

: રૂપરેખા :

- 8.0 ઉદ્દેશો
- 8.1 પ્રસ્તાવના
- 8.2 બજારનો અર્થ
 - 8.2.1 બજારનો આધુનિક ખ્યાલ
 - 8.2.3 બજારની કેટલીક વ્યાખ્યાઓ
- 8.3 બજારના પ્રકારો
- 8.4 હરીફાઈના આધારે બજારનું વર્ગીકરણ
 - 8.4.1 પૂર્ણ હરીફાઈવાળું બજાર
 - 8.4.2 ઈજારાવાળું બજાર
 - 8.4.3 અપૂર્ણ હરીફાઈવાળું કે ઈજારાયુક્ત હરીફાઈ
- 8.5 પૂર્ણ હરીફાઈવાળું બજારનો અર્થ
- 8.6 પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારના લક્ષણો
 - 8.6.1 એક સમાનગુણી વસ્તુઓ
 - 8.6.2 અનેક વેચનારા
 - 8.6.3 અનેક ખરીદનારા
 - 8.6.4 પૂર્ણ જ્ઞાન
 - 8.6.5 તર્કબદ્ધ વર્તન
 - 8.6.6 મુક્ત આવન-જાવન
 - 8.6.7 વાહન-વ્યવહાર ખર્ચ શૂન્ય
- 8.7 સારાંશ
- 8.8 ઈજારો
 - 8.8.1 ઈજારાનો અર્થ
 - 8.8.2 ઈજારાના લક્ષણો
 - 1. એક જ પેઢી ઉત્પાદક
 - 2. નવી પેઢીનો પ્રવેશ
 - 3. અવેજી વસ્તુનો અભાવ
 - 4. કિંમત પર અંકુશ
 - 5. લાંબા ગાળે અસામાન્ય નફો
 - 6. માત્ર પેઢીનો ખ્યાલ
- 8.9 સારાંશ
- 8.10 શબ્દાવલી

8.11 તમારી પ્રગતિ ચકાસો

8.12 સંદર્ભ

8.0 ઉદ્દેશો :

આ એકમના અભ્યાસ પછી, નીચેની બાબતોમાં તમારી ક્ષમતા કેળવાશે -

- ◆ બજારનો અર્થ અને તેના પ્રકારો વિશેની જાણકારી પ્રાપ્ત થશે.
- ◆ બજારનું માળખું ક્યાં લક્ષણો દ્વારા નિર્ધારિત થાય છે.
- ◆ પૂર્ણ હરીફાઈનાં લક્ષણોનું વિવરણ કરવું.
- ◆ પૂર્ણ હરીફાઈ અને ઈજારા વચ્ચે તફાવત સ્પષ્ટ કરવો.
- ◆ ઈજારાની સમજણ પૂરી પાડવી.

8.1 પ્રસ્તાવના :

આપણે આ પ્રકરણમાં ગ્રાહક અને વિકેતાના સંદર્ભમાં તેમની વચ્ચેનો સંપર્કના માધ્યમના સંદર્ભમાં બજાર, તેનો અર્થ અને જુદા-જુદા પ્રકારના બજારોની લાક્ષણિકતાઓની સમજૂતી મેળવીશું. જુદા જુદા પ્રકારના બજારોમાંથી એવી સર્વસામાન્ય પરિસ્થિતિનો વિચાર કરીશું જેના સંબંધમાં સમતુલાનું વિશ્લેષણ કરવામાં આવે છે. આ પરિસ્થિતિનો સંદર્ભ વસ્તુ બજાર સાથે છે. બજાર એ એક એવું માધ્યમ છે જેના દ્વારા વસ્તુના ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકો એકબીજા સાથે સંપર્ક સાધતા હોય છે. કોઈ એક અથવા એકસરખી હોય તેવી વસ્તુઓના ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકો વચ્ચેનો સંપર્ક એ બજારનો સૂચિતાર્થ છે. કોઈ વિકેતા સાબુની કોઈ એક જાત કે પ્રકારનું વેચાણ કરતો હોય જ્યારે ગ્રાહકને તેની અવેજીના કોઈ અન્ય સાબુની જાત કે પ્રકારની ખરીદીમાં રસ હોય તે જ વિકેતા પાસે ઉપલબ્ધ હોય. આવા ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકો સમૂહને બજાર કહેવાય. બજાર અંગે ખાસ નોંધવાની બાબત એ છે કે તે ભૌગોલિક વિસ્તારનો નિર્દેશ કરે છે એવું હંમેશા સાચું નથી. ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકો એકબીજાથી ઘણા દૂર હોઈ શકે. વાહનવ્યવહાર અને સંદેશાવ્યવહારનો વિકાસ જેમ જેમ થાય છે તેમ તેમ ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકો વચ્ચેનું અંતર વધારે હોય તો પણ તે એકબીજા સાથે સહેલાઈથી સંપર્ક સાધી શકે. કોઈ એક બજારમાં એક જ ઉત્પાદક અને અનેક ગ્રાહકો હોઈ શકે તથા અન્ય કોઈ બજારમાં એક જ ગ્રાહક અને અનેક ઉત્પાદકો હોઈ શકે છે. તેવી જ રીતે એવાં પણ બજાર હોઈ શકે જેમાં અનેક ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકો અથવા અનેક ગ્રાહકો અને થોડાક ઉત્પાદકો અથવા થોડાક ગ્રાહકો અને અનેક ઉત્પાદકો હોય છે. આપણે આગળ જોઈશું કે બજારમાં ઉત્પાદકોની સંખ્યાને આધારે ત્રિભાજી બજારોની લાક્ષણિકતાઓ નક્કી થતી હોય છે જે બજારની સમતુલાનું નિર્ધારણ કરવામાં મહત્વનો ભાગ ભજવે છે.

8.2 બજારનો અર્થ :

સામાન્ય રીતે બજાર શબ્દ વ્યવહારમાં બોલવામાં આવે છે ત્યારે આપણને એ વસ્તુનું દ્રશ્ય દેખાય કે, ઘણી બધી દુકાનો હોય, ભીડ-ભીડવાળી જગ્યા વગેરે અથવા એવો ખ્યાલ ધરાવીએ છીએ કે જરૂરી વસ્તુ અને સેવાઓ પૂરી પાડતા સ્થળને આપણે બજાર તરીકે ઓળખીએ છીએ પણ અર્થશાસ્ત્રમાં બજારને સ્થળ સાથે કોઈ જ નિસ્બત નથી. ટેકનોલોજીના જમાનામાં બજારનો અર્થ ઘણો જ બદલાઈ ગયેલ જોવા મળે છે.

8.2.1 બજારનો આધુનિક ખ્યાલ :

બજાર કોઈ સ્થળ, વિસ્તાર અથવા વિસ્તાર પુરતો મર્યાદિત નથી. તે સ્થાનિક તેમજ વૈશ્વિક હોઈ શકે છે તમે તમારી સ્થાનિક પુસ્તકની દુકાનમાંથી એક પુસ્તક ખરીદી શકો છો અથવા સીધી amazon.com પરથી ખરીદી શકો છો.

વૈશ્વિક બજારમાં મુક્ત સ્પર્ધાના વાતાવરણ માટે એક જ વસ્તુના વ્યવહારો કરવા માટે વધુ ખરીદનારાઓ

અને વિકેતાઓની જરૂર પડે છે. વેબસાઈટના સ્ત્રોતો બજારને આ રીતે વ્યાખ્યાયિત કરે છે : “આ એક એવી જગ્યા જ્યાં ખરીદદારો અને વેચાણકારો સોદા કરવા માટે એક સાથે આવે છે. સ્ટોક એક્સચેન્જના સોદાઓ માટે આ કોઈ ભૌતિક સ્થળ નથી પરંતુ સ્ક્રીનોનું નેટવર્ક છે જેના પર ભાવ નોંધાયેલા છે. તેમજ સોદાઓ ટેલિફોન કમ્પ્યુટર દ્વારા કરી શકાય છે.”

8.2.2 બજારની કેટલીક વ્યાખ્યાઓ :

બેન્હામ (Benham):

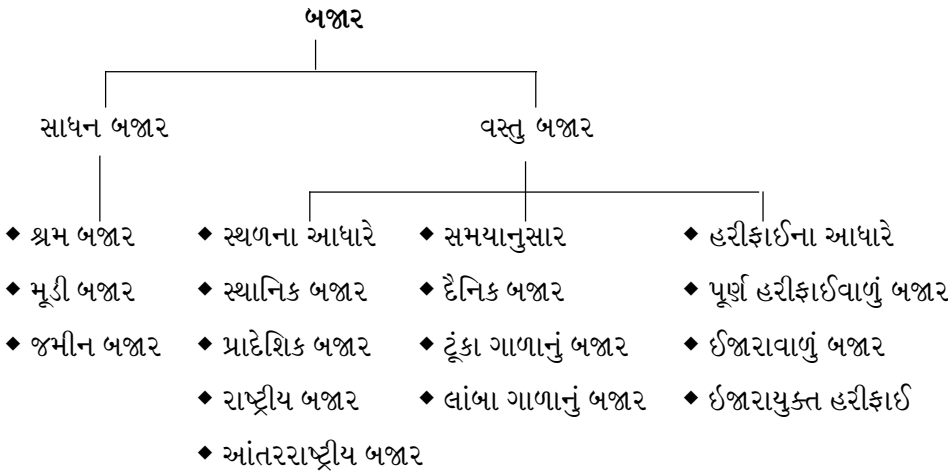
“બજાર એટલે એક એવો વિસ્તાર કે જેમાં ગ્રાહકો તથા વેચનારાઓ ક્યાંક તો પ્રત્યક્ષ રીતે કે મધ્યસ્થી દ્વારા એકબીજાના સંપર્કમાં હોય કે જેથી એક ભાગમાં પ્રવર્તતા ભાવ બજારના અન્ય ભાગમાં પ્રવર્તતા ભાવને અસર કરે છે.”

બજાર એટલે વિનિમયની પ્રક્રિયા :

બજારનો અર્થ કોઈ એક વિશિષ્ટ સ્થળ એવો થતો નથી કારણ કે નિર્ધારિત સ્થળ ના હોવા છતાંય વસ્તુનો વિનિમય થાય છે, એટલે કે સ્થળ નહિ પણ વિનિમય કે ખરીદી અને વેચાણની પ્રક્રિયા બજાર કહેવાય છે.

8.3 બજારના પ્રકારો :

બજારનું વર્ગીકરણ સાધનોના બજારો અને વસ્તુઓના બજારોની રીતે કરવામાં આવે છે. તેથી બજારના મુખ્ય બે પ્રકારો પાડી શકાય.



8.4 હરીફાઈના આધારે બજારનું વર્ગીકરણ :

બધા જ ગ્રાહકો એક જ દુકાનેથી વસ્તુઓની ખરીદી કરતા નથી. તેમજ દરેક વેચનારાઓ અમુક જ ગ્રાહકોને વેચાણ કરતા નથી. જેમ ગ્રાહકો જુદી જુદી દુકાનેથી વસ્તુઓ ખરીદતા હોય છે, તેમ વેપારીઓ પણ પરસ્પર હરીફાઈ કરીને ગ્રાહકો મેળવવા પ્રયત્ન કરતાં હોય છે. કેટલીક ચીજ વસ્તુના બજારો તમે વાસ્તવિક રીતે જોઈ શકશો અને તમને લાગશે કે આ પ્રકારની વસ્તુ માટેનું બજાર આ પ્રકારનું છે. દા.ત. સોના-ચાંદીનું બજાર, શેર બજાર, સાબુ, શેમ્પુ, કોપરેલ, મોબાઈલ, બેન્કની સેવા વગેરે. હરીફાઈના આધારે બજારના મુખ્ય પ્રકારો નીચે પ્રમાણે પાડી શકાય :

1. **પૂર્ણ હરીફાઈવાળું બજાર :** આ પ્રકારના બજારમાં મોટી સંખ્યામાં વેચનારા હોવાથી ચીજ વસ્તુના વેચાણ માટે તેઓ પરસ્પર હરીફાઈ કરે છે. આથી જ આ જાતના બજારમાં હરીફાઈના કારણે એક સરખી ભાવસપાટી જોવા મળે છે. આ પ્રકારના બજારમાં ખરીદનારાઓ અને વેચનારાઓની સંખ્યા ખુબજ મોટી જોવા મળે છે જેથી કોઈ એક ખરીદનાર ખરીદી પર કે વેચનાર વેચાણ પર પ્રભાવ પાડી શકતો નથી એટલે કે કિંમત વધુ ઓછી થતી નથી. વધુ સમાન હોય છે.

2. **ઈજારાવાળું બજાર :** આ પ્રકારના બજારમાં અનેક ગ્રાહકો હોય છે પણ વેચનાર સંપૂર્ણ ઈજારો ભોગવે છે. અહીં ઉત્પાદક અને વેચનાર એકજ હોવાથી ગ્રાહકો ગૌણ બની જાય છે. આ પ્રકારના બજારમાં ઈજારાદાર વસ્તુની કિંમત વધુ રાખે છે. કારણ કે, તેણે વધુ નફો કમાવવો એ તેનો મુખ્ય હેતુ બની જાય છે.
3. **અપૂર્ણ હરીફાઈ વાળું કે બજાર કે ઈજારાયુક્ત હરીફાઈ :** આ જાતના બજારોમાં વેચનારાઓ અને ખરીદનારાઓની સંખ્યા મર્યાદિત જોવા મળે છે. બજારમાં એક જ વસ્તુ ભિન્ન ભિન્ન સ્વરૂપમાં અને ભિન્ન ભિન્ન નામથી વેચાતી જોવા મળે છે. વસ્તુની ગુણવત્તામાં પણ તફાવત હોય છે. અહીં વસ્તુના વેચાણ માટે જાહેરાત કરીને ગ્રાહકોને આકર્ષિત કરવામાં આવે છે. આ પ્રકારના બજારમાં ગ્રાહકો સંપૂર્ણ રીતે માહિતગારના હોવાથી વધુ ભાવ આપીને વસ્તુઓ ખરીદતા હોય છે. આથી ભાવ સપાટી ભિન્ન-ભિન્ન જોવા મળે છે. સંપૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારને ઈજારયુક્ત હરીફાઈ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

સારાંશ :

બજાર એ એક એવું માધ્યમ છે જેના દ્વારા વસ્તુના ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકો એકબીજા સાથે સંપર્ક સાધતા હોય છે. કોઈ એક અથવા એકસરખી હોય તેવી વસ્તુઓના ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકો વચ્ચેનો સંપર્ક એ બજારનો સૂચિતાર્થ છે. કોઈ એક બજારમાં એક જ ઉત્પાદક અને અનેક ગ્રાહકો હોઈ શકે તથા અન્ય કોઈ બજારમાં એક જ ગ્રાહક અને અનેક ઉત્પાદકો હોઈ શકે છે. તેવી જ રીતે એવાં પણ બજાર હોઈ શકે જેમાં, અનેક ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકો અથવા ગ્રાહકો અને થોડાંક ઉત્પાદકો અથવા થોડાંક ગ્રાહકો અને અનેક ઉત્પાદકો હોય છે.

8.5 પૂર્ણ હરીફાઈવાળું બજાર :

હરીફાઈના આધાર પરનું આ પ્રકારનું બજાર વિષે અગાઉ આપણે ટૂંકમાં પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજાર વિષે ટૂંકમાં જોયું. હવે આપણે તેનો અર્થ અને લાક્ષણિકતાઓ વિશે જોઈએ.

અર્થ : જ્યારે એક સરખા એકમોવાળી વસ્તુના ભાવ, ફેરફાર ખર્ચ બાદ કરતાં બજારમાં એકસરખા બોલાયા છે ત્યારે તેવા બજારને પૂર્ણ બજાર કહેવાય છે, કે તેવા બજારમાં પૂર્ણ હરીફાઈ છે તેમ કહેવાય છે. વેચાતી વસ્તુના એકમો સમાનગુણી હોય, અનેક વેચનારા હોય. અનેક ખરીદનારા હોય. બધાને બધી માહિતીઓ ઉપલબ્ધ હોય. તેઓનું વર્તન તર્કબદ્ધ હોય. તથા ચીજોની હેરફેર મુક્ત હોય તો બજાર પૂર્ણ હરીફાઈવાળું હોવાનું. આ પ્રકારનું બજાર વાસ્તવમાં જોવા મળતું નથી. પરંતુ કેટલીક વસ્તુના બજારો આ પ્રકારના ગણી શકાય. દા.ત. સોના-ચાંદી બજાર.

8.6 પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારના લક્ષણો :

હવે આપણે પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારની મુખ્ય લક્ષણોની ચર્ચા કરીશું. નીચે દર્શાવ્યા મુજબની હાજરીઓ હોય છે. ત્યારે હેરફેરના ખર્ચને બાદ કરતા સરખા પ્રકારની વસ્તુના ભાવ સરખા હોય છે ત્યારે તે પૂર્ણ હરીફાઈવાળું બજાર બને છે.

8.6.1 એક સમાન વસ્તુઓ (Homogenous Product) :

પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં વેચાતી તમામ વસ્તુઓના રૂપ, રંગ, આકાર, સ્વાદ, વજન વગેરે એકસરખા હોવા જોઈએ. એકજ વસ્તુના તમામ એકમ એકબીજાના અવેજમાં સહેલાઈથી વાપરી શકાય. અહીં જુદા જુદા પ્રકારની વસ્તુના ભાવ જુદા-જુદા હોવાના દા.ત. જુદા પ્રકારના ઘઉંના ભાવ જુદા પ્રકારના હશે.

8.6.2 અનેક વેચનારા (Large Numbers of Sellers) :

આ પ્રકારના બજારમાં વસ્તુઓના વેચનાર અનેક હોય છે. જેથી તેઓની અંદરોઅંદરની હરીફાઈના લીધે ભાવો એકસરખા બને છે. અહીં અનેક એટલે કોઈ નિયત સંખ્યા નહિ. પરંતુ અસંખ્ય એમ માની શકાય. એટલે કે કોઈ એક વેપારી વ્યક્તિગત રીતે કિંમત પર પ્રભાવ પાડી શકે નહિ.

8.6.3 અનેક ખરીદનારા (Large number of Buyers) :

જેમ વેચનાર અનેક હોય છે તેવી જ રીતે અહીં ખરીદનારાઓ પણ અનેક જોવા મળે છે. જેથી કોઈ એક વ્યક્તિ વ્યક્તિગત રીતે ખરીદી દ્વારા પ્રભાવ પડી શકે નહિ. દા.ત. કોઈ એક જગ્યાએ ખરીદનારા ઓછા હોય તો ખરીદનારને ઓછા ભાવ આપી શકે. જ્યારે કોઈ બીજા વિસ્તારમાં ખરીદનારા વધુ હોય તો ભાવ વધુ પ્રવર્તે. આથી ખરીદનારાઓ અનેક હોય તો સરખી વસ્તુના ભાવ સરખા હશે.

8.6.4 પૂર્ણ જ્ઞાન (Perfect Knowledge) :

આ પ્રકારના બજારમાં ખરીદનારને વસ્તુના ભાવ તેમજ વસ્તુની ગુણવત્તા સંબંધી સંપૂર્ણ જ્ઞાન હોય છે. જેથી કોઈ એક વેપારી એક સરખી વસ્તુના ભાવ ગ્રાહક પાસેથી વધુ લઈ શકતો નથી. કારણ કે બજારમાં અનેક વેચનારાઓ છે, વધુ ભાવ વસૂલે તો ગ્રાહક અન્ય જગ્યાએથી ખરીદી કરશે. આમ સંપૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં એક સરખા ભાવે જ ખરીદી કે વેચાણ શક્યા બને છે. દા.ત. મોબાઈલનું રિચાર્જ. કોઈ પણ જગ્યાએ એકસરખી જ કિંમત હશે.

8.6.5 તર્કબદ્ધ વર્તન (Rational Behaviour) :

ગ્રાહકો અને વેચનારાઓ તર્કબદ્ધ હોવા જોઈએ. એટલે કે પોતાને વધુમાં વધુ ફાયદો થાય તે રીતે વિચારીને વર્તનારા હોવા જોઈએ. જો તેવું ના હોય તો ભાવોમાં ફેરફાર હોવાનો, કેટલાક ગ્રાહકો વધુ ભાવો આપશે. જ્યારે કોઈક ઓછા ભાવે વસ્તુઓની ખરીદી કરશે.

8.6.6 મુક્ત આવન જાવન (Free Entry and Exit) :

ઉત્પાદન કરતા ઉદ્યોગમાં પેઢીઓ લાંબા ગાળે મુક્ત રીતે આવન જાવન કરી શકે છે. જો પેઢીઓ વધુ નફો પ્રાપ્ત કરે તો, અન્ય પેઢીઓ ઉત્પાદન કરવા માટે આવશે, ખોટ કરતાં એકમો અન્ય જગ્યાએ કામ કરવા જતા રહેશે. આમ, આવું મુક્ત રીતે આવન જાવન હોય તો જ આ શક્ય બનશે.

8.6.7 વાહનવ્યવહાર ખર્ચ શૂન્ય છે (Transportation Cost is Zero) :

અહીં આવા પ્રકારના બજારમાં ઉત્પાદન ખર્ચમાં વાહનવ્યવહાર ખર્ચ સમાલ છે, એવી ગર્ભિત ધારણા કરવામાં આવે છે. જો વાહન વ્યવહાર ખર્ચ ઉત્પાદન એકમથી વેચાણ સ્થળ સુધી ગણવામાં આવે તો વસ્તુની કિંમતમાં ફેરફાર થશે. અલગ-અલગ સ્થળે કિંમતમાં ભાવ તફાવત ઉદ્ભવશે.

8.7 સારાંશ

જ્યારે ઉપરોક્ત તમામ શરતો એકી સાથે પૂર્ણ થાય ત્યારે બજાર પૂર્ણ થાય છે અને પૂર્ણ હરીફાઈવાળું બજાર અસ્તિત્વમાં આવે છે. પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં ખૂબ જ મોટી સંખ્યામાં વેચનારાઓ હોવાથી ચીજવસ્તુઓના વેચાણ માટે તેઓ પરસ્પર હરીફાઈ કરે છે. પૂર્ણ હરીફાઈ એ બજારની એવી પરિસ્થિતિ છે કે, જેમાં ચીજ વસ્તુ વેચનાર પેઢીઓનો બજારભાવ પર કાબૂ હોતો નથી. આ પ્રકારના બજારમાં હરીફાઈને કારણે એકસરખી ભાવસપાટી જોવા મળે છે. બજારભાવ માંગ અને પૂરવઠાના આધારે નક્કી થાય છે. આ રીતે નક્કી થયેલાં ભાવે પેઢી ગમે તેટલું વેચાણ કરી શકે છે. આથી તેની માંગ રેખા સંપૂર્ણ સ્થિર જોવા મળે છે. આ પ્રકારના બજારમાં ગ્રાહકોને વધુ ફાયદો થઈ શકે. અહીં નોંધવું જરૂરી છે કે, આ પ્રકારના બજારો દુનિયામાં જોવા મળતા નથી. પરંતુ સૈદ્ધાંતિક વિશ્લેષણમાં આ પ્રકારના બજારનો અભ્યાસ કરવામાં આવે છે.

8.8 ઈજારો :

આપણે આગળ જોયું કે, પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં ઉત્પાદકો અને ગ્રાહકોની સંખ્યા ઘણી મોટી હોય છે. ઉત્પાદક કે ઉપભોક્તા પ્રવર્તમાન કિંમતે અધિકતમ વેચાણ કે મહત્તમ સંતોષ પ્રાપ્ત કરવાનો હોય છે. કોઈ એક વેચનાર કે ખરીદનાર વસ્તુના ભાવ પર પ્રભાવ પડી શકતો નથી. પૂર્ણ હરીફાઈથી તદ્દન ભિન્ન સ્થિતિ તે ઈજારો છે.

8.8.1 ઈજારાનો અર્થ :

ઈજારો એવા બજારનો નિર્દેશ કરે છે જેમાં માત્ર એક જ ઉત્પાદક કે વિકેતા હોય.

આ પ્રકારનો શુદ્ધ અથવા નિરંકુશ જિરો શુદ્ધ અથવા પૂર્ણ હરીફાઈની જેમ વાસ્તવિક જગતમાં જવલ્લે જ અસ્તિત્વ ધરાવતો હોય છે. એવું સંભવી શકે કે કોઈ એક વિકેતા બજારના બહુ મોટા હિસ્સા પર વર્ચસ્વ ધરાવતો હોય, પરંતુ તે સમગ્ર બજાર પર અંકુશ ધરાવતો હોય તે ભાગ્યે જ સંભવી શકે છે. આવી શક્યતા કે સંભાવના માત્ર એવા અર્થતંત્રમાં જ હોઈ શકે જેમાં ઉત્પાદનનાં સાધનોની માલિકી સંપૂર્ણપણે રાજ્યહસ્તક હોય અને જ્યાં રાજ્ય પોતે જ ઈજારાદાર હોય. દજા.ત. સમગ્ર દેશમાં તાર ટપાલ ખાતાનો સંદેશાવ્યવહાર માટેનો ઈજારો....

ટૂંકમાં, જે વસ્તુ બજારમાં એકજ ઉત્પાદન કરનાર અને વેચનાર હોય છે. તેમજ તેની નજીકની અવેજી વસ્તુઓ અભાવ હોય છે તેવા પ્રકારના બજારને ઈજારાવાળું બજાર તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

8.8.2 ઈજારાના લક્ષણો :

1. એકજ ઉત્પાદક કે વેચનાર :

પૂર્ણ હરીફાઈમાં અનેક વેચનાર હોય છે જ્યારે ઈજારાની સ્થિતિમાં એક જ વેચનાર કે ઉત્પાદક હોય છે. વેચનાર ગમે તેટલો નફો મેળવે તો પણ અન્ય ઉત્પાદકો પ્રવેશી શકતા નથી.

2. નવી પેઢીનો પ્રવેશ બંધ :

ઈજારાવાળા બજારમાં નવી ઉત્પાદક પેઢી પ્રવેશ કરે તો ઈજારો રહેતો નથી. આથી ઈજારામાં અન્ય પેઢીની પ્રવેશ બંધીના કારણે પેઢી જ ઉદ્યોગ તરીકે ઓળખાય છે.

3. અવેજીની વસ્તુનો અભાવ :

ઈજારાવાળા બજારમાં નજીકની વસ્તુનો અભાવ જોવા મળે છે. ઈજારાદાર પેઢીની માંગ રેખા નહિ હોવાથી, ઋણ ઢાળવાળી અને મૂલ્ય અનપેક્ષ હોય છે. આથી જ આ પ્રકારના બાજરમાં પેઢીઓ લાંબાગાળે અસામાન્ય નફો મેળવે છે.

4. કિંમત પર અંકુશ :

ઈજારાદાર ધારે તે કિંમત વસુલ કરી શકે છે. તે ગમે તેટલી ઊંચી કિંમત વસૂલી શકે છે. તેથી કિંમત પર અંકુશ ધરાવી શકે છે. ઈજારાદાર કોઈ એક સમયે વસ્તુની કિંમત અથવા ઉત્પાદન પર કાબૂ ધરાવી શકે છે. લાંબાગાળે હરીફાઈનો અને અવેજી વસ્તુનું ઉત્પાદન કરવાનો ભય રહે છે.

5. લાંબા ગાળે અસામાન્ય નફો : પૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢીઓને પ્રવેશ હોવાથી લાંબા ગાળે પેઢીઓને સામાન્ય નફો જ મળે છે. જ્યારે ઈજારામાં એક જ ઉત્પાદક હોવાથી લાંબા ગાળામાં પેઢી અસામાન્ય નફો મેળવે છે.

6. માત્ર પેઢીનો ખ્યાલ : પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં અનેક પેઢીઓ એક સમાન વસ્તુનું ઉત્પાદન કરતી હોવાથી પેઢીઓના સમૂહની સમતુલાનો ખ્યાલ હોય છે. ઈજારામાં એક જ પેઢી હોવાથી ઉદ્યોગની સમતુલાનો પ્રશ્ન ઉદ્ભવતો નથી.

8.9 સારાંશ :

હરીફાઈના આધારે બજારના જુદા જુદા પ્રકારો પૈકી પૂર્ણ હરીફાઈ એક સૈદ્ધાંતિક રીતે અસ્તિત્વ ધરાવતું બજાર છે. જેના થકી અન્ય બજારનું વિશ્લેષણ કરવા માટે મદદરૂપ બને છે. પૂર્ણ હરીફાઈ એક બજાર વ્યવસ્થાનો આદર્શ હોય તો ઈજારો એ જીવનની વાસ્તવિકતા છે. વાસ્તવિક જીવનમાં બજાર વિશેની સંપૂર્ણ માહિતી, ઉત્પાદનનાં સાધનોની મુક્ત હેરફેર માટેનાં અનુકૂળ સંજોગો વગેરે ઉપલબ્ધ હોતાં નથી. ઈજારાવાળા બજારમાં એક જ ઉત્પાદક અને વિકેતા જોવા મળે છે. એટલે અહીં વસ્તુની કિંમત પર સંપૂર્ણ કાબૂ જોવા મળે છે. અહીં આપણે એ જાણવું જરૂરી છે કે ઉત્પાદક કે વેચનારનો

આશય વધુ નફો મેળવવો છે, નહિ કે વધુ વેચાણ કરવું. ઈજારાવાળા બજારમાં ઉત્પાદક મહત્તમ નફો મેળવવા માટે ઉત્પાદન પર કે વેચાણ પર કાબૂ ધરાવે છે. તમને ખ્યાલ આવશે કે દુનિયાના કોઈપણ દેશમાં લાંબાગાળા સુધી ઈજારો ચાલી શકતો નથી.

8.10 શબ્દાવલી :

- ◆ **બજાર :** બજાર એટલે એક એવો વિસ્તાર કે જેમાં ગ્રાહકો તથા વેચનારાઓ ક્યાંક તો પ્રત્યક્ષ રીતે કે મધ્યસ્થી દ્વારા એકબીજાના સંપર્કમાં હોય અને વિનિમયની પ્રક્રિયા થતી હોય.
- ◆ **અપૂર્ણ હરીફાઈ :** બજારની એવી પરિસ્થિતિ જેમાં ઉત્પાદક વસ્તુની કિંમત પર પોતાનો અંકુશ પ્રસ્થાપિત કરવાની ક્ષમતા ધરાવતો હોય.
- ◆ **ઉત્પાદનનો ટૂંકોગાળો :** કોઈ ઉત્પાદન ઘટક પર અસર કરતાં પરિબળો વચ્ચે ઉત્પાદનના કદમાં ફેરફાર કરી સંતુલન હાંસલ કરવામાં સફળતા મેળવવી પરંતુ, પ્લાન્ટ તથા અન્ય ઉપકરણોમાં ફેરફાર કર્યા વિના તેમને યથાવત રાખવા.
- ◆ **ઉત્પાદનનો લાંબોગાળો :** પ્લાન્ટ તથા ઉપકરણોમાં ફેરફાર કરી આર્થિક ઘટક પર અસર કરતાં પરિબળો વચ્ચે પરસ્પર સંતુલન હાંસલ કરવામાં મેળવવામાં આવતી સફળતા.
- ◆ **પૂર્ણ હરીફાઈ :** બજારની એવી સ્થિતિ જેમાં કોઈ એક પેઢી અથવા વિકેતાનો વસ્તુની કિંમત પર કોઈ અંકુશ ન હોય ઈજારો : એવું બજાર જેમાં માત્ર એક જ ઉત્પાદક હોય.
- ◆ **ઈજારો :** એવું બજાર જેના પર કોઈ એક ઉત્પાદકનું સામાન્ય કરતાં ઘણું વધારે વર્ચસ્વ હોય છે અને તેથી તે પોતાનું ઉત્પાદન જે કિંમતે વેચવા માંગે છે તે કિંમત પર પણ તેનો કાબૂ હોય છે.
- ◆ **ઉત્પાદન ખર્ચ :** વસ્તુના ઉત્પાદન માટે ઉત્પાદન દ્વારા કરવામાં આવતો ખર્ચ.
- ◆ **વેચાણ ખર્ચ :** વસ્તુના વેચાણને પ્રોત્સાહન આપવા માટે કરવામાં આવતો ખર્ચ.

8.11 તમારી પ્રગતિ ચકાસો :

1. નીચેના પ્રશ્નના ઉત્તરો ટૂંકમાં આપો.

1. બજારનો અર્થ સમજાવો.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારનો ખ્યાલ સમજાવો.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ઈજારાવાળા બજારનો ખ્યાલ સમજાવો.

.....

.....

.....
.....
.....
.....

4. પૂર્ણ હરીફાઈ અને ઈજારાવાળા બજારમાં શો તફાવત છે ?

.....
.....
.....
.....
.....

2. નીચે દર્શાવેલ બજારો પૂર્ણ હરીફાઈ કે અપૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારો છે તે દર્શાવો.

- (i) નાણાં બજાર (ii) શેર બજાર
(iii) શ્રમ બજાર (iv) જૂના પુસ્તકોનું બજાર
(v) સ્થાવર મિલકતનું બજાર

3. નીચે આપેલ જુદા જુદા વિકલ્પોમાંથી યોગ્ય વિકલ્પની પસંદગી કરો :

(i) બજાર એટલે -

- (a) નગર/શહેર (b) ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકોનું જૂથ
(c) વિશિષ્ટ વિસ્તાર (d) ભેગા થયેલા લોકોનું જૂથ

(ii) બજાર અંગેની સંપૂર્ણ માહિતી/જ્ઞાન નીચેનામાંથી કયા બજારનું લક્ષણ છે ?

- (a) ઈજારો (b) અલ્પહસ્તક ઈજારો
(c) ઈજારાયુક્ત અંકુશ ધરાવે છે. (d) પૂર્ણ હરીફાઈ

(iii) ઈજારાદાર અંકુશ ધરાવે છે.

- (a) સમગ્ર બજાર પર. (b) બજારના નાના ઘટક પર.
(c) બજારના નાના ઘટક પર. (d) એક પર પણ નહિ.

(iv) ઈજારાદાર હોય છે.

- (a) કિંમત સ્વીકારનાર (લેનાર)
(b) કિંમત નિર્ધારિત કરનાર
(c) બજારમાં પ્રવર્તમાન કિંમત પ્રત્યે બેદરકારી ધરાવનાર
(d) બજારમાં પ્રવર્તમાન કિંમત પ્રત્યે ખૂબ સભાનતા ધરાવનાર

(v) પૂર્ણ હરીફાઈ, ઈજારો અને અપૂર્ણ હરીફાઈનું વર્ગીકરણ કઈ કક્ષાના આધારે કરવામાં આવેલ છે ?

- (a) હરીફાઈની કક્ષા (b) વેચાણ જથ્થાની રીતે
(c) ભૌગોલિક વિસ્તાર (d) વેચાણ નીતિના આધારે

4. સત્રાંત પ્રશ્નો :

1. બજારનો અર્થ આપી, હરીફાઈના આધારે બજારનું વર્ગીકરણ સમજાવો.

2. પૂર્ણ હરીફનો અર્થ આપી, તેના લક્ષણો સમજાવો.
 3. ઈજારાનો અર્થ સમજાવી તેની લાક્ષણિકતાઓ સમજાવો.
 4. પૂર્ણ હરીફાઈ અને ઈજારા વચ્ચેનો મૂળભૂત તફાવત સમજાવો.
5. તમારી પ્રગતિ ચકાસોના જવાબો.

8.11.2 ના જવાબો.

પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારો : i અને ii

અપૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારો : iii, iv અને v

8.11.3 બહુવિકલ્પ પ્રકારના પ્રશ્નોના જવાબ : (i) b (ii) d (iii) c (iv) b (v) d

8.12 સંદર્ભો :

1. ત્રિવેદી એચ.કે (2000), અર્થશાસ્ત્રનાં સિદ્ધાંતો, યુનિવર્સિટી ગ્રંથ નિર્માણ બોર્ડ, ગુજરાત રાજ્ય, અમદાવાદ.
2. અમીન, આર.કે (2001) મુલ્યના સિદ્ધાંતો યુનિવર્સિટી ગ્રંથ નિર્માણ બોર્ડ, ગુજરાત રાજ્ય, અમદાવાદ.