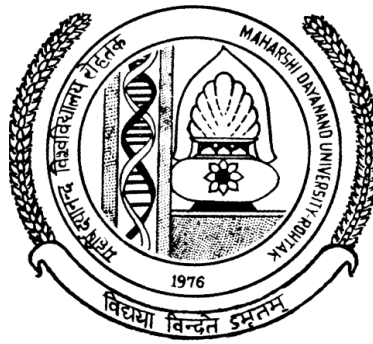


Bachelor of Commerce (DDE)

Semester – II

Paper Code – BM2002-II

BUSINESS ECONOMICS – II
व्यावसायिक 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. Preeti Sharma*

Copyright © 2002, 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

विषय सूची

अध्याय 1	बाजार संरचना.....	1-35
अध्याय 2	एकाधिकारी प्रतियोगिता.....	36-55
अध्याय 3	कीमतों के साधन-I	56-83
अध्याय 4	कीमतों के साधन-II.....	84-101

☆☆☆

**B.Com (DDE) Second Semester
Business Economics-II
PAPER CODE: BM2002-II**

**Theory Paper Max Marks: 80
Internal marks: 20**

Time: 3 Hrs

Note: - The Examiner shall set nine questions in all covering the whole syllabus. Question No.1 will be compulsory covering all the units and shall carry 8 small questions of 2 marks each. The rest of the eight questions will be set from all the four units. The examiner will set two questions from each unit out of which the candidate shall attempt four questions selecting one question from each unit. All the questions shall carry 16 marks each.

Unit-I

Market Structures: Market Structures and business decisions; Objectives of a business firm. **Perfect Competition:** Profit maximization and equilibrium of firm and industry; Short-run and long run supply curves; Price and output determination; Practical applications. **Monopoly:** Determination of price under monopoly; Equilibrium of a firm; Comparison between perfect competition and monopoly; Multi-plant monopoly; Price discrimination. Practical applications.

Unit-II

Monopolistic Competition: Meaning and characteristics; Price and output determination under monopolistic competition; Product differentiations; Selling costs; Comparison with perfect competition; Excess capacity under monopolistic competition. **Oligopoly:** Characteristics, indeterminate pricing and output; Classical models of oligopoly; Price leadership; Collusive oligopoly; kinked demand curve.

Unit-III

Factor Pricing-I: Marginal productivity theory and demand for factors; Nature of supply of factor inputs; Determination of wage rates under perfect competition and monopoly; Exploitation of labor; Rent-concept; Ricardian and modern theories of rent; Quasi rent.

Unit-IV

Factor Pricing-II: Interests-concept and theories of interest; Profit-nature, concepts, and theories of profit.

Suggested Readings:

1. Dr. Raj Kumar, Prof. Kuldeep Gupta, Business Economics, UDH Publishing and Distributors P(Ltd.), New Delhi.
2. R.K Lekhi, Business Economics, Kalyani Publishers.
3. V.G.Mankar, Business Economics, Himalaya Publishing House.
4. H.L.Ahuja, Business Economics, S. Chand and Company Ltd.

इकाई – 1

बाजार संरचनाएं: बाजार संरचनाएं और व्यापार निर्णय एक व्यावसायिक फर्म के उद्देश्य।
परफेक्ट कॉम्पीटिशन: फर्म और उद्योग का अधिकतम लाभ और संतुलनय शॉर्ट-रन और लंबे समय तक आपूर्ति घटता है, कीमत और आउटपुट निर्धारणय व्यावहारिक अनुप्रयोग।
एकाधिकार: एकाधिकार के तहत मूल्य का निर्धारणय एक फर्म का संतुलनय सही प्रतिस्पर्धा के एकाधिकार के बीच तुलनाय बहु-संयंत्र एकाधिकारय मूल्य भेदभाव। व्यवहारिक अनुप्रयोग।

इस इकाई को पढ़ने के बाद छात्र

1. बाजार संरचनाओं की अवधारणा को समझेंगे
2. विभिन्न प्रकार की बाजार संरचनाओं से परिचित होंगे
3. समझेंगे कि पूर्ण और एकाधिकार बाजार प्रतियोगिता के तहत कैसे संतुलन का फैसला किया जाता है।

Unit-I

बाजार संरचना

(MARKET STRUCTURES)

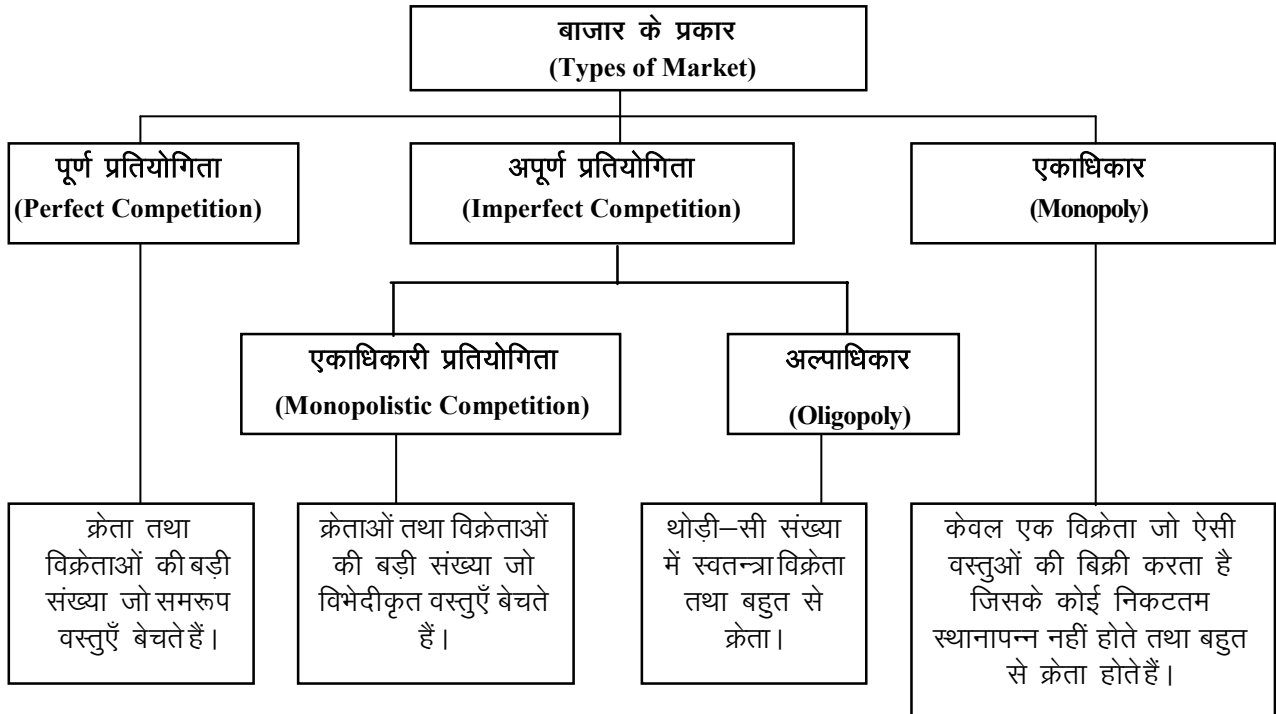
बाजार क्या है? (What is Market)

अर्थशास्त्र में बाजार शब्द का प्रयोग, आम बोलचाल की भाषा की तुलना में, विशेष अर्थों में किया जाता है। आम बोलचाल की भाषा में, बाजार शब्द का प्रयोग किसी उस विशेष स्थान के लिए किया जाता है, जहाँ किसी वस्तु के क्रेता वह विक्रेता आपस में मिलते हैं तथा वस्तु का क्रय-विक्रय करते हैं, अर्थशास्त्र में बाजार शब्द से अभिप्राय किसी विशेष स्थान से नहीं बल्कि एक ऐसे क्षेत्र से है जहाँ किसी वस्तु की सारे बाजार में एक ही कीमत प्रचलित होने की प्रवृत्ति पाई जाती है। क्रेता तथा विक्रेता को आपस में सम्पर्क करने के लिए स्वयं मिलना आवश्यक नहीं। वे टेलीफोन, तार पत्र व एजेण्ट द्वारा भी सम्पर्क स्थापित कर सकते हैं।

बाजार संरचना के प्रमुख प्रकार (Main Forms of Market Structure)

प्रतियोगिता के आधार पर बाजार को निम्नलिखित भागों में बाँटा जा सकता है: (1) पूर्ण प्रतियोगी, (2) एकाधिकारी, (3) अपूर्ण प्रतियोगी, (4) द्वैधिकार, (5) अल्पाधिकार।

बाजार संगठन के विभिन्न प्रकार नीचे बने चित्र में दिए गए हैं: चित्र 5.1



चित्र 5.1

कुछ आधारभूत व्यावसायिक निर्णय (Some Basic Business Decisions)

विभिन्न बाजार संरचनाओं में एक व्यापारी को अनेक प्रकार के व्यावसायिक निर्णय लेने पड़ते हैं। विभिन्न व्यावसायिक निर्णय निम्नलिखित हैं :

- (1) किन वस्तुओं तथा सेवाओं का उत्पादन किया जाए?
- (2) उत्पादन तथा साधन तकनीक क्या अपनाई जाए?
- (3) कितना उत्पादन किया जाना चाहिए और किस कीमत पर बेचा जाना चाहिए? (4) साज-सज्जा (Equipment) को कब बदला जाना चाहिए।
- (5) नए प्लांटों का आकार तथा तिथि-स्थान क्या होना चाहिए?
- (6) उपलब्ध पूँजी का बँटवारा कैसे किया जाना चाहिए?
- (7) लागत को कैसे पूँजी का बँटवारा कैसा किया जाना चाहिए?
- (8) बिक्री को अधिकतम करने के लिए क्या रणनीति अपनाई जानी चाहिए।
- (9) लागत नियन्त्रण, कीमत नियन्त्रण, कोटि नियन्त्रण (Quality Control), माल सूची नियन्त्रण आदि के लिए क्या रणनीति होनी चाहिए?
- (10) बाजार में माँग की प्रकृति तथा मात्रा के निर्धारण के लिए एवं बाजार सर्वेक्षण के लिए क्या रणनीति होनी चाहिए?
- (11) सरकार के साथ सम्बन्ध कैसे स्थापित किए जाएँ?
- (12) व्यवसाय को चलाने के लिए तथा विभिन्न आर्थिक निर्णय लेने के लिए दक्ष परामर्श (Expert Advice) कैसे ली जानी चाहिए?

भूमिका (Introduction)

व्यावसायिक फर्म से अभिप्राय उस इकाई से है जो वस्तुओं तथा सेवाओं का उत्पादन करती है। फर्म के अन्तर्गत उन सभी उद्यमों को शामिल किया जाता है जो वस्तुओं तथा सेवाओं का उत्पादन करते हैं। फर्म एक एकल स्वामित्व संगठन, सांझेदारी या निगम हो सकती है। एक व्यावसायिक फर्म के उद्देश्य से सम्बन्ध में अर्थशास्त्रियों में मतभेद पाया जाता है।

परम्परागत अर्थशास्त्रियों के अनुसार फर्म का उद्देश्य केवल अपने लाभ को अधिकतम करना है। परन्तु आधुनिक अर्थशास्त्रियों के अनुसार संयुक्त पूँजी कम्पनियों के वर्तमान युग में जहाँ शेयर धारक (Shareholder) तथा मैनेजर के हितों तथा कार्यों का स्पष्ट विभाजन हो गया है। फर्म के कई वैकल्पिक उद्देश्य (Alternative goals or objectives) हो सकते हैं। फर्म के मुख्य वैकल्पिक उद्देश्य निम्नलिखित हो सकते हैं:

- (1) लाभ अधिकतम करना (Profit Maximisation)
- (2) आय या बिक्री अधिकतम करना (Revenue or Sales Maximisation)
- (3) सन्तुष्टि का अधिकतम करना (Satisfaction Maximisation)
- (4) सुरक्षित लाभ (Security Profits)
- (5) विकास को अधिकतम करना (Growth Maximisation)

(6) मैनेजर की उपयोगिता को अधिकतम करना (Utility Maximisation or Managerial Discretion)

(7) सन्तोषप्रद सिद्धान्त (Satisficing Theory)

(8) सिरट और मार्च का व्यवहार सम्बन्धी सिद्धान्त (Cyrt and March's Behavioural Theory)

लाभ अधिकतम करना (Profit Maximisation)

परम्परागत अर्थशास्त्रियों (Traditional Economists) के अनुसार एक फर्म का मुख्य उद्देश्य अपने लाभ को अधिकतम करना है। लाभ का अनुमान कुल आय में से कुल लागत को घटा कर लगाया जा सकता है। $(T=TP-TC)$ । यह एक आधिक्य है जो उद्यमी को उत्पादन के सभी साधनों को उनकी सेवाओं का भुगतान करने के बाद बचती है। इसमें उद्यमी की अपनी सेवाओं के लिए किए जाने वाले भुगतान अर्थात् सामान्य लाभ को भी शामिल कर लिया जाता है। अतएव एक फर्म को सामान्य लाभ से अधिक जो आय प्राप्त होती है वह अति-सामान्य लाभ (Supernormal Profit) है। फर्म का लक्ष्य इसी अतिसामान्य लाभ (Supernormal Profit) को अधिकतम करना है।

1. लाभ अधिकतम करने की दशायें (Conditions of Profit Maximisation)

एक फर्म के लाभ का अनुपात के एक निश्चित स्तर की बिक्री से प्राप्त कुल आय (TR) तथा उसकी कुल उत्पादन (TC) के अन्तर द्वारा लगाया जाता है। अर्थात्

$$\pi = TR - TC$$

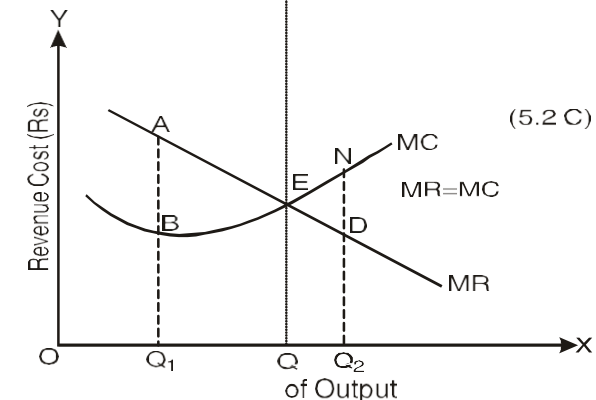
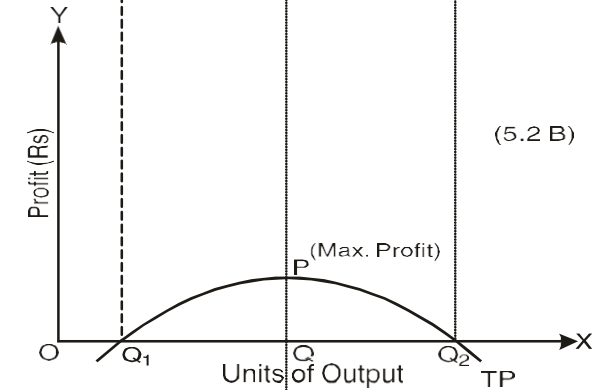
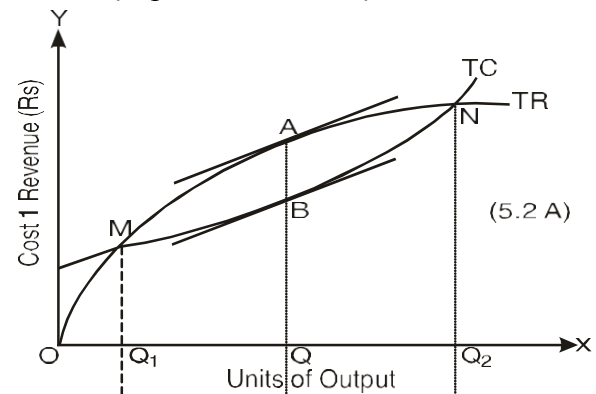
(यहाँ π =लाभय TR=कुल आयय TC=कुल लागत।)

एक फर्म को अपने लाभ अधिकतम करने के लिए किसी वस्तु की उस मात्रा का उत्पादन करना चाहिए जिस पर निम्नलिखित दो शर्तें पूरी होती हैं।

- (1) सीमान्त आय (MR) = सीमान्त लागत (MC)
- (2) सीमान्त आय वक्र का ढलान सीमान्त लागत वक्र के ढलान से कम है अर्थात् सीमान्त लागत वक्र सीमान्त आय वक्र को नीचे से काटती हो।

निकलसन के शब्दों में, "आर्थिक लाभ अधिकतम करने के लिए एक फर्म उस मात्रा का उत्पादन करती है जिस पर सीमान्त आय (MR) सीमान्त लागत (MC) बराबर होती है अर्थात् $MR=MC$ तथा सीमान्त लाभ कम हो रहे होते हैं।"

(In order to maximise profit a firm should choose the output for which marginal revenue is equal to marginal cost and marginal profit must be decreasing of the optimal level of output. - Nicholson)



एक फर्म के अधिकतम लाभ को रेखाचित्र 1 (A) (B) तथा 100 (C) द्वारा प्रकट किया जा सकता है। चित्र 1 (A) तथा 1 (C) में OY अक्ष पर आय तथा लागत को प्रकट किया गया है। 1 (B) में OY अक्ष पर कुल लाभ प्रकट किए गए हैं। OX अक्ष पर वस्तु की मात्रा को प्रकट किया गया है। 14.1 चित्र 1 (A) में TC कुल लागत वक्र तथा TRI कुल आय वक्र है। कुल आय वक्र तथा कुल लागत वक्र का अन्तर उत्पादन के उस स्तर पर अधिकतम होगा जिस पर इन दोनों वक्रों का ढलान बराबर होगा। इनका ढलान ज्ञात करने के लिए इन पर दो सामान्तर स्पर्शीय रेखाएँ (Tangents) खींची गई हैं। इनका ढलान बिन्दु A तथा B पर इन दोनों वक्रों का अधिकतम अन्तर ज्ञात करने के लिए इन पर, दो स्पीय रेखाएँ (Tangents) खींची गई हैं। जिन बिन्दुओं पर स्पर्शीय रेखाएँ समानान्तर होती हैं जिस पर उनका ढलान बराबर होता है। उनका अन्तर अधिकतम होता है। इस रेखाचित्र से ज्ञात होता है कि बिन्दु A तथा बिन्दु B पर स्पीय रेखाओं का ढलान बराबर है इसलिए AB अधिकतम अन्तर होगा जो अधिकतम लाभ को प्रकट कर रहा है। यह ध्यान रखना चाहिए।

जहाँ स्पर्शीय रेखाएँ इन्हें छू रही हैं बराबर हैं। अतएव OQ उत्पादन की मात्रा पर कुल आय वक्र तथा कुल लागत वक्र का अन्तर AB अधिकतम है अर्थात् फर्म को अधिकतम लाभ AB प्राप्त हो रहे हैं। इसके विपरीत उत्पादन की OQ₁ मात्रा तथा OQ₂ मात्रा पर कुल आय तथा कुल लागत बराबर है। अतएव फर्म को कोई लाभ प्राप्त नहीं होंगे।

(2) रेखाचित्र 1 (B) में कुल लाभ वक्र को प्रकट किया गया है। इस वक्र द्वारा ज्ञात होता है कि उत्पादन की क्व मात्रा पर TP वक्र अपने उच्चतम बिन्दु E पर होगी, अर्थात् OQ मात्रा पर फर्म को Units of Output अधिकतम लाभ प्राप्त हो रहे हैं।

(3) चित्र 3 (C) से ज्ञात होता है कि वस्तु की क्व मात्रा पर सीमान्त आगम वक्र तथा सीमान्त लागत वक्र एक दूसरे को बिन्दु E पर काट रहे हैं अर्थात् वस्तु की क्वमात्रा पर सीमान्त आय तथा सीमान्त लागत (MR=MC) बराबर है। इसीलिए OX मात्रा पर फर्म को अधिकतम लाभ प्राप्त होगी। उत्पादन की फमात्रा से कम किसी भी अन्य मात्रा क्व, की सीमान्त आय AQ सीमान्त लागत BQ₁ से अधिक है (MR>MC)। इससे प्रकट होता है कि फर्म OQ₁ मात्रा से जितना उत्पादन अधिक करती जाएगी उसके लाभ बढ़ते जाएँगे। इसके विपरीत उत्पादन की क्व मात्रा से अधिक किसी भी अन्य मात्रा जैसे OQ, की सीमान्त लागत छफ, सीमान्त आय क्व, से अधिक (MC>MR) है। इससे प्रकट होता है कि फर्म OQ मात्रा से अधिक उत्पादन क्व, करने पर फर्म को क्व की हानि उठानी पड़ेगी। इसलिए फर्म OQ मात्रा के उत्पादन द्वारा ही अधिकतम लाभ प्राप्त करेगी।

संक्षेप में, परम्परावादी सिद्धान्त के अनुसार फर्म अधिकतम लाभ प्राप्त करने के लिए वस्तु की क्व मात्रा का उत्पादन करेगी। इसकी कुल लागत टफ होगी तथा कुल आय AQ होगी। इस प्रकार फर्म को AB=(QP) अधिकतम लाभ प्राप्त होगी। अधिकतम लाभ की स्थिति में सीमान्त आय तथा सीमान्त लागत बराबर होंगे तथा सीमान्त लागत वक्र सीमान्त आय वक्र को नीचे से काटेगी।

लाभ अधिकतम करने के लक्ष्य के पक्ष में तर्क

(Arguments in favour of Profit Maximisation Goal)

लाभ अधिकतम करने के लक्ष्य के पक्ष में निम्नलिखित तर्क दिये जा सकते हैं:

(1) सबसे मजबूत प्रयोजन (Strongest Motive) : एक फर्म के व्यवहार का सबसे मजबूत दृढ़ (Persistent) तथा सार्वभौमिक (Universal) प्रयोजन लाभ प्राप्त होता है। यह ठीक है फर्म अन्य लक्ष्यों की प्राप्ति के लिए भी उत्पादन कर सकती है परन्तु फर्म के व्यवहार पर उन वैकल्पिक लक्ष्यों का एक तो प्रभाव बहुत कम पड़ता है। दूसरे

उनका अध्ययन फर्म के अध्ययन को अधिक जटिल बना देगा। इसलिए यह उचित है कि फर्म का लक्ष्य अधिकतम लाभ करना हो।

(2) फर्म के अस्तित्व के लिए आवश्यक (Essential for the Survival of the firm) : प्रतियोगिता के वातावरण में फर्मों को जीवित रहने के लिए यह आवश्यक है कि वे अधिकतम लाभ प्राप्त करने का प्रयत्न करें। फर्मों को यह पता होता है कि केवल वे ही फर्म दूसरों की प्रतियोगिता में जीवित रह सकती हैं जो मजबूत होती है अर्थात् जिनके लाभ अधिक (Survival of the Fittest) होने हैं। अतएव फर्मों को अपना उत्पादन जारी रखने के लिए अधिकतम लाभ को प्राप्त करना आवश्यक हो जाता है।

(3) सही भविष्यकथन (Accurate Prediction) : फ्रीडमन के अनुसार, किसी सिद्धान्त की जाँच उसकी मान्यताओं पर आधारित भविष्यकथनों की सत्यता पर निर्भर करती है। लाभ अधिकतम करने के लिये आधार पर फर्म के उत्पादन सम्बन्धी जो भविष्यकथन किए गए हैं वे सामान्यतया सही साबित हुए हैं। इसलिए लाभ अधिकतम करने के लक्ष्य को सन्तोषजनक माना जाना चाहिए।

(4) तथ्यों पर आधारित (Empirical) : लाभ अधिक करने का लक्ष्य तथ्यों पर आधारित लक्ष्य है। कई अर्थशास्त्रियों जैसे मैकलप (Machlup) रीडर (Reader) आदि ने कई फर्मों का अध्ययन करके यह सिद्ध किया है कि क उद्यमी उत्पादन की मात्रा निर्धारित करते समय सीमान्त आय तथा सीमान्त लागत को बराबर करने का प्रयत्न करता है अर्थात् अधिकतम लाभ प्राप्त करने के लिए प्रयत्नशील रहता है।

(5) फर्मों के समूह व्यवहार की उचित व्याख्या (Proper Explanation of the behaviour of groups of firms) : लाभ अधिकतम करने की मान्यता फर्मों के समूहों के व्यवहार की सामान्य जानकारी प्राप्त करने तथा उसकी व्याख्या करने की एक लाभदायक विधि है। व्यक्ति आर्थिक सिद्धान्त (उपबतवमबवदवउपब जीमवतल) केवल किसी विशेष फर्म के व्यवहार का अध्ययन नहीं है बल्कि यह बाजार की शक्तियों में होने वाले परिवर्तनों के कीमतों तथा उत्पादन की मात्राओं पर पड़ने वाले प्रभावों की व्याख्या तथा उनसे सम्बन्धित भविष्यकथन का अध्ययन है। इसके लिए लाभ अधिकतम करने के लक्ष्य की विशेष उपयोगिता है।

थाम्पसन तथा फार्मबी के अनुसार, "लाभ अधिकतम करने का लक्ष्य निम्नलिखित स्थितियों के लिए विशेष रूप से सुविधाजनक है (1) फर्मों की संख्या काफी अधिक है तथा व्यक्तिगत फर्म के लिए कोई भविष्यकथन नहीं किया जाना है। (2) प्रतियोगिता काफी अधिक है। (3) स्थितियों में होने वाले विशेष परिवर्तनों के कीमतों, उत्पादों, आगतों (Input) पर पड़ने वाले सामान्य प्रभावों की व्याख्या की जानी हो।"

(The goal of profit maximisation is suitable in those situations where (1) Large number of firms are involved and nothing has to be predicted about the behaviour of individual firms; (2) Competitive forces are relatively intense; (3) the general effects of a specified change in condition upon prices, outputs and resource inputs are to be explained and predicted. — Thompson and Formbay).

लाभ अधिकतम करने के लक्ष्य के विपक्ष में तर्क या आलोचना

(Arguments against Profit Maximisation or Criticisms)

कई अर्थशास्त्रियों जैसे एन्थोनी (Anthony) चैम्बरलिन (Chamberlain) तथा गैलब्रेथ (Galbraith) आदि ने लाभ अधिकतम करने के लक्ष्य के विपक्ष में निम्नलिखित तर्क दिए हैं या निम्नलिखित आलोचनायें की हैं :

(1) **अनिश्चितता (Uncertainty)** : आलोचकों के अनुसार फर्म अनिश्चितता के कारण लाभ को अधिकतम नहीं कर पातीं। अनिश्चितता का मुख्य कारण फर्मों को बाजार की पूरी जानकारी नहीं होना है। फर्मों के लिए उत्पादन सम्बन्धी कई विकल्प होते हैं। परन्तु अपूर्ण जानकारी तथा अनिश्चितता के कारण उनके लिए यह तय

करना कठिन होता है कि कौन से विकल्प से अधिकतम लाभ प्राप्त हो सकता है। इसलिए अधिकतम लाभ के लक्ष्य की कोई वास्तविकता नहीं रह जाती।

(2) संयुक्त पूँजी कम्पनियों का लक्ष्य अलग हो सकता है (**The goal of joint Stock companies may be different**) : संयुक्त पूँजी कम्पनियों में शेयर धारकों (Share holders) तथा मैनेजरो के हित अलग-अलग हो सकते हैं। मैनेजरो का लक्ष्य लाभ अधिकतम करने के स्थान पर बिक्री अधिकतम करना या उत्पादन को अधिकतम करना हो सकता है। संयुक्त पूँजी कम्पनियों का वास्तविक संचालन मैनेजरो द्वारा किया जाता है। शेयर धारकों को अपने निवेश पर सन्तोषजनक लाभ मिलते रहे तो वे मैनेजरो के कार्य में हस्तक्षेप नहीं करते। मैनेजरो का हित कम्पनी के विकास तथा अपनी बढ़ती हुई तनखाह में होता है। इसीलिए वे अधिकतम लाभ के स्थान पर अन्य लक्ष्यों की प्राप्ति के लिए प्रयत्नशील होते हैं। थाम्पसन तथा फार्मबी के अनुसार, "बड़े निगमों को प्रबन्ध तथा स्वामित्व के अलग-अलग होने के कारण मैनेजरो का इस बात का अधिकार प्राप्त हो जाता है कि वे लाभ अधिकतम करने के लक्ष्य के अतिरिक्त किसी अन्य लक्ष्य को प्राप्त करना चाहिए। (In the large corporation the separation of control from the ownership gives managers the discretion and pursue goals other than maximum profit)

(3) अवास्तविक मान्यताएँ (**Unrealistic Assumption**) : अधिकतम लाभ प्राप्त करने का लक्ष्य उस मान्यता पर आधारित है कि फर्म सीमान्त लागत तथा सीमान्त आय की गणना कर सकती है। वे वस्तु की मात्रा का उत्पादन करती हैं जिस पर सीमान्त लागत तथा सीमान्त आय बराबर होती हैं। परन्तु वास्तव में फर्म उत्पादन सम्बन्धी निर्णय लेते समय सीमान्त लागत (MC) तथा सीमान्त आय (MR) की गणना नहीं करती। हाल तथा हिच (Hall and Hitch) ने 32 महत्वपूर्ण उद्यमकर्ताओं का इन्टरव्यू करने के बाद यह निष्कर्ष निकाला कि उन्हें सीमान्त लागत तथा सीमान्त आय का कोई ज्ञान नहीं होता। इसलिए वे कभी भी अपने उत्पादन की सीमान्त लागत को सीमान्त आय के बराबर करने का प्रयत्न नहीं करते। हाकिन्स ने लाभ अधिकतम करने के लक्ष्य की आलोचना करते हुए कहा है कि इस कथन का कि सभी फर्मों का लाभ अधिकतम करने के अतिरिक्त और कोई लक्ष्य नहीं है उसी प्रकार कोई तार्किक आधिक्य नहीं है जिस तरह इस कथन का कि सभी विद्यार्थियों को परीक्षा में अधिकतम अंक प्राप्त करने चाहिए चाहे वे उसके लिए सही या गलत तरीका अपनाएँ। (To argue that all firms aim to do nothing else but maximise profits has own better basis in logic or intuition than to argue that all students aim only and maximise examination makes by foul or fair means-Hawkins)

(4) अव्यावहारिक (**Impractical**) : आलोचकों के अनुसार प्रत्येक फर्म को व्यावहारिक रूप से कई कार्य करने पड़ते हैं जिनके फलस्वरूप लाभ अधिकतम करने का लक्ष्य अव्यावहारिक हो जाता है। इस प्रकार के कार्यों में राजनैतिक दलों को चन्दा देना, मजदूरों से कम काम लेना, मालिकों का पूर्ण रूप से कुशल न होना, हिसाब-किताब (Account) की पूर्ण जानकारी न होना आदि शामिल होते हैं। इसके फलस्वरूप जैसा कि हिक्स ने कहा है फर्म लाभ अधिकतम करने के लिए पर्याप्त मेहनत करने के स्थान पर शान्तजीवन (Quiet Life) व्यतीत करना पसन्द करते हैं।

(5) अल्पाधिकार में सम्भव नहीं है (Not Possible in Oligopoly) : आधुनिक युग में अल्पाधिकार की प्रवृत्ति बढ़ती जा रही है। इस प्रकार के बाजार में कुछ थोड़ी-सी फर्म वस्तु का उत्पादन करती हैं। अल्पाधिकार में यह संभव है कि बड़ी फर्म जो कीमत तय कर लेती है बाकी फर्म उसी पर अपना उत्पादन बेचे अल्पाधिकार की स्थिति में फर्मों का लक्ष्य लाभ को अधिकतम करने के स्थान पर अपने को जीवित रखना होता है।

(6) माँग की जानकारी का अभाव (Lack of the Knowledge of Demand) : स्टोनियर तथा हेग के अनुसार फर्मों को सीमान्त लागत का ज्ञान तो हो सकता है परन्तु उन्हें सीमान्त आय (MR) का पूर्ण ज्ञान नहीं हो

पाता। इसका कारण यह है कि फर्मों के लिए माँग का पूर्ण रूप से सही अनुमान नहीं लगाना सम्भव नहीं होता। लागत के साथ-साथ माँग के अनुमान के बिना फर्म अपने लाभ को अधिकतम नहीं कर सकतीं।

(7) उपयुक्त लक्ष्य नहीं है (Not a Proper Goal) : फर्मों के लिए कई कारणों से लाभ अधिकतम करने का लक्ष्य उपयुक्त लक्ष्य नहीं होता। लाभ अधिकतम करने के लक्ष्य के उपयुक्त नहीं होने के कारण हैं जैसे (1) उद्योग में नई फर्मों के प्रवेश का डर, (2) मजदूर संगठनों द्वारा अधिक मजदूरी तथा बोनस की माँग करने का डर, (3) लाभ के सम्बन्ध में निरन्तर चिन्तित बना रहना आदि।

संक्षेप में, लाभ अधिकतम करने का लक्ष्य एक कठिन तथा अवास्तविक लक्ष्य है।

बिक्री अधिकतम करने का लक्ष्य

(Revenue Maximisation Goal)

प्रो. बामोल ने अपनी पुस्तक 'Business Behaviour] Value and Growth' में बिक्री अधिकतम करने के सिद्धान्त का प्रतिपादन किया है। एक फर्म का मुख्य उद्देश्य बिक्री (रुपय) को अधिकतम करना होता है। बिक्री से उनका अभिप्राय वस्तु को बेचने से प्राप्त कुल आय (Total Revenue) से है। इसलिए इस उद्देश्य को बिक्री अधिकतम लक्ष्य (Sale Maximisation Goal) भी कहते हैं। इस सिद्धान्त के अनुसार, जब फर्म लाभ के एक सर्वमान्य स्तर को प्राप्त कर लेती हैं तो उनका उद्देश्य लाभ को अधिकतम करने के स्थान पर बिक्री का अधिकतम करना हो जाता है। (One profits reach acceptable levels, the goal of the firms become maximisation of sales revenue and rather than maximisation of profits)

परिभाषा

(Definition)

बामोल के अनुसार, "बिक्री अधिकतम लक्ष्य के अनुसार फर्मों के मैनेजर लाभ के एक सन्तोषजनक स्तर को प्राप्त करने के बाद अपनी बिक्री को अधिकतम करने का प्रयत्न करते हैं।" (The Sales maximisation goal says that managers of firms seek and maximise their sales revenue subject to the constraint of earning a satisfactory profits- Baumoul) उपरोक्त परिभाषा से ज्ञात होता है कि जब फर्मों के लाभ इतने हो जाते हैं कि वे अपने हिस्सेदारों को सन्तुष्ट रख सकें तो प्रबन्धकों का प्रयत्न लाभों को अधिकतम करने के स्थान पर बिक्री से आय को अधिकतम करना होता है। इस सिद्धान्त का अध्ययन करते समय यह ध्यान रखना चाहिए कि फर्म लाभ को एकदम भुला नहीं देती हैं। वे लाभ के एक सामान्य स्तर को अवश्य प्राप्त करना चाहती हैं परन्तु जब एक बार लाभ के सामान्य स्तर को प्राप्त कर लिया जाता है तो उनका लक्ष्य लाभ के स्थान पर बिक्री को अधिकतम करना हो जाता है।

बिक्री अधिकतम करने की शर्तें

(Condition of Revenue or Sales Maximisation)

एक फर्म अपने उत्पादन की बिक्री से प्राप्त कुल आय (Total Revenue) को अधिकतम करने के लिए उस वस्तु का उस मात्रा में उत्पादन करती है जिस पर उसकी सीमान्त आय (Marginal Revenue) शून्य हो जाती है। इसका अभिप्राय यह हुआ कि यदि फर्म उस मात्रा से जिस पर सीमान्त आय शून्य हो गई है अधिक उत्पादन करेगी तो उसकी कुल आय कम हो जाएगी। अधिकतम कुल आय के लक्ष्य की रेखाचित्र 2 की सहायता से व्याख्या की जा सकती है :

चित्र में OX अक्ष पर वस्तु की मात्रा तथा OY अक्ष पर आय लागत तथा लाभ को प्रकट किया गया है। PN वक्र सीमान्त आय (MR) वक्र है तथा PD वक्र औसत आय (AR) वक्र है। चित्र 2। में TR कुल वक्र, TC कुल लागत वक्र तथा TP कुल लाभ वक्र है। PP रेखा न्यूनतम लाभ को प्रकट कर रही है।

फर्म अपनी आय (Revenue) को अधिकतम करने के लिए OQ मात्रा का उत्पादन करेगी क्योंकि OQ मात्रा पर सीमान्त आय जैसा कि चित्र 3 (B) में बिन्दु N से ज्ञात हो रहा है शून्य है। परन्तु OQ मात्रा पर फर्म को न्यूनतम लाभ से कम लाभ मिलेंगे। यदि फर्म व्क मात्रा से अधिक उत्पादन करेगी तो सीमान्त आय ऋणात्मक हो – जाएगी तथा कुल आय कम हो जाएगी तथा चित्र 3 (A) से ज्ञात हो रहा है कि कुल आय AQ अधिकतम है।

(ii) चित्र 3A से यह ज्ञात हो रहा है कि यदि फर्म KQ_1 न्यूनतम लाभ प्राप्त करना चाहती है तो वह QQ_1 मात्रा का उत्पादन करेगी। फर्म को BQ_1 आय (Revenue) प्राप्त होती है जो अधिकतम आय से कम होगी। उत्पादन के इस स्तर पर फर्म को K_2Q_2 लाभ प्राप्त होंगे।

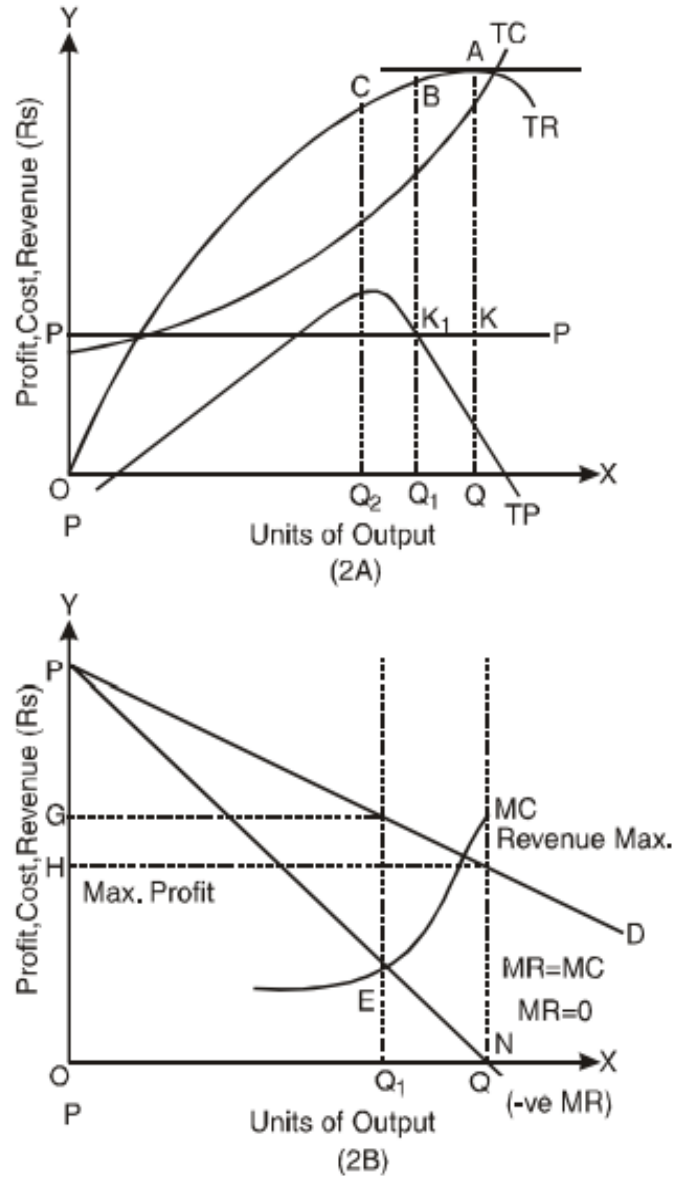
(3) यदि फर्म का उद्देश्य लाभ अधिकतम करना है तो वह OQ_2 मात्रा का उत्पादन करेगी जिस पर सीमान्त आय (MR) तथा सीमान्त लागत (MC) बराबर होगी। अतएव इस स्थिति में फर्म की कुल आय CQ_2 होती जो अधिकतम आय AQ से काफी कम होगी। अतएव चित्र 2 से यह स्पष्ट हो जाता है कि आय अधिकतम करने वाली फर्म लाभ अधिकतम करने वाली फर्मों की तुलना में अधिक मात्रा का उत्पादन करेगी। परन्तु उसमें लाभ कम होंगे क्योंकि उसकी सीमान्त आय सीमान्त लागत (MC) से कम ($MR < MC$) है।

यह ध्यान रखना चाहिए कि फर्म के कुल आय न्यूनतम लाभ की मात्रा पर निर्भर करेगी यदि न्यूनतम लाभ की मात्रा KQ है तो फर्म को अधिकतम आय प्राप्त हो सकेगी परन्तु यदि न्यूनतम लाभ K_1Q_1 है तो फर्म को अधिकतम से कुछ कम आय प्राप्त होगी।

बिक्री अधिकतम करने के लक्ष्य के पक्ष में तर्क

(Arguments in Favour of Maximisation of Sales Goal)

बिक्री अधिकतम करने के लक्ष्य के पक्ष में निम्नलिखित तर्क दिये जा सकते हैं :



चित्र 5.3

(1) **अधिक वास्तविक (More Realistic)** : बिक्री अधिकतम करने का लक्ष्य एक अधिक वास्तविक लक्ष्य है। वास्तव में फर्म लाभ अधिकतम करने के स्थान पर बिक्री को अधिकतम करने को अधिक महत्त्व देती हैं। इसका कारण यह है सामान्यता एक फर्म की सफलता का अनुमान उसकी कुल बिक्री से लगाया जाता है। फर्गुसन तथा क्रोस के अनुसार, फर्म के उद्देश्यों के सम्बन्ध में "प्रतिपादित किये गए विभिन्न विकल्पों में से बामोल द्वारा प्रतिपादित विकल्प का एक बड़ा लाभ है—यह वास्तविक तथा विश्वसनीयता की दिशा में पुराने मॉडलों में सुधार करता है तथा साथ ही सामान्य सैद्धान्तिक विश्लेषण को सम्भव बनाता है।" (Among the various alternatives advanced Baumol's thesis has great advantage & it raises the other models in the direction of reality and plausibility while still permitting a rather general theoretical analysis — Ferguson and Cross)

(2) **अधिक व्यावहारिक (More Practical)** : बामोल द्वारा प्रतिपादित आय अधिकतम करने का सिद्धान्त अधिक व्यावहारिक है। इसका कारण यह है कि बिक्री अधिकतम करने के उद्देश्य के फलस्वरूप उत्पादन अधिक होता है तथा कीमत कम होती है। इसके फलस्वरूप उपभोक्ता के कल्याण में अधिक वृद्धि होती है। वे भी फर्मों के इस उद्देश्य का अधिक समर्थन करते हैं।

(3) **अधिक ऋण प्राप्ति (More Availability of Loans)** : वित्तीय संस्थाएँ किसी फर्म को ऋण देते समय मुख्य रूप से उसकी बिक्री को ध्यान में रखती हैं। जिस फर्म की बिक्री अधिक होती है उसे ऋण मिलने की सम्भावना होती है।

(4) **बाजार में मजबूत स्थिति (Strong Position in the Market)** : किसी फर्म की बिक्री का अधिकतम होना बाजार में उसकी मजबूत स्थिति का प्रतीक है। एक फर्म की बिक्री उस स्थिति में ही अधिक होती जब उपभोक्ता उस फर्म के उत्पादन को स्वीकार कर ले फर्म की प्रतियोगी शक्ति अधिक हो जाए तथा फर्म का विकास हो रहा हो। एक फर्म के लिए ये सभी स्थितियाँ उसकी प्रगति की प्रतीक हैं।

(5) **प्रबन्धकों के लिए अधिक हितकारक (More Advantageous to the Managers)** : एक फर्म की बिक्री का अधिकतम होना उसके मैनेजर्स के अधिक हित में है। इसके फलस्वरूप बाजार में उनकी साख बढ़ती है। बिक्री का अधिकतम होना मैनेजर्स की योग्यता का प्रतीक माना जाता है। इसका उनके वेतन पर अनुकूल प्रभाव पड़ता है। वे फर्म के कर्मचारियों को भी अधिक वेतन देने की स्थिति में होते हैं। इसके फलस्वरूप उनके कर्मचारियों से अच्छे सम्बन्ध बने रहते हैं। इसलिए फर्म के मैनेजर इस बात के लिए प्रयत्नशील रहते हैं कि लाभ के एक सामान्य स्तर को प्राप्त करने के बाद वे फर्म की बिक्री को अधिकतम करें।

आलोचनाएँ (Criticisms)

बामोल के सिद्धान्त आलोचनाएँ निम्नलिखित हैं :

(1) **लाभ सम्बन्धी बाधा (Profit Constraint)** : बामोल का बिक्री अधिकतम करने का लक्ष्य लाभ की न्यूनतम मात्रा पर निर्भर करता है। परन्तु वास्तव में यह तय करना कठिन होता है कि लाभ की न्यूनतम मात्रा कितनी होनी चाहिए। लाभ की न्यूनतम मात्रा में परिवर्तन होने पर बिक्री के अधिकतम स्तर में भी परिवर्तन हो जाएगा। इसलिए इस सिद्धान्त द्वारा निर्णय लेने में अनिश्चितता बनी रहेगी।

(2) **अवास्तविक मान्यताएँ (Unrealistic Assumptions)** : आलोचकों के अनुसार बिक्री अधिकतम करने के लक्ष्य की कई मान्यताएँ जैसे कीमत का स्थिर रहना आदि अवास्तविक हैं।

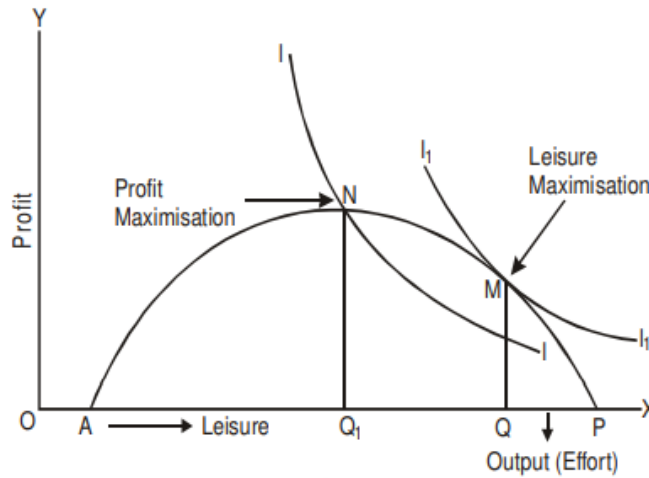
(3) **सीमित क्षेत्र (Limited Scope)** : बिक्री अधिकतम करने का लक्ष्य संयुक्त पूँजी कम्पनियों के लिए तो उचित हो सकता है। परन्तु एकल स्वामित्व वाली फर्म (Single Entrepreneurship Firms) तथा साझेदारी फर्मों के

लिए यह एक उपयुक्त लक्ष्य नहीं है। ये फर्म बिक्री के स्थान पर लाभ अधिकतम करने के लक्ष्य को प्राप्त करना अधिक पसन्द करती हैं। इसलिए इस धारणा का क्षेत्र सीमित है।

सन्तुष्टि का अधिकतमकरण

(Maximisation of Satisfaction)

प्रो. सिटोवस्की (Scitovsky) के अनुसार एक फर्म का मुख्य उद्देश्य सन्तुष्टि को अधिकतम करना है। एक उद्यमी भी लाभों की लागत (अर्थात् लाभ कम या मिलने पर भी) सन्तुष्टि को अधिकतम करना चाहता है। यही कारण है कि लाभ के एक स्तर के बाद उद्यमी की मनोवृत्ति यह रहती है कि वह लाभ की तुलना में आराम को अधिक तरजीह (Preference) दे। एक उद्यमी की आय में जैसे-जैसे वृद्धि होती है वह वस्तु के उत्पादन करने में जो प्रयास या मेहनत करता है वह उसकी बजाए अधिक आराम (Leisure) करे। सन्तुष्टि के अधिकतमकरण के उद्देश्य को निम्नलिखित रेखाचित्र नं. 3 की सहायता से स्पष्ट किया जा सकता है :



चित्र 5.4

चित्र 5.4 ऊपर रेखाचित्र में, लाभों को OY-अक्षांस और आराम तथा प्रयास (उत्पाद) को OX -अक्षांस पर दिखाया गया है। AP शुद्ध लाभ वक्र है। कुल आय और कुल लागत का अन्तर शुद्ध लाभ है। इस रेखाचित्र में प्रयासों या उत्पादन को बिन्दु P से 0 की ओर मापा गया है। अधिक प्रयासों का अभिप्राय कम आराम और प्रयासों का अर्थ अधिक आराम है। आराम (स्मपेनतम) को OX-अक्षांस पर 0 से P की ओर मापा गया है। II तथा IT दो तटस्थता वक्र हैं। ये दोनों उद्यमी के सन्तुष्टि स्तर को व्यक्त कर रही है जो उसके लाभों तथा आराम के संयोग को बतला रही हैं। उद्यमी की सन्तुष्टि उत्पादन के OQ स्तर पर अधिकतम होगी जहाँ तटस्थता वक्र शुद्ध लाभ वक्र AP को छू रही है। उपरोक्त चित्र से यह स्पष्ट हो जाता है कि बिन्दु M पर तटस्थता वक्र शुद्ध लाभ का स्पर्श बिन्दु है। अतएव M बिन्दु पर उद्यमी को अधिक सन्तुष्टि प्राप्त होगी। अधिक सन्तुष्टि के M बिन्दु पर उद्यमी उत्पादन की PQ मात्रा का उत्पादन करेगा। उपरोक्त रेखाचित्र यह प्रकट करता है कि उद्यमी N बिन्दु पर अधिकतम लाभ प्राप्त करेगा जो शुद्ध लाभ वक्र AP का अधिकतम बिन्दु है। अधिकतम लाभ पर उत्पादन का स्तर PQ होगा। अन्य शब्दों में लाभ के OM स्तर पर, उद्यमी अपनी सन्तुष्टि को अधिकतम करता है क्योंकि वह अधिक आराम प्राप्त करता है जो उस वक्र, से अधिक है जो वह लाभ अधिकतमकरण (OQ₁) में प्राप्त करता है।

आलोचना (Criticism)

सन्तुष्टि के अधिकतम करने के उद्देश्य की निम्नलिखित आलोचनाएँ हैं :

- (1) **अवास्तविक (Unrealistic)** : आलोचकों का यह मत है कि उद्यमियों का काम करने का निर्णय उनके द्वारा कमाए जाने वाले लाभ से स्वतन्त्र है, अवास्तविक है। सच बात यह है कि फर्म कमाए जाने वाले लाभ को कुशलता तथा सफलता का एक सूचक मानती है। लाभ की राशि को ही फर्म की कुशल कार्यप्रणाली का सूचक माना जाता है। अतएव यह कहना अवास्तविक होगा कि कोई फर्म लाभ अधिकतमीकरण की तुलना में सन्तुष्टि अधिकतमीकरण को अधिक पसन्द करेगी।
- (2) **सन्तुष्टि एक अस्पष्ट शब्द (Satisfaction on Ambiguous Term)** : सन्तुष्टि शब्द की न तो सही शब्दों में परिभाषा दी जा सकती है और न ही इसे सही रूप से मापा जा सकता है। यह कहना कि कोई फर्म अपनी सन्तुष्टि को अधिकतम करती है, एक सामान्य कथन है और इसे मापा नहीं जा सकता।

सुरक्षित लाभ

(Security Profits)

प्रो. रोथसचाइल्ड (Rothschild) का कहना है कि किसी फर्म का उद्देश्य सुरक्षित लाभ प्राप्त करना होता है। फर्म अधिकतम लाभ से नहीं बल्कि सरक्षित लाभ से प्रेरित होती है। इसका तात्पर्य यह है कि कोई भी फर्म अपनी कीमत तथा उत्पादन नीति का निर्धारण करते समय, किसी निश्चित समय अथवा एक समय अवधि में यह उद्देश्य ध्यान में नहीं रखता कि उसे अपने लाभ को अधिकतम करना है बल्कि वह यह बात ध्यान में रखती है कि वह किसी प्रकार एक लम्बी समयावधि तक लाभ का स्थिर प्रवाह प्राप्त कर सकती है। अन्य शब्दों में, फर्म की इच्छा अधिकतम लाभ नहीं बल्कि सुरक्षित लाभ प्राप्त करने की है। रोथसचाइल्ड के शब्दों में, “एक अन्य उद्देश्य जिसे आसानी से खारिज नहीं किया जा सकता और जो अधिकतम लाभ की भाँति सम्भवतः समान महत्त्व वाला है, वह है सुरक्षित लाभ प्राप्त करने की इच्छा।” (There is another motive which can not be so lightly dismissed and which is probably of a similar order of magnitude as desire for maximum profit, the desire for secure profits — Rothschild) रोथसचाइल्ड का विचार है कि अधिकतम लाभ का उद्देश्य पूर्ण प्रतियोगिता, एकाधिकारी प्रतियोगिता तथा एकाधिकार की दशाओं में एक उपयुक्त मान्यता है। पूर्ण प्रतियोगिता या एकाधिकारी प्रतियोगिता में फर्मों की संख्या इतनी अधिक होती है कि किसी भी निजी फर्म को सुरक्षित लाभों का सामना नहीं करना पड़ता। परन्तु एकाधिकार की अवस्था में प्रतियोगिता के विरुद्ध, एकाधिकार की स्थिति होने से, सुरक्षित लाभ सुनिश्चित करना पड़ता है। रोथसचाइल्ड का कहना है कि अल्पाधिकार की अवस्था में फर्म का उद्देश्य लाभ अधिकतम करना नहीं होता, उसे तो वर्तमान फर्मों में अपनी स्थिति को सुरक्षित बनाए रखना होता है। एक अल्पाधिकारी फर्म का एक मुख्य उद्देश्य अपने आपको दीर्घकाल तक व्यावसायिक कार्य करते रहना होता है। अपनी सुरक्षा बढ़ाने की इच्छा अल्पाधिकारी फर्म को एक स्थिति प्राप्त करने के संघर्ष की ओर ले जाती है और उस उपयुक्त कीमत के तह करने का आग्रह करती है जिससे फर्म को सुरक्षित प्राप्त हो सकें। असल में रोथसचाइल्ड की परिकल्पना (Hypothesis) लाभ अधिकतम करने का ही एक रूप है।

विकास को अधिक करना (Growth Maximisation)

एक फर्म का विकास अधिकतमकरण, आधुनिक निगमों का, एक महत्त्वपूर्ण उद्देश्य स्वीकार किया गया है। इस सिद्धान्त को विकसित व समावेश करने का श्रेय श्रीमती पेनरोज (Mrs. Penrose) को जाता है। अपनी पुस्तक “The Theory of Growth of Firms” में उसने सुझाव दिया है कि आधुनिक प्रबन्धक, लाभ अधिकतमीकरण की तुलना में, विकास अधिकतमीकरण के उद्देश्य में अधिक रुचि रखते हैं। परन्तु एक क्रमबद्ध विकास अधिकतमीकरण सिद्धान्त का विकास श्री आर. टी. मारिस (R.T. Mariss) तथा बामोल (Baumol) ने किया है। इस सिद्धान्त के अनुसार विकास की दर तथा विकास के सम्भाव्य (Potentials of Growth) दो ऐसे माप यन्त्र हैं जो किसी फर्म की सफलता को मापने के लिए प्रयोग किए जाते हैं। एक फर्म के प्रबन्धक का उद्देश्य अपनी फर्म के विकास को

अधिकतम करना होता है। फर्म के विकास से अभिप्राय उसके आकार, उत्पादन तथा बिक्री में वृद्धि से है। फर्म, घरेलू तथा विश्व में नए बाजारों का विस्तार करके, अपने आकार को बढ़ा सकती है। यह नई वस्तुओं के निर्माण तथा बढ़ी हुई माँग के द्वारा सम्भव हो सकता है।

एस. के. सियो (S. K. Seo) के शब्दों में, परम्परागत (Conventional) लाभ अधिकतमीकरण मॉडल में फर्म बेशक उत्पादन के उस सन्तुलन स्तर को प्राप्त कर लेती है जो उसको अधिकतम लाभ दिलवाए, परन्तु उत्पादन तब तक स्थिर रहेगा जब तक लागत और माँग स्थिर (Constant) है। ऐसा कोई कारण नहीं है कि अधिक बिक्री के लिए फर्म उत्पादन का और अधिक विस्तार करे। वास्तव में, सम्भवतया माँग और लागत स्थिर नहीं रहते और फर्म विकास तो करना चाहती है ताकि उसे बिक्री अधिकतम करने के लिए प्रेरणा मिल सके।

किसी भी फर्म को अपना वित्त प्रबन्ध या तो आन्तरिक स्रोतों या बाजार से उधार लेकर या दोनों माध्यम से करना पड़ता है। विकास के लिए आन्तरिक वित्त प्रबन्ध (Internal Financing) उधार लिए जाने वाले कोषों से अधिक वांछनीय या उत्तम है। इसका मुख्य कारण यह है कि उधार ली गई राशि पर दिया जाने वाला ब्याज या उसकी किश्तों में भुगतानगी भावी विकास क्षमता के मार्ग में एक बाधा सिद्ध हो सकती है। परन्तु आन्तरिक वित्त कोष (Internal Funds) में वृद्धि लाभ अधिकतमीकरण द्वारा ही हो सकती है। अतएव विकास को अधिकतम करने का निर्णय आवश्यक रूप से लाभ के अधिकतम करने का निर्णय है। निगम को हथियाने या दूसरे के हाथों में जाने के डर से बचने के लिए प्रबन्धकों को उस विकास दर का चुनाव करना चाहिए जो बाजार मूल्य को अधिकतम कर दे और उस दर को भी अधिक कर दे जिस पर इसका कब्जा लेना अथवा ले लेना (Take Over) होना चाहिए।

आलोचना (Criticism)

विकास अधिकतमीकरण मॉडल की मुख्य आलोचनाएँ निम्नलिखित हैं :

(i) **अवास्तविक मान्यताएँ (Unrealistic Assumptions)** : लाभ अधिकतमीकरण का सिद्धान्त अति सरल मान्यताओं पर आधारित है। इसमें यह माना गया है कि साधन कीमतें तथा ब्याज की दर स्थिर रहते हैं। यह भी माना गया है कि आय तथा लागत अनुसूचियों में भी समय के अनुसार कोई परिवर्तन नहीं होता। परन्तु यह मान लेना अवास्तविक है कि मुख्य घटक जैसे लाभ, बिक्री और लागत में उसी दर में वृद्धि होगी।

(ii) **वित्त की बाधा (Constraint of Finance)** : यह सिद्धान्त वित्त की बाधा की अवहेलना करता है। सच बात तो यह है कि विकास के लक्ष्य को जारी रखने व प्राप्त करने के लिए वित्त आसानी से उपलब्ध नहीं हो सकता।

(iii) **अन्तर्निर्भरता की अवहेलना (Ignores Interdependence)** : यह सिद्धान्त अल्पाधिकारी अन्तर्निर्भरता की अवहेलना करता है। सिद्धान्त यह मान कर चलता है कि फर्म कीमतों के बारे में स्वतन्त्र निर्णय ले सकती है।

(iv) **एक उपयुक्त विकास दर को प्राप्त करने में कठिनाई (Difficulty in Arriving at an Appropriate Growth Rate)** : आलोचकों का यह विचार है कि उस विकास दर को प्राप्त करना कठिन है जो स्टॉक एक्सचेंज में फर्म की शेयरों के बाजार मूल्य को अधिकतम कर सके। उस दर को भी निर्धारित करना इतना आसान नहीं जिस पर कि फर्म को कब्जा लेना (जंम ब्अमत) सम्भव हो सके।

(v) **विकास की घटती-बढ़ती दरों की अवहेलना (Ignores Variable Rates of Growth)** : इस सिद्धान्त का यह मानना या विश्वास करना गलत है कि फर्म स्थिर दर पर विकास करती रहेगी। असल में फर्म एक समय में अधिक तेज गति से और दूसरे समय में धीमी या कम गति से विकास करने का निर्णय ले सकती है।

प्रबन्धकीय उपयोगिता का अधिकतम करना

(Maximisation of Management Utility)

प्रबन्धकीय उपयोगिता अधिकतमीकरण के सिद्धान्त का विकास बरले, मीनज, गैलब्रेथ या विलियमसन (Berle Means & Galbrath and Williamson) ने अलग-अलग ढंग से किया है। इस सिद्धान्त को प्रबन्धकीय विवेक सम्बन्धी सिद्धान्त (Managerial Discretion Theory) भी कहते हैं। यह सिद्धान्त इस मान्यता पर आधारित है कि शेयरहोल्डर या फर्म के स्वामी तथा प्रबन्धक दो अलग-अलग समूह हैं। स्वामी (Owners) या शेयरहोल्डर अधिक लाभांश (High Dividend) की अपेक्षा करते हैं और इसलिए उनकी रुचि लाभों को अधिकतम करने की है। दूसरी ओर प्रबन्धकों के लाभ अधिकतमीकरण के अतिरिक्त कुछ विभिन्न उद्देश्य हैं। प्रबन्धक जैसे ही लाभ के एक ऐसे रूप को प्राप्त कर लेते हैं जो शेयरहोल्डरों को एक सन्तोषजनक लाभांश प्रदान करा सके और फिर भी विकास बना रहे। इसके बाद प्रबन्धक अपनी आय (Emoluments) बढ़ाने तथा अपने स्टॉफ की संख्या में अधिक करने व उन पर होने वाले व्यय के सम्बन्ध में स्वतन्त्र है। विलियमसन के शब्दों में, “जहाँ तक पूँजी बाजार में दबाव और वस्तु बाजार में प्रतियोगिता अपूर्ण है, इसलिए प्रबन्धक अपने विवेक से लाभों के अलावा अन्य उद्देश्यों को प्राप्त करते हैं।” (To the extent that the pressure from the capital market and competition in the product market is imperfect, the manager, therefore, has discretion to pursue goals other than profits. — Williamson)

बरले तथा मीनज (Berle and Means) ने यह सुझाव दिया है कि “निगम प्रजातन्त्र का अभाव मालिकों या शेयरहोल्डरों के लिए निगम नीति में परिवर्तन के लिए बहुत कम या कोई भी शक्ति नहीं छोड़ पाता।” (Lack of corporate democracy leaves owners or shareholders with little or no power to change corporation policy)

विलियमसन (Williamson) के अनुसार प्रबन्धकीय उपयोगिता फलन को निम्न प्रकार से व्यक्त किया जा सकता है :

$$u=f(S, M, ID)$$

इसे पढ़ा जाएगा : प्रबन्धकीय उपयोगिता स्टॉफ पर अतिरिक्त व्यय, प्रबन्धकीय आय तथा विवेकाधीन निवेश का फलन है।

यहाँ (u = प्रबन्धकीय उपयोगिता, S = स्टॉफ पर अतिरिक्त व्यय, M = प्रबन्धकीय आय (Emoluments) तथा ID = विवेकाधीन निवेश (Discretionary Investment)।

प्रबन्धकीय उपयोगिता फलन, फर्म के लाभों की तुलना में प्रबन्धकों की उपयोगिता को अधिकतम करता है। प्रबन्धक से उन नीतियों के अनुसरण करने की अपेक्षा की जाती है जो उसके उपयोगिता फलन के निम्न घटकों को अधिकतम करते हैं :

(i) स्टॉफ का विस्तार (Expansion of Staff) : प्रबन्धक अपने अधीन काम करने के स्टॉफ की कोटि (Quantity) तथा संख्या बढ़ाना पसन्द करेगा। इससे स्टॉफ को मिलने वाले वेतन में वृद्धि की जाएगी। अधिक स्टॉफ के होने से प्रबन्ध अधिक वेतन, अधिक सम्मान तथा अधिक सुरक्षा प्राप्त कर पाएगा।

(ii) प्रबन्धकीय आय में वृद्धि (Increase in Managerial Emoluments) : प्रबन्धकीय उपयोगिता प्रबन्धकीय आय पर भी निर्भर करती है। इसमें निम्नलिखित सुविधाएँ शामिल होती हैं: मनोरंजन भत्ता, विलासपूर्ण बढ़िया, ऑफिस, स्टॉफ कार, कम्पनी, टेलीफोन आदि। इस प्रकार का व्यय काफी सीमा तक प्रबन्ध के सम्मान, शक्ति तथा रुतबों का संकेत देता है।

(iii) निवेश की विवेकशील शक्ति (**Discretionary Power of Investment**) : प्रबन्धकीय उपयोगिता, प्रबन्धक के इस विवेक पर भी निर्भर करती है कि वह सामान्य प्रचालन (Operation) के अतिरिक्त कितना निवेश करता है। प्रबन्धक इस स्थिति में होता है कि विकसित टैक्नालिजी तथा आधुनिक प्लांटों में निवेश करे। हो सकता है कि किए जाने वाले ऐसे निवेश आर्थिक दृष्टिकोण से कुशल हो भी सकते हैं और नहीं भी। ये निवेश सामान्यतया प्रबन्धक की निजी सन्तुष्टि से सम्बन्धित होते हैं।

आलोचना (Criticism)

प्रबन्धकीय उपयोगिता फलन की आलोचना अधिकतम अर्थशास्त्रियों ने निम्नलिखित आधार पर की है :

(i) अस्पष्ट (Ambiguous) : प्रबन्धक के कार्य में मौद्रिक तथा गैर-मौद्रिक का मिला देना प्रबन्धकीय उपयोगिता फलन को अस्पष्ट बना देता है।

(ii) अधिक संगठनात्मक शिथिलता (More Organisational Slack) : उपयोगिता-अधिकतमीकरण प्रबन्ध के द्वारा प्रबन्धित फर्मों में स्टॉफ पर बहुत अधिक व्यय किया जाता है और लाभ-अधिकतमीकरण फर्मों की तुलना में यह संगठनात्मक शिथिलता को अधिक प्रदर्शित करता है।

(iii) गैर-मौद्रिक लाभों को कम महत्त्व (Less Weightage to Non & monetary Benefits): आलोचकों का यह मत है कि मुआवजे का माप वेतन के अतिरिक्त मुआवजे को अधिक या पर्याप्त भार (Weightage) अथवा महत्त्व नहीं देता। इसके परिणामस्वरूप वास्तविक जीवन में प्रबन्धकों के लाभ अधिकतम करने वाले व्यवहार का गंभीरता से कम अनुमान (Underestimate) लगाया जा सकता है।

सन्तोषप्रद सिद्धान्त (Satisficing Theory)

लाभ की सन्तोषप्रद नीति का प्रतिपादन प्रो. हर्टबर्ट साइमन (Herbert Simon) ने किया था। उनका विचार था कि आँकड़ों की पूर्णता तथा वास्तविक जीवन में अनिश्चितता बने रहने के कारण, किसी भी फर्म की लाभ नीति लाभ को अधिकतम करना नहीं बल्कि सन्तोषप्रद लाभ प्राप्त करना है। सन्तोषप्रद शब्द का अर्थ सम्पूर्ण निष्पादन (Performance) या उपलब्धि से है। फर्म की इच्छा उत्पादन का सन्तोषजनक स्तर प्राप्त करना, बाजार का सन्तोषजनक शेयरधभाग प्राप्त करना, लाभ का सन्तोषजनक स्तर प्राप्त करना आदि होता है। फर्म एक लाभ अधिकतम करने वाले उद्यम के स्थान पर सन्तोषप्रद संगठन है। (The firm is a satisficing organisation rather than a maximising entrepreneur)

हर्बर्ट साइमन (Herbert Simon) के शब्दों में, “हमारे लिए धर्म का लक्ष्य लाभ अधिकतम करना नहीं होना चाहिए बल्कि लाभ का एक निश्चित स्तर अथवा दर प्राप्त करना, बाजार के एक स्तर को हासिल करना या बिक्री के एक स्तर को प्राप्त करना होना चाहिए।” (We expect firm's goals to be not maximising profit but attaining certain level or rate of profit, holding a certain level of market or certain level of sales- Herbert Simon) प्रत्येक फर्म लाभ के कुछ न्यूनतम स्तर की अपेक्षा रखती है। जब उसको यह लक्ष्य प्राप्त हो जाता है तो वह अपनी स्थिति को और आगे सुधारने की आकांक्षा नहीं रखेगी। इसके विपरीत फर्म यदि यह आकांक्षा स्तर (Aspiration Level) या लक्ष्य प्राप्त करने में असफल रहती है, तो वह अपने इस स्तर को और नीचे की दिशा की ओर परिशोधित (Revise) करेगी। फर्म दोबारा विभिन्न लक्ष्यों की पूर्ति के लिए प्रयास करेगी ताकि वह भविष्य में इस आकांक्षा स्तर को प्राप्त कर सकें। अतः फर्म का उद्देश्य अधिकतम (Maximising) न होकर सन्तोषप्रद (Satisficing) होता है।

साइमन (Simon) के अनुसार, निजी व्यक्तियों की भाँति फर्मों के भी लक्ष्य हो सकते हैं और इन लक्ष्यों का पुनः मूल्यांकन (Review) किया जाता है। लक्ष्यों तथा आकांक्षाओं से सम्बन्धित तीन स्थितियाँ हो सकती हैं :

- (i) वास्तविक कार्यकरण आकांक्षा की तुलना में कम होय
- (ii) वास्तविक कार्यकरण आकांक्षा के बराबर होय और
- (iii) वास्तविक कार्यकरण आकांक्षा से अधिक हो।

पहली स्थिति, भविष्य की अपूर्ण सूचना के कारण हो सकती है। प्रबन्ध खोज व्यवहार (Search Behaviour) शुरू करता है ताकि वह आकांक्षा स्तर से दूर होने का कारण ढूँढ सके। ऐसा सम्भव है कि विभिन्न उद्देश्यों के लिए आकांक्षा स्तर को बहुत ऊँचा रखा गया हो और निम्नलिखित स्थितियों में वास्तविक उपलब्धि आकांक्षा स्तर से पीछे रह गई हो। (a) जहाँ आर्थिक क्रियाओं में व्यापक उतार-चढ़ाव है, (b) जहाँ कार्यकरण में बढ़ती दर पर सुधार न हो रहा हो। यदि आकांक्षा स्तर अप्राप्य रह जाता है, तब इसको नीचे की ओर दोहराया या संशोधित किया जाता है।

दूसरी स्थिति, वास्तविक उपलब्धि आकांक्षा के बराबर होती है। मूल्यांकन (Review) करने पर यह पाया जाता है कि लक्ष्यों को जानबूझकर कम स्तर पर रखा गया है तब इनका ऊपर की ओर संशोधन (Upward Revision) किया जाएगा।

तीसरी स्थिति, प्रशंसनीय स्थिति है। परन्तु फिर भी यह सुनिश्चित करने की आवश्यकता है कि यह स्थिति उपलब्धि की घटती हुई क्वालिटी का परिणाम नहीं है।

उपरोक्त विवरण से यह निष्कर्ष निकलता है सिवाय पहली स्थिति के, जहाँ फर्म का वास्तविक कार्यकरण आकांक्षा स्तर से कम है, फर्म काफी सीमा तक सन्तोषप्रद होगी। वर्तमान प्रक्रिया आगे भी चलती रहेगी। परन्तु आकांक्षा स्तर से दूर जाने की स्थिति में फर्म को खोज व्यवहार अपनाना होगा। परन्तु साइमन के अनुसार खोज व्यवहार (मंतबी टर्मीअपवन्त) की एक सीमा होती है क्योंकि खोज व्यवहार के लिए प्रबन्धकों को अतिरिक्त व्यय करना पड़ेगा।

संक्षेप में, चूंकि प्रबन्ध केवल सीमित वैकल्प ही खोज सकता है, इसलिए लाभ अधिकतम करने वाले वैकल्प की अपेक्षा सन्तोषप्रद वैकल्प उपयुक्त है। अतएव कोई भी सयानी फर्म अधिकतमकरण करने की तुलना में सन्तोषप्रद को उद्देश्य मानकर चलती है। यह सिद्धान्त कुछ वास्तविक विश्वसनीय स्थिति बतलाने में सहायता देता है। इसके अतिरिक्त यह सिद्धान्त लाभ की व्यवहार-सम्बन्धी नीति का आधार है।

आलोचना (Criticism)

इस सिद्धान्त की मुख्य आलोचना यह है कि यह सिद्धान्त अस्पष्ट है। यह स्पष्ट रूप से इस बात की व्याख्या नहीं करता कि सन्तोषप्रद स्तर क्या है तथा असन्तोषप्रद प्राप्ति क्या है। सन्तोषप्रद स्तर को आसानी से निर्धारित नहीं किया जा सकता। सन्तोषप्रद स्तर, व्यक्तियों तथा स्थितियों के आधार पर, कई हो सकते हैं।

सायर्ट तथा मार्च की व्यवहार सम्बन्धी सिद्धान्त

(Cyert and March's Behavioural Theory)

फर्म के व्यवहार सम्बन्धी सिद्धान्त का प्रतिपादन सायर्ट तथा मार्च ने अपनी पुस्तक "Behavioural Theory of the Firm" में किया है। इस सिद्धान्त के अनुसार फर्म एक बहु-लक्ष्य एवं बहु-निर्णय वाला संगठन है। इसके अन्तर्गत फर्म से सम्बन्धित विभिन्न समूह जैसे मैनेजर, शेरधारक, श्रमिक, ग्राहक आदि शामिल होते हैं। प्रत्येक समूह का अपना लक्ष्य होता है। शेरधारक का लक्ष्य अधिक लाभ है, प्रबन्ध का उद्देश्य अधिक वेतन है, श्रमिकों का उद्देश्य अधिक मजदूरी है। ये विभिन्न समूह फर्म के लक्ष्य निर्धारित करते हैं। एक फर्म के वास्तविक लक्ष्य वरिष्ठ प्रबन्धकों द्वारा विभिन्न समूहों से विचार-विमर्श करके निर्धारित किए जाते हैं। ये लक्ष्य कई प्रकार के हो सकते हैं : (i) उत्पादन लक्ष्य, (ii) बिक्री लक्ष्य, (iii) मालसूची लक्ष्य, (iv) लाभ लक्ष्य, (v) बाजार माँग लक्ष्य आदि। यदि ये

लक्ष्य प्राप्त नहीं होते तो नए प्रबन्धकों की नियुक्ति की जाती है जो दोबारा लक्ष्यों को निर्धारित करते हैं। वरिष्ठ प्रबन्धक संगठन के ट्रस्टी के रूप में कार्य करते हैं जो केवल शेयर धारकों के प्रति नहीं बल्कि श्रमिकों तथा ग्राहकों के प्रति भी उत्तरदायी होते हैं। ये प्रबन्धक लाभ अधिकतम के स्थान पर सन्तुष्टि अधिकतम के लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए प्रयत्नशील रहते हैं। संक्षेप में, फर्म का व्यवहार—सम्बन्धी सिद्धान्त सन्तुष्टीकरण को ही फर्म का मुख्य लक्ष्य मानता है।

पूर्ण प्रतियोगिता बाजार

(Perfect Competition Market)

यह बाजार ही वह अवस्था है जिसमें अनेक क्रेता तथा विक्रेता होते हैं। सभी उत्पादकों द्वारा उत्पादित वस्तुएँ समरूप होती हैं। अर्थात् पूर्ण स्थानापन्न होती हैं। इस बाजार में उद्योग में फर्मों को प्रवेश करने तथा छोड़ने की स्वतंत्रता होती है। इस बाजार में एक फर्म की कीमत स्वीकारक होती है बाकि कीमत निर्धारक क्योंकि इस बाजार में कीमत का निर्धारण उद्योग द्वारा किया जाता है और सारे बाजार में वस्तु की एक कीमत का प्रचलन होता है। विक्रय लागतों का इस बाजार में कोई महत्व नहीं होता है। इस बाजार की विशेषताएँ या मान्यताएँ निम्नलिखित हैं

(1) अनेक क्रेता तथा विक्रेता : पूर्ण प्रतियोगिता बाजार में वस्तु के बहुत अधिक क्रेता तथा विक्रेता होते हैं। अर्थात् कोई भी अकेला क्रेता या विक्रेता अपनी क्रियाओं से बाजार कीमत को प्रभावित नहीं कर सकता है।

(2) समरूप वस्तुएँ : इस बाजार में जो वस्तुएँ बेची जाती हैं। वे रंग रूप आकार तथा गुणों में समान होती हैं। अर्थात् एक विक्रेता की वस्तु दूसरे विक्रेता की वस्तु का पूर्ण स्थानापन्न होती है।

(3) फर्मों को उद्योग में प्रवेश करने तथा उद्योग को छोड़ने की स्वतंत्रता : इस बाजार में किसी नई फर्म को उद्योग में प्रवेश करने तथा पुरानी फर्मों को उद्योग छोड़ने की पूर्ण स्वतंत्रता होती है। जब उद्योग में असमान्य लाभ प्राप्त हो रहे हो तो नई फर्म उद्योग में प्रवेश कर सकती हैं और यदि उद्योग में हावी हो तो पुरानी फर्म उद्योग को छोड़ कर जा सकती है।

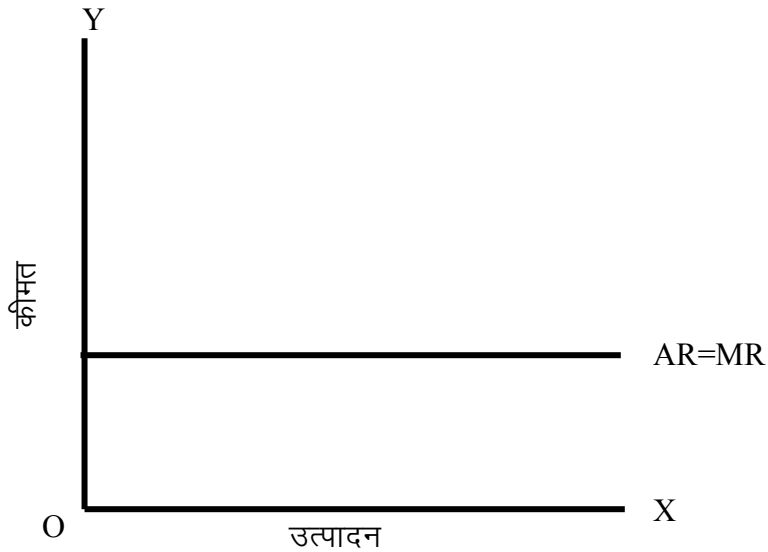
(4) कीमत स्वीकार होती है न कि कीमत निर्धारक : इस बाजार में वस्तु की कीमत उद्योग द्वारा निर्धारित होती है। जहाँ बस्तु की माँग तथा पूर्ति आपस में समान होते हैं। प्रत्येक फर्म को उद्योग द्वारा निर्धारित कीमत स्वीकार करनी पड़ती है।

(5) पूर्ण ज्ञान : इस बाजार में सभी क्रेताओं तथा विक्रेताओं को वस्तु की कीमत की पूरी अर्थात् पूर्ण जानकारी होती है। उनको इस बात का पता होता है कि बाजार के किस भाग में किस कीमत पर वस्तु के सौदे हो रहे हैं।

(6) साधनों में पूर्ण गतिशीलता : पूर्ण प्रतियोगिता में वस्तु बाजार तथा साधान बाजार दोनों में पूर्ण गतिशीलता होती है। अर्थात् वस्तुएँ तथा साधन कम मूल्य बाजार से अधिक मूल्य बाजार में जाने के लिए स्वतंत्र होती हैं।

(7) परिवहन तथा विक्रय लागतों का अभाव : इस बाजार की यह मान्यता है कि एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाने के लिए वस्तु की कोई परिवहन लागत नहीं होती है।

(8) एक कीमत का प्रचलन : इस बाजार में एक समय में एक विशेष वस्तु की सारे बाजार में केवल एक ही कीमत प्रचलीत होती है। अर्थात् माँग पूर्णतया लोचदार होती है।



पूर्ण प्रतियोगिता में सन्तुलन

एक फर्म या उत्पादन उस समय सन्तुलन की स्थिति में होती है। जब वह अधिकतम लाभ कमा रहा हो या उसे न्यूनतम हानि हो रही हो। इस स्थिति में न तो फर्म अपने उत्पादन को घटाना चाहती है और न ही उत्पादन की मात्रा में बढ़ाना चाहती है।

अल्पकाल में सन्तुलन

अल्पकाल समय की वह अवधि है जिसमें उत्पादन में वृद्धि करने के लिए केवल परिवर्तनशील साधनों को ही बदला जाता है। जैसे, श्रम, बिजली, कच्चा माल आदि। परन्तु उस अवधि में स्थिर साधनों जैसे भूमि, मशीनरी, कारखाना, भवन इत्यादि स्थिर रहते हैं। अल्पकाल में न तो कोई नई फर्म उद्योग में प्रवेश कर सकती है और ना ही पुरानी फर्म उद्योग को छोड़कर जा सकती है। इस अवधि में फर्म उस बिन्दू पर सन्तुलन में होती है। जब निम्न दो शर्तें पूरी होती हैं

1. $MC=MR$
2. MC वक्र MR वक्र को नीचे से काटती है।

अल्पकाल में फर्म को असामान्य लाभ, सामान्य लाभ तथा हानि भी हो सकती है।

असामान्य लाभ

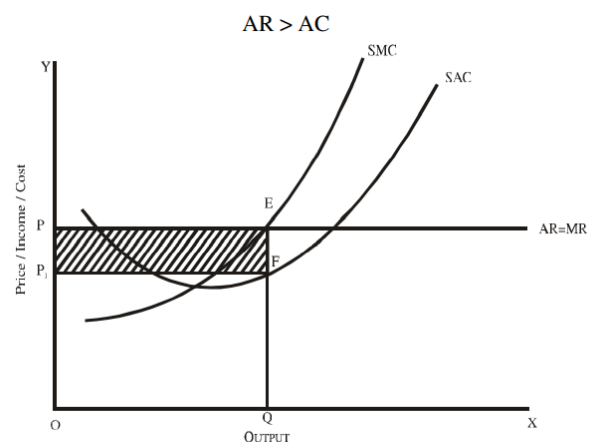
फर्म को उस समय असामान्य लाभ होंगे जब होंगे तब रेखाचित्र 5.6 में

$$AR=EQ$$

$$AC=FQ$$

$$AR>AC$$

∴ फर्म को असामान्य लाभ प्राप्त होंगे।



चित्र 5.6

$$\text{लाभ प्रति इकाई} = AR - AC = EQ - FQ = EF$$

$$\text{कुल लाभ} = \text{लाभ प्रति इकाई} \times \text{कुल उत्पादन}$$

$$= EF \times OQ$$

$$= EFP_1F$$

$$= PP_1EF$$

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि फर्म E बिन्दू पर सन्तुलन में होगी क्योंकि इस बिन्दू पर $MC=MR$ हैं। सन्तुलित कीमत OP निर्धारित होगा। सन्तुलित उत्पादन OQ होगा। तथा फर्म को PP_1EF समान असामान्य लाभ प्राप्त होंगे।

सामान्य लाभ

फर्म को उस समय अल्पकाल में सामान्य लाभ प्राप्त होंगे जब $AR=AC$

रेखाचित्र में

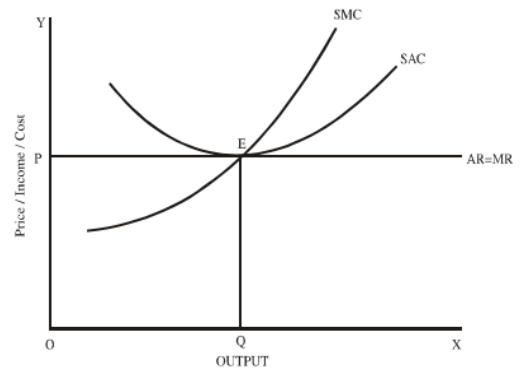
$$AR = EQ$$

$$AC = EQ$$

$$\therefore AR = AC$$

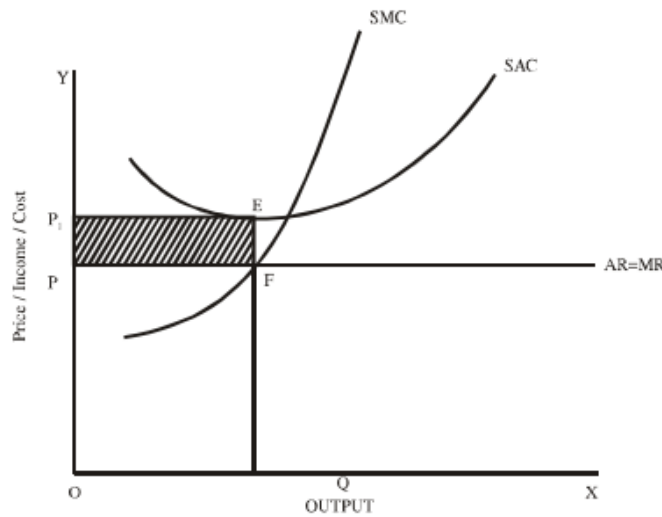
\therefore फर्म को सामान्य लाभ प्राप्त होंगे।

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि फर्म E बिन्दू पर सन्तुलन में होगी। क्योंकि इस बिन्दू पर MC वक्र MR हैं और MC वक्र MR वक्र को नीचे से काटती है। इस स्थिती में सन्तुलित कीमत OP तथा सन्तुलित उत्पादन OQ किया जायेगा। इस अवस्था में $AR=AC$ है। इसलिये उद्यमी को केवल सामान्य लाभ ही प्राप्त होंगे।



न्यूनतम हानि

अल्पकाल में सन्तुलन की अवस्था में फर्म को उस समय न्यूनतम हानि सहन करनी पड़ती है। जब $AR < AC$



चित्र 5.8

रेखाचित्र में

$$AR = EQ$$

$$AC = FQ$$

$$AC > AR$$

∴ फर्म को हानि होगी

$$\begin{aligned} \text{हानि प्रति इकाई} &= AC - AR \\ &= FQ - EQ = EF \end{aligned}$$

$$\text{कुल हानि} = \text{हानि प्रति इकाई} \times \text{कुल उत्पादन}$$

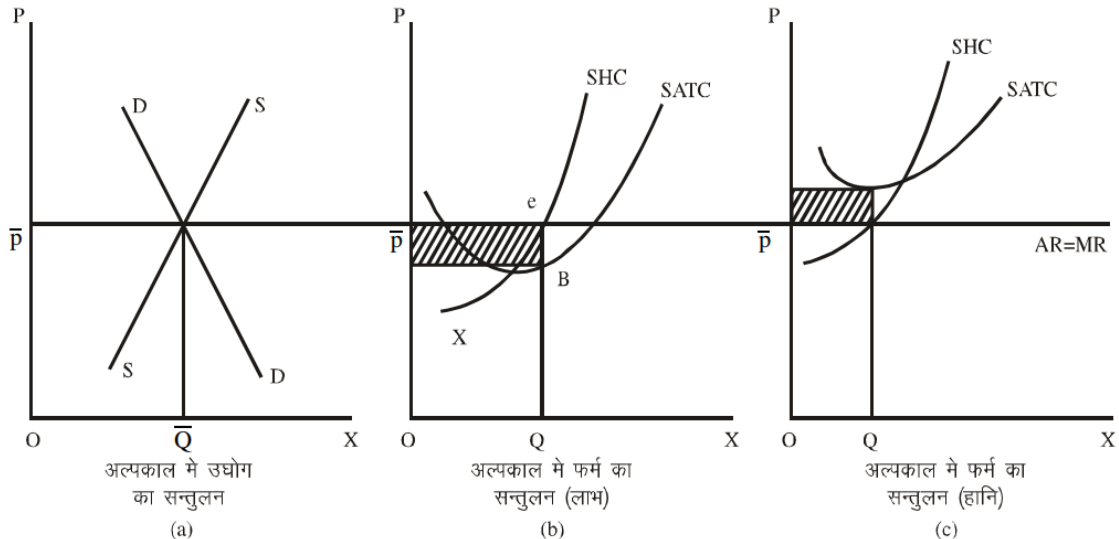
$$EF \times OQ$$

$$EF \times PE = PP_1FF$$

फर्म का सन्तुलन E बिन्दू पर सन्तुलन में होगी। क्योंकि इस बिन्दू पर $MC=MR$ और MC वक्र MR को नीचे से काट रही है। सन्तुलीत कीमत OP तथा सन्तुलीत उत्पादन OQ निर्धारित होगी। फर्म को PP_1EF के समान हानि सहन करनी पड़ेगी।

अल्पकाल में उद्योग का सन्तुलन

दी हुई बाजार माँग और दी हुई बाजार पूर्ति की स्थिति में उद्योग उस बिन्दू पर सन्तुलन में होगा जिस बिन्दू पर वस्तु की माँग तथा पूर्ति समान होती है। निम्न रेखाचित्र में OP कीमत पर उद्योग सन्तुलन में होगा। क्योंकि इस स्थिति में वस्तु की माँग तथा पूर्ति समान है। परन्तु यह अल्पकालीन सन्तुलन है। यदि इस कीमत पर फर्म को अति अधिक लाभ हो रहा है। या अति अधिक हानि हो रही है तो दीर्घकाल में वे फर्म जो हानि उठा रही हैं वे अपने उत्पादन को कम या बन्द कर देगी। वे फर्म जो अधिक लाभ प्राप्त कर रही हैं उत्पादन महत्व बढ़ा देगी तथा साथ-साथ उद्योग में नई फर्म प्रवेश कर जायेगी। इस प्रकार दीर्घकालीन सन्तुलन स्थापित हो जायेगी। जिससे सभी फर्मों को सामान्य लाभ प्राप्त होंगे और इससे न तो नई फर्म उद्योग में प्रवेश करेगी तथा न ही पुरानी फर्म उद्योग छोड़कर जायेगी। अल्पकाल में उद्योग के सन्तुलन की स्थिति को निम्न रूप से दर्शाया जा सकता है।



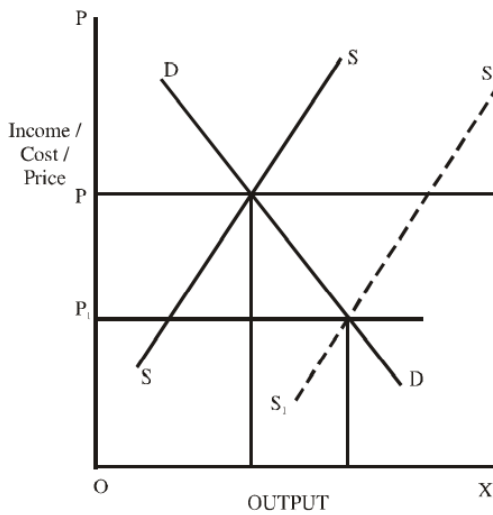
चित्र 5.9

दीर्घकाल में फर्म का सन्तुलन

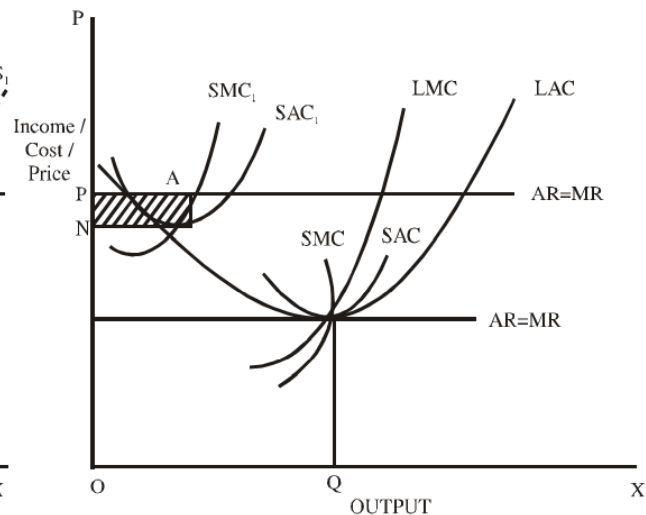
दीर्घकाल समय की वह अवधि होती है जिससे उत्पादन के सभी साधन परिवर्तनशील होते हैं। पूर्ति को माँग के अनुसार घटाया-बढ़ाया जा सकता है। उद्योग की वर्तमान फर्म अपने प्लॉट के आकार को छोटा या बड़ा कर सकती है। दीर्घकाल में फर्म उसी स्थिति में सन्तुलन में होती है जिसमें $MR=MC$ होती है और MC वक्र MR वक्र को नीचे से काट रही है। परन्तु पूर्ण प्रतियोगिता में दीर्घकाल में उद्योग की सभी फर्म सामान्य लाभ ही प्राप्त कर सकती हैं।

दीर्घकाल में फर्म उस समय सन्तुलन में होती हैं। जब दीर्घकालीन AC वक्र के न्यूनतम बिन्दू पर उत्पादन करने के लिए अपने प्लॉट को समायोजित कर लेती हैं। दीर्घकाल में फर्म केवल सामान्य लाभ ही प्राप्त कर सकती है। जो LMC में शामिल होता है।

यदि फर्म असामान्य लाभ प्राप्त कर रही हैं तो नई फर्म प्रवेश करेंगी जिसके कारण कीमत कम हो जायेगी और लागत वक्र ऊपर की ओर बढ़ेगा क्योंकि उत्पादन के साधनों की कीमत बढ़नी आरम्भ हो जायेगी। जैसे-जैसे उद्योग का विस्तार होगा ये परिवर्तन तब तक जारी रहेंगे जब तक LAC बाजार कीमत द्वारा परिभाषित माँग वक्र को नहीं छूती हैं। यदि दीर्घकाल में फर्म को हानि हो रही है तो कुछ फर्म उद्योग को छोड़ जायेगी। जिससे कीमतें बढ़ेगी तथा लागत कम हो जायेगी। जैसे-जैसे उद्योग का संकुचन होता है। इसलिए दीर्घकाल में प्रत्येक फर्म को केवल सामान्य लाभ ही प्राप्त होगा।



चित्र 5.10



चित्र 5.11

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि यदि कीमत OP है तो वह फर्म जिसकी लागतों को SAC_1, SMC_1 द्वारा दर्शाया गया है। फर्म असामान्य लाभ प्राप्त कर रही है। यह फर्म लाभ कमाने के लिये अपनी उत्पादन क्षमता को बढ़ाने का यत्न करेगी और यह LAC पर खिसकना आरम्भ कर करेगी। इसके साथ-साथ कई फर्म उद्योग में प्रवेश करेगी और इस प्रकार बाजार वक्र खिसक S से S_1 हो जायेगी। जब तक कीमत OP से कम होकर OP_1 नहीं हो जाती है।

दीर्घकालीन सन्तुलन के लिये फर्म की दीर्घकालीन सीमान्त लागत कीमत के सामन होनी चाहिए। तथा दीर्घकालीन औसत लागत के सामन होनी चाहिए

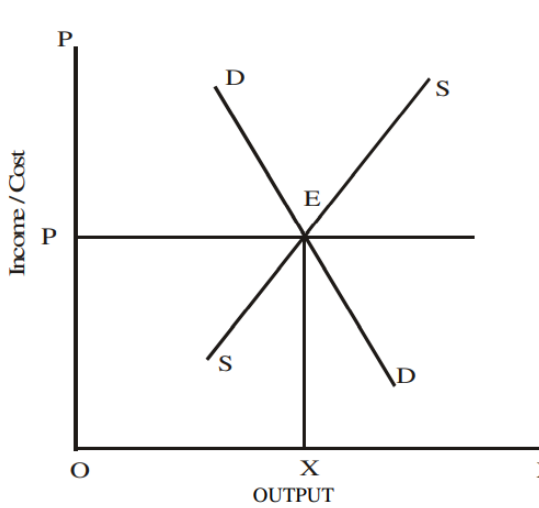
$$LMC = LAC = P$$

दीर्घकाल में Q अपने प्लॉट के आकार को उत्पादन के उस स्तर तक समायोजित करेंगी जिस पर दी हुई उत्पादन तकनीक और दी हुई उत्पादन साधनों की कीमतों पर LAC न्यूनतम हो सके। अतः दीर्घकाल में सन्तुलित फर्म के लिये निम्न शर्तें होंगी। इस स्थिति में फर्म अपना आदर्श उत्पादन करेगी और LAC तथा SAC न्यूनतम होते हैं।

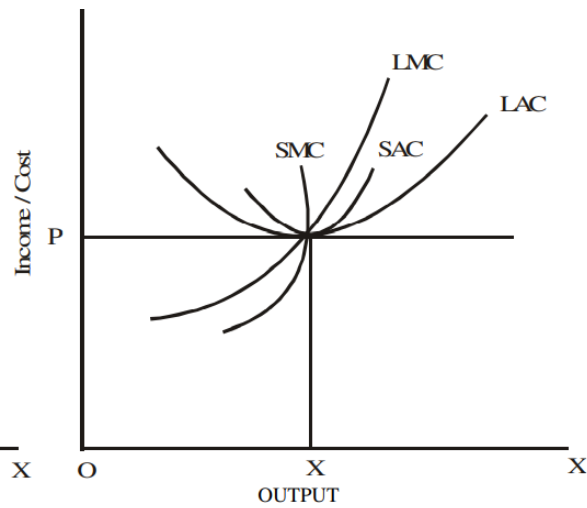
$$SMC = LMC = LAC = LMC = P = MR$$

दीर्घकाल में उद्योग का सन्तुलन

दीर्घकाल में उद्योग का सन्तुलन उस कीमत पर होता है। जब उद्योग में शामिल सभी फर्म सन्तुलन में होती हैं। और वे न्यूनतम LAC पर उत्पादन करती हैं और उन्हें केवल सामान्य लाभ प्राप्त होते हैं। इस स्थिति में उद्योग में न तो नई फर्म उद्योग में प्रवेश करती हैं तथा न ही पुरानी फर्म उद्योग को छोड़ती हैं। उद्योग के सन्तुलन को निम्न रेखाचित्र में दर्शाया गया है।



चित्र 5.12



चित्र 5.13

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि बाजार कीमत OP है तो प्रत्येक फर्म न्यूनतम लागत पर उत्पादन करती हैं और उन्हें केवल सामान्य लाभ प्राप्त होते हैं। फर्म उत्पादन के OX स्तर पर सन्तुलन में होगी और निम्न अवस्था में फर्म को अधिकतम लाभ प्राप्त होते हैं।

$$LMC = SMC = P = MR$$

सभी फर्मों को इस स्थिति में केवल सामान्य लाभ प्राप्त होते हैं। इसलिये न तो कोई फर्म उद्योग में प्रवेश करेगी तथा न कोई फर्म उद्योग को छोड़कर आयेगी। अर्थात् उद्योग में पूर्ण सन्तुलन में होता है क्योंकि निम्न शर्तें पूरी होती हैं।

$$LAC = SAC = P$$

अर्थात् उद्योग OP कीमत पर सन्तुलन में होता है। जब सभी फर्मों को केवल सामान्य लाभ प्राप्त हो रहे हों। इस स्थिति में न तो कोई नई फर्म उद्योग में प्रवेश करती और न ही कोई पुरानी फर्म उद्योग को छोड़ना चाहती हैं।

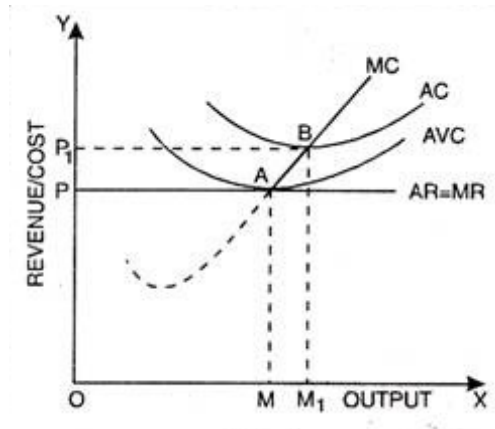
अल्पकालीन पूर्ति चक्र

(Short Run Supply Curve)

1. **फर्म का अल्पकालीन पूर्तिचक्र** : अल्पकाल समय की वह अवधि है जिसमें फर्म केवल घटते बढ़ते साधनों में परिवर्तन करके पूर्ति में परिवर्तन कर सकती है। फर्म के पास इतना समय नहीं होता कि वह बन्धे साधनों में

भी परिवर्तन कर सके। इसलिए अल्पकाल में यदि फर्म थोड़े समय के लिए भी उत्पादन करना बन्द कर भी दे तो भी बन्धी लागत का व्यय उठाना ही पड़ेगा। अतएव अल्पकाल में यदि कीमत औसत घटती-बढ़ती लागत के बराबर भी है तो फर्म वस्तु की पूर्ति करती रहेगी। अतएव एक फर्म उस समय तक एक वस्तु की पूर्ति करती रहेगी जब तक एक अतिरिक्त इकाई की सीमान्त लागत उस इकाई की औसत कीमत के बराबर नहीं हो जाती है।

पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में फर्म के उत्पादन की कीमत (AR) तथा सीमान्त आय (MR) बराबर होते हैं। इसलिये फर्म उस सीमा तक उत्पादन करती रहेगी जब तक सीमान्त आय (MR) तथा सीमान्त लागत (MC) बराबर नहीं हो जाती है।

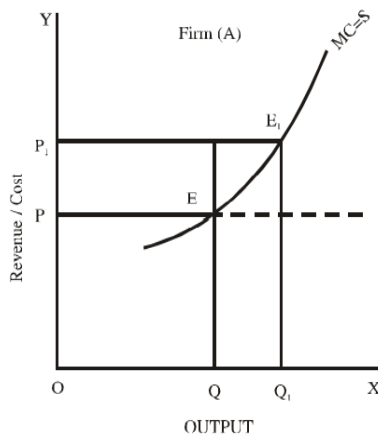


चित्र 5.14

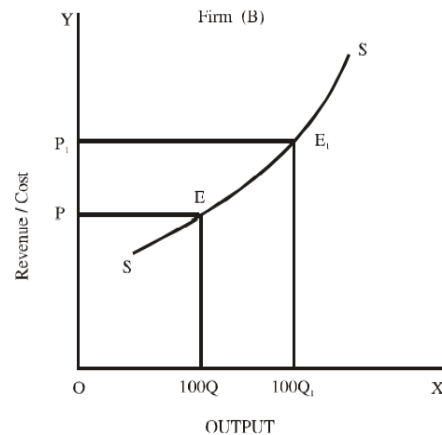
रेखाचित्र में MC सीमान्त लागत वक्र, AC औसत लागत वक्र तथा ACV औसत घटती-बढ़ती लागत वक्र है। फर्म OP कीमत से कम कीमत पर कोई पूर्ति नहीं करेगी क्योंकि OP कीमत से कम पर फर्म को औसत घटती-बढ़ती लागत की भी हानि होगी। OP कीमत पर OM वस्तुओं की पूर्ति करेगी। सन्तुलन A बिन्दू पर होगा। अतएव फर्म का अल्पकालीन पूर्ति वक्र बिन्दू A से आरम्भ होने वाला सीमांत लागत (MC) वक्र होगा।

उद्योग का अल्पकालीन पूर्ति वक्र

इस उद्योग का पूर्ति वक्र उस उद्योग की सब फर्मों के पूर्ति वक्रों का समस्तर जोड़ होता है। उसे निम्न रेखाचित्र में दर्शाया गया है।



चित्र 5.15



चित्र 5.16

मान लीजिए उद्योग में 100 समरूप फर्म हैं। उनमें से प्रत्येक एक निश्चित कीमत OP पर समान मात्रा OQ का उत्पादन कर रही हैं। अतएव OP कीमत पर उद्योग की पूर्ति $100 \times Q = 100Q$ होगी। उत्पादन की यह मात्रा सभी फर्मों के कुल उत्पादन का जोड़ है। इसी प्रकार OP, कीमत पर उद्योग की सभी फर्में $100Q_1$ मात्रा का उत्पादन करेगी। इन मात्राओं को उद्योग की पूर्ति कहा जायेगा। SS वक्र उद्योग का प्रति वक्र है।

वक्र के E बिन्दू से ज्ञात होता है कि जब कीमत OP है तो उद्योग की कुल पूर्ति $100 \times Q = 100Q$ होगा। OP_1 कीमत पर जब फर्म की पूर्ति OQ, होगी तो उद्योग की पूर्ति जैसा कि बिन्दू E, से ज्ञात होता है। बिन्दू E तथा E आदि को मिलाने से उद्योग का पूर्ति वक्र ज्ञात हो सकती है।

दीर्घकालीन पूर्ति वक्र

1. **फर्म का दीर्घकालीन पूर्ति वक्र** : दीर्घकाल में फर्म केवल न्यूनतम औसत लागत पर ही उत्पादन करेगी। इस अवस्था में सीमान्त लागत, सीमान्त आय तथा औसत आय भी न्यूनतम औसत लागत के बराबर होगी अर्थात्

$$LMC = MR = LAC = AR$$

फर्म को सामान्य लाभ प्राप्त होंगे। इसलिये सीमान्त लगाव का यह विशेष बिन्दू ही दीर्घकाल में फर्म की पूर्ति निर्धारित करेगा जिस पर वह न्यूनतम औसत लागत के बराबर होगा। इस सन्तुलन बिन्दू को दृष्टतम उत्पादन का बिन्दू कहा जायेगा। अतएव एक फर्म का दीर्घकालीन पूर्ति वक्र सीमान्त लागत वक्र का वह भाग है। जो न्यूनतम औसत लागत से शुरू होता है।

उद्योग का दीर्घकालीन पूर्ति वक्र : दीर्घकाल में एक उद्योग का पूर्ति वक्र फर्मों की दीर्घकालीन पूर्ति द्वारा ही निर्धारित किया जाता है। परन्तु उद्योग का दीर्घकालीन पूर्ति वक्र अल्पकाल की तरह फर्मों के पूर्ति वक्रों का समस्तर जोड़ नहीं होता है। उद्योग का दीर्घकालीन पूर्ति वक्र फर्म के दृष्टतम आकार में होने वाले परिवर्तन तथा फर्मों की संख्या में होने वाले परिवर्तन पर निर्भर करता है। इसके दो कारण हैं

- (i) दीर्घकाल में उद्योग में फर्मों का प्रवेश तथा छोड़ना जारी रहता है।
- (ii) फर्मों को पैमाने की बचतें तथा हानियाँ भी उठानी पड़ती हैं।

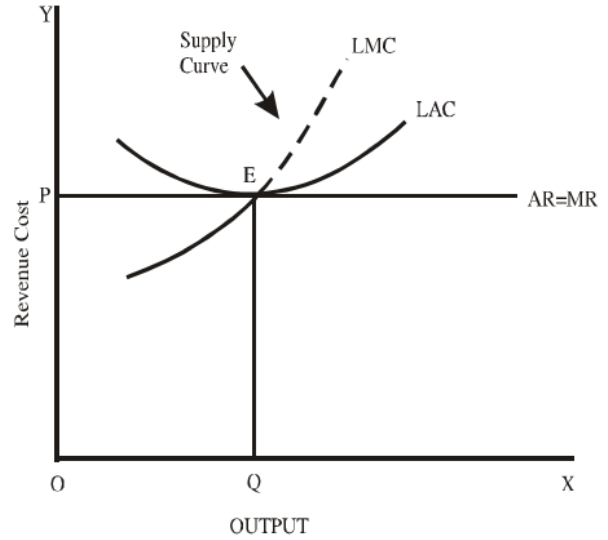
इसीलिये फर्मों की दीर्घकालीन सीमान्त लागत वक्र (LMC) अपने स्थान से हिल जाती है। इन्हीं कारणों से उद्योग का दीर्घकालीन पूर्ति वक्र फर्मों के पूर्ति वक्रों का समस्तर जोड़ नहीं होता। वास्तव में उद्योग का दीर्घकालीन पूर्ति वक्र एक फर्म के दीर्घकालीन इष्टतम उत्पादन तथा उद्योग में फर्मों की संख्या को गुणा करके ज्ञात किया जाता है। अर्थात्

$$S = Q \times N$$

S = Long run supply of industry

Q = Optimum output of a firm

N = Number of firms



चित्र 5.17

एकाधिकार

(Monopoly)

एकाधिकार बाजार की वह अवस्था है। जिसमें किसी वस्तु का अकेला विक्रेता या उत्पादक होता है। उसके द्वारा उत्पादित वस्तु के बाजार में निकटतम स्थानापन्न नहीं होते हैं। एकाधिकारी का वस्तु की पूर्ति पर पूरा नियन्त्रण होता है और इस बाजार में नई फर्मों के प्रवेश पर कठोर प्रतिबन्ध होते हैं। एकाधिकारी फर्म कीमत निर्धारक होती है बाकि कीमत स्वीकारक। एकाधिकारी फर्म माँग की लोच के आधार पर कीमत विभेद की नीति अपना सकती है। इस बाजार में माँग वक्र कम लोचदार होती है। जैसे भारतीय रेलवे, हरियाणा तथा अन्य राज्यों के बिजली बोर्ड, एकाधिकारी के उदाहरण हैं।

मुख्य विशेषताएँ

(1) अकेला विक्रेता या उत्पादक : एकाधिकारी में वस्तु का विक्रेता या उत्पादक एक ही होता है और बाजार में उसका कोई प्रतियोगी नहीं होता है। एकाधिकारी अकेला उद्यमी या एक फर्म या संयुक्त पूंजी कम्पनी भी हो सकती है।

(2) निकटतम स्थानापन्न नहीं : एकाधिकारी जिस वस्तु का उत्पादन या विक्रय करता है। उस वस्तु का कोई निकटतम स्थानापन्न उपलब्ध नहीं होता है। अर्थात् एकाधिकार में माँग की तिरछी लोच होती है।

(3) फर्म तथा उद्योग में अन्तर नहीं : एकाधिकार में क्योंकि एक फर्म होती है। इसलिये फर्म तथा उद्योग का अन्तर समाप्त हो जाता है।

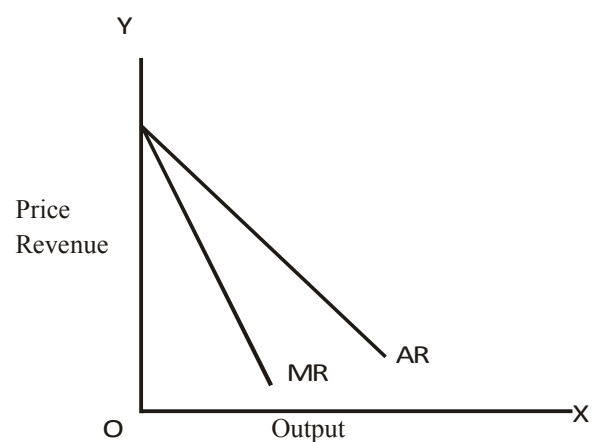
(4) एकाधिकारी फर्म कीमत निर्धारक होती है ना कि कीमत स्वीकारक : एकाधिकारी स्वतन्त्र कीमत नीति अपना सकता है। अर्थात् वह अपनी इच्छानुसार कीमत में कमी या वृद्धि कर सकता है।

(5) फर्म के बाजार में प्रवेश पर कठोर प्रतिबन्ध : एकाधिकार में बाजार में फर्मों के प्रवेश पर कई कठोर प्रतिबन्ध होते हैं। इसलिये एकाधिकारी का कोई प्रतियोगी नहीं होता है।

(6) कीमत विभेद की नीति— कई बार एकाधिकारी अधिकतम लाभ कमाने के लिये अपनी वस्तु की विभिन्न बाजारों में विभिन्न कीमतें ले सकता है। जिस बाजार में माँग वक्र कम लोचदार होती है। एकाधिकारी अधिक कीमत ले सकता है। इसके विपरीत जिस बाजार में माँग अधिक लोचदार होती है। एकाधिकारी कम कीमत ले सकता है।

(7) पूर्ति पर पूरा नियन्त्रण : एकाधिकारी फर्म का वस्तु की पूर्ति पर पूरा नियन्त्रण होता है।

(8) कमलोचदार माँग : एकाधिकार में माँग वक्र कम लोचदार होती है। अर्थात् AR और MR वक्र ऊपर से नीचे की ओर आते हैं।



चित्र 5.18

एकाधिकार बाजार में कीमत तथा उत्पादन निर्धारण

एकाधिकारी फर्म सन्तुलित कीमत तथा सन्तुलित उत्पादन का निर्धारण उस अवस्था में करती है। जब निम्न दो शर्तें पूरी होती हैं—

- (1) $MC = MR$
- (2) MC वक्र MR वक्र को नीचे से काटती हैं।

अल्पकाल में कीमत तथा उत्पादन का निर्धारण

अल्पकाल समय की वह अवधि है। जिसमें एकाधिकारी फर्म केवल घटते-बढ़ते उत्पादन के साधनों में परिवर्तन करके ही उत्पादन को बदल सकती हैं। परन्तु बँधे साधन जैसे, मशीनरी, प्लॉट, इत्यादि में कोई परिवर्तन नहीं किया जा सकता है।

सन्तुलन की अवस्था में अल्पकाल में एकाधिकारी फर्म को उत्पादन करने में असामान्य लाभ, सामान्य लाभ या न्यूनतम हानियाँ भी हो सकती हैं।

असामान्य लाभ

एकाधिकारी को सन्तुलन की अवस्था में उस समय असामान्य लाभ प्राप्त होते हैं जब

$$AR > AC$$

जहाँ

SMS = Short-run marginal Cost
 SAC = Short-run Average Cost
 MR = Marginal Revenue
 AR = Average Revenue

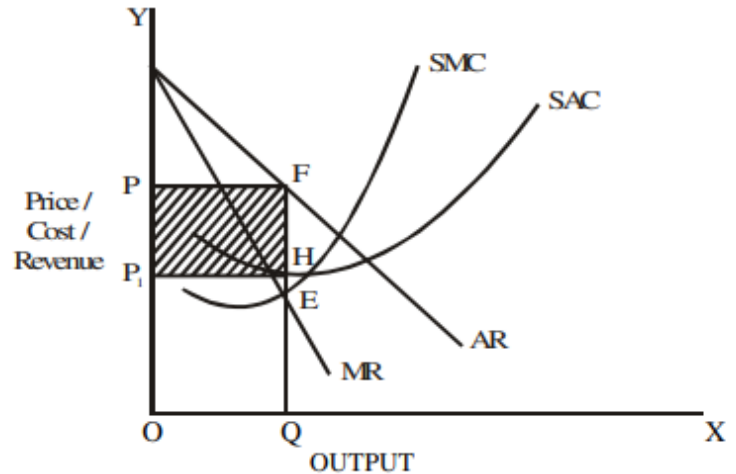
रेखाचित्र में

$$\begin{aligned} AR &= FQ \\ AC &= HQ \\ AR &> AC \end{aligned}$$

एकाधिकारी फर्म को असामान्य लाभ प्राप्त होंगे।

$$\begin{aligned} \text{लाभ प्रति इकाई} &= AR - AC \\ &= FQ - HQ \\ &= FH \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{कुल लाभ} &= \text{लाभ प्रति इकाई} \times \text{कुल उत्पादन} \\ &= FH \times OQ \\ &= FH \times P_1H \\ &= PP_1HF \end{aligned}$$



चित्र 5.19

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि एकाधिकारी बिन्दू पर सन्तुलन में हैं क्योंकि इस बिन्दू पर $MC = MR$ और MC वक्र MR वक्र को नीचे से काट रही है। सन्तुलित कीमत OP निर्धारित होगी और सन्तुलित उत्पादन OQ किया जायेगा। इस अवस्था में फर्म को PP_1HF के समान असामान्य लाभ होंगे।

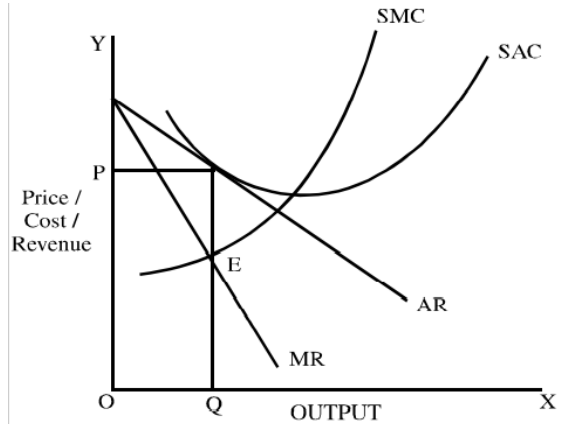
सामान्य लाभ

एकाधिकारी फर्म को सन्तुलन की अवस्था में इस समय सामान्य लाभ प्राप्त होंगे। जब $AR=AC$

रेखाचित्र में $AR=FQ$
 $AC=FQ$
 $\therefore AR = AC$

\therefore फर्म को सामान्य लाभ प्राप्त होंगे।

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि एकाधिकारी फर्म E बिन्दू पर सन्तुलन में होगी क्योंकि इस बिन्दू पर $MC=MR$ हैं MC वक्र MR वक्र को नीचे से काटती है। सन्तुलित कीमत OP निर्धारित होगी और सन्तुलित उत्पादन OQ किया जायेगा। इस अवस्था एकाधिकारी को केवल सामान्य लाभ प्राप्त होंगे।



क्योंकि $AC=AR$ हैं।

न्यूनतम हानि

अल्पकाल में एकाधिकारी को कई बार मन्दी आदि की अवस्था में हानि भी उठानी पड़ सकती हैं। यह स्थिती उस समय उत्पन्न होती है। जब वस्तु की कीमत कम होने के कारण

$AR < AC$

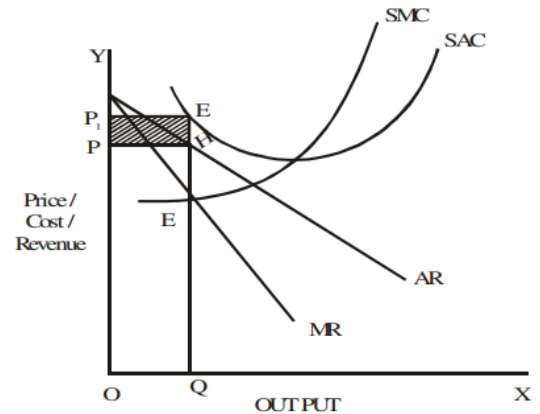
रेखाचित्र में

$AR = HQ$
 $AC = FQ$
 $AR < AC$

फर्म को हानि होगी।

हानि प्रति इकाई = $AC - AR$
 $= FQ - HQ = FH$

कुल हानि = हानि प्रति इकाई x कुल उत्पादन
 $= FH \times OQ$
 $= FH \times PH$
 $= PP_1FH$



चित्र 5.21

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि एकाधिकारी फर्म E बिन्दू पर सन्तुलन में होगी। क्योंकि $MC=MR$ हैं तथा MC वक्र MR वक्र को नीचे से काट रही हैं। इस अवस्था में सन्तुलीत कीमत OP निर्धारित होगी तथा सन्तुलीत उत्पादन OQ किया जायेगा। एकाधिकारी फर्म को इस अवस्था में PP_1FH के समान हानि सहन करनी पड़ेगी।

दीर्घकाल में कीमत तथा उत्पादन का निर्धारण

दीर्घकाल समय की वह अवधि होती है। जिसमें उत्पादन के सभी साधन परिवर्तनशील होते हैं और एकाधिकारी वस्तु की पूर्ति में माँग के अनुसार परिवर्तन कर सकता है। दीर्घकाल में भी सामान्यत एकाधिकारी फर्म

की औसत आय फर्म की औसत लागत से अधिक होती है और नई फर्मों के प्रवेश पर कई प्रकार के प्रतिबन्ध होते हैं। प्रतिबन्ध होने के कारण एकाधिकारी फर्म को दीर्घकाल में भी असामान्य लाभ प्राप्त होते हैं।

जहाँ

LMC = Long-run marginal cost

LAC = Long-run average cost

रेखाचित्र में

$$AR = FQ$$

$$AC = AQ$$

$$AR > AC$$

∴ फर्म को असामान्य लाभ प्राप्त होंगे

$$\text{लाभ प्रति इकाई} = AR - AC$$

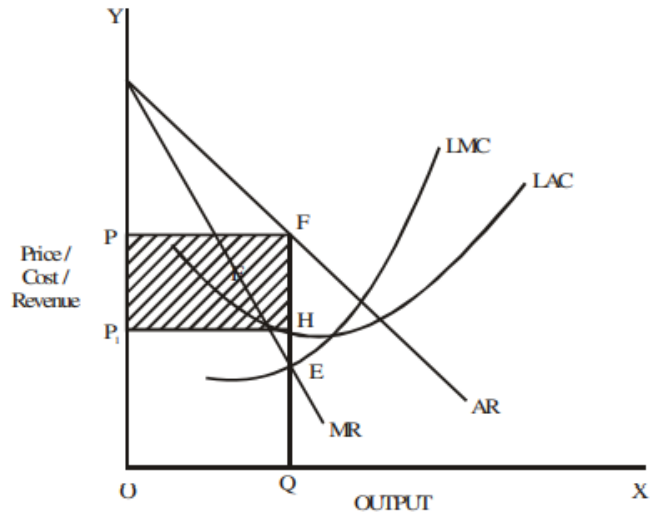
$$= FQ - HQ$$

कुल लाभ = लाभ प्रति इकाई x कुल उत्पादन

$$= FH \times OQ$$

$$= FH \times P_1H$$

$$= PP_1HF$$



चित्र 5.22

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि एकाधिकारी फर्म दीर्घकाल में E बिन्दू पर सन्तुलन में होंगी। ताकि इस बिन्दू पर LMC=MR है तथा LMC, MR बक्र को नीचे से काट रही हैं। सन्तुलीत कीमत OP तथा सन्तुलीत उत्पादन Og निर्धारित होते हैं। दीर्घकाल में एकाधिकारी फर्म को PP₁HF के समान असामान्य लाभ प्राप्त होंगे।

कीमत विभेदीकरण

(Price Discrimination)

कीमत विभेद का अर्थ— जब एकाधिकारी अपनी वस्तु के लिये भिन्न-भिन्न क्रेताओं से भिन्न-भिन्न कीमतें लेता है। तो उसे कीमत विभेद या विभेदात्मक एकाधिकार कहते हैं जैसे हरियाणा बिजली बोर्ड, घरेलू उपयोग के लिए बिजली की दर अधिक वसूल करता है तथा उद्योगों के लिए बिजली की प्रति ईकाई कम दर पर वसूल करता है। अर्थात् कीमत विभेद वह स्थिति होती है जिसमें एक वस्तु विभिन्न खरीददारों को विभिन्न कीमतों पर बेची जाती है।

प्रो० स्टिगलर के अनुसार “कीमत विभेदीकरण का अर्थ है कि तकनीकी दृष्टि से समरूप पदार्थों को इतनी भिन्न-भिन्न कीमतों पर बेचना जो उनकी सीमान्त लागतों के अनुपात से कहीं अधिक है”

कीमत विभेद के प्रकार

(a) व्यक्तिगत कीमत विभेद : जब एक एकाधिकारी अपनी वस्तु की विभिन्न व्यक्तियों से विभिन्न कीमतें लेता है। उसे व्यक्तिगत कीमत विभेद कहते हैं। जैसे वकील द्वारा अमीर व्यक्तियों से अधिक फीस तथा गरीब व्यक्तियों से कम फीस लेना व्यक्तिगत कीमत विभेद का उदाहरण है।

(b) भौगोलिक कीमत विभेद : जब एकाधिकारी फर्म घरेलू बाजार में वस्तु की ऊची कीमत और विदेशी बाजार में कम कीमत लेती हैं तो यह भौगोलिक कीमत विभेद लेती हैं तो यह भौगोलिक कीमत विभेद का उदाहरण है।

(c) उपयोग कीमत विभेद : जब एकाधिकारी फर्म एक वस्तु के विभिन्न उपयोगों के लिये विभिन्न कीमतें लेती हैं। जैसे योग के लिए बिजली की प्रति इकाई कीमत तथा कृषि व उद्योगों में उपयोग के लिये बिजली की प्रति इकाई कम कीमत ली जाती है। यह उपयोग कीमत विभेद है।

(d) समयानुसार कीमत विभेद : जब एकाधिकारी फर्म एक जैसी सेवा के लिये अलग-अलग समय पर अलग-अलग कीमत लेती है। जैसे ट्रनकॉल के रेट (कीमत) दिन में ऊँचे तथा रात में नीचे होते हैं।

कीमत विभेद की शर्तें या कीमत विभेद कब सम्भव होता है

(1) लोचशीलता में अन्तर : कीमत विभेद तभी सम्भव है। जब एकाधिकारी के लिये भिन्न-भिन्न बाजारों में माँग की लोच भिन्न-भिन्न होती है। प्रायः जिस बाजार में माँग कम लोचदार होती है। वहाँ एकाधिकारी अधिक कीमत तथा जिस बाजार में माँग की लोच अधिक होती है। वहाँ एकाधिकारी कम कीमतें लेता है।

(2) वस्तु की एक बाजार से दूसरे बाजार में बिक्री का न होना— कीमत विभेद के लिये एक अनिवार्य शर्त यह भी है कि सस्ते बाजार के ग्राहक उस बाजार से वस्तु खरीदकर महँगे बाजार में न बेच सकें। यदि वस्तु का एक बाजार से दूसरे बाजार में हस्तांतरण होता है तो कीमत विभेद सम्भव नहीं होगा।

(3) सरकारी स्वीकृति : कई बार एकाधिकारी सरकार की तरफ से एक वस्तु के लिये विभिन्न कीमत वसूल करने की स्वीकृति ले लेता है। जैसे भारतीय रेलवे या हरियाणा बिजली बोर्ड में कीमत विभेद के लिये सरकारी स्वीकृति प्राप्त है।

(4) वस्तु विभेद : एकाधिकारी वस्तु की विभिन्न पैकिंग, लेबल, नाम आदि बदल कर कीमत विभेद करता है। वह क्रेताओं को यह विश्वास दिलाने का प्रयत्न करता है कि वस्तु की एक किस्म से दूसरी किस्म में अच्छी Quality है।

कीमत विभेद की श्रेणी

प्रो० पीगू ने कीमत विभेद की तीन श्रेणियाँ बताई हैं

(1) प्रथम श्रेणी कीमत विभेद : इसमें एकाधिकारी विभिन्न क्रेताओं की कीमत वसूल करता है और इस प्रकार एकाधिकारी प्रत्येक उपभोक्ता से सम्पूर्ण बचत खींच लेता है।

(2) द्वितीय श्रेणी कीमत विभेद : इसमें एकाधिकारी इस प्रकार से विभिन्न क्रेताओं से कीमत वसूल करता है कि वह उनकी सम्पूर्ण उपभोक्ता की बचत तो नहीं किन्तु उसका एक हिस्सा प्राप्त कर लेता है। भारतीय रेलवे इसी सिद्धांत पर विभिन्न श्रेणियों के यात्रियों से विभिन्न किराया वसूल करता है।

(3) तृतीय श्रेणी कीमत विभेद : इसके एकाधिकारी माँग की लोच के आधार पर अपने क्रेताओं को दो या दो से अधिक समूहों में बाँट देता है। जिस बाजार में माँग कम लोचदार होती है। वहाँ अधिक कीमत तथा जिस बाजार में माँग अधिक लोचदार होती है। वहाँ कम कीमत वसूल की जाती है।

विभेदात्मक एकाधिकार से कीमत तथा उत्पादन का निर्धारण

विभेदात्मक एकाधिकार से कीमत तथा उत्पादन का निर्धारण अधिकतम लाभ प्राप्त करने के उद्देश्य से किया जाता है। कीमत तथा उत्पादन का निर्धारण करते समय एक एकाधिकारी को दो निर्णय लेने पड़ते हैं

(1) वस्तु का कुल उत्पादन कितना किया जाये।

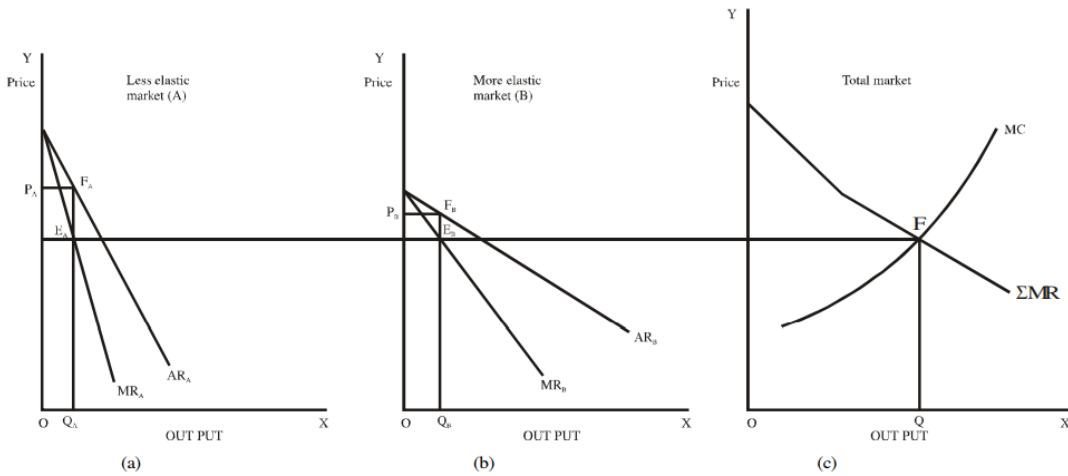
(2) कुल उत्पादन का कितना-कितना भाग विभिन्न बाजारों में कितनी-कितनी किमतों पर बेचा जाये।

सबसे पहले एकाधिकारी समस्त बाजार को लोचशीलता के आधार पर अलग-अलग भागों में बाटता है। एकाधिकारी वस्तु का उत्पादन निर्धारण वहाँ करेगा जिस बिन्दू पर दोनों बाजारों की कुल सीमान्त आय, सीमान्त लागत के बराबर हो जाये। अर्थात्

$$EMR = MC$$

$$MR_A + MR_B = MC$$

विभिन्न बाजारों में वस्तु की कीमत का निर्धारण माँग की लोच के आधार पर किया जाता है। अधिक लोचदार माँग वाले बाजार में वस्तु की कम कीमत और कम लोचदार माँग वाले बाजार में वस्तु की अधिक कीमत निर्धारित की जाती है। इसे निम्न रेखाचित्र की सहायता से दिखाया जा सकता है।



चित्र 5.23

रेखाचित्र में OP_A (कम लोचदार बाजार में कीमत) $> OP_B$ (अधिक लोचदार बाजार में कीमत) OQ_A (कम लोचदार बाजार में उत्पादन) $< OQ_B$ (अधिक लोचदार बाजार में उत्पादन)

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि बाजार A कम लोचदार तथा बाजार B अधिक लोचदार बाजार है। एकाधिकारी कुल उत्पादन OQ के समान करता है। और वह इनमें से कम लोचदार बाजार में कम उत्पादन और अधिक लोचदार बाजार में अधिक उत्पादन का विक्रय करता है। परन्तु एकाधिकारी कम लोचदार बाजार में ऊँची कीमत OP_A तथा अधिक लोचदार बाजार में अधिक कीमत OP_B लेता है।

क्या कीमत विभेद समाज के लिये हानिकारक होता है या लाभदायक

कुछ अवस्थाओं में कीमत विभेद समाज के लिये लाभदायक और कुछ अवस्थाओं में कीमत विभेद समाज के लिये हानिकारक हैं।

कीमत विभेद समाज के लिये लाभदायक

इसके लिये निम्न अवस्थाएँ हैं

(1) यदि कीमत विभेद के कारण किसी वस्तु की कीमत निर्धन वर्ग के लिये नीची रखी जाये और अमीर वर्ग के लिये ऊँची कीमत रखी जाये तो ऐसी अवस्था में कीमत विभेद समाज के लिये लाभदायक होता है।

- (2) बहुत-सी जनसाधारण सेवायें ऐसी होती हैं। जो कीमत विभेद की नीति के बिना साधारण लोगों को प्राप्त नहीं होती हैं। जैसे रेलवे सेवा, डॉक्टर की सेवायें आदि।
- (3) यदि कीमत विभेद के अर्न्तगत एकाधिकारी अपनी उत्पादन क्षमता का पूर्ण उपयोग करके उत्पादन में वृद्धि करता है। तो रोजगार में वृद्धि होगी। जिससे कीमत विभेद समाज के लिये लाभदायक होगा।

कीमत विभेद समाज के लिये हानिकारक

निम्न परिस्थितियों में कीमत विभेद समाज के लिये हानिकारक होता है।

- (1) यदि कीमत विभेद के कारण गरीबों को ऊँची किमतें देनी पड़ती है। तो कीमत विभेद समाज के लिये हानिकारक है।
- (2) यदि राशिपातन की नीति के कारण एकाधिकारी घरेलू बाजार में ऊँची कीमत लेता है और विदेशी बाजार में कम कीमत लेता है तो कीमत विभेद समाज के लिये हानिकारक होगा।
- (3) जब एकाधिकारी जान बुझकर (सोच-समझकर) अपने लाभ अधिकतम करने के लिये वस्तु का उत्पादन कम करता है और कीमत बहुत ऊँची वसूल करता है तो कीमत विभेद हानिकारक होता है।

एकाधिकार तथा पूर्ण प्रतियोगिता में तुलना

(Comparison between Monopoly and Perfect Competition)

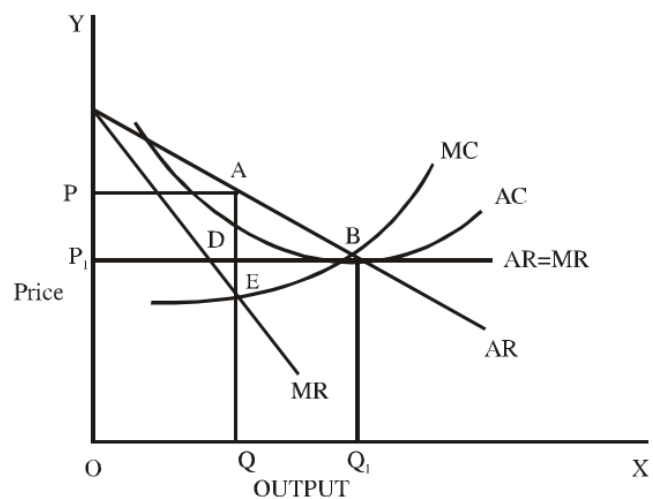
एकाधिकार तथा पूर्ण प्रतियोगिता बाजारों की तुलना निम्नलिखित तथ्यों के आधार पर की जा सकती हैं

- (1) **उत्पादन सम्बन्धी तुलना** : दीर्घकालीन संतुलन की दशा में पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में एकाधिकार की तुलना में उत्पादन अधिक होता है। पूर्ण प्रतियोगिता की दशा में दीर्घकालीन संतुलन की स्थिति में दीर्घकालीन सीमान्त लागत, सीमान्त आय, दीर्घकाल की औसत लागत, औसत आय एक दूसरे के बराबर होते हैं।

$$MC=MR=AR=AC$$

अतएव एकाधिकारी की स्थिति में पूर्ण प्रतियोगिता की तुलना में कीमत अधिक होती है परन्तु उत्पादन कम होता है।

- (2) **कीमत सम्बन्धी तुलना** : दीर्घकाल में पूर्ण प्रतियोगिता की तुलना में एकाधिकार की स्थिति में कीमत अधिक होती है। इसका कारण यह है कि दीर्घकालीन संतुलन की स्थिति में पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में कीमत न्यूनतम दीर्घकालीन औसत लागत के बराबर होती है। इसे निम्न रेखाचित्र से दिखाया जा सकता है।



चित्र 5.24

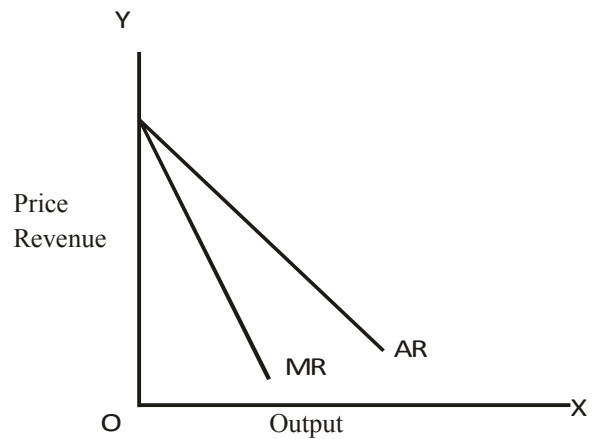
रेखाचित्र से ज्ञात होता है कि पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में संतुलन B बिन्दू पर निर्धारित होगा। फर्म OQ_1 वस्तु का उत्पादन करेगी तथा OP_1 कीमत पर बचेगी। इसके विपरीत एकाधिकार की दिशा में

कीमत न्यूनतम औसत लागत से पहले सन्तुलन की स्थिति में पहुंचने का प्रयत्न करता है। एकाधिकारी। बिन्दू पर संतुलन में हैं वह व्फ मात्रा का उत्पादन कर रहा है। वस्तु की कीमत OP निर्धारित होती है अतः संतुलन उत्पादन पर दीर्घकालीन औसत लागत AQ होगी जो न्यूनतम औसत लागत BQ_1 से अधिक है।

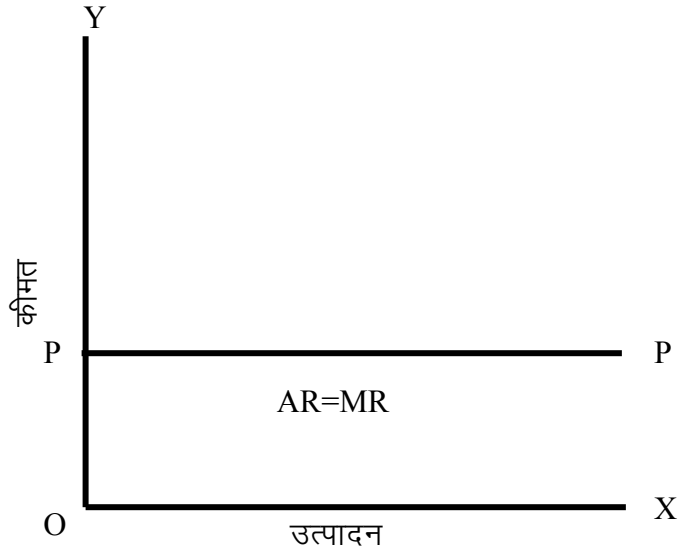
- (3) **फर्मों का उद्देश्य** : इन दोनों बाजारों में फर्म का उद्देश्य अधिकतम लाभ प्राप्त करना होता है।
- (4) **क्रेताओं तथा विक्रेताओं की संख्या सम्बन्धी मान्यता** : एकाधिकार में केवल एक ही विक्रेता तथा बहुत सारे क्रेता होते हैं। इस बाजार में फर्म तथा उद्योग में कोई अन्तर नहीं होता। एकाधिकारी का वस्तु की पूर्ति पर पूरा नियन्त्रण होता है। जबकि पूर्ण प्रतियोगिता में एक समरूप वस्तु के बहुत सारे विक्रेता तथा क्रेता होते हैं। अतः कोई एक विक्रेता अपनी पूर्ति में तथा क्रेता अपनी माँग परिवर्तन करके बाजार कीमत को प्रभावित नहीं कर सकता।
- (5) **उत्पादन सम्बन्धी मान्यता** : पूर्ण प्रतियोगिता की यह मान्यता है कि सभी फर्मों द्वारा उत्पादित वस्तुएं समरूप होती है। उनमें किसी प्रकार का अन्तर नहीं पाया जाता। एकाधिकार स्थिति में एकाधिकारी द्वारा उत्पादित वस्तु समरूप भी हो सकती है और नहीं भी हो सकती।
- (6) **लाभ सम्बन्धी तुलना** : अल्पकाल में इन दोनों की अवस्थाओं में उत्पादक असामान्य लाभ, सामान्य लाभ या न्यूनतम हानि उठा सकता है। परन्तु दीर्घकाल में पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में केवल सामान्य लाभ ही प्राप्त होते हैं।
- (7) **प्रवेश सम्बन्धी दोनों बाजारों की मान्यता** : पूर्ण प्रतियोगिता में नई फर्मों के प्रवेश तथा पुरानी फर्मों के उद्योग से बाहर जाने पर कोई प्रतिबन्ध नहीं होता। इसके विपरीत एकाधिकारी की स्थिति में फर्मों के प्रवेश पर प्रतिबन्ध होता है।
- (8) **फर्मों के निर्णय संबंधी निष्कर्ष** : पूर्ण प्रतियोगिता में एक फर्म केवल उत्पादन की मात्रा के सम्बन्ध में निर्णय ले सकती है। वह केवल यही निर्धारित कर सकती है कि उद्योग द्वारा निर्धारित कीमत पर उसे कितना उत्पादन करता है जिससे वह संतुलन की अवस्था में रह सके। इसके विपरीत एकाधिकारी उत्पादन की मात्रा अथवा कीमत दोनों में से किसी एक निर्धारित कर सकता है। परन्तु दोनों को वह निर्धारित नहीं कर सकता। क्योंकि दोनों में एक तत्व का निर्धारण किया जाता है तो दूसरा भी उसके साथ निर्धारित हो जाता है।
- (a) **माँग वक्र के आकार सम्बन्धी निष्कर्ष** : एकाधिकार में औसत आप वक्र का दबाव ऊपर से नीचे की ओर होता है। इसे रेखाचित्र में दिखाया जा सकता है।

रेखाचित्र में औसत आप वक्र (AR) तथा सीमान्त आप वक्र (MR) अलग-अलग है MR, AR से नीचे होता है।

इसके विपरीत पूर्ण प्रतियोगिता में फर्मों की अधिक संख्या तथा समरूप वस्तु की मान्यता के कारण माँग वक्र पूर्णतः लोचदार होती है। इसे रेखाचित्र से दिखाया जा सकता है।



चित्र 5.25

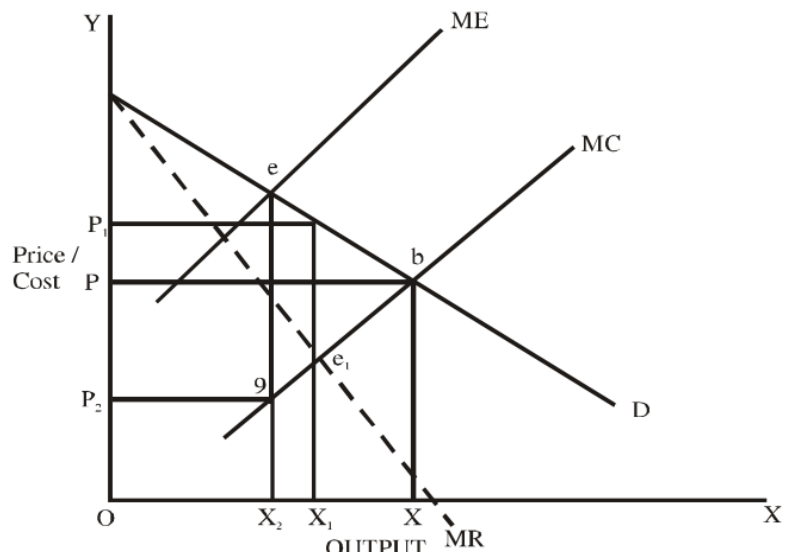


माँग पूर्णतः लोचदार होने का अर्थ है पूर्ण प्रतियोगिता में औसत आप वक्र (AR) OX अक्ष के समानान्तर होती है। इस स्थिती में औसत आप सीमान्त आप के बराबर होती है। रेखाचित्र में AR, MR एक ही वक्र PP द्वारा दिखाये गये हैं। इस स्थिती में वस्तु की कीमत उद्योग द्वारा निर्धारित की जाती है तथा फर्म उसी कीमत को स्वीकार करने वाली होती हैं।

Bilateral Monopoly

द्विपक्षीय एकाधिकार बाजार की वह अवस्था हैं जिसमें किसी वस्तु का अकेला ही विक्रेता और अकेला ही क्रेता होता है। मानो यदि एक देश में सारा ताँबा एक ही फर्म द्वारा उत्पादित किया जाता है और एक ही फर्म इस सारे ताँबे का प्रयोग करती है तो वह द्विपक्षीय एकाधिकार कहलायेगा। इस बाजार में माँग और पूर्ति द्वारा सन्तुलन स्थापित नहीं किया जा सकता। बल्कि इस बाजार में एक ऐसे रेंज (Ronge) को परिभाषित किया जा सकता है। जिसके अर्न्तगत किमत का क्रेता और विक्रेता में निर्धारण हो सकता है। परन्तु कीमत या उत्पादन का एक निश्चित स्तर अनार्थिक तत्वों पर निर्भर करता है। जैसे सौदा करने की शक्ति या विभिन्न फर्मों की योग्यता और नीतियाँ। द्विपक्षीय एकाधिकार में आर्थिक अनिश्चितता बनी रहती है। जो अन्य में बाहरी तत्वों द्वारा निर्धारित होती हैं। कीमत कुछ सीमाओं के बीच अनिश्चीत् होती है। मानो रेलवे के सभी यन्त्र एक ही फर्म द्वारा उत्पादित किये जाते हैं और ये सभी यन्त्र केवल एक क्रेता अर्थात् ब्रिटिश रेलवे द्वारा खरीद लिये जाते हैं। दोनों फर्मों का उद्देश्य अधिकतम लाभ कमाना होता है। उत्पादक एकाधिकारी का सन्तुलन वहाँ निर्धारित होगा जहाँ MR तथा MC वक्र एक-दूसरे को काटते हैं। इसे रेखाचित्र 5.27 में दर्शाया जा सकता है।

चित्र में स्पष्ट है कि C_1 बिन्दू पर विक्रेता प्रकाधिकारी फर्म का $MC=MR$ हैं। इसलिये हम स्थिती में उसका लाभ अधिकतम



चित्र 5.27

होगा। यदि उत्पादन की X_1 मात्रा उत्पादित की जाती है और उसे P_1 कीमत पर बेचना है। परन्तु उत्पादक अधिकतम लाभ वाली स्थिति को प्राप्त नहीं कर पायेगा। क्योंकि उत्पादक एकाधिकारी ने केवल अकेले ही क्रेता एकाधिकारी को वस्तु बेचती हैं और क्रेता एकाधिकारी क्रय निर्णयों द्वारा बाजार कीमत को प्रभावित कर सकता है। क्रेता भी अधिकतम लाभ प्राप्त करना चाहेगा और वह अपनी शक्ति को जानते हुए उत्पादक अपनी कीमतें थोपने का प्रयास करेगा। उत्पादक का MC क्रेता के लिये पूर्ति वक्र होती है। इस वक्र का ऊपर की ओर बढ़ता हुआ ढलान यह दर्शाता है कि जैसे-जैसे। एकाधिकारी अधिक से अधिक वस्तु खरीदेगा उसे ऊँची कीमत देनी पड़ेगी। MC वक्र अर्थात् पूर्ति वक्र को प्रभावित करने वाली शर्त क्रेता के नियन्त्रण में नहीं होती है। क्योंकि यह वह मात्रा होती है। जो विक्रेता एकाधिकारी भिन्न-भिन्न कीमतों पर बेचना चाहता है। क्रेता के व्यय में वृद्धि होने पर (जिसे रेखाचित्र में ME द्वारा दिखाया गया है।) यह क्रेता एकाधिकारी के लिये सीमान्त लागत को दर्शाती है। उत्पादक क्रेता के लिये आगत (Input) है। अतः अपने लाभ को अधिकतम करने के लिये क्रेता X वस्तु की अतिरिक्त इकाईयां जब तक खरीदता जायेगा तब तक उसका MC बराबर कीमत नहीं हो सकता है। कीमत इव वक्र द्वारा दिखाई गई है। वक्र एकाधिकारी का सन्तुलन म बिन्दू पर होगा। इस स्थिति में वह X, उत्पादन की मात्रा खरीदना चाहेगा और कीमत P_2 देना चाहेगा। कीमत पूर्ति वक्र के अर्थात् MC वक्र के बिन्दू पर निर्धारित होती है। मानो क्रेता P_2 क्रेता को कीमत देना चाहता है। जबकि विक्रेता P_1 कीमत लेना चाहता है। इसलिये बाजार में अनिचित कीमत बनी रहेगी। दोनों फर्म देर-सवेर समझौता कर लेगी और कीमत P_1 और P_1 के बीच निर्धारित हो जायेगी। यह दोनों फर्मों की सौदा करने की शक्ति तथा योग्यता पर निर्भर करता है।

व्यवहार में वस्तु बाजार द्विपक्षीय एकाधिकार नहीं पाया जाता है। परन्तु श्रम बाजार में जहाँ श्रमिक एक संगठन के रूप में अपने-आप को सुदृढ़ कर लेते हैं। जैसे Coal bood तथा उसके काम करने वाला श्रमिक।

यदि वस्तु बाजार द्विपक्षीय एकाधिकार होता है तो MC वक्र या पूर्ति वक्र क्रेता एकाधिकारी के लिये पूर्ति वक्र बन जाती है। इसलिये उसका सन्तुलन वहाँ होगा जहाँ पर नई सीमान्त वक्र या कीमत या माँग वक्र आपस में काटती है। रेखाचित्र में यह स्थिति b बिन्दू पर पाई जाती है। इस अवस्था में सीमान्त लागत P^* होगी और उत्पादन का स्तर बढ़कर X^* हो जायेगा अर्थात् इस स्थिति में विक्रेता एकाधिकारी P से कम कीमत P^* लेना चाहेगा। उस स्थिति में क्रेता एकाधिकारी के लिये कीमत कम हो जायेगी और विक्रेता एकाधिकारी उत्पादन अधिक करेगा और दोनों को लाभ होगा।

अतः स्पष्ट है कि द्विपक्षीय एकाधिकार की स्थिति में किमत में कुछ सीमाओं में अनिचितता बनी रहती है।

Multiplant Monopoly

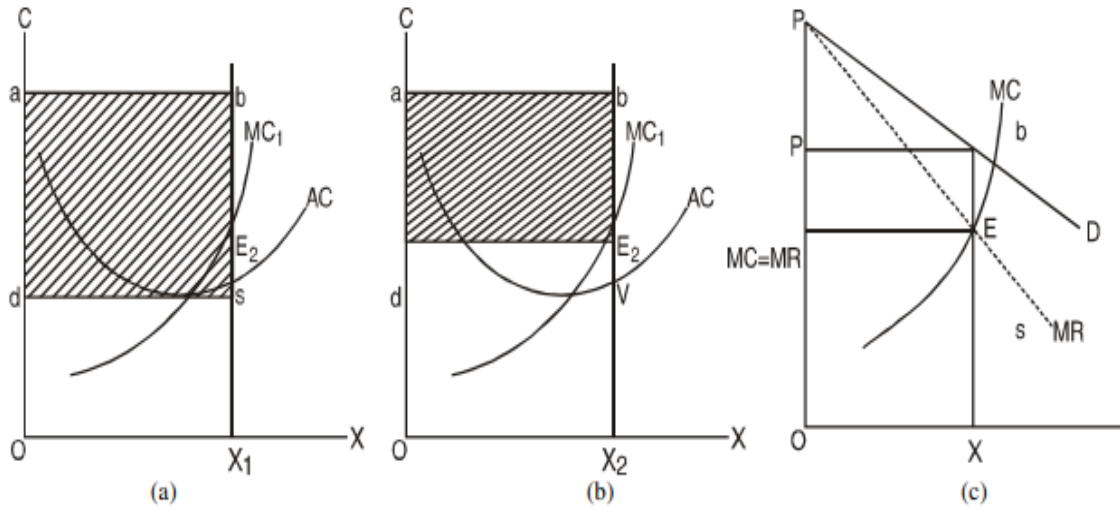
Multi - Firm विभिन्न प्लांटों में एक जैसा उत्पाद का उत्पादन करती है। तथा अलग-अलग प्लांटों में लागत अलग अलग होती है। यहाँ पर यह माना गया है कि फर्म के केवल दो प्लांट है A और B दोनो प्लांटो की लागत वक दी हुई है। जिनको A तथा B रेखाचित में दर्शाया गया है। फर्म के संतुलन के लिए दोनों प्लांटों की MC_1 तथा MC_2 वक्रों का Horizontal Summation किया जाता है। जो कि रेखाचित्र C में दर्शाया (MC) गया है।

फर्म के लिए मांग वक्र दिया गया है। जो रेखाचित्र b में क्व है। अतः डट वक्र की सहायता से एकाधिकार की कीमत निर्धारण होगा।

संतुलन की शर्त :

(1) $MC=MR$

(2) MC cuts MR from below



चित्र 5.28

अतः C रेखाचित्र में कीमत निर्धारण E बिन्दु पर होता है जहाँ पर $MC=MR$ है। तथा फर्म P कीमत तथा X उत्पादन करेगी। तथा B प्लांट में भी संतुलन की शर्त होगी जहाँ पर $MC = MR=MC$ इसके अनुसार संतुलन। प्लांट में E, बिन्दु पर तथा B प्लांटों में एक जैसी और एकाधिकारी कीमत ली जायगी जो OP (रेखाचित्र C में) है। तथा उत्पादन OX होगा जो की X जो की। प्लांट द्वारा क्या गया है तथा Y_2 जो प्लांट B द्वारा किया गया है का जोड़ ($X=X_1 + X_2$) है।

प्लांट A का लाभ ADSB तथा B प्लांट का लाभ GHJT होगा जब प्लांट X_1 तथा X_2 उत्पादन कर रही हैं और एकाधिकारी कीमत चार्ज कर रही हैं।

लघु प्रश्न:

1. बाजार को परिभाषित करें।
2. संतुलन से आपका क्या तात्पर्य है?
3. सही प्रतियोगिता क्या है?
4. एकाधिकार को परिभाषित करें।
5. किसी व्यापारिक फर्म के कुछ उद्देश्यों का उल्लेख करें।

लंबे प्रश्न:

1. बाजार से आपका क्या अभिप्राय है? यह भी बताएं कि विभिन्न बाजार संरचनाओं का ज्ञान व्यवसाय निर्णय लेने में कैसे मदद करता है।
2. सही बाजार प्रतिस्पर्धा के तहत फर्म और उद्योग के संतुलन की व्याख्या करें।
3. एकाधिकार बाजार की स्थिति पर एक विस्तृत नोट लिखें।
4. एकाधिकार बाजार की स्थिति से आपका क्या तात्पर्य है और इसके व्यावहारिक अनुप्रयोगों की भी व्याख्या करें।

इकाई – 2

एकाधिकार प्रतियोगिता: अर्थ और विशेषताएं; एकाधिकार प्रतियोगिता के तहत मूल्य और आउटपुट निर्धारण; उत्पाद भेदभाव; लागत बेचना; पूर्ण प्रतियोगिता के साथ तुलना; एकाधिकार प्रतियोगिता के तहत अतिरिक्त क्षमता। कुलीनता: लक्षण, अनिश्चित मूल्य निर्धारण और आउटपुट; कुलीन वर्गों के शास्त्रीय मॉडल में मूल्य नेतृत्व; Collusive oligopoly; kinked मांग वक्र।

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद छात्र

1. एकाधिकार प्रतियोगिता बाजार संरचना की अवधारणा को विस्तार से समझेंगे
2. एकाधिकार बाजार प्रतियोगिता के व्यावहारिक अनुप्रयोगों को समझेंगे
3. ओलिगोपॉली मार्केट प्रतियोगिता की अवधारणा को विस्तार से समझेंगे।

Unit-II

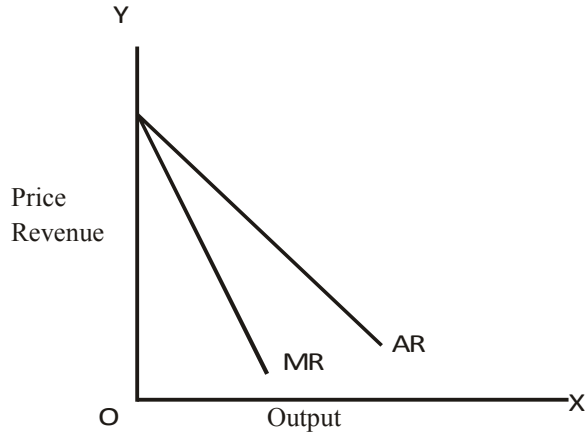
एकाधिकारी प्रतियोगिता

(MONOPOLISTIC COMPETITION)

यह बाजार की वह अवस्था है जिसमें अनेक फर्मों तथा उनके क्रेता होते हैं। उद्योग में नई फर्मों के प्रवेश करने व पुरानी फर्मों के छोड़ने की स्वतंत्रता होती है। विभिन्न फर्मों द्वारा उत्पादित वस्तुएँ एक-दूसरे की निकटतम स्थानापन्न होती हैं। परन्तु एक मात्रा में कीमत विभेद पाया जाता है। इस बाजार में माँग अधिक लोचदार होती है। विक्रय लागतों का इस बाजार में विशेष महत्त्व है। अर्थात् इस बाजार में गैर-कीमत प्रतियोगिता पाई जाती है। जैसे नहाने के साबुन, लक्स, हमाम, रेक्सोना विभिन्न दूधपेस्ट, कोलगेट, कलोजअप आदि।

विशेषताएँ

- (1) फर्मों की अधिक संख्या : एकाधिकारी प्रतियोगिता में फर्मों की संख्या बहुत अधिक होती है।
- (2) अनेक क्रेता : उस बाजार में प्रत्येक वस्तु की विभिन्न ब्राण्डों के अनेक क्रेता (खरीदार) होते हैं।
- (3) कोई समझौता नहीं : फर्मों की संख्या अधिक होने के कारण फर्मों के बीच कीमत तथा उत्पादन से सम्बन्धित कोई समझौता नहीं होता है। प्रत्येक विक्रेता अपने प्रतियोगी की चिन्ता किये बिना अपनी वस्तु की कीमत व उत्पादन के बारे में निर्णय ले सकता है।
- (4) निकटतम स्थानापन्न : विभिन्न फर्मों द्वारा उत्पादित वस्तुएँ एक-दूसरे की निकटतम स्थानापन्न होती हैं। अर्थात् इन वस्तुओं की माँग की तिरछी लोच बहुत अधिक होती है।
- (5) वस्तु विभेद : इस बाजार में फर्में मिलती-जुलती वस्तुओं का उत्पादन करती हैं। परन्तु इन वस्तुओं के रंग-रूप, अकार, डिजाइन, पैकिंग आदि के आधार पर वस्तु विभेद पाया जाता है।
- (6) फर्मों को बाजार में प्रवेश करने तथा छोड़ने की स्वतंत्रता : इस बाजार में नई फर्मों के बाजार में प्रवेश करने या पुरानी फर्मों के बाजार छोड़ने की पूर्ण स्वतंत्रता होती है।
- (7) बाजार का अपूर्ण ज्ञान : इस बाजार के क्रेताओं तथा विक्रेताओं को बाजार का अपूर्ण ज्ञान होता है। क्रेता को यह पता नहीं होता है कि कौन-सी फर्में सबसे कम कीमत पर अच्छी वस्तु बेच रही है।
- (8) अति अधिक विक्रय लागतें : इस बाजार में फर्मों द्वारा उत्पादित वस्तुएँ एक-दूसरे की निकटतम स्थानापन्न होती हैं। इसलिए प्रत्येक फर्म अपनी वस्तु की बिक्री बढ़ाने के लिए, अखबारों, टेलीविजन, सिनेमा आदि में विज्ञापन पर बहुत अधिक व्यय करती है।
- (9) गैर-कीमत प्रतियोगिता : इस बाजार में वस्तुओं को बेचने के लिए कीमत प्रतियोगिता नहीं पाई जाती है। फर्में वस्तुओं की अधिक मात्रा बेचने के लिए गैर-कीमत प्रतियोगिता अर्थात् विज्ञापन आदि पर व्यय करती हैं।
- (10) अधिक लोचदार माँग : इस बाजार में माँग वक्र अधिक लोचदार होती है। अर्थात् AR तथा MR वक्र ऊपर से नीचे की ओर जाती है। परन्तु उनमें लोचनीयता अधिक होती है।



चित्र 5.29

एकाधिकारी प्रतियोगिता में कीमत तथा उत्पादन का निर्धारण या फर्म का सन्तुलन

इस बाजार में प्रत्येक फर्म अधिकतम लाभ करने के लिए उस सीमा तक उत्पादन करती है। जिस पर उसके सीमांत आय तथा सीमांत लागत बराबर हो जाती हैं। अतः इस बाजार में फर्म के सन्तुलन के लिए निम्न दो शर्तें पूरी होनी चाहिए :

- (i) $MR=MC$
- (ii) MC वक्र MR वक्र के नीचे से काटनी चाहिए

अल्पकाल में कीमत तथा उत्पादन का निर्धारण

अल्पकाल समय की वह अवधि होती है जिसमें उत्पादन बढ़ाने के लिए केवल परिवर्तनशील साधनों जैसे श्रमिकों की संख्या, बिजली, कच्चे माल की मात्रा इत्यादि से बदला जा सकता है। परन्तु स्थिर साधनों जैसे मशीनरी, भवन तथा प्लांट के आकार आदि में परिवर्तन नहीं किया जा सकता है। सन्तुलन की स्थिति में फर्मों को असामान्य लाभ, सामान्य लाभ या न्यूनतम हानि भी हो सकती है।

असामान्य लाभ

अल्पकाल में सन्तुलन की अवस्था में फर्म को उस समय असामान्य लाभ प्राप्त होते हैं। जब

$$AR > AC$$

$$\text{औसत आय} > \text{औसत लागत}$$

रेखाचित्र में

$$AR = FQ$$

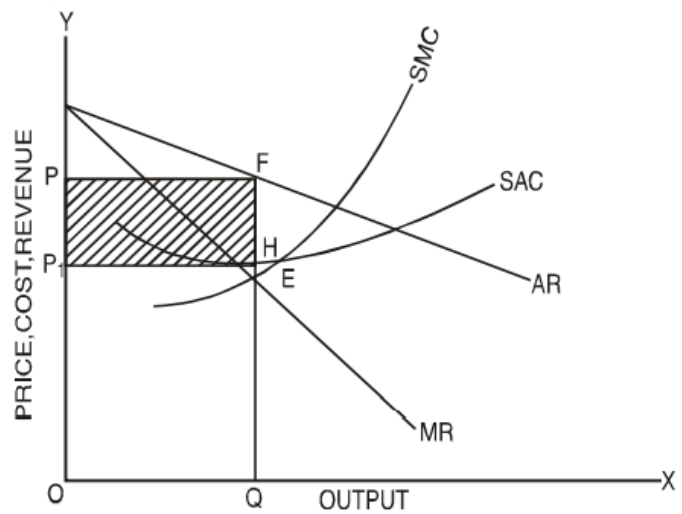
$$AC = HQ$$

फर्म को असामान्य लाभ प्राप्त होंगे

$$\text{लाभ प्रति इकाई} = AR - AC$$

$$= FQ - HQ$$

$$= FH$$



चित्र 5.30

कुल लाभ = लाभ प्रत इकाई x कुल उत्पादन

$$\begin{aligned}
 &= FH \times OQ \\
 &= FH \times PP_1 \\
 &= PP_1 FH
 \end{aligned}$$

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि फर्म E बिन्दु पर सन्तुलन में होगी। क्योंकि बिन्दु पर $MC=MR$ है। तथा MC वक्र MR वक्र को नीचे से काट रही है। इस अवस्था में सन्तुलित कीमत OP तथा सन्तुलित उत्पादन OQ निर्धारित होते हैं। तथा इस अवस्था में फर्म को PP_1FH के समान असामान्य लाभ प्राप्त होंगे।

**सामान्य लाभ
(Normal Profit)**

अल्पकाल में एकाधिकारी प्रतियोगिता में फर्म को उस समय सामान्य लाभ प्राप्त होंगे जब

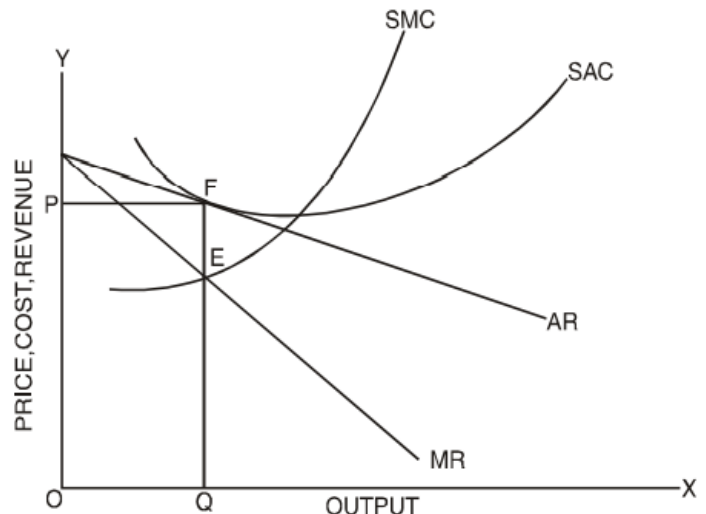
$$AC = AR \text{ और } MC = MR$$

रेखाचित्र में

$$\begin{aligned}
 AR &= FQ \\
 AC &= FQ \\
 AR &= AC
 \end{aligned}$$

∴ फर्म को सामान्य लाभ होंगे।

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि फर्म E बिन्दु पर सन्तुलन में होगी क्योंकि इस बिन्दु पर $MC=MR$ है और MC वक्र MR वक्र को नीचे से काट रही है। सन्तुलित कीमत OP तथा सन्तुलित उत्पादन OQ किया जाता है। इस स्थिति में फर्म को सामान्य लाभ प्राप्त होंगे क्योंकि यहाँ पर फर्म के $AR=AC$ हैं।



चित्र 5.31

न्यूनतम हानि

अल्पकाल में एकाधिकारी प्रतियोगिता में फर्म को उस समय हानि सहन करनी पड़ती है। जब

रेखाचित्र में

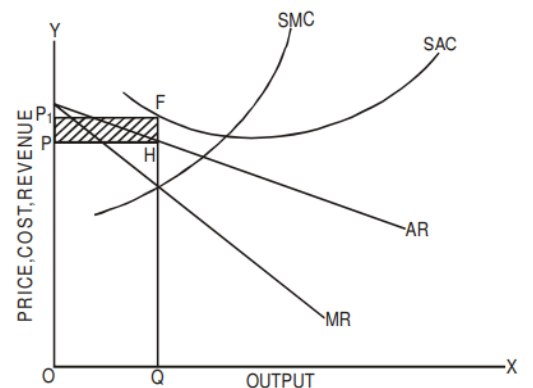
$$\begin{aligned}
 AR &= HQ \\
 AC &= FQ \\
 AR &< AC
 \end{aligned}$$

∴ फर्म को हानि होगी

व्यावसायिक अर्थशास्त्र

हानि प्रति इकाई

$$\begin{aligned}
 &= AC - AR \\
 &= FQ - HQ \\
 &= FH
 \end{aligned}$$



चित्र 5.32

$$\begin{aligned}
 \text{कुल हानि} &= \text{हानि प्रति इकाई} \times \text{कुल उत्पादन} \\
 &= FH \times OQ \\
 &= FH \times PH \\
 &= PP_1 FH
 \end{aligned}$$

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि अल्पकाल में एकाधिकारी फर्म E बिन्दु पर सन्तुलन में होगी। क्योंकि इस बिन्दु पर $MC=MR$ है। तथा MC वक्र MR वक्र को नीचे से काट रही है। सन्तुलित कीमत OP निर्धारित होगी तथा सन्तुलित उत्पादन $फ$ किया जायेगा। इस अवस्था में फर्म को PP_1FH के समान हानि सहन करनी होगी।

दीर्घकाल में फर्म का सन्तुलन

या

कीमत उत्पादन का निर्धारण

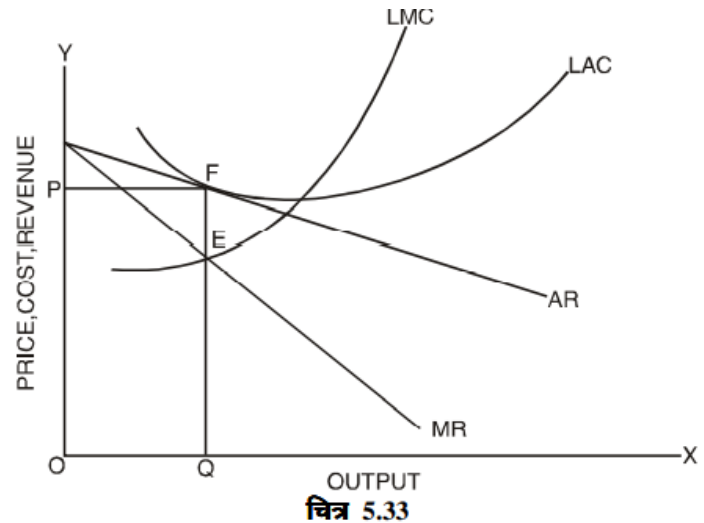
दीर्घकाल समय की वह अवधि होती है जिसमें उत्पादन के सभी साधन परिवर्तनशील होते हैं। एकाधिकारी प्रतियोगिता में नई फर्मों के प्रवेश करने तथा पुरानी फर्मों के उद्योग के छोड़ने की पूर्ण स्वतंत्रता होती है। यदि किसी समय उद्योग में असामान्य लाभ प्राप्त हो तो नई फर्म उद्योग में प्रवेश कर सकती हैं। इसके फलस्वरूप वस्तु की पूर्ति बढ़ जायेगी। जिसके कारण कीमत कम हो जायेगी और फर्म को सामान्य लाभ प्राप्त होंगे। इसके विपरीत यदि उद्योग में हानि हो रही हो तो पुरानी फर्म उद्योग को छोड़कर चली जाती हैं जिसमें वस्तु की पूर्ति कम हो जायेगी तथा वस्तु की कीमत बढ़ जायेगी। फलस्वरूप अन्य फर्मों को सामान्य लाभ ही प्राप्त होंगे।

रेखाचित्र में

$$\begin{aligned}
 AR &= FQ \\
 AC &= FQ \\
 AR &= AC
 \end{aligned}$$

∴ फर्म को सामान्य लाभ प्राप्त होंगे।

रेखाचित्र में स्पष्ट है कि दीर्घकाल में एकाधिकारी में फर्म का सन्तुलन E बिन्दु पर होगा। क्योंकि इस बिन्दु पर $MC=MR$ है। तथा MC वक्र MR वक्र को नीचे से काट रही है। इस अवस्था में असन्तुलित कीमत OP तथा सन्तुलित उत्पादन $फ$ निर्धारित होता है। इस अवस्था में फर्म को सामान्य लाभ प्राप्त होंगे क्योंकि $AR=AC$ है।



विक्रय लागते

(Selling Costs)

एकाधिकारी प्रतियोगिता वाली फर्मों को अपना उत्पादन बेचने के लिए विज्ञापन तथा प्रचार पर काफी धन व्यय करना पड़ता है। वस्तु की बिक्री बढ़ाने के लिए उसके विज्ञापन तथा प्रचार पर जो कुल व्यय खर्च किया जाता है उसे विक्रय लागत कहा जाता है। विक्रय लागत की आवश्यकता एकाधिकारी प्रतियोगिता में ही अधिक होती है। अन्य बाजारों जैसे पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में सभी उत्पादकों की वस्तुएँ समान होती हैं। इसलिए उन्हें वस्तु के विज्ञापन करने की आवश्यकता नहीं होती। एकाधिकारी की अवस्था में भी वस्तु का एक ही उत्पादक होता है। उसे

केवल ग्राहकों को वस्तु के उत्पादन की सूचना मात्र देनी होती है। इसलिए इस बाजार में विज्ञापन पर कुछ धन खर्च करना पड़ता है। एकाधिकारी प्रतियोगिता में विक्रय लागत केवल सूचना मात्र ही नहीं होती बल्कि यह माँगे परिवर्तन तथा बिक्री की उन्नति के लिए आवश्यक होती है। अतएव विक्रय लागतें वे लागते हैं जो किसी वस्तु की बिक्री बढ़ाने के लिए विज्ञापन, प्रचार, प्रदर्शन, दुकानदारों को दिये जाने वाले कमीशन आदि के रूप में दी जाती है।

प्रो. मर्यर्स के शब्दों में, “विक्रय लागतों से अभिप्राय उन लागतों से है जो किसी ग्राहक को एक वस्तु की अपेक्षा दूसरी वस्तु अथवा एक विक्रेता की अपेक्षा दूसरे विक्रेता से वस्तु खरीदने के लिए प्रेरित करती है।”

मान्यताएँ

(Assumptions)

उसमें निम्न मान्यताएँ हैं :

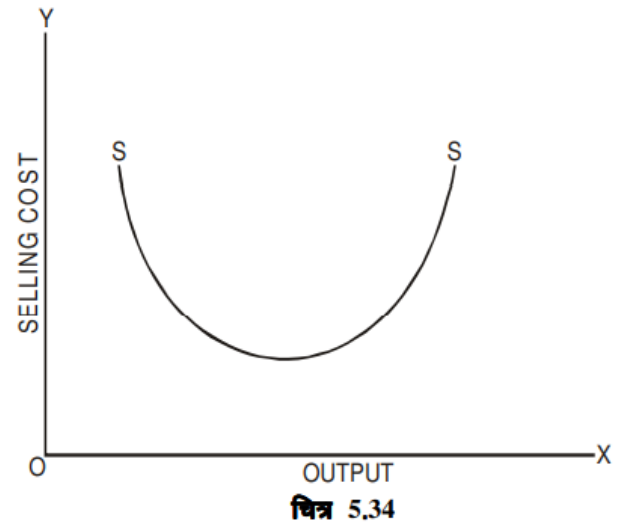
- क्रेताओं क माँग तथ रुचि में परिवर्तन किया जा सकता है।
- क्रेताओं को वस्तु की विभिन्न किस्मों का पूर्ण ज्ञान नहीं होता।

विक्रय लागत का आकार

(Shape of the Selling Costs)

प्रो. चौम्बरलिन के अनुसार विक्रय लागत U आकार की होती है। इसे रेखाचित्र द्वारा स्पष्ट किया जा सकता है।

रेखाचित्र में SS वक्र औसत विक्रय लागत वक्र है। यह वक्र पहले नीचे की ओर तथा फिर ऊपर की ओर उठ रहा है। इससे सिद्ध होता है कि आरम्भ में विक्रय लागतों के अनुपात से बिक्री में अधिक वृद्धि होती है। परन्तु एक सीमा के बाद, विक्रय लागत में होने वाली वृद्धि के अनुपात में वस्तु की बिक्री में कम वृद्धि होती है। इसका अभिप्राय यह है कि एक सीमा तक प्रति इकाई विक्रय लागत कम होती है। परन्तु एक सीमा के बाद बढ़ने लगती है। क्योंकि इन पर भी अन्ततः घटते प्रतिफल का नियम लागू होता है।

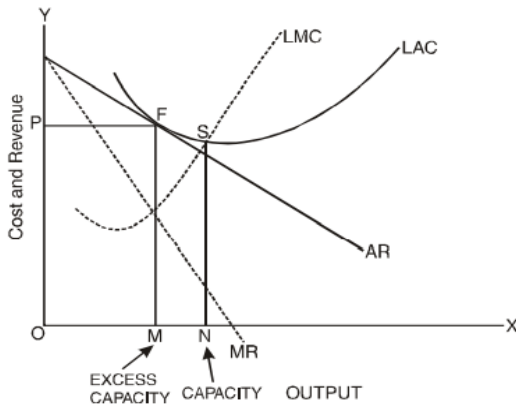


एकाधिकारी प्रतियोगिता में अधिक्य क्षमता

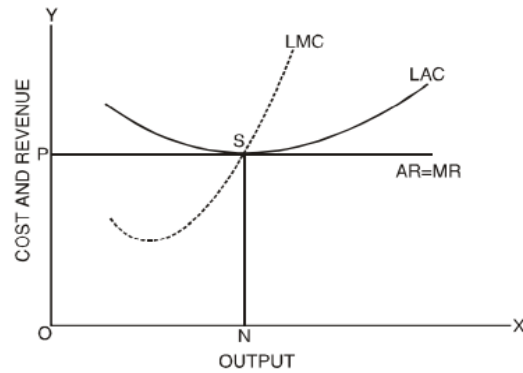
(Excess Capacity Under Monopolistic Competition)

समाज के उत्पादन साधनों का पूर्ण उपयोग उस समय होता है जबकि उनके प्रयोग से उत्पादन का वह स्तर प्राप्त किया जाए जिस पर दीर्घकालीन औसत लागत न्यूनतम हो। इसका अर्थ यह है कि एक एकाधिकारी प्रतियोगी फर्म सामाजिक दृष्टि से अनुकूलतम उत्पादन से कम उत्पादन करती है। एकाधिकारी प्रतियोगिता में एक फर्म का वास्तविक दीर्घकालीन उत्पादन तथा सामाजिक दृष्टि से अनुकूल उत्पादन का अन्तर उसकी आधिक्य क्षमता (Excess Capacity) का माप होता है। एकाधिकारी प्रतियोगिता में आधिक्य क्षमता को रेखाचित्र (A) की सहायता से समझा जा सकता है। रेखाचित्र (B) पूर्ण प्रतियोगिता फर्म की दीर्घकालीन स्थिति को बताती है। जो कि छ उत्पादन स्तर पर, जिस पर इसकी दीर्घकालीन औसत लागत न्यूनतम है, दीर्घकालीन सन्तुलन में है। छ

उत्पादन ही दीर्घकालीन उत्पादन की दोहरी शर्त (कीमत=MC=AC) पूरी होती है। अतः यह स्पष्ट है कि पूर्ण प्रतियोगिता में फर्म सामाजिक दृष्टि आदर्श मात्रा का उत्पादन करती है।



चित्र 5.35 A



चित्र 5.35 B

रेखाचित्र (A) में एकाधिकारी प्रतियोगिता में फर्म OM उत्पादन पर सन्तुलन में है। क्योंकि इस पर इसकी सीमान्त लागत तथा सीमान्त आप बराबर है। तथा कीमत औसत लागत के बराबर है। यहाँ पर ध्यान देने योग्य है कि उत्पादन OM पर औसत लागत गिर रही है और ON उत्पादन तक गिरती रहती है। इसका अर्थ है कि फर्म ON तक अपने उत्पादन को बढ़ा कर दीर्घकालीन उत्पादन लागत को न्यूनतम कर सकती है। आदर्श उत्पादन ON है जिस पर दीर्घकालीन औसत लागत न्यूनतम है। इसलिए फर्म अनुकूलतम उत्पादन में MN मात्रा का कम उत्पादन कर रही है। यह MN उत्पादन अधिक्य क्षमता का प्रतीक है। जो कि एकाधिकारी प्रतियोगिता के कारण उत्पन्न होती है। यह ध्यान देने योग्य है कि अधिक्य क्षमता का सम्बन्ध केवल दीर्घकाल से है। इसका कारण यह है कि अल्पकाल में किसी भी मार्केट रूप में अनुकूलतम उत्पादन से विचलन कई प्रकार के हो सकते हैं जो कि प्रचलित मार्केट स्थितियों के अनुसार पूर्ण रूप से समायोजन न होने को दर्शाते हैं।

वस्तु-विभेद

(Product Differentiation)

प्रो. चेम्बरलिन के अनुसार एकाधिकारी प्रतियोगिता की एक मुख्य विशेषता वस्तु विभेद है। वस्तु विभेद का अर्थ है कि वस्तुएँ एक-दूसरे के निकट स्थानापन्न (Close Substitute) तो होती हैं परन्तु वे समरूप (Homogeneous) नहीं होती और उनमें रंग, नाम, पैकिंग, क्वालिटी आदि का अन्तर पाया जाता है।

बाजार में आपको फोरहन्स, बिनाका, कॉलगेट, सिगनल आदि कई प्रकार के टूथपेस्ट, लिमका, कैम्पा कोला, पेप्सी कोला, कोका कोला, थम्स अप आदि कई ठण्डे पदार्थ मिलते हैं। ये एक दूसरे के स्थानापन्न हैं परन्तु इनमें विभेद भी पाया जाता है। वस्तु विभेद की मुख्य विशेषताएं निम्नलिखित हैं :

- (1) वस्तु विभेद के फलस्वरूप वस्तुएं पूर्ण प्रतियोगिता की तरह एक रूप (Homogeneous) नहीं होती है।
- (2) वस्तु विभेद बाजार की एक वास्तविक स्थिति है। ये वस्तुएं निकट स्थानापन्न (Close Substitutes) होती हैं।
- (3) वस्तु विभेद वास्तविक तथा कृत्रिम दोनों प्रकार का हो सकता है।
- (4) वस्तु विभेद की अवस्था में उत्पादक अपनी-अपनी वस्तुओं के नाम आदि को कानूनी रूप से पेटेन्ट करा लेते हैं उन्हें उस वस्तु के नाम, डिजाइन आदि का एकाधिकार प्राप्त होता है। जैसे वेसपा स्कूटर के उत्पादन का अधिकार केवल एक ही फर्म को है। इसका ट्रेड मार्क रजिस्टर्ड है। दूसरी फर्म इसका प्रयोग नहीं कर सकती। परन्तु वह किसी दूसरे ब्रांड की वस्तुओं का उत्पादन कर सकती हैं। इस प्रकार विभिन्न फर्मों में प्रतियोगिता भी पाई जाती है।

- (5) वस्तु विभेद का उद्देश्य कीमत निर्धारित करने की शक्ति प्राप्त करना तथा लाभ में वृद्धि करना। वस्तु विभेद के फलस्वरूप औसत लागत में वृद्धि हो सकती है।
- (6) चौम्बरलिन के अनुसार वस्तु विभेद लोगों की अनेक रूपों में विभिन्नता (Variety) की आवश्यकता पूरी करता है। अतएव इसके लिए कुछ अधिक कीमत देना आवश्यक हो जाता है।

(1) वस्तु विभेद की परिभाषा (Definition of Product Differentiation)

प्रो. चौम्बरलिन (Chamberlin) के अनुसार, “एक किस्म की वस्तुओं में विभेद उस समय उत्पन्न होता है जब एक विक्रेता की वस्तुओं तथा सेवाओं को दूसरे विक्रेता की वस्तुओं तथा सेवाओं से विभिन्न मानने को कोई महत्वपूर्ण आधार हो। यह आधार वास्तविक या कृत्रिम हो सकता है। इसके फलस्वरूप क्रेता एक उत्पादन की वस्तु को दूसरे की तुलना में अधिक पसन्द करता है।” (A general class of product is differentiated in only sufficient basis exists for distinguishing the good (or services) of one dealer from those of another. Such a basis may be real or fancied, so long as it is of any importance whatever to buyers and leads to a preference for any variety of the product over another –Chamberlin)

(2) वस्तु विभेद तथा मांग वक्र (Product Differentiation and the Demands Curve)

अर्थशास्त्र में सबसे पहला सराफा (Saraffa) ने नीचे गिरती हुई मांग वक्र के आधार के रूप में वस्तु विभेद की धारणा प्रतिपादित की थी। परन्तु कीमत तथा उत्पादन की मात्रा के निर्धारण के आधार के रूप में वस्तु विभेद की धारणा का विकास चौम्बरलिन ने किया था। चौम्बरलिन के अनुसार, किसी फर्म की मांग पर केवल कीमत का ही प्रभाव नहीं पड़ता बल्कि वस्तु की किस्म (Style of the Product) तथा विक्रय लागत का भी प्रभाव पड़ता है।

वस्तु विभेद का उद्देश्य उपभोक्ता को किसी विशेष वस्तु की मांग करने के लिए प्रेरित करना है। यह ध्यान रखना चाहिए कि विभिन्न फर्मों के उत्पादन में विभिन्नता होते हुए भी वे एक दूसरे के निकट स्थानापन्न (Close Substitution) होते हैं। वस्तु विभेद का मुख्य उद्देश्य कीमत निर्धारण पर उत्पादक के प्रभाव को बढ़ाना है। उत्पादक केवल कीमत लेने वाला (Price Taker) ही नहीं रह जाता बल्कि कीमत निर्धारित (Price Maker) करने वाला बन जाता है। इसके फलस्वरूप मांग वक्र का ऋणात्मक झुकाव (Negative Slope) होता है अर्थात् कीमत कम होने पर मांग बढ़ जाती है तथा कीमत के बढ़ने पर मांग कम हो जाती है। वस्तु विभेद के कारण ही मांग वक्र पर विक्रय लागतों का बहुत अधिक प्रभाव पड़ता है।

(3) वस्तु विभेद तथा सन्तुलन (Product Differentiation and Equilibrium)

एकाधिकारी प्रतियोगिता में वस्तु विभेद का फर्म के सन्तुलन पर प्रभाव पड़ता है। इसे रेखाचित्र द्वारा स्पष्ट किया जा सकता है। इस रेखाचित्र को बनाते समय यह मान लिया गया है कि वस्तु की दो किस्में A तथा B हैं। इनकी बिक्री के लिए कोई विक्रय लागत नहीं खर्च करनी पड़ती। फर्म को यह तय करना पड़ता है कि कौन-सी किस्म का उत्पादन किया जाए जिससे कि अधिकतम लाभ प्राप्त हो सके। मान लो कि वस्तु की कीमत पहले से ही तय हो चुकी है। यह A भी मान लिया गया है d उत्पादक उत्पादन की अधिक मात्रा बेच सकेगा, यदि यह उत्तम किस्म की वस्तु का उत्पादन करता AA है। फर्म दोनों वस्तुओं क बिक्री से मिलने वाले कुल लाभ की तलना करती जायेगी तथा उस वस्तु का चनाव करेगी जिससे झ अधिकतम लाभ प्राप्त हो सकेंगे। रेखाचित्र 5.36 से स्पष्ट होता है कि A वक्र वस्तु A का लागत वक्र है तथा B वक्र वस्तु B का लागत वक्र है। बाजार में दोनों वस्तुओं की OP कीमत प्रचलित AA है। B वस्तु का लागत वक्र ऊंचा है अतः इसे अधिक बढ़िया किस्म की वस्तु माना जायेगा।

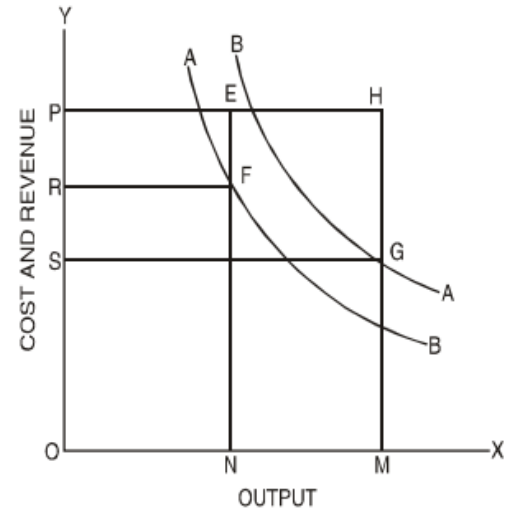
मान लीजिए OP कीमत पर, जो कि स्थिर है, वस्तु 'A' की ON मात्रा की मांग की जाती है। इसकी कुल उत्पादन लागत ONFR होगी तथा बिक्री मूल्य ONFR होगा इस प्रकार फर्म को M वस्तु 'A' के उत्पादन से

$$ONEP - ONFR = RPEF$$

RPEF लाभ होंगे। इसके विपरीत यदि 'B' वस्तु की OM मात्रा की मांग की जाती है तो इसकी कुल उत्पादन लागत OMGS होगी तथा बिक्री मूल्य OMHP होगा। इस प्रकार फर्म को वस्तु 'B' के उत्पादन से

$$OMHP - OMGS = SGHP$$

SGHP लाभ प्राप्त होंगे। अतएव उपरोक्त रेखाचित्र से स्पष्ट हो जाता है कि वस्तु की 'A' तथा 'B' दो किस्मों में से 'B' प्रकार के पदार्थ की बिक्री से 'A' प्रकार के पदार्थ की बिक्री की तुलना में अधिक लाभ प्राप्त होता है इसलिए फर्म वस्तु 'B' का उत्पादन करना पसन्द करेगी।

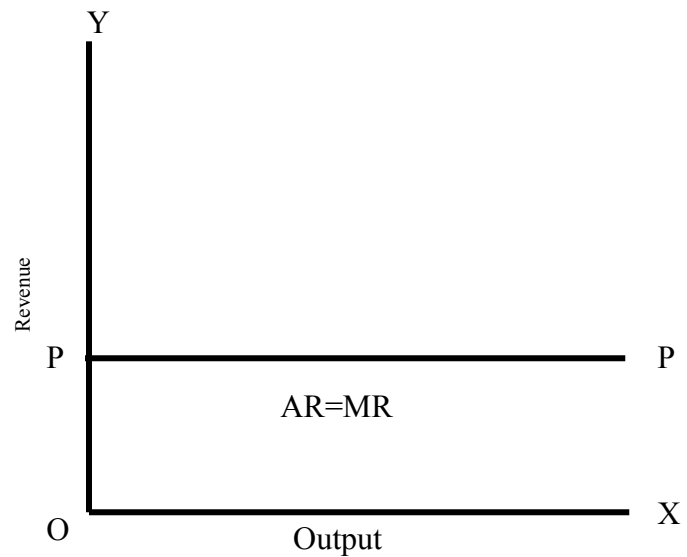


चित्र 5.36

4. एकाधिकारी प्रतियोगिता में कीमत तथा सन्तुलन निर्धारण (Price and Equilibrium Under Monopolistic Competition)

एकाधिकारी प्रतियोगिता की अवस्था में भी प्रत्येक उत्पादन का उद्देश्य अपने लाभ को अधिकतम करना होता है। हम यह देख चके हैं कि अधिकतम लाभ उस समय होता है जबकि सीमान्त आय (MR) सीमान्त लागत (MC) के बराबर हो। एकाधिकारी प्रतियोगिता की अवस्था में सीमान्त आय (MR) पूर्ण प्रतियोगिता की तरह औसत आय (AR) के बराबर नहीं होती। एकाधिकारी प्रतियोगिता की दशा में यदि कोई फर्म अपने उत्पादन की अधिक मात्रा बेचना चाहती है तो उसे कीमत कम करनी पड़ेगी। इसी कारण एकाधिकारी प्रतियोगिता की अवस्था में औसत आय वक्र (AR Curve) तथा सीमान्त आय वक्र (MR Curve) बाएं से दाएं नीचे की ओर गिरती हुई दशा में होते हैं। एकाधिकारी प्रतियोगिता में एक फर्म उसी सीमा तक उत्पादन करती है जिस पर सीमान्त आय तथा सीमान्त लागत बराबर हो जाती हैं (MR=MC) तथा सीमांत लागत वक्र सीमांत आय वक्र को नीचे से काटती है। इस अवस्था में उत्पादन करने से फर्म सन्तुलन की स्थिति में होती है।

एकाधिकारी प्रतियोगिता की स्थिति में एक वस्तु का उत्पादन करने वाली बहुत सी फर्म होती हैं। इन्हें समूह (Group) कहा जाता है। एकाधिकारी प्रतियोगिता की स्थिति में फर्म तथा समूह के कीमत तथा सन्तुलन की स्थिति का दो भागों में अध्ययन किया जायेगा। (1) फर्म का सन्तुलन (Firm's Equilibrium) तथा (2) समूह का संतुलन (Group's Equilibrium)।



चित्र 5.37

एकाधिकारी प्रतियोगिता तथा पूर्ण प्रतियोगिता में तुलना

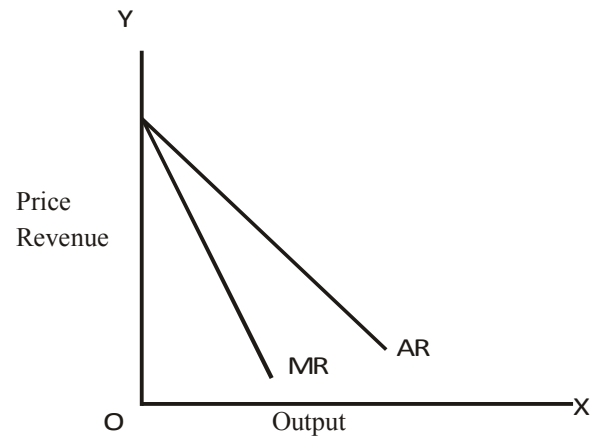
(Comparison between Monopolistic and Perfect Competition)

(1) **उत्पादन सम्बन्धी मान्यता (Assumption Regarding Product)** : पूर्ण प्रतियोगिता की यह मान्यता है कि सभी फर्मों द्वारा उत्पादित वस्तुएं समरूप (Homogeneous) होती हैं। इसके विपरीत एकाधिकारी प्रतियोगिता की अवस्था में वस्तु विभेद (Product Differentiation) पाया जाता है। फर्म द्वारा उत्पादित वस्तुओं में कुछ न कुछ अन्तर अवश्य होता है। इस $AR=MR$ अन्तर के कारण ही प्रत्येक फर्म अपनी वस्तु के सम्बन्ध में AA एकाधिकारी (Monopolist) होती है।

(2) **क्रेताओं तथा विक्रेताओं की संख्या सम्बन्धी मान्यता (Assumption Regarding Number of Buyers and Sellers)** : पूर्ण प्रतियोगिता में समरूप वस्तु के बहुत से विक्रेता होते हैं। इनके समूह को उद्योग (Industry) कहा जाता है। कोई भी विक्रेता अपने कार्यों से दूसरों को प्रभावित नहीं कर सकता। एकाधिकारी प्रतियोगिता में भी विक्रेताओं की संख्या अधि होती है। बहुत सारे विक्रेताओं को समूह (Group) कहा जाता है क्योंकि उनके उत्पादन में विभिन्नता पाई जाती है। बाजार की इन दोनों स्थितियों में बहुत से क्रेता होते हैं।

(3) **ज्ञान की मात्रा सम्बन्धी मान्यता (Assumption Regarding Degree of Knowledge)** : पूर्ण प्रतियोगिता की दशा में यह मान लिया जाता है कि विक्रेताओं तथा क्रेताओं को बाजार शाओं का वर्मा ज्ञान है। इसके विपरीत एकाधिकारी प्रतियोगिता की स्थिति में क्रेताओं और विक्रेताओं को बाजार सम्बन्धी क्रियाओं के विषय में पूर्ण ज्ञान नहीं होता।

(4) **मांग वक्र के आकार सम्बन्धी मान्यता (Assumption Regarding Shape of Demand Curve)** : पूर्ण प्रतियोगिता में फर्मों की अधिक संख्या तथा समरूप वस्तु की मान्यता के कारण मांग वक्र पूर्णतया लावदार होता है। इसका अर्थ है कि पूर्ण प्रतियोगिता में औसत आय वक्र OX अक्ष के समानान्तर होता है। इस स्थिति में औसत आय, सीमांत आय के बराबर होता है। इस रेखाचित्र न. 5.37 से ज्ञात होता है कि औसत (AR) तथा सीमांत आय (MR) एक ही वक्र अर्थात् PP द्वारा दिखाये गये हैं। वह अक्ष के समानान्तर है। इस स्थिति में वस्तु की कीमत उद्योग द्वारा निर्धारित की जाती है तथा फर्म उसी कीमत को स्वीकार करने वाली (Price Taker) होती है। इसके विपरीत एकाधिकारी प्रतियोगिता में औसत आय वक्र का ढलान ऊपर से नीचे की ओर होता है।



चित्र 5.38

रेखाचित्र न. 5.38 से ज्ञात होता है कि औसत आय वक्र (AR) तथा सीमांत आय वक्र (MR) अलग-अलग हैं। ये दोनों वक्र नीचे की ओर झुकी होती हैं। एकाधिकारी प्रतियोगिता में एकाधिकारी कीमत निर्माता (Price Maker) होता है।

(5) **फर्मों के निर्णय सम्बन्धी निष्कर्ष (Implications Regarding Decisions)** : पूर्ण प्रतियोगिता में एक फर्म केवल उत्पादन की मात्रा के सम्बन्ध में निर्णय ले सकती है। वह केवल यही निर्धारित कर सकती है कि उद्योग द्वारा निर्धारित कीमत पर उसे कितना उत्पादन करना है जससे वह सन्तुलन की अवस्था में रह सके। पूर्ण प्रतियोगिता में फर्म को विक्रय लागत (Selling Cost) खर्च करने की आवश्यकता नहीं होती। इसके विपरीत एकाधिकारी प्रतियोगिता की दशा में फर्म में उत्पादन की मात्रा अथवा कीमत दोनों में से किसी एक को निर्धारित

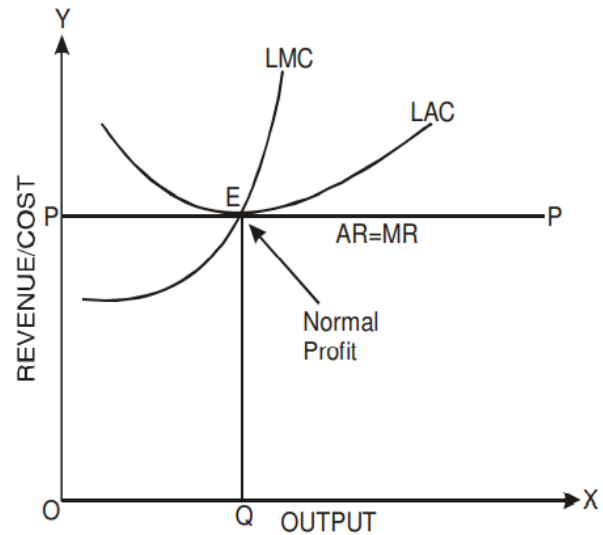
कर सकती है इसका कारण यह है कि दोनों तत्वों में से कोई एक निर्धारित होता है तो दूसरा तत्व उसके साथ-साथ स्वयं ही निर्धारित हो जाता है। एकाधिकारी प्रतियोगिता में फर्मों को बहुत अधिक विक्रय लागत (Selling Cost) लगानी पड़ती है। विक्रय लागत एकाधिकारी प्रतियोगिता की एक महत्वपूर्ण विशेषता है।

(6) अधिकतम लाभ की दशा सम्बन्धी निष्कर्ष (Implications Regarding Condition of Maximum Profit) : पूर्ण प्रतियोगिता तथा एकाधिकारी प्रतियोगिता दोनों में सीमान्त विश्लेषण के अनुसार सन्तुलन सम्बन्धी निर्णय निम्नलिखित नियम के आधार पर किया जा सकता है

$$\text{सन्तुलन} \rightarrow \text{सीमान्त आय (MR)} = \text{सीमांत लागत (MC)}$$

इससे सिद्ध होता है कि इन दोनों स्थितियों की अवस्था उसी समय होती है जब उत्पादन उस सीमा तक किया जाता है जिस पर सीमान्त लागत तथा सीमान्त आय बराबर हो जाए।

(7) कीमत सम्बन्धी तुलना (Comparison Regarding LMC Price) : दीर्घकाल में पूर्ण प्रतियोगिता की तुलना में एकाधिकारी प्रतियोगिता में कीमत अधिक पाई जाती है। इसका कारण यह है कि दीर्घकालीन सन्तुलन की स्थिति में पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में जैसा कि रेखाचित्र में दिखाया गया है। कीमत न्यूनतम दीर्घकाल औसत लागत (Minimum long run average cost) के बराबर होती है। सन्तुलन बिन्दु E पर कीमत रेखा (AR curve), LAC वक्र को उसके न्यूनतम बिन्दु पर छू रही है। इसके विपरीत Profit एकाधिकारी प्रतियोगिता की दशा में कीमत न्यूनतम लागत से अधिक होती है। जैसा कि रेखाचित्र से स्पष्ट हो जाता है कि फर्म E बिन्दु पर सन्तुलन की मात्रा में है। यह वस्तु की OM मात्रा का उत्पादन कर रही है। इस मात्रा पर फर्म को केवल सामान्य लाभ प्राप्त होंगे परन्तु दीर्घकालीन सन्तुलन की स्थिति में एकाधिकारी प्रतियोगिता वाली फर्म पूर्ण प्रतियोगिता वाली फर्म की तुलना में उत्पादन कम करेगी तथा कीमत अधिक निर्धारित करेगी। पूर्ण प्रतियोगिता की दशा में फर्म द्वारा निर्धारित कीमत न्यूनतम औसत लागत के बराबर AN (OP₁) होगी। इसके विपरीत एकाधिकारी प्रतियोगिता की स्थिति में कीमत AN से अधिक अर्थात् ठड (OP) निर्धारित होगी जो न्यूनतम औसत लागत से PP के बराबर अधिक है।



चित्र 5.39

(8) उत्पादन सम्बन्धी तुलना (Comparison Regarding Output) : दीर्घकालीन सन्तुलन की दशा में पूर्ण प्रतियोगिता की तुलना में उत्पादन अधिक होता है। पूर्ण प्रतियोगिता की दशा में, दीर्घकालीन सन्तुलन की अवस्था में, दीर्घकालीन सीमान्त लागत (LMC), सीमान्त आय (MR), दीर्घकालीन औसत लागत (LAC), तथा औसत आय (AR) एक दूसरे के बराबर होते हैं। रेखाचित्र से स्पष्ट हो जाता है कि E बिन्दु पर

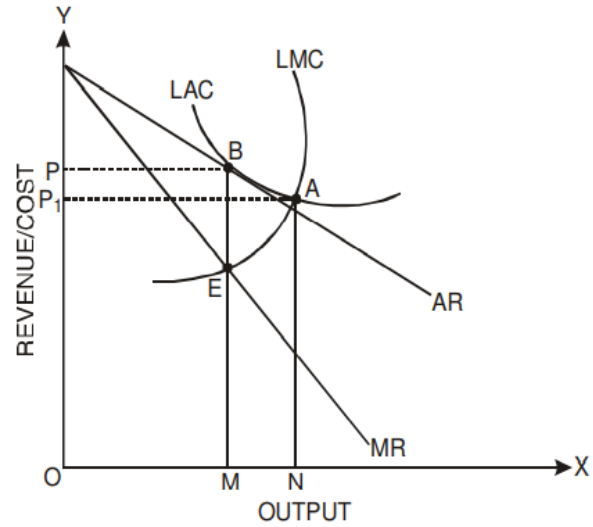
$$\text{LMC} = \text{MR} = \text{AR} = \text{LAC}$$

इसके विपरीत एकाधिकारी प्रतियोगिता की अवस्था में दीर्घकालीन सन्तुलन की स्थिति में LAC तथा AR बराबर होते हैं, परन्तु AR, MR तथा MC से अधिक होता है।

$$LMC = MR, AR = LAC; AR > MR; AR > MC$$

यही कारण है कि एकाधिकारी प्रतियोगिता में पूर्ण प्रतियोगिता की तुलना में कीमत अधिक होगी तथा उत्पादन कम होगा। रेखाचित्र से ज्ञात होता है कि पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में उत्पादन ON होगा जबकि एकाधिकारी प्रतियोगिता की अवस्था में OM होगा।

(9) लाभ सम्बन्धी तुलना (Comparison Regarding Profit) : अल्पकाल में पूर्ण प्रतियोगिता तथा एकाधिकारी प्रतियोगिता दोनों स्थितियों में उत्पादक सामान्य लाभ अथवा असामान्य लाभ प्राप्त कर सकता है अथवा न्यूनतम हानि उठा सकता है तथा दीर्घकाल में बाजार की दोनों अवस्थाओं में ही उत्पादक को सामान्यतः सामान्य लाभ (Normal Profit) प्राप्त होते हैं। लेकिन एकाधिकारी प्रतियोगिता में कुछ अत्याधिक कुशल फर्म हो सकती हैं जिन्हें दीर्घकाल में भी शेष फर्मों की तुलना में थोड़ा अधिक लाभ प्राप्त होता है।



चित्र 5.40

8. एकाधिकारी प्रतियोगिता तथा एकाधिकार में तुलना

(Comparison between Monopolistic Competition and Monopoly)

एकाधिकारी प्रतियोगिता तथा एकाधिकार की तुलना निम्नलिखित तथ्यों के आधार पर की जा सकती है :

(1) उत्पादन सम्बन्धी मान्यता (Assumption Regarding Product) : एकाधिकार की स्थिति में एकाधिकारी द्वारा उत्पादित वस्तु समरूप हो भी सकती है और नहीं भी हो सकती। परन्तु एकाधिकारी प्रतियोगिता की दशा में वस्तु विभेद (Product Differentiation) पाया जाता है।

(2) क्रेताओं तथा विक्रेताओं की संख्या सम्बन्धी मान्यता (Assumption Regarding Numbers of Sellers and Buyers) : एकाधिकारी प्रतियोगिता की यह मान्यता है कि निकटतम स्थानापन्न (Close Substitute) का उत्पादन करने वाले बहुत सारे विक्रेता तथा क्रेता होंगे। इसके विपरीत एकाधिकार में केवल एक ही विक्रेता तथा बहुत से क्रेता होते हैं।

(3) प्रवेश सम्बन्धी मान्यता (Assumption of Regarding Entry) : एकाधिकारी प्रतियोगिता में नई फर्मों के प्रवेश (मदजतल) तथा पुरानी फर्मों के उद्योग से बाहर जाने (Exit) पर कोई प्रतिबन्ध नहीं है। परन्तु अल्पकाल में फर्म का प्रवेश या निष्कासन सरल नहीं होता। यह वास्तव में दीर्घकाल में ही सम्भव होता है। परन्तु एकाधिकार की स्थिति में फर्मों के प्रवेश पर प्रतिबन्ध होता है।

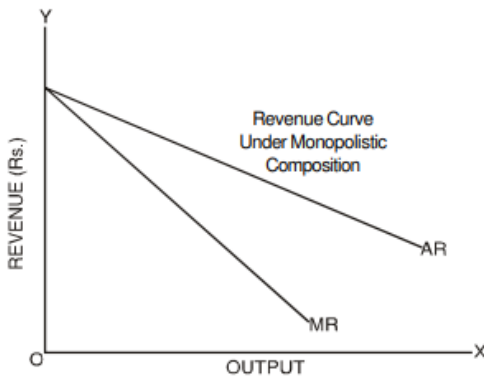
(4) ज्ञान की मात्रा सम्बन्धी मान्यता (Assumption Regarding Degree of Knowledge) : एकाधिकार में यह मान लिया गया है कि विक्रेता तथा क्रेताओं को बाजार सम्बन्धी क्रियाओं के विषय में पूर्ण ज्ञान है। परन्तु एकाधिकारी प्रतियोगिता की दशा में क्रेताओं तथा विक्रेताओं को बाजार की क्रियाओं के विषय में अपूर्ण ज्ञान होता है।

(5) विभिन्न औसत तथा सीमांत आय वक्र (Different Average and Marginal Revenue Curves) : एकाधिकार में औसत आय तथा सीमांत आय वक्र अलग-अलग होते हैं। जैसा कि चित्र नं. 5.41 में दिखाया गया है AR वक्र वस्तु की विभिन्न इकाइयों की कीमत तथा MR वक्र सीमांत आय को प्रकट करता है। ये वक्र ऊपर से नीचे की

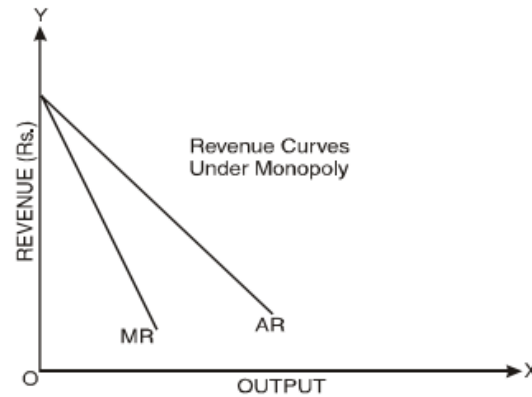
ओर झुके हुए हैं। इसका अर्थ यह है कि यदि एकाधिकारी अधिक वस्तु बेचना चाहता है तो उसे कीमत कम करनी पड़ेगी।

एकाधिकारी प्रतियोगिता की दशा में औसत आय वक्र तथा सीमांत आय वक्र भिन्न-भिन्न होते हैं। जैसा कि रेखाचित्र में दिखाया गया है। ये ऊपर से नीचे की ओर झुके होते हैं। परन्तु एकाधिकारी प्रतियोगिता में सीमांत आय वक्र तथा औसत आय वक्र एकाधिकार की तुलना में अधिक लोचदार होते हैं।

(7) फर्मों के निर्णय सम्बन्धी निष्कर्ष (Implications Regarding Decisions) : एकाधिकारी प्रतियोगिता तथा एकाधिकार दोनों में ही फर्म उत्पादन की मात्रा अथवा कीमत दोनों में से किसी एक को निर्धारित कर सकती है, पर दोनों को निर्धारित नहीं कर सकती तथा एकाधिकारी प्रतियोगिता में फर्म को बहुत अधिक विक्रय लागत (मससपदह ब्वेज) लगानी पड़ती है। इसके विपरीत एकाधिकारी को अपने उत्पादन की सूचना देने के लिए विज्ञापन लागत पर केवल थोड़ा सा धन ही खर्च करना पड़ता है।



चित्र 5.41



चित्र 5.42

8) लाभ सम्बन्धी तुलना (Comparison Regarding Profit) : अल्पकाल में एकाधिकारी प्रतियोगिता लाभ तथा सामान्य लाभ प्राप्त कर सकता है या न्यूनतम हानि उठा सकता है। परन्तु दीर्घकाल में एकाधिकारी प्रतियोगिता वाली फर्म सामान्यतः केवल सामान्य लाभ (Normal Profit) प्राप्त करेगी। इसके विपरीत एकाधिकारी फर्म असामान्य लाभ (Super Normal Profit) प्राप्त करेगी।

संक्षेप में बाजार की विभिन्न अवस्थाओं में कई समानताएं तथा कई असमानताएं पाई जाती हैं।

अल्पाधिकार (Oligopoly)

अल्पाधिकार अपूर्ण प्रतियोगिता का एक महत्वपूर्ण रूप है। अल्पाधिकार उस स्थिति को कहा जाता है जिसमें किसी वस्तु के दो या दो से अधिक (परन्तु बहुत अधिक नहीं) उत्पादक या विक्रेता होते हैं। यद्यपि कुछ या अधिक फर्मों के मध्य कोई सीमा निर्धारण कठिन है। परन्तु यदि एक वस्तु के उत्पादकों की संख्या दो से दस तक हो तो इस स्थिति को अल्पाधिकार कहा जाता है। जब कुछ विक्रेताओं की वस्तुएं समान हो तो उसे शुद्ध अल्पाधिकार कहा जाता है। दूसरी ओर जब विभिन्न विक्रेताओं या फर्मों की वस्तुएं विभेदीकृत परन्तु एक-दूसरे के निकट स्थानापन्न हैं तो इसे अपूर्ण अल्पाधिकार कहा जाता है।

विशेषताएं (Characteristics)

1. परस्पर निर्भरता – अल्पाधिकार की सबसे महत्वपूर्ण विशेषता उद्योग की कुछ फर्मों द्वारा निर्णय करने में पारस्परिक निर्भरता है। इसका कारण यह है कि जब प्रतियोगी फर्मों की संख्या कम होती है तो एक फर्म द्वारा निर्धारित किए गये कीमत, उत्पादन सम्बन्धी निर्णयों का प्रभाव प्रत्यक्ष रूप से प्रतिद्वन्द्वियों के लाभों पर पड़ता है। जो इन परिवर्तनों को ध्यान में रखकर अपनी कीमतों तथा उत्पादन सम्बन्धी निर्णयों में जैसी भी आवश्यकता हो परिवर्तन

करते हैं। एक अल्पाधिकारी फर्म द्वारा कोई भी निर्णय लेते समय यह ध्यान रखना पड़ता है कि उसके निर्णयों के फलस्वरूप उसके प्रतिद्वन्द्वी की प्रतिक्रिया किस प्रकार की होगी। इस प्रकार स्पष्ट है कि अल्पाधिकारी फर्म को केवल समस्त उद्योग के पदार्थों की बाजार मांग को ही ध्यान में नहीं रखना होता बल्कि उसको यह भी ध्यान में रखना होता है कि उसकी क्रियाओं या निर्णयों पर उद्योग की अन्य फर्मों की प्रतिक्रियायें क्या होंगी।

2. विज्ञान तथा विक्रय लागतों का महत्व : प्रो. लामोल के अनुसार, “अल्पाधिकार में ही विज्ञापन बहुत महत्वपूर्ण बन जाता है।” पूर्ण प्रतियोगिता में एक व्यक्तिगत फर्म द्वारा विज्ञापन व्यर्थ है क्योंकि दी हुई कीमत पर वह वस्तु की जितनी चाहे मात्रा बेच सकती है। एकाधिकारी को भी विज्ञापन की आवश्यकता नहीं है क्योंकि वह अपने पदार्थ का एकमात्र विक्रेता होता है। सम्भव है एकाधिकारी को उस समय विज्ञापन की आवश्यकता पड़े जबकि वह अपने पदार्थ के जो मॉडल के बारे में जनता को अवगत कराना चाहता है। लेकिन अल्पाधिकार में विज्ञापन आवश्यक है। अल्पाधिकारियों की परस्पर-निर्भरता का एक प्रत्यक्ष प्रभाव यह है कि विभिन्न फर्मों को बाजार में अपना हिस्सा बढ़ाने या वर्तमान हिस्से में कमी न होने देने के लिए बाजार-शस्त्रों अर्थात् विज्ञापन लागतों का प्रयोग करना पड़ता है।

3. अल्पाधिकारी के मांग वक्र की अनिश्चितता : इस बाजार की एक अन्य विशेषता यह है कि अल्पाधिकारी जिस मांग वक्र का सामना करता है वह अनिश्चित होता है। इस बाजार में फर्मों की परस्पर निर्भरता होती है। अल्पाधिकार में एक फर्म यह नहीं मान सकती कि उसके द्वारा कीमत परिवर्तन की स्थिति में उसके प्रतिद्वन्द्वी अपनी कीमतों में परिवर्तन नहीं करेंगे। इसके कारण अल्पाधिकारी के मांग वक्र की निश्चितता समाप्त हो जाती है।

Indeterminate Pricing and Output

OR

Price and Output Determination Under Oligopoly

अल्पाधिकार समस्या का समाधान सरल व निश्चित नहीं है। इसलिए अल्पाधिकार में कीमत एवं उत्पादन निर्धारण का विश्लेषण करने के लिए अर्थशास्त्रियों ने विभिन्न मॉडलों का विकास किया है। जोकि अल्पाधिकारी समूह से व्यवहार तथा फर्म द्वारा कीमत परिवर्तन के कारण प्रतिद्वन्द्वियों के प्रतिक्रिया ढाँचे की बहुत-सी विभिन्न मान्यताओं पर आधारित है। “प्रतिद्वन्द्वी आपस में मिल-जुलकर अपने उद्देश्यों को प्राप्त करने का निर्णय कर सकते हैं, कम से कम वहां तक जहां तक वे कानून ऐसा कर सकते हैं अथवा दूसरी सीमा यह है कि वे म त्पु तक एक-दूसरे से लड़ते रहें।” अर्थशास्त्रियों ने अल्पाधिकारी समूह के व्यवहार उनके उद्देश्यों के सम्बन्ध में जिनको वे प्राप्त करना चाहते हैं तथा एक फर्म द्वारा कीमत व उत्पादन में परिवर्तन से उसकी प्रतियोगी फर्मों के प्रतिक्रिया ढाँचे के सम्बन्ध में बहुत-सी अनेक मान्यताओं के आधार पर बहुत से मॉडलों का विकास किया है। मुख्य मॉडल निम्नलिखित है

- (1) कूनों, बरद्रेन्ड तथा एजवर्थ द्वारा प्रतिपादित प्रतिष्ठित मॉडल
- (2) कीमत नेतृत्व मॉडल
- (3) कपट सन्धायी अल्पाधिकारी मॉडल
- (4) विकुंचन मांग अल्पाधिकारी मॉडल

कीमत नेतृत्व

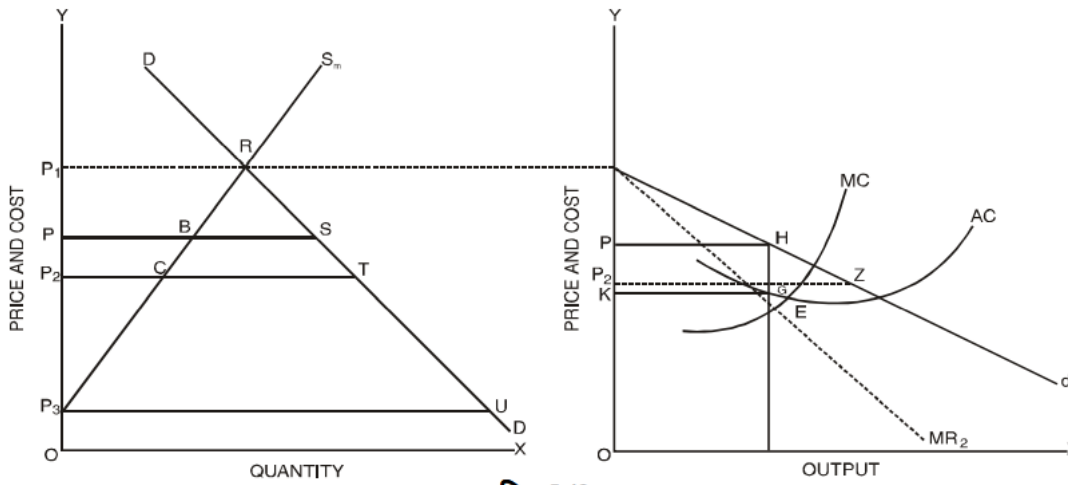
(Price Leadership)

अल्पाधिकारी उद्योगों में अनौपचारिक समझौते का एक महत्वपूर्ण उदाहरण ‘कीमत नेतृत्व’ है। कीमत नेतृत्व में किसी औपचारिक समझौते तथा विभिन्न फर्मों की क्रियाओं के नियंत्रण के लिए किसी स्वतंत्र एजेंसी की स्थापना

न होने के कारण इसमें गुटबन्दी विरोधी कानूनों, जिनको कुछ देशों ने पारित किया हुआ है, के तोड़ने का प्रश्न ही उत्पन्न नहीं होता।

कीमत नेतृत्व के प्रकार (Types of Price Leadership)

1. **प्रधान फर्म तथा कीमत नेतृत्व** : प्रधान फर्म उसे कहते हैं जिसका वस्तु की मार्केट में अधिक भाग हो जिनमें प्रत्येक का मार्केट का भाग बहुत कम हो। इनमें कीमत तथा उत्पादन के निर्धारण की व्याख्या करने के लिए हम यह मान लेते हैं कि प्रधान फर्म को पदार्थ की मार्केट मांग सम्बन्धी पूर्ण जानकारी प्राप्त है। इसके अतिरिक्त हम यह भी मान लेते हैं कि प्रधान फर्म छोटी फर्मों की सीमान्त लागत वक्र को भी जानती है जिनके क्षतिज योगीकरण से छोटी फर्मों द्वारा पदार्थ की विभिन्न कीमतों पर पूर्ति निर्धारित होती है। प्रधान फर्म द्वारा कीमत नेतृत्व को निम्न रेखाचित्र से दिखाया जा सकता है—



चित्र 5.43

रेखाचित्र के खण्ड (b) पर विचार कीजिए जिसमें DD पदार्थ का मार्केट मांग है। S_m लघु फर्मों द्वारा पदार्थ की पूर्ति को दर्शाता है। प्रत्येक कीमत पर प्रधान फर्म मार्केट मांग के उस भाग को बेच पाएगी जिसकी लघु फर्मों द्वारा पूर्ति नहीं हो पाती। इस प्रकार रेखाचित्र के खण्ड (a) से स्पष्ट है कि कीमत P_1 पर लघु फर्मों द्वारा की गई पूर्ति P_1R है जो उस वस्तु की मांगी गई मात्रा के समान है। अतएव प्रधान द्वारा पदार्थ की मांग कीमत P_1 पर शून्य होगी। वस्तु की कीमत P पर लघु फर्मों द्वारा कुल पूर्ति की मात्रा PB है। जबकि इस कीमत पर वस्तु की कुल मार्केट मांग की मात्रा PS है। अतएव कीमत P पर प्रधान के पदार्थ की मांग BS के समान होगी। ($BS=PS-PB$)। रेखाचित्र के खण्ड (b) में PH को BS के बराबर कर लिया गया है। इसी प्रकार कीमत P_2 पर लघु फर्मों द्वारा वस्तु की पूर्ति की मात्रा P_2C होगी। जबकि मार्केट में मांग मात्रा P_2T है। जिसके कारण वस्तु की कीमत P_2 पर प्रधान द्वारा उत्पादित पदार्थ की मांग (CT) के समान होगी। रेखाचित्र के खण्ड (a) से पता चलेगा कि कीमत P_3 पर लघु फर्मों द्वारा कुल पूर्ति शून्य है। अतः कीमत P_3 पर समस्त मार्केट मांग मात्रा की पूर्ति नेता द्वारा की जाएगी। इस प्रकार सभी कीमतों पर वस्तु की मार्केट मांग DD है तथा लघु फर्मों के पूर्ति वक्र S_m से हम क्रेता द्वारा उत्पादित पदार्थ का मांग वक्र क, बना सकते हैं।

2. **स्थितिमान कीमत नेतृत्व** : इसके अन्तर्गत एक पुरानी, अनुभवी तथा सबसे बड़ी फर्म सबसे संरक्षक का रूप धारण कर लेती है और सबके हितों की रक्षा करती है। वह बाजार में पदार्थ की मांग, उत्पादन लागत के

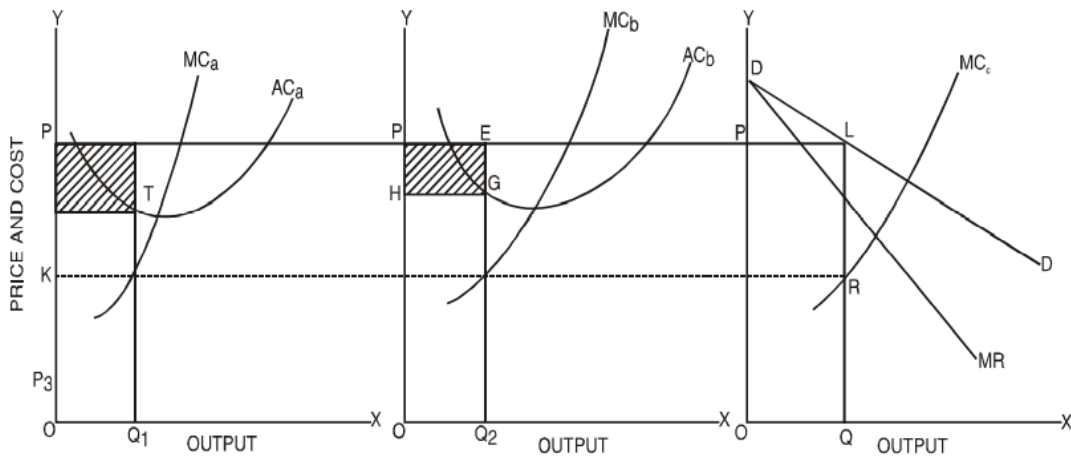
सम्बन्ध में बाजार स्थितियों में परिवर्तनों के अनुमान लगाती है और कीमतों में इस प्रकार के परिवर्तन करती है कि वे सभी फर्मों के दृष्टिकोण से सर्वोत्तम हो। स्वाभाविक है कि अन्य फर्मों उसका पालन करेंगी।

3. शोषणात्मक कीमत नेतृत्व : इस कीमत नेतृत्व में एक बड़ी फर्म आक्रामक कीमत के माध्यम से अपना नेतृत्व स्थापित कर लेती है और इस प्रकार उद्योग की अन्य फर्मों को इसका पालन करने पर बाध्य कर देती है।

**कपट-सन्धायी अल्पाधिकार
(Collusive Oligopoly)**

इस स्थिति के अन्तर्गत, विभिन्न अल्पाधिकारी फर्मों, उस सामान्य नीति के बारे में, जिसका पालन उनको करना है, आपस में औपचारिक समझौता कर लेती है। इस समझौते पर फर्मों एक कीमत-युद्ध प्रतियोगिता के बाद अनुभव से यह समझ कर कि कीमत-युद्ध प्रतियोगिता के बाद अनुभव से यह समझ कर कि कीमत-युद्ध सबके लिए हानिकारक है, पहुंच सकती है। इसके अतिरिक्त वे दूरदर्शिता का परिचय दे सकती है तथा एक दूसरे के साथ कपट सन्धि कर सकती है। इस सन्धि को काटैल रचना कहा जाता है। अतः काटैल की रचना के अन्तर्गत कीमत तथा उत्पादन मात्रा का निर्धारण ही कपट-सन्धि के अन्तर्गत कीमत तथा उत्पादन मात्रा का निर्धारण है। काटैल रचना को निम्न रेखाचित्र ही सहायता से समझा जा सकता है

$$MC_c = MC_a + MC_b$$



चित्र 5.44

काटैल द्वारा कीमत तथा उत्पादन की मात्रा का निर्धारण

रेखाचित्र में सीमांत आय वक्र, जो यह बताता है कि उत्पादन व बिक्री में प्रत्येक वृद्धि से काटैल की आय में कितनी वृद्धि होती है मांग वक्र DD के नीचे होगा। काटैल के सीमांत लागत वक्र को दोनों फर्मों के सीमांत लागत वक्रों के क्षैतिज योगीकरण से प्राप्त किया गया है।

काटैल में अपने लाभों को अधिकतम करने के लिए उद्योग के उत्पादन को उस स्तर पर निर्धारित करेगा जहां उसका आय वक्र (MR) सीमांत लागत वक्र MC वक्र को काटेगा। रेखाचित्र में ये दोनों एक-दूसरे को R बिन्दु पर काटते हैं। मांग वक्र DD से यह भी पता चलता है कि OQ उत्पादन मात्रा कीमत OP पर बेची जायेगी। रेखाचित्र से पता चलता है कि जब A फर्म OQ , तथा B फर्म N , मात्राओं का उत्पादन करती है तो दोनों फर्मों की लागतें समान हैं। इस प्रकार A फर्म का उत्पादन कोटा क्रमशः OQ , तथा OQ , निश्चित होगा। कुल उत्पादन OQ

के बराबर होगा। उत्पादन तथा कीमत को क्रमशः OQ तथा OP पर निर्धारित करने से काटैल की रचना अर्थात् कपट सन्धि करने वाली फर्मों के संयुक्त लाभ अधिकतम होंगे।

अल्पाधिकार के प्रतिष्ठित मॉडल (Classical Model of Oligopoly)

प्रतिष्ठित माडलों में मुख्य रूप से निम्न माडल शामिल किये जाते हैं

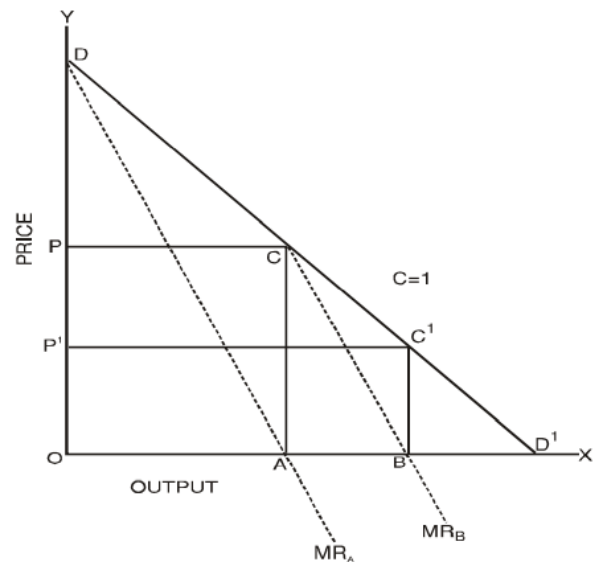
- (1) कूर्नों का माडल
- (2) बरट्रेन्ड का माडल
- (3) एजवर्थ माडल

1. कूर्नों का माडल

फ्रांस के अर्थशास्त्री आगंस्टीन कूर्नों ने 1838 में अपने द्वि-अधिकार के सिद्धांत को प्रकाशित किया। परन्तु 1880 तक यह अनदेखा रहा। फिर उसी वर्ष वालरस के अर्थशास्त्रियों का ध्यान कूर्नों के माडल की ओर आकर्षित किया। कूर्नों ने दो खनिज झरनों का उदाहरण लिया, जो कि समान हैं, जिनको दो फर्म A तथा B चला रही है। और खनिज जल को एक ही बाजार में बेच रही है। इस प्रकार यह समान पदार्थों वाले द्वि-अधिकारी की व्याख्या करता है। साथ ही कूर्नों ने यह भी माना है कि उत्पादक, बिना किसी उत्पादन लागत के खनिज झरनों को चलाकर पानी बेच रहे हैं। इस प्रकार कूर्नों अपने माडल में उत्पादन लागत को शून्य मानकर बाजार के केवल मांग पक्ष का विश्लेषण किया है।

कूर्नों अपने विश्लेषण का प्रारम्भ इस आधारभूत मान्यता से करते हैं कि प्रत्येक द्वि-अधिकारी का यह विश्वास है कि उसकी क्रियाओं और उसके पदार्थ की बाजार कीमत पड़ने वाले प्रभावों से बेखबर होकर दूसरा उत्पादक उसी मात्रा का उत्पादन करता रहेगा जिसका वह वर्तमान में उत्पादन कर रहा है।

कूर्नों के माडल को निम्न रेखाचित्र में दर्शाया जा सकता है। माना फर्म A आरम्भ में पानी का उत्पादन शुरू करके उसका विक्रय अब फर्म B यह मानकर की फर्म A का कुल उत्पादन स्थिर है अर्थात् OA है। तथा फर्म का काम वक्र CD^1 है। उत्पादन आरम्भ करती है। स्पष्ट है कि फर्म B बाजार के कुल उत्पादन की आधी मात्रा अर्थात् AD^1 मात्रा का उत्पादन करेगी। क्योंकि इस स्तर पर उत्पादन की AB मात्रा तथा कीमत स्तर P पर फर्म B का कुल लाभ अधिकतम है। फर्म B बाजार के आधे उत्पादन को उत्पादित करती है। जिसकी पूर्ति बाजार में A फर्म द्वारा नहीं किया जाता।



चित्र 5.45

इस स्थिति में B फर्म का बाजार उत्पादन $\frac{1}{4} = \frac{1}{2} \times \frac{1}{2}$ होगा।

अब मानो फर्म B अपने उत्पादन की मात्रा को पहली समयावधि के समान स्थिर रखती है। इस अवस्था में फर्म A उस आधे उत्पादन को उत्पादित करेगी जिसे फर्म B द्वारा उत्पादित नहीं किया गया है। इस प्रकार अगली समयावधि में फर्म A द्वारा कुल बाजार उत्पादन का भाग $\frac{1}{2} \times \left(1 - \frac{1}{4}\right) = \frac{1}{2} \times \frac{3}{4} = \frac{3}{8}$ होगा

फर्म B कूर्नों के माडल की मान्यता को ध्यान में रखते हुए कुल बाजार उत्पादन का आधा हिस्सा करेगी जिसकी पूर्ति नहीं की गई है।

$$\frac{1}{2} \times \left(1 - \frac{3}{8}\right) = \frac{5}{16}$$

तीसरी अवधि में फर्म A यह मानकर की फर्म B अपने उत्पादन की मात्रा को स्थिर रखेगी, उत्पादन करती है। वह बेची हुई कुल बाजार उत्पादन का आधा हिस्सा उत्पादित करेगी।

$$\frac{1}{2} \times \left(1 - \frac{5}{16}\right) = \frac{11}{32}$$

बरट्रेन्ड का मॉडल (Bertrand's Model)

बरट्रेन्ड के अनुसार, कीमत के गिरने की कोई सीमा नहीं है क्योंकि प्रत्येक उत्पादक दूसरे से कम कीमत पर बेचने को तैयार होकर तथा अपने ही उत्पादित पदार्थ की पूर्ति बढ़ाकर कीमत को गिरा सकता है। ऐसा वह तब कर सकता है जब तक कीमत, औसत लागत के बराबर वही हो जाती है। इस माडल की विभिन्न मान्यताएं हैं जैसे कि कूर्नों के माडल में था, उत्पादक किसी भी मात्रा का उत्पादन करके किसी भी कीमत पर बेचने को तैयार नहीं हो जाते। इसके स्थान पर पहले कीमत निर्धारित करते हैं और उस कीमत पर मांगी गई मात्रा का उत्पादन करते हैं। इस माडल में प्रत्येक उत्पादक यह मानता है कि उसका प्रतिद्वन्द्वी वर्तमान स्तर पर अपनी कीमत स्थिर रखेगा, उसकी चाहे कीमत कुछ भी हो।

इसके अतिरिक्त, इस माडल में उत्पादन के लिये अपने पदार्थ की बाजार मांग की ठीक जानकारी रखना आवश्यक नहीं है। यह भी आवश्यक नहीं कि बाजार मांग के सम्बन्ध में वह समरूप विचार रखें। प्रत्येक उत्पादक के लिए केवल यही जानना काफी है कि वह कीमतों में कटौतियां करके सम्पूर्ण बाजार पर कब्जा कर सकता है।

अब मान लीजिए कि A तथा B दो उत्पादक हैं। उत्पादक पहले उत्पादन प्रारम्भ करता है। इस समय A के एकमात्र उत्पादक होने के कारण वह वस्तु की कीमत एकाधिकारी स्तर पर निर्धारित करेगा। इस कीमत पर उसको अधिकतम लाभ प्राप्त होता है। अब मान लीजिए B भी बाजार में प्रवेश करता है और उतनी ही मात्रा का उत्पादन करता है। जितनी मात्रा का उत्पादन A कर रहा था। परन्तु B सोचता है कि करने लगती हैं वह उत्पादन की OA मात्रा का OP कीमत स्तर पर उत्पादन आरम्भ करती है। इस स्थिति में फर्म A का लाभ अधिकतम है। क्योंकि इस बिन्दु पर $MC=MR=O$ है। बाजार में मांग की लोच इस स्तर पर इकाई के बराबर है और फर्म का कुल आगम अधिकतम है। जब लागत शून्य होती है तो कुल आगम ही फर्म का अधिकतम लाभ होता है। वही कीमत वसूल करता रहेगा जो अब कर रहा है, B की कीमत चाहे जो भी हो। साथ ही B यह भी देखता है कि कीमत में तनिक सी कमी करके वह सम्पूर्ण बाजार पर अधिकार प्राप्त करके अत्यधिक लाभ अर्जित कर सकता है। इसलिए Btks कीमत निर्धारित करेगा वह A की कीमत से थोड़ी कम होगी और परिणामस्वरूप बाजार की समस्त मांग उसके पास आ जाएगी। कुछ समय के लिए A की बिक्री शून्य हो जाएगी। समस्त बाजार के हाथ से निकल जाने के कारण A अपनी कीमत नीति पर फिर से विचार करेगा। परन्तु अपनी नई कीमत नीति पर निर्णय लेते समय वह मान लेता है कि B वही कीमत वसूल करता रहेगा जो वर्तमान में कर रहा है। उसके सामने दो विकल्प

हैं। प्रथम, वह कीमत में उतनी ही कमी करे जितनी B ने की थी। इस स्थिति में वह आधे बाजार पर कब्जा कर लेगा और आधा बाजार B के पास रहेगा। दूसरे, वह B की कीमत से कम कीमत निर्धारित करे। इस स्थिति में A पूरे बाजार पर अधिकार प्राप्त कर लेगा। स्पष्ट है कि यह दूसरा तरीका अधिक लाभ प्रदान देने वाला है। इसलिए A जो कीमत निर्धारित करेगा वह B से कम होगी।

कीमत युद्ध तब तक जारी रहेगा जब तक कीमत गिर कर लागत के बराबर नहीं हो जाती। जब एक बार कीमत पर लागत के बराबर हो जाती है, तो दोनों में से कोई भी कीमत को कम नहीं करना चाहेगा। इस प्रकार सन्तुलन स्थापित हो जाता है।

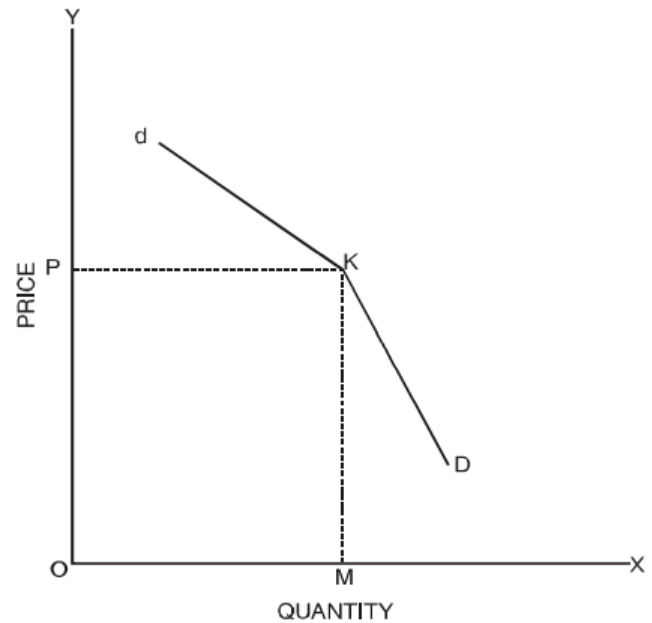
विकुंचित मांग वक्र

(Kinked Demand Curve)

अल्पाधिकार में कीमत स्थिरता के सम्बन्ध में बहुत-सी व्याख्याएं प्रस्तुत की गयी हैं। परन्तु सबसे लोकप्रिय व्याख्या विकुंचित (kinked) मांग वक्र सिद्धान्त है। इस सिद्धान्त का प्रतिपादन पॉल एम. स्वीजी ने, जो एक अमेरिकन विश्वविद्यालय के अर्थशास्त्री हैं, तथा हाल व हिच ने जो आक्सफोर्ड विश्वविद्यालय के अर्थशास्त्री हैं स्पष्ट रूप से किया है।

विकुंचित मांग वक्र सिद्धान्त अल्पाधिकार में कीमत-निर्धारण की व्याख्या नहीं करताय यह केवल इतना बताता है कि जब एक बार अल्पाधिकार में कीमत निर्धारित हो जाती है तो यह अपरिवर्तित या स्थिर क्यों रहती है। इस सिद्धान्त के अनुसार, अल्पाधिकारी जिस मांग वक्र का सामना करता है, उसमें वर्तमान कीमत के स्तर पर विकुंचन होता है। विकुंचन वर्तमान जीवन-स्तर पर इसलिए होता है क्योंकि मांग वक्र का यह भाग जो वर्तमान कीमत से ऊपर है अत्यन्त लोचदार होता है और वर्तमान जीवन से मांग वक्र का नीचे का भाग बेलोचदार होता है।

रेखाचित्र में dD एक विकुंचित मांग वक्र है जिसमें ज्ञ बिन्दु पर विकुंचन है। वर्तमान कीमत स्तर पर OP है तथा फर्म OM मात्रा का उत्पादन व बिक्री कर रही है। कव मांग वक्र का ऊपर का ऊपर वाला भाग dK अपेक्षाकृत लोचदार है तथा निचला भाग KD अपेक्षाकृत बेलोचदार। लोचों में अन्तर उस विशेष प्रतियोगी प्रतिक्रिया-ढांचे के कारण होता है। जिसकी कल्पना विकुंचित मांग वक्र सिद्धान्त में गई है।



चित्र 5.46

इस सिद्धान्त में जिस प्रतियोगी प्रतिक्रिया की कल्पना की गई है वह यह है—प्रत्येक अल्पाधिकारी यह विश्वास करता है कि यदि वह अपनी कीमत को वर्तमान स्तर से नीचे गिरा देता है तो उसके प्रतिद्वन्दी भी ऐसा ही करेंगे और अपनी-अपनी कीमतों को गिरा देंगे, परन्तु यदि वह कीमत में वृद्धि कर देता है, तो उसके प्रतिद्वन्दी ऐसा नहीं करेंगे।

अपने प्रतिद्वन्द्वियों को दो प्रकार की प्रतिक्रियाओं के कारण ही मांग वक्र का वर्तमान कीमत-स्तर से ऊपर का भाग अपेक्षाकृत लोचदार होता है तथा इससे नीचे का भाग अपेक्षाकृत बेलोचदार है। इसकी व्याख्या नीचे की गई है।

(a) कीमत में कमी करना : ऊपर दिये गये रेखाचित्र पर ध्यान करने पर हम पाते हैं कि यदि अल्पाधिकारी अपनी बिक्री बढ़ाने के उद्देश्य से अपनी वस्तु की कीमत को वर्तमान कीमत-स्तर पर α से कम कर देता है, तो उसके प्रतिद्वन्द्वियों को यह भय होता है कि उनके क्रेता उस अल्पाधिकारी की वस्तु खरीदना आरम्भ कर देगी जिसने कीमत कम कर दी है। अतः अपने क्रेताओं को अन्य उत्पादक के पास जाने से रोकने के लिए उनको भी अपनी कीमत कम करनी होगी जितनी पहले उत्पादक ने की है। इस प्रकार एक अल्पाधिकारी द्वारा कीमत कम करने पर उसके प्रतियोगी द्वारा अनुसरण करने पर उसकी बिक्री में विशेष वृद्धि नहीं होगी।

(b) कीमत वृद्धि—अल्पाधिकारी यदि अपनी कीमत वर्तमान में बढ़ा देता है तो उसकी बिक्री बहुत घट जाएगी। इसका कारण यह है कि कीमत बढ़ने पर उसके क्रेता उसकी वस्तु को खरीदने के स्थान पर उसके प्रतियोगियों की वस्तुओं को खरीदने लगेंगे। उस नये क्रेता आने पर उसके प्रतियोगी कीमत नहीं बढ़ाएंगे।

य?kqç'u%

1. उत्पाद भेदभाव को परिभाषित करें।
2. एकाधिकार बाजार प्रतिस्पर्धा से आपका क्या तात्पर्य है।
3. आप kinked मांग वक्र से क्या समझते हैं?
4. कुलीनतंत्र को परिभाषित करें।

yarsç'u%

1. एकाधिकार और कुलीन बाजार प्रतियोगिता के अर्थ और विशेषताओं के बारे में विस्तार से बताएं।
2. एकाधिकार प्रतियोगिता से आपका क्या अभिप्राय है? यह भी बताएं कि एकाधिकार प्रतियोगिता के तहत मूल्य और उत्पादन कैसे निर्धारित किया जाता है।
3. कुलीन वर्गों के शास्त्रीय मॉडल के बारे में विस्तार से बताएं।
4. कुलीनतंत्र को परिभाषित करें। यह भी बताएं कि ऑलिगोपॉली मार्केट स्थिति के तहत मांग वक्र को क्यों निकाला गया है?

इकाई-3

कारक मूल्य-निर्धारण: सीमांत उत्पादकता सिद्धांत और कारकों की मांग; कारक इनपुट की आपूर्ति की प्रकृति; सही प्रतियोगिता और एकाधिकार के तहत मजदूरी दरों का निर्धारण; श्रम का शोषणय किराए अवधारणा; रिकार्डियन और किराए के आधुनिक सिद्धांत; क्वासी का किराया।

इस इकाई को पढ़ने के बाद, छात्र

1. कारक मूल्य निर्धारण की अवधारणा को समझ सकेंगे
2. सीमांत उत्पादकता सिद्धांत की अवधारणा को समझ सकेंगे
3. कारक आदानों की आपूर्ति की प्रकृति से परिचित हो सकेंगे
4. समझें कि कैसे मजदूरी दरों को सही प्रतिस्पर्धा और एकाधिकार बाजार स्थितियों के तहत निर्धारित किया जाता है
5. किराए की अवधारणा और रिकार्डियन और किराए के आधुनिक सिद्धांतों को समझ सकेंगे

Unit—III

कीमतों के साधन – I

(Factor Pricing – I)

साधन कीमत सिद्धान्त साधन कीमत सिद्धान्त क्या है?—साधन कीमत सिद्धान्त में यह अध्ययन किया जाता है कि भूमिपति को मिलने वाला लगान, श्रमिक की मजदूरी, पूँजी की सेवाओं के लिए प्राप्त ब्याज तथा उधमी को प्राप्त होने वाला लाभ कैसे निर्धारित होता है। इन साधनों को उत्पादन सेवाएँ, साधन का आगत भी कहा जाता है।

साधन कीमत निर्धारण के सिद्धान्त

(1) सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त

(2) आधुनिक सिद्धान्त

1. **सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त** : इस सिद्धान्त का प्रतिपादन 1826 में जर्मन अर्थशास्त्री T.H. Von Thunen ने किया था। इसका विकास कार्ल मेंजर, बोध्य बेवरक, वालरस तथा विकस्टीड, ऐजवर्थ तथा क्लार्क ने किया है। इस सिद्धान्त के अनुसार पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में साधनों की सेवाओं का मूल्य उनकी सीमान्त उत्पादकता के बराबर निर्धारित होता है। साधनों की माँग इसलिए की जाती है क्योंकि उनमें वस्तुओं तथा सेवाओं के उत्पादन करने की योग्यता होती है। वस्तुओं तथा सेवाओं के उत्पादन करने की योग्यता को ही साधन की उत्पादकता कहा जाता है अतएव उत्पादन के साधन की माँग उसकी उत्पादकता के लिए की जाती है। उत्पादकता ज्ञात करने के लिए आवश्यक है कि अन्य साधनों को स्थिर रखकर उस साधन की एक अतिरिक्त इकाई का प्रयोग किया जाए। इसके फलस्वरूप कुल उत्पादन में जो वृद्धि होगी, वह मुख्यतः उस साधन की अतिरिक्त (Extra) इकाई के कारण होगी। कुल उत्पादन में होने वाली इस वृद्धि को ही उस साधन की सीमान्त उत्पादकता (Marginal Productivity) कहा जाएगा। अतएव साधनों की परस्पर निर्भरता के फलस्वरूप उनकी सीमान्त उत्पादकता पर ही उनकी माँग निर्भर करेगी।

सिद्धान्त की मान्यताएँ

(Assmptions of the Theory)

साधन कीमत का सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त निम्नलिखित मान्यताओं पर आधारित है :

- (1) **वस्तु बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता (Perfect Competition in Product Market)** : वस्तु बाजार में जहाँ उत्पादित वस्तु को बेचा जाएगा, पूर्ण प्रतियोगिता है। अतएव वस्तु की सीमान्त आय तथा औसत आय बराबर होगी अर्थात् एक फर्म के द्वारा उत्पादन बढ़ाने पर कीमत में कोई अन्तर नहीं आएगा।
- (2) **साधन बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता (Perfect Competition in Factor Market)**: साधन बाजार में भी पूर्ण प्रतियोगिता है। प्रत्येक फर्म को साधन की प्रचलित कीमत देनी पड़ेगी। पूर्ण प्रतियोगिता के कारण सभी साधन पूर्णतया गतिशील (Perfectly Mobile) है, तथा उनकी पूति पूर्णतया मूल्य सापेक्ष (Perfectly Elastic) है।

- (3) **साधनों की समरूपता (Homogeneous Factors)** : उत्पादन के किसी भी साधन विशेष की सभी इकाईयाँ समरूप (Homogeneous) हैं। इनका एक दूसरे के लिए स्थानापन्न (Substitution) किया जा सकता है।
- (4) **प्रतिस्थापित साधन (Substitutable Factors)** : उत्पादन के विभिन्न एक-दूसरे के पूर्णतया प्रतिस्थापित (Perfectly Substitutable) हैं अर्थात् श्रम के लिए पूंजी का प्रयोग किया जा सकता है।
- (5) **पूर्णतया गतिशील (Perfectly Mobile)** : साधनों की प्रत्येक इकाई पूर्णतया गतिशील है, इसलिए एक साधन की कीमत विभिन्न व्यवसायों में एक समान होगी।
- (6) **साधनों का विभाजन (Divisible Factors)** : उत्पादन के विभिन्न साधनों का छोटी-छोटी इकाईयों में विभाजन किया जा सकता है।
- (7) **अधिकतम लाभ (Maximum Profit)** : उत्पादन करने का उद्देश्य अधिकतम लाभ प्राप्त करना है।
- (8) **पूर्ण रोजगार (Full Employment)** : अर्थव्यवस्था में पूर्ण रोजगार की अवस्था पाई जाती है। इस मान्यता का अर्थ यह हुआ कि साधन की पूर्ति स्थिर रहती है।
- (9) **परिवर्तन साधन संयोग (Variable Input Co-efficient)** : उत्पादन के साधनों का विभिन्न अनुपात में जा सकता है अर्थात् किसी एक साधन की मात्रा को, अन्य साधनों की स्थिर मात्रा के साथ घटाया या बढ़ाया जा सकता है। जैसे एक हेक्टेयर भूमि पर चार श्रमिक या पाँच श्रमिक काम पर लगाए जा सकते हैं।
- (10) **उत्पादन की तकनीक स्थिर रहती है (State of Technology Remains Constant)** : इस सिद्धान्त की यह भी मान्यता है कि उत्पादन की तकनीक में भी कोई परिवर्तन नहीं आता।

सीमान्त उत्पादकता के अर्थ तथा प्रकार

(Meaning and Types of Marginal Productivity)

सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त की व्याख्या करने से पूर्व हमें सीमान्त उत्पादकता तथा उसके विभिन्न प्रकारों का अर्थ भलीभाँति समझ लेना चाहिए। अर्थशास्त्र में सीमान्त उत्पादकता शब्द का प्रयोग तीन अर्थों में किया जाता है:

- (1) **सीमान्त भौतिक उत्पादकता (Marginal Physical Productivity)** : जब हम सीमान्त उत्पादकता को उत्पादन (वस्तुओं) की मात्रा में होने वाली वृद्धि के रूप में व्यक्त करते हैं तो उसे सीमान्त भौतिक उत्पादकता कहा जाता है। प्रो. एम. जे. उल्मर के शब्दों में, "अन्य सब बातों के समान रहने पर किसी एक साधन की अतिरिक्त इकाई का प्रयोग करने से कुल उत्पादन में जो वृद्धि होगी उसे सीमान्त भौतिक उत्पादकता कहा जाएगा।" (Marginal Physical productivity may be defined as the addition to total production resulting from employment of one more unit of a factor of production, all other things being constant— M.J. Ulmer) उदाहरण के लिए, यदि एक श्रमिक लगाने से कपड़े का उत्पादन 5 मीटर होता है तथा दूसरा श्रमिक लगाने से कुल उत्पादन बढ़कर 9 मीटर हो जाता है तो दूसरे श्रमिक की सीमान्त भौतिक उत्पादकता (MPP)=9 मीटर-5 मीटर=4 मीटर कपड़ा होगा। श्रम की इकाई की सीमान्त भौतिक उत्पादकता को निम्नलिखित समीकरण द्वारा व्यक्त किया जा सकता:

$$MPP_n = TPP_n - TPP_{n-1}$$

यहाँ पर MPP_n = श्रम की nth इकाई की सीमान्त भौतिक उत्पादकता TPP_n = श्रम की इकाईयाँ लगाने पर कुल भौतिक उत्पादकता।

(TPP_{n-1} = श्रम की $n-1$ इकाईयाँ लगाने पर कुल भौतिक उत्पादकता।)

(2) **सीमान्त आय या आगम उत्पादकता (Marginal Revenue Productivity)** : सीमान्त आय उत्पादकता की धारणा का सम्बन्ध कुल आय में होने वाले परिवर्तन से है। प्रो. उल्मर के शब्दों में, “अन्य सब बातें समान रहने पर किसी एक साधन की अतिरिक्त इकाई का प्रयोग करने से कुल आय में जो वृद्धि होगी उसे सीमान्त आय उत्पादकता कहा जाएगा।” (Marginal revenue productivity may be defined as the addition to total revenue resulting from employment of one more unit of a factor of production] all other things being constant– M.J. Ulmer) को **सीमान्त आय उत्पादकता (MRP)** का अनुमान लगाने के लिए सीमान्त भौतिक उत्पादकता (MPP) को सीमान्त आय (MR) से गुणा कर दिया जाता है। अतएव $MRP = MPP \times MR$

उदाहरण के लिए, यदि एक श्रमिक को काम पर लगाने से 25 रुपये मूल्य के कपड़े का उत्पादन होता है तथा दो श्रमिकों को काम पर लगाने से 45 रुपये मूल्य के कपड़े का उत्पादन होता है तो दूसरे श्रमिक की सीमान्त आय उत्पादकता (MRP) $45 \text{ रुपये} - 25 \text{ रुपये} = 20 \text{ रुपये}$ ।

3. **सीमान्त उत्पादकता का मूल्य (Value of Marginal Productivity)** : एक साधन की सीमान्त भौतिक उत्पादकता (MPP) को उस साधन द्वारा उत्पादित वस्तु की कीमत (AR) से गुणा करने से जो आय बढ़ती है, उसे सीमान्त उत्पादकता का मूल्य (VMP) कहा जाता है। प्रो. फर्गुसन के अनुसार, “एक परिवर्तनशील उत्पादन के साधन की सीमान्त भौतिक उत्पादकता को सम्बन्धित वस्तु की बाजार कीमत से गुणा करने पर सीमान्त उत्पादकता के मूल्य का ज्ञान होता है।” (The Value of Marginal Product of a variable factor is equal to its marginal product multiplied by the market price of the commodity in question. —Ferguson)

अतएव

$$VMP = (MPP) \times (AR)$$

उदाहरण के लिए, यदि कपड़े की कीमत 5 रुपये प्रति मीटर है तथा दूसरे श्रमिक की सीमान्त भौतिक उत्पादकता 4 मीटर है तो सीमान्त भौतिक उत्पादकता का मूल्य $(VMP) = 4 \times 5 = 20 \text{ रुपये}$ होगा।

यह ध्यान रखना चाहिए कि पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में फर्म के लिए बिक्री के सभी मात्राओं के लिए कीमत स्थिर होती है तथा सीमान्त आय (MR) तथा औसत आय या कीमत (AR or Price) बराबर होते हैं अर्थात् $MR = AR$ । इसलिए पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में सीमान्त आय उत्पादकता (MRP) तथा सीमान्त भौतिक उत्पादकता का मूल्य (VMP) भी बराबर होंगे अर्थात् $MRP = VMP$ । परन्तु अपूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में सीमान्त आय उत्पादकता (MRP) तथा सीमान्त भौतिक उत्पादकता का मूल्य (VMP) भी अलग-अलग होगा।

सीमान्त उत्पादकता के विभिन्न प्रकारों को निम्नलिखित तालिका द्वारा स्पष्ट किया जा सकता है:

Table 6-1
Various Types of Marginal Product Under Perfect Competition

Unit of Labour	Total Product in Metre	Marginal Physical Product in Metre	Price Per metre AR=MR	Marginal Revenue Product MRP = MPPxMR	Value of Marginal Product VMP = MPPxAR
			Rs.	Rs.	Rs.
1	5	-	5	-	-
2	9	4	5	20	20
3	12	3	5	15	15
4	14	2	5	10	10
5	15	1	5	5	5

तालिका 6.1 से ज्ञात होता है कि जब एक श्रमिक को काम पर लगाया जाता है तो कुल उत्पादन 5 मीटर होता है, जब दो श्रमिकों को काम पर लगाया जाएगा तो कुल उत्पादन 9 मीटर होगा। इस प्रकार दूसरे श्रमिक की सीमान्त भौतिक उत्पादकता 4 मीटर होगी। तालिका से ज्ञात होता है कि जैसे-जैसे श्रमिकों की संख्या बढ़ाई जाती है, उनकी सीमान्त भौतिक उत्पादकता कम होती जाती है। पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में वस्तु की कीमत अर्थात् औसत आय (AR) तथा सीमान्त (MR) बराबर होते हैं। इसलिए श्रमिक की सीमान्त आय उत्पादकता तथा सीमान्त उत्पादकता का मूल्य बराबर होगा जैसे दूसरे श्रमिक की सीमान्त आय उत्पादकता (MRP) 20 रुपये है तो सीमान्त उत्पादकता का मूल्य (VMP) भी 20 रुपये ही है।

सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त की व्याख्या

(Explanation of the Marginal Productivity Theory)

सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त के अनुसार पूर्ण प्रतियोगिता तथा पूर्ण रोजगार की अवस्था में उत्पादन में उत्पादन के प्रत्येक साधन को उनकी सीमान्त उत्पादकता के बराबर कीमत प्राप्त होगी। पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में साधन की कीमत उद्योग द्वारा निर्धारित की जाएगी। उद्योग द्वारा निर्धारित साधन कीमत पर फर्म यह तय करेगी कि किसी साधन की उस संख्या को काम पर लगाया जाएगा जिस पर उस साधन की कीमत उसकी सीमान्त उत्पादकता के बराबर हो जाती है। अतएव एक उद्योग की दृष्टि से यह सिद्धान्त, "साधन कीमत सिद्धान्त है" परन्तु एक फर्म की दृष्टि से यह सिद्धान्त रोजगार का सिद्धान्त तथा साधन की माँग का सिद्धान्त है।

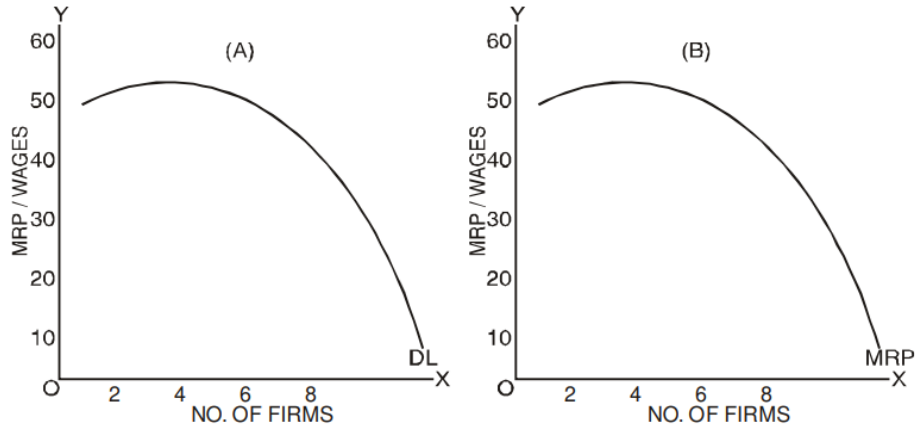
प्रो. ब्लाग के अनुसार, "सीमान्त का सिद्धान्त एक उद्योग के स्तर पर, यदि साधन की पूर्ति दी हुई है, तो यह साधन कीमत का सिद्धान्त है, तथा एक फर्म के स्तर पर यदि साधन की कीमत दी हुई है तो यह साधन के रोजगार का सिद्धान्त है।" (The marginal productivity theory is a theory of factor pricing on industry's level] the supply of factor to the industry being given] for the firm it is employment theory, the rate of factor pricing being given. —M. Blaug)

एक उद्योग के दृष्टिकोण से सीमान्त उत्पादकता के सिद्धान्त का विश्लेषण

(Analysis of Marginal Productivity Theory from the Point of View of an Industry)

पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में किसी साधन की कीमत, उद्योग सम्बन्धी माँग तथा पूर्ति द्वारा निर्धारित होती है। साधन कीमत उस स्तर पर निर्धारित होती है जिस पर उसकी माँग और पूर्ति बराबर होती है। सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त पूर्ण रोजगार की मान्यता पर आधारित है। इस स्थिति में उत्पादन के साधन की पूर्ति को स्थिर माना गया है। अतएव साधन की कीमत, माँग द्वारा निर्धारित की जाएगी। हम जानते हैं कि किसी साधन की माँग उसकी सीमान्त उत्पादकता द्वारा निर्धारित की जाती है। इसलिए पहले हमें एक उद्योग अर्थव्यवस्था के लिए किसी साधन की माँग वक्र या सीमान्त उत्पादकता वक्र का ज्ञान प्राप्त करना चाहिए।

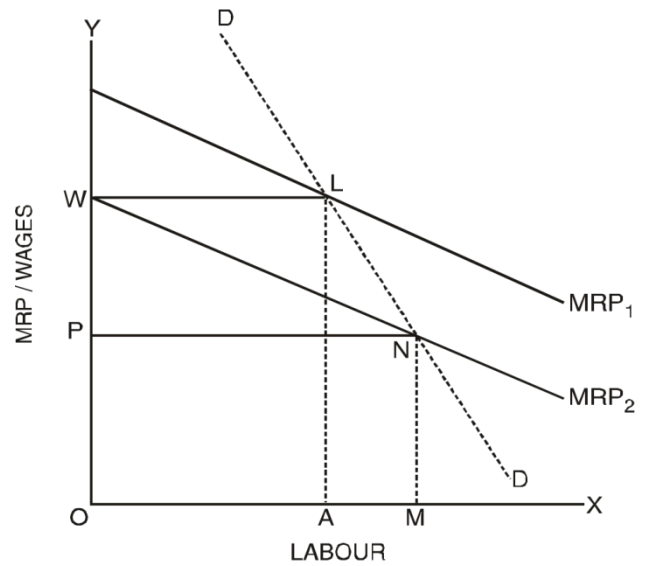
एक उद्योग बहुत सी फर्मों का समूह होता है। अतएव एक उद्योग की किसी साधन सम्बन्धी माँग वक्र का अनुमान उस उद्योग की फर्मों की माँग के द्वारा लगाया जा सकता है। एक फर्म के लिए किसी साधन का सीमान्त आगम उत्पादकता (MRP) वक्र उसकी माँग वक्र (Demand Curve) ही होती है। इसका कारण यह है कि उत्पादक श्रम की सीमान्त आगम उत्पादकता के आधार पर ही श्रम की माँग करता है तथा केवल उतने ही श्रमिकों को रोजगार प्रदान करेगा जिससे कि श्रमिकों की सीमान्त आगम उत्पादकता तथा मजदूरी की दर बराबर रहे। रेखाचित्र नं. 6.1 (A) तथा (B) में श्रम की सीमान्त उत्पादकता, श्रम की मजदूरी दर तथा श्रम की माँग के सम्बन्ध को स्पष्ट किया गया है। स्पष्ट है कि रेखाचित्र नं. 6.1(A) में श्रम की माँग वक्र वस् तथा रेखाचित्र नं. 6.1(B) में एक सीमान्त आगम वक्र MRP है।



चित्र 6.1

चित्र 6.1 यह माँग वक्र इस मान्यता पर आधारित है कि साधन विशेष की कीमत में परिवर्तन होने पर फर्म विशेष तथा अन्य फर्म उत्पादन की मात्रा में परिवर्तन नहीं करेंगी। परन्तु वास्तविक रूप में ऐसा नहीं होता। अगर मजदूरी की दर कम हो जाती है तो फर्म विशेष अपने लाभ के उद्देश्य को अधिकतम करने के उद्देश्य से अधिक मजदूरों को काम पर लगाएगी। इसी प्रकार दूसरी फर्म भी अधिक संख्या में मजदूरों को काम पर लगाकर उत्पादन बढ़ाएँगी। परिणामस्वरूप बाजारों में वस्तु विशेष की पूर्ति बढ़ेगी तथा कीमत कम हो जाएगी। ऐसी परिस्थिति में सीमान्त वक्र अपने मूल स्थान से हटकर मूल बिन्दु की ओर खिसक जाएगा। रेखाचित्र नं. 6.2 में इसे स्पष्ट किया गया है।

रेखाचित्र नं. 6.2 द्वारा स्पष्ट होता है कि MRP, प्रारम्भिक सीमान्त आय उत्पादकता वक्र है। जब मजदूरी की दर OW है तथा श्रमिकों की माँग OA (WL) है। यदि मजदूरी की दर OW से कम होकर \bar{w} हो जाती है तो एक फर्म अपने लाभ को अधिकतम उद्देश्य से अधिक श्रमिक लगाकर उत्पादन बढ़ाएगी। सभी फर्मों द्वारा ऐसा करने पर बाजार में वस्तु विशेष की पूर्ति में वृद्धि होगी तथा कीमत कम होगी। इसके फलस्वरूप सीमान्त आय उत्पादकता भी कम हो जाएगी। परिणामस्वरूप सीमान्त आय उत्पादकता वक्र बायीं ओर खिसक कर MRP_2 हो जाएगी। MRP_1 वक्र से ज्ञात होता है कि OP मजदूरी की दर पर श्रम की माँग OA से बढ़कर OM (PN) हो जाएगी। इस स्थिति में बिन्दु L तथा N को मिलाने वाली वक्र फर्म की साधन के लिए **सीमान्त उत्पादकता वक्र (Marginal Productivity Curve)**

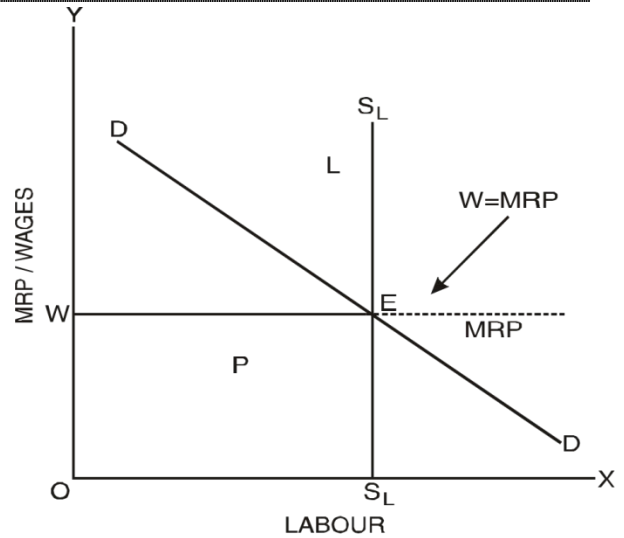


चित्र 6.2

या माँग वक्र होगी। उद्योगों की माँग वक्र ज्ञात करने के लिए हमें सभी माँग वक्रों का समस्तर जोड़ (Lateral Summation) लेना होता है। पूर्ण, प्रतियोगिता की परिस्थिति में क्योंकि फर्मों की संख्या स्थिर है नहीं होती, उनके सीमान्त उत्पादक वक्रों का समस्तर जोड़ नहीं लगाया जा सकता परन्तु यह कहा जा सकता है कि उद्योग का माँग वक्र एक फर्म के माँग वक्र की तरह ऊपर से नीचे की ओर झुका होगा।

एक उद्योग की किसी साधन के लिए माँग वक्र तथा पूर्ति वक्र जिस बिन्दु पर एक-दूसरे को काटेगी उस बिन्दु द्वारा उस साधन की कीमत निर्धारित होगी। उद्योग के लिए साधन की पूर्ति को स्थिर माना गया है। इसलिए साधन की कीमत मुख्य रूप से माँग वक्र द्वारा निर्धारित होगी। अर्थात् सीमान्त उत्पादकता के बराबर तय होगी। इसे रेखाचित्र नं. 6.3 द्वारा स्पष्ट किया गया है।

रेखाचित्र नं. 6.3 में OX अक्ष पर श्रम की संख्या तथा OY अक्ष पर मजदूरी की दर तथा श्रम की सीमान्त आय उत्पादकता (MRP) प्रकट की गई है। DD वक्र उद्योग के लिए श्रम की माँग वक्र या सीमान्त उत्पादकता वक्र है, इसका ढलान ऊपर से नीचे की ओर है।



चित्र नं. 6.3

S_L श्रम का पूर्ति वक्र है। यह OY अक्ष के समान्तर है। इससे ज्ञात होता है कि पूर्ण रोजगार की स्थिति में श्रम की पूर्ति OS_L के बराबर स्थिर है। श्रम की माँग वक्र तथा पूर्ति वक्र 'E' बिन्दु पर एक-दूसरे को काट रहे हैं। अतएव 'E' बिन्दु सन्तुलन बिन्दु है, इस बिन्दु पर श्रम की माँग तथा पूर्ति दोनों बराबर हैं। बिन्दु 'E' से ज्ञात होता है कि मजदूरी की दर OW निर्धारित होगी। यह मजदूरी की दर या साधन कीमत OW श्रम की सीमान्त उत्पादकता के बराबर है अर्थात्

$$\text{साधन कीमत (OW) = सीमान्त आगम उत्पादकता = MRP = (ES}_L\text{)}$$

अतएव पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में साधन कीमत उद्योग द्वारा निर्धारित होती है। इस कीमत पर फर्म की माँग करती है। अतएव साधन की माँग का अनुमान फर्म द्वारा लगाया जा सकता है।

एक फर्म के दृष्टिकोण से सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त का विश्लेषण

(Analysis of the Marginal Productivity Theory from the Point of View of a Firm)

पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में उत्पादन के साधन की कीमत जैसे मजदूरी की दर उद्योग द्वारा अर्थात् सामूहिक माँग तथा पूर्ति की शक्तियों द्वारा निर्धारित होती है। फर्म को केवल यह तय करना पड़ता है कि कितने श्रमिकों को रोजगार प्रदान करना है। इस सिद्धान्त के अनुसार एक फर्म पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में किसी भी साधन की उस मात्रा को काम पर लगाएगी जिस पर उस साधन की कीमत तथा सीमान्त उत्पादकता मूल्य के बराबर हो जाए। अतएव एक फर्म के दृष्टिकोण से इस सिद्धान्त द्वारा यह ज्ञात होता है कि फर्म द्वारा किसी साधन की कितनी माँग की जाएगी।

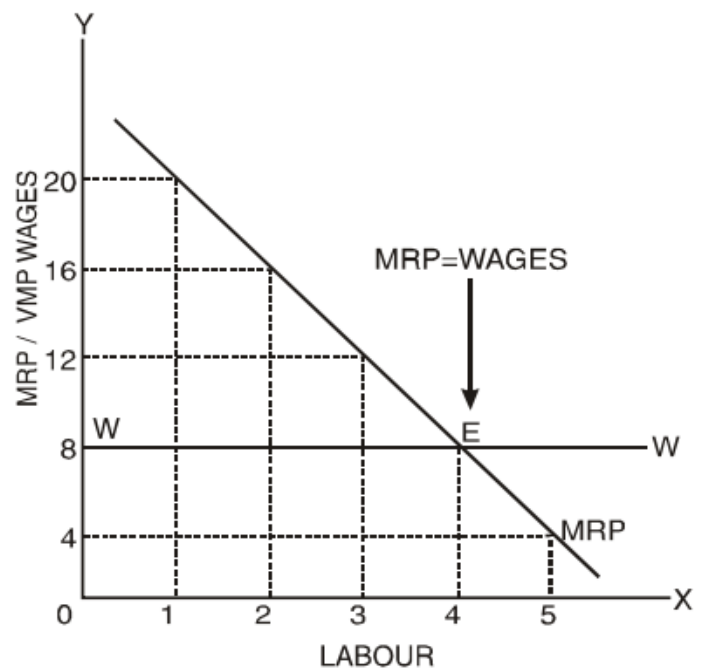
इसलिए इस सिद्धान्त को **साधन माँग का सिद्धान्त (Theory of Factor Demand)** भी कहा जाता है। अन्य बातें समान रहने पर एक फर्म जैसे-जैसे श्रमिकों को रोजगार देती जाएगी, तो श्रमिकों की सीमान्त भौतिक उत्पादकता कम होती जाएगी। इसके फलस्वरूप श्रम द्वारा उत्पादित वस्तु की कीमत पूर्ण प्रतियोगिता में स्थिर रहने के कारण श्रम की सीमांत भौतिक उत्पादकता में कमी के साथ-साथ सीमान्त आय उत्पादकता भी कम होती जाएगी। एक फर्म अधिकतम लाभ प्राप्त करने के उद्देश्य से केवल उस सीमा तक श्रमिकों को रोजगार पर लगाएगी जिस पर श्रम की सीमान्त आय उत्पादकता तथा श्रम की कीमत या मजदूरी दर बराबर हो जाए। यदि फर्म उस सीमा तक श्रमिकों को रोजगार पर लगाएगी जिस पर उनकी सीमान्त आय उत्पादकता उनकी मजदूरी से कम है तो फर्म की हानि होगी। इस सिद्धान्त की तालिका नं. तथा रेखाचित्र 4 द्वारा व्याख्या की गई है।

Table 6-2:
Marginal Productivity Schedule

श्रमिकों की संख्या	सीमान्त भौतिक उत्पादकता (MPP)	कीमत AR=MR	सीमान्त आय उत्पादकता (MRP) (रुपये)	मजदूरी दर (रुपये)
1	10	2	10x2=20	8
2	8	2	8x2=16	8
3	6	2	6x2=12	8
4	4	2	4x2=8	8
5	2	2	2x2=4	8

तालिका नं. 6.2 से ज्ञात होता है कि मजदूरी दर 8 रुपये प्रति श्रमिक है। वस्तु की कीमत 2 रुपये प्रति इकाई है। जब फर्म एक श्रमिक को काम पर लगाती है तो उसकी सीमान्त भौतिक उत्पादकता (MPP) 10 इकाई होती है। सीमान्त भौतिक उत्पादकता को वस्तु की कीमत से गुणा करने पर सीमान्त आय उत्पादकता या सीमान्त उत्पादकता का मूल्य (MRP or VMP) $10 \times 2 = 20$ रुपये ज्ञात होता है। इसी प्रकार दूसरे श्रमिक की सीमान्त आय उत्पादकता 16 रुपये, तीसरे श्रमिक की 12 रुपये तथा चौथे श्रमिक की 8 रुपये होगी। चौथे श्रमिक की सीमान्त आय उत्पादकता तथा उसे दी जाने वाली मजदूरी बराबर है। अतः फर्म की अधिकतम लाभ प्राप्त करने के लिए 4 श्रमिकों को ही काम पर लगाएगी। यदि फर्म पाँचवें श्रमिक को काम पर रखेगी तो फर्म को 4 रुपये की हानि उठानी पड़ेगी, क्योंकि पाँचवे श्रमिक की सीमान्त उत्पादकता 4 रुपये है। जबकि फर्म को उसे बाजार में प्रचालित मजदूरी अर्थात् 8 रुपये देनी पड़ेगी। इस प्रकार फर्म को 4 रुपये की हानि होगी। अतः फर्म अधिकतम लाभ प्राप्त करने के लिए उत्पादन के किसी भी साधन की उस सीमा तक माँग करेगी जिस पर उस साधन की सीमान्त उत्पादकता तथा उस साधन की कीमत बराबर हो जाए।

सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त को रेखाचित्र नं. 6.4 द्वारा भी स्पष्ट किया जा सकता है। चित्र नं. 6.4 में OX अक्ष पर श्रमिकों की संख्या तथा OY अक्ष पर श्रमिकों की मजदूरी तथा सीमान्त आय प्रकट की गई है। MRP सीमान्त उत्पादकता वक्र तथा WW मजदूरी रेखा है। पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में मजदूरी की दर स्थिर रहेगी। इसलिए WW रेखा OX अक्ष के समानान्तर है। सीमान्त आय उत्पादकता MRP वक्र नीचे की ओर झुकी हुई है। यह वक्र E बिन्दु पर मजदूरी रेखा चित्र नं. 6.4 को काट रही है। इसलिए E बिन्दु (MRP=Wage Rate=8 रुपये) संतुलन बिन्दु होगा। बिन्दु E से ज्ञात होता है कि उत्पादक 8 रुपये मजदूरी पर चार श्रमिकों की माँग करेगा। यदि उत्पादक पाँच श्रमिकों को काम पर लगाएगा तो उसे पाँचवें श्रमिक से केवल 4 रुपये के बराबर सीमान्त आय उत्पादकता प्राप्त होगी जबकि उसे 8



चित्र नं. 6.4

रुपये मजदूरी देनी पड़ेगी। इस प्रकार फर्म को पाँचवें श्रमिक को काम पर लगाने से 4 रुपये की हानि उठानी पड़ेगी। अतएव इस सिद्धान्त के अनुसार, उत्पादन के साधन की माँग उस सीमा तक की जाएगी जिस पर सीमान्त उत्पादकता तथा साधन की कीमत बराबर हो जाए। एक फर्म के लिए विभिन्न साधनों का सर्वोत्तम संयोग वह होगा जिस पर

$$\frac{MRP_A}{P_A} = \frac{MRP_B}{P_B} = \dots = \frac{MRP_n}{P_n}$$

फर्मों की माँग के आधार पर उद्योग की माँग कर अनुमान लगाया जाता है।

आलोचनाएँ (Criticism)

साधन कीमत की सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त की हाब्सन, वीजर, फ्रेजर, केन्ज आदि कई अर्थशास्त्रियों ने मुख्य रूप से निम्नलिखित आलोचनाएँ हैं:

(1) **अवास्तविक मान्यताएँ (Unrealistic Assumptions)**—सीमान्त उत्पादकता का सिद्धान्त कई अवास्तविक मान्यताओं जैसे पूर्ण प्रतियोगिता, पूर्ण गतिशीलता, पूर्ण रोजगार आदि पर निर्भर करता है। प्रत्येक अर्थव्यवस्था में, जैसा कि श्रीमती जॉन रोबिन्सन, चेम्बरलेन आदि का विचार है कि पूर्ण प्रतियोगिता के स्थान पर अपूर्ण प्रतियोगिता पाई जाती है। साधनों की गतिशीलता भी अपूर्ण होती है। संसार के अधिकतर देशों में पूर्ण रोजगार की अवस्था नहीं पाई जाती है। अतएव इस सिद्धान्त का व्यावहारिक महत्त्व बहुत कम हो जाता है।

(2) **असमान साधन (Heterogeneous Factors)**: साधन कीमत के इस सिद्धान्त की यह मान्यता है कि प्रत्येक साधन की विभिन्न इकाइयाँ एक समान (Homogeneous) होती हैं, गलत है। वास्तविक जीवन में प्रत्येक साधन की विभिन्न इकाइयों में असमानता पाई जाती है जैसे सभी श्रमिक एक जैसे कार्यकुशल नहीं होते।

(3) **अविभाज्य साधन (Indivisible Factors)**—सीमान्त उत्पादकता के सिद्धान्त की यह मान्यता भी वास्तविक नहीं है कि साधनों को छोटे-छोटे भागों में विभाजित किया जा सकता है। उदाहरण के लिए, हम कई मशीनों को छोटे-छोटे भागों में नहीं बाँट सकते हैं। इस प्रकार उनकी सीमान्त उत्पादकता का अनुमान लगाना कठिन हो जाता है।

(4) **सीमान्त उत्पादकता के माप में कठिनाइयाँ (Difficulties in the Measurement of Marginal Productivity)** : प्रो. हाब्सन ने अपनी पुस्तक 'जेम प्दकनेजतपंस' 'लेजमउ' में इस सिद्धान्त की कटु आलोचना करते हुए कहा है कि सीमान्त उत्पादकता को कई कारणों से मापना सम्भव नहीं है। सीमान्त उत्पादकता को तभी मापा जा सकता है जब उत्पादन के अन्य साधनों की संख्या में बिना परिवर्तन किए हुए केवल एक साधन जैसे श्रमिकों की संख्या में परिवर्तन करके उत्पादन को बढ़ाया जा सके, परन्तु अधिकतर दशाओं में उत्पादन बढ़ाने के लिए श्रमिकों की संख्या के साथ-साथ कच्चे माल, औजार, मशीनरी आदि की मात्रा को बढ़ाना भी आवश्यक है।

(5) **एकपक्षीय (One Sided)** —मार्शल, फ्रिडमैन, ब्लाग आदि अर्थशास्त्रियों ने इस सिद्धान्त की आलोचना करते हुए कहा है कि यह सिद्धान्त केवल माँग पक्ष की ही व्याख्या करता है तथा पूर्ति को स्थिर मान लेता है। अल्पकाल में तो यह सम्भव है कि किसी साधन की पूर्ति स्थिर हो तथा केवल सीमान्त उत्पादकता अर्थात् माँग द्वारा ही उसकी कीमत निर्धारित हो परन्तु दीर्घकाल में प्रत्येक साधन की पूर्ति में परिवर्तन आता रहता है। अतएव साधन कीमत के निर्धारण पर माँग तथा पूर्ति दोनों का ही प्रभाव पड़ेगा जबकि यह सिद्धान्त केवल माँग के द्वारा ही साधन कीमत को निर्धारित करने का प्रयत्न करता है, अतएव यह एक पक्षीय है।

(6) **दीर्घकालीन स्थिर अर्थव्यवस्था (Long Term Stationary Economy)** : प्रो. क्लार्क द्वारा प्रतिपादित सीमान्त पादकता सिद्धान्त दीर्घकालीन स्थिर अवस्था की मान्यता पर निर्भर है। इस धारणा के अनुसार अर्थव्यवस्था में दीर्घकाल में पूर्ण प्रतियोगी सन्तुलन की अवस्था पाई जायेगी। इस अवस्था में साधनों की कीमत : उत्पादकता के बराबर तय होगी। परन्तु वास्तविक जीवन में गत्यात्मक (Dynamic) अवस्था पाई जाती है। इस अवस्था में आर्थिक तत्त्वों जैसे जनसंख्या, रुचि, उत्पादन, तकनीक आदि में परिवर्तन आते रहते हैं। इसके फलस्वरूप सीमान्त उत्पादकता में भी परिवर्तन आता रहता है। अतएव सन्तुलन की स्थिति प्राप्त करनी सम्भव नहीं होती।

(7) **साधन कीमत निर्धारण में असफल (Fails to Determine Factor Pricing)** : प्रो. फैलनर के अनुसार सीमान्त उत्पादकता का सिद्धान्त साधन की कीमत निर्धारित नहीं करता है। पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में प्रत्येक फर्म को साधन की प्रचलित कीमत देनी पड़ती है। वह कीमत उद्योग द्वारा साधन की माँग तथा पूर्ति के सन्तुलन बिन्दु पर तय की जाती है। इस कीमत के आधार पर एक फर्म यह तय करती है कि एक साधन की केवल उतनी मात्रा को रोजगार प्रदान करना है जिस पर साधन की सीमान्त उत्पादकता तथा कीमत बराबर हो जाए। अतएव यह सिद्धान्त एक साधन की कीमत को निर्धारित नहीं करता बल्कि केवल उसकी माँग को ही निर्धारित करता है।

(8) **कारण तथा परिणाम (Cause and Effect)**—प्रो. क्लार्क के अनुसार प्रत्येक साधन की कीमत पर उसकी सीमान्त उत्पादकता का प्रभाव पड़ता है अर्थात् सीमान्त उत्पादकता कारण है तथा साधन कीमत परिणाम है। परन्तु प्रो. वेबल्स (Prof- Webls) के अनुसार वास्तव में साधन कीमत का भी सीमान्त उत्पादकता पर प्रभाव पड़ता है। एक साधन की अधिक कीमत देकर उसकी कार्यकुशलता में वृद्धि करके सीमान्त उत्पादकता को बढ़ाया जा सकता है। अतएव साधन कीमत कारण तथा सीमान्त उत्पादकता परिणाम हो सकती है।

(9) **शोषण का सिद्धान्त (Theory of Exploitation)** : प्रो. वोहम बेवरक (Prof. Bohm Bawrick) ने सिद्धान्त की आलोचना करते हुए कहा है कि इस सिद्धान्त के अनुसार सीमान्त उत्पादकता के बराबर साधन कीमत मिलने पर भी साधन की अन्तर सीमान्त इकाइयों (Intra & Marginal Units) का शोषण होता है। इसका कारण यह है कि सीमान्त उत्पादकता पर घटते प्रतिफल के नियम (Law of Diminishing Returns) के लागू होने के कारण जैसे-जैसे किसी साधन की अधिक इकाइयों का प्रयोग किया जाता है, उनकी सीमान्त उत्पादकता कम होती जाती है। इसके फलस्वरूप उनकी कीमत भी कम हो जाती है। इस प्रकार अन्तर सीमान्त इकाइयों की सीमान्त उत्पादकता सीमान्त इकाई से अधिक होने पर भी उन्हें सीमान्त इकाई के बराबर ही कीमत मिलती है, अतएव उनका शोषण होता है।

(10) **रोजगार स्तर तथा साधन कीमत के सम्बन्ध में गलत निष्कर्ष (Work Conclusions regarding Factor Pricing and Employment)** : लार्ड केन्ज के अनुसार इस सिद्धान्त का यह निष्कर्ष भी गलत है कि साधन कीमतों में कमी करके साधन की अधिक मात्रा को रोजगार प्रदान किया जा सकता है। वास्तव में साधन कीमत, जैसे मजदूरी में कमी होने से मजदूरों की आय कम होगी, इस कारण वस्तुओं की माँग कम होगी। इसके फलस्वरूप साधनों की माँग भी कम हो जाएगी। अतएव साधन कीमत में कमी होने पर साधन की इकाइयों को मिलने वाला रोजगार बढ़ने के स्थान पर कम हो जाएगा।

(11) **कुल उत्पादन साधनों की सीमान्त उत्पादकता के जोड़ से अधिक होता है (Total Product is more than the Summation of the Marginal Productivity of Factors)** : इस सिद्धान्त के अनुसार प्रत्येक साधन को उसकी सीमान्त उत्पादकता के अनुसार पुरस्कार दिया जाता है। इसका अर्थ यह है कि कुल उत्पादन सभी साधनों की सीमान्त उत्पादकता के जोड़ के बराबर होना चाहिए। परन्तु हाब्सन के अनुसार जब बढ़ते प्रतिफल का नियम लागू हो रहा हो तो कुल उत्पादन सीमान्त उत्पादकता के जोड़ से अधिक होता है। यह अधिक उत्पादन सब साधनों के सहयोग के कारण होता है।

साधन कीमत का आधुनिक सिद्धान्त

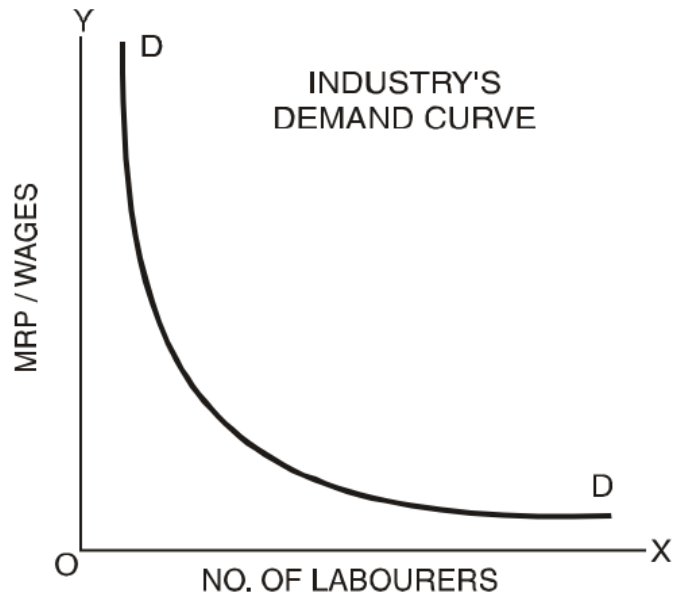
(Modern Theory of Factor Pricing)

साधन कीमत के आधुनिक सिद्धान्त के अनुसार प्रत्येक साधन की कीमत उस की माँग तथा पूर्ति द्वारा निर्धारित होती प्रो. लिप्सी ने इस सम्बन्ध में ठीक ही कहा है कि, "उत्पादन के साधनों का कीमत सिद्धान्त, कीमतों के सिद्धान्त की एक विशेष अवस्था है। हम पहले साधनों के माँग के सिद्धान्त का विकास करते हैं, उसके पश्चात् साधनों की पूर्ति के सिद्धान्त का विकास करते हैं और अन्त में इन्हें सन्तुलन कीमतों तथा मात्राओं के निर्धारण के सिद्धान्त में मिला देते हैं।" (The Theory of factor price is just a special case of the theory of price- We first develop a theory of the demand for factors then a theory of the supply of the factors and finally combine them into a theory of determination of equilibrium price and Quantities. —Lipsey and Stenier) अतएव साधन कीमत निर्धारण का अध्ययन करने के लिए साधन की माँग तथा पूर्ति को प्रभावित करने वाले तत्त्वों का अध्ययन करना आवश्यक है।

(1) साधनों की माँग व्युत्पन्न माँग (Derived Demand)

साधनों की माँग व्युत्पन्न माँग (Derived Demand) है। इनकी माँग इनके द्वारा उत्पादित वस्तुओं की माँग पर निर्भर करती है। कपड़े के कारखाने में श्रमिकों की माँग कपड़े की माँग कम है तो श्रमिकों की माँग भी कम होगी। एक फर्म लाभ – प्राप्त करने की दृष्टि से उत्पादन करती है, अतएव वह साधन को काम पर लगाते समय उस साधन की उत्पादकता को अवश्य ध्यान में रखती है। किसी साधन की अतिरिक्त इकाई का प्रयोग करने से अन्य साधन स्थिर रहने पर कुल आय उत्पादकता में जितनी वृद्धि होती है, उसे साधन की सीमान्त आय उत्पादकता कहा जाता है। एक फर्म द्वारा किसी साधन की माँग उस सीमा तक ही की जाती है जिस पर उस साधन की सीमान्त कीमत तथा सीमान्त आय उत्पादकता बराबर हो जाती है। अतएव सीमान्त उत्पादक वक्र ही एक फर्म के लिए किसी साधन का माँग वक्र होता है।

एक उद्योग का साधनों के लिए माँग वक्र फर्मों के माँग वक्र का समस्तर जोड़ नहीं है। इसका कारण यह है कि जब मजदूरी की दर में परिवर्तन होता है तो वस्तुओं की लागत में भी परिवर्तन होता है। इसके फलस्वरूप वस्तु की कीमत अर्थात् औसत आय और सीमान्त आय में भी परिवर्तन होगा। इसके फलस्वरूप सीमान्त आय उत्पादकता वक्र भी अपनी वर्तमान स्थिति से ऊपर या नीचे की ओर चली जाएगी। इसके फलस्वरूप फर्मों की साधन के लिए सन्तुलन माँग बिन्दु अपने स्थान से नई सीमान्त उत्पादकता वक्र पर ऊपर या नीचे की ओर खिसक जाएगा। इन सन्तुलन बिन्दुओं को जोड़कर फर्म की माँग वक्र ज्ञात की जा सकती है। एक उद्योग की विभिन्न फर्मों के



चित्र 6.5

माँग वक्रों को जोड़कर उद्योग के माँग वक्र का ज्ञान प्राप्त किया जा सकता है, जैसा रेखाचित्र 6.5 में दिखाया गया है। रेखाचित्र 6.5 में OX अक्ष पर श्रम तथा OY अक्ष पर मजदूरी और सीमान्त आय उत्पादकता को प्रकट किया गया है। वक्र उद्योग की साधन माँग वक्र है। इसका ढलान ऊपर से नीचे की ओर है। उत्पादन के साधन की माँग

पर उनकी माँग की लोच (Elasticity of Demand) का भी काफी प्रभाव पड़ता है। यदि साधन की माँग लोचदार है तो साधन की कीमत में थोड़ी-सी भी कमी होने पर उसकी माँग में काफी वृद्धि होगी तथा कीमत में थोड़ी सी वृद्धि होने पर माँग में काफी कमी होगी। इसके विपरीत यदि साधन की माँग बेलाचदार है तो उसकी कीमत में बहुत अधिक वृद्धि होने पर उसकी माँग में थोड़ी-सी कमी होगी। अतएव उत्पादन के साधनों की कीमत में हाने वाले परिवर्तन का उनकी माँग पर पड़ने वाला प्रभाव साधनों की माँग की लोच पर निर्भर करता है। साधनों की माँग की लोच निम्नलिखित तथ्यों पर निर्भर करती है:

(1) उत्पादित वस्तु की माँग की लोच (Elasticity of the Product):— उत्पादन के साधन की माँ व्युत्पन्न (Derived) होती है। प्रत्येक साधन की माँग किसी वस्तु का उत्पादन करने के लिए की जाती है। अतएव के साधन की लोच उस वस्तु की माँग की लोच पर निर्भर करती है जिसके उत्पादन में वह सहायक होती है, यदि उस वस्तु की माँग लोचदार है तो साधन की माँग भी लोचदार होगी। इसके विपरीत यदि उस वस्तु की माँग बेलाचदार है तो साधन की माँग बेलाचदार होगी, अर्थात् कीमत के बढ़ने पर माँग में कोई विशेष कमी नहीं होगी। इसके विपरीत यदि किसी साधन पर उसके द्वारा उत्पादित वस्तु की कुल लागत का अधिक भाग खर्च किया जाता है तो उस साधन की माँग लोचदार होगी अर्थात् साधन की कीमत में थोड़ी-सी भी कमी आ जाने पर माँग में बहुत अधिक वृद्धि होने की संभावना होगी।

(2) साधन की मात्रा (Quantity of the Factor):—साधन की माँग की लोच इस बात पर भी निर्भर करती है कि किसी वस्तु के उत्पादन पर किए जाने वाले कुल खर्च का कितना भाग उस साधन पर खर्च किया जाता है। यदि कुल लागत का उस साधन पर केवल थोड़ा-सा भाग खर्च किया जाता है तो उस साधन की माँग बेलाचदार होगी, अर्थात् कीमत के बढ़ने पर माँग में कोई विशेष कमी नहीं होगी। इसके विपरीत यदि किसी साधन पर उसके द्वारा उत्पादित वस्तु की कुल लागत का अधिक भाग खर्च किया जाता है तो उस साधन की माँग लोचदार होगी अर्थात् साधन की कीमत में थोड़ी-सी भी कमी आ जाने पर माँग में बहुत अधिक वृद्धि होने की संभावना होगी।

(3) साधनों की प्रतिस्थापनता (Substitutibility between Factors):— यदि एक साधन का दूसरे साधन से प्रतिस्थापन किया जा सकता है तो उस साधन की माँग लोचदार होगी। इसके विपरीत यदि उस साधन का किसी विशेष प्रयोग में दूसरे साधन से प्रतिस्थापन नहीं किया जा सकता तो उस साधन की माँग बेलाचदार होगी।

संक्षेप में, उत्पादन के साधनों की माँग उनकी उत्पादकता के लिए की जाती है। अतएव साधन की माँग की ओर से उनकी कीमत पर साधन की सीमान्त उत्पादकता का प्रभाव पड़ता है।

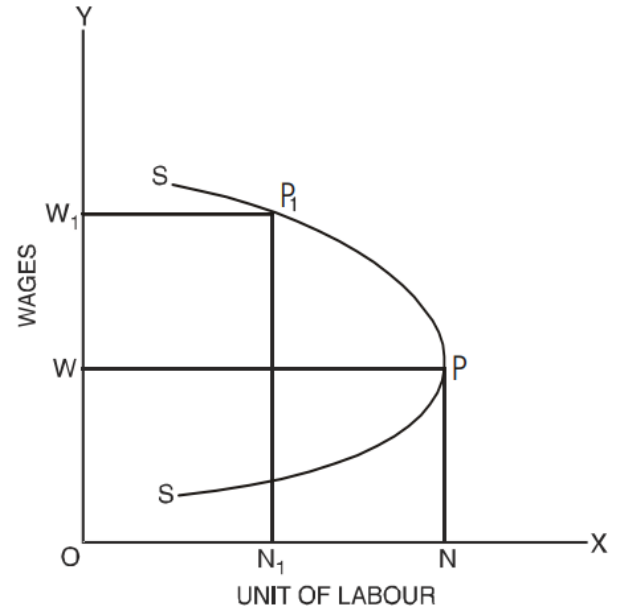
(2) साधन की पूर्ति (Supply of the Factor)

उत्पादन के विभिन्न साधनों की पूर्ति से अभिप्राय यह है कि एक निश्चित कीमत पर उस साधन की कितनी इकाइयाँ बाजार में बिकने के लिए उपलब्ध होती हैं। वस्तुओं से सम्बन्धित पूर्ति के नियम (Law of Supply) से ज्ञात होता है कि किसी वस्तु की कीमत बढ़ने पर उसकी पूर्ति बढ़ती है तथा कीमत कम होने पर उसकी पूर्ति कम होती है। परन्तु उत्पादन के सभी साधनों पर पूर्ति का यह नियम हर अवस्था में लागू नहीं होता। उत्पादन के साधनों की पूर्ति भिन्न-भिन्न तत्त्वों पर निर्भर करती है अतएव हम विभिन्न साधनों की पूर्ति को प्रभावित करने वाले तत्त्वों का अध्ययन अलग-अलग करेंगे।

(1) भूमि की पूर्ति (Supply of Land)—एक अर्थव्यवस्था के लिए भूमि की पूर्ति पूर्णतः बेलाचदार (Perfectly Inelastic) होती है अर्थात् एक अर्थव्यवस्था में भूमि की कुल पूर्ति में कोई वृद्धि नहीं की जा सकती। अर्थव्यवस्था में भूमि की पूर्ति निःशुल्क (श्वेतमम) है, उसकी कोई उत्पादन लागत नहीं होती। एक उद्योग के लिए भूमि की पूर्ति उसकी अवसर लागत (Opportunity Cost) पर निर्भर करती है। यदि किसी उद्योग में दूसरे उद्योग की तुलना में

पूर्ति की अवसर लागत बढ़ जाती है तो दूसरे उद्योगों के स्थान पर भूमि का उस उद्योग में अधिक प्रयोग किया जाने लगेगा। अतः एक उद्योग के लिए भूमि की पूर्ति वक्र नीचे से ऊपर की ओर उठती हुई होगी। अर्थात् कीमत के बढ़ने पर भूमि की पूर्ति बढ़ेगी तथा कीमत के कम होने पर भूमि की पूर्ति कम होगी। एक कर्म के लिए भूमि की पूर्ति पूर्णतया लोचदार (Perfectly Elastic) होती है। इसका अर्थ यह हुआ कि उद्योग द्वारा निर्धारित कीमत पर फर्म कितनी भी भूमि का प्रयोग कर सकती है।

(2) श्रम की पूर्ति (Supply of Labour)—श्रम की पूर्ति से अभिप्राय यह है कि एक निश्चित मजदूरी दर पर एक श्रमिक कितने घण्टे के लिए अपना श्रम बेचने के लिए तैयार है। श्रम की पूर्ति अर्थात् काम के घण्टों और श्रम की मजदूरी में कोई निश्चित सम्बन्ध नहीं है। साधारणतया यह देखा गया है कि यह निश्चित सीमा तक मजदूरी अर्थात् श्रम की कीमत बढ़ने पर श्रम की पूर्ति में वृद्धि होती है। परन्तु मजदूरी की एक निश्चित सीमा के पश्चात् जैसे-जैसे मजदूरी बढ़ती जाती है श्रमिक काम के स्थान पर आराम (Leisure) को अधिक पसन्द करते हैं। इसलिए मजदूरी की दर बढ़ने पर श्रम की पूर्ति कम होती जाती है। श्रम का पूर्ति वक्र जैसा कि रेखाचित्र नं. 6.6 में दिखाया गया है, पीछे की ओर मुड़ा हुआ (Backward Sloping) होता है। रेखा चित्र नं. 6.6 में SS पीछे मुड़ा हुआ पूर्ति वक्र है। इससे प्रकट होता है कि OW तक मजदूरी बढ़ने पर श्रम की पूर्ति बढ़ रही है परन्तु जब मजदूरी की दर OW से बढ़कर OW हो जाती है तो श्रम की पूर्ति छ से कम होकर ON₁ हो जाएगी।



चित्र 6.6

(3) पूँजी की पूर्ति (Supply of Capital)—पूँजी की पूर्ति बचत पर निर्भर करती है। पूँजी की कीमत को ब्याज (Interest) कहा जाता है। परम्परावादी अर्थशास्त्रियों का यह विचार था कि ब्याज की दर बढ़ने पर बचत की मात्रा बढ़ेगी तथा ब्याज की दर कम होने पर बचत की मात्रा कम होगी अतएव पूँजी का पूर्ति वक्र नीचे से ऊपर की ओर उठता हुआ होगा।

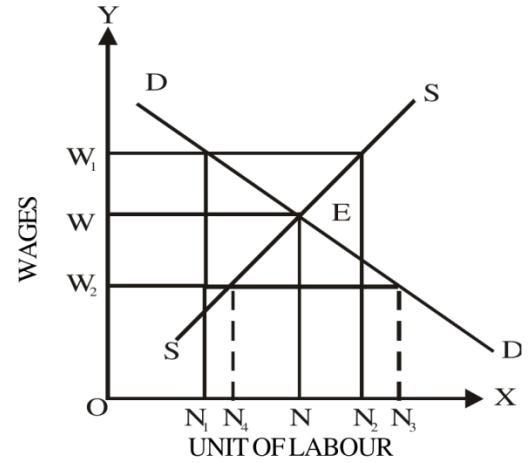
(4) उद्यमी की पूर्ति (Supply of Entrepreneurs)—उद्यमी की पूर्ति तथा उसकी कीमत अर्थात् लाभ में भी कोई निश्चित सम्बन्ध नहीं है। उद्यमी की पूर्ति लाभ के अतिरिक्त बहुत-से अनार्थिक तत्त्वों (Noneconomic Factors) पर भी निर्भर करती है।

संक्षेप में, यह कहा जाता है कि साधनों की पूर्ति के सम्बन्ध में कोई निश्चित नियम नहीं बनाया जा सकता। परन्तु साधारणतया विश्लेषण की सरलता की दृष्टि से हम यह मान लेते हैं कि साधनों की पूर्ति वक्र का ढलान धनात्मक (Positive) अर्थात् ऊपर की ओर उठा हुआ होता है।

साधन की कीमत का निर्धारण (Determination of Factor Price)

आधुनिक सिद्धान्त के अनुसार, “उत्पादन के किसी भी साधन की कीमत वहीं तय होगी, जहाँ साधन की माँग और पूर्ति बराबर हैं अर्थात् सन्तुलन में है।”

पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में किसी साधन जैसे श्रम की कीमत जैसा कि रेखाचित्रा 6.7 द्वारा दिखाया गया है, उसकी माँग तथा पूर्ति द्वारा निर्धारित होगी। चित्रा 6.7 में OX अक्ष पर श्रम की इकाइयाँ तथा OY अक्ष पर मजदूरी प्रकट की गयी है। DD श्रम की माँग वक्र तथा SS श्रम की पूर्ति वक्र है। श्रम की माँग वक्र DD तथा पूर्ति वक्र SS एक-दूसरे को E बिन्दु पर काट रहे हैं अतएव E बिन्दु माँग और पूर्ति के सन्तुलन को प्रकट कर रहा है। श्रम की मजदूरी OW निर्धारित होगी। मजदूरी की OW दर पर ON श्रमिकों को रोजगार प्राप्त होगा। यदि मजदूरी की दर बढ़कर OW_1 हो जाती है तो श्रम की पूर्ति ON_2 होगी तथा माँग कम होकर ON_1 हो जाएगी। श्रम की पूर्ति के माँग से अधिक होने के कारण मजदूरी की दर कम होकर फिर OW हो जाएगी, इसके विपरीत यदि मजदूरी कम होकर OW_2 हो जाती है तो श्रम की माँग ON_3 होगी तथा पूर्ति कम होकर ON_4 हो जाएगी। इसके फलस्वरूप मजदूरी की दर बढ़कर OW हो जाएगी। उत्पादन के साधनों की कीमत माँग तथा पूर्ति के सन्तुलन बिन्दु पर निर्धारित होती है।



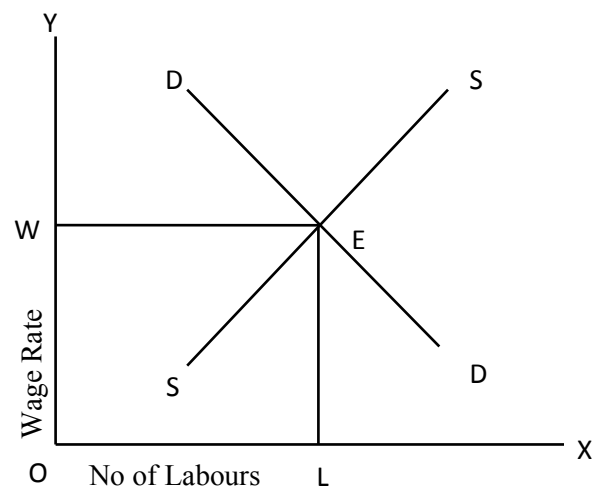
चित्र 6.7

संक्षेप में, साधन कीमत माँग तथा पूर्ति के सन्तुलन बिन्दु पर निर्धारित होती है। साधन की पूर्ति स्थिर रहने पर माँग के बढ़ने पर कीमत बढ़ती है तथा माँग के कम हो जाने पर कीमत कम हो जाती हैं। साधन माँग पर सीमान्त आय उत्पादकता का प्रभाव पड़ता है। इसके निर्धारित साधन की माँग के स्थिर रहने पर साधारणतया पूर्ति के बढ़ने पर साधन की कीमत कम होती है तथा पूर्ति के कम हो जाने पर कीमत बढ़ जाती है। साधनों की पूर्ति पर उनकी अवसर लागत कम प्रभाव पड़ता है।

एकाधिकार में मजदूरी निर्धारण

(Wage Determination Under Monopoly)

एकाधिकार बाजार की वह स्थिति है जिसमें केवल आपूर्तिकर्ता (Supplier) होता है। श्रम बाजार में सभी श्रमिक अपने आपको एक मजदूर संघ (Trade Union) में संगठित कर सकते हैं। इस प्रकार मजदूर संघ का श्रम की पूर्ति में एकाधिकार होता है। मजदूर संघ को श्रम के लिए माँग वक्र का सामन करता है, क्योंकि श्रम की पूर्ति का मजदूर संघ एक मात्र स्रोत होता है। मजदूर संघ, माँग वक्र पर उस बिन्दु का चुनाव कर सकता है, जहाँ यह मजदूरी का निर्धारण करेगा। मजदूरी का निर्धारण मजदूर संघ के लक्ष्य (Goal) पर निर्भर करेगा। मजदूर संघ के सामने तीन संभव चुनाव (Choice) हो सकते हैं, जिनको कि निम्नलिखित चित्र 6.8 द्वारा स्पष्ट किया गया है :



चित्र 6.8

इस रेखाचित्र में श्रम की मात्रा को OX – अक्ष पर और मजदूरी को OY – अक्ष पर दिखाया गया है। SS श्रम की पूर्ति वक्र, DD माँग वक्र (या AR Curve) तथा MR सीमान्त आय वक्र है। मजदूरी निर्धारण की तीन संभावनाएँ हो

सकते हैं। हम यह मान कर चलते हैं कि श्रम की कुल उपलब्ध पूर्ति OL_3 है:

(i) **अधिकतम कुल मजदूरी (Maximize Total Wages)** मजदूर संघ श्रम की उतनी मात्रा की पूर्ति करे जिससे कि कुल मजदूरी (WL) अधिकतम हो। इस सम्बन्ध में मजदूर संघ श्रम की उस मात्रा की आपूर्ति करेगा जिस पर श्रम माँग से प्राप्त होने वाली 'सीमान्त आय' शून्य (Zero) है। श्रम की पूर्ति OL तथा मजदूरी-दर OW होगी। बिन्दु E, सन्तुलन बिन्दु होगा। जिस पर कि श्रम की माँग तथा पूर्ति बराबर है। परन्तु इस मजदूरी दर पर LL, श्रमिक अभी भी बेरोजगार हैं।

(ii) **अधिकतम कुल आर्थिक लगान (Maximise Total Economic Rent)**—मजदूर संघ श्रम की उस मात्रा की भी आपूर्ति कर सकता है जिस पर रोजगार प्राप्त श्रमिकों को प्राप्त होने वाला आर्थिक लगान (मजदूरी-अवसर लागत) अधिकतम है। संघ को OW, मजदूर दर पर श्रम की OL, मात्रा की आपूर्ति करनी चाहिए। रेखाचित्र में बिन्दु E, वांछित-मात्रा संयोग (Desired Wage & Quantity Combination) को प्रकट करता है।

श्रम की OL_2 मात्रा पर संघ द्वारा एक अतिरिक्त सदस्य या श्रमिक को लगाने से कुल मजदूरी में होने वाली वृद्धि (सीमान्त आय) उस श्रमिक को बाजार में पूर्ति की लागत के बराबर हो जाए। OW_2 मजदूरी दर पर L_2 L_3 श्रमिक जो काम के इच्छुक हैं, वे बेरोजगार रह जाते हैं।

(iii) **अधिकतर रोजगार (Maximise Employment)**— मजदूर संघ OW_3 मजदूरी दर भी निश्चित कर सकता है। इस मजदूरी दर सभी श्रमिक अर्थात् OL_3 रोजगार प्राप्त कर लेंगे। यह वह मजदूरी दर है जिसका निर्धारण पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में भी होता है।

संक्षेप में, एकाधिकार में मजदूरी का निर्धारण एकाधिकारी के उद्देश्य पर निर्भर करेगा। यदि एकाधिकारी प्रतियोगी मजदूर दर से ऊँची मजदूरी दर निर्धारित करता है, तब कुछ बेरोजगारी बनी रहेगी।

एकाधिकारी कब मजदूरी बढ़ा सकता है?

(When can the Monopolist Get the Wages Raised?)

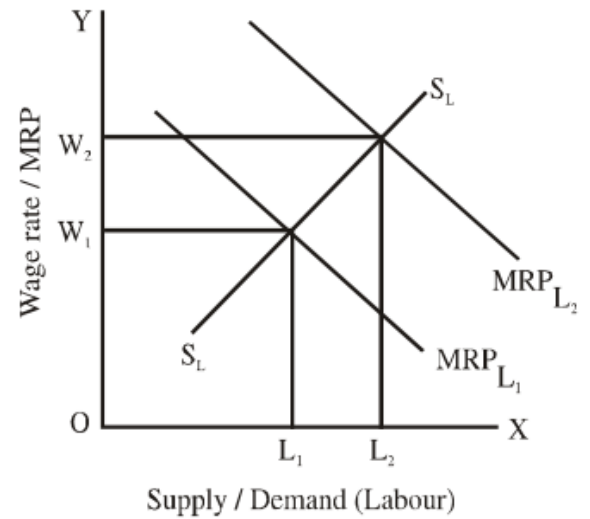
श्रम संघों (Trade Unions) के रूप में संगठित होकर श्रमिक अधिक मजदूरी की माँग करते हैं। ट्रेड यूनियनों, हड़ताल, धरने, घेराव आदि उपायों द्वारा मालिकों को मजदूर बढ़ाने के लिए मजबूर करती हैं। परन्तु यूनियनों केवल एक सीमा तक मजदूरी बढ़वाने में सफल हो सकती हैं। एक सीमा के पश्चात् यदि वे मजदूरी बढ़वाने का प्रयत्न करेंगी तो मजदूर बेरोजगार हो सकते हैं।

हम जानते हैं कि एक फर्म उतने श्रमिकों को ही रोजगार प्रदान करती है जिनकी सीमान्त आगम उत्पादकता (MRP) उनकी मजदूरी के बराबर होती है। अतएव उद्योग में लगाये गये सीमान्त मजदूर को दी गई मजदूरी उसकी सीमान्त आगम उत्पादकता के बराबर होनी चाहिए। रोजगार के बढ़ने पर सीमान्त आगम उत्पादकता कम होती जाती है इसलिए सीमान्त आगम उत्पादकता वक्र का ढलान ऊपर से नीचे की ओर होता है। इन शर्तों के होने पर यूनियनों निम्नलिखित स्थितियों में मजदूरी बढ़वा सकती हैं:

(1) **जब मजदूरी की वर्तमान दर सीमान्त आगम उत्पादकता से कम होती है (When existing wage rate is less than MRP_L):** जब मजदूरी की वर्तमान दर मजदूरों के सीमान्त आगम से कम है ($W < MRP_L$)। ट्रेड यूनियन, मालिकों को श्रमिकों की सीमान्त आगम उत्पादकता के बराबर मजदूरी देने के लिए मजबूर कर सकती है श्रीमती रॉबिन्सन के अनुसार, वह स्थिति जिसमें मजदूरी की दर श्रम की सीमान्त आगम उत्पादकता में कम ($W < MRP$) होती है, श्रम के शोषण की स्थिति होती है।

(2) उत्पादकता में वृद्धि (Increase in Productivity)–

यदि मजदूरी की दर बढ़ने से उत्पादकता में वृद्धि होती है तो ट्रेड यूनियन मालिकों को श्रम की वर्तमान सीमान्त आगम उत्पादकता से अधिक मजदूरी देने के लिए बाध्य करने में सफल हो सकती हैं। इस स्थिति में वह मजदूरी बढ़वाने में सफल हो जायेगी। चित्र 6.9 से ज्ञात होता है कि श्रम की MRP, वक्र के ऊपर की ओर खिसकने अर्थात् श्रम की उत्पादकता बढ़ने के फलस्वरूप रोजगार में वृद्धि होने पर भी मजदूरी की दर में वृद्धि सम्भव हो सकेगी। जब MRP_L ऊपर की ओर खिसक कर MRP_{L_2} हो जाती है तो श्रम की माँग OL_1 से बढ़कर OL_2 हो गई है जबकि मजदूरी की दर OW_1 से बढ़ कर OW_2 हो जाती है।



चित्र 6.9

(3) बेलोचदार माँग (Inelastic Demand) यदि श्रमिकों Y द्वारा उत्पादित वस्तुओं की माँग बेलोचदार है तो उनकी मजदूरी में वृद्धि होने से वस्तु की कीमत में जो वृद्धि होगी उसे कीमत वृद्धि के रूप में उपभोक्ताओं पर टाला जा सकेगा। इस प्रकार मजदूरी में होने वाली वृद्धि का भार मालिकों को नहीं उठाना पड़ेगा तथा यूनियन मजदूरी बढ़वाने में सफल हो जायेंगी।

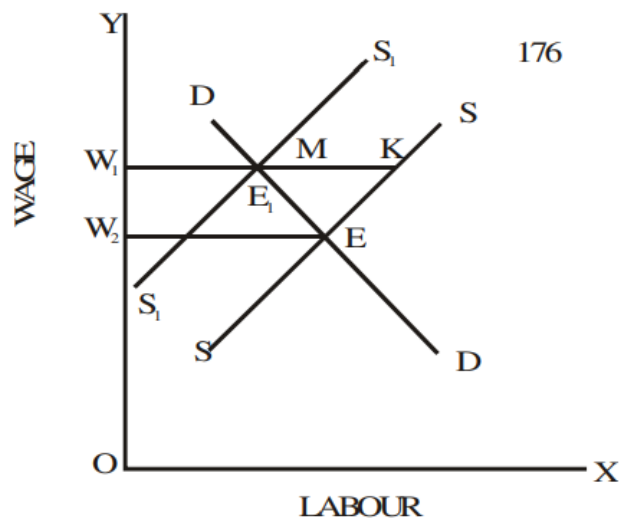
(4) अन्य श्रमिकों की मजदूरी में कमी की सम्भावना (Wages of Other Type of Labour Can be Squeezed) यूनियन उन श्रमिकों की मजदूरी बढ़वाने में सफल हो सकती हैं जिनकी माँग बेलोचदार होती है। यह तभी सम्भव हो सकता है जब उन मजदूरों (जिनकी माँग लोचदार है) की मजदूरी को कम किया जा सके।

(5) अन्य साधनों की कीमत में कमी की सम्भावना (When Other Factor Payment can be Squeezed) अन्य साधनों के शोषण अर्थात् उनकी कीमत कम किए जाने की सम्भावना है तो यूनियन मजदूरी में वृद्धि करा सकेंगी। यह तभी सम्भव है यदि अन्य साधनों की माँग लोचदार है।

(6) अधिक लाभ (Abnormal Profit)–यदि उद्योग अधिक लाभ कमा रहा हो तो यूनियन मालिकों को मजबूर कर सकती हैं कि वे उस लाभ का कुछ भाग मजदूरी में वृद्धि अथवा बोनस के रूप में मजदूरों को दें।

यदि उपरोक्त शर्तें पूरी नहीं होती तो मजदूरी बढ़ने के फलस्वरूप बेरोजगारी में वृद्धि होगी जैसा कि रेखाचित्र 6.10 से ज्ञात होता है।

SS श्रम की प्रारम्भिक पूर्ति वक्र है तथा DD श्रम की माँग वक्र है। ये दोनों वक्र E बिन्दु पर एक-दूसरे को काट रहे हैं। इसलिए त पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में OW मजदूरी की दर निर्धारित होगी तथा WE श्रमिकों को रोजगार प्राप्त होगा। यदि श्रम संघ श्रमिकों की पूर्ति में कटौती करते हैं तो नया पूर्ति वक्र S_1S_1 होगा जो कि श्रम की माँग वक्र DD को E_1 बिन्दु पर काटता है। इसलिए E_1 नया सन्तुलन बिन्दु होगा। इस नये सन्तुलन बिन्दु



चित्र 6.10

से स्पष्ट है कि मजदूरी दर बढ़कर OW_1 हो जायेगी। परन्तु रोजगार की मात्रा में MK की कमी हो जाएगी अर्थात् अब केवल W_1M श्रमिकों को रोजगार प्राप्त होगा।

श्रम का शोषण

(Exploitation of Labour)

श्रीमती रोबन्सन, प्रो. पीगू आदि अर्थशास्त्रियों के अनुसार एकाधिकार दशा वाले बाजारों में श्रम का शोषण (Exploitation) होता है।

श्रम के शोषण से अभिप्राय उस स्थिति से है जिसमें किसी साधन को उसकी सीमान्त उत्पादकता से कम कीमत पर रोजगार प्राप्त होता है। (Exploitation of a labour refers to a situation in which it is employed at a price that is less than its marginal productivity.) शोषण की मात्रा सीमान्त उत्पादकता के मूल्य तथा औसत मजदूरी के अन्तर पर निर्भर करती है

$$Ex = VMP - AW$$

(यहाँ Ex =शोषण; VMP =सीमान्त उत्पादकता मूल्य; AW = औसत मजदूरी)

परिभाषा

(Definition)

(i) मिल्लर के शब्दों में, “शोषण से अभिप्राय है कि उत्पादन के साधन को उसकी सीमान्त उत्पादकता के मूल्य से कम भुगतान किया जाता है।” (Exploitation is defined as paying a factor of production less than the value of marginal product—Miller)

(ii) जॉन सोल्मन के शब्दों में, “क्रेताधिकार वह बाजार है जिसमें केवल एक क्रेता या एक नियोजक होता है।”

(Monopsony is a market with a single buyer or employer—Solom)

हम क्रेताधिकार (Monopsony) की स्थिति में श्रम के शोषण का अध्ययन करेंगे।

क्रेताधिकार बाजार की वह दशा है जिसमें उत्पादन के साधनों का केवल एक ही क्रेता होता है। उदाहरण के लिए किसी क्षेत्र में रोजगार देने वाली अर्थात् श्रमिकों की सेवाएँ खरीदने वाली एक ही कम्पनी हो सकती है। इसलिए क्रेताधिकार से अभिप्राय बाजार की उस अवस्था से है जिसमें केवल एक ही फर्म साधनों की सेवाएँ खरीदती है।

यदि क्रेताधिकार साधन की माँग अधिक करेगा तो साधन कीमत बढ़ेगी। इसके विपरीत यदि वह साधन की कम माँग करेगा तो साधन की कीमत कम होगी। इसके फलस्वरूप क्रेताधिकार की स्थिति में औसत साधन लागत वक्र (AFC) तथा सीमान्त साधन लागत वक्र (MFC) केवल अलग-अलग ही नहीं होगी बल्कि नीचे से ऊपर की ओर उठ रही होगी। क्रेताधिकार की स्थिति में साधन कीमत निर्धारण का अध्ययन दो स्थितियों में किया जा सकता है।

साधन बाजार में क्रेताधिकार तथा उत्पाद बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता

(Monopoly in Factor in Market and Perfect Competition in Produce Market)

क्रेताधिकार की स्थिति में साधन कीमत निर्धारण की व्याख्या एक उदाहरण की सहायता से की जा सकती है। मान लीजिए उत्पादन का साधन श्रम है तथा साधन बाजार में केवल एक ही फर्म है जो श्रमिक इसके विपरीत वस्तु बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता है। इस फर्म की श्रमिकों के लिए जैसे-जैसे माँग बढ़ती जाती है उनकी सीमान्त

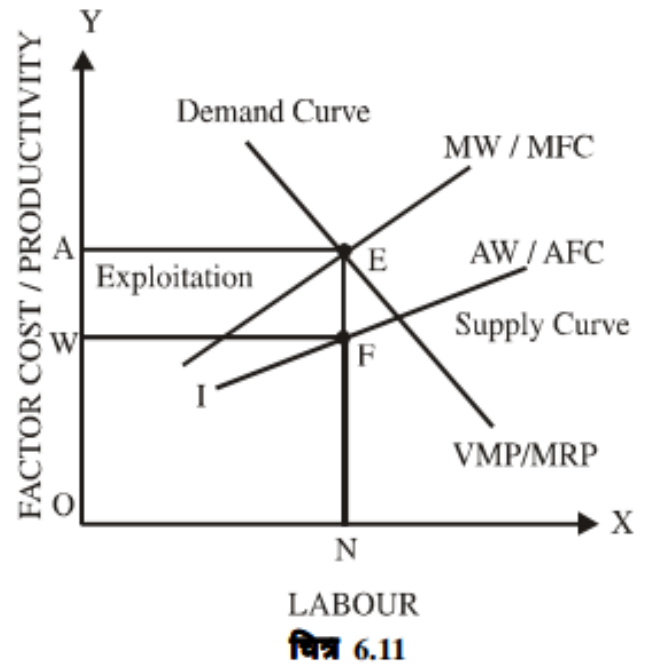
मजदूरी या सीमान्त साधन लागत (MW or MFC) तथा औसत मजदूरी या औसत साधन लागत (AW or AFC) भी बढ़ती जाएगी। MW वक्र तथा AW वक्र दोनों का ही ढलान ऊपर की ओर होगा और MW वक्र AW वक्र की तुलना में अधिक तेजी से ऊँचा उठेगा। अर्थात् सीमान्त मजदूरी वक्र औसत मजदूरी वक्र की तुलना में अधिक ऊँचा होगा। यह ध्यान रखना चाहिए कि यहाँ AW या AFC वक्र श्रम का पूर्ति वक्र है तथा VMP/MRP वक्र श्रम का माँग वक्र है। पूर्ण प्रतियोगिता में सीमान्त उत्पादकता का मूल्य (VMP) तथा सीमान्त आय उत्पादकता बराबर (MRP=VMP) होती है। इसलिए सीमान्त आय उत्पादकता का मूल्य वक्र या सीमान्त आय उत्पादकता वक्र (VMP or MrP Curve) एक ही होते हैं।

वस्तु बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता होने के कारण तथा उत्पाद पर घटते-बढ़ते प्रतिफल का नियम (Law of Variable Proportion) लागू होने के फलस्वरूप सीमान्त आय उत्पादकता वक्र तथा सीमान्त उत्पादकता का मूल्य वक्र केवल अलग-अलग ही नहीं होते बल्कि नीचे की ओर गिर रहे होते हैं। क्रेताधिकार की अवस्था में भी एक फर्म श्रमिकों की केवल उस संख्या को काम पर लगाएगी जिस पर श्रमिकों की सीमान्त उत्पादकता का मूल्य (VMP) तथा सीमान्त आय उत्पादकता (MRP) तथा उन्हें दी जाने वाली सीमान्त मजदूरी (MW) बराबर हो जाती है। यह सन्तुलन की अवस्था होगी। इस स्थिति में जो औसत मजदूरी दी जाती है वह साधन की कीमत होगी। औसत मजदूरी के सीमान्त मजदूरी अथवा सीमान्त आय उत्पादक से कम होने के कारण, श्रमिकों को सीमान्त उत्पादकता से कम मजदूरी मिलेगी। इस प्रकार क्रेताधिकार की अवस्था में श्रमिकों का शोषण होगा। साधन के शोषण से अभिप्राय उस स्थिति से है जिसमें किसी साधन को उसकी सीमान्त उत्पादकता से कम कीमत पर रोजगार प्राप्त होता है। (Exploitation of a factor refers to a situation in which it is employed at a price that is less than its marginal productivity.)

शोषण की मात्रा सीमान्त आय उत्पादकता तथा औसत मजदूरी या साधन कीमत के अन्तर पर निर्भर करती है। इसे रेखाचित्र 11 द्वारा स्पष्ट किया गया है।

रेखाचित्र 6.11 में OX अक्ष पर श्रमिकों की संख्या तथा OY अक्ष पर उत्पादकता तथा मजदूरी को प्रकट किया गया है। MW सीमान्त मजदूरी वक्र तथा AW औसत मजदूरी वक्र है। VMP=MRP सीमान्त उत्पादकता का मूल्य या सीमान्त आय उत्पादकता वक्र है।

एक क्रेताधिकार श्रमिकों की उस संख्या को रोजगार प्रदान करेगा जिस पर सीमान्त मजदूरी (MW) तथा सीमान्त आय उत्पादकता (MRP) बराबर होगी। इसे रेखाचित्र से ज्ञात होता है कि E बिन्दु पर फर्म सन्तुलन की अवस्था में होगी। बिन्दु E पर क्योंकि MW=MRP or VMP अतएव इस अवस्था में उद्यमी ON श्रमिकों को रोजगार देगा। ON श्रमिकों को NF मजदूरी दी जायेगी जैसा कि औसत मजदूरी वक्र (AW Curve) के बिन्दु से ज्ञात होता है। अतएव ON मजदूरों को उनकी सीमान्त उत्पादकता EN से कम FN मजदूरी मिलेगी। क्रेताधिकारी फर्म को EF (EN– FN) प्रति श्रमिक लाभ होगा। यह लाभ श्रमिकों के शोषण के कारण उत्पन्न हुआ है। कुल लाभ की मात्रा WEFA श्रम के शोषण (Exploitation of Labour) उत्पन्न होती है। कुल लाभ या कल शोषण WFEA होगा।



साधन बाजार में क्रेताधिकार तथा उत्पाद बाजार में एकाधिकार

(Monopoly in the Factor Market and Monopoly in the Product Market)

हम उपरोक्त विश्लेषण में उत्पाद बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता के स्थान पर एकाधिकार की स्थिति की भी विवेचना कर सकते हैं। एकाधिकार की स्थिति में सीमान्त आय उत्पादकता (MRP), सीमान्त उत्पादकता के मूल्य (VMP) से भिन्न होती है। इसलिए इस स्थिति में शोषण की मात्रा ज्ञात करने के लिए सीमान्त उत्पादकता के मूल्य (VMP) के स्थान पर सीमान्त आय उत्पादकता की धारणा का प्रयोग किया जाता है।

चित्र 6.12 में MRP वक्र सीमान्त आय उत्पादकता वक्र है तथा VMP वक्र सीमान्त भौतिक उत्पादकता का मूल्य वक्र है।

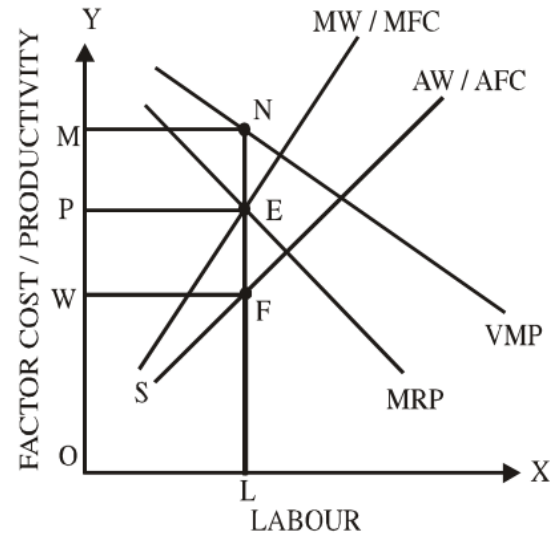
एकाधिकार की स्थिति में MRP तथा VMP बराबर नहीं होती।

एक उद्यमी श्रमिकों की उस संख्या को रोजगार प्रदान करेगा जिस पर सीमान्त मजदूरी (MW) तथा सीमान्त आय उत्पादकता (MRP) बराबर होगी। इस रेखाचित्र से ज्ञात होता है कि E बिन्दु पर फर्म सन्तुलन की अवस्था में होगी। बिन्दु E पर क्योंकि $MW=MRP$ इस अवस्था में उद्यमी OL श्रमिकों को रोजगार देगा। OL श्रमिकों को OW (FL) मजदूरी दी जाएगी जैसा कि औसत मजदूरी वक्र (AW Curve) के F बिन्दु से ज्ञात होता है कि श्रमिकों को FL मजदूरी मिलेगी जो सीमान्त उत्पादकता के मूल्य (VMP) NL से कम है। अतएव श्रमिक का $NL-FL=NR$ के बराबर शोषण होगा। कुल शोषण $WFNM$ के बराबर होगा। इसमें से एकाधिकार के कारण होने वाला शोषण $(VMP-MRP)=NL$ होगा तथा क्रेताधिकार के कारण होने वाला शोषण $(MRP-OW) = EF$ होगा। इसलिए कुल शोषण $WFNM$ के बराबर होगा। इससे स्पष्ट हो जाता है कि उत्पाद बाजार में एकाधिकार होने के फलस्वरूप साधन का शोषण उत्पाद बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता की तुलना में अधिक होता है। चित्र 6.12 द्वारा प्रकट शोषण $WFNM$ चित्र 8 द्वारा प्रकट शोषण $WFNM$ चित्र 6.11 द्वारा प्रकट शोषण की तुलना में अधिक है।

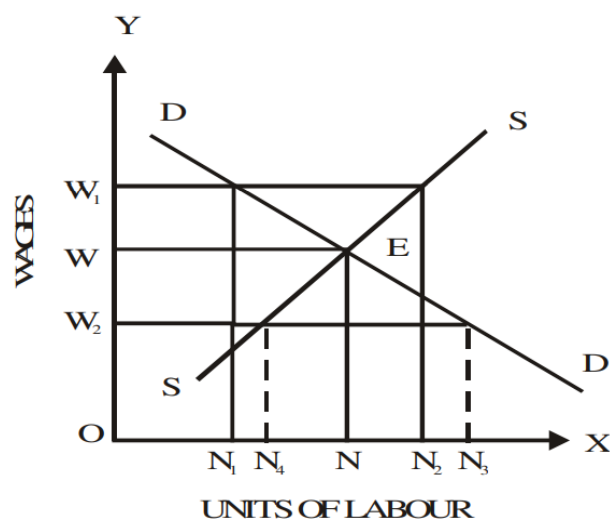
पूर्ण प्रतियोगिता में मजदूरी निर्धारण

(Wage Determination Under Perfect Competition)

पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में सन्तुलित मजदूरी वहाँ पर निर्धारित होगी जहाँ पर किसी साधन की माँग तथा पूर्ति, उद्योग के लिए बराबर हो जाए। अन्य शब्दों में, यहाँ कहा जा सकता है कि पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में दीर्घकाल में श्रमिक को उसकी सीमान्त आय उत्पादकता (MRP) अथवा सीमान्त भौतिक उत्पादकता के मूल्य (VMP) के बराबर



चित्र 6.12



चित्र 6.13

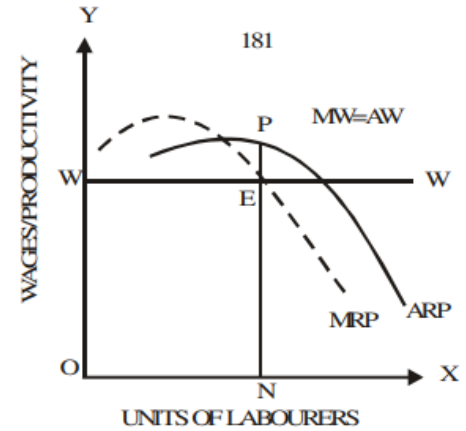
मजदूरी प्राप्त होगी। पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में मजदूरी निर्धारण को रेखाचित्र नं. 6.12 द्वारा स्पष्ट किया जा सकता है। रेखाचित्र नं. 6.12 में OX अक्ष पर श्रमिकों की संख्या तथा OY अक्ष पर मजदूरी प्रकट की गई है। क्व उद्योग के लिए श्रमिकों की माँग वक्र है तथा SS उद्योग के लिए श्रमिकों की पूर्ति वक्र है। बिन्दु E सन्तुलन की अवस्था को प्रकट कर रहा है। इस बिन्दु पर श्रम की माँग तथा पूर्ति एक-दूसरे के बराबर है। अतएव पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में मजदूरी की दर OW निर्धारित होगी तथा क्व श्रमिकों को रोजगार प्राप्त हो सकेगा। यदि मजदूरी की दर OW से अधिक होकर OW_1 हो जाए तो श्रमिकों की पूर्ति ON_1 उनकी माँग ON से अधिक होगी। कुछ श्रमिक बेरोजगार रहेंगे। वे कम मजदूरी पर भी काम करने के लिए तैयार हो जाएंगे। अतएव मजदूरी की दर कम होकर फिर OW हो जाएगी। इसके विपरीत यदि मजदूरी की दर OW से कम होकर OW हो जाती है तो श्रमिकों की माँग ON , उनकी पूर्ति ON से अधिक होगी। माँग अधिक होने के कारण मजदूरी की दर बढ़कर फिर OW हो जाएगी। पूर्ण प्रतियोगिता की अवस्था में जब एक बार उद्योग द्वारा मजदूरी की दर निर्धारित हो जाती है तो प्रत्येक फर्म को मजदूरी की इस दर को स्वीकार करना पड़ता है। यही का की वर्तमान दर पर मजदूरी का पूर्ति वक्र पूर्णतया लोचदार है। अतएव एक फर्म बिना मजदूरी की दर में वृद्धि किए हुए मजदूरी की बाजार में प्रचलित दर पर ही जितने चाहे उतने श्रमिकों को रोजगार प्रदान कर सकती है। एक फर्म के सन्तुलन की स्थिति का अध्ययन समय की दो अवधियों में किया जा सकता है :

अल्पकाल (Short Period)

अल्पकाल समय की वह अवधि है जिसमें कम से कम किसी एक साधन की पूर्ति स्थिर होती है। अतएव फर्म केवल घटते-बढ़ते साधन जैसे श्रमिकों की संख्या में परिवर्तन करके पूर्ति में परिवर्तन कर सकती है। अतः अल्पकाल में एक फर्म के लिए मजदूरों को रोजगार देने से सम्बन्धित तीन स्थितियां हो सकती हैं :

(i) असामान्य लाभ (Supper Normal Profit)

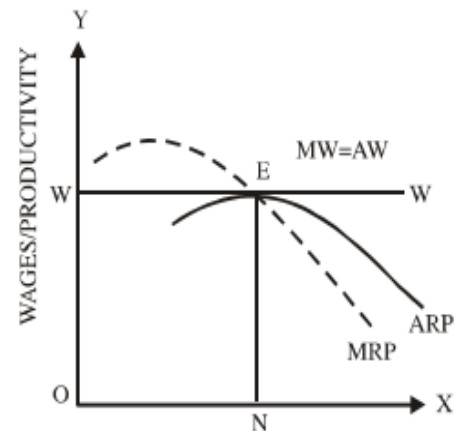
यदि उद्योग द्वारा निर्धारित मजदूरी की दर OW पर फर्म इतने श्रमिकों को रोजगार प्रदान करती है कि उनकी औसत आय उत्पादकता (ARP) मजदूरी की दर से अधिक हो तो फर्म को असामान्य लाभ (Super Normal Profit) प्राप्त होंगे। रेखाचित्र 6.14 से ज्ञात होता है कि फर्म ON श्रमिकों को रोजगार देगी क्योंकि इस स्थिति में जैसा बिन्दु E से ज्ञात होता है $MRP=MWA$ रोजगार के इस स्तर पर श्रमिकों की औसत आय उत्पादकता PN के बराबर है जबकि मजदूरी की दर EN है। अतएव फर्म को $PN-EN=PE$ के बराबर प्रति श्रमिक असामान्य लाभ प्राप्त होंगे।



चित्र नं. 6.14

(ii) सामान्य लाभ (Normal Profit)–

यदि उद्योग द्वारा निर्धारित मजदूरी की दर OW पर फर्म इतने श्रमिकों को रोजगार प्रदान करती है कि उनकी औसत आय उत्पादकता, मजदूरी की दर के बराबर हो तो फर्म को केवल सामान्य लाभ (Normal Profit) प्राप्त होंगे। रेखाचित्र नं. 6.15 से ज्ञात होता है कि जब फर्म ON श्रमिकों को रोजगार दे रही है तो इन श्रमिकों की औसत मजदूरी OW तथा औसत आय उत्पादकता EN के बराबर होगी। अतः फर्म को केवल सामान्य लाभ प्राप्त होंगे।



चित्र नं. 6.15

अनुसार, “आर्थिक लगान वह लगान है जो केवल भूमि की सेवाओं के लिए प्राप्त होता है।” आर्थिक लगान को आधिक्य (Surplus) भी कहा जाता है क्योंकि वह भू-स्वामी की तरफ से बिना कोई प्रयत्न किए ही प्राप्त होता है। प्रो. बोल्डिंग ने इसे आर्थिक आधिक्य (Economic Surplus) कहा है।

कुल लगान (Gross Rent)

कुल लगान वह लगान है जो भूमि की सेवाओं तथा उस पर लगाई गई पूँजी के लिए दिया जाता है। कुल लगान में निम्नलिखित तत्त्व शामिल होते हैं— (i) आर्थिक लगान—यह केवल भूमि के प्रयोग के लिए किया जाने वाला भुगतान है। (ii) भूमि की उन्नति के लिए अर्थात् भूमि के निकट कुआँ खुदवाने, झोंपड़ी बनवाने, नालियाँ बनवाने आदि पर जो धन व्यय किया जाता है, उसका ब्याज (Interest) कुल लगान में शामिल किया जाता है। (iii) भूमिपति भूमि के सुधार के लिए धन व्यय करके जोखिम उठाता है, इस जोखिम का पुरस्कार भी कुल लगान में शामिल होता है।

दुर्लभता लगान (Scarcity Rent)

प्रसिद्ध अर्थशास्त्री माल्थस के अनुसार, लगान के उत्पन्न होने का मुख्य कारण भूमि का दुर्लभ होना है अर्थात् भूमि की पूर्ति का माँग से कम होना है। समरूप भूमि की दुर्लभता के कारण जो लगान देना पड़ता है उसे दुर्लभता लगान कहा जाता है। (Scarcity Rent is the price paid for the use of the homogeneous land when its supply is limited in relation to demand)। यदि सब भूमि एक ही प्रकार की हो परन्तु भूमि की माँग उसकी पूर्ति से अधिक हो जाए तो सारी भूमि को दुर्लभता के कारण आर्थिक लगान प्राप्त होगा। इसलिए लगान उस समय ही उत्पन्न होगा जब भूमि की पूर्ति बेलोचदार (Inelastic) होगी अर्थात् माँग के बढ़ने पर पूर्ति को नहीं बढ़ाया जा सकता। रिकार्डों का भी यह मत था कि भूमि लाभप्रद तो है लेकिन दुर्लभ भी है। भूमि की उत्पादकता तो प्रकृति की उदारता का सूचक हो सकती है परन्तु उसकी कुल पूर्ति का लगभग स्थिर रहना प्रकृति की कन्जूसी (Niggardliness) का प्रतीक है।

भेदात्मक लगान (Differential Rent)

रिकार्डों के अनुसार, भूमि का उपजाऊ शक्ति (Fertility) में अन्तर पाए जाने के फलस्वरूप लगान उत्पन्न होता है। प्रत्येक देश में कई प्रकार की भूमि पाई जाती है। कुछ भूमि अधिक उपजाऊ होती है तथा कुछ भूमि कम उपजाऊ होती है। जब कम उपजाऊ भूमि पर भी खेती करनी पड़ती है तो अधिक उपजाऊ भूमि के स्वामी को अपेक्षाकृत अधिक उत्पादन प्राप्त होता है। यह आधिक्य (Surplus) जो भूमि की उपजाऊ शक्ति में भेद (Difference) पाये जाने के कारण उत्पन्न होता है, भेदात्मक लगान कहलाता है। इस प्रकार का भेदात्मक लगान विस्तृत खेती (Extensive Cultivation) में उत्पन्न होता है। रिकार्डों का यह विचार भी था कि यदि एक ही प्रकार की भूमि पर अधिक उत्पादन बढ़ाने के लिए श्रम तथा पूँजी की अधिक मात्राओं का प्रयोग किया जाए अर्थात् गहन खेती (Intensive Cultivation) की जाए तो जैसे-जैसे भूमि के एक निश्चित क्षेत्रफल में पूँजी तथा श्रम की अधिक-से-अधिक इकाइयों का प्रयोग किया जाएगा उनकी सीमान्त उत्पादकता कम होती जाएगी अर्थात् घटते प्रतिफल का नियम (Law of Diminishing Returns) लागू होने लगेगा। इस नियम के फलस्वरूप भूस्वामी श्रम तथा पूँजी की जिस अन्तिम इकाई का प्रयोग करेगा, उसे सीमान्त इकाई (Marginal Unit) कहा जाएगा तथा उससे पहले की इकाइयों को अन्तर-सीमान्त इकाइयाँ (Intra-Marginal Units) कहा जाएगा। घटते प्रतिफल के नियम के कारण सीमान्त इकाई तथा अन्तर सीमान्त इकाई के उत्पादन में जो भेद होगा उसे भी भेदात्मक लगान कहा जाएगा। इस प्रकार घटते प्रतिफल के नियम के अनुसार गहन खेती में भेदात्मक लगान उत्पन्न होता है।

स्थिति लगान (Situation Rent)

भूमि की स्थिति में अन्तर पाये जाने के कारण जो लगान पाया जाता है उसे स्थिति लगान (Situation Rent) कहते हैं। जो भूमि मण्डी या शहरों के अधिक समीप होती है उस पर शहर से दूर स्थिति भूमि की अपेक्षा अधिक लगान प्राप्त होता है। इसका एक कारण है कि शहर का मण्डी के अधिक समीप होने के कारण उस भूमि की उपज को कम खर्च में मण्डी में पहुँचाया जा सकता है। इस प्रकार यातायात खर्चे (Transport Expenses) की बचत हो जाती है। दूसरा कारण यह होता है कि मण्डी में वस्तु की कीमत गाँव से अधिक प्राप्त होती है। इस प्रकार की स्थिति में अन्तर के कारण से भूमिपति को जो आधिक्य (Surplus) प्राप्त होता है, उस लगान को स्थिति लगान कहते हैं।

लगान के सिद्धान्त (Theories of Rent)

लगान के दो मुख्य निम्नलिखित सिद्धान्त हैं

- (1) रिकार्डो का लगान सिद्धान्त (Ricardian Theory of Rent)
- (2) लगान का आधुनिक सिद्धान्त (Modern Theory of Rent)

रिकार्डो का लगान सिद्धान्त या लगान का परम्परावादी सिद्धान्त (Ricardian Theory of Rent or Classical Theory of Rent)

प्रसिद्ध अर्थशास्त्री डेविड रिकार्डो ने अपनी पुस्तक Principles of Political Economy and Taxation (1817) में सबसे पहले लगान के सम्बन्ध में एक व्यवस्थित (Systematic) सिद्धान्त दिया था। रिकार्डो से पहले फिज्योक्रेटस तथा एडम स्मिथ लगान को प्रकृति की उदारता (Bounty) का परिणाम मानते थे। उनके अनुसार भूमि पर खेती करने के लिए जितना श्रम लगाया जाता है, प्रकृति के सहयोग के फलस्वरूप उत्पादन उससे कई गुणा अधिक होता है। यह अधिक उत्पादन शुद्ध उत्पादन (Net Profit) अथवा लगान कहलाता है। परन्तु रिकार्डो के अनुसार लगान प्रकृति की कन्जसी (Niggardlines) का परिणाम है। परम्परावादी अर्थशास्त्र जेम्स एण्डरसन ने रिकार्डो से पहले यह विचार प्रकट किया था कि लगान इसलिए उत्पन्न होता है क्योंकि भूमि की उपजाऊ शक्ति (Fertility) में अन्तर होता है। कृषि उपज या उत्पादन बढ़ाने के लिए जब विस्तृत खेती की जाती है तो घटिया किस्म की भूमि पर भी खेती करनी पड़ती है। इसके फलस्वरूप अपेक्षाकृत बढ़िया भूमि पर खेती करने से जो अधिक उपज उत्पन्न होती है वह लगान कहलाएगी। माल्थस के अनुसार, भूमि के एक निश्चित क्षेत्र पर गहन खेती करके उपज बढ़ाई जा सकती है, परन्तु घटते प्रतिफल के नियम (Law of Diminishing Returns) के अनुसार जैसे-जैसे श्रम तथा पूँजी की अधिक मात्रा का प्रयोग किया जाएगा, सीमान्त उत्पादकता कम होती जाएगी तथा पहले वाली इकाइयों से सीमान्त इकाई की अपेक्षा जो अधिक उपज होगी वह लगान कहलाएगी। रिकार्डो ने अपने लगान के सिद्धान्त में एण्डरसन तथा माल्थस दोनों के विचारों का समन्वय किया है।

लगान की परिभाषा (Definition of Rent)

रिकार्डो के अनुसार, "लगान भूमि की उपज का वह भाग है जो भूमि की मौलिक तथा अविनाशी शक्तियों के लिए भूस्वामी को दिया जाता है।" (Rent is that portion of the produce of the earth which is paid to the landlord for the use of original and indestructible powers of the soil.—Ricardo)। इस परिभाषा के अनुसार भूमि की मौलिक तथा अविनाशी शक्तियों के प्रयोग के लिए भूमि की उपज में से ही जो भाग भूमि के स्वामी को दिया जाता है, वह लगान है।

सिद्धान्त की मान्यताएँ**(Assumptions of the Theory)**

रिकार्डो का लगान सिद्धान्त निम्नलिखित मान्यताओं पर आधारित है

- (1) भूमि की उर्वरता (Fertility) में अन्तर है। कुछ भूमि बढ़िया अर्थात् उपजाऊ होती है परन्तु कुछ भूमि घटिया अथवा कम उपजाऊ होती है।
- (2) समस्त अर्थव्यवस्था के लिए भूमि की पूर्ति स्थिर (Fixed) होती है, उसे बढ़ाया या घटाया नहीं जा सकता।
- (3) भूमि का केवल एक ही उपयोग होता है अर्थात् उस पर खेती करना। भूमि के वैकल्पिक उपयोग (Alternative Uses) नहीं होते।
- (4) वस्तु बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता पाई जाती है, इसलिए सारे बाजार में एक प्रकार का कृषि उत्पादन एक ही कीमत पर बिकता है।
- (5) कृषि के क्षेत्र में घटते प्रतिफल का नियम लागू होता है। (6) अर्थव्यवस्था में सीमान्त भूमि (Marginal Land) अर्थात् लगान रहित भूमि (No Rent Land) भी पाई जाती है।
- (7) भूमि पर खेती का कार्य, भूमि की उपजाऊ शक्ति के क्रम के अनुसार किया जाता है। किसान अधिक उपजाऊ भूमि पर, कम उपजाऊ भूमि की अपेक्षा पहले खेती करते हैं।
- (8) भूमि की उपजाऊ शक्ति मौलिक (व्यपहपदंस) तथा अविनाशी (Indestructible) है।
- (9) जनसंख्या में वृद्धि होने से कृषि पदार्थों की माँग बढ़ती है।
- (10) कृषि उपज की लागत श्रम की मात्रा पर निर्भर करती है। सब प्रकार की भूमि के निश्चित क्षेत्रफल पर किसी वस्तु का उत्पादन करने के लिए श्रम की एक जैसी संख्या लगानी पड़ती है। अतः उत्पादन लागत एक जैसी होती है, परन्तु उत्पादन की मात्रा विभिन्न होती है।

सिद्धान्त की व्याख्या**(Statement of Theory)**

रिकार्डो के लगान सिद्धान्त की व्याख्या एक नए-नए आबाद देश के उदाहरण की सहायता से की जा सकती है। एक नए देश में आरम्भ में जनसंख्या बहुत कम होती है इसलिए सब प्रकार की भूमि की पूर्ति उसकी माँग से अधिक होती है। भूमि प्रकृति का निःशुल्क साधन है अतएव लोगों को भूमि मुफ्त में मिल जाती है। भूमि की उर्वरता में अन्तर होने के कारण वे सबसे पहले अच्छी श्रेणी के भूमि पर खेती करेंगे। A श्रेणी की भूमि की पूर्ति की माँग से अधिक है। इसलिए उर्वरता में अन्तर होने पर भी इस भूमि के लिए कोई लगान नहीं देना पड़ेगा। अतएव केवल उर्वरता के अन्तर के कारण उत्पन्न नहीं होत धीरे-धीरे देश की जनसंख्या बढ़ने के कारण भूमि की माँग बढ़ेगी तो सबसे अच्छी A श्रेणी की भूमि सीमित होने के कारण इस भूमि की माँग, पूर्ति से अधिक हो जाएगी। लोगों को A श्रेणी से घटिया B श्रेणी की भूमि पर खेती करनी पड़ेगी। मान लीजिए A श्रेणी की एक हैक्टेयर भूमि पर 5 श्रमिक लगाने से 10 क्विंटल अनाज पैदा होता है तथा B श्रेणी की एक हैक्टेयर भूमि पर 5 श्रमिक लगाने से 5 क्विंटल अनाज उत्पन्न होता है तो A श्रेणी के भूस्वामियों को उसी लागत पर 5 क्विंटल अनाज अधिक प्राप्त होगा, जो लगान (Rent) कहलाएगा। यह लगान भूमि की दुर्लभता के कारण घटिया किस्म की भूमि पर उत्पादन करने से उत्पन्न हुआ है। यदि मान लीजिए सब भूमि एक समान है अर्थात् भूमि की उर्वरता में कोई अन्तर नहीं पाया जाता तो भी जैसे-जैसे जनसंख्या बढ़ती जाएगी भूमि की माँग बढ़ेगी परन्तु पूर्ति स्थिर रहेगी। भूमि की पूर्ति

के माँग से कम होने के कारण जो लोग भूमि प्राप्त करना चाहते हैं वे भूमि के लिए कुछ भुगतान करने को तैयार हो जाएंगे। इस भुगतान को लगान कहा जाएगा। अतएवं यदि सब भूमि एक समान है अर्थात् उसकी उर्वरता में कोई अन्तर नहीं है, तो भी भूमि की दुर्लभता के कारण लगान उत्पन्न होगा। संक्षेप में, लगान भूमि की दुर्लभता के कारण उत्पन्न होता है। भूमि की उर्वरता का अन्तर तो केवल लगान की रकम तथा उसमें पाई जाने वाली विभिन्नता का माप है। (Rent arises due to scarcity of land- The difference in fertility is the measure of the size of rent.)

लगान निर्धारण (Determination of Rent)

रिकार्डों के अनुसार लगान का निर्धारण दो प्रकार की परिस्थितियों में किया जा सकता है— (1) विस्तृत खेती (Extensive Cultivation) (2) गहन खेती (Intensive Cultivation)

(1) विस्तृत खेती में लगान (Rent in Extensive Cultivation)

विस्तृत खेती उस खेती को कहते हैं जिसमें उत्पादन बढ़ाने के लिए अधिक भूमि का प्रयोग किया जाता है। मान लो, किसी राष्ट्र की कुल भूमि को उपजाऊ शक्ति के अनुसार 4 श्रेणियों ए, बी, सी और डी में बाँटा गया है। आरम्भ में जब किसी देश में जनसंख्या बहुत कम होती है, लोग सबसे अच्छी भूमि अर्थात् ए श्रेणी पर कृषि करते हैं। मान लीजिए इस भूमि पर श्रम तथा पूँजी की एक इकाई, जिसकी कीमत 100 रुपए है, लगाने से 10 क्विंटल गेहूँ उत्पन्न होता है। इस दशा में कोई लगान उत्पन्न नहीं होता, क्योंकि ऐसी भूमि काफी मात्रा में उपलब्ध है। अब आबादी बढ़ने से बी ग्रेड की जमीन को कल्टीवेटर के दायरे में लाया जाएगा। श्रम और पूँजी की समान मात्रा के साथ और खेती की एक ही विधि के साथ, बी ग्रेड भूमि कम मात्रा में उपज देगी। मान लीजिए कि श्रम और पूँजी के निवेश के साथ रु 100/- ए ग्रेड भूमि से 120 क्विंटल गेहूँ मिलता है, जबकि बी ग्रेड भूमि जो कम उपजाऊ भूमि है, 90 क्विंटल गेहूँ उपज देती है।

इसका मतलब है कि 90 क्विंटल गेहूँ को कीमत पर बेचना चाहिए जिससे बी ग्रेड की जमीन के मालिक रुपये का खर्च वसूल कर सकें। 100/-। अब बाजार में गेहूँ की कीमत चाहे ए ग्रेड की जमीन से उगाई गई हो या बी ग्रेड की जमीन से, एक ही होनी चाहिए। इसका मतलब है कि एक ग्रेड भूमि के मालिकों को कुल 120 क्विंटल उपज में से केवल 90 क्विंटल बेचकर गेहूँ की खेती की लागत वसूलने के लिए छोड़ दिया जाएगा। इस प्रकार उनके पास 30 क्विंटल गेहूँ अधिशेष रह जाएगा।

इससे कोई फर्क नहीं पड़ता कि किसान को बी ग्रेड की जमीन पर खेती करनी है और 90 क्विंटल गेहूँ या ए ग्रेड की जमीन मिलती है, जिससे उसे 120 क्विंटल गेहूँ मिलता है, अगर उसे ए ग्रेड के मालिकों को 30 क्विंटल का किराया देना है। ए ग्रेड भूमि पर खेती करने के अधिकार के लिए भूमि। जैसे ही बी ग्रेड की भूमि को खेती के लिए लिया जाता है, ए ग्रेड भूमि के मालिक को अधिशेष प्राप्त होता है। यह अधिशेष एक ग्रेड भूमि पर लगान का गठन करता है।

यदि, तथापि, जनसंख्या में और वृद्धि के कारण, बी ग्रेड भूमि की आपूर्ति समाप्त हो जाती है। सी ग्रेड की जमीन पर खेती करना जरूरी हो जाएगा। हमारे अनुमान के अनुसार, श्रम और पूँजी की राशि रु। इसमें 100/- का निवेश किया जाएगा। चूंकि सी ग्रेड भूमि बी ग्रेड भूमि से कम है, इसलिए यह माना जाता है कि सी ग्रेड भूमि केवल 60 क्विंटल गेहूँ पैदा करेगी।

अब गेहूँ को उतनी ही कीमत पर बेचना होगा, जितनी सी ग्रेड की जमीन की खेती की लागत वसूल करेगी। इसका मतलब है कि ए और बी ग्रेड की भूमि के मालिक क्रमशः 60 और 30 क्विंटल के अधिशेष का आनंद लेंगे। समय के साथ डी ग्रेड की जमीन भी खेती के दायरे में आ जाएगी।

मान लीजिए इसकी उपज 30 क्विंटल ही है। यह भूमि के ए, बी और सी ग्रेड के अधिशेष या आर्थिक किराए को बढ़ाएगा। ए ग्रेड भूमि को अधिकतम अधिशेष मिलेगा और बी और सी ग्रेड भूमि को डी ग्रेड भूमि पर ए ग्रेड भूमि से थोड़ा कम मिलेगा। डी ग्रेड की भूमि पर कोई लगान नहीं है क्योंकि यह सीमांत भूमि है या यह सीमांत भूमि है।

इसे एक तालिका की सहायता से स्पष्ट किया जा सकता है।

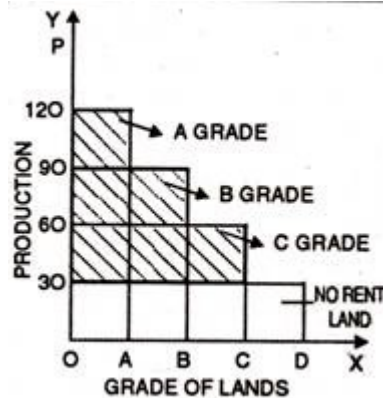
Table 1

Grades of Land	Cost of Doses of Labour and Capital (Rs.)	Production	Surplus Over other Land	Rent
A	100	120	120-30 = 90	90
B	100	90	90-30 = 60	60
C	100	60	60-30 = 30	30
D	100	30	30-30 = 0	0

तालिका 1 से पता चलता है कि अधिक से अधिक निम्न भूमि पर खेती की जाती है:

याद रखें बेहतर भूमि एक अधिशेष कमाती है। हमारे उदाहरण में, डी वह भूमि है जिसकी उत्पादन लागत बाजार मूल्य द्वारा कवर की जाती है। इसका कोई किराया नहीं मिलता। यह 'नो रेंट लैंड' है। दूसरी ओर, ए, बी और सी भूमि एक अंतर अधिशेष अर्जित करती है। यहां यह याद रखना चाहिए कि जब केवल ए की खेती की जाती थी, तो वह 'नो रेंट लैंड' नहीं थी। जब बी को खेती के अधीन लाया गया, तो ए लगान कमाने वाली भूमि बन गया। इसी तरह बी और सी लगान कमाने वाली भूमि तभी बन गए जब क्रमशः सी और डी ग्रेड की भूमि पर खेती की गई। इस प्रकार पहले की भूमि का अधिशेष बढ़ता चला जाता है।

इस तथ्य को निम्नलिखित आकृति की सहायता से स्पष्ट किया जा सकता है:



चित्र में OY-अक्ष उपज का प्रतिनिधित्व करता है जो श्रम और पूंजी के समान आवेदन के साथ विभिन्न ग्रेड भूमि से प्राप्त किया जा सकता है। OX-अक्ष भूमि के विभिन्न ग्रेडों को दर्शाता है। आंकड़े के अनुसार, डी ग्रेड भूमि सीमांत या बिना किराए की भूमि है। यह खेती के मार्जिन पर एक भूमि है। एक ग्रेड भूमि सबसे पहले इस्तेमाल की जाएगी। इससे 100 क्विंटल गेहूं की पैदावार होने की संभावना है। जब इस जमीन पर पूरी तरह कब्जा हो जाएगा तभी लोग बी ग्रेड की जमीन पर खेती करेंगे।

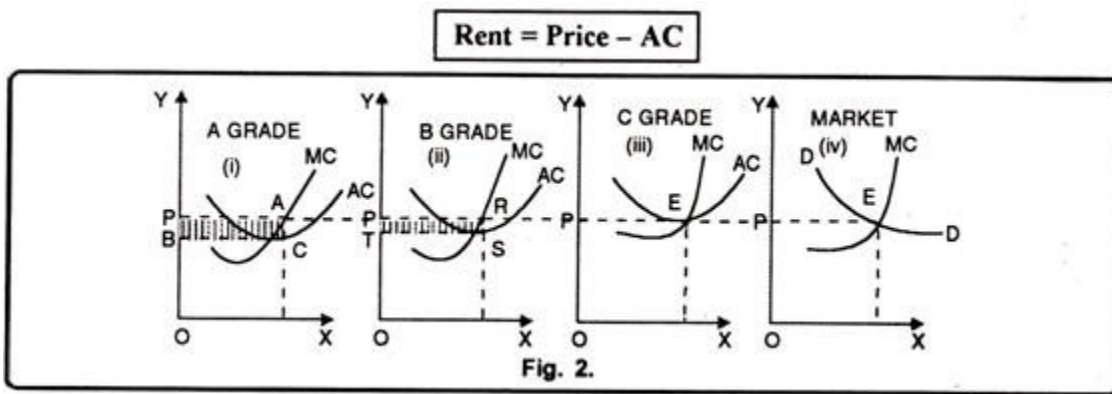
बी ग्रेड की जमीन पर कब्जा होने के बाद बढ़ती आबादी को सी ग्रेड की जमीन पर खेती करने के लिए मजबूर होना पड़ेगा। जनसंख्या में और वृद्धि के साथ, डी ग्रेड भूमि या सीमांत भूमि को खेती के तहत लाया

जाएगा। डी ग्रेड को **नो रेंट लैंड (No Rent Land)** कहा जा सकता है क्योंकि यह खेती के मार्जिन पर है। उपज की कीमत डी ग्रेड या सीमांत भूमि पर खेती की सीमांत लागत के अनुसार होगी। इसलिए, बेहतर या अति-सीमांत भूमि पर एक अधिशेष दिखाई देगा।

यह अधिशेष या लगान सीमांत भूमि पर उत्पादित की तुलना में भूमि के बेहतर ग्रेड पर उत्पादित मात्रा में अंतर है। उपरोक्त आरेख में छायांकित क्षेत्र लगान दर्शाता है। यहाँ यह स्पष्ट है कि सीमांत भूमि आर्थिक लगान के निर्धारण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है।

लागत वक्र द्वारा किराए का निर्धारण:

किराए के निर्धारण को लागत वक्रों की सहायता से भी समझाया जा सकता है। मान लीजिए, अर्थव्यवस्था में पूर्ण प्रतिस्पर्धा मौजूद है। गेहूँ की मांग इस हद तक बढ़ गई है कि किसान सबसे नीची जमीन पर भी खेती करने को मजबूर हैं। गेहूँ की कीमत और उसकी औसत उत्पादन लागत के बीच का अंतर आर्थिक लगान को मापता है। इस प्रकार:



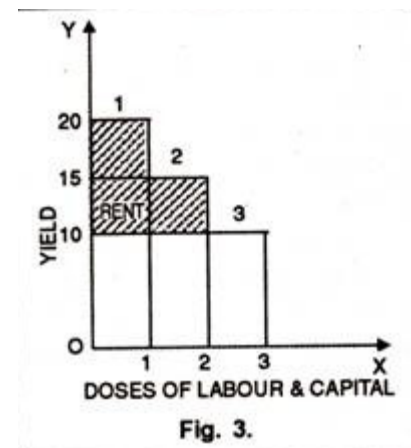
चित्र 2 (iv) में गेहूँ का ओपी मूल्य निर्धारित किया जाता है और यह मूल्य ए, बी और सी ग्रेड के भूमि मालिकों के उत्पादकों द्वारा वसूला जाएगा। चित्र 2 (i) में OP मूल्य पर, ए-ग्रेड भूमि का किराया PACB है। चित्र में। 2 (ii) OP मूल्य पर, बी ग्रेड भूमि पर किराया PRST है जबकि चित्र 2 (iii) में सी-ग्रेड भूमि पर OP मूल्य पर, कोई किराया नहीं है क्योंकि इसकी औसत लागत कीमत के बराबर है। इसलिए इसे सीमांत भूमि कहा जाता है।

2. गहन खेती के तहत किराया (Rent in Extensive Cultivation):

गहन खेती से तात्पर्य उस प्रकार की खेती से है जिसमें कृषि उत्पादन में वृद्धि केवल एक ही भूमि पर श्रम और पूंजी की अधिक इकाइयाँ लगाने से होती है। दूसरे शब्दों में सघन खेती का क्षेत्र वही रहता है।

रिकार्डो मानता है कि **ह्रासमान प्रतिफल** का नियम कृषि में लागू होता है अर्थात् जब एक ही भूमि के टुकड़े पर अधिक से अधिक श्रम और पूंजी का उपयोग किया जाता है, तो उत्पादन घटती दर से बढ़ता है। इसका मतलब है कि सीमांत उत्पाद कम हो जाता है।

चित्र 3 में OX-अक्ष के साथ हम श्रम की खुराक और समान मूल्य की पूंजी और ओए-अक्ष के साथ उठाए गए उत्पाद का प्रतिनिधित्व करते हैं। आयत संख्या 1 के क्षेत्र द्वारा दिखाया गया श्रम और पूंजीगत उपज उत्पादन



की पहली खुराक, आयत संख्या 2 के क्षेत्र द्वारा इंगित उपज में दूसरी खुराक लाती है और तीसरी खुराक आयत संख्या द्वारा दर्शाई गई उपज का उत्पादन करती है।

3. अगर निर्माता को लगता है कि तीसरी खुराक को लागू करना उसके लिए उचित है, तो उनके द्वारा उगाई गई उपज की कीमत अंतिम या सीमांत खुराक द्वारा निर्धारित की जाएगी।

सीमांत खुराक से ऊपर की ओर मापने पर, पहले की सभी खुराक से अधिशेष या किराया प्राप्त होता है। यहां किराया पूरी तरह से प्राकृतिक परिस्थितियों के कारण निकलता है। पहली खुराक में किराया और तीसरी खुराक पर दूसरी खुराक सामने आएगी जो कि सीमांत खुराक होती है, जैसा कि चित्र के छायांकित क्षेत्र में दिखाया गया है। यदि निर्माता दूसरी खुराक पर रुक जाता है तो यह खुराक अंतिम या सीमांत खुराक बन जाएगी और उस स्थिति में केवल पहली खुराक के मामले में किराया उत्पन्न होगा जैसा कि चित्र में बिंदीदार रेखा द्वारा समझाया गया है।

राजस्व वक्र द्वारा किराए का निर्धारण:

अब मान लीजिए कि शुरुआत में औसत राजस्व उत्पादकता में एआरपी और MRP_1 दी गई कीमत पर भूमि की सीमांत राजस्व उत्पादकता है। बिंदु E पर, ARP और MRP_1 और WW एक दूसरे के बराबर हैं। इस प्रकार, यह संतुलन की स्थिति है।

ऐसी स्थिति में श्रम और पूंजी की ओएम इकाइयों को लगाया जाएगा। यहां कोई किराया नहीं लगेगा क्योंकि लागत और उत्पादकता समान हैं। फिर से मान लीजिए कि भूमि की उपज की कीमत में वृद्धि के कारण MRP_1 ऊपर की ओर बढ़ जाता है और MRP_2 का रूप धारण कर लेता है। नया संतुलन बिंदु E_1 पर सहारा लेगा। यह इंगित करता है कि श्रम और पूंजी की अधिक इकाइयाँ पहले की तुलना में यानी छ इकाइयों में। कुल उत्पादन WRE_1N होगा। इस अधिशेष WRE_1 वृद्धि को किराए के रूप में कहा जाएगा।

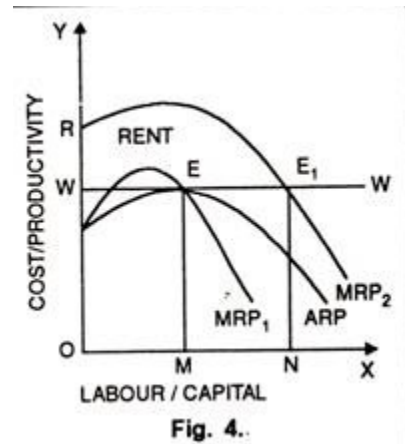


Fig. 4.

3. स्थिति किराया:

स्थिति किराया उस प्रकार के किराए के रूप में माना जाता है जो भूमि की स्थिति में अंतर के कारण उत्पन्न होता है। बाजार के पास स्थित भूमि बाजार से दूर स्थित भूमि की तुलना में अधिक किराया देगी। ऐसा इसलिए है क्योंकि बाजार के पास स्थित भूमि की उपज को छोटे खर्च पर ले जाया जा सकता है।

y?lqç'u%

1. सीमांत उत्पादकता को परिभाषित करें
2. क्वासि किराया का अर्थ स्पष्ट करें।
3. किराए से आपका क्या मतलब है?
4. मजदूरी को परिभाषित करें।

yæk l oky%

1. सीमांत उत्पादकता सिद्धांत के बारे में विस्तार से बताएं।
2. एकाधिकार बाजार स्थिति के तहत मजदूरी दरों के निर्धारण की प्रक्रिया का विस्तार से वर्णन करें।
3. किराए से आपका क्या मतलब है? किराए के आधुनिक सिद्धांतों को भी विस्तार से बताएं।
4. किराए के रिकार्डियन सिद्धांत पर एक विस्तृत नोट लिखें?

इकाई – 4

कारक मूल्य–निर्धारण: रुचियां–अवधारणा और रुचि के सिद्धांतय लाभ की प्रकृति, अवधारणाएं और लाभ के सिद्धांत

इस इकाई को पढ़ने के बाद, छात्र

1. ब्याज की अवधारणा और ब्याज के विभिन्न सिद्धांतों को समझ सकेंगे
2. लाभ की अवधारणा और लाभ के विभिन्न सिद्धांतों को समझ सकेंगे

Unit-IV

कीमतों के साधन-II

(FACTOR PRICING - II)

ब्याज (Interest) साधारणतया पूंजी के सेवाओं के लिए किए जाने वाले भुगतान को ब्याज कहा जाता है परन्तु अर्थशास्त्र में पूंजी शब्द का प्रयोग कई अर्थों में किया जाता है। पूंजी शब्द का प्रयोग मशीनों, इमारत, कारखानों तथा नकद पूंजी के लिए किया जाता है। पूंजी की इन सभी विभिन्न प्रकार की सेवाओं के लिए किया जाने वाला भुगतान ब्याज नहीं कहलाता है। ब्याज शब्द का प्रयोग केवल मुद्रा रूपी पूंजी के लिए एक निश्चित समय के लिए प्रयोग करने के लिए दिए जाने वाले भुगतान के लिए किया जाता है। इसलिए ब्याज को प्रतिशत के रूप में प्रकट किया जाता है। अतएव अर्थशास्त्र में मुद्रा की सेवाओं के लिए दिया जाने वाला भुगतान ब्याज कहलाता है।

प्रो. मैकोनल के अनुसार “ब्याज वह कीमत है जो मुद्रा या ऋण योग्य कोष की सेवाओं के लिए दी जाती है।”

कुल ब्याज तथा शुद्ध ब्याज

(Gross Interest and Net Interest)

1. **कुल ब्याज** : ऋणी द्वारा पूंजी के प्रयोग के लिए ऋणदाता को जो कुल भुगतान किया जाता है, उसे कुल ब्याज कहते हैं।

कुल ब्याज के अंगः—इसमें निम्न तत्वों को शामिल किया जाता है :

- (i) **शुद्ध ब्याज**—शुद्ध ब्याज, जोकि केवल मुद्रा की सेवाओं के उपयोग के लिए दिया जाता है, वह कुल ब्याज का अंग है।
 - (ii) **जोखिम का पुरस्कार**—ऋणदाता को रुपया उधार देने में जोखिम उठानी पड़ती है। उसे यह डर होता है कि यह रुपया वापिस मिलेगा या नहीं।
 - (ii) **प्रबंध का पुरस्कार**—ऋणदाता को ऋण देते और लेते समय कई प्रकार के प्रबंधों पर रुपया खर्च करना पड़ता है। ऋणदाता रुपये का हिसाब—किताब रखने के लिए मुनीम रखता है, रुपया न मिलने पर कानूनी कार्यवाही करना इत्यादि जो प्रबंध है, उनके लिए भी पुरस्कार कुल ब्याज में सम्मिलित होता है।
 - (iv) **असुविधाओं के लिए पुरस्कार**—ऋणदाता को ऋण देने में बहुत ही असुविधा का सामना करना पड़ता है। यह सम्भव है कि आवश्यकता पड़ने पर ऋणदाता को रुपया वापस न मिले और उसे कहीं और से उधार लेना पड़े। ऋणी के इंकार करने पर मुकदमा इत्यादि चलाने की असुविधा भी ऋणदाता को उठानी पड़ती है। इन सब असुविधाओं के लिए भी ऋणदाता कुछ पुरस्कार प्राप्त करता है। इसे भी कुल ब्याज में शामिल किया जाता है।
2. **शुद्ध ब्याज**—शुद्ध ब्याज वह धनराशि है जो केवल मुद्रा के प्रयोग के बदले दी जाती है।

ब्याज का प्रतिष्ठित सिद्धान्त (Classical Theory of Interest)

ब्याज के बारे में सबसे पहले सिद्धान्त को प्रतिष्ठित या वास्तविक सिद्धान्त कहते हैं। इसे वास्तविक सिद्धान्त कहते हैं, क्योंकि यह वास्तविक कारकों जैसे पूंजी की उत्पादकता, बचत की प्रवृत्ति आदि पर आधारित है। इस सिद्धान्त के दो भाग हैं। पहला भाग यह है कि ब्याज की दर क्यों उत्पन्न होती है। दूसरा यह कि उसके अनुसार ब्याज का दर निर्धारण किस प्रकार होता है।

(i) ब्याज क्यों उत्पन्न होता है—इसके बारे में विभिन्न अर्थशास्त्रियों ने अलग-अलग सिद्धान्त प्रस्तुत किए हैं।

पूंजी की सीमान्त उत्पादकता सिद्धान्त

कुछ अर्थशास्त्रियों जैसे माल्थस, जे.वी.से. आदि का विचार था कि पूंजी पर ब्याज इसलिए दिया जाता है कि क्योंकि पूंजी की अपनी उत्पादकता शक्ति होती है। पूंजी द्वारा उत्पादन अधिक होता है, अतः पूंजी प्राप्त करने वाला ब्याज देने को तैयार हो जाता है किन्तु ब्याज क्यों दिया जाता है। यह सिद्धान्त इसकी पूर्ण व्याख्या नहीं करता अतएव यह सिद्धान्त ब्याज के केवल मांग पक्ष की व्याख्या करता है। पूर्ति पक्ष को यह सिद्धान्त विचार में नहीं लाता है। इसके अतिरिक्त यह सिद्धान्त इस बार की व्याख्या नहीं करता कि उपभोग के लिए दिए गए ऋण पर ब्याज क्यों दिया जाता है।

आलोचना

- (1) यह सिद्धान्त ब्याज के लिए केवल मांग पक्ष का अध्ययन करता है। इसमें ब्याज पर पूंजी की पूर्ति के पड़ने वाले प्रभाव की अवहेलना की गई है।
- (2) यह सिद्धान्त उपभोग ऋणों पर दिए जाने वाले ब्याज की व्याख्या नहीं करता।
- (3) पूंजी की उत्पादकता का अनुमान लगाना सम्भव नहीं है क्योंकि पूंजी उत्पादन के दूसरे साधनों की सहायता के बिना कोई उत्पादन नहीं कर सकती।

उपभोग स्थगन तथा प्रतीक्षा सिद्धान्त

Abstinence and Waiting Theory

उपभोग स्थगन का सिद्धान्त प्रसिद्ध अर्थशास्त्री सीनियर ने प्रतिपादित किया। उनके विचार में बचत करने में व्यक्ति कुछ त्याग करता है और यह त्याग है उपभोग का स्थगन। उपभोग की स्थगित करना एक दुःखद बात है, इसलिए व्यक्ति को उपभोग का स्थगन करने को प्रेरित करने के लिए कुछ पुरस्कार मिलना चाहिए और यह पुरस्कार ब्याज ही है। अतः इस सिद्धान्त के अनुसार ब्याज उपभोग स्थगन का ही पुरस्कार है। समाजवादी लेखक कार्ल मार्क्स द्वारा सीनियर के इस सिद्धान्त पर आपत्ति की गई। उन्होंने बताया कि धनी व्यक्तियों द्वारा अपनी सभी आवश्यकताएँ पूरी करने के पश्चात् जो कुछ बचता है वह वे ऋण पर देते हैं। अतः उनके लिए विचार में धनी व्यक्ति कोई उपभोग के स्थगन का त्याग नहीं करते। मार्क्स की आलोचना के कारण ही मार्शन ने उपभोग के स्थगन के स्थान पर प्रतीक्षा शब्द किया है। उनके अनुसार जब कोई व्यक्ति रुपया बचाकर किसी को ऋण देता है तो कुछ समय तक उसका उपभोग नहीं कर पाता और प्रतीक्षा में रहता है और इस प्रतीक्षा के बलिदान के लिए ही उसे ब्याज दिया जाता है। आलोचना

- (1) यह सिद्धान्त एकपक्षीय है। इसमें केवल पूर्ति के पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन किया जाता है। ब्याज पर मांग के पड़ने वाले प्रभाव की अवहेलना की गई है।

(2) यह सिद्धान्त ब्याज निर्धारण का एक अधूरा सिद्धान्त है। ब्याज केवल उपभोग या प्रतीक्षा का पुरस्कार नहीं है।

ब्याज का बड़ा सिद्धान्त

Agio Theory

यह सिद्धान्त आस्ट्रियान अर्थशास्त्री वाम बावर्क ने प्रस्तुत किया। उसके अनुसार ब्याज इसलिए उत्पन्न होता है क्योंकि मनुष्य ही भावी उपभोग की अपेक्षा वर्तमान उपभोग को अधिक पसन्द करता है। मनुष्य अपनी भावी आवश्यकताओं को वर्तमान आवश्यकताओं की तुलना में कम महत्व देते हैं। ब्याज वह प्रलोभन है जो मनुष्य को अपने उपभोग को किसी भविष्य समय तक स्थगित करने के लिए दिया जाता है।

बाम बावर्क ने मनुष्य द्वारा भावी आवश्यकताओं को कम महत्व देने और वर्तमान उपभोग को अधिमान्यता देने के दो कारण बतलाए हैं। पहला यह कि मनुष्य अपनी भावी आवश्यकताओं की तीव्रता को नहीं जान सकता और उसकी वर्तमान की आवश्यकताएं अधिक तीव्र और प्रबल होती हैं। दूसरा यह है कि भविष्य अनिश्चित है और इसलिए मनुष्य अपनी उपभोग की सन्तुष्टि को अनिश्चित भविष्य में स्थगित नहीं करना चाहता। इस भविष्य के बढ़े के कारण ही मनुष्य को बचत करने तथा ऋण देने के लिए ब्याज देना पड़ता है।

फिशर का समय अधिमान्यता सिद्धान्त

यह सिद्धान्त इविंग फिशर ने प्रस्तुत किया और उनका सिद्धान्त बाम बावर्क के बड़ा सिद्धान्त से काफी मिलता-जुलता है। ब्याज क्यों दिया जाता है की व्याख्या फिशर समय अधिमान्यता द्वारा करता है। समय अधिमान्यता से तात्पर्य एक समान मूल्य वाली तथा समान निश्चितता की भावी तुष्टि की अपेक्षा मनुष्य वर्तमान तुष्टि को अधिक अधिमान्यता देता है। वर्तमान तुष्टि के लिए अधिमान्यता के कारण ही वह अपनी आय को वर्तमान उपभोग पर व्यय करने के लिए व्यग्र रहता है। मनुष्य रुपया बचाकर ऋण देने के लिए तभी प्रेरित होगा जब उसे कोई प्रलोभन दिया जाए और यह प्रलोभन है ब्याज। अतएव ब्याज वह कीमत है जो मनुष्य द्वारा अपनी आय को वर्तमान उपभोग पर व्यय करने के लिए व्यग्रता को दूर करने के लिए दी जाती है।

ब्याज दर का निर्धारण

Determination of Rate of Interest

इस सम्बन्ध में तीन मुख्य सिद्धान्त हैं:

ब्याज का परम्परावादी सिद्धान्त

ब्याज के परम्परावादी सिद्धान्त का प्रतिपादन जे.एस.मिल, मार्शल आदि अर्थशास्त्रियों ने किया है। इस सिद्धान्त के अनुसार उत्पादकता, मितव्ययिता, त्याग आदि वास्तविक तत्वों के कारण ब्याज उत्पन्न होता है। इस सिद्धान्त के अनुसार ब्याज का निर्धारण पूंजी की मांग तथा पूंजी की पूर्ति द्वारा होता है।

(i) **पूंजी की मांग:**—पूंजी की मांग उन उद्यमियों द्वारा होती है जो रुपया ब्यापार अथवा उद्योग में लगाना चाहते हैं। इन पूंजी पदार्थों द्वारा उपभोक्ता वस्तुएं उत्पादित करने में समय लगता है। पूंजी पदार्थों द्वारा वस्तुएं अधिक मात्रा में तथा अच्छी गुणवत्ता की बनाई जा सकती हैं। अतएव बचत की मांग वास्तव में पूंजीगत पदार्थों अथवा निवेश से उत्पादकता प्राप्त करने के लिए की जाती है। एक उद्यमी अन्य साधनों को स्थिर रख कर पूंजी की सीमान्त उत्पादकता का अनुमान लगा सकता है। पूंजी की सीमान्त उत्पादकता पर घटते प्रतिफल का नियम लागू होता है। इसलिए पूंजी की मांग या निवेश अधिक किया जाता है तो पूंजी की सीमान्त उत्पादकता कम दी जाती है। पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में एक उद्यमी पूंजी की मांग उस सीमा तक करेगा जहाँ पूंजी की कीमत अर्थात् ब्याज तथा सीमान्त उत्पादकता बराबर हो जाए।

- (ii) **पूंजी की पूर्ति:**—पूंजी की पूर्ति बचत पर निर्भर करती है। बचत उस समय होगी जब लोग अपनी आय को उपभोग पर कम व्यय करेंगे। इस सिद्धान्त के अनुसार बचत की पूर्ति पर उपभोग स्थगन, प्रतीक्षा, समय अधिमान आदि पर वास्तविक तत्वों का प्रभाव पड़ता है। इन वास्तविक तत्वों की पूर्ति में परिवर्तन आने से बचत की मात्रा में भी परिवर्तन आ जाता है। ये वास्तविक तत्व ब्याज की दर पर निर्भर करते हैं।

मांग और पूर्ति का सन्तुलन

या

ब्याज दर का निर्धारण

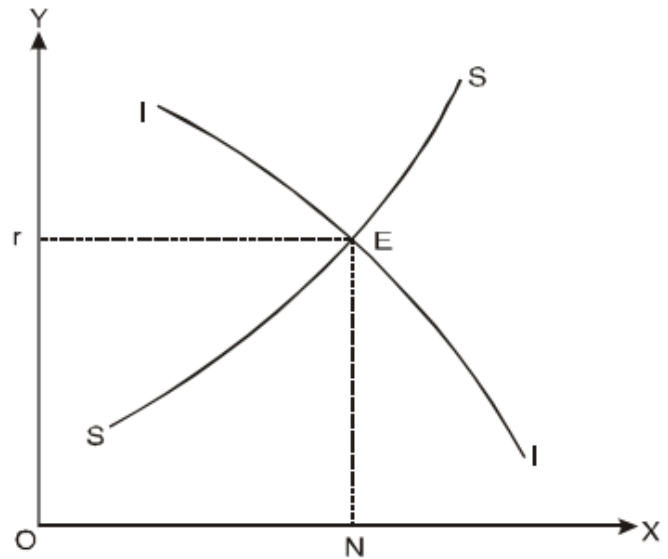
अब हम देखेंगे कि मांग और पूर्ति की शक्तियों की परस्पर क्रिया से ब्याज की दर कैसे निर्धारित होगी। ब्याज की दर उस स्तर पर निर्धारित होगी जिस पर निवेश के लिए बचतों की मांग और बचतों की पूर्ति एक दूसरे के बराबर होगी। इसे रेखाचित्र 7.1 में दिखाया गया है।

रेखाचित्र में II निवेश मांग वक्र है और SS बचतों की पूर्ति वक्र है। निवेश मांग वक्र II बचत पूर्ति वक्र SS एक दूसरे को तब ब्याज की दर पर काटते हैं। अतएव ब्याज दर तब निर्धारित होगी। इस सन्तुलित ब्याज की दर पर निवेश के लिए बचत की मांग और बचत की पूर्ति दोनों ON मात्रा के बराबर है।

आलोचना

इस सिद्धान्त की निम्न प्रकार से आलोचनात्मक समीक्षा की जा सकती है :

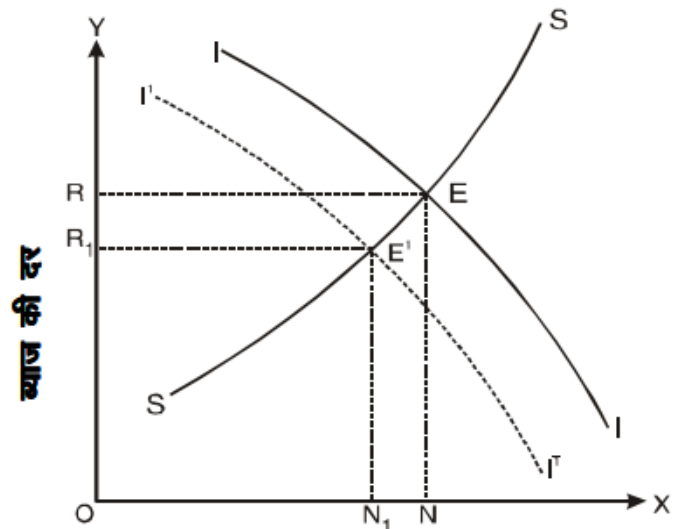
- पूर्ण रोजगार की गलत मान्यता:**—ब्याज के इस सिद्धान्त की साधनों के पूर्ण रोजगार की पूर्व मान्यता करने के लिए आलोचना की गई है। यह आपत्ति की गई कि साधनों के पूर्ण रोजगार की पूर्व मान्यता गलत और अपदार्थ है। साधनों के पूर्णरोजगार की स्थिति से अधिक निवेश उपभोग को घटा कर ही सम्भव हो सकता है क्योंकि उपभोग को घटा देने से उत्पादन के साधन उपभोक्ता पदार्थों से निकालकर पूंजी-पदार्थों के उत्पादन में लगाए जा सकते हैं। इसलिए जब साधनों को पूर्ण रोजगार प्राप्त होता है तो लोगों को उपभोग का त्याग करने के लिए प्रेरित करने के लिए ब्याज देना पड़ता है। जब साधन बड़ी मात्रा में बेकार पाए जाते हैं तब लोगों को अधिक बचत करने के लिए उपभोग का परित्याग करने के लिए प्रेरित करने की आवश्यकता नहीं होती। ऐसी अवस्था में उपर्युक्त उत्पादन के साधनों को काम पर लगाकर अधिक निवेश सम्भव हो सकता है।
- आय स्तरों में परिवर्तन की उपेक्षा:**—पूर्व रोजगार की मान्यता ग्रहण करके इस सिद्धान्त ने आय स्तर में परिवर्तनों तथा उसके बचत और निवेश पर प्रभाव की उपेक्षा की है। यह सिद्धान्त ब्याज दर और बचत की मात्रा के बीच सीधा फलन सम्बन्ध स्थापित करता है। जैसे ब्याज की दर बढ़ती है, बचत की मात्रा भी अधिक होती है परन्तु दर पर निवेश के लिए मांग घट जाती है जिसके परिणामस्वरूप ब्याज की दर घटकर उस स्तर तक पहुंच जाती है जहाँ बचत तथा निवेश में और ब्याज की दर में सीधा फलन सम्बन्ध संदेहपूर्ण है और दूसरा इसलिए कि जब ब्याज दर बढ़ने के फलस्वरूप अधिक बचत की जाती है तो बचत की इस अधिक मात्रा में अधिक निवेश होना चाहिए क्योंकि इस सिद्धान्त में निवेश, बचत की मात्रा द्वारा निर्धारित



चित्र 7.1 : ब्याज की दर / बचत और निवेश

होता है। इसके अतिरिक्त इस सिद्धान्त की प्रक्रिया में आय में परिवर्तन को बिल्कुल ही विचार में नहीं लाया गया है। वस्तुतः जब ब्याज की दर बढ़ती है और फलस्वरूप निवेश घट जाता है तो आय में कमी हो जाएगी। आय में कमी हो जाने से बचत की मात्रा घट जाएगी। अतएव बचत और निवेश में समानता ब्याज दर में परिवर्तन द्वारा नहीं होती, बल्कि यह तो आय में परिवर्तन द्वारा होती है।

3. **वर्तमान आय में बचत मुद्रा राशि की पूर्ति का केवल मात्र स्रोत नहीं है:**—वर्तमान आय में से बचत ही मुद्रा पूर्ति का एकमात्र स्रोत नहीं है। लोगों के पास प्रायः वर्षों में संचित किया हुआ धन भी होता है जिसको किसी वर्ष भी निकाला जा सकता है जिससे बाजार में ऋण योग्य राशियों की पूर्ति बढ़ जाती है।
4. **अल्प उपभोग के निवेश पर प्रतिकूल प्रभाव की उपेक्षा:**—इस सिद्धान्त के अनुसार अधिक निवेश उपभोग घटाने से ही सम्भव हो सकता है। उपभोग में जितनी अधिक कमी की जाएगी उतनी अधिक मात्रा में पूंजी पदार्थों में निवेश होगा। जैसा कि हम जानते हैं पूंजी पदार्थों की मांग उपभोक्ता पदार्थों के लिए मांग से उत्पन्न होती है। इसलिए उपभोग में कमी जिसका अर्थ है उपभोक्ता पदार्थों के लिए मांग में कमी पूंजी पदार्थों की मांग को घटा देगी और इस प्रकार निवेश की प्रेरणा पर प्रतिकूल प्रभाव डालेगी। उपभोग की इस कमी के निवेश पर प्रतिकूल प्रभाव की इस सिद्धान्त में उपेक्षा की गई है।
5. **बचत अनुसूची का निवेश अनुसूची से स्वतंत्र होने की पूर्व मान्यता:**—पूर्ण रोजगार तथा स्थिर आय के स्तर के पूर्व मान्यता का एक और भाव यह है कि इससे बचत अनुसूची में परिवर्तन के बिना निवेश मांग की अनुसूची में परिवर्तन होना माना गया है। उदाहरण के लिए रेखाचित्र में निवेश मांग वक्र घट जाने से नीचे की ओर सरक कर $I'I'$ की में आ जाता है तो ब्याज की गई संतुलन दर r^1 हो जाएगी जिस पर नया निवेश वक्र $I'I'$ दिए गए पूर्ति वक्र SS को काटता है किन्तु यह ठीक नहीं है क्योंकि निवेश में कमी के फलस्वरूप आय घट जायेगी चूँकि बचत का पूर्ति वक्र किसी दिए हुए आय स्तर को स्थिर मानकर खींचा जाता है, इसलिए जब आय घटती है तो बचत पहले की तुलना में कम हो जाएगी जिसके कारण बचत का पूर्ति वक्र दाईं ओर नीचे को सरक जाएगा, परन्तु इस सिद्धान्त में निवेश में परिवर्तन के फलस्वरूप आय स्तर में परिवर्तन होना नहीं माना जाता और बचत अनुसूची को निवेश अनुसूची से बिल्कुल स्वतंत्र होना समझा जाता है जो कि ठीक नहीं है।



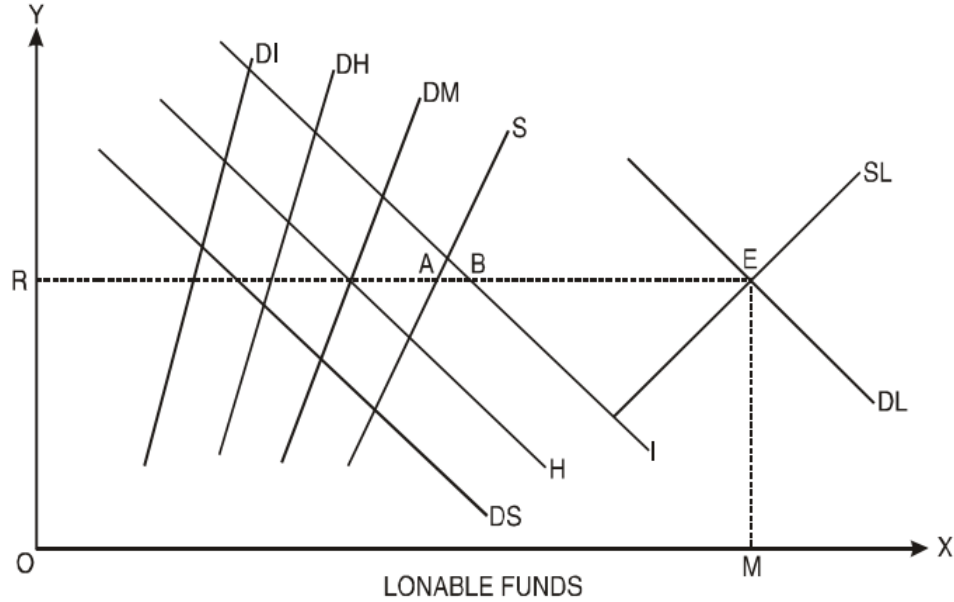
चित्र 7.2 : बचत और निवेश

ऋण-योग्य राशियों का सिद्धान्त
अथवा
नव-प्रतिष्ठित सिद्धान्त

इस सिद्धान्त को विकसित करने वाले अर्थशास्त्रियों में प्रमुख हैं विकसेल, बर्डिल, राबर्टसन आदि। इस सिद्धान्त के अनुसार वास्तविक शक्तियाँ जैसे कि बचत करने की भावना, प्रतीक्षा, समय अधिमान्यता तथा पूंजी की उत्पादकता ही केवल ब्याज दर को निर्धारित नहीं करते बल्कि मुद्रा का संचय तथा असंचय करना, बैंकों द्वारा मुद्रा

का स जन, उपभोग के प्रयोजनों के लिए मुद्रा-ऋण की मांग भी ब्याज दर के निर्धारण में भाग लेते हैं। इस प्रकार इस सिद्धान्त में ब्याज का निर्धारण मौद्रीक और गैर-मौद्रीक दोनों ही प्रकार की शक्तियों द्वारा होना माना गया है।

ब्याज दर का निर्धारण : इस सिद्धान्त के अनुसार ब्याज की दर उस स्तर पर निर्धारित होती है जिस पर ऋण योग्य कोष की मांग तथा पूर्ति बराबर होती है। इसे निम्न रेखाचित्र में दिखाया गया है।



चित्र 7.3

इस सिद्धान्त को समझने के लिए ऋण योग्य कोष की मांग तथा पूर्ति का विस्तृत अध्ययन करना आवश्यक है।

ऋण योग्य कोष की मांग (Demand for Loanable Funds) : ऋण योग्य कोष की मांग मुख्य रूप से तीन क्षेत्रों द्वारा की जाती है। ये क्षेत्र निम्नलिखित हैं:

- (i) निवेश मांग:—ऋण योग्य कोष की मांग का मुख्य स्रोत फर्मों द्वारा निवेश के लिए की जाने वाली मुद्रा की मांग है।
- (ii) उपभोग:—जब लोग अपनी आय से अधिक उपभोग पर खर्च करते हैं तो उन्हें ऋण लेना पड़ता है। अतएव उपभोग के लिए ऋण योग्य कोषों की मांग निजी व्यक्तियों तथा परिवारों द्वारा की जाती है। साधारणतः ब्याज की कम दर पर अधिक उपभोग ऋण लिए जाते हैं।
- (iii) संचय:—ऋण योग्य कोषों की मांग उन व्यक्तियों द्वारा भी की जाती है जो मुद्रा का नकद रूप से संचय करना चाहते हैं।

ऋण योग्य कोष की पूर्ति (Supply of Loanable Funds) : ऋण योग्य कोष की पूर्ति मुख्य रूप से चार बातों पर निर्भर करती है:

- (i) **बचत:**—यह ऋण योग्य कोष की पूर्ति का मुख्य साधन है। बचतें व्यक्तिगत क्षेत्र, व्यावसायिक क्षेत्र तथा सरकारी क्षेत्र तीनों द्वारा की जाती हैं।

- (ii) **बैंक साख:**—यह ऋण योग्य कोष की पूर्ति का दूसरा साधन है। ब्याज की एक न्यूनतम दर के बाद बैंक साख ब्याज सापेक्ष होती है। इसका अभिप्राय यह है कि ब्याज की ऊंची दर पर बैंक अधिक ऋण देते हैं तथा नीची ब्याज की दर पर कम ऋण देते हैं।
- (iii) **बचतों का असंचय :** ऋण योग्य पूर्ति का तीसरा साधन पिछली बचतों का असंचय है। इसका अर्थ है कि लोग मुद्रा का जो संचय करते हैं, उसे उधार दे देते हैं।
- (iv) **अनिवेश:**—अनिवेश से अभिप्राय है कि मशीनों के घिसने पर उनका प्रतिस्थापन नहीं किया जाए। इस प्रकार घिसावट पर खर्च न करने से जो रुपया बचता है उसे ब्याज के रूप में दे दिया जाए। ब्याज की दर बढ़ने से अनिवेश बढ़ता है तथा ब्याज की दर कम होने पर अनिवेश कम हो जाता है।

आलोचनात्मक समीक्षा

1. **अनिर्धारणीय :** इस सिद्धान्त के अनुसार ब्याज की दर ऋण योग्य कोषों द्वारा निर्धारित होती है। ऋण योग्य कोष आय पर निर्भर करते हैं और आय निवेश स्तर पर निर्भर करती है। निवेश का स्तर, ब्याज की दर पर निर्भर करता है। इसलिए जब आय का पता नहीं होगा, हम ब्याज की दर का अनुमान नहीं लगा सकते तथा बिना ब्याज की दर का पता लगाये आय का अनुमान नहीं लगा सकते।
2. **पूर्ण रोजगार की अवास्तविक मान्यता :** यह सिद्धान्त लार्ड केन्ज के अनुसार पूर्ण रोजगार की अवास्तविक मान्यता पर आधारित है।
3. **आय पर निवेश के प्रभाव की उपेक्षा :** यह सिद्धान्त आय पर निवेश के प्रभाव की उपेक्षा करता है। इस सिद्धान्त के अनुसार ऊंची ब्याज की दर पर लोग अधिक बचत करेंगे परन्तु यह सदैव सही नहीं होता। ऊंची ब्याज की दर के कारण निवेश कम होता है, निवेश कम होने के कारण आय कम होती है। आय कम होने के कारण बचत कम होती है।
4. **विभिन्न तत्वों का मिश्रण :** यह सिद्धान्त कई तत्वों जैसे वास्तविक तथा मौद्रिक तत्वों को एक साथ मिलाकर ब्याज के निर्धारण का अध्ययन किया जाता है। ये तत्व एक-दूसरे से बिल्कुल भिन्न हैं इसलिए ब्याज के निर्धारण से इनके प्रभावों का अलग-अलग अध्ययन किया जाना चाहिए।

केन्ज का ब्याज सम्बन्धी नकदी-अधिमान सिद्धान्त

(Keynes's Liquidity Preference Theory of Interest)

यह सिद्धान्त प्रतिपादित करते हुए केन्ज ने नकदी-अधिमान की एक नई धारणा प्रस्तुत की है और इस नई धारणा के आधार पर अपना यह नया ब्याज दर सिद्धान्त स्थापित किया। अतः इस सिद्धान्त की व्याख्या करने से पूर्व हमें यह समझना चाहिए कि नकदी अधिमान का क्या अर्थ है और लोगों में नकदी अधिमान किन कारणों से होता है।

नकदी अधिमान का अर्थ

केन्ज ने बताया कि हम अपने धन को कई रूपों में रख सकते हैं। उन विभिन्न रूपों में सबसे सरल रूप मुद्रा या नकदी है क्योंकि हमारा धन नकदी के रूप में हो तो हम इसे इच्छानुसार प्रयोग कर सकते हैं। इसके विपरीत यदि हमारा धन भूमि, मकान, कारखाने, शेयरों आदि के रूप में हो तो उसे तत्काल अपनी इच्छानुसार प्रयोग नहीं कर सकते। पहले उसे नकदी के रूप में बदलना पड़ता है, तब जाकर उससे हम अपनी वांछित वस्तु या सेवा प्राप्त कर सकते हैं। अपने धन को नकदी के रूप में न रखकर भूमि, मकान, कारखाने, शेयरों तथा ऋणपत्रों के रूप में रखने से एक लाभ यह होता है कि हमें इनसे आय प्राप्त होती है जैसे भूमि, मकान आदि से किराया, शेयरों से

लाभांश मिलता है। इसका अभिप्राय यह हुआ कि धन को नकदी के रूप में रखने से लाभ तथा हानियां दोनों होते हैं। अतः यह हमारे अपने निर्णय पर निर्भर करता है कि किसी समय हम नकदी को धन के अन्य रूपों की तुलना में कितना अधिमान प्रदान करते हैं। किसी भी समय व्यक्तियों का नकदी के लिए कुछ अधिमान होता है, किन्तु यदि उनको उस नकदी के लिए उस समय की प्रचलित ब्याज दर से ऊंची ब्याज दर दी जाए तो अधिक सम्भावना यह होगी कि वे अपनी नकदी को कुछ भाग ऋण पर दे देंगे और अपने पास कम नकदी रखने को तैयार हो जाएंगे। इसे हम यों कह सकते हैं कि ब्याज एक ऐसा प्रलोभन है जिसके द्वारा लोगों की नकदी की इच्छा या अधिमान को खरीदा जा सकता है।

नकदी अधिमान के प्रयोजन:—नकदी की मांग निम्नलिखित तीन प्रयोजनों से की जाती है:

(a) **क्रय-विक्रय का काम चलाने के लिए:**—प्रत्येक व्यक्ति तथा फर्म को अपने प्रतिदिन के क्रय विक्रय के लिए मुद्रा की आवश्यकता होती है। इसका कारण यह होता है कि लोगों तथा फर्मों द्वारा किए जाने वाले व्यय तथा उन्हें प्राप्त होने वाली आय में समय का अन्तर होता है। अतः प्रत्येक व्यक्ति का फर्म आय का कुछ भाग क्रयविक्रय के लिए नकदी के रूप में रखना पड़ता है।

(b) **पूर्वोयापी प्रयोजन :**—प्रत्येक व्यक्ति तथा व्यवसाय की यह प्रवृत्ति होती है कि वह कुछ नकदी अपने पास इसलिए रखे की उसे आड़े समय में काम आए। एक व्यक्ति को बीमारी, बेरोजगारी, दुर्घटना आदि का सामना करना पड़ सकता है। प्रत्येक व्यक्ति इन कठिनाईयों से बचने के लिए मुद्रा का कुछ भाग नकद के रूप में रखना चाहता है। सावधानी उद्देश्य के लिए रखी गई मुद्रा या नकदी की मात्रा आय स्तर पर निर्भर करती है।

$$L_p = f(y)$$

यहाँ

L_p = सावधानी या पूर्वोयापी प्रयोजन के लिए मुद्रा की मांग।

Y = आय।

(c) **सट्टा प्रयोजन:**—ब्याज की दर में भविष्य में परिवर्तन होता रहता है। जब लोगों को यह आशा होती है कि भविष्य में ब्याज की दर बढ़ जाएगी तब वे अपनी नकद मुद्रा को वर्तमान समय में उधार नहीं देंगे, जिसे वे भविष्य में ब्याज की दर बढ़ने पर नकद मुद्रा उधार देकर आय प्राप्त कर सकें। इसे सट्टा प्रयोजन कहा जाता है। इस प्रयोजन के किलए नकदी की मांग ब्याज सापेक्ष होती है। इसको हम निम्न समीकरण के रूप में व्यक्त कर सकते हैं।

$$L_s = f(r)$$

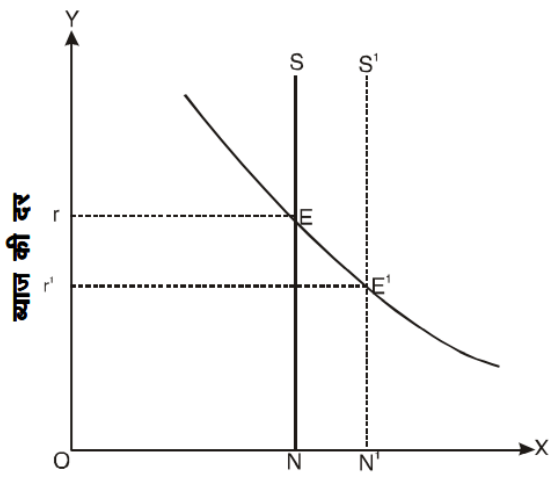
यहाँ

L_s = सट्टा प्रयोजन के लिए मुद्रा की मांग

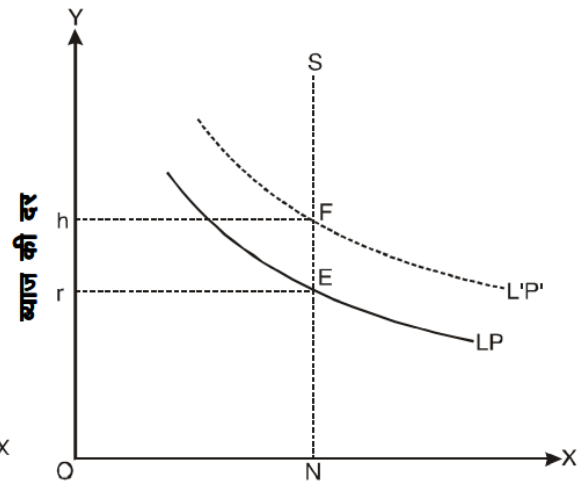
Or = ब्याज की दर

ब्याज दर का निर्धारण (Determination of Rate of Interest)

केन्ज के सिद्धान्त के अनुसार ब्याज दर नकदी या मुद्रा की मांग तथा पूर्ति द्वारा निर्धारित होती है। किसी समय देश में मुद्रा की पूर्ति कितनी होगी इसका निर्णय देश के मुद्रा अधिकारी के हाथ में होता है। अतः जहाँ तक मुद्रा की पूर्ति का प्रश्न है, वह तो सरकार या मुद्रा अधिकारियों द्वारा अपनाई गई नीति पर ही निर्भर करती है। ब्याज दर के निर्धारण को निम्न रेखाचित्र में दिखाया गया है:



चित्र 7.4 : मुद्रा की मात्रा



चित्र 7.5 : मुद्रा की मात्रा

ब्याज का यह केवल केन्ज द्वारा प्रस्तुत स्वरूप जान लेने पर यह समझना कठिन नहीं होगा कि ब्याज की दर इस बात पर निर्भर करती है कि नकदी की पूर्ति की तुलना में नकदी अधिमान अर्थात् नकदी रखने की इच्छा कितनी प्रबल है। दूसरे शब्दों में नकदी अधिमान जितना अधिक प्रबल होगा, उतना ही ब्याज दर अधिक होगी और मुद्रा की पूर्ति या मात्रा जितनी अधिक होगी, उतनी ब्याज दर कम होगी। यदि किन्हीं कारणों से मुद्रा-मात्रा कम हो जाए तो ब्याज दर बढ़ जायेगी।

मान लीजिए रेखाचित्र में मुद्रा-मात्रा ON है और लोगों का नकदी अधिमान इतना है कि जिसे LP नकदी अधिमान-वक्र द्वारा व्यक्त किया जा सकता है तब ब्याज दर त होगी। अब यदि नकदी अधिमान तो वही रहे अर्थात् नकदी अधिमान वक्र वही रहे परन्तु केन्द्रीय मुद्रा मात्रा में बढ़ाकर ON कर दें तो ब्याज दर त' हो जाएगी जो पूर्व ब्याज दर से काफी कम है। अब मान लीजिए कि युद्ध के डर से या व्यवसायों में निराशा की भावना फैल जाने से लोगों का नकदी अधिमान तो बढ़ जाता है परन्तु मुद्रा मात्रा पहले जितनी अर्थात् ON रहती है। नकदी अधिमान बढ़ने से नकदी अधिमान-वक्र ऊपर की ओर सरक जाएगा। इसे दूसरे रेखाचित्र में LP₁ में दर्शाया गया है। इसका प्रभाव यह होगा कि ब्याज की साम्य दर बढ़ जाएगी और यह वत की बजाय वी हो जाएगी। अतः हम इस परिणाम पर पहुंचते हैं कि ब्याज दर भी मुक्त बाजार की अन्य कीमतों की भांति उस स्तर पर स्थापित हो जाती है जिस पर कि मांग तथा पूर्ति एक-दूसरे के साथ सन्तुलन में होगी।

केन्ज के ब्याज के नकदी अधिमान की आलोचना

1. केन्ज के ब्याज के निर्धारण में वास्तविक तत्वों की उपेक्षा की:—ब्याज की दर पूर्णतया मौद्रिक तत्व नहीं है। ब्याज की दर के निर्धारण में पूंजी की उत्पादकता और बचत की भावना जैसे वास्तविक शक्तियाँ भी हैं। इस सिद्धान्त में ब्याज दर को निवेश मांग से स्वतंत्र बताया है। वस्तुतः यह स्वतंत्र नहीं है। व्यवसायियों की नकदी की शक्तियाँ अधिकांशतः पूंजी-निवेश के लिए मांग द्वारा निर्धारित होती है। पूंजी-निवेश के लिए मांग पूंजी की सीमान्त उत्पादकता पर निर्भर करती है। अतएव ब्याज दर पूंजी की सीमान्त आय उत्पादकता तथा निवेश मांग से स्वतंत्र रूप से निर्धारित नहीं होती। केन्ज ने इसकी उपेक्षा की है।

2. इस सिद्धान्त में भी ब्याज दर निश्चित रूप से निर्धारण नहीं होती : केन्ज के अनुसार ब्याज दर मुद्रा के लिए सट्टा-मांग तथा उसको सन्तुष्ट करने के लिए मुद्रा की पूर्ति द्वारा निर्धारित होती है। किन्तु कुल मुद्रा पूर्ति दी हुई होने पर हम यह नहीं जान सकते हैं कि मुद्रा के लिए सट्टा-मांग कितनी होगी यदि हमें पहले मुद्रा के लिए

क्रय-विक्रय की मांग मालूम न हो। चूंकि आय का स्तर मालूम न हो तो हमें मुद्रा के लिए क्रय-विक्रय की मांग भी ज्ञात नहीं हो सकती। इसलिए केन्ज के सिद्धान्त में ब्याज दर निश्चित रूप से निर्धारित नहीं होती।

3. बचतों के बिना तरलता सम्भव नहीं :-केन्ज के अनुसार ब्याज तरलता अथवा नकदी त्यागने का पुरस्कार है और यह बचत प्रेरणा अथवा प्रतीक्षा करने का पुरस्कार नहीं है। परन्तु प्रश्न यह है कि बचत के बिना तरल अथवा नकदी के रूप में रखने के लिए मुद्रा राशियाँ कहाँ उपलब्ध होगी और नकदी त्यागने का प्रश्न ही नहीं उठता, यदि पहले से मुद्रा न बचाई जाए तो। इस प्रकार ब्याज की दर के निर्धारण में बचत से घनिष्ठ सम्बन्ध है जिसकी केन्ज ने उपेक्षा की है।

लाभ (Profit)

लाभ क्या है?—राष्ट्रीय आय में से उद्यमी (Entrepreneur) को मिलने वाला भाग लाभ कहलाता है। एक उद्यमी का मुख्य कार्य अनिश्चितता को सहन करना या जोखिम उठाना होता है। उद्यमी को इन कार्यों के बदले में जो आय प्राप्त होती है, उसे लाभ कहा जाता है।

परिभाषाएं (Definitions)

अर्थशास्त्रियों ने लाभ शब्द की परिभाषा दो प्रकार से की है:

- (1) लाभ की मात्रा के अनुसार:—प्रो. जैकब औसर के अनुसार, "एक व्यवसाय की बाह्य तथा आंतरिक मजदूरी, ब्याज तथा लगान देने के पश्चात् जो अवशेष रह जाता है, वह लाभ है।"
- (2) लाभ के स्रोत के अनुसार:—प्रो. हैनरी ग्रेसन के अनुसार, "लाभ नये आविष्कार लागू करने, जोखिम तथा अनिश्चितता उठाने तथा बाजार की अपूर्णताओं का परिणाम हो सकता है।"

लाभ की धारणाएँ (Concepts of Profits)

(1) **कुल लाभ (Gross Profit)** : एक उद्यमी की कुल आय तथा कुल बाह्य लागतों (Explicit Costs) के अन्तर को कुल लाभ कहते हैं।

$$\text{Gross Profit} = \text{Total Revenue} \& \text{ Explicit Costs}$$

(2) **आर्थिक या शुद्ध लाभ**:—आर्थिक लाभ का अनुमान लगाने के लिए कुल लाभ में से आंतरिक लागतें तथा घिसावट और बीमा आदि का व्यय घटा दिया जाता है।

$$\text{Economic Profit} = \text{Gross Profit} \& \text{ Implicit Profit}$$

OR

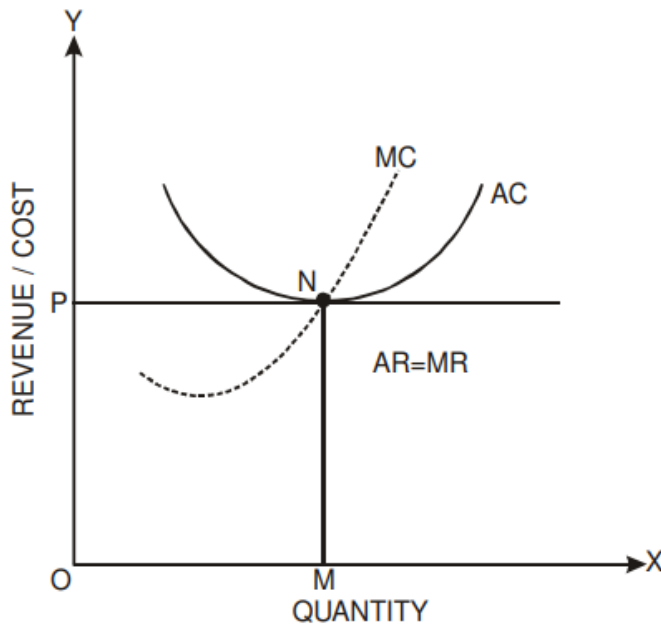
$$\text{Economic Profit} = \text{Total Revenue} \& \text{ Total Costs}$$

लाभ के सिद्धान्त (Theory of Profit)

लाभ का निर्धारण करने वाले बहुत से सिद्धान्त हैं। परन्तु इस समय कोई ऐसा सिद्धान्त नहीं, जो सर्वमान्य हो। यदि यह कहा जाए कि सभी सिद्धान्त जो अभी तक दिए गए हैं असन्तोषजनक हैं तो कोई अतिशयोक्ति नहीं होगी। इनमें से प्रत्येक सिद्धान्त लाभ के किसी एक पक्ष की व्याख्या करता है। आर्थिक सिद्धान्त में सम्भवतः इतना अव्यवस्थित और अनियमित ऐसा कोई विषय नहीं होगा जितना कि लाभ का सिद्धान्त है। लाभ के मुख्य सिद्धान्त आगे दिए अनुसार हैं:

5.1 लाभ का ग्यात्मक सिद्धान्त (Dynamic Theory of Profit)

इस सिद्धान्त की विवेचना प्रो. जे.बी. क्लार्क (J.B. Clark) ने की है। उनके अनुसार, लाभ एक गत्यात्मक आधिक्य (Dynamic Surplus) है जो केवल गत्यात्मक स्थिति में उत्पन्न होता है तथा अगत्यात्मक अवस्था (Static Condition) में लाभ नहीं मिलता। प्रो. क्लार्क के अनुसार, “गत्यात्मक अवस्था में वस्तुओं की कीमत तथा लागत के अन्तर के कारण लाभ उत्पन्न होता है।” अगत्यात्मक स्थिति (Static Condition) में आर्थिक तत्त्वों जैसे—मांग, पूर्ति, जनसंख्या आदि में कोई परिवर्तन नहीं होता। इस अवस्था में उद्यमी के लिए कोई जोखिम या अनिश्चितता नहीं होती। प्रत्येक साधन को उसकी सीमान्त उत्पादकता के बराबर आय प्राप्त होती है। इसलिए सारा राष्ट्रीय उत्पादन



चित्र 7.6

साधनों में ही बंट जाता है। उद्यमी को केवल प्रबन्ध की मजदूरी (Wages of Management) अर्थात् सामान्य लाभ ही प्राप्त होते हैं। इस अवस्था में वस्तु की कीमत (AR) तथा औसत लागत (ज) बराबर होती है, इसलिए आर्थिक लाभ नहीं होता। इस अवस्था को रेखाचित्र नं. 7.6 से स्पष्ट किया जा सकता है। इस रेखाचित्र से ज्ञात होता है कि उद्यमी \bar{c} कीमत पर OM वस्तु का उत्पादन कर रहा है। इस अवस्था में औसत आय (AR) QUANTITY तथा औसत लागत (AC) में कोई अन्तर न होने के कारण फर्म को कोई लाभ नहीं मिलेगा। इस अवस्था में मांग तथा पूर्ति एक-दूसरे के बराबर हैं।

क्लार्क के अनुसार वास्तविक जीवन में गत्यात्मक अवस्था (Dynamic) पाई जाती है। इस अवस्था में पांच प्रकार के परिवर्तन आते हैं: (1) जनसंख्या में परिवर्तन होने के कारण मांग की मात्रा में होने वाले परिवर्तन (2) मांग के प्रकार में परिवर्तन (3) उत्पादन की तकनीक में परिवर्तन (4) पूंजी की मात्रा में परिवर्तन तथा (5) व्यावसायिक संगठनों के रूप में परिवर्तन। अर्थव्यवस्था में जनसंख्या, मांग के प्रकार आदि में परिवर्तन आने के फलस्वरूप मांग की मात्रा कम या अधिक हो सकती है। इसी प्रकार उत्पादन तकनीक तथा पूंजी की मात्रा आदि में परिवर्तन आने के कारण पूर्ति में परिवर्तन आ सकते हैं। मांग तथा पूर्ति में होने वाले परिवर्तन के फलस्वरूप उत्पादन लागत तथा कीमत में परिवर्तन हो सकता है। यदि कीमत उत्पादन लागत से बढ़ जाती है तो उद्यमी को लाभ होता है इसके विपरीत कीमत के उत्पादन लागत से कम होने के फलस्वरूप उद्यमी को हानि उठानी पड़ती है। स्टेनियर तथा हेग के अनुसार, “एक अर्थव्यवस्था में जहाँ कोई परिवर्तन नहीं होता कोई लाभ नहीं होगा।” (In an economy where nothing changes, there can be no profit—Stonier and Hague)। संक्षेप में, क्लार्क के अनुसार गत्यात्मक अर्थव्यवस्था में होने वाले परिवर्तनों के फलस्वरूप जो असंतुलन उत्पन्न होता है उसके फलस्वरूप ही लाभ प्राप्त होता है।

आलोचना (Criticism)

प्रो. नाइट इस सिद्धान्त की आलोचना करते हुए कहते हैं कि सभी प्रकार के परिवर्तनों के कारण लाभ उत्पन्न नहीं होता। परिवर्तन दो प्रकार के हो सकते हैं: (1) एक पूर्व अनुमानित परिवर्तन जिनका पहले से अनुमान लगाया जा सकता है। इन परिवर्तनों का बीमा करके इनसे होने वाली हानि से बचा जा सकता है। इसलिए इन परिवर्तनों के फलस्वरूप मांग तथा पूर्ति में सन्तुलन उत्पन्न नहीं होता। अतएव इन पूर्व अनुमानित परिवर्तनों के

फलस्वरूप लाभ उत्पन्न नहीं होता। नाईट के शब्दों में, "सिर्फ परिवर्तन के कारण लाभ उत्पन्न नहीं होता क्योंकि अगर परिवर्तन के नियम का ज्ञान हो जाए, जैसे प्रायः हो जाता है, तो कोई लाभ उत्पन्न नहीं हो सकता।" (It cannot then be the changes which is the cause of profits, since if the law of change is known as in fact is largely the case, no profit can arise—Knight) (2) दूसरे अनिश्चित परिवर्तन जिनका पहले से कोई अनुमान नहीं लगाया जा सकता। इन अनिश्चित परिवर्तनों के फलस्वरूप ही लाभ उत्पन्न होता है। अतएव नाईट के अनुसार लाभ के गत्यात्मक सिद्धान्त के स्थान पर अनिश्चितता सिद्धान्त ही अधिक उपयोगी है।

नव-प्रवर्तन सिद्धान्त (Innovations Theory)

लाभ के नवप्रवर्तन सिद्धान्त का प्रतिपादन प्रो. शुम्पीटर (Schumpeter) ने किया था। इस सिद्धान्त के अनुसार, उद्यमी का कार्य नव-प्रवर्तन अर्थात् नये आविष्कार करना तथा उन्हें लागू करना है। इन नव-प्रवर्तनों के फलस्वरूप उद्यमी को जो पुरस्कार प्राप्त होता है वह लाभ कहलाता है।

नव-प्रवर्तन क्या हैं? (What are Innovations?)

प्रो. शुम्पीटर के नव-प्रवर्तन शब्द का प्रयोग काफी विस्तृत अर्थों में किया है। उनके अनुसार, वे सब आविष्कार तथा परिवर्तन जिनके फलस्वरूप उत्पादन लागत को कम किया जा सके या औसत आय को बढ़ाया जा सके जिससे आय तथा लागत का अन्तर अर्थात् लाभ बढ़ जाए, नव-प्रवर्तन कहलाते हैं। मान लीजिए आप एक नए प्रकार की कार का आविष्कार कर लेते हैं जिसे चलाने के लिए पेट्रोल की आवश्यकता नहीं है तो आप इस कार को काफी अधिक कीमत पर बेच सकेंगे। आपको इसके फलस्वरूप काफी लाभ प्राप्त होगा। शुम्पीटर ने नव-प्रवर्तन की व्याख्या करते हुए बताया कि इसमें वस्तु के उत्पादन की कीमत को कम करने के लिए किसी नई पद्धति को अपनाना या वस्तु की मांग को बढ़ाने के लिए नई नीति को अपनाना सम्मिलित है। पहले तरीके में नई मशीनों को लगाना, तकनीकी परिवर्तन, कच्चे माल के नए स्रोत आदि का उपयोग किया जा सकता है। दूसरे तरीके में मांग को बढ़ाने के लिए वस्तु के नए-नए आकर्षक नमूने, Production प्रचार की पद्धति जैसे कोई उपहार योजना (Gift Scheme) और नए बाजार की खोज इत्यादि सम्मिलित हैं। शुम्पीटर के अनुसार, नव-प्रवर्तन पाँच प्रकार के हो सकते हैं: (1) नई वस्तु का उत्पादन (Introduction of a New Product) (2) उत्पादन के नये तरीके का उपयोग (Introduction of a New Method of Production), (3) नये बाजार की स्थापना (Opening of a New Market), (4) कच्चे माल के नये साधन की खोज (Discovery of a New Source of Raw Material) (5) उद्योग का पुनर्गठन (Re-organisation of an Industry)।

लाभ के नव-प्रवर्तन सिद्धान्त के अनुसार नव-प्रवर्तन के फलस्वरूप होने वाले लाभ अस्थायी (Temporary) होते हैं। इसका कारण यह है कि दूसरे उद्यमी भी नव-प्रवर्तक की नकल (Imitation) कर लेते हैं। इसके फलस्वरूप उद्यमियों में परस्पर प्रतियोगिता बढ़ जाने के कारण आर्थिक लाभ समाप्त हो जाते हैं अतएव लाभ प्राप्त करने के लिए नव-प्रवर्तन होते रहते हैं। नव-प्रवर्तन लाभ को जन्म देते हैं तथा लाभ प्राप्त करने की लालसा नव-प्रवर्तन करने के लिए उद्यमियों को प्रोत्साहित करती रहती है।

आलोचना (Criticism)

इस सिद्धान्त की मुख्य आलोचनाएं इस प्रकार की जाती हैं: (1) शुम्पीटर ने लाभ के निर्धारण में अनिश्चितता (Uncertainty) को कोई महत्व नहीं दिया है। वास्तव में सभी नव-प्रवर्तनों में अनिश्चितता होती है। यदि अनिश्चितता न हो तो लाभ भी मजदूरी के समान हो जाएगा। (2) क्लार्क की भांति शुम्पीटर ने भी उद्यमी के जोखिम उठाने के कार्य को महत्व नहीं दिया। शुम्पीटर के अनुसार, "उद्यमी कभी भी जोखिम उठाने वाला नहीं होता, यदि व्यवसाय असफल हो जाए तो भी हानि उसी को होती है जो साख प्रदान करता है।" (The entrepreneur is never risk taker- The one who gives loan comes to grief if the undertaking fails-&

Schumpeter)। (3) इस सिद्धान्त के अनुसार, लाभ केवल नव-प्रवर्तन का परिणाम है। शुम्पीटर ने इस सिद्धान्त में लाभ के उत्पन्न होने के अन्य कारणों की अवहेलना की है।

लाभ का जोखिम सिद्धान्त (Risk Theory of Profit)

प्रसिद्ध अमेरिकन अर्थशास्त्री हॉले (Hawley) ने अपनी पुस्तक 'Enterprise and Productive Process' में लाभ के जोखिम सिद्धान्त का प्रतिपादन किया है। इस सिद्धान्त के अनुसार उद्यमी का सबसे महत्वपूर्ण कार्य जोखिम उठाना है। एक उद्यमी उत्पादन के अन्य साधनों जैसे—पूंजी, श्रम, भूमि को एकत्रित करके उत्पादन आरम्भ करता है। इन साधनों को पहले से तय की गई शर्तों के अनुसार उद्यमी को भुगतान (Contractual Payment) करना पड़ता है। इन साधनों की सहायता से जो उत्पादन किया जाता है उसे बेचने में समय लगता है। वस्तुओं का उत्पादन करने तथा उनकी बिक्री में जो समय का अन्तर होता है उसमें कई प्रकार के परिवर्तन आ सकते हैं। इनके फलस्वरूप वस्तु की बिक्री से प्राप्त कुल आय लागत से कम हो सकती है। अतएव उद्यमी को हानि उठाने को जोखिम सहन करना पड़ता है। एक उद्यमी जोखिम तभी उठाएगा जब उसके बदले में उसे कोई पुरस्कार दिया जाए। यह पुरस्कार ही लाभ कहलाता है। हॉले के शब्दों में, "एक व्यवसाय का लाभ प्रबन्ध तथा समन्वय का पुरस्कार नहीं है। यह जोखिम उठाने तथा उत्तरदायित्व का पुरस्कार है।" (The profit of an undertaking is not the reward of management or co-ordination but of the risk and responsibilities—Hawley) हॉले के अनुसार, जोखिम तथा लाभ में आनुपातिक सम्बन्ध है। उद्यमी का जोखिम जितना अधिक होगा लाभ उतना ही अधिक होगा। इसके विपरीत जोखिम जितना कम होगा लाभ भी उतना ही कम होगा।

हॉले के अनुसार, एक उद्यमी को चार प्रकार के जोखिम उठाने पड़ सकते हैं: (1) प्रतिस्थापन की जोखिम (Replacement Risk)। (2) मुख्य जोखिम (Risk Proper)। (3) अनिश्चितता (Uncertainty)। (4) पुराना पड़ जाना (Obsolescence) प्रतिस्थापन को घिसावट भी कहते हैं। इसका अनुमान लगाया जा सकता है। यह लागत में शामिल कर लिया जाता है। अतएव इसके लिए कोई लाभ नहीं मिलता। मशीनों के पुराने पड़ जाने के सम्बन्ध में उचित अनुमान लगाना पूरी तरह सम्भव नहीं क्योंकि यह ठीक प्रकार से नहीं कहा जा सकता कि तकनीकी उन्नति के कारण मशीनों को बेकार होना पड़ेगा, अथवा नहीं होना पड़ेगा। फिर भी इसके खर्च को लागत में शामिल कर लिया जाता है। मुख्य जोखिम इस कारण उत्पन्न होती है, क्योंकि वस्तु को उत्पन्न करने तथा उसे बेचने के समय, जो अन्तर होता है उसमें कई प्रकार के अनिश्चित परिवर्तन आ सकते हैं। इसके फलस्वरूप उद्यमी को हानि भी हो सकती है। लागत में मुख्य जोखिम तथा अनिश्चितता का भाग शामिल नहीं होता। इसके लिए एक उद्यमी तभी जोखिम सहन करेगा जब उसे इसके बदले में कोई पुरस्कार मिलेगा। वह पुरस्कार ही लाभ है।

आलोचनार्य (Criticisms)

लाभ के जोखिम सिद्धान्त की मुख्य आलोचनाएं निम्नलिखित हैं:

- (1) **जोखिम कम करने का पुरस्कार (Reward for Reducing Risk)** : प्रो. कारवर (Carver) ने लाभ के जोखिम सिद्धान्त की आलोचना करते हुए कहा है कि "लाभ इसलिए उत्पन्न नहीं होता क्योंकि योग्य उद्यमियों द्वारा जोखिम उठायी जाती है बल्कि इसलिए उत्पन्न होता है क्योंकि योग्य उद्यमी जोखिम को कम करने में समर्थ होते हैं।" (Profits arise not because risks are borne by the entrepreneurs but because the superior entrepreneurs are able to reduce them & Carver) अतएव कारवर के अनुसार, उद्यमी लाभ इसलिए प्राप्त नहीं करते कि वे जोखिम उठाते हैं बल्कि इसलिए प्राप्त करते हैं कि वे जोखिम को नहीं उठाते हैं।
- (2) **सभी प्रकार के जोखिम का पुरस्कार नहीं है (Not a Reward for All Types of Risk)**: प्रो. नाईट के अनुसार प्रत्येक प्रकार के जोखिम का पुरस्कार लाभ नहीं होता। केवल ऐसा जोखिम जिसको देखा या जाना

नहीं जा सकता और इसलिए बीमा नहीं करवाया जा सकता, जैसे मांग तथा लागत की दशाओं से सम्बन्धित जोखिम। इनके परिणामस्वरूप ही लाभ उत्पन्न होता है। इसके विपरीत कुछ जोखिमों जैसे—आग, चोरी, दुर्घटना आदि का अनुमान लगाया जा सकता है तथा इसका बीमा करवा कर उनको दूर किया जा सकता है। इन जोखिमों के लिए कोई लाभ नहीं मिलता। अतएव नाईट के अनुसार लाभ केवल अनिश्चित जोखिमों का पुरस्कार है। सब प्रकार के जोखिमों का पुरस्कार नहीं है।

- (3) **संकीर्ण सिद्धान्त (Narrow Theory):** आलोचकों के अनुसार लाभ का जोखिम सिद्धान्त एक संकीर्ण सिद्धान्त है। उनके अनुसार लाभ केवल जोखिम उठाने का ही पुरस्कार नहीं है। उद्यमी की प्रबन्ध करने की योग्यता, एकाधिकारी स्थिति, नव-प्रवर्तन आदि के कारण भी लाभ उत्पन्न होता है। अतएव यह सिद्धान्त लाभ के केवल एक ही तत्व का वर्णन करता है बाकी तत्वों की अवहेलना करता है।
- (4) **लाभ तथा जोखिम में आनुपातिक सम्बन्ध नहीं है (No Proportional Relation Between Profit and Risk):** आलोचकों के अनुसार लाभ तथा जोखिम उठाने में कोई आनुपातिक सम्बन्ध नहीं है। यह आवश्यक नहीं है कि अधिक लाभ मिलेगा। यदि ऐसा होता तो सभी उद्यमी अधिक लाभ प्राप्त करने के लिए जोखिम उठाते तथा कोई और विशेष कार्य नहीं करते।

लाभ का अनिश्चितता सिद्धान्त (Uncertainty Bearing Theory of Profit)

फ्रैंक नाईट के अनुसार, “उद्यमी का मुख्य कार्य उत्पादन सम्बन्धी अनिश्चितताओं को सहन करना होता है। अनिश्चितताओं को सहन करने के प्रतिफल को ही लाभ कहा जाता है।” (Profit is a reward for bearing uninsurable future uncertainty)। अनिश्चितताओं (Uncertainties) को सहन करने के अतिरिक्त कोई भी उद्यमी अपने उद्योग अथवा व्यवसाय में अन्य कार्य जैसे श्रमिक का कार्य, पूंजीपति का कार्य, मैनेजर का कार्य इत्यादि भी कर सकता है तथा इन सब कार्यों के लिए भी उसे प्रतिफल प्राप्त होते हैं। परन्तु इन सभी प्रतिफलों को उद्यमी के लाभ का अंश नहीं माना जाता। ये सभी प्रतिफल वेतन, ब्याज, लगान इत्यादि के प्रतिरूप माने जाते हैं। अतः इन्हें उत्पादन लागत का हिस्सा माना जाता है, लाभ नहीं माना जाता, लाभ का सम्बन्ध केवल अनिश्चितता सहन करने से ही है। दूसरे शब्दों में, लाभ एक व्यवसाय में होने वाला प्रबन्ध अथवा समन्वय का पुरस्कार नहीं है, केवल उद्यमी की अनिश्चितता सहन करने का प्रतिफल है। यहाँ अनिश्चितता तथा जोखिम के भेद को समझ लेना जरूरी होगा। व्यवसाय सम्बन्धी जोखिम दो प्रकार के हो सकते

- (A) **पूर्व अनुमानित जोखिम (Certain Risk):** इस प्रकार के जोखिम चोरी, दुर्घटना, आग आदि से सम्बन्धित हैं। इनका प्रत्येक उद्यमी अनुमान लगा सकता है अतः वह इनकी हानि से बचने के लिए बीमा करा सकता है। इसलिए इन्हें बीमायोग्य जोखिम (Insurable Risk) कहा जाता है। ये जोखिम बीमा व्यय के कारण लागत का ही अंग बन जाते हैं, इसके लिए कोई लाभ नहीं मिलता।
- (B) **अनिश्चित जोखिम (Uncertain Risk):** प्रो. नाईट के अनुसार, एक उद्यमी को कई प्रकार के अनिश्चित जोखिम उठाने पड़ते हैं जैसे—मांग में होने वाले परिवर्तन, नये आविष्कार, सरकारी नीति में परिवर्तन, प्रतियोगिता आदि। इन जोखिमों का पूर्वानुमान लगाना सम्भव नहीं होता इसलिए इनका बीमा भी नहीं कराया जा सकता। इन अनिश्चित जोखिमों के कारण ही लाभ उत्पन्न होता है। अनिश्चित जोखिम निम्नलिखित कारणों से हो सकते हैं:
- (1) **बाजार की दशाओं में अनिश्चितता (Uncertainties in Market Condition):** प्रत्येक बाजार में मांग तथा पूर्ति में परिवर्तन आता रहता है। उत्पादक वस्तु की सम्भावित मांग के आधार पर उत्पादन करता है परन्तु यह सम्भव है कि जब उद्यमी बाजार में अपना उत्पादन बेचने के लिए तैयार हो तो मांग बहुत कम हो जाए। मांग में परिवर्तन उपभोक्ता के स्वाद या रुचि में परिवर्तन, जनसंख्या की आयु रचना, आय के वितरण

आदि के कारणों से हो सकता है। जब मांग में परिवर्तन हो जाता है तो फर्म की आय में भी परिवर्तन होता है। मांग के अचानक कम होने के कारण फर्म को काफी हानि उठानी पड़ती है। अतएव बाजार दशओं में परिवर्तन के फलस्वरूप उद्यमी को अनिश्चितता का सामना करना पड़ता है।

- (2) **प्रतियोगिता सम्बन्धी अनिश्चितता (Competitive Uncertainty):** बाजार में नई फर्मों के आने तथा प्रतियोगिता के कारण पुरानी फर्मों के लिए बाजार स्थितियाँ और अनिश्चित हो जाती हैं। नई फर्मों के कारण पुरानी फर्मों की बिक्री कम हो सकती है तथा उनके लाभ कम होने की सम्भावना बढ़ जाती है। उद्योग में नई फर्मों के प्रवेश करने तथा उनकी प्रतियोगिता शक्ति के सम्बन्ध में सदैव अनिश्चितता बनी रहती है।
- (3) **सरकारी हस्तक्षेप (Government Interference):** आर्थिक विकास एवं आर्थिक स्थायित्व लाने के दृष्टिकोण से सरकार अर्थव्यवस्था में हस्तक्षेप करती है। कभी-कभी सरकार ऐसे अनिश्चित कदम उठा लेती है, जिनका उद्यमी वर्ग होता। परिणामस्वरूप, उन्हें अनायास ही लाभ अथवा हानि उठानी पड़ती है। मुद्रा अवमूल्यन, आयात-निर्यात नियन्त्रण इत्यादि सरकार के आकस्मिक हस्तक्षेप के कुछ प्रमुख उदाहरण हैं।
- (4) **तकनीकी परिवर्तन (Technological Innovations):** आज का युग तकनीकी परिवर्तनों का युग है। प्रायः मशीनों तथा उत्पादन के अन्य पूंजीगत साधनों को घिसने से पहले बदलना पड़ता है। अन्यथा उत्पादन लागत के आधार पर किसी भी उद्यमी के लिए टिकना कठिन हो जाता है। तेजी से होने वाले औद्योगिक आविष्कारों के कारण उद्यमी के अनिश्चित-जोखिम प्रबल होते जा रहे हैं।
- (5) **व्यापारिक चक्र (Business Cycles):** व्यापारिक उतार-चढ़ाव किसी भी पूंजीवादी अर्थव्यवस्था की मूल विशेषतायें हैं। मन्दी के समय बाजार में मांग की भारी कमी होती है। चूंकि यह मन्दी अर्थव्यवस्था में होने वाली विभिन्न प्रक्रियाओं के पारस्परिक प्रभावों से उत्पन्न होती है इसलिए किसी उद्यमी द्वारा इसकी रोकथाम अथवा इनके प्रभाव का पूर्वानुमान लगाना असम्भव होता है। परिणामस्वरूप, उद्यमी की व्यावसायिक अनिश्चितता में वृद्धि होती है।

संक्षेप में, प्रो. शैकल (Schakle) के अनुसार प्रत्येक उद्यमी वस्तुओं का उत्पादन कुछ आशंसाओं (Expectations) के आधार पर करता है। ये आशंसायें ही मुख्य रूप से अनिश्चितता को जन्म देती हैं। आशंसायें दो प्रकार की हो सकती

- (1) **सामान्य आशंसायें (General Expectations):** इनका सम्बन्ध सारी अर्थव्यवस्था से सम्बन्धित तत्वों में भविष्य में होने वाले परिवर्तन है। इन तत्वों का सम्बन्ध राष्ट्रीय आय, कीमत स्तर, भुगतान सन्तुलन आदि में होने वाले परिवर्तनों से है
- (2) **विशेष आशंसायें (Particular Expectations):** इन आशंसाओं का सम्बन्ध एक फर्म या उद्योग से सम्बन्धित तत्वों में भविष्य में होने वाले परिवर्तन से है। इनका सम्बन्ध प्रतियोगी की कीमत नीति आदि से है। इन आशंसाओं के फलस्वरूप ही लाभ उत्पन्न होता है। कोई उद्यमी जितनी अधिक अनिश्चितता उठाने के लिए तैयार होना उतना ही अधिक लाभ उसको प्राप्त होगा।

आलोचनायें (Criticisms)

इस सिद्धान्त की मुख्य आलोचनायें निम्नलिखित हैं:

- (1) **लाभ के अन्य तत्वों की अवहेलना (Ignores Other Determinants of Profit):** लाभ अनिश्चितता सहन करने का ही पुरस्कार नहीं है। इस सिद्धान्त में उद्यमी के अन्य कार्य जैसे-प्रबंध करना, समन्वय करना, इत्यादि को कोई स्थान नहीं दिया गया है अतएव यह सिद्धान्त लाभ का एक अपूर्ण सिद्धान्त है।

- (2) **अवास्तविक मान्यता (Unrealistic Assumption):** इस सिद्धान्त की यह मान्यता उचित नहीं है कि उद्यमी की पूर्ति के सीमित होने का मुख्य कारण अनिश्चितता है। अनिश्चितता ही उद्यमी की सीमित पूर्ति तथा परिणामस्वरूप लाभ के उत्पन्न होने का एकमात्र कारण नहीं है। उद्यमी की सीमित पूर्ति के लिए अन्य कारण जैसे पूंजी का अभाव, ज्ञान एवं अवसर का अभाव इत्यादि भी उतने ही महत्वपूर्ण तत्व हैं। परन्तु इसका अनिश्चितता सिद्धान्त में समावेश नहीं किया गया है।
- (3) **अस्पष्ट सिद्धान्त (Vague Theory):** अनिश्चितता उठाने का सिद्धान्त लाभ के निर्धारण का एक अस्पष्ट सिद्धान्त है। आजकल संसार में बहुराष्ट्रीय निगमों (Multinational Corporations) तथा उनकी एकाधिकारी शक्तियों का इतना अधिक महत्व है कि वे अपने लाभ से एक सीमा तक निश्चितता लाने में सफल हो गए हैं। नाईट का अनिश्चितता सिद्धान्त ऐसी परिस्थितियों में तर्कसंगत नहीं जाना जाता।
- (4) **संयुक्त पूंजी कम्पनियों पर लागू नहीं होती (Not Applicable in Case of Joint Stock Companies):** संयुक्त पूंजी कम्पनियों के सम्बन्ध में नाईट का अनिश्चितता सिद्धान्त शंका रहित नहीं है। ऐसी कम्पनियों में लाभ के अधिकारी केवल फर्म के हिस्सेदार (Shareholders) होते हैं। उद्यम सम्बन्धी किसी भी कार्य को वे नहीं करते। उद्यम सम्बन्धी कार्य अथवा निर्णय वेतन पाने वाले प्रबन्धक ही करते हैं। अतः फर्म के हिस्सेदार जो कि लाभ के अधिकारी होते हैं, किसी भी प्रकार के निर्णय नहीं लेते। जबकि निर्णय लेने वाले अधिकारी लाभ के अधिकारी नहीं होते। इन कम्पनियों में लाभ का बंटवारा किस आधार पर होगा। इस सम्बन्ध में भी अनिश्चितता सिद्धान्त कोई प्रकाश नहीं डालता।
- (5) **अनिश्चितता उत्पादन का पथक साधन नहीं है (Uncertainty is Not a Separate Factor of Production):** नाईट की यह मान्यता भी ठीक नहीं है कि अनिश्चितता, श्रम, भूमि, पूंजी आदि के समान उत्पादन का एक पथक साधन है। अनिश्चितता एक मनोवैज्ञानिक धारणा है जो उत्पादन की वास्तविक लागत (Real Cost) का भाग है, परन्तु उत्पादन के साधनों की पूर्ति उनकी वास्तविक लागत के स्थान पर मौद्रिक लागत पर निर्भर करती है।

संक्षेप में, लाभ का निर्धारण का कोई निश्चित सिद्धान्त नहीं है। लाभ कई तत्वों जैसे—गत्यात्मकता, नव-प्रवर्तन, जोखिम तथा अनिश्चितता का पुरस्कार है।

एकाधिकारी लाभ का सिद्धान्त या फायदे की स्थिति (Theory of Monopoly Profit of Position of Advantage)

सैन्यूअलसन के अनुसार अधिकतर लोग लाभ के सम्बन्ध में यदि सशंकित नहीं होते तो आलोचनात्मक अवश्य होते हैं। जो लोग लाभ की आलोचना करते हैं लाभ उनके लिए मजदूरी या प्रतियोगी बाजार में जोखिम को समान करने वाले पुरस्कार का रूप नहीं होता। एक मुनाफाखोर का जो चित्र उनके सामने होता है उसमें वह एक ऐसे व्यक्ति के रूप में दिखाया जाता है जो कपट पूर्ण हिसाब किताब में दक्ष होता है और किसी न किसी प्रकार शेष समाज का शोषण करता रहता है। सम्भवतया आलोचकों के मन में लाभ का अर्थ होता है, "एकाधिकार से प्राप्त आय के रूप में लाभ।"

एकाधिकारी को अपनी फायदेमन्द स्थिति के कारण जो लाभ होता है उसे एकाधिकारी लाभ (Monopoly Profits) कहा जाता है। एकाधिकारी वस्तु की पूर्ति या कीमत को नियमित करके सामान्य लाभ से अधिक आय प्राप्त कर सकता है। एक एकाधिकारी नई फर्मों के प्रवेश को रोकने की योग्यता एवं क्षमता रखता है। परिणामस्वरूप वह अपने उत्पादन की पूर्ति को सीमित करके दीर्घकाल में भी असामान्य लाभ प्राप्त कर सकता है। इस सम्बन्ध में एकाधिकारी की स्थिति प्रतियोगी फर्म की स्थिति से अधिक लाभदायक होगी।

फायदेमन्द स्थिति या एकाधिकारी लाभ के कारण**(Causes of the Position of Advantage of Monopoly Gain)**

फायदेमन्द स्थिति के फलस्वरूप लाभ उत्पन्न होने के मुख्य कारण निम्नलिखित हैं :

- (i) **कृत्रिम दुर्लभताएं (Contrived Scarcities):** सैम्युअलसन के अनुसार एकाधिकारी, कृत्रिम दुर्लभताएं पैदा करने की स्थिति में होता है। इस प्रकार की दुर्लभताएं पेटन्ट, कापीराइट, कच्चे माल की अधिकतर पूर्ति पर अधिकार इत्यादि के कारण उत्पन्न होती हैं। कृत्रिम दुर्लभताएं पैदा करके एकाधिकारी को अपने उत्पादन की पूर्ति को सीमित करने से लाभ प्राप्त होता है।
- (ii) **रचनात्मक योग्यता की दुर्लभता (Scarcity of Creative Ability):** हाब्सन के अनुसार एकाधिकारी लाभ का। कारण उद्यमियों में रचनात्मक योग्यता की कमी है। इसके फलस्वरूप उद्यमियों की पूर्ति कम हो जाती है। उनमें अपूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति उत्पन्न हो जाती है। इस स्थिति के कारण ये उद्यमी श्रम को उसकी सीमान्त उत्पादकता से कम मजदूरी देकर आधिक्य (Surplus) प्राप्त करते हैं। यह आधिक्य या बलात् आय उनके लाभ का कारण बनता है।
- (iii) **नवप्रवर्तन (Innovations):** प्रो. शुम्पीटर के अनुसार जब कोई फर्म नवप्रवर्तन करती है तो उस वस्तु के उत्पादन के प्रारम्भ में वह फर्म एकाधिकार की स्थिति में होती है। इसलिए उसे अधिक लाभ प्राप्त होते हैं। वह वस्तु की कीमत, एकाधिकार में कीमत निर्धारण के सिद्धान्त के अनुसार तय करती है अतएव उसे एकाधिकार लाभ प्राप्त होते हैं।
- (iv) **व्यवसाय की अनिश्चितता (Uncertainty in Business):** फ्रैंक नाईट के अनुसार व्यवसाय में अनिश्चितता की प्रवृत्ति पाये जाने के फलस्वरूप एकाधिकारी लाभ उत्पन्न होते हैं। जिन उद्योगों में अनिश्चितता अधिक होती है उनमें जो उद्यमी अनिश्चितता को सफलतापूर्वक सहन नहीं कर सकते हैं उन्हें अधिक लाभ प्राप्त होते हैं। उनकी स्थिति उन उद्यमियों से अधिक फायदेमन्द होती है जो अनिश्चितता का अनुमान लगाने में असमर्थ रहते हैं।

संक्षेप में, नव-प्रवर्तन, अगतिशीलता, अनिश्चितता वहन करने की शक्ति, कृत्रिम दुर्लभताएं आदि दशाएं एक उद्यमी की स्थिति को अधिक फायदेमन्द बना देती हैं। इसके फलस्वरूप उन्हें अधिक लाभ होते हैं।

लघु प्रश्न:

1. ब्याज को परिभाषित करें
2. सकल ब्याज और शुद्ध ब्याज के बीच अंतर
3. लाभ को परिभाषित करें।
4. संक्षेप में लाभ की प्रकृति के बारे में बताएं।

लंबे प्रश्न:

1. ब्याज से आपका क्या अभिप्राय है? ब्याज के शास्त्रीय सिद्धांत का भी वर्णन करें।
2. ब्याज के विभिन्न सिद्धांतों के बारे में विस्तार से बताएं।
3. ब्याज को परिभाषित करें। ब्याज की तरलता वरीयता सिद्धांत भी समझाएं।
4. लाभ को परिभाषित करें। लाभ के गतिशील सिद्धांत की भी व्याख्या करें।
5. लाभ के सिद्धांतों पर एक विस्तृत नोट लिखें?