घटक १

बाजाराचे प्रकार (Forms of Market) **:**

प्रास्ताविक :

अर्थशास्त्रात 'बाजार' (Market) ही संकल्पना खूप व्यापक अर्थाने विचारात घेतली जाते. अर्थशास्त्रात बाजार म्हणजे भाजीपालाच्या खरेदी-विक्रीचा बाजार किंवा आठवडी बाजार नव्हे. किंवा केवळ कपडे, भांडी-कुंडी विक्रीची दुकाने असलेली जागा म्हणजे बाजार नव्हे. अर्थशास्त्रात बाजार म्हणजे एक विशिष्ट जागा किंवा विशिष्ट ठिकाण नव्हे. तर बाजार ही एक व्यवस्था आहे. ज्या विशिष्ट ठिकाणी वस्तू व सेवांची खरेदी-विक्री जाते, त्याला बाजार असे म्हणतात. बाजाराची एक साधी सोपी व्याख्या खालील शब्दात सांगता येईल.

बाजार म्हणजे काय?

''अर्थशास्त्रात बाजार म्हणजे संपूर्ण भू प्रदेश की जेथे ग्राहक आणि विक्रेते प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्षरित्या एकमेकांच्या संपर्कात येतात आणि वस्तू व सेवांची खरेदी-विक्री करतात.''

बाजार कसा निर्माण होतो?

खालील अटी किंवा गोष्टी ज्या ठिकाणी आढळतात, त्या ठिकाणास बाजार म्हणता येईल.

(१) बाजारात ग्राहक आणि विक्रेते दोन्ही घटक असले पाहिजेत.

(२) ग्राहक आणि विक्रेते यांच्यात सौहार्दाचे संबंध असले पाहिजेत.

(३) बाजारात वस्तू व सेवांची खरेदी-विक्री होत असली पाहिजे.

(४) बाजारात वस्तूला किंमत असली पाहिजे. ग्राहक व विक्रेते यांच्या संबंधातून (मागणी व पुरवठ्याच्या समतोलातून) किंमत निश्चित झाली पाहिजे.

(५) ग्राहकांना व विक्रेत्यांना बाजारपेठेचे पूर्ण ज्ञान असले पाहिजे.

वरील अटी ज्या ठिकाणी पूर्ण होतात, त्या ठिकाणाला बाजार असे म्हणतात.

बाजाराचे वर्गीकरण किंवा प्रकार :

बाजाराचे स्थळानुसार, काळानुसार आणि स्पर्धेनुसार विविध प्रकार पडतात. या प्रकारांची थोडक्यात चर्चा खालीलप्रमाणे केली आहे.

(अ) बाजाराचे स्थळानुसार प्रकार :

स्थानिक बाजारपेठ, राष्ट्रीय बाजारपेठ, आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ असे बाजाराचे स्थळानुसार प्रकार पडतात. या प्रकारांचे थोडक्यात स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

(१) स्थानिक बाजारपेठ :-

स्थानिक बाजारपेठ हा स्थळानुसार बाजारपेठेचा एक प्रकार आहे. वस्तूंच्या उत्पादनाचे ठिकाण आणि ग्राहकांच्या खरेदीचे ठिकाण एकच असते. ज्या ठिकाणी वस्तूंचे उत्पादन होते, त्याच ठिकाणी ग्राहक वस्तूंची खरेदी करत असतात. म्हणून या बाजारपेठेला स्थानिक बाजारपेठ असे म्हणतात. स्थानिक बाजाराला प्रादेशिक बाजार असेही म्हणतात. दूध, फळे, भाजीपाला अशा नाशवंत वस्तूंची बाजारपेठ ही प्रामुख्याने स्थानिक बाजारपेठ असते. माती, दगड, विटा अशा वस्तूंची बाजारपेठ स्थानिक बाजारपेठ असते. स्थानिक बाजारात वस्तूंच्या ज्या किंमती असतात, त्या देशभर सारख्या नसतात. या वस्तूंच्या किंमती स्थानानुसार किंवा ठिकाणानुसार वेगवेगळया असतात.

(२) राष्ट्रीय बाजारपेठ :-

राष्ट्रीय बाजारपेठ हा स्थळानुसार बाजाराचा एक प्रकार आहे. राष्ट्रीय बाजारपेठेतील वस्तूंच्या किंमती देशभर सारख्या असतात. ज्या बाजारातील वस्तूची किंमत संपूर्ण देशभर सारखी असते, त्या बाजाराला राष्ट्रीय बाजारपेठ असे म्हणतात. टी.व्ही, फ्रीज अशा टिकावू वस्तूंची बाजारपेठ ही राष्ट्रीय बाजारपेठ असते.

(३) आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ :-

आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेला जागतिक बाजार असेही म्हणतात. स्थळानुसार बाजाराचा हा एक महत्वाचा प्रकार आहे. वस्तूंची खरेदी-विक्री देशाच्या भौगोलिक सीमा रेषांच्या बाहेर होत असेल तर तो बाजार म्हणजे आंतरराष्ट्रीय बाजार किंवा विदेशी बाजार होय.

(ब) बाजाराचे काळानुसार प्रकार :-

डॉ. मार्शल यांनी काळानुसार बाजाराचे खालील चार प्रकार सांगितले आहेत. त्या प्रकारांचे थोडक्यात स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

(१) अतिअल्पकालीन बाजार/बाजार काल :–

अतिअल्पकालीन बाजाराचा कालावधी अत्यंत कमी असतो. हा कालावधी काही आठवड्यांचा, काही दिवसांचा किंवा काही तासांचा असतो. ज्या कालावधीत वस्तूंचा पुरवठा वाढवता येत नाही, त्या काळास अत्यल्प काळ असे म्हणतात. त्यामुळे अशा बाजारातील वस्तूची किंमत ही वस्तूच्या मागणीवरून ठरते. अत्यल्पकालीन निश्चित झालेल्या किंमतीला 'बाजार किंमत' (Market Price) असे म्हणतात.

(२) अल्पकालीन बाजार :–

अल्पकालीन बाजाराचा कालावधी हा एक वर्षापेक्षा कमी कालावधीचा असतो. ज्या बाजाराचा कालावधी काही दिवसांचा, काही आठवड्यांचा असतो किंवा एका वर्षापेक्षा कमी कालावधीचा असतो, त्या बाजाराला अल्पकालीन बाजार असे म्हणतात. ज्या काळात उत्पादनाच्या स्थिर घटकात (जमीन, इमारत, यंत्रसामग्री इत्यादी) बदल करता येत नाही, त्या काळाला अल्पकाल असे म्हणतात. अल्पकाळ हा अत्यंत लहान काळ असतो. या काळात वस्तूच्या मागणीत बदल झाला तरी स्थिर घटकात वाढ किंवा घट करता येत नाही. मात्र बदलत्या घटकात (श्रम इ.) बदल करून वस्तूच्या उत्पादनात व पुरवठयात वाढ किंवा घट करता येते. अल्पकाळात बाजारात जी किंमत निश्चित होते, त्या किंमतीला 'अल्पकालीन प्रसामाण्य किंमत' असे म्हणतात.

(३) दीर्घकालीन बाजार :–

ज्या बाजाराचा कालावधी एक वर्षापेक्षा जास्त आणि साधारणपणे पाच वर्षापर्यंत असतो, त्या कालावधीच्या बाजाराला दीर्घकालीन बाजार असे म्हणतात. ज्या काळात उत्पादनाच्या स्थिर आणि बदलत्या घटकात बदल करता येतो, त्या काळाला दीर्घकाळ असे म्हणतात. दीर्घकाळात उत्पादकांना वस्तूंच्या मागणीनुसार उत्पादन करता येते. मागणीत वाढ झाली की उत्पादक उत्पादनात/ पुरवठ्यात वाढ करू शकतात. आणि मागणीत घट झाली की, उत्पादक स्थिर घटकात घट करून उत्पादनात/पुरवठ्यात घट करू शकतात.

(४) अतिदीर्घकालीन बाजार :–

ज्या बाजाराचा कालावधी पाच वर्षापेक्षा अधिक असतो, त्या कालावधीच्या बाजाराला अतिदीर्घकालीन बाजार असे म्हणतात. या काळात मागणीतील बदलानुसार पुरवठ्यात बदल करता येतो. ज्या काळात उत्पादनाच्या स्थिर आणि बदलत्या घटकात वाढ करता येते किंवा घट करता येते, त्या काळास अतिदीर्घकाळ असे म्हणतात.

(क) स्पर्धेनुसार बाजाराचे प्रकार :–

पूर्ण स्पर्धा आणि अपूर्ण स्पर्धा (Perfect Competition and Imperfect Competition) असे स्पर्धेचे दोन प्रकार पडतात. यांनाच पूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ (Perfect Competition Market) आणि अपूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ (Imperfect Competition Market) असे म्हणतात. स्पर्धेच्या या दोन प्रकारांची माहिती थोडक्यात खालीलप्रमाणे दिली आहे.

(१) पूर्ण स्पर्धा किंवा पूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ :-

ज्या बाजारात वस्तूची विक्री करणाऱ्या विक्रेत्यांची संख्या असंख्य असते आणि वस्तूची खरेदी करणाऱ्या ग्राहकांची संख्या असंख्य असते, त्या बाजाराला पूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ असे म्हणतात. पूर्ण स्पर्धेतील वस्तू एकजिनसी असतात. म्हणून आणि पूर्ण स्पर्धेच्या इतर वैशिष्ट्यांमुळे पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारातील वस्तूंची किंमत एकच असते. मिसेस जोन रॉबिनसन यांच्या मते, उत्पादकांच्या वस्तूला असलेली मागणी जर पूर्णत: लवचिक असेल तर त्या स्पर्धेला पूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ असे म्हणतात. ज्या बाजारातील अनेक उद्योगसंख्या एकसारख्या वस्तूचे उत्पादन करत असतात आणि विक्रेता हा 'किंमत स्वीकारणारा' (Price taker) असतो, त्या बाजाराला पूर्ण स्पर्धा असे म्हणतात.

शुद्ध स्पर्धा (Pure Competition) आणि पूर्ण स्पर्धा (Perfect competition) यामध्ये काहीसा फरक आहे. शुद्ध स्पर्धेची संकल्पना ही प्रा. चेंबरलीन यांनी मांडली आहे. ज्या बाजारात (१) असंख्य ग्राहक व असंख्य विक्रेते असतात. (२) वस्तू एकजिनसी असतात. (३) वाहतूक खर्चाचा अभाव असतो. (४) उद्योगसंस्थेला बाजारात प्रवेश करण्याचे व उद्योग संस्था बंद करण्याचे पूर्ण स्वातंत्र्य असते, अशा बाजाराला शुद्ध स्पर्धा असे म्हणतात. शुद्ध स्पर्धा ही पूर्ण स्पर्धेचाच एक भाग आहे. शुद्ध स्पर्धा ही संकुचित संकल्पना असून पूर्ण स्पर्धा ही व्यापक संकल्पना आहे.

(२) अपूर्ण स्पर्धा :-

पूर्ण स्पर्धेचा बाजार ही काल्पनिक संकल्पना मानली जाते. प्रत्यक्षात आपण अनुभवतो ती अपूर्ण स्पर्धा असते. अपूर्ण स्पर्धेच्या बाजाराचे मक्तेदारीचा बाजार, अल्पाधिकाराचा बाजार, द्वयाधिकार आणि मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचा बाजार असे प्रकार पडतात. त्या प्रकारांची थोडक्यात चर्चा खालीलप्रमाणे केली आहे.

(१) मक्तेदारी (Monopoly) **:-**

मक्तेदारीला मक्तेदारी स्पर्धा (Monopoly Competition), मक्तेदारीचा बाजार (Monopoly Market) असे म्हणतात. ज्या बाजारात एकच विक्रेता किंवा एकच उत्पादक असतो, त्या बाजाराला मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात. मक्तेदारीच्या बाजारात एकटाच विक्रेता असतो. त्याला स्पर्धक नसतो. म्हणून मक्तेदारीच्या

बाजाराला एकाधिकारी बाजारपेठ असेही म्हणतात. ज्याचे बाजारातील वस्तूच्या पुरवठ्यावर नियंत्रण असते आणि त्याच्या वस्तूला नजिकच्या पर्याय नसतो त्याला मक्तेदार असे म्हणतात. चेंबरलीन यांच्या मते, बाजारातील पुरवठ्यावर नियंत्रण ठेवणारी एक उद्योगसंस्था म्हणजे मक्तेदारी होय. जाहिरात खर्चाचा अभाव हे मक्तेदारीचे वैशिष्ट्य आहे. मक्तेदार एकटाच असल्याने त्याला जाहिरात खर्च करावा लागत नाही. मूल्यभेद हे एक मक्तेदारीचे वैशिष्ट्य आहे. बाजारात तो एकटाच विक्रेता असल्याने आपली वस्तू वेगवेगळ्या ग्राहकांना तो वेगवेगळ्या किंमतीला विकतो. त्याला मूल्यभेद असे म्हणतात. मक्तेदार जी वस्तू उत्पादन करत असतो, त्या वस्तूला जवळचा पर्याय नसतो.

(२) द्वयाधिकार (Duopoly) :

द्वयाधिकारास इंग्रजीत Duopoly असे म्हणतात. Doupoly हा इंग्रजी शब्द Duo आणि Polein या ग्रीक शब्दापासून तयार झाला आहे. Duo याचा अर्थ दोन (two) आणि Polein म्हणजे विक्रेते (Seller) होय. म्हणजे ज्या बाजारात दोन विक्रेते असतात, त्या बाजाराला दोन विक्रेत्यांचा बाजार किंवा द्वयाधिकार किंवा द्वयाधिकाराची बाजारपेठ (Duopoly Market) असे म्हणतात. बाजारात जरी दोनच विक्रेते असले तरी ग्राहक मात्र असंख्य असतात. द्वयाधिकाराचा अधिक अभ्यास कुर्नो, बर्ट्रांड, एजवर्थ यांनी केला आहे. मक्तेदारीचा अंश हे द्वयाधिकाराचे ठळक वैशिष्टय आहे. बाजारात दोन विक्रेते असले तरी वस्तूभेद केला जात असल्याने थोडीफार मक्तेदारी निर्माण झालेली असते. दोन्ही विक्रेत्यांची वस्तू सारखी नसते. काही बाबतीत वस्तू वेगळी असते. त्यामुळे ग्राहक विशिष्ट विक्रेत्याकडूनच वस्तू खरेदी करतात. त्यामुळे मक्तेदारी निर्माण होते. या बाजारात इतर उद्योगसंस्थांना सहजासहजी प्रवेश करता येत नाही.

(३) अल्पाधिकार (Oligopoly) :

अल्पाधिकारास अल्पाधिकार स्पर्धा (Oligopoly Competition), अल्पाधिकार बाजारपेठ (Oligopoly Market) असे म्हणतात. Oligopoly हा इंग्रजी शब्द असून तो ग्रीक शब्द Oligoi (अल्पसंख्य) आणि Polis (विक्रेते) या शब्दापासून तयार झाला आहे. ज्या बाजारात विक्रेत्यांची (उत्पादकांची) संख्या अल्प किंवा थोडी असते, त्या बाजाराला अल्पाधिकाराचा बाजार असे म्हणतात. काही विक्रेत्यांचा बाजार म्हणजे अल्पाधिकाराचा बाजार होय. बाजारातील वस्तूचा पुरवठा संख्येने थोड्या असणाऱ्या उद्योगसंस्थांच्या हातात असेल तर त्या बाजाराला अल्पाधिकाराचा बाजार असे म्हणतात. अल्पाधिकारी स्पर्धेतील विक्रेत्यांची संख्या अल्प असली तरी ग्राहकांची संख्या असंख्य असते. या बाजारातील उद्योगसंस्था आपल्या वस्तूची जाहिरात करून जास्तीत जास्त विक्री करण्याचा प्रयत्न करत असतात. अतितीव्र स्पर्धा किंवा गळेकापू स्पर्धा हे अल्पाधिकार बाजाराचे ठळक वैशिष्ट्य आहे. वस्तूचा खप वाढवण्यासाठी उत्पादक वस्तूभेद करतात, जाहिरातीवर खर्च करतात, ग्राहकांना विक्रीपूर्व आणि विक्री पश्चात काही सेवा मोफत पुरवतात.

(४) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा (Monopolistic Competition) **:**

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा हा अपूर्ण स्पर्धेचा एक प्रकार आहे. ज्या बाजारात पूर्ण स्पर्धा (Perfect Competition) आणि मक्तेदारी (Monopoly) या दोन बाजाराची वैशिष्ट्ये आढळतात, त्या बाजाराला मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचा बाजार असे म्हणतात. मक्तेदारीयुक्त बाजाराची संकल्पना प्रा. चेंबरलीन यांनी मांडली आहे. ज्या बाजारातील विक्रेत्यांची संख्या जास्त असते व पूर्ण स्पर्धेपेक्षा कमी असते, त्या बाजाराला मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचा बाजार असे म्हणतात. पूर्ण स्पर्धा व मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील विक्रेत्यांची संख्या मर्यादित असते. ज्या स्पर्धेतील उत्पादक जवळचा पर्याय असलेल्या परंतु पूर्ण पर्याय नसलेल्या वस्तूंचे उत्पादन करत असतात त्या स्पर्धेला मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेची बाजारपेठ असे म्हणतात. पूर्ण स्पर्धा व मक्तेदारीचे मिश्रण असलेली बाजारपेठ म्हणजे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेची बाजारपेठ होय. मिस रॉबिन्सन या स्पर्धेला अपूर्ण स्पर्धा म्हणतात. चेंबरलीन या स्पर्धेला मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा असे म्हणतात.

सारांश, अशा प्रकारे वरीलप्रमाणे पूर्ण स्पर्धेचा बाजार आणि अपूर्ण स्पर्धेचा बाजार असे बाजाराचे प्रमुख प्रकार आहेत. तसेच बाजाराचे स्थळानुसार आणि काळानुसार असे दोन प्रकार पडतात. त्या प्रकारांची थोडक्यात माहिती वरीलप्रमाणे दिली आहे.

◆ ◆ ◆

घटक २

मक्तेदारी

(Monopoly)

अनुक्रमणिका

२.० उद्दिष्टे

२.१ प्रास्ताविक

२.२ विषय विवेचन

- २.२.१ मक्तेदारीच्या विविध व्याख्या
- २.२.२ मक्तेदारीचे विविध प्रकार
- २.२.३ मक्तेदारीची वैशिष्ट्ये
- २.२.४ मूल्यभेद – प्रकार आणि वर्गीकरण
- २.२.५ मूल्यभेदाच्या अटी
- २.२.६ मूल्यभेदाचे फायदे/समर्थन
- २.२.७ मक्तेदारी स्पर्धेत वस्तूची किंमत निश्चिती
- २.२.८ मक्तेदारी आणि पूर्ण स्पर्धा यातील फरक

२.३ सारांश

२.४ पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ

२.५ स्वयं अध्ययन प्रश्न व त्यांची उत्तरे

२.६ सरावासाठी स्वाध्याय

२.७ अधिक वाचनासाठी संदर्भ पुस्तके

२.० उद्दिष्टे :

'मक्तेदारी' या घटकाच्या अभ्यासाची प्रमुख उद्दिष्ट्ये खालीलप्रमाणे आहेत.

१. मक्तेदारीचा अर्थ समजून घेणे.

२. मक्तेदारीचे विविध प्रकार माहित करुन घेणे.

३. मक्तेदारीची वैशिष्ट्ये जाणून घेणे.

४. मूल्यभेदाच्या अटी आणि मूल्यभेदाचे फायदे समजून घेणे.

५. मक्तेदारीत वस्तूची किंमत कशी ठरते? ते समजून घेणे.

६. मक्तेदारी आणि पूर्ण स्पर्धा यातील फरक माहित करून घेणे.

२.१ प्रास्ताविक :

मक्तेदारी म्हणजेच मक्तेदारीचा बाजार होय. मक्तेदारीस 'पूर्ण मक्तेदारी', 'एकाधिकार', 'एकाधिकारी बाजारपेठ', 'मक्तेदारीचा बाजार', 'मक्तेदारी बाजारपेठ' (Monopoly Market) असे म्हणतात. मक्तेदारी बाजार हा बाजाराचा एक प्रकार आहे. मक्तेदारी हा अपूर्ण स्पर्धेचा एक प्रकार आहे. मक्तेदारी शब्दास इंग्रजीत Monopoly असा शब्द आहे. ग्रीक शब्दापासून हा शब्द तयार झाला आहे. Mono म्हणजे एक (Single) आणि poly म्हणजे उत्पादक (Producer) होय. बाजारात एकच उत्पादक असेल तर त्या बाजाराला मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात. बाजारात जेंव्हा एकच उत्पादक किंवा एकच विक्रेता असतो तेंव्हा त्या उत्पादकास (विक्रेत्यास) मक्तेदार असे म्हणतात.

२.२ विषय विवेचन :

२.२.१ मक्तेदारी म्हणजे काय? मक्तेदारीच्या विविध व्याख्या :

मक्तेदारीच्या काही व्याख्या खालीलप्रमाणे स्पष्ट केल्या आहेत.

१) ''ज्या बाजारात वस्तू किंवा सेवांची निर्मिती करणारा एकच उत्पादक असतो, त्या बाजाराला मक्तेदारी किंवा मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात.''

२) ''ज्या बाजारात एकच उत्पादक किंवा एकच विक्रेता असतो आणि तो तयार करत असलेल्या वस्तूला पूर्ण पर्यायी वस्तू बाजारात उपलब्ध नसते, अशा बाजाराला मक्तेदारी किंवा मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात.''

३) ''ज्याच्या उत्पादनाचा मागणी वक्र ऋणात्मक उताराचा असतो, त्या बाजाराला मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात.''

४) ''ज्या बाजारात पूर्ण स्पर्धेचा संपूर्ण अभाव असतो, त्या बाजाराला मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात.''

५) ''ज्याचे बाजारातील वस्तूच्या पुरवठ्यावर पूर्ण नियंत्रण असते त्याला मक्तेदार असे म्हणतात.''

६) प्रा. ट्रिफिन यांच्या मते, ''ज्या बाजारात वस्तूच्या मागणीची छेदक लवचिकता शून्य असते, त्या बाजाराला मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात.''

७) प्रा. चेंबरलीन यांच्या मते, ''बाजारीतील पुरवठ्यावर नियंत्रण ठेवणारी एक उद्योगसंस्था म्हणजे मक्तेदारी होय.'' किंवा ''बाजारात एकच उत्पादक असतो व त्याच्या वस्तूला जवळच्या पर्यायी वस्तू उपलब्ध नसतात, त्या बाजाराला मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात.''

८) ''ज्या बाजारात स्पर्धा नसते, एकच विक्रेता असतो, विक्रेत्याला एकही स्पर्धक नसतो अशा स्पर्धा नसलेल्या बाजारपेठेला मक्तेदारी बाजारपेठ असे म्हणतात.''

अशा प्रकारे एकच विक्रेता किंवा एकच उत्पादक किंवा एकच उद्योगसंस्था असलेला बाजार म्हणजे मक्तेदारीचा बाजार होय. स्पर्धा नसलेली बाजारपेठ म्हणजे मक्तेदारी बाजारपेठ होय.

२.२.२ मक्तेदारीचे प्रकार (Types of Monopoly) :

ज्या बाजारात पूर्ण स्पर्धेचा संपूर्ण अभाव असतो, अशा बाजाराला मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात. ट्रिफिन यांच्या मते, ज्या बाजारात वस्तूच्या मागणीची छेदक लवचिकता शून्य असते, अशा बाजाराला मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात. मक्तेदारीत उद्योगसंस्था हीच उद्योगधंदा असते. अशा बाजारात उत्पादकांच्यात किंवा विक्रेत्यांच्यात स्पर्धा नसते. कारण बाजारात एकच विक्रेता असतो.

मक्तेदारीचे प्रकार :

मक्तेदारीचे प्रमुख प्रकार खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

(१) शुद्ध मक्तेदारी (Pure Monopoly) **:**

शुद्ध मक्तेदारीलाच संपूर्ण मक्तेदारी (Perfect Monopoly) असे म्हणतात. शुद्ध मक्तेदारीत एकच उत्पादक असतो. त्याला कोणीही स्पर्धक नसतो. तो जी वस्तू तयार करत असतो त्याला जवळची/पर्यायी वस्तू उपलब्ध नसते. अशा मक्तेदारीच्या बाजाराला शुद्ध मक्तेदारी किंवा संपूर्ण मक्तेदारी असे म्हणतात.

(२) साधी मक्तेदारी (Simple Monopoly) **:**

साध्या मक्तेदारीला साधा एकाधिकार असेही म्हणतात. ज्या मक्तेदारीच्या बाजारात मक्तेदार मूल्यभेद करत नाही, सर्व ग्राहकांना एकाच किंमतीत वस्तूची विक्री करतो त्याला साधी मक्तेदारी असे म्हणतात. मक्तेदार आपल्या वस्तूची वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळी किंमत आकारत नाही.

(३) मूल्यभेदाची मक्तेदारी (Discriminating Monopoly) **:**

मूल्यभेदाच्या मक्तेदारीला विभेदी मक्तेदारी असेही म्हणतात. ज्या मक्तेदारी बाजारातील मक्तेदार आपली एकाच प्रकारची वस्तू वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतीला विकतो, त्या मक्तेदारी बाजाराला मूल्यभेदाची मक्तेदारी असे म्हणतात. मक्तेदार मूल्यभेद करून वस्तू विकतो. म्हणून या प्रकारच्या मक्तेदारीला मूल्यभेदाची मक्तेदारी असे म्हणतात.

(४) द्वि मक्तेदारी (Bilateral Monopoly) **:**

मक्तेदारीचा 'द्वि मक्तेदारी' हा एक महत्वाचा प्रकार आहे. ज्या बाजारात एकच विक्रेता आणि एकच ग्राहक आढळतो, त्या बाजाराला द्वि मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात.

(५) खाजगी मक्तेदारी (Private Monopoly) **:**

उद्योगसंस्थेचे नियंत्रण जेंव्हा एखाद्या व्यक्तीकडे किंवा खाजगी संस्थेकडे असते, तेंव्हा अशा प्रकारच्या मक्तेदारीला खाजगी मक्तेदारी असे म्हणतात. उद्योगसंस्थेचा मालकी हक्क व्यक्तीकडे किंवा खाजगी संस्थेकडे असतो. नफा मिळवणे हा अशा उद्योगसंस्थेचा उद्देश असतो. म्हणून अशा प्रकारच्या मक्तेदारीला खाजगी मक्तेदारी असे म्हणतात.

(६) सार्वजनिक मक्तेदारी :

सार्वजनिक मक्तेदारीला सरकारी मक्तेदारी असेही म्हणतात. ज्या मक्तेदारीच्या बाजारात एकच उत्पादन संस्था असते आणि ती सरकारच्या मालकीची असते त्या बाजाराला सार्वजनिक मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात. एखादी उद्योगसंस्था सरकार चालवत असेल, ती उत्पादन संस्था सरकारकडून नियंत्रित केली जात असेल तर अशा प्रकारच्या मक्तेदारीला सरकारी मक्तेदारी किंवा सार्वजनिक मक्तेदारी असे म्हणतात. उदाहरणार्थ रेल्वे वाहतूकीत सरकारची मक्तेदारी आहे. रेल्वे व्यवसाय संपूर्णपणे सरकारी मालकीचा असून रेल्वे व्यवसायाचे नियंत्रण सरकारकडून केले जाते.

(७) कायदेशीर मक्तेदारी :

कायद्याच्या पाठबळामुळे अशा प्रकारची मक्तेदारी निर्माण झालेली असते. एखाद्या उत्पादन संस्थेने एखाद्या वस्तूचे पेटंट जर मिळवले असेल तर इतर उत्पादन संस्थांना त्या वस्तूचे किंवा त्या प्रकारच्या वस्तूचे उत्पादन करता येत नाही. त्यामुळे जी मक्तेदारी निर्माण होते, त्या मक्तेदारीला कायदेशीर मक्तेदारी असे म्हणतात. कारण पेटंटला कायद्याची मान्यता व कायद्याचे संरक्षण असते. एखाद्या कंपनीला बोधचिन्ह मिळाले असेल तर अशी मक्तेदारी निर्माण होते. अशा प्रकारे एखाद्या उद्योगसंस्थेची पेटंटची, ब्रँण्डची नोंदणी झालेली असेल तर कायदेशीर मक्तेदारी हा मक्तेदारीचा प्रकार अस्तित्वात येतो.

(८) नैसर्गिक मक्तेदारी :

नैसर्गिक कारणामुळे सुद्धा मक्तेदारी निर्माण होत असते. हवामान, पाऊसमान, विशिष्ट ठिकाण इत्यादी नैसर्गिक घटकामुळे जी मक्तेदारी निर्माण होते, त्या मक्तेदारीला नैसर्गिक मक्तेदारी असे म्हणतात. उदाहरणार्थ डिझेल, पेट्रोलच्या खाणी अरब देशातच आहेत. त्यामुळे तेल उत्पादनात त्यांची मक्तेदारी निर्माण झाली आहे. दगडी कोळसा, सोने, बॉक्साईटच्या खाणी ठराविक देशात व विशिष्ट ठिकाणीच आढळतात.

(९) ऐच्छिक मक्तेदारी :

काही मक्तेदार एकत्र येऊन, एखादा गट स्थापन करून वस्तूची विक्री करतात व महत्तम नफा मिळवतात तेंव्हा जी मक्तेदारी निर्माण होते, त्या मक्तेदारीला ऐच्छिक मक्तेदारी असे म्हणतात. उदाहरणार्थ काही तेल उत्पादक देशांनी एकत्र येऊन ओपेक (OPEC) ही संघटना स्थापन केली आहे. Oil Producers and Exporters Countries (तेल उत्पादक आणि निर्यातदार देश) असे या संघटनेचे नाव आहे.

सांराश : अशा प्रकारे मक्तेदारीचे शुद्ध मक्तेदारी, साधी मक्तेदारी, मूल्यभेदाची मक्तेदारी, द्वि मक्तेदारी, खाजगी व सरकारी मक्तेदारी, कायदेशीर मक्तेदारी, नैसर्गिक व ऐच्छिक मक्तेदारी असे प्रकार पडतात. कायदेशीर, सरकारी, नैसर्गिक मक्तेदारी जास्त करुन आढळून येते.

२.२.३ मक्तेदारी बाजाराची वैशिष्ट्ये :

मक्तेदारी बाजाराची ठळक वैशिष्ट्ये थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत.

१) एकच विक्रेता :–

मक्तेदारीत उत्पादक म्हणजेच विक्रेता असतो. मक्तेदारी बाजाराचे ठळक वैशिष्ट्य म्हणजे मक्तेदारीच्या बाजारात एकच उत्पादक किंवा एकच विक्रेता असतो. मक्तेदारीत पूर्ण स्पर्धेप्रमाणे असंख्य विक्रेते नसतात किंवा अल्पाधिकाराप्रमाणे थोडे विक्रेते सुद्धा नसतात. थोडक्यात, मक्तेदारीत मक्तेदाराला स्पर्धक नसतात.

२) असंख्य ग्राहक :–

मक्तेदारी बाजारात जरी एकच विक्रेता असला तरी त्याच्या वस्तूंची किंवा सेवांची खरेदी करणाऱ्या ग्राहकांची संख्या मात्र मोठी असते. आणि विशेष म्हणजे ग्राहकांची संख्या जरी असंख्य असली तरी ग्राहक मागणीवर किंवा किंमतीवर प्रभाव पाडू शकत नाहीत. कारण बाजारात वस्तूची विक्री करणारा एकच विक्रेता असतो. त्याच्याकडूनच ग्राहकांना वस्तू किंवा सेवा खरेदी करावी लागते. त्यामुळे ग्राहक मोठ्या संख्येने असले तरी त्यांचा मक्तेदाराच्या किंमतीवर प्रभाव पडत नाही.

३) उद्योगसंस्था आणि उद्योग एकच :-

मक्तेदारीचे ठळक वैशिष्ट्य म्हणजे मक्तेदारीत उद्योगसंस्था (Firm) आणि उद्योग (Industry) एकच असतात. मक्तेदारीत उद्योगसंस्था हीच उद्योगधंदा असते. जेंव्हा अनेक उद्योगसंस्था एकाच प्रकारची वस्तू तयार करतात तेव्हा त्या उद्योगसंस्थांच्या समूहाला उद्योग किंवा धंदा (Industry) असे म्हणतात. परंतु मक्तेदारीत मक्तेदार तयार करत असलेल्या वस्तू इतर उत्पादक किंवा इतर उत्पादन संस्था तयार करत नसतात. म्हणून मक्तेदारी बाजारात उद्योगसंस्था आणि उद्योग असा फरक निर्माण होत नाही.

४) पर्यायी वस्तूचा अभाव :-

मक्तेदारीचे वैशिष्ट्य म्हणजे मक्तेदार जी वस्तू तयार करत असतो, तशी वस्तू अन्य कोणी उत्पादक तयार करत नसतात. मक्तेदाराच्या वस्तूला बाजारात पर्यायी वस्तू नसते. किंवा मक्तेदाराच्या वस्तूला बाजारात नजिकचा पर्याय उपलब्ध नसतो. ग्राहकांना मक्तेदाराकडूनच वस्तू विकत घ्यावी लागते. जवळचा पर्याय (Perfect substitute) नसतो. त्यामुळे ग्राहकांना त्याच मक्तेदाराकडून वस्तू विकत घ्यावी लागते.

५) प्रवेशावर निर्बंध :

पूर्ण स्पर्धेत ज्याप्रमाणे कोणालाही कोणत्याही वस्तूंचे उत्पादन करता येते, त्याप्रमाणे मक्तेदारी बाजारात मक्तेदार तयार करत असलेल्या वस्तूंचे उत्पादन अन्य कोणालाही करता येत नाही. कायद्याने तसेच नैसर्गिक कारणामुळे मक्तेदारी बाजारात नवीन उद्योगसंस्थांना प्रवेश करता येत नाही. तसेच मक्तेदार वाईट मार्गाचा अवलंब करून स्पर्धकांना बाजारात प्रवेश करू देत नाही.

६) पुरवठ्यावर नियंत्रण :

मक्तेदाराचे वस्तूच्या पुरवठ्यावर नियंत्रण असते. कारण तो तयार करत असलेल्या वस्तूसारखी वस्तू अन्य उत्पादक तयार करत नसतात. त्यामुळे तयार केलेल्या उत्पादनापैकी बाजारात किती वस्तू विक्रीसाठी पाठवायच्या? म्हणजे किती वस्तूंचा पुरवठा करावयचा? याचा निर्णय मक्तेदारच घेत असतो. तो वस्तूचा पुरवठा कमी किंवा जास्त करू शकतो. यालाच वस्तूच्या पुरवठ्याचे नियंत्रण करणे असे म्हणतात.

७) किंमतकर्ता :

मक्तेदारीत मक्तेदार हा किंमतकर्ता (Price Maker) असतो. मक्तेदारीत वस्तूच्या किंमतीवर ग्राहकांचा प्रभाव नसतो. कारण मक्तेदार तयार करत असलेली वस्तू अन्यत्र मिळत नाही. ग्राहकांना मक्तेदाराकडूनच वस्तू खरेदी करावी लागते. तसेच मक्तेदाराचे वस्तूच्या पुरवठ्यावरही नियंत्रण असते. त्यामुळे वस्तूचा पुरवठा कमी करून तो किंमत वाढवू शकतो किंवा पुरवठ्यात वाढ करून तो किंमत करू शकतो. म्हणून मक्तेदाराला ‘किंमत

कर्ता' (Price Maker) असे म्हणतात. पूर्ण स्पर्धेतील उत्पादक असे करु शकत नाहीत. म्हणून पूर्ण स्पर्धेतील उत्पादकांना 'किंमत स्वीकारणारा' (Price Taker) असे म्हणतात.

८) नफ्याचे प्रमाण अधिक :

मक्तेदारीत मक्तेदाराला जास्तीत जास्त नफा मिळत असतो. मक्तेदारी बाजारात मक्तेदाराच्या वस्तूला पर्यायी वस्तू उपलब्ध नसते. त्यामुळे वस्तूच्या किंमतीत कमी किंवा जास्त असा बदल करून मक्तेदार मोठ्या प्रमाणात नफा कमावू शकतो. मक्तेदाराने वस्तूची किंमत कमी केली तर त्याच्या नफ्यात घट न होता नफ्यात उलट वाढच हाते. कारण वस्तूची किंमत कमी केल्याने मक्तेदाराच्या वस्तूच्या मागणीत मोठी वाढ होते. मागणीत वाढ झाल्याने खप वाढून नफ्यात सुद्धा वाढ होते. मक्तेदाराने आपल्या वस्तूची किंमत वाढवली तर त्याच्या नफ्यात वाढ होते. तसेच मक्तेदार वस्तूची कृत्रिम टंचाई निर्माण करून वस्तूची किंमत वाढवून अधिकाधिक नफा मिळवत असतो. अशा प्रकारे इतर स्पर्धेपेक्षा किंवा इतर बाजारापेक्षा मक्तेदारी बाजारात नफ्याचे प्रमाण अधिक असते.

९) जाहिरात खर्चाचा अभाव :

जाहिरात खर्चाचा अभाव हे मक्तेदारी बाजाराचे ठळक वैशिष्ट्य आहे. मक्तेदाराला आपल्या वस्तूची जाहिरात करावी लागत नाही. कारण त्याच्या वस्तूला जवळचा पर्याय असलेली वस्तूच बाजारात उपलब्ध नसते. त्यामुळे मक्तेदाराच्या वस्तूला स्पर्धा नसते. स्पर्धा नसल्याने त्याला आपल्या वस्तूची जाहिरात करावी लागत नाही.

१०) कमी लवचिक मागणी :

पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची मागणी संपूर्ण लवचिक असते. तर मक्तेदारीत वस्तूची मागणी कमी लवचिक असते. जरी मक्तेदार किंमत कर्ता असला तरी तो किंमत वाढवण्याऐवजी कमी करण्याचे धोरण अनुसरत असतो. कारण किंमत कमी केल्याने वस्तूची मागणी वाढते. मागणी वाढल्याने नफाही वाढतो. अशा प्रकारे मक्तेदार वस्तूची विक्री किंवा वस्तूचा खप वाढावा म्हणून किंमत कमी करत असतो. त्यामुळे मक्तेदारीत मागणीचा वक्र (सरासरी प्राप्तीचा वक्र) वरून खाली (डावीकडून उजवीकडे) उतरणारा असतो. म्हणून या मागणी वक्रास 'कमी लवचिक मागणी वक्र' असे म्हणतात.

११) मूल्यभेद (Price Discrimination) **:**

मूल्यभेद हे मक्तेदारी बाजाराचे ठळक वैशिष्ट्य आहे. मूल्यभेद करणे म्हणजे एकाच प्रकारची वस्तू वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या (कमी-जास्त) किंमतीला विकणे होय. मक्तेदार आपली वस्तू गरीबांच्या वस्तीमध्ये कमी किंमतीला विकतो. तर तीच वस्तू श्रीमंतांच्या वस्तीमध्ये जास्त किंमतीला विकतो. यालाच

मूल्यभेद करणे असे म्हणतात. जास्तीत जास्त नफा मिळवणे असा मूल्यभेदाचा उद्देश असतो. मूल्यभेद करुन मक्तेदार जास्तीत जास्त नफा मिळवत असतो. पूर्ण स्पर्धेत अनेक विक्रेते असतात. त्यामुळे पूर्ण स्पर्धेतील उत्पादकांना मूल्यभेद करता येत नाही. मक्तेदारी बाजारात एकच उत्पादक असल्याने तो मूल्यभेदाचे धोरण अवलंबू शकतो.

१२) सरासरी प्राप्तीपेक्षा सीमांत प्राप्तीत अधिक वेगाने घट :

मक्तेदारीत मक्तेदार जसजशी वस्तूची किंमत कमी करत जातो तसतशी सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती घटत जाते. परंतु सरासरी प्राप्तीपेक्षा सीमांत प्राप्तीत होणाऱ्या घटीचा वेग जास्त असतो. वस्तूची विक्री जसजशी वाढत जाते आणि किंमत घटत जाते तसतसे सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती या दोहोंमधील अंतर वाढत जाते. मक्तेदारीत सरासरी प्राप्तीपेक्षा सीमांत प्राप्तीमध्ये अधिक वेगाने घट होत असल्याने सीमांत प्राप्तीचा वक्र हा सरासरी प्राप्ती वक्राच्या खालच्या बाजूला येतो.

१३) तिरकस लवचिकता शून्य :

मक्तेदारी बाजारात मक्तेदाराच्या वस्तूची छेदक किंवा तिरकस लवचिकता शून्य असते. कारण मक्तेदाराच्या वस्तूला पर्यायी वस्तू बाजारात उपलब्ध नसते.

१४) बाजारपेठेचे ज्ञान :

बाजारपेठेचे ज्ञान म्हणजे वस्तूंच्या किंमती, वस्तूची मागणी, वस्तूचा पुरवठा इत्यादी बाबतचे ग्राहकांना व विक्रेत्यांना पूर्ण ज्ञान असणे होय. ग्राहकांना वस्तूच्या किंमतीची माहिती असणे म्हणजे बाजारपेठविषयक ज्ञान होय. पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात ग्राहकांना आणि विक्रेत्यांना बाजारपेठेचे पूर्ण ज्ञान असते. तसेच मक्तेदारीतही ग्राहक व विक्रेत्यांना बाजारपेठेची पूर्ण माहिती असते.

१५) जादा उत्पादनशक्ती :

मक्तेदारीत मक्तेदाराच्या उद्योगसंस्थेत जादा उत्पादन शक्ती असते. मक्तेदार संपूर्ण उत्पादन शक्तीचा वापर करत नाही. उदाहरणार्थ मक्तेदाराच्या उदयोगसंस्थेची दररोज १००० वस्तू तयार करण्याची क्षमता असेल आणि ८०० एवढ्याच वस्तू रोज तयार केल्या जात असतील तर याचा अर्थ त्या मक्तेदाराच्या उदयोगसंस्थेत जादा किंवा अतिरिक्त उत्पादन क्षमता आहे असा होतो. मक्तेदार सर्व उत्पादन शक्तीचा वापर करत नाही. तो वस्तूचे कमी उत्पादन करतो. त्यामुळे बाजारात वस्तूचा पुरवठाही कमी राहतो. पुरवठा कमी राहिल्याने मक्तेदाराच्या वस्तूला जास्त किंमत मिळते. जादा किंमत किंवा नफा मिळवणे यासाठी मक्तेदार संपूर्ण उत्पादन क्षमता वापरत नाही.

१६) उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य अल्प :

अल्प संतोषाधिक्य हे मक्तेदारी बाजाराचे ठळक वैशिष्ट्य आहे. मक्तेदारी बाजारात उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य अल्प असते. कारण मक्तेदाराचा उद्देश हा जास्तीत जास्त नफा मिळवणे हा असतो. त्यासाठी तो आपल्या वस्तूची किंमत जास्तच ठेवतो. त्यामुळे ग्राहकाला मक्तेदाराच्या वस्तूच्या खरेदीपासून कमी संतोषधिक्य (लाभाधिक्य) मिळते. बाजारात एकच उत्पादक (विक्रेता) असतो. त्याला स्पर्धकच नसल्याने/इतर उत्पादक नसल्याने मक्तेदार चढ्या किंमतीलाच वस्तू विकणे पसंत करतो. त्यामुळे उपभोक्त्यांना मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेपेक्षा कमी संतोषधिक्य मिळते.

सारांश : अशा प्रकारे मक्तेदारी बाजाराची ठळक वैशिष्ट्ये वरीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत. या वैशिष्ट्यावरून आपणास असे म्हणता येईल की, ज्या बाजारात एकच उत्पादक असतो, ज्याचे वस्तूच्या पुरवठ्यावर नियंत्रण असते, ज्याच्या वस्तूला जवळचा पर्याय असलेली वस्तू बाजारात उपलब्ध नसते अशा बाजाराला मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात. परंतु वरील वैशिष्ट्यांनी युक्त अशी शुद्ध किंवा पूर्ण मक्तेदारी प्रत्यक्षात वास्तवात तंतोतंत आढळत नाही. ज्याप्रमाणे प्रत्यक्ष व्यवहारात आपणास पूर्ण स्पर्धा आढळत नाही, त्याप्रमाणे मक्तेदारीचा बाजारही व्यवहारात फारसा आढळत नाही. कारण आज अनेक वस्तूंना पर्यायी वस्तू बाजारात उपलब्ध असल्याचे आपण अनुभवत आहोत.

२.२.४ मूल्यभेद – प्रकार आणि वर्गीकरण :

प्रास्ताविक :

मूल्यभेदास 'विभेदी मक्तेदारी' (Discriminating Monopoly) असे म्हणतात. तसेच मूल्यभेदास 'मक्तेदारीतील मूल्यभेद' (Price Discrimination under Monopoly) किंवा 'मूल्यभेदाची मक्तेदारी' (Price Discriminating Monopoly) असेही म्हणतात. मूल्यभेदास 'भेदक मक्तेदारी' किंवा 'मूल्यविभेद' असेही शब्द वापरले जातात.

अ) साधी मक्तेदारी (Simple monopoly) **:**

साध्या मक्तेदारीची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''जेंव्हा मक्तेदार आपली वस्तू किंवा सेवा सर्व प्रकारच्या ग्राहकांना सर्व प्रकारच्या बाजारपेठेत एकाच किंमतीला विकतो तेव्हा त्यास साधी मक्तेदारी असे म्हणतात.''

ब) मूल्यभेदाची मक्तेदारी (Price Discriminating Monopoly) **:**

मूल्यभेद किंवा मूल्यभेदाची मक्तेदारी कशास म्हणतात? ते खालील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

''जेंव्हा मक्तेदार आपली एकाच प्रकारची वस्तू किंवा सेवा वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या वेळी वेगवेगळ्या किंमतीला विकतो, तेंव्हा त्यास मूल्यभेद किंवा मूल्यभेदाची मक्तेदारी म्हणतात.''

''मक्तेदार जेंव्हा आपली वस्तू किंवा सेवा एकाच ठिकाणी किंवा वेगवेगळ्या ठिकाणी किंवा वेगवेगळ्या वेळी वेगवेगळ्या किंमतीला विकतो, तेंव्हा त्यास मूल्यभेद किंवा किंमत भेद असे म्हणतात.''

मूल्यभेद : अर्थ आणि स्पष्टीकरण :

मूल्यभेद म्हणजे वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतींना वस्तू विकणे होय. पूर्ण स्पर्धेत विक्रेत्यांना मूल्यभेद करता येत नाही. कारण पूर्ण स्पर्धेत असंख्य उत्पादक किंवा असंख्य विक्रेते असतात. त्यामुळे एखाद्या विक्रेत्याने किंमत वाढवली तर ग्राहक त्याच्याकडून वस्तू खरेदी करत नाहीत. मक्तेदारीतच फक्त मक्तेदाराला मूल्यभेद करता येतो. कारण मक्तेदारीत मक्तेदारी एकटाच विक्रेता असतो आणि त्याच्या वस्तूला पर्यायी वस्तू बाजारात नसते. मक्तेदार जी किंमत आकारेल त्या किंमतीला ग्राहकांना वस्तू खरेदी करावी लागते. त्याचा फायदा मक्तेदार घेतो. तो आपली वस्तू गरीब ग्राहकांना कमी किंमतीला विकतो आणि तीच वस्तू श्रीमंत ग्राहकांना जास्त किंमतीला विकतो. त्यामुळे मक्तेदाराला जास्तीत जास्त नफा होतो. साध्या मक्तेदारीपेक्षा मूल्यभेदाच्या मक्तेदारीत मक्तेदाराचा जास्त फायदा होतो. जास्तीत जास्त नफा मिळवण्यासाठीच मक्तेदार मूल्यभेद करत असतो. वस्तूचे सर्व नग एकजिनसी किंवा एकसारखे असूनही मक्तेदार निरनिराळ्या ग्राहकांकडून निरनिराळी किंमत वसूल करतो. म्हणून 'मूल्यभेद' हे मक्तेदारीचे ठळक वैशिष्ट्य मानले जाते.

मूल्यभेदाचे उदाहरण :

एका उदाहरणाच्या साहाय्याने आपणास मूल्यभेद ही संकल्पना स्पष्ट करून सांगता येईल. समजा 'क्ष' हा मक्तेदार प्लॅस्टिक खुर्चीचे उत्पादन करतो. ही खुर्ची तो कामगार वस्तीत २०० रुपयास विकत असेल आणि तीच खुर्ची तो श्रीमंत वस्तीमध्ये २५० रुपयास विकत असेल तर त्यास मूल्यभेद असे म्हणतात. अशा प्रकारे मूल्यभेद हा मक्तेदारीतच करता येतो. काही ग्राहक त्याच्या वस्तूला किंवा सेवेला जादा किंमत देण्यास तयार होतात. कारण मक्तेदार जी वस्तू व सेवा तयार करत असतो तशी वस्तू किंवा सेवा दुसरीकडे विकत मिळत नाही. त्यामुळे ती वस्तू व सेवा मिळवण्यासाठी ग्राहकांना जादा किंमत मोजावीच लागते.

मूल्यभेदाचे प्रकार :

मक्तेदार खालील विविध प्रकारे मूल्यभेद करतो.

१) व्यक्तीनुसार मूल्यभेदः-

मक्तेदार आपली एकाच प्रकारची वस्तू वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतीना विकत असेल तर त्यास 'व्यक्तीनुसार मूल्यभेद' असे म्हणतात. ग्राहकांची आर्थिक परिस्थिती आणि वस्तूची गरज विचारात घेऊन मक्तेदार अशा प्रकारचा मूल्यभेद करतो. ज्या व्यक्तींची (ग्राहकांची) आर्थिक स्थिती चांगली असते त्यांच्याकडून मक्तेदार जादा किंमत घेतो आणि आर्थिक स्थिती चांगली नसणाऱ्यांकडून थोडी कमी किंमत घेतो. त्यास व्यक्तिपरत्वे मूल्यभेद असे म्हणतात. जास्तीत जास्त नफा मिळवण्यासाठी मक्तेदार ग्राहकांचे १) गरीब ग्राहक २) मध्यम वर्गीय ग्राहक ३) श्रीमंत ग्राहक असे तीन प्रकार पाडतात. आणि एकच वस्तू तीन वेगवेगळ्या किंमतींना विकतात. श्रीमंतांना थोडी जास्त किंमत आकारली जाते. मध्यमवर्गीय ग्राहकांना श्रीमंतापेक्षा कमी आणि गरीबांना त्यापेक्षा कमी किंमत आकारून मक्तेदार आपल्या वस्तू विकतो. याला व्यक्तीनुसार मूल्यभेद असे म्हणतात. या प्रकारच्या मूल्यभेदामूळे वस्तूचा खपही वाढतो आणि नफाही वाढतो.

२) स्थानानुसार मूल्यभेद :

जेंव्हा मक्तेदार आपली वस्तू वेगवेगळ्या ठिकाणी वेगवेगळ्या किंमतीना विकतो, तेंव्हा त्यास स्थानानुसार मूल्यभेद असे म्हणतात. उदाहरणार्थ खेड्यात बहुसंख्य लोक कमी उत्पन्न गटातील असतात. म्हणून मक्तेदार खेड्यात कमी किंमतीला वस्तू विकतो. तर तीच वस्तू मोठ्या शहरात तो जास्त किंमतीला विकतो. कारण मोठ्या शहरात श्रीमंत ग्राहक संख्येने जास्त असतात. अशा प्रकारे खेड्यात आणि शहरात एकच वस्तू वेगवेगळ्या किंमतीला विकणे म्हणजे स्थानानुसार मूल्यभेद होय. तसेच मक्तेदार जेव्हा स्वदेशात जास्त किंमतीला वस्तू विकतो आणि विदेशात तीच वस्तू कमी किंमतीला विकतो. तेंव्हा त्यास स्थानानुसार किंवा ठिकाणानुसार मूल्यभेद असे म्हणतात.

३) उपयोगानुसार मूल्यभेद :

एकाच वस्तूचा किंवा सेवेचा वेगवेगळा उपयोग केला जातो. उदाहरणार्थ वीजेचा वापर घरगुती प्रकाशासाठी, कारखान्यासाठी आणि शेतीसाठी केला जातो. पण वीज उत्पादनाची मक्तेदारी असलेले सरकार वीजेची एकच किंमत आकारत नाही. सरकारचे घरगुती वापराच्या वीजेचे दर, कारखान्यासाठीच्या आणि शेतीसाठीच्या वीजेचे दर वेगवेगळे असतात. यालाच उपयोगानुसार किंवा व्यवसायानुसार मूल्यभेद असे म्हणतात.

४) कालानुसार मूल्यभेद :

मक्तेदार जेंव्हा एकाच प्रकारची वस्तू किंवा सेवा वेगवेगळ्या काळात किंवा वेगवेगळ्या वेळी वेगवेगळ्या किंमतींना विकतो, तेंव्हा त्यास कालानुसार मूल्यभेद असे म्हणतात. उदाहरणार्थ काही सेवांचे दर दिवसा वेगळे

असतात आणि रात्री वेगळे असतात. दिवसा बसच्या तिकिटाचे दर कमी असतात. तर रात्री बसच्या तिकिटांचे दर जास्त असतात. स्वेटर, छत्री, रेनकोट या वस्तूंच्या किंमती उन्हाळ्यात, थंडीत, पावसाळ्यात, वेगवेगळ्या आकारल्या जातात. उन्हाळ्यात छत्री स्वस्त असते. तर पावसाळ्यात महाग असते. थंडीच्या काळात स्वेटरची किंमत जास्त असते. तर उर्वरित काळात स्वेटरच्या किंमती कमी असतात. अशा प्रकारे एकच वस्तू किंवा सेवा वेगवेगळ्या ऋतूत मक्तेदारांकडून वेगवेगळ्या किंमतीला विकली जाते. म्हणून त्यास काळानुसार मूल्यभेद असे म्हणतात.

५) लिंगभेदानुसार मूल्यभेद :

पुरुष ग्राहक आणि स्त्री ग्राहक असे ग्राहकांचे दोन प्रकार असतात. मक्तेदार जेंव्हा आपली वस्तू किंवा सेवा पुरुष आणि स्त्री ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतींना विकतो, तेंव्हा त्यास लिंगभेदानुसार मूल्यभेद असे म्हणतात.

६) वयानुसार मूल्यभेद :

बाल ग्राहक, तरुण ग्राहक, प्रौढ ग्राहक, वृद्ध ग्राहक असे वयानुसार ग्राहकांचे वेगवेगळे प्रकार पडतात. मक्तेदार जेंव्हा वेगवेगळ्या वयोगटातील ग्राहकांकडून वेगवेगळी किंमत वसूल करतो, तेंव्हा त्यास वयानुसार मूल्यभेद असे म्हणतात.

७) खरेदीनुसार मूल्यभेद :

ग्राहक जर घाऊक किंवा मोठ्या प्रमाणावर वस्तूची खरेदी करत असतील तर मक्तेदाराचा फायदा होतो. म्हणून अशा ग्राहकांना मक्तेदार कमी किंमतीला वस्तू पुरवतो. आणि जे ग्राहक किरकोळ किंवा कमी प्रमाणात वस्तूची खरेदी करतात, त्यांना जादा किंमतीला वस्तू विकली जाते. अशा प्रकारे घाऊक ग्राहकांना कमी किंमतीला आणि किरकोळ ग्राहकांना जास्त किंमतीला मक्तेदारांकडून वस्तू विकली जाते. म्हणून या प्रकारच्या मूल्यभेदास खरेदीनुसार मूल्यभेद असे म्हणतात.

८) सेवेनुसार मूल्यभेद :

मक्तेदार सेवांच्या दर्जानुसार सेवांचे मूल्य कमी जास्त आकारतो तेंव्हा अशा प्रकारच्या मूल्यभेदास सेवेनुसार मूल्यभेद असे म्हणतात. मक्तेदार जेंव्हा चांगल्या सेवांसाठी जास्त दर आकारतो आणि कमी दर्जाच्या सेवांसाठी कमी दर आकारतो तेंव्हा त्यास सेवेनुसर मूल्यभेद असे म्हणतात. उदाहरणार्थ महाराष्ट्र शासन मोटार वाहतूक सेवा पुरवते. परंतु आराम बससाठी प्रवास भाडे जास्त आकारते. तर साध्या गाडीसाठी प्रवास भाडे कमी आकारते. रेल्वे वाहतूकीत केंद्र सरकारची मक्तेदारी आहे. सरकार वातानुकूलित डब्यातून प्रवास करणाऱ्यांकडून जादा पैसे

घेते. आणि द्वितीय वर्गाच्या डब्यातून प्रवास करणाऱ्यांकडून कमी पैसे घेते. जलद रेल्वेचे तिकिटाचे दर जास्त असतात. आणि साध्या व भरपूर थांबे (Stop) असणाऱ्या रेल्वेचे तिकिटाचे दर कमी असतात. अशा प्रकारे चांगल्या सेवा पुरवल्याबदल ग्राहकांकडून जास्त मोबदला घेणे आणि कमी दर्जाच्या, हलक्या सेवांचा कमी मोबदला घेतला जाणे याला सेवेनुसार मूल्यभेद असे म्हणतात. अशा प्रकारचा मूल्यभेद करुन मक्तेदार जास्तीत जास्त नफा मिळवतो.

सारांश : अशा प्रकारे मूल्यभेदाचे ठळक प्रकार वरीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत. मूल्यभेदाचे वेगवेगळे प्रकार अवलंबून मक्तेदार जास्तीत जास्त नफा मिळवण्याचे उद्दिष्ट पूर्ण करतो. अधिकाधिक नफा मिळवण्यासाठीच मूल्यभेदाचे धोरण मक्तेदार अनुसरत असतो.

मूल्यभेदाच्या श्रेणी किंवा मूल्यभेदाचे वर्गीकरण :

प्रा. ए. सी. पिगू यांनी मूल्यभेदाच्या खालील तीन श्रेणी सांगितल्या आहेत. यालाच मूल्यभेदाचे वर्गीकरण असेही म्हणतात.

१) पहिल्या श्रेणीचा मूल्यभेद :

मक्तेदार आपली वस्तू किंवा सेवा वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतीला विकतो, तेंव्हा त्यास प्रथम श्रेणीचा मूल्यभेद असे म्हणतात. यामध्ये मक्तेदाराचा मोठा फायदा होतो. परंतु ग्राहकांचे मात्र आर्थिक शोषण होते.

२) द्वितीय श्रेणीचा मूल्यभेद :

मक्तेदार जेंव्हा ग्राहकांचे निरनिराळे गट पाडून आपली एकाच प्रकारची वस्तू प्रत्येक गटाला निरनिराळ्या किंमतीला विकतो, तेंव्हा त्यास द्वितीय श्रेणीचा मूल्यभेद असे म्हणतात.

३) तृतीय श्रेणीचा मूल्यभेद :

मक्तेदार विविध बाजारपेठेत आपल्या वस्तू व सेवांची विक्री करत असतो. मक्तेदार जेव्हा आपली एकाच प्रकारची वस्तू किंवा सेवा वेगवेगळ्या बाजारात वेगवेगळया किंमतींना विकतो, तेव्हा त्यास तृतीय श्रेणीचा मूल्यभेद असे म्हणतात.

२.२.५ मूल्यभेदाच्या अटी (Conditons for Price Discrimination) :

(मूल्यभेद करणे केंव्हा शक्य असते? मूल्यभेद करणे केंव्हा फायदेशीर असते?)

जास्तीत जास्त नफा मिळवण्यासाठी मक्तेदार मूल्यभेद करत असतो. मूल्यभेद करणे शक्य व्हावे आणि मूल्यभेद फायदेशीर व्हावा यासाठी खालील अटींची पूर्तता व्हावी लागते.

१) पूर्ण मक्तेदारी :

मूल्यभेदासाठी अत्यंत आवश्यक अट म्हणजे बाजार मक्तेदारीचा असला पाहिजे. पूर्ण मक्तेदारीचा किंवा एकाधिकाराचा बाजार असेल तरच मूल्यभेद करता येतो. थोडक्यात मक्तेदारीतच मूल्यभेद करता येतो. कारण मक्तेदारीत एकच विक्रेता असतो. म्हणून तो आपल्या वस्तूची किंमत कमी जास्त करु शकतो. किंवा एकच वस्तू वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतीला विकू शकतो. मक्तेदाराच्या वस्तूला पर्यायी वस्तू किंवा सेवा बाजारात उपलब्ध नसते. ग्राहकांना त्याच्यांकडूनच वस्तू किंवा सेवा विकत घ्यावी लागते. त्यामुळे मक्तेदाराला वस्तू व सेवा वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतींना विकणे शक्य होते. म्हणजेच त्याला मूल्यभेद करणे शक्य होते. मक्तेदारीत स्पर्धाच नसते. पूर्ण स्पर्धेत स्पर्धा असते. त्यामुळे पूर्ण स्पर्धेत मूल्यभेद करता येत नाही. परंतु मक्तेदारीत एकच विक्रेता असल्याने मूल्यभेद करता येतो व तो फायदेशीरही ठरतो. अशा प्रकारे मक्तेदारीची पहिली अट म्हणजे बाजार मक्तेदारीचा असला पाहिजे.

२) वस्तू किंवा सेवेबद्ल गैरसमज असणे आवश्यक :

जी वस्तू व सेवा जास्त किंमतीला विकली जाते ती चांगली असते असा ग्राहकांचा गैरसमज असतो. त्याचा फायदा मक्तेदार घेतो आणि जादा किंमत आकारुन वस्तू व सेवा ग्राहकांना विकतो. मक्तेदार आपली वस्तू व सेवा श्रीमंत ग्राहकांना जास्त किंमतीला सहज विकू शकतात. कारण जादा किंमतीची वस्तू व सेवा विकत घेणे श्रीमंतांना आवडते. त्यांना ते प्रतिष्ठेचे वाटते. श्रीमंतांना कमी किंमतीची वस्तू विकत घेणे कमीपणाचे वाटत असते. अशा गैरसमजामुळे मक्तेदार श्रीमंत ग्राहकांना आपली वस्तू जादा किंमतीला विकू शकतो आणि गरीब ग्राहकांना तीच वस्तू कमी किंमतीला विकू शकतो. आणि प्रचंड नफा मिळवू शकतो.

३) बाजारपेठविषयक अज्ञान :

मूल्यभेदाची आणखी एक महत्त्वाची अट म्हणजे ग्राहक बाजारपेठेविषयी (वस्तूंच्या किंमतीविषयी) अज्ञानी असले पाहिजेत. ग्राहक वस्तू व सेवांच्या किंमतीविषयी अज्ञानी असतील तरच मक्तेदाराला मूल्यभेद करणे शक्य होते. मक्तेदार आपली वस्तू कोणत्या बाजारात कोणत्या किंमतीला विकतो याची ग्राहकांना माहिती असता कामा नये. तरच मक्तेदाराला आपली एकाच प्रकारची वस्तू किंवा सेवा वेगवेगळ्या बाजारात वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतीला विकता येईल. म्हणजेच मूल्यभेद करता येईल.

४) ग्राहकांचे वेगवेगळे गट पाडता येणे आवश्यक :

मक्तेदाराला गरीब ग्राहक आणि श्रीमंत ग्राहक असे ग्राहकांचे निरनिराळे गट पाडता आले तरच मूल्यभेद शक्य होतो. गरीब ग्राहकांची वस्तूची मागणी लवचिक असते. त्यामुळे किंमतीत वाढ केली तर त्यांची वस्तूंची मागणी कमी होते. याउलट श्रीमंत ग्राहकांची वस्तूची मागणी कमी लवचिक असते. किंमतीत वाढ केली किंवा जादा किंमतीला त्यांना वस्तू विकण्याचे धोरण स्वीकारले तरी त्यांची वस्तूची मागणी कमी होत नाही. म्हणून मक्तेदाराला गरीब ग्राहक आणि श्रीमंत ग्राहक अशी वर्गवारी करता आली पाहिजे. अशी वर्गवारी करता आली तरच तो श्रीमंत ग्राहकांना अधिक किंमतीला वस्तू विकू शकेल आणि गरीब ग्राहकांना कमी किंमतीला वस्तू विकू शकेल. थोडक्यात मूल्यभेद शक्य आणि फायदेशीर व्हावा यासाठी मक्तेदाराला वर स्पष्ट केल्याप्रमाणे ग्राहकांचे वेगवेगळे गट पाडता आले पाहिजेत.

५) दोन बाजारपेठातील अंतर जास्त असणे आवश्यक :

मक्तेदार आपली एकाच प्रकारची वस्तू दोन बाजारपेठेत वेगवेगळ्या किंमतींना विकत असतो. जेथे गरीब लोक किंवा कामगार लोक मोठ्या प्रमाणात वास्तव्यास असतात अशा ठिकाणी (अशा बाजारात) तो आपली वस्तू कमी किंमतीला विकतो आणि ज्या ठिकाणी श्रीमंत किंवा उच्चभ्रू लोक वास्तव्यास असतात, अशा ठिकाणी (अशा बाजारात) तीच वस्तू तो जादा किंमतीला विकतो. हे शक्य व्हावे यासाठी या दोन बाजारपेठा (कामगार वस्ती आणि श्रीमंतांची कॉलनी) दूर अंतरावर असल्या पाहिजेत. दोन्ही बाजारपेठा जवळ जवळ असतील तर मक्तेदाराला मूल्यभेद करता येणार नाही. कारण स्वस्त बाजारातील वस्तू महाग बाजारात जातील. लोक स्वस्त बाजारात (कामगार वस्तीतील बाजारात) कमी किंमतीला वस्तू खरेदी करतील आणि ती महाग बाजारात (श्रीमंत वस्तीत) विकतील. त्यामुळे मक्तेदाराला श्रीमंत वस्तीत जादा किंमतीला वस्तू विकता येणार नाही. म्हणजेच मूल्यभेद करता येणार नाही. म्हणून मक्तेदाराला मूल्यभेद शक्य आणि फायदेशीर व्हावा यासाठी दोन बाजारपेठेतील अंतर मोठे असले पाहिजे.

६) कायद्याचा पाठिंबा आवश्यक :

मक्तेदार आपली एकाच प्रकारची वस्तू किंवा सेवा वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतीला विकत असतो. यालाच मूल्यभेद असे म्हणतात. परंतु अशा प्रकारचा मूल्यभेद करणे शक्य व्हावे यासाठी मक्तेदाराला कायद्याचे पाठबळ असावे लागते. कायद्याचे पाठबळ नसेल तर मक्तेदार मूल्यभेद करू शकत नाही.

७) मागणीचे स्थलांतर होता कामा नये :

मूल्यभेद शक्य आणि फायदेशीर व्हावा यासाठी आवश्यक अट म्हणजे मागणीचे स्थलांतर होता कामा नये. मक्तेदार एका बाजारात आपली वस्तू कमी किंमतीला विकतो आणि दुसऱ्या बाजारात तीच वस्तू जादा किंमतीला विकतो. ज्या बाजारात जादा किंमतीला वस्तू विकली जाते, त्या बाजारातील ग्राहक कमी किंमत

असलेल्या बाजारात जाऊन वस्तू खरेदी करु लागले तर मक्तेदाराला मूल्यभेद करता येणार नाही. म्हणून मक्तेदाराला मूल्यभेद तेंव्हाच शक्य आणि फायदेशीर असतो जेंव्हा जादा किंमत असलेल्या बाजारातील ग्राहक कमी किंमत असलेल्या बाजारात जाऊन वस्तूची खरेदी करत नाहीत.

८) मूल्यभेदाचा खर्च कमी असणे आवश्यक :

मूल्यभेद करण्यासाठी मक्तेदाराला निरनिराळ्या बाजारपेठा शोधाव्या लागतात. श्रीमंत ग्राहक, मध्यम वर्गीय ग्राहक आणि गरीब ग्राहक अशी ग्राहकांची वर्गवारी करावी लागते. त्यासाठी खर्च करावा लागतो. हा खर्च कमीत कमी असेल तरच मूल्यभेद शक्य होतो आणि फायदेशीर होतो. मूल्यभेद केल्यामुळे जो फायदा मिळतो, त्यापेक्षा मूल्यभेदाचा खर्च कमी असला पहिजे.

सारांश : अशा प्रकारे वरील परिस्थिती असेल तरच मक्तेदाराला मूल्यभेद करणे शक्य होते. मूल्यभेद करणे शक्य व्हावे यासाठी वरील अटी आवश्यक मानल्या जातात. या अटींची पूर्तता झाली तरच मूल्यभेद शक्य आणि फायदेशीर होतो.

२.२.६ मूल्यभेदाचे फायदे/मूल्यभेदाचे समर्थन :

मूल्यभेद समर्थनीय असतो का? असा एक प्रश्न विचारला जातो. कारण जास्तीत जास्त नफा मिळवणे हा मूल्यभेद करण्यामागचा मक्तेदाराचा प्रमुख उद्देश असतो. मूल्यभेद केल्यामुळे मक्तेदाराला अधिक नफा मिळतो. काही वस्तू व सेवांच्या बाबतीत जशी खाजगी उत्पादकांची मक्तेदारी असते तशी सरकारची सुद्धा मक्तेदारी असते. मूल्यभेद करून सरकार व खाजगी मक्तेदार अधिक नफा मिळवतात. हा मूल्यभेदाचा एक फायदा आहे. परंतु हाच केवळ मूल्यभेदाचा फायदा नाही. मूल्यभेदाचे इतरही काही फायदे किंवा परिणाम दिसून येतात. मूल्यभेदाचा मक्तेदाराला जसा फायदा होतो तसा समाजातील इतर घटकांनाही फायदा होत असतो. म्हणून मूल्यभेद समर्थनीय मानला जातो. खालील कारणासाठी मूल्यभेदाचे समर्थन केले जाते.

१) गरीबांना लाभदायक :

गरीबांची खरेदीशक्ती कमी असते. म्हणून मक्तेदार गरीबांना आपल्या वस्तू आणि सेवा कमी किंमतीला पुरवत असतो. श्रीमंतांचे उत्पन्न जास्त असते. श्रीमंत जास्त दराने वस्तू व सेवा विकत घेऊ शकतात. परंतु गरीबांना ते शक्य होत नाही. गरीबांनीसुद्धा आपल्या वस्तू व सेवा विकत घ्याव्यात यासाठी मक्तेदार मूल्यभेद करतो. म्हणजे गरीबांना कमी किंमतीला वस्तू विकतो आणि तीच वस्तू श्रीमंतांना जास्त किंमतीला विकतो. यामुळे म्हणजे अशा प्रकारच्या मूल्यभेदामूळे मक्तेदाराचाही फायदा होतो आणि गरीबांचाही फायदा होतो. मक्तेदारांकडून (खाजगी मक्तेदार व सरकार यांच्याकडून) गरीबांना कमी दरात वस्तू व सेवा मिळतात. हा मूल्यभेदाचा एक फायदा आहे. म्हणून मूल्यभेद समर्थनीय मानला जातो.

२) उत्पादनात वाढ :

मूल्यभेदाचा आणखी एक फायदा म्हणजे मूल्यभेदामुळे वस्तू व सेवांच्या उत्पादनात वाढ घडून येते. मूल्यभेद म्हणजे वेगवेगळया ग्राहकांना वेगवेगळया किंमतींना वस्तू व सेंवांची विक्री करणे होय. मक्तेदार आपली वस्तू समाजातील काही ग्राहकांना कमी किंमतीला विकतात आणि तीच वस्तू काही ग्राहकांना जास्त किंमतीला विकतात. ज्यांना वस्तू व सेवा कमी किंमतीला विकल्या जातात, त्यांच्याकडून वस्तूला मागणी वाढते. कारण किंमत कमी झाली की वस्तूची मागणी वाढते आणि किंमत वाढली की वस्तूची मागणी कमी होते, हा मागणीचा नियम आहे. अशा प्रकारे मक्तेदार ज्यांच्याकडून वस्तू व सेवा यांची कमी किंमत घेतो, त्यांच्याकडून वस्तू व सेवांना मागणी वाढते. त्यामुळे मक्तेदार त्या वस्तू व सेवांचे अधिक उत्पादन करतात. लोकांची वस्तू व सेवांची वाढती मागणी पूर्ण करण्यासाठी उत्पादन वाढ करावी लागते. अशा प्रकारे मूल्यभेदामूळे मक्तेदाराच्या उत्पादनात वाढ होऊन देशाच्या एकूण उत्पादनात सुद्धा वाढ होते. हा मूल्यभेदाचा एक फायदा आहे. केवळ नफा मिळवणे हा मूल्यभेद करण्यामागचा मक्तेदाराचा उद्देश नसतो. वस्तूचा खप वाढावा हा सुद्धा उद्देश असतो. अशा प्रकारे मूल्यभेदामुळे वस्तूच्या मागणीत आणि उत्पादनात वाढ घडून येते. म्हणून मूल्यभेद करणे समर्थनीय मानले जाते.

३) सार्वजनिक उपयुक्ततेच्या सेवांचा लाभ गरीबांना घेणे शक्य :

मूल्यभेदाचा आणखी एक फायदा म्हणजे मूल्यभेदामुळे सार्वजनिक उपयुक्ततेच्या सेवांचा लाभ गरीबांना घेता येतो. वीज, पाणी, वाहतूक या सेवा प्रामुख्याने सरकारकडून पुरवल्या जातात. या सेवांच्या निर्मितीबाबत सरकारची मक्तेदारी आढळून येते. सरकार मूल्यभेद करुन या सेवांचा लाभ समाजातील सर्व लोकांना देते. म्हणजे सरकार गरीबांना वीज, पाणी, प्रवाशी वाहतूक या सेवा कमी दरात पुरवते. त्यामुळे गरीबांना या सेवांचा लाभ घेता येतो. गरीबांना या सार्वजनिक सेवा कमी दरात पुरवल्यामुळे जे नुकसान होते ते नुकसान श्रीमंतांना जादा दराने सेवा पुरवून भरुन काढले जाते. अशा प्रकारे मूल्यभेदाच्या धोरणामुळे वीज, पाणी, वाहतूक, स्वयंपाकाचा गॅस, शिक्षण या सार्वजनिक उपयुक्ततेच्या सेवांचा लाभ समाजातील गरीब लोक सुद्धा घेऊ शकतात. त्यांना या सुविधापासून वंचित रहावे लागत नाही. म्हणून मूल्यभेदाचे समर्थन कले जाते.

४) परकीय बाजारपेठा काबीज करणे शक्य :

मूल्यभेदाचा आणखी एक फायदा म्हणजे मूल्यभेदाच्या धोरणामुळे खाजगी मक्तेदार आणि सरकारला विदेशी बाजारपेठा काबीज करता येतात. जगातील अनेक देश वस्तू व सेवा विकत असतात. त्यामुळे विदेशी वस्तूशी स्पर्धा करावी लागते. विदेशी बाजारपेठ मिळवणे व ती टिकवणे हे सोपे काम नसते. त्यासाठी विदेशात कमी किंमतीला वस्तू विकावी लागते. म्हणून मक्तेदार आपली वस्तू स्वदेशात जास्त किंमतीला विकतो आणि तीच वस्तू परदेशात कमी किंमतीला विकतो. यामुळे विदेशातून वस्तूला मागणी वाढते. मागणी वाढल्याने

निर्यातीत सुद्धा वाढ घडून येते. अशा प्रकारे मूल्यभेदामुळे (विदेशात कमी किंमतीला आणि परदेशात जास्त किंमतीला वस्तू विकण्याच्या धोरणामुळे) विदेशी बाजारपेठेत मक्तेदाराला प्रवेश करता येतो. विदेशी बाजारपेठा काबीज केल्या की हळूहळू मक्तेदार वस्तूंच्या किंमती वाढवतो आणि जास्तीत जास्त नफा मिळवतो. विदेशी बाजारपेठा काबीज केल्यानंतर वस्तूंच्या किंमतीत थोडी वाढ केली तरी विदेशी ग्राहक वस्तूंची मागणी कमी करत नाहीत. कारण त्यांना मक्तेदाराच्या वस्तूचा व सेवांचा परिचय झालेला असतो. वस्तू व सेवांचे आकर्षण आणि गोडी वाढलेली असते. त्यामुळे जरी कालांतराने किंमतीत वाढ केली तरी विदेशी बाजारपेठेतील वस्तूची मागणी घटत नाही. अशा प्रकारे मूल्यभेदामुळे विदेशी बाजारपेठा काबीज करता येतात. हा मूल्यभेदाचा एक फायदा आहे. म्हणून मूल्यभेदाचे समर्थन केले जाते.

५) विशेष तज्ञांच्या सेवा गरजूंना उपलब्ध :

मूल्यभेदाचा आणखी एक फायदा म्हणजे समाजातील गोरगरीब किंवा गरजू लोकांना विशेष तज्ञांच्या सेवा कमी किंमतीत उपलब्ध होतात. उदाहरणार्थ काही डॉक्टर शस्त्रक्रिया करण्यात (ऑपरेशन्स करण्यात) तज्ञ किंवा कुशल असतात. एखादया डॉक्टरचा अवघडात अवघड शस्त्रक्रिया करण्यात हातखंडा असतो. त्याचा हात कुणी धरू शकत नाही. असा कुशल, तज्ञ डॉक्टर मूल्यभेद करून आपल्या सेवा देत असेल तर त्याच्या सेवेचा गरीब, गरजूंना फायदा होतो. विशेष तज्ञ व्यक्ती जर गरीब पेशंटकडून शस्त्रक्रियेसाठी कमी फी घेत असतील तर त्यांच्या या मूल्यभेदाचा गरीबांना लाभ होतो. थोडक्यात मूल्यभेदामुळे डॉक्टर सारख्या विशेष तज्ञांच्या सेवा गरजू रुग्णांना कमी दरात मिळून त्यांचा फायदा होतो. म्हणून अशा प्रकारचा मूल्यभेद समर्थनीय मानला जातो.

६) समाजहिताच्या दृष्टीने योग्य :

मूल्यभेद समाजहिताच्या दृष्टीने योग्य मानला जातो. समाजात गरीब, मध्यमवर्गीय आणि श्रीमंत असे तीन प्रकारचे लोक असतात. वस्तू व सेवांसाठी सर्वांकडून सारखीच किंमत घेतली तर गरीब व मध्यमवर्गीयांचे नुकसान होते. त्यांना पुरेशा प्रमाणात वस्तू व सेवांचा लाभ घेता येत नाही. म्हणून श्रीमंत ग्राहकांपेक्षा गरीब व मध्यमवर्गीय ग्राहकांकडून वस्तू व सेवांची किंमत कमीच आकारणे योग्य ठरते. मूल्यभेदामुळे ते शक्य होते. श्रीमंतांचे उत्पन्न आणि त्यांची खरेदीशक्ती जास्त असल्यामुळे श्रीमंत लोक जास्त किंमत देण्यास तयार असतात. आणि गरीबांना कमी किंमतीत वस्तू व सेवा पुरवल्याबद्दल ते तक्रार करत नाहीत. त्यामुळे गरीबांचे हित होते. थोडक्यात, मूल्यभेदामुळे समाजहित साध्य होते. समाजात मोठया संख्येने असलेल्या गरीब व मध्यमवर्गीय ग्राहकांना मूल्यभेदाचा फायदा होत असल्याने मूल्यभेद समर्थनीय मानला जातो.

७) ग्रामीण विकास :

मूल्यभेदाचा आणखी एक फायदा म्हणजे मक्तेदारांच्या मूल्यभेदाच्या धोरणामुळे ग्रामीण विकासात वाढ घडून येते. भारतासारख्या देशात ६५ टक्क्यापेक्षा अधिक लोक (ग्राहक) ग्रामीण भागात वास्वव्य करत

असतात. मूल्यभेदाच्या धोरणामुळे त्यांना विविध वस्तू व सेवा कमी किंमतीत उपलब्ध होतात. वीज, पाणी, शिक्षण, आरोग्य, वाहतूक या सेवा मक्तेदारांकडून (सरकारकडून) ग्रामीण भागातील जनतेला कमी दरात उपलब्ध होतात. त्यामुळे ग्रामीण भागात या सेवांचा उपभोग वाढून ग्रामीण विकासाला चालना मिळते. हा मूल्यभेदाचा महत्वाचा फायदा आहे. म्हणून मूल्यभेद समर्थनीय मानला जातो.

८) श्रीमंतांनाही लाभदायक :

मूल्यभेद श्रीमंतांनाही लाभदायक असतो. गरीबांना कमी किंमतीला वस्तू विकणे आणि श्रीमंतांना जास्त किंमतीला वस्तू विकणे याला मूल्यभेद असे म्हणतात. मूल्यभेदाच्या धोरणामूळे श्रीमंतांना जरी वस्तू व सेवेबद्दल जास्त पैसे द्यावे लागत असले तरी त्यांचे नुकसान होत नाही. त्यांचे उत्पन्न जास्त असल्याने किंमत वाढीची फारशी झळ त्यांना बसत नाही. जास्त पैसे द्यावे लागत असले तरी मक्तेदाराच्या वस्तू व सेवांचा पूरेपूर उपभोग त्यांना घेता येतो. वस्तू व सेवापासून त्यांना वंचित रहावे लागत नाही. अशा प्रकारे मूल्यभेदामूळे श्रीमंताकडून जरी जास्त पैसे वसूल केले जात असले तरी श्रीमंतांचे नुकसान होत नाही. म्हणून मूल्यभेद समर्थनीय मानला जातो.

९) रोजगारात वाढ :

मूल्यभेदाचा आणखी एक फायदा म्हणजे मूल्यभेदामुळे देशातील एकूण रोजगार पातळीत वाढ होते. कारण मक्तेदाराकडून मोठया संख्येने असलेल्या गरीब आणि मध्यमवर्गीय ग्राहकांना कमी किंमतीत वस्तू व सेवा पुरवल्या जातात. त्यामुळे या वस्तू व सेवांच्या मागणीत मोठी वाढ घडून येते. मागणीत वाढ झाल्याने वाढती मागणी पूर्ण करण्यासाठी मक्तेदारांना (उत्पादकांना) वस्तू व सेवांच्या उत्पादनात वाढ घडवून आणावी लागते. त्यासाठी ते उत्पादन घटकांची अधिक मागणी करतात. अधिक उत्पादन करण्यासाठी मक्तेदारांकडून भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन यांना मागणी वाढते. त्यामुळे उत्पादन घटकांचा रोजगार वाढतो. अशा प्रकारे मूल्यभेदाच्या धोरणामुळे देशातील बेरोजगारी कमी होते. रोजगार पातळी वाढते. त्यामुळे मूल्यभेद समर्थनीय मानला जातो.

१०) उपभोक्त्यांच्या संतोषधिक्यात वाढ :

ज्यावेळी ग्राहकांना मनात कल्पिलेल्या किंमतीपेक्षा कमी किंमतीला वस्तू मिळते तेंव्हा उपभोक्त्यांना (ग्राहकांना) जो फायदा झाल्यासारखे वाटते त्या फायद्यास उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य असे म्हणतात. वस्तूच्या खरेदी व्यवहारापासून होणारा आर्थिक फायदा म्हणजे ग्राहकाचे संतोषाधिक्य होय. असे संतोषाधिक्य मूल्यभेदामुळे मिळते. मक्तेदार श्रीमंत ग्राहकांपेक्षा गरीब ग्राहकांना कमी किंमतीला वस्तू विकतो. त्यामुळे गरीब ग्राहकांना संतोष होतो. अशा प्रकारे मूल्यभेदामुळे उपभोक्त्यांना संतोषाधिक्य प्राप्त होते. म्हणून मूल्यभेदाचे समर्थन केले जाते.

११) आर्थिक विषमता कमी होण्यास मदत :

मूल्यभेदाचा आणखी एक फायदा म्हणजे मूल्यभेदाच्या धोरणामुळे देशातील आर्थिक विषमता कमी होण्यास मदत होते. गरीब व श्रीमंत ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतींना वस्तू विकणे म्हणजे मूल्यभेद होय. गरीबांना कमी किंमतीत वस्तू व सेवा पुरवल्या जात असल्याने गरीबांचे जास्त उत्पन्न खर्च होत नाही. त्यामुळे गरीब आणखी गरीब होत नाहीत. उलट त्यांचे उत्पन्न वाचून त्यांना ते उत्पन्न इतर गरजा पूर्ण करण्यासाठी वापरता येते. श्रीमंतांना वस्तू व सेवा अधिक दराने पुरविल्या जातात. त्यामुळे श्रीमंतांचे अतिरिक्त उत्पन्न मक्तेदारांकडे (खाजगी व सरकारी मक्तेदाराकडे) जाते. त्यामुळे आर्थिक विषमता कमी होण्यास मदत होते. गरीब व श्रीमंत ग्राहकांना एकाच दराने वस्तू व सेवा विकल्या तर विषमता कमी होणार नाही. विषमता वाढेल. मूल्यभेदामूळे आर्थिक विषमता कमी करता येते. म्हणून मूल्यभेदाचे समर्थन केले जाते.

१२) राष्ट्राच्या आर्थिक विकासाला उपयुक्त :

मूल्यभेदाचा आणखी एक फायदा म्हणजे मक्तेदाराचा मूल्यभेद राष्ट्राच्या आर्थिक विकासाला किंवा आर्थिक वृद्धीला लाभदायक ठरत असतो. रस्ते वाहतूक (मोटार/एस्टी) आणि रेल्वे वाहतूक याबाबतीत जवळजवळ सरकारचीच मक्तेदारी आहे. देशाला स्वांतत्र्य मिळाल्यापासून सरकारने गरीबांना एस्टी व रेल्वे प्रवासात खूप सवलती दिल्या आहेत. या वाहतूक सेवांचा फायदा देशातील कोट्यावधी लोक दररोज घेत आहेत. कमी दरात प्रवासी वाहतूक सेवा सरकार पुरवत असल्याने त्याचा लाभ मोठ्या प्रमाणात घेतला जातो. त्यामुळे रस्ते व रेल्वेचे डबे यांच्या संख्येत दरवर्षी वाढ होत आहे. नवीन रस्ते तयार केले जात आहेत. त्यामुळे रस्त्यांची लांबी दरवर्षी वाढत आहे. नवीन रेल्वे मार्ग दरवर्षी बनवले जात आहेत. अशा प्रकारे समाजातील काही लोकांना प्रवासी वाहतूक सेवा कमी दरात पुरवल्या जात असल्याने त्या सेवांची मागणी वाढली आहे. त्यामुळे रस्ते, रेल्वे वाहतूक क्षेत्रात गुंतवणूक वाढत आहे. अशा प्रकारे मूल्यभेदाच्या धोरणामुळे वाहतूक सेवा, पाणी, वीज, गॅस यांची मागणी वाढते. यामुळे या क्षेत्रातील गुंतवणूक वाढून देशाच्या आर्थिक विकासाचा दर सुद्धा वाढतो. म्हणून ज्या देशांच्या विकासाचा दर कमी आहे त्या देशासाठी मूल्यभेदाचे धोरण खूपच लाभदायक असते. मूल्यभेदामूळे आर्थिक विकासाला चालना मिळत असल्याने मूल्यभेद समर्थनीय मानला जातो.

सारांश : मूल्यभेदामुळे केवळ मक्तेदाराचा नफा वाढत नाही. मूल्यभेदामुळे ग्राहकांचाही फायदा होतो. विशेषत: गरीब ग्राहकांना अधिक फायदा होतो. त्यांना वस्तू व सेवेसाठी अधिक किंमत मोजावी लागत नाही. मूल्यभेदामूळे आर्थिक विषमता कमी होते. सामाजिक कल्याणात वाढ होते. मूल्यभेदामूळे वस्तूची एकूण मागणी, उत्पादन, राष्ट्रीय उत्पन्न यात वाढ होऊन आर्थिक विकासाला चांगली गती मिळते. म्हणून मूल्यभेदाचे समर्थन केले जाते.

२.२.७ मक्तेदारीतील वस्तूची किंमत निश्चिती :

(Price Determination Under Monopoly Competition) :

प्रास्ताविक :

मक्तेदारी बाजारात एकच विक्रेता असतो आणि असंख्य ग्राहक असतात. मक्तेदाराचे वस्तूच्या किंमतीवर आणि पुरवठयावर नियंत्रण असते. त्यामुळे मक्तेदारीत मक्तेदार हा 'किंमत कर्ता' (Price Maker) असतो. तर ग्राहक हे 'किंमत स्वीकारक' (Price Taker) असतात. त्यामुळे मक्तेदाराला अल्पकाळातही नफा मिळतो आणि दीर्घकाळातसुदधा नफा मिळतो. मक्तेदाराचा उदयोगसंस्था सुरु करण्याचा उद्देश हा जनकल्याण हा नसतो. तर जास्तीत जास्त नफा मिळवणे हाच असतो.

मक्तेदारीतील उद्योगसंस्थेच्या समतोलाच्या अटी :

मक्तेदारीतील उद्योगसंस्थेच्या समतोलाच्या म्हणजेच किंमत निश्चितीच्या आणि उत्पादन निश्चितीच्या दोन प्रमुख अटी आहेत. या अटी पूर्ण झाल्यानंतर मक्तेदारीत किंमत आणि उत्पादन निश्चिती होते. त्या अटी खालीलप्रमाणे दिल्या आहेत.

अ) सीमांत खर्च = सीमांत प्राप्ती (MC = MR) **:**

सीमांत खर्च म्हणजे वस्तूच्या शेवटच्या नगाचा उत्पादन खर्च होय. आणि सीमांत प्राप्ती म्हणजे शेवटच्या नगाची विक्री करुन उत्पादकाला मिळणारे उत्पन्न होय. मक्तेदारीत उद्योगसंस्थेचा समतोल होण्यासाठी मक्तेदाराच्या वस्तूचा सीमांत खर्च (MC) आणि सीमांत प्राप्ती (MR) समान झाले पाहिजेत. ज्या उत्पादनाला सीमांत खर्च आणि सीमांत प्राप्ती समान होतात, तेथे उद्योगसंस्थेचा समतोल होतो.

ब) सीमांत प्राप्ती वक्राला सीमांत खर्च वक्राने खालच्या बाजूने छेदणे आवश्यक :

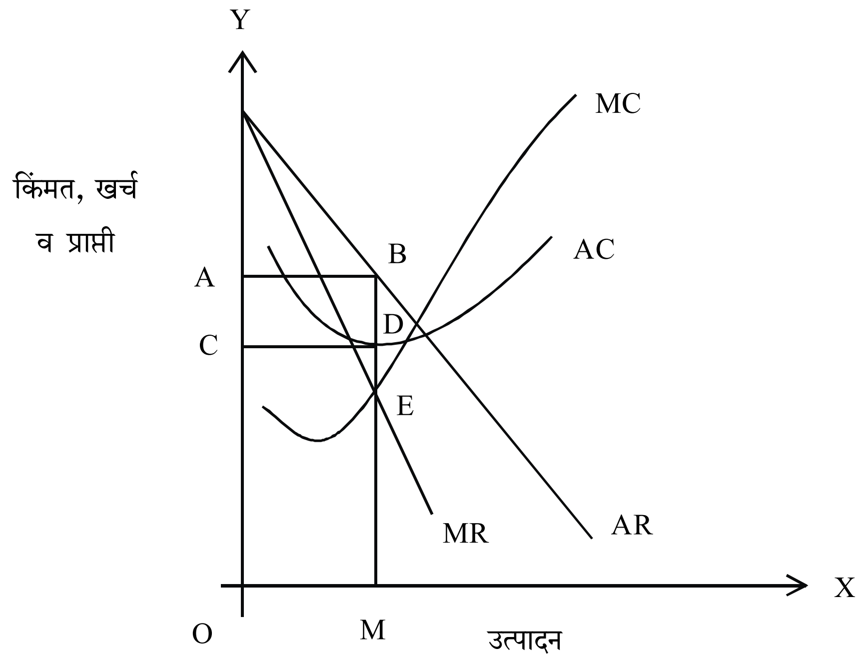
मक्तेदारीतील समतोलाची आणखी एक अट म्हणजे सीमांत खर्च वक्राने सीमांत प्राप्ती वक्राला खालच्या बाजूने छेदून वरती गेले पाहिजे.

अशा प्रकारे वरील दोन्ही अटींची पूर्तता झाली की, मक्तेदारीत किंमत आणि उत्पादनाची निश्चिती होते. त्यालाच मक्तेदारीतील उद्योगसंस्थेचा समतोल असे म्हणतात.

आकृतीच्या साहाय्याने स्पष्टीकरण :

ज्या ठिकाणी (ज्या समतोल बिंदूत) सीमांत खर्चाचा वक्र (MC curve) आणि सीमांत प्राप्तीचा वक्र (MR curve) एकमेकांना छेदतात, त्या समतोल बिंदूत मक्तेदारीत वस्तूची किंमत ठरते. ज्या ठिकाणी सीमांत खर्चाचा

वक्र आणि सीमांत प्राप्तीचा वक्र एकमेकांना छेदतात त्या ठिकाणी उत्पादन निश्चिती सुद्धा होते. मक्तेदारीत वस्तूची किंमत कशी ठरते? आणि उत्पादनाची निश्चिती कशी होते? हे आपणास आकृतीच्या साहाय्यानेही स्पष्ट करुन सांगता येते. खालील आकृतीत ते दर्शविले आहे.



आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. तर OY अक्षावर वस्तूची किंमत, वस्तूचा उत्पादन खर्च (सरासरी खर्च, सीमांत खर्च) आणि प्राप्ती (सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती) दर्शविली आहे. AR हा सरासरी प्राप्ती वक्र (Average Revenue curve) आहे आणि MR हा सीमांत प्राप्ती वक्र (Marginal Revenue curve) आहे. AC हा सरासरी खर्च वक्र (Average cost curve) आहे. आणि MC हा सीमांत खर्च वक्र (Marginal cost curve) आहे.

पूर्ण स्पर्धेत सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती सारखीच असते. म्हणून पूर्ण स्पर्धेत सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्तीचा वक्र एकच असतो. आणि OX अक्षाला तो समांतर असतो. पूर्ण स्पर्धेत विकल्या जाणाऱ्या वस्तूच्या सर्व नगांची किंमत सारखीच असते. त्यामुळे पूर्ण स्पर्धेत सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्तीचा वक्र एकच येतो. मक्तेदारीत मात्र मक्तेदार मूल्यभेद करत असतो. त्यामुळे मक्तेदारीत वस्तूची सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती वेगवेगळी असते. म्हणून मक्तेदारीत सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्तीचे वक्र वेगवेगळे येतात. वरील आकृतीत AR आणि MR या वक्राने ते दर्शविले आहे. वस्तूचा खप वाढावा, अधिक नफा मिळावा

यासाठी मक्तेदार वस्तूची किंमत बदलण्याचे धोरण स्वीकारतो. त्याने किंमत कमी करण्याचे धोरण अनुसरल्यास एकूण प्राप्ती वाढते. परंतु सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती मात्र घटत जाते. त्यामुळे मक्तेदारीत सरासरी प्राप्ती वक्र आणि सीमांत प्राप्ती वक्र हे वक्र वेगवेगळे येतात आणि ते डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारे येतात. परंतु मक्तेदारीत सरासरी प्राप्तीपेक्षा सीमांत प्राप्तीमध्ये जादा वेगाने घट होते. म्हणून मक्तेदारीत सीमांत प्राप्तीचा वक्र हा सरासरी प्राप्ती वक्राच्या खालच्या बाजूला येतो. परंतु मक्तेदारीत पहिल्या नगाची सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती ही सारखीच (एकच) असते. त्यामुळे दोन्ही वक्रांची सुरवात एकाच बिंदूतून होते.

वरील आकृतीमधील E हा मक्तेदारीतील सतुंलन बिंदू आहे. कारण या बिंदूत मक्तेदारीतील संतुलनाच्या वर स्पष्ट केलेल्या दोन्ही अटी पूर्ण झाल्या आहेत. म्हणजे E या बिंदूत सीमांत खर्च आणि सीमांत प्राप्ती या दोन्ही बाबी समान आहेत (MC=MR). कारण E बिंदूत सीमांत खर्च वक्र आणि सीमांत प्राप्ती वक्र एकमेकांना स्पर्श करतात किंवा छेदतात. म्हणून E या बिंदूत समतोलाची पहिली अट पूर्ण झाली आहे. तसेच याच E या बिंदूत संतुलनाची दुसरी अटही पूर्ण झाली आहे. कारण या E समतोल बिंदूत सीमांत खर्चाचा वक्र सीमांत प्राप्ती वक्राला खालच्या बाजूने छेदून वरती गेला आहे. अशा प्रकारे E या बिंदूत संतुलनाच्या दोन्ही अटी पूर्ण झाल्या असल्याने E हा संतुलन बिंदू आहे. त्यामुळे मक्तेदारीत उत्पादक o ते M एवढे उत्पादन करतो आणि वस्तूच्या एका नगाची किंमत BM किंवा AO अशी निश्चित होते. AC हा सरासरी खर्च वक्र BM या लंबरेषेला D बिंदूत छेदतो. म्हणून एका नगाचा खर्च (सरासरी खर्च) DM किंवा MD एवढा येतो. एका नगाची किंमत (प्राप्ती) BM किंवा MB एवढी आहे. एक नग विकून मक्तेदाराला BM एवढे उत्पन्न मिळते.

उत्पन्न – खर्च = नफा

BM - DM = BD

वरील सूत्रामधील दोन्ही बाजूकडील M हे अक्षर सारखे असल्याने ते निघून जाते त्यामुळे B आणि D ही अक्षरे शिल्लक राहतात. म्हणून एका नगाच्या विक्रीपासहून मिळणारा नफा BD एवढा येतो.

O ते M एवढ्या वस्तूंची (नगांची) विक्री करुन मक्तेदाराला ABMO या चौकोनाएवढे उत्पन्न मिळते. त्याला एकूण प्राप्ती असे म्हणतात. O ते M एवढे वस्तूचे नग AO या किंमतीने विकून ABMO एवढे उत्पन्न मिळते. या O ते M नगांचा एकूण उत्पादन खर्च CDMO या चौकोनाइतका आहे. म्हणून

एकूण उत्पन्न – एकूण खर्च = एकूण नफा

□ABMO – □CDMO = □ABCD

वरील सूत्रामधील उत्पन्न आणि खर्चाकडील MO ही अक्षरे सारखी आहेत. त्यामुळे नफा काढण्यासाठी ही अक्षरे वगळली जातात. त्यामूळे ABCD ही अक्षरे शिल्लक राहतात. अशा प्रकारे मक्तेदारीत मक्तेदाराला

ABCD या चौकोनाएवढा नफा मिळतो. मक्तेदारीत समतोल E बिंदूत झाला असल्याने मक्तेदार O ते M एवढे उत्पादन करतो. त्यापेक्षा जास्त उत्पादन तो करत नाही. आणि तो वस्तू AO किंवा BM या किंमतीला विकतो. अशा प्रकारे मक्तेदारीत वस्तूची व उत्पादनाची किंमत निश्चिती होते.

२.२.८ पूर्ण स्पर्धा आणि मक्तेदारी स्पर्धा यातील फरक :

पूर्ण स्पर्धेलाच पूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ आणि मक्तेदारी स्पर्धेला मक्तेदारी किंवा मक्तेदारी स्पर्धेची बाजारपेठ असे म्हणतात. पूर्ण स्पर्धा आणि मक्तेदारी स्पर्धा या दोन स्पर्धा प्रकारामध्ये मोठा फरक आहे. खालील मुद्दयांच्या आधारे या दोन स्पर्धा प्रकारातील फरक स्पष्ट केला आहे.

पूर्ण स्पर्धा	**मक्तेदारी स्पर्धा**
(१) मिसेस जोन रॉबिनसन् यांच्या मते, ज्या बाजारातील उत्पादकांच्या उत्पादनासाठी असलेली मागणी पूर्णत: लवचिक असते, अशा बाजारपेठेला पूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ असे म्हणतात.	(१) प्रा. चेंबरलीन यांच्या मते, ज्या बाजारात विक्रेत्याच्या वस्तूला पर्यायी वस्तू बाजारात नसते आणि ज्याचे वस्तूच्या किंमतीवर पूर्ण नियंत्रण असते, त्या बाजाराला मक्तेदारीचा बाजार असे म्हणतात.
(२) पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात असंख्य विक्रेते (उत्पादक) असतात.	(२) मक्तेदारीच्या बाजारात एकच उत्पादक किंवा एकच विक्रेता असतो.
(३) पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात उद्योगसंख्या (Firm) आणि उद्योग (Industry) असा फरक करता येतो.	(३) मक्तेदारीच्या बाजारात उद्‌योगसंस्था आणि उद्‌योग (Firm and Industry) असा फरक करता येत नाही. कारण मक्तेदारीच्या बाजारात एकच उत्पादक असतो किंवा एकच उत्पादन संस्था असते.
(४) पूर्ण स्पर्धेतील एका विक्रेत्याचे बाजारातील पुरवठ्यावर नियंत्रण नसते. कारण पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात असंख्य विक्रेते असतात. त्यामुळे एकूण पुरवठ्यात त्याच्या वस्तूचा पुरवठा नगण्य असतो. एकूण पुरवठ्यात तो बदल करू शकत नाही. त्याने	(४) मक्तेदारी स्पर्धेच्या बाजारात मक्तेदार (उत्पादक) एकटाच असतो. त्यामुळे तो वस्तूचा पुरवठा नियंत्रित करू शकतो. पुरवठा कमी-जास्त करू शकतो. वस्तूच्या एकूण पुरवठ्यावर तो प्रभाव टाकू शकतो. त्यामुळे एकूण पुरवठ्यावर परिणाम

पुरवठा वाढवला किंवा कमी केला तरी एकूण पुरवठ्यावर काहीच परिणाम होत नाही.	होऊ शकतो.
(५) पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारातील एक विक्रेता वस्तूच्या किंमतीवर प्रभाव टाकू शकत नाही. कारण त्याचे वस्तूच्या पुरवठ्यावर नियंत्रण नसते.	(५) मक्तेदारी स्पर्धेच्या बाजारातील एक विक्रेता वस्तूच्या किंमतीवर प्रभाव टाकू शकतो. कारण त्याचे वस्तूच्या पुरवठ्यावर नियंत्रण असते.
(६) पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात सर्वत्र वस्तूची एकच किंमत असते. पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारातील विक्रेत्यांना इतर विक्रेत्यांच्या वस्तूपेक्षा अधिक किंमत आकारता येत नाही.	(६) मक्तेदार वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळी किंमत आकारू शकतो. तो किंमत कमी-जास्त करू शकतो. कारण बाजारात तो एकटाच उत्पादक किंवा विक्रेता असतो.
(७) पूर्ण स्पर्धेत एका विक्रेत्याकडे जी वस्तू विक्रीसाठी असते, ती वस्तू इतर विक्रेत्याकडे सुद्धा विक्रीसाठी उपलब्ध असते. पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात कोणाकडूनही वस्तू विकत घेतली तरी चालते.	(७) मक्तेदारी स्पर्धेच्या बाजारात मक्तेदाराच्या वस्तूला पर्यायी वस्तू उपलब्ध नसते. तो विकत असलेली तसलीच वस्तू इतरत्र विकत मिळत नाही. ग्राहकांना त्याच्याकडूनच वस्तू विकत घ्यावी लागते.
(८) पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात उत्पादकांना मूल्यभेद करता येत नाही. म्हणजेच एकाच वस्तूसाठी किंवा एकाच प्रकारच्या सेवेसाठी वेगवेगळ्या ग्राहकांकडून वेगवेगळी किंमत घेता येत नाही. कारण पूर्ण स्पर्धेत असंख्य विक्रेते असल्याने मागणी व पुरवठ्याच्या समतोलातून निश्चित झालेली किंमत त्याला स्वीकारावी लागते.	(८) मक्तेदारी स्पर्धेच्या बाजारात मक्तेदाराला मूल्यभेद करता येतो. कारण मक्तेदारीत तो एकटाच उत्पादक किंवा विक्रेता असतो. तो विकत असलेली वस्तू दुसरीकडे विकत मिळत नाही. म्हणून त्याला आपली एकाच प्रकारची वस्तू वेगवेगळ्या किंमतीला विकावी लागते.
(९) पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात ग्राहकांना वस्तूच्या खरेदीपासून संतोषाधिक्य जास्त मिळते. कारण पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची किंमत कमी असते.	(९) मक्तेदारीच्या बाजारात ग्राहकांना वस्तूच्या खरेदीपासून कमी संतोषाधिक्य मिळते. कारण मक्तेदारीत एकटाच विक्रेता असल्याने तो पूर्ण स्पर्धेपेक्षा अधिक किंमत आकारू शकतो.

(१०) पूर्ण स्पर्धेत मुक्त प्रवेश (Free Entry) आणि मुक्त निर्गमन (Free Exit) हे वैशिष्ट्य आढळते. म्हणजे पूर्ण स्पर्धेत नवीन उद्योगसंस्था प्रवेश करू शकतात किंवा एखादा उत्पादक आपली उद्योगसंस्था बंद करू शकतो.	(१०) मक्तेदारी स्पर्धेच्या बाजारात कोणालाही मुक्त प्रवेश नसतो. कोणालाही नवीन उद्योग संस्था सुरू करता येत नाही. कायदेशीर, नैसर्गिक अडथळे असतात. त्यामुळे मक्तेदारी स्पर्धेच्या बाजारात नवीन उद्योगसंस्थेला उद्योगसंस्था सुरू करता येत नाही किंवा उद्योगसंस्था बंद करता येत नाही.
(११) पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थांना प्रचंड नफा मिळवता येत नाही. दीर्घकाळात फक्त सर्वसाधारण नफा मिळतो.	(११) मक्तेदारीत मक्तेदाराला प्रचंड नफा मिळतो. दीर्घकाळात सुद्धा अतिरिक्त नफा मिळतो. मक्तेदारीत उदयोगसंस्थेला जास्तीत जास्त नफ्याचे ध्येय गाठता येते.
(१२) पूर्ण स्पर्धेत उत्पादकांकडून किंवा विक्रेत्यांकडून ग्राहकांची पिळवणूक होत नाही.	(१२) मक्तेदारीत खाजगी मक्तेदारांकडून ग्राहकांची पिळवणूक होऊ शकते. जादा किंमत आकारून पिळवणूक होते.
(१३) पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात प्रत्येक उत्पादक उत्पादन क्षमतेइतके उत्पादन करतो. त्यामुळे उत्पादनाचे प्रमाण जास्त असते.	(१३) मक्तेदारीत अतिरिक्त उत्पादन क्षमता अस्तित्वात असते. मक्तेदारीत मक्तेदारांकडून उत्पादन क्षमतेपेक्षा कमी उत्पादन केले जाते.
(१४) पूर्ण स्पर्धेत वस्तूचा सीमांत खर्च आणि वस्तूची किंमत सारखीच असते. (MC=P)	(१४) मक्तेदारीत वस्तूची किंमत सीमांत खर्चापेक्षा जास्त असते. (P>MC)

सारांश :

अशा प्रकारे पूर्ण स्पर्धा आणि मक्तेदारी स्पर्धा या दोन स्पर्धा प्रकारामध्ये असणारा भेद किंवा फरक वरीलप्रमाणे स्पष्ट केला आहे. प्रत्यक्ष व्यवहारात या दोन्ही स्पर्धा फारशा आढळत नाहीत. परंतु विवेचनासाठी/ अभ्यासासाठी किंवा इतर स्पर्धा प्रकारांचा अभ्यास करण्यासाठी या दोन्ही स्पर्धा प्रकारांचा अभ्यास करणे आवश्यक असते.

२.३ सारांश :

अशा प्रकारे मक्तेदारीच्या बाजार म्हणजे ज्या बाजारात एकच उत्पादक किंवा एकच विक्रेता असतो, अशा बाजाराला मक्तेदारचा बाजार असे म्हणतात. मक्तेदार बाजारात जी वस्तू विकत असतो, तशी वस्तू इतरत्र मिळत नाही. त्याच्या वस्तूला पर्यायी वस्तू बाजारात नसते. म्हणून ग्राहकांना मक्तेदाराकडूनच वस्तू विकत घ्यावी लागते. नैसर्गिक, कायदेशीर कारणामूळे मक्तेदारी निर्माण होत असते. मूल्यभेद हे मक्तेदारीचे ठळक वैशिष्ट्य आहे. पूर्ण स्पर्धेत मूल्यभेद शक्य नसतो. परंतु मक्तेदारीत मात्र मक्तेदार मूल्यभेद करु शकतो. मूल्यभेद करून तो अधिक नफा मिळवतो. मूल्यभेदाचे इतर फायदे आहेत. मूल्यभेदामुळे गरीब ग्राहकांना कमी किंमतीत वस्तू व सेवा मिळते. त्यामुळे त्यांचे नुकसान व शोषण होत नाही. मूल्यभेदामुळे आर्थिक विषमता कमी होते. सामाजिक कल्याणात वाढ होते. मूल्यभेदामुळे उत्पादन, मागणी, गुंतवणूक, रोजगार यात वाढ घेऊन राष्ट्राच्या आर्थिक विकासाला चालना मिळते. म्हणून मूल्यभेद समर्थनीय मानला जातो.

२.४ पारिभाषिक शब्द :

१. **मक्तेदार** – वस्तूचे उत्पादन करणारा एकच उत्पादक

२. **मक्तेदारी** – हा बाजाराचा किंवा स्पर्धेचा एक प्रकार असून या बाजारात एकच विक्रेता असतो.

३. **उद्योगसंस्था** – विशिष्ट वस्तूचे उत्पादन करणारी उत्पादनसंस्था (साखर कारखाना)

४. **उद्योग** – एका विशिष्ट वस्तूचे उत्पादन करणाऱ्या अनेक उद्योगसंस्थांचा समूह म्हणजे उद्योग किंवा होय (साखर उद्योग)

५. **मूल्यभेद** – एकच वस्तू वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतीला विकणे.

२.५ स्वयंअध्ययन प्रश्न व त्यांची उत्तरे :

अ) योग्य पर्याय निवडून वाक्य पुन्हा लिहा.

१) मक्तेदारी बाजारात ....विक्रेते असतात.

अ) दोन ब) एक क) असंख्य ड) थोडे

२) मक्तेदारी स्पर्धेत...............ग्राहक असतात.

अ) थोडे ब) असंख्य क) एक ड) दोन

३) .... बाजारात स्पर्धेचा अभाव असतो.

अ) मक्तेदारी ब) अल्पाधिकार क) अपूर्ण ड) पूर्ण स्पर्धेच्या

४) ....बाजारात वस्तूच्या मागणीची छेदक लवचिकता शून्य असते.

अ) अपूर्ण ब) मक्तेदारी क) अल्पाधिकार ड) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा

५) ....पुरवठ्यावर व वस्तूच्या किंमतीवर नियंत्रण असते.

अ) मक्तेदाराचे ब) कारखानदाराचे क) सरकारचे ड) भांडवलदारांचे

६) ....स्पर्धेत पर्यायी वस्तूचा अभाव असतो.

अ) पूर्ण ब) मक्तेदारी क) अल्पाधिकार ड) मक्तेदारीयुक्त

७) .... स्पर्धेत प्रवेशावर निर्बंध असतात.

अ) पूर्ण क) मक्तेदारी क) अपूर्ण ड) अल्पाधिकार

८) .... हा किंमत कर्ता असतो.

अ) मक्तेदार ब) सरकार क) कारखानदार ड) भांडवलदार

९) ....हे मक्तेदारीचे वैशिष्ट्य आहे.

अ) वस्तूभेद ब) मूल्यभेद क) जाहिरात ड) विक्री खर्च

१०) ....स्पर्धेत अतिरिक्त उत्पादन क्षमता असते.

अ) पूर्ण ब) मक्तेदारी क) अपूर्ण

११) एकच वस्तू वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतीना विकणे म्हणजे......होय.

अ) मूल्यभेद ब) वस्तूभेद क) उत्पादन भिन्नता ड) उत्पन्न भेद

१२) ....स्पर्धेत उद्योगसंस्था हीच उद्योगधंदा असते.

अ) पूर्ण ब) मक्तेदारी क) अल्पधिकार ड) अपूर्ण

१३) ....स्पर्धेत किंमत सीमांत खर्चापेक्षा जास्त असते.

अ) पूर्ण ब) मक्तेदारी क) अपूर्ण ड) अल्पाधिकार

१४) एकच विक्रेता व एकच ग्राहक.........मक्तेदारीत आढळतो

अ) साधी ब) शुद्ध क) विशेष ड) द्वि मक्तेदारी

१५) मक्तेदारीला...........चे पाठबळ आवश्यक असते.

अ) कायद्याचे ब) ग्राहकांचे क) भांडवलदारांचे ड) राजकीय व्यक्तींचे

उत्तरे :-	१) ब	२) ब	३) अ	४) ब
	५) अ	६) ब	७) ब	८) अ
	९) ब	१०) ब	११) अ	१२) ब
	१३) ब	१४) ड	१५) अ	

२.६ सरावासाठी स्वाध्याय :

अ) टीपा लिहा (थोडक्यात उत्तरे लिहा).

१) मक्तेदारी

२) मूल्यभेद

३) मक्तेदारीची वैशिष्ट्ये

४) मक्तेदारीचे प्रकार

ब) सविस्तर उत्तरे लिहा.

१) मक्तेदारी म्हणजे काय? मक्तेदारीचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.

२) मक्तेदारीची ठळक वैशिष्ट्ये सांगा.

३) मक्तेदारीत वस्तूची किंमत कशी ठरते?

४) मूल्यभेद म्हणजे काय ते सांगून मूल्यभेदाचे प्रकार सांगा

५) मूल्यभेद केंव्हा शक्य व फायदेशीर असतो?

६) मूल्यभेदाच्या अटी सांगा.

७) मूल्यभेदाचे समर्थन का केले जाते?

८) मूल्यभेदाचे फायदे विषद करा.

९) मक्तेदारी आणि पूर्ण स्पर्धा यातील फरक स्पष्ट करा.

२.७ अधिक वाचनासाठी संदर्भ पुस्तके :

1. Ahuja H. l (2016), Advanced Economic Theory, S. Chand Publication, New Delhi.
2. Dwivedi D. N. (2006), Managerial Economics, Viakas Publishiing House, New Delhi.

3. Samuelson, Paul and Nordhous, Willam, Economics, (12th Edition), Mc Graw Hill Book company.

4. Robinson, E.A.G , Monopoly, Cembridge Economic Hand books, Cembridge University Press, 1963.

5. Lipse R. G, An Introduction to Positive Economics, London, E LBS (Second Edition) 1968.

६. खांदेवाले श्रीनिवास (डॉ.) किंमत सिद्धांत, पिंपळापुरे अॅन्ड कं पब्लिशर्स, नागपूर, पहिली आवृत्ती, १९८९.

◆ ◆ ◆

घटक ४

उत्पादन घटकांच्या किंमती

(Factor Pricing)

अनुक्रमणिका

४.० उद्दिष्टे

४.१ प्रास्ताविक

४.२ विषय विवेचन

- ४.२.१ वेतन, वेतनाचे प्रकार, वेतन भिन्नता
- ४.२.२ वेतनाचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत
- ४.२.३ वेतनाचा मागणी – पुरवठा सिद्धांत
- ४.२.४ खंड आणि खंडाचे प्रकार
- ४.२.५ रिकार्डो यांचा खंड सिद्धांत
- ४.२.६ आभास खंड
- ४.२.७ व्याज आणि व्याजाच्या संकल्पना
- ४.२.८ व्याजाचा सनातन सिद्धांत
- ४.२.९ व्याजाचा कर्ज निधी सिद्धांत
- ४.२.१० नफा आणि नफ्याच्या संकल्पना
- ४.२.११ नफ्याचा नवप्रवर्तन सिद्धांत
- ४.२.१२ नफ्याचा गतिशीलतेचा सिद्धांत

४.३ सारांश

४.४ पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ

४.५ स्वयं अध्ययन प्रश्न व त्यांची उत्तरे

४.६ सरावासाठी स्वाध्याय

४.७ अधिक वाचनासाठी संदर्भ पुस्तके

४.० उद्दिष्टे :

घटक क्रमांक चारचा अभ्यास केल्यानंतर आपणास पुढील बाबींचे ज्ञान येईल.

१. वेतनभिन्नतेची कारणे समजतील.

२. वेतनाचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत समजेल.

३. वेतनाचा मागणी – पुरवठा सिद्धांत समजेल.

४. रिकार्डो यांचा खंड सिद्धांत समजून घेता येईल.

५. व्याजाचा सनातन आणि कर्जनिधी सिद्धांत समजेल.

६. नफ्याचा नवप्रवर्तनाचा आणि गतिशीलतेचा सिद्धांत समजेल.

४.१ प्रास्ताविक :

या प्रकरणात आपण उत्पादन घटकांच्या किंमती कशा ठरतात? ते पाहणार आहोत. भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन हे उत्पादनाचे प्रमुख चार घटक आहेत. या घटकांनी उत्पादन प्रक्रियेत भाग घेतल्याबद्दल त्यांना अनुक्रमे खंड, वेतन, व्याज आणि नफा या स्वरुपात उत्पन्न मिळत असते. या उत्पन्नालाच उत्पादन घटकांचे मोबदले असे म्हणतात. हे मोबदले कसे ठरतात? ते विविध अर्थशास्त्रज्ञांनी सिद्धांताद्वारे स्पष्ट केले आहे. खंड वेतन, व्याज आणि नफ्याच्या सिद्धांताद्वारे भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन या उत्पादन घटकांचे मोबदले कसे ठरतात? ते या प्रकरणात चर्चिले आहे.

४.२ विषय विवेचन :

खंड, वेतन, व्याज आणि नफा या संकल्पनांचा अर्थ आणि या संकल्पनांचे प्रकार या प्रकरणात स्पष्ट करुन सांगितले आहेत. तसेच उत्पादन घटकांच्या किंमत निश्चितीचे सिद्धांत सटीक स्पष्ट केले आहेत.

४.२.१ वेतन (Wages) आणि वेतनाचे प्रकार :

प्रास्ताविक :

भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन हे उत्पादनाचे प्रमुख चार घटक असून यापैकी 'श्रम' हा एक महत्वाचा उत्पादनाचा घटक आहे. श्रम या उत्पादन घटकाने उत्पादनाच्या प्रक्रियेत भाग घेतल्याबद्दल श्रमाच्या मालकाला

म्हणजेच श्रमिकाला मिळणारा मोबदला म्हणजे वेतन किंवा मजुरी होय. मजुरीला 'भृती' किंवा वेतन असेही म्हणतात. थोडक्यात 'श्रम' या उत्पादन घटकाची किंमत म्हणजे वेतन किंवा मजुरी होय. श्रमाचे शारीरिक श्रम आणि बौध्दिक श्रम असे दोन प्रकार असून मजूर किंवा कामगार म्हणजे केवळ शारीरिक कष्टाची कामे करणारा मजूर नव्हे. तर बौध्दिक काम करणाऱ्या लोकांचाही समावेश 'मजूर' या संकल्पनेत होतो. यावरून मजुरीची किंवा वेतनाची व्याख्या आपणास खालीलप्रमाणे सांगता येईल.

मजुरीची/वेतनाची व्याख्या :-

''शारीरिक आणि बौध्दिक कष्ट करणाऱ्या कामगारांना त्यांच्या कामाबद्दल दिला जाणारा मोबदला म्हणजे वेतन किंवा मजुरी होय.''

''मजूर/कामगार त्याच्या मालकाकरिता जे काम करतो, त्या कामाचा त्याच्या मालकाकडून त्याला मिळणारा मोबदला म्हणजे वेतन किंवा मजुरी होय.''

प्रा. बेनहॅम यांनी मजुरीची किंवा वेतनाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''श्रमिकाने मालकाशी केलेल्या करारानुसार श्रमिकाने मालकासाठी केलेल्या कामाबद्दल किंवा दिलेल्या सेवेबद्दल मालकाकडून (संयोजकाकडून) त्याला पैशाच्या स्वरूपात जो मोबदला मिळतो, त्याला वेतन किंवा मजुरी असे म्हणतात.''

मजुरीचे/वेतनाचे प्रकार :

मजुरीचे प्रमुख प्रकार खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

(१) पैशातील वेतन व वास्तव वेतन (Money Wages and Real Wages) :

पैशातील वेतन आणि वास्तव वेतन असे वेतनाचे दोन प्रकार आहेत. म्हणजे मजुरी पैशात दिली जाते किंवा वस्तूच्या व सेवांच्या स्वरूपात दिली जाते. अथवा पैसे आणि वस्तू अशा दोन्ही स्वरूपात दिली जाते.

''उत्पादनाच्या प्रक्रियेत भाग घेतल्याबद्दलचा मोबदला श्रमिकांना जेंव्हा पैशाच्या स्वरूपात दिला जातो, तेंव्हा त्यास पैशातील वेतन असे म्हणतात.''

उदाहरणार्थ एखाद्या मजुराला रोज २०० रुपये किंवा महिन्याला ६००० रुपये मजुरी मिळत असेल तर ही मजुरी म्हणजे पैशातील मजुरी होय.

वास्तव वेतनालाच 'वास्तव मजुरी' असेही म्हणतात. वास्तव वेतनाची संकल्पना पैशातील वेतनाच्या संकल्पनेपेक्षा वेगळी आहे. वास्तव वेतनाची व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''श्रमिकांना पैशातील वेतनाच्या साहाय्याने खरेदी करता येणाऱ्या वस्तू व सेवा तसेच मालकाकडून त्यांना मिळणाऱ्या सोयी व सुविधा किंवा वस्तू व सेवा म्हणजे वास्तव वेतन होय.''

अशा प्रकारे कामगारांना जेंव्हा वस्तू व सेवांच्या स्वरूपात मजुरी दिली जाते, तेंव्हा त्यास वास्तव वेतन किंवा खरे वेतन (Real Wages) असे म्हणतात.

(२) काल वेतन व कार्य वेतन (Time Wages and Piece Wages) **:**

कामगारांनी किती तास किंवा किती वेळ काम केले याचा विचार करून जेंव्हा मजुरी दिली जाते, तेंव्हा त्या मजुरीला काल वेतन (Time Wages) म्हणतात.

कामगारांनी किती वेळ काम केले यापेक्षा किती वस्तू निर्माण केल्या याचा विचार करून जेंव्हा मजुरी दिली जाते, तेंव्हा त्या मजुरीला कार्य वेतन (Piece Wages) असे म्हणतात.

वास्तव वेतन निश्चित करणारे घटक :

वास्तव वेतनाची संकल्पना अत्यंत महत्त्वाची आहे. कारण पैशातील वेतनावरून कामगारांच्या राहणीमानाची खरी माहिती मिळत नाही. वास्तव वेतनावरूनच कामगारांच्या राहणीमानाचा दर्जा समजतो. म्हणून वास्तव वेतनाला खरे वेतन असे म्हणतात. कामगारांच्या वास्तव वेतनावर खालील घटकांचा परिणाम होत असतो.

(१) पैशाच्या स्वरूपातील वेतन :-

पैशातील वेतन जितके जास्त तितके कामगारांचे वास्तव वेतन जास्त असते. कारण पैशातील वेतनाच्या साहाय्याने कामगार आपल्या कुटुंबाला लागणाऱ्या वस्तू व सेवा खरेदी करत असतात. पैशातील वेतन कमी असेल तर कामगार पुरेशा प्रमाणात वस्तू व सेवा विकत घेऊ शकत नाहीत. त्यामुळे कामगारांचे वास्तव वेतन कमी राहते.

(२) भाववाढ :-

देशात भाववाढीची परिस्थिती असेल तर कामगारांचे वास्तव वेतन कमी राहते. कारण भाववाढीमुळे कामगार पूर्वीइतक्या वस्तू व सेवा खरेदी करू शकत नाहीत.

(३) भावघट :-

देशात भावघटीची परिस्थिती असेल तर कामगारांचे वास्तव वेतन जास्त राहते. कारण भावघटीमुळे कमी पैशात कामगारांना जास्त वस्तू व सेवा विकत घेता येतात.

(४) कामाचे तास :-

कामगारांचे कामाचे तास जास्त असतील तर कामगारांचे वास्तव वेतन कमी राहते. या उलट कामगारांचे कामाचे तास कमी असतील तर कामगारांचे वास्तव वेतन जास्त राहते.

(५) इतर उत्पन्न :–

जे कामगार आपल्या रिकाम्या वेळेचा उपयोग उत्पन्न मिळवण्यासाठी करतात, त्यांचे वास्तव वेतन जास्त असते. उदाहणार्थ काही शिक्षक खाजगी शिकवण्या घेतात. त्यामुळे त्यांचे वास्तव वेतन जास्त असते.

(६) मालकांकडून मिळणाऱ्या सोयी सवलती :–

ज्या कामगारांना मालकांकडून घरे, शिक्षण, आरोग्य, वाहतूक या सेवा मोफत किंवा अल्प दरात मिळतात, त्या कामगारांचे वास्तव वेतन जास्त असते. ज्यांना अशा सोयी व सवलती मिळत नाहीत, त्यांचे वास्तव वेतन कमी असते.

(७) कामाचे स्वरुप :–

धोक्याच्या ठिकाणी काम करणाऱ्या कामगारांचे वास्तव वेतन कमी असते. याउलट ज्या कामात धोका नसतो, अशी कामे करणाऱ्या कामगारांचे वास्तव वेतन जास्त असते.

(८) नोकरीत प्रमोशनची संधी :–

कामगार जेथे काम करतात त्या ठिकाणी त्यांना जर प्रमोशनची म्हणजे वरच्या पदावर जाण्याची संधी असेल तर त्यांचे वास्तव वेतन जास्त राहते. कारण प्रमोशनमुळे/बढतीमुळे (वरच्या हुद्द्यावर जाण्यामुळे) कामगारांच्या पैशातील वेतनात वाढ होते. त्यामुळे ते जास्तीत जास्त वस्तू व सेवा विकत घेऊ शकतात.

(९) कामाचा दर्जा :–

कमी प्रतिष्ठेचे व्यवसाय करणाऱ्या लोकांचे वास्तव वेतन कमी असते. उदाहरणार्थ शिक्षकापेक्षा कपडे धुण्याचा व्यवसाय करणाऱ्याला समाजात कमी प्रतिष्ठा असते. म्हणून कपडे धुण्याचा व्यवसाय करणाऱ्यापेक्षा शिक्षकाचे वास्तव वेतन जास्त असते.

(१०) नोकरीतील नियमितपणा :–

जे लोक नोकरीत कायम किंवा पर्मनंट असतात, त्यांचे वास्तव वेतन जास्त असते. कारण त्यांना पैशातील वेतन जास्त मिळते असते. त्याचबरोबर पेन्शन, प्रॉव्हिडंट फंड, ग्रॅच्यूईटी इत्यादी सुविधा मिळत असतात. नोकरीत कायम नसणाऱ्यांना या सुविधा मिळत नाहीत. त्यामुळे त्यांचे वास्तव वेतन कमी असते.

(११) व्यवसायाचा खर्च :-

डॉक्टर, इंजिनिअर होण्यासाठी खूप कालावधी लागतो. तसेच खूप पैसे खर्च करावे लागतात. त्यामुळे डॉक्टर, इंजिनिअर या लोकांचे वास्तव वेतन कमी असते.

(१२) सुट्ट्यांचे दिवस :-

ज्या कामगारांना वर्षभरात जास्त सुट्ट्या मिळतात त्यांचे वास्तव वेतन जास्त असते. तर ज्यांना वर्षभरात कमी सुट्ट्या मिळतात त्यांचे वास्तव वेतन कमी असते.

(१३) कामाच्या ठिकाणचे वातावरण :-

कामगार जेथे काम करतात त्या ठिकाणचे वातावरण चांगले व आरोग्यदायी असेल तर कामगारांचे वास्तव वेतन जास्त राहते. निरुत्साही वातावरणात काम करणाऱ्या कामगारांचे शारिरीक व मानसिक आरोग्य चांगले नसते. त्यामुळे त्यांचे वास्तव वेतन कमी असते.

सारांश :

अशा प्रकारे कामगारांच्या वास्तव वेतनावर वरील घटकांचा परिणाम होत असतो. कामगारांचे वास्तव वेतन जितके जास्त तितके त्यांचे राहणीमान चांगले असते. वास्तव वेतन कमी असेल तर राहणीमानाचा दर्जा निकृष्ट राहतो. म्हणून वास्तव वेतन आणि राहणीमान या दोन घटकात धन (+Ve) सहसंबंध असतात.

मजुरीच्या दरात भिन्नता असण्याची कारणे (Causes of Wage Differentials) **:**

प्रास्ताविक व व्याख्या :-

कामगारांना किंवा मजुरांना त्यांच्या मालकाकडून जे वेतन दिले जाते, ते सारखे नसते. वेगवेगळ्या कामगारांना वेगवेगळे (कमी-जास्त) वेतन दिले जाते. त्यालाच वेतन भिन्नता असे म्हणतात. सर्व कामगारांना सारखे वेतन मिळत नाही. शरीरिक श्रम करणाऱ्यांना आणि बौध्दिक श्रम करणाऱ्यांना वेगवेगळे वेतन मिळत असते. वेगवेगळ्या ठिकाणी मजुरीचे दर वेगवेगळे असतात. एकाच उद्योगात काम करणाऱ्या कामगारांना वेगवेगळे वेतन मिळते. वेगवेगळ्या उद्योगात सुद्धा कामगारांचे वेतनाचे दर वेगवेगळे असतात. ग्रामीण व शहरी भागात वेतनाचे दर सारखे नसतात. त्यास वेतनभिन्नता असे म्हणतात. वेतनभिन्नतेची प्रमुख कारणे खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत.

(१) कमी गतिशीलता :-

श्रम हा उत्पादनाचा सजीव घटक आहे. त्यामुळे श्रमिकांची गतिशीलता कमी असते. श्रमाची गतिशीलता म्हणजे कामगारांची एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी कामास जाण्याची क्षमता किंवा प्रवृत्ती होय. बहुसंख्य

कामगार आपल्या राहत्या ठिकाणापासून दूरवर जास्त मजुरी मिळत असूनही तिकडे कामास जाण्यास तयार नसतात. आपल्या गावात किंवा आसपास कमी मजुरीवरच ते राबणे पसंत करतात. अशा प्रकारे कामगार कमी गतिशील असतात. त्यामुळे मजुरीचे दर सारखे नसतात. तर वेगवेगळे असतात.

(२) भिन्न कार्यक्षमता :–

कमी–जास्त कार्यक्षमता हे सुद्धा वेतन भिन्नतेचे प्रमुख कारण आहे. कारण सर्व कामगारांची कार्यक्षमता सारखी नसते. काही कामगार जास्त कार्यक्षम असतात. तर काही कामगार कमी कार्यक्षम असतात. जास्त कार्यक्षम कामगार कमी कार्यक्षम श्रमिकापेक्षा जास्त उत्पादन करतात. त्यामुळे कमी कार्यक्षम श्रमिकापेक्षा जास्त कार्यक्षम श्रमिकांना जास्त मजुरी मिळते. अशा प्रकारे कामगारांची भिन्न कार्यक्षमता हे वेतन भिन्नतेचे (मजुरीच्या दरात तफावत असण्याचे) प्रमुख कारण आहे.

(३) मोफत सुविधा :–

काही कंपन्या कामगारांना काही सुविधा मोफत पुरवत असतात. उदाहरणार्थ वाहतुकीची सोय, निवासाची सोय, कामगारांच्या मुलांसाठी शिक्षणाची सुविधा, दवाखान्याची सुविधा इत्यादी विविध सोयीसुविधा काही कंपन्या आपल्या कामगारांना मोफत पुरवत असतात. अशा कंपन्यामध्ये कामगारांना पैशाच्या स्वरूपात जरी कमी वेतन मिळत असले तरी कामगार तेथे काम करत असतात. ज्या कंपन्या आपल्या कामगारांना अशा सुविधा मोफत देत नाहीत, त्या कंपन्या पैशातील वेतन जास्त देतात.

(४) जोखमीची कामे :–

काही कामे जोखमीची असतात. म्हणून जोखीम असणाऱ्या किंवा धोक्याची कामे करणाऱ्या तसेच असुरक्षित वातावरणात काम करणाऱ्या कामगारांना जास्त मजुरी मिळते. यांना जर जास्त मजुरी दिली नाही तर धोक्याची/जोखमीची कामे करण्यास मजूर तयार होणार नाहीत. याउलट ज्या ठिकाणी फारशी जोखीम नसते आणि कामाच्या ठिकाणचे वातावरण सुरक्षित असते अशा ठिकाणी मजुरीचे दर कमी असतात. उदाहरणार्थ दगडाच्या आणि कोळशाच्या खाणीत काम करणाऱ्या कामगारांना जास्त मजुरी मिळते. तर जमिनीवर, शेतात, गिरणीत काम करणाऱ्या कामगारांना कमी मजुरी मिळते.

(५) शिक्षणाचा खर्च :–

शिक्षण आणि प्रशिक्षणाच्या खर्चावरसुद्धा मजुरीचे दर अवलंबून असतात. शिक्षण व प्रशिक्षणाचा खर्च जास्त असेल तर त्या कामगारांना (शिक्षित व प्रशिक्षित कामगारांना) मजुरी जास्त मिळते. आणि कामगारांचा शिक्षण व प्रशिक्षणाचा खर्च कमी असेल तर त्या कामगारांना मालकांकडून कमी वेतन मिळते. उदाहरणार्थ डॉक्टर

होण्यासाठी व्यक्तीला शिक्षणावर खूप खर्च करावा लागतो. त्यामुळे डॉक्टरांना जास्त पैसे मिळतात. डी.एड., बी.एड. होण्यासाठी व्यक्तीला डॉक्टरपेक्षा कमी खर्च येतो. त्यामुळे डी.एड., बी.एड. शिक्षकांना डॉक्टरपेक्षा कमी पगार मिळतो. अशा प्रकारे व्यक्तीने शिक्षण आणि प्रशिक्षणावर जास्त खर्च केला असेल तर त्या व्यक्तीला जास्त मजुरी मिळते. आणि ज्यांचा शिक्षण व प्रशिक्षणावरील खर्च कमी असेल त्यांना कमी मजुरी मिळते.

(६) कामाचे तास :–

कामगारांच्या कामाच्या तासावरही कामगारांना दिली जाणारी मजुरी ठरत असते. कामगारांना जास्त तास काम करावे लागत असेल तर त्यांना मालकांकडून जास्त मजुरी मिळते. त्यांना जर जास्त मजुरी दिली नाही तर ते कामगार कामावर येणार नाहीत. याउलट ज्या ठिकाणी कामाचे तास कमी असतात तेथील कामगारांना कमी मजुरी मिळते.

(७) बढतीची अपेक्षा :–

बढती मिळाली की पगारात वाढ होते. सामाजिक दर्जा उंचावतो. इतरही सवलती मिळतात. अशा प्रकारे कामगार जेथे काम करत असतात, त्या ठिकाणी भविष्यात बढतीच्या संधी असतील तर वर्तमानात/सद्यस्थितीत कमी मजुरीवर काम करण्यास कामगार तयार असतात. परंतु जेथे अशा बढतीच्या संधी नसतात, त्या ठिकाणी कामगार कमी मजुरीत काम करण्यास तयार होत नाहीत. ते जास्त मजुरी मागतात किंवा त्यांना जास्त मजुरी द्यावी लागते. त्यामुळे कामगारांच्या मजुरीत फरक पडतो.

(८) काम करण्याचा अनुभव :–

कामगारांना कामाचा प्रदीर्घ व चांगला अनुभव असेल तर त्यांना जास्त पगार मिळतो. याउलट ज्या कामगारांना कामाचा अनुभव नसतो किंवा कमी अनुभव असतो त्यांना कमी मजुरी मिळते. उदाहरणार्थ २० वर्षाचा शिकवण्याचा अनुभव असणाऱ्या शिक्षकाला जास्त पगार मिळतो. तर एक वर्षाचा अनुभव असणाऱ्यांना कमी पगार मिळतो.

(९) कायम व तात्पुरते कामगार :–

जे कामगार कंपनीमध्ये किंवा ज्या ठिकाणी काम करतात त्या ठिकाणी कायम असतील तर त्यांना जास्त मजुरी मिळते. आणि जे कामगार कायम झालेले असतात तात्पुरते असतात त्यांना कमी मजुरी मिळते. उदाहरणार्थ पर्मनंट प्राध्यापकाला जास्त पगार मिळतो तर सीएचबी (घड्याळी तासिका तत्वावर) काम करणाऱ्या टेंपररी प्राध्यापकांना कमी पगार मिळतो. अशा प्रकारे कोणत्याही उद्योग व्यवसायातील अथवा सेवा क्षेत्रातील तात्पुरत्या कामगारांना कमी मजुरी मिळते तर पर्मनंट कामगारांना जास्त मजुरी किंवा जास्त वेतन मिळत असते.

(१०) कामाचे स्थैर्य :–

काही व्यवसाय हंगामी स्वरूपाचे असतात. तर काही व्यवसायात वर्षभर काम उपलब्ध असते. ज्या व्यवसायात वर्षभर काम उपलब्ध असते त्या व्यवसायात कमी मजुरी मिळते. कामगारही कामाची शाश्वती असल्याने कमी मजुरीवर काम करण्यास पसंती देत असतात. परंतु ज्या व्यवसायात वर्षातून केवळ चार ते सहा महिनेच काम मिळत असेल तेथे मजुरीचे दर जास्त असतात. जास्त मजुरी दिल्याशिवाय कामगार कामास येतच नाहीत. म्हणून जे व्यवसाय हंगामी स्वरूपाचे असतात तेथे जास्त मजुरी मिळते आणि जेथे रोज काम करण्याची खात्री असते तेथे थोडी कमी मजुरी मिळते.

(११) कामाची संधी :–

ज्यांना चांगल्या संधी मिळतात त्यांना जास्त वेतन मिळते. ज्यांना चांगली संधी मिळत नाहीत, त्यांना कमी वेतनात काम करावे लागते. उदाहरणार्थ ज्यांना अनुदानित शाळेत नोकरी मिळते त्यांना जास्त (सगळा) पगार मिळतो. परंतु ज्यांना अनुदानित शाळेत नोकरी मिळत नाही म्हणून विनाअनुदानित शाळेत काम करावे लागते त्यांना खूपच कमी पगार मिळतो. म्हणून मजुरीच्या दरातील तफावत ही कामाच्या संधीवर सुद्धा अवलंबून असते.

(१२) कामगार संघटनांची ताकद :–

ज्या उद्योग व्यवसायात कामगार संघटना ताकदवान किंवा प्रबळ असतात त्यांची मालकाबरोबर वाटाघाटी करण्याची क्षमता (सौदाशक्ती) जास्त असते. त्यामुळे या कामगार संघटना मालकाकडून जास्त मजुरी पदरात पाडून घेतात. परंतु ज्या ठिकाणी कामगार संघटना दुबळ्या व मालक वर्गाच्या मिंध्यात असतात त्या ठिकाणी कामगारांना कमी मजुरी मिळते.

सारांश :

अशा प्रकारे वरील विविध कारणामुळे वेतनभिन्नता दिसून येते. जास्त कार्यक्षम कामगाराला जास्त मजुरी आणि कमी कार्यक्षम कामगाराला कमी मजुरी मिळणे हे योग्यच आहे. परंतु सारखेच शिक्षण व प्रशिक्षण घेऊन काही कामगारांना किंवा शिक्षकांना इतरापेक्षा कमी वेतनात काम करावे लागते. वशिलेबाजी, भ्रष्टाचार, लाचखोरी यामुळे कमी वेतनात काम करावे लागते.

४.२.२ मजुरीचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत (Marginal Productivity Theory of Wages) :

प्रास्ताविक :–

मजुरांचे मजुरीचे दर कसे ठरतात? हे सांगण्यासाठी अर्थशास्त्रात काही सिद्धांत मांडण्यात आले आहेत. त्यामध्ये मजुरीचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत हा एक महत्वाचा सिद्धांत आहे. श्रम या उत्पादन घटकाचा मोबदला म्हणजे मजुरी किंवा वेतन होय. श्रम या उत्पादन घटकाच्या किंमतीला वेतन असे म्हणतात. रिकार्डो, विक्स्टीड,

क्लार्क या अर्थतज्ञांनी वेतनाचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत मांडला आहे. मजुरीचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत हा विभाजनाच्या सीमांत उत्पादकता सिद्धांतावर (Marginal Productivity Theory of Distribution) आधारित आहे. हा सिद्धांत भूमी, श्रम, भांडवल, संयोजन या उत्पादन घटकांचे मोबदले कसे ठरतात? ते स्पष्ट करतो. म्हणून हा सिद्धांत मजुरीचे दर कसे ठरतात याचे सुद्धा उत्तर देतो.

सिद्धांताची गृहीते :-

मजुरीचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत खालील गृहीतावर आधारित आहे.

(१) पूर्ण स्पर्धेचा बाजार

(२) देशात पूर्ण रोजगार आहे.

(३) उत्पादनाचे तंत्र स्थिर असते. उत्पादन पद्धतीत कोणतेही बदल होत नाहीत

(४) श्रम हा उत्पादनाचा घटक गतिशील असतो.

(५) दीर्घकाळ (Long run period)

(६) उत्पादन घटत्या फलाच्या नियमानुसार होते.

(७) उत्पादन घटकांचे सर्व नग एकजिनसी असतात.

(८) श्रम या उत्पादन घटकाची तसेच सर्व घटकांची सीमांत उत्पादकता मोजता येते

(९) वस्तूचे उत्पादन किंवा सीमांत उत्पादन हे एकट्या श्रमिकाचे (एका घटकाचे) असते.

(१०) उत्पादन घटकांची विभाज्यता-उत्पादन घटकांचे हवे त्या प्रमाणात विभाजन करून उत्पादन करता येते.

सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना :-

मजुरीच्या सीमांत उत्पादकता सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''दीर्घकाळात मजुरांची मजुरी ही त्यांच्या सीमांत उत्पादकतेवरून ठरते.''

विकस्टीड यांनी सीमांत उत्पादकता या शब्दाऐवजी सीमांत कार्यक्षमता. (Marginal Efficiency) हा शब्द वापरला आहे. त्यांच्या मते, उत्पादन घटकाची किंमत ही त्या घटकाच्या सीमांत कार्यक्षमतेएवढी (सीमांत उत्पादकतेएवढी) असते. श्रमाचा मोबदला किंवा श्रमाची किंमत म्हणजे मजुरी होय. श्रमाचा मोबदला म्हणजे वेतनाचा दर हा श्रमाच्या सीमांत उत्पादकतेएवढा असतो.

वस्तू व सेवा यांची निर्मिती करण्यासाठी उत्पादक श्रम या घटकाची (श्रमिकांची) मागणी करत असतात. उत्पादकांकडून श्रमाची (कामगारांची) जी मागणी केली जाते, ती व्युत्पन्न (अप्रत्यक्ष) असते. प्रत्यक्ष नसते. म्हणजे उत्पादक तयार करत असलेल्या वस्तू व सेवांच्या मागणीत वाढ झाली तर अधिक उत्पादन करावे लागते. त्यासाठी उत्पादकांकडून श्रमिकांची मागणी केली जाते. अशा प्रकारे श्रमिकांची मागणी ही वस्तू व सेवांच्या

मागणीवर अवलंबून असते. म्हणून श्रमिकांच्या मागणीला अप्रत्यक्ष (व्युत्पन्न) मागणी असे म्हणतात. वस्तू व सेवा तयार करण्यासाठी उत्पादक कामगारांना कामावर नेमत असतो. त्यासाठी त्यांना मजुरी द्यावी लागते. ही मजुरी देण्यासाठी तो त्यांच्या सीमांत उत्पादकतेचा विचार करत असतो. प्रत्येक उत्पादकाचा किंवा संयोजकांचा उद्देश जास्तीत जास्त नफा मिळवणे हा असतो. म्हणून उत्पादक श्रम या घटकाची सीमांत उत्पादकता विचारात घेऊन त्यांना कामावर घेत असतो. श्रमाला दिल्या जाणाऱ्या किंमतीपेक्षा (वेतनापेक्षा) श्रमाची सीमांत उत्पादकता जास्त असेल तर उत्पादकांचा फायदा होतो. उत्पादन घटकाची सीमांत घटकाची सीमांत उत्पादकता ही त्या घटकाला (श्रमिकाला) दिल्या जाणाऱ्या मोबदल्यापेक्षा (वेतनापेक्षा) कमी असेल तर उत्पादकाचा तोटा होतो. म्हणून मजुरांची सीमांत उत्पादकता आणि मजुराला दिली जाणारी मजुरी समान झाल्यानंतर मजुरांना कामावर नेमणे उत्पादक बंद करतो.

सीमांत उत्पादकता :

सीमांत उत्पादकता म्हणजे काय? ते खालील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

''एखाद्या उत्पादन घटकाच्या प्रमाणात एकाने वाढ केली असता एकूण उत्पादनात जी निव्वळ वाढ होते त्यास सीमांत उत्पादकता असे म्हणतात.''

उदाहरणार्थ २० कामगारांनी १००० रुपयाच्या वस्तू निर्माण केल्या. आता आणखी एका कामगाराची नेमणूक केली. २१ कामगारांनी मिळून १०४० रुपयाच्या वस्तू निर्माण केल्या. तर सीमांत उत्पादन (शेवटच्या २१ व्या कामगाराचे निव्वळ उत्पादन) ४० रुपये होईल. त्यास सीमांत उत्पादकता असे म्हणतात. कारण २१ वा कामगार हा शेवटचा किंवा सीमांत कामगार होय. या कामगाराने एकूण उत्पादनात ४० रुपयाच्या वस्तूंची भर टाकली. म्हणून या उदाहरणात सीमांत उत्पादकता ४० रुपये एवढी होते. या सीमांत कामगाराची (२१ व्या कामगाराची) मजुरी सुद्धा ४० रुपये असेल तर सर्व कामगारांना (१ ते २१ कामगारांना) ४० रुपये एवढी मजुरी मिळेल. कारण २१ व्या कामगाराची सीमांत उत्पादकता व त्या कामगाराला द्यावी लागणारी मजुरी सारखीच आहे.

उत्पादक किती कामगारांना कामावर नेमतो? या प्रश्नाचे नेमके उत्तर मजुरीचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत देतो. ज्या ठिकाणी श्रमिकांची सीमांत उत्पादकता आणि त्याला द्यावी लागणारी मजुरी सारखी होते तेवढ्याच श्रमिकांना उत्पादक काम देतो. त्यापेक्षा अधिक कामगारांना तो काम देत नाही. जेथे सीमांत उत्पादकता आणि मजुरी सारखी होते त्या ठिकाणी त्याला महत्तम नफा (Maximum Profit) मिळतो. त्यानंतर मजूर कामावर नेमले तर त्याला तोटा होतो.

मजुरीचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत हा घटत्या फलाच्या नियमावर आधारित आहे. म्हणून श्रमिकांच्या संख्येत जसजशी वाढ होत जाते तसतशी श्रमिकांची सीमांत उत्पादकता घटत जाते. म्हणजे श्रमिकांच्या

नेमणूकीपासून एकूण उत्पादनात जी भर पडत असते ती हळूहळू कमी होत जाते. एकूण उत्पादनात जरी वाढ होत असली तरी एकूण उत्पादन घटत्या प्रमाणात वाढते.

श्रमिकांची संख्या	एकूण उत्पादन (रुपये)	सीमांत उत्पादन (रुपये)	मजुरी/वेतन (रुपये)
१	८०	८०	४०
२	१५०	७०	४०
३	२१०	६०	४०
४	२६०	५०	४०
५	३००	४०	४०
६	३३०	३०	४०
७	३५०	२०	४०

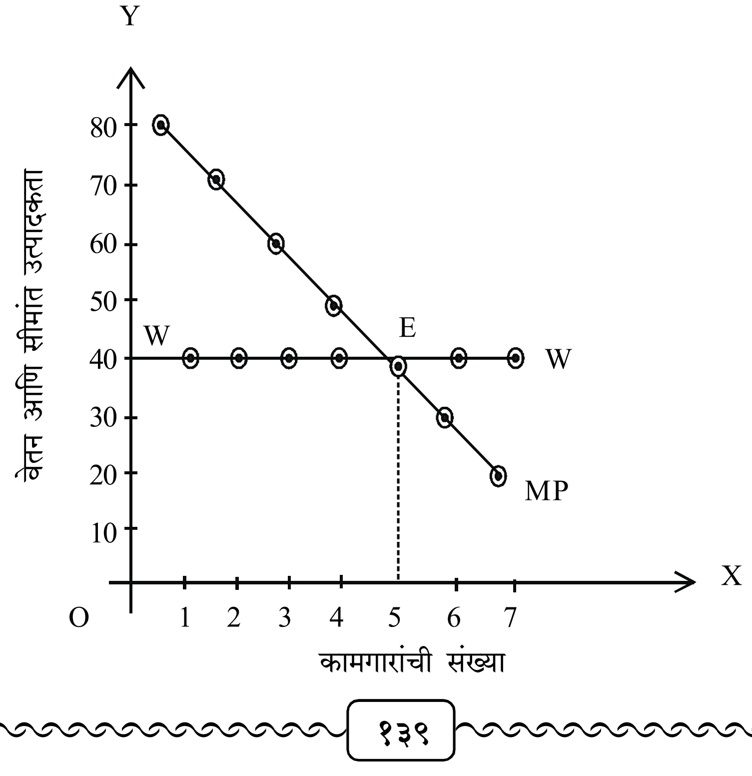
वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, पहिल्या, दुसऱ्या, तिसऱ्या आणि चवथ्या श्रमिकाची सीमांत उत्पादकता त्यांना दिल्या जाणाऱ्या मजुरीपेक्षा जास्त आहे. पहिला मजूर ८० रुपयाचे उत्पादन करतो व त्याला ४० रुपये मजुरी दिली जाते. म्हणून पहिल्या मजूरापासून उत्पादकाला (संयोजकाला) ४० रुपये नफा मिळतो. दुसरा मजूर ७० रुपयाचे उत्पादन करतो. त्याला संयोजकाकडून ४० रुपये मजुरी मिळते. म्हणून दुसऱ्या श्रमिकाच्या नेमणूकीपासून संयोजकाला ३० रुपये नफा मिळतो. तिसरा श्रमिक एकूण उत्पादनात ६० रुपयांची भर टाकतो. म्हणजे तो ६० रुपयाचे उत्पादन निर्माण करतो. त्याला ४० रुपये मजुरी मिळते म्हणून तिसऱ्या मजुराच्या नेमणूकीपासून संयोजकाला २० रुपये एवढा नफा मिळतो. चौथ्या श्रमिकाची सीमांत उत्पादकता ५० रुपये आहे. म्हणजे एकूण उत्पादनात चौथा श्रमिक ५० रुपयाची निव्वळ भर टाकतो. परंतु त्याला त्यापेक्षा कमी म्हणजे ४० रुपये मजुरी दिली जाते. त्यामुळे चौथ्या कामगाराच्या नेमणूकीपासून संयोजकाला १० रुपये नफा मिळतो. म्हणून तो पाचव्या श्रमिकाची नेमणूक करतो. पाचवा श्रमिक एकूण उत्पादनात ४० रुपयाची निव्वळ भर टाकतो. म्हणजे पाचव्या श्रमिकाची सीमांत उत्पादकता ४० रुपये आहे. त्याला मजुरी सुद्धा ४० रुपये मिळते. पाचव्या श्रमिकाच्या नेमणूकीपासून त्याला काहीही फायदा होत नाही. तरीही तो पाचव्या मजुराला कामावर नेमून घेतो. कारण पाचव्या मजुराची सीमांत उत्पादकता (४० रुपये) आणि त्याला द्यावी लागणारी मजुरी (४० रुपये) सारखीच आहे. पाचव्या मजुराच्या नेमणूकीला सीमांत उत्पादकता आणि मजुरीचा दर सारखीच होत असल्याने

या ठिकाणी मजुरीचा दर ४० रुपये निश्चित होतो आणि १ ते ४ कामगारांना सुद्धा ४० रुपये एवढीच मजुरी मिळते. सहाव्या कामगाराची आणि सातव्या कामगारांची नेमणूक उत्पादक करत नाही. कारण त्यांच्याकडून एकूण उत्पादनात पडणारी निव्वळ भर (सीमांत उत्पादकता) ही त्यांना दिल्या जाणाऱ्या मजुरीपेक्षा कमी आहे. सहावा कामगार नेमला तर संयोजकाला १० रुपये तोटा होईल. सातवा कामगार नेमला तर २० रुपये तोटा होईल. म्हणून संयोजक फक्त पाच कामगारांना काम देईल. सहाव्या व सातव्या कामगाराला काम देणार नाही. या उदाहरणात पाचवा कामगार हा शेवटचा किंवा सीमांत कामगार ठरतो. पाचव्या कामगाराची सीमांत उत्पादकता आणि त्याला मिळणारी मजुरी सारखी आहे. सीमांत श्रमिकाला त्याच्या सीमांत उत्पादकतेइतकी म्हणजे ४० रूपये मजुरी मिळत असल्याने पहिल्या चार श्रमिकांनाही ४० रुपये एवढीच मजुरी मिळेल. कारण या सिद्धांताने पूर्ण स्पर्धेचे गृहीत घेतले आहे. तसेच श्रम हा उत्पादनाचा घटक एकजिनसी असतो असे गृहीत धरले आहे. म्हणून सीमांत श्रमिकाइतकीच सर्व श्रमिकांना मजुरी मिळेल. अशा प्रकारे श्रमाप्रमाणेच भूमी, भांडवल, संयोजन या सर्व उत्पादन घटकांना त्यांच्या सीमांत उत्पादकतेएवढे मोबदले मिळतात. म्हणजेच उत्पादन घटकांची किंमत त्यांच्या सीमांत उत्पादकतेवरून ठरते.

आकृती : मजुरीचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत :

मजुरीचा सीमांत सिद्धांत खालील आकृतीच्या साहाय्याने स्पष्ट केला आहे.

आकृती



आकृतीचे स्पष्टीकरण :-

वरील आकृतीत OX अक्षावर श्रमिकांची संख्या दर्शविली आहे. तर OY अक्षावर मजुरी आणि सीमांत उत्पादकता दर्शविली आहे. WW हा मजुरीचा वक्र आहे. तो OX अक्षाला समांतर आहे. कारण वरील तक्त्यातील १ ते ७ सर्व श्रमिकांची मजुरी सारखीच (४० रुपये) आहे. MP हा सीमांत उत्पादकतेचा वक्र आहे. हा वक्र आकृतीत डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा दिसून येतो. कारण उत्पादनाचे इतर घटक स्थिर ठेवून श्रमिकांची संख्या जसजशी वाढवली जाते तसतशी श्रमिकांपासून एकूण उत्पादनात पडणारी भर म्हणजेच सीमांत उत्पादन घटत जाते.

वरील आकृतीत E या बिंदूत WW हा मजुरीचा वक्र आणि MP हा सीमांत उत्पादकतेचा वक्र एकमेकांना छेदतात. E या ठिकाणी पाचव्या म्हणजेच सीमांत श्रमिकांची सीमांत उत्पादकता आणि त्याला मिळणारी मजुरी सारखीच म्हणजे ४० रुपये दिसते. E बिंदूच्या खाली सीमांत प्राप्ती वक्राचा जो भाग आहे, तो मजुरीपेक्षा सीमांत उत्पादकता कमी असल्याचे दर्शवितो. अशा प्रकारे श्रमासारख्या उत्पादन घटकांचे मोबदले त्यांच्या सीमांत उत्पादकतेवरून ठरतात, ही बाब आपणास वरील आकृतीच्या साहाय्याने सुद्धा स्पष्ट करता येतो.

सिद्धांताचे टीकात्मक परीक्षण :-

मजुरीच्या सीमांत उत्पादकता सिद्धांतात काही दोष किंवा उणिवा आहेत. म्हणून या सिद्धांतावर खालीलप्रमाणे टीका केल्या जातात. या सिद्धांतावर घेण्यात येत असलेले प्रमुख आक्षेप खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

(१) कामगार गतिशील असतात हे चूक :-

या सिद्धांताने श्रम हा उत्पादनाचा घटक म्हणजे श्रमिक गतिशील असतात असे म्हटले आहे. म्हणजे कामगार एका ठिकाणाहून दूसऱ्या ठिकाणी, एका उद्योगसंस्थेतून दुसऱ्या उद्योगसंस्थेत सहजासहजी जाऊ शकतात. याला श्रमाची गतिशीलता असे म्हणतात. परंतु कामगारांची गतिशीलता खूपच कमी असते. त्यामुळे कामगार सहजासहजी दुसरीकडे जाऊ शकत नाहीत. त्यामुळे सर्व ठिकाणी सारखी मजुरी मिळत नाही. त्याचा विचार या सिद्धांताने केलेला नाही. ही या सिद्धांताची उणिव आहे.

(२) अल्पकाळाकडे दुर्लक्ष :-

मजुरीचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत दीर्घकाळ विचारात घेऊन मांडण्यात आला आहे. अल्पकाळाचा विचार या सिद्धांतात केलेला नाही. दीर्घकाळाचा विचार केलेला असल्याने हा सिद्धांत दीर्घकाळात लागू पडतो. अल्पकाळात लागू पडत नाही. ही या सिद्धांताची मर्यादा आहे. टीकाकारांच्या मते (केन्स यांच्या मते), 'दीर्घकाळात आपण सर्वजण मरण पावत असतो' (in the long run we all are dead) मनुष्य चिरंजीवी

नसल्याने मनुष्याचे अल्पकालीन प्रश्न महत्वाचे असतात. म्हणून दीर्घकाळापेक्षा अल्पकाळ महत्त्वाचा असतो. या सिद्धांतात अल्पकाळात मजुरीचे दर कसे ठरतात? याचा विचार केलेला नाही. म्हणून हा सिद्धांत दोषयुक्त आहे.

(३) पूर्ण रोजगाराचे गृहीत चुकीचे :–

मजुरीचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत पूर्ण रोजगाराच्या गृहीतावर आधारित आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते. पूर्ण रोजगाराचे गृहीत चुकीचे (अवास्तव) आहे. कारण जगातील कोणत्याही देशाने पूर्ण रोजगाराची पातळी गाठलेली नाही. जगातील कोणत्याही देशात पूर्ण रोजगार आढळत नाही. उलट जगातील अनेक देश बेकारीच्या प्रश्नाने ग्रासलेले आहेत. बेकारीचा प्रश्न दिवसेंदिवस गंभीर होत आहे. म्हणून ज्या देशांनी पूर्ण रोजगाराचे ध्येय गाठलेले नाही आणि ज्या देशात बेरोजगारीचा प्रश्न गंभीर आहे त्या देशांना हा सिद्धांत लागू पडत नाही. ही या सिद्धांताची प्रमुख मर्यादा आहे. ज्या देशात पूर्ण रोजगार प्रस्थापित झाला आहे त्या देशांनाच हा सिद्धांत लागू पडतो. परंतु पूर्ण रोजगारीचे ध्येय गाठलेला एकही देश जगात आढळत नाही.

(४) उत्पादनाचे तंत्र स्थिर असते हे चूक :–

मजुरीच्या सीमांत उत्पादकता सिद्धांतातील आणखी एक उणिव म्हणजे या सिद्धांताने उत्पादनाचे तंत्र स्थिर असते असे जे गृहीत धरले आहे ते गृहीत चुकीचे आहे. दीर्घकाळात उत्पादनाच्या पद्धतीत कोणतेच बदल होत नाहीत असे हा सिद्धांत गृहीत धरतो. परंतु उत्पादनाचे तंत्र किंवा उत्पादनाची पद्धत स्थिर नसते. टीकाकारांच्या मते, अधिकाधिक नफा मिळवण्यासाठी उत्पादक किंवा संयोजक सतत नवनवीन उत्पादन तंत्राचा किंवा नवीन उत्पादन पद्धतीचा अवलंब करत असतात. त्यामुळे दीर्घकाळात उत्पादनाचे तंत्र स्थिर नसते. शिवाय दीर्घकाळ हा खूप मोठा काळ असल्याने या काळात उत्पादन पद्धती पूर्णपणे किंवा अंशत: बदलून उत्पादकाला उत्पादन करणे शक्य असते. म्हणून दीर्घकाळात उत्पादनाचे तंत्र स्थिर असते असे हा सिद्धांत म्हणतो ते चुकीचे आहे.

(५) पूर्ण स्पर्धेचे गृहीत चुकीचे :–

मजुरीचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत पूर्ण स्पर्धेच्या गृहीतावर आधारित आहे. श्रमाच्या बाजारात आणि वस्तूच्या बाजारात पूर्ण स्पर्धा आढळते असे हा सिद्धांत गृहीत धरतो. परंतु टीकाकारांच्या मते, पूर्ण स्पर्धेची कल्पना प्रत्यक्ष व्यवहारात आढळत नाही. श्रमाच्या बाजारात नेहमी अपूर्ण स्पर्धा आढळून येते. त्यामुळे श्रमिकांना त्यांच्या सीमांत उत्पादक्तेपेक्षा कमी मोबदला दिला जातो. अशा प्रकारे ज्या देशात पूर्ण स्पर्धा आढळत नाही किंवा पूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ आढळत नाही, त्या देशांना मजुरीचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत लागू पडत नाही. जगातील अनेक देशात पूर्ण स्पर्धा आढळत नाही. म्हणून हा सिद्धांत फारसा उपयुक्त ठरत नाही.

(६) उत्पादन घटकांची उत्पादकता मोजता येते हे चूक :-

मजुरीच्या सीमांत उत्पादकता सिद्धांताने उत्पादन घटकांची (मजुरांची) सीमांत उत्पादकता मोजता येते असे गृहीत धरले आहे. परंतु हे गृहीत चुकीचे आहे. टीकाकारांच्या मते, मजुरांची सीमांत उत्पादकता मोजता येत नाही. कोणत्या कामगाराने एकूण उत्पादनात किती निव्वळ भर टाकली ते मोजणे कठीण असते. कारण मजूर जे उत्पादन करत असतात ते उत्पादन मोजता येत नाही. ज्या ठिकाणी लहान प्रमाणावर उत्पादन केले जाते तेथे सीमांत उत्पादन मोजता येते. परंतु ज्या उद्योगात मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन केले जाते आणि हजारोंच्या संख्येने मजूर काम करत असतात, तेथील एका मजुराची सीमांत उत्पादकता मोजता येत नाही.

(७) श्रमविभागणीचा विचार केलेला नाही :-

जगातील अनेक देशांनी श्रमविभागणीचे तत्व स्वीकारलेले आहे. उत्पादन कमी वेळेत, कमी खर्चात व दर्जेदार होण्यासाठी श्रमविभागणी तत्वाचा अवलंब केला जातो. त्यामुळे एक वस्तू अनेक श्रमिक तयार करत असतात. अनेक कामगार मिळून एक वस्तू बनवत असतात. त्यामुळे श्रमिकाचे उत्पादन हे त्याचे एकट्याचे नसते. सर्व घटकांनी किंवा सर्व कामगारांनी मिळून वस्तूचे उत्पादन केलेले असते. म्हणून सीमांत उत्पादन एकट्याचे असते हे गृहीत चुकीचे आहे.

(८) उत्पादन घटकांचे विभाजन करता येते हे चूक:-

मजुरीच्या सीमांत उत्पादकता सिद्धांताने उत्पादनाचे घटक पूर्णपणे विभाज्य असतात असे मानले आहे. म्हणजे उत्पादन घटकांचे उदाहरणार्थ श्रमिकांचे विभाजन करता येते असे गृहीत धरले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते हे गृहीत चुकीचे आहे. उत्पादन घटकांच्या विभाज्यतेचे गृहीत चुकीचे आहे. उत्पादन घटकांचे विभाजन करता येत नाही. कामगारांचे विभाजन करता येत नाही.

(९) उत्पादन घटकांच्या पुरवठ्याकडे दुर्लक्ष :-

मजुरीच्या सीमांत उत्पादकता सिद्धांताने मजुरांच्या मागणीचा विचार केला आहे. परंतु मजुरांच्या पुरवठ्याकडे मात्र दुर्लक्ष केले आहे. मजुरांच्या पुरवठ्याचा विचार या सिद्धांतात झाला नसल्याने हा सिद्धांत दोषयुक्त किंवा एकांगी वाटतो.

(१०) उत्पादन व मोबदल्याचा क्रम चुकीचा :-

मजुरीच्या सीमांत उत्पादकता सिद्धांतावर आणखी एक टीका केली जाते ती म्हणजे या सिद्धांताने या उत्पादनावरून उत्पादनाच्या घटकांचे मोबदले ठरतात असे गृहीत धरले आहे. टीकाकारांच्या मते हे चुकीचे आहे. उत्पादन घटकांच्या मोबदला अगोदर ठरतो. म्हणजे श्रमिकांची मजुरी अगोदर ठरते. त्यानंतर उत्पादन ठरत असते. परंतु त्याचा विचार या सिद्धांतात केलेला नाही. म्हणून हा सिद्धांत दोषयुक्त आहे.

(११) उत्पादनाच्या वाढत्या फलाकडे दुर्लक्ष :-

मजुरीचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत घटत्या फलाच्या नियमावर आधारित आहे. उत्पादन घटत्या फलाच्या नियमानुसार होते असे हा सिद्धांत गृहीत धरतो. परंतु ज्या ठिकाणी वाढत्या फलाचा अनुभव येत असतो त्या ठिकाणी हा सिद्धांत लागू पडत नाही. जेथे घटत्या फलाच्या अनुभव येतो त्याठिकाणी श्रमाचा मोबदला किंवा वेतन ठरविण्यासाठी हा सिद्धांत उपयोगी पडतो. परंतु ज्या ठिकाणी वाढत्या फलानुसार उत्पादन होत असते त्या ठिकाणी या सिद्धांतानुसार श्रमिकांचे वेतन ठरवणे कठीण असते. कारण जेथे घटत्या फलाच्या नियमानुसार उत्पादन होत असते, तेथेच हा सिद्धांत लागू पडतो.

(१२) कामगार संघटनांच्या ताकदीकडे दुर्लक्ष :-

कित्येक उद्योगात आज प्रभावी किंवा सामर्थ्यशाली कामगार संघटना आहेत. त्यांची सौदाशक्ती चांगली असते. मालकाबरोबर वाटाघाटी करून आपल्या सभासद कामगारांना अधिक मजुरी ते मिळवून देतात. अशा प्रकारे वेतननिश्चितीवर मजूर संघटनांचा प्रभाव पडत असतो. पण त्याचा विचार या सिद्धांतात केलेला नाही.

(१३) उत्पादकांची कमी मोबदला देण्याची प्रवृत्ती :-

काही उत्पादक आपल्या श्रमिकांना सीमांत उत्पादनापेक्षा कमी मजुरी देतात. श्रमिक गरीब, असंघटित असतील तर त्यांना कमी वेतनात काम करावे लागते. उत्पादक एकत्र घेऊन, संघटित होऊन मजुरीचे दर पाडतात. त्याचा विचार या सिद्धांतात केलेला नाही.

(१४) कामगार एकजिनसी असतात हे चूक :-

या सिद्धातांने कामगार एकजिनसी असतात असे गृहीत धरले आहे. म्हणजे सर्व कामगारांची कार्यक्षमता सारखीच असते असे मानले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, हे गृहीत चुकीचे आहे. कारण सर्व कामगारांची कार्यक्षमता सारखी नसते. काही कामगार दुसऱ्या कामगारापेक्षा कार्यक्षम असतात. काही कामगार कमी कार्यक्षम असतात. त्याचा विचार या सिद्धांतात केलेला नाही.

(१५) केवळ नफ्यासाठी उत्पादन केले जाते हे चूक :-

संयोजक महत्तम नफा मिळवण्यासाठी उत्पादन करतात. जास्तीत जास्त नफा मिळवण्याचे त्यांचे ध्येय असते असे या सिद्धांतात गृहीत धरले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते हे पूर्णत: खरे नाही. कारण कित्येक संयोजक केवळ नफा मिळवण्यासाठी उत्पादन करत नाहीत. तर नावलौकिक (Goodwill) किंवा प्रतिष्ठा मिळवणे आणि आपल्या उद्योग संस्थेचा विस्तार किंवा वाढ करणे या उद्देशाने सुद्धा उत्पादन करत असतात. केवळ नफ्यासाठी ते उत्पादन करत नाहीत. परंतु त्याचा विचार या सिद्धांताने केलेला नाही.

सारांश :

अशा प्रकारे मजुरीच्या सीमांत उत्पादकता सिद्धांतावर वरीलप्रमाणे विविध टीका केल्या जातात. या सिद्धांताने जी गृहिते गृहीत धरली आहेत, ती गृहीते प्रत्यक्ष व्यवहारात आढळत नाहीत. म्हणून हा सिद्धांत दोषयुक्त आहे. या सिद्धांतात काही दोष किंवा उणिवा असल्या तरी कामगारांची मजुरी ही कामगारांच्या सीमांत उत्पादकतेवरून ठरते हा विचार महत्त्वाचा आहे. तसेच कामगारांना त्यांच्या सीमांत उत्पादनापेक्षा जास्त मजुरी दिली तर उद्योगसंस्थेला तोटा येतो. म्हणून मजुरांना किती मजुरी दिली पाहिजे? म्हणजे उद्योगसंस्थेला जास्तीत जास्त नफा होईल, तोटा होणार नाही याचे पुरेसे स्पष्टीकरण हा सिद्धांत देतो. म्हणून हा सिद्धांत उपयुक्त आहे.

४.२.३ पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारातील वेतनदर निश्चिती (Wage Determination Under Perfect Competition) :

किंवा

मजुरीचा मागणी –पुरवठा सिद्धांत (Demand-Supply Theory of Wages) :

प्रास्ताविक :–

मजुरीचा मागणी–पुरवठा सिद्धांत आधुनिक अर्थतज्ञांनी मांडला आहे. म्हणून या सिद्धांताला 'मजुरीचा आधुनिक सिद्धांत' (Modern Theory of Wages) असे म्हणतात. वेतनाच्या सीमांत उत्पादकता सिद्धांतात केवळ कामगारांच्या मागणीचा विचार केला आहे. कामगारांच्या पुरवठ्याचा विचार केलेला नाही. मजुरीच्या आधुनिक सिद्धांतात मजुरांच्या मागणीचाही विचार केला आहे आणि मजुरांच्या पुरवठ्याचाही विचार केला आहे. म्हणून या सिद्धांताला 'वेतनाचा मागणी–पुरवठा सिद्धांत' असेही म्हणतात. कामगारांचे वेतन केवळ कामगारांच्या मागणीने प्रभावित होत नाही तर वेतन निश्चितीवर कामगारांच्या पुरवठ्याचाही प्रभाव पडत असतो, असा विचार या सिद्धांतात मांडण्यात आला आहे. हा सिद्धांत प्रामुख्याने प्रा. डॉ. आलफ्रेड मार्शल यांच्या नावाशी जोडला जातो. त्यांनी मजुरीच्या सीमांत उत्पादकता सिद्धांतातील मजुरांच्या मागणीचा आणि मजुरांच्या राहणीमान सिद्धांतातील मजुरांच्या पुरवठ्याचा एकत्रित विचार आपल्या मजुरीच्या मागणी–पुरवठा सिद्धांतात केला आहे. म्हणून वेतनाचा हा सिद्धांत आधुनिक सिद्धांत ठरतो. या सिद्धांताला 'मजुरीचा संतुलनाचा सिद्धांत' असेही म्हणतात.

सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना :–

वेतनाच्या आधुनिक सिद्धांताची (मजुरीच्या मागणी–पुरवठा सिद्धांताची) मध्यवर्ती कल्पना थोडक्यात खालील शब्दात मांडली आहे.

''**श्रमाला असलेली मागणी आणि श्रमाचा पुरवठा यांच्या समतोलावरून वेतनाचा दर ठरतो.**''

उत्पादक उत्पादन करण्यासाठी श्रमाची (श्रमिकांची) मागणी करत असतात. तर श्रमिक (कामगार) उत्पादकांना आपले श्रम पुरवत असतात किंवा श्रमाचा पुरवठा करत असतात. ज्या ठिकाणी श्रमाला असलेली

मागणी आणि श्रमाचा पुरवठा समान होतो, त्या ठिकाणी वेतन दराची निश्चिती होते. म्हणजे या सिद्धांतानुसार श्रमाच्या मागणी व पुरवठ्याच्या समतोलातून वेतनाचा दर ठरतो.

मजुरांची मागणी (Demand for Labour) **:**

मजुरांची मागणी ही खालील विविध घटकावर अवलंबून असते.

१) वस्तूची मागणी :

वस्तूंचे उत्पादन करण्यासाठी मजुरांची मागणी उत्पादक किंवा संयोजक करतात. मजुरांची मागणी ही अप्रत्यक्ष (व्युत्पन्न/अर्जित/पराश्रित–Derived Demand) असते. मजुरांची मागणी स्वतंत्र किंवा प्रत्यक्ष मागणी नसते. कामगार ज्या वस्तू तयार करतात, त्या वस्तूंना ग्राहकांची मागणी जास्त असेल तर उत्पादकांकडून श्रमाला (कामगारांना) जास्त मागणी येते. याउलट ग्राहकांची वस्तूला मागणी कमी असेल तर श्रमाला (कामगारांना) मागणी कमी येते. वस्तूच्या वर्तमानातील मागणीबरोबर वस्तूच्या भविष्यातील मागणीवरही कामगारांची मागणी अवलंबून असते. भविष्यात वस्तूला मागणी वाढण्याची शक्यता असेल तर कामगारांची मागणी वाढते. याउलट भविष्यात वस्तूला मागणी कमी राहण्याची शक्यता असेल तर कामगारांना मागणी सुद्धा कमी येते. अशा प्रकारे उत्पादकांकडून मजुरांना जी मागणी येत असते, ती मागणी ग्राहकांकडून वस्तूला जी मागणी केली जाते त्या मागणीवर अवलंबून नसते. म्हणून मजूरांच्या मागणीला प्रत्यक्ष मागणी न म्हणता अप्रत्यक्ष मागणी किंवा व्युत्पन्न मागणी (Derived Demand) असे म्हणतात.

२) उत्पादनाचे तंत्र :

उत्पादक उत्पादनासाठी कोणते तंत्र वापरतो त्यावरही श्रमाची मागणी अवलंबून असते. भांडवलप्रधान तंत्राचा उत्पादनासाठी जास्त वापर केला जात असेल तर श्रमाला मागणी कमी होते. आणि श्रमप्रधान तंत्राचा वापर केला जात असेल तर उत्पादकांकडून श्रमाला किंवा कामगारांना मागणी जास्त राहते.

३) इतर उत्पादन घटकांच्या किंमती :

इतर उत्पादन घटकांच्या आणि साधनांच्या किंमतीवरही कामगारांची मागणी अवलंबून असते. यंत्र अवजारांच्या किंमती जास्त असतील तर उत्पादनासाठी यंत्रांचा जास्त वापर परवडत नाही. त्यामुळे मजुरांना मागणी वाढेल. याउलट यंत्रांच्या किंमती कमी असतील, यंत्रे स्वस्त असतील तर उत्पादक उत्पादनासाठी यंत्रांचा वापर करतील. त्यामुळे कामगारांना मागणी कमी येईल. अशा प्रकारे यंत्रासारख्या उत्पादन साधनांच्या किंमतीतील वाढीचा आणि घटीचा कामगारांच्या मागणीवर जो परिणाम होतो, त्याला पर्यायी परिणाम किंवा बदली परिणाम (Substitution Effect) असे म्हणतात. उत्पादन साधनाची (यंत्राची) किंमत कमी झाली की यंत्रांचा वापर वाढतो. यंत्र वापरामुळे वस्तूचा उत्पादन खर्च कमी येतो. त्यामुळे उत्पादक वस्तूची किंमत पूर्वीपेक्षा कमी करतात.

वस्तूची किंमत झाली की ग्राहकांकडून वस्तूची मागणी वाढते. वाढती मागणी पूर्ण करण्यासाठी उत्पादकांना अधिक उत्पादन करावे लागते. त्यामुळे यंत्रांचीही मागणी वाढते आणि कामगारांची सुद्धा मागणी वाढते. त्यालाच उत्पादन परिणाम (Output Effect) असे म्हणतात.

४) कामगारांची सीमांत उत्पादकता :

कामगारांच्या सीमांत उत्पादकतेचा सुद्धा परिणाम कामगारांच्या मागणीवर होत असतो. कामगारांची मागणी ही कामगारांच्या सीमांत उत्पादक्तेवर अवलंबून असते. ज्या ठिकाणी कामगारांची सीमांत उत्पादकता आणि कामगारांना देण्यात येणारे वेतन समान होते, त्या ठिकाणी वेतन दराची निश्चिती होते. सीमांत कामगारांचे सीमांत उत्पादन आणि त्याला मिळणारे वेतन समान झाले की, उत्पादक कामगारांना कामावर घेणे बंद करतो. श्रमाची उत्पादन क्षमता हा घटक सुद्धा कामगारांची (श्रमाची) मागणी निर्धारित करणारा महत्वाचा घटक आहे. श्रमाची उत्पादन क्षमता जास्त असेल तर श्रमाला मागणी जास्त येते. कारण जास्त उत्पादनक्षम श्रमिकामुळे उत्पादकांचा फायदा होत असतो. याउलट श्रमाची किंवा श्रमिकांची उत्पादनक्षमता कमी असेल तर उत्पादकांकडून श्रमिकांना कमी मागणी येते. श्रमाची मागणी वाढण्यासाठी विविध मार्गांनी श्रमाची (श्रमिकांची) उत्पादकता वाढवली पाहिजे. म्हणून कामगारांची कार्यक्षमता (उत्पादकता) हा घटक कामगारांची मागणी निर्धारित करणारा महत्वाचा घटक आहे.

''वेतनाच्या दरात वाढ झाली की कामगारांची मागणी कमी होते. आणि वेतनाच्या दरात घट झाली की कामगारांची मागणी वाढते.''

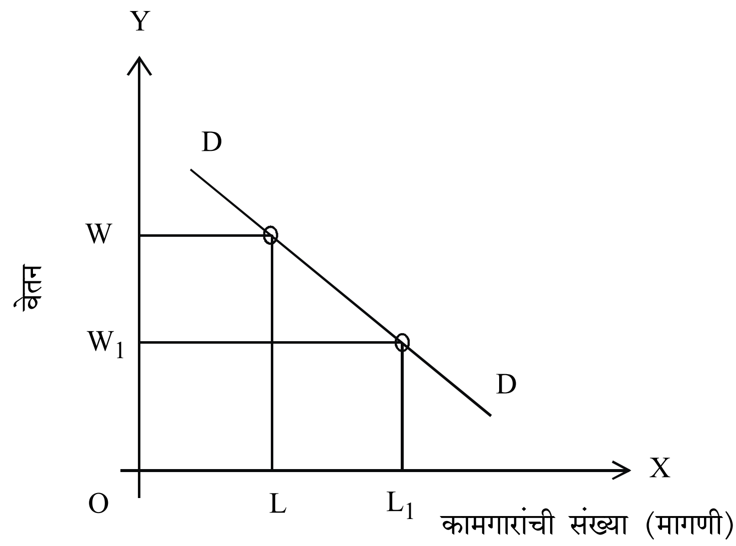
वरील अवतरणावरुन आपल्या असे लक्षात येते की, वेतनाचे दर आणि कामगारांची मागणी यांच्यात व्यस्त (उणे) संबंध असतात. मजुरीचे दर वाढले की उत्पादक कामगारांची मागणी कमी करतात आणि वेतनाचे/मजुरीचे दर घटले की, उत्पादक कामगारांची मागणी वाढवतात. त्यामुळे श्रमाच्या मागणीचा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली येणारा अशा प्रकारचा असतो.

उद्योगधंद्याची (Industry) **मजुरांची मागणी**

वेतनाचे दर (रुपये)	कामगारांची मागणी
४००	५००
३००	६००
२००	७००
१००	८००
५०	९००

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, कामगारांच्या मजुरीचे दर जसजसे घटत जातात तसतशी उत्पादकांकडून केली जाणारी कामगारांची मागणी वाढत जाते. मजुरीचा दर प्रतिमाणसी प्रतिदिन ४०० रुपये असताना उत्पादक ५०० कामगारांची मागणी करतात. मजुरीचे दर ३०० रुपये एवढा घटल्यानंतर उत्पादक ६०० कामगारांची मागणी करतात. मजुरीचा दर ३०० रुपयावरून २०० रुपये एवढा कमी झाल्यानंतर उत्पादक १००० कामगारांची मागणी करतात. मजुरीचा दर २०० रुपयावरून १०० रुपये एवढा घटला असता. मजुरांची मागणी ८०० एवढी वाढल्याचे दिसते. वेतनाचा दर ५० रुपये एवढा कमी झाला असता मजुरांची मागणी २०० एवढी वाढल्याचे दिसते. अशा प्रकारे मजुरीचे दर ४०० रुपयावरून ३०० रुपये, २०० रुपये, १०० रुपये आणि ५० रुपये असे घटत गेले की कामगारांची मागणी सुद्धा ५००, ६००, ७००, ८०० आणि ९०० अशी वाढत गेल्याचे दिसते. कारण कमी मजुरीत जास्त कामगारांना कामावर ठेवणे उत्पादकांना परवडते. तसेच मजुरीचे दर ५० रुपयावरून १०० रुपये, २०० रुपये, ३०० रुपये, ४०० रुपये अशा प्रकारे वाढत गेले असता मजुरांची मागणी ८०० वरून ८००, ७००, ६००, ५०० अशी घटत गेल्याचे दिसते. वेतनाचा दर ५० रुपये असताना ९०० कामगारांना मागणी होती आणि मजुरांचा दर ४०० रुपये वाढल्यानंतर ५०० कामगारांना म्हणजे कमी कामगारांना मागणी केली जाते हे वरील तक्त्यावरून दिसून येते.

आकृती : उद्योगाच्या दृष्टीने कामगारांच्या मागणीचा वक्र (Industry)



वरील आकृतीत OX अक्षावर कामगारांची संख्या दर्शविली आहे. तर OY या अक्षावर वेतन किंवा मजुरी दर्शविली आहे. DD हा कामगारांच्या मागणीचा वक्र आहे. वेतनाचा दर OW असताना OL एवढी श्रमिकांना मागणी असल्याचे वरील तक्त्यावरून दिसून येते. वेतनाचा दर OW वरून OW_1 एवढा कमी झाला असता

कामगारांची मागणीसुद्धा OL वरून OL_1 एवढी वाढल्याचे दिसते. W ते W_1 एवढी मजुरी कमी झाली असता कामगारांच्या मागणीत L ते L_1 एवढी वाढ घडून आल्याचे दिसते. वेतनाचा दर OW_1 वरून OW एवढा वाढला असता कामगारांची मागणी सुदधा L_1 ते L एवढी कमी झाल्याचे दिसते. अशा प्रकारे मजुरीच्या दरात घट झाली की, मजुरांची मागणी वाढते आणि मजुरीच्या दरात वाढ झाली की मजुरांची मागणी कमी होते. यामुळे मजुरांच्या मागणीचा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली येणारा (ऋणात्मक किंवा नकारात्मक -ve) तयार होतो. वरील आकृतीत DD या वक्राने ते दर्शविले आहे.

मजुरांचा पुरवठा (Supply of Labour) **:**

सनातनवाद्यांनी आपल्या मजुरीच्या सीमांत उत्पादकता सिद्धांतात मजुरांच्या मागणीला महत्व दिले आहे. परंतु वेतन दर निश्चितीत मजुरांचा पुरवठा हा घटक त्यांनी विचारात घेतला नाही. मजूरीच्या आधुनिक सिद्धांतानुसार वेतन दर निर्धारणात श्रमाच्या मागणी इतकाच श्रमाचा पुरवठा हा घटक सुद्धा महत्त्वाचा असतो. विशिष्ट वेतनदराला काम करू इच्छिणाऱ्या कामगारांची संख्या म्हणजे कामगारांचा पुरवठा होय. विशिष्ट वेतन दराला कामगार आठवड्यातून किती दिवस किंवा किती तास काम करु इच्छितात, तेवढे श्रमाचे तास किंवा श्रम दिवस म्हणजे श्रमाचा पुरवठा होय. अशा प्रकारे श्रमाचा पुरवठा हा कामाच्या तासांचा किंवा कामाच्या दिवसांचा विचार करून सांगितला जातो. श्रमाचा पुरवठा विचारात घेताना खालील बाबी महत्वाच्या असतात.

१) संपूर्ण अर्थव्यवस्थेच्यादृष्टीने श्रमाचा पुरवठा :–

संपूर्ण अर्थव्यवस्थेच्या दृष्टीने विचार करता श्रमाचा पुरवठा हा आर्थिक सामाजिक, राजकीय इत्यादी घटकावर अवलंबून असतो. अर्थव्यवस्थेच्या दृष्टीने श्रमाचा पुरवठा हा देशातील एकूण लोकसंख्येवर अवलंबून असतो. कारण लोकसंख्येतूनच श्रमाचा पुरवठा होत असतो. तसेच लोकसंख्येतील १५ ते ६० या वयोगटातील लोकसंख्या (उत्पादक किंवा कर्ती लोकसंख्या) किती आहे, त्यावर श्रमाचा पुरवठा अवलंबून असतो. कर्ती लोकसंख्या जास्त असेल तर श्रमाचा पुरवठा जास्त राहतो. स्त्री–पुरूष प्रमाण, स्त्रियांचा दर्जा इत्यादी घटकावरही श्रमाचा पुरवठा अवलंबून असतो. या घटकांचे थोडक्यात स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

(अ) देशाची एकूण लोकसंख्या : देशाची लोकसंख्या प्रचंड असेल तर श्रमाचा पुरवठाही प्रचंड राहतो. ज्या देशाच्या लोकसंख्यचा आकार लहान असतो, त्या देशात कामगारांची संख्या (श्रमाचा पुरवठा) कमी असतो. भारतासारख्या देशात लोकसंखेचा आकार आणि लोकसंख्या वाढीचा दर जास्त आहे. म्हणून श्रमाचा पुरवठा जास्त आहे.

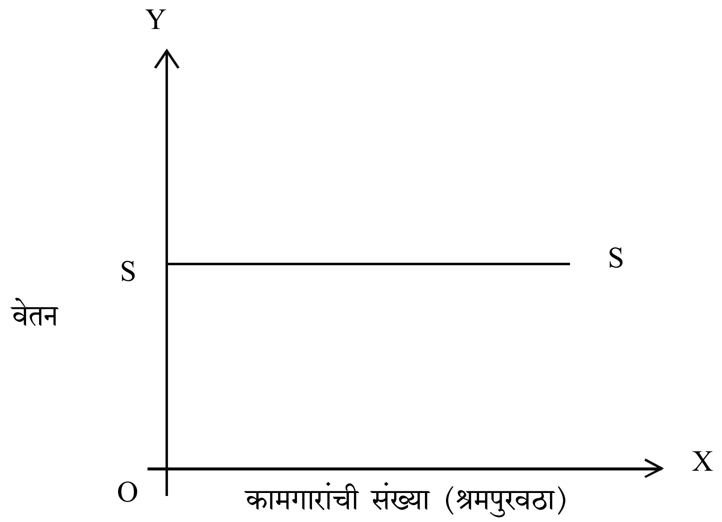
(ब) कामगार कार्यक्षमता : विविध कारणामुळे कामगारांच्या कार्यक्षमतेत वाढ झाली तर कामगारांचा पुरवठा वाढतो आणि कार्यक्षमतेत घट झाली तर कामगारांचा पुरवठा घटतो.

(क) वेतनाचे दर : वेतनाच्या दरात वाढ झाली की कामगारांचा पुरवठा वाढतो आणि वेतनाच्या दरात घट झाली की कामगारांचा पुरवठा घटतो. म्हणून वेतनाच्या दरावरही कामगारांचा पुरवठा अवलंबून असतो.

२) **उद्योगसंस्थेच्यादृष्टीने श्रमाचा पुरवठा :-**

श्रमाचा उद्योगसंस्थेला पुरवठा होत असतो. पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारपेठेत उद्योग संस्थेच्या श्रमाच्या पुरवठ्याचा वक्र हा पूर्णपणे लवचिक असतो. कारण निश्चित झालेल्या वेतनदराला जेवढे श्रमिक आवश्यक आहेत, तेवढे श्रमिक उद्योगसंस्थेला उपलब्ध होत असतात. खालील आकृतीत हे दर्शविले आहे.

आकृती : पूर्ण स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा श्रम पुरवठा वक्र



वरील आकृतीत OX अक्षावर कामगारांचा पुरवठा दर्शविला आहे. तर OY अक्षावर वेतनाचे दर दर्शविले आहेत. SS हा कामगारांच्या पुरवठ्याचा वक्र आहे. तो OX या अक्षाला समांतर आहे. OS या वेतनदराला उद्योग संस्थेला पाहिजे तेवढे कामगार मिळू शकतात, हे वरील आकृतीवरून लक्षात येते.

३) **उद्योगधंद्याच्यादृष्टीने श्रमाचा पुरवठा** (Industry) :-

उद्योधंद्याला जो श्रमाचा पुरवठा श्रमिकांकडून केला जातो तो प्रामुख्याने वेतनदरावर अवलंबून असतो. त्यामुळे उद्योगधंद्याच्या दृष्टीने श्रमाच्या पुरवठ्याचा वक्र हा धनात्मक उताराचा (+ve) असतो. तो डावीकडून उजवीकडे खालून वरती जाणारा असतो. उत्पादकांना जर अधिक श्रमिक हवे असतील तर मजुरीत वाढ करावी लागते. त्याशिवाय दुसऱ्या उद्योगातील मजूर तो उदयोग सोडून येणार नाहीत. वेतनात वाढ केल्यामुळे कामगारांचा पुरवठा वाढतो. तसेच वेतनात वाढ केल्यामुळे अधिक वेतन मिळण्यासाठी कामगार अधिक तास

काम करण्यास तयार होतात. त्यामुळे श्रमाचा पुरवठा वाढतो. उत्पादकांनी वेतनाचे दर कमी केले की, श्रमाचा पुरवठा कमी होतो.

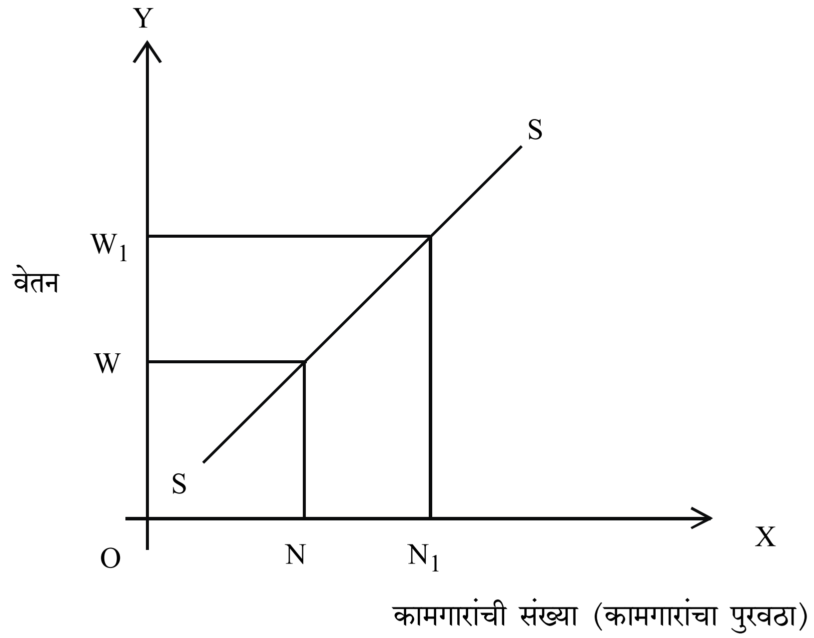
उद्योगधंद्याला होणारा श्रमपुरवठा

वेतनाचे दर (रु.)	कामगार मागणी
५०	५००
१००	६००
२००	७००
३००	८००
४००	९००

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, कामगारांच्या वेतनात जसजशी वाढ होत जाते तसतसा कामगारांचा पुरवठा वाढत जातो आणि वेतनाचे दर घटले की कामगारांचा पुरवठा कमी कमी होत जातो. म्हणून श्रमपुरवठा वक्र खालून वरती जाणारा येतो. वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, मजुरीचा दर ५० रुपये असताना कामगार पुरवठा ५०० इतका होता. वेतनाचे दर ५० रुपयावरून १०० रुपये, २०० रुपये, ३०० रुपये, ४०० रुपये असे वाढत गेले की, कामगार पुरवठा सुद्धा ५०० वरून, ६००, ७००, ८००, ९०० असा वाढत गेल्याचे दिसते. मजुरीचे दर ४०० रुपयावरून ३०० रुपये, २०० रुपये, १०० रुपये, ५० रुपये असे घटत गेले असता श्रमाचा पुरवठा सुद्धा ९०० कामगारावरून ८००, ७००, ६००, ५०० कामगार असा घटत गेल्याचे दिसते. अशा प्रकारे मजुरांचा पुरवठा हा मजुरांच्या मजुरीदरावर अवलंबून असतो, हे वरील तक्त्यावरून आपल्या लक्षात येते.

पुढील पानावरील आकृतीत OX अक्षावर कामगारांचा पुरवठा दर्शविला आहे. तर OY अक्षावर वेतनाचा दर दर्शविला आहे. SS हा धनात्मक उताराचा श्रम पुरवठा वक्र आहे. OW एवढा वेतनाचा दर असताना ON एवढा श्रमपुरवठा दिसतो. मजुरीचा दर OW वरून OW_1 एवढा वाढला असता कामगारांचा पुरवठा ON वरून ON_1 एवढा वाढल्याचे दिसते. म्हणून श्रम पुरवठ्याचा वक्र खालून वरती जाणारा येतो.

आकृती : उद्योगधंद्याच्या दृष्टीने श्रमपुरवठा वक्र



मागणी–पुरवठ्याचे संतुलन :

वरील दोन्ही तक्ते एकत्र करून खालीलप्रमाणे तिसरा तक्ता तयार केला आहे.

कामगारांच्या मागणी – पुरवठ्याचा तक्ता

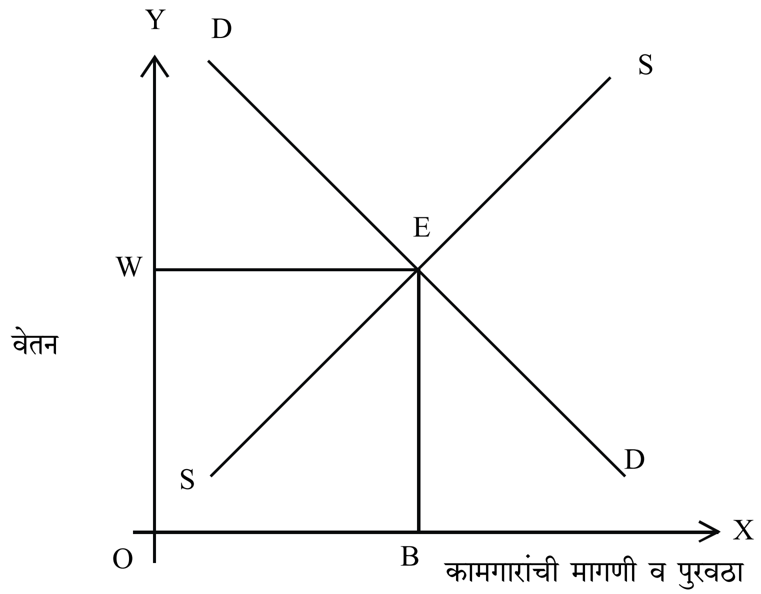
मजुरीचे दर	कामगारांची मागणी	कामगारांचा पुरवठा
४००	५००	९००
३००	६००	८००
२००	७००	७००
१००	८००	६००
५०	९००	५००

पूर्ण स्पर्धेत ज्या वेतनदराला कामगारांची मागणी आणि कामगारांचा पुरवठा समान होतो, तो वेतन दर निश्चित होतो. वरील तक्त्यात २०० रु. मजुरी दराला ७०० कामगारांना मागणी आहे आणि कामगारांचा

पुरवठाही ७०० आहे. म्हणून वेतनाचा दर २०० रु. इतका निश्चित होईल. अशा प्रकारे पूर्ण स्पर्धेत वेतनाचा दर कामगारांच्या मागणी आणि पुरवठ्याच्या समतोलातून ठरतो.

मजुरीच्या आधुनिक सिद्धांतानुसार ज्या वेतनदराला मजुरांची मागणी आणि मजुरांचा पुरवठा समान होतो, तो वेतनदर निश्चित होतो. मजूरांच्या मागणीचा वक्र आणि मजुरांच्या पुरवठ्याचा वक्र ज्या ठिकाणी एकमेकांना छेदतात, त्या बिंदूला समतोल बिंदू किंवा छेदन बिंदू असे म्हणतात. त्या समतोल बिंदूत मजूरीचा दर निश्चित होतो. खालील आकृतीत मजुरांच्या मागणी-पुरवठ्याच्या संतुलनातून मजुरीचा दर कसा ठरतो? ते दर्शविले आहे.

आकृती :



वरील आकृतीत OX अक्षावर कामगारांची मागणी आणि कामगारांचा पुरवठा दर्शविला आहे. तर OY अक्षावर वेतन किंवा मजुरी दर्शविली आहे. DD हा कामगारांच्या मागणीचा वक्र आहे. आणि SS हा कामगारांच्या पुरवठ्याचा वक्र आहे. E हा संतुलन बिंदू आहे. कारण या बिंदूत कामगारांच्या मागणीचा वक्र आणि कामगारांच्या पुरवठ्याचा वक्र एकमेकांना छेदून गेले आहेत. म्हणून E समतोल बिंदूत मजुरीचा दर OW एवढा ठरतो तर OB एवढी कामगारांची मागणी व पुरवठा आहे. OW वेतनदराला कामगारांची मागणी OB एवढी आहे आणि कामगारांचा पुरवठा सुद्धा OB एवढाच आहे.

अशा प्रकारे वेतनाच्या आधुनिक सिद्धांतानुसार वेतनाचा दर हा श्रमिकांच्या मागणी व पुरवठ्याच्या समतोलातून ठरतो. ही बाब वरील स्पष्टीकरणावरून आणि आकृतीवरून आपल्या लक्षात येते. वेतनाचा दर

मजुरांच्या मागणी व पुरवठ्यावरून ठरत असल्याने या सिद्धांताला मजुरीचा 'मागणी-पुरवठ्याचा सिद्धांत' असेही म्हणतात.

सिद्धांताची गृहीते :

१) दीर्घकाळ

२) वस्तू बाजारात व श्रमबाजारात पूर्ण स्पर्धा असते.

३) मालक व मजूर यांची सौदाशक्ती सारखी असते.

४) कामगारांची संख्या खूप मोठी असते.

५) कामगार गतिशील असतात.

६) कामगारांप्रमाणे उत्पादकांची संख्या मोठी असते.

सिद्धांताच्या मर्यादा :

१) हा सिद्धांत फक्त दीर्घकाळातच लागू पडतो. अल्पकाळात लागू पडत नाही.

२) पूर्ण स्पर्धा आढळत नाही. पूर्ण स्पर्धेचे गृहीत चुकीचे आहे.

३) मालक व मजूर यांची ताकद सारखी नसते. भांडवलशाहीत मालक प्रबळ असतात. तर समाजवादी देशात कामगार ताकदवान असतात. या बाबीचा विचार या सिद्धांतात केलेला नाही.

४) कामगार गतिशील असतात हे गृहित चुकीचे आहे. कामगार फारसे गतिशील नसतात. आपला गाव, पूर्वीचा व्यवसाय सोडून अन्यत्र जाण्यास कामगार सहसा तयार होत नाहीत.

५) मजुरीचा दर या सिद्धांतानुसार मजुरांच्या मागणी व पुरवठ्यावरून ठरतो. पण काही देशात लोकसंख्या आणि मजुरांचा पुरवठा प्रचंड असूनही तेथे वेतनाचे दर कमी नसतात. उलट वेतनाचे दर जास्त असतात. प्रगत देशात मजुरांची मागणी जास्त आणि पुरवठा कमी असतो. कारण लोकसंख्या कमी असते. थोडक्यात, मजुरीचे दर केवळ मजुरांच्या मागणी व पुरवठ्यावरून ठरत नाहीत. वेतनाच्या आधुनिक सिद्धांतात वेतनाचा दर कामगारांच्या मागणी व पुरवठ्याच्या समतोलातून ठरतो, असे म्हटले आहे. परंतु वेतन दरावर परिणाम करणाऱ्या इतर घटकांचा विचार या सिद्धांताने केलेला नाही.

सारांश :

वेतनाच्या आधुनिक सिद्धांताच्या काही मर्यादा असल्या तरी वेतनाच्या इतर सिद्धांतापेक्षा हा सिद्धांत महत्वपूर्ण वाटतो. कारण या सिद्धांतात श्रमाच्या मागणी पुरवठ्याच्या विचार एकत्रितपणे केला आहे. त्यामुळे हा सिद्धांत अधिक वास्तव व उपयुक्त वाटतो.

४.२.४ खंड आणि खंडाचे प्रकार (Rent) :

प्रास्ताविक :–

व्यवहारात आणि अर्थशास्त्रात 'खंड' या शब्दाचा अर्थ वेगवेगळा आहे. आपण व्यवहारात खंड या शब्दाचा अर्थ भाडे असा घेतो. उदाहरणार्थ घराचे भाडे, दुकानाचे भाडे म्हणजे खंड असे आपण म्हणतो. परंतु अर्थशास्त्रात खंड या शब्दाचा अर्थ खूप व्यापक आहे. खंडाची सर्वसाधारण व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

(१) खंडाची सर्वसाधारण व्याख्या :–

''भूमीचा किंवा जमिनीचा उत्पादन कार्यासाठी वापर केल्याबद्दल भूमीच्या मालकाला मिळणारा मोबदला म्हणजे खंड होय.''

(२) ''भूमी या उत्पादन घटकाची किंमत म्हणजे खंड होय.''

(३) रिकार्डो यांची खंडाची व्याख्या :–

''जमीन या उत्पादन घटकाच्या अंगी जे उपजत आणि अविनाशी गुण असतात, त्याबद्दल जमिनीच्या मालकाला मिळणारा मोबदला म्हणजे खंड होय.''

(४) प्रा. डॉ. मार्शल :–

''जमीन या उत्पादन घटकाचा मालक असल्याबद्दल आणि निसर्गाच्या इतर मोफत देणग्याबद्दल जमिनीच्या मालकाला मिळणारा मोबदला म्हणजे खंड होय.''

(५) ''एखादा उत्पादन घटक सध्याच्या उद्योगातील काम सोडून जर दुसऱ्या किंवा पर्यायी उद्योगात गेला तर तेथे त्याला सध्याच्या उद्योगापेक्षा जेवढे जास्त उत्पन्न मिळते, तेवढे जादा उत्पन्न म्हणजे खंड होय.''

उदाहरणार्थ एखाद्या उत्पादन घटकाला सध्या कापड उद्योगात २००० रुपये मिळत असतील आणि तो उत्पादन घटक दुसऱ्या उद्योगात गेला आणि तेथे त्याला ३००० रुपये मिळू लागले तर दुसऱ्या उद्योगात कापड उद्योगापेक्षा त्याला जे १००० रुपये जादा मिळतात, ते १००० रुपये म्हणजे त्या उत्पादन घटकाचा खंड होय.

(६) सिनिअर :

''नैसर्गिक साधनांच्या वापरापासून जे आधिक्य मिळते (अतिरिक्त उत्पन्न मिळते), त्या आधिक्याला किंवा अतिरिक्त उत्पन्नाला खंड असे म्हणतात.'' (Rent is the surplus arising from the use of land appropriated natural agent.)

खंडाचे प्रकार :

खंडाचे प्रमुख प्रकार खालीलप्रमाणे आहेत.

(१) एकूण खंड (Gross Rent) :-

एकूण खंडालाच सकल खंड/मिश्र खंड/स्थूल खंड असे म्हणतात. एकूण खंडाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''शेतजमिनीपासून प्राप्त झालेल्या एकूण उत्पादनातून त्या उत्पादनाचा खर्च वजा केला असतो शिल्लक राहिलेले उत्पन्न म्हणजे खंड होय.''

एकूण खंड किंवा स्थूल खंड = एकूण उत्पादन - एकूण उत्पादन खर्च

स्थूल खंडात खालील घटकांचा समावेश होतो.

(१) शेतजमिनीतून मिळणारे आधिक्य (आर्थिक खंड)

(२) शेती सुधारणेसाठी (विहीर, कुंपण इत्यादी) खर्च केलेल्या भांडवलावरील व्याज

(३) शेती उत्पादन क्रियांचे संघटन व इतर कार्याचा मोबदला.

एकूण खंड/स्थूल खंड = आर्थिक खंड + कृषी क्षेत्रात कायम स्वरूपी सुधारणांसाठी गुंतवलेल्या भांडवलावरील व्याज + कृषी क्षेत्रातील संघटन व इतर कार्याचा मोबदला.

(२) आर्थिक खंड (Economic Rent) :-

आर्थिक खंडालाच शुद्ध खंड असेही म्हणतात. शेतजमिनीच्या मालकाला जमिनीच्या अविनाशी गुणांचा वापर केल्याबदल जे उत्पन्न मिळते, त्याला खंड असे म्हणतात. अधिक सुपीक शेतजमिनीला कमी सुपीक जमिनीपेक्षा जे जादा उत्पन्न मिळते, त्या उत्पन्नाला आर्थिक खंड असे म्हणतात.

(३) करार खंड (Contract Rent) :-

शेतजमिनीचा मालक आणि त्या मालकाची जमीन कसणारे कुळ यांच्यात ठराव होऊन/चर्चा होऊन जो खंड ठरतो, त्या खंडाला करार खंड असे म्हणतात. करार खंड अगोदरच निश्चित होतो. कुळांकडून कसण्यासाठी जमीन मालकाकडे जमिनीची मागणी केली जाते. त्याप्रमाणे जमीन मालक कुळांना आपली शेतजमीन व्यवहार करून देतात. कुळांनी किती खंड द्यावा हे कुळे आणि मालक यांच्यात चर्चा होऊन ठरते. चर्चा किंवा व्यवहार झाल्यानंतर (खंड ठरल्यानंतर) कुळांना कसण्यासाठी जमीन मिळते. आर्थिक खंडापेक्षा करार खंड जास्त असू

शकतो. जर जमीन कसू इच्छिणाऱ्यांची (कुळांची) संख्या जास्त असेल तर जमीन कसण्यासाठी मिळावी यासाठी कुळामध्ये चढाओढ लागते. त्यामुळे कुळे जमीन मालकाला जास्त खंड देण्यास तयार होतात. त्यामुळे जमीन मालकाला जादा खंड मिळून जमीनमालकांचा फायदा होतो. याउलट कुळांची संख्या कमी असेल तर जमीन मालकांना करार खंड कमी मिळू शकतो. साधारणपणे कुळे गरीब असतात. जमीन मालक सधन व ताकदवान असतात. त्यामुळे कुळांची करारशक्ती कमी असते. त्यामुळे कुळांना जादा खंड द्यावा लागतो. त्यामुळे कुळांचे नुकसान होते.

अशा प्रकारे खंडाचे एकूण खंड, आर्थिक किंवा शुद्ध खंड, करार खंड असे तीन प्रमुख प्रकार सांगितले जातात. आभास खंड ही एक संकल्पना अर्थशास्त्रात चर्चिली जाते. तिची चर्चा या भागात शेवटी केली आहे.

४.२.५ रिकार्डो यांचा खंडाचा सिद्धांत :

प्रास्ताविक :-

सुप्रसिध्द ब्रिटिश अर्थशास्त्रज्ञ रिकार्डो यांनी सन १८१७ मध्ये प्रसिध्द केलेल्या आपल्या “Principles of Political Economy’ या ग्रंथात खंडविषयक सिद्धांताची मांडणी केली आहे. रिकार्डो यांच्या मते, खंड फक्त शेतजमिनीलाच मिळतो. इतर उत्पादन घटकांना खंड मिळत नाही. त्यांच्या मते, जमिनीच्या अंगी उपजत व अविनाशी गुणधर्म असतात. म्हणून जमिनीला खंड मिळतो. विस्तृत पद्धतीच्या शेतीत जसा खंड मिळतो तसा सखोल पद्धतीच्या शेतीतही खंड मिळतो. रिकार्डो यांनी खंडाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

‘‘जमिनीच्या अंगी असलेल्या मूलभूत आणि अविनाशी गुणांच्या वापराबद्दल जमिनीच्या मालकाला जमिनीच्या एकूण उत्पादनापैकी जो भाग दिला जातो, त्या भागास किंवा वाट्यास खंड असे म्हणतात.’’

सिद्धांताची गृहीते :-

रिकार्डो यांचा सिद्धांत खालील गृहितावर आधारित आहे.

(१) उत्पादन घटता फलाच्या नियमानुसार होते.

(२) देशात पूर्ण स्पर्धा अस्तित्वात आहे.

(३) दीर्घकाळ (Long run period)

(४) देशाच्या लोकसंख्येत सतत वाढ होत असते.

(५) सर्व देशात खंड न देणारी जमीन/सीमांत जमीन असते.

(६) शेतजमिनीचा पुरवठा मर्यादित असतो. त्यात वाढ करता येत नाही.

(७) जमीन अविनाशी असते. म्हणून जमिनीला खंड मिळतो.

(८) जमिनीचा खंड हा जमिनीच्या सुपीकतेवर अवलंबून असतो.

(९) विस्तृत तसेच सखोल पद्धतीच्या शेतीत खंडाचा उद्भव होतो.

(१०) जमिनीची मागणी सतत वाढत असते. त्यामुळे खंडाचे प्रमाणही वाढत जाते.

(११) देशात सुपीक जमीन, कमी सुपीक जमीन अशा वेगवेगळया प्रकारच्या जमिनी असतात.

(१२) लोक अगोदर सुपीक जमिनीत शेती करतात. नंतर कमी सुपीक जमिनीत शेती करतात.

(१३) अन्नधान्याचे उत्पादन करण्यासाठी जमीन उपयोगात आणली जाते.

विस्तृत शेती पद्धतीत खंडाचा उद्भव :-

शेती लागवडीच्या दोन पद्धती आहेत. (१) विस्तृत शेती पद्धत आणि (२) सखोल शेती पद्धत. या दोन्ही पद्धतीच्या शेतीत खंडाची निर्मिती होते. यापैकी विस्तृत शेती पद्धतीत खंडाची निर्मिती कशी होते, ते थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहे. त्यालाच रिकार्डो यांच्या खंडाच्या सिद्धांतातील महत्त्वाचा विचार असे म्हणता येईल.

''जमिनीच्या अंगी जी गुणभिन्नता असते अथवा जमिनीच्या अंगी जी स्थितीभिन्नता असते, त्यामुळे खंडाची निर्मिती होते.''

रिकार्डो आपल्या सिद्धांतात म्हणतात, ''सुपीकतेच्या दृष्टीने वेगवेगळ्या प्रकारच्या परंतु सारख्याच क्षेत्रफळाच्या जमिनीत सारख्याच प्रमाणात श्रम आणि भांडवलाचा वापर करून सुपीक जमिनीमध्ये कमी सुपीक जमिनीपेक्षा जेवढे जास्त उत्पादन होते, त्याला खंड असे म्हणतात.''

उदाहरणाच्या सहाय्याने स्पष्टीकरण :-

रिकार्डो यांनी विस्तृत शेती पद्धतीत खंडाची निर्मिती कशी होते, ते एका उदाहरणाच्या साहाय्याने स्पष्ट केले आहे. ते उदाहरण असे आहे. समजा, एक निर्जन बेट किंवा एक निर्जन देश आहे. आणि त्या देशात सुपीक, मध्यम सुपीक, कमी सुपीक आणि अत्यंत कमी सुपीक अशा चार प्रकारच्या शेतजमिनी आहेत. अशा निर्जन देशात वास्तव्यासाठी जर लोक गेले तर ते प्रथम सुपीक जमीनच लागवडीखाली आणतात. कालांतराने लोकसंख्येत वाढ झाल्यावर लोक मध्यम सुपीक जमीन लागवडीखाली आणतात. कारण लोकसंख्येतील वाढीमुळे सुपीक जमिनीतील कृषी उत्पादन लोकांना पुरत नाही. सुरवातीला सुपीक जमीनीला खंड मिळत नाही. परंतु मध्यम सुपीक जमीन लागवडीखाली आणली की सुपीक जमिनीला खंड मिळतो. मध्यम सुपीक जमीन सीमांत जमीन असल्याने तिला खंड मिळत नाही. लोकसंख्या वाढल्यानंतर मध्यम सुपीक जमीन संपुष्टात येते.

म्हणून लोक कमी सुपीक जमीन लागवडीखाली आणतात. आता कमी सुपीक जमीन ही सीमांत जमीन ठरते. म्हणून कमी सुपीक जमिनीला खंड मिळत नाही. कमी सुपीक जमीन लागवडीखाली आणल्याने मध्यम सुपीक जमीन ही सीमांतपूर्ण जमीन ठरते व त्यामुळे आता मध्यम सुपीक जमिनीला खंड मिळतो. तसेच सुपीक जमिनीला मिळणाऱ्या खंडात पूवीपेक्षा वाढ होते. लोकसंख्येत वाढ झाल्यानंतर कमी सुपीक जमीन संपुष्टात येते. लोकसंख्या वाढीमुळे कमी सुपीक जमिनीतील धान्य लोकांना पुरत नाही. म्हणून लोक अत्यंत कमी सुपीक जमीन लागवडीखाली आणतात. अत्यंत कमी सुपीक जमीन लागवडीखाली आणल्याने कमी सुपीक जमीनीला खंड मिळण्यास सुरवात होते. कारण कमी सुपीक जमीन ही या उदाहरणात सीमांतपूर्व जमीन आहे. सीमांतपूर्व जमिनीला खंड मिळतो. पण सीमांत जमिनीला खंड मिळत नाही. कमी सुपीक जमीन संपुष्टात आल्यानंतर अत्यंत कमी सुपीक जमिनीत शेती केली जाते. त्यामुळे कमी सुपीक जमिनीला खंड मिळण्यास सुरवात होते. आणि सुपीक व मध्यम सुपीक जमिनीला मिळणाऱ्या खंडात वाढ होते. थोडक्यात खालीलप्रमाणे असे म्हणता येईल की,

(१) सीमांत जमिनीला खंड मिळत नाही. म्हणून सीमांत जमीन म्हणजे खंड न देणारी जमीन होय.

(२) सीमांतपूर्व जमिनीलाच फक्त खंड मिळतो.

(३) सुपीक जमिनीला जास्त खंड मिळतो. कमी सुपीक जमिनीला कमी खंड मिळतो.

तक्त्याच्या साहाय्याने स्पष्टीकरण :–

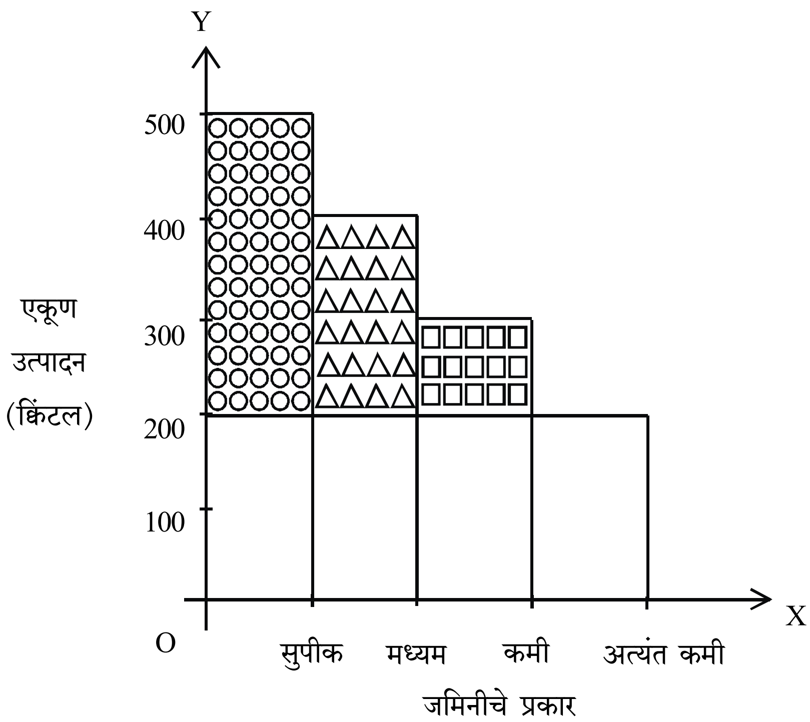
खालील तक्त्यात विविध प्रकारच्या शेतजमिनींना (सीमांत जमीन सोडून) खंड कसा मिळतो, ते स्पष्ट केले आहे. या उदाहरणात सर्व प्रकारच्या शेतजमिनींचे क्षेत्रफळ १ एकर आहे असे गृहीत धरले आहे. तसेच भांडवल श्रम गुणोत्तर १:१० आहे असे गृहीत धरले आहे. आणि सर्व प्रकारच्या शेतजमिनींचा उत्पादन खर्च सारखाच आहे (२५००) असे गृहीत धरले आहे. जेंव्हा देशातील अत्यंत कमी सुपीक जमीन लागवडीखाली येते तेंव्हा सुपीक, मध्यम सुपीक आणि कमी सुपीक जमिनीला खंड कसा व किती मिळतो, ते खालील तक्त्यात दर्शविले आहे.

अ.क्र.	जमिनीचा प्रकार	गव्हाचे उत्पादन (क्विंटल)	खंड (क्विंटल)
१	सुपीक जमीन	५००	३००
२	मध्यम सुपीक जमीन	४००	२००
३	कमी सुपीक जमीन	३००	१००
४	अत्यंत कमी सुपीक जमीन	२००	०

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, अत्यंत कमी सुपीक शेतजमिनीत २०० क्विंटल गव्हाचे उत्पादन होते. तर सुपीक जमिनीत ५०० क्विंटल गव्हाचे उत्पादन होते. अशा प्रकारे सुपीक जमिनीत अत्यंत कमी सुपीक जमिनीपेक्षा ३०० क्विंटल गहू जास्त उत्पादित होतात. हे जादा ३०० क्विंटल उत्पादन म्हणजेच सुपीक जमिनीचा खंड होय. सीमांत जमिनीपेक्षा (अत्यंत कमी सुपीक जमिनीपेक्षा) मध्यम सुपीक जमिनीत २०० क्विंटल अधिक गहू उत्पादित होतो. म्हणून मध्यम सुपीक जमिनीचा खंड २०० क्विंटल होय. सीमांत जमिनीपेक्षा कमी सुपीक जमिनीत १०० क्विंटल अधिक गहू निर्माण होतो. म्हणून कमी सुपीक जमिनीचा खंड १०० क्विंटल गहू होय. अत्यंत कमी सुपीक जमीन ही सीमांत जमीन असल्याने तिला काहीच खंड मिळत नाही.

वरील तक्त्यातील आकडेवारीचा आधार घेऊन रिकार्डो यांचा सिद्धांत खालील आकृतीद्वारे स्पष्ट केला आहे.

आकृती :



आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत OX अक्षावर जमिनीचे प्रकार दर्शविले आहेत. आणि OY अक्षावर गव्हाचे उत्पादन (क्विंटलमध्ये) दर्शविले आहे. उभ्या लंब रेषा जमिनीतील गव्हाचे उत्पादन दर्शवितात. ◯◯ या चिन्हाने सुपीक जमिनीचा खंड दर्शविला आहे. △△या चिन्हाने मध्यम सुपीक जमिनीचा खंड दर्शविला आहे. तर □□ या

चिन्हाने कमी सुपीक जमिनीला मिळालेला खंड दर्शविला आहे. अत्यंत कमी सुपीक जमिनीला (सीमांत जमिनीला) खंड मिळत नाही हे वरील आकृतीवरून दिसून येते.

रिकार्डो यांच्या सिद्धांतावरील टीका/आक्षेप :-

रिकार्डो यांच्या खंडाच्या सिद्धांतावर विविध अर्थतज्ञांनी खालीलप्रमाणे टीका केल्या आहेत.

(१) पूर्ण स्पर्धेचे गृहीत काल्पनिक आहे :-

रिकार्डो यांचा सिद्धांत पूर्ण स्पर्धेच्या गृहीतावर आधारित आहे. परंतु प्रत्यक्ष व्यवहारात पूर्ण स्पर्धा आढळत नाही. पूर्ण स्पर्धेचे गृहीत काल्पनिक किंवा चुकीचे आहे.

(२) जमीन अविनाशी असते हे चूक :-

रिकार्डो यांनी जमिनीच्या अंगी उपजत अविनाशी गुणधर्म असतो असे म्हटले आहे. परंतु जमिनीचा सतत वर्षानुवर्षे वापर केला की जमिनीची उत्पादकता घटत जाते. म्हणून रिकार्डो यांचे म्हणणे संपूर्णपणे बरोबर नाही.

(३) खंड केवळ भूमीलाच मिळतो हे चूक :-

रिकार्डो यांनी खंड केवळ जमिनीलाच मिळतो असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, रिकार्डोचे हे मत चुकीचे असून उत्पादनाच्या इतर घटकांना सुद्धा खंड मिळतो.

(४) रिकार्डो यांचा लागवडीचा क्रम चुकीचा :-

रिकार्डो यांनी आपल्या सिद्धांतात लोक प्रथम सुपीक जमीन लागवडी खाली आणतात. नंतर मध्यम सुपीक जमीन, त्यानंतर कमी सुपीक जमीन लागवडीखाली आणतात असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, जगात अशा क्रमाने कोठेही लागवड झाल्याचे आढळत नाही.

(५) अल्पकाळाकडे दुर्लक्ष, सिद्धांत दीर्घकाळातच लागू :-

रिकार्डो यांचा खंडाचा सिद्धांत हा दीर्घकाळात खंड कसा ठरतो? त्याचे स्पष्टीकरण देतो. परंतु अल्पकाळात खंड कसा ठरतो? हे मात्र सांगत नाही.

(६) जमिनीचा वापर फक्त शेतीसाठीच केला जातो हे चूक :-

रिकार्डो यांनी जमिनीचा वापर फक्त शेतीसाठीच केला जातो असे म्हटले आहे. परंतु जमिनीचा वापर इतर कारणासाठीसुद्धा केला जातो. त्याचा विचार रिकार्डो यांनी आपल्या सिद्धांतात केलेला नाही.

अशा प्रकारे रिकार्डो यांच्या खंड सिद्धांतावर वरीलप्रमाणे टीका केल्या जातात.

४.२.६ आभास खंड (Quasi Rent) :

प्रास्ताविक :–

खंड आणि आभास खंड यामध्ये फरक आहे. आभास खंडाच्या संकल्पनेचा सविस्तर अभ्यास केल्यानंतर आपणास खंड आणि आभास खंड यातील फरक लक्षात येतो. आभास खंड ही एक खंडाची संकल्पना आहे. आभास खंडालाच 'खंडसदृश्य उत्पन्न' किंवा 'तात्पुरता खंड' असेही म्हणतात. आभास खंडाची संकल्पना प्रा. डॉ. मार्शल यांनी मांडली आहे.

आभास खंड म्हणजे काय?

प्रा. डॉ. मार्शल यांनी आभास खंडाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''**आभास खंड म्हणजे असे उत्पन्न की जे खंडासारखे असते परंतु अगदी बरोबर खंडासारखे नसते.**''

खंड म्हणून जे उत्पन्न मिळते ते खंडासारखे वाटते. परंतु १०० टक्के खंडासारखे नसते. म्हणून अशा खंड उत्पन्नास आभास खंड असे म्हणतात. रिकार्डो यांनी खंड फक्त जमिनीलाच मिळतो असे म्हटले आहे. परंतु मार्शल यांच्या मते खंड फक्त जमिनीलाच मिळत नाही तर उत्पादनाच्या श्रम, भांडवल संयोजन आणि उत्पादनाच्या इतर साधनांनाही खंड मिळतो. आभास खंडाची आणखी एक व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

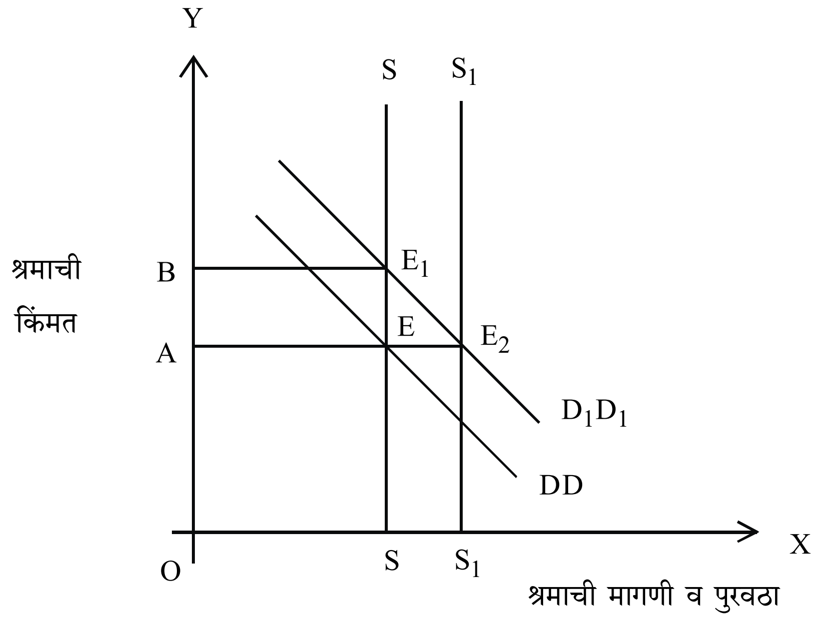
''**अल्पकाळात भूमी व्यतिरिक्त इतर उत्पादन घटकांना विशेषत: मनुष्यनिर्मित उत्पादनाच्या साधनांना जे जादा उत्पन्न मिळते, त्या उत्पन्नास आभास खंड (Quasi Rent) असे म्हणतात.**''

भूमी किंवा जमीन या उत्पादन घटकाला अल्पकाळात आणि दीर्घकाळात सुद्धा खंड मिळतो. कारण भूमीचा पुरवठा अल्पकाळात आणि दीर्घकाळात सुद्धा स्थिर किंवा अलवचिक असतो. परंतु भूमी व्यतिरिक्त उत्पादनाच्या इतर घटकांचा पुरवठा अल्पकाळात अलवचिक असतो आणि दीर्घकाळात लवचिक असतो. श्रम, भांडवल, संयोजन, यंत्रसामग्री आणि इतर मानवनिर्मित उत्पादनाच्या साधनांना अल्पकाळात जरी मागणी वाढली तरी त्यांचा पुरवठा वाढवता येत नाही. त्यामुळे भूमीव्यतिरिक्त उत्पादनाच्या इतर घटकांना आणि उत्पादनाच्या इतर साधनांना अल्पकाळात जादा उत्पन्न मिळते. या जादा उत्पन्नाला खंड असे म्हणतात. या जादा उत्पन्नाला आभास खंड म्हणण्याचे कारण म्हणजे हे जादा उत्पन्न उत्पादन घटकांना केवळ अल्पकाळातच मिळते. दीर्घकाळात मिळत नाही. दीर्घकाळात हे जादा उत्पन्न नाहीसे होते. कारण दीर्घकाळात भूमीव्यतिरिक्त श्रम, भांडवल, संयोजन, यंत्रसामग्री इत्यादी उत्पादन घटकांचा आणि उत्पादन साधनांचा पुरवठा वाढत असतो. किंवा दीर्घकाळात उत्पादन घटकांचा व साधनांना पुरवठा वाढवता येतो. त्यामुळे दीर्घकाळात भूमी व्यतिरिक्त उत्पादनाच्या इतर घटकांना खंड मिळत नाही, म्हणून अल्पकाळात भूमीव्यतिरिक्त उत्पादनाच्या इतर घटकांना जी जादा किंमत मिळते, त्यास आभास खंड किंवा तात्पुरता खंड असे म्हणतात.

आकृतीच्या साहाय्याने स्पष्टीकरण :

आभास खंडाची संकल्पना खालील आकृतीद्वारे स्पष्ट केली आहे.

आकृती :



वरील आकृतीत OX अक्षावर श्रमाला असणारी मागणी व श्रमाचा पुरवठा दर्शविला आहे. तर OY अक्षावर श्रमाची किंमत दर्शविली आहे. SS हा श्रमपुरवठयाचा वक्र आहे. S_1S_1 हाही श्रमपुरवठयाचा वक्र आहे. DD आणि D_1D_1 हे श्रमाच्या मागणीचे वक्र आहेत. E आणि E_1 हे संतुलन बिंदू आहेत.

वरील आकृतीत SS हा श्रमाच्या पुरवठयाचा वक्र आणि DD हा श्रमाच्या मागणीचा वक्र हे दोन्ही वक्र एकमेकांना E बिंदूत छेदतात. म्हणून E बिंदूत श्रमाच्या मागणी पुरवठयाचा समतोल होतो. श्रमाच्या एका मात्रेची OA एवढी किंमत निश्चित होते. अल्पकाळात समजा श्रमाला असणारी मागणी वाढली तर श्रमाचा मागणी वक्र वरती जाईल. वरील आकृतीतील D_1D_1 हा नवीन मागणी वक्र श्रमाच्या मागणीतील वाढ दर्शवितो. D_1D_1 हा नवीन मागणी वक्र SS या मूळच्या श्रमपुरवठा वक्राला E_1 या बिंदूत छेदतो. त्यामुळे श्रमाच्या एका मात्रेची किंमत OA वरून OB एवढी वाढते. O ते S पर्यंतच्या श्रमिकांना ABE_1E या चौकोनाएवढे जादा उत्पन्न मिळते. यालाच श्रमाची किंमत म्हणजेच खंड असे म्हणतात. परंतु या खंडाला तात्पुरता किंवा आभास खंड असे म्हणतात. कारण दीर्घकाळात श्रमाचा पुरवठा वाढला की हा आभास खंड नाहीसा होतो. समजा दीर्घकाळात श्रमाचा पुरवठा वाढला तर SS हा वक्र उजव्या बाजूला सरकेल. वरील आकृतीत S_1S_1 हा श्रमपुरवठा वक्र श्रमपुरवठ्यात झालेली वाढ दर्शवितो. S_1S_1 श्रमपुरवठा वक्राला D_1D_1 हा श्रमाच्या मागणीचा वक्र E_2 या बिंदूत छेदतो. त्यामुळे श्रम या

उत्पादन घटकाच्या एका मात्रेची किंमत OB वरून OA एवढी कमी होते. आणि खंड शून्य होतो. वरील आकृतीत E_2 या बिंदूत खंड शून्य दिसतो.

अशा प्रकारे अल्पकाळात श्रम, भांडवल, संयोजन, यंत्रसामग्री व इतर टिकाऊ वस्तू तसेच चहा, कॉफी यासारख्या उपभोग्य वस्तूंचा पुरवठा वाढवता येत नाही. त्यामुळे त्यांची मागणी वाढली की उत्पादन घटकांचे मालक व उत्पादन साधनांचे मालक त्यांच्या किंमती वाढवतात. या वाढीव जादा किंमतीलाच खंड असे म्हणतात. दीर्घकाळात उत्पादन घटकांचा व उत्पादन साधनांचा पुरवठा वाढला की, त्यांच्या किंमती कमी होतात. आणि अल्पकाळात मिळणारा हा खंड दीर्घकाळात नाहीसा होतो. म्हणून भूमीव्यतिरिक्त उत्पादनाच्या इतर घटकांना अल्पकाळात जो मोबदला मिळतो, त्या जादा मोबदल्यास खंड न म्हणता आभास खंड किंवा तात्पुरता खंड असे म्हणतात. थोडक्यात उत्पादनाच्या मानवनिर्मित साधनांना अल्पकाळात मिळणारे व दीर्घकाळात नाहीसे होणारे उत्पन्न म्हणजे आभास खंड किंवा खंडसदृष्य उत्पन्न होय.

४.२.७ व्याज आणि व्याज्याच्या संकल्पना (Interest) :

प्रास्ताविक :–

भूमी, श्रम आणि संयोजन इत्यादी उत्पादन घटकाप्रमाणे भांडवल हा सुद्धा उत्पादनाचा महत्त्वाचा घटक आहे. उत्पादनाच्या प्रक्रियेत भाग घेतल्याबद्दल (वस्तू आणि सेवा निर्माण केल्याबद्दल) उत्पादन घटकांच्या मालकांना जे मोबदले मिळतात, त्या मोबदल्यांना उत्पादन घटकांची किंमत म्हणतात. भूमीला खंड, श्रमाला वेतन, संयोजनाला नफा आणि भांडवलाला व्याज या स्वरूपात मोबदले मिळत असतात. व्याजाच्या काही व्याख्या खालीलप्रमाणे स्पष्ट केल्या आहेत.

''उत्पादनाच्या प्रक्रियेत सहभाग घेतल्याबद्दल भांडवलाच्या मालकाला मिळणारा मोबदला म्हणजे व्याज होय.''

''भांडवल या उत्पादन घटकाची किंमत म्हणजे व्याज होय.''

प्रा. डॉ. जे. एम. केन्स यांनी व्याजाची व्याख्या खालीलप्रमाणे दिली आहे.

''एका विशिष्ट कालावधीसाठी रोखतेचा त्याग केल्याबद्दल मिळणारे बक्षीस म्हणजे व्याज होय.''

अशा प्रकारे व्याज म्हणजे उत्पादन कार्यासाठी भांडवलाचा वापर केल्याबद्दल भांडवलाच्या मालकाला मिळणारा मोबदला किंवा बक्षीस म्हणजे व्याज होय. व्याज दिल्याशिवाय भांडवल मिळत नाही. म्हणून भांडवल मिळविण्यासाठी भांडवलाच्या मालकाला गुंतवणूकदारांकडून किंवा भांडवलाचा वापर करणाऱ्यांकडून मुद्दल रक्कमेपेक्षा जी ज्यादा रक्कम मिळते, त्या ज्यादा रक्कमेलाच व्याज असे म्हणतात.

व्याजाच्या संकल्पना :–

स्थूल व्याज आणि निव्वळ व्याज अशा व्याजाच्या प्रमुख दोन संकल्पना आहेत. त्यानांच व्याजाचे प्रकार असेही म्हणतात. या प्रकारांची थोडक्यात माहिती खालीलप्रमाणे दिली आहे.

अ) स्थूल व्याज (Gross Interest) :–

स्थूल व्याजालाच एकूण व्याज असेही म्हणतात. एकूण व्याजाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''भांडवलाच्या किंवा कर्जाच्या वापराबद्दल ऋणकोकडून भांडवल पुरवणाऱ्यांना किंवा कर्ज पुरवणाऱ्यांना जे एकूण उत्पन्न दिले जाते, त्यास स्थूल व्याज किंवा मिश्र व्याज म्हणतात.''

एकूण व्याजात धोका पत्करण्याचा मोबदला, गैरसोयीचा मोबदला, व्यवस्थापनाचा मोबदला आणि शुध्द व्याज इत्यादी चार घटकांचा समावेश असतो. या घटकांचे थोडक्यात स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

(१) धोका पत्करल्याबद्दलचा मोबदला :–

जे लोक इतरांना आपले भांडवल किंवा कर्ज देत असतात, त्या लोकांना त्यामुळे काही धोक्यांना तोंड दयावे लागत असते. एक मोठा धोका म्हणजे कर्ज बुडण्याचा धोका होय. या लोकांनी ज्यांना पैसे कर्जाऊ दिलेले असतात, त्यांचा व्यापार, व्यवसाय, धंदा बुडाला तर दिलेले सर्व कर्ज वसूल होवू शकत नाही. हा मोठा धोका असतो. तसेच ज्याला कर्ज दिले आहे, ती व्यक्ती बेईमान किंवा व्यसनी निघाली तर तिच्याकडून कर्जाची वसुली होत नाही. अशा प्रकारच्या धोक्यांना तोंड देता यावे यासाठी कर्ज देणाऱ्या व्यक्ती ऋणकोकडून विशिष्ट प्रमाणात मोबदला घेत असतात. या मोबदल्याचा समावेश एकूण व्याजात होत असतो.

(२) गैरसोयीचा मोबदला :–

अल्प, मध्यम, दीर्घ अशी विविध मुदतीची कर्जे असतात. ज्या मुदतीसाठी कर्ज दिलेले असते, ती मुदत संपेपर्यंत कर्ज परत येत नाही. कर्ज दिल्यानंतर मुदतीपूर्वीच कर्ज दिलेल्यांना पैशाची गरज भासली तर दुसरीकडून व्याजाने कर्ज काढावे लागते. किंवा जमीन, घर, कारखाना खरेदी करावयाचे असेल तर कर्ज दिलेल्या व्यक्तींना या बाबी खरेदी करणे शक्य होत नाही. कारण स्वत:च्या मालकीचा पैसा असला तरी ज्याला तो पैसा कर्जाऊ दिलेला असतो, तो मुदत संपेपर्यंत परत येत नाही. त्यामुळे कर्ज देणाऱ्यांची एक प्रकारे गैरसोयच होत असते. या गैरसोयीबद्दल कर्ज देणाऱ्या व्यक्ती विशिष्ट रक्कम कर्जदारांकडून घेत असतात. त्याला गैरसोयीचा मोबदला असे म्हणतात. हा मोबदला एकूण व्याजात समाविष्ट असतो.

(३) व्यवस्थापनाचा मोबदला :–

कर्ज देणाऱ्या व्यक्तींना कर्जाऊ रकमेचे हिशेब ठेवावे लागतात. त्याला कर्जाचे व्यवस्थापन असे म्हणतात. कर्ज देणाऱ्या व्यक्ती कर्जाऊ रक्कमेचे हिशेब ठेवण्याचे काम स्वत: करत असताता किंवा पगारी नोकरांकडून करत

असतात. त्यांच्या पगारावर खर्च करावा लागतो. तो खर्च कर्ज देणाऱ्या व्यक्ती कर्जदारांकडून वसूल करत असतात. म्हणून एकूण व्याजात हिशेब ठेवण्याच्या किंवा व्यवस्थापनाच्या मोबदल्याचाही समावेश असतो.

(४) शुद्ध व्याज (Pure/Net Interest) **:–**

एकूण व्याजात शुद्ध व्याजाचाही समावेश असतो. शुद्ध व्याज म्हणजेच निव्वळ व्याज होय. निव्वळ व्याजाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

ङ्बएकूण व्याजातून धोका पत्करण्याचा मोबदला, गैरसोयीचा मोबदला आणि व्यवस्थापनाचा मोबदला वजा केल्यानंतर जी रक्कम शिल्लक राहते, त्यास निव्वळ व्याज असे म्हणतात.फ्र

निव्वळ व्याज म्हणजे केवळ भांडवलाचा वापर केल्याबद्दल कर्जदारांकडून भांडवलाच्या मालकांना मिळणारा मोबदला होय.

एकूण व्याज आणि निव्वळ व्याजाची सूत्रे :–

एकूण व्याज आणि निव्वळ व्याज या दोन संकल्पना खालील सूत्राच्या साहाय्याने स्पष्ट केल्या आहेत.

एकूण व्याज = निव्वळ व्याज + धोका पत्करण्याचा मोबदला + गैरसोयीचा मोबदला + व्यवस्थापनाचा मोबदला

निव्वळ व्याज = एकूण व्याज – (धोका पत्करण्याचा मोबदला + गैरसोयीचा मोबदला + व्यवस्थापनाचा मोबदला)

अशा प्रकारे एकूण व्याज आणि शुद्ध व्याज अशा व्याजाच्या दोन संकल्पना असून एकूण व्याज वेगवेगळ्या ठिकाणी, वेगवेगळ्या व्यवसायात वेगवेगळे असते. परंतु निव्वळ व्याज मात्र सर्व ठिकाणी सारखे असते.

४.२.६ व्याजाचा सनातन सिद्धांत (Classical Theory of Interest) :–

प्रास्ताविक :–

व्याजाच्या सनातन सिद्धांतालाच 'व्याजाचा परंपरागत सिद्धांत' 'व्याजाचा बचत गुंतवणूक सिद्धांत' 'व्याजाचा वास्तविक सिद्धांत', 'भांडवलाच्या मागणी–पुरवठयाचा सिद्धांत', 'व्याजाचा अभिमतपंथी सिद्धांत' असेही म्हणतात. व्याजाच्या सनातन सिद्धांताची मांडणी विविध अर्थतज्ञांनी केली असून त्यामध्ये प्रा. मार्शल, प्रा. ए. सी. पिगू, प्रा. रिकार्डो, वॉलरस, कॅसल, टॉसिंग, प्रा. नाईट इत्यादी अर्थतज्ञांचा समावेश होतो.

सनातनवाद्यांची व्याजाची व्याख्या :-

सनातनवाद्यांची व्याजाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''भांडवलाचा उपयोग केल्याबद्दल भांडवलाच्या मालकाला दिली जाणारी किंमत म्हणजे व्याज होय.''

सनातनवाद्यांनी आपल्या व्याजाच्या व्याख्येत व्याज का दिले जाते? आणि व्याज कोणाला दिले जाते? ते स्पष्ट केले आहे.

व्याजाचा दर कसा ठरतो?

सनातनवाद्यांनी व्याजाचा दर कसा ठरतो? ते खालील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

''व्याजाचा दर हा भांडवलाला असणारी मागणी आणि भांडवलाचा पुरवठा या दोन घटकांवरून ठरतो.''

भांडवलाची मागणी :-

भांडवलाला मागणी म्हणजेच लोकांच्या बचतीला मागणी होय. नवीन कारखाने स्थापन करणे, जुन्या कारखान्यांचा विस्तार करणे किंवा नवीन यंत्रसामग्री विकत घेणे इत्यादीसाठी भांडवलाला मागणी येत असते. गुंतवणूकीसाठी भांडवलाला जी मागणी असते, ती व्याजदरावर अवलंबून असते. ही बाब खालील सूत्राने स्पष्ट केली आहे.

$$I = f(r)$$

I = गुंतवणूकीसाठी भांडवलाची मागणी

f = फलन/कार्य

r = व्याजाचा दर

वरील सूत्राचा अर्थ खालील शब्दात स्पष्ट केला आहे.

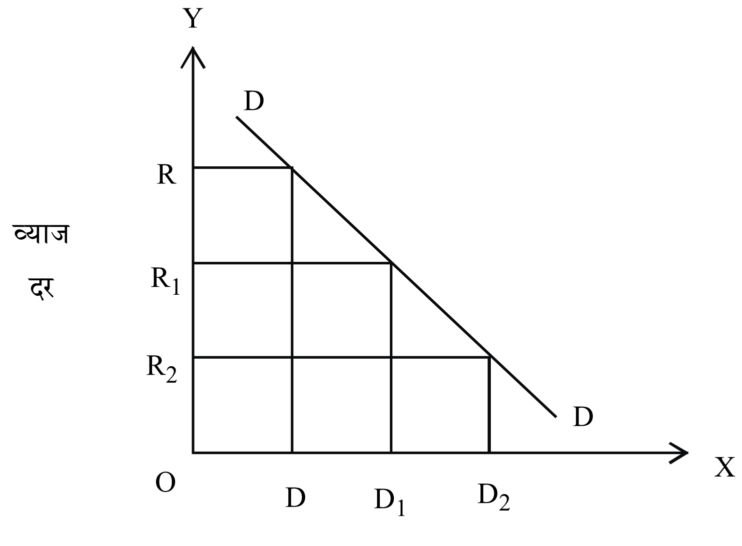
''व्याजाच्या दरात वाढ झाली की भांडवलाची मागणी कमी होते आणि व्याजाच्या दरात घट झाली की भांडवलाच्या मागणीत वाढ होते.''

व्याजाचा दर (टक्के)	भांडवलाची मागणी (कोटी रु.)
१०	१००
९	२००

८	३००
७	४००
६	५००

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, व्याजाचा दर १० टक्क्यावरून ९ टक्के, ८ टक्के, ७ टक्के, ६ टक्के याप्रमाणे जसजसा घटत जातो तसतशी कर्जाची (भांडवलाची) मागणी १०० कोटी रुपयावरून २०० कोटी, ३०० कोटी, ४०० कोटी, ५०० कोटी रुपये वाढत जाते. याउलट व्याजाचा दर ६ टक्क्यावरून ७ टक्के, ८ टक्के, ९ टक्के, १० टक्के याप्रमाणे जसजसा वाढत जातो तसतशी भांडवलाची (कर्जाची) मागणी ५०० कोटीवरून ४०० कोटी, ३०० कोटी, २०० कोटी, १०० कोटी अशी वाढत जाते.

व्याजाचे दर जास्त असतील तर अशा चढ्या व्याजाने कर्ज किंवा भांडवल घेऊन गुंतवणूक केली तर गुंतवणूक किफायतशीर होत नाही. अशा गुंतवणूकीपासून फारसा लाभ मिळत नाही. म्हणून व्याजाचे दर वाढले की भांडवलाला मागणी कमी होते. आणि व्याजाचे दर घटले की भांडवलाला मागणी वाढते. म्हणून भांडवलाच्या मागणीचा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा असतो. खालील आकृतीत ते दर्शविले आहे.



वरील आकृतीत OX या अक्षावर भांडवलाची मागणी दर्शविली आहे आणि OY या अक्षावर भांडवलाची किंमत (व्याजादचा दर) दर्शविला आहे. व्याजाचा दर OR एवढा असताना भांडवलाची (कर्जाची) मागणी OD एवढी आहे. व्याजाचा दर OR वरून OR_1 एवढा घटला असता भांडवलाची मागणी OD वरून OD_1 एवढी

वाढल्याचे दिसते. व्याजाचा दर OR_1 वरून OR_2 एवढा घटला असता भांडवलाची मागणी OD_1 वरून OD_2 एवढी वाढल्याचे वरील आकृतीवरून दिसते. व्याजाचा दर समजा OR_2 वरून OR_1 एवढा कमी झाला तर भांडवलाची मागणी OD_2 वरून OD_1 एवढी कमी होते. व्याजाचा दर OR_1 वरून OR एवढा वाढला असता भांडवलाची मागणी OD_1 वरून OD एवढी कमी होते.

भांडवलाचा पुरवठा :

देशातील लोक बचतीच्या विविध साधनाद्वारे बचत करत असतात. अशी बचत रक्कम म्हणजेच भांडवल किंवा भांडवलाचा पुरवठा होय. म्हणजे बचतीतूनच भांडवलाची निर्मिती होत असते. बचत करणारे लोक म्हणजेच भांडवलाचा पुरवठा करणारे लोक होय. बचत करणाऱ्या लोकांना काहीतरी मोबदला देणे आवश्यक असते. कारण जेवढ्या काळासाठी त्यांनी बचत केलेली असते, तेवढ्या काळासाठी त्यांना उपभोगाचा त्याग करावा लागत असतो. म्हणून बचत करणाऱ्यांना व्याज दयावेच लागते. अशा प्रकारे बचतीचा किंवा भांडवलाचा पुरवठा हा व्याजदरावर अवलंबून असतो. ही बाब खालील सूत्राने स्पष्ट केली आहे.

$$S = f(r)$$

S = बचत/भांडवलाचा पुरवठा

f = फलन/कार्य

r = व्याजाचा दर

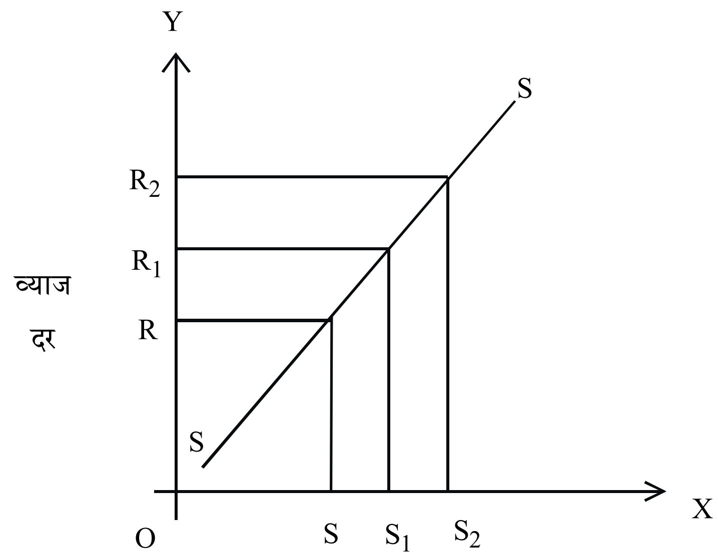
वरील सूत्राचा अर्थ खालील शब्दात स्पष्ट केला आहे.

''व्याजाच्या दरात वाढ झाली की भांडवलाचा पुरवठा वाढतो आणि व्याजाच्या दरात घट झाली की भांडवलाचा पुरवठा कमी होतो.''

व्याजाचा दर (टक्के)	भांडवलाची पुरवठा (कोटी रु.)
१०	२००
९	४००
८	३००
७	२००
६	१००

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, व्याजाचा दर १० टक्केवरून ९ टक्के, ८ टक्के, ७ टक्के, ६ टक्के याप्रमाणे जसजसा घटत जातो तसतसा भांडवलाचा पुरवठा ५०० कोटी रुपयावरून ४०० कोटी, ३०० कोटी, २०० कोटी, १०० कोटी याप्रमाणे घटत जातो. याउलट व्याजाचा दर ६ टक्क्यावरून ७ टक्के, ८ टक्के, ९ टक्के, १० टक्के, याप्रमाणे जसजसा वाढत जातो तसतसा बचतीचा (भांडवलाचा) पुरवठा १०० कोटी रुपयावरून २०० कोटी, ३०० कोटी, ४०० कोटी, ५०० कोटी रुपये याप्रमाणे वाढत जातो.

लोकांना जर बचतीवर जास्त व्याज मिळाले तर लोक जास्त प्रमाणात बचत करतात. त्यामुळे बचतीचा म्हणजेच भांडवलाचा पुरवठा वाढतो. म्हणून लोकांनी जास्त बचत करावी यासाठी बचतीवर जास्त व्याज दिले जाते. याउलट बचतीवर व्याज कमी मिळत असेल तर लोक कमी प्रमाणात बचत करतात. त्यामुळे बचतीचा म्हणजेच भांडवलाचा पुरवठा घटतो. अशा प्रकारे भांडवलाचा पुरवठा आणि व्याजाचा दर यांच्यात समसंबंध असतात. किंवा सारखे संबंध असतात. म्हणून भांडवलाच्या पुरवठ्याचा वक्र खालून वर जाणारा असतो.



वरील आकृतीत OX अक्षावर भांडवलाचा पुरवठा दर्शवला आहे. तर OY अक्षावर व्याजाचा दर दर्शविला आहे. SS हा बचतीचा (भांडवलाच्या पुरवठ्याचा) वक्र आहे. व्याजाचा दर OR एवढा असताना भांडवलाचा पुरवठा OS एवढा आहे. व्याजाचा दर OR वरुन OR_1 एवढा वाढला की भांडवलाचा पुरवठा OS वरून OS_1 एवढा वाढतो. व्याजाचा दर OR_1 वरून OR_2 एवढा वाढला असता भांडवलाचा पुरवठा OS_1 वरून OS_2 एवढा वाढल्याचे दिसते.

सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना :–

व्याजाच्या सनातन सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''ज्या व्याज दराला भांडवलाला असणारी मागणी आणि भांडवलाचा पुरवठा समान होतात, तो व्याज दर म्हणजे व्याजाचा संतुलित दर होय.''

भांडवलाची मागणी व भांडवलाचा पुरवठा :

तक्ता

खालील तक्त्यात भांडवलाची मागणी व पुरवठा आणि व्याजाचा दर दर्शविला आहे.

व्याजाचा दर (%)	**भांडवलाची मागणी (को.रु.)**	**भांडवलाचा पुरवठा (को.रु.)**
१०	१००	५००
९	२००	४००
८	३००	३००
७	४००	२००
६	५००	१००

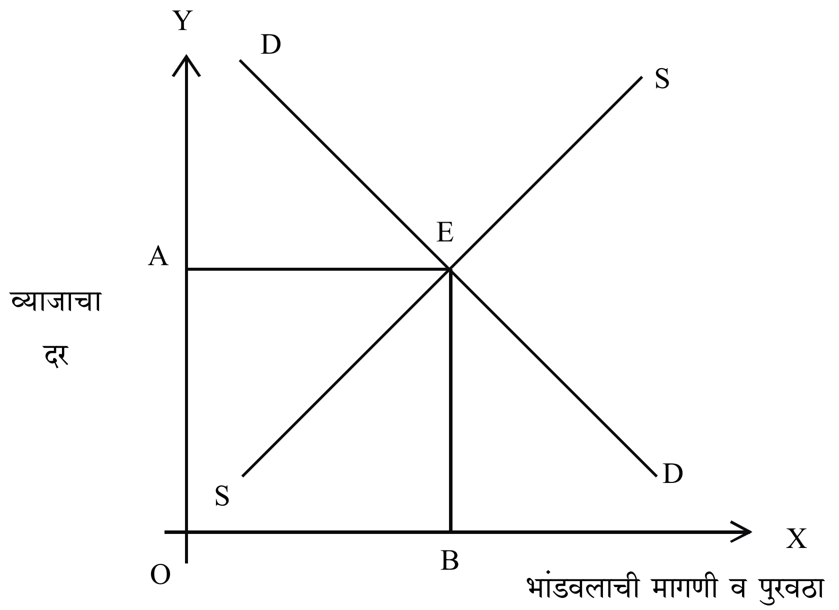
वरील तक्त्यावरून आपल्या असे लक्षात येते की, ८% व्याज दराला भांडवलाची मागणी ३०० कोठी रूपये आहे आणि भांडवलाचा पुरवठा सुद्धा ३०० कोटी रुपये इतकाच आहे. म्हणून व्याजाचा दर ८% एवढा निश्चित होतो.

आकृती (Diagram) :

व्याजाचा सनातन सिद्धांत एका सोप्या आकृतीच्या साहाय्याने खालीलप्रमाणे स्पष्ट केला आहे. त्यापूर्वी व्याजाचा दर कसा ठरतो? हे आकृतीच्या भाषेत पाहणे आवश्यक आहे. ते खालील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

''ज्या ठिकाणी भांडवलाच्या मागणीच्या वक्र आणि भांडवलाच्या पुरवठ्याचा वक्र एकमेकांना छेदतात किंवा स्पर्श करतात, त्या स्पर्श बिंदूत व्याजाचा दर ठरतो.''

आकृती :



वरील आकृतीत OX अक्षावर भांडवलाची मागणी व पुरवठा दर्शविला आहे. तर OY अक्षावर व्याजाचा दर दर्शविला आहे. DD हा भांडवलाच्या मागणीचा वक्र आहे. तर SS हा भांडवलाच्या पुरवठ्याचा वक्र आहे. वरील आकृतीत DD हा भांडवलाच्या मागणीचा वक्र आणि SS हा भांडवलाच्या पुरवठ्याचा वक्र एकमेकांना E या बिंदूत छेदतात. म्हणून E हा संतुलन बिंदू होय. या संतुलन बिंदूतून भूमितीच्या नियमानुसार OX आणि OY अक्षापर्यंत अनुक्रमे उभी आणि आडवी लंब रेषा (EB आणि EA) टाकली आहे. ती OX अक्षावर B बिंदूपर्यंत मिळते. तर OY अक्षावर A बिंदूपर्यंत (E ते A) मिळते. म्हणून व्याजाचा दर OA एवढा निश्चित होतो. या व्याजदराला भांडवलाला मागणी OB एवढी आहे आणि भांडवलाचा पुरवठा सुद्धा OB इतका आहे. E बिंदूत भांडवलाची मागणी व पुरवठा सारखाच असल्याने व्याजाचा दर OA एवढा ठरतो. अशा प्रकारे व्याजाचा दर हा भांडवलाची मागणी व भांडवलाचा पुरवठा यांच्या समतोलावरून ठरतो. हा सनातनवाद्यांचा व्याजविषयक विचार किंवा सिद्धांत वरील आकृतीच्या आधारे सांगता येतो.

व्याजाच्या सनातन सिद्धांतावरील टीका/आक्षेप/दोष :

व्याजाच्या सनातन सिद्धांतावर पुढीलप्रमाणे टीका केल्या जातात.

(१) पूर्ण स्पर्धेचे गृहीत अवास्तव किंवा चुकीचे :-

व्याजाच्या सनातन सिद्धांतात सिद्धांतकर्त्यांनी पूर्ण स्पर्धेचे गृहीत विचारात घेतले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, पूर्ण स्पर्धेचे गृहीत काल्पनिक किंवा अवास्तव असल्याने हा सिद्धांत दोषयुक्त आहे. चुकीच्या गृहीतामुळे सिद्धांताची उपयुक्तता कमी झाली आहे.

(२) पैसाविषयक घटकाकडे दुर्लक्ष :-

व्याजाच्या सनातनवादी सिद्धांतात वास्तव घटकांना अधिक महत्त्व दिले आहे. या सिद्धांतात वास्तव घटकांचा व्याजदरावर काय परिणाम होतो त्याचा विचार केला आहे. परंतु व्याजाच्या दरावर पैशाचा काय परिणाम होतो त्याचा मात्र विचार केलेला नाही. म्हणून हा सिद्धांत दोषयुक्त आहे.

(३) उपभोग कर्जाकडे दुर्लक्ष :-

लोक केवळ उत्पादक कार्यासाठीच कर्ज घेत नाहीत. तर उपभोगासाठी सुद्धा कर्ज घेतात. परंतु या सिद्धांताने उपभोग कर्जाचा विचार केला नाही. तर केवळ उत्पादक कर्जाचाच विचार केला आहे. म्हणून हा सिद्धांत दोषयुक्त आहे.

(४) लोकांचे उत्पन्न स्थिर असते हे चूक :-

व्याजाच्या सनातनवादी सिद्धांताने लोकांचे उत्पन्न स्थिर असते, असे गृहीत धरले. आहे, परंतु हे गृहीत चुकीचे आहे. विविध कारणामुळे लोकांच्या उत्पन्नात बदल होत असतो. आणि त्यामुळे व्याज दरातही बदल होत असतो. परंतु त्याचा विचार सनातनवाद्यांनी आपल्या सिद्धांतात केलेला नाही अशी टीका केली जाते.

(५) बचत केवळ व्याजदरावर अवलंबून असते हे चूक :-

या सिद्धांताने बचत केवळ व्याजदरावर अवलंबून असते असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, बचत केवळ व्याजदरावर अवलंबून नसते. तर लोकांच्या उत्पन्नावरही बचत अवलंबून असते. परंतु त्याचा विचार सनातनवाद्यांनी आपल्या सिद्धांतात केलेला नाही.

समारोप :

अशा प्रकारे व्याजाच्या सनातन सिद्धांतावर अर्थतज्ञांनी (टीकाकारांनी) वरीलप्रमाणे विविध टीका केल्या आहेत. या सिद्धांतावर जरी काही टीका केल्या गेल्या असल्या तरी या सिद्धांताचे महत्त्व कमी होत नाही. व्याजाचा दर भांडवलाच्या मागणी व पुरवठ्यावर अवलंबून असतो आणि भांडवलाच्या मागणी-पुरवठ्याच्या समतोलाने व्याज दर ठरतो हा सनातनवाद्यांचा विचार महत्त्वाचा आहे.

४.२.९ **व्याजाचा कर्जाऊ निधीचा सिद्धांत** (**Lonable Funds Theory of Interest**) **:**

प्रास्ताविक :-

व्याजाच्या कर्जाऊ निधी सिद्धांतास 'नवपरंपरागत सिद्धांत' (Neo-classical Theory) असेही म्हणतात. हा सिद्धांत विकसेल, वायनर, लिंडॉल, ओव्हरलीन, मिर्डाल, रॉबर्टसन इत्यादी अर्थतज्ञांनी मांडला आहे.

व्याजाच्या कर्जाऊ निधी सिद्धांताचे वैशिष्ट्य म्हणजे या सिद्धांतात वास्तव (Real) आणि पैसाविषयक (Monetary) या दोन्ही घटकांचा विचार करण्यात आला आहे.

सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना :–

या सिद्धांताने व्याज निश्चितीत कर्जाऊ रकमेची मागणी आणि कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा हे दोन घटक महत्वाचे असतात असे मानले आहे. या सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना खालील शब्दात दिली आहे.

''**ज्या ठिकाणी कर्जाऊ रकमेला असणारी मागणी आणि कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा समान होतो, त्या ठिकाणी व्याजाचा दर निश्चित होतो.**''

व्याजाच्या कर्जाऊ निधी सिद्धांताचे स्पष्टीकरण थोडक्यात खालीलप्रमाणे दिले आहे.

(अ) कर्जाऊ रकमेची मागणी (DL). **Demand for Lonable Funds**

गुंतवणूकीसाठी, उपभोगासाठी आणि साठवून ठेवण्यासाठी समाजातील लोकांकडून कर्जाऊ रकमेला मागणी येत असते. कर्जाऊ रकमेची मागणी ही व्याज दरावर अवलंबून असते. खालील शब्दात ते स्पष्ट केले आहे.

''व्याजाचा दर जास्त असेल तर कर्जाऊ रकमेला लोक मागणी कमी करतात. याउलट व्याजाचा दर कमी असेल तर कर्जाऊ रकमेला मगणी जास्त असते.''

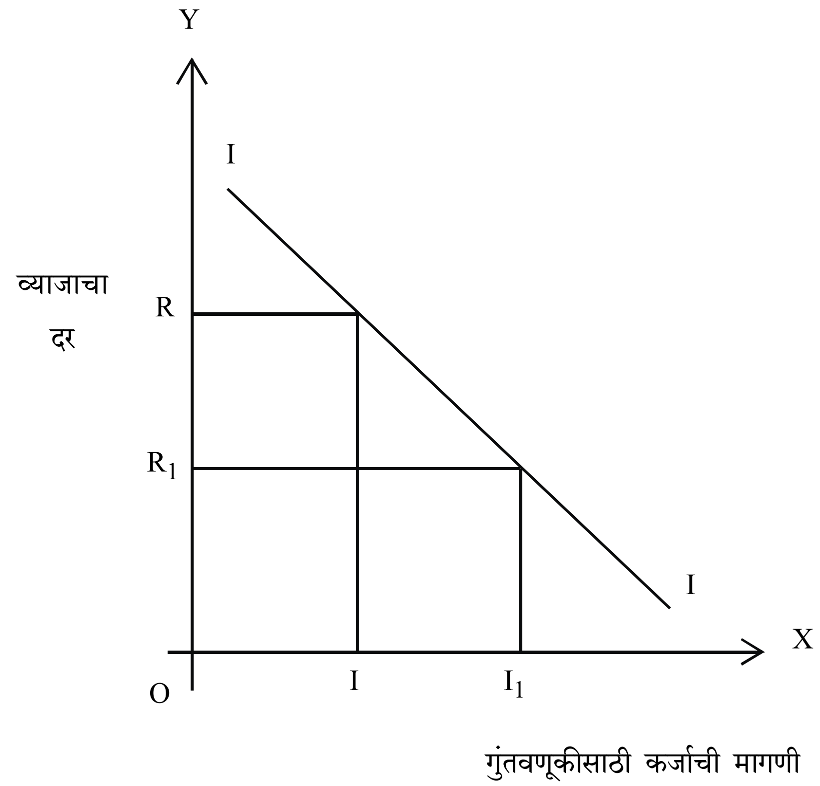
कर्जाऊ रकमेला खालील कारणासाठी मागणी असते.

(१) गुंतवणूक करण्यासाठी (**Investment**) **:**

नवीन कारखान्यांची स्थापना करणे, कारखान्यात नवीन यंत्रसामग्री बसवणे, कारखान्याच्या नवीन इमारती बांधणे याला गुंतवणूक असे म्हणतात. अशी गुंतवणूक करण्यासाठी उत्पादकांना कर्जाची गरज असते. म्हणून ते कर्जाची मागणी करत असतात. गुंतवणूकीसाठी कर्जाला जी मागणी केली जाते, ती व्याजाच्या दरावर अवलंबून असते.

''व्याजाचा दर जास्त असेल तर गुंतवणूक करण्यासाठी कर्जाला मागणी कमी असते. आणि व्याजाचा दर कमी असेल तर गुंतवणूकीसाठी कर्जाला मागणी जास्त राहते.''

वरील कारणामुळे गुंतवणूकीसाठी कर्जाला असणाऱ्या मागणीचा वक्र हा वरून खाली येणारा असतो. खालील आकृतीत II या वक्राने ते दर्शविले आहे.



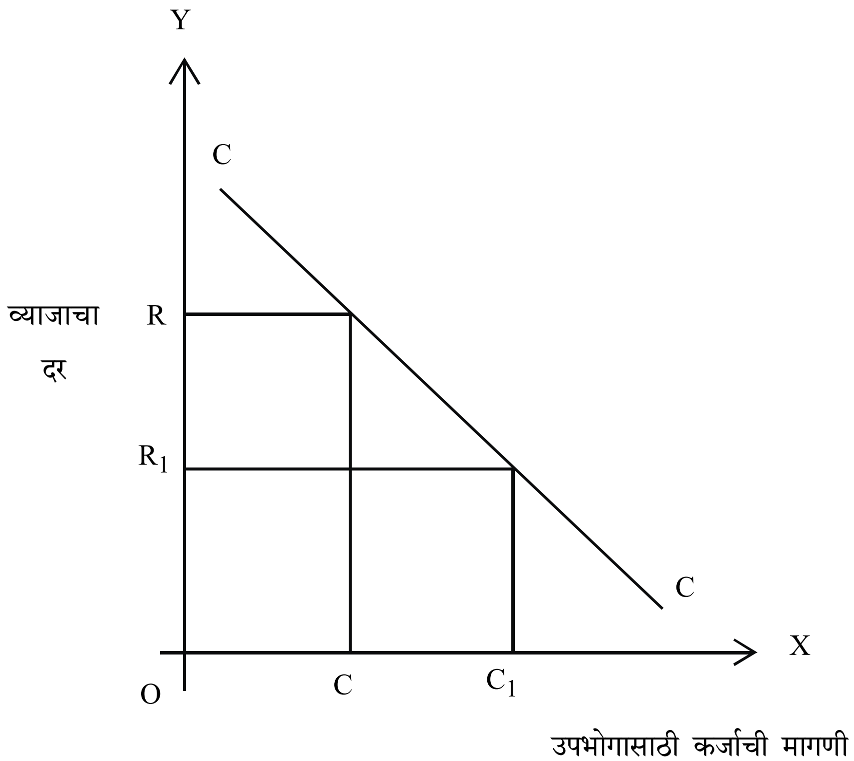
वरील आकृतीत OX अक्षावर गुंतवणूकीसाठी कर्जाची मागणी दर्शविली आहे. OY अक्षावर व्याजाचा दर दर्शविला आहे. व्याजाचा दर OR असताना गुंतवणूकीसाठी कर्जाला मागणी OI एवढी आहे. व्याजदर OR वरून OR_1 एवढा घटला असतो. गुंतवणूकीसाठी कर्जाला मागणी OI वरून OI_1 एवढी वाढली आहे. II हा गुंतवणूकीसाइी कर्जाला असलेल्या मागणीचा वक्र आहे.

(२) उपभोगासाठी (**Consumption**) :-

उत्पादक लोक गुंतवणूकीसाठी कर्जाला मागणी करतात. त्याप्रमाणे ग्राहकही उपभोगासाठी कर्जाला मागणी करत असतात. फ्रीज, वाशिंग मशिन, बंगला, मोटार विकत घेण्यासाठी काढलेले कर्ज म्हणजे उपभोगाचे कर्ज होय. उपभोगासाठी कर्जाला जी मागणी असते, ती व्याजदरावर अवलंबून असते.

''व्याजाचा दर जास्त असेल तर उपभोगासाठी कर्जाला मागणी कमी असते. आणि व्याजाचा दर कमी असेल तर उपभोगासाठी लोकांची कर्जाला मागणी ही जास्त असते.''

वरील कारणामुळे उपभोगासाठी कर्जाऊ रकमेला असणाऱ्या मागणीचा वक्र वरून खाली येणारा असतो. खालील आकृतीत C C या वक्राने ते दर्शविले आहे.



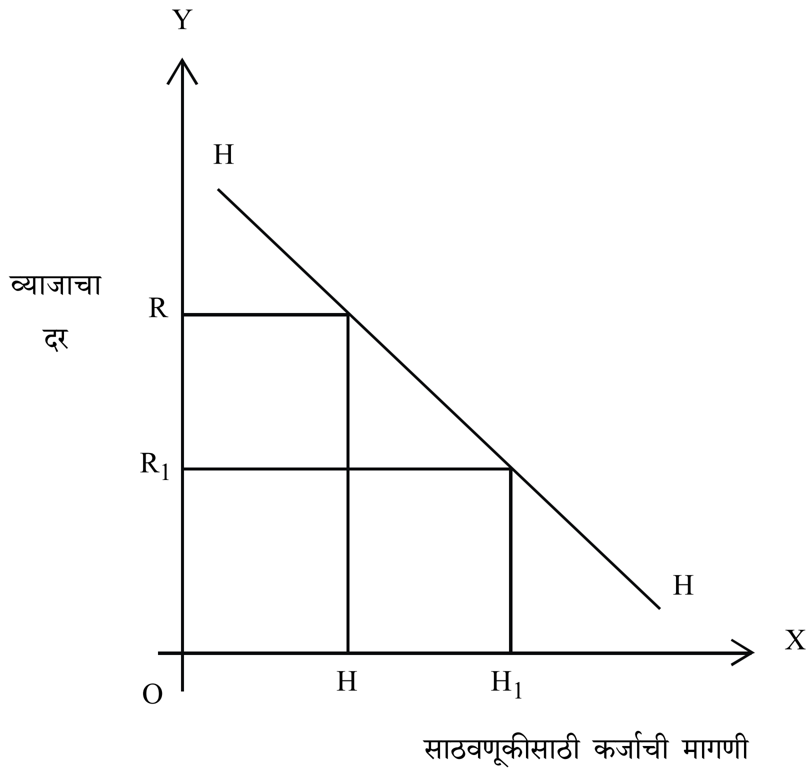
वरील आकृतीत OX अक्षावर उपभोगासाठी कर्जाला असलेली मागणी दर्शवली आहे. OY अक्षावर व्याजदर दर्शवला आहे. CC हा उपभोगासाठी कर्जाला असलेल्या मागणीचा वक्र आहे. व्याजाचा दर OR एवढा असताना उपभोगासाठी कर्जाला असलेली मागणी OC एवढी आहे. व्याजदर OR वरून OR_1 एवढा कमी झाला असता उपभोगासाठी लोकांची कर्जाला असलेली मागणी OC वरून OC_1 एवढी वाढते. म्हणून उपभोगासाठी कर्जाला असलेल्या मागणीचा वक्र CC या वरुन खाली येणारा दिसतो.

(३) साठवणूकीसाठी (Hoarding) :-

साठेबाजी आणि सट्टेबाजी करण्यासाठी काही लोक पैशाची मागणी करत असतात. शेअर्स व वस्तू यांची साठेबाजी व सट्टेबाजी केल्याने मोठा फायदा होत असतो. अशी साठेबाजी व सट्टेबाजी करता यावी म्हणून लोक कर्जाला मागणी करत असतात. ही मागणी व्याजदराशी संबंधित असते.

''व्याजाचा दर जास्त असेल तर साठेबाजीसाठी कर्जाला मागणी कमी असते. याउलट व्याज दर कमी असेल तर साठेबाजीसाठी कर्जाला मागणी जास्त असते.''

वरील कारणामुळे साठवणूकीसाठी पैशाला किंवा कर्जाला असणाऱ्या मागणीचा वक्र हा वरून खाली येणारा असतो. खालील आकृतीत H H या वक्राने ते दर्शविले आहे.



वरील आकृतीत OX अक्षावर साठवणूकीसाठी कर्जाला असलेली मागणी दर्शविली आहे. OY अक्षावर व्याजदर दर्शविला आहे. HH हा साठवणूकीसाठी कर्जाला असलेल्या मागणीचा वक्र आहे. व्याजदर OR असताना साठवणूकीसाठी कर्जाला मागणी OH एवढी आहे. व्याजदर OR वरून OR_1 एवढा घटला असता साठवणूकीसाठी कर्जाला असणारी मागणी OH वरून OH_1 एवढी वाढल्याचे दिसते.

अशा प्रकारे गुंतवणूकीसाठी, उपभोगासाठी आणि साठवणूकीसाठी कर्जाऊ रक्कमेची मागणी गुंतवणूकदार, उपभोक्ते आणि सट्टेबाज यांच्याकडून केली जाते. ही बाब खालील सूत्राच्या साहाय्याने स्पष्ट केली आहे.

$$DL = f (I + C + H)$$

DL = कर्जाऊ रकमेची मागणी

F = function – फलन/कार्य

I = Investment – गुंतवणूक

C = Consumption - उपभोग

H = Hoarding – साठवणूक

(ब) कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा (**Supply of Lonable Funds**) **:**

कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा हा (१) बचत, (२) पतपैसा, (३) अपगुंतवणूक, (४) अपसंग्रहण इत्यादी घटकावर अवलंबून असतो.

''**व्याजाचा दर जास्त असेल तर कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा जास्त असतो, याउलट व्याजाचा दर कमी असेल तर कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा कमी असतो.**''

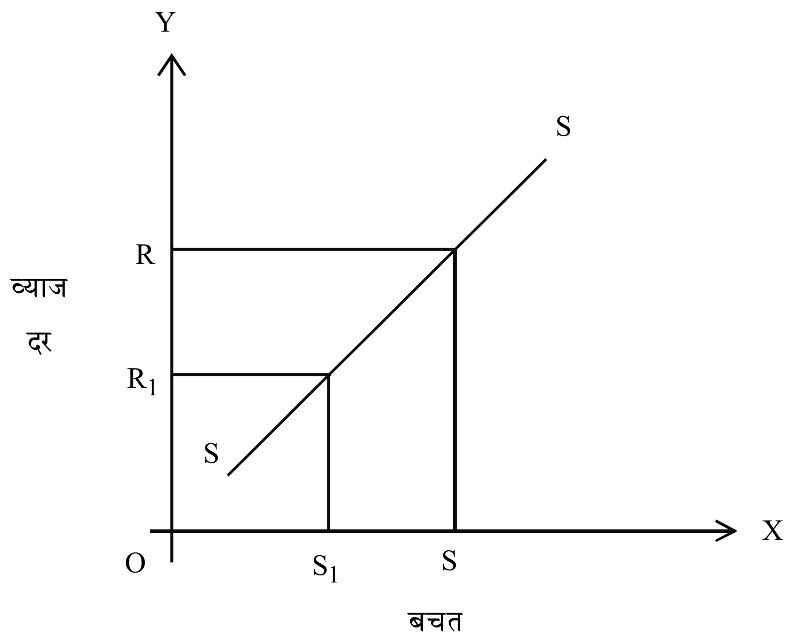
कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा खालील घटकावर अवलंबून असतो.

(१) बचत (**Savings**) **:–**

लोक आपल्या उत्पन्नातून बचत करत असतात. लोकांनी बचत करावी म्हणून त्यांना बचतीवर व्याज द्यावे लागते. बचत ही व्याज दराशी संबंधित असते.

''व्याजाचा दर जास्त असेल तर लोक जास्त प्रमाणात बचत करतात. त्यामुळे कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा वाढतो आणि व्याजाचा दर कमी असेल तर लोक कमी प्रमाणात बचत करतात. त्यामुळे कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा कमी होतो.''

वरील कारणामुळे बचतीचा वक्र हा खालून वर जाणारा असतो. खालील आकृतीत S S या वक्राने ते दर्शविले आहे.



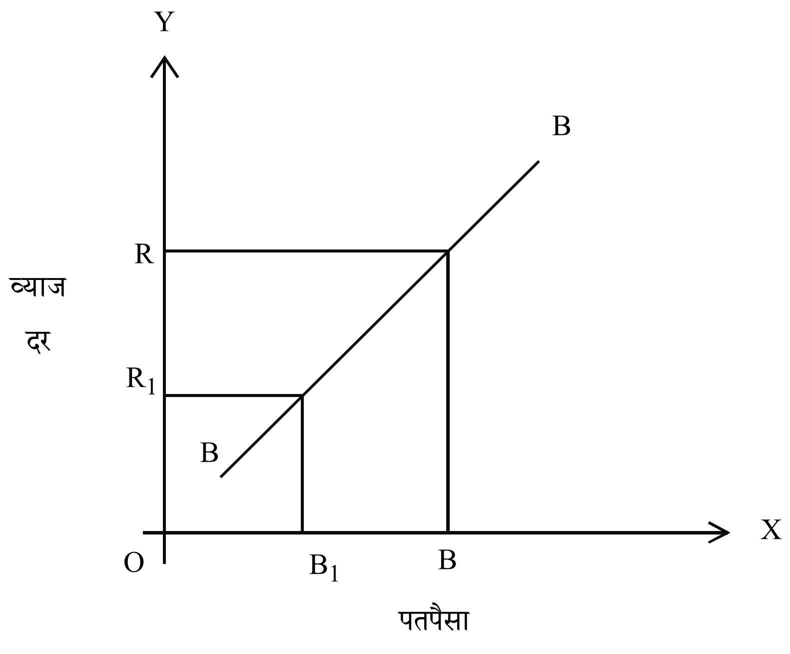
वरील आकृतीत OX अक्षावर बचत दर्शवली आहे. OY अक्षावर व्याजदर दर्शवला आहे. SS हा बचतीचा वक्र आहे. व्याजदर OR एवढा असताना बचत OS एवढी आहे. व्याजदर OR वरुन OR_1 एवढा घटला असताना बचत OS वरून OS_1 एवढी घटते. म्हणून बचतीचा वक्र SS हा वक्र खालून वरती जाताना दिसतो.

(२) पतपैसा (**Bank Money**) **:–**

पतपैशालाच बँकपैसा असेही म्हणतात. व्यापारी बँका आपल्याजवळील एकूण ठेवीपैकी जेवढा पैसा कर्जाऊ देतात, त्या कर्जाऊ रकमेला पतपैसा असे म्हणतात. या पतपैशाचे प्रमाणही व्याजदरावर अवलंबून असते.

''व्याजाचा दर जास्त असेल तर बँक मोठ्या प्रमाणात पतनिर्मिती करतात त्यामुळे कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा वाढतो, याउलट व्याजाचा दर कमी असेल तर बँका कमी प्रमाणात पतनिर्मिती करतात. त्यामुळे कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा घटतो.''

वरील कारणामुळे पतपैशाच्या पुरवठ्याचा वक्र हा खालून वर जाणारा असतो. खालील आकृतीत B B या वक्राने ते दर्शविले आहे.



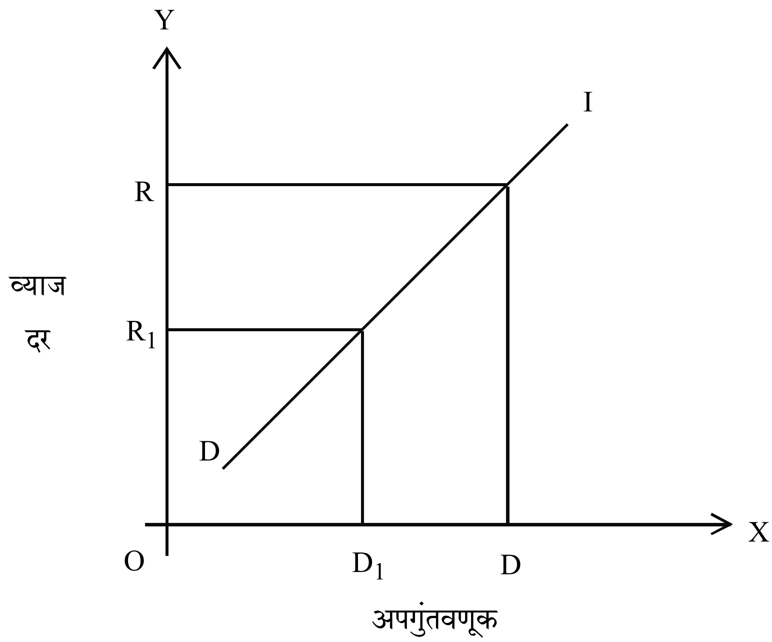
वरील आकृतीत OX अक्षावर पतपैशाचा पुरवठा दर्शवला आहे. OY अक्षावर व्याजदर दर्शवला आहे. व्याजदर OR एवढा असताना बँक पैशाचा (पतपैशाचा) पुरवठा OB एवढा आहे. व्याजदर OR वरून OR_1 एवढा घटला असता बँकांची पतनिर्मिती OB वरून OB_1 एवढी घटल्याचे दिसते.

(३) अपगुंतवणूक (Disinvestment) :–

अपगुंतवणूकीलाच 'निर्गुतवणूक' असेही म्हणतात. उद्योगसंस्थेतील गुंतवणूक मोकळी करणे किंवा काढून घेणे म्हणजे अपगुंतवणूक होय. जेंव्हा व्याजदरापेक्षा भांडवलाची सीमांत उत्पादन क्षमता कमी होते तेंव्हा उद्योजक आपल्या उद्योगसंस्थेतील स्थिर आणि चालू भांडवल कर्जाऊ देण्यासाठी वापरतात. त्यामुळे कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा वाढतो.

''व्याजाचा दर जास्त असेल तर अपगुंतवणूकीचे प्रमाण वाढते. त्यामुळे कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा वाढतो. याउलट व्याजाचा दर कमी असेल तर अपगुंतवणूकीचे प्रमाण कमी राहते. त्यामुळे कर्जाऊ रकमेचा पुरवठाही कमी राहतो.''

वरील कारणामुळे अपगुंतवणूकीद्वारे होणाऱ्या कर्जाऊ रकमेच्या पुरवठ्याचा वक्र हा खालून वर जाणारा असतो. खालील आकृतीत D I या वक्राने ते दर्शविले आहे.



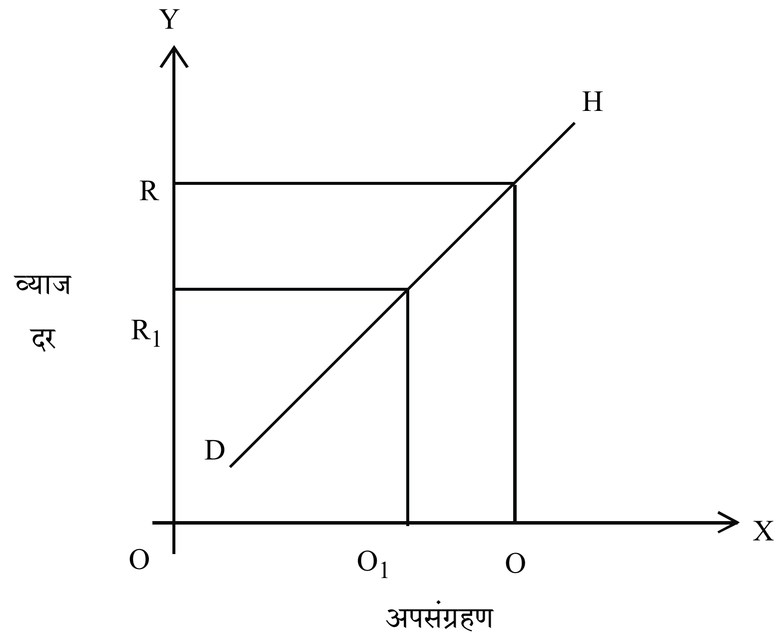
वरील आकृतीवरून असते दिसते की, व्याजाचा दर OR एवढा असताना अपगुंतवणूकीद्वारे होणारा कर्जपुरवठा OD एवढा आहे आणि व्याजदर OR वरुन OR_1 एवढा घटल्यानंतर अपगुंतवणूकीद्वारे होणारा कर्जपुरवठा OD वरुन OD_1 एवढा घटला आहे. DI हा अपगुंतवणूकीद्वारे होणाऱ्या कर्जाऊ रकमेच्या पुरवठ्याचा वक्र आहे.

(४) अपसंग्रहण (Dishoarding) :–

लोक जेंव्हा पूर्वी साठवलेला पैसा कर्जाऊ देण्यासाठी बाहेर काढतात तेंव्हा त्यास अपसंग्रहण असे म्हणतात. अपसंग्रहण व्याजदराशी संबंधित असते.

''व्याजाचा दर जास्त असेल तर अपसंग्रहणाचे प्रमाण जास्त राहते. त्यामुळे कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा वाढतो. याउलट व्याजाचा दर कमी असेल तर अपसंग्रहणाचे प्रमाण कमी राहते. त्यामुळे कर्जाऊ रकमेचा पुरवठाही कमी राहतो.''

वरील कारणामुळे अपसंग्रहणाद्वारे होणाऱ्या कर्जाऊ रकमेच्या पुरवठयाचा वक्र हा खालून वर जाणारा असतो. खालील आकृतीत D H या वक्राने ते दर्शविले आहे.



वरील आकृतीत OX अक्षावर अपसंग्रहाद्वारे होणाऱ्या कर्जाऊ रकमेच्या पुरवठ्याचा वक्र दर्शविला आहे. तर OY अक्षावर व्याजदर दर्शविला आहे. व्याजदर OR एवढा असताना अपसंग्रहणाद्वारे होणारा कर्जपुरवठा OO एवढा आहे. तर व्याजदर OR वरून OR_1 एवढा घटला असता अपसंग्रहणाद्वारे होणारा कर्जपुरवठा OO वरून OO_1 एवढा घटला आहे.

अशा प्रकारे कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा हा बचत, पतपैसा, अपगुंतवणूक अपसंग्रहण इत्यादी प्रमुख घटकावर अवलंबून असतो. आणि हे सर्व घटक व्याजदरांशी संबंधित असतात. ही बाब खालील सूत्राच्या साहाय्याने स्पष्ट केली आहे.

SL = f (S+ B + D I + D H)

SL = कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा

f = फलन /कार्य

S = बचत (Savings)

B = पतपैसा (Bank Money/Credit Money)

D I = अपगुंतवणूक / निर्गुंतवणूक (Disinvestment)

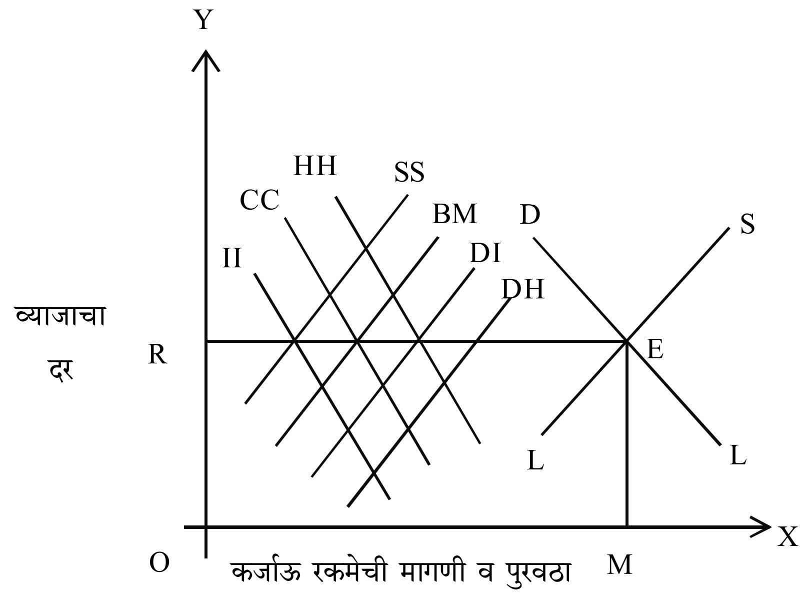
D H = अपसंग्रहण (Dishoarding)

आकृतीच्या भाषेत सिद्धांत :–

व्याजाच्या कर्जाऊ रकमेच्या सिद्धांतानुसार व्याजाचा दर कसा ठरतो? ते आकृतीच्या भाषेत खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहे.

''ज्या ठिकाणी कर्जाऊ रकमेच्या मागणीचा वक्र (DL) आणि कर्जाऊ रकमेच्या पुरवठ्याचा वक्र (SL) एकमेकांना छेदतात, त्या छेदन बिंदूत (समतोल बिंदूत) व्याजाचा दर ठरतो.''

आकृती :



वरील आकृतीत OX या अक्षावर कर्जाऊ रकमेची मागणी आणि कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा दर्शविला आहे. आणि OY या अक्षावर व्याजाचा दर दर्शविला आहे. I I, C C आणि H H हे अनुक्रमे गुंतवणूक, उपभोग आणि साठवणूकीसाठी कर्जाला असलेल्या मागणीचे वक्र आहेत. या तिन्ही मागणी वक्रांची बेरीज करून D L हा कर्जाऊ रकमेच्या एकूण मागणीचा वक्र काढला आहे. S S, B M, D I, आणि D H हे अनुक्रमे बचत, पतपैसा,

अपगुंतवणूक आणि अपसंग्रह याद्वारे होणाऱ्या कर्जाऊ रकमेच्या पुरवठ्याचे वक्र आहेत. या चारी कर्जाऊ रकमेच्या पुरवठा वक्रांची बेरीज करून S L हा कर्जाऊ रकमेच्या एकूण पुरवठ्याचा वक्र काढला आहे.

वरील आकृतीत D L हा कर्जाऊ रकमेच्या मागणीचा वक्र डावीकडून उजवीकडे वरून खाली येत असलेला दिसतो. तर S L हा कर्जाऊ रकमेच्या पुरवठयाचा वक्र खालून वरती जात असलेला दिसतो. वरील आकृतीवरून असे दिसते की, DL हा कर्जाऊ रकमेच्या एकूण मागणीचा वक्र आणि S L हा कर्जाऊ रकमेच्या एकूण पुरवठयाचा वक्र एकमेकांना E या बिंदूत छेदतात. म्हणून E या बिंदूला संतुलन बिंदू असे म्हणतात. E या संतुलन बिंदूत कर्जाऊ रकमेची मागणी व कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा समान आहे. या ठिकाणी कर्जाऊ असणारी मागणी O M एवढी आहे. आणि कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा सुद्धा O M एवढाच आहे. म्हणून व्याजाचा दर O R एवढा निश्चित होतो.

व्याजाच्या कर्जनिधी सिद्धांतावरील टीका :-

व्याजाचा कर्जाऊ निधी सिद्धांत व्याजाचा दर कर्जाऊ रकमेच्या मागणी आणि पुरवठ्याच्या समतोलातून ठरतो, असे सांगतो. या सिद्धांताचे काही गुण असले तरी या सिद्धांतात काही उणिवा आहेत. म्हणून या सिद्धांतावर खालीलप्रमाणे टीका केल्या जातात.

(१) पूर्ण रोजगाराचे गृहीत चुकीचे :-

व्याजाचा कर्जाऊ रकमेचा सिद्धांत हा पूर्ण रोजगाराच्या गृहीतावर आधारित आहे. परंतु पूर्ण रोजगाराचे गृहीत काल्पनिक किंवा चुकीचे आहे. त्यामुळे या सिद्धांताची उपयुक्तता कमी होते. अशी टीका टीकाकारांनी केली आहे.

(२) बचत केवळ व्याज मिळवण्यासाठी केली जाते हे चूक :-

टीकाकारांच्या मते, बचतीवर केवळ व्याजदराचाच परिणाम होत नसतो. तर इतर घटकांचाही परिणाम होत असतो. उदाहरणार्थ भविष्यकालीन जीवन सुखी समाधानी जावे यासाठीसुद्धा लोक बचत करत असतात. परंतु त्याचा विचार या सिद्धांताने केलेला नाही. म्हणून हा सिद्धांत दोषयुक्त आहे.

(३) गुंतवणूक केवळ व्याजदरावर अवलंबून असते हे चूक :-

या सिद्धांताने गुंतवणूक व्याजदरावर अवलंबून असते असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, गुंतवणूक केवळ व्याजदरावर अवलंबून नसते. तर भांडवलाच्या सीमांत उत्पादनक्षमतेवरही ती अवलंबून असते. परंतु त्याचा विचार या सिद्धांताने केलेला नाही.

(४) भिन्न गुणधर्माच्या घटकांचा विचार :-

कर्जनिधी सिद्धांतावर टीका करणारे असे म्हणतात की, या सिद्धांतात मांडण्यात आलेले काही घटक हे प्रवाही (Flow) तर काही घटक साठा (Stock) प्रवृत्तीचे आहेत. अशा प्रकारे या सिद्धांतात भिन्न गुणधर्माच्या

घटकांचा विचार केला आहे. बचत, गुंतवणूक, पतपैसा, पैशाचा साठा या घटकांचा विचार केला आहे. पैशाचा साठा (Hoarding) विशिष्ट वेळेचा विचार करून (at a particular time) मोजला जातो. तर बचत आणि गुंतवणूक विशिष्ट काळाचा विचार करून (over a period of time) मोजले जातात. अशा प्रकारे सिद्धांतात भिन्न गुणधर्म असलेल्या विविध घटकांचा एकत्रित विचार करण्यात आला आहे. ही या सिद्धांतामधील एक चूक किंवा उणिव आहे.

(५) बचतीचा आणि कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा यातील संबंध चुकीचे :–

व्याज दरात वाढ झाली की लोकांची बचत वाढते त्यामुळे कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा वाढतो असे या सिद्धांतात म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, हे चूक असून बचतीत होणाऱ्या बदलामुळे कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा बदलत नाही. तर पैशाच्या गतीमुळे कर्जाऊ रकमेच्या पुरवठ्यात बदल होत असतो.

(६) अल्पकाळाकडे दुर्लक्ष :–

दीर्घकाळाचा विचार करून व्याजाचा कर्जाऊ निधी सिद्धांत मांडला आहे. हा सिद्धांत दीर्घकाळात व्याजाचा दर कसा ठरतो? ते सांगतो, अल्पकाळात व्याजाचा दर कसा ठरतो? हे हा सिद्धांत सांगत नाही. केन्स या सिद्धांतावर टीका करताना असे म्हणतात की, व्याजाचा दर अल्पकाळात कसा ठरतो? हे सांगणे महत्वाचे आहे. कारण लोकांया दृष्टीने अल्पकाळ महत्त्वाचा असतो. समाजाच्या दृष्टीने दीर्घकाळ महत्त्वाचा असतो.

(७) राष्ट्रीय उत्पन्नावर होणाऱ्या परिणामांकडे दुर्लक्ष :–

या सिद्धांतातील प्रमुख उणिव म्हणजे या सिद्धांताने राष्ट्रीय उत्पन्नावर बचत आणि गुंतवणूक या घटकांचा जो परिणाम होत असतो, त्याचे स्पष्टीकरण दिलेले नाही. बचत आणि गुंतवणूक यामध्ये जे बदल होत असतात त्याचा राष्ट्रीय उत्पन्नावर परिणाम होत असतो. परंतु त्याचा विचार या सिद्धांतात करण्यात आलेला नाही अशी टीका टीकाकारांनी केलेली आहे.

४.२.१० नफा आणि नफ्याच्या संकल्पना (Profit) :

प्रास्ताविक :–

नफ्यालाच लाभ किंवा फायदा असेही म्हणतात. भूमी, श्रम, भांडवल इत्यादी उत्पादन घटकांप्रमाणे 'संयोजन' हा एक महत्वाचा उत्पादन घटक आहे. संयोजनाचा मोबदला म्हणजे नफा होय. संयोजन उत्पादन प्रक्रियेचे संयोजन करतो. म्हणजे कच्चा मालाची खरेदी करणे, उत्पादनाच्या इतर घटकांचे एकत्रीकरण करणे व पक्क्या मालाचे उत्पादन करणे इत्यादी कार्ये संयोजक करत असतो. अशा प्रकारे संयोजकाने उत्पादन कार्याचे संयोजन केल्याबद्दल त्याला जो मोबदला मिळतो, त्यास नफा असे म्हणतात. किंवा संयोजन या उत्पादन घटकांची किंमत म्हणजे नफा होय.

नफ्याच्या संकल्पना :–

एकूण नफा आणि शुद्ध नफा अशा नफ्याच्या दोन संकल्पना आहेत, या दोन संकल्पनांचे थोडक्यात स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

(१) एकूण नफा (Gros Profit) :–

एकूण नफ्यालाच मिश्र नफा असेही म्हणतात. एकूण नफ्याची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''वस्तूंची विक्री करून मिळालेल्या एकूण उत्पन्नातून वस्तूचा एकूण उत्पादन खर्च वजा केला असता शिल्लक राहणारी रक्कम म्हणजे एकूण नफा होय,''

''उद्योगसंस्थेचे संयोजन करणाऱ्या संयोजकाला मिळणारा एकूण मोबदला म्हणजे एकूण नफा किंवा एकूण लाभ होय.''

एकूण नफ्यात खालील प्रकारच्या उत्पन्नाचा किंवा घटकांचा समावेश असतो.

(१) संयोजकाने स्वत:चे भांडवल गुंतविले असेल तर त्या भांडवलाचे व्याज :–

काही संयोजक आपले स्वत:च्या मालकीचे भांडवल व्यवसायात गुंतवत असतात. हे भांडवल त्यांनी दुसऱ्यांना कर्जाऊ दिले असेल तर त्यांना व्याज मिळालेच असते. म्हणून एकूण नफ्यात संयोजक स्वत:च्या भांडवलावरील व्याजाचाही समावेश करत असतो.

(२) संयोजकाचे स्वत:च्या जागेचे भाडे :–

व्यवसायासाठी संयोजकाने स्वत:च्या मालकीची जागा वापरली असेल तर त्या जागेचे भाडे तो एकूण नफ्यात समाविष्ट करत असतो. कारण जर त्याने आपल्या मालकीची जागा भाड्याने दिली असती तर त्याला इतरांकडून जमिनीचे भाडे किंवा खंड मिळालाच असता.

(३) संयोजनाचा मोबदला :–

संयोजक स्वत:च्या व्यवसायाचे संयोजन करत असतो. त्याबद्दल त्याला मोबदला मिळाला पाहिजे. म्हणून एकूण नफ्यात संयोजनाचा मोबदलाही समाविष्ट असतो. संयोजकाने जर दुसरीकडे संयोजनाचे किंवा व्यवस्थापनाचे काम केले तर त्याला मोबदला मिळालाच असता.

(४) घसारा /झीज खर्च :–

यंत्राचा सतत वापर केल्याने यंत्रांची झीज होत असते. म्हणून संयोजकांना झीज खर्च करावा लागतो. ही झीज खर्चाची रक्कम एकूण नफ्यात समाविष्ट असते.

(५) मक्तेदारी नफा :-

संयोजकाला जर मक्तेदारी प्रस्थापित करण्यात यश मिळाले तर त्याला जे जादा उत्पन्न मिळते, त्यास मक्तेदारी नफा असे म्हणतात. हा मक्तेदारी नफा एकूण नफ्यात समाविष्ट असतो.

(६) आकस्मिक नफा :-

विविध कारणामुळे अचानक मागणीत वाढ होणे किंवा तेजीच्या परिस्थितीमुळे संयोजकाला जे जादा उत्पन्न मिळते त्याला आकस्मिक नफा असे म्हणतात. नफ्याचा समावेश एकूण नफ्यात असतो.

(७) प्रसामान्य नफा :- (Normal Profit) :-

संयोजकाला कायम स्वरूपी किंवा दीर्घकाळ व्यवसायात टिकून राहता यावे यासाठी आवश्यक असलेला नफा म्हणजे प्रसामान्य नफा होय.

(८) अतिरिक्त नफा (Super Normal Profit) :-

सर्वच संयोजक सारख्याच क्षमतेचे नसतात. काही कमी कुवतीचे किंवा कमी कार्यक्षम असतात. कमी कुवतीच्या संयोजकांना कमी नफा मिळतो. तर जास्त कार्यक्षम संयोजकांना जास्त नफा मिळतो. कमी कुवतीच्या संयोजकापेक्षा जादा कुवतीच्या संयोजकांना जेवढा जास्त नफा मिळतो, तो म्हणजे अतिरिक्त नफा होय.

(९) शुद्ध नफा :-

एकूण नफ्यात शुद्ध नफ्याचाही समावेश असतो. शुद्ध नफ्यास निव्वळ नफा असेही म्हणतात. एकूण नफ्यातून वरील सर्व घटक वजा केल्यानंतर जे उत्पन्न शिल्लक राहते, त्यास शुद्ध नफा असे म्हणतात.

एकूण नफा व शुद्ध नफ्याची सूत्रे :-

एकूण नफा आणि शुद्ध नफा या संकल्पना खालील सूत्राच्या साहाय्याने स्पष्ट केल्या आहेत.

एकूण नफा = संयोजकाच्या स्वत:च्या भांडवलाचा मोबदला + संयोजकाचे स्वत:च्या जागेचे भाडे + संयोजनाचा मोबदला + घसारा + मक्तेदारी नफा + आकस्मिक नफा + प्रसामान्य नफा + अतिरिक्त नफा + शुद्ध नफा

शुद्ध नफा = एकूण नफा – (संयोजकाच्या स्वत:च्या भांडवलाचा मोबदला + संयोजकाचे स्वत:च्या जागेचे भाडे + संयोजनाचा मोबदला + घसारा + मक्तेदारी नफा + आकस्मिक नफा + प्रसामान्य नफा + अतिरिक्त नफा + शुद्ध नफा

४.२.११ प्रा. शुंपीटर यांचा नफ्याचा नवप्रवर्तनाचा सिद्धांत (Innovation Theory of Profit) :

प्रास्ताविक :-

प्रा जोसेफ शुंपीटर यांनी नफा कसा मिळतो? किंवा नफा कसा निर्माण होतो? हे सांगण्यासाठी जो सिद्धांत मांडला आहे, त्यास 'नफ्याचा नवप्रवर्तनाचा सिद्धांत' असे म्हणतात. या सिद्धांतास नफ्याचा 'नाविण्यशीलतेचा सिद्धांत' असे म्हणतात. प्रा. शुंपीटर यांनी नफ्याची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''नवप्रवर्तनाचे बक्षीस किंवा नवप्रवर्तनाचा मोबदला म्हणजे नफा होय.''

नवप्रवर्तन म्हणजे काय?

शुंपीटर यांनी आपल्या सिद्धांतात नवप्रवर्तन म्हणजे काय? ते स्पष्ट केले आहे. त्यांच्या मते, नवनवीन शोधांचा प्रत्यक्ष व्यवहारात वापर करणे म्हणजे नवप्रवर्तन होय. त्यांनी नवप्रवर्तनाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''वस्तूचा उत्पादन खर्च कमी करण्यासाठी आणि वस्तूचा खप वाढविण्यासाठी उत्पादन पद्धतीत केलेले बदल म्हणजे नवप्रवर्तन किंवा उपक्रमशीलता होय.''

नवप्रवर्तनाच्या पद्धती किंवा स्वरूप :-

नवप्रवर्तनाच्या पद्धती किंवा नवप्रवर्तनाचे स्वरुप थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहे.

(१) नवीन यंत्रांचा वापर

(२) नवीन उत्पादन तंत्राचा वापर

(३) नवीन प्रकारच्या कच्चा मालाचा शोध

(४) नवीन व उच्च दर्जाच्या व्यवस्थापन पद्धतींचा अवलंब

(५) नवनवीन बाजारपेठांचा शोध

(६) वस्तूच्या दर्जात सुधारणा

(७) नवीन स्वस्त उर्जा साधनांचा वापर

(८) नवीन वस्तूंचे उत्पादन

(९) नवीन व आकर्षक जाहिरात

सिद्धांताचे स्पष्टीकरण :-

नवप्रवर्तक नवप्रवर्तनाचे काम करत असतो. म्हणजेच वस्तू तयार करण्यासाठी तो नवीन यंत्रांचा वापर करत असतो. नवप्रवर्तक नवीन उत्पादन तंत्राच्या साहाय्याने उत्पादन करत असतो. तो वस्तूच्या दर्जात सुधारणा करतो.

वस्तू बनविण्यासाठी नवीन, पर्यायी व स्वस्त उर्जा साधनांचा तो वापर करतो. नवनवीन बाजारपेठा शोधून आपल्या मालाची विक्री करतो. विक्रीच्या नवीन व चांगल्या पद्धतींचा वापर करतो. वस्तूची प्रभावी व आकर्षक जाहिरात करतो. नवप्रवर्तकाच्या या नवप्रवर्तनामुळे त्याच्या वस्तूचा उत्पादन खर्च कमी होतो. उत्पादन खर्च कमी झाल्याने त्याचा नफा वाढतो. तसेच नवप्रर्वतनामुळे वस्तू पूर्वीपेक्षा आधिक चांगली, दर्जेदार व आकर्षक तयार होते. त्यामुळे इतर उत्पादकांपेक्षा म्हणजे जे उत्पादक नवप्रवर्तन करत नाहीत त्यांच्यापेक्षा नवप्रवर्तकांचीच वस्तू मोठ्या प्रमाणावर खपते. अशा प्रकारे जे संयोजक किंवा उत्पादक नवप्रवर्तन करतात किंवा उपक्रमशीलता (नाविण्य) दाखवतात. त्यांच्याच वस्तूंना मागणी वाढते. आणि मागणी वाढल्याने त्यांचा नफाही वाढतो. जे उत्पादक किंवा संयोजक नवप्रवर्तन करत नाहीत, त्यांना नफा मिळत नाही. कारण (१) नवप्रवर्तकाच्या वस्तूच्या उत्पादनाचा खर्च कमी असतो आणि (२) नवप्रवर्तकाची वस्तू इतर संयोजकाच्या वस्तूपेक्षा नवीन प्रकारची, आकर्षक व दर्जेदार असते. म्हणून नवप्रवर्तन करणाऱ्यांनाच जास्तीत जास्त नफा मिळतो.

नवप्रवर्तनामुळे दर्जेदार, सुंदर वस्तू तयार होतात. त्यामुळे वस्तूची मागणी वाढते. तसेच या नवीन वस्तूंच्या किंमतीही जुन्या वस्तूपेक्षा जास्त असतात. त्यामुळे उत्पादकांच्या नफ्यात वाढ होते. तसेच उत्पादन पदधतीत नवीन बदल केल्याने, नवीन यंत्र वापरल्याने उत्पादन खर्च घटून नफा वाढतो. त्यामुळे गुंतवणूक वाढून देशाच्या आर्थिक विकासाचा वेग वाढतो.

सारांश : नवीन शोधांचा प्रत्यक्षात/व्यवहारात (उत्पादन प्रक्रियेत) वापर करणे म्हणजे नवप्रवर्तन होय. नवप्रवर्तन करणाऱ्यांना अधिक नफा मिळतो. परंतु जर इतर संयोजकांना नवप्रवर्तकांच्या नवप्रवर्तनाची माहिती झाली तर ते संयोजक सुद्धा नवप्रवर्तकासारखेच उत्पादन करतात. त्यामुळे वस्तूमध्ये नाविण्य राहत नाही. त्यामुळे नवप्रवर्तकांचा महत्तम नफा नाहीसा होवून त्यांना केवळ सर्वसाधारण नफा मिळतो. परंतु ज्या नवप्रवर्तकांचा नफा नाहीसा झालेला असतो ते नवप्रवर्तक पुन्हा नवीन शोधांचा वापर करून उत्पादन करतात आणि इतरांपेक्षा दर्जेदार वस्तू बनवून जास्तीत जास्त नफा मिळवतात. अशा प्रकारे अर्थव्यवस्थेत सतत नवप्रवर्तन चालत असते. त्यामुळे नवप्रवर्तन करणाऱ्या नवप्रवर्तकांना नफा मिळत राहतो.

सिद्धांताचे टीकात्मक परीक्षण :

प्रा. जोसेफ शुंपीटर यांच्या नफ्याच्या नवप्रवर्तन सिद्धांतावर खालीलप्रमाणे टीका केल्या जातात.

(१) केवळ नवप्रवर्तनामुळे नफा मिळतो हे चूक :–

प्रा. शुंपीटर यांनी आपल्या सिद्धांतात नवप्रवर्तनामुळे किंवा उपक्रमशीलतेमुळे नफा मिळतो असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, नफा केवळ नवप्रवर्तनामुळेच मिळतो असे नाही. इतर घटकामुळे ही नफा मिळतो. परंतु तिकडे शुंपीटर यांनी दुर्लक्ष केले आहे. ही या सिद्धांतातील एक महत्त्वाची उणिव आहे.

(२) संयोजकाच्या इतर कार्याकडे दुर्लक्ष :-

शुंपीटर यांनी आपल्या सिद्धांतात संयोजक केवळ नवप्रवर्तनाचेच कार्य करतो असे म्हटले आहे. संयोजकाच्या केवळ नवप्रवर्तनाच्या कार्यावरच त्यांनी भर दिला आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, संयोजक केवळ नवप्रवर्तनाचेच कार्य करत नाही. तर इतरही कार्ये तो करतो. परंतु त्या कार्याकडे शुंपीटर यांनी दुर्लक्ष केले आहे.

(३) धोका पत्करल्याने नफा उद्भवतो याकडे दुर्लक्ष :-

टीकाकारांच्या मते, नफा केवळ नवप्रवर्तनामुळे निर्माण होत नाही. तर, संयोजक उत्पादन प्रक्रियेत काही धोक्यांना तोंड देत असतो. म्हणून संयोजकांना नफा मिळत असतो. परंतु या बाबीकडे प्रा. शुंपीटर यांनी दुर्लक्ष केले आहे. म्हणून हा सिद्धांत दोषयुक्त आहे.

(४) अनिश्चिततेकडे दुर्लक्ष :-

प्रा. नाईट यांच्या मते, संयोजकाला काही अनिश्चित धोक्यांना तोंड द्यावे लागत असते. म्हणून संयोजकाला नफा मिळत असतो. परंतु या बाबीकडे प्रा. शुंपीटर यांनी दुर्लक्ष केले आहे. म्हणून हा सिद्धांत दोषयुक्त आहे.

(५) नवप्रवर्तन न करता सुद्धा नफा मिळतो :-

शुंपीटर यांनी आपल्या सिद्धांतात नफा नवप्रवर्तनामुळे मिळतो असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, नवप्रवर्तनाचा अवलंब न करता सुद्धा नफा मिळत असतो. काही संयोजक नवप्रवर्तन करत नाहीत. पण आपल्या उद्योगसंस्थेचे चांगले व्यवस्थापन करून, विक्री वाढवून, खर्च घटवून नफा मिळवत असतात. म्हणून नफा केवळ नवप्रवर्तनामुळे मिळतो हे चूक आहे.

(६) तोट्याचे स्पष्टीकरण देत नाही :-

शुंपीटर यांच्या नफ्याच्या नवप्रवर्तन सिद्धांतावर टीका करताना टीकाकार म्हणतात की, शुंपीटर यांनी आपल्या सिद्धांतात नफा कसा व का मिळतो? ते सांगितले आहे. परंतु संयोजकांना तोट्याला का तोंड दयावे लागते? हे मात्र सांगितलेले नाही.

(७) स्थिर अर्थव्यवस्थेचे गृहीत चुकीचे :-

शुंपीटर यांनी आपल्या सिद्धांतात स्थिर अर्थव्यवस्थेचे गृहीत मांडले आहे. दीर्घकाळात अर्थव्यवस्था स्थिर असते असे गृहीत धरून त्यांनी सिद्धांताची मांडणी केली आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते शुंपीटर यांचे स्थिर अर्थव्यवस्थेचे गृहीत चुकीचे आहे. दीर्घकाळात अर्थव्यवस्था स्थिर नसते. तर गतिमान असते. गतिमान अर्थव्यवस्थेत सतत नवप्रवर्तन चालू असते. त्यामुळे सतत असाधारण (जास्तीत जास्त) नफा उत्पादकांना (संयोजकांना/नवप्रवर्तकांना) मिळाला पाहिजे. पण तसे आढळत नाही. म्हणून हा सिद्धांत दोषयुक्त आहे.

(८) शुद्ध नफा (pure profit) :-

टीकाकारांच्या मते, शुंपीटर यांच्या सिद्धांतातून शुद्ध नफा का व कसा निर्माण होतो? त्याचे स्पष्टीकरण किंवा उत्तर मिळत नाही. ही या सिद्धांतातील एक उणिव आहे.

(९) कुशलतेमुळे मिळणारा नफा हा खंडासारखा असतो :-

नवप्रवर्तक नवप्रवर्तन करतात. म्हणजे व्यवस्थापनाच्या नवीन पद्धतींचा अवलंब करून उत्पादन करतात. म्हणून त्यांना भरपूर (असाधारण) नफा मिळतो. परंतु टीकाकारांच्या मते, व्यवस्थापनाची नवीन पद्धती वापरून जो असाधारण नफा मिळतो, तो संयोजकाच्या कुशलतेमुळे मिळतो. म्हणून तो नफा हा कुशलता खंडासारखा (Rent of Ability) असतो. त्याचा विचार शुंपीटर यांनी केलेला नाही.

नफ्याचा गतिशीलतेचा सिद्धांत (Dynamic Theory of Profit) :

प्रास्ताविक :-

नफ्याचा गतिशीलतेचा सिद्धांत सुप्रसिद्ध अमेरिकन अर्थतज्ञ प्रा. जे. बी. क्लार्क यांनी मांडला आहे. या सिद्धांतालाच नफ्याचा गतिमानता सिद्धांत असेही म्हणतात. प्रा. क्लार्क यांनी आपल्या नफ्याच्या सिद्धांतात नफा का व कसा निर्माण हातो? ते स्पष्ट केले आहे. नफा स्थिर अर्थव्यवस्थेत (Static Economy) निर्माण होत नाही तर गतिमान अर्थव्यवस्थेत (Dynamic Economy) निर्माण होतो असे प्रा. क्लार्क यांनी म्हटले आहे. त्यांनी नफ्याची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

प्रा. क्लार्क यांची नफ्याची व्याख्या :-

''वस्तूची किंमत आणि वस्तूचा उत्पादन खर्च यातील फरक म्हणजे नफा होय.''

वस्तूची किंमत म्हणजे विक्री किंमत होय. उदाहरणार्थ एखाद्या वस्तूचा उत्पादन खर्च १० रुपये असेल आणि त्या एका वस्तूची किंमत १६ रुपये असेल तर १६ रुपये - १० रुपये = ६ रूपये नफा त्या एका वस्तूचा असेल. अशा प्रकारे वस्तूच्या उत्पादन खर्चापेक्षा वस्तूची किंमत जास्त असते तेंव्हा नफा मिळतो असे प्रा.क्लार्क म्हणतात. म्हणून प्रा. जे. बी. क्लार्क म्हणतात, ''वस्तूच्या किंमतीचे उत्पादन खर्चावरील आधिक्य म्हणजे नफा होय.''

सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना :-

प्रा. जे. बी. क्लार्क यांच्या नफ्याच्या गतिमानता सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''नफ्याचा उद्भव गतिमान अर्थव्यवस्थेत (Dynamic Economy) होतो.''

याचा अर्थ गतिमान अर्थव्यवस्थेत आर्थिक घटकात व सामाजिक घटकात जे सतत बदल घडून येत असतात, त्यामुळे नफा निर्माण होत असतो. स्थिर किंवा स्थैतिक अर्थव्यवस्थेत (Static Economy) नफा निर्माण होत नाही.

स्थिर/स्थैतिक अर्थव्यवस्था (Static Economy)

स्थिर अर्थव्यवस्थेलाच स्थैतिक अर्थव्यवस्था किंवा गतिशून्य अर्थव्यवस्था असे म्हणतात. ज्या अर्थव्यवस्थेत आर्थिक घटकात कोणतेच बदल होत नाहीत, त्या अर्थव्यवस्थेला स्थिर अर्थव्यवस्था असे म्हणतात. मागणी आणि पुरवठा यावर परिणाम करणारे घटक स्थिर असतात. त्यामुळे वस्तूच्या मागणी-पुरवठ्यात बदल होत नाहीत. स्थिर अर्थव्यवस्थेत वस्तूंच्या किंमती आणि उत्पादन घटकांच्या किंमती (खंड, वेतन, व्याज, नफा) स्थिर किंवा कायम असतात. स्थितिशील अर्थव्यवस्थेत दर वर्षी सर्व आर्थिक घटक कायम स्थिर असतात. म्हणजे मागच्या वर्षी जेवढी लोकसंख्या असते तेवढीच लोकसंख्या पुढच्या वर्षी, त्याच्या पुढच्या वर्षी असते. स्थिर अर्थव्यवस्थेत कोणत्याच घटकात बदल होत नसल्याने मागणी व पुरवठ्यात सुद्धा बदल होत नाहीत. स्थिर अर्थव्यवस्थेत लोकसंख्या, लोकांची वस्तूबद्दलची आवड निवड, लोकांचे उत्पन्न, पर्यायी वस्तूच्या किंमती, मुख्य वस्तूची किंमत या बाबी स्थिर असतात. या बाबीवर वस्तूची मागणी अवलंबून असते. वस्तूची मागणी निर्धारित करणारे हे घटक किंवा वस्तूच्या मागणीवर परिणाम करणारे घटक स्थिर किंवा कायम असल्याने वस्तूची मागणी सुद्धा स्थिर किंवा कायम असते. वस्तूच्या मागणीत वाढ होत नसल्याने नफ्यात सुद्धा वाढ होत नाही. वस्तूच्या मागणीवर परिणाम करणारे घटक स्थिर असतात त्याप्रमाणे वस्तूच्या पुरवठयावर परिणाम करणारे घटक सुद्धा स्थिर असतात. उदाहरणार्थ वस्तूच्या पुरवठयावर उत्पादन घटकांच्या किंमती, उत्पादन घटकांचे पर्याय, तंत्रज्ञान, उत्पादनाची नवीन पद्धत, संशोधन, यंत्रे, आदानाच्या किंमती किंवा कच्च्या मालाची किंमत या बाबींचा परिणाम होत असतो. परंतु स्थितिशील अर्थव्यवस्थेत पुरवठ्यात बदल घडवून आणणारे हे सर्व घटक स्थिर असतात. त्यामुळे या घटकांचा पुरवठ्यावर काहीच परिणाम होत नाही. त्यामुळे पुरवठा स्थिर असतो. दरवर्षी पुरवठा तोच राहतो. त्यामुळे नफ्यात वाढ होत नाही. अशा प्रकारे स्थैतिक अर्थव्यवस्थेत वस्तूची मागणी आणि वस्तूचा पुरवठा स्थिर असल्याने वस्तूची किंमत सुद्धा स्थिर असते. सर्व वस्तूंच्या किंमती स्थिर असतात. वस्तूचा उत्पादन खर्च सुद्धा बदलत नाही. खर्च सुदधा कायम स्थिर असतो. त्यामुळे नफा निर्माण होत नाही.

थोडक्यात स्थिर अर्थव्यवस्था म्हणजे अशा प्रकारची अर्थव्यवस्था की ज्या अर्थव्यवस्थेत देशाच्या लोकसंख्येत काहीही बदल होत नाहीत. नवीन कोणतेच उत्पादन तयार होत नाही. नवीन बाजारपेठा तयार होत नाहीत. उत्पादन करण्यासाठी नवीन उत्पादन पद्धतीचा वापर केला जात नाही. उत्पादन घटकांचा पुरवठाही बदलत नाही आणि सर्व बाबीविषयी निश्चितता असते. कोणत्याही घटकाविषयी अनिश्चितता नसते.

स्थिर अर्थव्यवस्थेत कोणत्याच बाबींविषयी अनिश्चितता नसते. सर्व घटक स्थिर किंवा कायम असल्याने मागच्या वर्षीचीच पुनरावृत्ती या वर्षी आणि पुढील वर्षी होत असते. त्यामुळे अशा अर्थव्यवस्थेत उत्पादकांना कोणताही धोका नसतो किंवा अनिश्चितता नसते. त्यामुळे नफा मिळत नाही. स्थिर अर्थव्यवस्थेत सर्व घटकांची पूर्वकल्पना उत्पादकांना मिळत असल्याने, कोणतीही अनिश्चितता किंवा धोके नसल्याने नफ्याचा उद्‌भव होत नाही म्हणून स्थैतिक अर्थव्यवस्थेत किंमत = सरासरी खर्च (P =AC) अशी स्थिती असते. वस्तूची किंमत ही सरासरी खर्चाइतकी असते.

"In a static economy or state each factor secures what it produces, and since cost and selling prices are always equal, there can be no profit beyond wages for the routine work of supervision." याचा अर्थ स्थैतिक अर्थव्यवस्थेत प्रत्येक घटकाला इतकेच उत्पन्न मिळते जेवढे तो निर्माण करत असतो आणि वस्तूचा उत्पादन खर्च आणि त्या वस्तूची विक्री किंमत या दोन्ही गोष्टी नेहमी समान असतात. नेहमीच्या निरीक्षण कार्यासाठी मिळणाऱ्या मजुरीशिवाय इतर कोणताही नफा प्राप्त होत नाही.

गतिमान अर्थव्यवस्था (Dynamic Economy) :–

स्थैतिक अर्थव्यवस्थेची जी वैशिष्ट्ये आढळतात, नेमकी त्याच्या विरुद्ध वैशिष्ट्ये गतिमान अर्थव्यवस्थेची असतात. ज्या अर्थव्यवस्थेत आर्थिक–सामाजिक घटकात सतत बदल होत असतात, त्या अर्थव्यवस्थेला गतिमान अर्थव्यवस्था असे म्हणतात. किंवा ज्या देशात लोकसंख्या, उत्पादन, उत्पन्न, लोकांच्या आवडी–निवडी यामध्ये सतत बदल होत असतो त्या देशाची अर्थव्यवस्था गतिमान असते. गतिमानतेमुळे किंवा गतिमान घटकामुळे (विविध आर्थिक घटकात सतत होत असलेल्या बदलामुळे) नफ्याचा उद्भव होतो असे प्रा.जे.बी.क्लार्क यांनी आपल्या सिद्धांतात म्हटले आहे. गतिमान अर्थव्यवस्थेत वस्तूच्या मागणी पुरवठ्यात बदल होत असतात. कारण मागणी व पुरवठ्यावर परिणाम करणाऱ्या घटकात (लोकसंख्येत, लोकांच्या उत्पन्नात) बदल होत असतो. त्यामुळे वस्तूच्या किंमतीतही बदल घडून येतात. मागणी पुरवठ्यातील बदलांच्या परिणामामुळे वस्तूंच्या किंमतीत वाढ झाली की नफ्यात वाढ होते. किंमतीतील वाढ उत्पादन खर्चापेक्षा अधिक झाली की उत्पादकांना नफा मिळतो. प्रामुख्याने गतिमान अर्थव्यवस्थेत खालील प्रकारचे बदल सतत होत असतात. त्यामुळे संयोजकांना नफा मिळतो.

(१) लोकसंख्येत वाढ :–

गतिमान अर्थव्यवस्थेत लोकसंख्येत वाढ घडून येत असते. लोकसंख्या किंवा देशातील लोक म्हणजे ग्राहक किंवा उपभोक्ते होय. लोकसंख्येत वाढ म्हणजे ग्राहकांच्या संख्येत वाढ होणे होय. लोकसंख्येत वाढ झाली की ग्राहकांच्या संख्येत वाढ होते. त्यामुळे वस्तूची मागणी वाढते. वस्तूच्या मागणीत वाढ झाल्याने

वस्तूची किंमत वाढते. त्यामुळे संयोजकाच्या नफ्यात वाढ होते. याउलट लोकसंख्येत वाढ होण्याऐवजी घट झाली की वस्तूची मागणी घटून नफा घटतो.

(२) उत्पादन पद्धतीत सुधारणा :–

गतिमान अर्थव्यवस्थेत उत्पादन तंत्रात किंवा उत्पादन पद्धतीत सतत सुधारणा होत असतात. त्यामुळे उत्पादन खर्च घटतो. किंमतीचे खर्चावर आधिक्य निर्माण होते. म्हणजे वस्तूच्या उत्पादन खर्चापेक्षा वस्तूची किंमत अधिक राहून नफ्यात वाढ होते.

(३) विक्री पद्धतीत सुधारणा :–

संयोजकाकडून विक्री पद्धतीत सतत सुधारणा केल्या जातात. विक्रीच्या नवनवीन पद्धतींचा अवलंब केला जातो. त्यामुळे विक्री (खप) वाढून नफ्यात वाढ होते.

(४) गरजात वाढ :–

गतिमान अर्थव्यवस्थेत उपभोक्त्यांच्या गरजा सुद्धा सतत बदलत असतात. वस्तू खरेदी करण्याची इच्छा आणि गरजा यात सतत वाढ होत असते. त्यामुळे वस्तूची मागणी वाढते. मागणी वाढल्याने किंमती वाढून नफ्यात वाढ होते.

(५) आवडी निवडीत बदल :–

स्थैतिक अर्थव्यवस्थेत उपभोक्त्याच्या आवडी निवडी कायम असतात. स्थिर असतात. परंतु गतिशील अर्थव्यवस्थेत उपभोक्त्यांच्या आवडी निवडीत सतत बदल होत असतात. त्यामुळे वस्तूचा खप व वस्तूची किंमत यात वाढ होऊन नफ्यात वाढ होते. उत्पादक ग्राहकांच्या आवडी निवडी लक्षात घेऊन उत्पादन करत असतात.

(६) उत्पन्नातील बदल :–

गतिमान अर्थव्यवस्थेत लोकांच्या उत्पन्नात वाढ किंवा घट होत असते. त्याचाही परिणाम वस्तूच्या मागणीवर होत असतो. लोकांच्या उत्पन्नात वाढ झाली की वस्तूची मागणी वाढते. त्यामुळे वस्तूची किंमत वाढून नफ्यात वाढ होते. याउलट लोकांचे उत्पन्न घटले की, लोकांच्या वस्तूची मागणी घटते. त्यामुळे वस्तूची किंमत कमी होऊन नफा सुद्धा कमी होतो.

(७) भांडवली वस्तूंच्या उत्पादनात वाढ :–

यंत्रसामग्री, कारखान्याची इमारत इत्यादींना भांडवली वस्तू असे म्हणतात. गतिमान अर्थव्यवस्थेत या भांडवली वस्तूंच्या उत्पादनात आणि पुरवठ्यात वाढ होते. त्यामुळे उपभोग्य वस्तूंच्या उत्पादनात वाढ होते.

त्यामुळे उत्पादकांच्या नफ्यात वाढ होते तसेच नवीन प्रकारच्या यंत्रांचा वापर केल्याने उत्पादन खर्च घटतो. त्यामुळेही उत्पादकांचा नफा वाढतो.

(८) पैशाच्या पुरवठ्यातील बदल :–

गतिमान अर्थव्यवस्थेत पैशाच्या पुरवठयात सतत बदल होत असतो. पैशाच्या पुरवठ्यात वाढ झाली की लोकांचे उत्पन्न वाढून वस्तूची मागणी वाढते. त्यामुळे वस्तूच्या किंमती वाढून भाववाढ होते. भाववाढीमुळे उत्पादकांच्या नफ्यात वाढ घडून येते.

(९) कच्चा मालाच्या किंमती :–

कच्चा मालाच्या किंमतीवर वस्तूच्या उत्पादन खर्च अवलंबून असतो. कच्च्या मालाच्या किंमती कमी असतील तर त्यापासून बनवल्या जाणाऱ्या पक्क्या मालाचा खर्च कमी येतो. त्यामुळे उत्पादक जास्त उत्पादन करतात. त्यामुळे वस्तूचा पुरवठा वाढतो. उत्पादन खर्च घटल्याने उत्पादकांच्या नफ्यात वाढ घडून येते.

(१०) तेजी–मंदी :–

गतिमान अर्थव्यवस्थेत सतत तेजी–मंदीच्या लाटा उदभवत असतात. त्याचाही उत्पादकांच्या नफ्यावर परिणाम होत असतो. तेजीच्या काळात वस्तूच्या किंमती जास्त असतात. त्यामुळे उत्पादकांच्या नफ्यात वाढ होते. याउलट मंदीच्या काळात वस्तूंना मागणी खूप कमी असते. मागणी कमी असल्याने ती वाढावी म्हणून उत्पादक वस्तूंच्या किंमती कमी करतात. त्यामुळे उत्पादकांचा नफा कमी होतो.

अर्थव्यवस्थेतील बदलांचे वर्गीकरण :–

देशाच्या अर्थव्यवस्थेवर खालील दोन प्रकारच्या बदलांचा परिणाम होत असतो. त्यामुळे नफा किंवा तोटा निर्माण होतो.

(अ) व्यवसाय संस्था विशिष्ट बदल :–

काही उद्योगसंस्था जाणून बुजून किंवा हेतूत: काही बदल घडवून आणत असतात. नफा मिळवणे हा त्यामागचा उद्देश असतो. हे बदल खालील स्वरूपाचे असतात.

(१) वस्तूची आकर्षक जाहिरात करणे, विक्रीच्या नवीन पद्धती अंगिकारणे

(२) उत्पादनाची नवीन पद्धत अंगिकारणे

(३) नवीन यंत्रांचा वापर करणे

वरील बदल नफा मिळवण्याच्या हेतूनेच उद्योग संस्था घडवून आणत असतात. यांना व्यवसायसंस्था विशिष्ट बदल असे म्हणतात.

(ब) सर्वसामान्य गतिमान बदल (General Dynamic Changes) **:-**

विशेष स्वरूपाचे बदल किंवा विशिष्ट बदल हे केवळ त्या संबंधित उद्योगसंस्थेपुरते मर्यादित असतात. परंतु गतिमान अर्थव्यवस्थेतील ज्या बदलांचा परिणाम संपूर्ण देशातील उद्योग व्यवसायावर होतो, त्या बदलांना सर्वसाधारण गतिजन्य बदल असे म्हणतात. तेजी, मंदी, युद्ध, सरकारचे आद्योगिक धोरण, गरजा व आवडी-निवडीतील बदल या सर्व घटकांना किंवा बदलांना सर्वसामान्य गतिमान बदल असे म्हणतात. कारण या बदलांचे परिणाम विशिष्ट उद्योगसंस्थावर न होता देशातील सर्व उद्योगावर, व्यापारक्षेत्रावर होत एकच असतात. त्यामुळे नफा किंवा तोटा निर्माण होतो. म्हणजे तेजी उद्भवली तर उत्पादक, व्यापारी यांना नफा होतो. तर मंदी उद्भवली तर वस्तूची मागणी, किंमती यात घट होऊन तोटा येतो. देशात युद्धजन्य परिस्थिती बदलली तर जीवनावश्यक वस्तूंची टंचाई निर्माण होते. त्यामुळे वस्तूच्या किंमती वाढून उत्पादकांचा नफा वाढतो. या सर्व बदलांना सर्वसामान्य गतिमान बदल असे म्हणतात. या बदलांना सामोरे जाण्याचे काम संयोजकांना करावे लागते. म्हणून त्यांना नफा किंवा तोटा होत असतो.

अशा प्रकारे गतिशील अर्थव्यवस्थेत तेजी, मंदी, चलनविस्तार, युद्ध, सरकारी धोरणातील बदल अशा प्रकारचे अनेक धोके असतात. त्यामुळे गतिमान अर्थव्यवस्थेत अनिश्चितता असते. ही अनिश्चितता सतत वाढत असते. धोके सतत वाढत असतात. हुषार, बुद्धिमान संयोजक गतिमान अर्थव्यवस्थेतील धोक्यांना व अनिश्चिततांना तोंड देतो व भरपूर नफा मिळवतो. म्हणून प्रा.जे.बी.क्लार्क हे गतिमानतेला नफ्याचे कारण मानतात. गतिमानतेमुळे नफा निर्माण होतो. स्थिर अर्थव्यवस्थेत कोणतेच बदल होत नसल्याने स्थिर अर्थव्यवस्थेत अतिरिक्त नफा मिळत नाही. स्थिर अर्थव्यवस्थेत उत्पादकांना केवळ सर्वसाधारण नफा (देखरेख करण्याचा मोबदला) मिळतो. जादा नफा मिळत नाही. नफा फक्त गतिमान अर्थव्यवस्थेतच मिळतो.

सिद्धांताचे टीकात्मक परीक्षण :-

नफ्याच्या गतिमानता सिद्धांतावर खालीलप्रमाणे टीका केल्या जातात.

(१) पूर्ण स्पर्धेचे गृहीत चुकीचे :-

नफ्याच्या गतिमानता सिद्धांताने पूर्ण स्पर्धेचे गृहीत विचारात घेतले आहे. परंतु हे गृहीत चुकीचे आहे. प्रत्यक्षात पूर्ण स्पर्धा आढळत नाही.

(२) सर्वच प्रकारच्या बदलामुळे नफा निर्माण होतो हे चूक :-

प्रा. नाईट (F. H. Knight) यांनी ही टीका केली आहे. त्यांच्या मते, ज्ञात परिवर्तने (Known changes) आणि अज्ञात परिवर्तने (Unknown changes) असे दोन प्रकारचे बदल गतिमान अर्थव्यवस्थेत घडून येतात. यापैकी ज्ञात बदलामुळे नफा मिळत नाही. कारण त्यांचा अंदाज अगोदर करता येतो. अज्ञात बदलामुळे नफा

निर्माण होतो. अज्ञात बदल अनिश्चित स्वरूपाचे असतात. त्यांचा अंदाज अगोदर करता येत नाही. अशा अनिश्चित बदलामुळे नफा मिळतो असे प्रा. नाईट म्हणतात.

(३) गतिमानतेची संकल्पना यांत्रिक :–

टीकाकारांच्या मते गतिमानतेची संकल्पना यांत्रिक संकल्पना आहे. गतिमानतेतून नफा कसा मिळतो हे सांगण्याचा क्लार्क यांनी प्रयत्न केला आहे. परंतु त्यांची गतिमानतेची संकल्पना यांत्रिक वाटते.

(४) केवळ गतिमानतेमुळे नफा मिळतो हे चूक :–

टीकाकार म्हणतात केवळ गतिमानतेमुळे नफा मिळत नाही. गतिमान अर्थव्यवस्थेत जे बदल होतात. त्यामुळे नफा मिळवता येतो. परंतु नफा मिळवण्याची संधी जर संयोजकाने गमावली किंवा या संधीचे त्याला सोने करता आले नाही तर त्याला नफा मिळत नाही. म्हणून केवळ गतिमानतेमुळे नफा मिळतो हे या सिद्धांतातील प्रतिपादन चुकीचे आहे.

(५) स्थिर अर्थव्यवस्थेत नफा शून्य असतो हे चूक :–

प्रा.जे.बी.क्लार्क यांनी आपल्या नफ्याच्या गतिमानता सिद्धांतात स्थिर अर्थव्यवस्थेत नफा मिळत नाही किंवा नफा शून्य असतो असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, क्लार्कचे हे प्रतिपादन बरोबर नाही. स्थिर अर्थव्यवस्थेतसुद्धा नफा मिळत असतो. गतिमान अर्थव्यवस्थेप्रमाणे जरी महत्तम नफा मिळत नसला तरी स्थिर अर्थव्यवस्थेत सामान्य नफा का होईना मिळत असतो. म्हणून स्थिर अर्थव्यवस्थेत नफा मिळत नाही, हे क्लार्क यांचे प्रतिपादन चुकीचे आहे.

(६) संयोजकाच्या 'धाडस' गुणाकडे दुर्लक्ष :–

संयोजकाच्या धाडसी किंवा साहसी गुणामुळेसुद्धा नफा मिळत असतो. परंतु त्याकडे क्लार्क यांनी दुर्लक्ष केले आहे.

(७) तोटा का होतो? त्याचे उत्तर देत नाही :–

गतिमान अर्थव्यवस्थेत विविध घटकातील बदलामुळे नफा निर्माण होतो असे हा सिद्धांत सांगतो. परंतु गतिमान अर्थव्यवस्थेत काही संयोजकांना तोटा सुद्धा होत असतो. त्याची कारणे या सिद्धांतात दिलेली नाहीत.

(८) धोका पत्करल्यामुळे नफा मिळतो याकडे दुर्लक्ष :–

क्लार्क यांनी हॉले यांच्या नफ्याच्या धोका पत्करण्याच्या सिद्धांतावर टीका केली आहे. परंतु संयोजक धोके पत्करण्याचे काम करत असतो. विविध धोक्यांना तो तोंड देत असतो. त्यामुळे त्याला नफा मिळत असतो. परंतु त्याचा विचार या सिद्धांतात केलेला नाही.

सारांश :

अशा प्रकारे प्रा.जे.बी.क्लार्क यांच्या नफ्याच्या गतिमानता सिद्धांतावर विविध टीकाकारांनी वरीलप्रमाणे काही टीका केल्या आहेत. या सिद्धांताच्या काही उणिवा किंवा मर्यादा असल्या तरी गतिमान अर्थव्यवस्थेत जे बदल होतात, त्या बदलांचा परिणाम म्हणून नफा उद्भवतो हे क्लार्क यांचे प्रतिपादन महत्त्वाचे आहे.

४.३ सारांश :

अशा प्रकारे उत्पादन घटकांच्या किंमती या प्रकरणात आपण भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन या उत्पादन घटकांच्या किंमती कशा निश्चित होतात? याची माहिती घेतली. उत्पादनाचे घटक उत्पादनाच्या प्रक्रियेत भाग घेऊन उत्पादन आणि उत्पन्नाची निर्मिती करत असतात. म्हणून त्यांना खंड, वेतन, व्याज, नफा इत्यादी मोबदले मिळत असतात. उत्पादन घटकांचे मोबदले कसे ठरतात? याबाबतीत अर्थतज्ञांच्यात एकमत नाही. म्हणून या बाबतीत अनेक अर्थतज्ञांचे सिद्धांत अभ्यासावे लागतात. या प्रकरणात आपण एकूण आठ सिद्धांत अभ्यासले आहेत. त्यावरून उत्पादन घटकांचे मोबदले कसे ठरतात? याची बरीचशी माहिती आपणास येऊ शकली आहे.

४.४ पारिभाषिक शब्द आणि त्यांचा अर्थ :

१) **वास्तव वेतन** – कामगारांना वस्तू व सेवांच्या स्वरुपात मिळणारे वेतन

२) **वेतनभिन्नता** – वेगवेगळ्या कामगारांना वेगवेगळी मजुरी दिली जाणे

३) **सीमांत उत्पादन** – शेवटच्या मजुराने एकूण उत्पादनात टाकलेली निव्वळ भर

४) **करार खंड** – जमिनीचे मालक व कुळे यांच्यात चर्चा होऊन ठरणारा खंड

५) **सीमांत जमीन** – खंड न देणारी जमीन (निकृष्ट जमीन)

६) **सीमांतपूर्व जमीन** – ज्या जमिनीला खंड मिळतो अशी जमीन

७) **आभास खंड** – तात्पुरता खंड हा खंड फक्त अल्पकाळात मिळतो.

८) **नवप्रवर्तन** – नवीन शोधांचा प्रत्यक्ष व्यवहारात वापर करणे

९) **स्थैतिक अर्थव्यवस्था** – या अर्थव्यवस्थेत कोणतेच बदल होत नाहीत.

१०) **गतिमान अर्थव्यवस्था** – आर्थिक, सामाजिक घटकात सतत बदल होतात.

४.५ स्वयंअध्ययन प्रश्न व त्यांची उत्तरे :

अ) खालील पर्यायापैकी योग्य पर्याय निवडून वाक्य पुन्हा लिहा.

१) श्रम या उत्पादन घटकाची किंमत............होय.

अ) खंड ब) मजुरी क) व्याज ड) उत्पन्न

२) मजुरी वस्तू व सेवांच्या स्वरुपात दिली जात असेल तर त्या मजुरीस........म्हणतात.

अ) वास्तव मजुरी ब) रोख क) उत्पन्न ड) इतर

३) ....वेतनावरून कामगारांच्या राहणीमानाचा दर्जा समजतो.

अ) रोख ब) वास्तव क) उत्पन्न ड) इतर

४) कामगारांनी किती वेळ काम केले याचा विचार करून त्यांना मजुरी दिली जात असेल तर त्या मजुरीस..............म्हणतात.

अ) काल वेतन ब) कार्य वेतन क) वास्तव वेतन ड) रोख वेतन

५) कामगारांनी किती उत्पादन केले याचा विचार करुन त्यांना मजुरी दिली जात असेल तरे त्या मजुरीस..........म्हणता.

अ) काल वेतन ब) कार्य वेतन क) वास्तव वेतन ड) रोख वेतन

६) भूमी या उत्पादन घटकाची किंमत............होय.

अ) खंड ब) उत्पन्न क) उत्पादन ड) नफा

७) शेतजमिनीचा मालक आणि कुळे यांच्यात ठराव होऊन जो खंड ठरतो, त्या खंडाला .... म्हणतात.

अ) आर्थिक खंड ब) करार खंड क) आभास खंड ड) खंड

८) ....यांच्या मते खंड फक्त जमिनीलाच मिळतो.

अ) रिकार्डो ब) स्मिथ क) से ड) माल्थस

९) ....जमिनीला खंड मिळत नाही.

अ) निकृष्ट ब) डोंगराळ क) खडकाळ ड) सीमांत

१०) खंड..........अवलंबून असतो.

अ) सुपिकतेवर ब) मागणीवर क) खडकाळ ड) सीमांत

११) भांडवल या उत्पादन घटकाची किंमत.........होय.

अ) नफा ब) मजुरी क) व्याज ड) मोबदला

१२) ....व्याज सर्व ठिकाणी सारखे असते.

अ) एकूण ब) शुद्ध क) स्थूल ड) मिश्र

१३) ....हे व्याज वेगवेगळ्या ठिकाणी वेगवेगळे असते.

अ) एकूण ब) शुद्ध क) स्थूल ड) मिश्र

१४) ...... व्याज सिद्धांतानुसार भांडवलाची मागणी व पुरवठा या दोन घटकावरून व्याजदर ठरतो.

अ) सनातन ब) आधुनिक क) नवसनातन ड) प्राचीन

१५) कर्जाऊ रकमेची मागणी .... वर अवलंबून असते.

अ) उत्पादन ब) उपभोग क) मागणी ड) व्याजदर

१६) संयोजनाचा मोबदला म्हणजे.......होय.

अ) नफा ब) खंड क) व्याज ड) उत्पन्न

१७) नफ्याचा नवप्रवर्तन सिद्धांत......यांनी मांडला.

अ) शुंपीटर ब) से क) सेन ड) स्मिथ

१८) नफ्याचा गतिशीलता सिद्धांत........यांनी मांडला.

अ) केन्स ब) से क) क्लार्क ड) स्मिथ

१९) ....यांच्या मते, नफ्याचा उद्धव गतिमान अर्थव्यवस्थेत हातो.

अ) केन्स ब) से क) क्लार्क ड) रिकार्डो

२०) .... अर्थव्यवस्थेत नफा निर्माण होत नाही.

अ) गतिमान ब) स्थिर क) लोकशाही ड) मिश्र

स्वयं अध्ययन प्रश्नांची उत्तरे :

१) ब	अ	३) ब	४) अ
५) ब	६) अ	७) ब	८) अ
९) ड	१०) अ	११) क	१२) ब

१३) अ	१४) अ	१५) ड	१६) अ
१७) अ	१८) क	१९) क	२०) ब

४.६ सरावासाठी स्वाध्याय :

अ) थोडक्यात उत्तरे द्या (टीपा लिहा).

१) वेतनाच्या विविध व्याख्या सांगा.

२) वेनतनाचे प्रकार सांगा.

३) वास्तव वेतन

४) वेतनभिन्नता

५) खंडाच्या विविध व्याख्या सांगा.

६) खंडाचे प्रकार सांगा.

७) आभास खंड

८) व्याजाच्या संकल्पना स्पष्ट करा.

९) नफ्याच्या संकल्पना (प्रकार) स्पष्ट करा.

ब) सविस्तर उत्तरे द्या.

१. वास्तव वेतन म्हणजे काय ते सांगून वास्तव वेतन निश्चित करणारे घटक स्पष्ट करा.

२. वेतनभिन्नतेची कारणे स्पष्ट करा.

३. वेतनाचा सीमांत उत्पादकता सिद्धांत स्पष्ट करा.

४. वेतनाचा मागणी पुरवठा सिद्धांत स्पष्ट करा.

५. रिकार्डो यांचा खंडाचा सिद्धांत स्पष्ट करा.

६. आभास खंडाची संकल्पना स्पष्ट करा.

७. व्याजाचा सनातन सिद्धांत स्पष्ट करा.

८. व्याजाचा कर्जनिधी सिद्धांत स्पष्ट करा.

९. नफ्याचा नवप्रवर्तन सिद्धांत स्पष्ट करा

१०. नफ्याचा गतिशीलतेचा सिद्धांत स्पष्ट करा.

४.७ अधिक वाचनासाठी संदर्भ पुस्तके :

1. Dominic Salvator (2012), Principles of Micro Economics, 5th edition, Oxford University Press, Oxford.

2. John B, Taylor and Alka weerapand (2011) Principles of Economics, 7th editon, Cengage Learning India, New Delhi

3. Samulson P. A. and W. D Nordaus (latest edition), Economics, Tata Mc Graw Hill, new delhi.

४. पाटील कृष्णराव, उच्चतर आर्थिक सिद्धांत, मंगेश प्रकाशन, नागपूर, द्वितीय आवृत्ती २०११

५. देसाई, जोशी, आर्थिक विश्लेषण, निराली प्रकाशन, पुणे.

◆◆◆