

एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता

Dr. Amitendra Singh
Economics Department
Govt. Girls PG College ,RJPM Lucknow
E mail-amitendra82@gmail.com.in

एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता

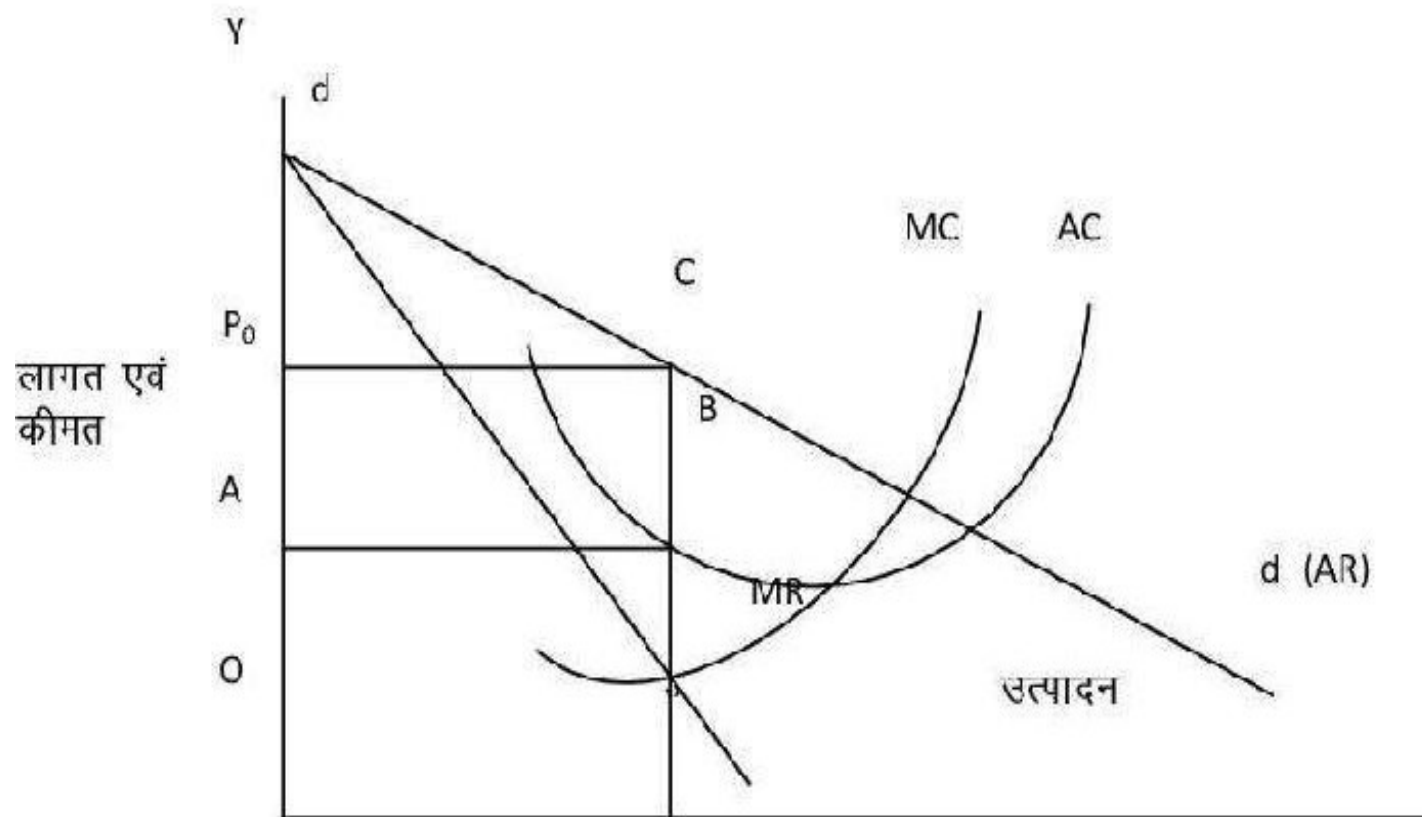
- ▶ एकाधिकारिक प्रतियोगिता-अर्थ एवं विशेषताएं
- ▶ एकाधिकारिक प्रतियोगिता अल्पकाल में फर्म का संतुलन
- ▶ एकाधिकारिक प्रतियोगिता दीर्घकाल में फर्म का संतुलन तथा समूह संतुलन
- ▶ चैम्बरलिन के एकाधिकारिक प्रतियोगिता सिद्धान्त की आलोचना
- ▶ एकाधिकारिक प्रतियोगिता तथा पूर्ण प्रतियोगिता में तुलना

एकाधिकारक प्रातयागता-अथ एव विशेषताएं

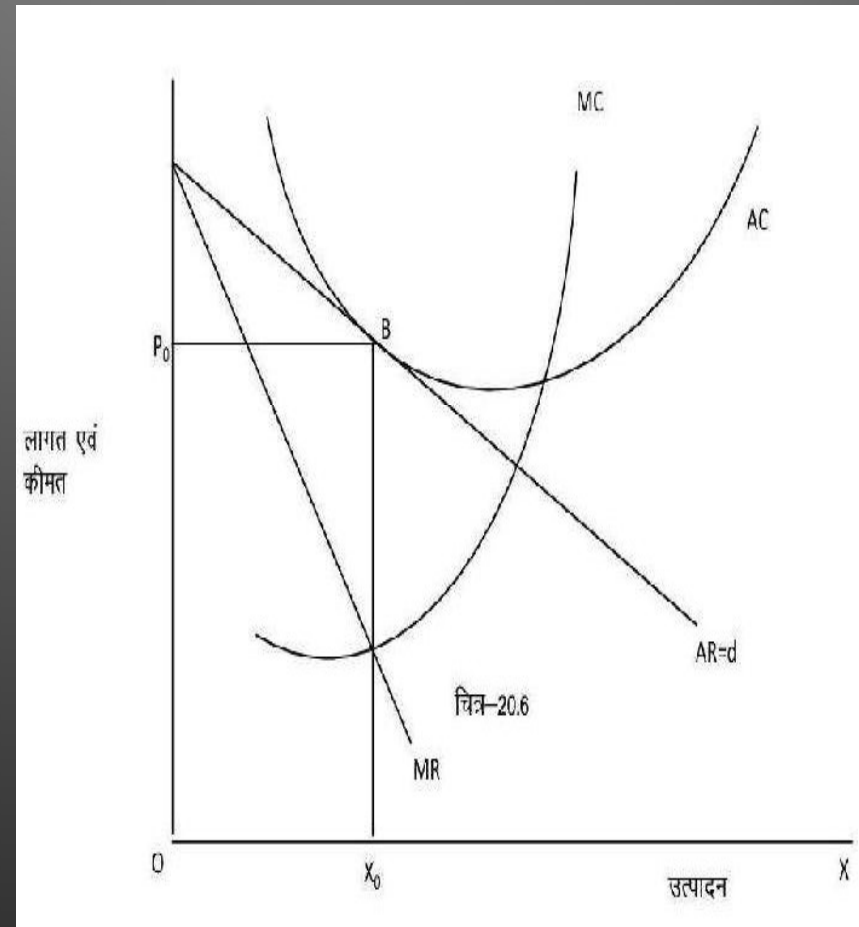
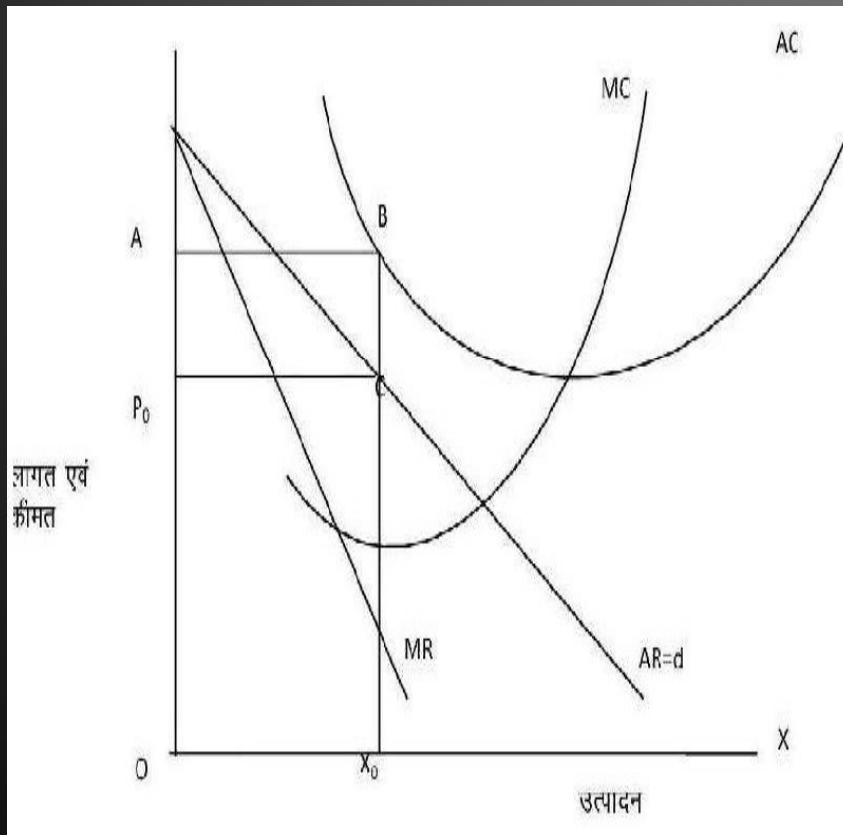
- ▶ प्रत्येक फर्म इस अर्थ में एकाधिकारी होती है कि वह ब्रांडेड तथा पेटेन्टयुक्त वस्तु उत्पादित करने तथा बेचने के लिए अधिकृत है। परन्तु प्रत्येक फर्म को दूसरी फर्मों के निकट स्थानापन्न वस्तुओं से प्रतियोगिता करनी होती है। जैसे-शैम्पू, साबुन या टथपेस्ट बनाने वाली प्रत्येक फर्म को अपने उत्पाद के ब्रांड तथा पेटेन्ट पर एकाधिकार है परन्तु उत्पाद बनाने वाली अन्य फर्मों से उन्हें कड़ी प्रतियोगिता का सामना करना पड़ता है। चूंकि हर एक फर्म या विक्रेता विभेदीकृत वस्तु का उत्पादन तथा विक्रय करने के कारण एकाधिकारी होता है परन्तु बाजार में उनके निकट स्थानापन्न वस्तुएं होने के कारण उन्हें प्रतियोगिता करनी होती है, अतः एकाधिकारिक प्रतियोगिता की इस बाजार स्थिति में पूर्ण प्रतियोगिता तथा एकाधिकार दोनों के मूलभूत तत्व समाहित होते हैं।

- ▶ वस्तु विभेदीकरण
- ▶ विक्रेताओं की अधिक संख्या
- ▶ नीचे की ओर गिरता हुआ मांग वक्र
- ▶ फर्मों के प्रवेश तथा निकास की स्वतंत्रता
- ▶ विक्रय लागतें
- ▶ उद्योग तथा 'उत्पाद समूह' की संकल्पना

एकाधिकारिक प्रतियोगिता अल्पकाल में फर्म का संतुलन

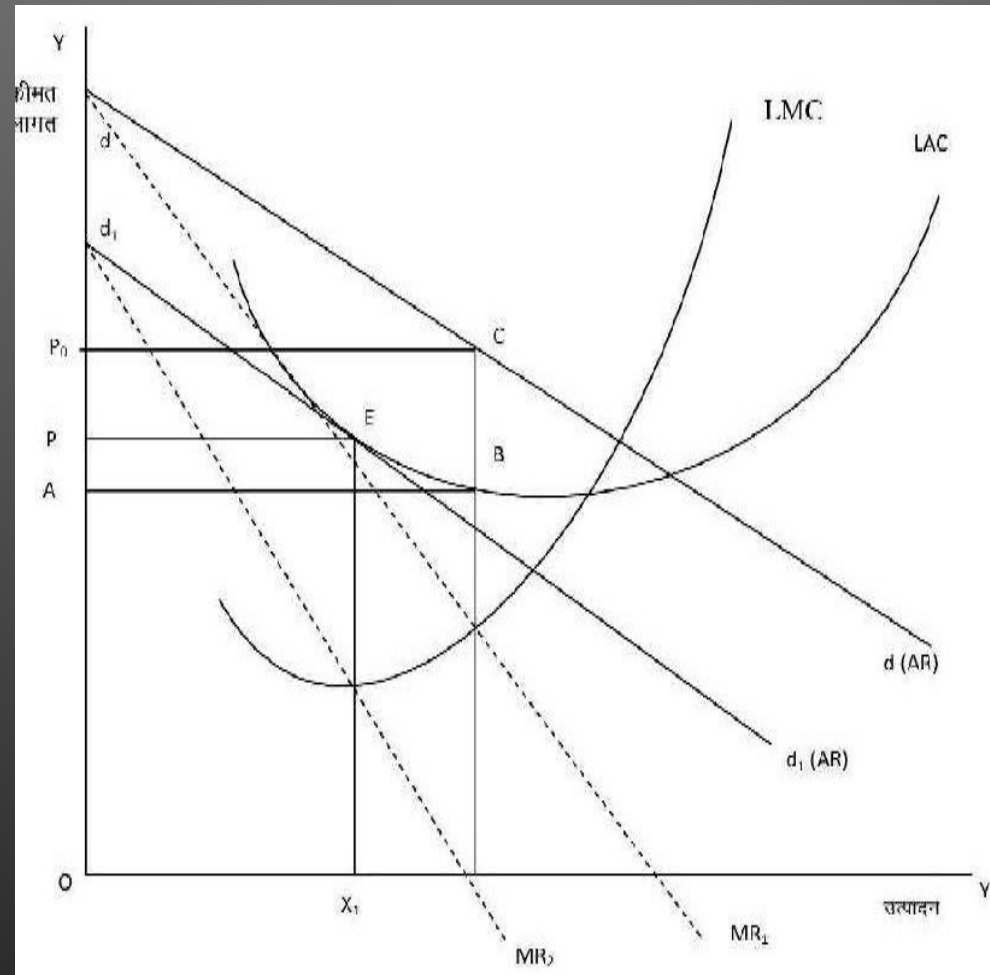


एकाधिकारिक प्रतियोगिता अल्पकाल में फर्म का संतुलन



एकाधिकारिक प्रतियोगिता दीर्घकाल में फर्म का संतुलन तथा समूह संतुलन

- ▶ इस प्रकार एकाधिकारिक प्रतियोगिता के अंतर्गत फर्म का दीर्घकालीन संतुलन अथवा समूह संतुलन वहां होता है, जहां:-
 - ▶ $MR = MC$ तथा
 - ▶ $AR = LAC$



चैम्बरलिन के एकाधिकारक प्रातयागता सिद्धान्त की आलोचना

- ▶ 1. प्रो० स्टिगलर तथा राबर्ट ट्रिफिन ने 'समूह' की धारणा की आलोचना की तथा इसे एक भ्रामक धारणा बताया। जब वस्तु विभेदीकरण होता है तो प्रत्येक फर्म स्वयं एक उद्योग होती है। असमांग वस्तुओं की मांग व आपूर्ति के आधार पर उद्योग का मांग व पूर्ति वक्र प्राप्त करना संभव नहीं है।
- ▶ 2. एक वस्तु के सभी उत्पादकों द्वारा उत्पादित किस्मों के सम्बन्ध में लागत तथा मांग वक्रों को समान मान लेना उचित नहीं है। विभेदीकृत वस्तुओं की स्थिति में प्रत्येक वस्तु के लिए मांग वक्र तथा उत्पादन लागत भिन्न-भिन्न होती है। इस प्रकार एकरूपता की मान्यता अवास्तविक है।
- ▶ 3. स्टिमलर और कैल्डर ने समता की मान्यता की भी आलोचना की। विभेदीकृत वस्तुओं, जो कि एक दूसरे की निकट स्थापत्र है, की स्थिति में फर्म अपनी प्रतियोगी फर्मों के निर्णयों को लेकर अत्यधिक सतर्क रहती हैं। यह मानना गलत है कि किसी एक फर्म द्वारा उत्पादन तथा मूल्य में परिवर्तन का प्रभाव समान रूप से सभी फर्मों के ऊपर पड़ जायेगा।
- ▶ 4. चैम्बरलिन के अनुसार असामान्य रूप से आकृष्ट होकर जब नयी फर्में समूह में प्रवेश करेंगी और फलस्वरूप समूह में फर्मों की संख्या बढ़ेगी तो फर्मों के मांग वक्र की लोच नहीं बढ़ेगी। परन्तु राबिन्सन तथा काल्डर का मत है कि चैम्बरलिन की यह धारणा गलत है, क्योंकि समूह में नयी फर्मों के प्रवेश करने तथा उनकी संख्या बढ़ने पर बाजार की अपूर्णता का अंश

एकाधिकारिक प्रतियोगिता तथा पूर्ण प्रतियोगिता में तुलना

1. फर्मों की संख्या अधिक होती है,
2. फर्में एक दूसरे से प्रतियोगिता करती हैं,
3. सीमान्त लागत (MC) तथा सीमान्त आय (MR) की समानता के बिन्दु पर संतुलन स्थापित होता है,
4. फर्मों के प्रवेश तथा निकासी की स्वतंत्रता होती है,
5. अल्पकाल में फर्में असामान्य लाभ या हानि उठा सकती हैं,
6. फर्में दीर्घकाल में सामान्य लाभ अर्जित करती हैं।

- ▶ पूर्ण प्रतियोगिता में फर्मों की संख्या इतनी अधिक होती है कि एक व्यक्तिगत फर्म का उसके उत्पाद की कीमत पर कोई नियंत्रण नहीं होता है। कीमत बाजार द्वारा निर्धारित की जाती है और फर्म के लिए वह दी हुई होती है, फर्म कीमत में परिवर्तन नहीं कर सकती। एकाधिकारिक प्रतियोगिता में फर्मों की संख्या केवल इतनी अधिक होती है कि एक व्यक्तिगत फर्म अपने वस्तु की कीमत परिवर्तन की क्षमता रखती है। फर्म अपनी उत्पादित वस्तु की कीमत बढ़ा सकती है और फिर भी उसके कुछ क्रेता बचे रह सकते हैं और यदि फर्म कीमत में कमी लाती है तो अपने प्रतिद्वंदी फर्मों के बाजार के कुछ हिस्से पर कब्जा कर सकती है।
- ▶ 2-पूर्ण प्रतियोगिता में उत्पादित वस्तुएं समांग और एक दूसरे के पूर्ण स्थानापन्न होती हैं। जबकि एकाधिकारिक प्रतियोगिता में फर्में विभेदीकृत वस्तुओं का उत्पादन करती हैं जो कि एक दूसरे के निकट का स्थानापन्न होती हैं। इस प्रकार प्रत्येक फर्म का अपने वस्तु पर एकाधिकार होता है परन्तु उसे दूसरी फर्मों के निकट स्थानापन्न वस्तुओं से प्रतियोगिता करनी होती है।
- ▶ 3-पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत समांग वस्तु के कारण, वस्तुतः फर्मों में कोई प्रतियोगिता नहीं होती। प्रत्येक फर्म क्षैतिज मांग वक्र का सामना करती है और दी हुई कीमत पर बिना किसी दूसरी फर्म के बाजार हिस्से को प्रभावित किए, कोई भी मात्रा बेच सकती है।
- ▶ इसके विपरीत एकाधिकारिक प्रतियोगिता में फर्में नीचे की ओर गिरते हुए मांग वक्र का सामना करती हैं और फर्मों में प्रतियोगिता होती है। यह प्रतियोगिता कीमत या फिर गैर कीमत भी हो सकती है। यहां गैर कीमत प्रतियोगिता अधिक महत्वपूर्ण है, जिसमें फर्में विज्ञापन तथा अन्य विक्रय बढ़ाने वाली गति विधियों का सहारा लेती हैं।

यद्यपि

स्थितियों

स्थितियां

हैं