

# Department of Economics

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

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

NAAC Accredited 'B+'

**Topic :** फर्म के सिद्धान्त (THEORY OF FIRM)

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

Instructor

**Dr. Ram Prawesh**

Guest Faculty (Department of Economics)

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

## फर्म के सिद्धान्त (THEORY OF FIRM)

फर्म के सिद्धान्त के सम्बन्ध में काफी मतभेद रहा है। प्रतिष्ठित एवं नव-प्रतिष्ठित अर्थशास्त्रियों का मत था कि फर्म का मुख्य उद्देश्य लाभ अधिकतमकरण (Profit Maximisation) है। फर्म द्वारा लाभ अधिकतम करने के उद्देश्य को विवेकपूर्ण व्यवहार माना जाता है किन्तु विगत वर्षों में लाभ अधिकतमकरण करने की कटु आलोचना की गयी है और कई वैकल्पिक उद्देश्य, जैसे-बिक्री अधिकतमकरण, तुष्टिप्रद व्यवहार, सन्तुष्टि अधिकतमकरण आदि सुझाए गये हैं जिन्हें फर्म प्राप्त करने की चेष्टा करती है। ये सिद्धान्त आधुनिक बड़े निगमों में मालिकों और प्रबन्धकों के बीच भेद मानते हैं। ये अनिश्चितता की अवस्थाओं के अन्तर्गत फर्मों में निर्णयकरण प्रक्रिया पर विचार करती हैं जबकि फर्म के नव-प्रतिष्ठित सिद्धान्त में लागत और माँग सम्बन्धी स्थितियों के पूर्ण ज्ञान पर विचार किया जाता है। फर्म के प्रमुख सिद्धान्तों की व्याख्या हम नीचे कर रहे हैं-

- (I) लाभ अधिकतमकरण सिद्धान्त (Profit Maximisation Theory),
- (II) प्रो. बामोल का बिक्री अधिकतमकरण सिद्धान्त (Prof. Baumol's Sales Maximisation Theory),
- (III) साइमन का तुष्टिप्रद या संतोषप्रद व्यवहार सिद्धान्त (Simon's Satisficing Behaviour Theory),
- (IV) प्रो. सिटोवस्की का सन्तुष्टि अधिकतमकरण सिद्धान्त (Prof. Sitovskys's Satisfaction Maximisation Theory),
- (V) प्रो. विलियमसन प्रबन्धकीय विवेक सिद्धान्त (Prof. Williamson's Managerial Discretion Theory),
- (VI) सीर्ट तथा मार्च का व्यवहारवादी सिद्धान्त (Cyert and March Behavioural Model),
- (VII) प्रो. राथसचाइल्ड का सुरक्षा हेतुक सिद्धान्त (Prof. Rothschild's Security Motive Theory),
- (VIII) प्रो. बेन का सीमा कीमत निर्धारण सिद्धान्त (Prof. Bain's Limit Pricing Theory),
- (IX) मैरिस का विकास अधिकतमकरण मॉडल (Growth Maximisation Model of Marris)

### (II) प्रो. बामोल का बिक्री अधिकतमकरण सिद्धान्त (PROF. BAUMOL'S SALES MAXIMISATION THEORY)

प्रो. बामोल ने बिक्री अधिकतमकरण अवधारणा को परम्परागत लाभ अधिकतमकरण की मान्यता के विकल्प में प्रस्तुत किया है। उनका मत है कि व्यावहारिक जीवन में एक फर्म का अन्तिम उद्देश्य अपने कुल विक्रय या आय को अधिकतम करना होता है, न कि कुल लाभ को। इनका विचार है कि फर्म अपने विक्रय को इसीलिए बढ़ाने का प्रयत्न नहीं करतीं कि वे अपनी परिचालन कुशलता के उद्देश्यों को प्राप्त करना चाहती है बल्कि एक व्यापारी के लिए बिक्री स्वयं में एक उद्देश्य बन गयी है। अतः उनका मत है कि फर्म के व्यवहार से सम्बन्धित सबसे उचित मान्यता बिक्री को अधिकतम करना है। बिक्री से तात्पर्य वस्तु को बेचने से प्राप्त कुल आय है। अतः उन्होंने इसे परिकल्पना बिक्री अधिकतम सिद्धान्त (Sales Maximisation Hypothesis) अथवा आय अधिकतम सिद्धान्त (Revenue Maximisation Hypothesis) की संज्ञा दी है। वास्तविक जीवन में फर्मों के व्यवहार तथा कार्यकारण पर प्रकाश डालते हुए प्रो. बामोल ने बताया कि विक्रय मात्रा एक फर्म के लिए प्रतिष्ठा का प्रश्न होता है क्योंकि अपने समाज में साहसी का स्थान उसकी फर्म की बिक्री की मात्रा पर निर्भर करता है। उन्होंने कहा, "स्पष्टतः यह सामान्य अनुभव है कि कोई व्यक्ति किसी व्यावसायिक अधिकारी से पूछता है-व्यापार कैसा है ? तो वह यही बताता है कि बिक्री बढ़ (या कम हो) रही है और यदि यह लाभों का वर्णन भी करता है तो वह बाद में सोचा गया विषय होता है।" इस सम्बन्ध में प्रो. बामोल ने बताया कि अमेरिका की 'Young Presidents Organization' (जो एक सम्मान सूचक समिति है) का

सदस्य बनने की दो शर्तें हैं- (1) प्रार्थी 40 वर्ष से कम आयु का हो और (2) जिस कम्पनी का वह प्रमुख है, उसकी वार्षिक बिक्री दस लाख डालर से अधिक ही होनी चाहिए (भले ही कम्पनी दिवालिया होने जा रही है)। इस प्रकार बामोल का दृढ़ विचार यही है कि बिक्री को अधिकतम करना ही आधुनिक युग में फर्मों का प्रमुख उद्देश्य बन गया है और इसलिए उनकी समस्त शक्तियाँ विक्रय बढ़ाने तथा उसे अधिकतम करने में लगी होती हैं।

#### (V) प्रबन्धकीय विवेक सिद्धान्त (MANAGERIAL DISCRETION THEORY)

प्रो. विलियमसन (Williamson) ने अपने लेख 'Managerial Discretion and Business' (1963) में प्रबन्धकीय विवेक सम्बन्धी सिद्धान्त का प्रतिपादन किया। यह सिद्धान्त इस मान्यता पर आधारित है कि फर्म के स्वामी या शेयरहोल्डर तथा उसके प्रबन्धक दो अलग-अलग समूह होते हैं जिनकी अभिरुचि (Interest) भी पृथक् पृथक् होती है। स्वामी या शेयरहोल्डर की रुचि अधिक लाभांश में होती है अतः वह व्यवसाय के लाभों को अधिकतम करना चाहता है, जबकि प्रबन्धक का उद्देश्य लाभ के एक ऐसे स्तर को प्राप्त करना होता है जो शेयरहोल्डर्स को एक सन्तोषजनक लाभांश प्रदान करा सके और फिर भी विकास बना रहे। इसके बाद प्रबन्धक की अभिरुचि अपनी आय को अधिकतम करने व स्टॉफ पर अधिक व्यय करने में रहती है। विलियमसन के शब्दों में, "जहाँ तक पूँजी बाजार का प्रश्न है, इसमें दबाव और वस्तु बाजार में प्रतियोगिता अपूर्ण है, इसलिए प्रबन्धक अपने विवेक से लाभों के अतिरिक्त अन्य उद्देश्यों को प्राप्त करते हैं।" संक्षेप में, लाभ के एक न्यूनतम स्तर के बाद प्रबन्धक की रुचि अपने उपयोगिता फलन (Utility Function) को अधिकतम करने में रहती है। विलियमसन के उपयोगिता फलन को निम्न प्रकार व्यक्त किया जा सकता है-  
जहाँ,

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

1. U = प्रबन्धकीय उपयोगिता

2. S = वेतन सहित स्टाफ व्यय (Staff Expenditure including Salary) -

इसके अन्तर्गत निम्नलिखित दो व्ययों को सम्मिलित किया जाता है-

(अ) फर्मों के प्रबन्धकों को प्राप्त होना वाला वेतन तथा अन्य मौद्रिक आय। यह प्रबन्धकों की उपयोगिता निर्धारित करने वाला महत्वपूर्ण घटक होता है क्योंकि यह उसके निजी व्यय तथा जीवन स्तर को निर्धारित करते हैं।

(ब) इस चर अर्थात् (S) में सम्मिलित होने वाला दूसरा महत्वपूर्ण तत्व है प्रबन्धकों के नियन्त्रण के अन्तर्गत कर्मचारियों की संख्या। सामान्यतया एक प्रबन्धक के नियन्त्रण के अन्तर्गत कर्मचारियों की संख्या जितनी अधिक होती है, उसके वेतन तथा अन्य मौद्रिक पारितोषिक की मात्रा उतनी ही अधिक होती है। इन कारणों से कर्मचारियों की संख्या उस उपयोगिता को निर्धारित करती है जो एक प्रबन्धक प्राप्त करता है।

विलियमसन के मतानुसार चूँकि कर्मचारियों की संख्या तथा प्रबन्धक के वेतन के बीच घनिष्ठ धनात्मक सम्बन्ध पाया जाता है, इसलिए वह प्रबन्धक द्वारा उपयोगिता को अधिकतम करने के अपने मॉडल में दो पृथक् पृथक् चर वेतन तथा कर्मचारियों की संख्या के बजाय 'वेतन सहित स्टाफ व्यय' को एक चर मानते हैं।

3. M = प्रबन्धकीय स्लैक (Managerial Slack) - प्रबन्धकों की उपयोगिता को प्रभावित करने = वाला दूसरा तत्व प्रबन्धकीय स्लैक है। इसके अन्तर्गत अनावश्यक प्रबन्धकीय अनुलाभ (Non-essential Managerial Perquisites) सम्मिलित होता है। प्रबन्धकीय स्लैक के उदाहरण हैं- अत्यधिक सुसज्जित कार्यालय, विलासितापूर्ण कम्पनी की कारें, मनोरंजन खर्चे आदि। इस प्रकार का व्यय मात्र प्रबन्धक के सम्मान, शक्ति तथा रुतबे की तरफ संकेत करता है परन्तु फर्म की उत्पादन लागत का एक अंग बन जाता है।

4.  $I_D$  = विवेकाधीन विनियोग (Discretionary Investment)- साधनों की वह मात्रा जिसे प्रबन्धक अपनी सूझ-बूझ के अनुसार व्यय कर सकते हैं, उसे विवेकाधीन विनियोग कहते हैं। प्रबन्धकीय उपयोगिता, प्रबन्धक के इस विवेक पर भी निर्भर करती है कि वह सामान्य प्राचलन (Normal Operation) के अतिरिक्त कितना विनियोग करता है। विनियोग का यह अधिकार प्रबन्धक के फर्म में शक्ति (Power) व सम्मान (Status) को प्रदर्शित करता है। ये विनियोग सामान्यतया प्रबन्धक की निजी सन्तुष्टि से सम्बन्धित होते हैं।

#### (VI) सीर्ट तथा मार्च का व्यवहारवादी सिद्धान्त (BEHAVIOUR MODEL OF CYERT AND MARCH)

व्यवहारवादी सिद्धान्त जिसका प्रतिपादन साइमन (Simon) ने किया था, उसका और अधिक विस्तार सीर्ट एवं मार्च ने 'A Behavioural Theory of the Firm' (1963) में किया। प्रो. साइमन का तर्क है कि वास्तविक व्यापार संसार (Real Business World) अनिश्चितताओं से परिपूर्ण है, सही व पर्याप्त समकों का सर्वथा अभाव है, जहाँ समंक उपलब्ध भी हैं, वहाँ प्रबन्धकों के पास उन समकों का विश्लेषण करने का समय नहीं है और साथ ही प्रबन्धकों को बहुत-से प्रतिबन्धों (Constraints) के अन्तर्गत कार्य करना पड़ता है। ऐसी स्थिति में फर्म का प्रबन्धक उस विवेक से कार्य नहीं कर पाता जैसा कि लाभ अधिकतमकरण उद्देश्य में परिकल्पना की गयी है। अतः व्यवहारवादी सिद्धान्त के समर्थकों का कहना है कि कीमत उत्पादन बिक्री की रणनीति से सम्बन्धित निर्णय लेते समय माँग या लागत की अनिश्चित दशाओं के अन्तर्गत यह जानना असम्भव है कि लाभ अधिकतम किये जा रहे हैं अथवा नहीं। अतः फर्म लाभ अधिकतम नहीं करती हैं। इसलिए जब फर्म विवेकपूर्ण व्यवहार करती हैं तो उनका उद्देश्य अधिकतम करने के बजाय सन्तोषजनक लाभ की दर प्राप्त करना होता है

सीर्ट तथा मार्च के अनुसार आजकल के बड़े पैमाने की निगमित व्यावसायिक फर्मों के समय में अब हम उन्हें एकमात्र बड़ा निर्णयकर्ता (अर्थात् उद्यमकर्ता) नहीं मान सकते बल्कि हमें उन्हें जटिल समूह या उन विभिन्न व्यक्तियों से निर्मित जटिल संगठन के रूप में देखना चाहिए जिनके हित एक-दूसरे से टकरा सकते हैं। इस समूह (संगठन) के अन्तर्गत निम्नलिखित को सम्मिलित किया जाता है-

1. अंशधारी (Shareholders)- जो तीव्र विकास दर और उच्च लाभ प्राप्त करना चाहते हैं।

2. प्रबन्धक (Managers) - जो अधिक वेतन, सुविधाएँ, शक्ति, प्रभुत्व व नेतृत्व चाहते हैं। 3. श्रमिक (Workers)- जो अधिक मजदूरी, अच्छी कार्य दशाएँ एवं शीघ्र पदोन्नति चाहते हैं। 4. ग्राहक (Customers)- जो सस्ती व अच्छी वस्तुएँ चाहते हैं।