Date:- 17/04/2020	Degree Part-I (Hons.)
Content writer:-	Paper:-I
Dr. Akhay Kumar Pathak	Content of the Paper:-
Deptt. of Economics,	Micro Economics
Marwari College,	Module:-4
Darbhanga (LNMU	

TOPIC:-PRICE DETERMINATION UNDER PERFECT COMPETITION.

(पूर्ण प्रतियोगिता में मूल्य निर्धारण)

पूर्ण प्रतियोगिता बाजार की वह स्थिति है जिसमें क्रेता एवं विक्रेता बड़ी संख्या में वस्तु का क्रय-विक्रय करते हैं। उनको बाजार की अवस्था का पूर्ण ज्ञान होता है तथा कीमत की प्रवृत्ति समस्त बाजार में एक समान होती है। पूर्ण प्रतियोगिता के भिन्न-भिन्न विशेषताओं के आधार पर विभिन्न अर्थशास्त्रियों ने इसे परिभाषित किया है। प्रो० जॉन रॉबिन्सन ने इसे परिभाषित करते हुए कहा है कि "पूर्ण प्रतियोगिता तब पायी जाती है जब प्रत्येक उत्पादक के उत्पादन के लिए माँग पूर्णतया लोचदार होती है। इसका अर्थ यह है कि विक्रेताओं की संख्या बहुत अधिक होती है जिससे किसी एक विक्रेता की उत्पादित वस्तु कुल उत्पादित वस्तुओं का एक थोड़ा सा भाग प्रतीत होता है, तथा सभी क्रेता प्रतियोगी विक्रेताओं के बीच चुनाव करने की दृष्टि से समान होते हैं जिससे बाजार पूर्ण हो जाता है।" दूसरी तरफ प्रो० फर्गुसन एवं क्रेप ने इसे परिभाषित करते हुए कहा है कि "एक उद्योग पूर्ण प्रतियोगिता वाला तब होता है जब समस्त बाजार की तुलना में प्रत्येक क्रेता एवं विक्रेता इतना छोटा होता है कि वह अपनी खरीद अथवा उत्पादन में परिवर्तन करके बाजार कीमत को प्रभावित नहीं कर सकता है।"

उपरोक्त तथ्यों के विश्लेषण से यह स्पष्ट होता है कि पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति बाजार की कुछ खास विशेषताओं पर आधारित है। इन विशेषताओं को निम्नांकित रूप में व्यक्त किया जा सकता है:—

(i) पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत क्रेताओं एवं विक्रेताओं की संख्या अत्यधिक होती है।

(ii) पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत सभी फर्मों द्वारा उत्पादित वस्तुएं एक समान होती हैं।

(iii) फर्मों को उत्पादन कार्य में प्रवेश करने एवं छोड़ने की स्वतंत्रता होती है।

(iv) पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत क्रेताओं एवं विक्रेताओं

Maharaza

को कीमत का पूर्ण ज्ञान होता है।

(v) पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत वस्तुओं एवं सेवाओं तथा साधनों की पूर्ण गतिशीलता पायी जाती है।

(vi) पूर्ण प्रतियोगिता बाजार में वस्तु के यातायात के लागत का कीमत पर कोई प्रभाव नहीं पड़ता है।

पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत वस्तुओं के कीमत निर्धारण के संबंध में अर्थशास्त्रियों ने विभिन्न सिद्धांतों का प्रतिपादन किया है। सर्वप्रथम एडम स्मिथ एवं डेविड रिकार्डो ने कीमत-निर्धारण के संबंध में यह बताया कि किसी भी वस्तु या सेवा की कीमत इसके उत्पादन में लगे श्रम के बराबर होती है। इसे कीमत का श्रम सिद्धांत कहते हैं। इस सिद्धांत के अनुसार वस्तु की कीमत उसमें लगे श्रम के बराबर होती है किन्तु कीमत-निर्धारण का यह सिद्धांत एकपक्षीय तथा अपूर्ण है क्योंकि इसमें केवल पूर्तिपक्ष पर ही विचार किया गया है तथा माँग पक्ष की पूर्ण रूप से अवहेलना की गयी है।

इसके विपरीत जेवन्स एवं वालरस ने यह कहा कि वस्तु की कीमत उसके उपयोगिता पर निर्भर करती है। इस दृष्टिकोण के अनुसार, वस्तु में जितना तुष्टिगुण होता है, उतना ही अधिक उसकी कीमत होती है। वस्तु की कीमत वस्तु के सीमान्त तुष्टिगुण के बराबर होती है। इस सिद्धांत में माँग पक्ष पर जोर दिया गया है।

मार्शल का समन्वयवादी दृष्टिकोण :-

प्रो० मार्शल ने एडम स्मिथ और जेवन्स दोनों के दृष्टिकोण को एकांगी माना और कहा कि पूर्ण प्रतिस्पर्धा की स्थिति में किसी वस्तु की कीमत एक ओर उसकी माँग तथा दूसरी ओर उसकी लागत के पारस्परिक संबंध से निर्धारित होती है। क्रेता वस्तु की माँग उसकी उपयोगिता के कारण करते हैं

haraza

तथा विक्रेता वस्तु की पूर्ति लाभ कमाने के उद्देश्य से करते हैं। जिस कीमत पर क्रेता वस्तु खरीदने को तैयार रहता है तथा विक्रेता बेचने को तैयार रहता है, उसे हम वस्तु की 'साम्य कीमत' कहते हैं। अर्थात साम्य कीमत वस्तु की वह कीमत है जिसपर वस्तु की माँग एवं पूर्ति बराबर रहती है।

इस प्रकार पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति में साम्य कीमत का निर्धारण वस्तु की माँग एवं वस्तु की कीमत के सापेक्षिक शक्तियों द्वारा होता है।

(i) वस्तु की माँग :- उपभोक्ता किसी वस्तु की माँग इसलिए करता है कि इस वस्तु में उपभोक्ता को संतुष्ट करने की शक्ति होता है। जिस वस्तु की आवश्यकता उपभोक्ता के लिए जितनी तीव्र होगी, उस वस्तु के लिए वह उतना ही अधिक कीमत चुकाने के लिए तैयार होगा। लेकिन किसी भी स्थिति में किसी वस्तु के लिए वह सीमान्त उपयोगिता से अधिक मूल्य देने को तैयार नहीं होगा।

(ii) वस्तु की पूर्ति :- वस्तु की पूर्ति उत्पादक अथवा विक्रेताओं द्वारा की जाती है। वस्तु की पूर्ति अथवा बाजार पूर्ति से तात्पर्य किसी वस्तु के पूर्ति के उस कुल योग से है जो बाजार में सभी फर्में बेचने के लिए तैयार है। विक्रेता द्वारा वस्तु की पूर्ति इसलिए की जाती है क्योंकि इस कार्य द्वारा उन्हें लाभ की प्राप्ति होती है। विक्रेताओं के लिए कीमत प्राप्त करने की एक न्यूनतम सीमा होती है। यह न्यूनतम सीमा वस्तु की उत्पादन औसत लागत द्वारा तय की जाती है। विक्रेता उस समय तक वस्तु के बिक्री को बढ़ाते रहेंगे, जब तक कीमत सीमान्त लागत के बराबर नहीं हो जाती।