



એકમ
8

બજારના પ્રકારો અને કિંમત નિર્ધારણ-2 ઈજારો

રૂપરેખા

- 8.0 : ઉદ્દેશો
- 8.1 : પ્રસ્તાવના
- 8.2 : ઈજારો
 - 8.2.1 : ઈજારાનો અર્થ અને લક્ષણો
 - 8.2.2 : ઈજારાના પ્રકારો અને કારણો
 - 8.2.3 : ઈજારામાં ટૂંકગાળાની સમતુલા
 - 8.2.4 : ઈજારામાં લાંબાગાળાની સમતુલા
- 8.3 : ઈજારામાં કિંમત ભેદભાવ
 - 8.3.1 : કિંમત ભેદભાવની સ્થિતિમાં પેઢીની સમતુલા
 - 8.3.2 : ઈજારાની અસરો
 - 8.3.3 : પૂર્ણહરીફાઈ અને ઈજારાની તુલના
- 8.4 : સારાંશ
 - ★ ચાવીરૂપ શબ્દો
 - ★ તમારી પ્રગતિ ચકાસો
 - ★ તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો (જવાબો)
 - ★ સંદર્ભ

8.0 ઉદ્દેશો :

- (1) પૂર્ણહરીફાઈ અને ઈજારા વચ્ચેનો તફાવત સમજવો.
- (2) ઈજારાદાર પેઢીની સમતુલાનો અભ્યાસ કરવો.
- (3) ઈજારાની અસરો સમજવી.
- (4) ઈજારામાં કિંમત ભેદભાવનો ખ્યાલ સમજવો.
- (5) કિંમત ભેદભાવમાં પેઢીની સમતુલા સમજવી.

8.1 પ્રસ્તાવના :

આગળના પ્રકરણમાં આપણે જોઈ ગયા કે પૂર્ણહરીફાઈની પરિસ્થિતિમાં પેઢી કિંમત અને ઉત્પાદન અંગે કઈ રીતે નિર્ણયો લે છે તથા પેઢી અને ઉદ્યોગ સમતુલાની અવસ્થા કઈ રીતે પ્રાપ્ત કરે છે. પૂર્ણહરીફાઈથી તદ્દન ભિન્ન અને વિપરીત બજાર

પરિસ્થિતિ એટલે ઈજારો. પૂર્ણહરીફાઈવાળું બજાર જેને મુક્ત બજાર પણ કહેવાય છે. જેનાં લાંબાગાળામાં લઘુત્તમ સરેરાશ ખર્ચના ધોરણે વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કરવું શક્ય બને છે. સીમાંત ખર્ચ કરતા કિંમત વધારે હોય છે. પૂર્ણહરીફાઈમાં ઉત્પાદન ઈષ્ટતમ સપાટીએ થતું હોવાથી સાધનોનો બગાડ કે વ્યય થતો નથી. જ્યારે ઈજારામાં સામાન્ય રીતે ઉત્પાદન ઈષ્ટ સપાટી કરતા ઓછું થાય છે. તેથી ગ્રાહકો પાસેથી ઊંચી કિંમતો વસુલ કરે છે. પ્રસ્તુત પ્રકરણમાં ઈજારાનો ખ્યાલ, લક્ષણો, ઈજારાના બજારમાં સમતુલા, ઈજારામાં કિંમત-ભેદભાવ, ઈજારાનું નિયંત્રણ, ઈજારાની અસરો તેમજ ઈજારાની પૂર્ણહરીફાઈ સાથે તુલનાનો અભ્યાસ કરીશું.

8.2 ઈજારો :

8.2.1(A) ઈજારાનો અર્થ (ખ્યાલ) અને લક્ષણો :

જ્યારે બજારમાં અમુક વસ્તુનો કોઈ એક જ ઉત્પાદક હોય તે વસ્તુની અવેજીમાં અન્ય વસ્તુ મળી શકે તેમ ન હોય અને ઉત્પાદક વસ્તુના પુરવઠા પર અંકુશ રાખી શકે તેમ હોય એટલે કે ઉત્પાદક ભાવનિર્ધારક હોય તેવી પરિસ્થિતિ ઈજારો કહે છે. ઈજારાના લક્ષણો નીચે પ્રમાણે જોવા મળે છે.

(1.) એક જ ઉત્પાદક કે વેચનાર :

ઈજારાદાર પોતાની વસ્તુનો એકલો જ ઉત્પાદક કે વેચનાર હોય છે. ભારતની કેન્દ્ર સરકારનું રેલ્વે ખાતુ ઈજારાની વ્યવસ્થા સૂચવે છે. બજારમાં કોઈ એક વસ્તુ કે સેવાનું ઉત્પાદન એકજ પેઢી કે સંસ્થા કરતી હોવાથી ઈજારાની સ્થિતિમાં પેઢી એજ ઉદ્યોગ છે.

(2.) અવેજી વસ્તુઓનો અભાવ :

ઈજારાદારની વસ્તુની નજીકની અવેજી વસ્તુઓનો અભાવ એ ઈજારાનું બીજું પાયાનું લક્ષણ છે. જો નજીકની કે દૂરની અવેજી વસ્તુ જ ઉપલબ્ધ ન હોય તો પૂર્ણ ઈજારાની સ્થિતિ ગણાય. પરંતુ વાસ્તવમાં કોઈ વસ્તુ એવી નથી કે જેની દૂર અવેજીની વસ્તુ અસ્તિત્વ ધરાવતી ન હોય. આથી આપણે એમ કહી શકીએ કે વાસ્તવમાં જે ઈજારાની સ્થિતિ જોવા મળે તેનાં નજીકની અવેજી વસ્તુઓનો અભાવ હોય છે. દા.ત. એસ. ટી. બસ સર્વિસ અને ટેક્સી સર્વિસ શહેરમાં ઉપલબ્ધ હોય, બન્ને સેવાઓ એકબીજાની હરીફ છે. પરંતુ ટેક્સી સર્વિસ એ બસ સેવાની નજીકનો અવેજી નથી અને તેથી એસ. ટી. બસ સર્વિસ ભાડાના દરમાં વધારો કરે તો મુસાફરોની સંખ્યામાં કોઈ ખાસ ઘટાડો થતો નથી.

(3.) પ્રવેશબંધી :

જો ઈજારાદારની વસ્તુ કે સેવાને ક્ષેત્રે મુક્ત પ્રવેશ રાખવામાં આવે તો હરીફોની સંખ્યા વધતાં ઈજારાની સ્થિતિ નાબૂદ થાય છે. ઈજારાના ઉદ્યોગમાં આવી પ્રવેશબંધી અનેક કારણોને લીધે હોઈ શકે છે. જેમકે કાયદાનાં નિયંત્રણોને લીધે કે કુદરતી રીતે કે કાચા માલના પુરવઠા પર સંપૂર્ણ કાબૂ હોવાને લીધે ગમે તેવી પણ ઈજારાનું અસ્તિત્વ પ્રવેશબંધીના લક્ષણ પર આધારિત છે.

(4.) પેઢી અને ઉદ્યોગ :

ઈજારાદાર એક જ વેચનાર છે. તેથી પૂર્ણ હરીફ સમાનગુણી વસ્તુવાળી પેઢીઓનો સમૂહ (ઉદ્યોગ) અસ્તિત્વ ધરાવે છે. પરંતુ ઈજારામાં એક જ પેઢી હોવાથી પેઢી અને ઉદ્યોગ એવું વિભાજન થતું નથી.

(5.) સાધનોનો બગાડ :

ઈજારાદાર તેની ઉત્પાદનશક્તિ કરતાં ઓછું ઉત્પાદન અને ઊંચી કિંમત રાખે છે, તેથી સાધનોનો બગાડ થાય છે.

(6.) અસંગઠિત ગ્રાહકો :

ઈજારાવાળા બજારમાં ગ્રાહકો અસંખ્ય હોય છે અને આ ગ્રાહકો વચ્ચે કોઈ પણ પ્રકારનું સંગઠન હોતું નથી. વસ્તુ મેળવવા માટે ગ્રાહકો પરસ્પર હરિફેઈ કરતાં હોય છે.

(7.) કિંમત પર કાબુ :

ઈજારાદાર મન ફાવે તે પ્રમાણે વસ્તુનો ભાવ લઈ શકે છે, પરંતુ ભવિષ્યમાં હરિફાઈના ભયે તેમ દૂરની અવેજી વસ્તુના ભયે તે તેમ કરી શકતો નથી. આથી કિંમત પર નિયંત્રણ રહે છે. ઈજારાદાર ભાવ અથવા ઉત્પાદન ઉપર કાબુ ધરાવી શકે છે છતાં બંને નિર્ણયો એક સાથે લઈ શકતો નથી.

(8.) અસાધારણ નફો :

ઈજારામાં નવી પેઢીઓનો પ્રવેશ બંધ હોવાથી ટૂંકા અને લાંબાગાળામાં 'અસામાન્ય નફો' મેળવે છે. ઈજારાદાર વસ્તુની કિંમત સરેરાશ અને સીમાંત ખર્ચ કરતાં ઊંચી રાખીને અસામાન્ય નફો કમાય છે.

(9.) ઈજારાદારની માંગરેખા :

ઈજારાની સ્થિતિમાં માંગ ઓછી મૂલ્ય સાપેક્ષ હોય છે. તેથી ઈજારાદાર કિંમત અને વેચાણ બંને પર એક સાથે અંકુશ રાખી શકતો નથી. અવેજી વસ્તુનો અભાવ હોવાથી ઈજારાદાર પોતાની વસ્તુની કિંમતમાં ફેરફાર કરે તેની અન્ય ઉત્પાદકના વેચાણ પર કોઈ અસર પડતી નથી. તે જ રીતે અન્ય ઉત્પાદક પોતાની વસ્તુની કિંમતમાં પરિવર્તન કરો તો ઈજારાદારની વસ્તુની માંગ પર કોઈ અસર થતી નથી. આથી ઈજારાદાર સ્વતંત્ર રીતે કિંમત અથવા પુરવઠા અંગે નિર્ણય લઈ શકે છે. ઈજારાદાર પોતાની વસ્તુની કિંમત અથવા પુરવઠો બેમાંથી એક જ નક્કી કરી શકે છે. બંને એક સાથે નક્કી કરી શકતો નથી.

8.2.2 : ઈજારાના પ્રકારો અને કારણો :

ઈજારાના કારણો કે પ્રકારો જુદા જુદા દ્રષ્ટિબિંદુથી રજૂ કરી શકાય છે. જે નીચે પ્રમાણે છે.

A. કારણની દ્રષ્ટિએ :

1. કુદરતી ઈજારો :- કુદરતી કારણોને અમુક વસ્તુના ઉત્પાદન કે વેચાણ માટે જરૂરી કાચો માલ અને ઉત્પાદનનાં સાધનો પર કોઈ એક પેઢી કે દેશને ઈજારો પ્રાપ્ત થાય તો તે કુદરતી ઈજારો છે. ભારતમાં શણ, બ્રાઝિલમાં કોફી, આરબ દેશમાં પ્રેટોલિયમ પેદાશો વગેરે.

2. માનવસર્જિત ઈજારો :- સરકારના કાયદા કાનૂન દ્વારા કોઈ એક પેઢી કે સંસ્થાને વસ્તુ કે સેવા પૂરી પાડવાનો અધિકાર આપવામાં આવે તો તેને માનવસર્જિત ઈજારો કહેવામાં આવે છે. દા.ત. રેલ્વે, તાર, ટપાલ, પાણી પુરવઠો, ગેસ વગેરેની બાબતમાં સરકાર દ્વારા અધિકાર આપવામાં આવે છે.

B. માલિકીની દ્રષ્ટિએ :

1. ખાનગી ઈજારો :- જો કોઈ વસ્તુના ઉત્પાદન કે વિતરણનો ખાનગી વ્યક્તિ કે સંસ્થાને એકાધિકાર હોય તો તેને ખાનગી ઈજારો કહેવાય. આવા ઈજારાનો મુખ્ય ઉદ્દેશ્ય મહત્તમ નફા પ્રાપ્તિનો છે.
2. જાહેર ઈજારો :- જો કોઈ વસ્તુના ઉત્પાદક કે વિતરકનો સરકાર કે જાહેર સંસ્થાનો અધિકાર હોય તો તેને જાહેર ઈજારો કહેવામાં આવે છે. આવા ઈજારાનો મુખ્ય ઉદ્દેશ્ય પ્રજાની જરૂરિયાતને સારી રીતે પૂર્ણ કરવાનો હોય છે. દા.ત. એસ.ટી. બસ, વાહનવ્યવહાર

C. કિંમતની દ્રષ્ટિએ :

1. સાદો ઈજારો :- સાદા ઈજારામાં ઈજારાદાર તમામ ગ્રાહકો પાસેથી એક્સરખી કિંમત વસૂલ કરતો હોય, તો તેને સાદો ઈજારો કહેવામાં આવે છે. દા.ત. તાર - ટપાલનો ઈજારો
2. ભેદભાવયુક્ત ઈજારો :- ભેદભાવયુક્ત ઈજારામાં ઈજારાદાર જુદા જુદા ગ્રાહકો પાસેથી એક જ વસ્તુની જુદી જુદી કિંમત વસૂલ કરે તો તેને ભેદભાવયુક્ત ઈજારો કહેવામાં આવે છે.

D. હરીફાઈની દ્રષ્ટિએ :

1. પૂર્ણ ઈજારો :- પૂર્ણ ઈજારો એ માત્ર કાલ્પનિક બાબત છે. આવા ઈજારામાં ગ્રાહકો પ્રતિભાવો, સરકારની દરમ્યાનગીરી કે નવી પેઢીઓના પ્રવેશનો ભય ન હોય ત્યારે તેને પૂર્ણ ઈજારો કહેવામાં આવે છે.
2. અપૂર્ણ ઈજારો :- જો ભવિષ્યમાં સરકારી દખલગીરી થવાનો કે ગ્રાહકોના પ્રતિભાવો કે નવા હરીફના પ્રવેશનો ભય ઈજારાદારને હોય અને ઈજારાદાર વધુ કિંમત લેતાં ખચકાતો હોય તો તેને અપૂર્ણ ઈજારો કહેવામાં આવે છે.

E. સંખ્યાની દ્રષ્ટિએ :

1. ઈજારો :- જો કોઈ વસ્તુનું ઉત્પાદન કે વિતરણ કરનાર એક જ વિકેતા હોય તો તેને ઈજારો કહેવામાં આવે છે.
2. દ્વિહસ્તક ઈજારો :- જો કોઈ વસ્તુનું ઉત્પાદન કે વિતરણ કરનાર બે વિકેતા (બે ઉત્પાદકો) હોય તો તેને દ્વિહસ્તક ઈજારો કહેવામાં આવે છે.
3. અલ્પહસ્તક ઈજારો :- જો કોઈ વસ્તુનું ઉત્પાદન કે વેચાણ કરનાર બે થી વધારે ઉત્પાદકો કે વિકેતાઓ હોય તો તેને અલ્પહસ્તક ઈજારો કહેવાય છે.
4. ઉભયલક્ષી ઈજારો :- જ્યારે વેચનાર અને ખરીદનાર એકમ બંને પક્ષે ઈજારો હોય ત્યારે તે દ્વિપક્ષીય કે ઉભયલક્ષી ઈજારો કહેવામાં આવે છે.

8.2.3 ઈજારામાં ટૂંકાગાળાની સમતુલા :

પૂર્ણહરીફાઈની જેમ ઈજારામાં પણ પેઢીની સમતુલા માટેની અગત્યની શરત સીમાંત આવક અને સીમાંત ખર્ચ સરખા થવા જોઈએ. આ ઉપરાંત બીજી શરત એ સીમાંત ખર્ચ અને સીમાંત આવક સરખા થાય ત્યાંથી સીમાંત ખર્ચ વધતું હોવું જોઈએ. આમ સમતુલાના બિંદુએ સીમાંત ખર્ચ વધતો હોવો જોઈએ. તેનું પાલન પણ ઈજારાની કે સીમાંત ખર્ચ સ્થિર રહેતો હોય કે ઘટતો હોય ત્યારે ઈજારામાં સમતુલા પ્રાપ્ત થઈ શકે નહિ. અત્રે એ યાદ રાખવું જોઈએ કે ઈજારાની પરિસ્થિતિમાં પેઢી સ્થિર સીમાંત ખર્ચ પણ સમતુલાની પરિસ્થિતિ પ્રાપ્ત કરી શકે છે.

ઈજારાવાળા બજારમાં ટૂંકાગાળાના સમય દરમ્યાન પેઢી અસામાન્ય નફો સામાન્ય નફો કે ખોટ કોઈ પણ પરિસ્થિતિમાં હોઈ શકે. સામાન્ય રીતે એવી માન્યતા છે કે ઈજારાની પરિસ્થિતિમાં પેઢીને હંમેશા અસામાન્ય નફો પ્રાપ્ત થતો હોય છે. પરંતુ ઈજારાની સ્થિતિ પોતે અસામાન્ય નફા માટેની ખાતરી નથી. જો વસ્તુની માંગ અપૂરતી હોય તો જૂજ લાભ અપાવે છે ત્યારે ઈજારામાં પેઢીને સામાન્ય નફો જ પ્રાપ્ત થઈ શકે. ઈજારામાં પણ પેઢીને ટૂંકાગાળે ખોટ જતી જોવા મળે છે. દા.ત. મંદીના સમયમાં જ્યારે વસ્તુની માંગ ઘટી જતી હોય છે ત્યારે ઈજારા પેઢીને ખોટ સહન કરવી પડતી હોય છે અલબત્ત ખોટની સ્થિતિ ટૂંકાગાળામાં જોવા મળે છે.

● પૂર્ણહરીફાઈની જેમ ઈજારાની સમતુલાની શરત મુજબ સીમાંત આવક=સીમાંત ખર્ચ થવું જોઈએ. બીજી શરત સીમાંત ખર્ચની રેખા સીમાંત આવકની રેખાને નીચેથી છેદીને ઉપર તરફ ચઢતી હોય છે જ્યારે ઈજારામાં સીમાંત ખર્ચની રેખા ઉપર ચઢતી, સમાંતર કે નીચે ઢળતી હોઈ શકે. આમ ઈજારાની સ્થિતિમાં સીમાંત ખર્ચ વધતું હોય, સ્થિર હોય કે ઘટતું હોય આ ત્રણેય સ્થિતિમાં સમતુલા શક્ય છે.

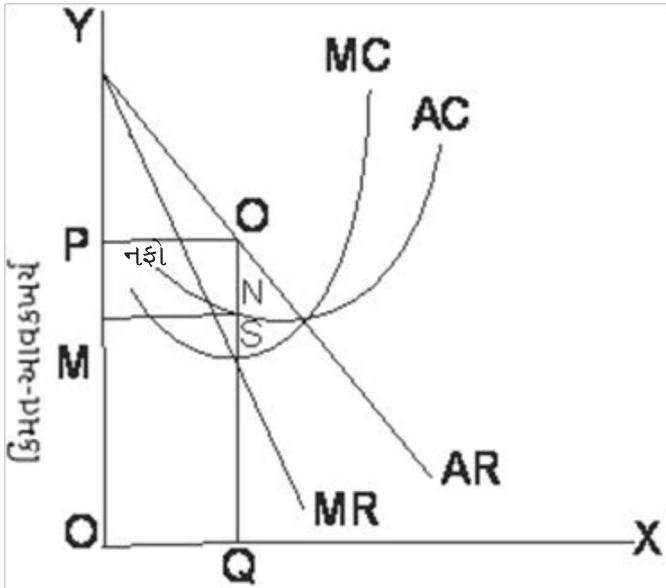
● ઈજારામાં સમતુલા અંગેની ધારણાઓ :

1. ઈજારાદાર બુધ્ધિપૂર્વક વર્તન કરે છે અને ન્યુનતમ ખર્ચે મહત્તમ લાભ મેળવવા ઈચ્છે છે.
2. સીમાંત આવક = સીમાંત ખર્ચ થવા જોઈએ તેમજ સીમાંત ખર્ચ સ્થિર, વધતું કે ઘટતું હોઈ શકે.
3. સીમાંત ખર્ચ રેખા સીમાંત આવક રેખાને ડાબી બાજુથી છેદતી હોવી જોઈએ.
4. ઈજારાદાર કિંમત ભેદભાવ અપનાવતો નથી.

● પેઢીને અસામાન્ય નફો :

ઈજારાવાળા બજારમાં પેઢીને અસામાન્ય નફો પ્રાપ્ત થતો હોય છે. પેઢીનું સરેરાશ ખર્ચ પેઢીની સરેરાશ આવક કરતા ઓછું જોવા મળે છે.

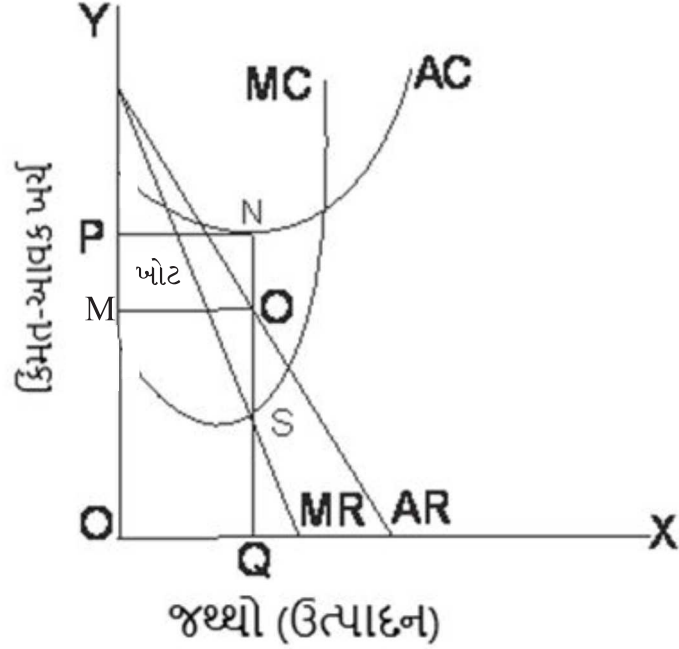
★ ઈજારામાં અસામાન્ય નફાની સ્થિતિ



પેઢી S બિંદુએ સમતુલામાં છે જ્યાં સી.આ. અને સી.ખર્ચ સરખા થાય છે. તે બિંદુથી સી.ખર્ચ વધે છે જેથી પેઢી OQ જેટલા એકમોનું ઉત્પાદન કરે છે તેના વેચાણથી

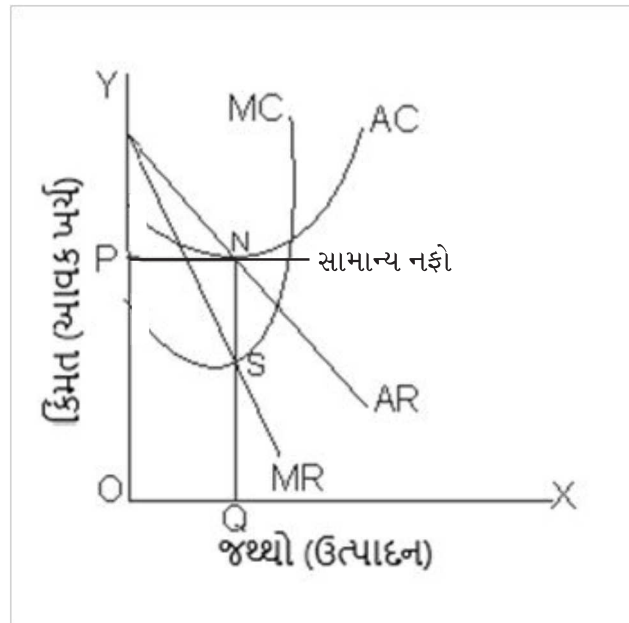
પેઢીને QN જેટલું ખર્ચ અને QO જેટલી સ.આ. થાય છે. જેથી પેઢીની એકમ દીઠ નફો NO જેટલો થાય છે અને કુલ અસામાન્ય નફો MNOP થાય છે.

★ ઈજારામાં ખોટની સ્થિતિ



આકૃતિ જોતા જણાય છે કે S બિંદુએ પેઢીની સમતુલાની બન્ને શરતો સંતોષાય છે. પેઢી OQ ઉત્પાદન કરે છે. પેઢીને QO જેટલી સ.આવક થાય છે અને QN સ.ખર્ચ થાય છે. QO કરતા QN એટલ કે સ.આ કરતા સ.ખર્ચ વધુ છે જેથી પેઢીને ON જેટલી ખોટ જાય છે. કુલ ખોટ MONP થાય છે.

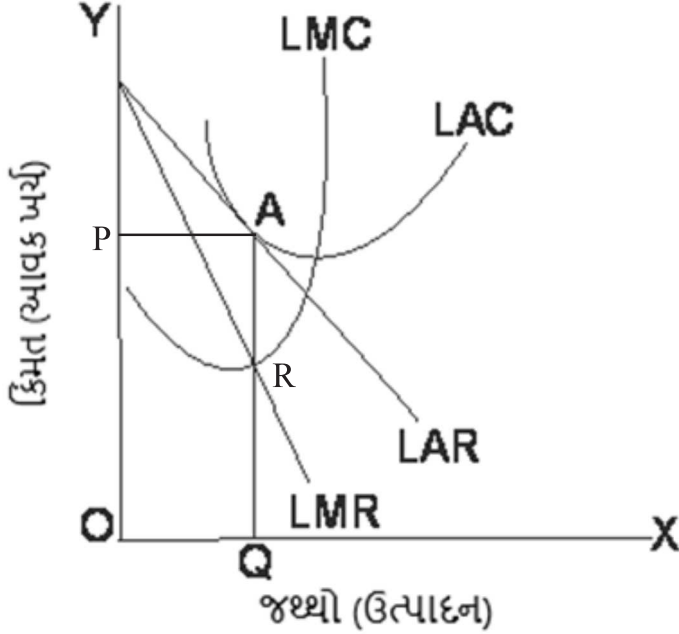
★ ઈજારામાં સામાન્ય નફાની સ્થિતિ



આકૃતિમાં પેઢી S બિંદુએ સમતુલા પ્રાપ્ત કરે છે. પેઢી જેટલું OQ ઉત્પાદન કરે છે. પેઢીને OP જેટલી સરે.આવક અને QN જેટલું સરે.ખર્ચ થાય છે જેથી પેઢીને માત્ર સામાન્ય નફો પ્રાપ્ત થાય છે.

8.2.4 ઈજારામાં લાંબાગાળાની સમતુલા :

ઈજારામાં ટૂંકાગાળામાં પેઢી અસામાન્ય નફો, ખોટ કે સામાન્ય નફો કરતી હોય છે પરંતુ લાંબાગાળે પેઢી હંમેશા અસામાન્ય નફો જ કરતી હશે. જેનું કારણ ઈજારાદાર કિંમત પર અસર કરવાની ક્ષમતા ધરાવે છે તેમજ અન્ય પેઢીઓના પ્રવેશ પર પ્રતિબંધ હોવાથી લાંબાગાળે અસામાન્ય નફો જ પ્રાપ્ત થાય છે.



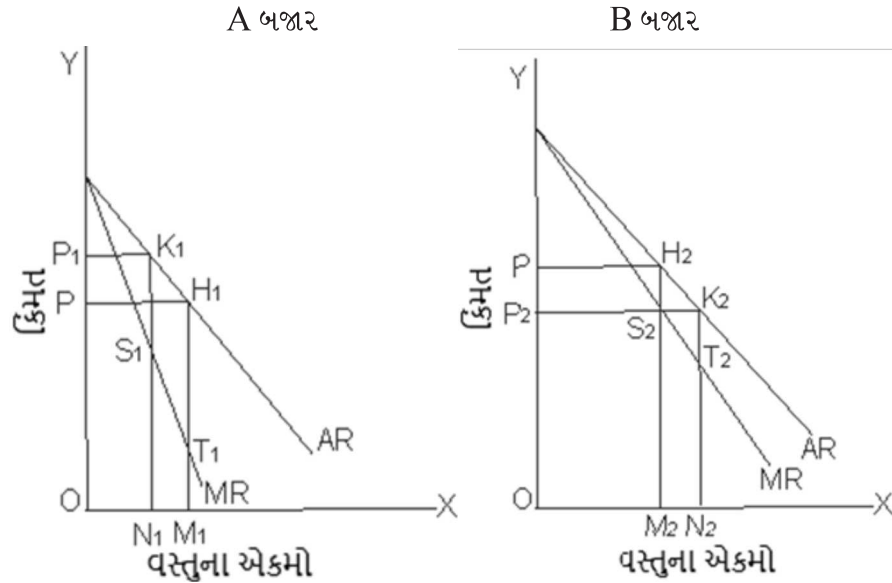
R બિંદુએ પેઢી સમતુલા પ્રાપ્ત કરે છે પેઢીને QA જેટલું સ.ખર્ચ અને QA જેટલી પેઢીને સ.આ પ્રાપ્ત થાય છે. જેથી પેઢીને માત્ર સામાન્ય નફો જ પ્રાપ્ત થાય છે.

8.3 ઈજારામાં કિંમત ભેદભાવ :

જ્યારે બજારમાં અમુક વસ્તુનો કોઈ એક જ ઉત્પાદક હોય, તે વસ્તુની અવેજમાં અન્ય વસ્તુ મળી શકે તેમ ન હોય અને ઉત્પાદક વસ્તુના પુરવઠા પર અંકુશ રાખી શકે તેમ હોય એટલે કે ઉત્પાદક કિંમત નક્કી કરનાર (Price Maker) હોય તેવી પરિસ્થિતિને શુદ્ધ ઈજારો કહેવામાં આવે છે. પ્રો. આર. એચ. લેફ્ટવિચ જણાવે છે : શુદ્ધ ઈજારાઓ બજારની એવી સ્થિતિ દર્શાવે છે કે જેમાં કોઈ એક જ પેઢી એવી વસ્તુ વેચે છે કે જેના માટે કોઈ સારો અવેજ હોતો નથી વસ્તુનું બજાર પેઢીના અંકુશમાં હોય છે. ઈજારાદારની વસ્તુ જેવી બીજી વસ્તુઓ હોતી નથી કે જેની કિંમત કે વેંચાણ ઈજારાદારની કિંમત કે વેંચાણમાં નોંધપાત્ર રીતે અસર કરી શકે અને તેવી જ રીતે ઈજારાદાર અન્ય વસ્તુઓ વેંચનારાઓની કિંમત કે વેંચાણમાં ઈજારાદાર એક જ વસ્તુની જુદી જુદી વ્યક્તિઓ પાસેથી જુદા જુદા ભાવ લે છે તેને કિંમત ભેદભાવ કહે છે. જો ઈજારાદાર બધા જ ગ્રાહકો પાસે એક સરખા ભાવ લે તો તેને સાદો ઈજારો કહેવાય છે અને જુદા જુદા ભાવ લે તો તેને ભેદભાવ યુક્ત ઈજારો કહેવાય છે. મોટા ભાગે એક સરખી વસ્તુઓના જુદા જુદા ગ્રાહકો પાસેથી જુદી જુદી કિંમતો લેવામાં આવે છે. કિંમત ભેદભાવના જુદા જુદા પ્રકારો જોવા મળે છે જેમકે વ્યક્તિલક્ષી કિંમત ભેદભાવ, સ્થળલક્ષી કિંમત ભેદભાવ, વસ્તુઓની ઉપયોગલક્ષી કિંમત ભેદભાવ, વ્યક્તિની ઉંમર આધારિત કિંમત ભેદભાવ વગેરે જોવા મળે છે.

પૂર્ણહરીફાઈવાળા બજારમાં વસ્તુની કિંમત એક સરખી પ્રવર્તે છે જ્યારે

ઈજારાવાળા બજારમાં એક સમાન વસ્તુઓની કિંમત જુદા જુદા ગ્રાહકો પાસેથી જુદી જુદી લેવામાં આવે છે. જ્યારે ઈજારાદાર સમાનગુણી વસ્તુઓનાં જુદા જુદા એકમોની જુદી જુદી કિંમત વસૂલ કરે છે ત્યારે કિંમત ભેદભાવ કહી શકાય. ડોક્ટરો જુદા જુદા ગ્રાહકો પાસેથી જુદી જુદી ફી લેતા હોય. આ ઉપરાંત ઉત્પાદક પણ કોઈ એક બજારમાં નીચી કિંમતે વેચાણ અને બીજા બજારમાં ઊંચી કિંમતે વેચાણ કરીને કિંમત ભેદભાવ કહી શકે છે. જો કિંમત ભેદભાવની નીતિ ત્યારે જ શક્ય અને જ્યારે બે શરતોનું પાલન કરવું આવશ્યક છે. એક તો પૂર્ણહરીફાઈની ગેરહાજરી હોવી એટલે કે ઈજારાની પરિસ્થિતિ એટલે કે ઉત્પાદકનો કિંમત પર અંકુશ હોવો જોઈએ. જો વસ્તુની એ કરતાં વધુ કિંમત રાખવાથી પેઢીને પ્રાપ્ત થતાં નફામાં વધારો થશે તો જ પેઢી કિંમત ભેદભાવની નીતિ અમલ કરશે. ઈજારાદાર પેઢી માટે કિંમત ભેદભાવ નફા કારક અને તે માટેની શરત એ છે કે જુદા જુદા બજારોમાં માંગની મૂલ્ય સાપેક્ષતા જુદી જુદી હોવી જોઈએ.



શરૂઆતમાં OP કિંમતે પહેલા બજારમાં OM₁ અને બીજા બજારમાં OM₂ એકમો છે. જો ઈજારાદાર પહેલા બજારમાંથી M₁N₁ જેટલા એકમો બીજા બજારમાં વેચવામાં આવે છે. M₁N₁ એકમો ઓછા વેચવાથી ઈજારાદારને પહેલા બજારમાં M₁T₁S₁N₁ જેટલો આવકમાં ઘટાડો નોંધાશે જ્યારે બીજા બજારમાં MN જેટલા એકમો વેચવાથી બીજા બજારમાં ઈજારાદારની આવકમાં M₂N₂T₂S₂ જેટલો વધારો નોંધાય છે. અહીં પહેલા બજારમાં આવકમાં થતો ઘટાડો બીજા બજારમાં આવક વધારા કરતા ઓછો છે આ પરિસ્થિતિમાં ઈજારાદાર માટે એકમો પહેલા બજારમાંથી લઈ બીજા બજારમાં વેચવાથી આવકમાં વધારો વધારે છે તેથી નફાકારક અને છે. પ્રથમ બજારમાં આવક ઘટાડો છે. જ્યારે M₂N₂T₂S₂ આવક વધારો છે. અહીં બજારમાં આવકમાં થતો વધારો વધારે છે તેથી પહેલા બજારમાંથી એનએમ લઈ બીજા બજારમાં વેચવું નફાકારક છે. આકૃતિમાં જોતા જે બજારમાં વસ્તુ માટેની મૂલ્ય સાપેક્ષતા ઓછી છે. તે બજારમાં વસ્તુની કિંમત વધારે છે. તેનાથી ઉલટ જ્યાં માંગને મૂલ્ય સાપેક્ષતા વધારે છે ત્યાં વસ્તુની કિંમત ઓછી છે. A બજારમાં માંગની મૂલ્ય સાપેક્ષતા ઓછી છે તેથી A બજારમાં વસ્તુની કિંમત વધારે છે જ્યારે B બજારમાં માંગની મૂલ્ય સાપેક્ષતા વધારે છે ત્યાં વસ્તુની કિંમત ઓછી છે તેથી ઓછી કિંમતે વધુ વેચાણ થાય છે. આમ બે બજારોમાં મૂલ્ય સાપેક્ષતામાં તફાવત હોવાથી કિંમત ભેદભાવ પેઢી માટે નફાકારક નીવડે છે.

કિંમત ભેદભાવ ક્યારે શક્ય બને :-

ઈજારાની પરિસ્થિતિ કિંમત ભેદભાવ હંમેશા શક્ય છે તેમ કહી શકાય નહીં. કિંમત ભેદભાવ પરિસ્થિતિના નિર્માણ માટે મુખ્યત્વે બે શરતોનું પાલન આવશ્યક છે. જો એ બંનેમાંથી કોઈ પણ શરતની ગેરહાજરી હોય તો કિંમત ભેદભાવની શક્યતા નાબૂદ થઈ જાય છે.

1. પૂર્ણહરીફાઈની ગેરહાજરી :-

પૂર્ણહરીફાઈ એવા પ્રકારની પરિસ્થિતિ છે કે જેમાં અસંખ્ય ગ્રાહકો અને અસંખ્ય વિકેતાઓ હોય છે. પેઢીઓને મુક્ત પ્રવેશની છૂટ છે. ગ્રાહકો અને વિકેતા બજારની પરિસ્થિતિથી પૂર્ણ વાકેફ છે. વેચવામા આવતી વસ્તુ પણ સમાનગુણી છે. આ પ્રકારની પરિસ્થિતિમાં ગ્રાહકોનો પરસ્પર વિકેતાઓ સાથે ગાઢ સંપર્ક હોય છે કે જો એક વિકેતા કિંમત ભેદભાવની નીતિ કરીને (અ) વ્યક્તિને રૂ.5ના ભાવે અને (બ) વ્યક્તિને રૂ.4ના ભાવે વસ્તુ વેચે છે. તો અ નામના ગ્રાહકને ચોક્કસ ગુમાવશે, કેમકે તેને બજારભાવ રૂ.4 છે તેવી ખબર છે, વળી 'અ' અને 'બ' ના ગાઢ સંપર્કમાં છે, તેથી 'અ', 'બ' પાસેથી પણ પોતાને માટે વસ્તુ ખરીદાવી શકે છે. આમ, કિંમત ભેદભાવ પૂર્ણહરીફાઈની ગેરહાજરીમાં જ શક્ય બને છે.

2. પુનઃવેચાણ બિલકુલ અશક્ય :-

ધારો કે પૂર્ણહરીફાઈની ગેરહાજરી છે અને જુદા જુદા ગ્રાહકો પાસેથી એક પ્રકારની વસ્તુના જુદા જુદા ભાવ કિંમત ભેદભાવની નીતિ અખત્યાર કરીને લેવામાં આવે છે. પરંતુ વસ્તુના ઊંચા ભાવ ચૂકવનાર ગ્રાહકો અને વસ્તુના નીચા ભાવ ચૂકવનાર ગ્રાહકો એકબીજાના સંપર્કમાં કે પરિચયમાં આવી શકે તેમ હશે તો વસ્તુના પુનઃવેચાણની શક્યતા પેદા થવાની નીચી કિંમતે વસ્તુ મેળવનાર ગ્રાહક ઊંચી કિંમતે વસ્તુ મેળવનાર ગ્રાહકવતી ખરીદી કરીને તેને નીચી કિંમતે વસ્તુ લાવી આપશે. પરિણામે કિંમત ભેદભાવની અંત્ય મહત્વની શરત બને છે. ગ્રાહકની વિશિષ્ટતાઓ, વસ્તુ અને સેવાનું સ્વરૂપ તેમ જ ભૌગોલિક અને અન્ય અંતરાયો વસ્તુના પુનઃવેચાણને અશક્ય બનાવે છે.

A. ગ્રાહકની વિશિષ્ટતા : ગ્રાહકની વિશિષ્ટતા નીચેના ત્રણ કારણોને આભારી છે.

1. ગ્રાહકોનું અજ્ઞાન : કેટલીક વખત ગ્રાહક બજારની પરિસ્થિતિથી સંપૂર્ણ જાણકાર હોતો નથી. તે બજારના જે ભાગમાંથી ખરીદી કરે છે તેના કરતા બજારના અન્ય ભાગમાંથી વસ્તુની ખરીદી કરતા નીચા ભાવે મળે છે તેનો ખ્યાલ હોતો નથી. આમ, ગ્રાહકોનું અજ્ઞાન કિંમત ભેદભાવને શક્ય બનાવે છે.

2. ગ્રાહકોનું ભ્રમ : કેટલીક વખત ગ્રાહક એવા ભ્રમ હેઠળ હોય છે કે વસ્તુની ઊંચી કિંમત વસ્તુની ઊંચી ગુણવત્તાનું પરિણામ હોય છે. તેથી આ પ્રકારોનો ગ્રાહક સમાનગુણી વસ્તુના નીચા દરના બદલે ઊંચા ભાવ ચૂકવવા તૈયાર થઈ જાય છે. ઉત્પાદક કે વિકેતા ગ્રાહકની આ પ્રકારની લાગણીનો લાભ લઈને તેની પાસેથી વસ્તુના ઊંચા ભાવ પડાવે છે.

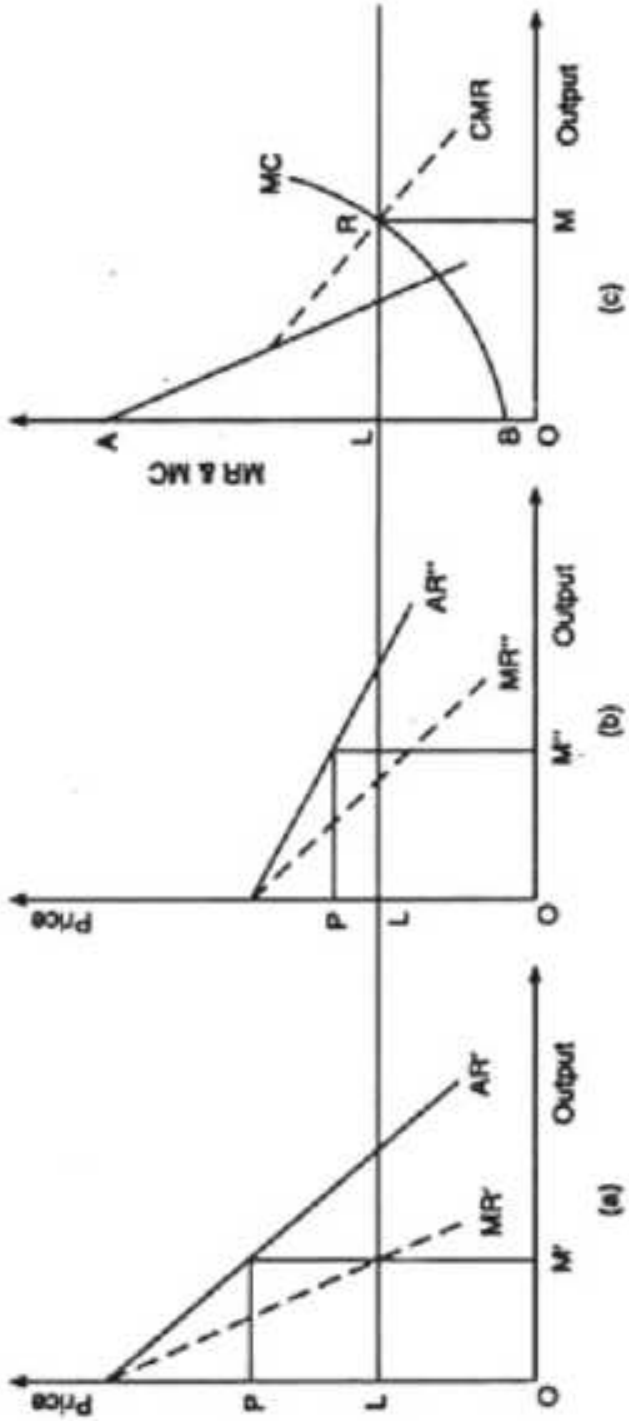
3. ગ્રાહકની બેદરકારી : ભાવમાં જ્યારે ખૂબ નજીવો તફાવત હોય છે ત્યારે ગ્રાહ વસ્તુની ઊંચી નીચી કિંમત પ્રત્યે બેદરકારી સેવે છે. ઊંચા ભાવ ચૂકવવા પડ્યા તેવી ચિંતા કે દુઃખ તેને થતું નથી પરિણામે કિંમત ભેદભાવની શક્યતા પેદા થાય છે.

B. વસ્તુ અને સેવાનું સ્વરૂપ : ચીજ વસ્તુનું સ્વરૂપ જ એવું હોય કે તેની ખરીદી સાથે વપરાશ થઈ જતી હોય અથવા તો વસ્તુ સેવાના સ્વરૂપમાં પ્રાપ્ત થતી હોય, તો તેનું પુનઃવેચાણ શક્ય બનતું નથી. દા.ત. ભૌતિક વસ્તુઓ જેવી કે રેડિયો, ઈલેક્ટ્રીકલ ફેન, કબાટ, કાપડ વગેરે વસ્તુઓનું પુનઃવેચાણ શક્ય છે. પરંતુ અભૌતિક વસ્તુઓ કે સેવાઓ જેવી કે ડોક્ટરની સેવા અને હજામની સેવા, વકીલની સેવા અને અદાકારની સેવા, પ્રાધ્યાપકની સેવા અને નર્સની સેવા આ બધી સેવાઓનો પ્રત્યક્ષ વપરાશ થઈ જતો હોઈ તેનું પુનઃવેચાણ શક્ય બનતું નથી તેના ઉત્પાદનની સાથે જ તેનો વપરાશ થઈ જાય છે. તેથી આ પ્રકારની સેવાઓમાં કિંમત ભેદભાવની નીતિ સરળતાથી અપનાવી શકાય છે. ગરીબ દર્દીને ફીમાં રાહત અને ધનિક દર્દી પાસેથી ઊંચી ફી ડોક્ટર સહેલાઈથી લઈ શકે છે.

C. ભૌગોલિક અંતરાયો અને અવરોધો : બે (કે તેથી વધુ) ભિન્ન ભિન્ન પ્રદેશો જ્યારે પરસ્પર દૂરના અંતરે આવેલ હોય ત્યારે આ પ્રદેશોના ગ્રાહકો એકબીજાથી અલગ પડી જાય છે. પરસ્પરનો સંપર્ક ગુમાવે છે. તેથી ઉત્પાદક (વિક્રેતા) નજીકના પ્રદેશના ગ્રાહકો કરતા દૂરના પ્રદેશના ગ્રાહકો પાસેથી વધારે ભાવ લે છે. જો કે આમાં વાહન વ્યવહાર ખર્ચ પણ ભાગ ભજવે છે. દૂરના પ્રદેશમાં માલ પહોંચાડવાનું વાહન વ્યવહાર ખર્ચ ઊંચું આવે છે. તેથી પણ દૂરના પ્રદેશમાં વસ્તુના ભાવ, નજીકના પ્રદેશમાં વસ્તુના ભાવ હોય તેનાથી ઊંચા હોઈ શકે છે એટલે કે ભૌગોલિક અંતરાય માલની મુક્ત ફેરફારમાં અવરોધો દાખલ કરે છે. ભૌગોલિક અંતરાય ઉપરાંત અન્ય અવરોધો જેવા કે આયાત નિકાસ જકાતો સંરક્ષણ જકાતો, ઝોન બંધી વગેરે પણ માલની મુક્ત હેરફેરમાં દખલગીરી કરે છે અને તેથી કિંમત ભેદભાવ શક્ય બને છે ટૂંકમાં કિંમત ભેદભાવ માટે માલના પુનઃવેચાણની જરા પણ શક્યતા હોવી જોઈએ નહીં.

8.3.1 કિંમત ભેદભાવની સ્થિતિમાં પેઢીની સમતુલા :

કિંમત ભેદભાવ કરતી પેઢી મહત્તમ નફો પ્રાપ્ત કરી શકે તે માટે બે શરતોનું પાલન થવું જોઈએ. જેમાં બન્ને બજારોમાં સીમાંત આવક સરખી થવી જોઈએ અને બીજું સીમાંત ખર્ચ=સંયુક્ત સીમાંત આવક થવી જોઈએ. ઈજારાદાર દ્વારા એકમોનું બે બજારોમાં જુદી જુદી કિંમતે વેચવામાં આવે છે તેથી ધારણા કરીએ તો સંયુક્ત સીમાંત આવકની સમજૂતી આ પ્રમાણે આપી શકાય. બન્ને બજારોની સીમાંત આવક રેખાની અહીં આડી ધરી ઉપર સરવાળો કરવાથી પેઢીની સંયુક્ત સીમાંત આવકની રેખા પ્રાપ્ત થાય છે. સીમાંત ખર્ચ વિશે જોઈએ તો ઈજારાદાર બે બજારોમાં વેચાણ કરે છે પણ ઉત્પાદન તો એક જ જગ્યાએ કરે છે તેથી ગમે તે બજારમાં વેચવા માટેના એકમનું સીમાંત ખર્ચ એક જ હોવાનું.



કિંમત ભેદભાવવાળાં બજારમાં સમતુલા

આકૃતિ-1 માં બજાર-A અને આકૃતિ-2 માં બજાર-B ના એકમો અને આવકની રેખા દર્શાવેલી છે. આકૃતિ-3 માં બજાર-A અને બજાર-B ની સીમાંત આવકની રેખાનો આડી ધરી પર સરવાળો કરીને સંયુક્ત સીમાંત આવકની રેખા દોરવામાં આવી છે. પેઢીની સીમાંત ખર્ચની રેખા આકૃતિ-3 માં દર્શાવવામાં આવી છે. S બિંદુએ પેઢીની સીમાંત ખર્ચની રેખા અને સંયુક્ત સીમાંત આવકની રેખા એકબીજાને છેદે છે તેથી તે સમતુલાનું બિંદુ બને છે. પેઢી QR એકમોનું વેચાણ કરશે.

8.3.2 ઈજારાની અસરો :

- (1) ઊંચી કિંમત : ઈજારાદાર વધુ નફો મેળવવાના હેતુથી ઊંચી કિંમત રાખે છે. ઈજારામાં કિંમત સરેરાશ ખર્ચ કરતાં ઊંચી હોય છે. ઊંચી કિંમતને લીધે ગ્રાહકોનું શોષણ થાય છે.
- (2) ઓછું ઉત્પાદન : ઈજારાદાર ઊંચી કિંમત લેવા માટે ઉત્પાદનમાં (પુરવઠાનું) નિયંત્રણ કરે છે જેથી વપરાશ પર ફરજિયાત કાપ મૂકવો પડે તેથી ઓછી વપરાશને કારણે સામાજિક કલ્યાણમાં ઘટાડો થાય છે.
- (3) ગેરવાજબી ઈલાજો : ઈજારો જાળવી રાખવા ઈજારાદાર ગેરવાજબી રીતરસમો અજમાવે છે. ઈજારાદાર પેઢી ઘણીવાર ગ્રાહકોને ન ગમતી વસ્તુઓ ખરીદવાની પણ ફરજ પાડે છે.
- (4) પ્રગતિમાં રુકાવટ : ઊંચી કિંમત રાખીને ઈજારાદાર પૂરતો નફો મેળવી શકે છે અને તેથી ઉ.ખર્ચમાં ઘટાડો કરે તેવી શોધખોળ કે સંશોધન કરવાની વૃત્તિ રહેતી નથી. સંશોધન અને સુધારા માટી ઈજારાદાર નિષ્ક્રિય રહેવાથી વિકાસ અવરોધાય છે.
- (5) સાધાનોની અયોગ્ય ફાળવણી : ઈજારાને કારણે અર્થતંત્રમાં સાધનોની અયોગ્ય ફાળવણી થવા પામે છે. ઈજારો ધરાવતા ઉદ્યોગોમાં ઊંચા નફાને લીધે ઉત્પાદનનાં સાધનોને પણ ઊંચી કિંમત મળે છે. અને તેથી વધુ સાધનો ખેંચાઈ આવે છે રોજગારી મેળવે છે આ રીતે સાધનોની ફાળવણી વિકૃત બને છે અને પરિણામે કુલ ઉત્પાદન પર વિપરિત અસર પડે છે.

8.3.3 પૂર્ણહરીફાઈ અને ઈજારાની તુલના :

- (1) પૂર્ણહરીફાઈમાં ઉદ્યોગમાં અસંખ્ય પેઢીઓ હોય છે. જ્યારે ઈજારામાં માત્ર એક પેઢી હોય છે. ઈજારામાં ઈજારાદાર પેઢી જ ઉદ્યોગ છે.
- (2) પૂર્ણહરીફાઈમાં કોઈ એક પેઢીનું ઉત્પાદન કુલ ઉત્પાદનનો ખૂબ જ નાનો ભાગ હોય છે અને તેથી બજાર પુરવઠા પર તેનો અંકુશ નહિવત જેવો હોય છે, જ્યારે ઈજારામાં એક જ પેઢી હોવાથી કુલ ઉત્પાદન અને બજાર પુરવઠા પર તે સંપૂર્ણ અંકુશ ધરાવે છે.
- (3) પૂર્ણહરીફાઈમાં સમાનગુણી વસ્તુ ઉત્પાદન કરતી અસંખ્ય પેઢીઓ એકત્રિત થઈને ઉદ્યોગ સર્જે છે. જ્યારે ઈજારામાં ઈજારાદાર પેઢી જ ઉદ્યોગ છે.
- (4) પૂર્ણહરીફાઈમાં પેઢી 'કિંમત સ્વીકારનાર' (Price Taker) છે. જ્યારે ઈજારામાં તે 'કિંમત નિર્ણાયક' (Price Maker) છે.
- (5) પૂર્ણહરીફાઈમાં પેઢીની માંગ રેખા સંપૂર્ણ મૂલ્ય સાપેક્ષ હોય છે. અને તેથી વધુ વેચાણ કરવા માટે પેઢીએ કિંમતમાં ઘટાડો કરવાની જરૂર રહેતી નથી, જ્યારે ઈજારાની પરિસ્થિતિમાં પેઢીની માંગ રેખા ઋણ ઢાળવાળી હોય છે અને તેથી

વધુ વેચાણ કરવા માટે કિંમત ઘટાડો અનિવાર્ય બને છે.

- (6) પૂર્ણહરીફાઈમાં પેઢીની સીમાંત આવક (MR) અને સરેરાશ આવક (AR) સરખી હોવાથી એક જ રેખા પર દર્શાવી શકાય છે. જ્યારે ઈજારામાં વેચાણ વધારવા માટે કિંમતમાં ઘટાડો કરવો પડતો હોવાથી સરેરાશ આવક રેખા (AR) જમણી બાજુ નીચેની તરફ ઢળતી હોય છે પરિણામે સીમાંત આવક રેખા પણ વધુ ઝડપથી જમણી બાજુ નીચેની તરફ ઢળતી હોય છે.
- (7) પૂર્ણહરીફાઈની પરિસ્થિતિમાં પેઢીની સમતુલાના બિંદુએ સીમાંત ખર્ચ વધતો હોય એ એક અનિવાર્ય શરત છે, જ્યારે ઈજારામાં પેઢીની સમતુલાના બિંદુએ સીમાંત ખર્ચ વધતો, સ્થિર કે ઘટતો પણ હોઈ શકે છે.
- (8) કિંમતની દ્રષ્ટિએ જોઈએ તો પૂર્ણહરીફાઈની સ્થિતિમાં પેઢી જ્યારે સમતુલાની અવસ્થામાં હોય છે, એટલે કે જ્યારે પેઢી મહત્તમ નફાની સ્થિતિમાં હોય છે ત્યારે કિંમત, સીમાંત ખર્ચ અને સીમાંત આવક આ ત્રણેય સરખા હોય છે. જ્યારે બીજી તરફ ઈજારામાં સીમાંત ખર્ચ અને સીમાંત આવક તો સરખા હોય છે પરંતુ કિંમત આ બન્ને કરતાં વધારે હોય છે.

પૂર્ણહરીફાઈમાં, કિંમત=સીમાંત ખર્ચ=સીમાંત આવક

ઈજારામાં, કિંમત>સીમાંત ખર્ચ=સીમાંત આવક

- (9) ઉત્પાદનની દ્રષ્ટિએ વિચાર કરતાં જણાય કે પૂર્ણહરીફાઈમાં લાંબેગાળે બધી જ પેઢીઓ ન્યુનતમ સરેરાશ ખર્ચે ઉત્પાદન કરતી હોવાથી તે ઈષ્ટકદની બને છે એટલે કે દરેક પેઢી તેનું ઉત્પાદન ન્યુનતમ સરેરાશ ખર્ચના બિંદુ સુધી કરતી હોય છે. પરંતુ ઈજારામાં પેઢી ઈષ્ટકદ કરતાં ઓછા કદની રહે છે. પેઢી ન્યુનતમ સરેરાશ ખર્ચના બિંદુ સુધી નહિ પરંતુ સીમાંત આવક અને સીમાંત ખર્ચ સરખાં થઈ રહે છે ત્યાં સુધી જ ઉત્પાદન કરે છે.
- (10) નફાની દ્રષ્ટિએ જોઈએ તો પૂર્ણહરીફાઈમાં ઉત્પાદક લાંબાગાળામાં માત્ર સામાન્ય નફો જ મેળવે છે. માત્ર ટૂંકાગાળામાં અસામાન્ય નફો પ્રાપ્ત કરી શકે છે, લાંબાગાળે અસામાન્ય નફો જોઈ અન્ય પેઢીઓના ઉદ્યોગમાં પ્રવેશ થતાં અસામાન્ય નફો અદ્રશ્ય થાય છે. જ્યારે ઈજારાની સ્થિતિમાં ઈજારેદાર લાંબાગાળામાં પણ અસામાન્યનફો મેળવી શકે છે.

8.4 સારાંશ :

પૂર્ણહરીફાઈમાં પેઢી સરેરાશ ખર્ચ કરતાં વધુ કિંમત લઈ શકે ત્યારે પેઢીને અસામાન્ય નફો થાય છે પરંતુ જ્યારે પેઢી સરેરાશ ખર્ચ કરતાં ઓછા ભાવ મેળવે ત્યારે ખોટ કરે છે. આમ છતાં પૂર્ણહરીફાઈમાં લાંબાગાળે સરેરાશ ખર્ચ અને ભાવ સરખા બનતા સામાન્ય નફાની પરિસ્થિતિ સર્જાય છે. બીજી બાજુએ ઈજારામાં હરીફ પેઢીનો અભાવ હોવાથી પેઢી નફો પ્રાપ્ત કરે છે. હરીફ પેઢીના અભાવને લીધે ઉત્પાદક ગ્રાહક પાસેથી ઊંચી કિંમત લઈ શકે છે. તેમજ ઉત્પાદક શ્રમજીવીઓને તેમની સીમાંત ઉત્પાદકતા કરતાં ઓછું વેતન આપે છે. આમ, ઉત્પાદકને ઉત્પાદન ખર્ચ ઓછું આવે છે. બીજી બાજુએ વધુ ભાવ મળવાથી ઈજારાદાર નફાની પરિસ્થિતિ પ્રાપ્ત કરે છે. ઈજારાના બજારમાં આવકની અસમાનતા વધુ પ્રમાણમાં સર્જાશે કારણ કે ઈજારામાં ઉત્પાદક તેમને મળતો નફો પુનઃ મૂડીરોકાણમાં લઈ જશે. સમાજનાં આ શ્રીમંત વર્ગની સીમાંત વપરાશ વૃત્તિ ઓછી હોવાથી તેની બચતનું મૂડીરોકાણ થાય છે. આથી બજારમાં ઉત્પાદન વધે છે. બીજી બાજુએ સમાજના શ્રમજીવી વર્ગના વેતનમાં વધારો થતો નથી. આ વર્ગના

લોકોની વપરાશવૃત્તિ વધારે હોય છે છતાં આવકના અભાવે તેઓ તેમની વપરાશ વૃત્તિને સંતોષી શકતા નથી. પરિણામે સમાજના એક નાના વર્ગની આવકમાં ઉત્તરોત્તર વધારો થાય છે, જ્યારે સમાજના મોટા વર્ગની આવકમાં વધારો થતો નથી પરિણામે ઈજારાના બજારમાં વ્યાપારચક્રિય અસર (આવકની અસમાનતા) વિશેષ પ્રમાણમાં દેખાય છે.

★ ચાવીરૂપ શબ્દો :

- (1) ઈજારો : જેમાં કોઈ એક જ પેઢી વસ્તુનું ઉત્પાદન કરે છે તેની કોઈ નજીકની અવેજી વસ્તુઓ હોતી નથી અને પેઢીનું કિંમત પર પ્રભુત્વ છે.
- (2) કિંમત ભેદભાવ : ઈજારાદાર પેઢી એક જ વસ્તુના જુદા જુદા ગ્રાહકો પાસેથી જુદા જુદા ભાવ લે તેને કિંમત ભેદભાવ કહે છે.

★ તમારી પ્રગતિ ચકાસો :

(ક) નીચેના પ્રશ્નોના વિસ્તારથી જવાબ લખો.

1. ઈજારાનો અર્થ આપી, ઈજારાનાં લક્ષણો અને પ્રકારો સમજાવો.
2. ઈજારાદાર પેઢીની ટૂંકાગાળાની સમતુલા સમજાવો.
3. ઈજારાદાર પેઢીની લાંબાગાળાની સમતુલા સમજાવો.
4. કિંમત ભેદભાવનો ખ્યાલ આપી કિંમત ભેદભાવ ક્યારે શક્ય અને નફાકારક બને છે જણાવો.
5. ઈજારો અને પૂર્ણહરીફાઈની તુલના કરો.
6. ઈજારાનો અર્થ આપી, ઈજારાની અસરોની ચર્ચા કરો.

(1) ઈજારાના લક્ષણો જણાવો.

.....

.....

.....

.....

(2) કિંમત ભેદભાવ એટલે શું?

.....

.....

.....

.....

(3) કિંમત ભેદભાવ ક્યારે શક્ય બને.

.....

.....

.....

.....

(4) ઈજારાનો અર્થ સમજાવી, ઈજારાદાર પેઢીની સમતુલા સમજાવો.

.....

.....

.....

.....

(5) કિંમત ભેદભાવ ક્યારે શક્ય અને નફાકારક બને છે.

.....

.....

.....

.....

(6) ઈજારો અને પૂર્ણહરીફાઈની તુલના કરો.

.....

.....

.....

.....

(ખ) નીચેના વિધાનો સાચાં છે કે ખોટાં તે જણાવો.

- (1) ઈજારામાં ઉત્પાદક કિંમત નક્કી કરનાર છે.
- (2) પૂર્ણહરીફાઈની સરખામણીએ ઈજારામાં ઉત્પાદન વધુ થાય છે.
- (3) કિંમત ભેદભાવની પરિસ્થિતિમાં વધુ મૂલ્ય સાપેક્ષ માંગ ધરાવતા બજારમાં ભાવ ઓછા હોય છે.
- (4) ઈજારામાં સમતુલાની સ્થિતિમાં કિંમત સીમાંત ખર્ચથી ઓછી હોય છે.
- (5) ઈજારામાં સીમાંત ખર્ચ રેખા અને પુરવઠા રેખા સરખાં હોય છે.

★ બહુવૈકલ્પિક પ્રશ્નો :

- (1) ઈજારામાં માંગ રેખાનું સ્વરૂપ કેવું હોય છે.
 - (અ) ધન ઢાળ
 - (બ) ઋણ ઢાળ
 - (ક) ઉભી ધરીને સમાંતર
- (2) જો સીમાંત આવક સીમાંત ખર્ચથી વધુ હોય તો ઈજારાદાર પેઢી શું કરશે ?
 - (અ) ઉત્પાદન વધારશે
 - (બ) ઉત્પાદન ઘટાડશે
 - (ક) ઉત્પાદન બંધ કરશે
- (3) ઈજારામાં સમતુલાની સ્થિતિમાં કિંમત ન્યુનતમ સરેરાશ ખર્ચથી કેવી હશે.
 - (અ) સામન
 - (બ) ઓછી
 - (ક) વધુ

- (4) કિંમત ભેદભાવની પરિસ્થિતિમાં વધુ મૂલ્ય સાપેક્ષ માંગ ધરાવતા બજારમાં કિંમતો કેવી હોય ?
- (અ) ઓછી
(બ) વધારે
(ક) સ્થિર

★ તમારી પ્રગતિ ચકાસોના જવાબો :

(1) સાચું (2) ખોટું (3) સાચું (4) ખોટું (5) ખોટું

★ સંદર્ભ :

- અર્થશાસ્ત્રના સિદ્ધાંતો : લે.એચ.કે.ત્રિવેદી. યુનિ.ગ્રંથ નિર્માણ બોર્ડ.
- એકમલક્ષી અર્થશાસ્ત્ર : લે.ડો.મહેશ વી.જેષી. અનડા પ્રકાશન