

# 1. पूर्ण स्पर्धा बाजार (1)

बाजार म्हणजे काय ?

ज्या ठिकाणी वस्तुची खरेदी विक्री केली जाते त्यास बाजार असे म्हणतात.

बाजारपेठ म्हणजे शहरातील अशी जागा होय की जिथे वस्तु आणि सेवांची विक्री केली जाते.

एखाद्या वस्तुची देवानेवान करणारा व्यक्तीसमुह म्हणजे बाजार होय.

\* स्पर्धेनुसार बाजारपेठेचे प्रकार :-

- 1) पूर्ण स्पर्धा बाजार
- 2) मन्तेदारी बाजार
- 3) मन्तेदारीयुक्त बाजार
- 4) अल्पधिकार बाजार
- 5) द्वाधिकार बाजार

प्रस्तावना :-

या बाजारपेठेमध्ये ग्राहक व विक्रेत्यांचे संख्या असंख्य असते. या बाजारपेठेतील वस्तु ह्या एकसारख्या आणि एकजिनसी असतात. या एकजिनसी वस्तुची किंमत ही मागणी व पुरवठ्यावरून ठरते. एक विक्रेता किंवा एक ग्राहक वस्तुच्या किंमतीवर प्रभाव पाडू शकत नाही. उदा. जसे सागरात एक थेंब पाणी ओतले तर सागराचा मद्यसागर होत नाही. किंवा एक थेंब पाणी काढले तर सागराची नदी बनत नाही.



① ②

Date Page No.

\* पूर्ण स्पर्धेची व्याख्या :-

\* प्रा. फर्ग्युसन :-

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात ग्राहक व विक्रेत्यांची संख्या मोठी असते. त्यांच्यामध्ये आपसापसून स्पर्धा निर्माण होत नाही.

पूर्ण स्पर्धा म्हणजे असा बाजार की पूर्ण स्पर्धेच्या वैशिष्ट्यावर कार्य करतो.

ज्या बाजारात एकाजिनसी वस्तूचे उत्पादन केले जाते व त्यांची किंमत एक आणि एकच असते अशा बाजारांना पूर्ण स्पर्धा बाजार असे म्हणतात.

\* पूर्ण स्पर्धेची वैशिष्ट्ये किंवा अटी :-

1) अंशरथ विक्रेते :-

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारपेठेत अंशरथ विक्रेते कार्य करत असतात. एखाद्या विक्रेत्याने (आ) वस्तू विकण्याचे थांबविले असले तरीही त्याचा बाजारपेठवर कोणत्याही प्रकारचा परिणाम दिसून येत नाही म्हणून अंशरथ विक्रेते हे पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारपेठेत कार्य करीत असतात.

2) अंशरथ ग्राहक :-

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारपेठेत जसे अंशरथ विक्रेते असतात तसेच ग्राहकांची संख्या पण अंशरथ असावी लागते. म्हणजेच एखाद्या ग्राहकाने खरेदी करण्याचे थांबविले किंवा जास्तीची खरेदी केली तरीही त्याचा कोणत्याही प्रकारचा परिणाम

③ ④

Date Page No.

बाजारपेठेवर दिसून येत नाही म्हणून पूर्ण स्पर्धेत खरेदीदाराची संख्या किंवा ग्राहकांची संख्या अंशरथ असते.

③ एकजिनसी वस्तू :-

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारपेठेत वस्तू या सारख्याच सारख्याच प्रकारच्या असतात. म्हणजेच त्या एकजिनसी असतात. त्या वस्तूचे प्रमाण रंग, रूप, राव, वास, किंवा वस्तूची वाढणी ही सारख्याच प्रकारची असते.

④ ग्राहक व विक्रेत्यांना बाजारपेठेचे संपूर्ण ज्ञान :-

विक्रेता कोणत्या किंमतीला वस्तूचे किती नग पुरविले याचे ज्ञान ग्राहकांना असले पाहिजे तसेच कोणत्या किंमतीला ग्राहक किती नगाची मागणी करेल याचे ज्ञान विक्रेत्यांना असले पाहिजे. पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात अंशरथ विक्रेत्यांसोबतच अंशरथ ग्राहक असतात. म्हणून त्यांना बाजारपेठेचे संपूर्ण ज्ञान असावे लागते.

⑤ खरेदीसाठी गेलेले ग्राहक शुद्ध मनाने गेले पाहिजे.

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारपेठेत ज्या ठिकाणी भरतो. तेथील ग्राहक खरेदीसाठी शुद्ध मनाने गेलेला असावा. म्हणजेच इतर गोष्टींचा त्या ग्राहकाच्या मनावर कोणत्याही प्रकारचा परिणाम झालेला नसावा.

उदा :-

जालिशन

⑥ उद्योग संस्थाना मुक्त प्रवेश :-

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारपेठेमध्ये अनेक उद्योग संस्थाना मुक्त प्रवेशाची संधी असते. कोणत्याही व्यावसायिक किंवा उद्योजक आपली वस्तू बाजारपेठेत



ह्यापुन वस्तु विक्रु शकते. त्यामुळे बाजारान कोणत्याही विक्रेत्यांना व कोणत्याही उद्योग संस्थाना मुक्त प्रवेश असतो.

1) वस्तुची एक्य किंमत :-

ज्या बाजारान एकाच प्रकारच्या वस्तुची एक्य किंमत आकारली जाते म्हणजेच किंमतीत कोणत्याही प्रकारच्या बदल केला जात नाही ती वस्तु एकाच किंमतीला विकल्या जाते. खरेदीदार खरेदी करे अथवा न करे या दृष्टीकोनातुन वस्तुची किंमत आकारली जाते. त्या बाजारान पूर्ण स्पर्धा बाजार असे म्हणतात.

वरील सर्व वैशिष्ट्ये किंवा अटी ज्या बाजारपेठेन पूर्ण केल्या जातात त्या बाजारान पूर्ण स्पर्धा बाजार असे म्हणतात. वरील जरी पूर्ण स्पर्धेचे वैशिष्ट्य असले तरीही सध्याच्या स्थितीला अशी वैशिष्ट्ये असणारे बाजार आपल्या दृष्टीस दीसत नाही किंवा अनुभववास येत नाही. म्हणुन पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारान काल्पनिक बाजार असे म्हणतात.

\* पूर्ण स्पर्धा व शुद्ध स्पर्धा यातील फरक :-

1) पूर्ण स्पर्धा :-

पूर्ण स्पर्धा म्हणजे असा बाजार की जो पूर्ण स्पर्धेच्या वैशिष्ट्यावर कार्य करतो. त्या बाजारान पूर्ण स्पर्धा बाजार असे म्हणतात. या बाजारपेठेमध्ये ग्राहक व विक्रेत्यांची संख्या अंमरुत असते. एखादा विक्रेता वस्तु विकण्याचे शोषविले किंवा एखादा ग्राहक वस्तु खरेदी करण्याचे शोषविले किंवा जास्तीची खरेदी केला तरीही या बाजारपेठेवर कोणत्याही

प्रकारच्या परिणाम होत नाही. कारण या बाजारपेठेचे वैशिष्ट्ये आहे की अंमरुत ग्राहक, अंमरुत विक्रेते या बाजारपेठेतील वस्तु एकजिनसी असतात. रंग, रूप, वास, चव इत्यादि सारख्या प्रकारचे असतात. या एकजिनसी एकसारख्या वस्तुची किंमती मागणी व पुरवठ्या वरून इरते. एक विक्रेता किंवा एक ग्राहक वस्तुच्या किंमतीवर प्रभाव पाडु शकत नाही.

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारचे वरील वैशिष्ट्ये जरी असली तरीही आजच्या जगान अशी वैशिष्ट्ये असणारे पूर्ण स्पर्धेचे बाजार वास्तवात किंवा प्रत्यक्षान आढळुन येत नाही. कारण पूर्ण स्पर्धा बाजारान काल्पनिक बाजार असे संबोधले जाते. आपण अशा बाजारची फक्त कल्पना करू शकतो.

2) शुद्ध स्पर्धा :-

ज्या स्पर्धेत मल्लेदारीचा अंश ही नसतो. अशी स्पर्धा म्हणजे शुद्ध स्पर्धा होय. प्राथ्यापक चंवरलीन यांनी शुद्ध स्पर्धेची कल्पना मांडली.

प्रा. चंवरलीन चंवरलीन यांच्या मते :- ज्या स्पर्धेत मल्लेदारीचा लवलेश ही नसतो व मल्लेदारीचा अंश ही नसतो अशी स्पर्धा म्हणजे शुद्ध स्पर्धा होय.

मल्लेदारीन मल्लेदारीचे वस्तुच्या पुरवठ्यावर व वस्तुच्या किंमतीवर संपूर्ण नियंत्रण असते. परंतु, शुद्ध स्पर्धा म्हणजे मल्लेदारीचा लवलेश ही नसणे होय. त्यामुळे शुद्ध स्पर्धेतील उत्पादकाची किंवा विक्रेत्याचे वस्तुच्या पुरवठ्यावर व वस्तुच्या किंमतीवर नियंत्रण नसते. शुद्ध स्पर्धा हा पूर्ण स्पर्धेचा एक अविभाज्य घटक आहे. पूर्ण स्पर्धा व शुद्ध स्पर्धा या दोघान जरी फरक केला असला तरीही दोघात मनाने शुद्ध स्पर्धा समवेसा. पूर्ण स्पर्धेत केला जातो



6

म्हणून पूर्ण स्पर्धेतील काही वैशिल्ये शुद्ध स्पर्धेन आढळतात. अंशरथ घाटक, अंशरथ विक्रेते, मुल्ल प्रवेश व निगमिन, एक किंमत वरील प्रमाणे पूर्ण स्पर्धा व शुद्ध स्पर्धा यातील फरक स्पष्ट झाले आहेत.

\* पूर्ण स्पर्धेत वस्तुची किंमत निश्चीती कशी होते

पूर्ण स्पर्धेत वस्तुची किंमत ठरवित असताना मागणी आणि पुरवठ्याचा एकत्रीत विचार करावा लागतो. परंतु काही अर्थव्यवस्थांमध्ये वस्तुची किंमत मागणीवरून ठरते असे सांगण्यात आले. जेव्हा या अर्थव्यवस्थांच्या मते वस्तुची किंमत ही केवळ मागणीवरून ठरते तर प्रा. रिचर्ड्स यांच्या मते वस्तुची किंमत ही केवळ पुरवठ्यावरून ठरते असे प्रतिपादन करण्यात आले. परंतु, या दोघांची ही विचारभरती चुकीची ठरविण्यात आली कारण जेव्हा हा फक्त मागणीचा तर्मा रिचर्ड्स या केवळ पुरवठ्याचा विचार करता हे दोघेही एकाच विचार करतात. परंतु डॉ. मार्लिन ने असे दाखून दिले की वस्तुची किंमत केवळ पुरवठ्यावरून किंवा केवळ मागणीवरून ठरत नाही तर ती मागणी आणि पुरवठा या दोघानवरून ठरते. म्हणून डॉ. मार्लिन ने सिद्ध करण्यासाठी कात्रीचा उदा. दिले आहे.

या प्रमाणे कापड कापताना कात्रीच्या दोन्ही पाव्यांच्या वापर करावा लागतो. त्या प्रमाणे किंमत निश्चीतीमध्ये मागणी व पुरवठा हे दोन्ही घटक तिनकीच महत्वाची आहेत. कात्रीच्या एका पाव्यांन कापड कापता येणार नाही त्याचप्रमाणे वस्तुचा पुरवठा किंवा मागणी या एका घटकाने वस्तुची किंमत

7

ठरविता येणार नाही म्हणून डॉ. मार्लिन यांच्या मते पूर्ण स्पर्धेत मुख्य निश्चीती ही वस्तुची मागणी व पुरवठ्यावरून ठरते.

1) वस्तुची मागणी :-

वस्तुमध्ये मानवी गरजा पूर्ण करण्याची शक्ती असते. त्या शक्तीस उपयोगिता म्हटले जाते. या उपयोगितामुळे वस्तुला घाटकाकुडून मागणी येते. मागणी आणि किंमत यांच्यातील संबंध व्यस्त स्वरूपाचा असतो. किंमत कमी झाली की मागणी वाढते आणि किंमतीत वाढ झाली की मागणी घटते.

2) वस्तुचा पुरवठा :-

वस्तुचा पुरवठा हा उत्पादक करित असतो. उत्पादक वस्तुचा पुरवठा करतात. नफ्याचा विचार करित असतो. त्यामुळेच उत्पादकाकुडून करण्यात येणारा पुरवठा किंमतीशी संबंधी असतो. किंमत व पुरवठा यांच्यातील संबंध उभय स्वरूपाचा असतो. वस्तुची किंमत वाढल्यास पुरवठाही वाढतो.

3) मागणी व पुरवठ्याचा एकत्रीत विचार :-

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात वस्तु किंमत ही वस्तुची मागणी व पुरवठ्यावरून ठरते. त्यामुळे वस्तुच्या मागणी व पुरवठ्याचा एकत्रीत विचार करणे फायद्याचे ठरेल.



कोस्टक :-

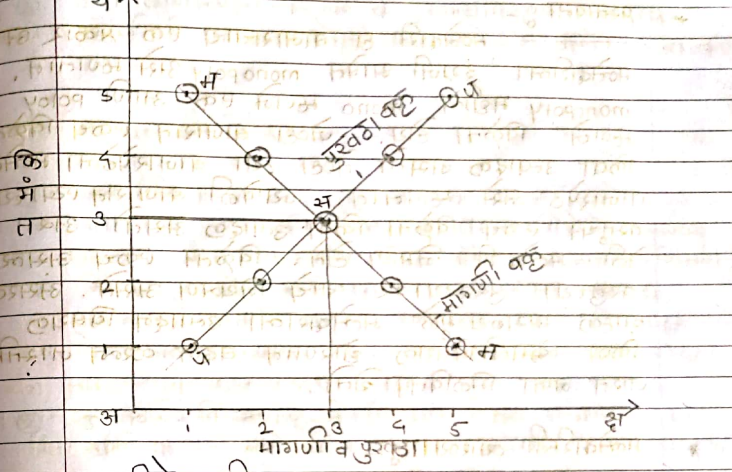
② ①

क्रमांक	किंमत	व्यसन वस्तुची मागणी	समा वस्तुचा पुरवठा
1	5	5	1
2	4	4	2
3	3	3	3
4	2	2	4
5	1	1	5

\* कोस्टकाचे स्पष्टीकरण :-  
 वरील कोस्टकात वस्तुची किंमत अशाप्रकारे असताना वस्तुची मागणी ही 5 नगाची होते तर पुरवठा हा एक नगाचा होता म्हणजे मागणीपेक्षा पुरवठा कमी होतो काही विक्रेत्यांना किंवा उत्पादकांना अल्पये किंमत पशवडत नसल्यामुळे वस्तुची किंमत ही वाढविली जाते म्हणून काही विक्रेते वस्तुची किंमत 2 रूपये करतात 2 रूपये किंमत असताना मागणी ही 4 नगाची होते तर पुरवठा हा 2 नगाचा होतो असूनही काही विक्रेत्यांना 2 रूपये पशवडत नसल्यामुळे वस्तुची किंमत ही 4 रूपये करतात 4 रूपये वस्तुची किंमत असताना मागणी ही 2 नगाची होते तर पुरवठा हा 4 नगाचा असतो म्हणजे मागणीपेक्षा पुरवठा जास्त असतो ही किंमत थाळणा पशवडत नाही म्हणून विक्रेते किंमतीत अल्पशी घट केली असता 4 रूपये वरून वस्तुची किंमत 3 रूपये केली असता मागणी ही 3 नगाचा होय व पुरवठा हा 3 नगाचा होतो म्हणजे 3 रूपये किंमत पशवडणारी असते म्हणून 3 रूपये वस्तुची किंमत ही समतोल किंमत अशी निश्चीत केले जाते म्हणून पूर्ण स्पष्टते वस्तुची किंमत ही मागणी व पुरवठ्यावरून ठरते.

⑨ ⑧

आकृती



आकृतीचे स्पष्टीकरण :-  
 वरील आकृतीत अशा अशाप्रकारे मागणी व पुरवठा दर्शविलेली आहे. आगणे अथवा अशाप्रकारे वस्तुची किंमत दर्शविलेली आहे. पप हा पुरवठा वक्र किंमतीत किंमतीत वाढ होताना पुरवठ्यात वाढ दर्शवितो. तर मम हा मागणी वक्र किंमतीत वाढ व होताना मागणीत घट दर्शवितो. पप व मम हे दोन्ही वक्र परस्परांना स बिंदुत छेदतात. स बिंदुच्या ठिकाणी मागणी व पुरवठा समान होतो. स या बिंदुत मागणी व पुरवठ्याच मेल हातला जातो म्हणून स बिंदुच्या ठिकाणी वस्तुची किंमत निश्चीती होते.