

STUDY MATERIAL

Prepared By

Dr. Pushpa S. Tayde

Class – M. A. IInd Sem

Subject – Micro Economic

एकाधिकारयुक्त स्पर्धा (Monopolistic competition)

पूर्ण स्पर्धा आणि एकाधिकार ह्या दोन टोकाच्या अवस्था आहेत असे पारंपारिक अर्थशास्त्रज्ञांचे मत होते. ह्या दोन्ही अवास्तविक कल्पना आहेत. प्रत्यक्षात बाजारात दोन्ही अवस्थांची काही लक्षणे असलेली मिश्र अवस्था आढळून येते. जर बाजारपेठेत पूर्ण स्पर्धेच्या अटीची पूर्तता होत नसेल तर अपूर्ण स्पर्धा असते. जर एकाधिकार नसेल तरीही अपूर्ण स्पर्धा असते. १९३३ साली ब्रिटिश अर्थशास्त्रज्ञ श्रीमती जोन रॉबिन्सन यांनी *Economics of Imperfect Competition* नावाचा ग्रंथ प्रकाशित केला. याचवेळी अमेरिकन अर्थशास्त्रज्ञ प्रा. ई. एच. चेंबरलीन यांनी *Theory of Monopolistic Competition* नावाचा ग्रंथ प्रकाशित केला. अपूर्ण स्पर्धा व एकाधिकारयुक्त स्पर्धा या संकल्पना समान समजल्या जात असल्या तरी त्यात भेद आहे. अपूर्ण स्पर्धा ही संकल्पना व्यापक असून एकाधिकारयुक्त स्पर्धा ही अपूर्ण स्पर्धेतील अनेक संकल्पनांपैकी एक संकल्पना आहे. या प्रकरणात एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत मूल्यनिर्धारणाचा विचार केला आहे. एकाधिकारयुक्त स्पर्धा म्हणजे काय?

व्याख्या : लेफ्टविच - "एकाधिकारी स्पर्धा बाजाराची अशी स्थिती आहे ज्यामध्ये कोणत्याही वस्तूचे अनेक विक्रेते आढळून येतात परंतु प्रत्येक विक्रेत्याची वस्तू अन्य विक्रेत्यापेक्षा थोडी वेगळी असते."

Monopolistic competition is a market situation in which there are many sellers of a particular product but the product of each seller is in some way differentiated in the minds of consumer from the product of every other seller" Leftwitch.

चेंबरलीन यांनी एकाधिकारयुक्त स्पर्धेचा सिद्धांत स्पष्ट केला. एकाधिकारयुक्त स्पर्धेलाच समूह संतुलन (Group Equilibrium) असे देखील म्हणतात. एकाधिकारयुक्त स्पर्धेची वैशिष्ट्ये :-

एकाधिकारयुक्त स्पर्धेची मुख्य वैशिष्ट्ये खालीलप्रमाणे आहेत.

१. उत्पादकांची अधिक संख्या - एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत उत्पादकांची संख्या फार जास्त असते. मात्र प्रत्येक उत्पादक थोड्या वेगळ्या प्रकारच्या वस्तूंचे उत्पादन करीत असतो. प्रत्येक उत्पादक एकूण उत्पादनाच्या अल्पप्रमाणात वस्तूंचे उत्पादन करतो. त्यामुळे एकूण उत्पादन व किंमतीवर तो प्रभाव टाकू शकत नाही.

२. स्वतंत्र व्यवहार - प्रत्येक उत्पादकाचे वस्तूंचे उत्पादन व विक्रीचे स्वतंत्र व्यवहार असतात. ते आपसात समझोता किंवा करार करीत नसतात.

३. वस्तुविभेद (Product Differentiation) एकाधिकारयुक्त स्पर्धेचे हे महत्त्वाचे वैशिष्ट्य होय. उत्पादक भिन्न गुणधर्मांच्या वस्तूचे उत्पादन करतात म्हणजेच वस्तू विभेद करतात. परंतु ह्या वस्तू एकमेकाला जवळच्या पर्यायी असतात. पूर्णतः पर्यायी नसतात. वस्तुविभेद करण्याचे मार्ग :- वस्तुविभेद करण्यासाठी खालील मार्गांचा अवलंब केला जातो.

(अ) वस्तूचे गुणधर्म बदलवून - एक उत्पादक वस्तूच्या उत्पादनासाठी ज्या कच्च्या मालाचा उपयोग करतो त्यापेक्षा वेगळ्या गुणधर्मांच्या कच्च्या मालाचा उपयोग करून दुसरा उत्पादक वस्तू निर्मिती करतो. वस्तूचा आकार रंग, वेष्टन, नाव, टिकाऊपणा, गुणधर्म इत्यादीत बदल करून वस्तुविभेद केला जातो. गुणधर्म वेगवेगळे असल्यामुळे किंमतही वेगवेगळी आकारली जाते.

(ब) जाहिरातीद्वारे वस्तूचा प्रचार करून - उत्पादक जाहिरात करून आपण निर्माण केलेली वस्तू इतर उत्पादकांनी निर्माण केलेल्या वस्तूपेक्षा गुणधर्मांनी कशी श्रेष्ठ आहे? हे ग्राहकांना पटविण्याचा प्रयत्न करतात. ग्राहक आकर्षित करून घेतात. जाहिरातीमुळे ग्राहकांची वस्तूची मागणी वाढते.

(क) वस्तू विक्रीच्या सोयी उपलब्ध करून - ग्राहकांना वस्तूच्या किंमतीची हप्त्या-हप्त्याने परतफेडीची सोय उपलब्ध करून देऊन किंवा उधारीवर वस्तूची विक्री करून, कर्जाची सोय उपलब्ध करून देऊन, विक्रीनंतर घरपोच सेवा, सेवेची हमी (गॅरंटी, वॉरंटी) वस्तू बदलवून देण्याची हमी इत्यादी सोयी उपलब्ध करून देऊन वस्तुविभेद केला जातो.

ड) पेटंट व ट्रेडमार्क बदलवून - प्रत्येक उत्पादक वस्तूचे उत्पादन करण्यासाठी स्वतःचे पेटंट वापरतात. तसेच प्रत्येक उत्पादकाचा स्वतःचा ट्रेडमार्क असतो. ट्रेडमार्कमुळे वस्तुविभेद केला जातो. उदा. डिटर्जंट पावडरचे अनेक ट्रेडमार्क आहेत. निरमा, सर्फ, एरियल, ससा इ. टूथपेस्टचे देखील अनेक ट्रेडमार्क आहेत. उदा. कोलगेट, क्लोजअप, बबूल, विको, प्रॉमिस इ. एकाच कारणासाठी उपयोगात येणाऱ्या, अनेक ट्रेडमार्क असलेल्या वस्तू बाजारात असल्यामुळे त्यांना परस्परांशी स्पर्धा करावी लागते. कोणताही एक उत्पादक इतर उत्पादकांचे किंमत व उत्पादनाचे धोरण लक्षात घेतल्याशिवाय स्वतःचे किंमत व उत्पादनाचे धोरण ठरवू शकत नाही.

४) प्रवेश व गमनाचे स्वातंत्र्य - (Free Entry and Exit) एकाधिकार युक्त स्पर्धेचे आणखी एक वैशिष्ट्य म्हणजे पूर्ण स्पर्धेप्रमाणेच पेढीला उद्योग समूहात प्रवेश करण्याचे स्वातंत्र्य असते. प्रत्येक पेढी थोड्या वेगळ्या वस्तूचे उत्पादन करित असल्यामुळे प्रवेश करणे सोपे वाटत असले तरी प्रत्यक्षात उत्पादकाला नवीन वस्तूचे उत्पादन करावे लागते. त्यासाठी संशोधन व वस्तुविकासावर अधिक खर्च करावा लागतो. उत्पादनानंतर जाहिरातीवर खर्च करावा लागतो.

(५) विक्रीव्यय (Selling Costs) - एकाधिकारात्मक स्पर्धेत प्रत्येक उत्पादकाचा विक्रीव्यय वेगवेगळा असतो. जाहिरात व बाजार संरचना अधिक महत्त्वाची असते. पूर्वी बजाज कंपनीच्या स्कूटरचा बाजारात एकाधिकार होता. आज मोठ्या प्रमाणावरील

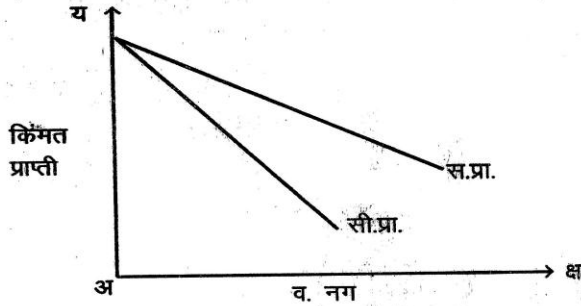
जाहिरात व सुनियोजित बाजार संरचनेमुळे कायनेटिक, एल. एम. एल., टी. व्ही. एस. या कंपन्यांशी स्पर्धा करावी लागते.

६) **गैरमूल्य स्पर्धा - (Non-Price Competition)** वस्तूचे उत्पादन करणारे उत्पादक वस्तुविभेद करतात. त्यामुळे किंमतीच्या आधारावर स्पर्धा होत नाही तर वस्तूचे गुणधर्म, वस्तू विक्रीची स्थिती, विक्रीनंतर सेवा इत्यादी वैशिष्ट्यांच्या आधारे जाहिरात करून स्पर्धा केली जाते.

मूल्यनिर्धारण (Price Determination)

एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत मागणी पुरवठ्याच्या संतुलनाने वस्तूची किंमत निश्चित होते.

वस्तूची मागणी - पूर्ण स्पर्धेत मागणी पूर्णतया लवचिक असते, तर एकाधिकारात मागणी कमी लवचिक असते. एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत उत्पादक अधिक असून ते वस्तुविभेद करतात. जरी त्यांनी वस्तुविभेद केला तरी त्या वस्तूच्या उत्पादनासाठी किंवा त्यांच्या ग्राहकासाठी ते एकाधिकारीच असतात. परंतु त्यांनी निर्माण केलेल्या वस्तूला बाजारात निकटच्या पर्यायी वस्तू उपलब्ध असतात. किंमतीत थोडा बदल झाला तरी मागणीवर परिणाम होतो. त्यामुळे मागणी पूर्ण स्पर्धा व एकाधिकाराच्या संमिश्र परिणामाने निश्चित होते. ही मागणी अधिक लवचिक असते. अधिक वस्तूच्या विक्रीसाठी उत्पादकाला किंमत कमी करावी लागते. त्यामुळे सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्तीचे वेगवेगळे वक्र असतात. सरासरी प्राप्तीचा वक्र हाच मागणीचा वक्र असतो.

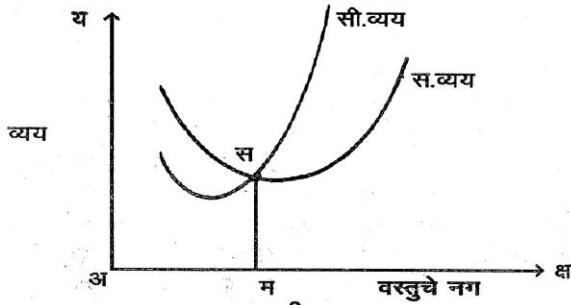


आकृती क्र. २३.१

आकृतीमध्ये सप्रा हा सरासरी प्राप्तीचा म्हणजेच मागणीचा वक्र होय तर सी. प्रा. हा सीमांत प्राप्तीचा वक्र होय. मागणीचा वक्र जास्त लवचिक आहे.

वस्तूचा पुरवठा - एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत वस्तूचा पुरवठा करतांना उत्पादक वस्तूच्या उत्पादनासाठी येणारा व्यय लक्षात घेतो. वस्तूच्या ज्या मात्रांच्या उत्पादनासाठी येणारा सरासरी व्यय न्यूनतम होतो व सीमांत व्यय सरासरी व्ययाशी समान होतो. तितक्या वस्तूचे उत्पादन व पुरवठा उत्पादक करतो.

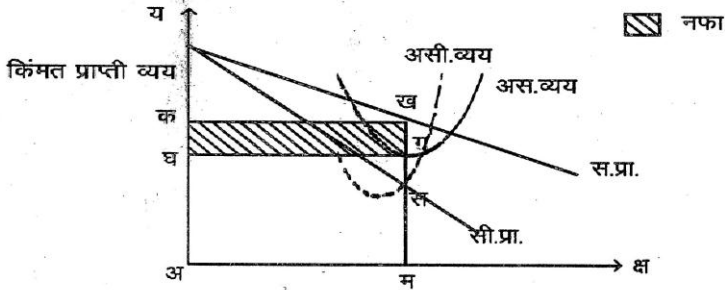
आकृती क्र. २३.२ मध्ये 'स' बिंदूत वस्तूसाठी येणारा स.व्यय न्यूनतम झाला आहे व सी. व्यय सरासरी व्ययाशी समान झाला आहे म्हणून उत्पादक अम वस्तूचा पुरवठा करतो.



आकृती क्र. २३.२

एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत अल्पकाळात पेढीचे संतुलन

एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत अल्पकाळात एखादी पेढी अतिरिक्त नफा प्राप्त करू शकते. हा नफा कायम राहावा यासाठी पेढीला अधिक सतर्क राहावे लागते. या अतिरिक्त नफ्याकडे आकर्षित होऊन इतर पेढ्या त्याच्याशी मिळत्या जुळत्या वस्तूचे उत्पादन करतात. परिणामी स्पर्धा होऊन अतिरिक्त नफा नष्ट होतो व केवळ प्रसामान्य नफा मिळतो. यावरून अल्पकाळात एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत पेढीला अतिरिक्त नफा प्राप्त होत असला तरी दीर्घकाळात केवळ प्रसामान्य नफा मिळतो.



आकृती क्र. २३.३

आकृती क्र. २३.३ मध्ये 'स' बिंदूत पेढीचे संतुलन झाले आहे. कारण स बिंदूच्या ठिकाणी सीमांतप्राप्तीच्या वक्राला सीमांत व्यय वक्र छेदतो.

सी. प्रा. = सी. व्यय = संतुलन, संतुलनावस्थेत पेढी अम वस्तूचे उत्पादन करते.

ह्या अम वस्तूच्या उत्पादनासाठी येणारा सी. व्यय = मस = सी. प्रा.

ह्या अम वस्तूची अक किंमतीला विक्री केल्यास
 एकूण प्राप्ती = वस्तूची किंमत x वस्तूचे विक्रीपरिमाण
 = अक x अम
 = □ अ क स म राहिल.

वस्तूच्या उत्पादनासाठी येणारा स. व्यय = मग
 अम वस्तूच्या उत्पादनासाठी येणारा एकूण व्यय = वस्तूचे उत्पादित परिमाण
 x स. व्यय.

= अम x मग = □ अमगघ
 एकूण प्राप्ती - एकूण व्यय = एकूण नफा
 म्हणून एकूण नफा = □ अकसम - □ अमगघ
 = □ क ख ग घ

एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत पेढीला □ क ख ग घ इतका नफा होत आहे.
 मात्र अल्पकाळात एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत उत्पादकाला मागणीच्या अनुषंगाने पुरवठ्याचे
 समायोजन करता येत नसल्याने अतिरिक्त नफा प्राप्त होऊ शकतो किंवा स. व्ययाबरोबर
 किंमत आकारत असेल तर प्रसामान्य नफा मिळतो किंवा स. व्ययापेक्षा किंमत कमी
 आकारत असेल तर तोटा होतो.

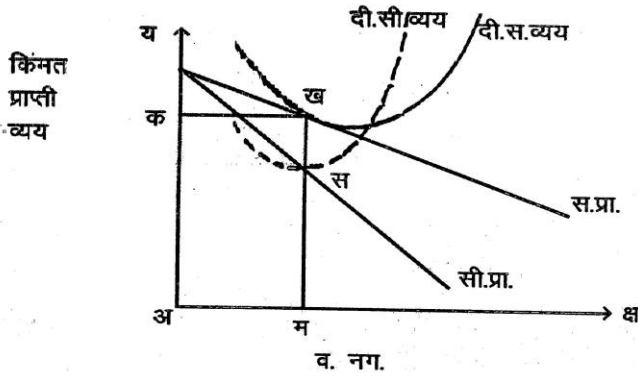
एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत दीर्घकाळात पेढीचे संतुलन

एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत दीर्घकाळात पेढीच्या संतुलनावस्थेत खालील महत्वाची
 वैशिष्ट्ये आढळतात.

- १) सीमांत व्ययापेक्षा किंमत जास्त असते.
- २) अतिरिक्त नफा मिळत नाही.
- ३) युक्त प्रमाणापेक्षा कमी कार्यक्षमतेचा उपयोग करून वस्तूचे उत्पादन केले जाते.
 काही कार्यक्षमता राखीव ठेवली जाते.

दीर्घकाळात एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत वस्तूच्या उत्पादकाला फक्त प्रसामान्य नफा
 मिळतो. तोटा होत नाही किंवा अतिरिक्त नफा मिळत नाही. अतिरिक्त नफा मिळत असेल
 तर त्या नफ्याला आकर्षून इतर अनेक पेढ्या त्या वस्तूच्या उत्पादनाचे कार्य करतात
 त्यामुळे पुरवठा वाढतो व किंमत कमी होते. स. प्रा. = स. व्यय = किंमत होते. म्हणून
 प्रसामान्य नफा मिळतो. समजा वस्तूच्या उत्पादनाला येणारा स. व्ययसुद्धा भरून निघत
 नसेल तर अनेक पेढ्या उद्योग सोडून दुसऱ्या उद्योगाकडे वळतात. त्यामुळे एकूण पुरवठा
 कमी होऊन वस्तूची किंमत वाढते व शेवटी पेढीला प्रसामान्य नफा मिळतो.

आकृतीमध्ये अक्ष अक्षावर वस्तूचे नग व अय अक्षावर किंमत, प्राप्ती व व्यय दर्शविले
 आहे. अय अक्षापासून स. प्रा. व सी. प्रा. हे सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्तीचे ऋणात्मक
 उताराचे वक्र दर्शविले आहे. एकाधिकारी स्पर्धेत सप्रा ही सीप्रा पेक्षा जास्त असते.



आकृती क्र. २३.४

'स' संतुलनबिंदू आहे. कारण सी. प्रा. = सी. व्यय येथे पेढीचे संतुलन साधले जाते. संतुलनावस्थेत पेढी अम वस्तूचे उत्पादन करते. बाजारात वस्तूची अक किंमत आकारली जाते.

$$\begin{aligned} \text{एकूण प्राप्ती} &= \text{वस्तूचे विक्री परिमाण} \times \text{वस्तूची किंमत} \\ &= \text{अम} \times \text{अक} \\ &= \square \text{ अकखम} \end{aligned}$$

वस्तूच्या प्रति नगाचा उत्पादन खर्च = स. व्यय = मख आहे.

म्हणून एकूण उत्पादन व्यय काढण्यासाठी

एकूण उत्पादन व्यय = वस्तूच्या उत्पादित मात्रा \times प्रति नगाचा उत्पादन व्यय.

एकूण उत्पादन व्यय = अम \times मख = \square अकखम

एकूण प्राप्तीतून एकूण उत्पादन व्यय वजा केल्यास नफा कळतो म्हणून

$$\begin{aligned} \text{एकूण नफा} &= \text{एकूण प्राप्ती} - \text{एकूण उत्पादन व्यय} \\ &= \square \text{ अकखम} - \square \text{ अकखम} \\ &= 0 \text{ (शून्य)} \end{aligned}$$

एकूण नफा शून्य आहे याचा अर्थ पेढीला केवळ प्रसामान्य नफा मिळतो असे गृहीत धरतात. दीर्घकाळात एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत उत्पादकाला फक्त प्रसामान्य लाभच मिळतो.

एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत अल्पकाळात समूहाचे संतुलन

एकरूप वस्तूचे उत्पादन करणाऱ्या उत्पादक संस्थांच्या गटाला 'उद्योग' (Industry) म्हणतात तर वस्तूविभेद, करून वस्तूचे उत्पादन करणाऱ्या गटाला 'समूह' (Group) म्हणतात. चेंबरलीन यांनी एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत समूहाच्या संतुलनाची संकल्पना स्पष्ट करतांना काही गृहीत परिस्थिती लक्षात घेतली.

अल्पकाळात पेढ्या विक्री खर्चाचे अनुकरण करित असेल तरी अतिरिक्त नफा मिळतो. हा नफा आणखी महत्तम करण्यासाठी उत्पादक उत्पादनात वाढ करतात. अधिक वस्तूच्या विक्रीसाठी किंमत कमी करावी लागते. तेव्हा मागणी वक्र ड₁ न राहता डड होतो. हा समूहाचा मागणी वक्र होय. हा वक्र खालच्या दिशेला सरकतो. ज्या वस्तूच्या उत्पादनानंतर सीप्रा₁ = सी. व्यय होतो तितकाच डड वक्र खाली सरकेल. 'स' बिंदूत सी. प्रा. = सी. व्यय झाले आहे. म्हणून संतुलन होते. यावेळी अम₁ वस्तूचे उत्पादन केले जाते. सी. प्रा.₁ = सी. व्यय = म₁स

वस्तूची किंमत = स. प्रा. = म₁क

प्रति वस्तुमागे अतिरिक्त नफा = स. प्रा. - स. व्यय

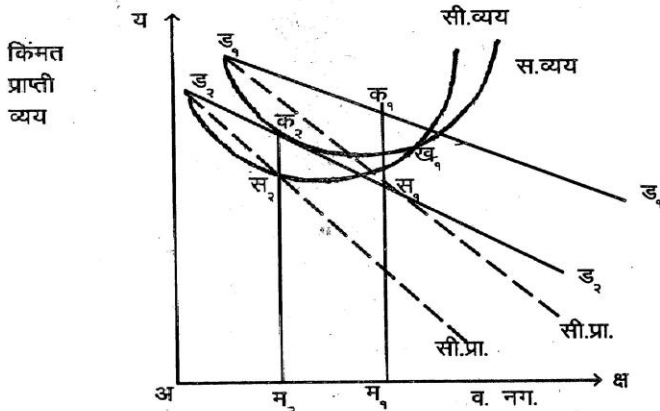
कख = म₁क - म₁ख

एकूण अतिरिक्त नफा = वस्तूचे विक्री परिमाण x प्रतिवस्तुमागे अतिरिक्त नफा

एकूण अतिरिक्त नफा = अम₁ x कख राहिल

एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत दीर्घकाळात समूहाचे संतुलन :-

एकाधिकारयुक्त स्पर्धेतील समूहाचे संतुलन ही संकल्पना मांडतांना चेंबरलीन यांनी एक समानतेची मान्यता घेतली आहे. यालाच चेंबरलीन यांचे शौर्यमयी गृहीत (Heroic assumption) असे म्हटले आहे. या शौर्यमयी गृहीताच्या अंतर्गत त्यांच्या मते सर्व पेढ्यांचे मागणी वक्र किंवा प्राप्ती वक्र व व्यय वक्र सारखे असतात. जर सर्व पेढ्यांचे मागणीवक्र सारखे असतात तर संपूर्ण बाजारातील मागणीचे सर्व पेढ्यांमध्ये सारखे विभाजन झाले आहे. म्हणजेच सर्व पेढ्यांना बाजारातील सारखा हिस्सा मिळेल. समजा बाजारात २५ पेढ्या असतील तर एकूण विक्रीत प्रत्येक पेढीचा ४% हिस्सा राहिल.



आकृती क्र. २३.६ (दीर्घकाळात समूहाचे संतुलन)

आकृतीमध्ये पेढीच्या संतुलनाद्वारे समूहाच्या संतुलनाची संकल्पना स्पष्ट केली आहे.

आकृती क्र. २३.६ मध्ये ड, ड, हा प्रत्येक पेढीचा मागणी वक्र आहे. तसेच स. व्यय हा प्रत्येक पेढीचा स. व्यय वक्र आहे. सुरवातीला स, बिंदूत प्रत्येक पेढीचे संतुलन होऊन पेढी अम, वस्तूचे उत्पादन करते.

वस्तूची किंमत = स. प्रा. = म, क, आहे.

वस्तूच्या प्रतिनगाचा उत्पादन खर्च = स. व्यय = म, ख, आहे.

प्रति नगामागे लाभ = वस्तूची किंमत - प्रतिनगाचा उत्पादन खर्च
= अक, - म, ख, = क, ख,

एकूण लाभ = वस्तूचे विक्री परिमाण x प्रति नगामागे लाभ
= अम, x क, ख, राहिल.

प्रत्येक पेढीला अतिरिक्त नफा प्राप्त होत असल्यामुळे नवीन पेढ्या समूहात प्रवेश करतात. त्यामुळे बाजारात नवीन नवीन प्रकारच्या आणखी वस्तू उपलब्ध होतात. त्याचा परिणाम पूर्वी अस्तित्वात असलेल्या पेढ्यांच्या विक्रीवर होतो. ह्या पेढ्यांची विक्री कमी होते. ह्या पेढ्यांचा मागणी वक्र ड, ड, हा खाली सरकेल सर्वच पेढ्यांना आपली विक्री वाढण्यासाठी वस्तूची किंमत कमी करावी लागेल. या परिस्थितीत ड, ड, हा सर्वच पेढ्यांचा मागणी वक्र राहिल. यामुळे संतुलनाची स्थिती बदलेल. स, बिंदूत संतुलन घडून येईल. प्रत्येक पेढी अम, वस्तूचे उत्पादन करेल व त्यासाठी

किंमत = स. प्रा. = म, क, राहिल.

प्रतिनगाचा उत्पादन खर्च = स. व्यय = म, क, राहिल.

प्रतिनगामागे नफा = किंमत - प्रतिनगाचा उत्पादन खर्च

म्हणून नफा = म२क२ - म२क२ = 0 राहिल.

याचा अर्थ प्रत्येक पेढीला प्रसामान्य नफा मिळेल. अतिरिक्त नफा मिळणार नाही. त्याचा परिणाम समूहामध्ये बाहेरील पेढ्या प्रवेश करणार नाही किंवा समूहातील पेढ्या बाहेर जाणार नाही व समूह दीर्घकालीन संतुलनावस्थेत राहिल. अशा प्रकारे एकाधिकार-युक्त स्पर्धेत दीर्घकाळात किंमत व सरासरी व्यय सारखे होण्याची प्रवृत्ती आढळते.

अतिरिक्त क्षमता (Excess Capacity)

एकाधिकार युक्त स्पर्धेच्या परिस्थितीत पेढी दीर्घकाळात युक्त उत्पादन क्षमतेपेक्षा (Optimum Production Capacity) कमी उत्पादन करते व काही उत्पादन क्षमता राखून ठेवते. यालाच अतिरिक्त क्षमता (Excess Capacity) असे म्हणतात. अतिरिक्त उत्पादन क्षमतेसंबंधी नट, विकसेल, श्राफा, केनर्स, श्रीमती जोन रॉबिन्सन इत्यादी अर्थशास्त्रज्ञांनी आपले विचार स्पष्ट केले आहेत. प्रा. चेंबरलीन यांनी देखील अतिरिक्त क्षमतेची संकल्पना स्पष्ट केली आहे.

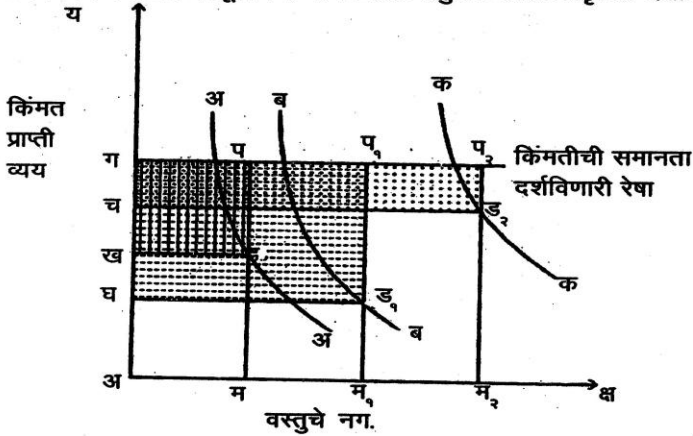
एकाधिकारयुक्त स्पर्धेच्या परिस्थितीत दीर्घकाळात कोणत्याही पेढीचे युक्त उत्पादन व प्रत्यक्ष उत्पादन यातील फरक म्हणजे अतिरिक्त क्षमता होय.

कमी म्हणजेच अम, वस्तूचे उत्पादन करते. म्हणून वस्तूच्या उत्पादनासाठी येणारा स. व्यय पूर्ण स्पर्धेपेक्षा जास्त असतो. म्हणून किंमत जास्त आकारली जाते. पूर्ण स्पर्धेत अम वस्तूचे उत्पादन केले जाईल व त्याची मस, किंमत राहिल तर एकाधिकार युक्त स्पर्धेत अम, वस्तूचे उत्पादन केले जाईल व त्याची म, क किंमत आकारली जाईल.

एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत वस्तुविभेद व पेढीचे संतुलन

चेंबरलीन यांनी समूहातील सर्व पेढ्या सारख्याच वस्तूचे उत्पादन करतात व त्यासाठी येणारा उत्पादन व्ययही सारखाच असतो असे गृहीत धरले. परंतु प्रत्यक्षात मात्र सर्व पेढ्या वस्तूविभेद करीत असतात. एकाधिकार युक्त स्पर्धेत उच्च प्रतिच्या वस्तूचा उत्पादन खर्च जास्त असतो. ग्राहक उच्च दर्जाच्या वस्तूसाठी अधिक किंमत देण्यास तयार असतात व मागणी देखील जास्त असते. कमी प्रतिच्या वस्तूच्या उत्पादनासाठी येणारा खर्च कमी असतो परंतु ह्या वस्तूसाठी मागणी देखील कमी असते. एकाधिकार युक्त स्पर्धेत पूर्वीच्या पद्धतीने किंमत निश्चित होते. जरी सर्व उत्पादकांच्या वस्तू एकसारख्या नसल्या तरी बाजारपेठेत निश्चित झालेल्या किंमतीलाच ते विक्री करतात. स्वतंत्रपणे किंमत आकारू शकत नाही. मात्र महत्तम नफा प्राप्त करणे हे पेढीचे प्रमुख उद्दिष्ट्य असते. त्यामुळे प्रत्येक पेढी वस्तूच्या ज्या प्रकाराचे उत्पादन केले असता लाभ महत्तम होतो त्याच प्रकारचे उत्पादन करण्याचे ठरविते.

वस्तूचे अ, ब, क हे तीन प्रकार गृहीत धरले आहे. या तिन्ही वस्तूंच्या उत्पादनासाठी येणारा उत्पादन व्यय व पेढीचे वस्तू विभेदाच्या स्थितीत संतुलन खाली आकृतीत दर्शविले आहे.



आकृती क्र. २३.८

आकृतीमध्ये अअ, बब व कक हे अ, ब, क ह्या तीन वस्तूचे सरासरी व्यय वक्र आहेत. तिन्ही वस्तू बाजारात एकाच किंमतीला विकल्या जातात.

अ वस्तूसाठी -

किंमत - स. व्यय = प्रति नगामागे नफा

मप - मड = पड

प्रति नगामागे नफा x एकूण विक्री परिमाण = एकूण अतिरिक्त नफा

पड x अम = □ खडपग

ब वस्तूसाठी

किंमत - स व्यय = प्रति नगामागे नफा

म_१प_१ - म_१ड_१ = प_१ड_१

प्रति नगामागे नफा x एकूण विक्री परिमाण = एकूण अतिरिक्त नफा

प_१ड_१ x अम_१ = □ घड_१प_१ग

क वस्तूसाठी

किंमत - स. व्यय = प्रति नगामागे नफा

म_२प_२ - म_२ड_२ = प_२ड_२

प्रति नगामागे नफा x एकूण विक्री परिमाण = एकूण अतिरिक्त नफा

प_२ड_२ x अम_२ = □ चड_२प_२ग

ब प्रकारच्या वस्तूची विक्री केली असता मिळणारा नफा महत्तम आहे. म्हणून पेढी ब प्रकारच्या वस्तूचे उत्पादन करेल.

विक्रीव्यय (Selling Cost)

एकाधिकार युक्त स्पर्धेत उत्पादक हे वस्तूविभेद करून वस्तूचे उत्पादन करीत असतात. त्यामुळे ग्राहकांना वस्तू संबंधी माहिती नसते. ग्राहकांना अपूर्ण ज्ञान असल्यामुळे ग्राहकांना पूर्ण माहिती देण्याच्या उद्देशाने व ग्राहकांना आकर्षित करून घेण्यासाठी जाहिरात द्यावी लागते. हा विक्री व्यय होय.

व्याख्या - "विक्री व्यय म्हणजे अशा प्रकारचा खर्च होय की कोणतीही पेढी इतर पेढ्यांनी निर्माण केलेल्या वस्तू ऐवजी ग्राहकांनी आपल्या वस्तू खरेदी करण्यासाठी त्यांचे मन वळविण्यासाठी खर्च करते."

चॅंबरलीनच्या मते, "विक्री व्यय म्हणजे अशा प्रकारचा खर्च होय की ज्यामुळे पेढी आपल्या उत्पादनाच्या मागणी वक्राच्या आकारात किंवा स्थितीत बदल करते.

"Selling costs may be defined as those costs incurred in order to alter the position or shape of the demand curve of a product of a firm."

विक्री व्ययात जाहिरातीचा खर्च, विक्री प्रतिनिधींचे वेतन व भत्ते, प्रदर्शनावरील खर्च, ग्राहकांना दिलेले निःशुल्क नमुने, ठोक व चिल्लर विक्रेत्यांना दिलेले कमिशन इ. चा समावेश होतो. उदा. पुस्तकांचे प्रकाशन करणाऱ्या संस्था शिक्षकांना नमूना प्रत देतात. यामागे आपल्या पुस्तकाची मागणी वाढावी हा उद्देश असतो.

चॅंबरलीन यांनी उत्पादन व्यय व विक्री व्यय यांत भेद केला आहे.

उत्पादन व्यय - "उत्पादन व्यय म्हणजे अशा प्रकारचा खर्च होय की जो पेढीला विशिष्ट प्रकारच्या वस्तूच्या उत्पादनासाठी करावा लागतो."

उत्पादन व्ययात अनेक प्रकारचा खर्च समाविष्ट असतो. उदा. कच्च्या मालावरील खर्च, मजुरी, विजेचा खर्च पॅकींग खर्च, परिवहन खर्च, इमारतीचे भाडे, यंत्राचा झिजेचा खर्च, व्यवस्थापन खर्च इ.

उत्पादन व्यय व विक्री व्यय यात खालील बाबतीत फरक आढळून येतो.

उत्पादन व्यय	विक्री व्यय
१) वस्तू उत्पादनासाठी लागणारी साधने भूमी, श्रम, भांडवल, साहस/संघटन यांना मोबदला दिला जातो त्याचा समावेश उत्पादन व्ययात केला जातो. वस्तूच्या उत्पादनासाठी येणारा व्यय म्हणजे उत्पादन व्यय होय.	१) ग्राहकांना उत्पादित वस्तूकडे आकर्षित करण्यासाठी जो व्यय येतो त्याचा विक्री व्ययात समावेश होतो. विक्री वाढविण्यासाठी जे उपाय योजले जातात त्यावरील व्यय विक्री व्यय होय.
२) वस्तूची उपयोगिता वाढवून वस्तू मागणी योग्य बनविण्यासाठी आलेला खर्च उत्पादन व्यय होय.	२) वस्तूच्या मागणीत वृद्धी होते जाहिरात प्रचार करून आवडी निवडीत बदल होतो. मागणीत बदल होतो.
३) वस्तूचा पुरवठा उत्पादन व्ययाने निश्चित होतो. उत्पादित वस्तूकरिता येणारा व्यय लक्षात घेऊनच उत्पादक वस्तूचा पुरवठा निश्चित करतात.	३) वस्तूची मागणी विक्री व्ययाने प्रभावित होते. जाहिरात व प्रचाराचा ग्राहकांच्या मनावर परिणाम होऊन मागणी वाढते.

वरील प्रकारे उत्पादन व्यय व विक्री व्यय यातील भेद सांगितले तरी उत्पादन व्यय व विक्री व्यय याचे काटेकोरपणे वर्गीकरण करता येत नाही. कारण उत्पादन व्यय कुठे संपतो व विक्री व्ययास कुठून सुरुवात होते हे स्पष्टपणे सांगता येणार नाही. उदा. उत्पादन विकण्यासाठी पॅकींगचे डब्बे, वेस्टनावर खर्च केला जातो हा खर्च उत्पादन व्ययात यावा कि विक्री व्ययात असावा हे सांगता येत नाही. मात्र जाहिरात व प्रचारावरील खर्च हा प्रमुख विक्री व्यय होय.

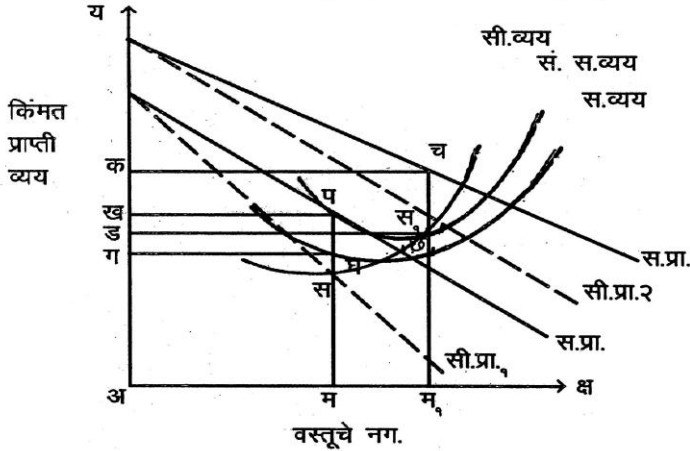
एकाधिकारी स्पर्धेत विक्रीव्ययाच्या स्थितीत पेढीचे संतुलन

एकाधिकारी स्पर्धेत उत्पादक वस्तू विभेद करतात. ग्राहकांना ह्या वस्तूसंबंधी माहिती नसते. उत्पादक ग्राहकांना स्वतःच्या वस्तूची माहिती देण्यासाठी जाहिरात व प्रचार करतात. म्हणजेच विक्री व्यय करतात. वस्तूच्या जाहिरातीचा दोन प्रकारे परिणाम होतो.

१) ग्राहकांना उत्पादित वस्तूची माहिती मिळते. ग्राहकांसाठी बाजारपेठ पूर्वीपेक्षा विस्तृत होते. मागणीत वृद्धी होते. नवीन ग्राहक मिळतात. पूर्वीच्याच किंमतीवर ग्राहक अधिक मात्रांची मागणी करतात त्यामुळे मागणी वक्र वरच्या बाजूला सरकतो.

२) विक्री व्यय केल्याने एकूण व्यय वाढतो. स. व्ययात सरासरी विक्री व्ययाची रक्कम मिळविल्यास संयुक्त सरासरी व्यय मिळतो. हा संयुक्त सरासरी व्यय वक्र वरच्या दिशेला सरकतो.

एकधिकार युक्त स्पर्धेत उत्पादकाचा उद्देश एकूण नफा महत्तम करणे हा असतो. त्यामुळे पेढी त्याच वस्तूच्या मात्रेचे उत्पादन करते जेथे सी. व्यय = सी. प्रा. होते व तेवढ्याच वस्तूची विक्री केली जाते. आकृती क्र. २३.९ मध्ये पेढीचे संतुलन दर्शविले आहे.



आकृती क्र. २३.९

'स' बिंदूत पेढीचे संतुलन झाले आहे यावेळी सी. व्यय = सी. प्रा = मस संतुलनावस्थेत पेढी अम वस्तूचे उत्पादन करते. वस्तूची मप ही किंमत आकारली जाते. किंमत = स. प्रा. = मप, स. व्यय = मघ, स. प्रा - स. व्यय = प्रतिवस्तूमागे नफा मप - मघ = पघ

$$\begin{aligned} \text{एकूण अतिरिक्त नफा} &= \text{प्रति वस्तूमागे नफा} \times \text{वस्तूचे विक्री परिमाण} \\ &= \text{पघ} \times \text{अम} \\ &= \square \text{ ख ग घ प} \end{aligned}$$

मागणीत वृद्धी झाल्याने मागणी वक्र वरच्या बाजूला सरकतो. जर विक्री व्ययात आनुपातिक बदल केला जात असेल तर येणारा संयुक्त सरासरी उत्पादन व्यय वक्र हा स. उ. व्ययाला समांतर राहतो. याऊलट जर उत्पादक स्थिर विक्री व्यय करीत असेल तर विक्री परिमाण जेवढे जास्त तेवढा स. विक्री व्यय कमी होत जातो. त्यामुळे संयुक्त सरासरी उत्पादन व्यय वक्र व स. उ. व्यय वक्र व ह्यातील अंतर पुढे कमी कमी होते.

आकृतीत स्थिर विक्री व्ययाचा विचार केला आहे.

विक्री व्ययानंतर पेढीची संतुलनाची स्थिती बदलते.

पेढीचा सी. व्यय वक्र सी. प्रा. २ ला स१ बिंदूत छेदतो.

म्हणून 'स१' बिंदूत संतुलन होते. किंमत = स. प्रा. = म१घ

वस्तूचे उत्पादन = अम१, स. व्यय = म१छ

सी. व्यय = सी. प्रा = म, स,

स. प्रा - स. व्यय = प्रति नगामागे अतिरिक्त नफा

म, च - म, छ = चछ

एकूण अतिरिक्त/ नफा = प्रतिनगामागे नफा x विक्री परिमाण

= चछ x अम, = □ क ड छ च

किंवा विक्री परिमाण अम हे कायम ठेवले तरी पेढीला अतिरिक्त नफा मिळतो.

अभ्यासाकरिता प्रश्न

दीर्घोत्तरी प्रश्न

१) एकाधिकारयुक्त स्पर्धा म्हणजे काय? एकाधिकारयुक्त स्पर्धेत पेढीचे संतुलन कसे होते स्पष्ट करा.

लघुत्तरी प्रश्न

१) एकाधिकारयुक्त स्पर्धेची वैशिष्ट्ये सांगा.

२) वस्तुविभेदाचे मार्ग सांगा.

३) समूह संतुलनाची गृहीत परिस्थिती सांगा.

४) अतिरिक्त क्षमता म्हणजे काय? आकृतीद्वारे अतिरिक्त क्षमता स्पष्ट करा.

५) वस्तुविभेदाच्या परिस्थितीत पेढीचे संतुलन कसे होते ते स्पष्ट करा.

६) विक्री व्यय व उत्पादन व्ययातील फरक सांगा.

७) विक्री व्ययाच्या परिस्थितीत पेढीचे संतुलन कसे होते ते स्पष्ट करा.

