Dr. Vinod Baitha
Deptt. of Economic
Marwari college
Darbhanga

एकाधिकृत प्रतियोगिता

Monopolistic competition.

एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता वह बाजार की स्थिति है जिसमें अनेक, किन्तु छोटे आकार की प्रतियोगी फर्में होती हैं। ये सभी फर्में मिलती-जुलती वस्तुएँ बेचती हैं अर्थशास्त्र में पूर्ण प्रतियोगिता तथा पूर्ण एकाधिकार दोनों ही काल्पनिक दशाएँ हैं। वास्तविक जीवन में इन दोनों का मिलना कठिन है क्योंकि प्रतियोगिता न तो पूर्ण होती है और न ही पूर्णतया लुप्त होती है। वस्तुतः व्यवहारिक जीवन में इन दोनों के बीच की अवस्थाएँ पायी जाती हैं। इस बीच की अवस्था को ही अपूर्ण प्रतियोगिता अथवा मध्यम बाजार की स्थिति की संज्ञा दी जाती है। अर्थात अपूर्ण प्रतियोगिता बाजार की वह स्थिति है जो पूर्ण प्रतियोगिता व एकाधिकार दोनों की चरम स्थितियों के मध्य रहती है। इस स्थिति को श्रीमती जॉन रॉबिंसन ने अपूर्ण प्रतियोगिता और अमेरिका के प्रसिद्ध अर्थशास्त्री प्रो० एडवर्ड एच. चेम्बरलेन ने एकाधिकृत प्रतियोगिता के नाम से पुकारा है। कभी-कभी इसे समूह संतुलन भी कहते हैं। अपूर्ण प्रतियोगिता व एकाधिकृत प्रतियोगिता में थोड़ा अंतर है परन्तु वैसे अर्थ में दोनों एक ही मान लिये जाते हैं।

एकाधिकृत या एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता से अभिप्राय उस अवस्था से है। जिसमें क्रेताओं विक्रेताओं में इतना विभेद पाया जाता है कि वे एक दूसरे की पूर्ण स्थानापन्न नहीं हो सकती, प्रत्येक उत्पादक या विक्रेता का अपनी वस्तु पर पूर्ण एकाधिकार होता है परन्तु चूँकि बाजार उसे अपूर्ण स्थानापन्न वस्तुओं के साथ प्रतिस्पर्द्धा का सामना करना पड़ता है। इसलिए ऐसी अवस्था को एकाधिकारात्मक अवस्था कहते हैं, उदाहरण के लिए भारत में सिगरेट के कुछ उत्पादक हैं। जो अलग-अलग प्रकार के सिगरेट (पनामा, चारमीनार) इत्यादि का उत्पादन करते हैं इन विभिन्न प्रकार के सिगरेटों के गुणों में कोई विशेष अंतर नहीं है। केवल इनके अलग-अलग ट्रेडमार्क हैं और अलग-अलग नाम से बेचे जाते हैं। विभिन्न प्रकार के ब्राण्डों के बीच प्रतियोगिता तो है किन्तु पूर्ण नहीं है। इसका कारण यह है कि सिगरेट के उत्पादक तो बहुत हैं परन्तु उनके उत्पादन में विभिन्नता पायी जाती है। अर्थात वे अलग-अलग ब्राण्डों के सिगरेट का उत्पादन करते हैं। भारतीय दृष्टिकोण से एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता के कुछ महत्वपूर्ण उदाहरण प्रस्तुत हैं

टूथपेस्ट – विनाका, कोलगेट, फोरहंस, प्रॉमिस, क्लोज अप आदि
ब्लेड्स – इरास्मिक, टोपाज, सेन्टर विन लेजर, पनामा,
साईकिल – एटलस, हिरो, एवन, हरक्युलिस, बी.एस.ए. आर. एम. आई
चाय – डबल डायमंड, ब्रुक बान्ड, लिप्टन, ताजमहल
स्कूटर – बजाज, लम्ब्रेटा, विजय, आलविन, पुष्पक, वेस्पा
कार – मारुती, एम्बेस्डर, प्रिमियर, पद्मिनी, स्टैण्डर्ड गेजल
घड़ी – एच. एम. टी. टाईमस्टार, आलविन, टाईटन-सीको इत्यादि

Scanned by CamScanner

इस प्रकार हम देखते हैं कि पूर्ण प्रतियोगिता में एकाधिकार की अपेक्षा एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता अधिक वास्तविक है कुछ अर्थशास्त्रियों ने एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता की परिभाषा अपने-अपने ढंग से दी है जो निम्नलिखित हैं

1. प्रो० चैम्बरलिन के अनुसार " एकाधिकृत प्रतियोगिता बाजार की वह स्थिति है जिसमें की बहुत सी छोटी फर्में होती हैं जो कि एक दूसरे से मिलती-जुलती वस्तुएं बेचती हैं परन्तु ये वस्तुएँ उपभोक्ताओं की दृष्टि में एक रूप नहीं होती हैं इनमें भिन्नता या भेद रहता है।"

2. प्रो० वाटसन के अनुसार " एकाधिकृत प्रतियोगिता के सिद्धान्त का प्रयोग उन बाजार विवेचन के लिए किया जाता है जहाँ बहुत से विक्रेता तथा प्रत्येक विक्रेता की वस्तु प्रतिद्वन्दी विक्रेता की वस्तु से भिन्न हो।"

इस प्रकार अनेक अर्थशास्त्रियों ने एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता की परिभाषा के अनुसार हम कह सकते हैं कि एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता बाजार की वह स्थिति है जिसमें अनेक किन्तु छोटे आकार की प्रतियोगी फर्में होती हैं और ये सभी फर्में मिलती-जुलती वस्तुएँ बेचती हों परन्तु ये वस्तुएँ पूरी तरह समरूप नहीं होती वस्तु में थोड़ा बहुत अन्तर अवश्य पायी जाती है।

इन परिभाषाओं के आधार पर एकाधिकृत प्रतियोगिता की कुछ विशेषताएँ भी होती हैं जो निम्नलिखित हैं।

1. विक्रेताओं की अधिक संख्या — एकाधिकृत प्रतियोगिता की विशेषताओं में विक्रेताओं की अधिक संख्या को दो भागों में बाँटा जाता है।
(अ) एकाधिकृत प्रतियोगिता में विक्रेताओं की संख्या अधिक होती है (पूर्ण प्रतियोगिता में यह संख्या बहुत अधिक होती है) परन्तु प्रत्येक विक्रेता छोटा होता है और वह कुल उत्पत्ति का बहुत छोटा अंश ही उत्पादित करता है।
(ब) इन विभिन्न विक्रेताओं के मध्य प्रतियोगिता होती है। वे स्वतंत्र रूप से कार्य करते हैं। और उनमें कोई समझौता या गुप्त संधि नहीं होती।

2. वस्तु विभेद या वस्तु भिन्नता — वस्तु विभेद एकाधिकृत प्रतियोगिता के मूल आधार है वस्तु विभेद का अर्थ है वस्तु विशेष की सभी इकाईयाँ एक सी नहीं होती सभी फर्मों द्वारा उत्पादित वस्तुएँ अधिकांश अंशों में एक दूसरे की स्थानापन्न होती हैं। प्रत्येक फर्म जो वस्तु उत्पन्न करती है। वह किसी-न-किसी रूप में अन्य फर्मों की वस्तुओं से भिन्न होती। अन्य शब्दों में हर फर्म यह कोशिश करती है कि उसके द्वारा उत्पादित वस्तु अन्य फर्मों की वस्तुओं से भिन्न हो।

3. फर्मों का स्वतंत्र प्रवेश — एकाधिकृत प्रतियोगिता में उद्योग में किसी फर्म के प्रवेश की पूर्ण स्वतंत्रता रहती है परन्तु पूर्ण प्रतियोगिता की तुलना में इसका प्रवेश कुछ कठिन होता है। इसका प्रमुख कारण वस्तु विभेद होना है।

4. विक्रय लागतें — एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता के बाजार में विक्रय लागतों का महत्वपूर्ण स्थान होता है। प्रत्येक फर्म अन्य फर्मों की तुलना में अपने उत्पादन की अधिक मात्रा को बेचने की दृष्टि से विज्ञापन प्रचार और विक्रय कला पर खर्च करती है। इस प्रकार इन फर्मों में गैर कीमत प्रतियोगिता पायी जाती है।

5. प्रत्येक फर्म अपनी वस्तु के लिए एकाधिकारी होती है। — एकाधिकृत प्रतियोगिता में प्रत्येक फर्म का अपनी वस्तु पर एकाधिकार होता है अर्थात उस नाम की वस्तु

Scanned by CamScanner

अन्य कोई नहीं कर सकती; जैसे एटलस साईकिल का उत्पादन एटलस साईकिल फैक्ट्री के अतिरिक्त अन्य कोई फर्म नहीं कर सकती; अथवा साबुन के उत्पादन पर हिन्दुस्तान लिवर का एकाधिकार है।

6. समूह का विचार —— एकाधिकृत प्रतियोगिता में प्रो० चैम्बरलीन ने अपने एकाधिकृत प्रतियोगिता के सिद्धान्त में समूह के विचार का प्रतिपादन किया है। एकाधिकारयुक्त प्रतियोगिता में उद्योग का साम्य नहीं होता है बल्कि समूह का साम्य होता है। एकाधिकारी प्रतियोगिता की प्रमुख विशेषता अपूर्ण प्रतियोगिता वस्तु विभेद है। यह विशेषता ही इसे पूर्ण प्रतियोगिता से भिन्न बना देती है। हालांकि एकाधिकार प्रतियोगिता का एक रूप होती है परन्तु यह पूर्ण प्रतियोगिता के अधिक निकट होती है। इसी कारण से कहा जाता है कि "एकाधिकारी प्रतियोगिता अपूर्ण प्रतियोगिता का न्यूनतम अपूर्ण रूप है।"

पूर्ण प्रतियोगिता और एकाधिकृत प्रतियोगिता में तुलना —— पूर्ण प्रतियोगिता और एकाधिकृत प्रतियोगिता में तुलना करने के लिए कुछ महत्वपूर्ण बिन्दुओं पर ध्यान देना आवश्यक है।

1. फर्मों की संख्या —— पूर्ण प्रतियोगिता में उद्योग में फर्मों की बहुत अधिक संख्या होती है और हर फर्म कुल उत्पादन का बहुत थोड़ा सा भाग उत्पादित करता है। लेकिन एकाधिकारयुक्त प्रतियोगिता में फर्मों की संख्या अधिक होती है लेकिन पूर्णप्रतियोगिता की अपेक्षा कम होती है बाजार जितना अधिक अपूर्ण होगा, फर्मों की संख्या उतनी ही कम होती जाएगी।

2. माँग की लोच —— पूर्ण प्रतियोगिता में एक फर्म के लिए उसकी वस्तु की माँग वक्र पूर्णतया लोचदार होता है अर्थात् यह क्षैतिज X अक्ष के समानांतर होता है वह प्रचलित कीमत पर चाहे जितना माल बेच सकता है। इसके लिए कीमत कम करने की आवश्यकता नहीं होती और कीमत बढ़ाने पर माँग का लोप शून्य हो जाता है। लेकिन एकाधिकृत प्रतियोगिता में फर्म के माँग वक्र की लोच अधिक होती है और MR वक्र उसके नीचे होता है। तात्पर्य यह है कि एकाधिकृत प्रतियोगिता में अधिक माल बेचने के लिए कीमत को घटाना होता है अर्थात् एकाधिकृत प्रतियोगिता में एक फर्म का कुछ सीमा तक कीमत का प्रभाव होता है।

3. संतुलन की स्थिति —— पूर्ण प्रतियोगिता में फर्म के साम्य की दशा में कीमत = सीमान्त लागत (Price = MC) की शर्त पूरी होती है जबकि एकाधिकृत प्रतियोगिता में MR = MC की शर्त पूरी होती है।

4. वस्तु का स्वभाव —— पूर्ण प्रतियोगिता में केवल एक ही तरह के वस्तु अथवा सजातीय वस्तु को ही पैदा किया जाता है। क्रेताओं की दृष्टि से विभिन्न फर्मों द्वारा उत्पादित वस्तुएँ एक दूसरे की पूर्ण स्थानापन्न होती है जबकि एकाधिकारयुक्त प्रतियोगिता में विभिन्न फर्में पृथक-पृथक किस्म की वस्तु को उत्पादित करती है। क्रेताओं की निगाह में वस्तु की हर किस्म स्वतः में एक स्वतंत्र वस्तु होती है फर्मों के द्वारा उत्पादित वस्तुएँ एक-दूसरे की निकट स्थानापन्न होती है परन्तु पूर्ण स्थानापन्न नहीं होती।

5. विक्रय लागत — पूर्ण प्रतियोगिता में समरूप वस्तुओं का उत्पादन किया जाता है और पूरे बाजार में उन्हें एक ही कीमत पर बेच दिया जाता है। अतः विक्रय लागत की आवश्यकता नहीं पड़ती है।

Scanned by CamScanner

जबकि एकाधिकृत प्रतियोगिता में प्रत्येक फर्म भिन्न-भिन्न वस्तुएं बेचती है। अतः अपनी वस्तु के प्रति उपभोक्ताओं रुचि और फैशन बनाने, आकर्षित करने के लिए उत्पादकों को काफी मात्रा में विक्रय लागत (विज्ञापन व्यय) लगानी पड़ती है।

6. उत्पादन की मात्रा एवं कीमत —— पूर्ण प्रतियोगिता के अन्तर्गत उत्पादन न्यूनतम औसत लागत पर होता है अर्थात अनुकूलतम मात्रा का उत्पादन किया जाता है और कीमत कम होती है जबकि एकाधिकृत प्रतियोगिता में उत्पादन अनुकूलतम मात्रा से कम होता है और कीमत ऊँची होती है।

इस प्रकार एकाधिकृत प्रतियोगिता बाजार की वह स्थिति है जिसमें अनेक छोटे प्रकार की फर्में होती हैं और ये सभी फर्में मिलती जुलती वस्तुएँ बेचती है। परन्तु ये वस्तुएँ पूरी तरह से समरूप नहीं होती। वस्तुओं में थोड़ी बहुत अंतर अवश्य होता है।

Scanned by CamScanner