

Department of Economics

L.N.D. COLLEGE, MOTIHARI (BIHAR)

(a constituent unit of B.R.A. University, Muzaffarpur (Bihar))

NAAC Accredited 'B+'

Topic : पूर्ण प्रतियोगिता (PERFECT COMPETITION)

BA Economics Part I MJC/MIC/MDC (Semester I)

Instructor

Dr. Ram Prawesh

Guest Faculty (Department of Economics)

L.N.D. COLLEGE, MOTIHARI (BIHAR)

पूर्ण प्रतियोगिता (PERFECT COMPETITION)

पूर्ण प्रतियोगिता का अर्थ है कि किसी वस्तु के क्रेताओं एवं विक्रेताओं के बीच तथा विक्रेताओं तथा क्रेताओं के बीच पूर्ण प्रतियोगिता का होना। इस प्रतियोगिता के कारण ही इस प्रकार के बाजार में किसी वस्तु की कीमत सभी जगह समान होती है।

परिभाषाएँ (Definitions) - विभिन्न अर्थशास्त्रियों ने पूर्ण प्रतियोगिता की भिन्न-भिन्न विशेषताओं के आधार पर भिन्न-भिन्न परिभाषाएँ दी हैं। इनमें से कुछ महत्वपूर्ण परिभाषाएँ निम्न हैं :

(1) **श्रीमती जॉन रॉबिन्सन** के अनुसार, "पूर्ण प्रतियोगिता तब पायी जाती है जब प्रत्येक उत्पादक की उपज के लिए माँग पूर्णतया लोचदार होती है। इसका अर्थ यह है कि (i) विक्रेताओं की संख्या बहुत अधिक होती है जिससे किसी एक विक्रेता की उपज उस वस्तु की कुल उपज का एक बहुत ही थोड़ा भाग होती है तथा (ii) सभी क्रेता, प्रतियोगी विक्रेताओं के बीच चुनाव करने की दृष्टि से समान होते हैं जिससे बाजार पूर्ण हो जाता है।"

(2) **प्रो. फर्गुसन** एवं **क्रेप** के अनुसार, "एक उद्योग पूर्ण प्रतियोगिता वाला तब होता है जब समस्त बाजार की तुलना में प्रत्येक क्रेता तथा विक्रेता इतना छोटा होता है कि वह अपनी खरीद अथवा उत्पादन में परिवर्तन करके बाजार कीमत को प्रभावित नहीं कर सकता है।" 1

इस प्रकार स्पष्ट है कि पूर्ण प्रतियोगिता बाजार की वह स्थिति है जिसमें क्रेता और विक्रेता बड़ी संख्या में वस्तु का विनिमय करते हैं; उनको बाजार की अवस्था का पूर्ण ज्ञान होता है तथा कीमत की प्रवृत्ति समस्त बाजार में एक समान होने की होती है।

पूर्ण प्रतियोगिता की विशेषताएँ (FEATURES OF PERFECT COMPETITION)

पूर्ण प्रतियोगिता की मुख्य विशेषताएँ निम्नलिखित हैं:

1. **क्रेताओं और विक्रेताओं की अत्यधिक संख्या का होना (Large Number of Buyer and Sellers)** - पूर्ण प्रतियोगिता के अन्तर्गत विक्रेताओं के साथ-साथ क्रेताओं की संख्या भी बहुत ज्यादा होती है जिसके फलस्वरूप प्रत्येक क्रेता उद्योग के कुल उत्पादन का एक बहुत छोटा-सा भाग खरीदता है अर्थात् वह अपनी सीमित खरीद (माँग) के कारण ही वस्तु की कीमत को प्रभावित करने की स्थिति में नहीं होता है।

2. **एकरूप वस्तु (Homogeneous Product)**- पूर्ण प्रतियोगिता के अन्तर्गत सभी फर्मों द्वारा उत्पादित वस्तुएँ रंग, रूप, आकार तथा गुण में एकरूप होती है अर्थात् बाजार में किसी प्रकार का कोई वस्तु-विभेद नहीं पाया जाता है।

3. **फर्मों को प्रवेश व छोड़ने की स्वतन्त्रता (Free Entry and Exist of Firms)**- इस बाजार में कोई भी नई फर्म उद्योग में प्रवेश कर सकती है तथा काम में लगी कोई भी फर्म उत्पादन बन्द कर उद्योग छोड़ सकती है। जिस बाजार में ये उपरोक्त तीन शर्तें पाई जाती हैं, उसे अर्थशास्त्री '**विशुद्ध प्रतियोगी बाजार**' (Pure Competition Market) कहते हैं। इस बाजार में एकाधिकारी तत्व पूर्णतया अनुपस्थित रहता है किन्तु आजकल अर्थशास्त्र में विशुद्ध प्रतियोगिता के स्थान पर पूर्ण प्रतियोगिता बाजार की धारणा का ही अधिक उपयोग किया जाता है।

4. **पूर्ण ज्ञान (Full Knowledge)** - क्रेताओं और विक्रेताओं को वस्तु की कीमत की पूरी-पूरी जानकारी होती है। क्रेताओं को इस बात का पूर्ण ज्ञान होता है कि भिन्न-भिन्न विक्रेता वस्तु को किस कीमत पर बेच रहे हैं और विक्रेताओं को यह ज्ञान होता है कि कहाँ और किस क्रेता से उन्हें अधिक कीमत प्राप्त हो सकती है।

5. **पूर्ण गतिशीलता (Perfect Mobility)** - पूर्ण प्रतियोगिता की एक मुख्य विशेषता यह भी है कि इस

प्रकार के बाजार में वस्तुओं एवं सेवाओं और साधनों की गतिशीलता पायी जाती है। उत्पादन के साधन अपने विभिन्न उद्योगों में से जहाँ-कहीं वे रोजगार चाहते हैं, वहीं जाने को वे मुक्त होते हैं।

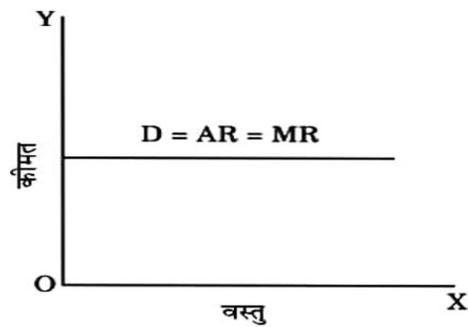
6. **यातायात लागतों का अभाव (No Transportation Cost)** - पूर्ण प्रतियोगिता बाजार में वस्तु के यातायात की लागत का कीमत पर कोई प्रभाव नहीं पड़ता।

7. **विक्रय लागत का अभाव (No Selling Cost)** - पूर्ण प्रतियोगिता में विक्रेता विज्ञापन, प्रचार आदि पर खर्च नहीं करता। सब फर्मों का उत्पादन एक समान होता है।

8. **समान कीमत (Single Price)**- सारे बाजार में उस वस्तु की एक ही कीमत प्रचलित रहती है। यदि कोई विक्रेता अधिक कीमत रखेगा तो उसकी माँग शून्य हो जायेगी।

9. **कोई प्रतिबन्ध नहीं (No Restriction)**- इस बाजार में वस्तु के क्रेताओं व विक्रेताओं पर सरकार या अन्य किसी भी संस्था की ओर से कोई भी प्रतिबन्ध नहीं होता। हर बात का निर्णय बाजार की शक्तियों के आधार पर होता है।

10. **क्षैतिज औसत आगम वक्र (Horizontal Average Revenue Curve)** - पूर्ण प्रतियोगिता बाजार में एक फर्म का औसत व सीमान्त आगम वक्र X-अक्ष के समानान्तर होता है जो पूर्णतया लोचदार माँग को प्रकट करता है। इसे चित्र 1 में दर्शाया गया है।



चित्र 1

इसका अर्थ है कि पूर्ण प्रतियोगिता बाजार में प्रत्येक फर्म कीमत ग्रहण करने वाली (Price-taker) होती है, कीमत-निर्धारण करने वाली (Price-maker) नहीं।

पूर्ण प्रतियोगिता का औचित्य अथवा क्या पूर्ण प्रतियोगिता एक मिथ्या कल्पना है ?

चूँकि पूर्ण प्रतियोगिता से सम्बन्धित उपरोक्त सारी शर्तों की पूर्ति वास्तविक संसार में नहीं होती है इसलिए अर्थशास्त्रियों का कहना है कि पूर्ण प्रतियोगिता एक कोरी कल्पना है और इसके अन्तर्गत कीमत-निर्धारण सिद्धान्त की खोज करना व्यर्थ है। न तो वास्तविक जीवन में ऐसी स्थिति मिलती है कि क्रेता तथा विक्रेता मूल्य को किसी अंश तक भी प्रभावित कर सकें; न फर्मों को उद्योगों में आने या बाहर जाने की स्वतन्त्रता होती है; न विभिन्न उत्पादकों द्वारा उत्पादित वस्तु एक समान या एकरूप होती है; न क्रेताओं को बाजार का पूर्ण ज्ञान होता है; न क्रेता तथा विक्रेता स्वतन्त्र रूप से कार्य करते हैं; न कीमतों तथा लाभों का पूरा ज्ञान प्राप्त होता है और न उत्पादन के साधन पूर्णतया गतिशील होते हैं अतः पूर्ण प्रतियोगिता का विचार एक कोरी कल्पना मात्र ही है और इसलिए चैम्बरलिन, श्रीमती जॉन रॉबिन्सन आदि के अनुसार पूर्ण प्रतियोगिता के अन्तर्गत मूल्य की खोज ही व्यर्थ है परन्तु इसका अर्थ यह नहीं है कि पूर्ण प्रतियोगिता वास्तविक जीवन में देखने को नहीं मिलती है। कुछ क्षेत्र ऐसे हैं जहाँ पूर्ण प्रतियोगिता से मिलती-जुलती स्थिति देखने को मिलती है, जैसे- (अ) कृषि की वस्तुओं का बाजार, (ब) स्टॉक तथा शेयर का बाजार तथा (स) विदेशी मुद्रा बाजार।

एकाधिकार का अर्थ (Meaning of Monopoly)

अंग्रेजी शब्द 'Monopoly' दो शब्दों 'Mono' और 'Poly' से मिलकर बना है। 'Mono' का अर्थ है अकेला, 'Poly' का अर्थ है विक्रेता। अतः 'Monopoly' का शाब्दिक अर्थ है-अकेला विक्रेता अथवा एकाधिकार। इस प्रकार से "एकाधिकार में केवल एक ही उत्पादक होता है या वस्तु की पूर्ति उत्पादकों के समूह के हाथ में होती है जिससे वे वस्तु की कीमत पर प्रत्यक्ष प्रभाव रखते हैं।"

अतः स्पष्ट है कि "एकाधिकार से हमारा आशय बाजार की उस परिस्थिति से है जिसमें एक विशिष्ट वस्तु की पूर्ति पर किसी एक उत्पादक अथवा फर्म का पूर्ण नियन्त्रण रहता है।" चूँकि बाजार में केवल एक ही उत्पादक या फर्म रहती है इसलिए एकाधिकार की स्थिति में फर्म और उद्योग पर्यायवाची होते हैं। इस प्रकार "एकाधिकार वाला उद्योग अनिवार्यतः एक फर्म का उद्योग (Single Firm Industry) होता है।" उद्योग के सम्बन्ध में किया गया विश्लेषण फर्म के विषय में भी सही होता है और इसी प्रकार फर्म का विश्लेषण उद्योग के विषय में भी सत्य होता है, जबकि पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा के अन्तर्गत हम उद्योग और फर्म का अध्ययन अलग-अलग करते हैं।

इस सम्बन्ध में दूसरी बात यह उल्लेखनीय है कि एकाधिकार में किसी फर्म की उत्पादित वस्तु की कोई निकट 'प्रतिस्थापक वस्तु' (Substitute) नहीं होती जिसके कारण उस वस्तु की कीमत में परिवर्तन का अन्य वस्तुओं की कीमत पर कोई विशेष प्रभाव नहीं पड़ता और न ही उस वस्तु की कीमत पर अन्य वस्तुओं के कीमत-परिवर्तन का प्रभाव पड़ता है।

एकाधिकार की परिभाषाएँ (DEFINITIONS OF MONOPOLY)

एकाधिकार की विभिन्न अर्थशास्त्रियों द्वारा दी गयी परिभाषाओं में से कुछ प्रमुख परिभाषाएँ अग्र प्रकार हैं-

1. **प्रो. थॉमस (Thomas)** के अनुसार, "विस्तृत अर्थ से 'एकाधिकार' शब्द वस्तुओं अथवा सेवाओं के किसी भी प्रभावपूर्ण कीमत में नियन्त्रण को व्यक्त करता है, चाहे वह माँग का हो अथवा पूर्ति का किन्तु संकुचित अर्थ में इसका आशय उत्पादकों तथा विक्रेताओं के ऐसे संघ से होता है जो कि वस्तुओं अथवा सेवाओं की पूर्ति कीमत को नियन्त्रित करके करता है।"

2. **लर्नर (Lerner)** के अनुसार, "एकाधिकारी का अभिप्राय उस विक्रेता से है जिसकी वस्तु का माँग वक्र गिरता हुआ होता है।"

3. **बोल्डिंग (Boulding)** के अनुसार, "शुद्ध एकाधिकारी वह फर्म है जो कि कोई ऐसी वस्तु उत्पन्न रही है जिसका किसी अन्य फर्म की उत्पादित वस्तुओं में कोई प्रभावपूर्ण स्थानापन्न नहीं होता। 'प्रभावपूर्ण' से यहाँ आशय है कि यद्यपि एकाधिकारी असाधारण लाभ कमा रहा है, तथापि अन्य फर्मों ऐसी स्थानापन्न वस्तुएँ उत्पन्न करके, जो कि खरीदारों को एकाधिकारी की वस्तु से दूर कर सकें, उक्त लाभों पर अतिक्रमण करने की स्थिति में नहीं है।"

संक्षेप में, हम विशुद्ध अथवा पूर्ण एकाधिकारी की परिभाषा इस प्रकार दे सकते हैं-"एकाधिकारी से आशय उस एकाकी फर्म उद्योग से है जहाँ पर फर्म की वस्तु एवं बाजार में बेची जाने वाली वस्तुओं के बीच में माँग की भेदक लोच (Cross Elasticity of Demand) शून्य होती है।"

एकाधिकार की विशेषताएँ (FEATURES OF MONOPOLY)

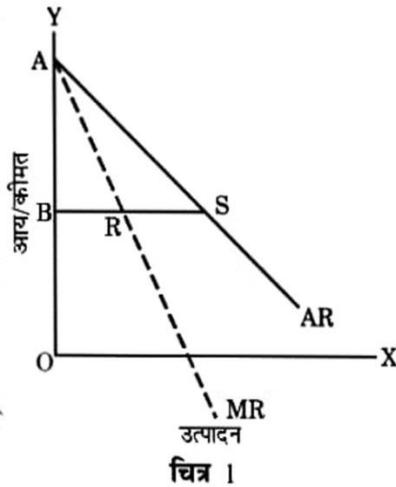
(1) **अकेला उत्पादक अथवा विक्रेता (Single Producer or Seller)**- एकाधिकारी अपनी वस्तु का अकेला उत्पादक अथवा विक्रेता होता है।

(2) **फर्म एवं उद्योग एक-दूसरे के पर्यायवाची** (Firm and Industry are Synonymous)- एकाधिकारी एक फर्म वाला उद्योग होता है, अतः फर्म एवं उद्योग दोनों एक-दूसरे के पर्यायवाची होते हैं।

(3) **प्रभावपूर्ण निकट प्रतिस्थानापन्न वस्तुओं का अभाव** (No near Effective Substitutes)- एकाधिकारी ऐसी वस्तु का उत्पादन एवं विक्रय करता है जिसके प्रभावपूर्ण निकट प्रतिस्थानापन्न वस्तुएँ बाजार में उपलब्ध नहीं होती हैं।

(4) **नई फर्मों के प्रवेश पर प्रभावपूर्ण रोक** (Effective Control on Entry of New Firms) एकाधिकार की स्थिति में न केवल अल्पकाल में बल्कि दीर्घकाल में भी नई फर्मों के प्रवेश पर प्रभावी रोक लगी होती है। एकाधिकार तभी बना रहता है जब तक नई फर्म उद्योग में प्रवेश न कर सकें।

(5) **औसत आय और सीमान्त आय वक्र** (Average Income and Marginal Income Curve)- एकाधिकारी फर्म का औसत आय वक्र (AR) बायें से दायें नीचे की ओर ढालू होता है जो यह बताता है कि कम कीमत पर कम वस्तु बेची जा सकती है। सीमान्त आगम वक्र (MR) औसत आगम वक्र (AR) की तरह नीचे की ओर ढालू होता है तथा औसत आगम वक्र से नीचे होता है। एकाधिकारी की औसत आय या आगम व सीमान्त आगम को संलग्न चित्र 1 में दिखाया गया है।



(6) **स्वतन्त्र कीमत नीति** (Independent Price Policy)- एकाधिकारी फर्म स्वतन्त्र कीमत नीति अपना सकती है अर्थात् वह अपनी इच्छानुसार कीमत में कमी या वृद्धि कर सकती है। औसत आगम वक्र का नीचे की ओर ढालू होना ही यह प्रकट करता है कि फर्म कीमत निर्धारक (Price-maker) होती है।

(7) **कीमत-विभेद सम्भव है** (Price Discrimination Possible)- एकाधिकारी अवस्था में कीमत-विभेद सम्भव है अर्थात् उत्पादक अपनी वस्तु को अलग-अलग क्रेताओं अथवा अलग-अलग स्थानों पर अलग-अलग कीमतों पर बेच सकता है।

(8) **बेलोचदार माँग** (Inelastic Demand)- एकाधिकारी को अपनी वस्तु की बेलोचदार माँग का सामना करना पड़ता है अर्थात् एकाधिकारी वस्तु की पूर्ति को कम अथवा अधिक कर सकता है।

(9) **वस्तु की पूर्ति पर पूर्ण नियन्त्रण** (Full Control on Supply of Goods)- एकाधिकारी का अपनी वस्तु की पूर्ति पर पूर्ण नियन्त्रण होता है अर्थात् वह अपनी वस्तु की पूर्ति को कम अथवा अधिक कर सकता है।

(10) दीर्घकाल में असामान्य लाभ (Abnormal Profits in Long Period) - एकाधिकारी दीर्घकाल में असामान्य लाभ अर्जित करता है।

एकाधिकार का वर्गीकरण (Classification of Monopoly)

(1) व्यक्तिगत एवं सार्वजनिक एकाधिकार (Private and Public Monopoly) - व्यक्तिगत एकाधिकार वह है जिसमें फर्म का स्वामित्व व्यक्तिगत साहसी या संगठन के आधार पर होता है जिसका प्रथम उद्देश्य अपने लाभ को अधिकतम करना होता है। इसके विपरीत, सार्वजनिक एकाधिकार वह है जिसमें स्वामित्व सरकार या सार्वजनिक संस्थाओं का होता है। इस प्रकार के एकाधिकारों का उद्देश्य सामाजिक कल्याण में वृद्धि करना होता है।

(2) साधारण व विवेचनात्मक एकाधिकार (Simple and Discriminating Monopoly) - साधारण एकाधिकार उसे कहते हैं जबकि एकाधिकारी अपनी वस्तु के लिए विभिन्न उपभोक्ताओं से एक ही कीमत वसूल करता है किन्तु विवेचनात्मक एकाधिकार के अन्तर्गत एकाधिकारी एक ही वस्तु के लिए विभिन्न उपभोक्ताओं से भिन्न-भिन्न कीमत वसूल करता है।

(3) पूर्ण या शुद्ध तथा अपूर्ण एकाधिकार (Pure and Imperfect Monopoly)- शुद्ध एकाधिकार उसे कहते हैं जिसमें एकाधिकारी को को नयी नयी फर्मों का उद्योग में प्रवेश करने का डर नहीं होता अर्थात् जिसमें स्पर्दा का तत्व लेशमात्र भी नहीं होता। प्रो. चेम्बरलिन ने कहा है, "शुद्ध एकाधिकार वह दशा है जिसमें सभी वस्तुओं की पूर्ति पर एक ही फर्म का नियन्त्रण होता है। इसके विपरीत, पूर्ण एकाधिकार उसे कहते हैं जिसमें नयी फर्मों के प्रवेश, सरकारी नियन्त्रण आदि का भय रहता है।"

एकाधिकार की उत्पत्ति के कारण

एकाधिकार की उत्पत्ति के कुछ प्रमुख कारण हैं जिनकी व्याख्या नीचे प्रस्तुत की जा रही है-

(1) कच्चे मालों का केन्द्रीकरण (Centralisation of Raw Materials)- किसी वस्तु के निर्माण के लिए जब सम्पूर्ण कच्चा माल किसी व्यक्ति के क्षेत्र में आ जाता है तो एकाधिकार का जन्म होता है। उदाहरण के लिए, देश में विभाजन के पूर्व बंगाल को जूट के उद्योगों का एकाधिकार प्राप्त था।

(2) कानूनी एकाधिकार (Legal Monopoly) - कभी-कभी कानून द्वारा भी एकाधिकार स्थापित किया जाता है; जैसे-जब सरकार किसी कम्पनी को शहर में पानी या बिजली की व्यवस्था का एकाधिकार दे देती है तो उसे कानूनी एकाधिकार कहते हैं।

(3) अत्यधिक पूँजी विनियोग (Heavy Capital Investment)- बहुत-से ऐसे उद्योग हैं जिनके उत्पादन तथा स्थापना के लिए अधिक पूँजी की आवश्यकता पड़ती है जिसके कारण छोटे-छोटे पूँजीपति इस प्रकार के उद्योगों की स्थापना नहीं कर पाते और उनकी स्थापना कुछ ही बड़े-बड़े पूँजीपति कर सकते हैं जिससे पूर्ण एवं स्वतन्त्र प्रतियोगिता नहीं हो पाती तथा वे आपस में मिलकर एकाधिकार संघ स्थापित कर लेते हैं।

(4) व्यापारिक नाम (Goodwill)- जब किसी उत्पादक का बहुत नाम हो जाता है, तब भी नये उत्पादक इस वस्तु के उत्पादन में प्रवेश नहीं करते। इस प्रकार से एकाधिकार स्थापित हो जाता है। (5) गला घोट प्रतियोगिता (Cut-throat Competition)- जब गला घोट प्रतियोगिता से बचने के लिए फर्मों वस्तु की पूर्ति अथवा उसे निर्यान्वत करने हेतु आपस में मिलकर संघों का निर्माण करती हैं तो एकाधिकार की उत्पत्ति होती है।

(6) **पैटेंट अधिकार (Patent Right)**- विशेष कानूनी अधिकारों के मिलने से भी एकाधिकार उत्पन्न हो जाता है। कुछ उत्पादनकर्ता कानून द्वारा अपना खास पैटेंट राइट अथवा ट्रेड मार्क का एकाधिकार प्राप्त करते हैं। अन्य उत्पादकों द्वारा वह ट्रेड मार्क प्रयोग नहीं किया जा सकता है।

(7) **सार्वजनिक हितों की रक्षा (Protection of Public Interest)**- सार्वजनिक अपव्यय को कम करने अथवा सार्वजनिक हितों की रक्षा के लिए एकाधिकार का जन्म होता है। कुछ सेवाएँ; जैसे-बिजली, टेलीफोन, रेल यातायात आदि उद्योगों में कई कम्पनियों के बजाय एक हो कम्पनी रखी जाती है।

(8) **आयात-निर्यात कर नीति (Tarrif Policy)**- आयात-निर्यात करों से भी एकाधिकार का निर्माण प्रोत्साहित होता है; जैसे-आयात पर प्रतिबन्ध लगा देने से विदेशी प्रतिस्पर्धा रुक जाती है और स्वदेशी उत्पादकों को एकाधिकारी संयोग बनाकर अधिकतम लाभ उत्पन्न करने का अवसर मिल जाता है।