



બજારના પ્રકારો અને કિંમત નિર્ધારણ-1 પૂર્ણ હરીફાઈ

રૂપરેખા

7.0 ઉદ્દેશો

7.1 પ્રસ્તાવના

7.2 સમતુલાનો ખ્યાલ અને બજાર માળખું.

7.2.1 : સમતુલાનો ખ્યાલ/અર્થ

7.2.2 : સમતુલાના પ્રકારો

7.2.3 : સમતુલાની પાયાની શરત

7.2.4 : બજારનો ખ્યાલ/અર્થ

7.2.5 : બજારનું માળખું/પ્રકારો

7.2.6 : જુદા જુદા બજારોમાં આવક રેખાઓ

7.3 પૂર્ણ હરીફાઈ

7.3.1 : પૂર્ણ હરીફાઈનો અર્થ અને લક્ષણો

7.3.2 : પૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢીની ટુંકાગાળાની સમતુલા

7.3.3 : પૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢીની લાંબાગાળાની સમતુલા

7.3.4 : ટુંકાગાળા અને લાંબાગાળાની સમતુલા વચ્ચેનો તફાવત

7.3.5 : પૂર્ણ હરીફાઈમાં ઉદ્યોગની ટુંકાગાળાની સમતુલા

7.3.6 : પૂર્ણ હરીફાઈમાં ઉદ્યોગની લાંબાગાળાની સમતુલા

7.4 સારાંશ

★ ચાવીરૂપ શબ્દો

★ તમારી પ્રગતિ ચકાસો

★ તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો (જવાબો)

★ સંદર્ભ

7.0 ઉદ્દેશો :

- બજાર માંગ અને બજાર પુરવઠા વચ્ચે સમતુલાનો ખ્યાલ મેળવવો.
- સમતુલાના પ્રકારો જાણવા.
- સમતુલાની પાયાની શરતો સમજવી.
- બજાર માળખાની વિશિષ્ટતાઓ જાણવી.

- બજાર માળખાનો ખ્યાલ સમજાવો.
- જુદા જુદા બજારોમાં સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવકના વલણો સમજાવો.
- પૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢીની ટુંકાગાળાની સમતુલા અને લાંબાગાળાની સમતુલા સમજાવો.
- ટુંકાગાળાની અને લાંબાગાળાની સમતુલા વચ્ચેનો તફાવત જાણવો.
- પૂર્ણ હરીફાઈમાં ઉદ્યોગની સમતુલા સમજાવો.

7.1 પ્રસ્તાવના :

અગાઉના પ્રકરણમાં ખર્ચના પ્રકારો અને ખર્ચ રેખાઓનો અભ્યાસ કર્યો. પેઢીના સંચાલકનું મહત્વનું કાર્ય વ્યાપારિક નિર્ણયો લેવાનું હોય છે. આ નિર્ણયો તેણે એવી રીતે લેવાના હોય છે કે પેઢીને મહત્તમ નફો પ્રાપ્ત થાય. જેના માટે ખર્ચ અને આવક બંને બાબતો પેઢી માટે મહત્વની છે. ઉત્પાદક તરીકે પેઢીનો ઉદ્દેશ ન્યુનતમ ખર્ચે ઉત્પાદન કરવાનો હોય છે પરંતુ પેઢીએ કેટલું ઉત્પાદન કરવું તેનો આધાર તેને ઉત્પાદન થતી વસ્તુના બજાર ઉપર તથા તેણે કરેલા ખર્ચના સંદર્ભમાં અપેક્ષીત વેચાણ આવક ઉપર રહેલો છે. સમતુલિત ઉત્પાદનનું પ્રમાણ એ છે કે પેઢીને મહત્તમ નફો મેળવી આપે. અર્થતંત્રમાં વિવિધ આર્થિક પરિબલો જેવા કે માંગ, પુરવઠો, લોકોની આવક, ખર્ચ, બચત વગેરે સમતુલિત ઉત્પાદનના પ્રમાણને અસર કરે છે.

અર્થતંત્રમાં સમતુલા (Equalibrium) નો ખ્યાલ ખૂબ જ મહત્વનો છે. પ્રસ્તુત પ્રકરણમાં સમતુલાનો ખ્યાલ અને તેના પ્રકારો સમજવાનો પ્રયત્ન કરીશું. સમતુલાની મહત્વની શરતો જાણીશું. ત્યારબાદ બજારનો અર્થ અને બજારના પ્રકારોને સમજવાની કોશિશ કરીશું. જુદા જુદા બજારોમાં આવકના વક્ર (રેખા) કેવા હોય છે. તેનો અભ્યાસ કરીશું. વર્તમાન જગતમાં મોટા ભાગનાં બજારો ઈજારાયુક્ત હરીફાઈવાળા અથવા તો અપૂર્ણ હરીફાઈવાળા જોવા મળે છે. આ એક વાસ્તવિક પરિસ્થિતિ છે. પૂર્ણ હરીફાઈ વાળા બજારના લક્ષણો અને તેમા પેઢીની સમતુલા અને ઉદ્યોગની સમતુલાને સમજાવું.

7.2 સમતુલાનો ખ્યાલ અને બજાર માળખું :

બજારના વિવિધ પરિબલો સમયાંતરે એકબીજા સાથે સમતોલ થવાનું વલણ ધરાવતા હોય છે. વિવિધ આર્થિક પરિબલો વચ્ચે સમતુલાના વલણનો અભ્યાસ સમયના સંદર્ભમાં કરવું હિતાવહ છે. જો બજારમાં વસ્તુના પુરવઠા કરતાં માંગ વધારે હોય ત્યારે વસ્તુની કિંમત વધશે તેથી ઉત્પાદકના નફામાં વધારો થશે તેથી વધુ ઉત્પાદન કરવા પ્રેરાશે પુરવઠો વધશે તેથી માંગ જેટલો થઈ જશે. તે જ રીતે વસ્તુના પુરવઠા કરતા વસ્તુની માંગ ઓછી હોય તો વસ્તુની કિંમતમાં ઘટાડો થશે. તેથી ઉત્પાદકના નફામાં ઘટાડો થશે. તેથી પુરવઠામાં ઘટાડો થશે તેથી માંગ અને પુરવઠો સરખા થઈ જશે. આર્થિક સમતુલા એટલે એવી સ્થિતિ કે જેમાં આર્થિક પરિબલો સંતુલિત હોય અને બાહ્ય પરિબલો મૂલ્યમાં કોઈ ફેરફાર ના કરે અર્થશાસ્ત્રમાં સમતુલાની કિંમત સમતુલા સમજવા માટે શ્રેષ્ઠ ઉદાહરણ છે. એકમલક્ષી અર્થશાસ્ત્રમાં કોઈપણ વસ્તુની કિંમત ત્યાં નક્કી થાય છે કે જ્યાં વસ્તુની માંગ અને વસ્તુનો પુરવઠો સરખા થાય. માંગનું પરિબલ અને પુરવઠાનું પરિબલ પરસ્પર જુદી દિશામાં વર્તે છે. પરંતુ અંતે કોઈ એક કિંમતે તે સરખા થાય છે. બજાર એ ગ્રાહકો (ખરીદનારા) અને ઉત્પાદકો (વેચનારા)નો સમૂહ છે. બજારો ભિન્ન ભિન્ન સ્વરૂપના હોય છે. દરેક બજારનું સ્વરૂપ અને તેના લક્ષણો જુદા જુદા હોય છે. બજાર માળખામાં બજારના વિવિધ સ્વરૂપોનો સમાવેશ થાય છે.

7.2.1 સમતુલાનો ખ્યાલ/અર્થ :

સમતુલા એટલે વિરામની પરિસ્થિતિ જે એવી અવસ્થા છે, કે જે દરમ્યાન પેઢી સાધનોના માલિકો, ઉદ્યોગ કે અર્થતંત્રનું કોઈ પણ એક આર્થિક એકમ સ્થિર પરિસ્થિતિ પ્રાપ્ત કરે છે. અર્થતંત્રમાં થતી દરેક આર્થિક પ્રવૃત્તિનો ઉદ્દેશ સમતુલાની પ્રાપ્તિ કરવાનો હોય છે. આધુનિક આર્થિક વિશ્લેષણમાં સમતુલાનું વિશ્લેષણ મહત્વનું છે. સમતુલાની અવસ્થા એ સ્થિર અવસ્થા છે. જેનો અર્થ એ થાય છે કે આ અવસ્થા દરમ્યાન એકબીજાથી વિરોધી એવા પરિબલો કે વલણો એકબીજાની અસરોનું એવી રીતે નિવારણ કરતા હોય છે કે જેથી જે ઉદ્દેશથી આ પરિબલો સમતુલા મૂકાયા હોય છે. તેને કોઈપણ પ્રકારની ખલેલ પહોંચતી નથી અને એ નોંધપાત્ર છે કે સમતુલાની અવસ્થા એ એક વિરામની અવસ્થા છે. જ્યારે કોઈ એક પેઢીનો માલિક તેના ચાલુ ઉત્પાદનના ધોરણમાં વધારો કે ઘટાડો કર્યા સિવાય ઉત્પાદનનું ચાલુ ધોરણ ટકાવી રાખવા માટે પૂરતો નફાનો દર મળી રહે ત્યારે તે પેઢીની સમતુલા છે. તેવી કહેવાય. એટલે કે ઉદ્યોગમાં નવી પેઢી પ્રવેશતી નથી અને ઉદ્યોગમાં રહેલી જૂની પેઢીઓ ઉદ્યોગ છોડીને જતી નથી ત્યારે ઉદ્યોગની સમતુલા કહેવાય છે. તેમજ જ્યારે બજારમાં પ્રવર્તમાન કિંમતે વેચવા માટે મૂકેલ વસ્તુના પુરવઠાનું પ્રમાણ તેમજ ગ્રાહકો તરફથી થતી વસ્તુની માંગનું પ્રમાણ બંને સરખા હોય ત્યારે બજાર સમતુલામાં છે તેમ કહેવાય. ગ્રાહકની દ્રષ્ટિએ સમતુલા એટલે પોતાના નાણાકીય સાધનોની (આવક) ફાળવણી જુદી જુદી વસ્તુઓ અને સેવાઓમાં એવી રીતે કરે છે જેથી તેને મહત્તમ સંતોષ પ્રાપ્ત થાય. આ સ્થિતિએ પહોંચ્યા પછી ગ્રાહક તેને સતત ટકાવી રાખવા પ્રયત્ન કરે છે. સાધનોના માલિકની દ્રષ્ટિએ સમતુલા એટલે તે વિવિધ સાધનોની ફાળવણી એવી રીતે કરશે કે જેથી તેને મહત્તમ આવક (કમાણી) પ્રાપ્ત થાય. સમતુલાનો ખ્યાલ સૈદ્ધાંતિક વિશ્લેષણની દ્રષ્ટિએ ખૂબ જ ઉપયોગી છે. સમતુલા એ જે તે ક્ષેત્રોની કાર્યક્ષમતાનું સૂચન કરે છે.

7.2.2 સમતુલાના પ્રકારો :

અર્થશાસ્ત્રના જુદા જુદા દ્રષ્ટિ બિંદુથી સમતુલાના જુદા જુદા પ્રકાર રજૂ કરાયા છે. સમતુલાના મુખ્ય પ્રકારો નીચે પ્રમાણે જોવા મળે છે.

(1) સ્થિર, અસ્થિર અને તટસ્થ સમતુલા :

સ્થિર, અસ્થિર અને તટસ્થ સમતુલાનો ખ્યાલ. પ્રો. પી. ગુએ રજૂ કર્યો છે. કોઈ પણ પદ્ધતિમાં જ્યારે અમુક પ્રકારના ફેરફારના થાય છે ત્યારે અમુક એવા પરિબલો અસ્તિત્વમાં આવે છે કે જે તે પદ્ધતિને મૂળ સ્થિતિમાં પુનઃ મૂકી દે છે. ત્યારે તેને સ્થિર સમતુલા કહેવાય છે. જ્યારે અમુક પદ્ધતિમાં આવા ફેરફારો થાય છે પરંતુ તે પદ્ધતિને તેની મૂળ કક્ષાએ પુનઃ સ્થાપનારા કોઈ પરિબલો અસ્તિત્વમાં આવે નહીં ત્યારે તેમજ તેમાં વધુ ખલેલ (ફેરફારો) થાય નહીં ત્યારે તેવી પદ્ધતિને તટસ્થ સમતુલા કહી શકાય છે. જ્યારે અમુક નાના પ્રકારની ખલેલો વધુને વધુ ખલેલો ઉભી કરે અને એ રીતે ખલેલો સતત આગળ વધતી રહે અને સમગ્ર પદ્ધતિને એવી રીતે વેરવિભોર કરી નાખે કે જેથી પહેલાની અવસ્થા ક્યારે પણ પ્રાપ્ત ન થાય ત્યારે તેને અસ્થિર સમતુલા કહેવામાં આવે છે. પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં માંગ અને પુરવઠાનાં પરિબલો દ્વારા સમતુલા સિદ્ધ થતી હોય છે જ્યાં સુધી માંગ અને પુરવઠાનાં પરિબલોમાં ફેરફાર થતો નથી ત્યાં સુધી સ્થિર સમતુલાની સ્થિતિ સ્થપાય છે. અહીં માંગ રેખા નકારાત્મક ઢાળવાળી અને પુરવઠા રેખા હકારાત્મક ઢાળવાળી હોય છે. પરંતુ જ્યારે પુરવઠા રેખા નકારાત્મક

ઢાળવાળી અને માંગ રેખા હકારાત્મક ઢાળવાળી બને છે. ત્યારે અસ્થિર સમતુલા સર્જાય છે. પરંતુ જ્યારે માંગ અને પુરવઠા રેખાઓનો ઢાળ એકસરખો હોય છે ત્યારે તટસ્થ સમતુલા સ્થાપિત થાય છે. પ્રો. વોલરાસે પોતાના વિચારો વ્યક્ત કર્યા છે. આ બન્ને પોતપોતાની રીતે સાચા છે. પ્રો. માર્શલનું વિશ્લેષણ કિંમતમાં થતા ફેરફારો પ્રમાણે ઉત્પાદનમાં ફેરફાર થાય છે. એવી માન્યતા પર આધારિત છે. જ્યારે વોલરાસ એમ માને છે કે ઉત્પાદનમાં થતાં ફેરફાર અનુસાર કિંમતમાં ફેરફાર થાય છે.

(2) ઢુંકાગાળાની સમતુલા અને લાંબાગાળાની સમતુલા :

પ્રો. માર્શલે ઢુંકાગાળા અને લાંબાગાળાની સમતુલા અંગે ચર્ચા કરી છે. ઢુંકાગાળાની સમતુલા અમુક ચોક્કસ સમયના સંદર્ભમાં જોવા મળે છે. ઢુંકાગાળાની સમતુલાનો અભ્યાસ બજારની કિંમત નિર્ધારણની પ્રક્રિયા સમજવા માટે ઘણો જ ઉપયોગી છે. લાંબાગાળાની સમતુલા પ્રમાણમાં ઘણાં મોટા અથવા વિશાળ સમયગાળાને આવરી લે છે. લાંબાગાળાની સમતુલાનો અભ્યાસ કિંમત-નિર્ધારણની સામાન્ય પ્રક્રિયાની સમજૂતી માટે અગત્યનો છે. સંપૂર્ણ હરીફાઈમાં ઢુંકાગાળા અને લાંબાગાળાની સમતુલાનો અભ્યાસ વિશ્લેષણ રીતે કરવામાં આવે છે.

(3) એકલક્ષી તથા બહુલક્ષી સમતુલા :

જ્યારે સમતુલાની અવસ્થા દરમિયાન માંગ તથા પુરવઠાની સમાનતાની શરત અમલમાં મૂકાતી હોય અને માત્ર એક જ ભાવ સપાટી પ્રવર્તતી હોય છે. ત્યારે તેને એકલક્ષી સમતુલાની અવસ્થા કહી શકાય પરંતુ જ્યારે માંગ અને પુરવઠાની સમતુલા ઉપરાંત એક કરતા વધારે ભાવો પ્રવર્તતો હોય છે, ત્યારે તેને બહુલક્ષી સમતુલાની અવસ્થા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. જ્યારે માંગનો વક્ર તેની લંબાઈના અમુક પ્રમાણે ખૂબ જ મૂલ્યસાપેક્ષ હોય અને ત્યારબાદ લગભગ મૂલ્યઅનપેક્ષ થઈ જતો હોય છે અને ફરી પાછો મૂલ્યસાપેક્ષ બની જાય છે. આ રીતે માંગ રેખાનો ઢાળ સતત બદલાય છે, ત્યારે બહુલક્ષી સમતુલા અસ્તિત્વમાં આવે છે. જ્યારે બજારમાં જુદા જુદા પ્રકારના અને ખાસ કરીને જુદા જુદા આર્થિક સ્તરના ગ્રાહકો હોય ત્યારે આ પ્રકારની સમતુલા અસ્તિત્વમાં આવે છે.

(4) સ્થિર અને ગતિશીલ સમતુલા :

જ્યારે સ્થિર અથવા અગતિશીલ પરિબલોને કારણે સમતુલા સ્થાપાય તેને સ્થિર સમતુલા કહેવામાં આવે છે. માંગ અને પુરવઠો સ્થિર હોય અને તેના દ્વારા જે સમતુલાની કિંમત નક્કી થાય તેને આપણે સ્થિર સમતુલા તરીકે ઓળખાવી શકીએ અહીં સમતુલાના સમય દરમિયાન આર્થિક પરિબલોમાં ફેરફાર થતો નથી. પરંતુ પરિવર્તનશીલ અથવા ગતિશીલ પરિબલોના કારણે જે સમતુલા સ્થાપાય અને સમતુલા દરમિયાન પણ તેને અસર કરતાં પરિબલોમાં ફેરફાર થતો હોય તો તેને ગતિશીલ સમતુલા કહેવામાં આવે છે. પ્રો. બોલ્ડિંગ આ ખ્યાલને સમજાવતાં લખે છે કે,

“જ્યારે કોઈપણ આર્થિક પદ્ધતિમાં ચીજવસ્તુઓ તથા પ્રજા સહિતનો કુલ જથ્થો સતત દરે પરિવર્તનશીલ રહેતો હોય અને જો આ જથ્થાની બધી જ વિગતોનું ઉત્પાદન તથા વપરાશ પણ એક સરખા દરે વધતા હોય તો એવી આર્થિક પદ્ધતિને ગતિશીલ સમતુલા કહી શકાય.”

(5) આંશિક અને સામાન્ય સમતુલા :

આંશિક અને સામાન્ય સમતુલાનો ખ્યાલ ફ્રેન્ચ અર્થશાસ્ત્રી કુનોર્ટ અને બ્રિટિશ અર્થશાસ્ત્રી માર્શલે આપ્યો છે. આર્થિક વિશ્લેષણમાં ખૂબ જ ઉપયોગી અને મહત્વના છે. આંશિક સમતુલા એટલે મર્યાદિત સમતુલા. તે કોઈ એક વ્યક્તિ અથવા પેઢી કે કોઈ એક ઉદ્યોગને સ્પર્શે છે. આંશિક સમતુલાનો અભ્યાસ કરીએ ત્યારે તે સિવાયની બાબતોમાં કોઈ ફેરફાર થતો નથી. તેવું ધારવામાં આવે છે. આ સમતુલામાં કેટલાક ચાવીરૂપ પરિબલો ભાગ ભજવે છે. આંશિક સમતુલાની સૌ પ્રથમ રજૂઆત એ કોર્નોટ અને વોન મેન્ગોલ્ટેટ કરી હતી. પરંતુ તેને વ્યવસ્થિત અને વૈજ્ઞાનિક સ્વરૂપે રજૂ કરવાનું કામ પ્રો. માર્શલે કર્યું હતું. અમુક ચોક્કસ આર્થિક એકમ, અમુક ચોક્કસ ક્ષેત્ર, અમુક ચોક્કસ ઉદ્યોગના અભ્યાસ કરવા માટે આ ખ્યાલ ઉપયોગી છે. આંશિક સમતુલાનો ખ્યાલ મર્યાદિત ઉપયોગિતા ધરાવતો હોવાથી સામાન્ય સમતુલાનો ખ્યાલ વિકાસ પામ્યો છે. આંશિક સમતુલામાં અન્યપરિબલો સ્થિર ધારવામાં આવે છે એટલે કે અવાસ્તવિક ધારણાઓ કરવામાં આવે છે.

સામાન્ય સમતુલાની સૌપ્રથમ રજૂઆત 1758માં કવેસ્ને(Quesnay) નામના વિદ્વાને કરી હતી. 1803માં સેના બજારના નિયમમાં પણ આ અંગેની છણાવટ થઈ હતી. 1870માં વોલરાસે “Elements of Pure Economics” માં એમ કહ્યું હતું કે આર્થિક ચીજવસ્તુઓ પરસ્પર નિર્ભરતા ધરાવે છે. વોલરાસે સામાન્ય સમતુલાની વૈજ્ઞાનિક, વ્યવસ્થિત અને ગણિતીક રજૂઆત કરી છે. જ્યારે દરેક વસ્તુઓનો પુરવઠો તેની માંગ જેટલો થઈ જાય ત્યારે અર્થતંત્રમાં સામાન્ય સમતુલા સ્થપાય છે. સામાન્ય સમતુલા અંગે વોલરાસે રજૂ કરેલ વિચારોને વોલરાસના નિયમ તરીકે લોકો ઓળખાવે છે. આ નિયમ પ્રમાણે કોઈ પણ વ્યક્તિ જ્યારે જ્યારે કોઈ એક વસ્તુની માંગ કરે છે ત્યારે તેના બદલામાં તે વસ્તુનું જેટલું મૂલ્ય હોય છે. તેટલા મૂલ્યની નાણાકીય રકમ દ્વારા પુરવઠાનો વિનિમય કરવા તૈયાર હોય છે. આ પ્રમાણે જ્યારે કોઈ વ્યક્તિ બજારની માંગ પ્રમાણે અમુક વસ્તુઓનો પુરવઠો પુરો પાડે છે ત્યારે તેના બદલામાં તેટલા જ મૂલ્યનાં નાણાંકે અન્ય વસ્તુઓ પ્રાપ્ત કરે છે. આમ વોલરાસનો નિયમ નાણાતંત્ર અને વસ્તુતંત્ર વચ્ચે એકસૂત્રતા સાધવાનું કામ કરે છે. અર્થતંત્રમાં વિવિધ વિભાગો એકબીજા સાથે સંકળાયેલા હોય છે અને તેમના પારસ્પરિક સંબંધો સમતુલા ઉપર અસર કરે છે. અર્થતંત્રમાં જટીલ પ્રશ્નો સમજવા માટે સમતુલાના જુદા જુદા સ્વરૂપોમાં આંશિક અને સામાન્ય સમતુલાનો ખ્યાલ મહત્વનો છે. સામાન્ય સમતુલામાં એક કરતા વધારે પરિબલોને અથવા સમગ્ર અર્થતંત્રને ધ્યાનમાં લેવામાં આવે છે તેમાં એવી ધારણા કરવામાં આવે છે કે વિવિધ પરિબલો અર્થતંત્રના વિવિધ ક્ષેત્રો પરિસ્પરાવલંબી છે. એટલે કે જો એક પરિબલ કે એક ક્ષેત્રમાં ફેરફાર થાય તો બીજા પરિબલો ઉપર કે ક્ષેત્રો ઉપર તેની અસર થાય છે. તેનો અર્થ એ થાય છે કે વસ્તુકે સેવાઓની કિંમતો એક સાથે બજારમાં નક્કી થાય છે અને પારસ્પરિક રીતે પણ નક્કી થાય છે. એટલે કે તમામ વસ્તુઓ, સેવાઓ અને ઉત્પાદનનાં સાધનોના બજારોમાં એક સાથે સમતુલા ઉભી થાય છે. એટલે કે સામાન્ય સમતુલામાં અસ્થિર ફેરફારથી પરિબલોને ધ્યાનમાં લેવામાં આવે છે એટલે કે માત્ર કિંમત જ નહિ કિંમત સિવાયના પરિબલો પણ માંગને અસર કરે છે.

7.2.3 સમતુલાની શરતો :

સામાન્ય શબ્દોમાં કહીએ તો સમતુલા એટલે ગ્રાહક અને વેપારી બંને પક્ષકારો દ્વારા થતા વર્તનનો અભ્યાસ. બજારમાં વસ્તુઓનું ખરીદ અને વેચાણ થતું હોય છે. સમતુલાના સંદર્ભમાં વસ્તુની માંગ અને વસ્તુના પુરવઠાનો અભ્યાસ મહત્વનો છે.

સમતુલા વિશે કહીએ તો પ્રવર્તમાન કિંમતે વેપારી (ઉત્પાદક) વસ્તુના કેટલા એકમો બજારમાં વેચવા માટે તૈયાર છે. અને પ્રવર્તમાન કિંમતે ગ્રાહકો કેટલા એકમો ખરીદવા તૈયાર છે. તે બિંદુએ બજારમાં સમતુલા સ્થાપિત થાય છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો ઉત્પાદનમાં વધઘટ કરવાની ફેરફારો કરવાની ઉત્પાદકોની ઈચ્છાનો અંત તેવી જ ખરીદીમાં વધ-ઘટ કે ફેરફારો કરવાની ગ્રાહકોની ઈચ્છાનો અંત આવે તે સમતુલાનું લક્ષણ ગણાય. એટલે કે માંગ અને પુરવઠાના વિસ્તરણ અને સંકોચનનો અભાવ સમતુલાનો નિર્દેશ કરે છે. જ્યારે કોઈ પણ ઉત્પાદક વધારાના એક એકમનું ઉત્પાદન કરવાનું વિચારે ત્યારે તે વસ્તુની કિંમત અને તેના સીમાંત ખર્ચની તુલના કરે છે. વધારાના એક એકમનું ઉત્પાદન કરવાથી કુલ ખર્ચમાં જે વધારો થાય છે તેને સીમાંત ખર્ચ કહે છે.

તે જ રીતે કોઈ ગ્રાહક વસ્તુના વધારાના એક એકમની ખરીદી કરે ત્યારે ગ્રાહકના કુલ તુષ્ટિગુણમાં જે વધારો થાય છે તેને સીમાંત તુષ્ટિગુણ કહે છે.

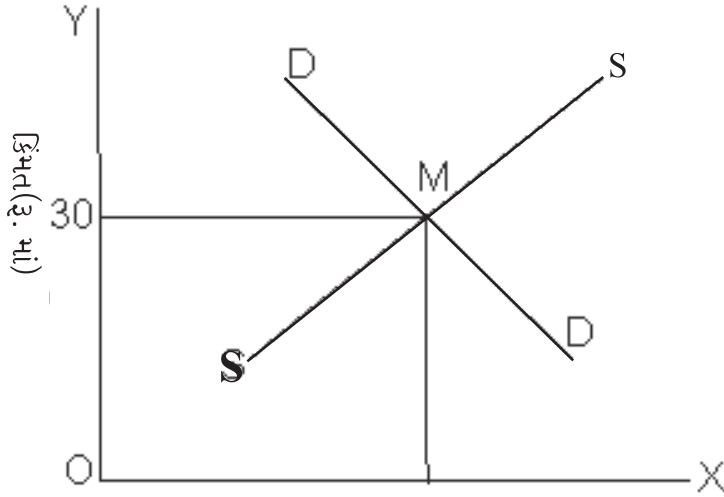
આમ, ઉત્પાદક પક્ષે વસ્તુની કિંમત અને સીમાંત ખર્ચ અને ગ્રાહકના પક્ષે વસ્તુની કિંમત અને સીમાંત તુષ્ટિગુણ સરખા થવા જોઈએ. જુદી જુદી કિંમતે ઉત્પાદકો જેટલું વેચાણ કરવાનું ઈચ્છે છે. તેને પુરવઠાની સૂચિ દ્વારા અને વસ્તુની જુદી જુદી કિંમતે ગ્રાહકો જેટલી વસ્તુ ખરીદવાની ઈચ્છા રજૂ કરે છે તેને માંગની સૂચિમાં રજૂ કરાય છે. માંગ અને પુરવઠાની સૂચિના આધારે માંગ વક્ર અને પુરવઠાની વક્ર દોરીને સમતુલાની કિંમત અથવા તો બજાર કિંમત નક્કી થાય છે. જે નીચે પ્રમાણે સમજાવી શકાય.

અનુસૂચિ-5.1

માંગ અને પુરવઠાની વિગતો

વસ્તુની કિંમત (રૂા. માં)	વસ્તુની માંગ (એકમોમાં)	વસ્તુનો પુરવઠો (એકમોમાં)
10	500	100
20	400	200
30	300	300
40	200	400
50	100	500

કોષ્ટક જોતા કહી શકાય કે વસ્તુની કિંમત જેમ વધે તેમ ગ્રાહકો વસ્તુની ખરીદી ઘટાડે છે જ્યારે ઉત્પાદક કિંમત વધે તેમ પુરવઠો વધારે છે. આ બંને પરિબલોમાં વધ-ઘટ થાય છે. જ્યારે બંને રૂા.30 કિંમતે બજારમાં સમતોલ બને છે. 300 એકમ માંગ અને 300 એકમનો પુરવઠો.



માંગ-પૂરવઠો (એકમમાં)

આકૃતિ જોતા જણાય છે કે M બિંદુએ પેઢી સમતુલા પ્રાપ્ત કરે છે જે દર્શાવે છે કે રૂ.30 સમતુલાની કિંમત છે. જ્યાં માંગ અને પુરવઠો 300 સરખા થાય છે.

7.2.4 બજારનો અર્થ/ખ્યાલ :

સામાન્ય વ્યવહારમાં બજાર એટલે અમુક સ્થળ કે જ્યાં અમુક વસ્તુનું વેચાણ થતું હોય તેવો અર્થ કરવામાં આવે છે. દા.ત. રતનપોળનું કાપડ બજાર, પરંતુ અર્થશાસ્ત્રમાં બજારને સ્થળ સાથે લેવા દેવા નથી. બજારના અસ્તિત્વ માટે ચોક્કસ સ્થળની કોઈ આવશ્યકતા નથી. અર્થશાસ્ત્રમાં વિનિમય અથવા ખરીદી કે વેચાણની પ્રક્રિયાને બજાર કહેવામાં આવે છે. આમ બજાર એ એક એવું માધ્યમ છે. જેના દ્વારા વસ્તુ ખરીદનારા ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકો એકબીજાના પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ સંપર્કમાં આવે છે. આમ ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકોના સમૂહને બજાર તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. ખરીદ વેચાણની પ્રક્રિયા અસ્તિત્વમાં આવવા માટે કોઈ ચોક્કસ ભૌગોલિક વિસ્તારની જરૂર નથી. ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકો સંદેશાવ્યવહારથી એકબીજાના સંપર્કમાં આવીને ખરીદ વેચાણ કરી શકે છે. ટૂંકમાં બજાર એક વ્યવસ્થા છે કે જે ગ્રાહકો (ખરીદનારા) અને વેપારીઓ (વેચનારા) ઓને એક બીજાના પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષસંપર્કમાં લાવે છે. દા.ત. હવાઈ જહાજમાં રાજકોટનો ઓઈલ મિલનો માલિક અને અમદાવાદનો કાળુપુરમાં દુકાન ધરાવતો વેપારી સંપર્કમાં આવે છે અને વિમાનમાં બેઠા બેઠા તેલના ડબ્બા અમદાવાદ મોકલવાનો સોદો કરે છે. આમ અવકાશમાં પણ બજારની પ્રક્રિયા થાય છે.

7.2.5 બજારના પ્રકારો/માળખું/સ્વરૂપ :

અગાઉના મુદ્દામાં આપણે બજારનો અર્થ જોયો. ખરીદનારા અને વેચનારાઓને પરસ્પર સંપર્કમાં રાખતી વ્યવસ્થા એટલે બજાર-બજારના વિવિધ સ્વરૂપોના સમૂહને બજાર માળખું કહેવાય છે. બજારના વિવિધ પ્રકારો અથવા સ્વરૂપને ભૌગોલિક અથવા વિસ્તારની દ્રષ્ટિએ, નિયંત્રણની કક્ષાને આધારે તેમજ હરિફાઈ કક્ષાને આધારે સમજાવી શકાય. બજારના પ્રકારો ભૌગોલિક રીતે જોઈએ તો સ્થાનિક/પ્રાદેશિક બજાર, રાષ્ટ્રીય બજાર અને આંતર રાષ્ટ્રીય બજાર, વસ્તુના સ્વરૂપની દ્રષ્ટિએ જોઈએ તો વપરાશી વસ્તુઓનું બજાર, મૂડીમાલની વસ્તુઓનું બજાર, નાણા બજાર વગેરે વસ્તુના વેચાણના આધારે છુટક બજાર અને જથ્થાબંધ બજાર નિયંત્રણની દ્રષ્ટિએ મુક્તબજાર

અને નિયંત્રીત બજાર હરિફાઈની કક્ષાની દ્રષ્ટિએ પૂર્ણહરીફાઈવાળુ બજાર, ઈજારાવાળુ બજાર, ઈજારાયુક્ત હરીફાઈવાળુ બજાર અને અલ્પહસ્તક ઈજારાવાળુ બજાર. આમ, બજારના વિવિધ સ્વરૂપો અર્થતંત્રમાં જોવા મળે છે. અહીં આગળ આપણે હરીફાઈની કક્ષાના આધારે જોવા મળતા બજારો પૂર્ણહરીફાઈવાળુ બજાર, ઈજારો, ઈજારાયુક્ત હરીફાઈવાળુ બજાર તેમજ અલ્પહસ્તક ઈજારાવાળા બજારનો અભ્યાસ કરવાનો છે. અગાઉના પ્રકરણમાં આપણે વિવિધ ખર્ચ વિશેની જાણકારી પ્રાપ્ત કરી. વિવિધ ખર્ચ રેખાઓનો અભ્યાસ કર્યો. બજારમાં ખર્ચ અને આવક બંને મહત્વના આર્થિક પરિબલો છે વિવિધ બજારોની સમતુલા સમજતા આપણે પેઢી કે એકમની આવકોના પ્રકારો અથવા આવક રેખા (Revenue Curves) નો ખ્યાલ સમજીશું.

7.2.6 જુદા જુદા બજારોમાં આવક રેખા/વિધેય :

અગાઉના પ્રકરણમાં વિવિધ ખર્ચ રેખાઓનો ખ્યાલ મેળવ્યો. પેઢી, ઉત્પાદક અથવા વેપારી કોઈપણ હોય તેનો ઉદ્દેશ ન્યુનતમ ખર્ચે ઉત્પાદન કરવાનો હોય છે. તેઓ કેટલું ઉત્પાદન કરશે તેનો આધાર તેણે જે ખર્ચ કર્યો હોય તેના સંદર્ભમાં અપેક્ષીત વેચાણ આવક ઉપર રહેલો છે. સમતુલિત ઉત્પાદનનું પ્રમાણ એ છે કે કોઈ પણ પેઢી ઉત્પાદક અથવા વિકેતાને મહત્તમ નફો મળે. પેઢી અથવા એકમ તેની વસ્તુઓના વેચાણ માંથી જે કમાણી પ્રાપ્ત કરે છે તેને આવક તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. આવકના મુખ્ય ત્રણ ખ્યાલો પહેલા સમજીશું. જેમાં કુલ આવક, સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક.

(અ) કુલ આવક (Total Revenue) :

પેઢી તેના કુલ ઉત્પાદનના વેચાણમાંથી જે નાણાં મેળવે છે તેને કુલ આવક કહેવાય છે. આવક અને નફો બન્ને ભિન્ન ખ્યાલો છે. કુલ આવકનો આધાર બે બાબતો પર રહેલો છે. વસ્તુનું કુલ ઉત્પાદન અને વસ્તુની કિંમત. જો વસ્તુઓનું ઉત્પાદન વધુ હોય તો કુલ આવક વધુ થાય છે. અથવા તો વસ્તુઓની કિંમત વધુ હોય તો કુલ આવક વધુ થાય છે. પેઢીનો ઉદ્દેશ વધુમાં વધુ આવક મેળવવાનો હોતો નથી. પરંતુ કુલ આવક અને કુલ ખર્ચ વચ્ચેનો વધારેમાં વધારે તફાવત જાળવવાનો હોય છે. જેથી વધુમાં વધુ નફો મેળવી શકાય. કુલ આવક વસ્તુના એકમ દીઠ કિંમતને કુલ એકમોના વેચાણના ગુણાકારથી જાણી શકાય છે. એટલે કે કુલ આવક = એકમદીઠ કિંમત X કુલ વેચાણ
 $TR = P \times Q$ જ્યાં P = કિંમત અને Q = વેચાણનું પ્રમાણ દા.ત. વસ્તુની એકમ દીઠ કિંમત રૂ.૫ હોય, અને પેઢી કુલ 100 એકમોનું વેચાણ કરે તો કુલ આવક નીચે પ્રમાણે થશે. કુલ આવક = રૂ.5 X 100 = 500

(બ) સરેરાશ આવક (Average Revenue) :

પેઢીની કુલ આવકને કુલ ઉત્પાદનથી ભાગતા જે ભાગાકાર આવે તે સરેરાશ આવક દર્શાવે છે. સરેરાશ આવક એકમ દીઠ આવક છે. અને તેથી કિંમત અને સરેરાશ આવક વચ્ચે કોઈ તફાવત હોતો નથી. એનો અર્થ એ થાય છે કે કિંમત જ સરેરાશ આવકને વ્યક્ત કરે છે.

આમ,

$$\text{સરેરાશ આવક} = (\text{કુલ આવક}) / (\text{કુલ એકમોનું વેચાણ})$$

ઉ.દા. તરીકે પેઢીની કુલ આવક રૂ.100 હોય અને તેણે કુલ 10 એકમોનું

વેચાણ કર્યું હોય તો.

$$\text{સરેરાશ આવક} = \frac{100}{10} = 10$$

અહીં એ બાબત ધ્યાનમાં રાખવી જોઈએ કે ઉત્પાદિત વસ્તુઓના વિવિધ એકમોનું એક સરખી કિંમતોએ વેચાણ થતું હોવાથી સરેરાશ આવક અને કિંમત સરખા હોય છે. આમ, સરેરાશ આવકને કિંમત પણ કહી શકાય. બીજુએ છે કે ગ્રાહકની માંગની રેખા એ વસ્તુની કિંમત અને વસ્તુની માંગ વચ્ચેનો સંબંધ દર્શાવતી હોવાથી તે સરેરાશ આવક અથવા વસ્તુની કિંમતનો નિર્દેશ કરે છે. આનું કારણ એ છે કે ગ્રાહક દ્વારા ચૂકવાયેલ કિંમત એ પેઢીની આવક બને છે. આથી પેઢીની સરેરાશ આવક રેખા એ ગ્રાહકની માંગ રેખા જ છે.

(ક) સીમાંત આવક (Marginal Revenue) :

કુલ ઉત્પાદન અથવા કુલ વેચાણમાં એક એકમનો વધારો થવાથી કુલ આવકમાં જે વધારો છે તેને સીમાંત આવક કહેવાય છે. દા.ત. 10 એકમોના ઉત્પાદનના વેચાણથી કુલ આવક રૂ.50 થાય છે. હવે વધારાના એકમ એકમ એટલે કે 11માં એકમનું વેચાણ કરવાથી કુલ આવક રૂ.55 થાય છે. તો સીમાંત આવક રૂ.5 થશે. સીમાંત આવકના વલણનો આધાર વસ્તુઓની કિંમત ઉપર રહેલો છે.

★ પૂર્ણ હરીફાઈમાં સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવકની રેખાઓ :

પૂર્ણ હરીફાઈમાં અસંખ્ય ઉત્પાદકો (પેઢીઓ) હોય છે. તેથી કોઈ ઉત્પાદક કે પેઢી વસ્તુઓની કિંમતને અસર કરી શકતા નથી. એટલે કે પ્રવર્તમાન બજાર કિંમતે પેઢી ગમે તેટલા એકમોનું વેચાણ કરી શકે છે. એટલે કે વેચાણ વધારવા માટે કિંમત ઘટાડો કરવાની જરૂર રહેતી નથી. પૂર્ણ હરીફાઈમાં કોઈ એક પેઢીનું ઉત્પાદન કુલ ઉત્પાદનનો ખૂબ નાનો ભાગ હોય છે. પેઢી તેના ઉત્પાદનમાં વધારો કરે કે ઘટાડો કરે તેમ છતાં વસ્તુની કિંમત ઉપર તેની કોઈ અસર થતી નથી. પૂર્ણ હરીફાઈમાં કોઈપણ એક પેઢીની વસ્તુઓની માંગ સંપૂર્ણ મૂલ્યસાપેક્ષ હોય છે. એટલે કે બજારમાં કિંમત નક્કી અને સ્થિર હોય છે. તેથી પૂર્ણ હરીફાઈમાં સરેરાશ આવક સ્થિર છે. અને સીમાંત આવક પણ સ્થિર છે. તથા સરેરાશ આવકની બરાબર હોય છે. જે નીચેના કોષ્ટક (અનુસૂચિ) માં દર્શાવવામાં આવી છે.

ઉત્પાદન (એકમમાં)	કિંમત (રૂ. માં)	કુલ આવક (રૂ. માં)	સરેરાશ આવક (રૂ. માં)	સીમાંત આવક (રૂ. માં)
1	5	5	5	5
2	5	10	5	5
3	5	15	5	5
4	5	20	5	5
5	5	25	5	5
6	5	30	5	5

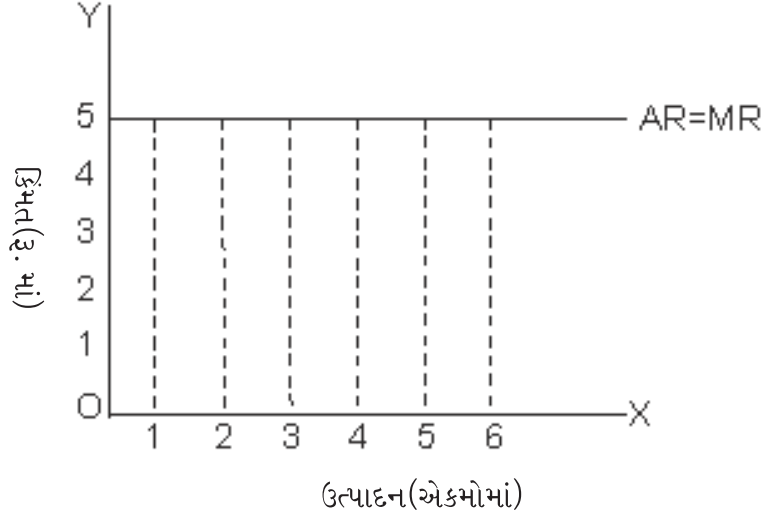
ઉપરના ઉદાહરણ મુજબ સરેરાશ આવક સ્થિર છે. તેથી સરેરાશ આવક જેટલી છે. આ ઉપરથી એ બાબત તારવી શકાય છે કે જ્યારે વસ્તુની કિંમત (સરેરાશ આવક) સ્થિર હોય ત્યારે સીમાંત આવક પણ સ્થિર હોય છે. તેમજ તે સરેરાશ આવકની જેટલી

હોય છે. આમ,

$$\text{કિંમત} = \text{સરેરાશ આવક} = \text{સીમાંત આવક}$$

$$P = AR = MR$$

જેને આકૃતિમાં નીચે પ્રમાણે રજૂ કરી શકાય.



પૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢીની સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક સરખી હોવાથી એકજ રેખા દ્વારા વ્યક્ત થાય છે. જે ઉપરથી આકૃતિમાં જોઈ શકાય છે. તેમજ સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક સ્થિર રહેવાને કારણે સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક દર્શાવી રેખા આડી ધરીને ક્ષિતિજને સમાંતર જોવા મળે છે.

★ ઈજારો અને ઈજારાયુક્ત હરીફાઈ વાળા બજારમાં આવકની રેખાઓ :

ઈજારો અને ઈજારાયુક્ત હરીફાઈની પરિસ્થિતિમાં સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક રેખાઓના આકાર જુદા હોય છે. ઈજારામાં વસ્તુનો પુરવઠો કે ઉત્પાદન ઈજારાદાર પેઢી દ્વારા વધારવામાં આવે છે ત્યારે કિંમત ઘટે છે. એટલે કે જેમ વસ્તુનો પુરવઠો વધુ તેમ વસ્તુની કિંમત ઓછી હોય છે. બીજી રીતે કહીએ તો એક સરખી કિંમતે ઈજારાદાર વસ્તુનું ગમે તેટલું વેચાણ કરી શકતો નથી. ઈજારામાં પેઢીની માંગ સંપૂર્ણ કરતા ઓછી મૂલ્યસાપેક્ષ હોય છે. ઈજારામાં કિંમત અને સરેરાશ આવક બન્ને સરખા હોવાથી ઈજારામાં ઉત્પાદન વધવા સાથે સરેરાશ આવક ઘટે છે. અને સરેરાશ આવક ઘટે છે ત્યારે સીમાંત આવક પણ ઝડપથી ઘટે છે. તેથી સરેરાશ આવક કરતા સીમાંત આવક ઓછી હોય છે. ઈજારામાં સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક જે નીચીના કોષ્ટક (અનુસૂચિ) માં દર્શાવવામાં આવી છે.

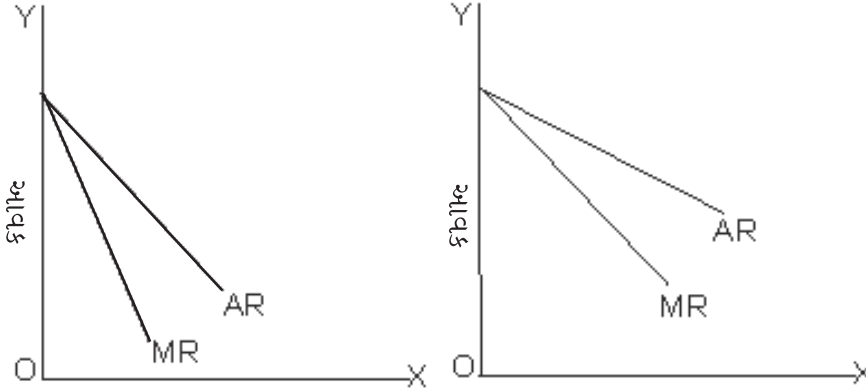
ઉત્પાદન	કિંમત	કુલ આવક	સરેરાશ આવક	સીમાંત આવક
1	10	10	10	10
2	9	18	9	8
3	8	24	8	6
4	7	28	7	4
5	6	30	6	2
6	5	30	5	0
7	4	28	4	-2
8	3	24	3	-4

ઉપરના કોષ્ટકમાં સ્પષ્ટ થાય છે કે ઉત્પાદન (વેચાણના) વધવા સાથે સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક બન્ને ઘટે છે. પરંતુ સરેરાશ આવકના ઘટાડા કરતા સીમાંત આવકમાં ઝડપથી ઘટાડો થાય છે. ઈજારાવાળા બજારમાં પેઢીએ વેચાણ વધારવા માટે કિંમત ઘટાડવી અનિવાર્ય હોય છે. તેથી પેઢીની સરેરાશ આવકની રેખા ઋણ ઢાળ વાળી પરંતુ મૂલ્યઅનપેક્ષ જોવા મળે છે. એટલે કે સરેરાશ આવક રેખા (AR)નો ઢાળ વધારે જોવા મળે છે.

જ્યારે ઈજારાયુક્ત હરીફાઈવાળા બજારમાં સરેરાશ આવક રેખા ઋણ ઢાળ વાળી પરંતુ મૂલ્યસાપેક્ષ જોવા મળે છે એટલે કે સરેરાશ આવક રેખા (AR)નો ઢોળાવ ઓછો હોય છે. ઈજારો અને ઈજારાયુક્ત હરીફાઈવાળા બજારમાં સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવકની રેખાઓ નીચેની આકૃતિમાં દર્શાવ્યા મુજબની જોવા મળે છે.

ઈજારાવાળું બજાર

ઈજારાયુક્ત હરીફાઈવાળું બજાર



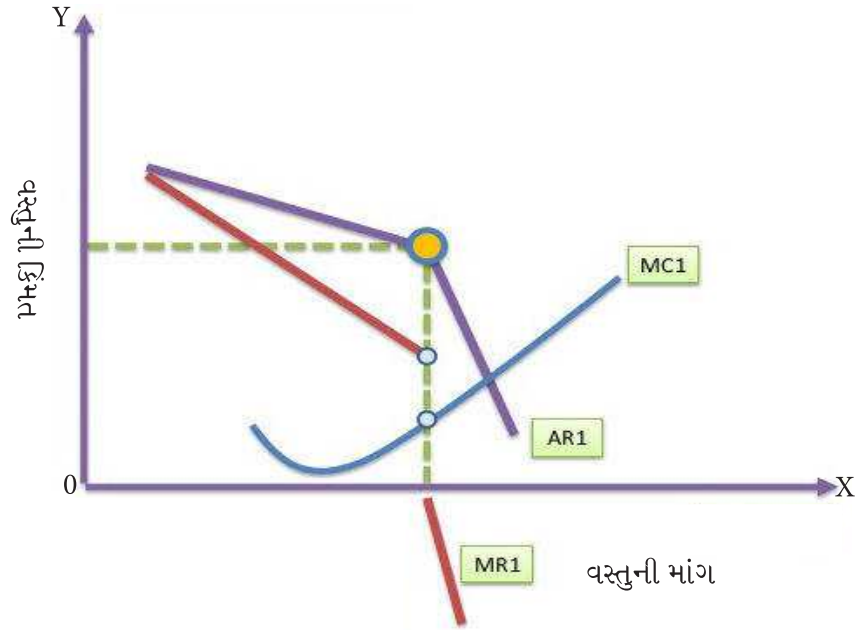
ઉત્પાદન

ઉત્પાદન

ઉપરની આકૃતિ પરથી સ્પષ્ટ જોઈ શકાય છે કે ઈજારામાં સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક રેખાઓ વધુ પડતી ઢળતી રેખાઓ છે. આમ ઈજારાયુક્ત હરીફાઈ અને ઈજારા બન્નેમાં AR અને MR રેખાઓ ઋણ ઢાળની છે. ઈજારાયુક્ત હરીફાઈમાં સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવકની રેખાઓ ઋણ ઢાળની છે. પણ રેખાઓનો ઢાળ ઈજારા કરતા ઓછો જોવા મળે છે. કારણ કે આ બજારોમાં પેઢીની માંગ મૂલ્ય સાપેક્ષ જોવા મળે છે. અને ઈજારામાં મૂલ્યઅનપેક્ષ (સંપૂર્ણ કરતા ઓછી મૂલ્યસાપેક્ષ) જોવા મળે છે.

★ અસ્પષ્ટકઈજારામાં આવક રેખાઓ :

અસ્પષ્ટકઈજારામાં જો હરીફ પેઢી ભાવ ઘટાડાનું અનુકરણ કરતી હોય પરંતુ ભાવ વધારાનું અનુકરણ કરવા તૈયાર ના હોય ત્યારે પેઢીની માંગ રેખા ખાંચાવાળી બને છે. આ સંજોગોમાં પેઢીઓ સીમાંત આવક અને સીમાંત નફા સહિતનો કુલ સરેરાશ ખર્ચ નીકળી રહે તેવી કિંમત નક્કી કરી, આ ભાવને વળગી રહેવાનું વલણ ધરાવતી હોય છે. પેઢી વસ્તુની માંગમાં વધઘટ થવા છતાં ભાવ સ્થિરતા જાળવી રાખવાનું વલણ ધરાવે ત્યારે માંગ રેખાનો કોઈ એક બિંદુએ ખાંચ ઉદભવે છે. પેઢીએ જે બજાર કિંમત સ્વીકારી હોય ત્યાં માંગ રેખા ઉપર ખાંચ ઉદભવે છે. આવી માંગ રેખાને Kinked Demand Curve કહે છે. જે નીચેની આકૃતિમાં દર્શાવેલ છે.



આકૃતિમાં દર્શાવ્યા પ્રમાણે OX આડી ધરી ઉપર વસ્તુની માંગ અને OY ઉભી ધરી ઉપર વસ્તુની કિંમત દર્શાવી છે. DPS પેઢીની માંગ રેખા છે. આ માંગ રેખાના P બિંદુએ ખાંચ છે. એટલે કે PM બજાર કિંમત અનુભવના આધારે સ્વીકારવા તૈયાર છે. પેઢી માટે P ખાંચ એ સહિ સલામત ખૂણો છે. DPS માંગ રેખામાં DP ભાગ મૂલ્યસાપેક્ષ છે. જે દર્શાવે છે કે પેઢી જો કિંમત વધારે તો અન્ય હરીફ પેઢીઓ તેમની કિંમત વધારવાને બદલે સ્થિર રાખશે. પરિણામે આ પેઢીની સરખામણીમાં હરીફ પેઢીની વસ્તુ સસ્તી બનતાં, આ પેઢીની વસ્તુની માંગ વધુ પ્રમાણમાં ઘટી જશે. આકૃતિ મુજબ વસ્તુની કિંમત PM થી વધારી QS કરવામાં આવતાં તેની માંગ OM થી ઘટી OS થઈ જશે.

આથી વિરુદ્ધ DPS માંગ રેખાનો P ખાંચથી નીચેનો PC ભાગ મૂલ્ય અનપેક્ષ દર્શાવે છે. તે ભાગ ઉભી ધરીને વધુ સમાંતર છે. આમ બનાવાનું મૂલ્ય કારણ એ છે કે વસ્તુની કિંમત PM થી ઘટાડી RN કરવા જતાં, રાજ્ય હરીફ પેઢીઓ પણ પોતાની વસ્તુમાં તેટલા કે વત્તા-ઓછા પ્રમાણમાં ઘટાડો કરશે. આથી આ પેઢીની માંગમાં MN જેટલો નજીવો જ વધારો થઈ શકશે. આ સંજોગોમાં પેઢી PM કિંમતે ચુસ્તતા જાળવવા પ્રયત્ન કરશે.

આમ DPS પેઢીની સરેરાશ આવક અથવા માંગ રેખા છે. આ માંગ રેખા ઉપરના P બિંદુએ ખાંચ છે એટલે કે આ સમયે પ્રવર્તમાન PM કિંમતે પેઢી ભાવ સ્થિરતા જાળવવાનું વલણ ધરાવે છે. આ રેખાનો DP ભાગ મૂલ્ય સાપેક્ષ અને PS ભાગ મૂલ્યઅનપેક્ષ છે. અલ્પહસ્તક ઈજારામાં પેઢીની સરેરાશ આવકની રેખા ઋણ ઢાળવાળી હોવાથી સીમાંત આવકની રેખા પણ તેની જેમ ઋણ ઢાળવાળી છે. DCN પેઢીની સીમાંત આવક (MR) ની રેખા છે.

7.3 પૂર્ણ હરીફાઈ :

આગળનાં પ્રકરણોમાં આપણે ખર્ચ અને આવક રેખાઓના વિશ્લેષણનો અભ્યાસ કર્યો. હવે પછીનાં પ્રકરણોમાં આપણે હરીફાઈની દ્રષ્ટિએ જુદી બજાર – વ્યવસ્થામાં પેઢી કિંમત અને ઉત્પાદન અંગે કઈ રીતે નિર્ણય લે છે. તેનો અભ્યાસ કરીશું. અત્રે એ

યાદ રાખવું જોઈએ કે, પેઢીના સંચાલકે ધંધાકીય નિર્ણયો લેતી વખતે પોતાના ઉદ્યોગમાં પ્રવર્તમાન હરીફાઈનું માળખું લક્ષમાં લેવું પડે છે. બજાર — હરીફાઈની કેવી સ્થિતિ છે તેના સંદર્ભમાં પોતાના નિર્ણયોમાં સંભવિત પરિણામોનો સંચાલકે વિચાર કરવો પડે છે. બજારના સ્વરૂપને ઓળખીને તેમજ સતત સંપર્કમાં રહીને તેણે પોતાનો વ્યૂહ ગોઠવવો પડે છે. આથી સામાન્ય રીતે બજારમાં પ્રવર્તતી જુદા જુદા પ્રકારની હરીફાઈ અંગેનું આર્થિક વિશ્લેષણ જુદા જુદા સમયમાં પેઢીઓના વર્તન અંગેની દ્રષ્ટિ કેળવવામાં તથા કિંમત અને ઉત્પાદન અંગેના નિર્ણયો લેવામાં સંચાલકને ઘણું ઉપયોગી થઈ પડે છે.

વસ્તુઓનાં બજારોમાં હરીફાઈની કક્ષા કે હરીફાઈનું સ્વરૂપ એકસરખું જોવા મળતું નથી. હરીફાઈના સ્વરૂપ મુજબ બજારોને ત્રણ મુખ્ય વિભાગમાં વહેંચવામાં આવે છે. જેમ કે (1) સંપૂર્ણ હરીફાઈનું બજાર (2) ઈજારાનું બજાર (3) ઈજારા યુક્ત હરીફાઈનું બજાર, બજારમાં પ્રવર્તતી હરીફાઈની કક્ષા બજારમાં પ્રવર્તતી કિંમતને અસર કરે છે. હરીફાઈની જુદી જુદી કક્ષા ધરાવતાં બજારોમાં કિંમત કેવી રીતે નક્કી થાય છે, પેઢી કેવી રીતે સમતુલા પ્રાપ્ત કરે છે. તેનો અલગ અલગ અભ્યાસ કરવામાં આવે છે. આપણે આ પ્રકરણમાં સંપૂર્ણ હરીફાઈ ધરાવતા બજારમાં પેઢી કેવી રીતે સમતુલા પ્રાપ્ત કરે છે. તથા પેઢીનું ઉત્પાદન અને કિંમત કેવી રીતે નક્કી થાય છે. તેનો વિચાર કરીશું.

7.3.1 પૂર્ણ હરીફાઈનો અર્થ/ખ્યાલ :

જ્યારે એક સરખી વસ્તુઓના ભાવ હેરફેર ખર્ચ બાદ કર્યા પછી બજારમાં એક સરખા પ્રવર્તે છે ત્યારે પૂર્ણ હરીફાઈ વાળું બજાર કહેવાય. આ એવું બજાર છે જેમાં ખરીદનાર અને વેચનાર એકસરખી વસ્તુઓનું ખરીદ-વેચાણ કરે છે. તેમજ બન્ને બજાર વિશે માહિતગાર હોય છે.

★ પૂર્ણ હરીફાઈના લક્ષણો :

(1) અનેક ખરીદનાર અને અનેક વેચનારા :

પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં વસ્તુ ખરીદનારા અને વસ્તુ વેચનારા ખૂબ જ મોટી સંખ્યામાં હોય છે. તેથી કોઈ એક ગ્રાહક (ખરીદનાર) અથવા કોઈ એક કુટુંબ તેમજ કોઈ એક વેચનાર કે કોઈ એક પેઢી પોતાની માંગ કે પુરવઠામાં ફેરફાર કરીને બજાર ઉપર કોઈ પ્રભાવ પાડી શકતા નથી. એટલે કે વસ્તુઓની કિંમત ઉપર કોઈ અસર પડતી નથી. કોઈ પણ પેઢી બજારમાં પ્રવર્તતી કિંમતને અસર પહોંચાડી શકતી નથી. પૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢી કિંમત નિર્ધારણ કરતી નથી. પણ કિંમતનો સ્વીકાર કરે છે. કોઈ પણ પેઢીએ વેચાણ વધારવા માટે કિંમતમાં ઘટાડો કરવાની જરૂર પડતી નથી. તેવી પૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢીની માંગ રેખા સંપૂર્ણ મૂલ્યસાપેક્ષ હોય છે.

(2) વસ્તુના એકમો સમાનગુણી :

પૂર્ણ હરીફાઈમાં દરેક પેઢીઓ જે વસ્તુ બનાવે છે. તેના એકમો એક સરખા સમાનગુણી હોય છે. એટલે કે વસ્તુઓ રંગ, કદ, આકાર, પેકિંગ, ગુણવત્તા વગેરેની દ્રષ્ટિએ એક સરખી હોય છે. એટલે કે વસ્તુના એકમો એક બીજાની સંપૂર્ણ એવેજી તરીકે વાપરી શકાય છે. આ બજારમાં પૂર્ણ હરીફાઈની મહત્વની શરત એ જણાય છે કે કોઈ પણ વિકેતા, વેપારી પોતાના હરીફો કરતાં વધુ કિંમત લઈ શકતા નથી અને જો પ્રયત્ન કરે તો ગ્રાહકો તેની પાસેથી ખરીદી બંધ કરી દે છે.

(3) મુક્ત અવર જવર :

આ બજારમાં ઉદ્યોગમાં રહેલી પેઢીઓ ગમે ત્યારે ઉદ્યોગ છોડીને જઈ શકે છે તે જ રીતે નવી પેઢીઓ કોઈપણ પ્રકારના બંધનો કે અંતરાયો વિના ઉદ્યોગમાં નફાની અપેક્ષાએ મુક્ત રીતે પ્રવેશી શકે છે. મુક્ત પ્રવેશ એ પૂર્ણ હરીફાઈની મહત્વની શરત છે.

(4) સંપૂર્ણ માહિતી :

આ બાબત એ સૂચવે છે કે ગ્રાહકો તેમજ ઉત્પાદકો અને વેચનારાઓ બજારમાં પ્રવર્તતી કિંમત, માંગ અને પુરવઠા થી સંપૂર્ણ માહિતગાર (વાકેફ) હોય છે. દરેક ઉત્પાદક કે વેપારીને ખબર હોય છે કે અન્ય ઉત્પાદક કે વેપારી વસ્તુઓની કેટલી કિંમત લે છે. માટે તે વધુ કિંમત લઈ શકતો નથી. તે જ રીતે ગ્રાહકો પણ બજારની પ્રવર્તમાન કિંમતથી માહિતગાર હોય છે. તેથી વસ્તુઓની તેનાથી વધુ કિંમત આપવા તૈયાર થતા નથી. સંપૂર્ણ માહિતીને કારણે બજારમાં વસ્તુઓની કિંમત એક સરખી જોવા મળે છે.

(5) ઉત્પાદનના સાધનો સંપૂર્ણ ગતિશીલ :

પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં જમીન, શ્રમ, મૂડી, નિયોજન શક્તિ વગેરે એક પેઢીમાંથી બીજી પેઢીમાં અથવા એક ઉદ્યોગમાંથી બીજા ઉદ્યોગમાં સંપૂર્ણ ગતિશીલ છે. એટલે કે તેમની હેરફેર મુક્ત છે. જેના પરિણામે દરેક સાધનને તેની નિશ્ચિત કિંમત મળી રહે છે. તેમજ દરેક પેઢીને પણ શક્ય તેટલો ખર્ચ નીચો લાવવા માટેનો અવકાશ મળી શકે છે. પેઢીનું ઈષ્ટ કદ પ્રાપ્ત કરવા માટે શરત મદદરૂપ બને છે.

(6) વાહનવ્યવહાર ખર્ચનો અભાવ :

પૂર્ણ હરીફાઈવાળા ઉદ્યોગમાં વાહન વ્યવહારના ખર્ચનો અભાવ પ્રવર્તે છે. જો શરત કે લક્ષણ ન હોય તો એક જ વસ્તુ માટે જુદા જુદા સ્થળે જુદા જુદા ભાવ પ્રવર્તે. ગ્રાહકોની વધુ નજીક રહેતા ઉત્પાદક જાણે છે કે દૂરના ઉત્પાદકો પાસેથી વસ્તુ મેળવવા જતા ગ્રાહકોને વાહન વ્યવહારનો ખર્ચભોગવવો પડશે માટે તે દૂરના ઉત્પાદક કરતા ઊંચી કિંમતો લઈ શકે છે. આમ, વસ્તુઓની એક જ કિંમત પ્રવર્તમાન રહે તે માટે વાહન વ્યવહાર ખર્ચને દૂર કરવો જરૂરી છે.

પૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢી અને ઉદ્યોગના ટૂંકાગાળાની અને લાંબાગાળાની સમતુલા પહેલા પેઢી, ઉદ્યોગ, ટૂંકાગાળો, લાંબાગાળો વગેરે પરિભાષિક શબ્દો સમજી લઈએ.

★ પેઢીનો અર્થ :

પ્રો. બેન્ડામ પેઢીની વ્યાખ્યા આપતા જણાવે છે. કે નિયોજકના અંકુશમાં છે તેવા સાધનો જેવા કે જમીન, મકાન, કામદારો, કાચો માલ, યંત્રો વગેરેનું સંયોજન કરે તેને પેઢી કહેવાય છે.

કેઈર્ન કોસના શબ્દોમાં કહીએ તો અર્થશાસ્ત્રમાં પેઢી એ અંકુશનો એકમ (Unit of Control) છે. જેમાં કઈ વસ્તુનું કઈ રીતે ઉત્પાદન કરવું તે વિશેના નિર્ણયો લેવામાં આવે છે. પેઢી ઉત્પાદનના સાધનોને ભેગા કરીને ઉત્પાદનની પ્રક્રિયાની વ્યવસ્થા કરે છે. અને તૈયાર કરેલ વસ્તુઓનું વેચાણ કરે છે.

★ ઉદ્યોગનો અર્થ :

કેઈર્ન કોસ ઉદ્યોગના ખ્યાલની સમજૂતી આપતા જણાવે છે કે ઉદ્યોગમાં પ્રતિસ્પર્ધા પેઢીઓ કે વ્યાપારી એકમોનો સમાવેશ થાય છે. પેઢીઓ એક જ પ્રકારની

વસ્તુઓ ઉત્પન્ન કરતી હોય છે. તેમજ એક જ પ્રકારનો કાચો માલ (લોખંડ, કપાસ જેવી) તેમજ એક જ પ્રકારની ઉત્પાદનની પ્રક્રિયા કરે છે. ટૂંકમાં કહીએ તો એક સરખી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કરતી પેઢીઓના સમૂહને ઉદ્યોગ કહેવાય છે. દા.ત. કાપડની ઉત્પાદન કરતી મિલો, પાવરલુમ ફેક્ટરીઓ વગેરેનો સમાવેશ સુતરાઉ કાપડ ઉદ્યોગ તરીકે ઓળખાય છે.

★ ટૂંકો ગાળો :

જુદા જુદા ઉદ્યોગો માટે ટૂંકો ગાળો જુદો જુદો હોઈ શકે છે. મોટા ભાગે વધુ મૂડી રોકાણ તેમજ આધુનિક ઉત્પાદન પદ્ધતિ વાળા ઉદ્યોગોમાં પેઢી કે ઉદ્યોગના ટૂંકા ગાળાનો સમય પાંચ વર્ષ જેટલો પણ હોઈ શકે છે.

ટૂંકાગાળો એ સમયનો ગાળો છે કે જે ગાળા દરમ્યાન 1. ઉત્પાદનનું એકમ (પેઢી) ના કદમાં ફેરફાર થઈ શકતો નથી 2. નવી પેઢીઓનો પ્રવેશ આને ચાલુ પેઢીઓનું બંધ થવું શક્ય નથી. એટલે કે ટૂંકાગાળા દરમ્યાન પેઢીઓની સંખ્યા સ્થિર રહે છે. જો ટૂંકાગાળામાં પુરવઠામાં ફેરફાર કરવો હોય તો પેઢીએ અસ્થિર સાધનો શ્રમ, વિજળી, કાચા માલનું પ્રમાણ વધારીને કરી શકે છે.

★ લાંબો ગાળો :

સમયનો લાંબા ગાળો એટલે ઉદ્યોગમાં નવી પેઢીઓ આવી શકે છે અને ચાલુ પેઢીઓ ઉદ્યોગને છોડીને જઈ શકે છે. આમ પેઢીની સંખ્યામાં ફેરફાર થઈ શકે છે. ઉત્પાદનમા પ્રમાણમાં ફેરફાર થઈ શકે છે. લાંબાગાળા દરમ્યાન માંગમાં થયેલા ફેરફારો સાથે પુરવઠા (ઉત્પાદન) નો મેળ બેસાડી શકાય છે. પેઢી માટે પણ લાંબા ગાળે ઉત્પાદનના સ્થિર સાધનોમાં ફેરફાર કરીને સમતુલા પ્રાપ્ત કરી શકે છે. એટલે કે માંગમાં થયેલા વધારાને પહોંચી વળવા માટે નવા યંત્રો, નવા પ્લાન્ટ, નવી ઉત્પાદન પદ્ધતિ વગેરે સ્થિર સાધનો દ્વારા ઉત્પાદન વધારી શકે છે.

★ સમતુલાની શરતો :

1. સીમાંત આવક અને સીમાંત ખર્ચ સરખાં હોવાં જોઈએ.
2. સીમાંત આવક અને સીમાંત ખર્ચ જ્યાં સરખાં થાય ત્યાથી સીમાંત ખર્ચ વધતુ હોવું જોઈએ. (સીમાંત ખર્ચની રેખા સીમાંત આવકની રેખાને નીચેથી છેદીને ઉપર જતી હોવી જોઈએ.)

7.3.2 ટૂંકાગાળામાં પેઢીની સમતુલા :

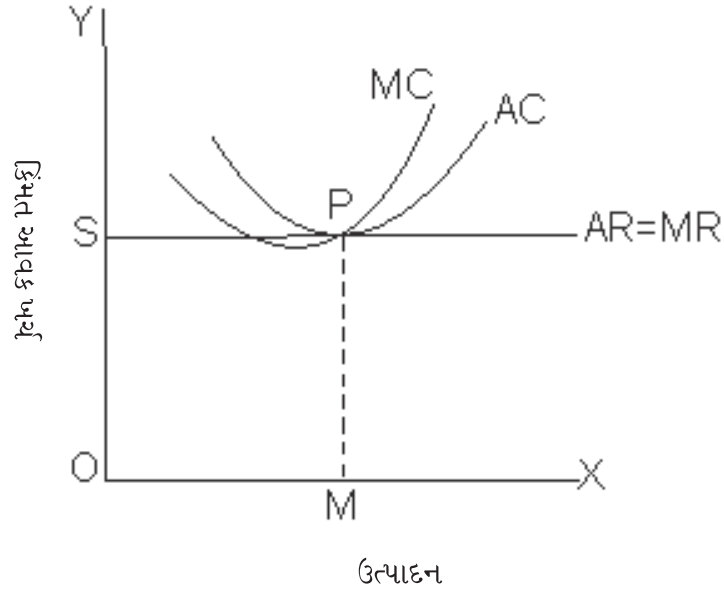
આપણે અહીં એ યાદ રાખવું જોઈએ કે પેઢીની મહત્તમ નફાની પરિસ્થિતિનો વિચાર સરેરાશ ખર્ચના સંદર્ભમાં પણ કરવાનો હોય છે. પેઢીનું સીમાંત ખર્ચ અને સીમાંત આવક સરખાં હોય એ ખરું પરંતુ સીમાંત ખર્ચ અને સરેરાશ ખર્ચ એ સરખાં હોય જ એ આવશ્યક નથી. ટૂંકાગાળામાં સીમાંત ખર્ચ કરતાં સરેરાશ ખર્ચ ઓછું અથવા વધારે પણ હોઈ શકે છે અને જો તેમ હોય તો વસ્તુની કિંમત પણ સરેરાશ ખર્ચ કરતાં વધુ હશે તો પેઢીને અસામાન્ય નફો મળશે અને સરેરાશ ખર્ચ કરતાં જો કિંમત નીચી હશે તો પેઢીને ખોટ જશે. સરેરાશ ખર્ચ અને કિંમત સરખાં હશે તો પેઢીને માત્ર સામાન્ય નફો જ પ્રાપ્ત થશે.

આમ, ટૂંકાગાળામાં પેઢીની સમતુલાની પરિસ્થિતિનો વિચાર ત્રણ રીતે કરી શકાય :

1. સરેરાશ આવક (કિંમત) અને સરેરાશ ખર્ચ જ્યારે સરખાં હોય ત્યારે પેઢીને માત્ર સામાન્ય નફો જ મળે છે.
2. સરેરાશ ખર્ચ કરતાં જ્યારે સરેરાશ આવક (કિંમત) વધારે હોય ત્યારે પેઢીને અસામાન્ય નફો મળે છે.
3. સરેરાશ ખર્ચ કરતાં જ્યારે સરેરાશ આવક (કિંમત) ઓછી હોય ત્યારે પેઢીને ખોટ જાય છે.

1. સામાન્ય નફો :

સરેરાશ આવક (કિંમત) અને સરેરાશ ખર્ચ જ્યારે સરખા હોય છે ત્યારે, પેઢીને માત્ર સામાન્ય નફો જ મળે છે.



આકૃતિમાં P બિંદુએ પેઢી સમતુલા પ્રાપ્ત કરે છે. જ્યાં સીમાંત આવક બરાબર સીમાંત ખર્ચ થાય છે. જ્યાં બન્ને એક થાય છે ત્યાંથી સીમાંત ખર્ચ વધે છે. P બિંદુએ સરેરાશ આવક અને સરેરાશ ખર્ચ સરખા થાય છે. કિંમત PM છે. આ કિંમતે સરેરાશ આવક, સરેરાશ ખર્ચ, સીમાંત આવક અને સીમાંત ખર્ચ સરખાં થાય છે. પેઢી OM જેટલું ઉત્પાદન કરશે અને સામાન્ય નફો મેળવશે.

2. અસામાન્ય નફો :

ટૂંકા ગાળામાં જ્યારે સરેરાશ ખર્ચ કરતાં સરેરાશ આવક (કિંમત) ઉંચી હોય, ત્યારે પેઢીને અસામાન્ય નફો મળે છે. આનું કારણ એ છે કે, સમયનો ગાળો ટૂંકો હોવાને સીધે ઉદ્યોગમાં નવી પેઢીઓ દાખલ થતી નથી અને તેથી ચાલુ પેઢીઓને અસામાન્ય નફો પ્રાપ્ત થાય છે. અલબત્ત, અહીં પણ પેઢી તેનું ઉત્પાદનસીમાંત ખર્ચ અને સીમાંત આવક સરખાં થાય એ બિંદુ સુધી કરે છે. આ હકીકત નીચેની આકૃતિ દ્વારા સમજી શકાશે.

થાય છે.

7.3.3 લાંબાગાળામાં પેઢીની સમતુલા :

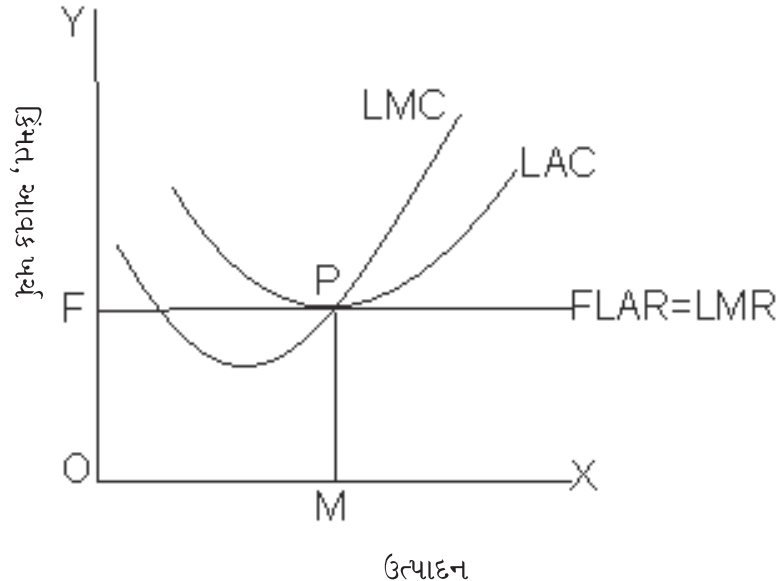
ટૂંકાગાળામાં પેઢીના કદમાં કશો ફેરફાર થતો નથી તે આપણે જોયું છે. ટૂંકા ગાળામાં આ પરિસ્થિતિ સાથે પેઢી સીમાંત ખર્ચ અને સીમાંત આવક સરખી કરી સમતુલા પ્રાપ્ત કરે છે. અને કાં તો અસામાન્ય નફો કરે છે અથવા ખોટ સહન કરે છે.

પૂર્ણ હરીફાઈ વાળા બજારમાં મુક્ત પ્રવેશનું અનુમાન કર્યું છે. હવે જો પેઢી ટૂંકાગાળામાં અસામાન્ય નફો કરતી હશે તો લાંબાગાળામાં નવી પેઢીઓને તે ઉદ્યોગમાં પ્રવેશવાનું આકર્ષણ થશે. વસ્તુની કિંમત તેના સરેરાશ ખર્ચ કરતા વધુ હશે તો નવી પેઢીઓ આ ઉદ્યોગમાં પ્રવેશવાની પ્રવેશવાથી હરીફાઈ વધશે. નવી પેઢીઓ આવવાથી વસ્તુનો કુલ પુરવઠો વધતો જશે અને કિંમત ઘટવા લાગશે. જ્યાં સુધી કિંમત અને સરેરાશ ખર્ચ સરખાં ન થઈ જાય અને અસામાન્ય નફો અદ્રશ્ય ન થઈ જાય ત્યાં સુધી આ પ્રક્રિયા ચાલ્યાકરશે. જ્યારે કિંમત અને સરેરાશ ખર્ચ સરખાં થઈ જશે. ત્યારે જ લાંબાગાળાની સમતુલા સ્થપાશે.

હવે આ જ રીતે જો ટૂંકાગાળામાં પેઢી ખોટ કરતી હશે તો લાંબાગાળામાં ઉત્પાદનનું કદ ઘટાડે છે અથવા આ કેટલીક પેઢીઓ ખોટ જતી હોવાને કારણે ઉદ્યોગમાંથી નીકળી જશે. એટલે કે સમતુલાના બિંદુએ વસ્તુની કિંમત સરેરાશ ખર્ચ કરતાં ઓછી હશે તો પેઢીને ખોટ જશે અને તેથી તે ઉત્પાદન બંધ કરી એ ઉદ્યોગમાંથી નીકળી જશે. તેમ તેમ વસ્તુઓનો કુલ પુરવઠો ઘટતો જશે પરિણામે વસ્તુની કિંમત વધશે. ઉદ્યોગમાંથી પરિણામે વસ્તુની કિંમત ઊંચી આવતી જશે. જ્યારે બાકીની પેઢીઓ માટે સમતુલાના બિંદુએ કિંમત અને સરેરાશ ખર્ચ સરખાં ન થઈ શકે ત્યાં સુધી પેઢીઓની સંખ્ય ઘટવાની પ્રક્રિયા ચાલું રહેશે.

આમ, લાંબાગાળામાં પૂર્ણ હરીફાઈની પરિસ્થિતિમાં સમતુલા વખતે દરેક પેઢીને માત્ર સામાન્ય નફો જ પ્રાપ્ત થાય છે. ટૂંકા ગાળાની સમતુલામાં પેઢીને અસામાન્ય નફો, સામાન્ય નફો અને ખોટ એમ ત્રણેય શક્યતાઓ રહેલી છે. જ્યારે લાંબા ગાળામાં તો સમતુલા વખતે પેઢીને માત્ર સામાન્ય નફો જ મળતો હોય છે. આથી લાંબા ગાળે પેઢીની સમતુલાની શરત નીચે મુજબ આપી શકાય.

કિંમત=સરેરાશ આવક=સીમાંતી આવક=સીમાંત ખર્ચ=સરેરાશ ખર્ચ



આકૃતિ મુજબ કહી શકાય કે લાંબાગાળે કોઈપણ પેઢીને સામાન્ય નફો જ મળી

શકે. P બિંદુએ (સરેરાશ આવક) અને સરેરાશ ખર્ચ સરખાં થાય છે. એટલે કે P બિંદુએ કિંમત, સરેરાશ આવક, સીમાંત આવક, સીમાંત ખર્ચ અને સરેરાશ ખર્ચ સરખા થાય છે. પૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢીની લાંબાગાળાની સમતુલામાં સામાન્ય નફો સરેરાશ ખર્ચમાં સમાઈ જાય છે. કારણ કે લાંબાગાળે ઉત્પાદનના સ્થિર અને અસ્થિર સાધનોના પ્રમાણમાં ફેરફાર કરીને પુરવઠામાં જરૂરીયાત પ્રમાણે ફેરફાર કરી શકાય છે. સામાન્ય નફાનો સૌ પ્રથમ ખ્યાલ માર્શલે રજૂ કર્યો હતો.

7.3.4 ટૂંકાગાળા અને લાંબાગાળાની સમતુલા વચ્ચે તફાવત :

(અ) કિંમત અને સરેરાશ ખર્ચના સંબંધની દ્રષ્ટિએ :

ટૂંકાગાળાની સમતુલામાં પ્રવર્તતી કિંમત સરેરાશ ખર્ચ કરતાં ઉંચી અથવા નીચી હોય છે. બીજી દ્રષ્ટિએ એમ પણ કહી શકાય કે પેઢીઓ કાં તો અસામાન્ય નફો કમાતી હોય છે અથવા ખોટ ભોગવતી હોય છે.

પરંતુ લાંબાગાળાની સમતુલામાં પ્રવર્તતી કિંમત સરેરાશ ખર્ચની બરાબર હોય છે. આનો અર્થ એવો પણ કરી શકાય કે પેઢીઓ માત્ર સામાન્ય નફો કરતી હોય છે.

(બ) ઉત્પાદનની દ્રષ્ટિએ :

ટૂંકાગાળાની સમતુલામાં સરેરાશ ખર્ચ ઓછામાં ઓછું હોતું નથી. મતલબ કે, પેઢીઓ કાં તો ઈષ્ટકદ કરતાં વધુ અથવા ઈષ્ટકદ કરતાં ઓછું ઉત્પાદન કરતી હોય છે.

પરંતુ લાંબાગાળાની સમતુલામાં સરેરાશ ખર્ચ ઓછામાં ઓછું હોય છે. આનો અર્થ એવો કરી શકાય કે પેઢીએ ઈષ્ટકદ જેટલું જ ઉત્પાદન કરે છે.

★ લાંબાગાળાની સમતુલા : ગાણિતિક રજૂઆત

સંપૂર્ણ હરીફાઈના સંજોગોમાં પેઢીઓની સંખ્યા સ્થિર રહેવાનું વલણ હોય ત્યારે લાંબાગાળાની સમતુલા પ્રાપ્ત થાય છે. સમતુલાની શરતો નીચે પ્રમાણે છે.

1. સીમાંત આવક=સીમાંત ખર્ચ
(મહત્તમ નફાની શરત, અથવા પેઢીની સમતુલાની શરત)
2. સરેરાશ આવક=સરેરાશ ખર્ચ
(સામાન્ય નફાની શરત, અથવા ઉદ્યોગની સમતુલાની શરત)
3. સીમાંત આવક=સરેરાશ આવક
(સંપૂર્ણ હરીફાઈની શરત)

ઉપરના ત્રણ સમીકરણોની મદદથી નીચેનું સમીકરણ

4. સીમાંત ખર્ચ=સરેરાશ ખર્ચ
અથવા નીચેનું સમીકરણ પણ તારવી શકાય.

5. સી.આ = સી.ખર્ચ = સ.આ. = સ.ખર્ચ

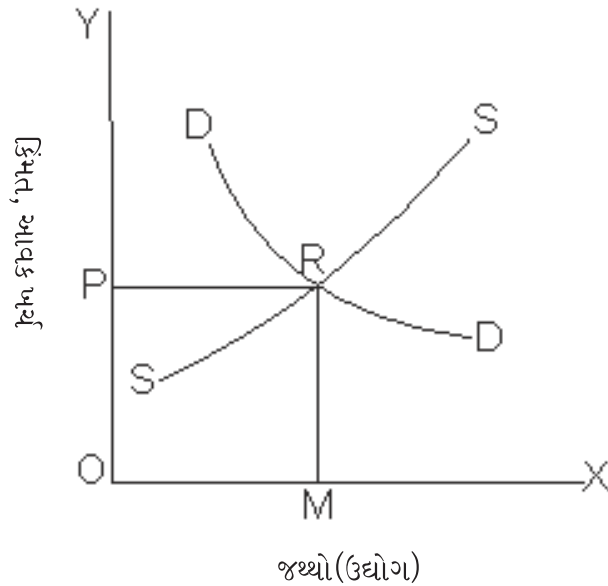
ઉપરોક્ત સમીકરણ સંપૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢીની ઈષ્ટ અવસ્થાનું નિર્દેશન કરે છે.

ઉપરના સમીકરણો મુજબ સીમાંત ખર્ચ = સરેરાશ ખર્ચ છે. સીમાંત ખર્ચ અને સરેરાશ ખર્ચ સરખાં હોય ત્યારે સરેરાશ ખર્ચ ઓછામાં ઓછું હોય છે. આકૃતિની પરિભાષામાં કહી શકાય કે સરેરાશ ખર્ચની રેખાના લઘુત્તમ બિંદુએ સીમાંત ખર્ચની રેખા તેને છેદે છે. ટૂંકમાં લાંબાગાળાની સમતુલામાં પ્રવર્તતી કિંમત સરેરાશ ખર્ચની

બરાબર હોય છે. તેટલું જ નહિ પરંતુ ઓછામાં ઓછા સરેરાશ ખર્ચની બરાબર હોય છે.

7.3.5 પૂર્ણ હરીફાઈમાં ઉદ્યોગની ટૂંકાગાળાની સમતુલા :

એક સરખી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન, કરતી પેઢીઓના સમૂહને ઉદ્યોગ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. આમ, ઉદ્યોગમાં એક સરખી વસ્તુનું ઉત્પાદન કરતી અનેક પેઢીઓનો સમાવેશ થાય છે. જ્યારે પેઢીઓની સંખ્યામાં કોઈ વધઘટ થતી ન હોય તેવી સ્થિતિને ઉદ્યોગની સમતુલા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. ઉદ્યોગોની સમતુલાનું વિશ્લેષણ ટૂંકા તથા લાંબાના સંદર્ભમાં કરી શકાય છે. ટૂંકાગાળામાં ઉત્પાદન વધારવા નવી પેઢીઓ ઉદ્યોગમાં પ્રવેશવાની શક્યતા હોતી નથી. પૂર્ણહરીફાઈ હોવાથી ઉદ્યોગમાં દરેક પેઢી સમાનગુણી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કરતી હોય છે. તેમજ સાધન-સંયોજનનું પ્રમાણ અને તેમની કાર્યક્ષમતા એક સરખી હોય છે. તેથી ઉદ્યોગમાં જુદી જુદી પેઢીઓની જુદી જુદી ખર્ચ રેખાઓ એક સમાન થાય છે. સંપૂર્ણ હરીફાઈમાં દરેક પેઢીના કદમાં કોઈ ફેરફાર થતો નથી. એટલે કે દરેક પેઢીઓ ઈષ્ટકદની હોય છે. ઈષ્ટકદની પેઢીઓ ન્યુનતમ સરેરાશ ખર્ચે ઉત્પાદન કરે છે અને સામાન્ય નફો મેળવતી હોય છે. તે જ રીતે કેટલીક પેઢીઓ ન્યુનતમ સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચે ઉત્પાદન કરીને ઓછામાં ઓછી ખોટ ભોગવતી હોય છે. આમ, ઉદ્યોગમાં દરેક પેઢી કાં તો ઓછામાં ઓછી ખોટ કરતી હોય છે અથવા સામાન્ય નફો મેળવતી હોય છે. આમ ટૂંકાગાળામાં ઉદ્યોગની સમતુલાની વાત કરીએ તો ઓછામાં ઓછી ખોટ કરતી પેઢીઓ ઉદ્યોગમાં ધીરજ રાખીને ટકી રહે એવું ન પણ બને તેમજ પેઢીઓ અસામાન્ય નફો કરતી હોય તો અન્ય નવી પેઢીઓના આવવાથી તેમને સામાન્ય નફો મળે છે. આમ, ટૂંકાગાળામાં ઉદ્યોગની માંગ રેખા નીચે પ્રમાણે જોવા મળે છે.



આકૃતિમાં દર્શાવ્યા પ્રમાણે ઉદ્યોગોની ટૂંકાગાળાની સમતુલાની કિંમત R બિંદુએ નક્કી થાય છે જે બિંદુએ માંગ રેખા DD એ પુરવઠા રેખા SS એકબીજાને છેદે છે. R બિંદુએ OP કિંમતે ઉદ્યોગની ટૂંકાગાળાની સમતુલા રજૂ કરે છે. જ્યાં OM જેટલો સમતુલાની માંગ અને પુરવઠો નક્કી થાય છે. OP સિવાયની કોઈપણ કિંમતના ફેરફારો થાય તો તેના પરિણામે બજારમાં ફરી સમતુલાની કિંમત નક્કી થાય છે. પેઢીની સમતુલામાં સીમાંત ખર્ચ મહત્વનો હોય છે તે જ રીતે ટૂંકાગાળાના ઉદ્યોગની

સમતુલા બાબતે સીમાવર્તી પેઢીનું વળતર સમતુલા માટે મહત્વનું રહે છે. સીમાંત પેઢી એ એવી પેઢી હોય છે કે જેનું સીમાંત ખર્ચ ઉંચામાં ઉંચું હોય અથવા તો ઉદ્યોગની બધી જ પેઢીઓમાં તેની ઓછી કાર્યક્ષતા હોય, સીમાવર્તી પેઢી જ્યાં સુધી નફો મેળવશે ત્યાં સુધી ઉત્પાદનનું વિસ્તરણ થાય છે. અને કુલ પુરવઠો વધે છે અને જેવી સીમાવર્તી પેઢી ખોટ કરતી થશે તેઓ તેના ઉત્પાદનમાં ઘટાડો કરશે અને તેથી પુરવઠામાં ઘટાડો થશે. આ બંને પરિસ્થિતિઓ કિંમતના ફેરફાર લાવે છે. ટૂંકાગાળામાં ઉદ્યોગમાં પેઢીઓની સંખ્યાસ્થિર રહે છે. ટૂંકાગાળામાં જે તબક્કે માંગ અને પુરવઠો સરખાં થાય તે તબક્કે ઉદ્યોગની સમતુલા પ્રાપ્ત થાય છે. ટૂંકાગાળાની સમતુલા સ્થિર હોતી નથી પરંતુ સતત બદલાતી હોય છે. કારણ કે ટૂંકાગાળે સમતુલા સમયે ઉદ્યોગોમાંની કેટલીક પેઢીઓ નફો કરતી હોય છે. તો કેટલીક પેઢીઓ ખોટ કરતી હોય છે. આથી ઉદ્યોગમાં પેઢીઓની અવરજવર થતાં સમતુલામાં ઝડપથી ભંગાણ આવતું હોય છે. ઉદ્યોગની ટૂંકાગાળાની સમતુલા માટે નીચેની શરતોનું પાલન જરૂરી છે. 1. ઉદ્યોગમાંની પેઢીઓનું ઉત્પાદન સ્થિર રહેવું જોઈએ. 2. પેઢીઓની સંખ્યા સ્થિર રહેવી જોઈએ.

વ્યક્તિગત પેઢીઓની સીમાંત ખર્ચની રેખાઓનો સરવાળો કરવાથી ઉદ્યોગની પુરવઠા રેખા પ્રાપ્ત થાય છે અને ટૂંકાગાળામાં જે કિંમતે માંગ=પુરવઠો થાય ત્યાં ઉદ્યોગસમતુલા પ્રાપ્ત કરે છે. આવી સમતુલા ટૂંકાગાળામાં અસામાન્ય નફો કે સામાન્ય નફો કે ખોટ સંભવી શકે છે.

ઉદ્યોગની સમતુલાનો આધાર બે પરિબળો ઉપર છે. (1) પેઢીઓની સંખ્યા (2) પેઢીઓનું ઉત્પાદન જ્યારે પેઢીનું સીમાંત ખર્ચ-સીમાંત આવક થતી હોય, અને સીમાંત ખર્ચ વધતું હોય ત્યારે પેઢીનું સમતુલાનું વલણ સર્જાય છે. જ્યારે ટૂંકાગાળામાં સ્થિર સાધનોમાં ફેરફાર ન થતો હોવાથી પેઢીઓની સંખ્યા સ્થિર રહે છે. આથી સમતુલા માટે પેઢીઓના ઉત્પાદનની સ્થિરતા વાળી એક જ શરતનું પાલન જરૂરી છે. વ્યક્તિગત પેઢી કિંમત ઉપર અસર કરી શકતી નથી, પરંતુ બધી પેઢીઓની સીમાંત ખર્ચની રેખાનો સરવાળો કરવાથી સમગ્ર ઉદ્યોગની પુરવઠા રેખા બને છે. આથી પેઢીઓની સીમાંત ખર્ચની રેખા દ્વારા ઉદ્યોગની પુરવઠા રેખા ઉપર સામૂહિક પ્રયત્ન થી અસર પડતી હોય છે.

7.3.6 પૂર્ણ હરીફાઈમાં ઉદ્યોગની લાંબાગાળાની સમતુલા :

પૂર્ણ હરીફાઈમાં લાંબાગાળે જ્યારે ઉદ્યોગમાં નવી પેઢીઓ આવતી ન હોય અને જૂની પેઢીઓ જતી ના હોય ત્યારે ઉદ્યોગ સમતુલામાં છે. તેમ કહેવાય. ઉદ્યોગની લાંબાગાળાની સમતુલા એ સ્થિર સમતુલા છે. તે લાંબા સમય સુધી ટકવાનું વલણ ધરાવે છે. પૂર્ણ હરીફાઈમાં ઉદ્યોગની લાંબાગાળાની સમતુલા માટે નીચેની શરતોનું પાલન જરૂરી છે.

1. ઉદ્યોગની તમામ પેઢીઓ સમતુલામાં હોવી જોઈએ.

આવું ત્યારે જ બને કે જ્યારે તમામ પેઢીઓને માત્ર સામાન્ય નફો જ મળતો હોય એટલે કે ઉદ્યોગમાંની તમામ પેઢીઓની સરેરાશ ખર્ચ=સરેરાશ આવક હોવી જોઈએ.

2. ઉદ્યોગમાં પેઢીઓની સંખ્યા સ્થિર હોવી જોઈએ.

3. ઉદ્યોગમાંની દરેક પેઢીનું સરેરાશ ખર્ચ લઘુત્તમ હોવું જોઈએ એટલેકે સીમાંત ખર્ચ=સીમાંત આવક=સરેરાશ આવક થવી જોઈએ.

4. સીમાંત ખર્ચ=સરેરાશ ખર્ચ=સીમાંત આવક=સરેરાશ આવક થવી જોઈએ.

ઉદ્યોગની લાંબાગાળાની સમતુલા સમયે કિંમત=ઓછામાં ઓછું સરેરાશ ખર્ચ હોય છે આથી ઉદ્યોગની પેઢીએ ઈષ્ટ કદનું ઉત્પાદન કરતી હોય છે. લાંબાગાળે ઉદ્યોગની

સમતુલા વખતે નક્કી થતી કિંમત સમતુલિત અથવા સામાન્ય કિંમત હોય છે.

જે ભાવે લાંબાગાળાની માંગ રેખા અને પુરવઠા રેખા એકબીજાને છેદે છે ત્યાં જે ભાવ નક્કી થશે તે ભાવે ઉદ્યોગ સમતુલા અનુભવશે. આ ભાવ એવી રીતે નક્કી થશે કે દરેક પેઢીને ફક્ત સામાન્ય નફો મળે, આવી સમતુલાની સ્થિતિમાં નવી પેઢીઓનો પ્રવેશ અને જૂની પેઢીઓનું બહિર્ગમન થશે નહીં. લાંબાગાળાની માંગ રેખા આપેલી છે. એવી ધારણાને આધારે આકૃતિમાં લાંબાગાળાની ઉદ્યોગની સમતુલા દર્શાવી છે. આકૃતિમાં બતાવ્યા મુજબ OM ઉત્પાદન અને OR ભાવ હોય ત્યારે લાંબાગાળાની માંગ અને પુરવઠો એકબીજાને છેદે છે અને ઉદ્યોગ સમતુલા અનુભવે છે. દરેક પેઢી સામાન્ય નફો મેળવે છે. આથી નવી પેઢીઓનો પ્રવેશ અને જૂની પેઢીઓનું બહિર્ગમન અટકી જાય છે. પેઢી અને ઉદ્યોગની સમતુલા=કિંમત=સીમાંત આવક=સીમાંત ખર્ચ=સરેરાશ આવક=સરેરાશ ખર્ચ. અહીં સરેરાશ ખર્ચ ઓછામાં ઓછું હોય છે.

ટૂંકમાં, લાંબાગાળાની ઉદ્યોગની સમતુલા વખતે દરેક પેઢીઓને માત્ર સામાન્ય નફો જ મળે છે. અને સરેરાશ ખર્ચ લગુત્તમ હોય છે. આથી ઉદ્યોગમાં પેઢીઓની અવરજવર બંધ થાય છે. અને કુલ ઉત્પાદન કુલ પુરવઠો પણ સ્થિર રહે છે. લાંબાગાળે ઉદ્યોગની સમતુલા સમયે કિંમતમાં ઓછામાં ઓછું સરેરાશ ખર્ચ હોય છે. આથી પેઢીઓ ઈષ્ટકદનું ઉત્પાદન કરતી હોય છે.

7.4 સારાંશ :

બજાર શબ્દમાં મુખ્યત્વે બે પક્ષકારો હોય છે. ગ્રાહકો અને વેપારીઓ/ઉત્પાદકો બજારમાં ગ્રાહકો હંમેશા વસ્તુની ખરીદીમાંથી વધારેમાં વધારે સીમાંત તુષ્ટિગુણ પ્રાપ્ત કરવાનો પ્રયત્ન કરે છે તો બીજી બાજુ ઉત્પાદકો કે વેપારી વસ્તુની કિંમત સીમાંત ખર્ચ કરતા વધુ મળે એટલે કે નફો (આવક) વધારે થાય તેવા પ્રયત્ન કરે છે. આમ, અર્થશાસ્ત્રમાં સમતુલાનો ખ્યાલ ખૂબ જ મહત્વનો છે. વિવિધ બજારોમાં સમતુલા કેવી રીતે પ્રાપ્ત થાય છે. તે ખૂબ જરૂરી છે. અર્થશાસ્ત્રમાં હરીફાઈની દ્રષ્ટિએ જે બજારના પ્રકારો છે તેની સમતુલાનો અભ્યાસ થાય છે. આંશિક સમતુલાના વિશ્લેષણની પદ્ધતિમાં કોઈક ગ્રાહક, પેઢી, ઉદ્યોગ કે ઉત્પાદનનું સાધન કેવી રીતે સમતુલા પ્રાપ્ત કરે છે તે સમજવામાં ઉપયોગી થાય છે સામાન્ય સમતુલામાં માંગ, પુરવઠો અને કિંમતના વર્તનને સમગ્ર અર્થતંત્રના સંદર્ભમાં વિચારવામાં આવે છે. સામાન્ય સમતુલામાં એક કરતા વધારે પરિબળો અથવા સમગ્ર અર્થતંત્રને ધ્યાનમાં લેવામાં આવે છે. પૂર્ણ હરીફાઈ વાળુ બજાર એક સૈદ્ધાંતિક બાબત છે. એક કાલ્પનિક બાબત છે. કોઈપણ વસ્તુ કે સેવાના બજારમાં સ્પર્ધાની આદર્શ સ્થિતિ કેવી હોય તેનું નિરૂપણ પૂર્ણ હરીફાઈના ખ્યાલમાં રજૂ થાય છે પૂર્ણ હરીફાઈ એક એવું બજાર છે કે જેમાં ઉત્પાદકો વચ્ચે હરીફાઈ છે પૂર્ણ હરીફાઈને આદર્શ બજાર માનવામાં આવે છે. કારણ કે તેમાં ગ્રાહકોનું શોષણ થઈ શકતું નથી, અને ઉત્પાદકો/વેપારીઓ બેફામ નફો લઈ શકતા નથી, તેમજ કિંમતો ઓછી હોવાથી ગ્રાહકોનું મહત્તમ કલ્યાણ થાય છે.

★ ચાવીરૂપ શબ્દો :

સમતુલા : આર્થિક સમતુલા એટલે એવી સ્થિતિ કે જેમાં આર્થિક પરિબળો સંતુલિત હોય છે અને બાહ્ય પરિબળો આર્થિક પરિબળોના મૂલ્યમાં કોઈ ફેરફાર કરી શકે નહિ.

સમતુલાની કિંમત : જે કિંમતે વસ્તુની માંગ અને વસ્તુનો પુરવઠો સરખાં થાય છે તે

સમતુલાની કિંમત છે.

સ્થિર સમતુલા : ઉત્પાદન પર અસર કરતાં વિવિધ પરિબલો પરસ્પર સંતુલન સાધે છે અને તે બધી રીતે સ્થિર રહે છે.

ગતિશીલ સમતુલા : કોઈ આર્થિક ઘટક પર અસર કરતાં પરિબલો વચ્ચે જ્યારે પરસ્પર સમતુલામાં આવે પરંતુ તેમાં સમયની સાથે સાથે પરિવર્તન થાય છે.

ટુંકાગાળાની સમતુલા : ટુંકાગાળાની સમતુલા અમુક ચોક્કસ સમયના સંદર્ભમાં જોવા મળે છે.

લાંબાગાળાની સમતુલા : લાંબાગાળાની સમતુલામાં વિશાળ સમયગાળો હોય છે અને તેમાં સ્થિર મૂડી/સાધનોમાં ફેરફાર કરીને સમતુલા સ્થપાય છે.

એકમલક્ષી સમતુલા : અર્થતંત્રના કોઈ એક વિભાગને લગતી સમતુલા.

સમગ્રલક્ષી સમતુલા : દેશના અર્થતંત્રના તમામ વિભાગોની સમગ્રલક્ષી સમતુલા છે.

આંશિક સમતુલા : આંશિક સમતુલા એવી સમતુલા કે જે અમુક નિયંત્રિતમાહિતી પર આધારિત છે, જેમ કે વસ્તુની કિંમત સ્થિર ધારી છે.

સામાન્ય સમતુલા : સામાન્ય સમતુલામાં એક કરતા વધારે પરિબલોને ધ્યાનમાં લઈને મેળવવામાં આવે છે. એટલે કે સમગ્ર અર્થતંત્રને ધ્યાનમાં લઈને પ્રાપ્ત કરાય છે.

સમતુલાની શરત : ઉત્પાદકો પક્ષે વસ્તુની કિંમત અને સીમાંત ખર્ચ અને ગ્રાહકોના પક્ષે વસ્તુની કિંમત અને તુષ્ટિગુણ સરખાં થવા જોઈએ.

બજાર : બજાર એક એવી વ્યવસ્થા છે કે જે ખરીદનાર (ગ્રાહકો) અને વેચનારા (વેપારીઓ) બન્ને ને પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ રીતે એકબીજાના સંપર્કમાં લાવે છે અને તેમની વચ્ચે વિનિમય થાય છે.

પેઢી : વસ્તુ કે સેવાનું ઉત્પાદન કે વેચાણ કરનારું નાનામાં નાનું એકમ એટલે પેઢી.

સીમાવર્તી પેઢી : ઉદ્યોગમાં અસ્તિત્વ ધરાવતી વર્તમાન પેઢીઓની સંખ્યા કરતા એક વધારાની પેઢી.

સ્થિર ખર્ચ : જે ખર્ચ ઉત્પાદનમાં વધઘટ થવા છતાં બદલાતું નથી તે સ્થિર ખર્ચ છે જેને પૂરક ખર્ચ તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે.

અસ્થિર ખર્ચ : જે ખર્ચ ઉત્પાદકતા વધારા કે ઘટાડા સાથે પરિવર્તન પામે છે તે ખર્ચને અસ્થિર ખર્ચ કે મુખ્ય ખર્ચ કહેવાય છે.

સીમાંત ખર્ચ : વસ્તુના ઉત્પાદનમાં એક એકમનો વધારો કે ઘટાડો થતા કુલ ખર્ચમાં જે ફેરફાર થાય છે તે સીમાંત ખર્ચ (MC-Marginal Cost) છે.

સરેરાશ ખર્ચ : સરેરાશ ખર્ચ એટલે એકમદીઠ ખર્ચ કુલ ખર્ચને કુલ ઉત્પાદન વડે ભાગવાથી સરેરાશ ખર્ચ (AC-Average Cost) છે.

સરેરાશ આવક : કુલ આવકને કુલ વેચાણથી ભાગીને સરેરાશ આવક મળે છે. સરેરાશ આવક (AR-Average Revenue) વસ્તુની એકમદીઠ આવક છે.

સીમાંત આવક : વસ્તુના કુલ વેચાણમાં એક વધારાનો એકમ વેચાણ કરવાથી આવકમાં જે ફેરફાર થાય છે તેને સીમાંત આવક (MR-Marginal Revenue) કહેવાય છે.

શટાઉન બિંદુ : જે બિંદુએ વસ્તુની કિંમત લઘુત્તમ અસ્થિર ખર્ચ બરાબર થાય તે બિંદુ જેને સમતૂટ બિંદુ પણ કહેવાય છે.

ઉદ્યોગ : એક સરખી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કરતી પેઢીઓનો સમૂહ.

★ તમારી પ્રગતિ ચકાસો :

તમારી જાતે ચકાસો : (1)

(1) સમતુલાનો અર્થ જણાવો.

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

(2) સામાન્ય સમતુલા એટલે શું ?

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

(3) બજારનો અર્થ જણાવો.

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

(4) નીચેના વિધાનો ખરાં છે કે ખોટાં તે જણાવો.

1. સામાન્ય સમતુલામાં એક કરતાં વધારે પરિબલો એટલે કે સમગ્ર અર્થતંત્રને ધ્યાનમાં લેવામાં આવે છે.
2. સમતુલાએ વિવિધ ક્ષેત્રોની કાર્યક્ષતાનું સૂચન કરે છે.
3. સામાન્ય સમતુલાની સૌ પ્રથમ રજૂઆત ૧૭૮૫ માં ક્વેસ્ને કરી હતી.
4. માર્શલના મત પ્રમાણે ઉત્પાદનમાં થતા ફેરફાર પ્રમાણે કિંમતમાં ફેરફાર થાય છે.
5. બજાર એ એક કોઈ ચોક્કસ સ્થળ છે.
6. ઈજરાયુક્ત હરીફાઈ વાળા બજારમાં સરેરાશ આવક રેખા મૂલ્યસાપેક્ષ હોય છે.

તમારી જાતે ચકાસો : (2)

1. પૂર્ણ હરીફાઈનો અર્થ જણાવો.

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

2. પેઢી એટલે શું ?

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

3. ઉદ્યોગ એટલે શું ?

.....

4 નીચેના વિધાનો ખરા છે કે ખોટા તે જણાવો.

1. પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં ઉત્પાદનના સાધનો અગતિશીલ હોય છે.
2. સરેરાશ આવક અને સરેરાશ ખર્ચ સરખાં થાય છે ત્યારે પેઢીને સામાન્ય નફો મળે છે.
3. ટૂંકાગાળામાં ઉદ્યોગની સમતુલા માટે સીમાવર્તી પેઢીનું વળતર મહત્વનું છે.
4. પૂર્ણ હરીફાઈમાં વસ્તુના એકમો જુદા જુદા જોવા મળે છે.
5. સામાન્ય નફો એ સરેરાશ ખર્ચ રેખામાં સમાઈ જાય છે.

★ બહુ વિકલ્પીય પ્રશ્નો :

- (1) ગતિશીલ સમતુલાનો ખ્યાલ કોણે આપ્યો ?
 (અ) સેમ્યુલસન
 (બ) બોલ્ડિંગ
 (ક) કુનોટ
- (2) સામાન્ય સમતુલાના ખ્યાલને પ્રચલિત કોણે કર્યો ?
 (અ) વોલરાસ
 (બ) માર્શલ
 (ક) હિક્સ
- (3) અર્થશસ્ત્રમાં સમતુલાનું શ્રેષ્ઠ ઉદાહરણ કયું છે ?
 (અ) પેઢીની સમતુલા
 (બ) ઉદ્યોગની સમતુલા
 (ક) સમતુલાની કિંમત
- (4) માંગ અને પુરવઠાનું મોડેલ શાનું મોડેલ છે ?
 (અ) આંશિક સમતુલા
 (બ) સમગ્રલક્ષી સમતુલા
 (ક) સામાન્ય સમતુલા
- (5) કોણે સમતુલાની કિંમતને ધોરણલક્ષી ગણવા સામે ચેતવણી આપી છે ?
 (અ) માર્શલ
 (બ) એડમ સ્મિથ
 (ક) સેમ્યુલસન

- (6) કયું બજાર આદર્શ બજાર મનાય છે ?
(અ) પૂર્ણ હરીફાઈ
(બ) ઈજારો
(ક) ઈજારાયુક્ત હરીફાઈ
- (7) પૂર્ણ હરીફાઈમાં માંગની રેખા કેવી હોય છે ?
(અ) લંબરૂપ
(બ) ક્ષિતિજ સમાંતર
(ક) ઋણ ઢાળની
- (8) લાંબાગાળે પેઢીને પૂર્ણ હરીફાઈમાં શું મળે છે ?
(અ) સામાન્ય નફો
(બ) ખોટ
(ક) અસામાન્ય નફો
- (9) પેઢી સમતુલા ક્યારે પ્રાપ્ત કરે છે ?
(અ) એમાર=એમ્સી
(બ) સમતુલાના બિંદુએ સીમાંત ખર્ચ વધુ હોય ત્યારે
(ક) અ અને બ બન્ને

★ સ્વાધ્યાય :

- (1) સમતુલાના પ્રકારો સમજાવો.

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

- (2) સામાન્ય સમતુલાની શરતો સમજાવો.

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

- (3) પૂર્ણ હરીફાઈ, ઈજારો અને ઈજારાયુક્ત હરીફાઈમાં આવક રેખાઓ સમજાવો.

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

- (4) પૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢીની ટૂંકાગાળાની સમતુલા સમજાવો.

.....
.....

.....
.....
(5) પૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢીની લાંબાગાળાની સમતુલા સમજાવો.
.....
.....
.....

(6) પૂર્ણ હરીફાઈમાં ઉદ્યોગની ટૂંકાગાળાની સમતુલા સમજાવો.
.....
.....
.....

(7) પૂર્ણ હરીફાઈમાં ઉદ્યોગની લાંબાગાળાની સમતુલા સમજાવો.
.....
.....
.....

(8) પૂર્ણ હરીફાઈના લક્ષણો સમજાવો.
.....
.....
.....

(9) ટૂંકાગાળા અને લાંબાગાળાની સમતુલાનો તફાવત.
.....
.....
.....

★ તમારી પ્રગતિ ચકાસોના જવાબો :

તમારી જાતે ચકાસો : (1)

- (4) (1) સાચુ
- (2) સાચુ
- (3) ખોટું
- (4) ખોટું
- (5) ખોટું
- (6) સાચુ

તમારી જાતે ચકાસો : (2)

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

★ સંદર્ભ :

- (1) અર્થશાસ્ત્રના સિદ્ધાંતો લે. એચ. કે. ત્રિવેદી, ગ્રંથ નિર્માણ બોર્ડ., અમદાવાદ.
- (2) એકમલક્ષી અર્થશાસ્ત્ર ડૉ. મહેશ વી. જોશી અને અન્યઅનડા પ્રકાશન.