Dr. Vinod Baitha
Deptt of Economics
Marwari college
Darbhanga

Economics
D.I (Hons)
Lecture No 8



## पूर्ण प्रतियोगिता तथा अपूर्ण प्रतियोगिता में अंतर

पूर्णप्रतियोगिता के आधार पर बाजार का वर्गीकरण किया जाता है जिसमे हम पूर्ण प्रतियोगिता, अपूर्ण प्रतियोगिता एवं एकाधिकार का अध्ययन करते हैं। प्रतियोगिता के आधार पर बाजार की स्थितियों की जानकारी हमे प्राप्त होती है। जिसमे पूर्णप्रतियोगिता बाजार की वह स्थिति होती है, जिसमे क्रेताओं और विक्रेताओं की संख्या बहुत अधिक होती है। कोई भी विक्रेता अपनी किया कलाप द्वारा मूल्य को प्रभावित नहीं कर सकता है। वह प्रचलित मूल्य पर जितनी चाहे वस्तुओं को बेच सकता है। तथा अपने उत्पादन को तदनुसार समायोजित कर सकता है। श्रीमती जॉन रॉबिनसन के शब्दों में "पूर्ण प्रतियोगिता तब प्रचलित होती है जब प्रत्येक उत्पादक की वस्तु की मांग पूर्णतः लोचदार होती है।" प्रत्येक उत्पादक या विक्रेता की उत्पादन मात्रा अत्यन्त ही कम होती है। अर्थशास्त्री कात्सोयानीस के शब्दों में "पूर्ण प्रतियोगिता बाजार की वह संरचना है जिसमें विभिन्न व्यक्तिगत फार्मों के बीच प्रतिद्वंदिता का पूर्णअभाव पाया जाता है पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में फार्मों के बीच किसी प्रकार की प्रतिद्वंदिता नहीं पायी जाती है।

इस प्रकार पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में क्रेताओं और विक्रेताओं की संख्या अधिक होती है। कोई भी एक विक्रेता या क्रेता अपने प्रयासों से बाजार मूल्य को प्रभावित नहीं कर सकता है। विक्रेता प्रचलित मूल्य को स्वीकार करते हुए जितनी चाहे वस्तु की मात्रा बेच सकता है। किसी एक उत्पादक या विक्रेता द्वारा उत्पादित वस्तु का अनुपात कुल उत्पादन का अत्यंत छोटा अंश होता है। इस लिए अपने प्रयास से वह मूल्य को प्रभावित नहीं कर सकता है।

पूर्ण प्रतियोगिता के बाजार में वस्तुएँ समरूप होती हैं। वस्तुओं के रूप तथा गुण में समानता पायी जाती है। वस्तुएँ एक तरह की होती हैं इसलिए किसी क्रेता की किसी विक्रेता की वस्तु के लिए कोई पसंदगी नहीं होती है। बस्तु में एक रूपता के कारण पूरे बाजार में वस्तु का एक ही मूल्य होता है।

पूर्ण प्रतियोगिता में उद्योग में किसी फर्म के प्रवेश या बहिर्गमन

P.T.O

किसी प्रकार की रोक नहीं होती. कोई भी फर्म या उद्योग प्रवेश करने या छोड़कर बाहर जाने के लिए पूर्ण स्वतंत्र होते हैं जब उद्योग में लाभ होता है, तब फर्में प्रवेश कर सकते हैं या जब हानी होती है तब उद्योग छोड़कर बाहर जा सकते हैं पूर्ण प्रतियोगिता में सभी फर्मों का उद्देश्य अधिकतम लाभ कमाना होता है लाभ को अधिकतम बनाने के उद्देश्य से कोई भी कार्य करते हैं पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में सरकार का कोई नियंत्रण नहीं होता है, क्रेता और विक्रेता पूरी तरह से स्वतंत्र रहते हैं वे अपनी इच्छा अनुसार कोई भी वस्तु खरीद या बेच सकते हैं इसमें किसी प्रकार का कोई प्रतिबंध नहीं रहता है। पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में उत्पादन के साधन पूर्णतः गतिशील होते हैं। जिन कार्यों में अधिकतम पारिश्रमिक मिलता है वहाँ वह काम करते हैं साधनों की गतिशीलता पर किसी तरह का कोई प्रतिबंध नहीं होता है कानूनी रुकावटें नहीं होतीं या संघ के अन्दर नहीं होते हैं पूर्ण प्रतियोगिता में क्रेताओं एवं विक्रेता को बाजार का पूर्ण ज्ञान होता है, क्रेता या विक्रेता यह जानते हैं कि बाजार में वस्तु किस मूल्य पर बिक रहा है क्रेता या विक्रेता को बाजार की पूर्ण जानकारी होती है इसलिए पूरे बाजार में वस्तु का एक ही मूल्य रहता है। पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में परिवहन लागत का अभाव पाया जाता है, वस्तुओं को एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाने का व्यय नहीं लगता है, परिवहन लागत के अभाव के कारण ही वस्तुओं के मूल्य एक समान रहता है,

इस प्रकार के बाजार को पूर्ण प्रतियोगिता का बाजार कहा जाता है। पूर्ण प्रतियोगिता तथा शुद्ध प्रतियोगिता में सिर्फ डिग्री का अंतर होता है। पूर्ण प्रतियोगिता का विचार मात्र एक सैद्धान्तिक धारणा है, वास्तविक जीवन की स्थिति में पूर्ण प्रतियोगिता नहीं पायी जाती है। पूर्ण प्रतियोगिता की धारणा निरर्थक है।

## अपूर्ण प्रतियोगिता

बाजार में पूर्ण प्रतियोगिता तथा एकाधिकार की स्थिति पायी जाती है, दोनों ही वास्तविक जीवन में नहीं पायी जाती है वास्तविक जीवन में दोनों के बीच की जो स्थिति पायी जाती है जिसे हम अपूर्ण प्रतियोगिता कहते हैं, अपूर्ण प्रतियोगिता का विचार श्रीमती रॉबिंसन ने दिया। प्रो० एडवर्ड एच० चैम्बरलिन ने एकाधिकारी प्रतियोगिता का विचार दिया जो अपूर्ण प्रतियोगिता का पर्याय है, अपूर्ण प्रतियोगिता बाजार की वह स्थिति होती है जिसमें ग्राहकों तथा विक्रेताओं की संख्या कम होती है, तथा वस्तु विभेद पाया जाता है, दूसरे शब्दों में इस स्थिति में

पूर्ण प्रतियोगिता का अभाव पाया जाता है या पूर्ण प्रतियोगिता की शर्ते मौजूद नहीं होती हैं। इसमें अनेक उत्पादक होते हैं। जो मिलती-जुलती वस्तुओं का निर्माण करते हैं लेकिन वे पूर्ण स्थानापन्न नहीं होते, स्टोनियर तथा हेग के शब्दों में लिखा है " यहाँ काफी वस्तुएं एवं सामान निर्मित करनेवाले अनेक फर्मों के बीच प्रतियोगिता तीक्ष्ण होती है लेकिन पूर्ण नहीं इस प्रकार अपूर्ण प्रतियोगिता के अन्तर्गत मिलती-जुलती वस्तुओं का उत्पादन अनेक उत्पादकों द्वारा किया जाता है सिगरेट या टुथपेस्ट इसके उदाहरण हैं। उदाहरण के लिए अलग-अलग ट्रेड मार्क के अन्तर्गत सिगरेट या टुथपेस्ट विभिन्न कम्पनियाँ बेचती है जबकि वे एक-दूसरे से मिलती जुलती रहती हो सिर्फ नाम के आधार पर विभिन्नता पायी जाती है, जैसे चारमिनार, गोल्ड, विल्स, फ्लैक इत्यादि सिगरेट या कोलगेट, पेप्सोडेन्ट, क्लोजप आदि टुथपेस्ट इसके अच्छे उदाहरण हैं।

इस प्रकार अपूर्ण प्रतियोगिता बाजार की ऐसी स्थितियों के बीच पायी जाती हो जिस बाजार में द्वयाधिकार, अल्पाधिकार, एकाधिकारी प्रतियोगिता सम्मिलित रूप से पायी जाती हो। अपूर्ण प्रतियोगिता के अन्तर्गत बाजार में केवल दो ही उत्पादक या विक्रेता होते हैं, दोनों उत्पादकों के बीच भीषण प्रतियोगिता होती हो एक की गतिविधी दूसरे को काफी हद तक प्रभावित करती हो अपूर्ण प्रतियोगिता के बाजार में दो से अधिक विक्रेता होते हैं। वे सदृश्य वस्तुओं या निकट स्थानापन्न का उत्पादन करते हैं, उद्योग में थोड़े से फर्मों का प्रभुत्व होता है, तथा उनमें प्रतियोगिता पायी जाती है। विक्रेता या उत्पादकों की संख्या कम रहने के कारण वे बहुत ही कीमत तथा प्रति के प्रति सजग रहते हैं। एक दूसरे की गतिविधि का ध्यान रखते हुए कोई आवश्यक कार्य करते हैं। अपूर्ण प्रतियोगिता बाजार में अल्पाधिकार से अधिक फर्मे मिलती-जुलती तथा निकट स्थानापन्न वस्तुओं का उत्पादन करते हो उनके बीच तीक्ष्ण प्रतियोगिता होती है। लेकिन पूर्ण प्रतियोगिता नहीं। इसमें एकाधिकार तथा प्रतियोगिता दोनों तत्व पाया जाता है। वस्तु के उत्पादन पर उनका नियंत्रण होता है लेकिन सदृश्य वस्तुएँ बनाने वाली कम्पनियों के बीच प्रतियोगिता भी होती है इसलिए इसे एकाधिकारी प्रतियोगिता भी कहा जाता है। वस्तुएँ समान होते हुए भी ब्राण्ड एवं ट्रेड मार्क के कारण भिन्न होती है। सिगरेट के विभिन्न ब्राण्ड या विभिन्न टुथ-पेस्ट इसके उदाहरण हो।

इस तरह अपूर्ण प्रतियोगिता के विभिन्न रूपों में दिखायी पड़ती है अपूर्ण प्रतियोगिता में उत्पादकों या क्रेताओं की संख्या कम होती है द्वयाधिकार के अन्तर्गत सिर्फ दो विक्रेता होते हैं जबकि अल्पाधिकार में इनकी संख्या द्वयाधिकार से अधिक होती है। किन्तु एकाधिकारी प्रतियोगिता

में भी अनेक उत्पादक होते है लगभग समान वस्तुएँ उनके द्वारा निर्मित की जाती है। उत्पादकों के बीच प्रतियोगिता होती है लेकिन वह अपूर्ण होती है। जैसे भारत में दोपहिया वाहन के निर्माता बजाज, टीवीएस, काइनेटिक, होन्डा इनके बीच अपूर्ण प्रतियोगिता होती है। अपूर्ण प्रतियोगिता में जो वस्तुएँ बेची जाती है उनमें अंतर होता है वस्तुएँ एक जैसी होती है। लेकिन ब्रांड, रूप पैकिंग में अन्तर होता है वस्तुओं में विभिन्नता के कारण होते हुए भी विक्रेता के रहने के कारण भी उसमें अपूर्ण प्रतियोगिता होती है। अपूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में वस्तुओं में अन्तर पाया जाता है इसलिए उपभोक्ता तथा क्रेताओं को अपनी वस्तु के प्रति आकर्षित करने के लिए बड़े पैमाने पर विज्ञापन तथा प्रचार पर खर्च करते है। अपनी वस्तु की बिक्री बढ़ाने के लिए भारी मात्रा में विज्ञापनों पर खर्च करना पड़ता है। लेकिन पूर्ण प्रतियोगिता एवं एकाधिकार में इसकी आवश्यकता नहीं पड़ती है। विक्रेताओं क्रेताओं को बाजार की पूर्ण जानकारी नहीं होती है उन्हें वस्तु की कीमत, मांग तथा पूर्ति का अपूर्ण ज्ञान होता है। अपूर्ण प्रतियोगिता में वस्तुओं को एक स्थान से दूसरे स्थान पर लाने-ले जाने में अधिक व्यय होता है। इसलिए अनेक स्थानों पर वस्तुओं का मूल्य भिन्न-भिन्न होता है। अपूर्ण प्रतियोगिता में वस्तुओं की कीमत में अन्तर पाया जाता है विभिन्न विक्रेताओं की वस्तुओं की कीमत अलग-अलग होती है नाम या ब्राण्ड के साथ कीमतों में अंतर पाया जाता है। अपूर्ण प्रतियोगिता में फर्मों के प्रवेश या बहिर्गमन पर कोई प्रतिबंध नहीं होता, वे उद्योग में स्वतंत्र रूप से प्रवेश कर सकते है या पुराने फर्म उद्योग छोड़कर बाहर जा सकते है।

इस प्रकार पूर्ण प्रतियोगिता तथा अपूर्ण प्रतियोगिता में बहुत अंतर पाया जाता है।