों में साधन कीमत निर्धारण

इकाई की रूपरेखा

- 3.0 परिचय
- 3.1 इकाई के उद्देश्य
- 3.2 नव-क्लासिकी साधन कीमत निर्धारण
- 3.3 फर्म का सन्तुलन उत्पाद और साधन दोनो में पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत
- 3.4 साधन बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता और उत्पाद बाजार में अपूर्ण प्रतियोगिता के साथ फर्म का संतुलन
- 3.4 A उत्पाद बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता और श्रम बाजार में एक क्रयाधिकार के साथ फर्म का संतुलन
- 3.5 द्विपक्षीय एकाधिकार मॉडल
- 3.6 उत्पाद समाप्ति समस्या
- 3.7 लगान का नव-क्लासिकी सिद्धान्त
 - 3.7.1 अर्द्ध लगान
- 3.8 ब्याज का सिद्धान्त
- 3.9 लाभ का सिद्धान्त
- 3.10 सामान्य संतुलन विश्लेषण के मुद्दे
- 3.11 सारांश
- 3.12 मुख्य शब्दावली
- 3.13 अपनी प्रगति जानिए के प्रश्न
- 3.14 अपनी प्रगति जानिए के उत्तर
- 3.15 अभ्यास हेतु प्रश्न
- 3.16 आप ये भी पढ़ सकते हैं

3.0 परिचय

यह इकाई वितरण के सिद्धान्त से सम्बन्धित है। वितरण का सिद्धान्त अर्थशास्त्र का महत्वपूर्ण सिद्धान्त है। वितरण का सिद्धान्त उत्पादक सिद्धान्तों का दिये जाने वाले भुगतानों के निर्धारण के साथ है। परन्तु साधन को मिलने वाले भुगतान उत्पाद बाजार और साधन बाजार में प्रतियोगिता पर निर्भर करता है। वितरण के सिद्धान्त में मजदूरी का सिद्धान्त, ब्याज का सिद्धान्त, लाभ का सिद्धान्त और लगान का सिद्धान्त आता है।

3.1 इकाई के उद्देश्य

इस इकाई के निम्न उद्देश्य है ।

- साधन कीमत निर्धारण के नव-क्लासिकी सिद्धान्त का अध्ययन करना ।
- विभिन्न बाजारों में साधन कीमत निर्धारण करना ।
- लगान के सिद्धान्त का अध्ययन करना ।
- ब्याज के सिद्धान्त का अध्ययन करना ।
- लाभ के सिद्धान्त का अध्ययन करना ।

3.2 नव-क्लासिकी साधन कीमत निर्धारण का सिद्धान्त

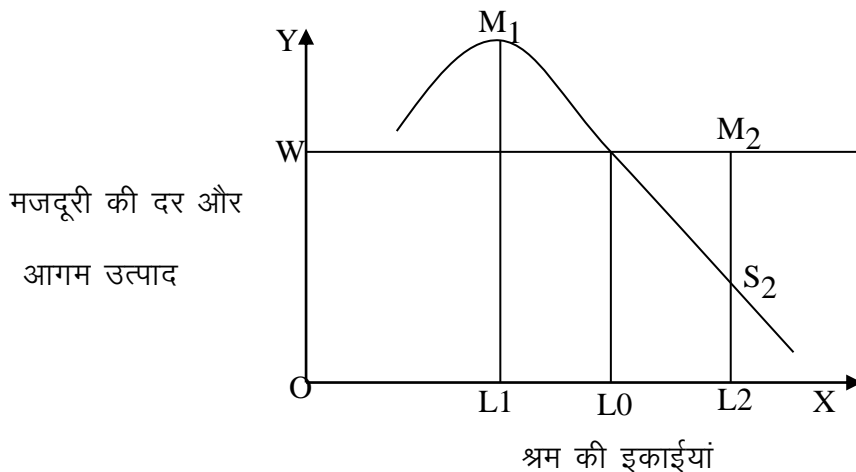
सबसे पहले रिकार्डो, लॉगफील्ड और हैनरी जार्ज द्वारा सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त की व्याख्या की गई थी। लेकिन जे.बी. क्लार्क, जैवन्स, विकस्टीड और मार्शल को इस सिद्धान्त का मुख्य श्रेय दिया जाता है। क्लार्क ने सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त में बताया है कि यदि नियोजक की विवेकशीलता स्थैतिक हालते, पूर्ण प्रतियोगिता और दीर्घकाल की मान्यतायें दी गई है तो एक साधन की कीमत उसके सीमान्त उत्पाद के द्वारा निर्धारित होती है। वितरण का जो नव – क्लासिकी सिद्धान्त का ढांचा बनाया गया है उसमें मार्शल, हिक्स और फ्राइडमैन का नाम मुख्य है। नव-क्लासिकी साधन कीमत निर्धारण में कई तरह की मान्यताये ली गई है। नव-क्लासिकी सिद्धान्त में सीमान्त उत्पादकता के कई पहलु हैं जैसे – सीमान्त आगम उत्पाद एक साधन की कीमत से निर्धारित होता है। दीर्घकाल में सभी उत्पादन साधनों के सीमान्त आगम उत्पाद समान होते हैं। साधन कीमतों का दीर्घकाल में सभी रोजगार में समान होने का सुझाव पाया जाता है।

नव – क्लासिकी सिद्धान्त की मान्यतायें

1. पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति दोनों बाजारों अर्थात् साधन बाजार और उत्पाद बाजार में पाई जाती है।
2. उत्पादक विवेकशील है और उनका उद्देश्य अपने लाभों को अधिकतम करना होता है।
3. दिए गए उत्पादन के साधन की सभी इकाईयां समरूप हैं।
4. पूर्ण रोजगार की स्थिति पाई जाती है।
5. अर्थव्यवस्था में पूर्ण गतिशीलता पाई जाती है।
6. दीर्घकाल में यह सिद्धान्त लागू होता है।
7. पूर्ण रूप से परिवर्तनशीलता पाई जाती है साधनों में
8. घटते प्रतिफल का नियम लागू होता है।
9. उत्पादन के साधनों की पूर्ति पूर्णतया लोचशील पाई जाती है।
10. पूर्ण विभाज्यता पाई जाती है।
11. उत्पादन के लिए तकनीक को अपरिवर्तित माना है।
12. साधनों में पूर्ण प्रतिस्थापकता पाई जाती है।

यदि एक उत्पादक को एक साधन, माना की श्रम को लगाना है तो उत्पादन द्वारा उस लगाए हुए मजदूर की सीमान्त उत्पादकता को ध्यान में रख कर उस श्रम की एक इकाई को काम पर लगाया जाएगा। मजदूर की उत्पादकता ऊंची हो सकती है यदि वह कुशल और प्रशिक्षित है तो और उसे ऊंचा भुगतान भी मिलेगा। इसी तरह मजदूर की उत्पादकता नीची भी हो सकती है यदि वह कुशल और प्रशिक्षित नहीं है तो उसे बहुत कम भुगतान दिया जायेगा साधन की इकाई के बारे में निर्णय करते समय नियोजक अन्तिम मजदूर के सीमान्त उत्पाद की उसे दी गई औसत मजदूरी (AW) अथवा सीमान्त मजदूरी (MW) के साथ तुलना करेगा। अपने लाभ को अधिकतम करने के लिए उत्पादक और भी ज्यादा मात्रा में मजदूरों को काम पर लगायेगा यदि $MRP > MW$ हो तो। दूसरी तरफ अन्तिम मजदूरों को काम पर लगाने से हानि होगी यदि $MRP < MW$ हो तो। उसके द्वारा ऐसे मजदूरों को काम पर नहीं लगाया जायेगा। उसके द्वारा मजदूरों की संख्या घटाई जायेगी यदि MRP, MW से कम होता है तो उत्पादक द्वारा जब वृद्धि और कमी नहीं की जायेगी जब तक $MRP = MW$ ना हो जाये। चित्र द्वारा इसकी व्याख्या की जा सकती है।

चित्र - 3.1



चित्र में OX - अक्ष पर श्रम की इकाईयां दी गई है और OY - अक्ष पर मजदूरी की दर और आगम उत्पाद को दिखाया गया है। जब मजदूरी की दर OW दी गई है तो औसत उत्पाद और सीमान्त उत्पाद आपस में बराबर है। सीमान्त आगम उत्पाद उल्टे U आकार का है। यदि उत्पादक द्वारा OL_1 , मजदूरों को काम पर लगाया जाता है तो MRP M_1L_1 के बराबर होगी सीमान्त मजदूरी W_1L_1 है। उत्पादक को अतिरिक्त लाभ प्राप्त हो रहे हैं क्योंकि $MRP > MW$ है। अपने लाभों को अधिकतम करने के लिये वह और अधिक मजदूर काम पर लगायेगा। यदि OL_2 मजदूरों को काम पर लगाया जाता है तो MRP, S_2L_2 है और MW, W_2L_2 है। उत्पादक को इस स्थिति में हानि होगी क्योंकि $MRP < MW$ है। उसके द्वारा रोजगार को कम किया जायेगा क्योंकि उसे अपनी हानि न्यूनतम करनी है। यदि OL_0 मजदूरों को काम पर लगाया जाता है। $RoNo$ के बराबर होंगे MRP और MW दोनों। क्योंकि यहां पर न तो अतिरिक्त लाभ होगा और न ही हानि होगी उत्पादक द्वारा न तो मजदूरों की संख्या में वृद्धि ही की जायेगी और न ही कमी की जायेगी। इस प्रकार कहा जा सकता है की साधन इकाई का सन्तुलन रोजगार तब निर्धारित होता है जब साधन कीमत, सीमान्त आगम उत्पाद के समान हो जाती है।

3.3 फर्म का सन्तुलन उत्पाद और साधन दोनो में पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत

पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में जब एक फर्म द्वारा उत्पाद बाजार में काम किया जाता है तो उत्पाद की कीमत दी हुई होती है। उत्पाद बाजार में कीमत फर्म द्वारा निर्धारित नहीं होती बल्कि उसके द्वारा कीमत को स्वीकार किया जाता है। उत्पाद की जो कीमत दी हुई होती है वह स्थिर रहती है तो $AR=MR$ होता है। $AR=MR$ वक्र एक – दूसरे के साथ जुड़े हुए रहते हैं और ये दोनो समस्तरीय रेखाओं के रूप में होते हैं। AR और MR के बराबर होने पर MRP और VMP भी आपस में एक – दूसरे के बराबर ($MRP = VMP$) होते हैं। श्रम को परिवर्तनशील साधन माना गया है। उसके MRP , VMP वक्र एक – दूसरे के साथ जुड़े रहते हैं।

एक फर्म के लिए मजदूरी की दर दी हुई होती है यदि श्रम बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति पाई जाती है। एक अकेली फर्म द्वारा मजदूरी की दर पर प्रभाव नहीं डाला जा सकता क्योंकि उस फर्म द्वारा श्रम के लिए मांग बहुत ही कम होती है। पूरे बाजार में मजदूरी दर श्रम की मांग और श्रम की पूर्ति द्वारा निर्धारित होती है। एक व्यक्तिगत फर्म के लिए औसत मजदूरी $AW = (AFC)$ और सीमान्त मजदूरी $MW (=MFC)$ वक्र समस्तरीय रेखाये हैं क्योंकि मजदूरी की दर दी हुई है और यह स्थिर रहती है। AW और MW एक-दूसरे के साथ जुड़े हुए हैं।

MRP और VMP भी एक – दूसरे के बराबर होते हैं। अर्थात्

$$MRP=MPP(MR)$$

$$VMP=MPP(AR) \text{ or } P \quad [AR=P]$$

$$AR=MR$$

इसलिए $MRP=VMP$

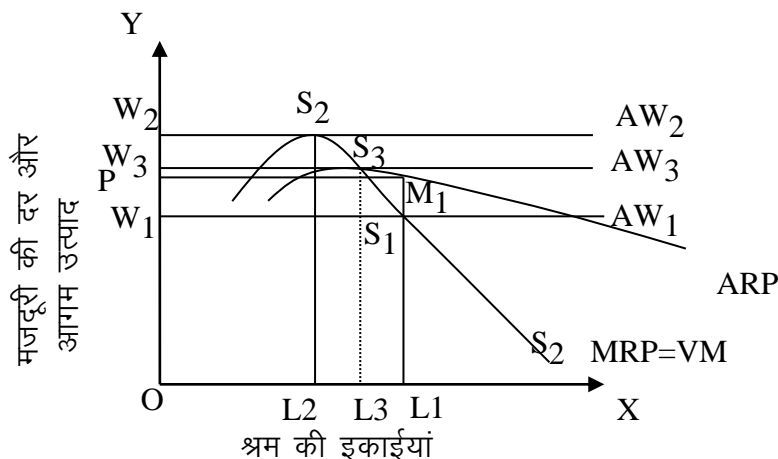
एक फर्म के सन्तुलन के लिए पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में आवश्यक शर्त इस प्रकार है:-

- (1) $MRP = MW (MFC)$
- (2) MRP वक्र, $MW (MFC)$ वक्र को ऊपर से काटना चाहिए।

अल्पकालीन सन्तुन

अल्पकालीन सन्तुलन में तीन प्रकार की स्थितिया हो सकती हैं। साधन बाजार में फर्म को असामान्य लाभ, सामान्य लाभ और हानि हो सकती है। इन सब को चित्र द्वारा दिखाया जा सकता है।

चित्र – 3.2



चित्र में OX –अक्ष पर मजदूरों की संख्या और OY –अक्ष पर आय उत्पाद और मजदूरी की दर को प्रकट किया गया है। चित्र में ARP और MRP औसत और सीमान्त आगम उत्पाद वक्र है। जब उत्पाद बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति पाई जाती है तो $MRP = VMP$ होते हैं इसी कारण चित्र में ये दोनों आपस में बराबर हैं। जब OW_1 मजदूरी की दर दी हुई है तो इस मजदूरी पर औसत और सीमान्त मजदूरी वक्र AW_1 और MW_1 है। साधन बाजार में भी पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति होने पर AW_1 और MW_1 आपस में बराबर है ($AW_1 = MW_1$)। सन्तुलन की स्थिति S_1 पर स्थित रहती है। यहां पर सन्तुलन की दोनों शर्तें पूरी हो रही हैं। इस सन्तुलन की स्थिति में OL_1 श्रमिकों को काम पर लगाया गया है। कुल आगम उत्पाद $OL_1 M_1 P_1$ तथा कुल मजदूरी $OL_1 S_1 W_1$ है तो इस स्थिति में $OL_1 M_1 P_1 - OL_1 S_1 W_1 = S_1 M_1 P_1 W_1$ असामान्य लाभ होगा। ये असामान्य लाभ फर्म के अल्पकालीन सन्तुलन की अवस्था में प्राप्त होते हैं।

यदि OW_2 मजदूरी की दर दी गई है तो औसत और सीमान्त मजदूरी वक्र AW_2 और MW_2 है ये फिर एक साथ इक्वेटे है ($AW_2 = MW_2$)। इस स्थिति में सन्तुलन S_2 बिन्दु पर होता है। सन्तुलन के इस स्तर पर OL_2 मजदूरों को काम पर लगाया जाता है। कुल आगम उत्पाद $OL_2 M_2 P_2$ है तथा कुल मजदूरी बिल $OL_2 S_2 W_2$ है। यहां पर $OL_2 M_2 P_2 - ON_2 SW_2$ हानि हो रही है। यह हानि $W_2 S_2 M_2 P_2$ के बराबर है जो फर्म को सन्तुलन की स्थिति में उठानी पड़ रही है।

यदि OW_2 मजदूरी की दर दी गई है तो औसत और सीमान्त मजदूरी वक्र AW_3 और MW_3 है। यहां पर सन्तुलन S_3 की स्थिति में होता है। इस स्थिति में OL_3 मजदूरों को काम पर लगाया गया है। इस सन्तुलन की स्थिति में फर्म को कुल आगम उत्पाद $OL_3 S_3 W_3$ प्राप्त हो रहा है। इस प्रकार इस स्थिति में फर्म को सामान्य लाभी प्राप्त हो रहे हैं।

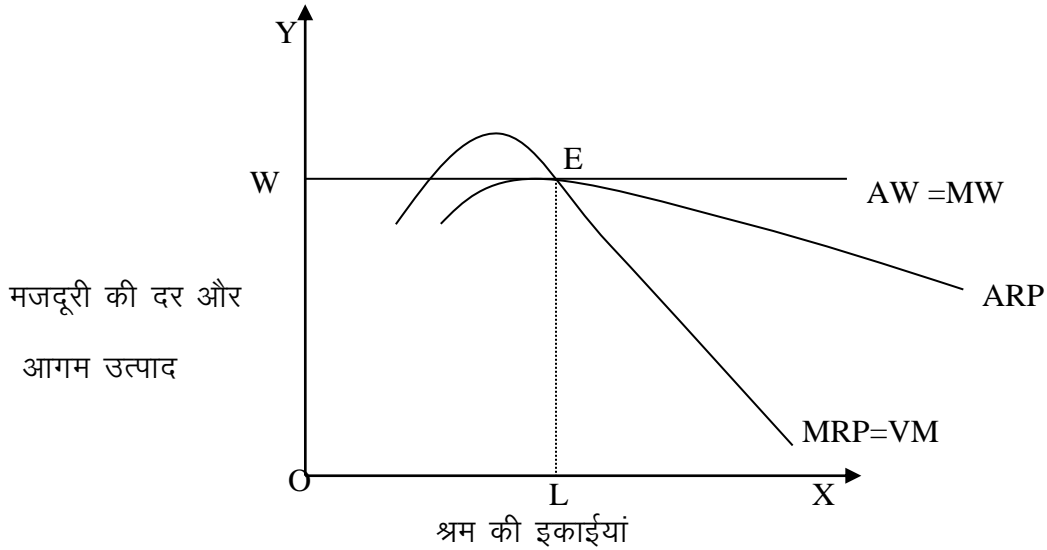
दीर्घकालीन सन्तुलन

यदि फर्म को अल्पकालीन सन्तुलन के दौरान असामान्य लाभ होते हैं तो नई फर्म बाजार में प्रवेश करना चाहती है। इसके कारण मजदूरों की मांग में वृद्धि होती है। जब मजदूरों की मांग में वृद्धि होती है तो मजदूरी की दर भी बढ़ जायेगी। यह बढ़ी हुई मजदूरी की दर असामान्य लाभ को प्रतिकारित कर देगी। दूसरी तरफ यदि फर्म को अल्पकालीन समय में हानियाँ उठानी पड़ती है तो कुछ फर्म बाजार से बाहर हो जायेगी जब फर्म बाजार से बाहर चली जायेगी तो बाजार में श्रम की मांग में भी कमी हो जायेगी और इस प्रकार की स्थिति होने पर मजदूरी की दर गिर जायेगी। उद्योग में मजदूरी की दर के गिर जाने के कारण हानियां समाप्त हो जायेंगी। इस प्रकार एक फर्म को जब दीर्घकालीन सन्तुलन प्राप्त होता है तो उसे ना ही असामान्य लाभ प्राप्त होते हैं और ना ही हानियां प्राप्त होती हैं। फर्म को केवल सामान्य लाभ प्राप्त होगा।

साधन बाजार में फर्म के दीर्घकालीन सन्तुलन के लिए पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में निम्न शर्त होती है

$$ARP = MRP (VMP) = AW = MW$$

साधन बाजार में दीर्घकालीन सन्तुलन की चित्र द्वारा व्याख्या



चित्र - 3.3

चित्र में OX - अक्ष पर मजदूरों की संख्या तथा OY - अक्ष पर आगम उत्पाद तथा मजदूरी की दर को प्रकट किया गया है। चित्र में दिखाया गया है कि E बिन्दु पर फर्म का सन्तुलन निर्धारित होता है जहां पर ARP , MRP , AW और MW सभी एक समान है। E बिन्दु के सन्तुलन के स्तर पर फर्म द्वारा OL मजदूरों को काम पर लगाया जाता है। कुल आगम उत्पाद $OLEW$ है और फर्म का मजदूरी बिल भी $OLEW$ के ही समान है। अतः फर्म का दीर्घकालीन सन्तुलन केवल सामान्य लाभों के साथ निश्चित होता है।

3.4 साधन बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता और उत्पाद बाजार में अपूर्ण प्रतियोगिता के साथ फर्म का सन्तुलन

यदि पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति श्रम बाजार में पाई जाती है तो श्रम की मांग और पूर्ति की समानता द्वारा श्रम बाजार में मजदूरी की दर का निर्धारण होगा। जब स्थिति एक व्यक्तिगत फर्म की हो तो जो बाजार की शक्तियों द्वारा निर्धारित मजदूरी की दर मान लिया जाता है। मजदूरी की दर एक फर्म अपने आप निर्धारित नहीं कर सकती। फर्म के द्वारा केवल यह निर्णय लिया जा सकता है की जो पहले से ही निर्धारित मजदूरी की दर है उस पर कितने श्रमिकों को काम पर रखा जाना चाहिए। साधन बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति को माना है तो औसत और सीमान्त वक्र समस्तीरीय रेखा के रूप में है जो आपस में जुड़े हुए हैं।

उत्पाद बाजार में अपूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति को माना है, इसलिए AR , MR से अधिक होगी। सीमान्त उत्पाद का मूल्य सीमान्त आगम उत्पाद से अधिक होता है। क्योंकि सीमान्त उत्पाद के मूल्य को $MPP(AR)$ से प्राप्त किया जाता है तथा सीमान्त आगम उत्पाद को $MPP(MR)$ से प्राप्त किया जाता है। AR , MR से ज्यादा होती है इसलिए सीमान्त उत्पाद का मूल्य सीमान्त आगम उत्पाद से ज्यादा होती है इसलिए सीमान्त उत्पाद का मूल्य सीमान्त आगम उत्पाद से ज्यादा होती है। इस को हम अन्य तरह से भी दिखा सकते हैं।

$$VMP = MPP(AR) \text{ or } P [AR = P]$$

$$MRP = MPP(MR)$$

अपूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में $AR > MR$ है तो

$$VMP > MRP$$

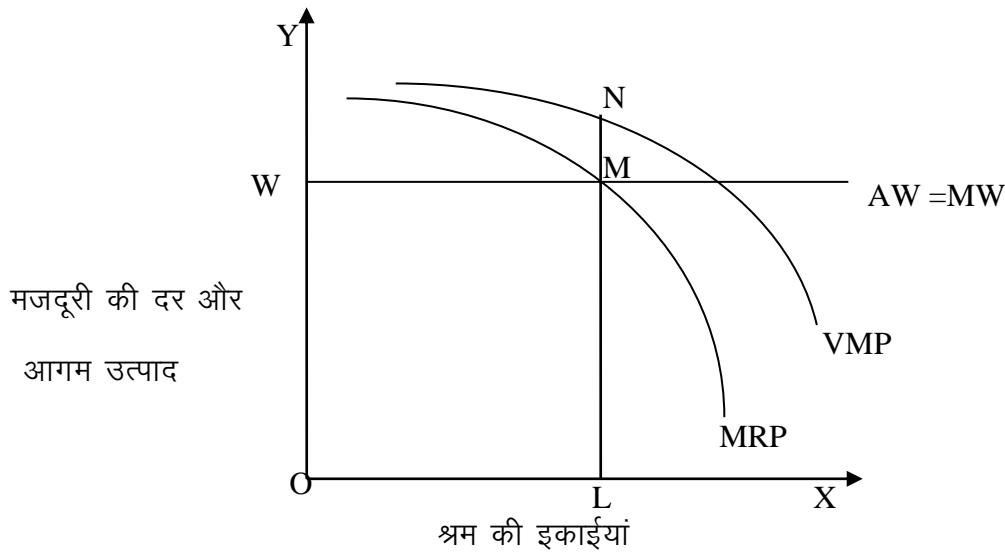
इस स्थिति में फर्म के सन्तुलन के लिए आवश्यक शर्त इस प्रकार है

(1) $MRP = MW$ (MFC)

(ii) MRP वक्र, MW (MFC) वक्र को नीचे से काटता है।

फर्म के सन्तुलन की उस स्थिति का चित्र द्वारा स्पष्टीकरण जब श्रम बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता तथा उत्पाद बाजार में अपूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति दी हुई है।

चित्र - 3.4



चित्र में OX - अक्ष पर श्रमिकों की संख्या तथा OY - अक्ष पर मजदूरी की दर तथा आगम उत्पाद को बताया गया है। श्रम बाजार में श्रम की मांग और श्रम की पूर्ति में समानता के द्वारा OW मजदूरी की दर निर्धारित होती है। जब मजदूरी की दर OW दी हुई है तो औसत मजदूरी (AW), सीमान्त मजदूरी (MW) वक्र OX - अक्ष के सामानान्तर है तथा आपस में जुड़ी हुई है जब उत्पाद बाजार में अपूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति पाई जाती है तो VMP , MRP से ऊपर होता है क्योंकि AR भी MR से ज्यादा तथा ऊपर स्थित होता है अर्थात् $VMP > MRP$ सन्तुलन की जो शर्त है वो M बिन्दु पर पूरी होती है। OW दी हुई मजदूरी पर OL श्रमिकों को रोजगार मिला हुआ है। रोजगार के इस स्तर पर श्रमिकों को उसके सीमान्त उत्पाद के मूल्य के बराबर नहीं दी जाती बल्कि सीमान्त आगम उत्पाद द्वारा निर्धारित होती है। यहां पर श्रमिकों का शोषण होता है जब उन्हें सीमान्त उत्पाद के मूल्य के बराबर मजदूरी नहीं दी जाती है।

अब एक महत्वपूर्ण प्रश्न उत्पन्न होता है की जो मजदूरी की दर श्रमिकों को दी जाती है वह श्रम के सीमान्त उत्पाद मूल्य से कितनी कम होती है। यह उत्पाद के लिये मांग की कीमत लोभ के आकार से प्रभावित होता है।

जब श्रम बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति तथा उत्पाद बाजार में अपूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति पाई जाती है तो सन्तुलन की हालत में, फर्म के सन्तुलन के लिये शर्त है -

$$W = MRP_L$$

$$W = MPP_L \times MP \text{ ----- (1)}$$

P (AR), MR और मांग की कीमत लोभ (EP) में सम्बन्ध है

$$MR = \left(1 - \frac{1}{E_p}\right) AR$$

or

$$MR = \left(1 - \frac{1}{E_p}\right) P \text{ (2) [AR=P]}$$

P= Price

समीकरण (ii) को (I) में रखते हुए अर्थात् MR को (1) में रखने पर

$$W = MPPL = \left(1 - \frac{1}{E_p}\right) MPPL (P)$$

$$W = \left(1 - \frac{1}{E_p}\right) VMPL$$

$$[MPPL (P) = VMPL]$$

यदि उत्पाद बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता है तो $EP = \infty$ है।

$$W = \left(1 - \frac{1}{E_p}\right) VMPL$$

$$W = \left(1 - \frac{1}{\infty}\right) VMPL$$

$$=(1-0) VMPL$$

इसलिए $W=VMPL$

उत्पाद बाजार में क्योंकि अपूर्ण प्रतियोगिता अथवा एकाधिकार है, इसलिये $EP < \infty$ है।

$$\text{ऐसी स्थिति में, } \left(1 - \frac{1}{E_p}\right) < 1 \text{ है}$$

इसलिए $W < MPPL$

अब जितना गुणांक E_p कम है, उतना ही मजदूरी की दर (W) और श्रम के सीमान्त उत्पाद के मूल्य में अन्तर अधिक होगा और इसके विपरीत स्थिति भी।

यदि $E_p=4$ है तो

$$W = \left(1 - \frac{1}{E_p}\right) - VMPL$$

$$W = \left(1 - \frac{1}{4}\right) VMPL = \frac{3}{4} VMPL$$

यदि $E_p=5$ है तो

$$W = \left(1 - \frac{1}{E_p}\right) - VMPL$$

$$W = \left(1 - \frac{1}{5}\right) - VMPL = \frac{4}{5} VMPL$$

3.4 A उत्पाद बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता और श्रम बाजार में एक क्रयाधिकार के साथ फर्म का संतुलन

जब उत्पाद बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति पाई जाती है तो ऐसी स्थिति में औसत आगम तथा सीमान्त आगम आपस में बराबर होते हैं और फिर AR तथा MR आपस में बराबर होने पर श्रम के सीमान्त उत्पाद का मूल्य (VMP) तथा श्रम का सीमान्त आगम उत्पाद आपस में बराबर होते हैं। हम पहले भी बात चुके हैं की पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में,

$$AR = MR$$

$$VMPL = MPPL (AR) \text{ or } P$$

$$MRPL = MPPL (MR) \quad [AR = MR]$$

$$\text{इसलिए } VMPL = MRPL$$

जब साधन बाजार में क्रयाधिकार की स्थिति पाई जाती है। क्रयधिकारी द्वारा अत्यधिक मात्रा में मजदूरों को रोजगार पर लगाने के लिए उन्हें ऊंची मात्रा में मजदूरी देनी चाहिए। इस प्रकार की स्थिति का अर्थ है की श्रम का पूर्ति वक्र (S_L) अथवा औसत मजदूरी (AW) वक्र बाई ओर से दाई ओर ऊपर को उठता वक्र होगा। सीमान्त मजदूरी वक्र अथवा सीमान्त साधन लागत (MFC) वक्र AW वक्र से ऊपर स्थित होगा।

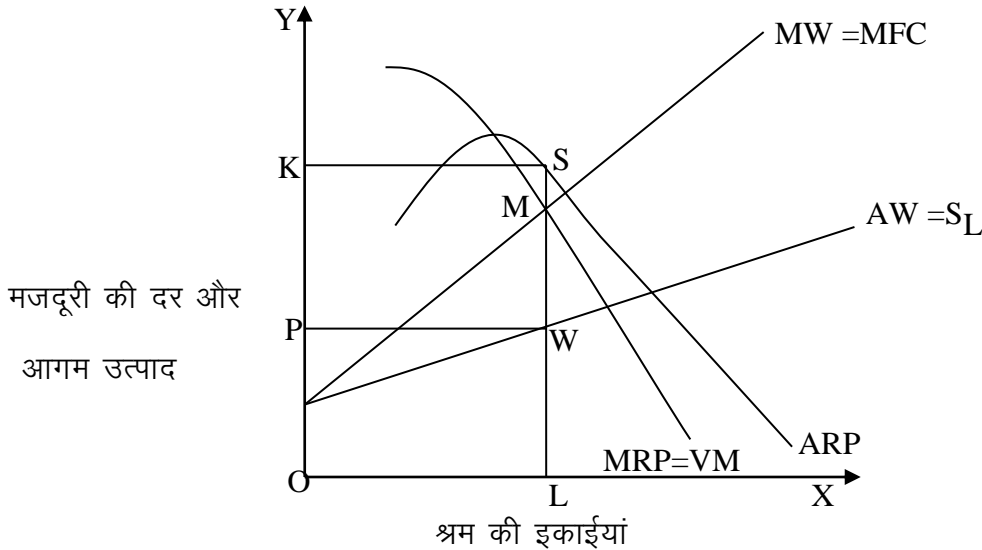
फर्म के सन्तुलन की शर्त इस स्थिति में समान होगी जो हम पहले पढ़ चुके हैं :

$$(I) MRP = MW$$

(II) MW (MFC) वक्र को MRP वक्र ऊपर से काटता है ।

जब उत्पाद बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता तथा श्रम बाजार में क्रयाधिकार की स्थिति हो तो फर्म के सन्तुलन या मजदूरी के निर्धारण को रेखाचित्र द्वारा स्पष्ट कर सकते हैं।

चित्र - 3.5



चित्र में OX – अक्ष पर श्रमिकों की संख्या तथा OY – अक्ष पर मजदूरी की दर तथा आगम उत्पाद दिए गए हैं। चित्र में दिखाया गया है कि ARP और MRP उल्टे U – आकार के हैं। VMP और MRP आपस में बराबर हैं क्योंकि उत्पाद बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति है। पूर्ण प्रतियोगिता में AR और MR आपस में बराबर हैं इसलिए MRP और UMP एक – दूसरे के बराबर हैं। श्रम के पूर्ति वक्र (S_L) अथवा औसत मजदूरी (AW) वक्र की ढाल धनात्मक है क्योंकि साधन बाजार में क्रयाधिकार की स्थिति है और एक क्रयाधिकारी द्वारा ऊंची मजदूरी दी जाती है ताकि अधिक मजदूरी को काम पर लगाया जा सके। MW अथवा MFC भी ऐसी स्थिति में है जिनका ढाल धनात्मक रूप से है और यह वक्र AW वक्र से ऊपर स्थित है। M बिन्दु पर एक क्रयाधिकारी फर्म का सन्तुलन बिन्दु है। इस बिन्दु पर MRP वक्र द्वारा MW वक्र को ऊपर से काटा जाता है। सन्तुलन बिन्दु के इस स्तर पर एक क्रयाधिकारी द्वारा OL श्रमिकों को काम पर लगाया जाता है तथा उनको OP के बराबर मजदूरी की दर जाती है। क्रयाधिकारी द्वारा MW के बराबर मजदूरी नहीं दी जाती क्योंकि उस स्तर पर उसे श्रम की प्रत्येक नियोजित इकाई को अलग – अलग मजदूरी की दरों का भुगतान करना होगा। उसके द्वारा सभी श्रमिकों को एक समान औसत मजदूरी WL का भुगतान किया जाता है। सन्तुलन के स्तर पर कुल आगम उत्पाद OLSK और OLWP कुल मजदूरी बिल है। इस प्रकार OLSK - OLWP = KSWP एक क्रयाधिकारी द्वारा अतिरिक्त लाभ प्राप्त किया जाता है। एक क्रयाधिकारी द्वारा जो यह अतिरिक्त अधिक्य या लाभ कमाया जाता है जोन राबिन्सन द्वारा इसे एक – क्रयाधिकारी शोषण कहा गया है।

3.5 द्विपक्षीय एकाधिकार माडल

प्रायः देखा जाता है कि नियोजको या नियोजकों संस्था द्वारा मजदूरों का अत्यधिक मात्रा में शोषण किया जाता है। जो व्यक्तिगत मजदूर होते हैं उनकी सौदा करने की शक्ति बहुत ही कम होती है। मजदूरों द्वारा अपने आप को मजदूर संघ में संगठित कर लिया जाता है। ऐसा मजदूरों द्वारा अपने आप को नियोजको या नियोजको संस्था द्वारा स्वयं को शोषण से बचाने के लिए किया जाता है। मजदूर संघों द्वारा नियोजको से कई मुद्दे जिनके कारण

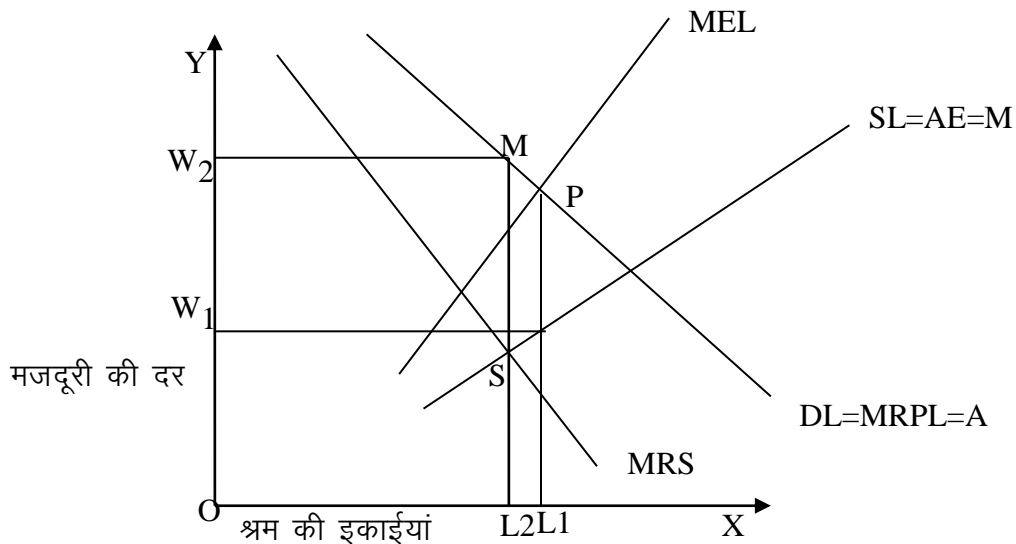
मजदूरों को उनके साथ होने वाले शोषण से बचाया जा सके पर बातचीत करते हैं। उन कई मुद्दों में मजदूरी, रोजगार, काम के घण्टे, काम की दशायें कैसी हैं, सामाजिक सुरक्षा उन्हें कैसी तथा किस प्रकार दी जायेगी आदि शामिल हैं। मजदूर संघों द्वारा इन मुद्दों पर हुई बातचीत को सामूहिक सौदेबाजी कहा जाता है।

द्विपक्षीय एकाधिकार से अभिप्राय है कि जब श्रम बाजार में श्रम की सेवाओं को खरीदने के लिए केवल एक ही क्रेता अर्थात् एक-क्रयधिकारी हो और जो श्रम की सेवाएं बेची जाती हैं उनको खरीदने के लिए केवल एक ही विक्रेता हो अर्थात् मजदूर संघ। जब क्रयधिकारी और मजदूर संघ में पहले बताए गए विभिन्न मुद्दों पर सौदेबाजी की जाती है तो उसे सामूहिक सौदेबाजी कहा जाता है। उदाहरण के लिए किसी क्षेत्र में एक चीनी मिल है और वहां पर सभी मजदूरों द्वारा एक मजदूर संघ बना लिया जाता है तो मजदूर संघ चीनी मिल मजदूरों की सेवाओं के अकेले पूर्तिकार के रूप में कार्य कर सकता है और चीनी मिल मजदूरों की सेवाओं के अकेले खरीददार के रूप में है। इस प्रकार एकाधिकारी द्वारा श्रम बाजार में क्रयधिकारी का सामना किया जाता है। इन दोनों के बीच मजदूरों की मांगों के सम्बन्ध में सौदेबाजी सामूहिक है। अब यहां पर मुख्य प्रश्न एक है कि मजदूरी और रोजगार को द्विपक्षीय एकाधिकारी की स्थिति में कैसे निर्धारित किया जाए।

सैद्धान्तिक रूप में कहा जाता है कि मजदूरी की दर निर्धारित नहीं हो सकती द्विपक्षीय स्थिति में। मजदूर संघ द्वारा मजदूरी की ऊंची दर निर्धारित करने की सोची जाती है जबकि नियोजक द्वारा मजदूरी की नीची दर निर्धारित करने की सोची जाती है। परन्तु सामूहिक सौदेबाजी द्वारा उच्चतम दर और न्यूनतम दर के बीच में मजदूरी की दर निर्धारित होती है।

मजदूर संघ द्वारा हड़ताल करके नियोजकों को हानि पहुंचाई जा सकती है और तालाबन्दी आदि करके नियोजकों द्वारा श्रम को हानि पहुंचाई जाती है। द्विपक्षीय एकाधिकार में मजदूरी की दर के अनिर्धारित होने की चित्र द्वारा व्याख्या इस प्रकार है।

चित्र 3.6



चित्र में OX – अक्ष पर मजदूरो की संख्या तथा OY – अक्ष पर मजदूरी की दर निर्धारित की गई है। चित्र में D_L खरीददार का मांग वक्र है। यह MRP_L को भी दिखाता है। इस मांग वक्र को मजदूर संघ का औसत आगम भी कहा जाता है MR_s विक्रेता का सीमान्त आगम वक्र हैं श्रम का पूर्ति वक्र धनात्मक ढाल वाला S_L है। पूर्ति वक्र औसत खर्च को भी बताता है जिसे AE द्वारा प्रकट किया है। P बिन्दु पर एक क्रयाधिकारी का सन्तुलन बिन्दु है। इस सन्तुलन बिन्दु पर $ME_b = MRP_L$ है। इस सन्तुलन बिन्दु पर L_1 श्रमिकों को रोजगार मिलता है तथा W_1 मजदूरी की दर निर्धारित होती है। दूसरी तरफ मजदूर संघ का सन्तुलन S बिन्दु पर होता है। इस S बिन्दु पर सीमान्त आगम तथा सीमान्त लागत आपस में बराबर होते हैं। यहां पर मजदूर संघ OL_2 श्रमिकों की पूर्ति करना चाहता है जबकि W_2 मजदूरी दर की मांग करता है। मजदूरी की ऊपरी सीमा W_2 निर्धारित होती है जबकि मजदूरी की निचली सीमा W_1 निर्धारित होती है। ये दर मजदूर संघ और क्रयाधिकारी चाहते हैं परन्तु मजदूरी दर इन दोनों उच्चतम तथा न्यूनतम दर के कहीं बीच में निर्धारित होती है। मजदूरी दर जो भी निर्धारित होती है वह सामूहिक सौदेबाजी पर निर्भर करती है।

3.6 उत्पाद समाप्ति समस्या

1930 के दशक के अन्तिम वर्षों में एक अत्यंत प्रमुख विवाद रहा जोकि सीमान्त उत्पादकता से सम्बन्धित था। नव-क्लासिकी सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त में मुख्य रूप से यह बताया गया है उत्पादन के साधनों को जो कीमतें दी जाती हैं वह उनके सीमान्त उत्पादों के बराबर दी जाती हैं। अब मुख्य प्रश्न यह उठता है की यदि प्रत्येक उत्पादन साधनों को यदि सीमान्त उत्पादन के बराबर भुगतान किया जायेगा तो क्या कुल उत्पाद पूरी तरह से समाप्त हो जायेगा या कुछ आधिक्य और कमी रहेगी। अन्य शब्दों में कहा जा सकता है कि यदि सीमान्त उत्पाद के बराबर सभी साधनों को कीमत दी जाये तो क्या जो भुगतान सभी साधनों को दिया जा रहा है उस भुगतान का योग पूरी तरह से कुल उत्पाद को समाप्त कर देगा ? संकलन समस्या का यही सार है। संकलन समस्या की उत्पाद समाप्ति प्रमेय द्वारा व्याख्या करने का प्रयत्न किया गया है। उत्पादन समाप्ति प्रमेय द्वारा यह बताया गया है की एक फर्म द्वारा किया गया उत्पाद, जो पैमाने के स्थिर प्रतिफलो और प्रतियोगी हालतों के अन्तर्गत काम करती हैं बिल्कुल ही समाप्त हो जायेगा यदि सीमान्त उत्पादन के बराबर उत्पादन के सभी साधनों को कीमते दी जाती हैं। मूलर द्वारा संकलन समस्या या उत्पादन समाप्ति प्रमेय का हल किया जा सकता है।

यूलर का उत्पाद समाप्ति प्रमेय

यूलर द्वारा सबसे पहले उत्पाद समाप्ति प्रमेय का हल किया गया। उन्होंने बताया है की यदि उत्पादन फलन रेखीय समरपीत है तो एक फर्म द्वारा यदि सभी साधनों को जो कीमते दी जाती हैं वो सीमान्त उत्पादन के बराबर दी जाती हैं जिसके कारण कुल उत्पाद समाप्त हो जायेगा। जब यूलर प्रमेय का पैमाने के स्थिर प्रतिफलों के साथ उत्पादन फलन को निम्न तरीके से किया जा सकता है।

$$Q = L \cdot \frac{\partial Q}{\partial L} + K \cdot \frac{\partial Q}{\partial K} \quad \text{----- (1)}$$

Q = उत्पादन

L = श्रम

$K = \text{पूंजी}$

$$\frac{\partial Q}{\partial L} = \text{MPPL (श्रम का सीमांत भौतिक उत्पाद)}$$

$$\frac{\partial Q}{\partial K} = \text{MPPK (पूंजी का सीमांत भौतिक उत्पाद)}$$

अन्य रूप में, $Q = L \cdot \text{MPPL} + K \cdot \text{MPPK}$

इसको इस रूप में सिद्ध कर सकते हैं।

जब उत्पादन फलन $Q = f(L, K)$ रेखीय हो और डिग्री V हो तो

$$f(\lambda L, \lambda K) = \lambda^V \cdot f(L, K) \text{ -----(2)}$$

By Differentiating Equation (2) with Respect to λ we get

$$\begin{aligned} L \cdot \frac{\partial F}{\partial L} + \frac{\partial F}{\partial K} \\ = V\lambda^{(V-1)} f(L, K) \end{aligned}$$

जब पैमाने के स्थिर प्रतिफल हो, $V=1$ हो तो समीकरण 2 को इस प्रकार लिख सकते हैं,

$$L(\text{MPL}) + K(\text{MPK}) = f(L, K)$$

$$Q = \text{MPL}(L) + \text{MPK}(K)$$

जब MPPL को उत्पाद की कीमत से गुणा किया जाता है तो ,

$$P \cdot Q = (\text{MPPL} \cdot P)L + (\text{MPPK} \cdot P)K$$

$$= \text{VMPL} \cdot L + \text{VMPK} \cdot K$$

यदि $\text{VMPL} = W$ और $\text{VMPK} = r$ तब

$$P \cdot Q = \text{TR} = W \cdot L + r \cdot K$$

इससे सिद्ध होता है कि यदि उत्पाद के साधनों को उसके सीमान्त भौतिक उत्पाद के बराबर कीमतें दी जाती हैं तो कुल उत्पाद पूरी तरह समाप्त हो जाता है।

3.7 लगान का क्लासिकी सिद्धान्त

प्रसिद्ध अर्थशास्त्री डेविड रिकार्डो द्वारा सबसे पहले लगान का सिद्धान्त प्रस्तुत किया गया। उनके द्वारा लगान को भूमि की उपज का वह भाग बताया गया है जो मिट्टी की मौलिक और नष्ट न होने वाली उपपाऊ शक्तियों के प्रयोग के लिए भूमि के मालिक को दी जाती है।

मान्यताएं

(1) भूमि प्रकृति द्वारा मुफ्त में दी गई है और समाज के लिये इसकी पूर्ति की कीमत शून्य है।

- (2) भूमि की पूर्ति सभी के लिए बन्धी हुई है।
- (3) भूमि की उपजाऊपन अलग – अलग स्थान पर अलग – अलग ही होती है। कहीं ज्यादा उपजाऊ है तथा कहीं कम।
- (4) खेती घटते प्रतिफल के अर्न्तत की जाती है।
- (5) माल्थस का जो जनसंख्या सिद्धान्त है उसी के अनुसार जनसंख्या में वृद्धि होती है।
- (6) पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति पाई जाती है बाजार में।
- (7) यह सिद्धान्त दीर्घकाल में लागू होता है।

भेदक लगान

रिकार्डों द्वारा माना गया है की सभी भूमि की उपजाऊ शक्ति अलग – अलग है और यही लगान की उत्पत्ति का मूल कारण है। कुछ भूमि ज्यादा अच्छी होती है तथा कुछ घटिया किस्म की होती है। जो भूमि बढ़िया होती है उनका उत्पादन अधिक होता है। बढ़िया भूमि का जो उत्पादन आधिक्य मिलता है वही भेदक लगान कहलाता है।

लगान = बढ़िया भूमि से उपज – घटिया भूमि से उपज

रिकार्डों द्वारा सीमान्त भूमि की धारणा का प्रयोग किया गया है जिसके द्वारा लगान का माप किया जाता हो। रिकार्डों द्वारा बताया गया है की कुछ लगान का माप किया जाता है। रिकार्डों द्वारा बताया गया है की कुछ भूमि ऐसी होती है जिससे बहुत ही कम उत्पादन होता है। इस प्रकार की भूमि को घटिया भूमि कहा जाता है। जो कम उपजाऊ भूमि होती है उससे इतना ही उत्पादन होता है की केवल उत्पादन लागत को ही पूरा किया जाता है। इसके द्वारा कोई आधिक्य प्राप्त नहीं किया जाता। रिकार्डों द्वारा ऐसी भूमि को सीमान्त भूमि या लगान – रहित भूमि का नाम दिया गया है। लगान से से अभिप्राय बढ़िया भूमि के उपज मूल्य तथा सीमान्त भूमि से उपज मूल्य के अन्तर से है। इस प्रकार रिकार्डों द्वारा माना गया है कि लगान एक भेदक आधिक्य है।

लगान = बढ़िया भूमि से उपज का मूल्य – सीमान्त भूमि से उपज का मूल्य

सीमान्त भूमि द्वारा केवल लागत को ही पूरा किया जाता है। रिकार्डों की भेदक लगान की धारणा की व्याख्या विस्तृत तथा गहन दो तरीके से की जा सकती है।

(1) विस्तृत खेती की अवस्था में लगान

विस्तृत खेती से अभिप्राय उस खेती से है जिसमें खेती करने के लिए भूमि के क्षेत्र का विस्तार करके उत्पादन को बढ़ाया जा सके। रिकार्डों का सिद्धान्त सबसे पहले इसी प्रकार की खेती पर विचार करके दिया गया था। इसे एक उदाहरण द्वारा समझाया जा सकता है। माना एक देश किसी एक ऐसे देश में बसने के लिए चला जाता है जो अभी बसा ही नहीं है। जो देश अभी बसा ही नहीं है उसमें चार प्रकार की भूमि पाई जाती है M, N, O, P। भूमि M सबसे अधिक उपजाऊ है। N, O और P कम उपजाऊ भूमि हैं। पूंजी और श्रम जो भूमि पर खेती के लिए लगाया जाता है उसकी लागत 6,000 रूपये है। M, N, O और P द्वारा प्रति हैक्टेयर 50, 30, 20, 10 क्विंटल चावल पैदा किया जाता है।

सबसे पहले लोगो द्वारा M भूमि पर खेती की जाती है। परन्तु ऐसा तभी हो सकता है यदि M भूमि की लागत 6000 रुपये को पूरा कर पाये। M भूमि पर खेती करना तब सही है यदि चावल की कीमत 120 रु. प्रति क्विंटल हो। इस भूमि पर किसी प्रकार का कोई लगान उत्पन्न नहीं होगा।

भूमि M पर लगान = उपज का मूल्य – उत्पादन की लागत

उपज का मूल्य = कीमत × उत्पादित मात्रा – लागत

$$= 120 \times 50 - 6000$$

$$= 6000 - 6000$$

$$= 0$$

कुछ समय बाद यदि किसी कारण से N भूमि पर खेती की जाने लगे। मांग बढ़ने पर यदि चावल की कीमत बढ़ कर 150 रुपये प्रति क्विंटल हो जाये। तो N भूमि पर लगान निम्न होगा,

N भूमि पर लगान = $150 \times 40 - 6000$

$$= 6000 - 6000$$

$$= 0$$

M भूमि पर लगान = $150 \times 50 - 6000$

$$= 7500 - 6000$$

$$= 1500 \text{ रुपये}$$

आगे C, O और P पर भी इसी प्रकार की धारणा हो सकती है।

(2) गहन खेती की अवस्था में लगान

गहन खेती से अभिप्राय उस खेती से है जहां पर अधिक उत्पादन करने के लिए पूंजी और श्रम की अधिक इकाइयों का प्रयोग किया जाता है। इसकी व्याख्या करने के लिए यह मान्यता ली जाती है कि किसान के पास गेहूँ पैदा करने के लिए भूमि का एक टुकड़ा है। किसान इसी टुकड़े पर श्रम और पूंजी की काफी इकाइयां लगाता है। माना की श्रम और पूंजी की प्रत्येक खुराक की लागत 10,000 रुपये है और गेहूँ की कीमत 1100 रुपये प्रति क्विंटल है। सीमान्त उत्पाद में कमी होती जाती है यदि भूमि और श्रम की इकाइयां बढ़ती जाती है तो। किसान उस खुराक तक लगायेगा जिसके सीमान्त उत्पाद का मूल्य लागत के समान हो जाता है।

आलोचनाएं

रिकार्डों के सिद्धान्त की मुख्य आलोचनाएं इस प्रकार हैं।

(1) रिकार्डों द्वारा लगान को भूमि के उपजाऊपन के साथ सही नहीं जोड़ा। उपजाऊपन एक अस्पष्ट धारणा है।

(2) रिकार्डों द्वारा पूर्ण प्रतियोगिता की धारणा मानी गई है जबकि वास्तविक जीवन में अपूर्ण प्रतियोगिता पाई जाती है।

(3) रिकार्डों द्वारा दीर्घकाल की मान्यता को माना गया है जबकि लोगो की समस्या अल्पकालीन भी होती है।

(4) रिकार्डो द्वारा घटते हुए प्रतिफल को माना है जबकि प्रतिफल घटते, बढ़ते तथा समान भी हो सकते हैं।

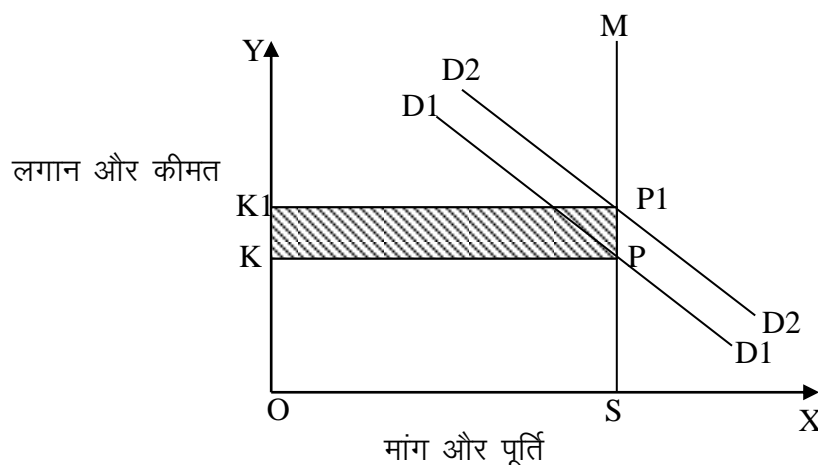
3.7.1 अर्द्ध लगान

एल्फ्रेड मार्शल द्वारा आभास लगान की धारणा का प्रतिपादन किया गया। रिकार्डो द्वारा बताया गया है कि भूमि की पूर्ति स्थिर है इसलिए भूमि को लगान प्राप्त होता है। अल्पकाल में मनुष्य द्वारा बनाए गए कुछ साधनों जैसे मशीनों, बिल्डिंग और औजारों की पूर्ति लोभहीन हो सकती है। मनुष्य द्वारा जो साधन बनाए जाते हैं तो उन साधनों द्वारा जो अधिक्य प्राप्त होता है, जब उनकी पूर्ति अल्पकाल में स्थिर होती है, को आभास लगान कहा जा सकता है। मार्शल ने बताया है कि मनुष्य द्वारा जो मशीने बनाई जाती हैं और उत्पादन के जो अन्य यंत्र हैं उनसे जो आय प्राप्त होती है उसको आभास लगान कहा गया है। हम इसे एक उदाहरण द्वारा भी समझा सकते हैं माना की एक किसी शहर में पीजी की मांग में अचानक वृद्धि हो जाती है परन्तु पीजी की पूर्ति को अल्पकाल में बढ़ाया नहीं जा सकता क्योंकि पूर्ति बढ़ाने के लिए सीमेंट, ईट तथा अन्य सामान उपलब्ध नहीं हैं पीजी की पूर्ति न बढ़ने के कारणों पीजी की कीमते बढ़ने लगेगी अथवा लगानों में तेजी से वृद्धि होने लगेगी अथवा लगानों में तेजी से वृद्धि होने लगेगी। इस उदाहरण द्वारा बताया गया है कि कोई अतिरिक्त लागत उठाये बिना अधिक्य प्राप्त होता है। इसी आधिक्य अथवा अतिरिक्त आय को आभास लगान कहा जाता है।

इसी प्रकार यदि किसी अन्य सामान की एकदम से मांग बढ़ जाती है और सामान की आवश्यकता को हम आयातों द्वारा पूरा करते हैं परन्तु युद्ध जैसी स्थिति बीच में आ जाती है तो आयात में रूकावटें उत्पन्न हो जाती हैं। जिस कारण से उस सामान की कीमते बढ़ जाती है। इस सामान के द्वारा जो भी अतिरिक्त आगम है, जब इसकी अल्पकाल में पूर्ति स्थिर हो जाती है, तो आभास लगान है। जब दीर्घकाल में इस सामान का आयात फिर से शुरू हो जाता है तो आधिक्य अथवा आभास लगान गायब हो जायेगा।

अब हम चित्र द्वारा आभास लगान की व्याख्या करेंगे।

चित्र – 3.7



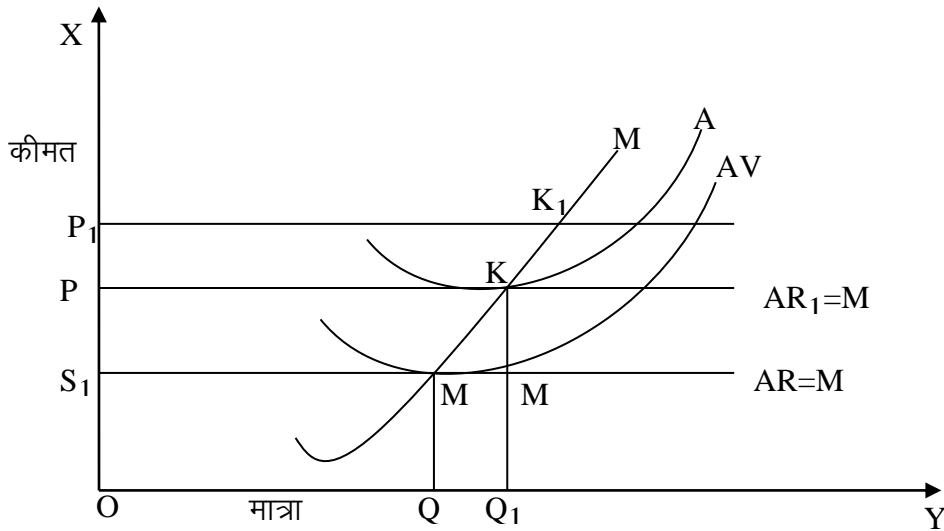
चित्र में OX – अक्ष पर मांग और पूर्ति को दिखाया गया है तथा OY – अक्ष पर कीमत और लगान को दिखाया गया है। हम इस चित्र की व्याख्या करने के लिए मशीन का उदाहरण लेते हैं। माना की D_1D_1 मशीन का मांग वक्र है तथा MS मशीन का पूर्ति वक्र है। चित्र में दिखाया गया है कि मशीन का पूर्ति वक्र पूर्णतया लोभहीन

है। मशीन की पूर्ति OS की जाती है और आगम OSPK है। जब मशीनों की मांग बढ़ जाती है तो कुल मांग वक्र ऊपर की ओर बढ़ कर D_2D_2 हो जाता है मशीन की पूर्ति स्थिर अवस्था में है इसलिए कीमत बढ़ कर OK से OK_1 तक हो जाती है। कुल आय OSPK से बढ़ कर OSP_1K_1 हो जाती है। $OSP_1K_1 - OSPK = PP_1K_1K_1$ अतिरिक्त आय प्राप्त होती है। अतः $PP_1K_1K_1$ आधिक्य आभास लगान है। आभास लगान को एक अन्य प्रकार से भी ज्ञात कर सकते हैं यह है कुल आगम की कुल परिवर्तनशील लागत पर अधिकता है।

आभास लगान = कुल आगम – कुल परिवर्तनशील लागत।

फर्म द्वारा अल्पकाल में दो प्रकार की लागतें उठाई जाती है। ये लागते हैं बन्धी लागते और परिवर्तनशील लागतें। यह आवश्यक है कि कुल आगम कुल परिवर्तनशील लागत को पूरा कर ले अन्यथा कोई उत्पादन सम्भव नहीं हो सकेगा। एक फर्म द्वारा बन्धी लागतों और अतिरिक्त लाभों की कुछ राशि प्राप्त की जाती है यदि कुल आगम, कुल परिवर्तनशील लागतों से अधिक हो जाती है। इस प्रकार आभास लगान में बन्धी लागते और असामान्य लाभ शामिल है। निम्न चित्र द्वारा इस अर्थ के आभास लगान को दिखाया जा सकता है।

चित्र – 3.8



चित्र में OX –अक्ष पर उत्पादन तथा OY – अक्ष पर कीमत को प्रकट किया गया है। औसत और सीमान्त लागत वक्र को AC तथा MC से दिखाया गया है। औसत परिवर्तनशील लागत को AVC से दिखाया गया है। जब कीमत OP होती है तो AR और MR औसत और सीमान्त आगम वक्र है तथा R बिन्दु पर सन्तुलन है। क्योंकि AC इसी बिन्दू पर काट रहा है। इस R बिन्दू के सन्तुलन पर उत्पादन की मात्रा OQ है। कुल आय OQKP तथा कुल परिवर्तनशील लागत OQMS है। इस स्थिति में $OQRP - OQMS = SMKP$ आभास लगान है। यह राशि कुल बन्धी लागत के समान है। इसमें किसी भी प्रकार का असामान्य लाभ शामिल नहीं है। यहां पर उत्पादक के केवल सामान्य लाभ प्राप्त हो रहे हैं क्योंकि सन्तुलन की हालत में कीमत AC के समान है। कीमत बढ़ जाती है यह OP से बढ़कर OP_1 हो जाती है यदि उत्पाद की मांग बढ़ जाती है तो। जब कीमत बढ़कर OP_1 हो जाती है तो औसत और सीमान्त आगम वक्र AR_1 और MR_1 है। यहां पर सन्तुलन बिन्दु K_1 है। कुल आगम $OQ_1K_1P_1$ और कुल परिवर्तनशील लागत OQ_1MS_1 है।

$$\begin{aligned} \text{इसलिए आभास लगान} &= OQ_1 M_1 S_1 - OQ_1 K_1 P_1 \\ &= P_1 K_1 M_1 S_1 \end{aligned}$$

आभास लगान की जो यह राशि है इसमें असामान्य लाभ भी शामिल है बन्धी लागतों के अतिरिक्त। आभास लगान एक अल्पकालीन घटना है। दीर्घकाल में उत्पादन के साधनों को बढ़ाया जा सकता है। इसके परिणाम स्वरूप, आधिक्य अथवा आभास लगान समाप्त हो जाता है और ये मनुष्य द्वारा बनाए गए साधनों से केवल सामान्य लाभ प्राप्त होते हैं।

3.8 ब्याज का सिद्धान्त

साधारण बोलचाल की भाषा में ऋणी द्वारा जो भी राशि ऋणदाता से उधार ली जाती है और ऋणी द्वारा उस राशि के साथ जो अन्य भुगतान ऋणदाता को किया जाता है वह ब्याज कहलाता है। इसे प्रतिशत वार्षिक दर के रूप में व्यक्त किया जाता है। ब्याज को भिन्न – भिन्न अर्थों में परिभाषित किया गया है। प्रतिष्ठित अर्थशास्त्रियों द्वारा ब्याज को पूंजी की प्रतिफल दर माना गया है। कुछ प्रतिष्ठित अर्थशास्त्रियों द्वारा ब्याज की वास्तविक दर तथा ब्याज की मार्केट दर में अन्तर माना गया है। बाजार में जिस दर पर मुद्रा को उधार लिया जाता है वह ब्याज की मार्केट दर कहलाती है। पूंजी निवेश पर जो प्रतिफल की दर होती है वह ब्याज की वास्तविक दर कहलाती है। जब ब्याज की मार्केट दर से ब्याज की प्राकृतिक दर अधिक होती है तो निवेश की मात्रा अधिक होती है। इस प्रकार की प्रक्रिया होने के कारण पूंजी पर जो भी प्रतिफल मिलते हैं उनकी दर घट जाएगी। जहां पर ब्याज की प्राकृतिक दर तथा ब्याज की मार्केट दर आपस में बराबर होते हैं वहां पर संतुलन की स्थिति होती है।

मुद्रा को भौतिक पूंजी में निवेश किया जाता है और यह मुद्रा किसी न किसी के द्वारा बचाई गई होती है। इसी कारण से ब्याज बचत की क्रिया में शामिल उपभोग परित्याग अथवा प्रतीक्षा अथवा समय अधिमान की कीमत के रूप में माना गया। ब्याज का स्वरूप किस प्रकार का हो इसके लिए सभी प्रतिष्ठित अर्थशास्त्रियों के एक विचार नहीं थे। कुछ प्रतिष्ठित अर्थशास्त्रियों ने पूर्ति पक्ष को ध्यान में रख कर ब्याज की धारणा की व्याख्या की जबकि कुछ प्रतिष्ठित अर्थशास्त्रियों ने मांग पक्ष को ध्यान में रख कर ब्याज की धारणा की व्याख्या की है। प्रतिष्ठित सिद्धान्त को ब्याज का वास्तविक सिद्धान्त भी कहा गया है क्योंकि इनके द्वारा ब्याज के निर्धारण के लिए वास्तविक तत्वों को अत्यधिक मात्रा में महत्व दिया गया है। वास्तविक तत्वों में बचत, समय अधिमान, और पूंजी की उत्पादकता पर काफी मात्रा में जोर दिया गया है। ब्याज के अन्य प्रकार के भी कई सिद्धान्त हैं जैसे ब्याज का ऋण योग्य राशियों का सिद्धान्त, केन्ज का ब्याज संबंधी नकदी – अधिमान सिद्धान्त आदि।

ब्याज का प्रतिष्ठित सिद्धान्त

ब्याज के बारे में जब चर्चा की जाती है तो सबसे पहले ब्याज का प्रतिष्ठित सिद्धान्त का नाम लिया जाता है। ब्याज के प्रतिष्ठित सिद्धान्त को वास्तविक सिद्धान्त भी कहा जाता है। वास्तविक कारकों जैसे पूंजी की उत्पादकता, बचत की प्रवृत्ति आदि पर आधारित होने के कारण इसे वास्तविक सिद्धान्त कहा जाता है। प्रतिष्ठित सिद्धान्त दो प्रकार की व्याख्या करता है। सबसे पहले तो यह है कि ब्याज की दर क्यों उत्पन्न होती है। दूसरा यह की ब्याज की दर का निर्धारण किस प्रकार किया जाता है।

ब्याज क्यों उत्पन्न होता है ?

अलग – अलग प्रतिष्ठित अर्थशास्त्रियों ने की ब्याज क्यों उत्पन्न होता है। इसके बारे में अलग – अलग मत दिए हैं इसके बारे में कई सिद्धान्त दिए गए हैं जो इस प्रकार हैं:-

पूंजी की सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त

कुछ अर्थशास्त्रियों द्वारा बताया गया कि पूंजी की अपनी उत्पादन शक्ति के कारण पूंजी पर ब्याज दिया जाता है। जो पूंजी प्राप्त करना चाहता है वह पूंजी पर ब्याज इसलिए देने के लिए तैयार होता है क्योंकि पूंजी द्वारा अधिक उत्पादन होता है। परन्तु पूंजी की सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त द्वारा यह पूर्ण व्याख्या नहीं की जाती की ब्याज क्यों दिया जाता है। इस सिद्धान्त द्वारा केवल यह व्याख्या की जाती है की ऋणी ब्याज देने को क्यों प्रेरित होता है। इस सिद्धान्त के द्वारा यह व्याख्या नहीं की जाती की ऋणदाता को ब्याज क्यों मिलना चाहिए। अतः यह कहना उचित होगा की इस सिद्धान्त द्वारा ब्याज के केवल मांग पक्ष की ओर ध्यान दिया जाता है पूर्ति पक्ष की ओर नहीं। इस सिद्धान्त द्वारा यह भी व्याख्या नहीं की जाती की जो उपभोग के लिए ऋण लिया जाता है वह उत्पादनशील नहीं होता परन्तु उस ऋण पर भी ब्याज देना आवश्यक है तो इस ऋण पर ब्याज क्यों दिया जाता है। अतः कहा जा सकता है की यह सिद्धान्त ब्याज के केवल मांग पक्ष की ओर ध्यान देता है पूर्ति पक्ष की ओर नहीं।

उपभोग स्थगन तथा प्रतीक्षा सिद्धान्त

प्रसिद्ध अर्थशास्त्री सीनियर द्वारा उपभोग स्थगन का सिद्धान्त दिया गया। उनके द्वारा बताया गया है की व्यक्ति द्वारा जब बचत की जाती है तो उस बचत में व्यक्ति द्वारा कुछ त्याग किया जाता है। वह कुछ त्याग ही उपभोग स्थगन कहलाता है। उपभोग का त्याग करना एक दुःखद स्थिति है और इसलिए उपभोग के स्थगन को प्रेरित करने के लिए ब्याज के रूप में पुरस्कार देना चाहिए। अतः कहा जा सकता है की ब्याज उपभोग स्थगन का ही पुरस्कार है। कार्ल मार्क्स द्वारा इसकी आलोचना की गई और बताया गया है की धनी व्यक्तियों द्वारा इस प्रकार का कोई त्याग नहीं किया जाता उनके द्वारा अपने उपभोग को पूरा करके ही ऋण के लिए राशि दी जाती है। मार्शल ने जो उपभोग स्थगन के स्थान पर प्रतीक्षा शब्द का उपयोग किया है यह मार्क्स की उपभोग स्थगन की आलोचना के स्थान पर ही दिया है। मार्शल द्वारा बताया गया है की जब किसी व्यक्ति द्वारा रूपया बचाकर दूसरे को उधार दिया जाता है तो वह कुछ समय के लिए अपना रूपया खर्च नहीं कर पाता और उसके द्वारा प्रतीक्षा में रहना पड़ता है इस प्रतीक्षा काही ब्याज के रूप में पुरस्कार दिया जाता है। अतः इस सिद्धान्त द्वारा भी लोगों को बचत करने और ऋण देने के लिए प्रोत्साहित करने के लिए ब्याज दिया जाता है। इस सिद्धान्त द्वारा पूंजी के केवल पूर्ति पक्ष की व्याख्या की जाती है इसके द्वारा मांग पक्ष की ओर ध्यान नहीं दिया जाता। अतः इस सिद्धान्त द्वारा भी ब्याज के स्वरूप की पूर्ण व्याख्या नहीं की जाती।

ब्याज का बट्टा सिद्धान्त

ब्याज का बट्टा सिद्धान्त बॉम बावर्क द्वारा प्रतिपादित किया गया। उनके द्वारा बताया गया है की लोग वर्तमान उपभोग को भावी उपभोग की अपेक्षा अधिक पसंद करते हैं इसी कारण ब्याज उत्पन्न होता है। लोगों द्वारा वर्तमान आवश्यकताओं को अत्यधिक मात्रा में महत्व दिया जाता है। वर्तमान आवश्यकताओं को महत्व देने के कारण भी है क्योंकि ये आवश्यकताएं अधिक प्रबल और तीव्र हैं। दूसरा यह है की भविष्य अनिश्चित होता है। भविष्य अनिश्चित होने के कारण लोग अपनी उपभोग संतुष्टि को भविष्य में स्थागित नहीं करना चाहते। इस भविष्य के बट्टे के कारण ही मनुष्य को बचत करने तथा ऋण देने के लिए ब्याज देना पड़ता है।

फिशर का समय अधिमान्यता सिद्धान्त

यह सिद्धान्त इरविंग फिशर द्वारा प्रतिपादित किया गया है। यह सिद्धान्त भी कुछ एक बट्टा सिद्धान्त जैसा ही है। ब्याज क्यों दिया जाता है की व्याख्या फिशर समय अधिमान्यता द्वारा करता है। समय अधिमान्यता से अभिप्राय है की एक समान मूल्य वाली तथा समान निश्चितता की वर्तमान उपयोगिता को भविष्य की उपयोगिता की तुलना में अधिक महत्व दिया जाता है। वर्तमान उपयोगिता को अत्यधिक महत्व देने के कारण ही अपनी आय को वर्तमान उपभोग पर खर्च करने को महत्व दिया जाता है अतः ब्याज इसलिए दिए जाता है कि ताकि वर्तमान उपभोग पर खर्च की अधिमान्यता को त्याग किया जा सके।

निष्कर्षतः कहा जा सकता है की सभी प्रतिष्ठित अर्थशास्त्रियों द्वारा की ब्याज क्यों उत्पन्न होता है की पूरी व्याख्या नहीं की जा सकी, परन्तु प्रत्येक सिद्धान्त में सत्यता का अंश शामिल है।

प्रतिष्ठित सिद्धान्त द्वारा ब्याज का निर्धारण

प्रतिष्ठित सिद्धान्त के अनुसार ब्याज—दर निवेश के लिए बचत की पूर्ति द्वारा निर्धारित होती है। बाजार में निवेश के लिए बचत की मांग और बचत की पूर्ति आपस में बराबर होंगे वहां पर ब्याज की दर निर्धारित होगी।

बचत की मांग

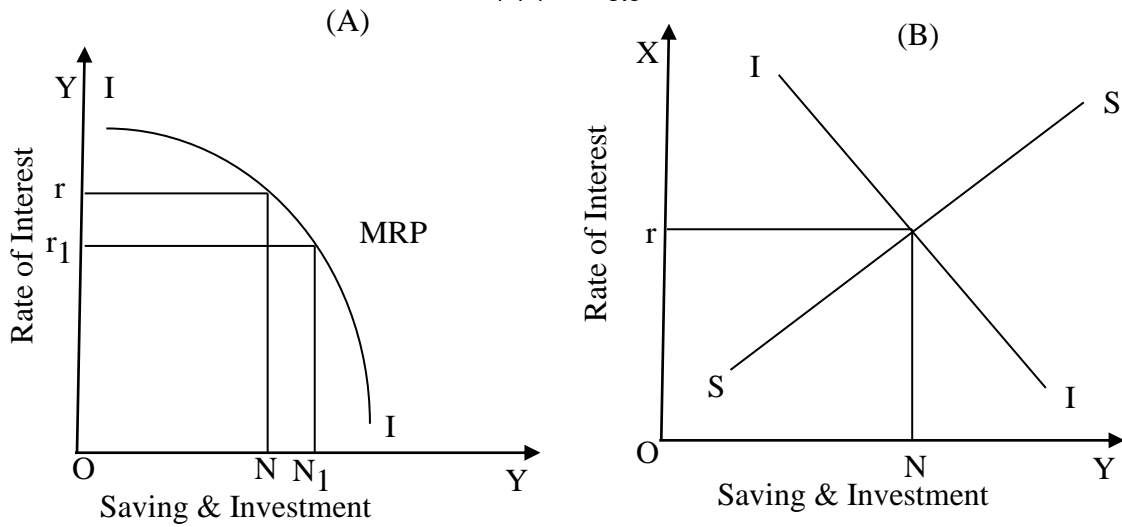
जिन उद्यमियों द्वारा रुपया व्यापार में लगाया जाता है उनके द्वारा पूंजी की मांग की जाती है। इन फर्मों के द्वारा फैक्ट्रियाँ बनाने की चाहत होती है और मशीने तथा औजार क्रय करना चाहती है। उपभोग की जो वस्तुएँ होती हैं पूंजी पदार्थों द्वारा उन्हें उत्पादित करने में समय लगता है। वस्तुओं को जब अधिक तथा गुणवत्तापूर्वक बनाया जाता है तो पूंजी पदार्थों का योगदान रहता है। पूंजी पदार्थों द्वारा अधिक उत्पादन किया जा सकता है जिसके कारण आय में भी वृद्धि होती है। पूंजी में समय का अधिक महत्व होता है इसलिए पूंजी उत्पादकता का माप कठिन स्थिति में है। एक ही मशीन को कई वर्षों तक काम में लिया जाता है। रुपया पहले व्यय किया जाता है जबकि मशीन बनाने में समय लग जाता है और इस रुपया पर ब्याज दिया जाता है।

बचतो की पूर्ति

बचत की आवश्यकता निवेश करने के लिए होती है। जिन लोगो द्वारा अपनी सारी आय उपभोग नहीं की जाती बल्कि बचत के रूप में रख ली जाती है। इन बचतों द्वारा ही निवेश की आवश्यकता की पूर्ति की जाती है। यदि बचत करने में किसी भी प्रकार की कोई परेशानी नहीं होती है तो पूर्ति वक्र अक्ष $-X$ के बिल्कुल साथ ही रहेगा और पूंजी का वहाँ तक प्रयोग किया जायेगा जब निवेश मांग वक्र अक्ष $-X$ पर पहुँच जाए। निवेश मांग वक्र के अक्ष $-X$ पर पहुँचने का अर्थ है की सीमांत आय उत्पादकता शून्य हो जाएगी। परन्तु बचत बिना किसी कष्ट के संभव नहीं है।

निवेश मांग वक्र और बचतो की पूर्ति वक्र की चित्र द्वारा व्याख्या इस प्रकार करें

चित्र – 3.9



दोनों चित्रों में OX – अक्ष पर बचत और निवेश को दिखाया गया है जबकि OY – अक्ष पर ब्याज की दर को प्रकट किया गया है। जैसे – जैसे एक उद्यमी द्वारा एक ही प्रकार की अधिक मशीनें लगाई जाएंगी तो मशीन की सीमांत आय उत्पादकता कम होती जायेगी। इस कारण से पूंजी का सीमांत आय उत्पादकता वक्र बाएं से दाएं को नीचे की ओर झुका हुआ होता है। चित्र A में MRP वक्र द्वारा पूंजी की सीमांत उत्पादकता को दर्शाया गया है। उद्यमकर्ता द्वारा मशीनों को तब तक बढ़ाया जाता है जब तक ब्याज की दर और मशीन की सीमांत आय उत्पादकता आपस में बराबर नहीं हो जाते। यदि ब्याज की दर कम हो तो उद्यमियों द्वारा मशीनों की मांग बढ़ाई जायेगी। ऐसा करने पर मशीन की सीमांत उत्पादकता कम होकर नई ब्याज की दर के बराबर हो जायेगी। जैसा की चित्र में दिखाया गया है की जब ब्याज की दर or है तो उद्यमी द्वारा ON निवेश किया जाता है और जब ब्याज की दर कम हो कर or_1 हो जाती है तो उद्यमी द्वारा ON_1 का निवेश किया जाता है। MRP वक्र पूंजी का भाग वक्र कहलाता है। यह निवेश के लिए बचतों का भाग वक्र है। इसे निवेश मांग वक्र भी कहा जाता है।

चित्र B में SS वक्र द्वारा बचत की पूर्ति वक्र को दिखाया गया है। जब ब्याज की दर कम होगी तो बचत की पूर्ति भी कम होगी और जब ब्याज की दर अधिक होगी तो बचत की पूर्ति भी अधिक होगी। इसी कारण बचत पूर्ति वक्र बाएं से दाएं ऊपर की ओर चढ़ता हुआ होता है।

Neoclassical Theory or Loanable Funds Theory:-

एक अन्य विचारधारा ब्याज के संबंध में विकसित की गई जिसे ब्याज का ऋण – योग्य राशियों का सिद्धान्त कहा जाता है। इस सिद्धान्त को विकसित करने का श्रेय विकसेल, लिंडहल, रार्बटसन, वाइनर तथा बर्टिन होहलिन को जाता है। इस सिद्धान्त का मानना है की ब्याज दर के निर्धारण में मुद्रा का संचय तथा असंचय करना, बैंकों द्वारा मुद्रा का सृजन, उपभोग के प्रयोजनों के लिए मुद्रा – ऋण की मांग मुख्य भूमिका निभाते हैं। ब्याज दर के निर्धारण में केवल वास्तविक शक्तियां जो की प्रतिष्ठित अर्थशास्त्रियों द्वारा बताई गई है जैसे प्रतीक्षा बचत करने की भावना आदि ही ब्याज की दर को निर्धारित करने में भूमिका नहीं निभाते। इस प्रकार कहा जा सकता है की ब्याज दर के निर्धारण में मौद्रिक तथा गैर-मौद्रिक दोनों प्रकार के तत्व भूमिका निभाते हैं। ऋण – योग्य राशियों को सिद्धान्त को मौद्रिक सिद्धान्त माना गया है। परंतु यह पूर्ण रूप से मौद्रिक सिद्धान्त नहीं है क्योंकि इसमें बचत तथा पूंजी की उत्पादकता को ब्याज दर के निर्धारण के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण माना है।

इस सिद्धान्त ने माना है की ऋण – योग्य राशियों की मांग और पूर्ति द्वारा ब्याज की दर का निर्धारण होता है। ऋण – योग्य राशियों में निवेश के लिए मांग, उपभोग के लिए मांग तथा संचय के लिए मांग को शामिल किया जाता है जबकि पूर्ति पक्ष में बचत, असंचय, बैंक साख तथा निर्निवेश को शामिल किया गया है।

मांग और पूर्ति में संतुलन

ऊपर बताया गया है की ऋण – योग्य राशि की मांग और पूर्ति में किन – किन तत्वों को शामिल किया गया है ब्याज की दर का निर्धारण मांग और पूर्ति की शक्तियों के संतुलन द्वारा किया जाता है। ब्याज दर का संतुलन वहां पर निर्धारित होगा जहां,

निवेश मांग + संचय + उपभोग के लिए ऋण = बचत + बैंक साख + असंचित धन + निर्निवेश।

केन्ज का ब्याज संबंधी नकदी – अधिमान सिद्धान्त

अब तक ब्याज संबंधी जो भी सिद्धान्त प्रतिष्ठित और ऋण – योग्य राशियों का सिद्धान्त के बारे में पढ़ा है उनको केन्ज में नकारा है। केन्ज ने इन सिद्धान्तों के स्थान पर एक अन्य सिद्धान्त का प्रतिपादन किया जिसे ब्याज – दर का नकदी अधिमान सिद्धान्त कहा जाता है। केन्ज ने नकदी अधिमान के आधार पर अपना सिद्धान्त प्रतिपादित किया। केन्ज के ब्याज सिद्धान्त द्वारा इसकी भी व्याख्या की जाती है ब्याज क्यों दिया जाता है और ब्याज दर का निर्धारण कैसे किया जाता है।

नकदी अधिमान का अर्थ

नकदी अधिमान को तरलता अधिमान भी कहा जाता है। तरलता अधिमान दो शब्दों से बना है तरलता जिसका अर्थ है अपने पदार्थ को सबसे तरल रूप में अपने पास रखना तथा अधिमान जिसका अर्थ है किसी वस्तु को अन्य वस्तुओं की अपेक्षा सबसे सही समझ कर उसे अधिक मात्रा में महत्व देना। केन्ज ने माना है की लोग द्वारा अपने धन या आय को कई प्रकार से रखा जा सकता है। उन कई प्रकारों में सबसे महत्वपूर्ण है की मुद्रा या आय को मुद्रा या नकदी अर्थात् सबसे तरल रूप में रखा जा सके। जब हमारे पास मुद्रा नकदी के रूप में होती है तो हम अपने अनुसार उसे किसी भी प्रकार से खर्च कर सकते हैं। परंतु जब हम मुद्रा या नकदी को तरल रूप में नहीं रखते हैं तो हम अपने अनुसार किसी भी प्रकार नहीं कर सकते हमें कई प्रकार की कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है।

एक अन्य महत्वपूर्ण बात यह भी है की हम अपने धन को नकदी के रूप में ना रख कर अन्य जैसे भूमि खरीदने में, कारखाने, शेयरो और ऋण – पत्रों आदि में लगा सकते हैं और उनसे हमें ब्याज और लाभांश आदि की प्राप्ति होती है हमें इस प्रकार से धन लगाने में और भी आय प्राप्त होती है परंतु जब हम अपने धन को नकदी के रूप में रख लेते हैं तो इस प्रकार की अन्य आय से वंचित रहना पड़ता है। अतः मुख्य रूप से कहा जा सकता है की जब हमारे द्वारा धन को नकदी के रूप में रखा जाता है तो हमें लाभ तथा हानि, दोनों प्रकार की स्थितियों का सामना करना पड़ता है। यह हमारे अपने निर्णय पर निर्भर करेगा कि किसी समय हम नकदी को धन के अन्य रूपों की तुलना में कितना अधिमान प्रदान करते हैं।

नकदी अधिमान के उद्देश्य

नकदी अधिमान को मुख्यतया: मुद्रा की मांग से जोड़ा जाता है जो इस प्रकार है:-

(1) क्रय – विक्रय उद्देश्य के लिए

(2) सावधानी उद्देश्य के लिए

(3) सट्टा उद्देश्य के लिए

(1) क्रय – विक्रय उद्देश्य के लिए

सभी लोगों को अपनी जरूरतें पूरी करने के लिए अर्थात् वस्तुओं तथा सेवाओं के उपभोग के लिए कुछ मात्रा में नकदी की आवश्यकता होती है ताकि वो अपनी आवश्यकता की वस्तुएं खरीद सकें। अल्पकाल में नकदी की क्रय – विक्रय संबंधी मांग में जो भी परिवर्तन होते हैं वो सभी आय में जो परिवर्तन होते हैं उनके कारण आते हैं। अतः कहा जा सकता है की नकदी की क्रय – विक्रय संबंधी मांग आय- सापेक्ष होती है।

(2) सावधानी उद्देश्य के लिए

सामान्यतया देखा जाता है की लोगों में कुछ अपने पास नकदी के रूप में रखने की प्रवृत्ति होती है ताकि जब उन्हें आवश्यकता हो तो वो खर्च कर सकें। कई बार लोगों के साथ दुर्घटना हो जाती है, लम्बी बीमारी में फंस जाते हैं तो बुरे समय में वो नकदी उनके काम आती है। जितनी लोगों की आय अधिक होती है लोग उतनी ही सावधानी उद्देश्य के लिए अपने पास मुद्रा अधिक रखेंगे। अतः कहा जा सकता है की सावधानी उद्देश्य के लिए नकदी मुद्रा की मांग भी आय – सापेक्ष होती है।

(3) सट्टा उद्देश्य

सट्टा उद्देश्य केन्ज के मस्तिष्क का आविष्कार माना जाता है। ब्याज दर के निर्धारण में केन्स ने सट्टा उद्देश्य को अत्यंत महत्वपूर्ण माना है। सामान्यतया देखा जाता है की लोगों में सट्टाबाजी आदि की प्रवृत्ति पाई जाती है। मुद्राया नकदी के विषय में केन्ज द्वारा सट्टेबाजी शब्द का प्रयोग विशेष अर्थ में किया गया है। इसमें बताया गया है की लोग प्रायः अपने पास नकदी रखना चाहते हैं जिससे कि वे बाण्डों या प्रतिभूतियों की मार्किट में होने वाले उतार – चढ़ाव से लाभ कमा सकें।

ब्याज दर का निर्धारण :सिद्धान्त के अनुसार

केन्ज के सिद्धान्त में माना गया है की मुद्रा की मांग और पूर्ति द्वारा ब्याज दर का निर्धारण किया जाता है। एक देश का मुद्रा अधिकारी द्वारा यह निर्णय किया जाता है की एक देश में किसी समय मुद्रा की पूर्ति कितनी होगी। अतः यह कहा जा सकता है की केन्द्रीय बैंक द्वारा जो भी नीति अपनाई जाती है उसी पर निर्भर करता है मुद्रा पूर्ति कितनी होगी। मुद्रा की मांग तथा लोगों तथा व्यवसायों के नकदी – अधिमान की अवस्था द्वारा निर्धारित होती है।

संतुलन ब्याज – दर की अवस्था में समीकरण को निम्न प्रकार से प्रकट कर सकते हैं –

$$L(r,y) - M = 0 \text{ ----- (1)}$$

इसे अन्य रूप में भी प्रकट किया जा सकता है।

$$L(r,y) = M \text{ ----- (2)}$$

इन दोनों समीकरणों में L का अर्थ नकदी की मांग से है r से अभिप्राय ब्याज – दर से है, y को राष्ट्रीय आय माना जाता है M से अभिप्राय मुद्रा की मात्रा से है जो लोगों के पास वास्तव में है। $L(r,y)$ का अर्थ यह है

की नकदी की मांग ब्याज की दर तथा आय पर निर्भर करती है। जब हम पूर्ण समीकरण का अर्थ देखते हैं तो यह अर्थ निकलता है की नकदी की मांग और नकदी की पूर्ति एक – दूसरे के संतुलन की अवस्था में बराबर होते हैं।

3.9 लाभ का सिद्धान्त

अब तक हमने पढ़ा है की भूमि, श्रम और पूंजी जैसे साधनों को जो पुरस्कार दिए जाते हैं वो सभी किस प्रकार से निर्धारित किए जाते हैं। अर्थव्यवस्था में जो उत्पादन होता है उसमें श्रम द्वारा मजदूरी प्राप्त की जाती है भूमि द्वारा लगान प्राप्त किया जाता है और पूंजी को ब्याज होता है। उत्पादन करने के लिए एक अत्यंत महत्वपूर्ण साधन एक अन्य भी है जिसे उद्यम कहा जाता है। उद्यम को जो पुरस्कार के रूप में दिया जाता है उसे लाभ कहा जाता है। टांसिंग द्वारा लाभ को एक मिश्रित तथा भ्रामक आय माना गया है क्योंकि इस शब्द के विचारों में अत्यंत मात्रा में विभिन्नता पाई जाती है। एक उद्यमी द्वारा कई प्रकार में उत्पादक संसाधनों को इकट्ठा किया जाता है। व्यवसाय का ठीक प्रकार से नियोजन किया जाता है, उद्यम का प्रबन्धन किया जाता है। कई प्रकार के तकनीकी परिवर्तन किए जाते हैं और दिये गए उद्यम में शामिल जोखिम और अनिश्चितता को वहन करने के कई प्रकार के अन्य कार्य किए जाते हैं। विभिन्न अर्थशास्त्रियों ने अलग – अलग रूप में परिभाषित किया है। शूम्पीटर द्वारा नवप्रवर्तन को उद्यमकर्ता का कार्य बताया है। एफ. एच. नाईट द्वारा बताया गया है की अर्थव्यवस्था में जो भी अनिश्चितता होती है उसके कारण लाभ पैदा होते हैं। हाले ने माना है की जो जोखिम वहन किया जाता है। दूसरी तरफ चैम्बरलीन, जोन राबिन्सन तथा कलेस्की ने एकाधिकारी शक्ति को माना है।

(1) लाभ एक गत्यात्मक आधिक्य है

लाभ के विषय में एक बहुत ही महत्वपूर्ण धारणा बनी हुई है की वे एक ऐसी अर्थव्यवस्था में उत्पन्न होते हैं जहां पर लगातार परिवर्तन होते हैं। लाभ वहां पर उत्पन्न नहीं हो सकते जहां पर कोई परिवर्तन नहीं होते अर्थात् गतिहीन अर्थव्यवस्था होती है। जे.बी. क्लार्क एक अमेरिकन पहले अर्थशास्त्री में जिनके द्वारा ये बताया गया की लाभ एक गत्यात्मक आधिक्य है। उनके द्वारा बताया गया है की एक स्थिर और गतिहीन अर्थव्यवस्था में जिसमें की मांग और पूर्ति की दशाओं में किसी भी प्रकार के परिवर्तन, नहीं होते तो उद्यमी को किसी भी प्रकार के कोई लाभ प्राप्त नहीं होगा क्योंकि सीमांत उत्पादकता के आधार पर जो भी कीमते साधनों को दी जाती है, उत्पादन के कुल मूल्य को समाप्त कर देंगी। उद्यमी द्वारा जब कम लागतों पर उत्पादन करके अधिक कीमतों पर उत्पादन बेचा जाता है तो उद्यमी को लाभ प्राप्त होते हैं। पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में एक उद्यमी को कोई शुद्ध लाभ प्राप्त नहीं होते क्योंकि जो दीर्घकालीन संतुलन की अवस्था होती है उसमें कीमत बिल्कुल औसत लागत के बराबर निर्धारित होती है और उसमें सामान्य लाभ भी शामिल होते हैं। यदि मांग और पूर्ति की दशाओं में किसी भी प्रकार का कोई परिवर्तन नहीं होता है तो केवल संतुलन बना रहेगा और किसी प्रकार का कोई लाभ नहीं होगा। दूसरी ओर यदि मांग और पूर्ति में किसी प्रकार का कोई परिवर्तन आ जाता है और कीमते लागतों से अधिक मात्रा में हो जाती है तो लाभ की स्थिति उत्पन्न हो जाती है।

अब एक मुख्य प्रश्न यह उत्पन्न होता है की अर्थव्यवस्था में ऐसे कौन-से परिवर्तन हैं जिनके कारण लाभ उत्पन्न हो जाते हैं। क्लार्क द्वारा लाभ प्राप्त होने के पांच परिवर्तन बताए हैं जो एक गत्यात्मक अर्थव्यवस्था में होते हैं। इन मुख्य पांच परिवर्तन को इस प्रकार बताया गया है – उत्पादन करने की तकनीक में परिवर्तन, जनसंख्या में वृद्धि, पूंजी की मात्रा में परिवर्तन, मानवीय आवश्यकताओं की मात्रा और स्वरूप में परिवर्तन और व्यावसायिक संगठन के स्वरूप में परिवर्तन। ये पांचो परिवर्तन किसी भी अर्थव्यवस्था में हमेशा होते रहते हैं और इन्हीं परिवर्तनों के

कारण एक अर्थव्यवस्था में लागत और कीमतों में परिवर्तन आ जाते हैं। इन्हीं लागतों और कीमतों में परिवर्तन होने के कारण एक उद्यमी को धनात्मक या ऋणात्मक लाभ प्राप्त होते हैं। क्लार्क द्वारा अर्थव्यवस्था में परिवर्तन के लिए केवल इन्हीं पांच तत्त्वों की व्याख्या की गई है जबकि एक अर्थव्यवस्था में परिवर्तन लाने के लिए कई प्रकार के अन्य तत्व भी होते हैं और जिनके कारण उद्यमी को लाभ प्राप्त होते हैं। मुख्य रूप से दो प्रकार के अन्य परिवर्तन बताए जाते हैं – (1) नवप्रवर्तन (2) बाह्य परिवर्तन। नवप्रवर्तन से अभिप्राय है उद्यमी द्वारा स्वयं द्वारा किए गए परिवर्तन हैं और बाह्य परिवर्तन से अभिप्राय है जो परिवर्तन उद्यमी या फर्म द्वारा नहीं बल्कि बाहर से होते हैं।

(2) नवप्रवर्तन तथा लाभ

लाभ प्राप्त करने सबसे महत्वपूर्ण स्रोत नवप्रवर्तन भी है। मुख्य स्रोत होने के कारण इसका अलग से अध्ययन करना जरूरी है। प्रसिद्ध अर्थशास्त्री जोसेफ शूम्पीटर द्वारा नवप्रवर्तन को एक अर्थव्यवस्था के लिए उद्यमी द्वारा आवश्यक अंग माना है। नवप्रवर्तन से अभिप्राय है कि उद्यमकर्ता द्वारा अपने पदार्थ की मांग को अत्यंत मात्रा में बढ़ाना तथा उत्पादन में जो लागत आती है उसको कम करने के लिए कोई नयी नीति अथवा नया कदम नवप्रवर्तन है। अन्य शब्दों में कहा जा सकता है कि उत्पादन फलन को बदलना नवप्रवर्तन कहलाता है। एक अन्य प्रकार का भी नवप्रवर्तन जो कि पदार्थ की मांग को बढ़ाते हैं अर्थात् जो मांग अथवा तुष्टिगुण फलन को बदल देते हैं। दूसरी प्रकार का जो नवप्रवर्तन है उसमें मुख्य रूप से बिल्कुल ही नये पदार्थों का उत्पादन, पदार्थ की नई डिजाइन का उत्पादन, विज्ञापन का बिल्कुल ही नया तरीका, नई मण्डियों की खोजे आदि शामिल हैं। यदि इस प्रकार के नवप्रवर्तन से उत्पादन लागत कम हो जाती है तो भी हमें लाभ प्राप्त होते हैं। लाभ केवल उसी को ही प्राप्त होते हैं जिसके द्वारा नवप्रवर्तन को प्रयोग में लाया जाता है। जब कोई एक उद्यमकर्ता नवप्रवर्तन लाता है तो उसको लाभ प्राप्त होते हैं परन्तु जब अन्य उद्यमियों द्वारा पहले वाले उद्यमी की ही कॉपी की जाती है तो ये लाभ पूर्णतया समाप्त हो जाते हैं। यदि नवप्रवर्तक द्वारा कॉपी कर ली जाती है तो यह नवीन नवप्रवर्तन नहीं रहता है। जब एक नवप्रवर्तक एकाधिकारी की भूमिका में रहता है तो उसके लाभ अधिक होते हैं लेकिन जब अन्य द्वारा इसे ग्रहण कर लिया जाता है तो यह लाभ की मात्रा कम हो जाती है। यदि उद्यमी द्वारा अपने नवप्रवर्तन का पेटेन्ट करवा लिया जाता है तो उसे लाभ मिलते रहेंगे।

(3) जोखिम, अनिश्चितता और लाभ : नाईट का लाभ का सिद्धान्त

इस सिद्धान्त को एफ. एच. नाईट द्वारा 1921 में प्रकाशित अपनी महत्वपूर्ण पुस्तक जोखिम, अनिश्चितता और लाभ में किया है। इस पुस्तक में नाईट द्वारा बताया गया है कि लाभ जोखिम के कारण हमें नहीं मिलते बल्कि उद्यमी द्वारा इसलिए प्राप्त किए जाते हैं क्योंकि उन्हें अपने व्यवसाय की अनिश्चितता को भी सहन करना पड़ता है। नाईट द्वारा बताया गया है कि लाभ न तो किसी भी प्रकार का कोई अन्य परिवर्तन और न ही कोई प्रावैगिक परिवर्तन बल्कि ये लाभ तो केवल वास्तविक और प्रत्यारित हालतों में अन्तर होने के कारण पैदा होते हैं जिसके आधार पर व्यावसायिक व्यवस्थायें की गई हैं।

नाईट द्वारा जोखिम को दो भागों में बांटा गया है :-

(A) बीमा – योग्य जोखिम

कुछ जोखिमों के कारण अत्यंत मात्रा में सम्पत्ति की हानि हो जाती है। इन जोखिमों में आग, दंगों बाढ़ युद्ध आदि शामिल हैं। इन जोखिमों का उद्यमियों द्वारा पहले से ही अनुमान लगा लिया जाता है। इस प्रकार के जो भी जोखिम होते हैं उनको बीमा द्वारा पूरा किया जाता है। प्रीमियम के रूप में कुछ राशि बीमा कम्पनियों को दी जाती

है। जो भी राशि प्रीमियम के रूप में भुगतान की जाती है उन सभी को लागतों में शामिल कर लिया जाता है। अतः कहा जा सकता है की जो भी जोखिम उठाए जाते हैं वो सभी उद्यमियों द्वारा ना उठा कर के बीमा कम्पनियों द्वारा उठाए जाते हैं।

(B) गैर बीमा – योग्य जोखिम

कुछ जोखिमों का पहले से ही अनुमान नहीं लगाया जा सकता जैसे फैशन में परिवर्तन, तकनीकी परिवर्तन, तैयार वस्तुओं की बाजार कीमतों में परिवर्तन आदि। इस प्रकार के सभी जोखिमों के विरुद्ध कोई भी बीमा सम्भव नहीं है। इसी कारण इन्हें गैर बीमा-योग्य जोखिम कहा जाता है। अनिश्चितता के तत्त्व के कारण गैर बीमा-योग्य जोखिम होता है। अनिश्चितता मुख्य रूप से कई कारणों के कारण पैदा होती है। कुछ कारण इस प्रकार हैं:-

(1) जो भी प्रतिद्वंदी शक्तियां होती हैं उनके कारण बाजार में बहुत सी अनिश्चितता पैदा हो जाती है। कई बार फर्म प्रतियोगिता के कारण समाप्त भी हो जाती है। इस प्रकार बाजार में अनिश्चितता की हालतें हो जाती हैं।

(2) बाजार में कई प्रकार के परिवर्तन होते रहते हैं। अतः कहा जा सकता है की बाजार हालतों के कारण अनिश्चितता की स्थिति आ जाती है।

(3) जो भी आविष्कार आदि होते हैं वो माने जाते हैं की ये सभी अनियमित ढंग से होते हैं। कभी ये अति-अल्पकाल के लिए हो जाते हैं तो कभी ये दीर्घकालीन भी हो जाते हैं। अतः कहा जा सकता है की तकनीकी परिवर्तनों के कारण अनिश्चितता आ जाती है।

(4) राजनैतिक और अन्तर्राष्ट्रीय तत्त्वों के कारण भी अर्थव्यवस्था में अनिश्चितता आ जाती है।

(5) उत्पादक क्रियाओं में व्यापार चक्रों के कारण लगातार परिवर्तन आ जाते हैं। इन लगातार परिवर्तनों के कारण आर्थिक – क्रियाओं के स्तर का ठीक-ठीक पूर्व अनुमान नहीं लगाया जा सकता।

लाभ का एकाधिकार सिद्धान्त

कैल्स्की और सैम्युलसन आद अर्थशास्त्रियों द्वारा लाभ का एकाधिकार सिद्धान्त दिया गया। इन दोनों अर्थशास्त्रियों का मानना है की लाभ उत्पादक की एकाधिकारी स्थिति के होने से पैदा होते हैं। एक एकाधिकारी द्वारा स्वयं द्वारा उत्पादित उत्पाद की पूर्ति पर स्वयं का पूरा नियंत्रण होता है। एकाधिकारी द्वारा प्रतियोगी फर्मों के प्रवेश पर प्रभावपूर्ण ढंग से रोक लगाई जा सकती है। एक एकाधिकारी द्वारा अपने पेटेंट अधिकारों द्वारा अपनी स्थिति का संरक्षण बाजार में किया जा सकता है। उसके द्वारा अपनी फर्म में तकनीकी सुधार लाया जा सकता है। उसके द्वारा उत्पाद विभेदीकरण और सहकार्य सन्धि द्वारा अपने लाभ को बाजार में बनाये रख सकता है।

3.10 सामान्य संतुलन विश्लेषण के मुद्दे

अब तक हमने एक साधन की कीमत तथा मात्रा का निर्धारण कैसे किया जाता का अध्ययन किया है परन्तु उनके अन्य प्रभाव की अनदेखी की है की वस्तुओं तथा साधनों पर क्या प्रभाव पड़ता है। यह विश्लेषण किया गया की वस्तु की कीमत में बदलाव आने पर अन्य वस्तुओं तथा साधनों की कीमतों को पहले से निर्धारित हुई मानते हुए एक साधन की कीमत तथा मात्रा को मांग और पूर्ति द्वारा किस प्रकार से निर्धारित किया जाता है। इसका अर्थ यह निकलता है की अन्य वस्तुओं की मांग पर यदि वस्तु की कीमत में परिवर्तन का कोई प्रभाव पड़ता है, यदि किसी प्रकार का है तो उसकी, उपेक्षा कर दी गई है। हम यदि इस प्रकार का कोई विश्लेषण करते हैं जिसमें कि वस्तुओं

तथा उत्पादन के साधनों के बीच पारस्परिक संबंधों या पारस्परिक निर्भरताओं का ध्यान नहीं दिया जाता, को आंशिक संतुलन विश्लेषण कहा जाता है। प्रत्येक वस्तु या साधन बाजार में आंशिक संतुलन विश्लेषण के लिए साधन की कीमत निर्धारण के लिए स्वतंत्र माना जाता है। जब वस्तुओं या साधनों के आपसी पारस्परिक संबंध होते हैं तो आंशिक संतुलन विश्लेषण का उपयोग लाभदायक नहीं होता है। आंशिक संतुलन विश्लेषण द्वारा तब ठीक परिणाम नहीं दिए जाते जब किसी वस्तु या साधन की कीमत में किसी प्रकार का परिवर्तन होने पर अन्य वस्तु की मांग पर अत्यंत महत्वपूर्ण प्रभाव दिखाई देता है। जब किसी एक बाजार द्वारा परिवर्तन होने पर अन्य बाजार को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित किया जाता है तो इस स्थिति में सामान्य विश्लेषण संतुलन का प्रयोग करना चाहिए। जो किसी एक बाजार के कीमत में परिवर्तनों के सभी प्रभावों को ध्यान में रखते हुए सभी मार्किटों के एक – साथ संतुलन को मानता है। आंशिक और सामान्य दोनों प्रकार के संतुलन लाभदायक होते हैं। जब किसी एक बाजार में किसी प्रकार का परिवर्तन होता है तो यदि इसका प्रभाव दूसरे बाजारों पर कम पड़ता है तो यह आंशिक संतुलन विश्लेषण की स्थिति है। और यदि किसी एक बाजार में किसी प्रकार का कोई परिवर्तन होता है तो यदि इसका प्रभाव दूसरे बाजारों पर महत्वपूर्ण प्रभाव डालता है तो यह सामान्य संतुलन विश्लेषण की स्थिति की व्याख्या करता है।

3.11 सारांश

पिछली इकाईयों में हमने वस्तु बाजार में कीमत का निर्धारण किस प्रकार का होता है, उसका अध्ययन किया है। इस इकाई में हमने साधन बाजार में कीमत निर्धारण का अध्ययन किया है। उत्पादन के मुख्य रूप से चार साधन होते हैं: भूमि, श्रम, पूंजी और उधमशीलता श्रम का कीमत निर्धारण सीमान्त उत्पादका सिद्धान्त से होता है। इस सिद्धान्त के अनुसार साधनों को उनकी सीमान्त उत्पादकता के अनुसार भुगतान किया जाता है। लगान भूमि को उसकी अविनाशी शक्ति के लिए दिए जाने वाला भुगतान है। ब्याज के निर्धारण के लिए मुख्य रूप से चार सिद्धान्तों का अध्ययन करेंगे। ये उस प्रकार हैं, क्लासिकी सिद्धान्त, ऋण योग्य कोष सिद्धान्त, केन्ज का सिद्धान्त और आधुनिक सिद्धान्त। लाभ उद्यमी को उनकी सेवाओं के बदले दिए जाने वाला पुरस्कार है।

3.12 मुख्य शब्दावली

- **सीमान्त आय उत्पाद (MRP)** – सीमान्त आय उत्पाद से अभिप्राय है की जब हमें किसी वस्तु से प्राप्त होने वाले सीमान्त भौतिक उत्पाद को सीमान्त आय से गुणा किया जाता है तो हमें सीमान्त आय उत्पाद प्राप्त होता है।
- **सीमान्त उत्पाद का मूल्य (VMP)** – सीमान्त उत्पाद के मूल्य को किसी वस्तु से प्राप्त होने वाले सीमान्त भौतिक उत्पाद को कीमत से गुणा करके सीमान्त उत्पाद का मूल्य ज्ञात किया जाता है।
- **द्विपक्षीय एकाधिकार** – द्विपक्षीय एकाधिकार से अभिप्राय है कि जब श्रम बाजार में श्रम की सेवाओं को खरीदने के लिए केवल एक ही क्रेता अर्थात् एक क्रय एकाधिकारी हो और जो श्रम की सेवाएं बेची जाती है उनको खरीदने के लिए केवल एक ही विक्रेता हो अर्थात् मजदूर संघ ।
- **क्रय एकाधिकार** – क्रय एकाधिकार से अभिप्राय उस बाजार से है जिसमें एक

ही क्रेता हो।

- **यूलर का उत्पाद समाप्ति प्रमेय** – यदि उत्पादन फलन रेखीय समरूपी है तो एक फर्म द्वारा यदि सभी साधनों को जो कीमतें दी जाती हैं वो सीमान्त उत्पादन के बराबर दी जाती हैं जिसके कारण कुल उत्पाद समाप्त हो जायेगा।
- **लगान** – लगान से अभिप्राय भूमि की उपज के उस भाग से है जो मिट्टी की मौलिक और नष्ट न होने वाली उपजाऊ शक्तियों के प्रयोग के लिए भूमि के मालिक को दी जाती है।
- **विस्तृत खेती** – विस्तृत खेती से अभिप्राय उस खेती से है जिसमें खेती करने के लिए भूमि के क्षेत्र का विस्तार करके उत्पादन को बढ़ाया जा सके।
- **गहन खेती** – गहन खेती से अभिप्राय उस खेती से है जहां पर अधिक उत्पादन करने के लिए पूंजी और श्रम की अधिक इकाइयों का प्रयोग किया जाता है।
- **आभास लगान** – मनुष्य द्वारा जो मशीने बनाई जाती हैं और उत्पादन के जो अन्य यंत्र हैं उनसे जो आय प्राप्त होती है उसको आभास लगान कहा जाता है।
- **ब्याज** – ब्याज से अभिप्राय पूंजी का त्याग करने का प्रतिफल है।
- **लाभ** – लाभ से अभिप्राय है की उद्यम को जो पुरस्कार के रूप में दिया जाता है।
- **नवप्रवर्तन** – नवप्रवर्तन से अभिप्राय है कि उद्यमकर्ता द्वारा अपने पदार्थ की मांग को अत्यंत मात्रा में बढ़ाना तथा उत्पादन में जो लागत आती है उसको कम करने के लिए कोई नयी नीति अथवा नया कदम नवप्रवर्तन है।

3.13 अपनी प्रगति जानिए के प्रश्न:-

- (1) MRP = -----
- (2) VMP = -----
- (3) पूर्ण प्रतियोगिता में MRP और VMP होते हैं।
- (4) अपूर्ण प्रतियोगिता में MRP और VMP होते हैं।
- (5) यूलर के उत्पाद समाप्ति प्रमेय में कुल उत्पाद हो जाता है।
- (6) लगान का सबसे पहला सिद्धान्त ने दिया।
- (7) रिकार्डो द्वारा लगान की माप करने के लिए की धारणा का प्रयोग किया है।
- (8) आभास लगान की धारणा द्वारा दी गई।
- (9) क्रय एकाधिकारी में केवल होता है।
- (10) द्विपक्षीय एकाधिकार में केवल एक तथा एक ही विक्रेता होता है।
- (11) ब्याज का समय अधिमान सिद्धान्त द्वारा दिया गया।
- (12) लाभ का अनिश्चितता सिद्धान्त द्वारा दिया गया।
- (13) लाभ का नव – प्रवर्तन सिद्धान्त द्वारा दिया गया।

3.14 अपनी प्रगति जानिए के उत्तर

- 1) MPP (MR)
- (2) MPP (AR or P)
- (3) बराबर
- (4) अलग – अलग
- (5) समाप्त
- (6) रिकार्डो
- (7) सीमान्त भूमि
- (8) मार्शल
- (9) क्रेता
- (10) विक्रेता तथा क्रेता
- (11) इरविंग फिशर
- (12) एफ. एच. नाईट
- (13) शूरपीटर

3.15 अभ्यास हेतु प्रश्न**लघु उत्तरीय प्रश्न**

- (1) उत्पादकता से क्या अभिप्राय है?
- (2) कुल उत्पादकता से क्या अभिप्राय है?
- (3) सीमान्त उत्पादकता से क्या अभिप्राय है?
- (4) औसत उत्पादकता से क्या अभिप्राय है?
- (5) सीमान्त आगम उत्पाद से आप क्या जानते हैं?
- (6) सीमान्त उत्पाद मूल्य से आप क्या जानते हैं?
- (7) द्विपक्षीय एकाधिकार क्या है?
- (8) क्रय – एकाधिकार से आप क्या समझते हैं?
- (9) लगान क्या है?
- (10) ब्याज क्या है?
- (11) लाभ क्या है?

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

- (1) नव – क्लासिकी सिद्धान्ता की आलोचनात्मक व्याख्या करें?
- (2) उत्पाद और साधन बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता के अन्तर्गत फर्म का सन्तुलन निर्धारित करें।
- (3) साधन बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता और उत्पाद बाजार में अपूर्ण प्रतियोगिता के साथ फर्म के सन्तुलन के निर्धारण की व्याख्या करें?
- (4) एक – क्रयाधिकार का श्रम बाजार में मजदूरी के निर्धारण की व्याख्या करें।
- (5) द्विपक्षीय एकाधिकार की आलोचनात्मक व्याख्या करें।
- (6) लगान के नव – क्लासिकी सिद्धान्त की आलोचनात्मक व्याख्या करें।
- (7) ब्याज के क्लासिकल सिद्धान्त की व्याख्या करें।
- (8) फिशर के समय अधिमान्यता सिद्धान्त की व्याख्या करें।
- (9) केन्ज के नकदी – अधिमान सिद्धान्त की आलोचनात्मक व्याख्या करें।
- (10) सामान्य संतुलन विश्लेषण की विस्तार से व्याख्या करें?

3.16 आप ये भी पढ़ सकते हैं एवम् सन्दर्भ सूची ।

- Ahuja, H.L. (2016). Advance Economic Theory (6th Edition) New Delhi : S.Chand & Company Pvt. Ltd., Hindi medium.
- Hingan, M.L.(2004). Micro Economics (2nd Edition), New Delhi : Vrinda Publication Pvt. Ltd. (Hindi medium).
- Singh, S.P. (2013). Micro Economics (2nd edition), New Delhi : S Chand & company Pvt. Ltd., Hindi Medium.
- Verma, K.N. (2014). Micro Economic Theory (2nd edition). Jalandhar, Punjab : Vishal Publishing Co., Hindi Medium.
- Dwivedi, D.N. (2006). Micro-economics Theory & Appliation (1st Edition). New Delhi : Pearson Educatin in South Asia.
- Koutsoyiannis, A. (1975). Modern Micro-economics (2nd edition). Landon : Macmillan Publishers Ltd.

इकाई – 4

सामाजिक कल्याण और सार्वजनिक वस्तु

इकाई के रूपरेखा

4.0 परिचय

4.1 इकाई के उद्देश्य

4.2 सामाजिक कल्याण

4.2.1 मार्शल का मत

4.2.2 पीगू का मत

4.2.3 पैरेटो इष्टतम मापदण्ड

4.3 बर्गसन का सामाजिक कल्याण फलन

4.4 दूसरा सर्वोत्तम सिद्धान्त का विचार

4.5 ऐरो की असम्भावना प्रमेय

4.6 क्षतिपूर्ति कसौटी

4.7 बाजार संरचना और अधिकतम कल्याण

4.8 बाजार विफलता

4.8.1 बाजार विफलता को ठीक करने के उपाय

4.9 सारांश

4.10 मुख्य शब्दावली

4.11 अपनी प्रगति जानिए के प्रश्न

4.12 अपनी प्रगति जानिए के उत्तर

4.13 अभ्यास हेतु प्रश्न

4.14 आप ये भी पढ़ सकते हैं

4.0 परिचय

अर्थशास्त्र के दो भाग हैं, वास्तविक अर्थशास्त्र और आदर्शात्मक अर्थशास्त्र । इस इकाई में हम अर्थशास्त्र के दूसरे भाग आदर्शात्मक अर्थशास्त्र की बात करेंगे । आदर्शात्मक अर्थशास्त्र में नीतिगत पक्ष की बात करते हैं । आदर्शात्मक अर्थशास्त्र में हम 'क्या होने चाहिए' की बात करते हैं । अर्थशास्त्र का आदर्शात्मक पहलू कल्याणकारी अर्थशास्त्र होता है । वास्तविक अर्थशास्त्र में हम केवल भूतकाल में वर्तमान में जो घटित हुआ है उसकी बात करते

है और भविष्यकाल में आर्थिक गतिविधियों के घटित होने की सम्भावना करते हैं। वास्तविक तथा कल्याणकारी अर्थशास्त्र का एक दूसरे के साथ गहरा सम्बन्ध है।

रेडर के अनुसार, “ कल्याणकारी अर्थशास्त्र अर्थविज्ञान वह शाखा है जो आर्थिक नीतियों के लिए औचित्य के मानदण्ड की स्थापना तथा प्रयोग करने का प्रयोग करती है। कल्याणकारी अर्थशास्त्र का सम्बन्ध नीतियों के औचित्य का मानदण्ड प्रस्तुत करना है।

4.1 इकाई के उद्देश्य

इस इकाई के निम्नलिखित उद्देश्य हैं।

- मार्शल, पीगू और पैरेटो के कल्याण मानदण्ड का अध्ययन करना।
- बर्गसन के सामाजिक कल्याण फलन का अध्ययन करना।
- दूसरे सर्वोत्तम सिद्धान्त का अध्ययन करना।
- ऐरो की असम्भावना प्रमेय का अध्ययन करना।
- बाजार विफलता का अध्ययन करना।

4.2 सामाजिक कल्याण

सामान्य आर्थिक सिद्धान्त का वह भाग जिसके द्वारा वैकल्पिक सामाजिक स्थितियों के सामाजिक औचित्य का मूल्यांकन किया जाता है, वह कल्याण अर्थशास्त्र कहलाता है। इसके द्वारा इस बात के खोजने का प्रयत्न किया जाता है कि सरकार द्वारा जो भी नीतियां अपनाई गई हैं, उनके समय के साथ – साथ समाज पहले से धनी या निर्धन हुआ है। कुतसोविआनिस द्वारा कल्याण अर्थशास्त्र को अर्थशास्त्र के विज्ञान का वह भाग माना है जिसका सम्बन्ध समाज के कल्याण के दृष्टिकोण से वैकल्पिक, आर्थिक, परिस्थितियों के मूल्यांकन के साथ है। सामाजिक कल्याण का माप करना ही कल्याण अर्थशास्त्र का अत्यन्त मूल उद्देश्य है। कल्याण अर्थशास्त्र द्वारा जाना जाता है कि जो हम सामाजिक कल्याण की बात करते हैं। वास्तव में इस अधिकतम सामाजिक कल्याण में क्या – क्या शामिल है और किस प्रकार से इस अधिकतम सामाजिक कल्याण का पाया जा सकता है। सामाजिक कल्याण से पहले व्यक्तिगत कल्याण का भी जानना आवश्यक है। एक व्यक्ति की संतुष्टि व्यक्तिगत कल्याण कहलाता है। व्यक्तिगत कल्याण में मानसिक तुष्टिगुण और सन्तुष्टि दोनों शामिल हैं जोकि व्यक्ति द्वारा वस्तुओं और सेवाओं का प्रयोग करने और अपने पास सम्पत्ति रखने और उनमें होने वाली वृद्धि के द्वारा जो प्राप्त होता है। तुष्टिगुण को मनोवैज्ञानिक और अन्तःपेक्षणीय माना गया है। पूरे समाज की सन्तुष्टि हो को सामाजिक कल्याण कहा जाता है। इसको अन्य रूप में परिभाषित किया जाता है कि यह समाज में सभी व्यक्तियों की सन्तुष्टियों का कुल योग है। इसको एक उदाहरण द्वारा समझाया जा सकता है कि यदि समाज में चार व्यक्ति हैं A, B, C और D तो इस स्थिति में सामाजिक कल्याण को उनके तुष्टिगुणों के योग द्वारा निकाला जा सकता है।

$$W=U_A+U_B+U_C+U_D$$

W= सामाजिक कल्याण

U= व्यक्तियों से सम्बन्धित तुष्टिगुण

बैन्थम द्वारा सामाजिक कल्याण को एक अन्य प्रकार से परिभाषित किया गया है। वह प्रकार है कि सबसे ज्यादा मात्रा में लोगों की सबसे अधिक भलाई की दृष्टि से की है। यदि लोगों की उपयोगिता में किसी प्रकार की कोई

वृद्धि होती है तो उन सभी की उपयोगिता के योग द्वारा सामाजिक कल्याण में वृद्धि होती है। सामाजिक कल्याण में वृद्धि होने पर कई प्रकार की समस्याएं भी आती हैं। सामाजिक कल्याण में जो कोई भी परिवर्तन होते हैं उन सभी का ठीक – ठाक माप करना अत्यन्त कठिन है। सामाजिक कल्याण से सम्बन्धित कई प्रकार की धारणाएं हैं जैसे सामाजिक कल्याण की बर्गसन की धारणा, पैरोटो की धारणा, पीगू की धारणा आदि ।

4.2.1 मार्शल का मत

कल्याण के लिए समाज में कुल अधिकता अर्थात् अतिरेक की धारणा को मार्शल द्वारा अत्यंत महत्व दिया गया है जोकि समुदाय को जो भी आर्थिक क्रिया से सन्तुष्टि प्राप्त होती है उन सभी संतुष्टियों के योग का समुदाय को होने वाली असंतुष्टियों के योग पर आधिक्य है ।

इसको अन्य प्रकार से भी दिखाया जा सकता है।

$$S = S_1 - S_2$$

S = समुदाय का कुल अतिरेक

S_1 = एक दी गई क्रिया से समाज की तुष्टिगुण का कुल योग

S_2 = उस आर्थिक क्रिया से समाज की असन्तुष्टि का कुल योग ।

मार्शल द्वारा S_1 और S_2 की बिल्कूल ही सही मात्रा में माप में होने वाली कठिनाईयों के कारण अपने आप ही कुल अतिरेक की धारणा को छोड़ दिया और मार्शल द्वारा उपभोक्ता की बेशी की धारणा पर विश्वास जताया ।

4.2.2 पीगू का मत

पीगू द्वारा उपयोगिताओं अथवा सन्तुष्टि की योगात्मकता को स्वीकारा गया है । पीगू द्वारा कल्याण के विश्लेषण के लिए कुछ विचार मार्शल द्वारा लिये गए हैं। पीगू द्वारा सामाजिक कल्याण में होने वाले परिवर्तनों का बिल्कूल ही तर्कपूर्ण ढंग से विश्लेषण किया गया है ।

मार्शल का अतिरेक विश्लेषण पीगू द्वारा नकारा गया है । उसके द्वारा अतिरेक विश्लेषण के स्थान पर सीमान्त विश्लेषण को माना है । जिसमें कई प्रकार के उद्योगों के उत्पादों में छोटे – छोटे परिवर्तनों को सन्तुलित करना शामिल है। मार्शल द्वारा विश्लेषण करते समय उनके द्वारा माना गया कि सरकार द्वारा हस्तक्षेप नहीं किया जाता जबकि पीगू द्वारा ऐसी परिस्थितियों का वर्णन नहीं किया गया है जिसमें सरकार द्वारा हस्तक्षेप किया जाता है। सरकार द्वारा आर्थिक क्रियाओं में भी हस्तक्षेप किया जाता है।

मान्यताएँ

पीगू का मत मुख्य रूप से कुछ महत्वपूर्ण मान्यताओं पर टिका हुआ है जो इस प्रकार हैं ।

1. सभी लोगों को विवेकशील माना है । लोगो को पता है कि उन्हें किस प्रकार से वस्तुओं और सेवाओं पर खर्च करके अपनी सन्तुष्टि को अधिकतम करना है।
2. लोगो को प्राप्त होने वाली सन्तुष्टियों की तुलना की जा सकती है।
3. अर्थव्यवस्था में पूर्ण रोजगार की स्थिति है ।
4. पूर्ण प्रतियोगिता पाई जाती है।
5. मुद्रा आय में वृद्धि होने के कारण मुद्रा के सीमांत तुष्टिगुण में कमी होती है।

पीगू द्वारा सामान्य और आर्थिक कल्याण में अन्तर किया गया है। उनके द्वारा बताया गया है कि सामान्य कल्याण मनोवैज्ञानिक, सामाजिक, धार्मिक आदि कई प्रकार के आर्थिक तत्वों से प्रभावित होता है। इन सभी तत्वों के कई ऐसे भी तत्व शामिल हैं जिनको मापा नहीं जा सकता। इसलिए कहा जा सकता है सामान्य कल्याण की ठीक प्रकार से माप सम्भव नहीं है। इसलिए पीगू द्वारा आर्थिक कल्याण को महत्व दिया गया है। पीगू द्वारा माना गया है कि आर्थिक कल्याण सामाजिक कल्याण का वह मुख्य भाग है जिसे प्रत्यक्ष रूप से मुद्रा के मापदण्ड के साथ सम्बन्धित किया जा सकता है। दूसरे शब्दों में कहा जा सकता है कि आर्थिक कल्याण को मुद्रा द्वारा प्राप्त किया जा सकता है।

4.2.3 पैरेटो इष्टतम मापदण्ड

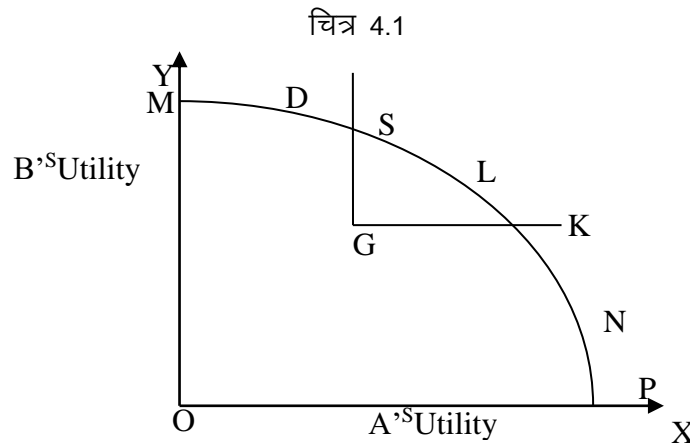
कल्याणकारी अर्थशास्त्र का विचार उपयोगिता के कमवाचक विचार के आधार पर विल्फ्रेडो पैरेटो द्वारा प्रतिपादित किया गया। पैरेटो द्वारा बताया गया कि समाज को अनुकूलतम कल्याण की स्थिति को प्राप्त करने में पूर्ण प्रतियोगिता मदद्गार साबित होती है। उनके द्वारा उपयोगिता की मापनियता तथा उसकी अन्तर्व्यैक्तिक तुलना के विचार को गलत सिद्ध किया है। सामाजिक अनुकूलतम का विचार पैरेटो द्वारा प्रतिपादित किया गया है। सामाजिक अनुकूलतम को परिभाषित करते समय पैरेटो द्वारा बताया गया कि यह वह स्थिति है जिसके प्राप्त हो जाने पर साधनों के पूनः आंबटन द्वारा किसी एक व्यक्ति को श्रेष्ठतर नहीं किया जा सकता। जब तक दूसरे व्यक्ति को हीनतर ना कर दिया जाये। अतः पैरेटो अनुकूलतम की दशा को इस तरह परिभाषित किया जाता है कि किसी एक के कल्याण में कभी किए बिना दूसरे के कल्याण में वृद्धि नहीं की जा सकती।

पैरेटो मानदण्ड

पैरेटो मानदण्ड के अनुसार यदि किसी प्रकार का कोई परिवर्तन किया जाता है तो यदि यह परिवर्तन बिना किसी को हानी पहुंचाए अन्य को श्रेष्ठतर बनाता है तो यह कल्याण में वृद्धि कहलायेगी। बामोल द्वारा भी बताया गया है कि यदि कोई परिवर्तन जो बिना किसी को हानी पहुंचाएं दुसरो को श्रेष्ठतर बनाता है तो यह आवश्यक रूप से सुधार समझा जाना चाहिए।

सैमुएल्सन द्वारा उपयोगिता सम्भावना वक्र द्वारा पैरेटो के सामान्य अनुकूलतम की व्याख्या की गई है। उपयोगिता सम्भावना वक्र वस्तुओं के एक निश्चित समूह से 2 व्यक्तियों द्वारा प्राप्त उपयोगिताओं के विभिन्न सहयोगों का बिन्दुपथ है। पैरेटो के कल्याण

मापदण्ड की चित्र द्वारा व्याख्या :



चित्र में जो व्याख्या की गई है वह यह मान कर की गई है कि समाज 2 व्यक्तियों A और B को शामिल किए हुए है। MP उपयोगिता वक्र है। यह उपयोगिता सम्भावना वक्र A और B द्वारा वस्तुओं का एक सैट का उपभोग करने से उपयोगिता के विभिन्न संयोगों का मार्ग है। G कल्याण की शुरु की अवस्था है। यदि किसी प्रकार को कोई परिवर्तन या संसाधनों का पुनः वितरण किया जाता है तो कल्याण की अवस्था L पर आ जाती है। ऐसा होने पर A और B दोनों पहले से अच्छी स्थिति में आ जाते हैं। इस प्रकार की क्रिया समाज कल्याण को प्रकट करता है। जब स्थिति G से S की ओर जाती है तो B उपयोगिता बढ़ जाती है जबकि A भी बुरी स्थिति में नहीं पहुंचता। इस स्थिति में सामाजिक सुधार, आर्थिक परिवर्तन के द्वारा हो जाता है। जब G से K की तरफ जाते हैं तो A की उपयोगिता में वृद्धि होती है जबकि B की उपयोगिता समान होती है। यह स्थिति भी सामाजिक कल्याण की स्थिति को बताता है। इस प्रकार से G से S, L, K तक प्रचलन सामाजिक कल्याण में वृद्धि को दिखाता है। यदि प्रचलन G से D तथा N तक जाता है तो एक उपभोक्ता की उपयोगिता बढ़ जाती है तथा दूसरे की कम हो जाती है। इन अवस्थाओं में यह बताना सम्भव नहीं है कि आर्थिक परिवर्तन से सामाजिक कल्याण में वृद्धि अथवा कमी होगी या यह अपरिवर्तित रहेगा।

4.3 बर्गसन का सामाजिक कल्याण फलन

सामाजिक कल्याण फलन का प्रतिपादन सबसे पहले प्रो० बर्गसन द्वारा अपने प्रसिद्ध लेख A Reformulation of certain Aspects of Welfare Economics में किया। अधिकतम कल्याण के लिए जो भी आवश्यक शर्तें स्वीकार की जाती हैं वो सभी इसी आधार पर प्रतिपादित की जाती हैं तथा वो शर्तें उत्पादन तथा विनियम की अनुकूलतम शर्तें हैं। सामाजिक कल्याण फलन का बर्गसन द्वारा प्रतिपादन स्पष्ट मूल्यगत निर्णयों पर आधारित है। जब किसी स्थिति का मूल्यांकन किया जाता है तो यह नैतिक निर्णय नीति निर्माता की सहायता करते हैं। समाज के कल्याण का कर्मवाचक सूचकांक – सामाजिक कल्याण फलन होता है जो कि विभिन्न व्यक्तियों की क्रमवाचक उपयोगिताओं पर निर्भर करता है। विभिन्न व्यक्तियों की कर्मवाचक उपयोगिताओं के सभी मूल्य उन सभी चरों पर निर्भर करता है जिनके द्वारा व्यक्तिगत उपयोगिताओं को प्रभावित किया जाता है।

सामाजिक कल्याण फलन के प्रतिपादन को निम्न प्रकार से व्यक्त किया जा सकता है।

$$W = w(U_1, U_2, U_3, \dots, U_n)$$

W = सामाजिक कल्याण को बताता है।

w = इनके द्वारा उपयोगिता तथा सामाजिक कल्याण के बीच कार्यात्मक सम्बन्ध को बताया जाता है।

$U_1, U_2, U_3, \dots, U_n$ = विभिन्न लोगों की क्रमवाचक उपयोगिताओं को बताता है।

सामाजिक कल्याण फलन तथा नैतिक निर्णय

जिस व्यक्ति या संस्था को सामाजिक कल्याण के विषय में नैतिक निर्णय करने का अधिकार प्रदान किया जाता है सामाजिक कल्याण फलन किस प्रकार का होगा यह उसके नैतिक निर्णयों पर निर्भर करता है। वैसे तो यह नैतिक निर्णय करने वाला कोई भी हो सकता है। किसी भी व्यक्ति को इसके लिए लिया जा सकता है परन्तु निष्पक्ष निर्णय के लिए आवश्यक है कि वह निष्पक्ष व्यक्ति ही हो क्योंकि उसी के द्वारा वास्तविक स्थिति को बताया जा सकता है। उसी के निर्णय पर ही सामाजिक कल्याण में परिवर्तन निर्भर करता है। उसके द्वारा लिए गए निर्णय को समाज के सभी लोगों द्वारा अपनाया जाता है।

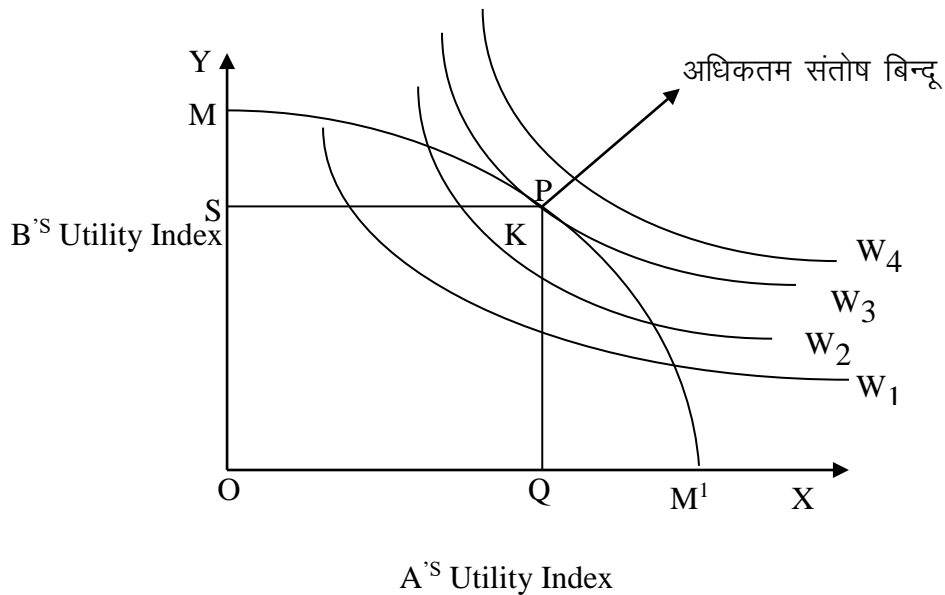
शुरुआत में जब सामाजिक कल्याण फलन को बर्गसन द्वारा प्रतिपादित किया गया था तो इसे उन आर्थिक घटनाओं में परिवर्तन पर निर्भर बताया जो व्यक्तिगत कल्याण को प्रत्यक्ष रूप से प्रभावित करते हैं। सामाजिक कल्याण के स्तर में जो परिवर्तन ज्ञात किया जाता है वह सामाजिक कल्याण के विषय में नैतिक निर्णयों द्वारा किया जाता है।

सामाजिक कल्याण फलन को अधिकतम करना

पैरेटो द्वारा प्रतिपादित अनुकूलतम सिद्धान्त में वस्तुओं का उत्पादन, व्यक्तियों में वितरण कैसे हो और वस्तु उत्पादन की संरचना के बारे में किसी भी प्रकार का एक निश्चित हल नहीं होता जिसके द्वारा सामाजिक कल्याण को अधिकतम की स्थिति में व्यक्त किया जा सके। अधिकतम सामाजिक कल्याण की स्थिति को सामाजिक कल्याण फलन द्वारा प्राप्त किया जा सकता है। अधिकतम सामाजिक कल्याण हल को प्राप्त करने के लिए सामाजिक कल्याण फलन की आवश्यकता होती है। इसके द्वारा हम पैरेटो के अनुकूलतम विश्लेषण से उच्चतम तृष्टिगुण सम्भावना वक्र को ज्ञात कर सकते हैं। उच्चतम तृष्टिगुण सम्भावना वक्र पर जितने भी बिन्दू होते हैं उन सभी को पैरेटो अनुकूलतम बिन्दू माना जाता है जिसे हम आर्थिक दृष्टि से कुशल बिन्दू भी कह सकते हैं। पैरेटो मापदण्ड द्वारा उन बिन्दुओं का चयन करना बहुत ही मुश्किल कार्य है क्योंकि वे सब बिन्दू पैरेटो अनुकूलतम हैं। अतः यह कहा जा सकता है कि पैरेटो विश्लेषण द्वारा हम अधिकतम सामाजिक कल्याण के किसी विशेष बिन्दू पर नहीं पहुँच सकते हैं।

सामाजिक कल्याण फलन की चित्र द्वारा व्याख्या की जा सकती है जो इस प्रकार है।

चित्र - 4.2



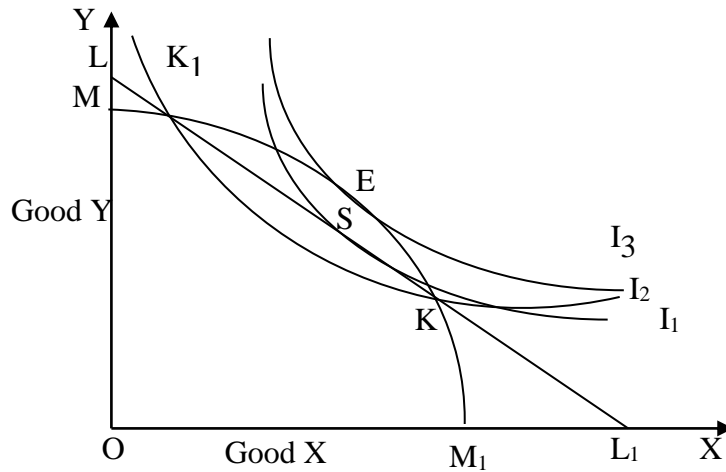
चित्र में MM^1 उच्चतम तृष्टिगुण सम्भावना वक्र है। W_1, W_2, W_3, W_4 सामाजिक अनाधिमान वक्र है। MM^1 उच्चतम सम्भावना वक्र द्वारा 2 व्यक्तियों के उन तृष्टिगुण, संयोगों को व्यक्त किया जाता है जो कि साधनों की मात्रा, टेक्नोलॉजी का स्तर तथा व्यक्तियों के अधिमान क्रम दिए होने पर पैरेटो के मानदण्ड की दृष्टि से कुशल है। सामाजिक अनाधिमान वक्र द्वारा किन्हीं दो व्यक्तियों के उन उपयोगिता संयोगों को बताया जाता है। जिनके द्वारा एक समान सामाजिक कल्याण प्राप्त हो जाता है। सामाजिक कल्याण का स्तर उतना ही अधिक मात्रा में होगा।

चित्र में सामाजिक कल्याण की प्राप्ति P बिन्दू पर हो रही है और यहां पर W_3 सामाजिक अनाधिमान वक्र P बिन्दु पर छू रहा है। अतः कहा जा सकता है कि बिन्दू P पर सामाजिक कल्याण की प्राप्ति हो रही है।

4.4 दूसरा सर्वोत्तम सिद्धान्त का विचार

अब तक हम पढ़ चुके हैं कि पैरेटो मानदण्ड की संतुष्टि तथा पैरेटो अनुकूलतम की सीमांत शर्तें कैसे अधिकतम सामाजिक कल्याण उत्पन्न करती हैं। पैरेटो मानदण्ड की जितनी भी सीमांत शर्तों का अध्ययन किया है। उनसे पता चला है कि जब उत्पादन सम्भावना सीमा के अन्दर जो बिन्दू है तो जब उस बिन्दू से ऊपर की ओर चला जाता है तो यह चलन सामाजिक कल्याण में वृद्धि को बतायेगा। कोई ऐसी भी स्थितियां होती हैं जिनमें पैरेटो अनुकूलतम की सभी शर्तें पूरी नहीं हो पाती हैं। वो स्थितियां हैं अपूर्णता, बाधाएं, तथा सार्वजनिक वस्तुएं। जब पैरेटो इष्टतम की सभी दशाएं प्राप्त हो जाती हैं तब वह प्रथम श्रेष्ठ हल कहलाता है। जब कुछ बाधाएं आ जाती हैं जिनके कारण पैरेटो इष्टतम की सभी दशाएं प्राप्त नहीं हो पाती हैं तब द्वितीय हल काम करता है। लिप्सी तथा लैंकेस्टर द्वारा द्वितीय हल की खोज की गई है। द्वितीय हल सिद्धान्त द्वारा यह बताया गया है कि जब यदि किसी प्रकार की कोई अडचने आ जाती हैं जिनके कारण पैरेटो इष्टतम की एक या एक से अधिक प्रथम कोटी की दशाएं पूरी नहीं हो पाती हैं तो पैरेटो की जो अन्य दिशाएं हैं उनको पूरा करने की कोई आवश्यकता नहीं है।

चित्र - 4.3



चित्र में OX अक्ष पर X Good को दिखाया गया है तथा OY अक्ष पर Y Good को दिखाया गया है। चित्र में जब पैरेटो इष्टतम की स्थिति मिलती है तो यह स्थिति E बिन्दू पर होती है लेकिन अर्थव्यवस्था में कुछ रुकावटें भी पाए जाती हैं और इन रुकावटों के कारण दक्षता को प्राप्त नहीं किया जा सकता। जब रुकावटों की स्थिति पाई जाती है तो दूसरी श्रेष्ठ स्थिति MM_1 के अन्दर जाएगी। ना कि MM_1 के बिन्दू KK_1 पर रहेगी। चित्र में MM_1 उत्पादन सम्भावना वक्र है। I_1, I_2, I_3 उदासीनता वक्र है। पैरेटो इष्टतम की स्थिति E बिन्दू पर है। E बिन्दू पर समाज का कल्याण इष्टतम होता है। जब कुछ रुकावटें आ जाती हैं तो E बिन्दू अप्राप्य बन जाता है। जब कोई रुकावटें आ जाती हैं तो उसे LL_1 द्वारा दिखाया जाता है। रुकावटों के आने पर बिन्दू S अधिक श्रेष्ठ रहेगा, बिन्दू K और K_1 की अपेक्षा। अतः कहा जा सकता है कि अर्थव्यवस्था में कुछ रुकावटें आवश्यक रूप से पाए जाते हैं।

4.5 ऐरो की असम्भावना प्रमेय

बर्गसन सैम्युलसन ने जो सामाजिक कल्याण फलन प्रस्तुत किया है वह पहले जो कल्याण सम्बन्धित विश्लेषण दिया गया है उस पर पूरी तरह सुधार है। इसके अतिरिक्त यह भी माना गया कि सामाजिक कल्याण फलन को व्यक्तिगत चरणों के योग द्वारा बनाया जा सकता था।

कैनथ जे० ऐरो द्वारा अपने प्रसिद्ध कार्य *Social choice and Individuals values* में बर्गसन सैम्युलसन के सामाजिक कल्याण फलन को चुनौती दी है। उनके द्वारा माना गया है कि सामाजिक कल्याण फलन का निर्माण करने के लिए व्यक्तिगत अधिमानों से सामाजिक अधिमानों की ओर नहीं बढ़ा जा सकता। सभी व्यक्तियों के चयन को जो एक सामाजिक कल्याण द्वारा दर्शाया जाता है यह असम्भव है। ऐरो द्वारा बताया गया है कि जो भी सामाजिक चयन किए जाते हैं वो सभी चयन अन्य तरीके जैसे धार्मिक, सुपरमैन या तानाशाह, प्रजातांत्रिक तरीके से होना चाहिए। ऐरो द्वारा यह भी माना गया है कि ये जो तरीके बताए गए हैं इनको लाभ देना चाहिए। यह सबसे आसान ढंग है। यदि सामाजिक चयन को आसान बनाना है तो एक पारम्परिक समाज में चयन धार्मिक तथा आध्यात्मिक गुरुओं द्वारा करना चाहिए। यदि एक तानाशाह अथवा धार्मिक मुखियों के द्वारा सामाजिक चयन किया जाता है तो यह लोगों के मन में वैध नहीं माना जाता। जहां तक स्वतंत्र वोट की प्रजातांत्रिक विधि के द्वारा व्यक्तियों के अधिमान क्रमों के आधार पर सामाजिक चयन करने का प्रश्न है, यह अत्यधिक कठिन है। बर्गसन सैम्युलसन सामाजिक कल्याण फलन द्वारा यह बताया गया है कि व्यक्ति का कल्याण आपस में एक – दूसरे पर नहीं बल्कि स्वयं की वस्तुओं और सेवाओं की उपयोग की जाने वाली मात्राओं पर निर्भर है। ऐरो द्वारा बर्गसन सैम्युलसन के इस विचार को नहीं माना गया। ऐरो द्वारा यह भी माना गया है कि एक सही तरीके के सामाजिक कल्याण फलन का निर्माण केवल व्यक्तिगत रुचियों के आधार पर नहीं बल्कि वैकल्पित सामाजिक हालातों के व्यक्तिगत मूल्यों के आधार पर करना चाहिए।

सामाजिक चयन करने के लिए आवश्यक शर्तें

ऐरो द्वारा माना गया है कि जो सामाजिक कल्याण फलन जिसमें सामाजिक चयन व्यक्तिगत कोटिक्रमों के द्वारा दिखाए गए हैं, ये तब हो सकता है यदि कुछ आवश्यक शर्तें पूरी हो जाए :

1. **सकर्मकता** – ऐरो द्वारा माना गया है कि सामाजिक चयन आवश्यक रूप से

सकर्मक होने चाहिए। यदि A विकल्प को B विकल्प पर तथा B विकल्प को C विकल्प पर अधिमान दिया जाता है, तब A विकल्प को C विकल्प पर अधिमान आवश्यक रूप से देना चाहिए। यदि इस प्रकार की प्रक्रिया होती है तो यह सामाजिक चयनों की सकर्मकता होगी। यदि ऐसा हो जाता है कि C विकल्प को A विकल्प पर अधिमान दे दिया जाये तो जो सकर्मकता की आवश्यक शर्त बन्द हो जाती है और सामाजिक चयन संगत नहीं होंगे।

2. **स्वतंत्र रूप से लागू न होना** – लागू न होने की मुख्य शर्त से अभिप्राय है कि सामाजिक चयन किसी एक व्यक्ति के द्वारा अन्य व्यक्तियों के अधिमानों से स्वतंत्र रूप में लागू नहीं होने चाहिए। इस शर्त से अभिप्राय है कि देश में तानाशाही बिल्कूल भी नहीं है और सामाजिक चयन प्रजातान्त्रिक तरीके से होता है।

3. **व्यक्तिगत अधिमानों के प्रति उत्तरदायित्व** – यह मुख्य शर्त है। इस शर्त का अभिप्राय है कि व्यक्तिगत चयनों के उत्तर सामाजिक चयन के लिए आवश्यक है। जिस प्रकार से व्यक्तिगत चयनों में परिवर्तन होते हैं उसी प्रकार से

सामाजिक चयनों में भी परिवर्तन होते हैं। अन्य रूप से भी इसे परिभाषित किया जा सकता है कि व्यक्तिगत चयनों के अलग दिशा में परिवर्तन नहीं होने चाहिए ।

ऐरो की असंभावना प्रमेय का मुख्य सार यह है कि जब सामाजिक कल्याण फलन को ज्ञात करना हो तो यह प्रक्रिया है की व्यक्तिगत चयनों से सामाजिक चयनों को निर्धारित किया जा सकता है। यह गलत धारणा है। ऐरो द्वारा माना गया है कि जो व्यक्तिगत चयन होता है यदि वह संगत भी है तो भी प्रजातान्त्रिक बहुमत वोटिंग के द्वारा व्यक्त और उस पर सामाजिक चयन आधारित है वह असंगत हो सकता है।

4.6 क्षतिपूर्ति कसौटी – अब तक हमने पैरेटो द्वारा दिए गए सामाजिक अनुकूलतम के बारे में पढ़ा है। पैरेटो द्वारा पैरेटो मानदण्ड की व्याख्या की गई । पैरेटो के सामाजिक कल्याण का अर्थ था कि यदि किसी नीति परिवर्तन द्वारा यदि समाज में किसी एक व्यक्ति को बिना हानि पहुंचाए समाज के किसी दूसरे व्यक्ति की स्थिति में सुधार करता है तो वह सामाजिक कल्याण में वृद्धि को बताता है परन्तु पैरेटो द्वारा इस स्थिति के होने पर समाज के कल्याण में होने वाली वृद्धि का माप नहीं किया गया अर्थात् वे ऐसी स्थिति का माप करने में असमर्थ रहे हैं। जब ऐसी स्थिति होती है तो सामाजिक कल्याण में वृद्धि या कमी हो पैरेटो मानदण्ड द्वारा ज्ञात नहीं किया जा सकता है। वैल्डर हिक्स तथा सिटोवस्की ने क्षतिपूर्ति सिद्धान्त पर आधारित कई सिद्धान्त दिए जिनके द्वारा नीति परिवर्तन द्वारा सामाजिक कल्याण में होने वाली कमी और वृद्धि को मापा जा सकता है। क्षतिपूर्ति सिद्धान्त द्वारा बताया गया है कि जब किसी भी प्रकार का कोई नीति परिवर्तन होता है तो कुछ को लाभ और कुछ को हानि होती है परन्तु यदि लाभ प्राप्त करने वाले व्यक्ति यदि हानि उठाने वाले व्यक्तियों की क्षतिपूर्ति करने के बाद अपने लिए शुद्ध लाभ प्राप्त कर लेते हैं तो इस प्रकार का परिवर्तन सामाजिक कल्याण को बढ़ाएगा ।

क्षतिपूर्ति सिद्धान्त की कुछ मुख्य मान्यताएं इस प्रकार हैं

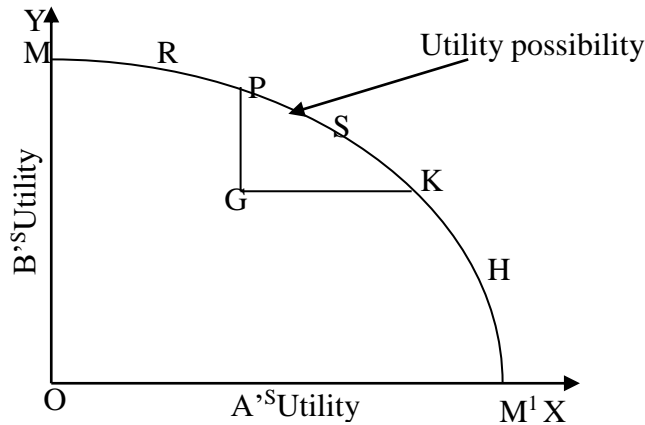
1. एक व्यक्ति द्वारा अपने कल्याण का स्वयं निर्णय किया जाता है ।
2. कल्याण की जो आपसी तुलना होती है उसको स्वीकार नहीं किया जाता ।
3. एक व्यक्ति के अधिमान स्थिर रहते हैं ।
4. उत्पादन एवं उपभोग में किसी प्रकार के कोई बाह्य परिवर्तन नहीं होते ।

कैल्डर – हिक्स तथा सिटोवस्की द्वारा क्षतिपूरक सिद्धान्त ऊपरलिखित मान्यताओं पर आधारित है । इनके द्वारा सामाजिक कल्याण का वस्तुपरक मानदण्ड प्रस्तुत किया गया है। उन्होंने अपने विचारों को वैज्ञानिक माना है क्योंकि उनका मानदण्ड नैतिक निर्णयों से स्वतन्त्र है।

कैल्डर व हिक्स का कल्याण का मानदण्ड

सामाजिक कल्याण के माप के लिए क्षतिपूरक भुगतान पर आधारित मानदण्ड सबसे पहले प्रो० कैल्डर द्वारा दिया गया । यदि हम एजवर्थ बॉक्स रेखा द्वारा इसकी व्याख्या करें तो सामाजिक कल्याण में वृद्धि और कमी एक प्रसंविदा वक्र पर ऊपर और नीचे जाने की स्थिति द्वारा स्पष्ट करता है। कैल्डर के मानदण्ड द्वारा इस प्रकार व्याख्या की जा सकती है कि एक परिवर्तन से कल्याण में सुधार होता है यदि वे जो लाभांशित होते हैं क्षतिग्रस्त व्यक्तियों द्वारा उनकी हानियों के मूल्य की अपेक्षा लाभों को अधिक ऊंची संख्या पर मूल्यांकन करते हैं। कैल्डर के इस मानदण्ड की व्याख्या चित्र द्वारा की जा सकती है।

चित्र - 4.4



चित्र में OX - अक्ष तथा OY - अक्ष पर A और B व्यक्तियों की उपयोगिता को दिखाया गया है। इन उपयोगिताओं को कर्मवाचक रूप में दिखाया गया है। MM^1 एक उपयोगिता सम्भावना वक्र है। जो वस्तुओं तथा सेवाओं के एक निश्चित समूह के 2 व्यक्तियों A और B के मध्य वितरण के परिणामस्वरूप उन्हें जो उपयोगिता प्राप्त होती है उनके विभिन्न संयोगों को दिखाता है। MM^1 उपयोगिता वक्र पर जब हम नीचे की ओर आते हैं तो A व्यक्ति की उपयोगिता बढ़ती जाती है। तथा B व्यक्ति की कम होती जाती है। इस प्रकार हम यदि उपयोगिता वक्र में ऊपर की तरफ जाते हैं तो A की उपयोगिता में कमी होती है तथा B की उपयोगिता में वृद्धि होती है। A बिन्दू से जब हम S , K तथा H बिन्दू की ओर जाते हैं तो यह सामाजिक कल्याण को बताएगा। चित्र में A बिन्दू से R बिन्दू की ओर चलन कल्याण में वृद्धि की ओर बताता है।

हिक्स का मानदण्ड

कैल्डर के मानदण्ड के समान ही जे० ओर० हिक्स ने अपना मानदण्ड दिया है। उनके द्वारा बताया गया है कि सामाजिक कल्याण में परिवर्तन को एक प्रसंविदा वक्र के एक बिन्दू से दूसरे बिन्दू पर चलन द्वारा मापा जा सकता है। हिक्स द्वारा अपने मानदण्ड को परिभाषित किया गया है कि यदि कोई परिवर्तन किया जाता है तो उस परिवर्तन द्वारा A को अत्यधिक मात्रा में क्षेप्ट बना दिया जाये कि इसके द्वारा B को जो हानि होती है उसको पूरा करके अपने पास कुछ शेष रह जाये तो पुन व्यवस्था सुस्पष्ट रूप से सुधार है। अतः हिक्स द्वारा भी कैल्डर के समान ही क्षतिपूर्ति सिद्धान्त की व्याख्या की गई है। इस प्रकार कहा जाता है कि कैल्डर हिक्स द्वारा एजवर्थ - बऊले बाक्स रेखाकृति के द्वारा सामाजिक कल्याण में परिवर्तन की व्याख्या प्रसंविदा वक्र पर चलने के परिणामस्वरूप की है।

सिटोवस्की मानदण्ड

टी० सिटोवस्की द्वारा बताया गया है कि कैल्डर हिक्स मानदण्ड में एक आंतरिक विरोध है क्योंकि इस मानदण्ड द्वारा माना गया है कि यह हो सकता है कि यदि A स्थिति B स्थिति की तुलना में अधिक सामाजिक कल्याण को बताती है तो उसी मानदण्ड पर यह भी हो सकता है कि B स्थिति में जो भी परिवर्तन होते हैं वो अधिक मात्रा में सामाजिक कल्याण को बताये। इस तरह कहा जा सकता है कि यदि एक समय में यदि A को B की अपेक्षा अधिक महत्व दिया जाता है तो किसी अन्य समय में यह भी हो सकता है कि B स्थिति को A स्थिति की अपेक्षा अधिक सही माना जाये। जिसे यदि वास्तव में देखा जाये तो अपेक्षाकृत ही होना चाहिए। इसका स्पष्टीकरण

सिटोवस्की द्वारा दिया गया तथा इसे सिटोवस्की विरोधाभास का नाम दिया गया । एक स्थिति को उल्टा करके भी सामाजिक कल्याण में परिवर्तन को ज्ञात किया जाता है। अतः इसे विपरित परीक्षण कहा जाता है।

4.7 बाजार संरचना और अधिकतम कल्याण

किसी भी वस्तु की कीमत उसकी मांग और पूर्ति पर निर्भर करती है। अब तक हम कई प्रकार के बाजार के बारे में पढ़ चुके हैं। पूर्णतया प्रतियोगिता बाजार में पैरेटो अनुकूलतम है । यह कहा जा सकता है कि प्रतियोगी बाजार में अधिकतम सामाजिक कल्याण की स्थिति पाई जाती है परन्तु परिस्थितियां ऐसी भी आ जाती है जिसमें की पूर्णतया प्रतियोगी बाजार में पैरेटो कुशलता की स्थिति को प्राप्त नहीं किया जा सकता । एकाधिकार में एक अत्यन्त महत्वपूर्ण त्रुटि पाई जाती है । इसके द्वारा उत्पादक साधनों को गलत ढंग से आबंटन कर दिया जाता है और इस प्रकार की प्रक्रिया के कारण अधिकतम सामाजिक कल्याण को प्राप्त नहीं किया जा सकता । पैरेटो अनुकूलतम के लिए एक अत्यन्त महत्वपूर्ण शर्त मानी जाती है कि किन्ही दो वस्तुओं के बीच समुदाय के रूपान्तरण की सीमांत दर (MRT) प्रत्येक उपभोक्ता के लिए इन वस्तुओं के बीच परिस्थापन की सीमांत दर (MRS) के बराबर होनी चाहिए । पैरेटो अनुकूलतम की यह शर्त उन प्रतियोगिता की स्थिति में पूरी होती है। पैरेटो अनुकूलतम की यह शर्त अपूर्ण प्रतियोगिता के किसी भी बाजार में पूर्ण नहीं होती है। एकाधिकार द्वारा साधनों का अनुकूलतम आबंटन नहीं किया जा सकता और अधिक बाधा उत्पन्न करता है। सामाजिक कल्याण को प्राप्त करने के लिए इसका एक मुख्य कारण यह भी है कि एकाधिकार द्वारा वस्तु की कीमत को उत्पादन की सीमांत लागत के बराबर नहीं रखा जाता । उसके द्वारा सीमांत लागत से अधिक कीमत ली जाती है। इस स्थिति को एक उदाहरण द्वारा भी समझा जा सकता है कि यदि 2 वस्तुएं हैं A और B हैं और A का उत्पादन एकाधिकार की स्थिति के अन्तर्गत किया जाता है और B का उत्पादन पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति के अन्तर्गत किया जाता है जैसा की हमने माना है कि A वस्तु का उत्पादन एकाधिकार के अन्तर्गत किया जाता है, इसलिए A वस्तु की कीमत A वस्तु की आने वाली सीमांत लागत (MC_A) से अधिक होगी । अतः यह $P_A > MC_A$ होगी और हमने माना था कि B वस्तु का उत्पादन पूर्ण प्रतियोगिता के अन्तर्गत किया गया है। इसलिए B वस्तु की कीमत उसकी सीमांत लागत के बराबर होगी । अर्थात् $P_B = MC_B$ । अतः इससे यह निष्कर्ष निकलता है कि :

$$\frac{MC_A}{MC_B} < \frac{P_A}{P_B}$$

किन्ही भी दो वस्तुओं की सीमांत लागतों का अनुपात उनके बीच रूपान्तरण की सीमांत दर को दिखाता है। अतः इसको इस प्रकार भी लिख सकते हैं। -

$$MRT_A < \frac{P_A}{P_B} \dots\dots\dots (1)$$

उपभोक्ता द्वारा दो वस्तुओं के बीच अपनी प्रतिस्थापन सीमांत दर को दो वस्तुओं की कीमतों के अनुपात के बराबर किया जाता है एक संतुलन की स्थिति में रहने के लिए इसका एक मुख्य कारण यह है कि प्रत्येक व्यक्तिगत उपभोक्ता द्वारा वस्तुओं की कीमत को दिया हुआ तथा स्थिर मान लिया जाता है। इस प्रकार उपभोक्ता के लिए

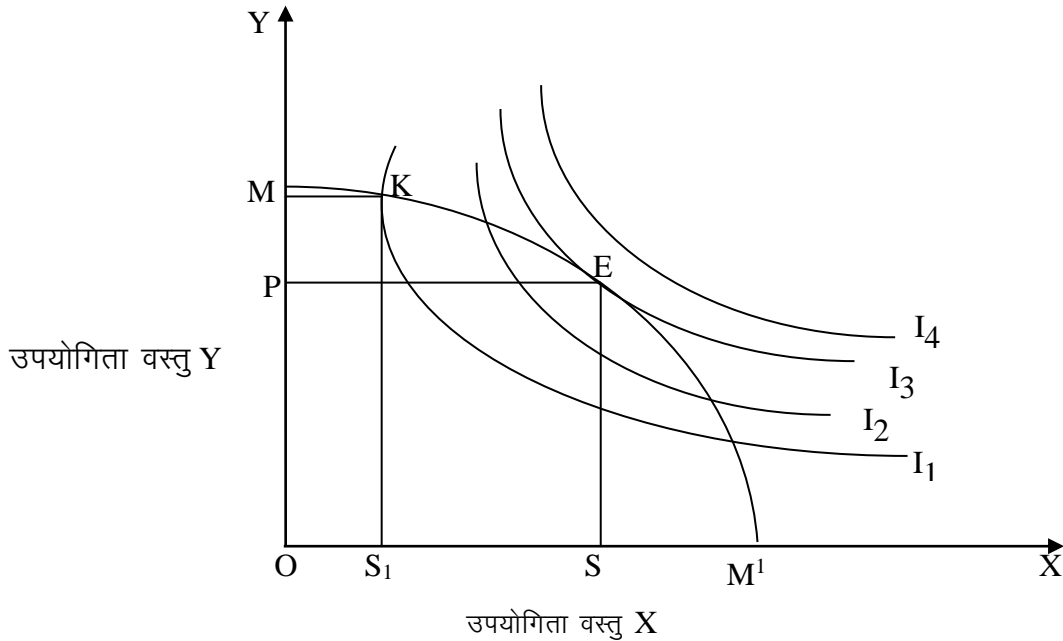
$$MRSX_A = \frac{P_A}{P_B} \dots\dots\dots (2)$$

ऊपर दी हुई समीकरण (1) और (2) से यह निष्कर्ष निकाला जाता है कि Y वस्तु के उत्पादन में एकाधिकार की दशाओं के लिए :

$$MRT_{XY} < MRS_{XY} \quad \text{or} \quad MRS_{XY} < MRT_{XY}$$

इसका चित्र भी स्पष्ट किया जा सकता है कि किस प्रकार एकाधिकार द्वारा कल्याण में हानि होती है तथा संसाधनों का किस प्रकार से गलत आवंटन किया जाता है। चित्र द्वारा स्पष्टीकरण इस प्रकार है।

चित्र - 4.5



चित्र में OX -अक्ष पर उपयोगिता वस्तु X तथा OY अक्ष पर उपयोगिता वस्तु Y को दिखाया गया है। MM^1 समुदाय का रूपांतरण वक्र है तथा I_1, I_2, I_3 तथा I_4 समुदाय का अनधिमान वक्र है। E बिन्दु सन्तुलन की स्थिति को बताता है। इस बिन्दु पर दो वस्तुओं के बीच समुदाय के रूपांतरण की सीमान्त दर उसके परिस्थापन की सीमांत दर के बराबर होती है। अतः E बिन्दु अधिकतम सामाजिक कल्याण की स्थिति को बताता है। इस बिन्दु पर OX उपयोगी वस्तु X का तथा OP उपयोगी वस्तु Y का उत्पादन होता है। यह स्थिति पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में होती है। यदि एकाधिकार की स्थिति की व्याख्या की जाये तो E बिन्दु अप्राप्य बन जाता है। इस स्थिति में K बिन्दु पर सामाजिक कल्याण की स्थिति प्राप्त होगी।

4.8 बाजार विफलता

वास्तव में वे सभी मान्यताएं नहीं पाई जाती जिन पर पैरेटो इष्टतम की दशाएं आधारित हैं। पैरेटो इष्टतम कई बार अप्राप्य बन जाता है जब पूर्ण प्रतियोगिता में कई प्रकार की बाधाएं आ जाती हैं। बाजार विफलता से अभिप्राय उन सभी परिस्थितियों से है जिनके अन्तर्गत बाजार संसाधनों को कुशलता से आवंटन करने में विफल हो जाता है। ऐसे कई स्थितियां उत्पन्न हो जाती हैं जिनके द्वारा कुशलता से आवंटन नहीं किया जाता और बाजार विफलता प्राप्त होती है। इन स्थितियों में निम्न को शामिल किया जाता है। 1. एकाधिकार, इस स्थिति में दो वस्तुओं के बीच स्थानापन्न की सीमान्त दर तथा रूपांतरण की सीमान्त दर आपस में बराबर नहीं होते और इसके कारण बाजार विफलता प्राप्त होती है। 2. सार्वजनिक वस्तुएं, बाजार विफलता का एक अत्यन्त महत्वपूर्ण स्रोत सार्वजनिक वस्तुएं भी हैं। 3. बहिर्भाव, बहिर्भाव का उपयोग तथा उत्पादन में पाए जाने पर भी बाजार विफलता की प्राप्ति होती है।

सार्वजनिक वस्तुएं और बहिर्भाव होने के कारण बाजार विफलता की व्याख्या इस प्रकार है

1. सार्वजनिक वस्तुएं

बाजार विफलता का एक अत्यन्त महत्वपूर्ण स्रोत सार्वजनिक वस्तुएं भी है ।

यह आवश्यक नहीं है कि सार्वजनिक वस्तुएं सार्वजनिक क्षेत्र द्वारा ही उत्पादित की जाए । सार्वजनिक वस्तुएं कुछ विशेष प्रकार के लक्षण होने के कारण ही सार्वजनिक कहलाती है। कुछ वस्तुओं की प्रकृति इस प्रकार की होती है कि प्रकृति ही आर्थिक कुशलता प्राप्त करने के लिए मुक्त बाजारों को विफल कर देती है। उपभोग में गैर प्रतिद्वन्द्वी तथा गैर – अपवर्जी प्रकृति होने के कारण ये वस्तुएं सार्वजनिक वस्तुएं कहलाती है । उपभोग में गैर – प्रतिद्वन्द्वी तथा गैर – अपवर्ती प्रकृति की व्याख्या इस प्रकार है:

(A) उपभोग में गैर – प्रतिद्वन्द्विता

प्रतिद्वन्द्विता से अभिप्राय है कि जब एक व्यक्ति द्वारा एक इकाई का उपभोग कर लिया जाता है तो दूसरे व्यक्ति द्वारा उसी इकाई का उपभोग सम्भव नहीं है अर्थात् वह उपभोग नहीं कर सकता । इसे हम एक उदाहरण द्वारा भी समझा सकते हैं। यदि मुकेश द्वारा एक केला का उपभोग किया जाता है तो उसी केला का उपभोग नवीन द्वारा नहीं किया जा सकता । निःसंदेह नवीन द्वारा बाजार से अन्य कीमत देकर केला को अपने उपभोग के लिए प्राप्त किया जा सकता है। अतः कहा जा सकता है कि प्रतिद्वन्द्वी वस्तुएं, सार्वजनिक वस्तुएं नहीं हो सकती है। वे निजी वस्तुएं होती है। दूसरी तरह गैर – प्रतिद्वन्द्वी वस्तुएं वे होती है जिनका एक व्यक्ति द्वारा उपभोग करने पर दूसरे व्यक्ति को उस वस्तु का उपभोग करने के लिए वंचित नहीं किया जा सकता । उदाहरण के लिए यदि हम पार्क, दूरदर्शन, बाढ़ नियंत्रण परियोजना, प्रदूषण नियंत्रण परियोजना का सभी लाभ उठा सकते हैं। एक द्वारा उपभोग करने पर दूसरे को वंचित नहीं किया जा सकता ।

(B) गैर – अपवर्जिता

सार्वजनिक वस्तु का एक अन्य लक्षण गैर – अपवर्जिता का भी है। गैर – अपवर्जिता से अभिप्राय है कि वस्तुओं के उपभोग करने के लिए रोकने से उन लोगों को बहुत ही असंभव है जिनके द्वारा भुगतान नहीं किया जाता है। कुछ वस्तुएं ऐसी होती है जिनके उपभोग करने से रोका जा सकता है। जैसे – चप्पले, केला, कमीज आदि। जबकि कुछ ऐसी है जिनका उपभोग करने से नहीं रोका जा सकता जैसे – राष्ट्रीय सुरक्षा, समुद्र में प्रकाश ग्रह आदि ।

2. बहिर्भाव

बाजार विफलता का मुख्य कारण उपभोग तथा उत्पादन में बहिर्भावों का

पाया जाना भी कठिन है। बाधता द्वारा पैरेटो अनुकूलतम को प्राप्त करने में बाधा उत्पन्न करती है। बाधता से अभिप्राय है कि एक आर्थिक इकाई के दूसरे पर लाभदायक और हानिकारक प्रभावों से है। एक आर्थिक इकाई में एक उपभोक्ता, एक फर्म तथा एक उद्योग को शामिल किया जाता है। एक उपभोक्ता या फर्म द्वारा दूसरों को जो लाभ प्राप्त होते हैं उनको बाहरी मितव्ययताएं कहा जाता है जबकि एक उपभोक्ता, या फर्म द्वारा दूसरों को जो भी हानि प्राप्त होती है उसको बाहरी अमितव्ययताएं कहा जाता है। अन्य शब्दों में कहा जा सकता है कि एक आर्थिक इकाई द्वारा किसी अन्य के लिए ऐसा लाभ दिया जाता है जिसके लिए लाभकर्ता द्वारा कोई भुगतान नहीं किया जाता है और यह बाहरी मितव्ययता कहलाती है जबकि एक आर्थिक इकाई द्वारा किसी अन्य के लिए ऐसी हानि उत्पन्न कर दी जाती है जिसके लिए हानि होने वाले व्यक्ति को कोई भुगतान भी नहीं किया जाता तो यह बाहरी अमितव्ययताएं कहलाती है । ये बाहरी मितव्ययताएं और अमितव्ययताएं उत्पादन तथा उपभोग दोनों में होती है। जब

फर्म द्वारा उत्पादन के पैमाने में विस्तार किया जाता है तो यह भी मितव्ययता ही है। इसी तरह उपभोग में भी बाह्य मितव्ययताएं तब उत्पन्न होती हैं जबकि एक व्यक्ति का उपभोग दूसरों पर लाभदायक प्रभाव डालता है।

4.8.1 बाजार विफलता को ठीक करने के उपाय

अनेक अर्थशास्त्रियों द्वारा बाजार विफलता को ठीक करने के कई प्रकार के सुझाव दिए गए हैं। कुछ मुख्य सुझाव इस प्रकार हैं।

1. एकाधिकारी शक्ति पर नियंत्रण करके

एकाधिकारी शक्ति पर सरकार द्वारा प्रतिबंध लगा कर नियंत्रण किया जा सकता है। इनका मुख्य उद्देश्य कीमत विभेदीकरण को रोकना तथा कीमतों के प्रतियोगी कीमतों को बराबर निश्चित करना है। सरकार द्वारा एकाधिकारी कीमत को कीमत नियंत्रण और कर लगा कर प्रतियोगी स्तर से नीचे लाया जा सकता है। सरकार द्वारा कीमत की एक ऊपरी सीमा निर्धारित की जा सकती है।

2. घटती लागत की समस्या

बाजार विफलता की मुख्य समस्या का कारण घटती लागत या पैमाने के बढ़ते प्रतिफल भी है। कुछ अर्थशास्त्रियों द्वारा माना गया है कि जो उद्योग घटती लागतों के मध्य कार्य करते हैं उन उद्योगों को राष्ट्रीयकृत कर देना चाहिए। इस प्रकार की क्रिया से उत्पादन होता है। कई अर्थशास्त्रियों द्वारा इस प्रकार की प्रक्रिया को अस्वीकार भी किया गया।

3. सार्वजनिक वस्तुएं

सार्वजनिक वस्तुओं को गैर – अपवर्जिता तथा गैर – प्रतिद्वन्द्वी वस्तुएं माना जाती हैं। स्वतंत्र बाजार में सार्वजनिक वस्तुओं को निजी वस्तुओं की तरह नहीं बेचा जाता है। सरकार द्वारा कुछ इस प्रकार के तरीके अपनाए जा सकते हैं जिसके कारण वस्तुओं की जो भी लागते आती हैं उनको जनता में आराम से बांटा जा सकता है। सरकार द्वारा गैर – अपवर्जिता, गैर प्रतिद्वन्द्वी तथा मुफ्त सवार पर ध्यान देकर बाजार विफलता से बचा जा सकता है।

4. बहिर्भाव

पीगू द्वारा सामाजिक नियंत्रण उपाय और करो एवं सब्सिडियों के प्रयोग करने का सुझाव बहिर्भाव होने के बाद भी इष्टतम उत्पादन प्राप्त करने के लिए दिया गया। बहिर्भाव की स्थिति होने पर साधनों का वितरण ठीक प्रकार नहीं होता। जिस कारण उपभोग या उत्पादन पैरेटो के इष्टतम स्तर तक नहीं पहुंच जाता। यह इस तरह से कम पाया जाता है। बहिर्भाव को बाह्य मितव्ययताएं तथा अमितव्ययताएं भी कहा जाता है। इनके होने पर सामाजिक लाभ और निजी लाभों में सामाजिक विचलन पाया जाता है। इन विचलनों के पाए जाने के कारण पैरेटो इष्टतमता की स्थिति को पूर्ण प्रतियोगिता में प्राप्त नहीं किया जा सकता। अतः कहा जा सकता है कि बहिर्भाव के कारण भी बाजार विफलता उत्पन्न होती है।

5. अपूर्ण सूचना का मिलना

जब वस्तुओं तथा कीमतों के बारे में उत्पादकों द्वारा ठीक प्रकार से सूचना नहीं दी जाती है तो बाजार विफलता उत्पन्न होती है। उत्पादकों द्वारा वस्तुओं तथा कीमतों के बारे में ठीक – ठीक सूचना प्रदान करके बाजार विफलता को रोका जा सकता है। अतः अपूर्ण सूचना के मिलने पर भी बाजार विफलता की स्थिति बन जाती है।

4.9 सारांश

अर्थशास्त्र के मुख्य रूप से दो पहलू हैं। वास्तविक और आदर्शात्मक । इस इकाई में हमने अर्थशास्त्र के आदर्शात्मक पहलू की बात की है। आदर्शात्मक अर्थशास्त्र में हम नीतिगत पक्ष की व्याख्या करते हैं। अर्थशास्त्र का आदर्शात्मक पहलू कल्याणकारी अर्थशास्त्र का आधार होता है। कल्याणकारी अर्थशास्त्र का विचार प्रो० बैन्थम ने उपयोगितावाद के नाम से दिया था परन्तु यह कल्याणकारी अर्थशास्त्र के नाम से नहीं जाना जाता था । प्रो० मार्शल, पीगू, कैल्डोर, हिक्स, सिटोवस्की, पैरेटो, सैमुएल्सन, बर्गसन, लिटिल, ऐरो आदि अर्थशास्त्रियों ने कल्याणकारी अर्थशास्त्र के विकास में अपना योगदान दिया है। कल्याणकारी अर्थशास्त्र नीतियों को निर्धारित करने का मापदण्ड बताता है। सिटोवस्की ने बताया कि कल्याणकारी अर्थशास्त्र आर्थिक सिद्धान्त का वह भाग है जो मुख्यतया नीति से सम्बन्धित है।

4.10 मुख्य शब्दावली

कल्याण अर्थशास्त्र – सामान्य आर्थिक सिद्धान्त का वह भाग जिसके द्वारा वैकल्पिक सामाजिक स्थितियों के सामाजिक औचित्य का मूल्यांकन किया जाता है। वह कल्याण अर्थशास्त्र कहलाता है।

व्यक्तिगत कल्याण – एक व्यक्ति की सन्तुष्टि व्यक्तिगत कल्याण कहलाती है।

सामाजिक कल्याण – यह समाज में सभी व्यक्तियों की सन्तुष्टियों का कुल योग है।

पैरेटो इष्टतम मापदण्ड – यह वह स्थिति है जिसमें किसी एक व्यक्ति को श्रेष्ठतम किसी दूसरे व्यक्ति को हीनतर बनाकर नहीं कर सकते ।

दूसरा सर्वोत्तम सिद्धान्त – दूसरा सर्वोत्तम सिद्धान्त से अभिप्राय है कि जब यदि किसी प्रकार की कोई अड़चने आ जाती है जिनके कारण पैरेटो इष्टतम की एक या एक से अधिक प्रथम कोटि की दशाएं पूरी नहीं हो पाती है तो पैरेटों की जो अन्य दशाएं हैं उनको पूरा करने की कोई आवश्यकता नहीं है।

ऐरो की असम्भावना प्रमेय – ऐरो द्वारा माना गया है कि सामाजिक कल्याण फलन का निर्माण करने के लिए व्यक्तिगत अधिमानों से सामाजिक अधिमानों की ओर नहीं बढ़ा जा सकता ।

क्षतिपूर्ति कसौटी – जब किसी भी प्रकार का कोई नीति परिवर्तन होता है तो कुछ को लाभ तथा कुछ को हानि होती है परन्तु यदि लाभ प्राप्त करने वाले व्यक्ति यदि हानि उठाने वाले व्यक्तियों की क्षतिपूर्ति करने के बाद अपने लिए शुद्ध लाभ प्राप्त कर लेते हैं तो इस प्रकार का परिवर्तन सामाजिक कल्याण को बढ़ाएगा ।

सार्वजनिक वस्तुएं – सार्वजनिक वस्तुएं वे वस्तुएं कहलाती हैं जो उपभोग में गैर – प्रतिद्वंद्वी तथा गैर – अपवर्ती प्रकृति की होती हैं।

उपभोग में गैर – प्रतिद्वंद्वी – जब एक व्यक्ति द्वारा एक इकाई का उपभोग कर लिया जाता है तो दूसरे व्यक्ति द्वारा उस इकाई का उपभोग सम्भव नहीं है।

गैर अपवर्जिता – गैर अपवर्जिता से अभिप्राय है कि वस्तुओं के उपभोग करने के लिए रोकने से उन लोगों को बहुत ही असंभव है। जिनके द्वारा भुगतान नहीं किया जाता है।

बहिर्भाव – बहिर्भाव से अभिप्राय है कि एक आर्थिक इकाई के दूसरे पर लाभदायक और हानिकारक प्रभावों से है।

4.11 अपनी प्रगृति जानिए के प्रश्न

1. कल्याण मापदण्ड सबसे पहले द्वारा दिया गया ।
2. विनिमय में कुशलता के लिए पूर्ण प्रतियोगिता में आवश्यक शर्त है ।
3. उत्पादन में कुशलता के लिए पूर्ण प्रतियोगिता में आवश्यक शर्त है ।
4. 1939 में क्षतिपूर्ति भुगतानों पर आधारित कल्याण मापदण्ड तथाद्वारा दिया गया ।
5. द्वारा सामाजिक कल्याण फलन दिया गया
6. सामाजिक चयन के लिए आवश्यक शर्तें द्वारा दी गई ।
7. बहिर्भाव बाहरी और दोनो को बताता है ।
8. द्वितीय सर्वक्षेप का सिद्धान्त तथा द्वारा दिया गया ।
9. सार्वजनिक वस्तुएं उपभोग में तथा के कारण कही जाती है ।

4.12 अपनी प्रगृति जानिए के उत्तर

1. विल्फ्रेडा पैरेटो
2. $MRS_{XY}^A = MRS_{XY}^B$
3. $MRTS_{LK}^X = MRTS_{XY}^Y$
4. काल्डर, हिक्स
5. बर्गसन – सम्युलसन
6. ऐरो
7. बचतो और अबचतों
8. लिप्सी और लंकास्टर
9. गैर – अपवर्जिता तथा गैर – प्रतिद्विदिता

4.13 अभ्यास हेतु प्रश्न

लघु – स्तरीय प्रश्न

1. सामाजिक कल्याण से क्या अभिप्राय है ?
2. पैरेटो इष्टतम मापदण्ड क्या है ?
3. सामाजिक कल्याण फलन से क्या अभिप्राय है ?
4. सार्वजनिक वस्तु क्या है ?
5. गैर – प्रतिद्विदिता से आप क्या जानते है ?
6. गैर – अपवर्जिता क्या है ?
7. बाधता से क्या अभिप्राय है ?

दीर्घ – उत्तरीय प्रश्न

1. सामाजिक कल्याण की विस्तार से व्याख्या करे ?
2. इष्टतम की सभी आवश्यक शर्तों की व्याख्या कीजिए ?
3. बर्गसन – सैम्युअलसन सामाजिक कल्याण फलन से आप क्या समझते हैं ?
4. दूसरा सर्वोत्तम सिद्धान्त पैरेटो इष्टतम से कैसे भिन्न है ?
5. काल्डोर – हिक्स क्षतिपूर्ति सिद्धान्त की आलाचनात्मक व्याख्या करे ?
6. बाजार विफलता से क्या अभिप्राय है ? बाजार विफलता को कैसे ठीक किया जा सकता है ?

4.14 आप ये भी पढ़ सकते हैं एवम् सन्दर्भ सूची ।

- Ahuja, H.L. (2016). Advance Economic Theory (6th Edition) New Delhi : S.Chand & Company Pvt. Ltd., Hindi medium.
- Hingan, M.L.(2004). Micro Economics (2nd Edition), New Delhi : Vrinda Publication Pvt. Ltd. (Hindi medium).
- Singh, S.P. (2013). Micro Economics (2nd edition), New Delhi : S Chand & company Pvt. Ltd., Hindi Medium.
- Verma, K.N. (2014). Micro Economic Theory (2nd edition). Jalandhar, Punjab : Vishal Publishing Co., Hindi Medium.
- Dwivedi, D.N. (2006). Micro-economics Theory & Appliation (1st Edition). New Delhi : Pearson Educatin in South Asia.
- Koutsoyiannis, A. (1975). Modern Micro-economics (2nd edition). Landon : Macmillan Publishers Ltd.