पूर्ण प्रतियोगिता में कीमत निर्धारण

पूर्ण प्रतियोगिता का अर्थ है कि किसी वस्तु के क्रेताओं एवं विक्रेताओं के बीच तथा विक्रेताओं और क्रेताओं के बीच पूर्ण प्रतियोगिता का होना। इस प्रतियोगिता के कारण ही बाजार में किसी वस्तु की कीमत सभी जगह एक समान होती है।

विभिन्न अर्थशास्त्रियों ने पूर्ण प्रतियोगिता की भिन्न भिन्न परिभाषाएं दी हैं। प्रो० श्रीमती जोन रॉबिन्सन के अनुसार "पूर्ण प्रतियोगिता तब पाई जाती है जब प्रत्येक उत्पादक की उपज के लिए माँग पूर्णतया लोचदार होती है। इसका अर्थ है कि विक्रेताओं की संख्या बहुत अधिक होती है जिससे किसी एक विक्रेता की उपज उस वस्तु की कुल उपज का एक बहुत ही छोटा भाग होती है तथा सभी क्रेता प्रतियोगी विक्रेताओं के बीच चुनाव करने की दृष्टि से समान होते हैं जिससे बाजार पूर्ण हो जाता है"

प्रो० फर्गुसन एवं क्रेप के अनुसार " एक उद्योग पूर्ण प्रतियोगिता वाला तब होता है जब समस्त बाजार की तुलना में प्रत्येक क्रेता तथा विक्रेता इतना छोटा होता है कि वह अपनी खरीद या उत्पादन में परिवर्तन करके बाजार कीमत को प्रभावित नहीं कर सकता है"

पूर्ण प्रतियोगिता की विशेषताएं – पूर्ण प्रतियोगिता की मुख्य विशेषताएं निम्नलिखित हैं।

(1) पूर्ण प्रतियोगिता में विक्रेताओं के साथ साथ क्रेताओं की संख्या भी बहुत ज्यादा होती है जिसके फलस्वरूप प्रत्येक क्रेता उद्योग के कुल उत्पादन का एक बहुत ही छोटा सा भाग खरीदता है। अर्थात वह अपनी सीमित खरीद के कारण ही वस्तु की कीमत को प्रभावित करने की हालत में नहीं होता है।

(2) पूर्ण प्रतियोगिता में सभी फर्मों द्वारा उत्पादित वस्तुएं, रंग रूप आकार तथा गुण में एक तरह की होती है।

(3) इस प्रकार की प्रतियोगिता में कोई भी नई फर्म उद्योग में प्रवेश कर सकती है तथा कोई भी फर्म उत्पादन बन्द करके उद्योग छोड़ सकती है।

(4) क्रेताओं और विक्रेताओं को वस्तु की कीमत की पूरी पूरी जानकारी होती है। क्रेताओं को इस बात की पूर्ण जानकारी होती है कि भिन्न भिन्न विक्रेता वस्तु को किस कीमत पर बेच रहे हैं और विक्रेताओं को यह ज्ञान होता है कि कहां और किस क्रेता से उन्हें अधिक कीमत प्राप्त हो सकती है।

(5) पूर्ण प्रतियोगिता की एक मुख्य विशेषता यह भी है कि इस प्रकार के बाजार में वस्तुओं एवं सेवाओं और साधनों की गतिशीलता पायी जाती है।

Scanned with CamScanner

(6) पूर्ण प्रतियोगिता बाजार में वस्तु के आवागमन की लागत का कीमत पर कोई प्रभाव नहीं पड़ता है।

पूर्ण प्रतियोगिता में कीमत निर्धारण

पूर्ण प्रतियोगिता के अन्तर्गत वस्तुओं के निर्धारण के सम्बन्ध में अर्थशास्त्रियों ने समय समय पर विभिन्न सिद्धान्तों का प्रतिपादन किया है। सबसे पहले एडम स्मिथ और रिकार्डो ने कीमत निर्धारण के सम्बन्ध में यह बताया कि किसी वस्तु या सेवा की कीमत उसके उत्पादन में लगे श्रम के बराबर होती है। इस कीमत को श्रम सिद्धान्त कहते हैं। इस सिद्धान्त के अनुसार वस्तु की कीमत उसमें लगे श्रम के बराबर होती है किन्तु कीमत निर्धारण का यह सिद्धान्त एकपक्षीय तथा अपूर्ण है क्योंकि इसमें केवल पूर्ति पक्ष पर ही विचार किया गया है और मांग पक्ष की पूर्ण अवहेलना की गई है।

इसके विपरीत जेवन्स व वालरस ने यह कहा कि वस्तु की कीमत उसकी उपयोगिता पर निर्भर करती है। वस्तु में जितनी अधिक उपयोगिता होती है उतनी ही अधिक उसकी कीमत होती है परन्तु यह सिद्धान्त भी एक पक्षीय था क्योंकि इसमें केवल मांग पक्ष पर ही जोर दिया गया था और पूर्ति पक्ष की पूरी तरह से अवहेलना की गई थी।

प्रो० मार्शल ने एडम स्मिथ और जेवन्स दोनों के विचारों को एकांगी माना और कहा कि पूर्ण प्रतिस्पर्धा की हालत में किसी वस्तु की कीमत उसकी मांग और दूसरी ओर पूर्ति की सापेक्षिक शक्तियों द्वारा निश्चित होता है। उनके अनुसार जिस प्रकार कागज या कपड़े को काटने के लिए कैंची के दोनों फलक आवश्यक होते हैं ठीक उसी प्रकार कीमत निर्धारण के लिए भी मांग एवं पूर्ति दोनों आवश्यक होते हैं। इस सिद्धान्त को कीमत की मांग एवं पूर्ति का सिद्धान्त भी कहते हैं।

सन्तुलन कीमत का अर्थ — विनिमय का सिद्धान्त अर्थशास्त्र का एक प्रमुख सिद्धान्त है। क्रेता और विक्रेताओं के बीच विनिमय की क्रियाएं एक निश्चित कीमत पर ही सम्पन्न होती हैं। क्रेता वस्तु की मांग करते हैं और विक्रेता वस्तु की पूर्ति। जिस कीमत पर क्रेता वस्तु खरीदने को तैयार है तथा विक्रेता बेचने को तैयार है वह वस्तु की सामान्य कीमत होती है और उसी बिन्दु पर कीमत का निर्धारण होता है।

(1) वस्तु की मांग — उपभोक्ता किसी वस्तु की मांग इसलिए करते हैं क्योंकि वस्तु में उपभोक्ता की आवश्यकता को सन्तुष्ट करने की शक्ति होती है। जिस वस्तु से उपभोक्ता को जितनी अधिक उपयोगिता प्राप्त होती है उसके लिए वह उतना ही अधिक मूल्य चुकाने को तैयार होता है किन्तु उपभोक्ता

Scanned with CamScanner

किसी भी हालत में किसी वस्तु के लिए उसकी सीमान्त उपयोगिता से अधिक मूल्य देने को तैयार नहीं होता है। अतएव क्रेता की ओर से किसी वस्तु की सीमान्त उपयोगिता ही उसके मूल्य की अधिकतम सीमा निश्चित करती है।

किसी वस्तु की कीमत माँग के नियम द्वारा निर्धारित होती है। जिस कीमत पर क्रेता किसी वस्तु की एक निश्चित मात्रा खरीदने के लिए तैयार होता है उसे माँग कीमत कहते हैं। एक चित्र के द्वारा उसे समझा जा सकता है। वस्तु की कीमत जब OP_1 है तब उपभोक्ता OQ_1 मात्रा की माँग करता है जब कीमत घटकर OP_2 हो जाती है तब माँग बढ़कर OQ_2 हो जाती है। कीमत एवं माँग में विपरित सम्बन्ध होने के कारण माँग वक्र बाय से दायें नीचे की ओर गिरता हुआ होता है। इस चित्र में OY axis पर कीमत और OX axis पर वस्तु की माँग को दर्शाया गया है। DD रेखा माँग की रेखा है।