शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

दूरशिक्षण व ऑनलाईन शिक्षण केंद्र

बी. ए. भाग–३ : अर्थशास्त्र

सत्र–५ Major VII

सूक्ष्म अर्थशास्त्राची तत्त्वे–१

Principles of Micro Economics-I

सत्र–६ Major X

सूक्ष्म अर्थशास्त्राची तत्त्वे–२

Principles of Micro Economics-II

(राष्ट्रीय शैक्षणिक धोरण २०२० नुसार सुधारित अभ्यासक्रम
शैक्षणिक वर्ष २०२६–२७ पासून)

© **कुलसचिव,** शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर (महाराष्ट्र)
प्रथमावृत्ती : २०२२
सुधारित आवृत्ती : २०२५
सुधारित आवृत्ती : २०२६
बी. ए. (सूक्ष्म अर्थशास्त्राची तत्त्वे) भाग - ३ करिता
सर्व हक्क स्वाधीन. शिवाजी विद्यापीठाच्या परवानगीशिवाय कोणत्याही प्रकाराने नक्कल करता येणार नाही.

प्रती : १२०

प्रकाशक :
डॉ. व्ही. एन. शिंदे
कुलसचिव,
शिवाजी विद्यापीठ,
कोल्हापूर - ४१६ ००४.

■

मुद्रक :
श्री. बी. पी. पाटील
अधीक्षक,
शिवाजी विद्यापीठ मुद्रणालय,
कोल्हापूर - ४१६ ००४.

■

ISBN- 978-93-47370-43-4

★ दूरशिक्षण केंद्र आणि शिवाजी विद्यापीठ याबद्दलची माहिती पुढील पत्त्यावर मिळू शकेल.
शिवाजी विद्यापीठ, विद्यानगर, कोल्हापूर-४१६ ००४ (महाराष्ट्र)

दूरशिक्षण केंद्र, शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

■ सल्लागार समिती ■

प्रा. (डॉ.) आर. के. कामत
कुलगुरू,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

प्रा. (डॉ.) ज्योती जाधव
प्र-कुलगुरू,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

प्रा. (डॉ.) प्रकाश पवार
राज्यशास्त्र अधिविभाग,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

प्रा. (डॉ.) एस. विद्याशंकर
कुलगुरू, केएसओयू,
मुक्तगंगोत्री, म्हैसूर, कर्नाटक-५७० ००६

डॉ. राजेंद्र कांकरिया
जी-२/१२१, इंदिरा पार्क,
चिंचवडगांव, पुणे-४११ ०३३

प्रा. (डॉ.) सीमा येवले
गीत-गोविंद, फ्लॅट नं. २,
११३९ साईक्स एक्स्टेंशन,
कोल्हापूर-४१६००१

डॉ. संजय रत्नपारखी
डी-१६, शिक्षक वसाहत, विद्यानगरी, मुंबई विद्यापीठ,
सांताक्रुझ (पु.) मुंबई-४०० ०९८

प्रा. (डॉ.) कविता ओझा
संगणकशास्त्र अधिविभाग,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

प्रा. (डॉ.) चेतन आवटी
तंत्रज्ञान अधिविभाग,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

प्रा. (डॉ.) श्रीमती व्ही. व्ही. मैंदरगी
प्र. अधिष्ठाता, वाणिज्य व व्यवस्थापन विद्याशाखा,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

प्रा. (डॉ.) एम. एस. देशमुख
प्र. अधिष्ठाता, मानव्य विद्याशाखा,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

प्रा. (डॉ.) आर. व्ही. गुरव
प्र. अधिष्ठाता, विज्ञान व तंत्रज्ञान विद्याशाखा,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

प्रा. (डॉ.) ए. बी. साळी
प्र. अधिष्ठाता, आंतर-विद्याशाखीय अभ्यास विद्याशाखा,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

डॉ. व्ही. एन. शिंदे
कुलसचिव,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

डॉ. ए. एन. जाधव
संचालक, परीक्षा व मूल्यमापन मंडळ,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

श्रीमती सुहासिनी सरदार पाटील
वित्त व लेखा अधिकारी,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

डॉ. के. बी. पाटील (सदस्य सचिव)
प्र. संचालक, दूरशिक्षण व ऑनलाईन शिक्षण केंद्र,
शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

दूरशिक्षण व ऑनलाईन शिक्षण केंद्र, शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

अभ्यासमंडळ : अर्थशास्त्र

अध्यक्ष – प्रा. डॉ. जयवंत शंकरराव इंगळे
प्रा. डॉ. एन. डी. पाटील कॉलेज, मलकापूर, ता. शाहूवाडी, जि. कोल्हापूर

- **प्रा. डॉ. एम. एस. देशमुख**
  अर्थशास्त्र विभाग प्रमुख,
  शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

- **डॉ. मनोहर आप्पासाहेब कोरे**
  विलिंग्डन कॉलेज, सांगली

- **डॉ. संतोषकुमार बबनराव यादव**
  देवचंद कॉलेज, अर्जुननगर, जि. कोल्हापूर

- **डॉ. प्रकाश कृष्णा टोने**
  सावित्रिबाई फुले महिला महाविद्यालय, सातारा

- **डॉ. सचिन आप्पासाहेब सरदेसाई**
  राजा श्रीपतराव भगवंतराव महाविद्यालय, औंध,
  जि. सातारा

- **डॉ. प्रभाकर तानाजी माने**
  जयसिंगपूर कॉलेज, जयसिंगपूर
  शिरोळ-वाडी रोड, जयसिंगपूर, जि. कोल्हापूर

- **डॉ. अनिल धोंडिराम सत्रे**
  मोहनराव पतंगराव पाटील महाविद्यालय, बोरगांव,
  ता. वाळवा, जि. सांगली

- **डॉ. अनिलकुमार कृष्णराव वावरे**
  छत्रपती शिवाजी कॉलेज, सातारा

- **डॉ. रमेश गणेशराव दंडगे**
  अर्थशास्त्र अधिविभाग,
  शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

- **डॉ. मोहन गोविंद सदामते**
  अर्थशास्त्र अधिविभाग,
  क्रांतिअग्रणी जी. डी. बापू लाड कॉलेज, कुंडल,
  जि. सांगली

- **श्री. मोहन नरहर पंडितराव**
  यशोदीप ८५, मंगेशकर नगर, सुभाष रोड,
  मंगळवारपेठ, कोल्हापूर

प्रस्तावना

जून २००७ या वर्षापासून शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर यांच्या वतीने दूरशिक्षण केंद्रामार्फत बहिःस्थ विद्यार्थ्यांसाठी दूरशिक्षण कार्यक्रम राबविण्याचे ठरविलेले आहे. त्या अनुषंगाने बी. ए. भाग-३ अर्थशास्त्र स्पेशल या वर्गाच्या विद्यार्थ्यांसाठी सूक्ष्म अर्थशास्त्राची तत्त्वे या विषयाचे स्वयं-अध्ययनासाठीचे हे पुस्तक लिहिण्यात आलेले आहे. बी. ए. भाग-३ (अर्थशास्त्र स्पेशल पेपर क्रमांक ७ व १०) या वर्गातील विद्यार्थ्यांसाठी अर्थशास्त्र विषयाच्या अभ्यासकाकडून या पुस्तकाचे विविध घटकांचे लिखाण करून घेतले आहे. बी. ए. भाग-३ (अर्थशास्त्र स्पेशल पेपर क्रमांक ७ व १०) या विषयाच्या बदललेल्या अभ्यासक्रमानुसार संकल्पनात्मक स्पष्टता, साध्या व सोप्या भाषेत विषयाची मांडणी, सांख्यिकी कोष्टके, तक्ते, आकृत्या यांची मांडणी केली आहे. प्रत्येक घटकाच्या शेवटी स्वयं-अध्ययन प्रश्न व त्यांची उत्तरे आणि सरावासाठी स्वाध्याय आणि अधिक वाचनासाठी पुस्तके दिलेली आहेत. ही सर्व माहिती विद्यार्थीवर्गाला उपयुक्त ठरेल अशी अपेक्षा आहे.

सूक्ष्म अर्थशास्त्राची तत्त्वे या विषयातील सत्र-५ साठी अर्थशास्त्र आणि सूक्ष्म अर्थशास्त्राचा परिचय, उपभोक्त्याची वर्तणूक, मागणी आणि पुरवठा विश्लेषण आणि उत्पादन फलन सिद्धांत; तर सत्र-६ साठी पूर्ण स्पर्धा, मक्तेदारी, मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा व उत्पादन घटकांची किंमत निश्चिती या घटकांचे सविस्तरपणे विश्लेषण केलेले आहे.

विषयाची उद्दिष्ट्ये, प्रास्ताविक, विषय विवेचन, सारांश, पारिभाषिक संज्ञा, स्वयं अध्ययन प्रश्न व उत्तरे, सरावासाठी प्रश्न, क्षेत्रिय कार्य व अधिक वाचनासाठी पुस्तके देण्यात आली आहेत. त्याचा फायदा विद्यार्थ्यांना होणार आहे. या संबंधी काही सूचना असतील तर त्या विभागाकडे पाठवाव्यात त्याचे स्वागत आहे. हे पुस्तक पूर्ण करण्यासाठी विविध घटक लेखकांनी विशेष प्रयत्न केले त्याबद्दल त्यांना धन्यवाद देतो. पुस्तकाचे प्रकाशन करण्यासाठी शिवाजी विद्यापीठाच्या प्रशासकीय अधिकारी, कर्मचारी व सेवकवर्गाने व दूरशिक्षण विभागाच्या सर्वांनी प्रयत्न केले त्याबद्दल सर्वांना धन्यवाद.

■ **संपादक** ■

डॉ. जयवंत शंकरराव इंगळे

प्राध्यापक आणि अर्थशास्त्र विभागप्रमुख,

प्रा. डॉ. एन. डी. पाटील कॉलेज, पेरीड-मलकापूर,

ता. शाहूवाडी, जि. कोल्हापूर

दूरशिक्षण व ऑनलाईन शिक्षण केंद्र,
शिवाजी विद्यापीठ,
कोल्हापूर

Major VII - सूक्ष्म अर्थशास्त्राची तत्त्वे I
Major X - सूक्ष्म अर्थशास्त्राची तत्त्वे II
बी. ए. भाग-३ अर्थशास्त्र पेपर ७ व १०

अभ्यास घटकांचे लेखक

लेखन सहभाग	सत्र-५ घटक क्रमांक	सत्र-६ घटक क्रमांक
प्रा. डॉ. जयवंत शंकरराव इंगळे प्रा. डॉ. एन. डी. पाटील कॉलेज, पेरीड-मलकापूर, ता.. शाहूवाडी, जि. कोल्हापूर	१ ते ४	१ ते ४

■ संपादक ■

डॉ. जयवंत शंकरराव इंगळे
प्राध्यापक आणि अर्थशास्त्र विभागप्रमुख,
प्रा. डॉ. एन. डी. पाटील कॉलेज, पेरीड-मलकापूर, ता. शाहूवाडी, जि. कोल्हापूर

अनुक्रमणिका

घटक क्रमांक	घटकाचे शीर्षक	पान क्रमांक
	पेपर–७ : सेमिस्टर–५	
१.	सूक्ष्म अर्थशास्त्राचा परिचय	१
२.	उपभोक्त्याची वर्तणूक	४७
३.	मागणी आणि पुरवठा विश्लेषण	१०५
४.	उत्पादनाचे सिद्धांत	१७२
	पेपर–१२ : सेमिस्टर–६	
१.	पूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ	२५१
२.	मक्तेदारी बाजारपेठ	२८३
३.	मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचा बाजार	३१३
४.	उत्पादन घटकांची किंमत निश्चिती	३४१

■ विद्यार्थ्यांना सूचना

प्रत्येक घटकाची सुरुवात उद्दिष्टांनी होईल. उद्दिष्टे दिशादर्शक आणि पुढील बाबी स्पष्ट करणारी असतील.

१. घटकामध्ये काय दिलेले आहे.

२. तुमच्याकडून काय अपेक्षित आहे.

३. विशिष्ट घटकावरील कार्य पूर्ण केल्यानंतर तुम्हाला काय माहीत होण्याची अपेक्षा आहे.

स्वयं मूल्यमापनासाठी प्रश्न दिलेले असून त्यांची अपेक्षित उत्तरेही देण्यात आलेली आहेत. त्यामुळे घटकाचा अभ्यास योग्य दिशेने होईल. तुमची उत्तरे लिहून झाल्यानंतरच स्वयं अध्ययन साहित्यामध्ये दिलेली उत्तरे पाहा. ही तुमची उत्तरे (किंवा स्वाध्याय) आमच्याकडे मूल्यमापनासाठी पाठवायची नाहीत. तुम्ही योग्य दिशेने अभ्यास करावा, यासाठी ही उत्तरे 'अभ्यास साधन' (Study Tool) म्हणून उपयुक्त ठरतील.

प्रिय विद्यार्थी,

हे स्वयंअध्ययन साहित्य या पेपरसाठी (क्र. ७ व १२) एक पूरक अभ्याससाहित्य म्हणून आहे. असे सूचित करण्यात येते की, विद्यार्थ्यांनी २०२६-२७ पासून तयार केलेला नवीन अभ्यासक्रम पाहून त्याप्रमाणे या पेपरच्या सखोल अभ्यासासाठी संदर्भपुस्तके व इतर साहित्याचा अभ्यास करावा.

घटक १

सूक्ष्म अर्थशास्त्राचा परिचय

(Introduction to Micro Economics)

अनुक्रमणिका

१.० उद्दिष्टे

१.१ प्रास्ताविक

१.२ विषय विवेचन

  १.२.१ अर्थशास्त्र – व्याख्या, स्वरूप व व्याप्ती, व्यावसायिक अर्थशास्त्र, अर्थशास्त्राची मूलभूत गृहीते, आर्थिक विश्लेषणाची साधने

  १.२.२ आर्थिक प्रश्न – किंमत यंत्रणा

  १.२.३ सूक्ष्म अर्थशास्त्र – स्वरूप, व्याप्ती, महत्त्व, मर्यादा

  १.२.४ सूक्ष्म व स्थूल अर्थशास्त्र यातील फरक

१.३ सारांश

१.४ पारिभाषिक शब्द व त्यांचा अर्थ

१.५ स्वयंअध्ययन प्रश्न

१.६ स्वयंअध्ययन प्रश्नांची उत्तरे

१.७ सरावासाठी स्वाध्याय

१.८ अधिक वाचनासाठी संदर्भ ग्रंथ

१.० उद्दिष्टे :

या घटकाच्या अभ्यासानंतर आपणास खालील बाबींचे आकलन होईल.

१) अर्थशास्त्र आणि सूक्ष्म अर्थशास्त्र म्हणजे काय ते समजेल.

२) आर्थिक विश्लेशणाची साधने समजतील.

३) आर्थिक प्रश्नांचे स्वरूप समजेल.

४) सूक्ष्म अर्थशास्त्राचे महत्त्व आणि मर्यादा समजतील.

५) सूक्ष्म आणि स्थूल अर्थशास्त्र यातील फरक समजेल.

१.१ प्रास्ताविक :

मानवी जीवनाचा सांगोपांग अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे अर्थशास्त्र होय. अर्थशास्त्र प्रामुख्याने मनुष्याचा आणि त्याच्या प्रश्नांचा अभ्यास करते. अर्थशास्त्र समाजाचा अभ्यास करते. सूक्ष्म अर्थशास्त्र आणि स्थूल अर्थशास्त्र या आर्थिक विश्लेषणाच्या दोन पद्धती आहेत. सूक्ष्म अर्थशास्त्रालाच अंशलक्षी अर्थशास्त्र असे म्हणतात. आणि स्थूल अर्थशास्त्रास समग्रलक्षी अर्थशास्त्र असे म्हणतात. या पहिल्या घटकात अर्थशास्त्राची व्याख्या, अर्थशास्त्राचे स्वरुप आणि अर्थशास्त्राची व्याप्ती या बाबींची माहिती दिली आहे. सूक्ष्म अर्थशास्त्र आणि स्थूल अर्थशास्त्र यातील फरक स्पष्ट केला आहे. तसेच या पहिल्या घटकात अर्थव्यवस्थेसमोरील मूलभूत प्रश्न आणि उद्योगसंस्थेची ध्येये किंवा उद्दिष्टे या बाबींची माहिती दिली आहे.

१.२ विषय विवेचन :

१.२.१ अर्थशास्त्र – व्याख्या, स्वरुप, व्याप्ती :

प्रास्ताविक :

ॲडम स्मिथ यांना अर्थशास्त्राचा जनक (Father of Economics) म्हणतात. ॲडम स्मिथ हे प्रसिद्ध सनातनवादी अर्थतज्ञ आहेत. स्मिथ हे इंग्रज अर्थतज्ञ असून त्यांनी सन १७७६ मध्ये 'राष्ट्राच्या संपत्तीच्या स्वरुपाची आणि कारणांची मीमांसा' (An Enquiry into the Nature and Causes of Wealth of Nations) हा अर्थशास्त्रावरील ग्रंथ प्रसिद्ध केला. ह्या ग्रंथामुळे अर्थशास्त्र हा राज्यशास्त्रापेक्षा वेगळा आणि स्वंतत्र विषय असल्याचे अधोरेखित झाले. १७७६ पूर्वी अर्थशास्त्र व राज्यशास्त्र हे दोन्ही विषय एकच होते आणि 'राजकीय अर्थशास्त्र' (Political Economy) असे त्याचे नाव होते. परंतु स्मिथ यांनी १७७६ साली Wealth of Nations हा अर्थशास्त्रावरील ग्रंथ लिहून अर्थशास्त्र हा स्वंतत्र विषय असू शकतो हे सिद्ध केले. म्हणून स्मिथ यांना 'अर्थशास्त्राचे जनक' (Father of Economics) असे म्हणतात. स्मिथ यांच्यानंतर पुढे शंभर वर्षानी डॉ. आलफ्रेड मार्शल (Alfred Marshall) यांनी सन १८९० साली 'अर्थशास्त्राची तत्वे' (Principles of Economics) हा ग्रंथ लिहून प्रसिद्ध केला. या ग्रंथामुळे सुद्धा जगभर अर्थशास्त्र विषयाचे महत्त्व पसरण्यास मदत झाली. या ग्रंथामुळे अर्थशास्त्र आणि राज्यशास्त्र हे दोन वेगळे विषय असल्याचे लोकांना पटण्यास मदत झाली. पुढे सन १९३१ मध्ये प्रा. रॉबिन्स यांनी 'अर्थशास्त्राचे स्वरुप आणि महत्त्व' (Nature and Significance of Economic Science) हा अर्थशास्त्राचे (आर्थिक घटनांचे) विश्लेषण करणारा ग्रंथ लिहून प्रसिद्ध केला. ॲडम स्मिथ पूर्वी (१७७६ पूर्वी) १२ व्या शतकात होऊन गेलेल्या व्यापारवादी विचारसरणीच्या अर्थतज्ञांनी सुद्धा देशाच्या प्रगतीसाठी विविध विचार मांडले होते. तसेच १४ व्या शतकातील निसर्गवादी अर्थतज्ञांनी सुद्धा विविध

आर्थिक विचार मांडले होते. त्यापूर्वीही शेकडो वर्षे अगोदर भारतातील 'कौटिल्य' (आर्य चाणक्य) यांनी आपल्या ग्रंथात आर्थिक विचार मांडले होते.

अर्थशास्त्र : अर्थ आणि व्याख्या :

अर्थशास्त्र म्हणजे काय? हे समजून येण्यासाठी अर्थशास्त्राच्या विविध अर्थतज्ज्ञांनी दिलेल्या काही व्याख्या पाहणे आवश्यक आहे. या व्याख्या खालीलप्रमाणे स्पष्ट केल्या आहेत.

१. ॲडम स्मिथ (Adam Smith) **:**

''राष्ट्राच्या संपत्तीचे स्वरुप आणि त्या संपत्तीच्या उत्पत्तीची (कारणांची) चौकशी करणारे (विवेचन करणारे) शास्त्र म्हणजे अर्थशास्त्र होय.'' (Economics is a science concerned with an enquiry into the nature and causes of wealth)

स्मिथ यांच्या व्याख्येनुसार अर्थशास्त्र हे संपत्तीचे शास्त्र आहे किंवा संपत्तीचा अभ्यास करणारे शास्त्र आहे (Economics is a science of wealth.) या ठिकाणी संपत्तीचा अर्थ उत्पादित वस्तू आणि पैसा असा आहे. राष्ट्राच्या संपत्तीत वाढ झाली तर देशाचा विकास घडून येतो. ही संपत्ती उत्पादनशक्तीवर अवलंबून असते असे स्मिथ म्हणतात. या व्याख्येवर अनेकांनी टीका केल्या असून स्मिथ यांनी अर्थशास्त्राच्या आपल्या व्याख्येत संपत्तीला अवास्तव महत्व दिल्याचे म्हटले आहे.

२. **डॉ. आलफ्रेड मार्शल** (Dr. Alfred Marshall) **:**

''दैनंदिन जीवनातील मानवी व्यवहारांचा अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे अर्थशास्त्र होय. मानवी जीवनाचा अणि संपत्तीचा अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे अर्थशास्त्र होय.''

मार्शल यांनी मनुष्याचा अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे अर्थशास्त्र असे म्हटले आहे. तसेच त्यांनी अर्थशास्त्राला संपत्तीचे शास्त्र (Science of wealth) असे सुद्धा मानले आहे. त्यांनी अर्थशास्त्र म्हणजे मानवी गरजा पूर्ण करण्याचे साधन आणि मानवी जीवनाचा अभ्यास करणारे शास्त्र असे मानले होते.

३. **प्रा रॉबिन्स** (Prof. Robins) **:**

''अर्थशास्त्र म्हणजे असंख्य साध्ये आणि पर्यायी उपयोग असलेली मर्यादित साधने यांचा मेळ घालण्यासाठी केल्या जाणाऱ्या मानवी प्रयत्नांचा किंवा मानवी वर्तणुकीचा अभ्यास करणारे शास्त्र होय.'' (Economics is a science, which studies human behavior as a releationship between ends and scarce which have an alternative uses)

प्रा. रॉबिन्स यांच्या मते, मनुष्याच्या गरजा/साध्ये (wants/ends) ह्या अमर्यादित असतात. आणि ती साध्ये (गरजा) पूर्ण करणारी साधने (Means) दुर्मिळ (Scare) असतात. तसेच या साधनांना अनेक

उपयोग असतात. किंवा ही साधने पर्यायी उपयोगाची असतात. यामुळे आर्थिक प्रश्न निर्माण होतात. या आर्थिक प्रश्नांचा अभ्यास करुन त्यावर उपाय सांगणारे/मनुष्याला मार्गदर्शन करणारे शास्त्र म्हणजे अर्थशास्त्र होय.

४. प्रा. केन्स (Prof. Lord J. M. Keynes) **:**

''उत्पन्न आणि रोजगार निश्चित करणाऱ्या घटकांचा अभ्यास करणारे आणि टंचाई (दुर्मिळ) असलेल्या साधनसामग्रीच्या व्यवस्थापनाचा (प्रशासनाचा) अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे अर्थशास्त्र होय.'' (Economics is the study of the administration of scare resources and of the determinats of income and employment)

अर्थशास्त्राचे स्वरुप (Nature of Economics) **:**

प्रास्ताविक :

अर्थशास्त्राच्या केवळ विविध व्याख्यावरून अर्थशास्त्राचे स्वरुप आपणास समजून सांगता येत नाही. त्यासाठी इतर काही बाबी अभ्यासाव्या लागतात. उदाहरणार्थ १) अर्थशास्त्र हे शास्त्र आहे का? २) अर्थशास्त्र हे कोणत्या प्रकारचे शास्त्र आहे? ३) अर्थशास्त्र ही कला आहे का?

१) अर्थशास्त्र हे शास्त्र आहे का?

ॲडम स्मिथ, मार्शल इत्यादी सारख्या अनेक अर्थशास्त्रज्ञांनी अर्थशास्त्र हे शास्त्र आहे, असे मानले आहे. काहींनी अर्थशास्त्राला शास्त्र म्हणण्याला विरोध केला आहे. शास्त्राची (Science) वैशिष्ट्ये अर्थशास्त्राला लागू पडतात का ते पाहिले पाहिजे. शास्त्राची व्याख्या, शास्त्राची वैशिष्ट्ये जर अर्थशास्त्राला लागू पडत असतील तर अर्थशास्त्र हे शास्त्र आहे, असे म्हणता येईल. समाजात/निसर्गात विविध घटना घडत असतात. या घटना घडण्यामागे काही कार्यकारणसंबंध असतात. हे कार्यकारणसंबंध शोधण्याचे कार्य शास्त्र किंवा विज्ञान करत असते. त्या दृष्टीने विचार करता अर्थशास्त्राला शास्त्र म्हणता येईल. कारण अर्थशास्त्र सुद्‌धा विज्ञानाप्रमाणे (शास्त्राप्रमाणे) घडणाऱ्या घटनांचा अभ्यास करुन त्यामागील कार्यकारणसंबंध शोधत असते. उदाहरणार्थ अर्थशास्त्रात जो मागणीचा नियम मांडला आहे, तो नियम किंमत व मागणी यांच्यातील संबंधाचा अभ्यास करुन व समाजाचे अवलोकन करुन मांडला गेला आहे. वस्तूची किंमत कमी झाली की वस्तूची मागणी वाढते आणि वस्तूची किंमत वाढली की वस्तूची मागणी कमी होते. हा मागणीचा नियम आहे. किंमत व मागणी या दोन घटनामागील कार्यकारण संबंधांचा अभ्यास करुन हा नियम मांडला आहे. शास्त्र किंवा विज्ञान ज्याप्रमाणे सतत घडणाऱ्या घटनामागील कार्यकारणसंबंध शोधून काढते त्याप्रमाणे अर्थशास्त्र सुद्धा विविध आर्थिक घटनामागील कार्यकारणसंबंध शोधून काढते. म्हणून अर्थशास्त्र हे शास्त्र आहे. तसेच व्यवस्थाबद्‌ध किंवा पद्धतशीरपणे केलेल्या ज्ञानाचा संचय म्हणजे शास्त्र अशी शास्त्राची व्याख्या केली जाते. ही व्याख्या सुदधा अर्थशास्त्राला लागू पडते. म्हणून अर्थशास्त्र हे एक शास्त्र आहे. कारण अर्थशास्त्रात सुद्धा व्यवस्थित किंवा पद्‌धतशीर ज्ञानाचा संचय केला जातो. अर्थशास्त्रातील नियमांची/सिद्धांतांची व आर्थिक विचारांची मांडणी पद्धतशीर किंवा शास्त्रीय पद्धतीने केली जाते. म्हणून अर्थशास्त्र हे शास्त्र आहे.

२. अर्थशास्त्र हे कोणत्या प्रकारचे शास्त्र आहे?

अर्थशास्त्र हे जर शास्त्र असेल तर ते कोणत्या प्रकारचे शास्त्र आहे? असा प्रश्न निर्माण होतो. शास्त्राचे तीन प्रकार आहेत

अ) वस्तुनिष्ठ शास्त्र (Positive Science)

ब) आदर्शनिष्ठ शास्त्र (Normative Science)

क) व्यावहारिक शास्त्र (Applied Science)

या तीन शास्त्रांच्या व्याख्या व अर्थ आपणास पहावा लागेल आणि त्यावरून अर्थशास्त्र हे कोणत्या प्रकारचे शास्त्र आहे? ते ठरवावे लागेल.

अ) अर्थशास्त्राला वस्तुनिष्ठ शास्त्र मानता येईल का?

वस्तुनिष्ठ शास्त्रालाच वास्तववादी शास्त्र असेही म्हणतात. जे शास्त्र एखादी घटना किंवा परिस्थिती जशी आहे तशीच मांडते त्या शास्त्राला वस्तुनिष्ठ शास्त्र असे म्हणतात. या दृष्टीने विचार करता अर्थशास्त्र हे वस्तुनिष्ठ शास्त्र किंवा सैद्धांतिक शास्त्र ठरते. वस्तुनिष्ठ शास्त्रात ज्याप्रमाणे सिद्धांत मांडले जातात, त्याप्रमाणे अर्थशास्त्रात सिद्धांत मांडले जातात. समाजात जी परिस्थिती किंवा घटना आढळते तिचे अवलोकन करून त्यावर आधारित नियम किंवा सिद्धांत अर्थशास्त्रात मांडले जातात. म्हणून अर्थशास्त्राला वस्तुनिष्ठ शास्त्राचे निकष लागू पडतात. म्हणून अर्थशास्त्र हे वस्तुनिष्ठ शास्त्र आहे. घटत्या सीमांत उपयोगितेचा सिद्धांत, मागणीचा नियम असे नियम अर्थशास्त्रज्ञांनी वस्तुनिष्ठ शास्त्राप्रमाणे मांडले आहेत. म्हणजे या संदर्भात जशा घटना आढळून आल्या, त्याप्रमाणे त्या मांडून त्याच्या आधारे अर्थशास्त्रात नियम तयार केले गेले आहेत.

ब) अर्थशास्त्राला आदर्शनिष्ठ शास्त्र मानता येईल का?

वस्तुनिष्ठ शास्त्रापेक्षा आदर्शनिष्ठ शास्त्राचे स्वरुप वेगळे आहे. वस्तुनिष्ठ शास्त्र जशी घटना किंवा परिस्थिती आढळेल तशीच ती मांडते. याउलट आदर्शनिष्ठ शास्त्र केवळ घटना जशीच्या तशी न मांडता ती कशी असली पाहिजे? हे सुद्धा सांगते. आदर्शवादी शास्त्राचे स्वरुप नीतिशास्त्र आणि धर्मशास्त्रासारखे असते. आदर्शवादी शास्त्र कोणती गोष्ट योग्य व कोणती गोष्ट अयोग्य आहे ते सांगते. काय चांगले आहे व काय वाईट आहे ते सांगते. या दृष्टीने विचार करता अर्थशास्त्र हे आदर्शवादी किंवा कल्याणकारी अर्थशास्त्र आहे. कारण अर्थशास्त्र आर्थिक विषमता, महागाई, दारिद्र्य, बेकारी या समस्यांची केवळ कारणे सांगत नाही तर या समस्यांचे समाजावर होणारे दुष्परिणाम सांगते आणि या समस्यांच्या निर्मूलनासाठी उपाय सुद्धा सांगते. सरकारचे भाववाढविरोधी धोरण, राजकोषीय धोरण कसे असावे? ते अर्थशास्त्र सांगते. म्हणून अर्थशास्त्र हे आदर्शवादी अर्थशास्त्र किंवा कल्याणकारी अर्थशास्त्र आहे.

क) अर्थशास्त्राला व्यावहारिक शास्त्र मानता येईल का?

अर्थशास्त्र हे व्यावहारिक शास्त्र आहे का? हे पाहण्यापूर्वी आपणास व्यावहारिक शास्त्र म्हणजे काय? ते पहावे लागेल. जे शास्त्र समस्या कशा सोडवायच्या? चांगल्या उपाय योजना प्रत्यक्षात (व्यवहारात) कशा

आणावयाच्या? हे सांगते, त्या शास्त्राला व्यावहारिक शास्त्र म्हणतात. व्यवहारोपयोगी शास्त्र (मनुष्याला उपयोगी पडणारे शास्त्र) म्हणजे व्यावहारिक शास्त्र होय. व्यावहारिक प्रश्न सोडविणारे शास्त्र म्हणजे व्यावाहारिक शास्त्र होय. या दृष्टीने पाहता अर्थशास्त्र हे सुद्धा एक व्यावहारिक शास्त्र आहे. अर्थशास्त्रात केवळ नियम व सिद्धांत मांडले जात नाहीत. तर ते नियम किंवा सिद्धांत मनुष्याचे व्यावहारिक प्रश्न सोडवण्यासाठी कसे उपयुक्त ठरतील हे सुद्धा पाहिले जाते. दरडोई उत्पन्नात कशी वाढ होईल? लोकांची गरीबी कशी दूर होईल? लोकांच्या राहणीमानाचा दर्जा कसा उंचावेल? आर्थिक व सामाजिक विषमता कमी होण्यासाठी कोणते उपाय योजले पाहिजेत? हे अर्थशास्त्र सांगते. म्हणून अर्थशास्त्र हे मनुष्याच्या, समाजाच्या दृष्टीने उपयुक्त आहे. म्हणजेच ते व्यवहारोपयोगी आहे. थोडक्यात अर्थशास्त्र केवळ समस्यांची चर्चा करत नाही तर या समस्यांच्या निराकरणासाठी योग्य उपायही सुचवते. म्हणून अर्थशास्त्र हे व्यावहारिक शास्त्र (Applied Science) आहे.

अशा प्रकारे अर्थशास्त्र हे वस्तुनिष्ठ शास्त्र आहे. आदर्शनिष्ठ शास्त्र आहे. तसेच ते व्यावहारिक शास्त्र सुद्धा आहे. म्हणजेच दुसऱ्या शब्दात अर्थशास्त्र हे वस्तुनिष्ठ अर्थशास्त्र आहे. आदर्शनिष्ठ अर्थशास्त्र आहे आणि ते व्यावहारिक अर्थशास्त्र आहे.

३. अर्थशास्त्राला कला (Art) म्हणता येईल का?

चित्रकला, नृत्यकला, संगीत यांना आपण कलेचे प्रकार मानतो. त्याप्रमाणे अर्थशास्त्र ही कला आहे का? असा प्रश्न विचारला जातो. काहींनी अर्थशास्त्र ही कला आहे, असे म्हटले आहे. काहींनी मात्र याला विरोध केला आहे. अर्थशास्त्राला आपण कला म्हणू शकतो का? या प्रश्नाचे उत्तर देण्यासाठी आपणास कला म्हणजे काय? ते अगोदर पहावे लागेल. उद्दिष्ट्ये किंवा ध्येये साध्य करण्यासाठी आवश्यक असलेले शास्त्रीय ज्ञान म्हणजे कला होय. ध्येय साध्य करण्यासाठीचे नियम किंवा नियमांची पद्धत म्हणजे कला होय. परीक्षेत पाठांतरा बरोबर हस्ताक्षर चांगले असणे, उत्तरपत्रिका स्वच्छ असणे, योग्य पद्धतीने उत्तरांची मांडणी करणे, प्रास्ताविक, सारांश, समारोप लिहिणे, योग्य ठिकाणी सुबक आकृत्या काढणे, तक्ते मांडणे आवश्यक असते. याला कला म्हणता येईल. यामुळे अशी कला अंगी असणाऱ्या विद्यार्थ्याला जास्त गुण मिळतात. म्हणून पाठांतराबरोबर विद्यार्थ्याला उत्तरपत्रिका व्यवस्थित सोडविण्याची कला सुद्धा अवगत असली पाहिजे. या दृष्टीने पाहता अर्थशास्त्राला कला मानता येईल. कारण अर्थशास्त्र आर्थिक व सामाजिक प्रश्नावर केवळ उपाय सांगून थांबत नाही. तर कोणत्या माध्यमातून कशा प्रकारे या उपायांची अंमलबजावणी केली असता हे प्रश्न लवकर सुटतील हे सुद्धा सांगते. म्हणून अर्थशास्त्र ही कला आहे. अर्थशास्त्र प्रश्न सोडविण्याचे मार्ग किंवा माध्यम सुचवत असल्याने अर्थशास्त्र ही एक कला सुद्धा आहे.

सारांश :

अशा प्रकारे वरील विवेचनावरुन आपल्या लक्षात येते की, अर्थशास्त्र हे शास्त्र आहे. ते जरी रसायनशास्त्र, भौतिकशास्त्र याप्रमाणे नैसर्गिक शास्त्र नसले तरी ते एक शास्त्र असून ते सामाजिक शास्त्र आहे. मानवी समाजाचा, मानवी जीवनाचा अभ्यास अर्थशास्त्र करते. वस्तुनिष्ठ शास्त्र, आदर्शनिष्ठ शास्त्र, व्यावहारिक शास्त्र या शास्त्रांच्या

व्याख्या अर्थशास्त्राला लागू पडत असल्याने अर्थशास्त्र हे वस्तुनिष्ठ अर्थशास्त्र आहे. आदर्शनिष्ठ अर्थशास्त्र आहे तसेच ते व्यावहारिक अर्थशास्त्र सुद्धा आहे. तसेच अर्थशास्त्र ही एक कला सुद्धा आहे.

अर्थशास्त्राची व्याप्ती (Scope of Economics) **:**

अर्थशास्त्रात जेवढया घटकांचा किंवा विषयांचा अभ्यास केला जातो, त्याला अर्थशास्त्राची व्याप्ती असे म्हणतात. अर्थशास्त्राच्या व्याप्तीची कल्पना येण्यासाठी आपणास अ) अर्थशास्त्राचा अभ्यास विषय ब) अर्थशास्त्राचा इतर शास्त्राशी असलेला संबंध आणि क) अर्थशास्त्राचे स्वरुप या तीन बाबींचा विचार करावा लागतो. या तीन बाबींचे किंवा घटकांचे थोडक्यात स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

अ) अर्थशास्त्राचा अभ्यास विषय :

पूर्वीच्या काळात अर्थशास्त्राची व्याप्ती खूपच मर्यादित किंवा संकुचित होती. आज अर्थशास्त्रात केवळ संपत्तीचा किंवा कल्याणाचा अभ्यास केला जात नाही. तर मनुष्याशी किंवा समाजाशी संबंधित अनेक आर्थिक घटकांचा अभ्यास अर्थशास्त्रात केला जातो. अर्थशास्त्र हे प्रामुख्याने मनुष्याचा/मानवी जीवनाचा/मानवी समाजाचा अभ्यास करते. अर्थशास्त्र हे राष्ट्रीय प्रश्नांचा, सरकारी धोरणांचा अभ्यास करते. राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय आर्थिक प्रश्नांचा अभ्यास करते. उदाहरणार्थ जागतिक तेजी व जागतिक मंदीचा अभ्यास अर्थशास्त्र करते. आधुनिक काळात अर्थशास्त्राची व्याप्ती खूपच वाढली आहे. उत्पादन, उपभोग, विनिमय, विभाजन, राजस्व (सार्वजनिक आयव्यय) आर्थिक कल्याण अशा विविध घटकांचा अभ्यास अर्थशास्त्रात केला जातो. थोडक्यात, अर्थशास्त्रात अनेक विषयांचा अभ्यास केला जात असल्याने अर्थशास्त्राची अभ्यासाची व्याप्ती खूप मोठी आहे. अर्थशास्त्राची व्याप्ती थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहे.

१. **उत्पादन** (Production)**:**

मनुष्याकडून उपयोगितेची जी निर्मिती होते, उपयोगितेमध्ये जी वाढ होते त्यास उत्पादन असे म्हणतात. उत्पादनाचा अभ्यास अर्थशास्त्रात अत्यंत महत्वाचा मानला जातो. वस्तू व सेवा म्हणजे उत्पादन होय. देशातील लोक वस्तू सेवांचे उत्पादन करत असतात. त्या उत्पादनाचा अभ्यास अर्थशास्त्रात केला जातो. कारण मागणीप्रमाणे उत्पादनात सतत वाढ होणे आवश्यक असते. आर्थिक विकासासाठी देशांतर्गत उत्पादनात वाढ होणे आवश्यक असते. म्हणून अर्थशास्त्रात उत्पादनाचा अभ्यास महत्वाचा असतो.

२. **उपभोग** (Consumption) **:**

वस्तू व सेवांचा उपभोगही महत्त्वाचा असतो. देशात तयार झालेले उत्पादन देशातील व परदेशातील लोकांकडून (ग्राहकांकडून) सेवन केले जाते. उपभोग जर घटला तर देशात अत्युत्पादनाची (Overproduction) आणि मंदीची परिस्थिती निर्माण होते. उपभोगात पुरेशी वाढ होणे आवश्यक असते. वाढत्या उत्पादनाबरोबर उपभोगातही वाढ होणे आवश्यक असते. म्हणून अर्थशास्त्रात उपभोगाचा अभ्यास अत्यंत महत्वपूर्ण असतो.

३. विनिमय (Exchange) **:**

उत्पादन, उपभोगाबरोबर अर्थशास्त्रात वस्तूच्या विनिमयाचा सुद्धा अभ्यास केला जातो. वस्तूंच्या देवघेवीसाठी पैशाचा वापर केला जातो. वस्तू व सेवांची खरेदी व विक्री देशात व देशाच्या बाहेर होत असते. याचा अभ्यास अर्थशास्त्र करते.

४. संपत्तीचे वितरण (Distribution) **:**

भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन हे उत्पादनाचे घटक असतात. हे घटक वस्तू व सेवा (राष्ट्रीय उत्पन्न) निर्माण करत असतात. म्हणून मोबदला म्हणून या उत्पादन घटकांच्या मालकांना खंड, वेतन, व्याज आणि नफा या स्वरूपात उत्पन्न मिळत असते. या उत्पन्नाच्या वाटपाचा अभ्यास अर्थशास्त्रात केला जातो. उत्पन्नाचे वाटप जर अयोग्य व अन्यायी पद्धतीने झाले तर देशात आर्थिक विषमता वाढीस लागते. उत्पादन घटकांचे शोषण होऊ नये यासाठी उत्पन्नाचे वाटप योग्य प्रकारे होणे महत्वाचे असते. त्याचा अभ्यास अर्थशास्त्र करते. म्हणजेच उत्पादन घटकांच्या किंमतींचा अभ्यास अर्थशास्त्र करते.

५. राजस्व (Public Finance) **:**

सरकारच्या उत्पन्न व खर्चाचा अभ्यासही अर्थशास्त्र करते. ग्रामपंचायत, पंचायत समिती, नगरपालिका, महानगरपालिका, राज्यशासन, केंद्रशासन या सार्वजनिक संस्थांच्या उत्पन्नाच्या साधनांचा आणि खर्चाचा अभ्यास अर्थशास्त्र करते.

६. इतर अभ्यासविषय :

अर्थशास्त्र पैसा, बँका यांचाही अभ्यास करते. घटक किंमतीबरोबर वस्तूची किंमत कशी ठरते? त्याचाही अभ्यास अर्थशास्त्र करते.

सारांश, वरील विवेचनावरुन आपल्या लक्षात येते की, अर्थशास्त्र विषयाच्या अभ्यासाची व्याप्ती खूप मोठी आहे. स्थानिक प्रश्नापासून राष्ट्रीय, आंतरराष्ट्रीय पातळीवरील आर्थिक, सामाजिक प्रश्नांचा अभ्यास अर्थशास्त्र करते. त्यामुळे अर्थशास्त्राचे महत्त्व व उपयुक्तता दिवसेंदिवस वाढत चालली आहे.

ब) अर्थशास्त्राचा इतर शास्त्राशी असलेला संबंध :

अर्थशास्त्र हे अत्यंत महत्वाचे सामाजिक शास्त्र आहे. अर्थशास्त्राचा समाजशास्त्र, मानसशास्त्र, इतिहास, राज्यशास्त्र, भूगोल, संख्याशास्त्र, नीतिशास्त्र, धर्मशास्त्र, भौतिकशास्त्र इत्यादी शास्त्राशी घनिष्ठ संबंध आहे. अर्थशास्त्राचा या विविध शास्त्रांना उपयोग होतो. तसेच अर्थशास्त्रालाही या विविध शास्त्रांचा उपयोग होतो.

क) अर्थशास्त्राचे स्वरुप (Nature of Economics) **:**

अर्थशास्त्राच्या स्वरुपावरूनही अर्थशास्त्राची व्याप्ती समजते. अर्थशास्त्र हे शास्त्र असून ते वस्तुनिष्ठ, आदर्शवादी व व्यावहारिक शास्त्र आहे. तसेच अर्थशास्त्र ही एक कला आहे.

सारांश, अर्थशास्त्रातील अभ्यास विषयात दिवसेंदिवस भरच पडत असल्याने अर्थशास्त्राची व्याप्तीही त्यामुळे मोठी होत आहे.

व्यावसायिक अर्थशास्त्र म्हणजे काय?

व्यावसायिक अर्थशास्त्रास इंग्रजीत 'Business Economics' असे म्हणतात. व्यावसायिक अर्थशास्त्रास 'व्यापारी अर्थशास्त्र' तसेच 'व्यवस्थापकीय अर्थशास्त्र' असेही म्हणतात. व्यावसायिक अर्थशास्त्र ही अर्थशास्त्राचीच एक शाखा असून या शास्त्राचा उदय अलीकडच्या काळात म्हणजे १९५० च्या आसपास झाला आहे. व्यावसायिक अर्थशास्त्राचे स्वरूप व्यावहारिक शास्त्र असेच आहे. व्यावसायिक अर्थशास्त्राच्या काही व्याख्या खालीलप्रमाणे सांगता येतील.

१) मॅकनायर आणि मेरियन :

''ज्या शास्त्रात अर्थशास्त्रीय तत्त्वांचा उपयोग करून व्यावसायिक परिस्थितीचे विश्लेषण केले जाते त्या शास्त्रास व्यावसायिक अर्थशास्त्र असे म्हणतात.''

२) स्पेन्सर आणि सिगलमन :

''उद्योगसंस्थेला विविध व्यावसायिक निर्णय घेता यावेत आणि उद्योगसंस्थेचे भविष्यकालीन नियोजन करता यावे यासाठी ज्या शास्त्रात अर्थशास्त्रातील सिद्धांत आणि व्यावसायिक व्यवहार यांचे एकत्रीकरण केलेले असते त्या शास्त्रास व्यावसायिक अर्थशास्त्र असे म्हणतात.''

३) सर्वसाधारण व्याख्या :

''उत्पादनसंस्थेला मार्गदर्शन करणारे शास्त्र म्हणजे व्यावसायिक अर्थशास्त्र होय.''

उत्पादनसंस्था म्हणजेच उद्योगसंस्था होय. उद्योगसंस्थेचे यश किंवा अपयश हे उद्योगसंस्थेच्या व्यावसायिक निर्णयावर आणि भविष्यातील नियोजनावर अवलंबून असते. त्या संबंधीचे मार्गदर्शन व्यावसायिक अर्थशास्त्र करते. म्हणूनच व्यावसायिक अर्थशास्त्रास 'उद्योगसंस्थेचे अर्थशास्त्र' तसेच 'व्यावहारिक अर्थशास्त्र' असे म्हणतात. उत्पादन संस्था चालविताना येणाऱ्या अडचणीवर उपाय सांगण्याचे काम व्यावसायिक अर्थशास्त्र करते. त्यामुळे व्यावसायिकांना उद्योगसंस्था चालविणे व व्यवसायात यश मिळविणे सोपे जाते.

व्यावसायिक अर्थशास्त्राची वैशिष्ट्ये (Characteristics of Business Economics) **:**

व्यावसायिक अर्थशास्त्रालाच व्यवस्थापकीय अर्थशास्त्र असेही म्हणतात. या अर्थशास्त्राची काही ठळक वैशिष्ट्ये खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत.

१) मार्गदर्शन करणारे अर्थशास्त्र :

व्यावसायिक अर्थशास्त्र हे व्यावसायिकांना / व्यवस्थापकांना व्यावसायिक निर्णय घेण्यासाठी आणि व्यवसायाचे भविष्यातील चांगले नियोजन करण्यासाठी अत्यंत उपयोगी पडत असते. म्हणून व्यावसायिक

अर्थशास्त्राला व्यावसायिक लोकांना किंवा व्यवस्थापक लोकांना मार्गदर्शन करणारे अर्थशास्त्र असे म्हणतात.

२) आर्थिक सिद्धांत आणि व्यवहार यांचे एकत्रीकरण :

व्यावसायिक अर्थशास्त्राचे ठळक वैशिष्ट्य म्हणजे व्यावसायिक अर्थशास्त्रात अर्थशास्त्रातील सिद्धांत (आर्थिक सिद्धांत) आणि व्यावसायिक व्यवहार (Business Practice) यांची सांगड घातली जाते किंवा त्यांचे एकत्रीकरण केले जाते. म्हणून या प्रकारच्या शास्त्रास व्यावसायिक अर्थशास्त्र असे म्हणतात.

३) सूक्ष्मलक्षी अर्थशास्त्र :

व्यावसायिक अर्थशास्त्राचे आणखी एक वैशिष्ट्य म्हणजे व्यावसायिक अर्थशास्त्रात सूक्ष्मलक्षी अर्थशास्त्राची (Micro Economics) काही वैशिष्ट्ये आढळतात. म्हणून व्यावसायिक अर्थशास्त्र हे सूक्ष्मलक्षी अर्थशास्त्र (अंशलक्षी अर्थशास्त्र) आहे. सूक्ष्म अर्थशास्त्र संपूर्ण अर्थव्यवस्थेचा अभ्यास करत नाही. व्यावसायिक अर्थशास्त्र एखाद्या उद्योगसंस्थेचा तपशीलवार अभ्यास करते. उद्योगसंस्थेसमोरील विविध आर्थिक प्रश्न सोडविण्यासाठी व्यवस्थापक / व्यावसायिक इत्यादी सूक्ष्म अर्थशास्त्रातील मूल्य सिद्धांत, नफ्याचे सिद्धांत, मागणीचा सिद्धांत इत्यादी बाबींचा अभ्यास करत असतात.

४) नफ्यावर अधिक भर :

अर्थव्यवस्थेतील कोणतीही उद्योगसंस्था जास्तीत जास्त नफा मिळवण्यासाठीच स्थापन झालेली असते. समाजकल्याण हे कोणत्याही उद्योगसंस्थेचे ध्येय नसते. उद्योगसंस्था नफा मिळवण्यासाठी स्थापन केल्या जात असल्याने व्यावसायिक अर्थशास्त्र उद्योगसंस्थांना जास्तीत जास्त नफा कसा मिळेल याबाबतीत मार्गदर्शन करत असते.

५) समग्रलक्षी अर्थशास्त्राचा विचार :

व्यावसायिक अर्थशास्त्र व्यावसायिक प्रश्न सोडविण्यासाठी ज्याप्रमाणे सूक्ष्म अर्थशास्त्राचा आधार घेते त्याप्रमाणे समग्रलक्षी अर्थशास्त्राचा (Macro Economics) सुद्धा आधार घेते. समग्रलक्षी अर्थशास्त्र व्यावसायिक अर्थशास्त्राला अत्यंत उपयोगी आहे. उद्योगसंस्थेवर (विक्रीवर किंवा खपावर / मागणीवर, नफ्यावर) इतरही घटकांचा परिणाम होत असतो. उदाहरणार्थ तेजी व मंदी, सरकारचे कर धोरण किंवा राजकोषीय धोरण, गुंतवणूक धोरण, राष्ट्रीय उत्पन्नातील बदल इत्यादी घटकांचा परिणाम उद्योगसंस्थावर होत असतो. त्याचा विचार किंवा अभ्यास व्यावसायिकांना (व्यवस्थापकांना) करावा लागतो. उद्योगसंस्थेवर परिणाम करणारे हे सर्व बाह्य घटक समग्रलक्षी अर्थशास्त्रात मोडतात. या घटकांचा अभ्यास समग्रलक्षी (स्थूल) अर्थशास्त्र करत असते. म्हणून व्यावसायिक अर्थशास्त्राला सूक्ष्मलक्षी अर्थशास्त्राप्रमाणे समग्रलक्षी अर्थशास्त्राचाही आधार घ्यावा लागतो.

६) आदर्शनिष्ठ अर्थशास्त्र (Normative Economics) **:**

व्यावसायिक अर्थशास्त्राचे आणखी एक ठळक वैशिष्ट्य म्हणजे व्यावसायिक अर्थशास्त्र हे आदर्शनिष्ठ अर्थशास्त्र आहे. हे अर्थशास्त्र केवळ वर्णनात्मक शास्त्र (Descriptive Science) नाही. जे अर्थशास्त्र केवळ आर्थिक समस्येचे वर्णन करत नाही तर ती आर्थिक समस्या सोडविण्यासाठी मार्गदर्शन करते किंवा उपाय सुचवते त्या अर्थशास्त्राला आदर्शनिष्ठ अर्थशास्त्र असे म्हणतात. व्यावसायिक अर्थशास्त्र हे आदर्शनिष्ठ अर्थशास्त्राप्रमाणे समस्येवर उपायही सुचवते. म्हणून व्यावसायिक अर्थशास्त्राला आदर्शनिष्ठ अर्थशास्त्र असे म्हणतात. आदर्शनिष्ठ शास्त्राची वैशिष्ट्ये व्यावसायिक अर्थशास्त्राला लागू पडतात. म्हणून व्यावसायिक अर्थशास्त्र व्यावसायिकांना / व्यवस्थापकांना उपयोगी पडते.

७) वास्तव परिस्थितीचा विचार :

अर्थशास्त्रात गृहीतांचा विचार करून आर्थिक सिद्धांत मांडले जातात. परंतु व्यावसायिक अर्थशास्त्रात अवास्तव किंवा काल्पनिक गृहीतांचा विचार केला जात नाही. वास्तव परिस्थिती किंवा प्रत्यक्ष व्यावहारिक बाबींचा विचार करून निर्णय घेतले जातात. हा अर्थशास्त्र आणि व्यावसायिक अर्थशास्त्र यामधील मुख्य फरक आहे.

सारांश : अशा प्रकारे व्यावसायिक अर्थशास्त्राचे स्वरूप हे अर्थशास्त्रापेक्षा काहीसे वेगळे आहे. व्यावसायिक अर्थशास्त्र व्यावसायिकांना / व्यवस्थापकांना व्यावसायिक निर्णय घेण्यासाठी मार्गदर्शन करते. म्हणून या अर्थशास्त्राला व्यावसायिक अर्थशास्त्र किंवा व्यवस्थापकीय अर्थशास्त्र असे म्हणतात.

व्यावसायिक अर्थशास्त्राची व्याप्ती (Scope of Business Economics) :

व्यावसायिक अर्थशास्त्राची व्याप्ती फार मोठी नाही. कारण हे शास्त्र अलीकडेच उदयास आले आहे. त्यामुळे व्यावसायिक अर्थशास्त्रात आज ज्या घटकांचा किंवा विषयांचा अभ्यास केला जात आहे त्यामध्ये भविष्यात आणखी भरच पडत जाणार आहे. आज व्यावसायिक अर्थशास्त्रात ज्या ज्या विषयांचा किंवा घटकांचा अभ्यास केला जातो ती व्यावसायिक अर्थशास्त्राची व्याप्ती आहे. व्यावसायिक अर्थशास्त्रात खालील घटकांचा अभ्यास केला जातो.

१) किंमत निश्चिती :

उद्योगसंस्थेच्या दृष्टीने किंमत हा घटक अत्यंत महत्त्वाचा असतो. उद्योगसंस्था ज्या वस्तूचे उत्पादन करत असते त्या उत्पादनाला जर योग्य किंवा चांगली किंमत मिळाली तर त्या उद्योगसंस्थेला नफाही चांगला होतो. म्हणजेच उद्योगसंस्थेचा नफा हा त्या उद्योगसंस्थेच्या मालाला मिळणाऱ्या किंमतीवर अवलंबून असतो. म्हणून व्यावसायिक अर्थशास्त्रात उत्पादन संस्थेच्या वस्तूंच्या किंमत निश्चितीचा अभ्यास केला जातो. पूर्ण स्पर्धेचा बाजार, मक्तेदारीचा बाजार, मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचा बाजार, अल्पाधिकार असे बाजाराचे किंवा स्पर्धेचे विविध प्रकार असतात. या बाजाराच्या विविध प्रकारात उद्योगसंस्थेच्या वस्तूची किंमत कशी ठरते? याचा अभ्यास व्यावसायिक अर्थशास्त्रात केला जातो.

२) मागणी :

उद्योगसंस्थेच्या दृष्टीने किंमती इतकाच मागणी हा घटक सुद्धा महत्वाचा असतो. उद्योगसंस्थेचे भवितव्य हे ती उत्पादन करीत असलेल्या उत्पादनाच्या मागणीवर अवलंबून असते. उद्योगसंस्थेच्या मालाला ग्राहकांकडून चांगली मागणी असेल तर त्या उद्योगसंस्थेला नफाही भरपूर मिळतो. अशा प्रकारे उद्योगसंस्थेच्या दृष्टीने मागणी हा घटक अत्यंत महत्त्वाचा असल्याने व्यावसायिक अर्थशास्त्रात मागणी आणि मागणीशी संबंधित विविध घटकांचा अभ्यास केला जातो. उदाहरणार्थ, मागणीची लवचिकता, मागणीचा पूर्वअंदाज इ. बाबींचा अभ्यास व्यावसायिक अर्थशास्त्रात केला जातो. उद्योगसंस्थेचे आकारमान ठरविण्यासाठी व्यावसायिकांना या अभ्यासाचा उपयोग होतो. उदाहरणार्थ एखाद्या उद्योगसंस्थेच्या उत्पादनाला भविष्यात मागणी खूपच वाढणार असल्याचा अंदाज आला तर ती उद्योगसंस्था आपल्या संस्थेचा विस्तार करते. म्हणजे उद्योगसंस्थेचे आकारमान वाढवते. याऊलट भविष्यात मागणी वाढण्याची शक्यता नसेल किंवा मागणी घटण्याची शक्यता असेल तर ती उद्योगसंस्था आपल्या संस्थेचे आकारमान लहान ठेवते.

३) उत्पादन खर्च :

उद्योगसंस्थेच्या दृष्टीने उत्पादन खर्चही अत्यंत महत्त्वाचा असतो. कारण उद्योगसंस्थेचा नफा हा उत्पादन खर्चावर अवलंबून असतो. उत्पादन खर्च जितका जास्त तितका नफा कमी आणि उत्पादन खर्च जितका कमी तितका नफा अधिक असतो. म्हणून व्यावसायिक अर्थशास्त्राला उद्योगसंस्थेच्या उत्पादन खर्चाचा आणि खर्चाच्या विविध प्रकारांचा अभ्यास करावा लागतो. या अभ्यासाचा उपयोग व्यावसायिकांना होतो. त्यांना आपल्या उद्योगसंस्थेचा उत्पादन खर्च किमान राखून अधिक नफा मिळवणे शक्य होते. स्थिर खर्च, बदलता खर्च असे उत्पादन खर्चाचे विविध प्रकार असतात. उद्योगसंस्थेचा बदलता खर्च कमी असेल तर उद्योगसंस्थेला अधिक फायदा मिळवता येतो. हा बदलता खर्च कमीत कमी कसा राहील याचे मार्गदर्शन व्यावसायिक अर्थशास्त्राकडून मिळते.

४) नफा :

उद्योगसंस्थेच्या अनेक उद्दिष्टापैकी जास्तीत जास्त नफा मिळवणे हे एक महत्त्वाचे आणि प्रमुख उद्दिष्ट आहे. जास्तीत जास्त नफा मिळवण्यासाठीच व्यावसायिक लोक कंपन्या किंवा उद्योगसंस्था स्थापन करत असतात. समाज कल्याण हा काही त्यांचा उद्देश नसतो. उद्योगसंस्थेच्या दृष्टीने नफा हा घटक अत्यंत महत्त्वाचा असतो. कारण नफा मिळत असेल तरच उद्योगसंस्था चालू ठेवली जाते. तसेच नफ्याचे प्रमाण जास्त असेल तरच व्यावसायिक लोक आपल्या उद्योगसंस्थेचा विस्तार करतात. म्हणजेच व्यवसायात अधिक गुंतवणूक करतात. अशा प्रकारे उद्योगसंस्थेच्या दृष्टीने नफा हा महत्त्वाचा घटक असल्याने व्यावसायिक अर्थशास्त्रात नफ्याचा अभ्यास केला जातो. जास्तीत जास्त नफा उद्योगसंस्थेला कसा मिळवता येईल तसेच नफ्याचे मापन इत्यादी बाबींचा अभ्यास व्यावसायिक अर्थशास्त्रात केला जातो.

५) भांडवल :

उद्योगसंस्थेच्या दृष्टीने भांडवल हा घटक सुद्धा अत्यंत महत्त्वाचा असतो. उद्योगसंस्थेजवळ भांडवल जितके जास्त असेल तितका उद्योगसंस्थेचा आकार मोठा राहील. भांडवल कमी प्रमाणात असेल तर व्यावसायिकांना आपल्या उद्योगसंस्थेचा आकार लहान ठेवावा लागतो. पुरेशा भांडवलाशिवाय उद्योगसंस्था चालू करता येत नसल्याने कमी खर्चात, कमी वेळात, जास्तीत जास्त भांडवल कसे मिळेल याचे मार्गदर्शन व्यावसायिकांना आवश्यक असते. व्यावसायिक अर्थशास्त्र भांडवलाशी संबंधित विविध घटकांचा अभ्यास करीत असल्याने उद्योगसंस्थांना व्यावसायिक अर्थशास्त्राचा उपयोग होतो.

समारोप : अर्थशास्त्र (Economics) आणि व्यावसायिक अर्थशास्त्र (Business Economics) यामध्ये फरक आहे. अर्थशास्त्र हे सैद्धांतिक शास्त्र आहे. तर व्यावसायिक अर्थशास्त्र हे व्यावहारिक शास्त्र आहे. अर्थशास्त्रात विविध घटकांचा अभ्यास केला जातो. त्यामुळे अर्थशास्त्राची व्याप्ती खूप मोठी आहे. तर व्यावसायिक अर्थशास्त्र केवळ उद्योगसंस्थेशी संबंधित घटकांचा अभ्यास करीत असल्याने व्यावसायिक अर्थशास्त्राची व्याप्ती अर्थशास्त्राच्या व्याप्तीपेक्षा खूच कमी आहे.

अर्थशास्त्राची मूलभूत गृहीते (Basic Postulates of Economics) **:**

अर्थशास्त्रातील नियम किंवा सिद्धांत हे काही गृहीतावर आधारित आहेत. ही गृहीते थोडक्यात खालीलप्रमाणे दिली आहेत.

१) घटते उत्पादन फल :

उत्पादनाचे इतर घटक स्थिर ठेऊन एका घटकात क्रमश: वाढ केली असता त्या घटकापासून मिळणारे उत्पादन म्हणजेच सीमांत उत्पादन घटत जाते. यालाच घटत्या उत्पादन फलाचा नियम असे म्हणतात. या नियमावर किंवा गृहीतावर अर्थशास्त्रात सिद्धांत मांडले जातात. घटत्या उत्पादन फलाचा नियम आपणाला प्रत्यक्ष व्यवहारात नेहमीच अनुभवास येतो.

२) मनुष्याचे आर्थिक व्यवहार स्वार्थप्रेरित :

मनुष्याचे सर्व आर्थिक व्यवहार स्वार्थ प्रेरित असतात, असे अर्थशास्त्र गृहीत धरते. उपभोक्ता असो अथवा उत्पादक असो प्रत्येकजण अशा प्रकारे खरेदी-विक्रीचे व्यवहार करत असतात की ज्यामुळे त्यांना जास्तीत जास्त फायदा होईल. यालाच स्वार्थप्रेरित व्यवहार असे म्हणतात.

३) मनुष्य विवेकशील असतो :

मनुष्याची वर्तणूक विवेकशील असते असे गृहीत धरून अर्थशास्त्रात सिद्धांत मांडले जातात. उपभोक्त्याची तसेच उत्पादकाची बाजारातील वर्तणूक विवेकशील असते. वस्तूच्या खरेदीपासून जास्तीत जास्त समाधान मिळविण्याचा उपभोक्ता प्रयत्न करत असतो. तसेच उत्पादक सुद्धा वस्तूच्या उत्पादनापासून ते विक्रीपर्यंत जास्तीत जास्त नफा मिळवण्याचा प्रयत्न करत असतो. यालाच मनुष्याची विवेकशील वर्तणूक असे म्हणतात.

४) मनुष्याला बाजारपेठेचे संपूर्ण ज्ञान :

मनुष्याला बाजारपेठेचे संपूर्ण ज्ञान असते, या गृहीतावर अर्थशास्त्रात सिद्धांत मांडले जातात. म्हणजे कोणती वस्तू कोणत्या बाजारपेठेत मिळते? ती काय किंमतीला मिळते? याचे ज्ञान ग्राहकांना असते. उत्पादकांना सुद्धा ग्राहकांची, ग्राहकांकडून केल्या जाणाऱ्या मागणीची पूर्ण माहिती असते. त्यानुसार उत्पादक उत्पादन करतात. विकसित देशात हे गृहीत जास्त खरे ठरते. कारण तेथील सर्व लोक शिक्षित, उच्च शिक्षित असतात. अविकसित आणि विकसनशील देशात हे गृहीत फारसे खरे ठरत नाही. कारण अशा देशात बहुसंख्य लोक अशिक्षित आणि अल्पशिक्षित असतात. त्यामुळे ग्राहकांना कोणत्या बाजारपेठेत कोणती वस्तू काय किंमतीला विकली जाते याचे अचूक ज्ञान नसते. त्यामुळे हलक्या वस्तूला जादा भाव देण्याचा प्रसंग त्यांच्यावर येतो. अशीच परिस्थिती उत्पादकांची सुद्धा असते. त्यांनाही कोणत्या भागातील ग्राहकांची कोणत्या वस्तूंना मागणी आहे? आणि कोणत्या भागातील ग्राहक वस्तूंना जास्त किंमत द्यावयास तयार आहेत? याची अचूक माहिती नसते. तरीही उत्पादकांना आणि ग्राहकांना बाजारपेठेचे संपूर्ण ज्ञान असते, या गृहीतावर अर्थशास्त्रात आर्थिक सिद्धांत मांडले जातात किंवा आर्थिक विश्लेषण केले जाते.

५) वैकल्पिक खर्च :

एक वस्तू मिळविण्यासाठी दुसऱ्या वस्तूचा करावा लागणारा त्याग म्हणजे वैकल्पिक खर्च किंवा संधी खर्च होय. अशा वैकल्पिक किंवा संधी खर्चावर आर्थिक विश्लेषण केले जाते. समाजाच्या गरजा असंख्य असतात. परंतु त्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी उपयोगात आणली जाणारी साधने मात्र मर्यादित असतात. एका उत्पादन साधनांचा अनेक कारणासाठी वापर करता येतो. परंतु एका वेळी एकच उपयोग शक्य असतो. उदाहरणार्थ लोखंडापासून रेल्वेचे डबे तयार करता येतात. तसेच लोखंडापासून खिडक्याही तयार करता येतात. लोखंडाचा उपयोग रेल्वेचे डबे तयार करण्यासाठी केला तर खिडक्या तयार करता येणार नाहीत. म्हणून रेल्वेच्या डब्याचा संधी खर्च म्हणजे खिडक्या होय. याचा अर्थ एक संधी मिळवण्यासाठी दुसऱ्या संधीचा त्याग करावा लागतो. कारण उत्पादनाची साधने दुर्मिळ असतात. एवढेच नव्हे तर ती पर्यायी उपयोगाची किंवा बहुउपयोगाची असतात.

६) चालीरिती, रूढी, परंपरा यांचा प्रभाव उपभोक्त्यांच्या बाजारातील वागणुकीवर पडत असतो :

उपभोक्ता वस्तू आणि सेवांची खरेदी करत असतो. परंतु त्याच्यावर चालीरिती, रूढी व परंपरांचाही प्रभाव असतो. त्यामुळे तो विवेकाने वागलेच असे नाही. त्याच्यावर सामाजिक चालीरितींचा प्रभाव असल्याने विवेक सोडून तो काही वस्तू व सेवा खरेदी करत असतो.

७) सामान्य व्यक्तीचा विचार :

आर्थिक नियम किंवा आर्थिक सिद्धांत मांडताना प्रामुख्याने सामान्य माणसाचा विचार केला जातो. सामान्य माणसाला डोळ्यांसमोर ठेवून अर्थशास्त्रात नियम मांडले जातात. उदाहरणार्थ अर्थशास्त्रातील मागणीचा नियम सामान्य माणसाचा विचार करूनच मांडला आहे. किंमत कमी झाली की मागणी वाढते आणि वस्तूची किंमत वाढली की मागणी कमी होते, हा मागणीचा नियम सामान्य माणसाला डोळ्यांसमोर ठेवूनच मांडण्यात आला आहे.

८) संतुलनाचा विचार :

आर्थिक नियम मांडताना उपभोक्त्याचे संतुलन आणि उत्पादकाचे संतुलन अशा दोन प्रकारच्या संतुलनाचा विचार केला जातो. उपभोक्त्याला जेव्हा जास्तीत जास्त समाधान मिळते तेव्हा त्यास उपभोक्त्याचे संतुलन म्हणतात. संतुलन स्थिती सोडण्यास उपभोक्ता तयार नसतो. तसेच उत्पादकाला जेव्हा जास्तीत जास्त (महत्तम) नफा मिळतो तेव्हा उपभोक्ता ही संतुलन स्थिती सोडण्यास तयार नसतो. त्यास उत्पादकाचे संतुलन म्हणतात. अर्थशास्त्रात नियम किंवा सिद्धांत मांडताना उत्पादक आणि उपभोक्त्याच्या संतुलनाचा विचार केला जातो.

९) विशिष्ट अर्थरचनेचा विचार :

भांडवलशाही अर्थव्यवस्था, समाजवादी अर्थव्यवस्था, मिश्र अर्थव्यवस्था अशा तीन प्रकारच्या अर्थव्यवस्था (अर्थरचना) आढळतात. अर्थशास्त्रज्ञ आर्थिक सिद्धांत किंवा आर्थिक नियम मांडताना भांडवलशाही किंवा समाजवाद किंवा मिश्र अर्थव्यवस्था गृहीत धरत असतात.

१०) भौगोलिक, जीवशास्त्रीय बाबींचा विचार :

आर्थिक नियम किंवा आर्थिक सिद्धांत मांडताना अर्थशास्त्रज्ञांना देशातील भौगोलिक, जीवशास्त्रीय आणि इतर घटकांचाही विचार करावा लागतो. उदाहरणार्थ सर्व कामगारांची शारीरिक, बौद्धिक क्षमता सारखी नसते. काही कामगारांची शारीरिक कुवत कमी असते. तर काही कामगारांची शारीरिक काम करण्याची क्षमता जास्त असते. असे गृहीत धरून आर्थिक सिद्धांत मांडावे लागतात. तसेच सर्व ठिकाणची भौगोलिक परिस्थिती, हवामान, जमिनीची उत्पादकता सारखी नसते. या बाबी गृहीत धरून आर्थिक नियम मांडावे लागतात.

११) मनुष्याची वर्तणूक मनुष्याच्या मनोरचनेवर अवलंबून :

मनुष्याची किंवा उपभोक्त्याची बाजारातील वर्तणूक त्याच्या मनोरचनेवर अवलंबून असते. आपल्याला समाजात असा अनुभव येतो की, काही ग्राहक जरी मालाचा दर्जा निकृष्ट असला किंवा इतर दुकानदारापेक्षा मालाची किंमत जास्त आहे असे माहित असूनही काही माल त्याच उत्पादकांकडून किंवा विक्रेत्याकडून खरेदी करतात. कारण ते उत्पादक त्यांच्या जातीतील, धर्मातील असतात. काही ग्राहक गरीब व वृद्ध स्त्रीची भाजी शिळी असली अथवा जास्त किंमतीची असली तरी त्या वृद्ध स्त्रीला मदत व्हावी या उद्देशाने खरेदी करत असतात. अशा प्रकारे ग्राहकांकडून केल्या जाणाऱ्या वस्तूच्या मागणीवर अनेक घटकांचा परिणाम होत असतो. त्यामुळे समाजाचे मानसशास्त्र विचारात घेऊन सरकारला आपली आर्थिक धोरणे आखावी लागतात.

१२) मुक्त अर्थव्यवस्था :

जो देश आंतरराष्ट्रीय व्यापारात म्हणजेच आयात-निर्यातीत भाग घेतो, त्या देशाची अर्थव्यवस्था मुक्त असते. अशा मुक्त अर्थव्यवस्थेचे गृहीत विचारात घेऊन अर्थशास्त्रात आर्थिक विश्लेषण केले जाते.

१३) समाजाचा अभ्यास :

अनेक व्यक्तींनी मिळून समाज बनतो. या समाजाचे व्यवहार राज्यव्यवस्थेने किंवा सरकारने केलेल्या कायद्यानुसार होत असतात. अशा समाजाचा किंवा समाजातील व्यक्तींचा अभ्यास अर्थशास्त्रात केला जातो.

१४) इतर परिस्थिती कायम असते :

अर्थशास्त्रात आर्थिक सिद्धांत मांडताना अर्थशास्त्रज्ञ इतर परिस्थिती स्थिर असते किंवा कायम असते असे गृहीत धरत असतात. असे गृहीत धरले तरच नियम किंवा सिद्धांत खरे ठरतात. उदाहरणार्थ इतर परिस्थिती स्थिर असताना वस्तूंच्या किंमतीत वाढ झाली की लोकांची वस्तूची मागणी कमी होते आणि किंमतीत घट झाली की मागणी वाढते. हा मागणीचा नियम आहे. हा नियम मांडताना मागणीवर परिणाम करणारे किंमतीशिवाय इतर घटक कायम असतात किंवा स्थिर असतात असे गृहीत धरले आहे. त्यामुळे मागणीचा नियम खरा ठरतो. पुरवठ्याचा नियम किंवा सूक्ष्म अर्थशास्त्रातील, समग्रलक्षी अर्थशास्त्रातील असे अनेक नियम इतर परिस्थिती स्थिर असते असे गृहीत धरून मांडण्यात आले आहेत.

अशा प्रकारे वरील विविध गृहीतावर अर्थशास्त्र आधारित आहे. ही गृहीते जेवढ्या प्रमाणात खरी ठरतात तेवढ्या प्रमाणात अर्थिक सिद्धांत खरे ठरतात.

विश्लेषणाची साधने (Tools of Economic Analysis) **:**

अर्थशास्त्रीय सिद्धांतात अधिक अचूकता यावी यासाठी आलेख, समीकरणे, फलन, अनुसूची यांचा वापर केला जातो. यानांच आर्थिक विश्लेषणाची साधने असे म्हणतात. या साधनांचे थोडक्यात स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

१) फलनात्मक संबंध (Functional Relationship) **:**

फलनाची सर्वसाधारण व्याख्या खालीलप्रमाणे सांगता येईल.

''**फलन म्हणजे दोन किंवा अधिक आर्थिक घटकामधील संबंध स्पष्ट करणारी गणिती संकल्पना होय.**''

वरील व्याख्येचा अर्थ असा की, दोन आर्थिक घटकामध्ये परस्पर संबंध असतात. म्हणजे एका घटकात बदल झाला की त्याचा दुसऱ्या घटकावर परिणाम होतो. हा परिणाम फलनाद्वारे स्पष्ट करता येतो. उदाहरणार्थ वस्तूच्या किंमतीत बदल झाला की त्याचा परिणाम त्या वस्तूच्या मागणीवर होतो. म्हणून वस्तूची किंमत आणि वस्तूची मागणी यांच्यात फलनात्मक संबंध असतात. हे संबंध सूत्राच्या स्वरूपात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

D = f (P)

वरील समीकरणात,

D = Demand (मागणी)

f = function (फलन / कार्य)

P = Price (किंमत)

वरील समीकरण इंग्रजी, मराठीत खालीलप्रमाणे लिहिता येईल.

Demand is the function of Price

मागणी हे किंमतीचे फल आहे

याचा अर्थ वस्तूच्या किंमतीत बदल झाला की त्या वस्तूच्या मागणीत बदल होतो.

फलन किंवा फलनात्मक संबंध स्पष्ट करण्यासाठी आणखी एक उदाहरण घेता येईल. उदाहरणार्थ उत्पन्न आणि उपभोग या दोन आर्थिक घटकामध्ये संबंध असतात. म्हणजे लोकांच्या उत्पन्नात बदल झाला की उपभोगातही बदल होतो. हे संबंध सूत्राच्या स्वरूपात पुढीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

C = f (Y)

वरील समीकरणात,

C = Consumption (उपभोग)

f = function (फलन)

Y = Income (उत्पन्न)

वरील सूत्र इंग्रजी व मराठीत खालीलप्रमाणे लिहिता येईल.

Consumption is the function of income

उपभोग हे उत्पन्नाचे फलन आहे

याचा अर्थ लोकांच्या उत्पन्नात बदल झाला की लोकांच्या उपभोगातही बदल होतो.

धन फलन संबंध :

जेव्हा दोन्ही आर्थिक घटकात किंवा चलात एकाच दिशेने बदल होतात तेंव्हा त्यास धन फलन संबंध असे म्हणतात. उदाहरणार्थ वस्तूची किंमत आणि वस्तूचा पुरवठा यांच्यात आणि उत्पन्न व उपभोग यांच्यात धन (+ve) संबंध असतात. म्हणजे वस्तूची किंमत वाढली की वस्तूचा पुरवठा वाढतो आणि किंमत घटली की त्या वस्तूचा पुरवठा कमी होतो. तसेच लोकांच्या उत्पन्नात वाढ झाली की त्यांचा उपभोग वाढतो आणि लोकांचे उत्पन्न घटले की त्यांचा उपभोग कमी होतो. त्यामुळे पुरवठा फलन वक्र आणि उपभोग फलन वक्र डावीकडून उजवीकडे वर जाणारे असतात. म्हणून धन फलन संबंधाला वाढते फलन असे म्हणतात.

ऋण फलन संबंध :

जेव्हा दोन आर्थिक घटकात परस्परविरूद्ध संबंध असतात म्हणजे एका घटकात वाढ झाली की दुसऱ्या घटकात घट होते आणि एका घटकात घट झाली की दुसऱ्या घटकात वाढ होते. त्यास ऋण फलन संबंध असे म्हणतात. उदाहरणार्थ व्याजदर आणि कर्जाची मागणी यांच्या ऋण फलन संबंध असतात. व्याजदरात वाढ झाली की कर्जाची मागणी कमी होते आणि व्याजदरात घट झाली की कर्जाला मागणी वाढते. त्यामुळे कर्जाच्या मागणीचा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली येणारा असतो. म्हणून ऋण फलन संबंधाला घटते फलन असे म्हणतात.

२) अनुसूची (Schedule) **:**

अनुसूचीला पत्रक असे सुद्धा म्हणतात. फलनाप्रमाणेच 'अनुसूची' ही सुद्धा आर्थिक विश्लेषणाचे महत्त्वाचे साधन आहे. अनुसूचीची व्याख्या खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहे.

''एका आर्थिक घटकात बदल झाला असता त्यामुळे दुसऱ्या आर्थिक घटकात किती बदल होतो ते स्पष्ट करणारे पत्रक म्हणजे अनुसूची होय.''

अनुसूचीचा उपयोग उत्पादक, व्यापारी तसेच सरकारलाही होतो. उदाहरणार्थ एखाद्या वस्तूच्या किंमतीत वाढ होत गेली की त्या वस्तूची मागणी सुद्धा कमी कमी होत जाते. ही मागणी किती प्रमाणात घटली आहे ते अनुसूचीच्या द्वारे उत्पादक, व्यापारी, सरकार, अभ्यासक यांना समजते आणि मागणी घटू नये यासाठी योग्य ते उपाय उत्पादकांना योजता येतात. अशा प्रकारे अनुसूचीमुळे किंमतीतील बदलाचा वस्तूच्या मागणीवर आणि उत्पन्नातील बदलाचा उपभोगावर किती परिणाम झाला आहे ते समजते आणि संबंधित घटकांना योग्य ते उपाय योजता येतात. जीवनावश्यक वस्तूंच्या किंमतीत वाढ झाल्याने त्या वस्तूंची मागणी खूपच घटली तर सरकार आपल्या स्वस्त धान्य दुकानातून या वस्तू कमी किंमतीत जनतेला उपलब्ध करून देते. त्यामुळे जनतेला महागाईचे चटके फारसे बसत नाहीत. अनुसूचीवरून किंवा पत्रकावरून अशा प्रकारे एका चलातील बदलाचा दुसऱ्या चलावर किती परिणाम झाला आहे ते समजते. अनुसूची म्हणजे काय ते समजून येण्यासाठी मागणीची काल्पनिक अनुसूची खालीलप्रमाणे दिली आहे.

मागणीची अनुसूची / मागणीचे पत्रक

ज्वारीची एका किलोची किंमत (रु.)	मागणी (किलो)
२० रु.	२० किलो
१८ रु.	२२
१५	२५
१२	३०

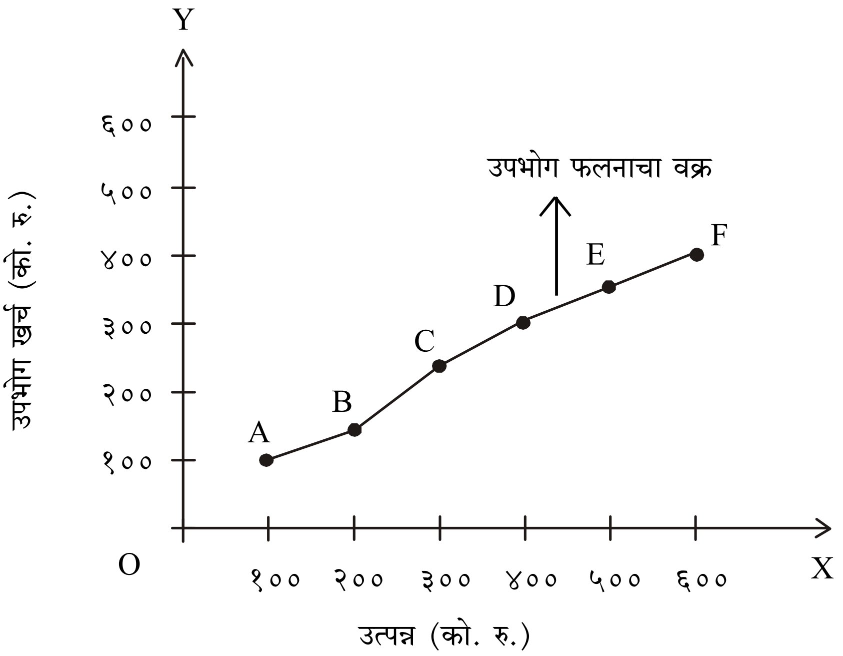
३) आलेख (Graphs) **:**

आर्थिक घटकामधील संबंध आलेखाच्या साहाय्याने मांडले तर ते लोकांना चटकन समजतात आणि दीर्घकाळ लक्षात राहतात. फलनाच्या, अनुसूचीच्या साहाय्याने जसे निष्कर्ष काढता येतात तसेच आलेखाच्या साहाय्यानेही निष्कर्ष काढता येतात. आलेखाच्या साहाय्याने वेगवेगळ्या कालखंडातील माहितीची तुलना करता येते. त्यामुळे आलेख अत्यंत उपयुक्त असतात. कालसारणी आलेख आणि वारंवारिता वितरण आलेख असे आलेखाचे प्रमुख दोन प्रकार आहेत. आलेखाचे चार भाग असतात. उभ्या रेषेला Y अक्ष आणि आडव्या रेषेला X अक्ष असे म्हणतात. आलेखाच्या पहिल्या व दुसऱ्या भागातील X आणि Y अक्षावरील चलाची किंमत धन (Positive) असते. तर इतर भागातील चलाची किंमत ऋण (Negative) असते.

आलेख कसा असतो ते समजून येण्यासाठी उपभोग फलाचे कोष्टक खाली दर्शवले आहे व त्यावरून उपभोग फलनाचा आलेख काढला आहे.

उपभोग फल कोष्टक

उत्पन्न (को. रु.)	उपभोग खर्च (को. रु.)
१००	१००
२००	१८०
३००	२५०
४००	३००
५००	३५०
६००	४००



४) समीकरणे (Equations) **:**

दोन किंवा त्यापेक्षा अधिक आर्थिक घटकामध्ये परस्पर संबंध असतात. म्हणजे एका घटकाचा दुसऱ्या घटकावर परिणाम होत असतो. अशा प्रकारे विविध आर्थिक घटकामध्ये जे परस्पर संबंध असतात ते संबंध समीकरणांच्या साहाय्याने स्पष्ट केले जातात. म्हणून समीकरणाची व्याख्या खालीलप्रमाणे सांगता येईल.

''दोन आर्थिक चलामध्ये असणारे समानता संबंध दर्शविणारे विधान म्हणजे समीकरण होय.''

उत्पन्न, खर्च इत्यादी विविध आर्थिक घटकातील संबंध समीकरणांच्या साहाय्याने कसे स्पष्ट केले जातात ते खालील उदाहरणावरून स्पष्ट केले आहे.

लोक आपल्याला मिळालेल्या उत्पन्नाचा काही भाग उपभोगावर खर्च करतात तर काही भागाची बचत करतात. म्हणून $Y = C + S$ असे समीकरण येईल. तर काही लोक उत्पन्नाचा काही भाग उपभोगावर खर्च करतात तर काही भागाची गुंतवणूक करतात. म्हणून $Y = C + I$ असे समीकरण तयार होईल. या दोन्ही समीकरणातील डावी बाजू म्हणजे Y सारखे असल्याने $C + S = C + I$ असे तिसरे समीकरण तयार होईल. समीकरणातील बरोबर चिन्हाच्या अलिकडील आणि पलीकडील जी अक्षरे समान असतात ती निघून जातात. आपल्या तिसऱ्या समीकरणात C हे अक्षर बरोबर चिन्हाच्या अलिकडेही आहे आणि पलिकडेही आहे. म्हणून ते निघून जाईल किंवा काढून टाकावे लागते. म्हणून $S = I$ हे चौथे समीकरण तयार होईल. ही समीकरणे व त्याचा मराठी अर्थ खाली दिला आहे.

$Y = C + S$ उत्पन्न = उपभोग + बचत

$Y = C + I$ उत्पन्न = उपभोग + गुंतवणूक

$\therefore C + S = C + I$ ∴ उपभोग + बचत = उपभोग + गुंतवणूक

$\therefore S = I$ ∴ बचत = गुंतवणूक

किंवा $I = S$ किंवा गुंतवणूक = बचत

वरील समीकरणावरून बचत आणि गुंतवणूकही आपणास स्पष्ट करता येते. उदाहरणार्थ -

$Y = C + S$ उत्पन्न = उपभोग + बचत

$\therefore S = Y - C$ ∴ बचत = उत्पन्न - उपभोग

$Y = C + I$ उत्पन्न = उपभोग + गुंतवणूक

$\therefore I = Y - C$ ∴ गुंतवणूक = उत्पन्न - उपभोग

वरील समीकरणात $S = Y - C$ आहे आणि $I = Y - C$ आहे. म्हणजे $S = I$ (बचत = गुंतवणूक) असे समीकरण तयार होते.

अशा प्रकारे समीकरणांच्या साहाय्याने विविध आर्थिक घटकामधील संबंध चांगल्या प्रकारे स्पष्ट करता येतात.

सारांश :

फलनात्मक संबंध (Functional Relationships), अनुसूची (Schedule), आलेख (Graphs) आणि समीकरणे (Equations) ही आर्थिक विश्लेषणाची महत्त्वाची साधने आहेत. विविध आर्थिक घटकामधील परस्पर संबंध स्पष्ट करण्यासाठी किंवा अर्थशास्त्रीय सिद्धांत मांडण्यासाठी या गणिती व भूमितीय साधनांचा वापर केला जातो. त्यामुळे सिद्धांत अचूकपणे मांडता येतात. तसेच विविध आर्थिक घटकामधील कार्यकारणभाव अधिक चांगल्या प्रकारे स्पष्ट करता येतात.

१.२ आर्थिक प्रश्न (Economic Problem) :

प्रास्ताविक :

अर्थव्यवस्थेसमोरील मूलभूत प्रश्नांची चर्चा करण्यापूर्वी आपणास आर्थिक प्रश्न (Economic Problem) म्हणजे काय? याची थोडक्यात माहिती घेणे आवश्यक आहे. आर्थिक प्रश्नालाच आर्थिक समस्या असेही म्हणतात. आर्थिक प्रश्न किंवा आर्थिक समस्या या संकल्पनेची व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

आर्थिक प्रश्न म्हणजे काय?

आर्थिक प्रश्नाची व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

"अमर्यादित गरजा (Unlimited wants), मर्यादित साधन सामग्री (limited means) आणि साधनांना असणारे अनेक उपयोग (alternative uses of means) यामुळे जे प्रश्न निर्माण होतात, त्यास आर्थिक प्रश्न असे म्हणतात."

आर्थिक प्रश्नाचे स्वरुप (Nature of Economic Problem) :

आर्थिक प्रश्नाच्या वरील व्याख्येवरून आर्थिक प्रश्नाचे स्वरुप आपल्या लक्षात येते. आर्थिक प्रश्नाचे स्वरुप थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहे.

१. **अमर्यादित गरजा** (Unlimited wants) **:**

मनुष्याच्या गरजा असंख्य किंवा अमर्यादित असतात. मनुष्याच्या गरजा कधीही पूर्ण होत नाहीत. घरात मिक्सर असेल तर फ्रीज घ्यावासा वाटतो. फ्रीज घेतला की वाशिंग मशिन घ्यावेसे वाटते. वाशिंग मशिन घेतले की लोखंडी कपाट घ्यावेसे वाटते. अशा प्रकारे मनुष्याच्या गरजा सतत वाढतच असतात. एक वस्तू घेतली की लगेच दुसरी वस्तू घ्यावीशी वाटते. मनुष्याच्या गरजा किंवा इच्छा (needs or wants) कधीही पूर्ण होत नाहीत. अलीकडच्या काळात तर सतत नवनवीन शोध लागत आहेत. त्यामुळे नवीन प्रकारच्या, सुंदर, आकर्षक, दर्जेदार, अत्याधुनिक वस्तू सतत बाजारपेठेत येत आहेत. त्यामुळे वस्तू खरेदी करण्याची इच्छा मनुष्याची वाढत आहे. अशा प्रकारे विविध कारणामुळे मनुष्याच्या गरजा वाढत आहेत. म्हणून मनुष्याच्या गरजा अनंत (कधीही न संपणाऱ्या) किंवा अमर्यादित असतात. त्यामुळे आर्थिक प्रश्न निर्माण होतात.

२. **मर्यादित साधनसमग्री** (Limited Means) **:**

भूमी, श्रम, भांडवल, संयोजन, पैसा, जंगले, खनिज संपत्ती, पाणी इत्यादींना उत्पादनाची साधने असे म्हणतात. या साधनांच्या साहाय्याने मनुष्य आपल्या गरजा पूर्ण करतो. परंतु गरजा पूर्ण करणारी ही जी साधने असतात. ती अत्यंत मर्यादित किंवा संख्येने कमी असतात. त्यामुळे मनुष्याच्या सर्व गरजा कधीच पूर्ण होत नाहीत. उदाहरणार्थ पैसा हे गरजा पूर्ण करण्यासाठी वापरले जाणारे महत्वाचे साधन आहे. परंतु सर्वच गरजा पूर्ण होतील एवढा पैसा कोणत्याच व्यक्ती जवळ नसतो. जी गोष्ट एखाद्या व्यक्तीची तीच राष्ट्राची किंवा सरकारची. सरकारकडेही उत्पादनाची साधने (जमीन, पाणी, खनिजे, पैसा इत्यादी) मर्यादित असतात. त्यामुळे देशातील जनतेच्या सर्व गरजा सरकार भागवू शकत नाही. त्यामुळे सरकारलाही आर्थिक प्रश्नांना तोंड दयावे लागते.

३. **साधनांना असणारे अनेक उपयोग** (Alternative uses of Means) **:**

मनुष्याजवळ गरजा पूर्ण करणारी जी साधने असतात, त्या साधनांना अनेक उपयोग असतात. म्हणजे गरजा पूर्ण करणारी साधने पर्यायी उपयोगाची असतात. एका साधनापासून अनेक वस्तू तयार करता येतात. म्हणजे एका साधनाला अनेक उपयोग असतात. त्यामुळे साधनांची टंचाई निर्माण होते. थोडक्यात जमीन, पाणी, लाकूड, लोखंड, पैसा ही साधने केवळ मर्यादित नसतात तर त्या साधनांना अनेक उपयोग असतात. त्यामुळे साधनांची

टंचाई जास्तच जाणवते. उदाहरणार्थ मनुष्याजवळ असणारा पैसा. पैशाच्या सहाय्याने अनेक वस्तू विकत घेता येतात. परंतु पैसा मर्यादित असल्याने त्या पैशाच्या सहाय्याने एखादया मनुष्याला सर्वच वस्तू विकत घेता येत नाहीत. उदाहरणार्थ X या व्यक्तीजवळ १००० रुपये आहेत. ज्या वस्तूंची प्रत्येकी किंमत १००० रुपये आहे, अशा पाच वस्तू विकत घेण्याची इच्छा व गरज असूनही त्याला पाच वस्तू विकत घेता येणार नाहीत. फक्त एकच वस्तू विकत घेता येईल. आपण ज्वारीचे उदाहरण घेऊया. ज्वारीचा उपयोग केवळ खाण्यासाठी (भाकरी बनवण्यासाठी) केला जात नाही. पशुखादय तयार करण्यासाठी सुद्धा ज्वारीचा उपयोग केला जातो. त्यामुळे खाण्यासाठी ज्वारीची टंचाई भासत असून ज्वारीच्या किंमती वाढत आहेत. ज्या ज्या धान्यापासून दारु सुदधा तयार केली जाते, त्या धान्यांच्या किंमती वाढत आहेत. या संदर्भात आपणाला जमिनीचे सुद्धा उदाहरण घेता येईल. वाढती लोकसंख्या, शहरीकरणाचा वाढता वेग यामुळे पिकावू शेतजमिनीचा उपयोग घरे आणि कारखाने बांधण्यासाठी केला जात आहे. त्यामुळे देशातील एकूण लागवडीखालील क्षेत्र घटण्याची, कृषी उत्पादन टंचाईची समस्या निर्माण झाली आहे. पिकावू शेतजमिनीचा उपयोग घरे बांधणे, दुकाने, कारखाने, रस्ते बांधणे इत्यादीसाठी वाढत असल्याने जमिनीची टंचाई निर्माण झाली असून जमिनीच्या किंमती त्यामुळे वेगाने वाढत आहेत. अशा प्रकारे उत्पादनाच्या साधनांना अनेक उपयोग असल्याने अगोदरच दुर्मिळ असणारी उत्पादन साधने आणखीनच दुर्मिळ होतात. आणि त्यामुळे आर्थिक प्रश्न निर्माण होतात.

अर्थशास्त्राला निवडीचे अर्थशास्त्र असे सुद्धा म्हणतात. कारण गरजा पूर्ण करणारी साधने मर्यादित असल्याने व साधने पर्यायी उपयोगाची असल्याने मनुष्याला सर्व गरजा पूर्ण करता येत नाहीत. महत्वाच्या गरजा निवडून त्या पूर्ण करण्याचा प्रयत्न व्यक्तीला करावा लागतो. सरकार सुद्धा महत्वाच्या बाबींना प्राधान्य देते व त्यावरच अधिक खर्च करते. कारण व्यक्तीप्रमाणे सरकारकडेही राष्ट्राच्या गरजा पूर्ण करु शकणारी साधने मर्यादित असतात.

सारांश : मनुष्याच्या गरजा असंख्य किंवा अमर्यादित असतात. त्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी वापरली जाणारी साधने मात्र मर्यादित असतात. तसेच उत्पादनाच्या साधनांना अनेक उपयोग असतात. त्यामुळे जे प्रश्न निर्माण होतात, त्यास आर्थिक प्रश्न असे म्हणतात. हे आर्थिक प्रश्न कसे सोडवायचे? या संदर्भात मनुष्याला मार्गदर्शन करणारे शास्त्र म्हणजे अर्थशास्त्र होय.

अर्थव्यवस्थेसमोरील मूलभूत प्रश्न (Basic Problems of an Economy) **:**

व्यक्तीला ज्याप्रमाणे काही समस्यांना तोंड द्यावे लागते, त्याप्रमाणे राष्ट्राला किंवा अर्थव्यवस्थेलाही काही प्रश्नांना तोंड द्यावे लागते. अर्थव्यवस्थेसमोरील या मूलभूत प्रश्नांची किंवा समस्यांची चर्चा करण्यापूर्वी अर्थव्यवस्था म्हणजे काय? हे आपणास समजून घ्यावे लागेल. अर्थव्यवस्थेची सर्वसाधारण व्याख्या खालील शब्दात सांगितली आहे.

अर्थव्यवस्था म्हणजे काय?

''मनुष्याला जगण्यासाठी साधनसामग्री पुरवणारी रचना किंवा व्यवस्था म्हणजे अर्थव्यवस्था होय.''

अर्थव्यवस्थेची आणखी एक व्याख्या प्रस्तुत लेखकाने खालीलप्रमाणे तयार केली आहे.

''देशातील जनतेला वस्तू व सेवा पुरविण्यासाठी तयार केलेली पद्धतशीर रचना किंवा व्यवस्था म्हणजे अर्थव्यवस्था होय.''

जगात आजमिनीस सुमारे २०० देश असून या देशापैकी काही देश (१० ते १२) विकसित आहेत. तर उर्वरित देश अविकसित आणि विकसनशील आहेत. जगात भांडवलशाही अर्थव्यवस्था, समाजवादी अर्थव्यवस्था आणि मिश्र अर्थव्यवस्था अशा तीन प्रकारच्या अर्थव्यवस्था असलेले देश आहेत. विकसित, अविकसित, विकसनशील अशा सर्वच प्रकारच्या देशांना किंवा अर्थव्यवस्थांना काही मूलभूत आर्थिक प्रश्नांना तोंड दयावे लागते. या प्रश्नांची थोडक्यात चर्चा खालीलप्रमाणे केली आहे.

१. देशातील उत्पादनाच्या साधनांचा पूर्णपणे वापर केला जात आहे काय?

२. उत्पादन कोणत्या वस्तूंचे व किती प्रमाणात करावयाचे?

३. उत्पादन कोणत्या पद्धतीने करावयाचे?

४. उत्पादनाचे वितरण किंवा वाटप कसे करावयाचे?

४. उत्पादन साधनांचा वापर कार्यक्षमतेने कसा करावयाचा?

५. अर्थव्यवस्थेची उत्पादन क्षमता कशी वाढवायची?

जगातील प्रत्येक देशासमोर वरील जी आव्हाने असतात, त्या आव्हानांना किंवा प्रश्नांना अर्थव्यवस्थेसमोरील मूलभूत प्रश्न असे म्हणतात. या प्रश्नांची सोडवणूक सरकारला करावी लागते. या मूलभूत प्रश्नांची थोडक्यात चर्चा खालीलप्रमाणे केली आहे.

१. देशातील साधसमग्रीचा वापर पूर्णपणे व योग्य प्रकारे केला जात आहे काय? :

जमीन, पाणी, जंगले, श्रम, भांडवल यांना उत्पादनाची साधने असे म्हणतात. या साधनांच्या साहाय्याने सरकार देशातील जनतेच्या गरजा भागविण्याचा प्रयत्न करते. परंतु भांडवलशाही अर्थव्यवस्थेत उत्पादनाची साधने बेकार स्थितीत असतात. किंवा वापराविना पडून असतात. उत्पादनाच्या सर्व साधनांचा वापर पूर्णपणे केला जात नाही. कारण भांडवलशाहीत उत्पादनाची साधने ही खाजगी मालकीची असतात. सरकारी मालकीची नसतात. त्यामुळे उत्पादन साधनांचा पर्याप्त (योग्य) वापर होत नाही. काही साधनसामग्रीचा उत्पादनासाठी वापरच केला जात नाही. त्यामुळे देशात काही उत्पादनांची टंचाई निर्माण होते. समाजवादी अर्थव्यस्थेत मात्र असे फारसे घडत नाही. कारण अशा देशातील उत्वादनाची साधने ही सरकारी मालकीची असतात. तेथे केंद्रीय सत्तेकडून आर्थिक नियोजन केले जाते. त्यामुळे समाजवादी देशात उत्पादनाच्या साधनांचा योग्य व पर्याप्त किंवा पुरेपूर वापर करण्याचा प्रयत्न केला जातो. भांडवलशाही देशात किंमत यंत्रणा कार्यरत असते. त्यामुळे तेथे साधनसामग्रीचा वापर पर्याप्तपणे केला जात नाही. परंतु समाजवादी देशात किंमत यंत्रणेऐवजी सरकारी हस्तक्षेप केला जातो. जमीन, पाणी, जंगले, श्रम इत्यादी उत्पादन साधनांचा पुरेपूर व काळजीपूर्वक वापर केला जातो. प्रत्येक देशाच्या

सरकारला उत्पादनाच्या साधनांचा पर्याप्त वापर करुन घ्यावा लागतो. जर उत्पादनाच्या साधनांचा पर्याप्त व योग्य वापर करता आला नाही तर वस्तू व सेवांची टंचाई निर्माण होते. म्हणून प्रत्येक देश आपल्या देशातील उपलब्ध साधनसामग्रीचा पूर्णपणे व योग्य प्रकारे उपयोग होत आहे की नाही ते पाहत असतो.

२. उत्पादन कोणत्या वस्तूंचे व किती प्रमाणात करावयाचे?

देशात कोणत्या वस्तूंचे उत्पादन करावयाचे? आणि ते किती प्रमाणात करावयाचे? हा प्रश्न जगातील सर्वच देशांना भेडसावत असतो. उत्पादनाची साधने दुर्मिळ किंवा मर्यादित असतात. त्यामुळे सरकारला देशातील लोकांच्या सर्व गरजा पूर्ण करता येत नाहीत. त्यामुळे कोणत्या वस्तूंच्या उत्पादनाला प्राधान्य द्यायचे? आणि त्या वस्तू किती प्रमाणात उत्पादित करावयाच्या? हे प्रश्न सरकारला सोडवावे लागतात. देशात गरीब आणि मध्यमवर्गीयांचे प्रमाण मोठे असेल तर जीवनावश्यक वस्तूंचे उत्पादन मोठ्या प्रमाणात करावे लागेल. उत्पादनाच्या साधनांचा वापर चैनीच्या वस्तू निर्माण करण्यासाठी करता येणार नाही. देश अविकसित असेल तर जीवनावश्यक वस्तू आणि पायाभूत सुविधा निर्माण करण्यावर सरकारला भर द्यावा लागेल. अशा प्रकारे देशात उपलब्ध असलेल्या साधनसामग्रीच्या साहाय्याने देशातील नागरिकांसाठी कोणत्या वस्तूंचे उत्पादन करावयाचे? व ते किती प्रमाणात करावयाचे? याचे निर्णय सरकारला घ्यावे लागतात. हे प्रश्न सरकारला जर काळजीपूर्वक सोडवता आले नाहीत तर देशात तेजी आणि मंदी या सारख्या गंभीर समस्या निर्माण होतात. त्यामुळे आर्थिक विकासाचा आणि वृद्धीचा दर कमी होतो.

३. उत्पादन कोणत्या पद्धतीने करावयाचे?

अर्थव्यवस्थेसमोरील तिसरा आणि महत्वाचा मूलभूत प्रश्न म्हणजे उत्पादन कोणत्या पद्धतीने करावयाचे? हा होय. वस्तूचे उत्पादन करण्यासाठी कोणती पद्धत वापरावयची? हा सुद्धा अत्यंत महत्वाचा प्रश्न असतो. उत्पादन करण्याच्या दोन पद्धती आहेत. १) श्रमप्रधान उत्पादन पद्धती – या पद्धतीत श्रमाचा (कामगारांचा) जास्तीत जास्त वापर केला जातो आणि भांडवलाचा किंवा यंत्रांचा कमीत कमी वापर केला जातो. २) भांडवलप्रधान उत्पादन पद्धती– या पद्धतीत श्रमाचा (कामगारांचा) कमीत कमी वापर केला जातो आणि भांडवलाचा (यंत्रांचा) जास्तीत जास्त वापर केला जातो. श्रमप्रधान उत्पादन तंत्राचा अवलंब केल्यास देशातील जास्तीत जास्त कामगारांना रोजगार मिळतो. त्यामुळे श्रमिकांची बेरोजगारी कमी होते. भांडवलप्रधान उत्पादन पद्धतीचा अवलंब केल्यास कामगारांच्या बेकारीचा प्रश्न निर्माण होतो. या तंत्रामुळे रोजगार घटतो. श्रमिक बेरोजगार होतात. म्हणून उत्पादन करण्यासाठी कोणती पद्धत वापरावयाची? हा अत्यंत महत्वाचा प्रश्न अर्थव्यवस्थेसमोर असतो. भारतासारख्या देशात भांडवलप्रधान (यंत्रप्रधान) उत्पादन तंत्रास जास्त प्राधान्य दिले तर बेरोजगारीचा प्रश्न आणखीच उग्र बनेल. कारण भारतात लोकसंख्या प्रचंड आहे. आज सुमारे १४०कोटीपेक्षा अधिक लोकसंख्या देशात आहे. त्यामुळे बेकारी आणखी वाढेल. म्हणून भारतात श्रमप्रधान तंत्राचाच वापर करणे योग्य ठरेल. थोडक्यात, प्रत्येक देशाच्या अर्थव्यवस्थेला उत्पादनाची योग्य पद्धत निवडून उत्पादन करावे लागते. भारतासारख्या देशांनी जलद विकासासाठी मध्यममार्गी उत्पादन तंत्र स्वीकारलेले दिसते. श्रमाचा आणि यंत्रांचा दोन्हींचा वापर करुन उत्पादन करणे म्हणजे मध्यममार्गी उत्पादन तंत्र होय. या तंत्रामुळे

श्रमप्रधान आणि भांडवलप्रधान तंत्र या दोन्ही तंत्राचे फायदे मिळतात. बेकारी फारशी वाढत नाही. आवश्यक त्या ठिकाणी भांडवलप्रधान तंत्राचा (यंत्रांचा) वापर केला जातो. त्यामुळे विकासाच्या वेगावर प्रतिकूल परिणाम होत नाही.

४. समाजात उत्पादनाचे वितरण (वाटप) कसे करावयाचे?

उत्पादनाबरोबर उत्पादनाच्या वाटपाचाही प्रश्न महत्वाचा असतो. कारण देशात केवळ वस्तू व सेवांचे भरपूर उत्पादन होऊन चालत नाही. या उत्पादनाचे वाटप किंवा वितरण समाजात योग्य प्रकारे झाले पाहिजे. उत्पादनाचे वितरण योग्य प्रकारे झाले नाही तर आर्थिक विषमता निर्माण होते. भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन हे उत्पादनाचे घटक उत्पादनाच्या प्रक्रियेत भाग घेत असतात. त्याबदल उत्पादन घटकांच्या मालकांना उदयोग संस्थेकडून अनुक्रमे खंड, वेतन, व्याज आणि नफा या स्वरुपात मोबदले मिळत असतात. या उत्पन्नातून किंवा पैशातून उत्पादन घटकांचे मालक वस्तू व सेवा विकत घेत असतात. परंतु ज्यांच्याजवळ पैशातील उत्पन्न कमी असते, त्यांना कमी प्रमाणात वस्तू व सेवा मिळतात. आणि ज्यांच्याकडे पैशातील उत्पन्न जास्त असते ते लोक जास्त प्रमाणात वस्तू व सेवा विकत घेऊ शकतात. त्यामुळे उत्पादनाचे वाटप विषम तऱ्हेने होते. गरीब व श्रीमंत यांच्यातील दरी रुंदावत जाते. म्हणून देशातील नागरीकांमध्ये उत्पादनाचे वाटप योग्य प्रकारे कसे करावयाचे? हा देशाच्या अर्थव्यवस्थेसमोरील महत्वाचा प्रश्न असतो. हा प्रश्न सरकारला सोडवावा लागतो. थोडक्यात उत्पादनाबरोबर झालेल्या उत्पादनाचे वितरण किंवा वाटप देशात कसे करावयाचे? हा जो महत्वाचा प्रश्न असतो, त्या प्रश्नाला अर्थव्यवस्थेसमोरील महत्वाचा मूलभूत प्रश्न असे म्हणतात.

५. उत्पादनाच्या साधनांचा वापर कार्यक्षमतेने कसा करावयाचा?

देशातील उत्पादन साधनांचा वापर कार्यक्षमतेने कसा करावयाचा? हा एक अत्यंत महत्वाचा प्रश्न समाजासमोर किंवा अर्थव्यवस्थेसमोर असतो. उत्पादनाची साधने अत्यंत दुर्मिळ असतात. त्यांचा योग्य व पुरेसा वापर होणे आवश्यक असते. देशातील उत्पादन साधनांचा कार्यक्षमतेने वापर केला नाही तर देशातील नागरिकांच्या समाधानात वाढ होत नाही. तसेच अर्थव्यवस्थेची उत्पादकता व कार्यक्षमताही वाढत नाही. म्हणून देशातील उत्पादन साधनांचा कार्यक्षमतेने वापर कसा करावयाचा? हा प्रश्न अर्थव्यवस्थेसमोर अत्यंत महत्वाचा प्रश्न असतो व तो प्रश्न सरकारला सोडवावा लागतो.

६. अर्थव्यवस्थेची उत्पादन क्षमता कशी वाढवायची?

जगातील प्रत्येक देशाच्या अर्थव्यवस्थेसमोरील आणखी एक महत्वाचा मूलभूत प्रश्न म्हणजे आपल्या देशाच्या अर्थव्यवस्थेची उत्पादन क्षमता सतत कशी वाढती ठेवायची? हा असतो. अर्थव्यवस्थेची उत्पादन क्षमता जितकी जास्त तितका देशाच्या आर्थिक विकासाचा वेग जास्त असतो. म्हणून प्रत्येक देश आपल्या अर्थव्यवस्थेची उत्पादन क्षमता वाढवण्याचा प्रयत्न करत असतो. देशाच्या अर्थव्यवस्थेची उत्पादन क्षमता वाढत आहे की स्थिर आहे? हे सरकारला सतत पहावे लागते. कारण अर्थव्यवस्थेची उत्पादन क्षमता सतत वाढत असेल तरच लोकांना जास्तीत जास्त वस्तू व सेवा उपलब्ध होतात. आणि उत्पादन क्षमता स्थिर

असेल किंवा वाढत नसेल तर वस्तू व सेवा यांचे उत्पादन सुद्धा वेगाने वाढत नाही. त्यामुळे देशातील लोकांना पुरेशा प्रमाणात वस्तू व सेवा उपभोगावयास मिळत नाहीत. त्यामुळे त्यांच्या राहणीमानाचा दर्जा खालावतो. राहणीमान निकृष्ट बनते. तसेच त्यांची कार्यक्षमताही कमी होते. म्हणून आर्थिक विकासाचा वेग वाढविण्यासाठी, लोकांच्या राहणीमानाचा दर्जा उंचावण्यासाठी, अर्थव्यवस्थेची उत्पादन क्षमता वाढवण्याचा प्रयत्न सरकारला करावा लागतो.

सारांश : अशा प्रकारे जगातील प्रत्येक देशाला कोणत्या वस्तूंचे उत्पादन करावयाचे? किती प्रमाणात उत्पादन करावयाचे? केलेल्या उत्पादनाचे वाटप कशा प्रकारे करावयाचे? असे विविध प्रश्न भेडसावत असतात. या प्रश्नांनाच अर्थव्यवस्थेसमोरील मूलभूत प्रश्न असे म्हणतात. या प्रश्नांची सोडवणूक सरकारला करावी लागते. या प्रश्नांची सोडवणूक यशस्वीपणे करता आली तरच राष्ट्रीय उत्पादनात आणि राष्ट्रीय उत्पन्नात वाढ होऊन आर्थिक विकासाचा वेग वाढतो.

किंमत यंत्रणा (Price Mechanism) **:**

किंमत यंत्रणा हे भांडवलशाही अर्थव्यवस्थेचे ठळक वैशिष्ट्य आहे. मुक्त किंवा भांडवलशाही अर्थव्यवस्थेत किंमत यंत्रणेची भूमिका महत्त्वाची असते. अशा देशात सरकारी हस्तक्षेप अत्यंत कमी असतो. त्यामुळे किंमत यंत्रणेची कार्यवाही चांगल्या प्रकारे होताना दिसते. समाजवादी अर्थव्यवस्थेत सरकारी हस्तक्षेप मोठ्या प्रमाणावर असतो आणि उत्पादनाच्या साधनावर सरकारची मालकी असते. उत्पादन, वितरण, किंमत निश्चिती इत्यादी बाबतचे निर्णय सरकारी पातळीवरून घेतले जातात. त्यामुळे समाजवादी किंवा साम्यवादी अर्थव्यवस्थेत किंमत यंत्रणेची भूमिका महत्वाची नसते. किंमत यंत्रणेची एक सर्वसाधारण व्याख्या खालील शब्दांत स्पष्ट केली आहे.

''**राष्ट्राच्या दृष्टीने महत्त्वाच्या असणाऱ्या मूलभूत आर्थिक प्रश्नांची सोडवणूक करणारी यंत्रणा म्हणजे किंमत यंत्रणा होय.**''

वरील व्याख्येचे स्पष्टीकरण थोडक्यात खालीलप्रमाणे दिले आहे.

मनुष्याच्या गरजा किंवा इच्छा असंख्य असतात. म्हणजेच गरजा (wants) अमर्यादित असतात. मनुष्याच्या गरजा कधीही संपणाऱ्या नसतात. एका गरजेची पूर्तता झाली की लगेच दुसरी गरज निर्माण होते. परंतु मनुष्याच्या किंवा राष्ट्राच्या या गरजा पूर्ण करण्यासाठी वापरली जाणारी साधनसामग्री मात्र मर्यादित असते. तसेच ती अनेक उपयोगी असते. त्यामुळे साधनांची टंचाई किंवा दुर्मिळता अधिकच भासते. अशा प्रकारे अमर्यादित गरजा, मर्यादित साधनसामग्री आणि साधनांना असणारे अनेक उपयोग यामुळे काही आर्थिक प्रश्न निर्माण होतात. या आर्थिक प्रश्नांची सोडवणूक करण्यासाठी जी यंत्रणा किंवा व्यवस्था भांडवलशाही देशात कार्यरत असते, तिला किंमत यंत्रणा असे म्हणतात. सनातनवादी अर्थशास्त्रज्ञ ॲडम स्मिथ यांनी किंमत यंत्रणेला 'अदृष्य हात' असे म्हटले आहे. (१) कोणत्या वस्तूंचे उत्पादन करायचे? (२) कोणासाठी उत्पादन करायचे? (३) उत्पादनाची कोणती पद्धती अवलंबवायची? इत्यादी प्रश्नांची सोडवणूक किंमत

यंत्रणा करीत असते. भांडवलशाही अर्थव्यवस्थेत विविध वस्तू व सेवांच्या मागणी-पुरवठ्यात समतोल साधण्याचे महत्त्वाचे कार्य किंमत यंत्रणा करीत असते. किंमत यंत्रणेची आणखी एक व्याख्या खालील शब्दांत केली आहे.

''अर्थव्यवस्थेतील उत्पादक आणि उपभोक्ते यांना उत्पादन व उपभोगविषयक मार्गदर्शन करणारी व्यवस्था म्हणजे किंमत यंत्रणा होय.''

किंमत यंत्रणेमुळे उत्पादकांना कोणत्या वस्तूंचे उत्पादन करावे? याची माहिती मिळते. तर उपभोक्त्यांना कोणत्या वस्तूंचा उपभोग घ्यावा? याची माहिती मिळते.

किंमत यंत्रणेची कार्ये :

भांडवलशाही अर्थव्यवस्थेत वस्तू आणि उत्पादन घटकांच्या मागणी व पुरवठ्यात किंमत यंत्रणेमुळे समतोल प्रस्थापित होण्यास मदत होते. किंमत यंत्रणा प्रामुख्याने पुढील कार्ये करते.

१) कोणत्या वस्तूचे उत्पादन करावयाचे?

जास्तीत जास्त नफा मिळविणे हा प्रत्येक उद्योगसंस्थेचा किंवा प्रत्येक उत्पादकाचा प्रमुख उद्देश असतो. नफा मिळविण्यासाठीच उत्पादक उत्पादन करत असतात. उद्योगसंस्थेचा नफा ज्या विविध घटकावर अवलंबून असतो, त्यापैकी 'किंमत' हा एक महत्त्वाचा घटक आहे. किंमत जितकी जास्त तितका नफा जास्त मिळतो. म्हणून उत्पादक वस्तूच्या किंमतीचा विचार करून उत्पादन करत असतो. वस्तूला किंमत जास्त मिळत असेल तर तो जास्त उत्पादन करतो आणि याउलट त्याच्या वस्तूला बाजारात कमी किंमत मिळत असेल तर तो कमी उत्पादन करण्याचा निर्णय घेतो किंवा ज्या वस्तूंच्या विक्रीपासून उत्पादकाला नफा मिळत नाही, अशा वस्तूंचे उत्पादन उत्पादक बंद करतो. थोडक्यात, ज्या वस्तूंना बाजारात किंमत जास्त असते, त्या वस्तूंचे उत्पादन उत्पादक करतात. ज्या वस्तूंना बाजारात कमी किंमत असते, त्या वस्तूंच्या विक्रीपासून नफाही कमी मिळतो. म्हणून उत्पादक कमी किंमत असलेल्या वस्तूंच्या निर्मितीसाठी जी भांडवलाची गुंतवणूक केलेली असते, ती मोकळी करतात किंवा काढून घेतात आणि जास्त किंमत असलेल्या वस्तूच्या उत्पादनासाठी वापरतात. वस्तूचे उत्पादन किती प्रमाणात करावयाचे? या प्रश्नाचे उत्तरसुद्धा 'कोणत्या वस्तूचे उत्पादन करावयाचे?' या प्रश्नात दडलेले आहे. ज्या वस्तूला मागणी जास्त असते, त्या वस्तूचे उत्पादन उत्पादक मोठ्या प्रमाणात करतात. कारण ग्राहकांकडून येणारी मागणी म्हणजेच वस्तूचा खप किंवा विक्री होय. मागणी जितकी जास्त तितका नफाही जास्त. म्हणून वस्तूच्या मागणीचा विचार करून उत्पादक उत्पादन किती प्रमाणात करावयाचे? याचा निर्णय घेतात. वस्तूला मागणी कमी असेल तर नफाही कमी मिळतो. त्यामुळे कमी मागणी असणाऱ्या वस्तूंचे उत्पादनही कमी प्रमाणातच घेण्याचा निर्णय उत्पादक घेतात.

२) उत्पादन कोणत्या पद्धतीने करावयाचे?

श्रमप्रधान उत्पादन पद्धती आणि भांडवलप्रधान उत्पादन पद्धती अशा उत्पादनाच्या प्रमुख दोन पद्धती

आहेत. यापैकी कोणत्या पद्धतीने उत्पादन करायचे? याचा निर्णय उत्पादकांना घ्यावा लागतो. श्रमप्रधान उत्पादन पद्धतीत श्रमाचा जास्त वापर आणि यंत्रांचा कमी वापर केला जातो. तर भांडवलप्रधान उत्पादन पद्धतीत यंत्रांचा जास्त वापर आणि श्रमाचा कमी वापर केला जातो. उत्पादक उत्पादन खर्चाचा विचार करून उत्पादन करत असतो. ज्या उत्पादन पद्धतीमुळे उत्पादनाचा खर्च कमी येतो, ती उत्पादन पद्धती उत्पादक निवडतो. कारण उत्पादकांचा नफा वस्तूंच्या किंमती बरोबरच वस्तूच्या उत्पादन खर्चावरही अवलंबून असतो. वस्तूचा उत्पादन खर्च जितका कमी तितका उत्पादकाला नफा जास्त मिळतो. म्हणून कमी उत्पादन खर्च असणारी उत्पादनाची पद्धती निवडून उत्पादक उत्पादन करतात. गरीब आणि विकसनशील देशात लोकसंख्या अतिरिक्त असते. त्यामुळे मजुरीचे दर कमी असतात. त्यामुळे अशा देशात श्रमप्रधान उत्पादन तंत्र फायदेशीर ठरते. म्हणून गरीब व विकसनशील देशात उत्पादक श्रमप्रधान तंत्राच्या साहाय्याने उत्पादन करतात. ज्या देशात मानवी श्रमाची टंचाई असते, अशा देशात मजुरीचे दर जास्त असतात. त्यामुळे उत्पादन खर्च वाढतो. नफा कमी होतो. म्हणून मजुरीचे दर जास्त असलेल्या देशात भांडवलप्रधान किंवा यंत्रप्रधान तंत्राचाच उत्पादक वापर करतात. अशा प्रकारे ज्या उत्पादन पद्धतीमुळे उत्पादनाचा खर्च कमी येतो, त्या पद्धतीची निवड करून उत्पादक उत्पादन करतात. उत्पादन खर्चात भूमी, श्रम, भांडवल इत्यादी उत्पादन घटकांच्या किंमतींचा (म्हणजे खंड, वेतन, व्याज इत्यादींचा) समावेश असतो. उत्पादन घटकांच्या किंमती जितक्या कमी तितका उत्पादन खर्चही कमी राहतो आणि उत्पादन खर्च जितका कमी तितका नफा जास्त राहतो. म्हणून उत्पादन करताना उत्पादक ज्या उत्पादन घटकांच्या किंमती कमी असतात, त्यांचा जास्त वापर करतात.

३) उत्पादनाचे वाटप कसे करावयाचे?

उत्पादनाच्या निर्मितीबरोबरच उत्पादनाच्या वाटपाचाही प्रश्न महत्त्वाचा असतो. देशात तयार झालेल्या राष्ट्रीय उत्पादनाचे वाटप समाजात योग्य प्रकारे होणे आवश्यक असते. जर राष्ट्रीय उत्पन्नाचे वाटप योग्य व न्याय झाले नाही तर देशात आर्थिक विषमता निर्माण होते. म्हणून राष्ट्रीय उत्पन्नाच्या किंवा उत्पादनाच्या वाटपाचा प्रश्न महत्त्वाचा असतो. किंमत यंत्रणा राष्ट्रीय उत्पादनाचे किंवा राष्ट्रीय उत्पन्नाचे वितरण करण्याचे कार्य करते. भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन हे उत्पादनाचे घटक राष्ट्रीय उत्पादनाची म्हणजेच राष्ट्रीय उत्पन्नाची निर्मिती करत असतात. उत्पादनाचे हे घटक उत्पादनाच्या प्रक्रियेत सहभाग घेत असतात. म्हणून भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन या उत्पादन घटकांना अनुक्रमे खंड, वेतन, व्याज व नफा या स्वरूपात राष्ट्रीय उत्पन्नात वाटा मिळत असतो. उत्पादन घटक किंवा उत्पादन घटकांचे मालक हे अर्थव्यवस्थेतील ग्राहक किंवा उपभोक्तेच असतात. कारण कोणताही उत्पादन घटक स्वत:ला लागणाऱ्या सर्व वस्तू स्वत: निर्माण करू शकत नाही. उदाहरणार्थ शेतकऱ्यांना कारखानदारांकडून औद्योगिक वस्तू विकत घ्याव्या लागतात. तर कारखानदारांना शेतकऱ्यांकडून अन्नधान्य, दूध इत्यादी विकत घ्यावे लागते. अशा प्रकारे सर्व उत्पादन घटक हे अंतिमत: ग्राहकच असतात. त्यांना राष्ट्रीय उत्पन्नाच्या प्रक्रियेत भाग घेतल्याबद्दल खंड, वेतन, व्याज, नफा या स्वरूपात उत्पन्न मिळते. हे उत्पन्न ते वस्तू व सेवांच्या खरेदीवर खर्च करतात. त्यामुळे उत्पादकांकडून उत्पादन घटकांच्या मालकांना (ग्राहकांना) खंड, वेतन, व्याज, नफा या स्वरूपात मिळालेले

उत्पन्न पुन्हा उत्पादकांकडे जाते. उत्पादन घटकांना खंड, वेतन, व्याज, नफा या स्वरूपात अधिक उत्पन्न मिळाले तर त्यांचा उपभोग खर्चही वाढतो. म्हणजेच त्यांच्याकडून वस्तूची मागणी वाढते. कुटुंब संस्थांना मिळालेले उत्पन्न अशा प्रकारे उत्पादन संस्थांना मिळते आणि उत्पादन संस्थांकडून हे उत्पन्न खंड, वेतन, व्याज, नफा या स्वरूपात पुन्हा कुटुंब संस्थांना मिळते. देशात वस्तू व सेवांच्या किंमती कमी असतील तर उपभोक्त्यांचा उपभोगही जास्त राहतो. याउलट किंमती अधिक असतील तर उपभोगही कमी राहतो. अशा प्रकारे देशात तयार होणाऱ्या राष्ट्रीय उत्पादनाचे किंवा राष्ट्रीय उत्पन्नाचे वाटप भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन या उत्पादन घटकांमध्ये किंमतीच्या माध्यमातून घडून येते. थोडक्यात, भांडवलशाही अर्थव्यवस्थेत राष्ट्रीय उत्पन्नाचे वाटप घडवून आणण्याचे महत्त्वाचे कार्य किंमत यंत्रणा करीत असते, हे वरील स्पष्टीकरणावरून आपल्या लक्षात येते.

किंमत यंत्रणेचे गुण–दोष :

किंमत यंत्रणेचे गुण-दोष थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

(अ) किंमत यंत्रणेचे गुण / महत्त्व / फायदे / उपयुक्तता :

किंमत यंत्रणेचे फायदे थोडक्यात खालीलप्रमाणे विषद केले आहेत.

१) उत्पादन खर्चात बचत :

किंमत यंत्रणेमुळे कमी उत्पादन खर्चात वस्तू व सेवा तयार होतात. उत्पादक स्वस्त उत्पादन घटकांचा वापर करून उत्पादन करतात. त्यामुळे उत्पादनाचा खर्च कमी येतो.

२) दुर्मिळ उत्पादन घटकांना फायदेशीर :

ज्या उत्पादन घटकांचा पुरवठा मर्यादित असतो, त्या उत्पादन घटकांच्या मालकांना किंमत यंत्रणेमुळे जास्त उत्पन्न मिळते. त्यामुळे त्यांचा अधिक फायदा होतो.

३) उपभोक्त्यांना उपयुक्त :

बाजारात विविध वस्तू व सेवांच्या किंमती वेगवेगळ्या असतात. या किंमतीवरून कोणत्या वस्तू खरेदी कराव्यात? कोणत्या वस्तू खरेदी करू नयेत? किंवा कोणत्या वस्तूंची किती प्रमाणात खरेदी करावी? याचे मार्गदर्शन उपभोक्त्यांना होते.

४) उत्पादकांना उपयुक्त :

किंमत यंत्रणेचा उपभोक्त्यांना जसा उपयोग होतो तसाच उत्पादकांनाही उपयोग होतो. किंमत यंत्रणेमुळे उत्पादकांना कोणत्या वस्तूंचे उत्पादन करावे? कोणत्या वस्तूंचे उत्पादन करू नये? याचे मार्गदर्शन मिळते. ज्या वस्तूला बाजारात जास्त किंमत असते, त्या वस्तूचे उत्पादन करण्याचा निर्णय उत्पादक घेतात.

५) मागणीप्रमाणे पुरवठा :

उपभोक्त्यांची वस्तूची मागणी वस्तूच्या किंमतीवर अवलंबून असते. किंमतींचा विचार करून उपभोक्ते वस्तूची मागणी करत असतात. मागणी वाढली की उत्पादक पुरवठा वाढवतात. मागणी घटली की पुरवठा घटतो. अशा प्रकारे मागणीप्रमाणे बाजारात वस्तू व सेवांचा पुरवठा करण्यासाठी किंमत यंत्रणा उपयुक्त ठरते.

६) उत्पादन साधनांचे वाटप :

उत्पादन साधनांचे आणि उत्पादन घटकांचे वाटप योग्य प्रकारे होणे आवश्यक असते. भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन इत्यादी उत्पादन घटकांच्या किंमती (म्हणजे अनुक्रमे खंड, वेतन, व्याज आणि नफा) कमी असतील तर त्यांचा अधिक वापर केला जातो आणि उत्पादन घटकांच्या किंमती जास्त असतील तर त्यांचा योग्य व कार्यक्षम वापर केला जातो. तसेच आवश्यक त्या क्षेत्रातच या घटकांचा वापर करण्याला प्राधान्य दिले जाते.

७) आर्थिक विकास दरात वाढ :

उत्पादक बाजारातील किंमतींचा विचार करून उत्पादन करत असतात. तर उपभोक्ते सुद्धा किंमतींचा विचार करूनच वस्तूची मागणी करत असतात. त्यामुळे देशातील उत्पादन वाढून आर्थिक विकासाचा वेगही वाढतो. कारण देशातील एकूण उत्पादन जितके जास्त तितका विकासाचा दरही जास्त असतो. थोडक्यात, किंमत यंत्रणेमुळे राष्ट्राच्या आर्थिक विकासाचा वेग वाढण्यास मदत होते.

८) व्यवसाय निवडीचे स्वातंत्र्य :

किंमत यंत्रणेमुळे कोणता व्यवसाय करावा, याचे मार्गदर्शन मिळते. ज्या वस्तूला बाजारात ग्राहक जास्त किंमत द्यावयास तयार असतात, त्या वस्तूची निर्मिती करण्याचा उद्योग किंवा व्यवसाय लोक करतात. अशा प्रकारे उद्योग किंवा व्यवसाय निवडण्यासाठी किंमत यंत्रणा उपयुक्त ठरते.

किंमत यंत्रणेचे दोष / उणिवा / टीका :

किंमत यंत्रणा वर स्पष्ट केल्याप्रमाणे काही बाबतीत उपयुक्त असली तरी या यंत्रणेचे काही दोष सुद्धा आहेत. ते थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१) जीवनावश्यक वस्तूंच्या उत्पादनात घट :

श्रीमंत लोकांची चैनीच्या वस्तूला अधिक मागणी असते. तसेच चैनीच्या किंवा सुखसोयीच्या वस्तूंना किंमतही जास्त असते. त्यामुळे उत्पादक चैनीच्या वस्तूंच्या उत्पादनासाठी आपली उत्पादन साधने अधिक प्रमाणात वापरतात. त्यामुळे चैनीच्या वस्तूंचे उत्पादन वाढते. श्रीमंतांच्या गरजा पूर्ण होतात. परंतु गरीबांना जीवनावश्यक वस्तू पुरेशा प्रमाणात मिळत नाहीत. त्यामुळे त्यांच्यावर अन्याय होतो. शिवाय गरीबांची खरेदीशक्ती कमी असल्याने ते चैनीच्या वस्तू खरेदी करू शकत नाहीत. त्यामुळे चैनीच्या व सुखसोयीच्या वस्तूंनी बाजारपेठा खचाखच भरलेल्या असल्या तरी गरीबांना त्याचा लाभ होत नाही.

२) सरकारी हस्तक्षेपाचा परिणाम :

आजकाल जगातील सर्वच देशांच्या अर्थव्यवस्थेतील सरकारचा हस्तक्षेप वाढत गेलेला आपणास दिसून येतो. काही वस्तूंच्या किंमती सरकारकडून ठरवल्या जातात. त्यामुळे किंमत यंत्रणेवर मर्यादा पडतात.

३) पूर्ण स्पर्धेची मर्यादा :

ज्या देशात किंवा ज्या वस्तूंच्या बाबतीत पूर्ण स्पर्धा असते, त्याच देशात व त्याच वस्तूंच्या बाबतीत किंमत यंत्रणेचे कार्य चांगल्या प्रकारे चालते. परंतु पूर्ण स्पर्धा कोठेच दिसून येत नाही. त्यामुळे किंमत यंत्रणेच्या कार्यावर मर्यादा येतात.

४) सामाजिक न्याय प्रस्थापित करण्यात अडचणी :

देशात सामाजिक न्याय प्रस्थापित झाल्याशिवाय गोरगरिबांचा विकास होत नाही. खुल्या किंवा मुक्त भांडवलशाही अर्थव्यवस्थेत किंमत यंत्रणेच्या माध्यमातून सामाजिक न्याय प्रस्थापित करण्यात अनेक अडचणी येतात. अशा अर्थव्यवस्थेत गरीब लोक दैनंदिन वस्तू सुद्धा खरेदी करू शकत नाहीत. या वस्तूंच्या किंमती त्यांच्या आटोक्याबाहेरच्या असतात. त्यामुळे सामाजिक न्याय प्रस्थापित करणे अशक्य होते.

५) केवळ व्यक्तिगत गरजांचाच विचार :

किंमत यंत्रणेचा आणखी एक दोष म्हणजे किंमत यंत्रणा केवळ व्यक्तिगत गरजांचाच विचार करते. सामूहिक किंवा सामाजिक गरजांचा विचार करत नाही. शिक्षण, आरोग्य, वाहतूक, संरक्षण, न्यायदान व्यवस्था इत्यादी सामाजिक गरजांचा विचार होणे आवश्यक असते. कारण या गरजा पूर्ण झाल्याशिवाय समाजाचे महत्तम हित साध्य होत नाही. परंतु किंमत यंत्रणा सामूहिक गरजांचा विचार करत नाही. त्यामुळे किंमत यंत्रणेच्या उपयुक्ततेवर मर्यादा पडतात.

६) आर्थिक विषमतेत वाढ :

किंमत यंत्रणेमुळे भांडवलशाही देशात आर्थिक विषमता वाढत जाते. कारण श्रीमंतांची मागणी विचारात घेऊन उत्पादक उत्पादन करतात. गरीब लोक ज्या वस्तूंची मागणी करतात त्या वस्तू किरकोळ असतात आणि कमी किंमतीच्या असतात. त्यामुळे गरीबांच्याकडे दुर्लक्ष केले जाते. त्यामुळे आर्थिक विषमतेत वाढ होत जाते.

७) समाजवादी देशात कमी उपयुक्त :

समाजवादी देशात कोणत्या वस्तूंचे उत्पादन करायचे? कोणासाठी उत्पादन करायचे? उत्पादनासाठी कोणती पद्धती वापरायची? वस्तू व सेवांची किंमत किती आकारायची? इत्यादी विविध आर्थिक निर्णय सरकारकडूनच घेतले जातात. त्यामुळे समाजवादी देशात किंमत यंत्रणेला कमी महत्त्व असते.

अशा प्रकारे किंमत यंत्रणेचे गुण-दोष वरीलप्रमाणे स्पष्ट करता येतात.

१.२.३ सूक्ष्म अर्थशास्त्र – स्वरुप, व्याप्ती, महत्व, मर्यादा :

प्रास्ताविक :

रॅगनर फ्रिश (Ragner Frish) यांनी सर्वप्रथम सूक्ष्म अर्थशास्त्र (Micro Economics) हा शब्दप्रयोग वापरला. मॉरिस डॉब (Mourice Dobb) यांनीही या शब्दाचा वापर केला. तरीही फ्रिश यांच्यामुळे Micro व Macro Economics हे शब्द अधिक लोकप्रिय झाले आहेत. सूक्ष्म अर्थशास्त्रास 'अंशलक्षी अर्थशास्त्र' तसेच 'व्यष्टी अर्थशास्त्र' असेही म्हणतात. सूक्ष्म अर्थशास्त्र (Micro Economics) आणि समग्रलक्षी अर्थशास्त्र (Macro Economics) या आर्थिक विश्लेषणाच्या दोन पद्धती आहेत. व्यक्तिगत घटकांचा अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे अंशलक्षी अर्थशास्त्र होय. तर सामूहिक किंवा मोठ्या घटकांचा अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे समग्रलक्षी अर्थशास्त्र होय. सूक्ष्म अर्थशास्त्रास इंग्रजीत Micro Economics असे म्हणतात. ग्रीक भाषेतील 'Mikros' या शब्दापासून Micro हा इंग्रजी शब्द तयार झाला आहे. Mikros म्हणजे लहान (Small) होय. म्हणून Micro Economics म्हणजे अर्थव्यवस्थेतील लहानात लहान घटकांचा अभ्यास करणारे शास्त्र होय. ग्रीक शब्द Makros म्हणजे मोठा (large) होय. Macro हा शब्द ग्रीक शब्द Makros पासून बनला आहे. Macro Economics म्हणजे अर्थव्यवस्थेतील मोठ्या घटकांचा अभ्यास करणारे शास्त्र होय. (In other words, 'Micro' means individualistic and 'Macro' means aggregative) सूक्ष्म अर्थशास्त्राची व्याख्या आणि तिचा अर्थ खालील शब्दात स्पष्ट केला आहे.

सूक्ष्म अर्थशास्त्राची व्याख्या :

प्रा. के. ई. बोल्डिंग यांनी सूक्ष्म अर्थशास्त्राची व्याख्या खालीलप्रमाणे दिली आहे.

''विशिष्ट उद्योगसंस्थेचा, विशिष्ट कुटुंबाचा, व्यक्तिगत किंमती, वेतन आणि उत्पन्नाचा तसेच विशिष्ट उद्योगाचा आणि विशिष्ट वस्तूंचा अभ्यास करणारे अर्थशास्त्र म्हणजे सूक्ष्म अर्थशास्त्र होय.'' (According to Boulding, "Micro Economics is the study of particular firms, particular households, individual prices, wages, incomes, individual industries, particular commodities.")

वरील व्याख्येचा अर्थ असा की, सूक्ष्म अर्थशास्त्र अर्थव्यवस्थेतील सर्व उदयोगसंस्थांचा अभ्यास करत नाही. तर एखाद्या विशिष्ट उद्योगसंस्थेचा सूक्ष्म पद्धतीने अभ्यास करते. तसेच अनेक वस्तूंच्या किंमतींचा अभ्यास न करता एखाद्या वस्तूच्या किंमतीचाच अभ्यास करते. अनेक कारखान्यातील कामगारांच्या वेतनाचा अभ्यास न करता एखाद्या कारखान्यातील कामगारांच्या वेतनाचा अभ्यास करते. शेकडो, हजारो वस्तूंचा अभ्यास न करता एखाद्या विशिष्ट वस्तूचाच अभ्यास सूक्ष्म अर्थशास्त्र करते. थोडक्यात, सूक्ष्म अर्थशास्त्राचा अभ्यासाचा आवाका लहान असल्याने सूक्ष्म अर्थशास्त्र हे अर्थव्यवस्थेतील लहानात लहान घटकांचाच अभ्यास करते. प्रा. बोल्डींग यांनी सूक्ष्म अर्थशास्त्र आणि स्थूल अर्थशास्त्र यातील फरक अत्यंत सोप्या शब्दात सांगितला आहे. ते म्हणतात, ''जंगलातील एका झाडाचा अभ्यास म्हणजे सूक्ष्म अर्थशास्त्र होय. तर जंगलातील अनेक झाडांचा अभ्यास म्हणजे स्थूल अर्थशास्त्र होय.''

मॉरिस डॉब यांच्या मते, ''अर्थव्यवस्थेतील उपभोक्ते व उत्पादक यांच्या वर्तणुकीचा सूक्ष्म अभ्यास सूक्ष्म अर्थशास्त्र करते.'' (According to Prof. Mourice Dobb, "Micro Economics is, infact a microscopic study of the economy. It is like looking at the economy through microscope to find out the working of markets for individual commodities and the behaviour of individual consumer and producer.")

गार्डनर ॲकले यांच्या मते, ''विशिष्ट वस्तूंच्या आणि सेवांच्या किंमतीचा अभ्यास सूक्ष्म अर्थशास्त्र करते.'' (According to Gardner Ackley, "Micro-economics deals with the division of total output among individuals, products and firms and the allocation of resources among the competing groups. It considers the problems of income distribution. Its interest is in relative prices of particular goods and services.")

सूक्ष्म अर्थशास्त्राची व्याप्ती (Scope of Micro Economics) **:**

सूक्ष्म अर्थशास्त्रात ज्या घटकांचा किंवा विषयांचा अभ्यास केला जातो ते घटक म्हणजे सूक्ष्म अर्थशास्त्राची व्याप्ती होय. सूक्ष्म अर्थशास्त्रात अर्थशास्त्रातील खालील घटकांचा अभ्यास केला जातो.

१. वस्तूंच्या किंमत निश्चितीचे सिद्धांत :

सूक्ष्म अर्थशास्त्रात वस्तूंच्या किंमत निश्चितीच्या विविध सिद्धांतांचा अभ्यास केला जातो. वस्तूची व सेवेची किंमत कशी ठरते? याचा अभ्यास सूक्ष्म अर्थशास्त्र करते. वस्तूची किंमत वस्तूच्या मागणीवर आणि वस्तूंच्या पुरवठयावर अवलंबून असते. म्हणून मागणी आणि पुरवठ्याशी संबंधित घटकांचा अभ्यासही सूक्ष्म अर्थशास्त्रात केला जातो. उदाहरणार्थ मागणीचा नियम, मागणीची लवचिकता, सीमांत उपयोगितेचा नियम, पुरवठ्याचा नियम, समवृत्ती वक्र किंवा तटस्थता वक्र, उत्पादन खर्च आणि उत्पादन खर्चाचे प्रकार, प्राप्तीचे सिद्धांत, उत्पादन फलाचे विविध नियम इत्यादी विविध घटकांचा अभ्यास सूक्ष्म अर्थशास्त्रात केला जातो.

२. उत्पादन घटकांच्या किंमत निश्चितीचे सिद्धांत :

सूक्ष्म अर्थशास्त्रात वस्तू व सेवांच्या किंमत निश्चितीच्या सिद्धांताबरोबरच उत्पादन घटकांच्या किंमत निश्चितीच्या सिद्धांताचाही अभ्यास केला जातो. भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन हे प्रमुख चार घटक उत्पादनाचे घटक म्हणून ओळखले जातात. हे उत्पादनाचे घटक उत्पादनाच्या प्रक्रियेत भाग घेत असतात. म्हणून त्यांना मोबदला मिळत असतो. वस्तू व सेवा निर्माण केल्याबदल भूमी या उत्पादन घटकाच्या मालकाला खंड, श्रमाच्या मालकाला (कामगाराला) वेतन, भांडवलाच्या मालकाला व्याज आणि संयोजन या उत्पादन घटकाच्या मालकाला (संयोजकाला) नफा या स्वरुपात मोबदला मिळत असतो. अशा प्रकारे उत्पादन घटकांना खंड, वेतन, व्याज व नफा या स्वरुपात मिळणारे मोबदले कसे निश्चित होतात? याचा अभ्यास सूक्ष्म अर्थशास्त्रात केला जातो.

३. आर्थिक कल्याणाचे सिद्धांत :

आज जगातील जवळ जवळ सर्व देशांनी 'कल्याणकारी राज्याची' (Welfare State) ही संकल्पना स्वीकारली आहे. व्यक्तीला तिच्या उत्पन्नातून पुरेशा वस्तू व सेवा विकत घेता येत असतील तर त्या व्यक्तीचे आर्थिक कल्याण (Economic Welfare) झाले आहे असे म्हणता येते. सूक्ष्म अर्थशास्त्रात आर्थिक कल्याणाच्या विविध सिद्धांतांचा अभ्यास केला जातो. या अभ्यासाचा उपयोग सरकारला जनतेचे आर्थिक कल्याण वृद्धिंगत करण्यासाठी होतो.

सारांश : अशा प्रकारे सूक्ष्म अर्थशास्त्रात वस्तू व सेवांच्या किंमत निश्चितीचे सिद्धांत, उत्पादन घटकांच्या किंमत निश्चितीचे सिद्धांत, आर्थिक कल्याणाचे सिद्धांत इत्यादी विविध सिद्धांतांचा अभ्यास केला जातो. हे घटक किंवा अभ्यास विषय यांना सूक्ष्म अर्थशास्त्राची व्याप्ती असे म्हणतात.

सूक्ष्म अर्थशास्त्राचे महत्त्व :

सूक्ष्म अर्थशास्त्र या आर्थिक विश्लेषण पद्धतीचे गुण/महत्त्व/फायदे/उपयोग खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१. व्यक्तिगत आर्थिक प्रश्न सोडविण्यासाठी उपयुक्त :

समाजातील प्रत्येक व्यक्तीला विविध आर्थिक प्रश्नांना तोंड द्यावे लागत असते. सूक्ष्म अर्थशास्त्र व्यक्तिगत घटकांचा अभ्यास करत असल्याने सूक्ष्म अर्थशास्त्रामुळे व्यक्तिगत आर्थिक प्रश्न माहित होतात. तसेच हे शास्त्र आर्थिक प्रश्नांची केवळ चर्चा करत नाही. तर हे प्रश्न कसे सोडवावेत? याबाबत मार्गदर्शन सुद्धा करते. त्यामुळे व्यक्तिगत आर्थिक प्रश्न सोडविण्यासाठी सूक्ष्म अर्थशास्त्राचा उपयोग होतो.

२. राष्ट्राच्या आर्थिक विकासासाठी फायदेशीर :

व्यक्तिगत घटकांचा विकास झाला की देशाचा आर्थिक विकास घडून येतो. कामगार, उद्योजक, शेतकरी यांना व्यक्तिगत घटक असे म्हणतात. या सर्व व्यक्तिगत घटकांच्या विकासावरच राष्ट्राचा आर्थिक विकास अवलंबून असतो. सूक्ष्म अर्थशास्त्र अर्थव्यवस्थेतील शेतकरी, कामगार, व्यावसायिक इत्यादी विविध घटकांचा अभ्यास करत असल्याने व या व्यक्तिगत घटकांना भेडसावणाऱ्या प्रश्नावर उपाय योजना सुचवत असल्याने त्याचा फायदा देशाच्या विकासाला होतो. व्यक्तिगत प्रश्न सूक्ष्म अर्थशास्त्र सोडवत असल्याने राष्ट्राच्या आर्थिक विकासाचा वेग वाढण्यास मदत होते.

३. अर्थव्यवस्थेचे स्वरुप समजून घेण्यास उपयुक्त :

देशातील व्यक्तींच्या उत्पन्नावरुन, उपभोगावरुन, बचतीवरुन आणि उपभोग खर्चावरुन अर्थव्यवस्थेचे स्वरुप समजते. जर देशातील लोकांचे उत्पन्न, उपभोग, बचत आणि उपभोग खर्च जास्त असेल तर देशाची अर्थव्यवस्था विकसित किंवा प्रगत आहे असा निष्कर्ष काढता येतो. याऊलट लोकांचे उत्पन्न, उपभोग, बचत आणि उपभोग खर्च किंवा वस्तू व सेवांची मागणी कमी असेल तर देश गरीब किंवा मागासलेला आहे हे स्पष्ट होते. सूक्ष्म

अर्थशास्त्र हे अर्थव्यवस्थेतील उत्पन्न, उपभोग, बचत, उपभोग खर्च इत्यादी व्यक्तिगत घटकांचा अभ्यास करीत असल्याने त्या अभ्यासावरुन अर्थव्यवस्था विकसित आहे की अविकसित आहे ते समजून येते. म्हणून सूक्ष्म अर्थशास्त्र हे अत्यंत उपयुक्त मानले जाते.

४. औद्योगिक क्षेत्रास उपयुक्त :

सूक्ष्म अर्थशास्त्र औदयोगिक क्षेत्रासही अत्यंत उपयुक्त आहे. हे शास्त्र उदयोगसंस्थांच्या म्हणजेच कारखान्यांच्या समस्यांचा अभ्यास करते आणि या समस्यावर उपायही सुचवते. सूक्ष्म अर्थशास्त्र एका कारखान्याचा किंवा एका उत्पादन संस्थेचा सूक्ष्म, सविस्तर किंवा संपूर्ण अभ्यास करत असते. म्हणून सूक्ष्म अर्थशास्त्र औदयोगिक क्षेत्रासाठीही उपयुक्त आणि मार्गदर्शक आहे असे म्हटले जाते.

५. आर्थिक कल्याण :

सूक्ष्म अर्थशास्त्राच्या सहाय्याने देशातील लोकांचे आर्थिक कल्याण कितपत झाले आहे ते समजते. उपभोग, उत्पन्न, बचत इत्यादी घटकावर लोकांचे आर्थिक कल्याण अवलंबून असते. लोकांची उपभोग, उत्पन्न आणि बचत पातळी जर जास्त असेल तर लोकांचे आर्थिक कल्याण झाले आहे असे आपण म्हणू शकतो. सूक्ष्म अर्थशास्त्र लोकांच्या उपभोग, बचत, उत्पादन, उत्पन्न इत्यादी घटकांचा अभ्यास करीत असल्याने त्या अभ्यासावरुन देशातील लोकांचे आर्थिक कल्याण झाले आहे की नाही ते समजते. म्हणून आर्थिक कल्याण समजण्यासाठी सूक्ष्म अर्थशास्त्र अत्यंत उपयुक्त मानले जाते.

६. भांडवलशाही अर्थव्यवस्थेचे कामकाज समजण्यास उपयुक्त :

खुल्या किंवा भांडवलशाही अर्थव्यवस्थेत उत्पादकांची तसेच ग्राहकांची संख्या मोठी असते. उत्पादक ज्या वस्तू व सेवांचे उत्पादन करत असतात, त्यांचे वितरण किंमत यंत्रणेमार्फत उपभोक्त्यामध्ये होत असते. हे वितरण किंवा वाटप कसे होते? याची माहिती सूक्ष्म अर्थशास्त्राच्या साहाय्याने होते. तसेच वस्तू व सेवा तयार करण्यासाठी उत्पादक उत्पादन साधनांचे वाटप कशा प्रकारे करतात? याची माहिती सुद्धा सूक्ष्म अर्थशास्त्राच्या साहाय्याने होते. म्हणून सूक्ष्म अर्थशास्त्र खुल्या किंवा भांडवलशाही अर्थव्यवस्थेच्या दृष्टीने अत्यंत उपयुक्त आहे.

७. सरकारला उपयुक्त :

सूक्ष्म अर्थशास्त्राचा व्यक्ती आणि उद्योगसंस्था यांच्याबरोबरच सरकारलाही उपयोग होतो. सूक्ष्म अर्थशास्त्र व्यक्तिगत किंमतींचा अभ्यास करत असल्याने सरकार जनतेला ज्या विविध सेवा पुरवते, त्या सेवांच्या किंमती निश्चित करण्यासाठी सरकारला सूक्ष्म अर्थशास्त्र विश्लेषण पद्धतीचा उपयोग होतो.

८. समग्रलक्षी अर्थशास्त्राच्या अभ्यासासाठी उपयुक्त :

सूक्ष्म अर्थशास्त्राचा समग्रलक्षी अर्थशास्त्राच्या अभ्यासालाही उपयोग होतो. शेतकरी, कामगार, व्यावसायिक इत्यादी व्यक्तिगत घटकांनी मिळून अर्थव्यवस्था बनलेली असते. या व्यक्तिगत घटकांचा अभ्यास सूक्ष्म

अर्थशास्त्र करते. या व्यक्तिगत घटकांच्या अभ्यासावरुन स्थूल पातळीवर निष्कर्ष काढता येतात. म्हणून सूक्ष्म अर्थशास्त्राचा समग्रलक्षी अर्थशास्त्राच्या अभ्यासाला उपयोग होतो.

९. करविषयक धोरण आखण्यास उपयुक्त :

उत्पन्न कर, विक्री कर असे विविध प्रकारचे कर सरकार जनतेवर बसवत असते. या करांचे जनतेवर होणारे परिणाम सूक्ष्म अर्थशास्त्राच्या सहाय्याने अभ्यासता येतात. त्यावरुन करात वाढ करावी की घट करावी ते सरकारला समजते. म्हणून करविषयक धोरण आखण्यासाठी सरकारला सूक्ष्म अर्थशास्त्र अत्यंत उपयुक्त पडते.

१०. उत्पादन साधनांचा योग्य वापर करण्यास उपयुक्त :

मनुष्याच्या गरजा असंख्य असतात. परंतु त्या गरजा पूर्ण करणारी उत्पादनाची साधने मात्र मर्यादित असतात. या मर्यादित उत्पादन साधनांचा योग्य आणि कार्यक्षम वापर कसा करावयाचा? याचे मार्गदर्शन सूक्ष्म अर्थशास्त्र आपणास देते. म्हणून सूक्ष्म आर्थिक विश्लेषण पद्धती अत्यंत उपयुक्त मानली जाते.

११. आंतरराष्ट्रीय व्यापार वृध्दीसाठी उपयुक्त :

सूक्ष्म अर्थशास्त्राचा आंतरराष्ट्रीय व्यापार वृद्धीसाठीही उपयोग होतो. सूक्ष्म अर्थशास्त्र आंतरराष्ट्रीय व्यापाराशी संबंधित विविध घटकांचा अभ्यास करते. या अभ्यासाचा उपयोग देशाचा आंतरराष्ट्रीय व्यापार वृदिधंगत करण्यासाठी आणि आंतरराष्ट्रीय व्यापाराचे अधिकाधिक लाभ मिळवण्यासाठी होतो. म्हणून सूक्ष्म अर्थशास्त्र उपयुक्त मानले जाते.

सारांश : अशा प्रकारे सूक्ष्म अर्थशास्त्रामुळे व्यक्तिगत आर्थिक प्रश्न समजून घेऊन सोडवता येतात. सूक्ष्म अर्थशास्त्र जसे व्यावसायिकांना उपयुक्त असते तसेच ते सरकारला सुद्धा उपयुक्त असते. सूक्ष्म अर्थशास्त्राच्या अभ्यासामुळे अर्थव्यवस्था प्रगत आहे की अप्रगत आहे ते समजते. तसेच देशातील नागरिकांचे आर्थिक कल्याण झाले आहे की नाही ते सुद्धा समजते. या सर्व बाबीमुळे सूक्ष्म अर्थशास्त्र (अंशलक्षी अर्थशास्त्र) अत्यंत उपयुक्त मानले जाते.

सूक्ष्म अर्थशास्त्राच्या मर्यादा (Limitations of Micro Economics) **:**

सूक्ष्म अर्थशास्त्राचे काही फायदे असले तरी या शास्त्राच्या काही मर्यादा सुद्धा आहेत. यालाच सूक्ष्म अर्थशास्त्र पद्धतीचे दोष किंवा उणिवा असे सुद्धा म्हणतात.

१. काल्पनिक गृहीतावर आधारित :

सूक्ष्म अर्थशास्त्र हे चूकीच्या, काल्पनिक किंवा अवास्तव गृहीतावर आधारित आहे. उदाहरणार्थ १) बाजारात पूर्ण स्पर्धा असते. २) देशात पूर्ण रोजगाराची परिस्थिती असते. या गृहीतावर सूक्ष्म अर्थशास्त्र आधारित आहे. परंतु प्रत्यक्षात ही दोन्ही गृहिते आढळून येत नाहीत. जगातील कोणत्याच देशात पूर्ण स्पर्धा आणि पूर्ण रोजगार आढळून येत नसल्याने या चुकीच्या गृहीतावर काढलेले निष्कर्षही चुकीचे येतात.

२. संपूर्ण अर्थव्यवस्थेची परिस्थिती समजणे कठीण :

सूक्ष्म अर्थशास्त्राची दुसरी महत्वाची मर्यादा म्हणजे या शास्त्राच्या अभ्यासाने संपूर्ण अर्थव्यवस्थेची खरी परिस्थिती समजून येत नाही. हे शास्त्र अर्थव्यवस्थेतील लहान लहान घटकांचा किंवा व्यक्तिगत घटकांचा अभ्यास करीत असल्याने देशाच्या अर्थव्यवस्थेची परिस्थिती नेमकेपणाने समजून येत नाही.

३. राष्ट्राच्या दृष्टीने महत्वाच्या प्रश्नांचा अभ्यास अशक्य :

बेरोजगारी, भाववाढ, पैशाच्या पुरवठयातील वाढ किंवा घट हे आर्थिक प्रश्न राष्ट्राच्या दृष्टीने अत्यंत महत्वाचे असतात. परंतु सूक्ष्म अर्थशास्त्र या प्रश्नांचा अभ्यास करत नाही. कारण या शास्त्राचा अभ्यासाचा आवाका लहान असतो. हे शास्त्र केवळ लहान घटकांचा किंवा व्यक्तिगत घटकांचा अभ्यास करीत असल्याने बेरोजगारीसारख्या महत्वाच्या राष्ट्रीय प्रश्नांचा अभ्यास करु शकत नाही, ही या शास्त्राची महत्वाची मर्यादा आहे.

४. निष्कर्ष अविश्वसनीय :

सूक्ष्म अर्थशास्त्राच्या अभ्यासाने काढलेले निष्कर्ष फारसे विश्वसनीय मानले जात नाहीत. कारण या शास्त्राच्या सहाय्याने अभ्यास करण्यासाठी जी आकडेवारी किंवा माहिती जमवलेली असते, ती फारशी खरी नसते. उदाहरणार्थ भारतासारख्या विकसनशील देशातील बहुसंख्य शेतकरी उत्पन्नाची, उत्पादनाची पुरेशी नोंद ठेवत नाहीत. तसेच ते सरकारी कर्मचाऱ्यांना पुरेशी व खरी माहिती देत नाहीत. त्यामुळे अपुऱ्या व अविश्वसनीय आकडेवारीच्या साहाय्याने काढण्यात आलेले निष्कर्षही अविश्वसनीय असतात.

५. व्यक्तिगत निष्कर्ष समूहाला किंवा समाजाला लागू करणे अशक्य :

सूक्ष्म अर्थशास्त्र (अंशलक्षी अर्थशास्त्र) व्यक्तिगत घटकांचा अभ्यास करून निष्कर्ष काढते. परंतु व्यक्तिगत निष्कर्ष समूहाला किंवा संपूर्ण समाजाला लागू पडत नाहीत. उदाहरणार्थ एखाद्या ग्राहकाने वस्तूची मागणी कमी केली तर त्याचे एकूण अर्थव्यवस्थेवर किंवा औदयोगिक क्षेत्रावर कोणतेच वाईट परिणाम होणार नाहीत. परंतु संपूर्ण समाजाचीच वस्तूची मागणी कमी झाली तर त्याचे अर्थव्यवस्थेवर वाईट परिणाम होतील. समाजाची मागणी कमी झाल्यास मंदी निर्माण होऊन अर्थव्यवस्थेचा विकास ठप्प होतो. म्हणून सूक्ष्म अर्थशास्त्राच्या अभ्यासाने काढलेले व्यक्तिगत निष्कर्ष समाजाला लागू करता येत नाहीत. तसे केले तर अनेक समस्या निर्माण होतात.

६. खुल्या भांडवलशाहीलाच लागू :

सूक्ष्म अर्थशास्त्र किंवा सूक्ष्म अर्थशास्त्राचे विश्लेषण खुल्या किंवा मुक्त भांडवलशाही देशानांच लागू पडते. परंतु सर्वच देशांची अर्थव्यवस्था खुली किंवा मुक्त नाही. तसेच गोरगरीबांना जीवनावश्यक वस्तू योग्य किंमतीला मिळाव्यात यासाठी सरकार आपल्या स्वस्त धान्य दुकानामार्फत कमी किंमतीला अन्नधान्य व इतर मालाची विक्री करत असते. तसेच सरकार काही वस्तूंच्या आधारभूत किंमती निश्चित करत असते. परंतु सूक्ष्म अर्थशास्त्र हे निर्हस्तक्षेप धोरणावर आधारलेले असल्याने हे शास्त्र ज्या देशात अर्थव्यवस्थेत सरकारचा हस्तक्षेप चालत असतो, त्या देशात फारसे उपयोगी पडत नाही.

७. अनिश्चित निष्कर्ष :

सूक्ष्म अर्थशास्त्राच्या अभ्यासाने काढले जाणारे निष्कर्ष हे अनिश्चित किंवा अंदाजयुक्त असतात. कारण हे शास्त्र एकूण मागणी, एकूण पुरवठा, एकूण बचत, एकूण गुंतवणूक, एकूण उत्पादन अशा सामूहिक घटकांचा अभ्यास करत नाही. तर व्यक्तिगत मागणी, व्यक्तिगत बचत, व्यक्तिगत उत्पन्न अशा व्यक्तिगत किंवा लहान घटकांचा अभ्यास करते. अशा व्यक्तिगत घटकांच्या अभ्यासावरुन एकूण मागणी, एकूण बचत निश्चित व अचूक सांगता येत नाही. म्हणून सूक्ष्म अर्थशास्त्राच्या आधारे काढलेल्या निष्कर्षात अनिश्चितता अधिक असते. त्यात अचूकता कमीच असते.

सारांश : अशा प्रकारे सूक्ष्म अर्थशास्त्र अभ्यास पद्धतीच्या काही मर्यादा वरीलप्रमाणे स्पष्ट केल्या आहेत. सूक्ष्म अर्थशास्त्राच्या काही मर्यादा असल्या तरी किंवा या अर्थशास्त्राचे काही दोष असले तरी हे शास्त्र कुचकामी नाही. व्यक्तिगत आर्थिक प्रश्न सोडविण्यासाठी आणि देशातील व्यक्तींचे आर्थिक कल्याण झाले आहे की नाही हे पाहण्यासाठी सूक्ष्म अर्थशास्त्र हे उपयुक्तच ठरते. सूक्ष्म अर्थशास्त्र जरी परिपूर्ण नसले तरी काही प्रश्नांचा किंवा अर्थशास्त्रातील काही घटकांचा अभ्यास करण्यासाठी सूक्ष्म अर्थशास्त्राचाच आधार घ्यावा लागतो. त्यासाठी सूक्ष्म अर्थशास्त्र अत्यंत उपयोगी पडते.

१.२.४ सूक्ष्म अर्थशास्त्र आणि स्थूल अर्थशास्त्र यातील फरक :

प्रास्ताविक :

सूक्ष्म अर्थशास्त्र (Micro Economics) आणि स्थूल अर्थशास्त्र (Macro Economics) या आर्थिक विश्लेषणाच्या प्रमुख दोन पद्धती आहेत. या दोन्ही पद्धतीतील फरक थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केला आहे.

सूक्ष्म अर्थशास्त्र	स्थूल अर्थशास्त्र
१) व्याख्या अर्थव्यवस्थेतील लहानात लहान घटकांचा अभ्यास करणारे सामाजिक शास्त्र म्हणजे सूक्ष्म अर्थशास्त्र किंवा अंशलक्षी अर्थशास्त्र होय.	**१) व्याख्या** अर्थव्यवस्थेतील मोठ्या घटकांचा अभ्यास करणारे सामाजिक शास्त्र म्हणजे स्थूल अर्थशास्त्र किंवा समग्रलक्षी अर्थशास्त्र होय.
२) विशिष्ट घटकांचा अभ्यास सूक्ष्म अर्थशास्त्र हे अर्थव्यवस्थेतील विशिष्ट घटकांचा अभ्यास करते.	**२) सामूहिक घटकांचा अभ्यास** स्थूल अर्थशास्त्र हे विशिष्ट घटकांचा अभ्यास करत नाही. तर अर्थव्यस्थेतील सामूहिक किंवा मोठ्या घटकांचा अभ्यास करते.

३) मूल्यसिद्धांत मुख्य विषय मूल्यसिद्धांत (Price Theory) हा सूक्ष्मअर्थ-शास्त्राचा अभ्यासाचा मुख्य विषय आहे.	**३) उत्पन्न सिद्धांत मुख्य विषय** उत्पन्न सिद्धांत (Income Theory) हा समग्रलक्षी अर्थशास्त्राचा मुख्य अभ्यास विषय आहे.
४) साधे, सोपे विश्लेषण सूक्ष्म अर्थशास्त्राचे विश्लेषण साधे, सोपे असते.	**४) कठीण, गुंतागुंतीचे विश्लेषण** समग्रलक्षी अर्थशास्त्राचे विश्लेषण कठीण व गुंतागुंतीचे असते.
५) 'सीमांत विश्लेषण' हा आधार सूक्ष्म अर्थशास्त्र हे सीमांत विश्लेषणावर आधारित आहे. सीमांत विश्लेषण हा या अर्थशास्त्राचा आधार आहे.	**५) सीमांत विश्लेषण आधार नाही** स्थूल अर्थशास्त्र हे सीमांत विश्लेषणावर (Marginal Analysis) आधारलेले नाही.
६) ॲडम स्मिथ हे जनक प्रसिद्ध अर्थशास्त्रज्ञ ॲडम स्मिथ यांना सूक्ष्म अर्थशास्त्राचे जनक मानले जाते. त्यांनी सूक्ष्म अर्थशास्त्राची मांडणी सर्वप्रथम केली.	**६) थॉमस माल्थस हे जनक** अर्थशास्त्रज्ञ थॉमस माल्थस यांना स्थूल अर्थशास्त्राचे जनक मानले जाते. त्यांनी स्थूल अर्थशास्त्र पद्धतीने अर्थशास्त्रीय सिद्धांत मांडण्यास सुरवात केली.
७) मृत्यू पावणाऱ्या व्यक्तींचा अभ्यास सूक्ष्म अर्थशास्त्र हे मृत्यू पावणाऱ्या व्यक्तींचा अभ्यास करते. व्यक्ती अमर नसतात.	**७) अमर अशा समाजाचा अभ्यास** व्यक्ती मरण पावतात. परंतु समाज मरण पावत नाही. समाज अमर असतो. अशा अमर समाजाचा अभ्यास स्थूल अर्थशास्त्र करते.
८) वापर पूर्वीपासून आर्थिक विश्लेषणासाठी सूक्ष्म अर्थशास्त्राचा वापर फार पूर्वीपासून केला जात आहे.	**८) वापर अलीकडच्या काळापासून** आर्थिक विश्लेषणासाठी स्थूल अर्थशास्त्र पद्धतीचा वापर अलीकडच्या काळापासून केला जात आहे.

९) वस्तुनिष्ठ अर्थशास्त्र सूक्ष्म अर्थशास्त्रास वस्तुनिष्ठ अर्थशास्त्र किंवा व्यक्तिनिष्ठ अर्थशास्त्र असे म्हणतात.	**९) समाजनिष्ठ अर्थशास्त्र** समग्रलक्षी अर्थशास्त्रास समाजनिष्ठ अर्थशास्त्र किंवा राष्ट्रनिष्ठ अर्थशास्त्र असे म्हणतात.
१०) तत्वांची चर्चा सूक्ष्म अर्थशास्त्रात तत्वांची किंवा सिद्धांतांची चर्चा केली जाते.	**१०) धोरणांची चर्चा** स्थूल अर्थशास्त्रात संपूर्ण देशाला लागू पडणाऱ्या धोरणांची चर्चा केली जाते.
११) वास्तवापासून काहीसे दूर सूक्ष्म अर्थशास्त्रास वास्तवापासून दूर गेलेले अर्थशास्त्र असे म्हणतात. कारण पूर्ण रोजगारा-सारख्या गृहीतावर हे अर्थशास्त्र आधारित आहे.	**११) वास्तवाच्या जवळचे अर्थशास्त्र** स्थूल अर्थशास्त्रास वास्तवाच्या जवळ असलेले अर्थशास्त्र असे म्हणतात. हे शास्त्र पूर्ण रोजगारासाख्या काल्पनिक गृहितावर आधारित नाही.
१२) अभ्यासाचे विषय सूक्ष्म अर्थशास्त्रात वस्तू, उत्पादन घटक आणि आर्थिक कल्याणाच्या सिद्धांतांचा अभ्यास केला जातो.	**१२) अभ्यासाचे विषय** समग्रलक्षी अर्थशास्त्रात उत्पन्न व रोजगार सिद्धांत, चलनविषयक सिद्धांत, आर्थिक विकास व वृद्धीच्या सिद्धांतांचा अभ्यास केला जातो.
१३) असंख्य गृहीतावर आधारित सूक्ष्म अर्थशास्त्र हे अनेक गृहीतावर आधारित आहे.	**१३) गृहीतापासून दूर** सूक्ष्म अर्थशास्त्र ज्या गृहीतावर आधारित आहे त्यापासून स्थूल अर्थशास्त्र दूर आहे.
१४) संकुचित स्वरुप सूक्ष्म अर्थशास्त्र हे संकुचित स्वरुपाचे आहे. कारण या शास्त्रात अर्थव्यवस्थेतील लहानात लहान घटकांचा अभ्यास केला जातो.	**१४) व्यापक स्वरुप** स्थूल अर्थशास्त्र हे व्यापक स्वरुपाचे आहे. कारण हे शास्त्र अर्थव्यवस्थेतील मोठ्या घटकांचा अभ्यास करते.

सारांश : अशा प्रकारे सूक्ष्म अर्थशास्त्र व स्थूल अर्थशास्त्र या दोन्ही आर्थिक विश्लेषण पद्धतीत असलेला फरक थोडक्यात वरीलप्रमाणे स्पष्ट केला आहे. या दोन्ही अर्थशास्त्रात जरी भेद असला तरी या दोन्ही अर्थशास्त्र विश्लेषण पद्धती परस्परविरोधी नसून परस्पर पूरक आहेत. दोन्हीही विश्लेषण पद्धती श्रेष्ठ असून अर्थतज्ञ दोन्हीही पद्धतींचा वापर आर्थिक विश्लेषणासाठी करत असतात.

१.३ सारांश :

आर्थिक प्रश्नांचा अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे अर्थशास्त्र होय. हे आर्थिक प्रश्न मनुष्याला (समाजाला, सरकारला) भेडसावत असतात. मनुष्याच्या इच्छा आणि गरजा ज्या साधनामुळे पूर्ण करता येतात ती साधने अत्यंत मर्यादित असतात. तसेच मनुष्याच्या इच्छा किंवा गरजा कधीही संपत नाहीत. त्यामुळे आर्थिक प्रश्न निर्माण होतात. हे आर्थिक प्रश्न सोडविण्याचे काम अर्थशास्त्र करत असते. त्यामुळे मनुष्याच्या, समाजाच्या आणि सरकारच्या दृष्टीने अर्थशास्त्र हे मार्गदर्शक शास्त्र ठरते. व्यक्ती, उदयोगसंस्था, समाज आणि सरकार समोरील समस्यांचा अभ्यास करुन या समस्या सोडविण्याचे काम अर्थशास्त्र करत असते. अर्थशास्त्रात आर्थिक विश्लेषणाच्या काही पदधती आहेत. त्यामध्ये सूक्ष्म अर्थशास्त्र आणि स्थूल अर्थशास्त्र हया प्रमुख दोन पदधती आहेत. हया पदधतीचे काही गुण आहेत तसेच काही दोष सुदधा आहेत. संशोधक या दोन्ही पदधतींचा वापर करुन अर्थशास्त्रीय संशोधन आणि अभ्यास करत असतात.

१.४ पारिभाषिक शब्द व त्यांचे अर्थ :

१) **साध्ये –** मनुष्याच्या इच्छा, गरजा किंवा साध्ये (wants/ends) अमर्यादित असतात.

२) **आर्थिक प्रश्न** – अमर्यादित गरजा, मर्यादित साधनसामग्री आणि साधनांना असणारे अनेक उपयोग यामुळे जे प्रश्न निर्माण होतात, त्यास आर्थिक प्रश्न म्हणतात.

३) **उत्पादन** – वस्तू व सेवा म्हणजे उत्पादन होय. मनुष्याकडून उपयोगितेची जी निर्मिती होते, उपयोगितेमध्ये जी वाढ होते, त्यास उत्पादन असे म्हणतात.

४) **उपभोग** – लोक वस्तू व सेवांची जी खरेदी करतात त्यास उपभोग असे म्हणतात.

५) **राजस्व** – सरकारच्या उत्पन्न व खर्चाचा अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे राजस्व किंवा सार्वजनिक आयव्यय होय.

६) **सूक्ष्म अर्थशास्त्र** – अर्थव्यवस्थेतील लहान घटकांचा अभ्यास करणारे अर्थशास्त्र

७) **स्थूल अर्थशास्त्र** – अर्थव्यवस्थेतील मोठया घटकांचा अभ्यास करणारे अर्थशास्त्र

८) **अर्थव्यवस्था** – मनुष्याला जगण्यासाठी साधनसामग्री पुरवणारी रचना

९) **वितरण/वाटप** – देशात तयार झालेल्या उत्पादनाचे/राष्ट्रीय उत्पन्नाचे वाटप उत्पादन घटकांमध्ये (भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन) खंड, वेतन, व्याज व नफा या स्वरुपात केले जाते.

१०) **पूर्ण रोजगार** – उत्पादनाचे सर्व घटक वापरात असणे.

११) **व्यावसायिक अर्थशास्त्र –** उत्पादन संस्थेला मार्गदर्शन करणारे शास्त्र म्हणजे व्यावसायिक (व्यापारी) अर्थशास्त्र होय.

१२) **मुक्त अर्थव्यवस्था –** मुक्त अर्थव्यवस्थेला खुली अर्थव्यवस्था (Open Economy) असे म्हणतात. जो

देश आंतरराष्ट्रीय व्यापारात म्हणजे आयात-निर्यातीत भाग घेतो त्या देशाची अर्थव्यवस्था ही मुक्त अर्थव्यवस्था (Free Economy) असते.

१३) **किंमत यंत्रणा –** राष्ट्राच्या दृष्टीने महत्त्वाच्या असणाऱ्या मूलभूत आर्थिक प्रश्नांची सोडवणूक करणारी यंत्रणा म्हणजे किंमत यंत्रणा होय.

१४) **फलन –** फलन म्हणजे दोन किंवा अधिक आर्थिक घटकामधील संबंध स्पष्ट करणारी गणिती संकल्पना होत. त्यास फलनात्मक संबंध (Functional Relationship) असे म्हणतात.

१५) **अनुसूची –** अनुसूचीला पत्रक असेही म्हणतात. एका आर्थिक घटकात बदल झाला असता त्यामुळे दुसऱ्या आर्थिक घटकात किती बदल होतो ते स्पष्ट करणारे पत्रक म्हणजे अनुसूची (schedule) होय.

१६) **समीकरण –** दोन आर्थिक चलामध्ये असणारे समानता संबंध दर्शविणारे विधान म्हणजे समीकरण होय.

१.५ स्वयंअध्ययन प्रश्न व त्यांची उत्तरे :

१. .... यांना अर्थशास्त्राचा जनक असे म्हणतात.

अ) केन्स ब) ॲडम स्मिथ

क) मार्शल ड) माल्थस

२. .... मध्ये ॲडम स्मिथ यांनी 'राष्ट्राची संपत्ती' हा ग्रंथ लिहिला

अ) १७७६ ब) १८७६

क) १९७६ ड) १९९०

३. आल्फ्रेड मार्शल यांनी...........साली 'अर्थशास्त्राची तत्वे' हा ग्रंथ लिहिला

अ) १६९० ब) १८८०

क) १८९० ड) १८९५

४. .... यांनी १९३१ मध्ये 'अर्थशास्त्राचे स्वरुप आणि महत्त्व' हा ग्रंथ लिहिला.

अ) केन्स ब) से

क) मार्शल ड) रॉबिन्स

५. .... यांच्या मते अर्थशास्त्र हे संपत्तीचे शास्त्र आहे.

अ) केन्स ब) मार्शल

क) ॲडम स्मिथ ड) से

६. ....यांच्या मते दैनंदिन जीवनातील मानवी व्यवहारांचा अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे अर्थशास्त्र होय. मानवी जीवनाचा व संपत्तीचा अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे अर्थशास्त्र होय.

अ) डॉ. मार्शल ब) केन्स

क) कौटिल्य ड) माल्थस

७. ....यांच्या मते उत्पन्न आणि रोजगार निश्चित करणाऱ्या घटकांचा अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे अर्थशास्त्र होय.

अ) पिगू ब) रॉबर्टसन

क) माल्थस ड) केन्स

८. अर्थशास्त्र हे .... आहे.

अ) शास्त्र ब) वस्तुनिष्ठ शास्त्र

क) आदर्शनिष्ठ शास्त्र ड) व्यावहारिक शास्त्र

९. मनुष्याकडून उपयोगितेची जी निर्मिती होते, त्यास .... म्हणतात.

अ) संपत्ती ब) पैसा

क) वस्तू ड) उत्पादन

१०. उपभोगात घट झाली तर .... निर्माण होते.

अ) तेजी ब) मंदी

क) भाववाढ ड) यापैकी नाही

११. सरकारच्या उत्पन्न व खर्चाचा अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे .... होय.

अ) राजस्व ब) अर्थशास्त्र

क) राज्यशास्त्र ड) नीतिशास्त्र

१२. अर्थव्यवस्थेतील लहान घटकांचा अभ्यास करणारे अर्थशास्त्र म्हणजे........होय.

अ) सूक्ष्म अर्थशास्त्र ब) सामान्य अर्थशास्त्र

क) समग्र अर्थशास्त्र ड) स्थूल अर्थशास्त्र

१३. अर्थव्यवस्थेतील मोठया घटकांचा अभ्यास करणारे अर्थशास्त्र म्हणजे .... होय.

अ) समग्र अर्थशास्त्र ब) अंशलक्षी अर्थशास्त्र

क) गतिमान अर्थशास्त्र ड) यापैकी नाही

१४. .... अर्थशास्त्र सामाजिक व राष्ट्रीय प्रश्नांचा अभ्यास करते.

अ) सूक्ष्म ब) स्थूल

क) सामान्य अर्थशास्त्र ड) अंशलक्षी

१५. .... हे शास्त्र मृत्यू पावण्याऱ्या व्यक्तींचा अभ्यास करते.

अ) स्थूल अर्थशास्त्र ब) सूक्ष्म अर्थशास्त्र

क) राजस्व ड) बृहत् अर्थशास्त्र

१६. .... हे शास्त्र अमर अशा समाजाचा अभ्यास करते.

अ) स्थूल अर्थशास्त्र ब) सूक्ष्म अर्थशास्त्र

क) गतिमान अर्थशास्त्र ड) राजस्व

१७. .... यास वस्तुनिष्ठ अर्थशास्त्र म्हणतात.

अ) सूक्ष्म अर्थशास्त्र ब) स्थूल अर्थशास्त्र

क) राजस्व ड) इतर

१८. .... यास समाजनिष्ठ अर्थशास्त्र म्हणतात.

अ) स्थूल अर्थशास्त्र ब) सूक्ष्म

क) अंशलक्षी ड) राजस्व

१९. .... अर्थशास्त्र असंख्य गृहितावर आधारित आहे. त्यामुळे ते काहीसे वास्तवापासून दूर गेलेले आहे.

अ) स्थूल ब) सूक्ष्म

क) राजस्व ड) सामाजिक

२०. व्यावसायिक अर्थशास्त्रास .... म्हणतात.

अ) व्यापारी अर्थशास्त्र ब) व्यवस्थापकीय अर्थशास्त्र

क) अ आणि ब ड) यापैकी नाही

उत्तरे :

१) ब	२) अ	३) क	४) ड	५) क
६) अ	७) ड	८) इ	९) ड	१०) ब
११) अ	१२) अ	१३) अ	१४) ब	१५) ब
१६) अ	१७) अ	१८) अ	१९) ब	२०) क

१.६ सरावासाठी स्वाध्याय :

अ) टीपा लिहा.

१) अर्थशास्त्र

२) सूक्ष्म अर्थशास्त्र

३) आर्थिक प्रश्न

४) किंमत यंत्रणा

५) व्यावसायिक अर्थशास्त्र

ब) थोडक्यात उत्तरे लिहा.

१) अर्थशास्त्र म्हणजे काय? अर्थशास्त्राचे स्वरुप व व्याप्ती स्पष्ट करा.

२) सूक्ष्म अर्थशास्त्राचे स्वरुप व व्याप्ती स्पष्ट करा.

३) सूक्ष्म अर्थशास्त्राचे महत्त्व आणि मर्यादा स्पष्ट करा.

४) सूक्ष्म अर्थशास्त्र व स्थूल अर्थशास्त्र यातील फरक स्पष्ट करा.

५) अर्थव्यवस्थेसमोरील मूलभूत प्रश्न स्पष्ट करा.

क) सविस्तर उत्तरे लिहा.

१) उद्योगसंस्थेची ध्येये किंवा उद्दिष्ट्ये स्पष्ट करा.

२) व्यावसायिक अर्थशास्त्राची वैशिष्ट्ये व व्याप्ती स्पष्ट करा.

३) अर्थशास्त्राची मूलभूत गृहीते स्पष्ट करा.

४) आर्थिक विश्लेषणाची साधने स्पष्ट करा.

५) किंमत यंत्रणेचे गुण-दोष स्पष्ट करा.

१.७ अधिक वाचनासाठी संदर्भ पुस्तके :

१) Ahuja H. L., Modern Micro Economics, S. Chand and Company Limited, New Delhi.

२) Dewett K. K. and Adarsh Chand, Modern Economic Theory, Shyamlal Charitable Trust, New Delhi, 1979.

३) Jhingan M. L., Micro Economic Theory, 5th edition, Vrinda Publications Ltd., New Delhi, 2000.

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

◆ ◆ ◆

घटक २

उपभोक्त्याची वर्तणूक

(Consumer's Behaviour)

अनुक्रमणिका

२.० उद्दिष्टे

२.१ प्रास्ताविक

२.२ विषय विवेचन

- २.२.१ मार्शल यांचे उपयोगिता विश्लेषण
- २.२.२ घटत्या सीमांत उपयोगितेचा नियम – समसीमांत उपयोगिता नियम
- २.२.३ उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य
- २.२.४ समवृत्ती वक्र तंत्र – सीमांत पर्यायता दर– उपभोक्त्याचा समतोल
- २.२.५ किंमत परिणाम, उत्पन्न परिणाम व पर्यायता परिणाम
- २.२.६ प्रकट पसंती सिद्धांत

२.३ सारांश

२.४ पारिभाषिक शब्द व त्यांचा अर्थ

२.५ स्वयंअध्ययन प्रश्न

२.६ स्वयंअध्ययन प्रश्नांची उत्तरे

२.७ सरावासाठी प्रश्न (स्वाध्याय)

२.८ अधिक वाचनासाठी संदर्भ पुस्तके

२.० उद्दिष्टे :

या घटकाच्या अभ्यासानंतर आपणास खालील बाबींचे आकलन होईल.

१) उपयोगिता म्हणजे काय ते समजेल.

२) घटत्या सीमांत उपयोगितेचा नियम समजेल.

३) समवृत्ती वक्र तंत्राची माहिती होईल.

४) सीमांत पर्यायता दर म्हणजे काय ते समजेल.

५) मागणीचा प्रकट पसंती सिद्धांत समजेल.

२.१ प्रास्ताविक :

सूक्ष्म अर्थशास्त्रात उपभोक्त्याच्या बाजारातील वर्तणुकीचा (Consumers Behaviour) अभ्यास केला जातो. उपभोक्ता बाजारात कशी वर्तणूक करतो? म्हणजे कोणत्या वस्तूंची मागणी करतो? कशी मागणी करतो? या संदर्भात विविध अर्थशास्त्रज्ञांनी जे सिद्धांत मांडले आहेत, त्या सिद्धांतांना 'उपभोक्त्याच्या मागणीचे सिद्धांत' (Theory of Consumer's Demand) किंवा 'उपभोक्त्याच्या वर्तणुकीचा सिद्धांत' (Theory of Consumer's Behaviour) असे म्हणतात. वस्तूची किंमत कमी झाली की उपभोक्त्यांची वस्तूची मागणी वाढते आणि वस्तूची किंमत वाढली की उपभोक्त्यांची वस्तूची मागणी कमी होते. याला मागणीचा नियम असे म्हणतात. उपभोक्त्याच्या बाजारातील वर्तणुकीसंदर्भात (उपभोक्ता बाजारात वस्तूची खरेदी कशी करतो? या संदर्भात) अर्थशास्त्रात तीन महत्त्वाचे दृष्टिकोन (Approaches) आढळतात. ते खालीलप्रमाणे आहेत.

१) मार्शल यांचे उपयोगिता विश्लेषण / सीमांत उपयोगिता विश्लेषण (Marshallian Utility Analysis / Marginal Utility Analysis)

२) हिक्स यांचे समवृत्ती वक्र (तटस्थता वक्र) विश्लेषण (Hicksian Indifference Curve Analysis)

३) सॅम्यूअलसन यांचे प्रकट पसंती / अभिव्यक्ती पसंती विश्लेषण (Samuelson's Revealed Preference Theory)

२.२.१ मार्शल यांचे उपयोगिता विश्लेषण :

आल्फ्रेड मार्शल यांनी आपल्या 'अर्थशास्त्राची तत्त्वे' (Principles of Economics) या ग्रंथात उपयोगिता विश्लेषणाची मांडणी केली आहे. त्यांचा हा ग्रंथ सन १८९० मध्ये प्रसिद्ध झाला होता. मार्शल यांच्यापूर्वी प्रा. जेव्हान्स (इंग्लंड), प्रा. वालरस (फ्रान्स), प्रा. मेंगर (ऑस्ट्रिया) यांनी 'उपयोगिता' (Utility) संकल्पना मांडली होती. त्यामध्ये पुढे मार्शल, क्लार्क, फिशर यांनी काही सुधारणा केल्या. तरीही उपयोगिता किंवा सीमांत उपयोगिता ही संकल्पना मार्शल यांच्याच नावाशी अधिक जोडली जाते. याचे कारण मार्शल यांनी ही संकल्पना अधिक विकसित करून तिची पद्धतशीर मांडणी केली हे आहे.

उपयोगिता म्हणजे काय?

उपभोक्ता वस्तू व सेवा का विकत घेतो? या प्रश्नाचे उत्तर पुढीलप्रमाणे आहे. वस्तू आणि सेवेमध्ये उपयोगिता असते. म्हणून उपभोक्ता वस्तू व सेवांचा उपभोग घेत असतो. वस्तूच्या / सेवेच्या उपभोगामुळे (खरेदीमुळे) उपभोक्त्याची गरज पूर्ण होत असते. म्हणून उपभोक्ता वस्तूची खरेदी करत असतो. उपयोगितेची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''वस्तू व सेवा यामध्ये मनुष्याची इच्छा व गरज पूर्ण करण्याची जी शक्ती असते, त्या शक्तीला उपयोगिता असे म्हणतात.''

व्याख्येचा अर्थ व स्पष्टीकरण :

'उपयोगिता' या संकल्पनेचा अर्थ एका उदाहरणाच्या साहाय्याने स्पष्ट करता येईल. उपभोक्ता लाकडी खुर्ची आणि लाकडी टेबल खरेदी करतो. कारण त्या वस्तूमध्ये उपयोगिता असते. खुर्चीवर बसता येते. टेबलावर कागद ठेवून लिहिता येते. उपभोक्त्याची बसता येण्याची, लिहिता येण्याची गरज खुर्ची व टेबलाच्या साहाय्याने पूर्ण होते. म्हणून खुर्ची व टेबल या वस्तूमध्ये उपयोगिता आहे असे म्हटले जाते. लाकडी टेबल, लाकडी खुर्ची या वस्तू झाडाच्या ओंडक्यापासून बनवल्या जातात. उपभोक्त्याला खुर्ची व टेबल ऐवजी झाडाचे ओंडके पुरवले तर उपभोक्त्याची त्यावर बसण्याची, लिहिण्याची इच्छा व गरज पूर्ण होणार नाही. उपभोक्ता झाडाचे ओंडके खरेदी करणार नाही. कारण त्यामध्ये उपयोगिता नसते. झाडाच्या ओंडक्यापासून बनवलेल्या खुर्ची व टेबलामध्ये उपयोगिता असते. कारण उपभोक्त्याची बसण्याची, लिहिण्याची इच्छा व गरज खुर्ची व टेबलामुळे पूर्ण होते. अशा प्रकारे झाडाच्या ओंडक्यापासून बनवलेल्या खुर्ची व टेबल यामध्ये उपभोक्त्याची बसण्याची व लिहिण्याची इच्छा व गरज पूर्ण करण्याची शक्ती असते, त्या शक्तीला उपयोगिता असे म्हणतात.

अशा प्रकारे मनुष्याची इच्छा व गरज पूर्ण करण्याची शक्ती ज्या ज्या वस्तू वा सेवामध्ये असते, त्या शक्तीला उपयोगिता असे म्हणतात. उपयोगिता नसलेल्या वस्तूंना उपभोक्त्यांकडून मागणी येत नाही. उदाहरणार्थ कीटकनाशक किंवा विषारी द्रव पदार्थ पिल्यास मृत्यू येतो. ज्या व्यक्तींना मरण्याची गरज नाही, मरण्याची इच्छा नाही ते लोक पिण्यासाठी कीटकनाशक किंवा विष खरेदी करणार नाहीत. कारण त्यांच्या दृष्टीने कीटकनाशक या वस्तूमध्ये उपयोगिता नाही. परंतु जे लोक जीवनाला कंटाळलेले आहेत, ज्यांना मरावेसे वाटते त्यांच्या दृष्टीने कीटकनाशक हे उत्पादन आहे. कारण जीवनाला कंटाळलेल्यांची मरण्याची गरज कीटकनाशक पूर्ण करते. मरण्याची इच्छा असलेले लोक पिण्यासाठी कीटकनाशक विकत होतील. थोडक्यात, उपभोक्ता किंवा मनुष्य वस्तूची उपयोगिता पाहून वस्तूची खरेदी करतो. ज्यामध्ये उपयोगिता असते, त्या वस्तू तो खरेदी करतो तर ज्यामध्ये उपयोगिता नसते, त्या वस्तू व सेवा तो खरेदी करत नाही. ज्या वस्तूच्या खरेदीपासून जास्त उपयोगिता मिळते, त्या वस्तूंची तो जास्त खरेदी करतो आणि ज्या वस्तूच्या खरेदीपासून कमी उपयोगिता मिळते त्या वस्तूंची तो कमी प्रमाणात खरेदी करतो. यालाच उपभोक्त्याची बाजारातील वर्तणूक असे म्हणतात.

उपयोगितेची आणखी एक व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''उपभोक्त्याला वस्तू व सेवा यांच्या सेवनापासून (उपभोगापासून/खरेदीपासून) मिळणारे समाधान (आनंद) म्हणजे उपयोगिता (Utility) होय.''

वस्तू आणि सेवा यांचे सेवन करणे म्हणजे वस्तू व सेवा यांचा उपभोग घेणे किंवा वस्तू व सेवा विकत घेणे होय. यालाच वस्तू व सेवांची मागणी असेही म्हणतात. वस्तू व सेवा यांच्या खरेदीपासून उपभोक्त्याला काहीतरी समाधान मिळत असते. हे समाधान म्हणजेच उपयोगिता होय. अशा प्रकारे वस्तू व सेवा यांच्या खरेदीपासून (सेवनापासून) उपभोक्त्याला समाधान मिळत असते (म्हणजेच उपयोगिता मिळत असते). म्हणूनच उपभोक्ता वस्तू व सेवांची मागणी करत असतो.

उपयोगितांचे प्रकार :

ज्यामध्ये उपयोगिता असते त्याला उत्पादन म्हणतात. उपयोगिता म्हणजे मनुष्याची इच्छा आणि गरज पूर्ण करण्याची शक्ती होय. ही उपयोगिता वेगवेगळ्या प्रकारची असते आणि ती मनुष्याकडून प्रयत्नपूर्वक निर्माण केली जाते. झाडाच्या ओंडक्यांचा बसण्यासाठी, लिहिण्यासाठी, दरवाजासाठी जसाच्या तसा वापर करता येत नाही. मनुष्य यंत्राद्वारे किंवा हत्याराद्वारे झाडाच्या ओंडक्यापासून खुर्ची, टेबल, दरवाजा तयार करत असतो, त्यालाच उपयोगितेची निर्मिती असे म्हणतात. अशा प्रकारे झाडाच्या ओंडक्यापासून मनुष्य खुर्ची, टेबल, खिडकी, दरवाजा इत्यादी ज्या विविध वस्तू तयार करतो त्या वस्तूंना उत्पादन (output) म्हणतात. कारण त्यामध्ये उपयोगिता असते. म्हणजे मनुष्याची इच्छा व गरज पूर्ण करण्याची शक्ती असते. नैसर्गिक वस्तूमध्ये (लाकूड इत्यादी) उपयोगिता असतेच. परंतु नैसर्गिक वस्तू जशाच्या तशा वापरता येत नाहीत. यंत्र, हत्यारे इत्यादीच्या साहाय्याने त्यावर प्रक्रिया करावी लागते आणि मनुष्याला उपयुक्त पडेल अशा वस्तू बनवाव्या लागतात. यालाच उपयोगितेतील वाढ असे म्हणतात. म्हणजे मनुष्य उपयोगितेत वाढ करत असतो. मनुष्याने नैसर्गिक वस्तूच्या उपयोगितेत प्रयत्नपूर्वक केलेली वाढ म्हणजे उत्पादन होय. मनुष्य ज्या निरनिराळ्या उपयोगिता निर्माण करत असतो त्याची माहिती खालीलप्रमाणे दिली आहे.

(अ) रुप उपयोगिता (Form Utility) **:**

वस्तूच्या आकारात बदल करून जेव्हा त्या वस्तूमधील उपयोगितेत वाढ केली जाते तेव्हा त्यास रूप उपयोगिता असे म्हणतात. झाडाच्या लाकडाच्या ओंडक्यापासून मनुष्य खुर्ची किंवा टेबल बनवतो. हे रूप उपयोगितेचे उदाहरण आहे.

(ब) स्थान उपयोगिता (Place Utility) **:**

मनुष्य ज्या वस्तू तयार करतो त्या वस्तू वहनीय असतात. म्हणजे वस्तू एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी वाहतूक करून नेता येते. त्यास स्थान उपयोगिता असे म्हणतात.

(क) धारण उपयोगिता (Possession Utility) **:**

उत्पादकाने तयार केलेली वस्तू जेव्हा ग्राहक विकत घेतात तेव्हा ती वस्तू ग्राहकांच्या मालकीची होते. त्यास धारण उपयोगिता असे म्हणतात.

(ड) काल उपयोगिता (Time Utility) **:**

उत्पादकांनी तयार केलेल्या वस्तू काही काळ साठवून ठेवून नंतर त्याचा उपयोग करता येतो. उत्पादकांनी तयार केलेले उत्पादन लगेच वापरले जाते किंवा विकले जाते असे नाही. मागणी येईपर्यंत काही काळ वस्तू साठवून ठेवाव्या लागतात. वस्तू साठवून ठेवून काही काळानंतर वापरली जाते. वस्तू काही काळ साठवून ठेवूनही (न वापरता सुद्धा) वस्तूची उपयोगिता कमी होत नाही म्हणून अशा उपयोगितेस काल उपयोगिता (Time Utility) असे म्हणतात.

(इ) ज्ञान उपयोगिता (Knowledge Utility) **:**

उत्पादक उत्पादन करत असतात. म्हणजे वस्तू व सेवांची निर्मिती करत असतात. नवनवीन वस्तू निर्माण करत असतात. परंतु त्याची माहिती ग्राहकांना असत नाही. ही माहिती वर्तमानपत्रे, रेडिओ, टी. व्ही. याद्वारे ग्राहकांना करून दिली जाते. त्यामुळे ग्राहकांना उत्पादनाची माहिती होते. ग्राहक उत्पादने विकत घेतात. अशा प्रकारे ग्राहकांना विविध माध्यमातून वस्तूची माहिती दिल्यामुळे वस्तूची जी उपयोगिता वाढते त्यास ज्ञान उपयोगिता (Knowledge Utility) असे म्हणतात.

(ई) सेवा उपयोगिता (Service Utility) **:**

नट, नट्या यांच्याकडून जनतेची करमणूक केली जाते त्याला सेवा उपयोगिता म्हणतात. प्रवासाची सेवा, वाहतूक सेवा, दळणवळण सेवा, वैद्यकीय सेवा जनतेला संबंधितांकडून पुरवल्या जातात. त्यास सेवा उपयोगिता म्हणतात.

सारांश : अशा प्रकारे रूप उपयोगिता, स्थान उपयोगिता, धारण उपयोगिता, काल उपयोगिता, ज्ञान उपयोगिता आणि सेवा उपयोगिता अशा विविध प्रकारच्या उपयोगिता असतात. या उपयोगिता निर्माण करण्याचे आणि नैसर्गिक वस्तूमधील उपयोगिता वाढविण्याचे काम मनुष्य करत असतो. म्हणून उपयोगितेतील वाढ म्हणजे उत्पादन होय.

२.२.२ घटत्या सीमांत उपयोगितेचा नियम (Law of Diminishing Margninal Utility) :

हा नियम प्रसिद्ध अर्थशास्त्रज्ञ प्रा. डॉ. आल्फ्रेड मार्शल यांच्या नावाशी निगडित आहे. प्रा. मार्शल यांनी हा नियम अधिक शास्त्रीय भाषेत मांडला आहे. हा नियम आपणास व्यवहारात नेहमीच अनुभवास येतो. एखाद्या वस्तूचे सेवन आपण जसजसे वाढवत जातो तसतसे त्या वस्तूपासून आपणास मिळणारे समाधान म्हणजेच सीमांत उपयोगिता घटत जाते.

सिद्धांताची गृहीते :

घटत्या सीमांत उपयोगितेचा सिद्धांत खालील गृहीतावर आधारित आहे.

१) ज्या वस्तूचा उपभोग घेतला जातो त्या वस्तूचे सर्व नग एकजिनसी असतात. रंग, रुप, चव, आकार, प्रकार या सर्व बाबतीत वस्तू एकसारख्या असतात.

२) उपभोगात सातत्य असते. म्हणजे उपभोक्त्याकडून एखादया वस्तूच्या सर्व नगांचे एका पाठोपाठ सेवन केले जाते. उदाहरणार्थ तहान लागलेल्या मनुष्याने एक ग्लास पाणी पिल्यानंतर लगेच दुसरा ग्लास पाणी पिले पाहिजे. दुसरा ग्लास पाणी पिऊन झाल्यानंतर त्याने लगेच तिसरा ग्लास पाणी पिले पाहिजे. त्यानंतर लगेच चौथा ग्लास पाणी पिले पाहिजे. तरच दुसऱ्या, तिसऱ्या, चौथ्या ग्लासच्या पाण्यापासून मिळणारी उपयोगिता घटत जाईल.

३) उपभोक्त्याची आवड-निवड स्थिर असते. त्यात बदल होत नाही.

४) उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर असते. उत्पन्नात वाढ किंवा घट होत नाही.

५) उपभोक्त्यांच्याकडून उपभोगल्या जाणाऱ्या वस्तूंच्या किंमती स्थिर असतात. वस्तूंच्या किंमतीत आणि पर्यायी वस्तूंच्या किंमतीत काहीही बदल होत नाही.

६) उपभोक्त्याची वर्तणूक विवेकशील असते. त्याच्या मानसिक स्थितीत बदल होत नाही.

७) उपभोक्त्यांकडून ज्या वस्तूंचा उपभोग घेतला जाणार आहे, त्या वस्तूंच्या नगांचा आकार किमान किंवा वाजवी असतो. उदाहरणार्थ एखादा मनुष्य तहानलेला आहे. तर त्याला पहिल्यांदा एक चमचा पाणी प्यायला दिले. त्यानंतर दुसरा चमचा भरून पाणी दिले तर दुसऱ्या चमचाभर पाण्यापासून त्याला मिळणारी उपयोगिता कमी होण्याऐवजी अधिक वाटेल. म्हणून तहानलेल्या माणसाला एक चमचा पाणी न देता किमान एक ग्लास पाणी दिले पाहिजे. तरच दुसरा ग्लास पाणी पिल्यानंतर त्याची उपयोगिता घटेल.

सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना :

घटत्या सीमांत उपयोगिता सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''मनुष्याजवळ असलेल्या एखाद्या वस्तूच्या साठ्यात जसजशी वाढ होत जाते, तसतशी त्या वस्तूच्या प्रत्येक नगापासून मिळणारे समाधान कमी होत जाते.''

एखाद्या वस्तूची गरज जसजशी पूर्ण होत जाते तसतशी त्या वस्तूपासून मिळणारी उपयोगिता किंवा समाधान कमी होत जाते. उपभोक्त्याने एखाद्या वस्तूच्या नगांचे सेवन लागोपाठ केले तर त्याला मिळणारी उपयोगिता किंवा समाधान कमी होत जाईल आणि शेवटी ती उपयोगिता शून्यावर येईल. तसेच ती उणे सुद्धा होईल. घटत्या सीमांत उपयोगितेचा हा नियम खालील काल्पनिक तक्त्याच्या साहाय्याने स्पष्ट केला आहे.

तक्ता : सीमांत उपयोगिता आणि एकूण उपयोगिता

आंब्याचे नग	सीमांत उपयोगिता	एकूण उपयोगिता
१	१०	१०
२	०८	१८
३	०५	२३
४	०१	२४
५	००	२४
६	-०१	२३
७	-०२	२१

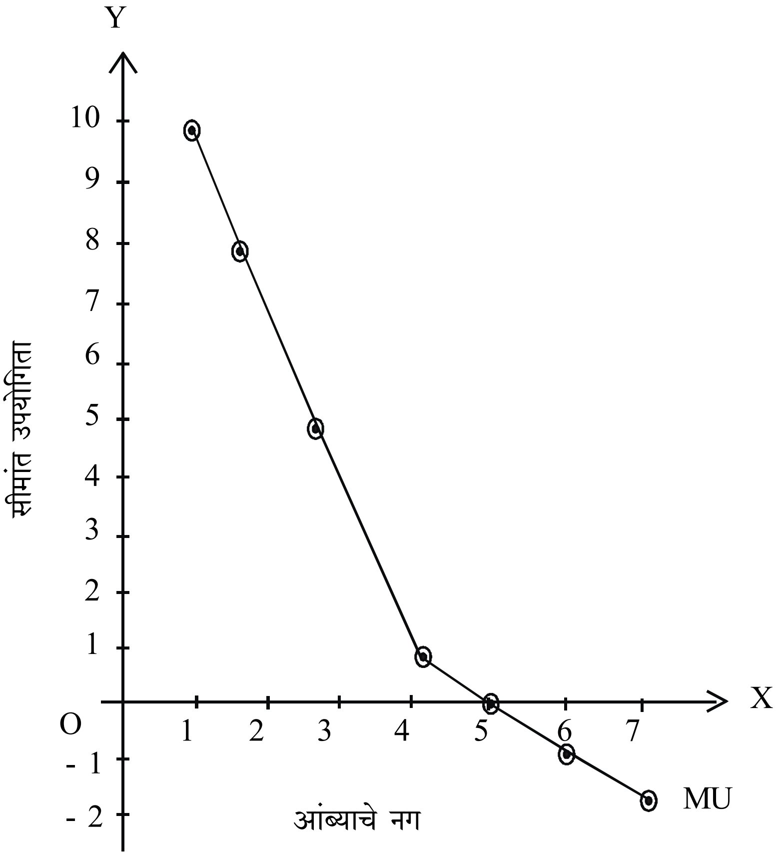
वरील तक्यात आंब्याचे नग, आंब्याच्या सेवनापासून (उपभोगापासून किंवा खरेदीपासून) मिळणारी सीमांत उपयोगिता, एकूण उपयोगिता दर्शविली आहे. सीमांत उपयोगिता म्हणजे वस्तूच्या शेवटच्या नगापासून मिळणारी उपयोगिता किंवा समाधान होय. तर एकूण उपयोगिता म्हणजे एखाद्या वस्तूच्या सर्व नगांच्या खरेदीपासून मिळणारी उपयोगिता होय. जोपर्यत उपभोक्ता वस्तूच्या दुसऱ्या नगाचे सेवन करत नाही, तोपर्यत पहिला नग हा सीमांत नग मानला जातो. त्या नगापासून मिळणारी उपयोगिता ही सीमांत उपयोगिता आणि एकूण उपयोगिता होय. पहिल्या नगाची सीमांत उपयोगिता आणि एकूण उपयोगिता सारखीच असते. समजा, उपभोक्त्याने वस्तूच्या दुसऱ्या नगाचे सेवन केले तर आता दुसरा नग सीमांत नग ठरतो. तर पहिला नग हा सीमांतपूर्व नग ठरतो. वरील तक्त्यात पहिल्या नगाची सीमांत उपयोगिता १० आहे. आणि एकूण उपयोगिता सुद्धा १० आहे आंब्याच्या दुसऱ्या नगाच्या सेवनापासून मिळालेली सीमांत उपयोगिता ०८ आहे तर ०२ नगांची एकूण उपयोगिता १०+०८ = १८ आहे. आंब्याच्या तिसऱ्या नगाच्या सेवनापासून ०५ एवढी सीमांत उपयोगिता मिळते. तर तीन नगांची एकूण उपयोगिता २३ एवढी आहे. अशा प्रकारे वस्तूच्या सर्व नगापासून मिळणाऱ्या सीमांत उपयोगितेची बेरीज केली की एकूण उपयोगिता मिळते. वरील तक्त्यावरुन असे दिसते की, उपभोक्ता आंब्याच्या नगाचे सेवन जसजसे वाढवत जातो तसतशी आंब्याच्या प्रत्येक नगापासून मिळणारी सीमांत उपयोगिता किंवा समाधान घटत जाते. १०, ०८, ०५, ०१, ००, - १, - २ याप्रमाणे सीमांत उपयोगिता घटत जाते. आंब्याच्या पाचव्या नगापासून उपभोक्त्याला काहीही समाधान मिळत नाही. कारण पाचव्या नगाची सीमांत उपयोगिता शून्य आहे. आंब्याच्या सहाव्या आणि सातव्या नगाची सीमांत उपयोगिता उणे असल्याचे दिसून येते. पाचव्या नगाची सीमांत उपयोगिता शून्य असल्याने चार नगांची एकूण उपयोगिता आणि पाच नगांची एकूण उपयोगिता सारखीच (२४ मात्रा) दिसते. सहाव्या नगापासून सीमांत उपयोगिता उणे होत असल्याने सहा

नगांची आणि सात नगांची एकूण उपयोगिता कमी झाल्याचे दिसते. सीमांत उपयोगिता उणे झाल्याने एकूण उपयोगिता घटत जाते.

वरील तक्त्यावरून आपल्या असे लक्षात येते की, उपभोक्त्याच्या उपभोगात (वस्तूच्या / आंब्याच्या साठ्यात) जसजशी वाढ होत जाते तसतशी सतत सीमांत उपयोगिता घटत जाते. मात्र सीमांत उपयोगिता शून्य होईपर्यंत एकूण उपयोगिता वाढत जाते. सीमांत उपयोगिता शून्य होईपर्यंत एकूण उपयोगिता वाढत असली तरी ती घटत्या दराने वाढते. सीमांत उपयोगिता जेव्हा शून्य असते तेव्हा एकूण उपयोगिता सर्वोच्च (महत्तम) असते. सीमांत उपयोगिता जसजशी उणे होऊ लागते तसतशी एकूण उपयोगिता घटू लागते हे आपणास वरील तक्त्यावरून दिसून येते.

आकृतीद्वारे स्पष्टीकरण :

घटत्या सीमांत उपयोगितेचा नियम वरील तक्त्याच्या आधारे आकृतीच्या सहाय्याने खालीलप्रमाणे स्पष्ट केला आहे.



वरील आकृतीत OX अक्षावर आंब्याचे नग दर्शविले आहेत. आणि OY अक्षावर आंब्याच्या प्रत्येक नगापासून मिळालेली सीमांत उपयोगिता दर्शविली आहे. MU हा घटत्या सीमांत उपयोगितेचा वक्र आहे. उपभोक्ता आंब्याच्या नगाचे सेवन जसजसे वाढवत जातो तसतशी आंब्याच्या प्रत्येक नगापासून मिळणारी सीमांत उपयोगिता घटत जाते. म्हणून MU हा सीमांत उपयोगितेचा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली उतरत जातो. आंब्याच्या पाचव्या नगापासून मिळालेली सीमांत उपयोगिता शून्य असल्याने MU हा सीमांत उयोगितेचा वक्र OX या अक्षाला पाचव्या नगाच्या ठिकाणी स्पर्श केलेला दिसतो. आंब्याच्या सहाव्या आणि सातव्या नगाच्या सेवनापासून उपभोक्त्याला शून्यापेक्षा कमी म्हणजे उणे उपयोगिता मिळत असल्याने MU हा सीमांत उपयोगितेचा वक्र OX या अक्षाच्या खाली आलेला वरील आकृतीत दिसून येतो.

सारांश, उपभोक्त्याजवळ असलेल्या एखाद्या वस्तूच्या साठ्यात जसजशी वाढ होत जाते, तसतशी त्या वस्तूपासून उपभोक्त्याला मिळणारे समाधान (उपयोगिता) घटत जाते. म्हणून सीमांत उपयोगितेचा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा असतो. सीमांत उपयोगितेचा वक्र वरून खाली येणारा असल्याने त्या वक्रास घटत्या सीमांत उपयोगितेचा वक्र असे म्हणतात.

सिद्धांताच्या मर्यादा :

घटत्या सीमांत उपयोगिता सिद्धांताच्या प्रमुख मर्यादा खालीलप्रमाणे स्पष्ट केल्या आहेत.

१) उपभोक्त्यांच्या आवडी निवडीत बदल झाला तर उपयोगिता घटण्याऐवजी वाढते. त्यामुळे सिद्धांतावर मर्यादा येतात.

२) एकापाठोपाठ वस्तूचे सेवन केले नाही तर सिद्धांत खरा ठरत नाही.

३) वस्तूचा आकार खूपच लहान असेल तर उपयोगिता घटण्याऐवजी वाढते. त्यामुळे सिद्धांत खरा ठरत नाही.

४) दारु पिणाऱ्या माणसांच्या बाबतीत हा सिद्धांत खरा ठरत नाही.

५) उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात बदल झाला तर सिद्धांत खोटा ठरतो.

सिद्धांताला असलेले अपवाद :

घटत्या सीमांत उपयोगिता सिद्धांत खालील वस्तूंना लागू पडत नाही.

१) पैसा (Money)

लोकांना पैसा हवाहवासा वाटत असतो. लोकांची पैशाची भूक कधीच संपत नाही. लोकांना कितीही पैसा मिळाला तरी त्यांचे समाधान कमी होत नाही. म्हणून पैशाला हा सिद्धांत लागू पडत नाही.

२) दारु

दारु पिण्याची सवय असणाऱ्या, दारुच्या आहारी गेलेल्या दारुड्या लोकांना दारुच्या सेवनापासून मिळणारी उपयोगिता कमी होण्याऐवजी वाढत जाते. म्हणून दारुला हा सिद्धांत लागू पडत नाही.

३) दुर्मिळ चित्रे, जुनी नाणी इत्यादी

दुर्मिळ चित्रे, जुनी नाणी यांना हा सिद्धांत लागू पडत नाही. कारण या वस्तूंच्या साठ्यातील वाढीबरोबर मिळणारी उपयोगिता कमी होण्याऐवजी वाढत जाते.

सारांश, टीकाकारांनी पैसा, दारु, दुर्मिळ चित्रे, जुनी नाणी इत्यादी वस्तू घटत्या सीमांत उपयोगितेच्या नियमाला अपवाद आहेत असे म्हटले असले तरी हे खरे नाही. या वस्तूंना सुद्धा हा नियम लागू पडतो. म्हणून घटत्या सीमांत उपयोगितेच्या नियमाला कोणत्याच वस्तू अपवाद नाहीत.

सिद्धांताचे महत्त्व :

घटत्या सीमांत उपयोगितेचा नियम खालील बाबतीत उपयुक्त आहे.

१) करविषयक धोरण ठरविण्यासाठी उपयुक्त :

सरकारला आपले करविषयक धोरण ठरविण्यासाठी घटत्या सीमांत उपयोगितेच्या नियमाचा उपयोग होतो. समाजातील श्रीमंत लोकांना पैशाची उपयोगिता कमी असते. म्हणून सरकार श्रीमंतांकडून अधिक दराने कर आकारणी करते. याउलट गरीबांना पैशाची उपयोगिता खूप जास्त वाटत असल्याने त्यांच्याकडून कमी दराने कर आकारणी करते. अशा प्रकारे कोणाकडून जास्त कर वसूल करावेत? कोणाकडून कमी दराने कर आकारणी करावी? हे ठरविण्यासाठी सरकारला या नियमाचा उपयोग होतो.

२) मागणीच्या नियमाचा पाया :

घटत्या सीमांत उपयोगितेचा नियम हा मागणीच्या नियमाचा पाया/आधार आहे. मागणीचा नियम हा घटत्या सीमांत उपयोगितेच्या नियमावर आधारित आहे. वस्तूची किंमत उतरली की तिचे अधिक नग विकत घेतले जातात. तर वस्तूची किंमत वाढली की वस्तूची मागणी कमी होते. कारण किंमत वाढल्याने उपयोगिता घटते. मागणीचा नियम हा अशा प्रकारे घटत्या सीमांत उपयोगितेच्या नियमावर आधारित आहे.

३) विनिमय मूल्य आणि उपयोगिता मूल्य यातील फरक समजण्यास उपयुक्त :

उपयोगितेच्या नियमाच्या आधारे आपणास विनिमय मूल्य आणि उपयोगिता मूल्य यातील फरक समजतो. उदाहरणार्थ पाण्याशिवाय मनुष्य जगू शकत नाही. त्यामुळे पाण्याला उपयोगिता मूल्य खूप जास्त असले पाहिजे. तरीही पाण्याचे विनिमय मूल्य किंवा पाण्याची किंमत कमी असते. कारण पाण्याची उपलब्धता खूप आहे. अशा प्रकारे वस्तूला विनिमय मूल्य आणि उपयोगिता मूल्य अशी दोन मूल्ये असतात. या दोन मूल्यामधील फरक आपणास घटत्या सीमांत उपयोगितेच्या नियमावरुन समजण्यास मदत होते.

सम–सीमांत उपयोगितेचा सिद्धांत (Law of Equi-marginal Utility) :

प्रास्ताविक :

सम–सीमांत उपयोगितेच्या सिद्धांतास 'पर्यायता सिद्धांत', 'महत्तम समाधानाचा सिद्धांत', 'सम–सीमांत फलाचे तत्त्व' असे म्हणतात. सम–सीमांत उपयोगितेचा सिद्धांत हा घटत्या सीमांत उपयोगितेच्या सिद्धांतावर

आधारित आहे. हा सिद्धांत प्रा. डॉ. आल्फ्रेड मार्शल यांनी मांडला आहे. मर्यादित उत्पन्नात जास्तीत जास्त समाधान ग्राहकाला कसे मिळेल, याचे मार्गदर्शन हा सिद्धांत करतो.

सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना :

सम-सीमांत उपयोगिता सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना प्रा. मार्शल यांनी पुढील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''अनेक उपयोगासाठी वापरल्या जाणाऱ्या पैसा या वस्तूची उपभोक्ता विविध उपयोगात अशा प्रकारे विभागणी करील की, प्रत्येक उपयोगापासून मिळणारी सीमांत उपयोगिता समान होईल.''

उपभोक्त्याच्या गरजा असंख्य असतात. परंतु या गरजा पूर्ण करण्यासाठी लागणारा पैसा मात्र उपभोक्त्याकडे अत्यंत मर्यादित असतो. उपभोक्त्याला अनेक वस्तू आवश्यक असल्याने तो आपले सर्व उत्पन्न किंवा सर्व पैसा एकाच वस्तूवर खर्च करणार नाही. तसेच एकाच वस्तूचे अनेक नग विकत घेतले की वस्तूच्या साठ्यात वाढ होते. त्यामुळे सीमांत उपयोगिता घटत जाते. त्यामुळे एकूण उपयोगिता किंवा समाधान सुद्धा कमी मिळते. अनेक वस्तू खरेदी केल्या तरच उपभोक्त्याला अधिकाधिक समाधान किंवा उपयोगिता मिळते. **म्हणून उपभोक्ता आपल्या जवळील पैसा विविध वस्तूवर अशा प्रकारे खर्च करतो की ज्यामुळे त्याला जास्तीत जास्त समाधान मिळेल.** थोडक्यात प्रत्येक वस्तूच्या बाबतीत पैशाची सीमांत उपयोगिता समान होईल, अशा प्रकारे उपभोक्ता आपल्या जवळील पैशाचे वाटप किंवा विभागणी सर्व वस्तूमध्ये करतो.

समजा X या उपभोक्त्याजवळ सात रुपये आहेत. त्याला चिक्कू आणि आंबे या वस्तू विकत घ्यावयाच्या आहेत. या दोन्ही वस्तूंच्या प्रत्येक नगाची किंमत एक रुपये आहे. हा उपभोक्ता आपल्याजवळील सात रुपये या दोन्ही वस्तूवर कशा प्रकारे खर्च करून जास्तीत जास्त उपयोगिता किंवा समाधान मिळवतो ते खालील तक्त्यात दर्शविले आहे.

सीमांत उपयोगिता कोष्टक

वस्तूचे नग	चिक्कूपासून मिळणारी सीमांत उपयोगिता	आंब्यापासून मिळणारी सीमांत उपयोगिता
१	६५	६०
२	५५	५०
३	४५	३५
४	३५	३०
५	२५	२०

६	१५	१०
७	१०	०५
एकूण उपयोगिता	२५०	२१०

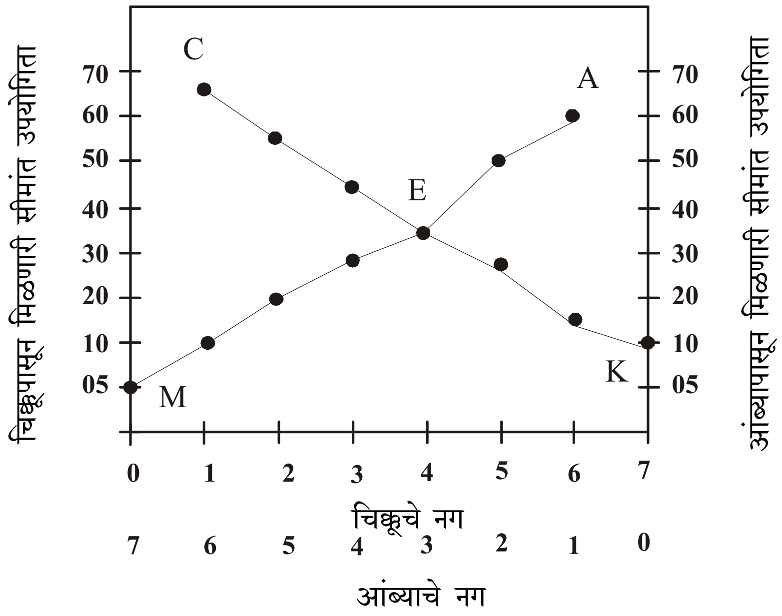
ज्या वस्तूच्या खरेदीपासून जास्त उपयोगिता मिळते त्या वस्तूची खरेदी उपभोक्ता करतो. म्हणून आपल्या उदाहरणातील X हा उपभोक्ता आपल्याकडील एकूण सात रुपयापैकी चार रुपये चिक्कूवर खर्च करेल आणि चिक्कूचे चार नग विकत घेईल व उरलेले तीन रुपये आंब्यावर खर्च करेल व आंब्याचे तीन विकत घेईल. त्यामुळे त्याला चिक्कूपासून ६५ + ५५ + ४५ + ३५ = २०० आणि आंब्यापासून ६० + ५० + ३५ + = १४५ अशी सात रुपये सात नगावर खर्च केल्यामुळे एकूण ३४५ उपयोगिता किंवा समाधान मिळेल. जर X या उपभोक्त्याचे आपल्याजवळील सर्व सात रुपये चिक्कूवर खर्च केले तर त्याला एकूण २५० उपयोगिता मिळेल आणि सर्व सात रुपये आंब्यावर खर्च केले तर त्याला एकूण २१० उपयोगिता मिळेल. परंतु उपभोक्त्याला केवळ एकच वस्तू खरेदी करायची नसते. त्याला अनेक वस्तू आवश्यक असतात. म्हणून या उदाहरणातील X हा उपभोक्ता जास्तीत जास्त समाधान मिळवण्यासाठी तसेच विविध वस्तू मिळवण्यासाठी चिक्कूचे चार नग व आंब्याचे तीन नग विकत घेईल. त्यामुळे त्याला एकूण ३४५ उपयोगिता मिळते. ही उपयोगिता सर्व सात रुपये चिक्कूच्या सर्व सात नगावर खर्च करून चिक्कूपासून मिळणाऱ्या एकूण २५० उपयोगितेपेक्षा जास्त आहे. तसेच सर्व सात रुपये आंब्याच्या सर्व सात नगावर खर्च करून आंब्यापासून मिळणाऱ्या एकूण २१० उपयोगितेपेक्षा जास्त आहे. उपभोक्ता हा विवेकशील असतो. वस्तूच्या खरेदीपासून जास्तीत जास्त समाधान मिळवणे हे त्याचे उद्दिष्ट असते. म्हणून आपल्या उदाहरणातील X हा उपभोक्ता जास्तीत जास्त समाधान मिळवण्यासाठी आपले सर्व उत्पन्न एकाच वस्तूवर खर्च करणार नाही. तर चिक्कूवर चार रुपये खर्च करून चिक्कूचे चार नग विकत घेईल आणि आंब्यावर तीन रुपये खर्च करून आंब्याचे तीन नग विकत घेईल आणि या खरेदीपासून ३४५ इतके समाधान किंवा उपयोगिता मिळवील. ही उपयोगिता चिक्कूपासून मिळणाऱ्या एकूण २५० उपयोगितेपेक्षा जास्त आहे. त्याचबरोबर आंब्यापासून मिळणाऱ्या एकूण २१० उपयोगितेपेक्षा जास्त आहे.

अशा प्रकारे आपल्याजवळ असलेले मर्यादित उत्पन्न विविध वस्तूवर खर्च करून उपभोक्ता जास्तीत जास्त उपयोगिता (समाधान) कसे मिळवितो ते वरील तक्त्यावरून आणि स्पष्टीकरणावरून आपल्या लक्षात येते.

आकृतीद्वारे सिद्धांताची मांडणी :

सम-सीमांत उपयोगितेचा सिद्धांत वरील तक्त्याचा आधार घेऊन खालील आकृतीद्वारे स्पष्ट केला आहे.

आकृती : सम-सीमांत उपयोगिता



वरील आकृतीत CK हा चिक्कूपासून मिळणाऱ्या सीमांत उपयोगितेचा वक्र आहे. तर AM हा आंब्यापासून मिळणाऱ्या सीमांत उपयोगितेचा वक्र आहे. E हा समतोल बिंदू आहे. या बिंदूत चिक्कूच्या चौथ्या नगाची आणि आंब्याच्या तिसऱ्या नगाची सीमांत उपयोगिता समान असल्याचे दिसते. उपभोक्ता चिक्कूचे चार नग आणि आंब्याचे तीन नग खरेदी करून जास्तीत जास्त समधान मिळवतो हे या E बिंदूवरून स्पष्ट होते. कारण E या बिंदूत चिक्कूच्या सीमांत उपयोगितेचा वक्र आणि आंब्याच्या सीमांत उपयोगितेचा वक्र एकमेकांचा छेदून गेले आहेत.

अशा प्रकारे आपले मर्यादित उत्पन्न विविध वस्तूवर खर्च करून उपभोक्ता जास्तीत जास्त उपयोगिता किंवा समाधान कसे मिळवतो, ते आपणास सम-सीमांत उपयोगिता सिद्धांतावरून समजते.

सम-सीमांत उपयोगिता नियमाचे महत्त्व :

सम-सीमांत उपयोगिता नियमाचे महत्त्व किंवा फायदे थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१) ग्राहकांना फायदेशीर :

सम-सीमांत उपयोगिता नियम ग्राहकांना किंवा उपभोक्त्यांना अत्यंत फायदेशीर आहे. कारण हा सिद्धांत मर्यादित उत्पन्नात जास्तीत जास्त समाधान ग्राहकाला कसे मिळेल याचे मार्गदर्शन करतो. व्यक्तीचे किंवा उपभोक्त्याचे उत्पन्न मर्यादित असते. हे उत्पन्न एक-दोन वस्तूवरच खर्च केले तर उपभोक्त्याला जास्तीत जास्त समाधान मिळणार नाही. परंतु उपभोक्त्याने जर आपले उत्पन्न विविध वस्तूवर खर्च केले तर अधिकाधिक समाधान त्याला मिळू शकेल. आपले मर्यादित उत्पन्न कशा प्रकारे खर्च केले असता जास्तीत

जास्त समाधान मिळेल, याचे मार्गदर्शन हा सिद्धांत करीत असल्याने तो ग्राहकांना किंवा उपभोक्त्यांना फायदेशीर आहे.

२) उत्पादकांना फायदेशीर :

सम-सीमांत उपयोगिता सिद्धांत उपभोक्त्याप्रमाणे उत्पादकांनाही फायदेशीर आहे. प्रत्येक उत्पादकाचा उद्देश जास्तीत जास्त नफा मिळवणे हा असतो. भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन या उत्पादन घटकांचे एकत्रीकरण करून तो उत्पादनाची निर्मिती करत असतो. भूमी, श्रम, भांडवल या उत्पादन घटकावर आपले मर्यादित उत्पन्न कशा प्रकारे खर्च करावे की ज्यामुळे जास्तीत जास्त नफा मिळेल, याचे मार्गदर्शन उत्पादकाला सम-सीमांत उपयोगिता सिद्धांतावरून मिळते. म्हणून उत्पादकांच्या दृष्टीने हा सिद्धांत फायदेशीर आहे.

३) सरकारला फायदेशीर :

सरकारला आपले खर्चविषयक धोरण ठरविण्यासाठी सम-सीमांत उपयोगिता सिद्धांताचा उपयोग होतो. सरकारने करांच्या रुपाने उत्पन्न किती गोळा करावे आणि गोळा केलेले उत्पन्न कोणकोणत्या बाबीवर किती प्रमाणात खर्च करावे? याचे मार्गदर्शन हा सिद्धांत करतो. सरकार विविध बाबीवर जो खर्च करते त्यामुळे लोकांच्या कल्याणात भर पडत असते. याला सामाजिक लाभ असेही म्हणतात आणि सरकार जनतेकडून करांच्या स्वरूपात जो पैसा गोळा करते, त्यामुळे जनतेला उत्पन्नाचा त्याग करावा लागतो. याला सामाजिक त्याग असे म्हणतात. अशा प्रकारे सीमांत सामाजिक त्याग आणि सीमांत सामाजिक लाभ समान होतात तेव्हा समाजाचे महत्तम हित साध्य होते. समाजाचे महत्तम हित होईल अशा प्रकारचे खर्चविषयक धोरण आखण्यासाठी समसीमांत उपयोगिता नियमाचा उपयोग होतो. कारण हा नियम मर्यादित उत्पन्नात जास्तीत जास्त समाधान कसे मिळेल, ते सांगतो.

४) वस्तूच्या किंमत निश्चितीसाठी उपयुक्त :

ज्या वस्तूंचा बाजारात तुटवडा असतो त्या वस्तूंची मागणी ग्राहकांनी कमी केली की त्या वस्तूंच्या किंमती उतरतात. कारण उपभोक्ते पर्यायी वस्तूंची खरेदी करणे पसंत करतात. अशा प्रकारे तुटवडा असणाऱ्या वस्तूंची मागणी कमी झाली की त्यांच्या किंमत उतरतात.

५) विनियमासाठी फायदेशीर :

आपण एखाद्या वस्तूसाठी दुसरी वस्तू पर्याय म्हणून निवडतो. त्यास विनिमय असे म्हणतात. सम-सीमांत उपयोगिता सिद्धांत हा उपभोक्त्यांना एखाद्या वस्तूसाठी दुसरी वस्तू निवडण्यासाठी मार्गदर्शन करतो. उत्पादकांनाही तसेच मार्गदर्शन करतो. म्हणजे ज्या वस्तूची सीमांत उपयोगिता कमी आहे त्या वस्तूऐवजी जास्त सीमांत उपयोगिता असलेली वस्तू कशी मिळविता येईल, ते या नियमामुळे लक्षात येते. म्हणून हा नियम उपयुक्त आहे.

६) राष्ट्रीय उत्पन्नाचे वाटप करण्यास फायदेशीर :

भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन हे उत्पादनाचे घटक वस्तू व सेवा निर्माण करत असतात. म्हणजेच हे घटक राष्ट्रीय उत्पन्नाची निर्मिती करत असतात. या राष्ट्रीय उत्पन्नाची वाटणी भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन या उत्पादन घटकांमध्ये अनुक्रमे खंड, वेतन, व्याज आणि नफा अशा स्वरूपात होत असते. या राष्ट्रीय उत्पन्नाची वाटणी उत्पादन घटकामध्ये कशा प्रकारे करावी याचे मार्गदर्शन सम-सीमांत उपयोगिता सिद्धांत देतो. म्हणून हा सिद्धांत वितरणाच्या किंवा विभाजनाच्या क्षेत्रासाठीही उपयुक्त आहे.

मर्यादा / टीका / दोष / उणिवा :

सम-सीमांत उपयोगिता सिद्धांताच्या मर्यादा किंवा दोष खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१) उपयोगितेचे मापन करता येते हे चूक :

सम-सीमांत उपयोगिता सिद्धांतातून उपयोगितेचे मापन करता येते असे गृहीत धरले आहे. परंतु उपयोगिता ही मानसिक कल्पना असल्याने तिचे मापन करता येत नाही. म्हणून या सिद्धांतावर मर्यादा पडतात.

२) उपयोगितांची तुलना करणे कठीण :

सम-सीमांत उपयोगिता सिद्धांतात उपभोक्ता हा विविध वस्तूंच्या सीमांत उपयोगितांची तुलना करतो असे गृहीत धरले आहे. परंतु प्रत्यक्ष व्यवहारात उपभोक्त्याला असे करणे शक्य होत नाही. म्हणून हा सिद्धांत दोषयुक्त आहे.

३) अविभाज्य वस्तूंच्या बाबतीत निरुपयोगी :

हा सिद्धांत मोटार, फ्रीज इत्यादी सारख्या अविभाज्य वस्तूंना लागू पडत नाही. कारण या वस्तूंच्या सीमांत उपयोगिता समान करणे अशक्य असते.

४) उपभोक्ता विवेकशील असतो हे चूक :

या सिद्धांतात उपभोक्ता हा विवेकाने वागतो, असे गृहीत धरले आहे. परंतु टीकाकांच्या मते, उपभोक्त्यावर जाहिरात, रुढी इत्यादी बाबींचा पगडा असतो. त्यामुळे बाजारातील त्याची वर्तणूक विवेकपूर्ण नसते.

५) पूरक वस्तूंच्या बाबतीत निरुपयोगी :

सम-सीमांत उपयोगितेचा नियम पूरक वस्तूंना लागू पडत नाही. कारण ज्या वस्तू एकमेकांना पूरक असतात, त्या वस्तूंच्या बाबतीत असे दिसते की, एका वस्तूपासून मिळणारी उपयोगिता ही दुसऱ्या वस्तूपासून मिळणाऱ्या उपयोगितेवर अवलंबून असते.

६) हवेसारख्या वस्तूंच्या बाबतीत निरुपयोगी :

हवेसारख्या वस्तू मुबलक व मोफत उपलब्ध असतात. या वस्तूवर खर्च करण्याची गरज नसते. म्हणून अशा वस्तूंना हा सिद्धांत लागू पडत नाही.

७) ग्राहकाला बाजारपेठेचे संपूर्ण ज्ञान अशक्य :

ग्राहकाला बाजारातील सर्व वस्तूंच्या किंमतींची माहिती असत नाही. तसेच पर्यायी स्वस्त वस्तूंची माहितीही त्याला संपूर्ण नसते. त्यामुळे या सिद्धांताच्या उपयुक्ततेवर मर्यादा पडतात.

८) पैशाचे मूल्य स्थिर असते हे चूक :

या सिद्धांतात पैशाचे मूल्य स्थिर असते असे गृहीत धरले आहे. परंतु हे गृहीत चुकीचे आहे. कारण पैशाचे मूल्य नेहमी अस्थिर किंवा बदलते असते. त्यामुळे हा सिद्धांत कमी उपयुक्त ठरतो.

सारांश : अशा प्रकारे सम-सीमांत उपयोगिता सिद्धांतावर वरीलप्रमाणे टीका केल्या जातात. या सिद्धांतात काही दोष किंवा उणिवा असल्या तरी हा सिद्धांत बऱ्याच बाबतीत उपभोक्त्यांना, सरकारला, व्यावसायिकांना उपयुक्त आहे.

२.२.३ उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य (Consumers Surplus) :

प्रास्ताविक :

'उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य' या अर्थशास्त्रीय संकल्पनेस 'उपभोक्त्याचे लाभाधिक्य' आणि 'ग्राहकांचे संतोषाधिक्य' (Buyers Surplus) असेही म्हणतात. ही संकल्पना सर्वप्रथम फ्रान्समधील इंजिनिअर ए.जे. डयुप्यूट (A. J. Dupuit) यांनी मांडली. परंतु ही संकल्पना अधिक शास्त्रशुद्ध स्वरुपात मांडण्याचे काम डॉ. मार्शल यांनी केले. म्हणून ही संकल्पना अधिक करून मार्शल यांच्या नावाने ओळखली जाते.

जेव्हा एखादी वस्तू आपणास गृहीत धरलेल्या किंवा अपेक्षिलेल्या किंमतीपेक्षा कमी किंमतीला मिळते, तेव्हा त्या वस्तूच्या खरेदीपासून आपणाला फायदा झाल्यासारखे वाटते. या फायद्यालाच संतोषाधिक्य किंवा लाभाधिक्य असे म्हणतात. समजा 'क्ष' हा उपभोक्ता एखाद्या वस्तूसाठी मनातून १०० रुपये द्यावयास तयार आहे. परंतु प्रत्यक्षात त्याला ती वस्तू ७५ रुपयास मिळाली तर या उपभोक्त्याला असे वाटते की या व्यवहारात आपणास २५ रुपयांचा फायदा झाला आहे. या २५ रुपयास 'क्ष' या उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य असे म्हणतात.

उपभोक्त्याच्या संतोषाधिक्याची व्याख्या :

प्रा. डॉ. आलफ्रेड मार्शल यांनी उपभोक्त्याच्या संतोषाधिक्याची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''एखादी वस्तू गमवावी लागू नये म्हणून त्या वस्तूसाठी उपभोक्ता मनातून जी जास्तीत जास्त किंमत दयावयास तयार असतो ती किंमत आणि प्रत्यक्षात तो जी किंमत देतो ती किंमत या दोन्हीतील तफावत (फरक) म्हणजेच उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य होय.''

उपभोक्त्याच्या संतोषाधिक्याचे सूत्र :

उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य काढण्यासाठी खालील सूत्राचा अवलंब केला जातो.

उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य = एकूण उपयोगिता – (वस्तूची किंमत X खरेदी केलेल्या वस्तूंची नगसंख्या)

उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य ही संकल्पना घटत्या सीमांत उपयोगितेच्या नियमावर आधारित आहे. वस्तूच्या किंमतीपेक्षा वस्तूपासून मिळणारी उपयोगिता जास्त असेल तर उपभोक्ता वस्तूची खरेदी करतो. ज्या ठिकाणी वस्तूची किंमत आणि वस्तूची उपयोगिता समान होते तेथे तो वस्तू विकत घेणे थांबवतो. कारण वस्तूची किंमत आणि वस्तूची सीमांत उपयोगिता समान झाल्यानंतर त्याला काहीच संतोषाधिक्य मिळत नाही. एका काल्पनिक कोष्टकाच्या साहाय्याने उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य ही संकल्पना खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहे.

कोष्टक : उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य

अननसाचे नग	अननसाची सीमांत उपयोगिता (उपभोक्ता मनातून जी किंमत दयावयास तयार आहे, ती किंमत)(रुपये)	प्रत्यक्षात दिलेली किंमत (रुपये)	उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य (रुपये)
१	२५	५	२०
२	२०	५	१५
३	१५	५	१०
४	१०	५	५
५	०५	५	०
एकूण नग	**एकूण उपयोगिता = ७५ रुपये**	**२५**	**५०**

उपभोक्त्याच्या संतोषाधिक्याच्या सूत्राच्या आणि वरील कोष्टकाच्या आधारे उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य खालीलप्रमाणे दर्शविले आहे.

उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य = एकूण उपयोगिता – (वस्तूची किंमत x खरेदी केलेल्या वस्तूची नग संख्या)

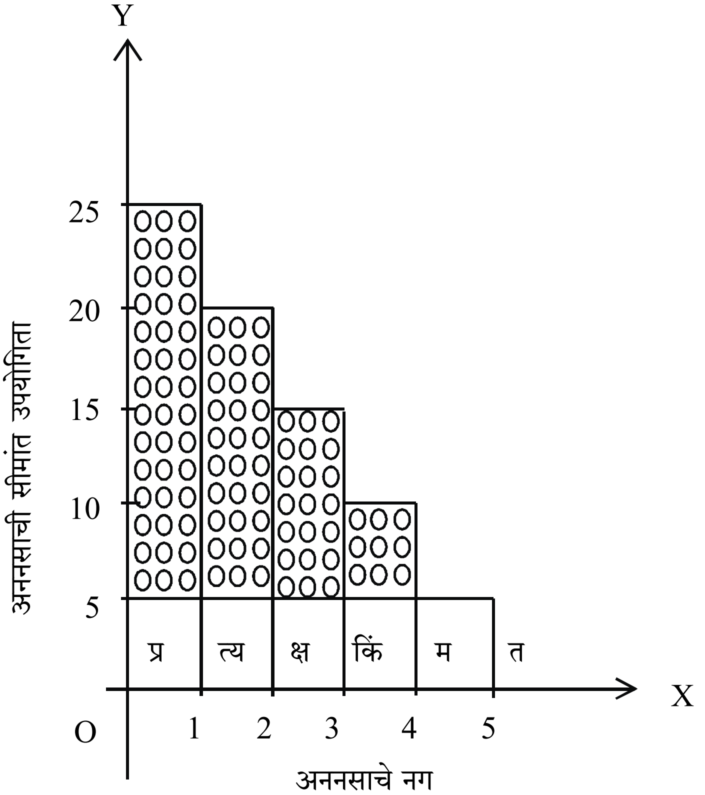
= ७५ रुपये – (५ रुपये x ५नग)

= ७५ रुपये - २५ रुपये

= ५० रुपये

खालील आकृतीत OX अक्षावर अननसाचे नग दर्शविले आहेत आणि OY अक्षावर अननसाची सीमांत उपयोगिता दर्शविली आहे. सीमांत उपयोगिता म्हणजे उपभोक्ता एखाद्या वस्तूसाठी मनातून जी किंमत द्यावयास तयार असतो, ती किंमत होय. वरील आकृतीत गोलाच्या किंवा वर्तुळाच्या स्वरुपात जो भाग दर्शविला आहे, तो उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य दर्शवितो. त्याच्या खालील रिकामा भाग प्रत्यक्ष किंमत दर्शवितो. अननसाच्या पहिल्या नगापासून उपभोक्त्याला जेवढे संतोषाधिक्य मिळते तेवढे दुसऱ्या, तिसऱ्या, चौथ्या आणि पाचव्या नगापासून मिळत नाही. म्हणून उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य दर्शविणारे गोल वर्तुळाने दर्शविलेले चौकोन लहान लहान होत गेलेले दिसतात. अननसाच्या पहिल्या नगास उपभोक्ता मनातून जेवढी किंमत द्यावयास तयार असतो, तेवढी किंमत तो अननसाच्या दुसऱ्या नगास देऊ इच्छित नाही. दुसऱ्या नगास जेवढी किंमत देण्याची त्याची तयारी असते, तेवढी तो तिसऱ्या, चौथ्या, पाचव्या नगास देऊ इच्छित नाही. कारण उपभोक्त्याजवळील अननसाच्या साठ्यात वाढ होत गेल्यामुळे अननसापासून मिळणारी उपयोगिता क्रमश: घटत जाते. त्यामुळे उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य घटत जाते. म्हणून वरील आकृतीत उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य दर्शविणारे चौकोन क्रमश: लहान लहान होत गेलेले दिसतात.

उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य ही संकल्पना खालील आकृतीच्या साहाय्याने स्पष्ट केली आहे.



उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य सिद्धांताची गृहीते :

उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य हा सिद्धांत खालील गृहीतावर आधारित आहे.

१) उपयोगितेचे मापन पैशाच्या साहाय्याने अंकामध्ये करता येते.

२) विनिमय माध्यम म्हणून पैशाचा उपयोग केला जातो.

३) पैशाचे मूल्य स्थिर असते.

४) उपयोगितेवर गणिती प्रक्रिया करता येतात. म्हणजे उपयोगितेची बेरीज, वजाबाकी, गुणाकार, भागाकार करता येतो.

५) उपभोक्त्याला आवश्यक असणाऱ्या वस्तू बाजारात मोठ्या प्रमाणावर उपलब्ध असतात आणि त्या वस्तूंना पर्यायी वस्तू उपलब्ध नसतात.

६) मागणीवर फक्त किंमत या घटकाचा परिणाम होतो. इतर घटक स्थिर असतात.

७) उपभोक्त्याचे उत्पन्न, आवडी- निवडी इत्यादी घटक स्थिर असतात.

८) एखाद्या वस्तूच्या नगापासून मिळणारी उपयोगिता ही त्याच वस्तूच्या साठ्यावर अवलंबून असते.

सिद्धांताचे महत्त्व :

उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य या सिद्धांताचे महत्व थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहे.

१) सरकारला करविषयक धोरण ठरविण्यासाठी या सिद्धांताचा उपयोग होतो. ज्या वस्तूपासून उपभोक्त्यांना जास्त संतोषाधिक्य मिळते, त्या वस्तूवर जास्त कर बसवून सरकारला भरपूर उत्पन्न मिळवता येते.

२) मक्तेदाराला वस्तूची किंमत ठरविण्यासाठी उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य ही संकल्पना उपयोगी पडते. ज्या वस्तूपासून उपभोक्त्याला जास्तीत जास्त संतोषाधिक्य मिळते, त्या वस्तूची किंमत वाढवून मक्तेदार जास्तीत जास्त नफा मिळवू शकतो.

३) लोकांच्या राहणीमानाची तुलना करण्यासाठी उपभोक्त्याचे संतोषधिक्य ही संकल्पना उपयोगी पडते.

४) या संकल्पनेच्या साहाय्याने आंतरराष्ट्रीय व्यापारापासून मिळालेले फायदे मोजता येतात.

२.२.४ समवृत्ती वक्र तंत्र (Indifference Curve Technique) :

प्रास्ताविक :

समवृत्ती वक्रास तटस्थता वक्र असेही म्हणतात. मागणीचे विश्लेषण करण्यासाठी प्रा. मार्शल यांनी उपयोगिता विश्लेषण मांडले. परंतु त्या विश्लेषणात अनेक दोष असल्याचे हिक्स, पॅरेटो इत्यादी अर्थशास्त्रज्ञांनी दाखवून दिले आणि हे दोष दूर करण्यासाठी समवृत्ती वक्र तंत्राची मांडणी केली. प्रा. एजवर्थ यांनी सर्वप्रथम

१८८१ मध्ये समवृत्ती वक्र तंत्राची मांडणी केली. त्यानंतर पॅरेटो, जे. आर. हिक्स, आर. जी. डी. ॲलन यांनी समवृत्ती वक्र तंत्र विकसित केले. प्रा. हिक्स यांनी १९३९ मध्ये प्रसिद्ध कलेल्या 'मूल्य आणि भांडवल' (Value and Capital) ग्रंथात समवृत्ती वक्र तंत्राचे सविस्तर विवेचन केले आहे.

समवृत्ती वक्र तंत्राची गृहीते :

समवृत्ती वक्र तंत्र खालील गृहीतावर आधारित आहे.

१) उपभोक्ता केवळ दोनच वस्तूंची खरेदी करतो

२) उपभोक्त्याला बाजारपेठेचे (वस्तूंच्या किंमतीचे, मागणी पुरवठ्याचे) संपूर्ण ज्ञान असते.

३) उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर असते.

४) उपभोक्त्याची वस्तूविषयीची आवड-निवड कायम असते.

५) उपयोगितेचे मापन क्रमवारी पद्धतीने केले जाते. समवृत्ती वक्र तंत्रात उपयोगितेचे संख्यात्मक मापन केले जात नाही तर क्रमवाचक मापन (Ordinal Measurement) केले जाते. या पद्धतीत उपभोक्ता वस्तूच्या खरेदीचे क्रम ठरवतो. कोणत्या वस्तूपासून किती उपयोगिता मिळते याचा विचार करून पसंती क्रम ठरवला जातो. ज्या वस्तूपासून जास्त उपयोगिता मिळते त्या वस्तूला वरचा पसंती क्रम दिला जातो. तर ज्या वस्तूपासून कमी उपयोगिता मिळते त्यास खालचा पसंती क्रम दिला जातो. याला क्रमवाचक पद्धती असे म्हणतात. अशा प्रकारे समवृत्ती वक्र तंत्रात उपयोगिता संख्येत मोजली जात नाही तर क्रमवारी पद्धतीने मोजली जाते.

६) उपभोक्ता विवेकशील असतो. तो सूज्ञपणे व्यवहार करतो. जास्तीत जास्त समाधान मिळवण्याच्या दृष्टीने व्यवहार करतो.

७) खरेदीच्या निर्णयामध्ये सुसंगती असते. उपभोक्त्याने वस्तूच्या खरेदीचे जे वेगवेगळे गट केलेले असतात त्या गटांच्या निवडीबाबतचे त्याचे निर्णय बदलत नाहीत. म्हणजे A आणि B अशा वस्तूंच्या गटामध्ये त्याने B पेक्षा A ला अधिक समाधान देणारा गटसमूह म्हणून पसंती दिली असेल तर हा निर्णय तो बदलत नाही. म्हणजेच त्याच्या खरेदीच्या निर्णयामध्ये सुसंगती (Consistency) असते.

८) एका वस्तूच्या उपयोगितेचा दुसऱ्या वस्तूच्या उपयोगितेवर परिणाम होतो.

९) उपभोक्ता एका वस्तू गटापासून मिळणाऱ्या समाधानाची दुसऱ्या वस्तू गटापासून मिळणाऱ्या समाधानाशी तुलना करत असतो.

१०) वस्तूंच्या उपयोगिता स्वतंत्र नसतात. त्या एकमेकीवर अवलंबून असतात. डॉ. मार्शल यांनी आपल्या विश्लेषणात उपयोगिता स्वतंत्र असतात असे मानले आहे.

११) वस्तू पूर्णत: विभाज्य (विभाजनीय) असतात.

समवृत्ती वक्र म्हणजे काय?

समवृत्ती वक्राची व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''उपभोक्त्याला समान किंवा सारखेच समाधान देणारे दोन वस्तूंचे विविध गट ज्या वक्राने दर्शविलेले असतात, त्या वक्रास समवृत्ती वक्र असे म्हणतात.''

व्याख्येचा अर्थ व स्पष्टीकरण :

समवृत्ती वक्रावरचा वस्तूचा कोणताही गट उपभोक्त्याने निवडला तरी प्रत्येक गटापासून त्याला सारखेच समाधान मिळते. समजा, उपभोक्त्याने समवृत्ती वक्रावरील वस्तूच्या A गटा ऐवजी B गट निवडला तर त्याला A गटाइतकेच समाधान B गटापासून मिळते. गट बदलल्याने त्याला एका वस्तूचे नग कमी मिळतात. तरी त्याचे समाधान कमी होत नाही. कारण एका वस्तूचे नग उपभोक्त्याला जरी कमी मिळाले तरी त्याला दुसऱ्या वस्तूचे नग अधिक मिळतात. गट बदलल्याने एका वस्तूचे नग कमी मिळाल्याने जे समाधान घटते, ते दुसऱ्या वस्तूचे नग अधिक मिळाल्याने भरुन निघते. त्यामुळे उपभोक्त्याला A गटाइतकेच समाधान B गटापासून मिळते. अशा प्रकारे समवृत्ती वक्रावरील कोणताही गट किंवा वस्तूचा समूह उपभोक्त्याने निवडला तरी प्रत्येक गटापासून त्याला सारखेच समाधान मिळते. त्यामुळे समवृत्ती वक्रावरील सर्व वस्तू गटाकडे तो सम दृष्टीने किंवा तटस्थपणे पाहत असतो. त्यामुळे समवृत्ती वक्रावरील वस्तूच्या एखाद्या गटापासून उपभोक्त्याला जास्त समाधान मिळते आणि दुसऱ्या वस्तू गटापासून कमी समाधान मिळते असे घडत नाही. थोडक्यात, उपभोक्त्याचे उत्पन्न मर्यादित असते. त्यामुळे आपल्या मर्यादित उत्पन्नातून त्याला सर्व वस्तू सारख्याच प्रमाणात खरेदी करता येत नाहीत. एका वस्तूचे नग अधिक घेतले तर त्याला दुसऱ्या वस्तूचे नग कमी प्रमाणात घ्यावे लागतात. त्यामुळे पसंती श्रेणीच्या आधारे सारखेच समाधान देणारे दोन वस्तूंचे विविध गट तो तयार करतो. या प्रत्येक गटाकडे पाहण्याची त्याची वृत्ती सम किंवा तटस्थ असते. म्हणून समवृत्ती वक्राला तटस्थता वक्र असेही म्हणतात.

''ज्या दोन वस्तूंच्या विविध गटाकडे पाहण्याची उपभोक्त्याची वृत्ती सम किंवा तटस्थ असते असे विविध गट ज्या वक्रावर दर्शविलेले असतात अशा वक्रास समवृत्ती वक्र असे म्हणतात.''

प्रा. स्टोनिअर व प्रा. हेग यांनी समवृत्ती वक्राची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''समवृत्ती वक्र हा नकाशावरील अशा रेषेसारखा असतो की जी रेषा समुद्र सपाटीपासून समान उंचीवर असणारी सर्व ठिकाणे दर्शविते. समवृत्ती वक्र उंचीऐवजी समाधानाची पातळी स्पष्ट करतो.'' (An Indifference curve is therefore like a contour line on a map which shows all places that are the same hight above sea level. Instead of representing hight, an indifference curve represents a level of satisfacion.)

थोडक्यात ज्या वक्रावरील समाधानाची समान पातळी दर्शविणाऱ्या दोन वस्तूंच्या विविध गटाबाबत उपभोक्ता तटस्थ असतो, त्या वक्राला तटस्थता वक्र किंवा समवृत्ती वक्र असे म्हणतात. समवृत्ती वक्रावरील वस्तूचा प्रत्येक गट किंवा समूह उपभोक्त्याला सारखाच आनंद देतो किंवा सारखेच समाधान देतो.

समवृत्ती कोष्टक (Indifference Schedule) **:**

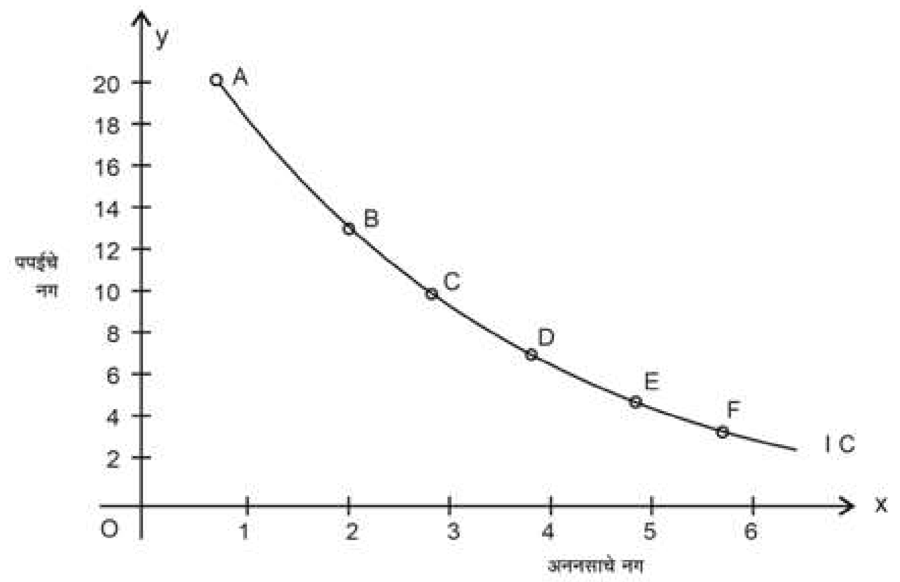
समवृत्ती वक्र काढण्यासाठी आपणास समवृत्ती कोष्टक काढावे लागते. या कोष्टकाच्या आधारे समवृत्ती वक्र तयार करता येतो. खालील समवृत्ती पत्रकात (कोष्टकात) उपभोक्त्याला अननस आणि पोपई या वस्तूंचे सारखेच समाधान देणारे विविध सहा गट दर्शविलेले आहेत.

समवृत्ती कोष्टक/समवृत्ती पत्रक

गट क्रमांक	**अननसाचे नग**	**पोपईचे नग**
१	१	२०
२	२	१५
३	३	११
४	४	०८
५	५	०६
६	६	०५

वरील समवृत्ती कोष्टकातील प्रत्येक गटात एका वस्तूचे नग जास्त आहेत. तर दुसऱ्या वस्तूचे नग कमी दर्शविले आहेत. जरी एका वस्तूचे नग कमी मिळत असले तरी त्यामुळे उपभोक्त्याचे जे समाधान घटते ते दुसऱ्या वस्तूचे काही नग जादा मिळाल्याने भरून निघते. त्यामुळे उपभोक्त्याला सर्व गटापासून सारखेच समाधान मिळते. त्यामुळे वरील पत्रकातील वस्तूच्या १ ते ६ या गटापैकी कोणताही गट त्याने निवडला तरी त्याचे समाधान कमी होत नाही.

वरील समवृत्ती कोष्टकाच्या आधारे आपणास समवृत्ती वक्र काढता येतो. खालील आकृतीत समवृत्ती वक्र दर्शविला आहे.



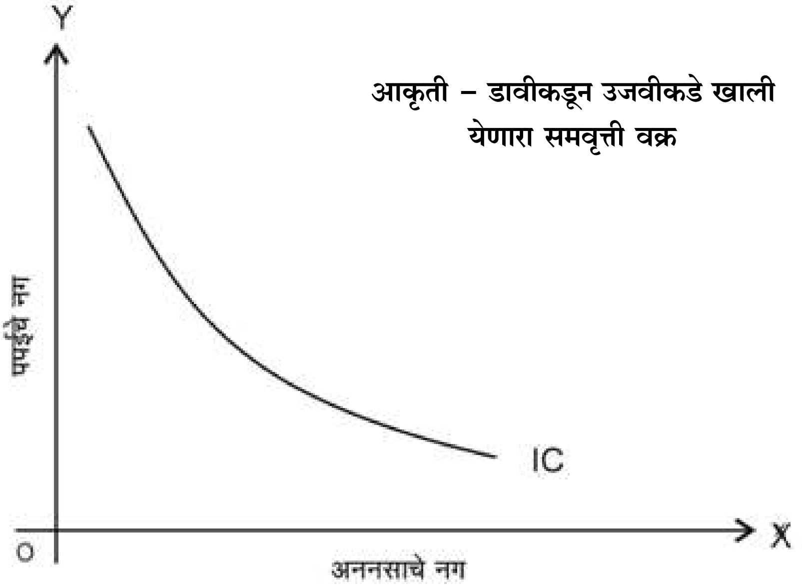
वरील आकृतीत OX अक्षावर अननसाचे नग दर्शविले आहेत. OY अक्षावर पोपईचे नग दर्शविले आहेत IC हा समवृत्ती वक्र असून तो डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा आहे. A, B, C, D, E, F हे सर्व बिंदू अननस आणि पोपई या दोन वस्तूंचे विविध गट दर्शवितात. हे सर्व बिंदू जोडले असता डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा जो वक्र तयार होतो, त्यास समवृत्ती वक्र असे म्हणतात. उपभोक्त्याने A वस्तू गटाऐवजी B, C, D, E, F असे गट निवडले तर या प्रत्येक गटात अननसाचे नग वाढत जातात. तर पोपईचे नग कमी कमी होत जातात. त्यामुळे IC हा समवृत्ती वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा अशा स्वरुपाचा येतो.

समवृत्ती वक्राचे गुणधर्म किंवा वैशिष्ट्ये (Properties or Characteristics of Indifference Curve) **:**

समवृत्ती वक्राची (तटस्थता वक्राची) वैशिष्ट्ये थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत.

१) समवृत्ती वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली येणारा असतो :

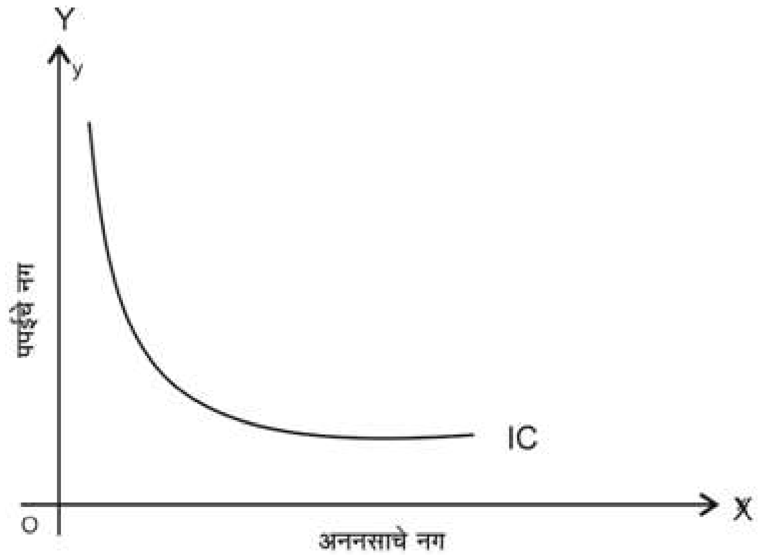
उपभोक्त्याने समवृत्ती वक्रावरील कोणताही बिंदू किंवा वस्तूंचा गट निवडला तरी त्याला प्रत्येक बिंदूपासून किंवा गटापासून सारखेच समाधान मिळते. हे समाधान सारखेच राहण्यासाठी एका वस्तूचे नग अधिक प्रमाणात घेतले तर दुसऱ्या वस्तूचे नग त्याला कमी प्रमाणात घ्यावे लागतात. त्यामुळे समवृत्ती वक्र डावीकडून खाली उतरणारा येतो. खालील आकृतीत हे दर्शविले आहे.



आकृती – डावीकडून उजवीकडे खाली
येणारा समवृत्ती वक्र

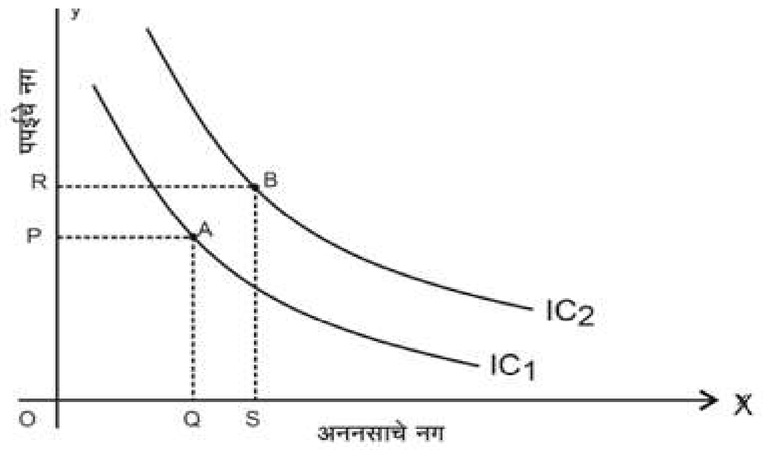
वरील आकृतीत IC हा समवृत्ती वक्र असून तो डावीकडून उजवीकडे वरून खाली येणारा दिसतो. समवृत्ती वक्र खालून वरती जाणारा नसतो. तसेच तो OX अक्षाला आणि OY अक्षाला समांतर नसतो.

२) समवृत्ती वक्र आरंभ बिंदूशी बहिर्वक्र असतात.



वरील आकृतीत IC हा समवृत्ती वक्र O या आरंभबिंदूपाशी बर्हिवक्र दिसतो. O हा आरंभ बिंदू (उगम बिंदू) आहे. कारण X आणि Y या अक्षांची सुरवात या बिंदूतून होते. IC हा समवृत्ती वक्र O या बिंदूपाशी बर्हिवक्र असलेला दिसून येतो. घटत्या सीमांत पर्यायता दरामुळे समवृत्ती वक्र आरंभ बिंदूशी बहिर्वक्र असतात. अधिक अननस मिळवण्यासाठी उपभोक्त्याला पोपईचा त्याग करावा लागतो. परंतु पोपईचे नग कमी केल्याने त्याचे जे समाधान घटते, ते अननसाचे अधिक नग मिळाल्याने भरुन निघते. पोपईचा साठा जसजसा कमी होऊ लागतो तसतशी उपभोक्त्याची पोपईची सीमांत उपयोगिता वाढू लागते. म्हणून तो अननसाचा पुढील एक नग अधिक मिळवण्यासाठी पोपईचा त्याग कमी करत जातो. म्हणजेच पोपई आणि अननस या दोन वस्तूमधील देवघेवीचा दर किंवा सीमांत पर्यायता दर घटत जातो. त्यामुळे समवृत्ती वक्र आंरभबिंदूपाशी बर्हिवक्र स्वरुपाचे असतात. अशा प्रकारे समवृत्ती वक्र घटत्या सीमांत पर्यायता दरावर आधारलेला असल्याने एकाच आकृतीत कितीही समवृत्ती वक्र काढले तरी ते आरंभ बिंदूपाशी बहिर्वक्र येतात.

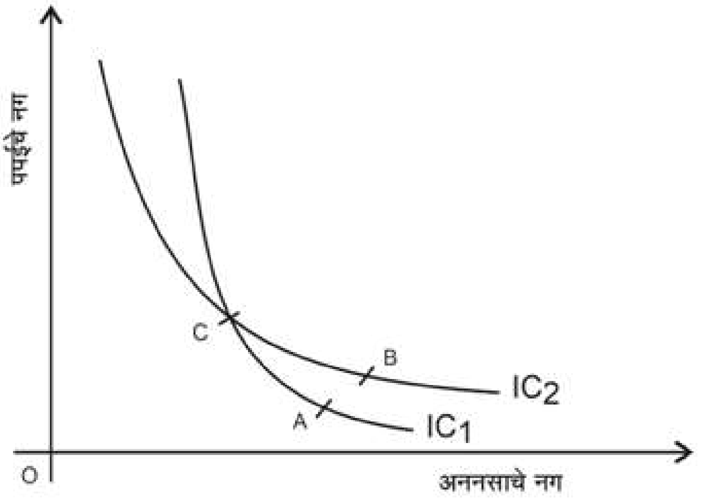
३) उच्च पातळीवरील (उजवीकडील) समवृत्ती वक्र अधिक समाधान दर्शवितात



जर एकाच आलेखात अनेक समवृत्ती वक्र काढले तर ते वक्र वेगवेगळे समाधान दर्शवितात. म्हणजे वरच्या बाजूकडील किंवा उजवीकडील समवृत्ती वक्र अधिक समाधान दर्शवितात. तर खालच्या बाजूकडील समवृत्ती वक्र कमी समाधान दर्शवितात. वरील आकृतीवरुन असे दिसते की, IC_1 या समवृत्ती वक्रावरील A बिंदूपेक्षा (वस्तू गटापेक्षा) IC_2 या समवृत्ती वक्रावरील B बिंदूपासून (वस्तू गटापासून) अधिक समाधान मिळते. IC_1 या समवृत्ती वक्रावरील A बिंदूपासून उपभोक्त्याला O ते M एवढे अननसाचे नग मिळतात. तर O ते P एवढे पोपईचे नग मिळतात. IC_2 या समवृत्ती वक्रावरील B बिंदूपासून उपभोक्त्याला M ते S एवढे अननसाचे नग मिळतात. तर O ते R एवढे पोपईचे नग मिळतात. म्हणजे IC_1 या समवृत्ती वक्रापेक्षा IC_2 या समवृत्ती वक्रामुळे उपभोक्त्याला अननस आणि पोपई या दोन्ही वस्तू जास्त मिळतात. M ते S एवढे अननसाचे नग जास्त मिळतात आणि P ते R एवढे पोपईचे नग जास्त मिळतात. अशा प्रकारे वरच्या पातळीवरील किंवा उजवीकडील

समवृत्ती वक्र अधिक समाधान देतात (दोन्ही वस्तूंचे अधिक नग मिळतात) हे वरील आकृतीवरुन आपल्या लक्षात येते.

४) दोन समवृत्ती वक्र परस्परांना छेदत नाहीत :

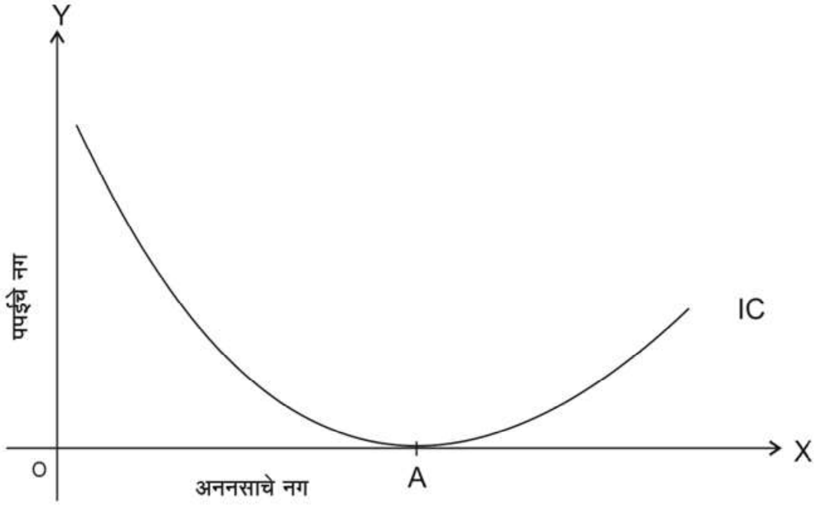


दोन समवृत्ती वक्र परस्परांना कधीही छेदत नाहीत. हे समवृत्ती वक्राचे ठळक वैशिष्टय आहे. वरील आकृतीत दोन समवृत्ती वक्र परस्परांना C बिंदूत छेदतात असे दर्शविले आहे. परंतु हे चुकीचे आहे. उपभोक्त्याला A बिंदूपेक्षा B बिंदूत अधिक समाधान मिळते. कारण A हा बिंदू खालच्या IC_1 समवृत्ती वक्रावर आहे तर B हा बिंदू वरच्या IC_2 समवृत्ती वक्रावर आहे. B आणि C हे दोनही बिंदू IC_2 या एकाच समवृत्ती वक्रावर आहेत. एकाच वक्रावरील दोन्ही बिंदू सारखेच समाधान देत असल्याने या ठिकाणी B = C होईल. तसेच C आणि A हे दोन्ही बिंदू एकाच समवृत्ती वक्रावर असल्याने या ठिकाणी A = C होईल. म्हणजे IC_1 वरील A बिंदूपासून जेवढे समाधान मिळते, तेवढेच C बिंदूपासून मिळते. अशा प्रकारे B = C आणि A = C असल्याने दोन्ही समीकरणातील C हे अक्षर निघून जाऊन B = A होईल. परंतु आपण वरती B h A असल्याचे पाहिले आहे. कारण B हा बिंदू वरच्या समवृत्ती वक्रावर आहे. अशा प्रकारे दोन समवृत्ती वक्र परस्परांना छेदतात असे दर्शविले तर B हा बिंदू A पेक्षा जास्त समाधान दर्शवितो. तसेच B हा बिंदू A एवढे समाधान दर्शवितो. (B = A) हे चूकीचे असल्याने दोन समवृत्ती वक्र परस्परांना कधीही छेदत नाहीत.

५) समवृत्ती वक्र OX अक्षाला स्पर्श करीत नाही तसेच OY अक्षाला स्पर्श करत नाही :

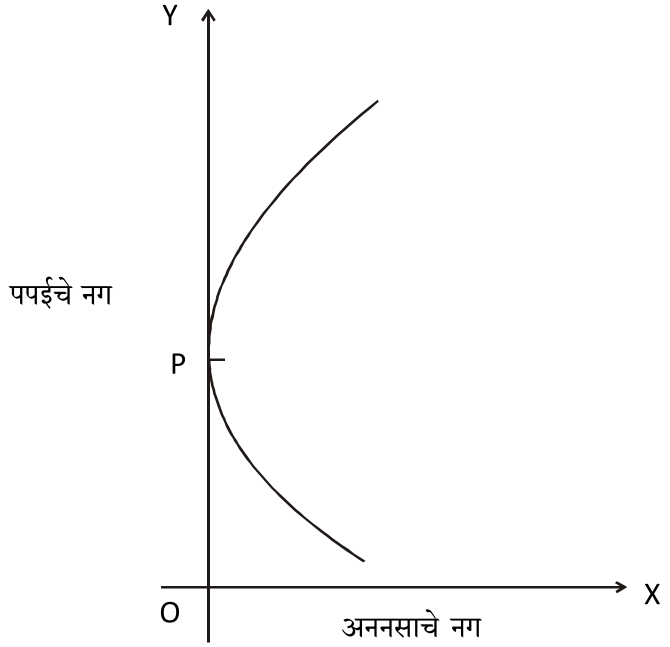
दोन्ही वस्तू खरेदी न करता उपभोक्ता जेंव्हा एकाच वस्तूचे नग खरेदी करतो तेव्हा समवृत्ती वक्र X किंवा Y अक्षाला स्पर्श करणारा येतो. परंतु समवृत्ती वक्र तंत्रात उपभोक्ता दोन वस्तू खरेदी करतो असे गृहीत धरले असल्याने समवृत्ती वक्र OX अक्षालाही स्पर्श करत नाही तसेच तो OY अक्षाला सुद्धा स्पर्श करत नाही. समवृत्ती वक्र OX आणि OY अक्षाला स्पर्श करणारा दर्शविला तर ते कसे चुकीचे होते ते खालील आकृतीत दर्शविले आहे.

OX अक्षाला स्पर्श करणारा समवृत्ती वक्र



वरील आकृतीत IC हा समवृत्ती वक्र OX अक्षाला A बिंदूत स्पर्श करून गेला आहे. याचा अर्थ उपभोक्ता OX अक्षावरील अननसाचे ० ते A एवढे नग खरेदी करतो आणि OY अक्षावरील पोपईचा एकही नग खरेदी करत नाही. परंतु समवृत्ती वक्राच्या तंत्रात उपभोक्ता दोन वस्तू खरेदी करतो असे गृहीत धरले आहे. समवृत्ती वक्र OX अक्षाला स्पर्श करणारा दर्शविला तर उपभोक्ता OY अक्षावरील वस्तू खरेदी करत नाही, असा त्याचा अर्थ होतो. म्हणून समवृत्ती वक्र OX अक्षाला स्पर्श करत नाही.

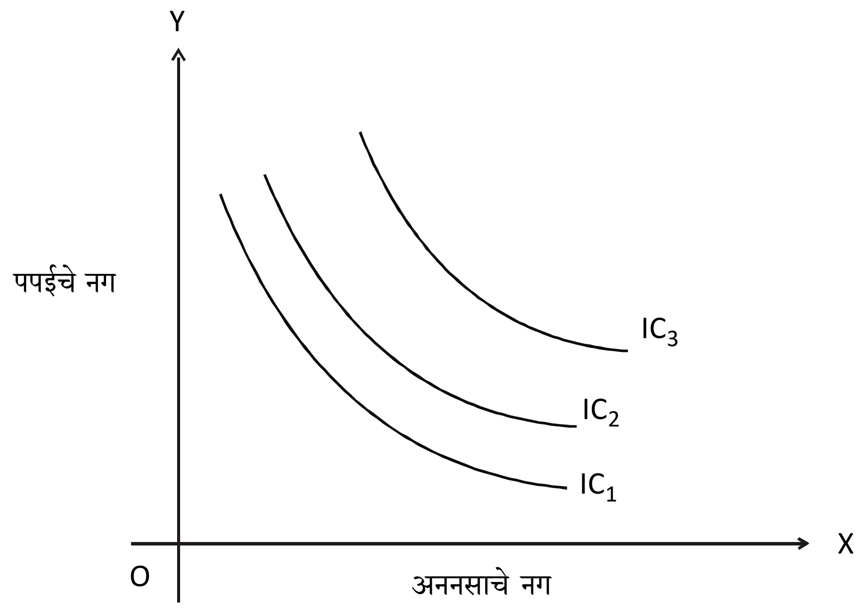
OY अक्षाला स्पर्श करणारा समवृत्ती वक्र



वरील आकृतीत IC हा समवृत्ती वक्र OY अक्षाला P ह्या ठिकाणी स्पर्श करून गेलेला दर्शविला आहे. याचा अर्थ असा होतो की, उपभोक्ता OY अक्षावरील पोपईचे O ते P इतके नग खरेदी करतो. आणि OX अक्षावरील अननसाचा एकही नग खरेदी करत नाही. परंतु समवृत्ती वक्र तंत्रात उपभोक्ता दोन्ही वस्तू खरेदी करतो असे गृहीत धरले असल्याने समवृत्ती वक्र OY अक्षाला स्पर्श करणारा असणार नाही. कारण समवृत्ती वक्र OY अक्षाला स्पर्श करणारा दाखवला तर त्याचा अर्थ उपभोक्ता केवळ OY अक्षावरील वस्तूच विकत घेतो आणि OX अक्षावरील वस्तू विकत घेत नाही असा होतो. परंतु असे घडत नाही. उपभोक्ता दोन्ही अक्षावरील दोन्ही वस्तू खरेदी करत असतो. म्हणून समवृत्ती वक्र OX अक्षालाही स्पर्श करत नाही आणि OY अक्षाला सुद्धा स्पर्श करत नाही. थोडक्यात, उपभोक्ता एकाच वेळी दोन्ही वस्तूंचे नग खरेदी करत असतो. त्यामुळे समवृत्ती वक्र कोणत्याही अक्षाला स्पर्श करत नाही.

६) समवृत्ती वक्र एकमेकांना समांतर असतीलच असे नाही :

समवृत्ती वक्र सीमांत पर्यायता दरावर अवलंबून असतात. सीमांत पर्यायता दर म्हणजे दोन वस्तूंच्या देवघेवीचा दर होय. सर्व समवृत्ती वक्रांचा सीमांत पर्यायता दर सारखाच नसतो. अशा प्रकारे प्रत्येक समवृत्ती वक्राचा सीमांत पर्यायता दर वेगवेगळा असल्याने त्यांचा उतार (Slope) वेगवेगळा असतो. त्यामुळे एकाच आलेखातील अनेक समवृत्ती वक्र एकमेकापासून सारख्याच अंतरावर येत नाहीत. खालील आकृतीत ते दर्शविले आहे.



वरील आकृतीत दर्शविलेले IC_1 IC_2 आणि IC_3 हे तीन समवृत्ती वक्र एकमेकापासून सारख्याच अंतरावर नसल्याचे तसेच त्यांचा उतारही वेगवेगळ्या असल्याचे दिसते. थोडक्यात एकाच आलेखातील अनेक समवृत्ती वक्र एकमेकांना समांतर असतीलच असे नाही.

उपभोक्त्याचा समतोल (Consumers Equilibrium) :

प्रास्ताविक :

किंमत रेषा (Price Line/Budget Line/Income Line) आणि समवृत्ती वक्र नकाशा (Indifference Curve Map) या दोन घटकांच्या साहाय्याने 'उपभोक्त्याचा समतोल' ही संकल्पना स्पष्ट करता येते. जेथे उपभोक्त्याला खरेदीपासून जास्तीत जास्त समाधान मिळते, तेथे उपभोक्त्याचा समतोल प्रस्थापित होतो. त्या अवस्थेला उपभोक्त्याचा समतोल असे म्हणतात. समतोल साध्य झाल्यानंतर उपभोक्ता खरेदीत बदल करत नाही. उपभोक्त्याचे उत्पन्न मर्यादित असते आणि तो आपले मर्यादित उत्पन्न दोन्ही वस्तूवर अशा प्रकारे खर्च करतो की ज्यामुळे त्याला महत्तम समाधान प्राप्त होते. म्हणजेच समतोल अवस्था गाठता येते.

उपभोक्त्याच्या समतोल सिद्धांताची गृहीते :

'उपभोक्त्याचा समतोल' हा सिद्धांत खालील गृहीतावर आधारित आहे. ही गृहीत परिस्थिती अस्तित्वात असेल तरच सिद्धांत खरा ठरतो.

१) उपभोक्त्याचे उत्पन्न मर्यादित असते.

२) उपभोक्ता आपले सर्व उत्पन्न खर्च करतो.

३) उपभोक्ता दोनच वस्तू खरेदी करतो.

४) सर्व वस्तू एकसारख्या किंवा एकजिनसी असतात.

५) वस्तूंच्या किंमतीचे ज्ञान उपभोक्त्याला असते.

६) वस्तूंच्या किंमती स्थिर असतात. कायम असतात. त्यात बदल होत नाही.

७) उपभोक्त्याचा दोन्ही वस्तूंचा विशिष्ट पसंती क्रम असतो व तो कायम असतो.

८) जास्तीत जास्त समाधान मिळवणे हा उपभोक्त्याचा उद्देश असतो.

९) समवृत्ती वक्र नकाशा उपभोक्त्याच्या मनात असतो.

१०) उपभोक्ता विवेकशील किंवा बुद्धिनिष्ठ असतो. तो विचारपूर्वक वस्तूची खरेदी करतो.

११) वस्तूच्या बाजारात पूर्ण स्पर्धा असते.

१२) उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर (कायम) असते. उत्पन्नात काहीच बदल होत नाही.

१३) वस्तू विभाज्य असतात. उपभोक्ता खरेदी करत असलेल्या सर्व वस्तू सारख्याच असल्याने त्यांची विभागणी करता येते.

उपभोक्त्याच्या समतोलाच्या अटी :

उपभोक्त्याचा समतोल साध्य होण्यासाठी खालील अटींची पूर्तता होणे आवश्यक असते.

१) किंमत रेषा समवृत्ती वक्राला स्पर्श करणारी असली पाहिजे.

२) जेथे उपभोक्त्याचा समतोल होतो, त्या बिंदूत समवृत्ती वक्र आरंभ बिंदूजवळ बर्हिवक्र असला पाहिजे.

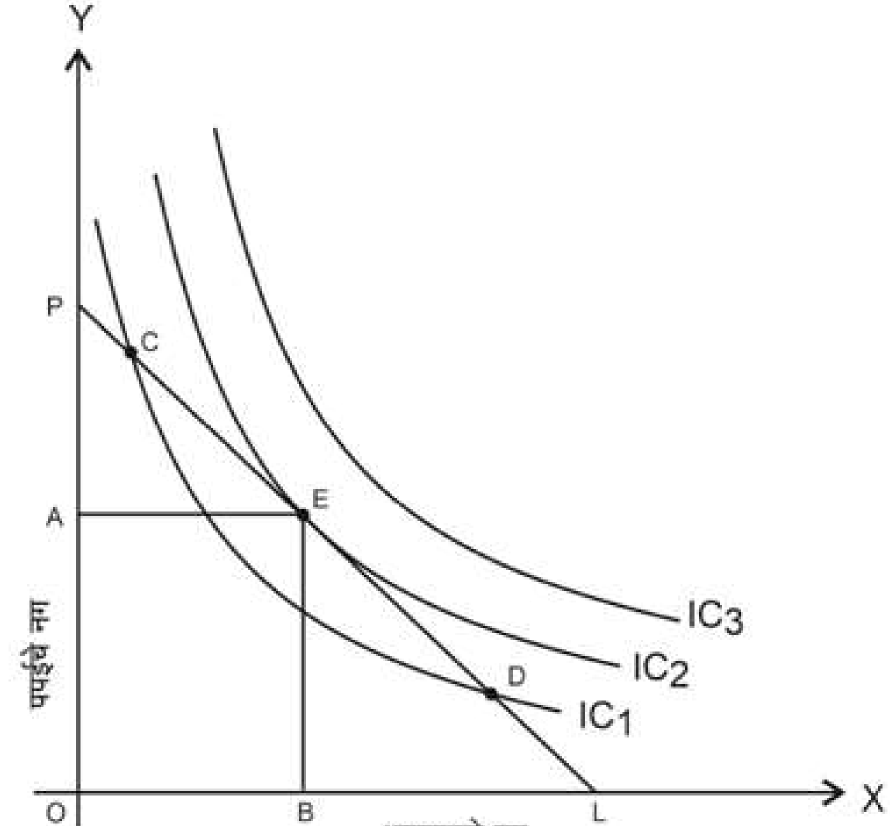
३) किंमत रेषा आणि समवृत्ती वक्र जेथे एकमेकांना स्पर्श करतात, त्या स्पर्श बिंदूच्या ठिकाणी सीमांत पर्यायिता दर घटत जाणारा असला पाहिजे.

किंमत रेषा व समवृत्ती वक्र नकाशाच्या साहाय्याने उपभोक्त्याचा समतोल

किंमत रेषा आणि समवृत्ती वक्र नकाशा यांच्या आधारे उपभोक्त्याच्या समतोल ही संकल्पना स्पष्ट करता येते. उपभोक्ता आपल्या मर्यादित उत्पन्नात OX आणि OY या अक्षावरील दोन्ही वस्तूंचे किती नग खरेदी करू शकतो? ते किंमत रेषा दर्शविते. समवृत्ती वक्र नकाशात एकापेक्षा अधिक समवृत्ती वक्र असतात. हे समवृत्ती वक्र कमी–अधिक समाधान दर्शवितात. खालच्या समवृत्ती वक्रापासून उपभोक्त्याला कमी समाधान मिळते. तर वरच्या समवृत्ती वक्रापासून उपभोक्त्याला अधिक समाधान मिळते. म्हणून उपभोक्ता वरचा समवृत्ती वक्र निवडतो. किंवा वरच्या समवृत्ती वक्रावर जाणे पसंत करतो.

आकृतीच्या साहाय्याने स्पष्टीकरण :

उपभोक्त्याचा समतोल कसा होतो? ते खालील आकृतीत दर्शविले आहे. त्यासाठी किंमत रेषेवर समवृत्ती वक्राचा



वरील आकृतीत OX अक्षावर अननसाचे नग दर्शविले आहेत. तर OY अक्षावर पोपईचे नग दर्शविले आहेत. PL ही किंमत रेषा आहे. उपभोक्त्याने आपले सर्व उत्पन्न अननसावर खर्च केले तर त्याला O ते L एवढे अननसाचे नग मिळतील आणि सर्व उत्पन्न केवळ पोपईवर खर्च केले तर उपभोक्त्याला O ते P एवढे पोपईचे नग मिळतील. म्हणून P आणि L बिंदूना जोडणाऱ्या रेषेला किंमत रेषा असे म्हणतात. IC_1 IC_2 आणि IC_3 हे समवृत्ती वक्र आहेत. IC_2 हा IC_1 पेक्षा अधिक समाधान दर्शवितो. IC_3 हा IC_2 पेक्षा अधिक समाधान देतो. अशा प्रकारे हे तिन्ही समवृत्ती वक्र कमी-अधिक समाधान दर्शवितात. E हा संतुलन बिंदू आहे. म्हणजेच E बिंदूत उपभोक्त्याचा समतोल प्रस्थापित झाला आहे. कारण उपभोक्त्याच्या समतोलाच्या सर्व अटी E या ठिकाणी पूर्ण झाल्या आहेत. उदाहरणार्थ १) किंमत रेषा आणि समवृत्ती वक्र एकमेकांना स्पर्श करणारे असले पाहिजेत. ही समतोलाची पहिली अट असून ती E या ठिकाणी पूर्ण झाली आहे. कारण E बिंदूत PL या किंमत रेषेला IC_2 हा समवृत्ती वक्र स्पर्श करून गेला आहे. २) ज्या ठिकाणी उपभोक्त्याचा समतोल होतो, त्या समतोल बिंदूत समवृत्ती वक्र आरंभ बिंदूजवळ बर्हिवक्र असला पाहिजे ही समतोलाची दुसरी अट सुद्धा E बिंदूत पूर्ण झाल्याचे दिसते. तसेच ३) किंमत रेषा आणि समवृत्ती वक्र जेथे एकमेकांना स्पर्श करतात त्या स्पर्श बिंदूच्या ठिकाणी सीमांत पर्यायता दर घटत जाणारा असला पहिजे. ही समतोलाची तिसरी अट सुद्धा E या बिंदूत पूर्ण झाली असल्याने उपभोक्त्याच्या समतोलाच्या सर्व अटी E या बिंदूत पूर्ण झाल्या आहेत. अशा प्रकारे E हा उपभोक्त्याचा समतोल बिंदू आहे. या बिंदूत उपभोक्त्याला महत्तम समाधान मिळते. म्हणून E हा बिंदू महत्तम समाधान दर्शविणारा बिंदू आहे. E बिंदूत उपभोक्त्याचा समतोल साध्य झाल्याने उपभोक्त्याला अननसाचे O ते B एवढे नग मिळतात. तर पोपईचे O ते A एवढे नग मिळतात.

वरील आकृतीवरून असे दिसते की, IC_3 हा समवृत्ती वक्र IC_2 या वक्रापेक्षा अधिक समाधान देतो. परंतु उपभोक्ता IC_3 हा वक्र निवडू शकत नाही. कारण हा वक्र PL या किंमत रेषेच्या वरील बाजूस आहे. उत्पन्न मर्यादेमुळे किंमत रेषेच्या वरील समवृत्ती वक्र तो निवडू शकत नाही. उपभोक्त्याचा समतोलाची पहिली अट पूर्ण होत नाही. तसेच उपभोक्ता IC_1 हा वक्र निवडत नाही. IC_1 आणि PL ही किंमत रेषा C आणि D बिंदूत एकमेकांना स्पर्श करत असली तरी IC_1 हा वक्र IC_2 वक्राच्या खाली आहे. खालचा समवृत्ती वक्र वरच्या समवृत्ती वक्रापेक्षा कमी समाधान देतो. म्हणून उपभोक्ता IC_2 वक्र निवडतो. अशा प्रकारे IC_1 आणि IC_3 वक्र निवडल्याने महत्तम समाधानाचे उपभोक्त्याचे उद्दिष्ट साकार होत नाही. म्हणून PL या किंमत रेषेवरील E हाच बिंदू उपभोक्त्याचा समतोल बिंदू ठरतो. कारण उपभोक्त्याच्या समतोलाच्या सर्व अटी E या बिंदूत पूर्ण झाल्या आहेत.

घटत्या सीमांत पर्यायता दराचा नियम (Law of Diminishing Marginal Rate of Substitution) **:**

प्रास्ताविक :

समृवत्ती वक्र (तटस्थता वक्र) विश्लेषण (Indifference Curve Analysis / Technique) हे घटत्या सीमांत पर्यायता दराच्या नियमावर अवलंबून आहे. म्हणून सीमांत पर्यायता दर (MRS) किंवा घटत्या सीमांत पर्यायता दराचा नियम पाहणे आवश्यक आहे. या नियमास **'सीमांत प्रतिस्थापन दराचे तत्त्व'** (Principle of Marginal Rate of Substitution) असेही म्हणतात.

प्रा. मार्शल यांच्या उपयोगिता विश्लेषणात म्हणजे घटत्या सीमांत उपयोगिता सिद्धांतात काही दोष आहेत. म्हणून प्रा. हिक्स यांच्यासारख्या काही अर्थशास्त्रज्ञांनी मार्शल यांच्या सीमांत उपयोगिता सिद्धांताला पर्याय म्हणून 'घटत्या सीमांत पर्यायता दराचा नियम' मांडला आहे. सीमांत पर्यायता दराची व्याख्या खालील शब्दांत स्पष्ट केली आहे.

सीमांत पर्यायता दराची व्याख्या :

''दोन वस्तूमधील देवाण-घेवाणीच्या दरास सीमांत पर्यायता दर (Marginal Rate of Substitution) असे म्हणतात.''

प्रा. बॉमेल आणि प्रा. ब्लाइडर यांनी सीमांत पर्यायता दराची व्याख्या खालील शब्दांत दिली आहे.

''दुसऱ्या वस्तूचा एक नग मिळवण्यासाठी उपभोक्ता पहिल्या वस्तूचे जे जास्तीत जास्त नग देण्यास तयार असतो ती नगसंख्या समवृत्ती वक्राचा उतार दर्शविते आणि त्यालाच त्या दोन संबंधित वस्तूमधील सीमांत पर्यायता दर असे म्हणतात.'' (The slope of an indifference curve referred to as the marginal rate of substitution between the commodities involved, represents the maximum amount of one commodity the consumer is willing to give up in exchange for one more unit of other commodity.)

प्रा. लिप्से यांनी उपभोक्ता या शब्दाऐवजी कुटुंब (Household) असा शब्द वापरून सीमांत पर्यायता दराची व्याख्या दिली आहे. प्रा. लिप्से यांनी सांगितलेली सीमांत पर्यायता दराची व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''कुटुंबाकडे एका वस्तूचे नग कमी असतील आणि दुसऱ्या वस्तूचे नग अधिक असतील तर दुसऱ्या वस्तूचे आणखी (जादा) नग मिळवण्यासाठी पहिल्या वस्तूचे काही नग सोडून देण्याची कुटुंबाची तयारी (इच्छा) कमी असते असे घटत्या सीमांत पर्यायता दराचे तत्त्व सांगते.'' (The hypothesis of a diminishing rate of substitution says that the less of one good and more of another that a hosehold has, the less willing it will be to give up some more of the first good to get further units of the second good.)

सीमांत पर्यायता दराचे तत्त्व समवृत्ती वक्र (तटस्थता वक्राच्या) साहाय्याने मांडले जाते. सीमांत पर्यायता दर हा नेहमी ऋणात्मक उताराचा असतो. उपभोक्ता एकाच समवृत्ती वक्रावर डावीकडून उजवीकडे जातो तेव्हा समवृत्ती वक्राचा उत्तार घटत जातो. सीमांत पर्यायता दर ऋणात्मक उताराचा असल्याने समवृत्ती वक्र आरंभबिंदूशी बहिर्वक्र असतो.

सिद्धांताचे स्पष्टीकरण :

पसंती श्रेणीच्या आधारे उपभोक्ता वस्तूंचे विविध गट तयार करतो. काही गट असे असतात की त्यापैकी

कोणताही गट त्याने निवडला तरी त्याला त्या गटापासून सारखेच समाधान मिळते. या विविध गटात वस्तूंचे नग कमी-जास्त असले तरी त्या प्रत्येक गटापासून उपभोक्त्याला मिळणारे एकूण समाधान कायमच असते. त्याची कारणमीमांसा पाहण्यापूर्वी एक काल्पनिक उदाहरण घ्यावे लागेल. या उदाहरणावरून आपणास सीमांत पर्यायता दर कसा घटत जातो ते स्पष्ट करता येईल. समजा X या उपभोक्त्याने अननस आणि पपई या दोन वस्तूंचे सारखेच समाधान देणारे विविध सहा गट तयार केले आहेत. एका वस्तूचे अधिक नग मिळविण्यासाठी हा उपभोक्ता दुसऱ्या वस्तूचे किती नग देतो ते खालील तक्त्यात दर्शविले आहे.

तक्ता : सीमांत पर्यायता दर

गट क्र.	अननसाचे नग	पपईचे नग	सीमांत पर्यायता दर
१	१	२०	-
२	२	१५	१ अननस = ५ पपई
३	३	११	१ अननस = ४ पपई
४	४	०८	१ अननस = ३ पपई
५	५	०६	१ अननस = २ पपई
६	६	०५	१ अननस = १ पपई

वरील तक्त्यात अननस आणि पपई या दोन वस्तूंचे X या उपभोक्त्याने केलेले विविध सहा गट दर्शविले आहेत. या प्रत्येक गटात दोन्ही वस्तूंचे नग कमी-जास्त आहेत. तरीसुद्धा X या उपभोक्त्याला सर्व गटापासून सारखेच समाधान मिळते. कारण समजा, उपभोक्त्याने 'अ' वस्तू गटाऐवजी 'ब' वस्तू गट निवडला तर 'ब' वस्तू गटात एखाद्या वस्तूचे काही नग कमी असले तरी दुसऱ्या वस्तूचे काही नग अधिक असतात. त्यामुळे 'ब' गट निवडल्यामुळे एका वस्तूचे नग कमी मिळाल्याने उपभोक्त्याचे जे समाधान घटते ते समाधान दुसऱ्या वस्तूचे काही नग अधिक मिळाल्याने भरून निघते. म्हणून उपभोक्त्याने तयार केलेल्या वस्तू गटापैकी कोणताही गट त्या उपभोक्त्याने निवडला तरी त्याचे एकूण समाधान कायमच राहते.

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, दुसऱ्या वस्तू गटात सीमांत पर्यायता दर १:५ आहे. याचा अर्थ अननसाचा एक अधिक नग मिळवण्यासाठी उपभोक्ता पपईचे ५ नग देतो. तिसऱ्या गटात सीमांत पर्यायता दर १:४ आहे. याचा अर्थ अननसाचा आणखी एक म्हणजे तिसरा नग मिळवण्यासाठी उपभोक्ता पपईच्या ४ नगांचा त्याग करतो. चौथ्या गटात सीमांत पर्यायता दर १:३ आहे. म्हणजे अननसाचा चौथा नग मिळवण्यासाठी

उपभोक्ता ३ पपईचा त्याग करतो. पाचव्या गटात अननसाच्या एका नगासाठी उपभोक्ता २ पपईचा त्याग करतो. तर सहाव्या गटात अननसाचा आणखी एक नग मिळवण्यासाठी उपभोक्ता पपईच्या एकाच नगाचा त्याग करतो किंवा एकच नग द्यावयास तयार होतो. वरील तक्त्यावरून आणि स्पष्टीकरणावरून असे लक्षात येते की, पपई या वस्तूचा अननसाविषयीचा सीमांत पर्यायिता दर १:५, १:४, १:३, १:२, १:१ याप्रमाणे घटत आहे. म्हणजेच पपईचा अननसाविषयीचा त्यागाचा दर १:५, १:४, १:३, १:२, १:१ याप्रमाणे घटत आहे. अननसाचे नग अधिक मिळविण्यासाठी उपभोक्ता पपईचा जो त्याग करत जातो त्याचे प्रमाण क्रमश: कमी कमी होत जाते. कारण उपभोक्त्याजवळील पपईच्या साठ्यात जसजशी घट होत जाते तसतशी पपईपासून त्याला मिळणारी उपयोगिता वाढत जाते. त्यामुळे अननसाच्या प्रत्येक पुढील नगासाठी उपभोक्ता पपईचे नग कमी कमी देत जातो आणि अननसाच्या साठ्यात जसजशी वाढ होत जाते तसतशी अननसापासून मिळणारी उपयोगिता घटत जाते. त्यामुळे अनसाच्या प्रत्येक पुढील नगासाठी उपभोक्ता पपईचे नग कमी कमी देत जातो.

सुरवातीला उपभोक्ता अननसाच्या एका नगासाठी जास्त म्हणजे पाच पपई देतो. कारण पपईचा साठा जास्त असल्याने त्याला पपईची उपयोगिता कमी वाटत असते. गट क्रमांक सहाच्या बाबतीत उपभोक्ता अननसाच्या एका नगासाठी पपईचा फक्त एकच नग देण्यास तयार होतो. कारण अननसाच्या साठ्यात वाढ झाल्याने त्याची अननसाची उपयोगिता कमी होते आणि पपईच्या साठ्यात घट होत गेल्याने त्याची पपईपासून मिळणारी उपयोगिता वाढते. त्यामुळे अधिकचा एक अननस मिळवण्यासाठी उपभोक्ता पपईचे नग कमी देतो. अशा प्रकारे वरील कारणामुळे अननस आणि पपई या दोन वस्तूमधील सीमांत पर्यायिता दर घटत जातो.

वरील तक्त्याच्या आणि स्पष्टीकरणाच्या आधारे सीमांत पर्यायिता दराच्या काही व्याख्या सांगता येतात. त्या खालीलप्रमाणे दिल्या आहेत.

''एखाद्या वस्तूची खरेदी वाढवल्यामुळे उपभोक्त्याला दुसऱ्या वस्तूचे नग कमी प्रमाणात खरेदी करावे लागतात. उपभोक्ता दुसऱ्या वस्तूचे नग किती प्रमाणात कमी खरेदी करतो त्याचे प्रमाण म्हणजे सीमांत पर्यायिता दर होय.''

किंवा

''उपभोक्ता एखाद्या वस्तूची खरेदी जसजशी वाढवत जातो तसतसे दुसऱ्या वस्तूचे नग तो कमी कमी घेत जातो. हे नग तो किती प्रमाणात कमी कमी घेत जातो त्याचे प्रमाण म्हणजे सीमांत पर्यायिता दर होय.''

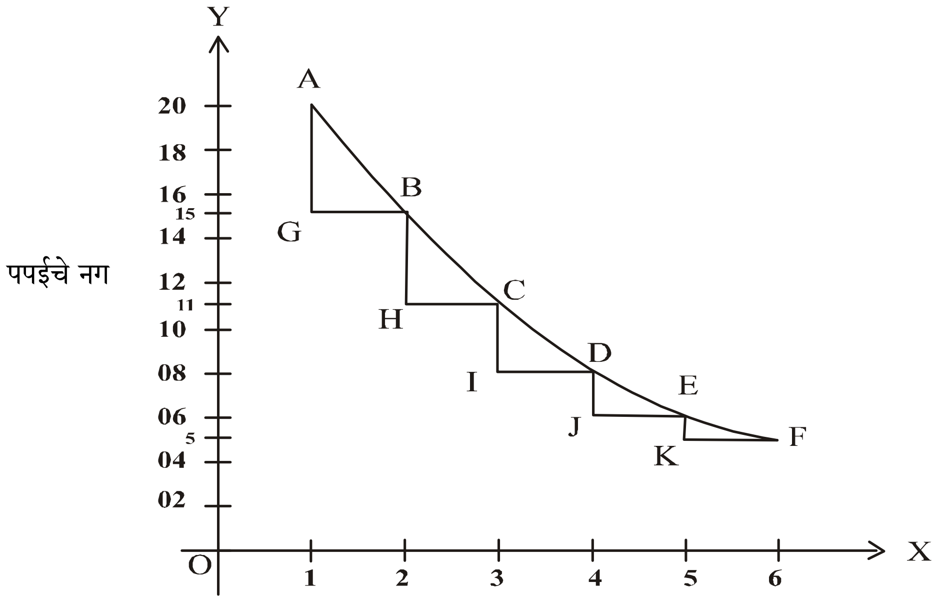
किंवा

''एखाद्या वस्तूचे अधिक नग मिळविण्यासाठी उपभोक्ता दुसऱ्या वस्तूचे नग किती प्रमाणात द्यावयास तयार होतो त्या प्रमाणास सीमांत पर्यायिता दर असे म्हणतात.''

आकृतीच्या साहाय्याने स्पष्टीकरण :

घटत्या सीमांत पर्यायता दराचा नियम वरील तक्त्याच्या आधारे खालील आकृतीद्वारे स्पष्ट केला आहे.

आकृती : घटता सीमांत पर्यायता दर



वरील आकृतीत OX अक्षावर अननसाचे नग दर्शविले आहेत. तर OY अक्षावर पपईचे नग दर्शविले आहेत. आकृतीत AF हा घटत्या सीमांत पर्यायता दराचा वक्र आहे. A, B, C, D, E आणि F हे सर्व बिंदू जोडले असता हा वक्र तयार होतो. हा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा आहे. वरील आकृतीत AG, BH, CI, DJ, EK या उभ्या रेषा पपईचे नग दर्शवितात. दर GB, HC, ID, JE, KF या आडव्या रेषा अननसाचे नग दर्शवितात. पपई ही वस्तू दर्शविणाऱ्या उभ्या रेषांची उंची क्रमश: कमी होत गेलेली दिसते. तर अननस दर्शविणाऱ्या आडव्या रेषांची लांबी सारखीच असल्याचे दिसते. कारण अननसाच्या पुढील प्रत्येक एका नगासाठी उपभोक्ता पपईचा त्याग कमी कमी करत जातो.

वरील आकृतीवरून असे दिसते की, उपभोक्ता G ते B या एका अननसासाठी A ते G एवढ्या म्हणजे पाच पपईंचा त्याग करीत आहे. तर H ते C या एका अननसासाठी B ते H एवढ्या म्हणजे चार पपईचा त्याग करत आहे. अशा प्रकारे अननसाच्या प्रत्येक पुढील एका नगासाठी पपईचा त्याग करण्याचे प्रमाणात ५, ४, ३, २, १ या प्रमाणे घटत जात आहे. म्हणून पपई ही वस्तू दर्शविणाऱ्या उभ्या रेषांची उंची क्रमश: कमी होत गेली आहे. तर अननस वस्तू दर्शविणाऱ्या आडव्या रेषांची लांबी सारखीच आहे.

AG > BH > CI > DJ > EK = पपई

GB = HC = ID = JK = KF = 1 अननस

$$\textbf{सीमांत पर्यायता दर} = \frac{\triangle Y}{\triangle X}$$

$$\therefore \text{सीमांत पर्यायता दर} = \frac{AG}{GB}, \frac{BH}{HC}, \frac{CI}{ID}, \frac{DJ}{JE}, \frac{EK}{KF}$$

$$AG > BH > CI > DJ > EK$$

$$GB = HC = ID = JE = KF$$

$$\therefore \frac{AG}{GB} > \frac{BH}{HC} > \frac{CI}{ID} > \frac{DJ}{JE} > \frac{EK}{KF}$$

वरील गुणोत्तरावरून सीमांत पर्यायता दर घटत आहे हे आपल्या लक्षात येते.

२.२.५ किंमत परिणाम, उत्पन्न परिणाम व पर्यायता परिणाम :

किंमत रेषा (Price Line) आणि समवत्ती वक्र (Indifference Curve) यांच्या साहाय्याने किंमत परिणाम, उत्पन्न परिणाम आणि पर्यायता परिणाम या संकल्पना स्पष्ट करता येतात. त्याची माहिती खालीलप्रमाणे आहे.

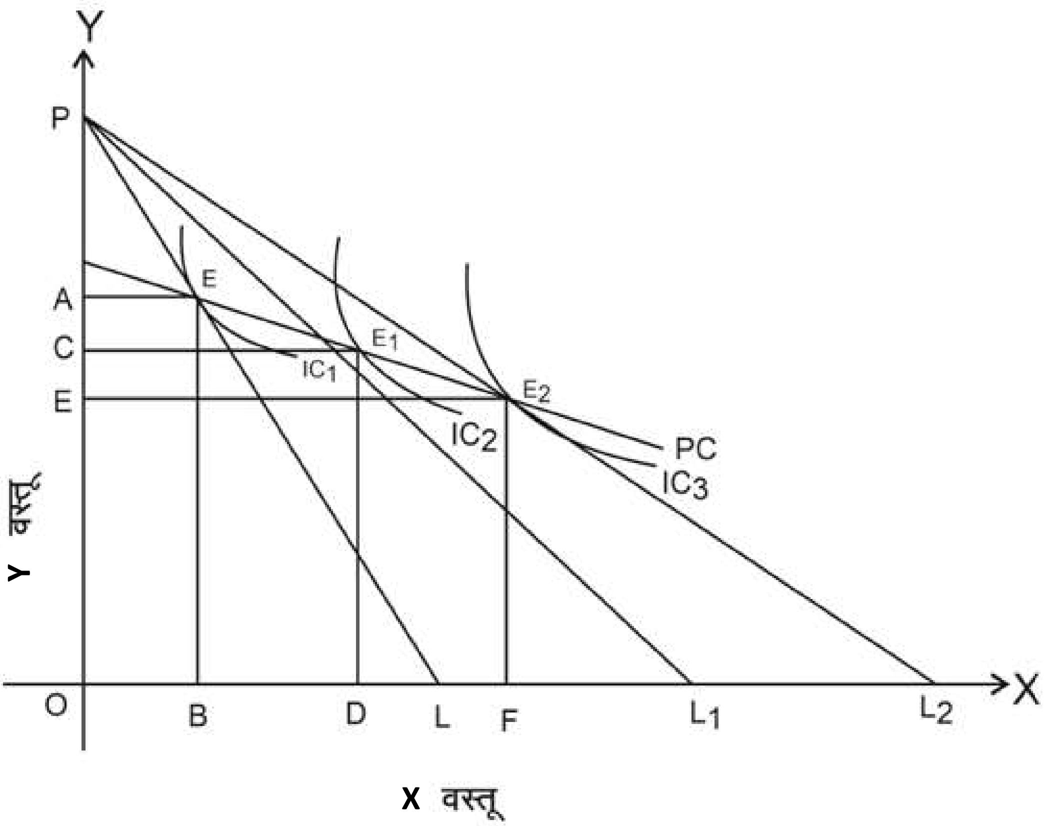
किंमत परिणाम (Price Effect)

किंमत परिणामालाच 'किंमत बदल' असेही म्हणतात. ही संकल्पना खालील तीन गृहितावर आधारित आहे.

१) दोन वस्तू असतात. २) उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर असते. ३) एका वस्तूची किंमत बदलते तर दुसऱ्या वस्तूची किंमत स्थिर असते. किंमत परिणाम म्हणजे काय ते थोडक्यात खालील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

''उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर असताना एका वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाली आणि दुसऱ्या वस्तूच्या किंमतीत काहीच बदल झाला नाही तर त्याचा उपभोक्त्याच्या उपभोगावर किंवा समाधानावर जो परिणाम घडून येतो, त्यास किंमत परिणाम किंवा किंमत बदल असे म्हणतात.''

उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर असताना X वस्तूच्या किंमतीत घट झाली आणि Y वस्तूची किंमत स्थिर राहिली तर त्याचा उपभोक्त्याच्या उपभोगावर काय परिणाम होतो, ते खालील आकृतीत दर्शविले आहे.



वरील आकृतीत OX अक्षावर X वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. आणि OY अक्षावर Y वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. PL व PL_1 आणि PL_2 ह्या वेगवेगळ्या किंमत रेषा आहेत. PL ही मूळची किंमत रेषा आहे. X वस्तूची किंमत घटल्यामूळे PL_1 आणि PL_2 ह्या नवीन किंमत रेषा तयार झाल्या आहेत. IC_1 IC_2 आणि IC_3 हे समवृत्ती वक्र आहेत. IC हा मूळचा समवृत्ती वक्र आहे. X वस्तूच्या किंमतीत घट झाल्याने उपभोक्ता X वस्तूचे अधिक नग खरेदी करतो. त्यामुळे उपभोक्त्याच्या समाधानात वाढ होते. त्यामुळे उपभोक्ता वरच्या समवृत्ती वक्रावर जातो. म्हणून IC_2 आणि IC_3 हे समवृत्ती वक्र आकृतीत दर्शविले आहेत.

वरील आकृतीत PL ही मूळची किंमत रेषा आहे. आणि IC_1 हा मूळचा समवृत्ती वक्र आहे. उपभोक्त्याचे विशिष्ट उत्पन्न असताना PL ही किंमत रेषा आणि IC_1 हा समवृत्ती वक्र एकमेकांना E बिंदूत स्पर्श करतात. म्हणून E हा उपभोक्त्याचा सुरवातीचा समतोल बिंदू आहे. या समतोल बिंदूत उपभोक्त्याला X वस्तूंचे O ते B एवढे नग मिळतात आणि O ते A एवढे Y वस्तूचे नग मिळतात.

Y वस्तूची किंमत स्थिर राहून X वस्तूची किंमत घटली असे आपण गृहीत धरुया. त्यामुळे PL ही किंमत रेषा वरच्या बाजूला सरकते. PL_1 ही नवीन किंमत रेषा X वस्तूच्या किंमतीत झालेली घट दर्शविते. X वस्तूची किंमत घटल्याने उपभोक्ता X वस्तूचे अधिक नग खरेदी करतो. त्यामुळे त्याच्या समाधानात वाढ होते. त्यामुळे

तो वरच्या समवृत्ती वक्रावर जातो. IC_2 हा समवृत्ती वक्र उपभोक्त्याच्या समाधानात झालेली वाढ दर्शवितो. X वस्तूची किंमत घटल्याने उपभोक्त्याचा समतोल E बिंदूतून E_1 ह्या ठिकाणी प्रस्थापित होतो. त्यामुळे उपभोक्त्याला X वस्तूचे O ते D एवढे नग मिळतात. तर Y वस्तूचे O ते C एवढे नग मिळतात. X वस्तूची किंमत घटल्याने म्हणजेच X वस्तू स्वस्त झाल्याने उपभोक्ता B ते D एवढे X वस्तूचे जादा नग खरेदी करतो. तर A ते C एवढे Y वस्तूचे नग कमी खरेदी करतो.

Y वस्तूची किंमत स्थिर राहून X वस्तूच्या किंमतीत आणखी घट झाली असे गृहीत धरूया. त्यामुळे PL_1 ही किंमत रेषा वरच्या बाजूला सरकते. PL_2 ही किंमत रेषा X वस्तूच्या किंमतीतील घट दर्शविते. X वस्तूची किंमत घटल्याने उपभोक्ता X वस्तूचे नग पूर्वीपेक्षा अधिक खरेदी करतो. त्यामुळे तो वरच्या समवृत्ती वक्रावर जातो. IC_3 हा समवृत्ती वक्र उपभोक्त्याच्या समाधानात पूर्वीपेक्षा अधिक वाढ झाल्याचे दर्शवितो. X वस्तूची किंमत घटल्याने उपभोक्त्याचा समतोल E_1 बिंदू ऐवजी E_2 बिंदूत प्रस्थापित होतो. त्यामुळे उपभोक्त्याला X वस्तूचे O ते F एवढे नग मिळतात. तर Y वस्तूचे O ते E एवढे नग मिळतात. X वस्तूची किंमत घटल्याने उपभोक्ता X वस्तूचे D ते F एवढे जादा नग विकत घेतो. तर C ते E एवढे Y वस्तूचे नग कमी घेतो.

वरील आकृतीतील E, E_1 आणि E_2 हे समतोल बिंदू जोडून PC हा वक्र तयार केला आहे. त्यास 'किंमत उपभोग वक्र' असे म्हणतात. हा वक्र OX अक्षाच्या दिशेने डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा दिसतो. कारण OX अक्षावरील X वस्तूची किंमत जसजशी घटत जाते, तसतशी X वस्तूची मागणी वाढत जाते.

किंमत परिणाम = उत्पन्न परिणाम + पर्यायता परिणाम

किंमत परिणाम हा उत्पन्न परिणाम आणि पर्यायता परिणामांचा मिळून बनलेला असतो. म्हणजेच किंमत परिणामात पर्यायता परिणाम व उत्पन्न परिणाम समाविष्ट असतो.

अ) किंमत परिणामातील उत्पन्न परिणाम :–

उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर असताना ज्या वस्तूची किंमत घटते त्या वस्तूचे नग उपभोक्ता अधिक प्रमाणात खरेदी करतो. यालाच उपभोक्त्याच्या वास्तव उत्पन्नातील वाढ असे म्हणतात. हाच उत्पन्न परिणाम होय. वरील उदाहरणात वस्तूच्या किंमतीत घट झाल्याने वस्तूच्या मागणीत वाढ झाल्याचे दिसते. यालाच उत्पन्न परिणाम असे म्हणतात.

ब) किंमत परिणामातील पर्यायता परिणाम:–

ज्या वस्तूची किंमत वाढते त्या वस्तूचे नग उपभोक्ता कमी प्रमाणात खरेदी करतो. आणि ज्या वस्तूची किंमत घटते त्या वस्तूचे नग तो अधिक प्रमाणात खरेदी करतो. त्यालाच पर्यायता परिणाम असे म्हणतात. हा पर्यायता परिणाम आपणास किंमत परिणामात दिसून येतो. वरील उदाहरणात Y वस्तूच्या तुलनेत X वस्तू स्वस्त

झाल्याने उपभोक्ता Y वस्तूचे नग कमी प्रमाणात विकत घेतो आणि X वस्तूचे नग जास्त प्रमाणात विकत घेतो. यालाच पर्यायिता परिणाम किंवा पर्यायिता बदल असे म्हणतात.

किंमत परिणाम – उत्पन्न परिणाम = पर्यायिता परिणाम

किंमत परिणामातून उत्पन्न परिणाम वजा केला असता आपणास पर्यायिता परिणाम समजतो.

सारांश : उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर असताना एका वस्तूची किंमत घटली आणि दुसऱ्या वस्तूच्या किंमतीत काहीही बदल झाला नाही तर ज्या वस्तूची किंमत घटते त्या वस्तूची मागणी वाढते. म्हणजेच उपभोक्त्याच्या समाधानात वाढ होते. यालाच किंमत परिणाम किंवा किंमत बदल असे म्हणतात. किंमत परिणामात उत्पन्न परिणाम आणि पर्यायिता परिणाम समाविष्ट असतो.

उत्पन्न परिणाम (Income effect) :

उत्पन्न परिणामालाच उत्पन्न बदल किंवा प्राप्ती परिणाम असेही म्हणतात ही संकल्पना प्रा. हिक्स यांनी मांडली आहे. उत्पन्न परिणाम ही संकल्पना तीन गृहीतावर आधारित आहे. १) दोन वस्तू २) दोन्ही वस्तूंच्या किंमती स्थिर असतात ३) उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात बदल होतो. उत्पन्न परिणाम म्हणजे काय ते खालील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

''**वस्तूंच्या किंमती स्थिर असताना उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात बदल झाला असता उपभोक्त्याच्या उपभोगात किंवा मागणीतही बदल घडून येतो. त्यास उत्पन्न परिणाम किंवा उत्पन्न बदल असे म्हणतात.**''

उत्पन्न परिणाम ही संकल्पना खालील शब्दात सुद्धा मांडता येते.

''**वस्तूंच्या किंमती स्थिर असताना उपभोक्त्याच्या उत्पन्नातील बदलांचा उपभोक्त्याच्या उपभोगावर किंवा समाधानावर किंवा खरेदीवर जो परिणाम घडून येतो, त्यास उत्पन्न परिणाम किंवा प्राप्ती परिणाम असे म्हणतात.**''

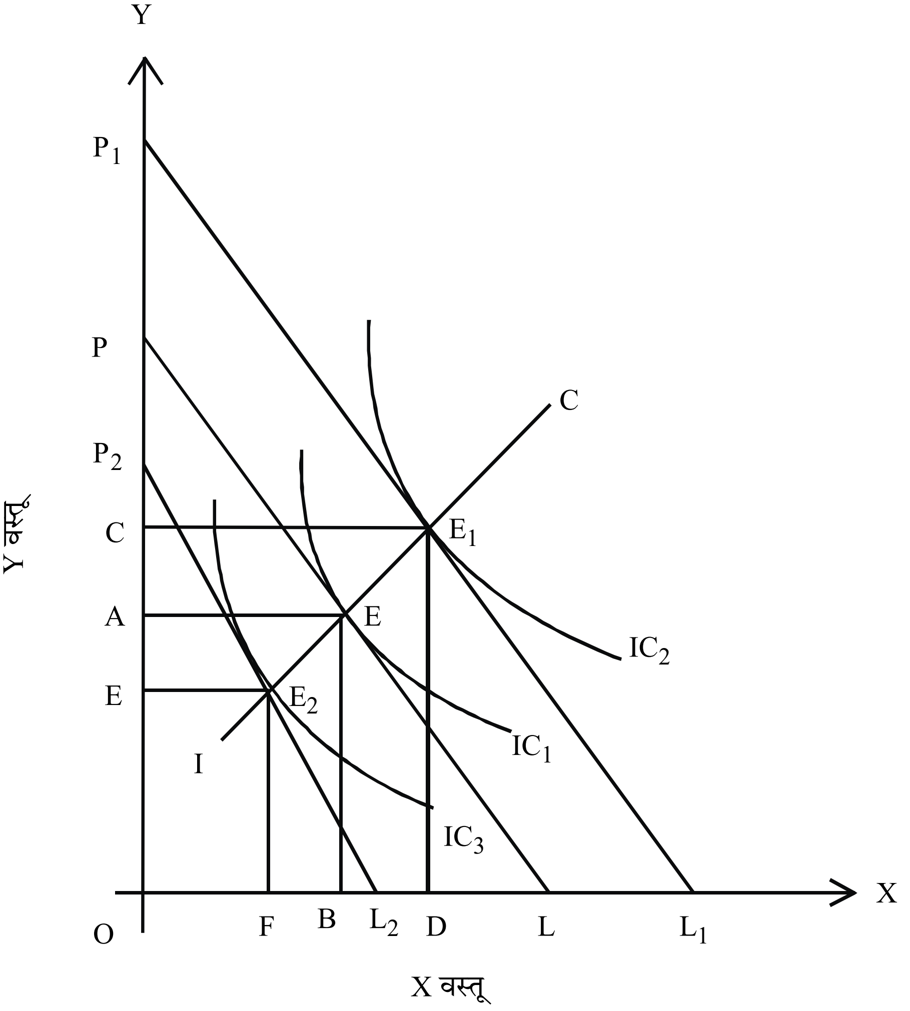
वस्तूंच्या किंमतीत काहीही बदल न होता जर उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात वाढ झाली तर उपभोक्ता वस्तूची अधिक खरेदी करतो. तसेच उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात घट झाली तर त्याची वस्तूची मागणी (खरेदी) कमी होते. थोडक्यात उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात वाढ झाली की वस्तूंच्या किंमती न घटता सुद्धा उपभोक्त्याची वस्तूची मागणी वाढते. याउलट उत्पन्नात घट झाली की वस्तूच्या किंमती न वाढता सुद्धा उपभोक्ता वस्तूची खरेदी कमी करतो. यालाच उत्पन्न परिणाम किंवा उत्पन्न बदल असे म्हणतात.

उत्पन्न परिणाम ही संकल्पना किंमत रेषा आणि समवृत्ती वक्राच्या सहाय्याने स्पष्ट करता येते. उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात वाढ झाली असता उपभोक्ता दोन्ही वस्तू (X वस्तू आणि Y वस्तू) अधिक खरेदी करू शकतो.

म्हणून किंमत रेषा समांतर दिशेने वरच्या बाजूला जाते. याउलट उत्पन्नात घट झाली असता X आणि Y अक्षावरील दोन्ही वस्तूंचे नग तो पूर्वी इतके खरेदी करू शकत नाही. तो वस्तूंची मागणी कमी करतो. त्यामुळे किंमत रेषा समांतर दिशेने खालच्या बाजूला स्थानांतरित होते. उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात वाढ झाली की, उपभोक्ता X आणि Y अक्षावरील दोन्ही वस्तूंचे नग अधिक खरेदी करतो. त्यामुळे त्याच्या समाधानात वाढ होते. त्यामुळे तो वरच्या समवृत्ती वक्रावर जातो. याउलट उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात घट झाली असता उपभोक्ता दोन्ही वस्तूंचे नग कमी प्रमाणात खरेदी करतो. त्यामुळे त्याच्या समाधानात घट होते. त्यामुळे तो खालच्या समवृत्ती वक्रावर जातो. खालील आकृतीच्या साहाय्याने उत्पन्न परिणामाची संकल्पना स्पष्ट केली आहे.

आकृती

उत्पन्न परिणाम/प्राप्ती परिणाम :



वरील आकृतीत OX अक्षावर X वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. आणि OY अक्षावर Y वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. IC_1 IC_2 IC_3 हे समवृत्ती वक्र आहेत. PL ही मूळची (initial) किंमत रेषा आहे. आणि IC_1 मूळचा समवृत्ती वक्र आहे. समजा उपभोक्त्याचे सुरवातीचे किंवा मूळचे उत्पन्न १०० रुपये एवढे आहे. या उत्पन्नात तो O ते B एवढे X वस्तूचे नग खरेदी करतो. तर O वे A एवढे Y वस्तूचे नग विकत घेतो. E हा उपभोक्त्याच्या समतोल बिंदू आहे. कारण या बिंदूत PL ही किंमत रेषा आणि IC_1 हा समवृत्ती वक्र एकमेकांना छेदून गेले आहेत.

आता आपण उपभोक्त्याचे उत्पन्न १०० रुपयावरून २०० रुपये वाढले असे गृहीत धरूया. उत्पन्नात वाढ झाल्यामुळे तो X आणि Y अक्षावरील दोन्ही वस्तूंचे अधिक नग खरेदी करेल. म्हणजेच त्याच्या समाधानात वाढ होईल. त्यामुळे PL ही मूळची किंमत रेषा समांतर दिशेने वरच्या बाजूला जाईल. वरील आकृतीत P_1 L_1 या किंमत रेषेने ते दर्शविले आहे. ही नवीन किंमत रेषा उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात झालेल्या वाढीमुळे तो दोन्ही वस्तूंचे अधिक नग खरेदी करतो, हे दर्शविते. तसेच उत्पन्नातील वाढीमुळे उपभोक्त्याच्या दोन्ही वस्तूंच्या उपभोगात (खरेदीत/मागणीत) वाढ होते. म्हणजेच त्याच्या समाधानात वाढ होते. त्यामुळे उपभोक्ता वरच्या समवृत्ती वक्रावर जाईल. IC_2 या समवृत्ती वक्राने ते दर्शविले आहे. P_1 L_1 ही नवीन किंमत रेषा आणि IC_2 हा नवीन समवृत्ती वक्र एकमेकांना E_1 बिंदूत छेदतात. त्यामुळे उपभोक्त्याचा नवीन समतोल या E_1 ठिकाणी प्रस्थापित होतो. या ठिकाणी उपभोक्त्याला O ते D एवढे X वस्तूचे नग मिळतात. आणि O ते C एवढे Y वस्तूचे नग मिळतात. अशा प्रकारे उपभोक्ताच्या उत्पन्नात १०० रुपयावरून २०० रुपये वाढ झाल्यामुळे तो दोन्ही वस्तूंचे नग पूर्वीपेक्षा अधिक खरेदी करतो. उत्पन्नात वाढ झाल्यामुळे उपभोक्ता X वस्तूचे B ते D एवढे जादा नग विकत घेतो आणि Y वस्तूचे A ते C एवढे जादा नग खरेदी करतो. वस्तूचे जादा नग विकत घेता येणे म्हणजे जादा समाधान मिळणे होय. अशा प्रकारे उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात वाढ झाल्यामुळे उपभोक्त्याच्या समाधानातही वाढ होते.

आता आपण उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात घट झाली असे गृहीत धरुया. समजा, उपभोक्त्याचे उत्पन्न २०० रुपयावरून ५० रुपये एवढे कमी झाले. उत्पन्न कमी झाल्याने उपभोक्ता दोन्ही वस्तूंचे नग कमी प्रमाणात खरेदी करेल. त्यामुळे त्याच्या समाधानात घट होईल. त्यामुळे P_1 L_1 ही किंमत रेषा समांतर दिशेने PL या मूळच्या / सुरवातीच्या किंमत रेषेच्या खाली येईल. P_2 L_2 या किंमत रेषेने ते दर्शविले आहे. ही किंमत रेषा उत्पन्न घटल्यामुळे उपभोक्ता दोन्ही वस्तूंचे नग कमी प्रमाणात खरेदी करतो, हे दर्शविते. तसेच दोन्ही वस्तूंचे नग कमी मिळाल्याने समाधानात घटते. त्यामुळे उपभोक्ता खालच्या समवृत्ती वक्रावर जाईल. IC_3 या समवृत्ती वक्राने ते दर्शविले आहे. P_2 L_2 ही नवीन किंमत रेषा आणि IC_3 हा समवृत्ती वक्र एकमेकांना E_2 या बिंदूत स्पर्श करतात. त्यामुळे उपभोक्त्याचा समातोल E_2 या ठिकाणी प्रस्थापित होतो. या ठिकाणी उपभोक्त्याला X वस्तूचे O ते F एवढे नग मिळतात. तर Y वस्तूचे O ते E एवढे नग मिळतात. अशा प्रकारे उपभोक्त्याचे उत्पन्न २०० रुपयावरुन ५० रुपये एवढे कमी झाल्याने उपभोक्ता दोन्ही वस्तूंचे नग पूर्वीपेक्षा कमी खरेदी करतो. म्हणजे उत्पन्न कमी झाल्यामुळे तो X वस्तूचे D ते F एवढे नग कमी खरेदी करतो. आणि Y वस्तूचे C ते E एवढे नग कमी खरेदी

करतो. वरील आकृतीतील E E_1 आणि E_2 बिंदू जोडून जो IC वक्र काढला आहे. त्यास उत्पन्न उपभोग वक्र (Income Consumption Curve) असे म्हणतात. हा वक्र उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात वाढ झाली असता उपभोक्त्याची खरेदी किंवा मागणी वाढते हे दर्शवितो.

२.३ पर्यायता परिणाम (Substitution Effect) :

पर्यायता परिणामालाच 'प्रतिस्थापन परिणाम' असेही म्हणतात. ही संकल्पना काही गृहीतावर आधारित आहे. ती गृहीते अशी आहेत. १) दोन वस्तू असतात. २) दोन वस्तूपैकी एका वस्तूची किंमत वाढते. तर दुसऱ्या वस्तूची किंमत कमी होते. ३) उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर असते. पर्यायता परिणामाची व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

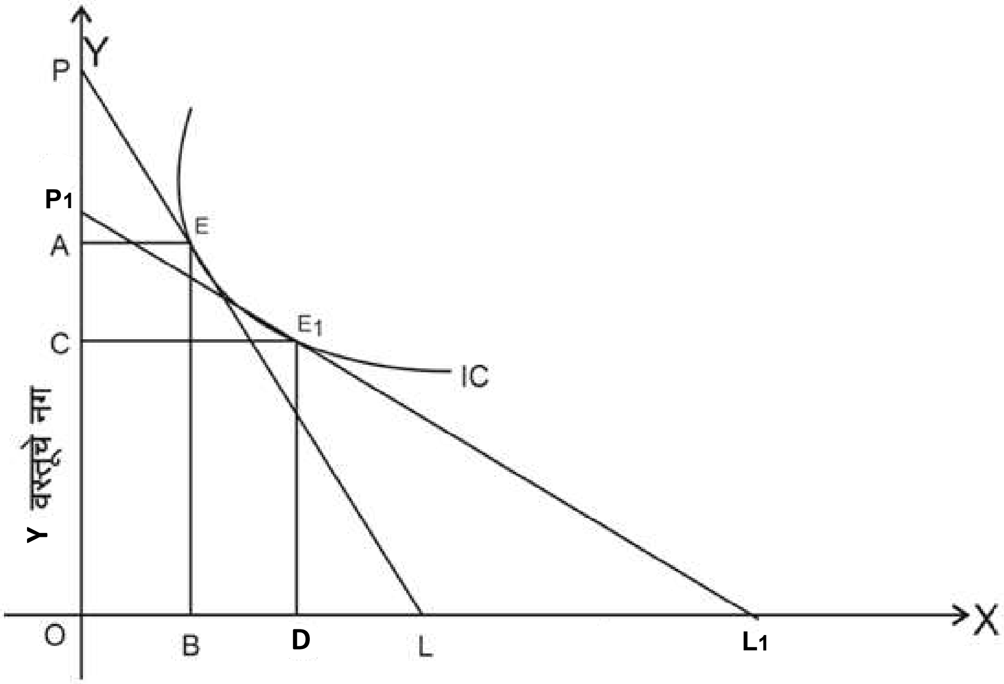
''उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर असताना दोन्ही वस्तूंच्या किंमतीत बदल झाल्यानंतर त्याचा उपभोक्त्याच्या खरेदीवर किंवा मागणीवर जो परिणाम होतो, त्यास पर्यायता परिणाम असे म्हणतात.''

पर्यायता परिणाम ही संकल्पना खालील शब्दात सुद्धा मांडता येते.

''उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर असताना एका वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाल्यानंतर आणि दुसऱ्या वस्तूच्या किंमतीत घट झाल्यानंतर उपभोक्ता समवृत्ती वक्रावरील एका संतुलन बिंदूतून दुसऱ्या बिंदूत स्थानांतरित होतो, त्यास पर्यायता परिणाम म्हणतात.''

पर्यायता परिणामात उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर राहून दोन्ही वस्तूंच्या किंमतीत बदल झाल्यानंतर उपभोक्त्याच्या समाधानावर काय परिणाम होतो, ते स्पष्ट केले आहे. या संकल्पनेत एका वस्तूच्या किंमतीत वाढ होते. आणि दुसऱ्या वस्तूच्या किंमतीत घट होते असे गृहीत धरले आहे. उत्पन्न स्थिर असल्याने उपभोक्ता ज्या वस्तूची किंमत वाढते, त्या वस्तूची मागणी कमी करतो आणि ज्या वस्तूची किंमत घटते त्या वस्तूची खरेदी वाढवतो. त्यामुळे त्याच्या पूर्वीच्या समाधानात काहीच वाढ किंवा घट होत नाही. किंमतीत बदल होण्यापूर्वी त्याचे जेवढे समाधान होते, तेवढेच समाधान राहते. कारण एका वस्तूची किंमत वाढल्याने त्या वस्तूची खरेदी कमी प्रमाणात करावी लागली तरी दुसऱ्या वस्तूची किंमत कमी झाल्याने तो दुसऱ्या वस्तूचे जास्त नग खरेदी करतो. त्यामुळे एका वस्तूची किंमत वाढल्याने व त्या वस्तूची खरेदी कमी करावी लागल्याने त्याचे जे समाधान घटते, ते समाधान स्वस्त झालेल्या वस्तूचे नग अधिक प्रमाणात खरेदी करून भरून काढता येते. त्यामुळे वस्तूच्या किंमतीत बदल होऊन सुद्धा त्याचे समाधान पूर्वीइतकेच राहते. त्याच्या समाधानावर काहीही परिणाम होत नाही. त्यामुळे किंमत रेषा बदलली तरी उपभोक्ता पूर्वीच्याच समवृत्ती वक्रावर राहतो. खालील आकृतीच्या साहाय्याने पर्यायता परिणामाची संकल्पना स्पष्ट केली आहे.

पर्यायता परिणाम/पर्यायता बदल



X वस्तूचे नग

वरील आकृतीत OX अक्षावर X वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. आणि OY अक्षावर Y वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. IC हा समवृत्ती वक्र आहे. PL आणि $P_1 L_1$ ह्या किंमत रेषा आहेत. आता आपण उपभोक्त्याचे उत्पन्न १०० रुपये आहे असे गृहीत धरुया. PL ही मूळची किंमत रेषा आहे. या किंमत रेषेला IC हा समवृत्ती वक्र E या बिंदूत स्पर्श करून जातो. म्हणून E हा उपभोक्त्याचा संतुलन बिंदू आहे. या बिंदूत उपभोक्ता O ते B एवढे X वस्तूचे नग विकत घेतो आणि O ते A एवढे Y वस्तूचे नग विकत घेतो.

आता आपण उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात काहीच बदल न होता Y वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाली आणि X वस्तूची किंमत उतरली असे गृहीत धरुया. उत्पन्न पूर्वीइतकेच कायम राहिल्याने ज्या वस्तूची किंमत वाढली त्या वस्तूचे नग उपभोक्ता कमी प्रमाणात खरेदी करेल आणि ज्या वस्तूची किंमत घटली त्या वस्तूचे नग तो अधिक प्रमाणात खरेदी करेल. त्यामुळे नवीन किंमत रेषा तयार होईल. आकृतीत $P_1 L_1$ या किंमत रेषेने ते दर्शविले आहे. $P_1 L_1$ ही नवीन किंमत रेषा आणि IC हा मूळचा समवृत्ती वक्र एकमेकांना E_1 या बिंदूत स्पर्श करतात. त्यामुळे E_1 उपभोक्त्याचा नवीन समतोल बिंदू आहे. या समतोल बिंदूत उपभोक्ता X वस्तूचे O ते D एवढे नग खरेदी करतो. तर Y वस्तूचे O ते C एवढे नग खरेदी करतो. Y वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाल्याने उपभोक्ता Y वस्तूचे

A ते C एवढे नग कमी विकत घेतो. (म्हणजे Y वस्तूची मागणी कमी करतो) तर X वस्तूची किंमत कमी झाल्यामुळे तो X वस्तू जास्त खरेदी करतो. X वस्तू स्वस्त झाल्यामुळे उपभोक्ता X वस्तूचे B ते D एवढे जादा नग विकत घेतो हे आपणास वरील आकृतीवरून दिसून येते. E बिंदूत उपभोक्ता Y वस्तूचे O ते A एवढे नग विकत घेत होता. तर E_1 बिंदूत O ते C एवढे नग विकत घेतो. Y वस्तूने A ते C नग कमी घेतो. Y वस्तूचे A ते C एवढे नग कमी विकत घ्यावे लागल्यास त्याचे जे समाधान घटते, ते X वस्तूचे B ते D एवढे नग जास्त मिळाल्याने भरून निघते. E समतोल बिंदूत उपभोक्त्याला जेवढे समाधान मिळत होते तेवढेच समाधान त्याला E_1 बिंदूत मिळते.

अशा प्रकारे एका वस्तूच्या (Y वस्तूच्या) किंमतीत वाढ व दुसऱ्या वस्तूच्या (X वस्तूच्या) किंमतीत घट होऊनही उपभोक्त्याचे समाधान पूर्वीइतकेच कायम राहत असल्याने उपभोक्ता IC या मूळच्याच समवृत्ती वक्रावर राहतो. वस्तूच्या किंमतीत बदल झाल्याने उपभोक्त्याचा समतोल IC या समवृत्ती वक्रावरील E या बिंदूतून E_1 बिंदूत होतो. यालाच पर्यायता बदल किंवा प्रतिस्थापन परिणाम असे म्हणतात.

२.२.६ **मागणीचा प्रकट पसंती सिद्धांत** (Revealed Preference Theory of Demand) :

प्रास्ताविक :

मागणीविषयकच्या प्रकट पसंती सिद्धांताला 'अभिव्यक्त पसंती सिद्धांत' आणि 'मागणीचा वर्तणूकविषयक दृष्टीकोन' (Behaviouristic Approach to Demand Analysis) असे म्हणतात. मागणीचा प्रकट पसंती सिद्धांत प्रा. पॉल ए. सॅम्युअलसन (P. A. Samuelson) यांनी मांडला असून त्यांनी हा सिद्धांत १९३८ मध्ये मांडला आहे. उपभोक्ता बाजारात कशी वर्तणूक करतो? त्याचा विचार करून सॅम्युअल्स यांनी हा सिद्धांत मांडला आहे. प्रा. सॅम्युअलसन यांचा मागणीविषयकचा प्रकट पसंती सिद्धांत हा उपयोगिता व समवृत्ती वक्र विश्लेषणाच्या तुलनेत अधिक वास्तव आणि शास्त्रीय आहे. सॅम्युअल्सन यांनी वस्तुनिष्ठ दृष्टिकोन स्वीकारून सिद्धांत मांडला आहे. म्हणून तो इतर दृष्टिकोनापेक्षा अधिक वास्तव आहे. (On the basis of actual observations, Samuelson realistically examines how a consumers reacts to changes in price and income) प्रा. सॅम्युअलसन यांच्या प्रकट पसंती सिद्धांताला उपभोक्त्याच्या 'वर्तणुकविषयकचा क्रमवाचक उपयोगिता दृष्टीकोन' (Behaviouristic-Ordinal Utility Approach) असे म्हणतात. कारण त्यांचा हा सिद्धांत 'क्रमवाचक उपयोगिता' (Ordinal Utility) या संकल्पनेवर आधारलेला आहे.

प्रकट पसंती सिद्धांताची गृहीते (Assumptions) :

प्रा. पॉल सॅम्युअलसन यांचा मागणीचा प्रकट पसंती सिद्धांत हा खालील गृहीतावर आधारित आहे.

१) दोन वस्तू गट (Two-commodities model) :

उपभोक्ता दोन वस्तूंची खरेदी करतो. (उदाहरणार्थ X वस्तू आणि Y वस्तू).

२) किंमत–उत्पन्न स्थिती (Given Price-income situation) :

उपभोक्ता आपले पैशातील उत्पन्न दोन्ही वस्तूवर (X आणि Y वस्तूवर) खर्च करतो आणि दोन्ही वस्तूंच्या किंमती (Px आणि Py) दिलेल्या असतात.

३) सवयी, आवडी-निवडी स्थिर असतात (Constancy of Taste) :

विश्लेषण काळात उपभोक्त्याच्या सवयी, आवडी-निवडी स्थिर असतात. (The habit and taste of the consumer remain unchanged over the preiod of time involved in the process of analysis.)

४) मागणीची उत्पन्न लवचिकता धन असते. (The income-elasticity of demand of the consumer is always positive) :

याचा अर्थ उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात वाढ झाली की, उपभोक्ता वस्तूवर अधिक खर्च करतो. म्हणजे उपभोक्त्याची वस्तूची मागणी वाढते. आणि उपभोक्त्याचे उत्पन्न कमी झाले की उपभोक्ता वस्तूवर कमी खर्च करतो. म्हणजे वस्तूची मागणी कमी करतो. उत्पन्नात ज्या दिशेने बदल होतो त्या दिशेने वस्तूच्या मागणीत बदल होत असतो. म्हणून त्यास मागणीची धन उत्पन्न लवचिकता असे म्हणतात.

५) उपभोक्ता विवेकशील असतो (The Consumer is rational in his behaviour) :

उपभोक्ता बाजारात विवेकाने वर्तणूक करतो. याचा अर्थ उपभोक्ता वस्तूचे जास्त नग असलेला गट निवडतो. वस्तूचे कमी नग असलेला गट तो निवडत नाही. वस्तूचे कमी नग असणाऱ्या गटापेक्षा जास्त नग असलेला गट उपभोक्ता पसंत करतो.

६) वस्तूच्या एकाच गटाची निवड :

उपभोक्ता वस्तूचे सर्व गट निवडत नाही. तो वस्तूच्या फक्त एकाच गटाची निवड करतो.

७) उपभोक्त्याच्या वर्तणुकीत सातत्य असते. (The Consumer behaves consistently) :

समजा A आणि B असे दोन वस्तू गट आहेत. उपभोकत्याने A ऐवजी B वस्तू गटाला पसंती दिली तर नंतर कोणत्याही परिस्थितीत तो B ऐवजी A गटाला पसंती देत नाही. उपभोक्ता पसंतीबाबत एकदा घेतलेला निर्णय बदलत नाही. (If $B>A$; $A \ngtr B$) If consumer chooses / prefers combination in one situation when A is available, he will not choose / prefer A when B is available in another situation)

८) संक्रामकता (Transitivity Condition) :

सॅम्युअल्सन यांनी पसंतीच्या बाबतीत संक्रमकता गृहीत विचारात घेतले आहे. उपभोक्त्याने B वस्तू गटाऐवजी A वस्तू गटाला पसंती दर्शविली ($A>B$) C ऐवजी B गटाला पसंती दर्शविली ($B>C$) तर $A>C$ होईल. म्हणजे B पेक्षा A पसंत असेल, C पेक्षा B पसंत असेल तर C पेक्षा A पसंत असेल. याला संक्रामकता असे म्हणतात.

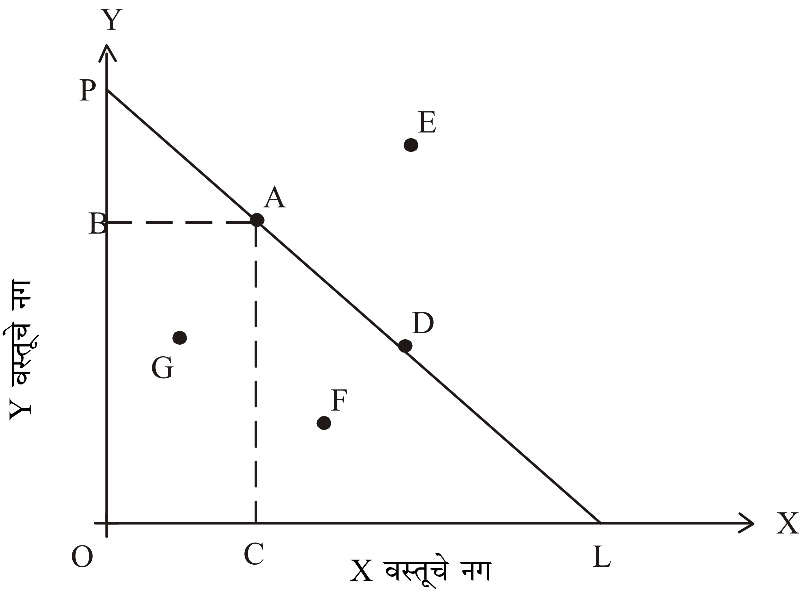
९) सबळ क्रमवारिता (Strong Ordering) :

उपभोक्त्याच्या पसंती क्रमामध्ये निश्चितता असेल तर त्यास 'सबळ क्रमवारिता' (Strong Ordering) असे म्हणतात. आणि पसंती क्रमामध्ये निश्चितता नसेल तर त्यास दुर्बल क्रमवारिता (weak ordering) असे म्हणतात. उपभोक्त्याने एखादा वस्तू गट पसंत केला तर पुन्हा कधीही तो दुसरा गट निवडत नाही. त्याच गटाला

पसंती देतो. उपभोक्ता आपला निर्णय बदलत नाही. म्हणून त्यास सबळ क्रमवारिता असे म्हणतात. (Consumer makes definitely one and only one choice and thereby reveals his specific preference.)

उपभोक्ता बाजारात कशी वर्तणूक करतो? यासंदर्भात मार्शल आणि हिक्स यांनी अनुक्रमे उपयोगिता विश्लेषण आणि समवृत्ती वक्र तंत्र या तंत्राच्या आधारे मांडणी केली आहे. उपभोक्त्याची बाजारातील वर्तणूक म्हणजे उपभोक्त्याकडून वस्तूची केली जाणारी खरेदी किंवा केली जाणारी वस्तूची मागणी होय. उपयोगिता आणि समवृत्ती वक्र विश्लेषणात काही दोष असल्याने सॅम्युअल्सन यांनी उपभोक्त्याच्या बाजारातील प्रत्यक्ष वर्तणुकीचा अभ्यास करून जो सिद्धांत मांडला, त्यास मागणीचा प्रकट पसंती सिद्धांत असे म्हणतात.

बाजारात वस्तूचे अनेक गट असताना उपभोक्ता एखादाच गट निवडतो किंवा एखाद्याच गटाला पसंती देतो. कारण तो वस्तूगट इतर वस्तूगटापेक्षा स्वस्त असतो किंवा इतर गटापेक्षा त्याला तो गट अधिक आवडतो. समजा बाजारात A, B, C, D, E, F, G वस्तूगट आहेत. त्यापैकी उपभोक्त्याने A वस्तूगटाची निवड केली तर याचा अर्थ उपभोक्त्याने वस्तूच्या A गटाच्या बाबतीत आपली पसंती व्यक्त केली आहे आणि इतर गट त्याने नाकारले आहेत असा होतो.



वरील आकृतीत OX अक्षावर X वस्तूचे नग दर्शविले आहेत आणि OY अक्षावर Y वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. PL ही किंमत रेषा आहे. या रेषेलाच उत्पन्न रेषा असेही म्हणतात. A, D, E, F, G हे वेगवेगळे वस्तूगट आहेत. A आणि D हे वस्तू गट किंमत रेषेवर आहेत. E हा वस्तूगट किंमत रेषेच्या बाहेर आहे आणि G आणि F हे वस्तूगट किंमतरेषेच्या आत आहेत. समजा उपभोक्त्याने किंमत रेषेवरील A हा वस्तूगट निवडला तर याचा अर्थ त्याने इतर वस्तूगट नाकारले आहेत आणि A ह्या वस्तूगटाला आपली पसंती

दर्शविली आहे. उपभोक्त्याने इतर गटापेक्षा A गटाची निवड केली तर याचा अर्थ उपभोक्त्याने A वस्तूगटाला आपली पसंती दर्शविली असा होतो. A वस्तूगटाला पसंती दर्शविणे म्हणजे A वस्तू गटाची खरेदी करणे किंवा मागणी करणे होय. उपभोक्त्याने निवडलेला A हा वस्तूगट त्याच्या उत्पन्नाच्या मर्यादेत आहे. कारण हा वस्तूगट किंमत रेषेवर (उत्पन्न मर्यादा रेषेवर) आहे. उपभोक्ता किंमत रेषेवरील किंवा किंमत रेषेच्या आतील वस्तूगट निवडू शकतो. परंतु किंमत रेषेच्या बाहेरील वस्तूगट तो निवडू शकत नाही कारण तो त्याच्या उत्पन्नाच्या मर्यादेत बसत नाही. A वस्तूगटाला उपभोक्त्याने पसंती दर्शविली कारण इतर गटापेक्षा A गट त्याला अधिक आवडतो किंवा स्वस्त वाटतो.

वरील आकृतीत PL ह्या किंमत रेषेवरील A हा वस्तूगट उपभोक्त्याने निवडल्यामुळे (A वस्तूगटास पसंती दर्शविल्यामुळे) उपभोक्त्यास X या वस्तूचे O ते C एवढे नग मिळतात. तर Y वस्तूचे O ते B एवढे नग मिळतात. उपभोक्ता OPL या त्रिकोणात दर्शविलेला कोणताही वस्तू गट निवडू शकतो. OPL त्रिकोणाच्या बाहेरील वस्तूगट त्याला निवडता येत नाही. उपभोक्त्याने OPL त्रिकोणातील G किंवा F हे वस्तू गट निवडले तर त्याचे काही उत्पन्न खर्च होत नाही तर शिल्लक राहते. म्हणून किंमत रेषेच्या खाली असलेले G आणि F हे वस्तूगट त्याला A गटापेक्षा कमी महत्त्वाचे वाटतात. G आणि F हे वस्तूगट त्याने निवडले तर A गटापेक्षा G आणि F गटापासून त्याला दोन्ही वस्तूंचे (X आणि Y) वस्तूंचे कमी नग मिळतात. म्हणून तो किंमत रेषेच्या आतील G आणि F वस्तूगट निवडत नाही किंवा G आणि F वस्तूगटांना पसंती देत नाही. किंमत रेषेवरील D हा वस्तूगट तो निवडू शकतो. कारण तो गट त्याच्या उत्पन्न मर्यादेत बसतो. परंतु उपभोक्त्याने A गट समूह निवडल्यामुळे किंमत रेषेवरील D गटाबाबत तो तटस्थ राहतो असा त्याचा अर्थ होतो. किंमत रेषेच्या बाहेरील E हा वस्तूगट उपभोक्ता खरेदी करू शकत नाही. कारण हा वस्तूगट त्याच्या उत्पन्नाच्या मर्यादेत बसत नाही. उपभोक्त्याने A गटाला पसंती दर्शविल्याने उपभोक्त्याला X वस्तूचे O ते C एवढे नग मिळतात आणि Y वस्तूचे O ते B एवढे नग मिळतात हे वरील आकृतीवरून आपल्या लक्षात येते.

प्रकट पसंती सिद्धांताद्वारे मागणीचा नियम (The Demand Theorem in terms of Revealed Preference Theory or Hypothesis) **:**

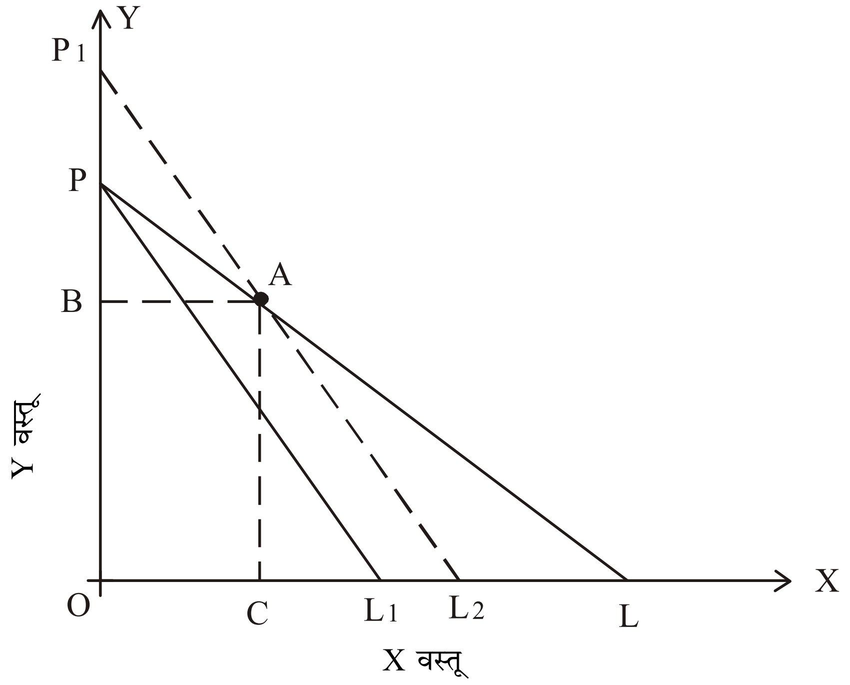
मार्शल यांचा मागणीचा नियम प्रकट पसंती सिद्धांताद्वारे स्पष्ट करता येतो. 'इतर घटक स्थिर असताना वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाली की वस्तूची मागणी कमी होते आणि वस्तूच्या किंमतीत घट झाली की वस्तूची मागणी वाढते.' हा मागणीचा नियम आहे. मागणीचा हा नियम वस्तूची किंमत आणि वस्तूची मागणी यांच्यात व्यस्त संबंध असल्याचे स्पष्ट करतो. उपभोक्त्याचे उत्पन्न आणि वस्तूची मागणी या दोन घटकात धन सहसंबंध असतात असे गृहीत धरून सॅम्युअल्सन यांनी वस्तूची किंमत आणि मागणी या दोन घटकातील संबंध स्पष्ट केले आहेत. प्रा. सॅम्युअल्सन यांचा मागणीचा सिद्धांत खालील शब्दात मांडला आहे.

सॅम्युअल्सन यांच्या मागणी सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना :

''**कोणत्याही एका किंवा संयुक्त वस्तूची मागणी ही नेहमी उपभोक्त्याचे उत्पन्न वाढल्यामुळे वाढते. तसेच जेव्हा त्या वस्तूची किंमत वाढते तेव्हा त्या वस्तूची मागणी कमी होते.**'' (Any good (simple or

composite) that is known always to increase in demand when money in come alone rises must definitely shrink in demand when its price alone rises.)

सॅम्युअल्सन यांनी उत्पन्न लवचिकता धन असते असे गृहीत धरून सिद्धांताची मांडणी केली आहे आणि किंमत लवचिकता ऋण असते असे गृहीत धरले आहे. म्हणजे उपभोक्त्याच्या पैशातील उत्पन्नात वाढ झाल्यास उपभोक्त्याची वस्तूची मागणी वाढते आणि वस्तूची किंमत वाढली की उपभोक्त्याची वस्तूची मागणी कमी होते.



वरील आकृतीत OX या अक्षावर X वस्तूचे नग दर्शविले आहेत आणि OY अक्षावर Y वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. PL ही मूळची किंमत रेषा आहे.

या किंमत रेषेवरील कोणताही गट / समूह उपभोक्ता निवडू शकतो. OPL या त्रिकोणातील कोणताही वस्तूगट उपभोक्ता निवडू शकतो. म्हणजेच PL किंमत रेषेवरील आणि PL किंमत रेषेखालील कोणताही वस्तूगट उपभोक्ता निवडू शकतो. अशा प्रकारे उपभोक्त्याने PL या मूळच्या किंमत रेषेवरील A वस्तूगट निवडला तर उपभोक्त्याला O ते C एवढ्या X वस्तू मिळतात आणि O ते B एवढ्या Y वस्तू मिळतात.

आता समजा X वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाली आणि Y वस्तूची किंमत स्थिर राहिली तर नवीन किंमत रेषा तयार होईल. PL_1 ही किंमत रेषा X वस्तूच्या किंमतीतील वाढ दर्शविते. Y वस्तूच्या किंमतीत काहीच

बदल न झाल्याने नवीन किंमत रेषेची सुरवात P बिंदूतूनच होते. परंतु X वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाल्याने ही नवीन किंमत रेषा PL या मूळच्या किंमत रेषेच्या खालच्या बाजूला येते. PL_1 या किंमत रेषेने ते दर्शविले आहे. X वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाल्याने उपभोक्ता पूर्वीइतके X वस्तूचे नग खरेदी करू शकत नाही. म्हणून PL_1 ही नवीन किंमत रेषा मूळ किंमत रेषा PL च्या खालच्या बाजूला येते. उपभोक्त्याने आपले सर्व उत्पन्न X वस्तूवर खर्च केले तर त्याला O ते L_1 एवढ्या X वस्तू मिळतील. X ची किंमत वाढण्यापूर्वी सर्व उत्पन्न X वस्तूवर खर्च केल्यानंतर उपभोक्त्याला O ते L एवढ्या X वस्तू मिळत होत्या. आता X ची किंमत वाढल्यामुळे L ते L_1 एवढ्या X वस्तू कमी मिळतात.

PL_1 ही नवीन किंमत रेषा असे दर्शविते की, उपभोक्ता आता PL या मूळच्या किंमत रेषेवरील A हा वस्तूगट निवडू शकत नाही. X वस्तूची किंमत वाढल्यामुळे PL_1 ही नवीन किंमत रेषा तयार झाली आहे. या रेषेवरील किंवा या रेषेच्या आतीलच वस्तूगट त्याला निवडावा लागेल. म्हणजे OPL_1 या त्रिकोणातील वस्तूगट निवडावा लागेल. मग उपभोक्ता केव्हा मूळच्या किंमत रेषेवरील A वस्तूगट निवडू शकेल? उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात जर वाढ झाली तर X वस्तूची किंमत वाढलेली असतानाही उपभोक्ता A वस्तूगट निवडू शकतो. उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात वाढ झाली तर उपभोक्ता X वस्तूची किंमत वाढलेली असतानाही पूर्वीएवढ्याच X वस्तूचे नग मिळवू शकतो. त्यासाठी नवीन किंमतरेषा (उत्पन्न रेषा) काढावी लागेल. वरील आकृतीत $P_1 L_2$ ही नवीन किंमत रेषा उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात झालेली वाढ दर्शविते. ही रेषा A बिंदूतून जाणारी आहे. त्यामुळे $OP_1 L_2$ हा नवीन निवड त्रिकोण तयार होतो. त्यामुळे उपभोक्ता $OP_1 L_2$ या त्रिकोणातील कोणताही वस्तूगट खरेदी करू शकतो (निवडू शकतो.) $P_1 L_2$ ही नवीन किंमत रेषा उपभोक्त्याला पूर्वीचा A गट निवडता यावा यासाठी काढली आहे. त्यामुळे उपभोक्ता $P_1 L_2$ या नवीन किंमत रेषेवरील A वस्तूगट निवडू शकतो. ही किंमत रेषा उपभोक्त्याच्या उत्पन्नातील वाढ दर्शविते. कारण किंमत रेषेलाच उत्पन्न रेषा असेही म्हणतात. $P_1 L_2$ या नवीन किंमत रेषेमुळे (वाढलेल्या उत्पन्नामुळे) उपभोक्ता X वस्तूची किंमत वाढलेली असतानासुद्धा पूर्वीप्रमाणे A वस्तूगट निवडू शकतो. कारण A वस्तूगट हा PL आणि $P_1 L_2$ या किंमत रेषेवर आहे. A बिंदूतून जाईल अशी $P_1 L_2$ नवीन किंमत रेषा (उत्पन्न रेषा) काढली की X वस्तूची किंमत वाढूनही उपभोक्ता A वस्तूगट निवडू शकतो. वरील आकृतीत P ते P_1 हा भाग उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात झालेली वाढ दर्शवितो. याला प्रा. सॅम्युअल्सन यांनी 'अतिरिक्त भरपाई परिणाम' (Over Compensation Effect) असे म्हटले आहे.

उपभोक्ता P ते P_1 एवढी उत्पन्नात वाढ झाल्यामुळे A वस्तूगट निवडतो. परंतु $P_1 L_2$ या किंमत रेषेवरील A गटाच्या खालचा गट निवडत नाही. त्याचप्रमाणे उपभोक्ता AP_1 ह्या किंमत रेषेवरील कोणताही गट निवडू शकतो. सुसंगतीचे गृहीत या सिद्धांताने धरले असल्याने उपभोक्ता A गटाशिवाय दुसरा गट निवडत नाही.

प्रकट पसंती सिद्धांताचे टीकात्मक परिक्षण :

प्रकट पसंती सिद्धांतावर केल्या जाणाऱ्या टीका खालीलप्रमाणे स्पष्ट केल्या आहेत.

१) हलक्या वस्तू किंवा गिफेन वस्तूंचे स्पष्टीकरण देत नाही :

टीकाकारांच्या मते, सॅम्युअल्सन यांचा प्रकट पसंती सिद्धांत हलक्या वस्तूंचे (गिफेन वस्तूंचे) स्पष्टीकरण देत नाही. त्यांचा हा सिद्धांत फक्त सर्वसाधारण (normal) वस्तूंना लागू पडतो. सॅम्युअल्सन यांनी आपल्या सिद्धांतात उत्पन्न लवचिकता धन असते असे गृहीत धरले आहे. म्हणजे उपभोक्त्यांच्या उत्पन्नात वाढ झाली की उपभोक्त्यांची वस्तूची मागणी वाढते. परंतु हलक्या वस्तूंच्या बाबतीत मागणीची उत्पन्न लवचिकता धन नसते. तर ऋण (-ve) असते. म्हणजे गरीब लोकांच्या उत्पन्नात वाढ झाली की गरीब लोक हलक्या वस्तूंची मागणी कमी करतात आणि वाढलेल्या उत्पन्नातून चांगल्या वस्तू विकत घेतात. अशा प्रकारे लोकांच्या उत्पन्नात वाढ झाली तरी हलक्या वस्तूंची मागणी वाढत नाही. म्हणून सॅम्युअल्सन यांचा प्रकट पसंती सिद्धांत हलक्या वस्तूंचे स्पष्टीकरण देत नाही. फक्त normal वस्तूंचे स्पष्टीकरण देतो. (Samualson's revealed preference theory fails to explain the cases of inferior goods and giffen paradox.)

२) पूर्ण स्पर्धेचे गृहीत चुकीचे :

प्रा. सॅम्युअल्सन यांचा प्रकट पसंती सिद्धांत हा पूर्ण स्पर्धेच्या गृहीतावर आधारित आहे. परंतु पूर्ण स्पर्धा प्रत्यक्ष व्यवहारात आढळत नाही. हा सिद्धांत पूर्ण स्पर्धेच्या गृहीतावर आधारित असल्याने अपूर्ण स्पर्धेत हा सिद्धांत लागू पडत नाही.

३) सबळ क्रमवारितेवर अवास्तव भर :

प्रा. सॅम्युअल्सन यांचा प्रकट पसंती सिद्धांत सबळ क्रमवारितेवर अवास्तव भर देतो, अशी टीका टीकाकारांनी केली आहे. या सिद्धांताने उपभोक्त्याच्या तटस्थतेचा विचार केलेला नाही. उपभोक्ता बाजारातील वेगवेगळ्या वस्तूगटामधून एक वस्तू गट निवडतो. त्यामुळे इतर वस्तूगटाबाबत तो तटस्थ राहू शकत नाही, असे प्रकट पसंती सिद्धांत सांगतो. टीकाकारांनी यावर टीका केली आहे ते म्हणतात, उपभोक्ता निरनिराळ्या वस्तूगटापैकी एक वस्तूगट निवडतो. त्यामुळे इतर वस्तू गटाबाबत तो तटस्थच असतो. त्याचा विचार या सिद्धांताने केलेला नाही.

४) सुसंगती आणि विवेकशीलतेवर अधिक (अवास्तव) भर :

टीकाकारांच्या मते, मागणीचा प्रकट पसंती सिद्धांत हा सुसंगती (Consistency Condition) आणि विवेकशीलतेवर (Rationality) अवास्तव भर देतो. उपभोक्त्याच्या बाजारातील वर्तणुकीवर (वस्तूच्या मागणीवर) अनेक घटक परिणाम करत असतात. त्यामुळे उपभोक्ता विवेकाने वागेलच असे नाही. तसेच त्याच्या वर्तणुकीत (खरेदीत) सुसंगती राहीलच असे नाही. त्याचा विचार या सिद्धांताने केलेला नाही.

५) अपूर्ण सिद्धांत :

टीकाकारांच्या मते, सॅम्युअल्सन यांचा मागणीचा प्रकट पसंती सिद्धांत हा अपूर्ण आहे. हा सिद्धांत आर्थिक हेतूवर भर देतो. परंतु कल्याण हेतूवर भर देत नाही. (A perfect theory of demand should serve both the economic as well as the welfare purposes.)

६) बाजार मागणीचे स्पष्टीकरण देण्यास असमर्थ :

टीकाकारांच्या मते, सॅम्युअल्सन यांचा प्रकट पसंती सिद्धांत बाजार मागणीचे स्पष्टीकरण देत नाही. उपभोक्त्याच्या वैयक्तिक मागणीचेच स्पष्टीकरण सॅम्युअल्सन यांचा सिद्धांत देतो. मार्शल यांचे उपयोगिता विश्लेषण या बाबतीत अधिक सरस आहे. ते वैयक्तिक आणि बाजार मागणीचे स्पष्टीकरण देते.

७) उत्पन्न परिणाम आणि पर्यायता परिणाम यातील फरक स्पष्ट करण्यास असमर्थ :

टीकाकारांच्या मते, सॅम्युअल्सन यांचा मागणीचा प्रकट पसंती सिद्धांत उत्पन्न परिणाम आणि पर्यायता परिणाम यातील फरक स्पष्ट करू शकत नाही. ही या सिद्धांताची मर्यादा आहे. वस्तूची किंमत कमी झाली की वस्तूची मागणी वाढते. परंतु मागणीत जी वाढ होते ती उत्पन्नामुळे किती आणि पर्यायता परिणामामुळे किती हे सॅम्युअल्सन यांचा प्रकट पसंती सिद्धांत सांगू शकत नाही. समवृत्ती वक्र तंत्र मात्र याबाबतीत सरस आहे. हे तंत्र वस्तूची किंमत घटल्यामुळे वस्तूची जी मागणी वाढते ती उत्पन्नामुळे किती आणि पर्यायता परिणामामुळे किती हे सांगते.

८) मर्यादित उपयुक्तता :

प्रा. सॅम्युअल्सन यांचा मागणीचा प्रकट पसंती सिद्धांत हा अनिश्चित आणि धोक्याच्या स्थितीतील उपभोक्त्याच्या निवडीबाबत लागू पडत नाही. (The revealed preference theory is not applicable to the situation of consumer's choices under the condition of uncertainty and risks.)

सारांश : अशा प्रकारे प्रा. पॉल सॅम्युअल्सन यांच्या मागणीविषयकच्या प्रकट पसंती सिद्धांतावर वरीलप्रमाणे टीका केल्या जातात. या सिद्धांतात काही दोष असले तरी हा सिद्धांत तटस्थता वक्र तंत्रापेक्षा काही बाबतीत सरस किंवा श्रेष्ठ आहे. उदाहरणार्थ उपयोगिता किंवा समाधान मोजता येत नाही. ही चूक समवृत्ती वक्र विश्लेषणात झाली आहे. ती चूक प्रकट पसंती सिद्धांतात दिसत नाही. उपभोक्ता बाजारात कशी वर्तणूक करतो त्याचा विचार प्रकट पसंती सिद्धांत करतो. म्हणून प्रकट पसंती सिद्धांत मार्शल आणि हिक्स यांच्या विश्लेषणापेक्षा सरस आहे. सॅम्युअल्सन यांनी उपभोक्ता सूक्ष्मपणे वागतो या गृहीताचा विचार न करता सातत्याच्या गृहीताचा (Consistency Assumption) विचार केला आहे. म्हणून सॅम्युअल्सन यांचा प्रकट पसंती सिद्धांत समवृत्ती वक्र विश्लेषणापेक्षा सरस वाटतो.

२.३ सारांश :

अशा प्रकारे उपभोक्ता बाजारात वर्तणूक कशी करतो? म्हणजे वस्तूची खरेदी कशी करतो? याची माहिती विविध अर्थतज्ञांनी वरीलप्रमाणे दिली आहे. उपभोक्त्याची बाजारातील वर्तणूक स्पष्ट करण्यासाठी मार्शलसारख्या काही अर्थतज्ञांनी उपयोगिता विश्लेषणाची मांडणी केली आहे तर काहींनी समवृत्ती वक्र तंत्राची मांडणी केली आहे. मार्शल यांनी उपयोगितेचे संख्यात्मक मापन करता येते असे म्हटले आहे. मात्र हिक्स सारख्या अर्थतज्ञांनी उपयोगितेचे संख्यात्मक मापन न करता उपयोगितेचे क्रमवाचक मापन करुन समवृत्ती वक्र तंत्राच्या साहाय्याने उपभोक्ता वस्तूची खरेदी कशी करतो? ते स्पष्ट केले आहे.

२.४ पारिभाषिक शब्द व त्यांचे अर्थ :

१) **उपयोगिता** : ज्या वस्तू व सेवेमध्ये मनुष्याची इच्छा व गरज पूर्ण करण्याची शक्ती असते, त्या शक्तीला उपयेागिता म्हणतात.

२) **उपभोक्ता** : वस्तूची खरेदी करणारा ग्राहक

३) **उपभोक्त्याची वर्तणूक** : उपभोक्ता बाजारात वस्तूची खरेदी कशी करतो? त्याला उपभोक्त्याची बाजारातील वर्तणूक असे म्हणतात.

४) **सीमांत उपयोगिता** : वस्तूच्या शेवटच्या नगाच्या खरेदीपासून (सेवनापासून) मिळणारी उपयोगिता म्हणजे सीमांत उपयोगिता

५) **एकूण उपयोगिता** : वस्तूच्या सर्व नगांच्या सेवनापासून (खरेदीपासून) मिळणाऱ्या उपयोगितांची बेरीज म्हणजे एकूण उपयोगिता

६) **विनिमय मूल्य** : वस्तूची व सेवेची किंमत

७) **उपयोगिता मूल्य** : वस्तूला विनिमय मूल्य आणि उपयोगिता मूल्य अशी दोन प्रकारची मूल्ये असतात. उदाहरणार्थ पाण्याचे विनिमय मूल्य (पाण्याची किंमत) खूपच कमी असते. पण पाण्याचे उपयोगिता मूल्य जास्त असते. कारण पाण्याशिवाय आपण जगू शकत नाही.

८) **उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य** : उपभोक्ता एखादया वस्तूसाठी जी किंमत देण्यास तयार असतो, त्या किंमतीपेक्षा कमी किंमतीला विक्रेत्याने वस्तू दिली तर उपभोक्त्याला आपला फायदा झाल्यासारखे वाटते, त्यालाच उपभोक्त्याचे संतोषधिक्य असे म्हणतात.

९) **समवृत्ती वक्र** : उपभोक्त्याला समान किंवा सारखेच समाधान देणारे दोन वस्तूंचे विविध गट ज्या वक्राने दर्शविलेले असतात, त्या वक्राला समवृत्ती वक्र म्हणतात.

१०) **समवृत्ती वक्र नकाशा** : जेव्हा आलेखात दोन किंवा त्यापेक्षा जास्त समवृत्ती वक्र दर्शविले असतात, तेव्हा त्या आलेखास समवृत्ती वक्र नकाशा असे म्हणतात.

११) **किंमत रेषा** : किंमत रेषेला उत्पन्न रेषा तसेच अंदाजपत्रक रेषा असे सुद्धा म्हणतात. उत्पन्नात व वस्तूंच्या किंमतीत बदल झाल्यास (वाढ किंवा घट झाल्यास) किंमत रेषेचे स्थान बदलते.

१२) **उपभोक्त्याचा समतोल:** जेथे उपभोक्त्याला खरेदीपासून जास्तीत जास्त समाधान मिळते, तेथे उपभोक्त्याचा समातोल प्रस्थापित होतो. या अवस्थेला उपभोक्त्याचा समतोल असे म्हणतात.

१३) **किंमत परिणाम** : उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर असताना वस्तूच्या किंमीतीत बदल झाला असता त्याचा उपभोगावर (वस्तूच्या खरेदीवर/वस्तूच्या मागणीवर) होणारा परिणाम म्हणजे किंमत परिणाम किंवा किंमत बदल होय.

१४) **उत्पन्न परिणाम** : वस्तूंच्या किंमती स्थिर असताना उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात बदल झाला असता त्याचा उपभोगावर होणारा परिणाम म्हणजे उत्पन्न परिणाम होय.

१५) **पर्यायता परिणाम** : एका वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाली आणि दुसऱ्या वस्तूच्या किंमतीत घट झाली तर त्याचा उपभोगावर जो परिणाम होतो, त्यास पर्यायता परिणाम म्हणतात. पर्यायता परिणामात उपभोक्त्याचे उत्पन्न स्थिर आहे असे गृहीत धरले जाते.

२.५ स्वयंअध्ययन प्रश्न :

प्र. १ : रिकाम्या जागी योग्य शब्द लिहा.

१) .... यांनी उपयोगिता विश्लेषणाची मांडणी केली.

अ) केन्स ब) हिक्स

क) मार्शल ड) ॲलन

२) उपयोगितेचे मापन .... करता येते.

अ) संख्येत ब) लिटरमध्ये

क) वजनात ड) यापैकी नाही

३) एखाद्या वस्तूच्या उपभोगात वाढ झाली की सीमांत उपयोगिता ....

अ) वाढते ब) घटते

क) स्थिर राहते ड) यापैकी नाही

४) वस्तू व सेवामध्ये मनुष्याची इच्छा व गरज पूर्ण करण्याची जी शक्ती असते त्या शक्तीला .... म्हणतात.

अ) उपयोगिता ब) विनिमय

क) उपयुक्तता ड) किंमत

५) ज्यामध्ये उपयोगिता असते, त्याला .... म्हणतात

अ) उत्पादन ब) विनिमय

क) गरज ड) आवड

६) वस्तूच्या शेवटच्या नगाच्या उपभोगापासून एकूण उपयोगितेत पडणारी निव्वळ भर म्हणजे .... होय.

अ) स्थिर उपयोगिता ब) सीमांत उपयोगिता

क) यापैकी नाही ड) उच्च उपयोगिता

७) एखाद्या वस्तूच्या सर्व नगापासून मिळणाऱ्या उपयोगितांची बेरीज म्हणजे ....

अ) एकूण उपयोगिता ब) स्थिर उपयोगिता

क) वाढती उपयोगिता ड) बदलती उपयोगिता

८) .... यांनी घटत्या सीमांत उपयोगितेचा नियम मांडला.

अ) रिकार्डो ब) मार्शल

क) ॲडम स्मिथ ड) केन्स

९) घटत्या सीमांत उपयोगितेचा वक्र .... येतो.

अ) वरून खाली ब) खालून वर

क) क्ष किंवा X अक्षाला समांतर ड) समांतर

१०) उपभोक्ता .... असला पाहिजे.

अ) विवेकशील ब) उदार

क) काटकसरी ड) खर्चिक

११) घटत्या सीमांत उपयोगितेचा नियम हा .... नियमाचा पाया (आधार) आहे.

अ) मागणी ब) पुरवठा

क) उत्पादन ड) उपयोगिता

१२) ....यांनी सर्वप्रथम उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य ही संकल्पना मांडली.

अ) केन्स ब) डयूप्यूट

क) रिकार्डो ड) स्मिथ

१३) उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य ही संकल्पना शास्त्रशुद्ध स्वरुपात .... यांनी मांडली.

अ) मार्शल ब) हिक्स

क) माल्थस ड) रिकार्डो

१४) उपयोगितेचे मापन .... साहाय्याने करता येते.

अ) वस्तूच्या ब) पैशाच्या

क) सेवांच्या ड) किंमतीच्या

१५) उपयोगिता वक्र विश्लेषणात .... वस्तू विचारात घेतल्या आहेत.

अ) १ ब) २

क) ३ ड) ४

१६) समवृत्ती वक्र विश्लेषणात................ वस्तू विचारात घेतल्या आहेत.

अ) १ ब) २

क) ३ ड) ४

१७) .... यांनी समवृत्ती वक्र तंत्र मांडले.

अ) हिक्स ब) पॅरेटो

क) एजवर्थ ड) ॲलन इ) सर्व

१८) समवृत्ती वक्र तंत्रामध्ये उपयोगितेचे मापन .... पद्धतीने केले आहे.

अ) संख्यात्मक ब) क्रमवाचक

क) स्थिर ड) बदलत्या

१९) उपभोक्त्याला समान समाधान देणारे दोन वस्तूंचे विविध गट ज्या वक्राने दर्शविलेले असतात, त्या वक्रास ....म्हणतात.

अ) समवृत्ती वक्र ब) तटस्थता वक्र

क) अ आणि ब ड) यापैकी नाही

२०) समवृत्ती वक्र .... येणारे असतात.

अ) वरून खाली ब) खालून वर

क) क्ष अक्षाला समांतर ड) यापैकी नाही

२१) ज्या आलेखात दोन किंवा त्यापेक्षा जास्त समवृत्ती वक्र दर्शविलेले असतात, त्या आलेखास .... म्हणतात.

अ) आकृती ब) समवृत्ती वक्र

क) समवृत्ती वक्र नकाशा ड) सम आलेख

२२) समवृत्ती वक्र आरंभबिंदूशी .... असतात.

अ) अंतर्वक्र ब) बहिर्वक्र

क) स्थिर ड) बदलते

२३) .... पातळीवरील (उजवीकडील) समवृत्ती वक्र अधिक समाधान दर्शवतात.

अ) उच्च ब) खालच्या

क) स्थिर ड) समान

२४) दोन समवृत्ती वक्र परस्परांना................

अ) छेदतात ब) छेदत नाहीत

क) तटस्थ राहतात ड) समान राहतात

२५) क्ष आणि य अक्षाला समवृत्ती वक्र................

अ) स्पर्श करतात ब) स्पर्श करत नाहीत

क) समांतर राहतात ड) समांतर नसतात

२६) उपभोक्ता बाजारात वस्तूची जी खरेदी करतो, त्यास उपभोक्त्याची .... म्हणतात.

अ) बाजारातील वर्तणूक ब) सेवा

क) खरेदी ड) मागणी

२७) वस्तूला विनिमय मूल्य व .... मूल्य असते.

अ) उपयोगिता ब) बाजार

क) उत्पादन ड) किंमत

२८) उपभोक्त्याची मनातील किंमत वजा प्रत्यक्ष किंमत म्हणजे .... होय.

अ) उपयोगिता ब) उत्पादन

क) उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य ड) नफा

२९) किंमत रेषेला उत्पन्न रेषा व .... रेषा म्हणतात.

अ) अंदाजपत्रक ब) उत्पादन

क) उपयोगिता ड) मागणी

३०) किंमतीतील बदलांचा उपभोक्त्याच्या खरेदीवर होणारा परिणाम म्हणजे .... होय.

अ) उत्पन्न ब) किंमत परिणाम

क) मागणी परिणाम ड) पर्यायता परिणाम

३१) उत्पन्नातील बदलांचा उपभोगावर होणारा परिणाम म्हणजे .... होय.

अ) उत्पन्न परिणाम ब) किंमत परिणाम

क) मागणी परिणाम ड) पर्यायता परिणाम

३२) उपभोक्त्याचा समातोल ही संकल्पना .... साहाय्याने स्पष्ट करता येते.

अ) किंमत रेषा ब) समवृत्ती वक्र

क) अ आणि ब ड) यापैकी नाही

३३) उपभोक्त्याच्या समतोल सिद्धांतात किंमत रेषा समवृत्ती वक्राला................पाहिजे.

अ) स्पर्श करणारी असली ब) स्पर्श न करणारी

क) समांतर ड) लवचिक

३४) उपभोक्त्याच्या समतोल सिद्धांतात सीमांत पर्यायता दर .... जाणारा असतो.

अ) वाढत ब) घटत क) स्थिर ड) यापैकी नाही

३५) ज्या ठिकाणी किंमत रेषा व समवृत्ती वक्र एकमेकांना स्पर्श करतात, त्या ठिकाणी .... समतोल होतो.

अ) उपभोक्त्याचा ब) उत्पादकाचा क) व्यावसायिकांचा ड) सरकारचा

२.६ स्वयंअध्ययन प्रश्नांची उत्तरे :

१) मार्शल २) संख्येत ३) घटते

४) उपयोगिता ५) उत्पादन ६) सीमांत उपयोगिता

७) एकूण उपयोगिता ८) मार्शल ९) वरुन खाली

१०) विवेकशील ११) मागणी १२) डयूप्यूट

१३) मार्शल १४) पैशाच्या १५) १

१६) २ १७) सर्व १८) क्रमवाचक

१९) अ आणि ब २०) वरुन खाली २१) समवृत्ती वक्र नकाशा

२२) बर्हिवक्र २३) उच्च २४) छेदत नाहीत

२५) स्पर्श करत नाहीत २६) बाजारातील वर्तणूक २७) उपयोगिता

२८) उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य २९) अंदाजपत्रक ३०) किंमत परिणाम

३१) उत्पन्न परिणाम ३२) अ व ब ३३) स्पर्श करणारी असली

३४) घटत ३५) उपभोक्त्याचा

२.७ सरावासाठी प्रश्न (स्वाध्याय) :

प्र. १ : टीपा लिहा.

अ) उपयोगिता ब) उपयोगितेचे प्रकार

क) समवृत्ती वक्र | ड) किंमत रेषा

इ) किंमत परिणाम | ई) उत्पन्न परिणाम

ऊ) पर्यायता परिणाम | उ) उपभोक्त्याचे संतोषधिक्य

ए) समवृत्ती वक्र नकाशा

प्र. २ : थोडक्यात उत्तरे द्या.

१) घटत्या सीमांत उपयोगितेचा नियम स्पष्ट करा.

२) उपभोक्त्याचे संतोषाधिक्य हा सिद्धांत स्पष्ट करा.

३) उपयोगिता विश्लेषणाचे दोष सांगा.

४) समवृत्ती वक्राची वैशिष्ट्ये सांगा.

५) समवृत्ती वक्राचे श्रेष्ठत्व स्पष्ट करा.

प्र. ३ : सविस्तर उत्तरे द्या.

१) उपभोक्त्याचा समतोल संकल्पना स्पष्ट करा.

२) समसीमांत उपयोगिता सिद्धांत स्पष्ट करा.

३) घटत्या सीमांत पर्यायता दराचा नियम स्पष्ट करा.

४) प्रकट पसंती सिद्धांत स्पष्ट करा.

२.८ अधिक वाचनासाठी संदर्भ पुस्तके :

१) Ahuja H. L., Modern Micro Economics, S. Chand and Company Limited, New Delhi.

२) Dewett K. K. and Adarsh Chand, Modern Economic Theory, Shyamlal Charitable Trust, New Delhi, 1979.

३) Jhingan M. L., Micro Economic Theory, 5th edition, Vrinda Publications Ltd., New Delhi, 2000.

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

◆ ◆ ◆

घटक ३

मागणी आणि पुरवठा विश्लेषण

(Demand and Supply Analysis)

अनुक्रमणिका

३.० उद्दिष्टे

३.१ प्रास्ताविक

३.२ विषय विवेचन

 ३.२.१ मागणीचे विश्लेषण – मागणीचा नियम – मागणीतील बदल – मागणी अंदाज

 ३.२.२ मागणीची लवचिकता – प्रकार व महत्त्व

 ३.२.३ पुरवठा – पुरवठ्याचा नियम – पुरवठ्यातील बदल

 ३.२.४ पुरवठ्याची लवचिकता – अर्थ व प्रकार

३.३ सारांश

३.४ पारिभाषिक शब्द आणि त्यांचा अर्थ

३.५ स्वयंअध्ययन प्रश्न

३.६ स्वयंअध्ययन प्रश्नांची उत्तरे

३.७ सरावासाठी स्वाध्याय

३.८ अधिक वाचनासाठी संदर्भ पुस्तके

३.० उद्दिष्टे :

या घटकाच्या अभ्यासानंतर आपणास पुढील बाबींचे आकलन होईल.

१) मागणीचा नियम समजेल.

२) मागणीत कसे बदल होतात ते समजेल.

३) मागणीची लवचिकता आणि पुरवठ्याची लवचिकता समजेल.

३.१ प्रास्ताविक :

अर्थशास्त्रात मागणी आणि पुरवठा हे दोन अत्यंत महत्वाचे घटक आहेत. सूक्ष्म अर्थशास्त्रात उपभोक्त्यांकडून केल्या जाणाऱ्या मागणीचा आणि उत्पादकांकडून बाजारात होणाऱ्या पुरवठ्याचा अभ्यास केला जातो. या प्रकरणात मागणी आणि पुरवठ्याचे विश्लेषण सविस्तरपणे दिले आहे.

३.२ विषय विवेचन :

३.२.१ मागणीचे विश्लेषण (Demand Analysis) :

उपभोक्त्याच्या मागणीचे स्वरूप समजून येण्यासाठी आपणास मागणीची व्याख्या, मागणीचे प्रकार, मागणीचा नियम, मागणीतील बदल, मागणीची लवचिकता इत्यादी मागणीशी संबंधित विविध घटकांची माहिती घेणे आवश्यक आहे. ही माहिती थोडक्यात खालीलप्रमाणे दिली आहे.

मागणी म्हणजे काय?

अर्थशास्त्रात वस्तू खरेदी करण्याची इच्छा असणे म्हणजे मागणी नव्हे. समजा A ह्या उपभोक्त्याच्या मनात मोटार खरेदी करण्याची इच्छा आहे. याचा अर्थ A ची मोटारीला मागणी आहे असा होत नाही. A कडे मोटारीच्या किंमतीएवढे पैसे असले पाहिजेत. तसेच ते पैसे खर्च करण्याची त्याच्या मनाची तयारी असली पाहिजे. समजा A ने पैसे देऊन मोटार विकत घेतली तर त्यास 'A ची मोटारीची मागणी' असे म्हणता येईल. एखाद्या वस्तूला मागणी आहे असे म्हणावयाचे असेल तर खालील तीन बाबींची पूर्तता झाली पाहिजे.

(१) ग्राहकाच्या मनात वस्तू खरेदी करण्याची इच्छा पाहिजे.

(२) जी वस्तू हवी आहे त्या वस्तूच्या किंमतीएवढे पैसे ग्राहकाजवळ जवळ असले पाहिजेत. म्हणजेच तेवढी खरेदीशक्ती असली पाहिजे.

(३) ग्राहकाची पैसे खर्च करण्याची प्रवृत्ती असली पाहिजे. म्हणजे पैसे खर्च करून ग्राहकाने ती वस्तू विकत घेतली पाहिजे. म्हणजे वस्तूवर खर्च करण्याची ग्राहकाच्या मनाची तयारी असली पाहिजे.

मागणीच्या व्याख्या :

मागणीच्या विविध अर्थतज्ज्ञांनी विविध व्याख्या दिल्या आहेत. त्यापैकी काही प्रमुख व्याख्या खालीलप्रमाणे दिल्या आहेत.

१) स्टोनियर व हेग :

''जिला पैशाचे पाठबळ लाभलेले असते अशा वस्तूंची केलेली मागणी म्हणजे अर्थशास्त्रात मागणी होय.''

या व्याख्येचा अर्थ असा की, ज्या वस्तूची खरेदी करावयाची आहे किंवा मागणी करावयाची आहे त्या वस्तूच्या किंमतीएवढे पैसे ती वस्तू खरेदी करू इच्छिणाऱ्या व्यक्तीकडे असले पाहिजेत. तरच त्यास त्या वस्तूची मागणी असे म्हणतात.

२) प्रा. बेनहॅम :

''विशिष्ट वेळी विशिष्ट किंमतीला खरेदी केली जाणारी वस्तूची नगसंख्या म्हणजे मागणी होय.'' (According to Benham, "The demand for anything at a given price is the amount of it which will be brought per unit of time at that price.")

स्टोनियर आणि हेग यांच्या व्याख्येत वेळेचा उल्लेख नाही. ही उणीव प्रा. बेनहॅम यांच्या व्याख्येत भरून निघालेली दिसते. मागणी या संकल्पनेत वेळेला खूप महत्त्व आहे. कारण मागणीचा एक विशिष्ट कालावधी असतो. उदाहरणार्थ एका दिवसासाठी, एका महिन्यासाठी किंवा एका वर्षासाठी मागणी असते.

मागणीचा नियम (Law of Demand) **:**

प्रास्ताविक :

अर्थशास्त्रात मागणीचा नियम अत्यंत महत्त्वाचा आणि मूलभूत आहे. मागणीच्या नियमाला 'खरेदीचा पहिला नियम' (First Law of Purchase) असेही म्हणतात. फ्रेंच गणिततज्ज्ञ ए. ए. कुर्नो यांनी सन १९३८ मध्ये सर्वप्रथम हा नियम मांडला. तरीही मागणीचा नियम मार्शल यांच्या नावाशीच अधिक जोडला जातो. कारण त्यांनी हा नियम शास्त्रीय पद्धतीने मांडला आहे. प्रा. डॉ. अल्फ्रेड मार्शल हे अमेरिकेतील केंब्रिज विद्यापीठात अर्थशास्त्राचे प्राध्यापक होते. म्हणून त्यांना केंब्रिज अर्थशास्त्रज्ञ असेही म्हणतात.

मागणीच्या नियमाची मध्यवर्ती कल्पना :

मागणीच्या नियमाची मध्यवर्ती कल्पना खालील शब्दात मांडली आहे.

''इतर परिस्थिती कायम असताना वस्तूची किंमत वाढली तर वस्तूची मागणी कमी होते आणि वस्तूची किंमत घटली तर वस्तूची मागणी वाढते.'' (At any time the demand for a commodity or service at the prevailling price is greater than it would be at a higher price and less than it would be at a lower price.)

मागणीचा नियम खालील गणिती समीकरणाच्या सहाय्यानुसेद्धा स्पष्ट करता येतो.

$$\mathbf{D = f(P)}$$

D = वस्तूची मागणी (Demand)

f = फलन (Function)

P = किंमत (Price)

मागणीचे वरील समीकरण मराठीत व इंग्रजीत खालीलप्रमाणे मांडले आहे.

Demand is the function of Price

मागणी हे किंमतीचे फलन आहे.

मागणीच्या नियमाने इतर परिस्थिती (उत्पन्न इत्यादी) स्थिर असते असे गृहीत धरले आहे. त्यामुळे वस्तूची किंमत आणि वस्तूची मागणी यांच्यात परस्पर विरुद्ध किंवा व्यस्त संबंध असतात. वस्तूची किंमत वाढली की उपभोक्ता वस्तूची मागणी कमी करतो. म्हणजे किंमत वाढण्यापूर्वी एखाद्या वस्तूचे तो १० नग घेत असेल तर किंमत वाढल्यानंतर उपभोक्ता त्या वस्तूचे कमी म्हणजे ५ ते ६ नग विकत घेतो. कारण किंमत वाढली तर उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात वाढ होत नसल्याने उपभोक्ता पूर्वीइतक्या वस्तू खरेदी करू शकत नाही. म्हणून किंमत वाढली की उपभोक्त्याला वस्तूची मागणी कमी करावी लागते. याउलट वस्तूची किंमत घटली तर उत्पन्न न वाढता सुद्धा उपभोक्ता जास्त वस्तू खरेदी करू शकतो. त्यामुळे वस्तूची किंमत कमी झाली की उपभोक्त्याची वस्तूची मागणी वाढते.

मागणी नियमाची गृहीते :

इतर परिस्थिती स्थिर असते किंवा कायम असते असे गृहीत धरून मागणीचा नियम मांडण्यात आला आहे. या परिस्थितीत बदल झाल्यास मागणीचा नियम खरा ठरत नाही. मागणीचा नियम ज्या गृहीतावर आधारित आहे, ती गृहीते खाली दिली आहेत.

१) देशाची लोकसंख्या स्थिर असते. लोकसंख्येच्या आकारात व रचनेत वाढ होत नाही.

२) लोकांचे (उपभोक्त्यांचे) उत्पन्न स्थिर असते. त्यात वाढ किंवा घट होत नाही.

३) वस्तूची जाहिरात केली जात नाही.

४) पैशाचा पुरवठा स्थिर असतो.

५) ग्राहकांना बाजारपेठेची (वस्तूची किंमत इत्यादी) पूर्ण माहिती असते.

६) तांत्रिक ज्ञानात बदल होत नाही. तांत्रिक ज्ञानपातळी स्थिर असते.

७) वस्तूची उपयोगिता स्थिर असते.

८) मागणी केल्या जाणाऱ्या वस्तूचा पुरवठा स्थिर असतो.

९) लोकांची वस्तूबद्दलची आवड निवड, फॅशन यात बदल होत नाही.

१०) राष्ट्रीय उत्पन्नाच्या वाटपात बदल होत नाही.

११) बाजारात वस्तूला नवीन पर्यायी वस्तू निर्माण होत नाही.

१२) अस्तित्वात असलेल्या पर्यायी वस्तूंच्या किंमती स्थिर असतात.

१३) लोकांच्या बचत करण्याच्या प्रवृत्तीत बदल होत नाही.

१४) इतर वस्तूंच्या किंमती स्थिर असतात.

१५) वस्तूच्या किंमतीत आणखी बदल होईल असे उपभोक्त्याला वाटत नाही. म्हणजे वस्तूच्या किंमतीत वाढ होईल किंवा घट होईल असे त्याला वाटत नाही.

१६) वस्तूचा दर्जा किंवा गुणवत्ता यात बदल होत नाही.

१७) वस्तूला प्रतिष्ठा मूल्य नसते. वस्तू प्रतिष्ठादर्शक नसते.

अशा प्रकारे मागणी नियमाची गृहीते वरीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत. वरील गृहीतावर मागणीचा नियम आधारित आहे. वरील गृहीत परिस्थिती अस्तित्वात असेल तरच मागणीचा नियम खरा ठरतो. फक्त किंमतीत बदल होतो आणि इतर बाबी (वरील गृहीते) स्थिर असतात असे मानून मागणीचा नियम मांडण्यात आला आहे.

मागणी पत्रक (Demand Schedule) **:**

वस्तूची किंमत आणि वस्तूची मागणी ह्या दोन घटकात विशिष्ट कालावधीत निश्चित अशा स्वरूपाचे संबंध असतात. त्याचा विचार करून विकत घेतलेल्या किंवा मागणी केलेल्या वस्तूची माहिती ज्या पत्रकात दर्शविलेली असते त्याला मागणी पत्रक असे म्हणतात.

(अ) वैयक्तिक मागणी पत्रक (Individual Demand Schedule) **:**

बाजारातील एकाच ग्राहकाकडून एका विशिष्ट कालावधीत वेगवेगळ्या किंमतींना एका विशिष्ट वस्तूची जी खरेदी केली जाते किंवा मागणी केली जाते, ती वस्तूची नगसंख्या ज्या पत्रकात दर्शविलेली असते त्या पत्रकाला वैयक्तिक मागणी पत्रक असे म्हणतात.

मागणीचा नियम स्पष्ट करण्यासाठी खालीलप्रमाणे एका उपभोक्त्याचे X वस्तूचे वार्षिक मागणीपत्रक तयार केले आहे. हे मागणीपत्रक काल्पनिक असून त्यात वस्तूच्या किंमतीत बदल झाल्यानंतर उपभोक्त्याच्या मागणीत कसा बदल होतो ते दर्शविले आहे.

एका उपभोक्त्याचे X वस्तूचे वार्षिक मागणी पत्रक

X वस्तूची किंमत (प्रतिनग रुपये)	X वस्तूची वार्षिक मागणी (नगसंख्या)
५०	१०
४०	२०

३०	३०
२०	४०
१०	५०

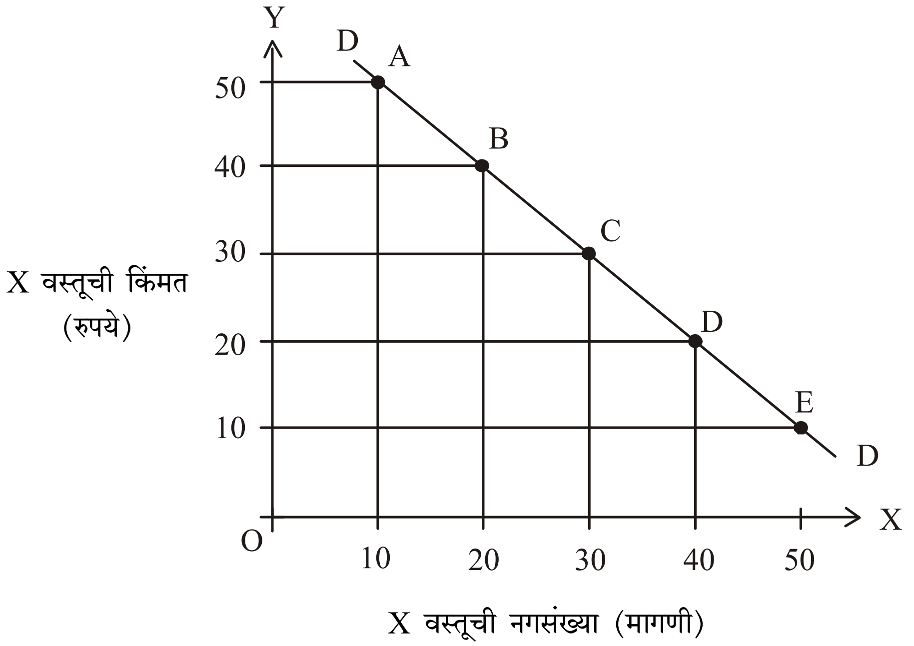
वरील तक्त्यात एका उपभोक्त्याचे X वस्तूचे वार्षिक मागणी पत्रक दर्शविले आहे. वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, X वस्तूची एका नगाची किंमत ५० रुपये असताना उपभोक्ता X वस्तूच्या १० नगांची मागणी करतो. X वस्तूची किंमत ५० रुपयेवरून ४० रुपये अशी कमी झाल्यानंतर मागणी १० नगावरून २० नग अशी वाढलेली दिसते. वस्तूची किंमत ४० रुपयावरून ३० रुपये घटली की वस्तूची मागणी २० नगावरून ३० नग अशी वाढलेली दिसते. याप्रमाणे वस्तूची किंमत २० रुपयावरून १० रुपये अशी घटली की वस्तूची मागणी ४० नगावरून ५० नग अशी वाढलेली दिसते. यावरून आपल्या लक्षात येते की, **इतर परिस्थिती कायम असताना ज्या वस्तूची किंमत घटते त्या वस्तूची मागणी वाढते.** वरील पत्रकावरून ते आपल्या लक्षात येते.

वरील मागणी पत्रकाचे वाचन आपण उलटे (खालून वर) केले तर आपल्या असे लक्षात येते की, X वस्तूची किंमत १० रुपये असताना उपभोक्ता X वस्तूचे ५० नग खरेदी करतो. परंतु X वस्तूची किंमत १० रुपयावरून २० रुपये अशी वाढल्यानंतर मात्र उपभोक्ता वस्तूची खरेदी ५० नगाऐवजी ४० नग अशी करतो. म्हणजे किंमत वाढल्यानंतर मागणी कमी होते. X वस्तूची किंमत १० रुपयावरून २० रुपये, ३० रुपये, ४० रुपये, ५० रुपये अशी जसजशी वाढत जाते तसतशी उपभोक्त्याची X वस्तूची मागणी ५० नग, ४० नग, ३० नग, २० नग आणि १० नग अशी घटत जाते. यावरून आपल्या असे लक्षात येते की, **इतर परिस्थिती कायम असताना ज्या वस्तूची किंमत वाढते त्या वस्तूची मागणी कमी होते.** वरील तक्ता उलटा वाचला तर ते आपल्या लक्षात येते.

वरील पत्रकावरून वस्तूची किंमत घटली की वस्तूची मागणी वाढते आणि याउलट वस्तूची किंमत वाढली की वस्तूची मागणी घटते हे स्पष्ट होते. हे एका उपभोक्त्याचे (वैयक्तिक) एका वस्तूचे वार्षिक मागणी पत्रक आहे.

वैयक्तिक मागणी वक्र (Individual Demand Curve) **:**

एका उपभोक्त्याच्या X वस्तूच्या वार्षिक मागणी पत्रकावरून जो मागणी वक्र तयार केला जातो, त्यास वैयक्तिक मागणी वक्र असे म्हणतात. वर दिलेल्या एका उपभोक्त्याच्या X वस्तूच्या वार्षिक मागणी पत्रकाच्या आधारे खालीलप्रमाणे मागणी वक्र काढला आहे.



वरील आकृतीत OX या अक्षावर X वस्तूची नगसंख्या (मागणी) दर्शविली आहे. तर OY या अक्षावर X वस्तूची किंमत दर्शविली आहे. DD हा मागणीचा वक्र आहे. हा वक्र वैयक्तिक मागणी वक्र आहे. हा वक्र एका उपभोक्त्याच्या X वस्तूच्या मागणी पत्रकावरून तयार करण्यात आला आहे. DD हा वैयक्तिक मागणीचा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा दिसतो. X वस्तूची किंमत ५० रुपये असताना उपभोक्ता X वस्तूच्या १० नगाची मागणी करतो हे DD या मागणी वक्रावरील A हा बिंदू दर्शवितो. X वस्तूची किंमत ५० रुपयावरून ४० रुपये अशी कमी झाली असता उपभोक्त्याची X वस्तूची मागणी १० नगावरून २० नग अशी वाढते हे DD या मागणी वक्रावरील B बिंदू स्पष्ट करतो. X वस्तूची किंमत ४० रुपयावरून ३० रुपये अशी घटली असता उपभोक्त्याची X वस्तूची मागणी २० नगावरून ३० नग वाढते हे मागणी वक्रावरील C बिंदू स्पष्ट करतो. X वस्तूची किंमत ३० रुपयावरून २० रुपये अशी घटली असता उपभोक्त्याची X वस्तूची मागणी ३० नगावरून ४० नग वाढते हे मागणी वक्रावरील D बिंदू दर्शवितो आणि X वस्तूची किंमत २० रुपयावरून १० रुपये अशी घटली असता X वस्तूची मागणी ४० नगावरून ५० नग वाढते हे मागणी वक्रावरील E बिंदू स्पष्ट करतो. अशा प्रकारे A, B, C, D आणि E बिंदू जोडले असता डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा जो वक्र तयार होतो त्यास मागणीचा वक्र असे म्हणतात. हा एका उपभोक्त्याचा म्हणजे वैयक्तिक मागणी वक्र आहे. DD या मागणी वक्राचा उतार ऋणात्मक आहे. वस्तूची किंमत कमी होत गेली की वस्तूची मागणी वाढते आणि वस्तूची किंमत वाढू लागली की वस्तूची मागणी घटू लागते हे DD या मागणीवक्रावरून दिसते.

बाजार मागणी (Market Demand) **:**

बाजारातील एका व्यक्तीची मागणी म्हणजे 'वैयक्तिक मागणी' (Individual Demand) होय. तर बाजारातील सर्व ग्राहकांच्या मागणीची बेरीज म्हणजे 'बाजार मागणी' (Market Demand) होय.

बाजार मागणी पत्रक (Market Demand Schedule) **:**

बाजार मागणी संकल्पना ही वैयक्तिक मागणी संकल्पनेपेक्षा वेगळी आहे. बाजार मागणीत बाजारातील सर्व ग्राहकांच्या मागणीचा विचार केलेला असतो. बाजार मागणी पत्रकाची व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''**एका विशिष्ट कालावधीत बाजारातील सर्व ग्राहकांकडून वेगवेगळ्या किंमतींना एका विशिष्ट वस्तूची जी मागणी केली जाते ती वस्तूची नगसंख्या ज्या पत्रकात दर्शविलेली असते त्या पत्रकास बाजार मागणी पत्रक असे म्हणतात.**''

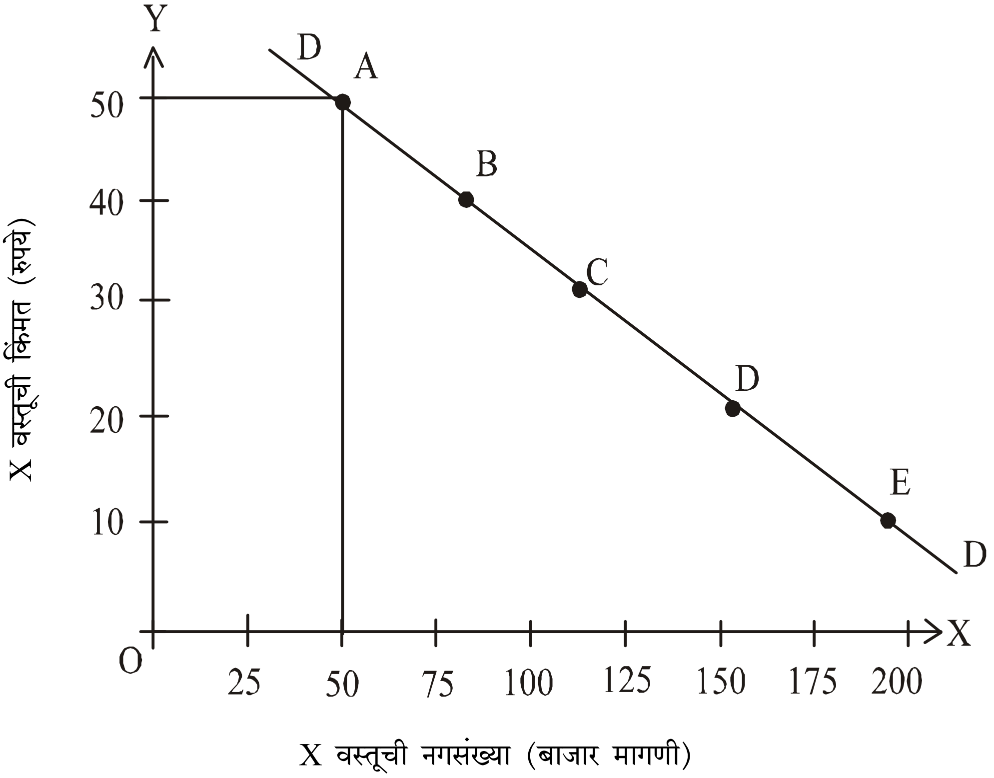
बाजारात ग्राहक मोठ्या संख्येने असतात. परंतु एकाच किंमतीला विविध ग्राहकांची मागणी वेगवेगळी असते. एखाद्या विशिष्ट किंमतीला एखादा ग्राहक विशिष्ट वस्तूचे २० नग विकत घेतो तर दुसरा ग्राहक त्याच किंमतीला त्याच वस्तूचे १५ नग विकत घेतो. तिसरा ग्राहक २५ नग विकत घेतो तर चौथा ग्राहक त्याच किंमतीला ३० नग विकत घेतो. अशा प्रकारे एका विशिष्ट किंमतीला सर्व ग्राहकांची मागणी सारखी असत नाही. याचे कारण म्हणजे एकाच वस्तूची उपयोगिता सर्वांनाच सारखीच वाटत नाही. काही ग्राहकांना एखाद्या वस्तूची जास्त उपयोगिता वाटते तर काही ग्राहकांना त्याच वस्तूची कमी उपयोगिता वाटते. उदाहरणार्थ, ज्या ग्राहकांना दुधी भोपळा, कारली, आवळा, चिंच या वस्तूंचे औषधी महत्त्व माहित आहे त्यांच्या दृष्टीने या वस्तूमध्ये जास्त उपयोगिता असते. त्यामुळे या वस्तूंच्या किंमती उतरल्या तर हे ग्राहक त्या वस्तूचे जास्त नग खरेदी करतात. याऊलट ज्या ग्राहकांना या वस्तूंची उपयोगिता कमी वाटते ते ग्राहक या वस्तूंच्या किंमती कमी झाल्या तर कमी प्रमाणात मागणी वाढवतील. थोडक्यात एकाच वस्तूची उपयोगिता सर्वांना सारखी वाटत नाही. त्यामुळे वस्तूची किंमत कमी झाल्यानंतर जरी वस्तूची मागणी वाढत असली तरी सर्वच ग्राहकांची मागणी सारख्याच प्रमाणात वाढत नाही किंवा वस्तूची किंमत वाढली असता मागणी घटत असली तरी सर्वच ग्राहकांची मागणी सारख्याच प्रमाणात घटत नाही. थोडक्यात बाजार मागणी पत्रक म्हणजे ''**वेगवेगळ्या किंमतींना वेगवेगळ्या ग्राहकांची एका वस्तूला असणारी एकूण मागणी दर्शविणारे कोष्टक किंवा पत्रक म्हणजे बाजार मागणी पत्रक होय.**''

X वस्तूचे वार्षिक बाजार मागणी पत्रक

X वस्तूची किंमत (प्रति नग रुपये)	A ग्राहकाची मागणी (नग)	B ग्राहकाची मागणी (नग)	C ग्राहकाची मागणी (नग)	D ग्राहकाची मागणी (नग)	एकूण मागणी (बाजार मागणी) (नग)
५०	१०	११	१३	१६	५०
४०	२०	१८	२०	२२	८०
३०	३०	२४	२७	२९	११०
२०	४०	३५	३८	३७	१५०
१०	५०	४८	४७	४५	१९०

बाजारात चार ग्राहक आहेत असे समजून X वस्तूचे वार्षिक बाजार मागणी पत्रक वरीलप्रमाणे तयार केले आहे. X वस्तूची किंमत जसजशी कमी होत जाते तसतशी बाजारातील सर्व ग्राहकांची (A, B, C, आणि D) मागणी वाढत गेल्याचे वरील बाजार मागणी पत्रकावरून दिसून येते. X वस्तूची किंमत ५० रुपयावरून ४० रुपये अशी कमी झाल्यानंतर A ग्राहकाची मागणी १० नगावरून २० नग, B ग्राहकाची मागणी ११ नगावरून १८ नग, C ग्राहकाची मागणी १३ नगावरून २० नग आणि D ग्राहकाची मागणी १६ नगावरून २२ नग अशी वाढली आहे. X वस्तूची किंमत ५० रुपये असताना बाजारातील सर्व ग्राहकांची बाजार मागणी ५० नगांची होती. ती X वस्तूची किंमत ४० रुपये एवढी कमी झाल्यानंतर ८० नग एवढी वाढल्याचे दिसते. सर्व ग्राहकांच्या मागणीची बेरीज करून बाजार मागणी काढली असून ती बाजार मागणी पत्रकातील शेवटच्या स्तंभात दर्शविली आहे. X वस्तूची किंमत ४० रुपयावरून ३० रुपये अशी घटल्यानंतर बाजार मागणी ८० नगावरून ११० नग अशी वाढलेली दिसते. X वस्तूची किंमत ३० रुपयावरून २० रुपये अशी घटल्यानंतर एकूण मागणी (बाजार मागणी) ११० नगावरून १५० नग वाढली आहे आणि X वस्तूची किंमत २० रुपयावरून १० नग अशी घटल्यानंतर बाजार मागणी १५० नगावरून १९० नग अशी वाढली आहे. अशा प्रकारे एखाद्या वस्तूची किंमत कमी झाल्यानंतर बाजार मागणी वाढते आणि वस्तूची किंमत वाढल्यानंतर बाजार मागणी घटते, हे आपणास वरील बाजार मागणी पत्रकावरून लक्षात येते.

बाजार मागणी वक्र (Market Demand Curve)



वरील आकृतीत OX अक्षावर X वस्तूची नगसंख्या दर्शविली आहे. तर OY अक्षावर X वस्तूची किंमत दर्शविली आहे. X वस्तूची किंमत ५० रुपये असताना बाजार मागणी (सर्व ग्राहकांची एकत्रित मागणी) ५० नगांची आहे हे DD या बाजार मागणी वक्रावरील A बिंदूवरून आपल्या लक्षात येते. X वस्तूची किंमत ५० रुपयावरून ४० रुपये एवढी घटली असता बाजार मागणी ५० नगावरून ८० नग वाढल्याचे मागणी वक्रावरील B बिंदूवरून आपल्या लक्षात येते. वस्तूची किंमत ४० रुपयावरून ३० रुपये एवढी घटली असता बाजार मागणी ८० नगावरून ११० नग वाढल्याचे मागणी वक्रावरील C बिंदूवरून स्पष्ट होते. X ची किंमत ३० रुपयावरून २० रुपये घटली असता बाजार मागणी ११० नगावरून १५० नग वाढल्याचे D बिंदू दर्शवितो. आणि X वस्तूची किंमत २० रुपयावरून १० रुपये अशी घटली असता बाजार मागणी १५० नगावरून १९० नग वाढल्याचे बाजार मागणी वक्रावरील E बिंदूवरून लक्षात येते. वरील आकृतीत A, B, C, D आणि E बिंदू जोडून जी रेषा काढली आहे त्यास बाजार मागणी वक्र (Market Demand Curve) असे म्हणतात. बाजार मागणी वक्र सुद्धा वैयक्तिक मागणी वक्राप्रमाणे डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा असतो हे वरील आकृतीवरून आपल्या लक्षात येते.

मागणी नियमाच्या मर्यादा (Limitations) **:**

मागणीच्या नियमावर पुढील मर्यादा पडतात.

१) लोकसंख्येतील बदल :

लोकसंख्या स्थिर असेल तरच मागणीचा नियम अनुभवास येतो. कारण लोकसंख्येत वाढ झाली तर किंमत वाढूनही मागणी कमी होणार नाही. याउलट लोकसंख्येत घट झाली तर किंमत घटूनही मागणी वाढणार नाही.

२) उपभोक्त्यांच्या उत्पन्नातील बदल :

उपभोक्त्यांच्या उत्पन्नात बदल झाला तर मागणीचा नियम खरा ठरत नाही. कारण लोकांच्या उत्पन्नात वाढ झाली तर वस्तूंच्या किंमती वाढूनही वस्तूची मागणी कमी होत नाही आणि लोकांच्या उत्पन्नात घट झाली तर वस्तूच्या किंमती घटूनही वस्तूची मागणी वाढत नाही.

३) आवड–निवड, फॅशन यातील बदल :

लोकांची आवड-निवड, फॅशन यात बदल झाला की मागणीचा नियम खरा ठरत नाही. उदाहरणार्थ X या वस्तूची लोकांची आवड कमी झाली तर त्या वस्तूची किंमत कमी होऊनही मागणी वाढणार नाही.

४) सामाजिक चालीरीतीतील बदल :

सामाजिक चालीरीतीत बदल झाला तर मागणीचा नियम खरा ठरत नाही. उदाहरणार्थ एखाद्या समाजाची एखादा पोषाख वापरण्याची चाल किंवा रूढी कमी झाली तर त्या पोषाखाची किंमत कमी होऊनही मागणी वाढत नाही.

५) पर्यायी वस्तूंच्या किंमतीतील बदल :

पर्यायी वस्तूंच्या किंमतीत बदल झाला तर मागणीचा नियम अनुभवास येत नाही. उदाहरणार्थ, कॉफीची किंमत कमी झाली तर चहाची मागणी कमी होऊन कॉफीची मागणी वाढेल.

६) इतर वस्तूंच्या किंमतीतील बदल :

इतर वस्तूंच्या किंमती स्थिर असतील तरच मागणीचा नियम अनुभवास येतो. समजा विक्रेत्याने X वस्तूची किंमत कमी केली तर X ची मागणी वाढली पाहिजे. परंतु बाजारात X वस्तूच्या तुलनेत इतर वस्तू स्वस्त असतील तर X ची किंमत कमी होऊनही X ची मागणी वाढणार नाही.

७) पैशाच्या पुरवठ्यातील बदल :

जर पैशाच्या पुरवठ्यात वाढ झाली तर लोकांचे उत्पन्न वाढून त्यांची वस्तूची मागणी वाढेल. त्यामुळे

किंमत वाढूनही मागणी कमी होणार नाही. तसेच अर्थव्यवस्थेतील पैशाचा पुरवठा घटला तर लोकांच्या उत्पन्नात घट होईल. त्यामुळे वस्तूंच्या किंमती घटल्या तरी वस्तूची मागणी वाढणार नाही. म्हणून मागणीचा नियम खरा ठरण्यासाठी पैशाच्या पुरवठ्यात बदल होता कामा नये.

८) वस्तूच्या दर्जात / गुणवत्तेत बदल :

मागणीचा नियम खरा ठरण्यासाठी वस्तूच्या दर्जात किंवा गुणवत्तेत बदल होता कामा नये. वस्तूच्या दर्जात बदल झाला की मागणीचा नियम खरा ठरत नाही. उदाहरणार्थ उत्पादकाने वस्तूच्या दर्जात पूर्वीपेक्षा अधिक चांगली सुधारणा केली, वस्तूच्या गुणवत्तेत वाढ केली तर ती वस्तू लोकांना पूर्वीपेक्षा अधिक आवडेल. त्यामुळे वस्तूची किंमत वाढूनही वस्तूची मागणी घटणार नाही. याऊलट उत्पादकाने वस्तू निकृष्ट दर्जाची अथवा हलक्या दर्जाची बनवली तर किंमत घटूनही मागणी वाढणार नाही. म्हणून मागणीचा नियम खरा ठरण्यासाठी वस्तूच्या दर्जात / गुणवत्तेत बदल होता कामा नये.

९) वस्तूच्या पुरवठ्यातील बदल :

मागणी केला जाणारा वस्तूचा पुरवठा स्थिर असला पाहिजे. तरच मागणीचा नियम खरा ठरतो. उपभोक्ता ज्या वस्तूची मागणी करतो त्या वस्तूच्या पुरवठ्यात वाढ झाली किंवा घट झाली तर मागणीचा नियम खरा ठरत नाही.

१०) उपयोगितेतील बदल :

वस्तूची उपयोगिता स्थिर असते या गृहीतावर मागणीचा नियम आधारित आहे. वस्तूमध्ये उपयोगिता असते. म्हणून मनुष्य वस्तू खरेदी करत असतो. मनुष्याला किंवा ग्राहकांना वाटणाऱ्या उपयोगितेत बदल झाला तर मागणीचा नियम खरा ठरत नाही. लोकांना वस्तूची उपयोगिता कमी वाटू लागली तर त्या वस्तूची किंमत कमी होऊनही मागणी वाढणार नाही. याऊलट लोकांना वस्तूपासून मिळणारी उपयोगिता पूर्वीपेक्षा अधिक वाटू लागली तर त्या वस्तूची किंमत वाढली तरी त्या वस्तूची मागणी कमी होणार नाही. म्हणून मागणीचा नियम खरा ठरण्यासाठी वस्तूची उपयोगिता स्थिर असली पाहिजे.

११) मूळच्या वस्तूला स्वस्त व चांगला पर्याय :

वस्तूला स्वस्त व चांगला पर्याय निर्माण झाल्यास मागणीचा नियम खरा ठरत नाही. समजा जर X वस्तूला चांगली व स्वस्त पर्यायी वस्तू निर्माण झाली तर X ची किंमत कमी होऊनही X ची मागणी वाढणार नाही.

१२) बचतीच्या सवयीतील बदल :

लोक जर पूर्वीपेक्षा अधिक बचत करू लागले तर किंमत कमी होऊनही मागणी वाढणार नाही. त्यामुळे मागणीचा नियम खरा ठरणार नाही.

१३) जाहिरातबाजी :

एखाद्या वस्तूची जाहिरात सतत मोठ्या प्रमाणावर व प्रभावीपणे होत असेल तर ग्राहक त्याकडे आकर्षित होतात. त्या वस्तूची किंमत वाढली तरी मागणी कमी करत नाहीत. मागणीचा नियम खरा ठरण्यासाठी वस्तूची जाहिरात होता कामा नये.

१४) उत्पन्नाच्या वितरणातील बदल :

समजा सरकारी धोरणाने किंवा अन्य कारणाने श्रीमंतांच्या उत्पन्नात घट झाली तर वस्तूंच्या किंमती कमी होऊनही मागणी वाढणार नाही. म्हणून मागणीचा नियम खरा ठरण्यासाठी उत्पन्नाच्या वाटपात बदल होता कामा नये.

१५) किंमतीबद्दलचा भविष्यकालीन अंदाज :

समजा, भविष्यात वस्तूंच्या किंमती वाढतील असे ग्राहकांना वाटले तर वस्तू साठवण्यासाठी जास्त किंमत असूनही ग्राहक जास्त मागणी करतील. म्हणून मागणीचा नियम खरा ठरण्यासाठी ग्राहकांचा किंमतीबद्दलचा भविष्यकालीन अंदाज बदलता कामा नये.

अशा प्रकारे मागणीच्या नियमावर वरीलप्रमाणे विविध मर्यादा पडतात.

मागणीतील बदल (Shifts in Demand / Changes in Demand) **:**

वस्तूच्या मागणीवर विविध घटकांचा परिणाम होत असतो. त्यामुळे मागणीत बदल घडून येत असतो. म्हणजे मागणीत वाढ किंवा घट होत असते. त्यालाच मागणीतील बदल (Changes in Demand) असे म्हणतात.

(अ) मागणीचा विस्तार व संकोच (Expansion and Contraction of Demand) **:**

वस्तूच्या किंमतीत बदल झाल्यानंतर मागणीत जो बदल होतो त्यास मागणीचा विस्तार व संकोच असे म्हणतात.

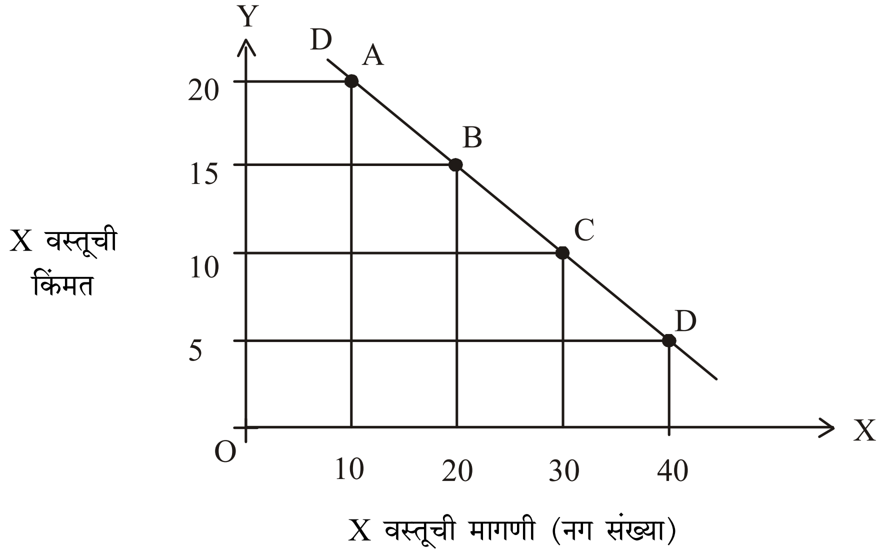
''इतर परिस्थिती कायम असताना ज्या वस्तूची किंमत वाढते त्या वस्तूचे ग्राहक कमी नग खरेदी करतात त्यास मागणीचा संकोच असे म्हणतात. तर ज्या वस्तूची किंमत कमी होते त्या वस्तूचे ग्राहक अधिक नग खरेदी करतात त्यास मागणीचा विस्तार असे म्हणतात.''

मागणीचा विस्तार :

वस्तूच्या किंमतीत घट झाली की त्या वस्तूची मागणी वाढते. त्यास मागणीचा विस्तार (Expansion of Demand) असे म्हणतात.

X वस्तूची किंमत (प्रतिनग रुपये)	X वस्तूची मागणी (नग संख्या)
२०	१०
१५	२०
१०	३०
०५	४०

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, वस्तूची किंमत २० रुपयावरून १५ रुपये, १० रुपये, ०५ रुपये याप्रमाणे जसजशी घटत जाते तसतशी वस्तूची मागणी १० नगावरून २० नग, ३०, ४० नग अशी वाढत जाते. त्यालाच मागणीचा विस्तार असे म्हणतात. वस्तूची किंमत २० रुपये असताना मागणी १० नगांची आहे. तर वस्तूची किंमत ०५ रुपये झाल्यानंतर मागणी ४० नगापर्यंत वाढली आहे. खालील आकृतीत ही बाब दर्शविली आहे.



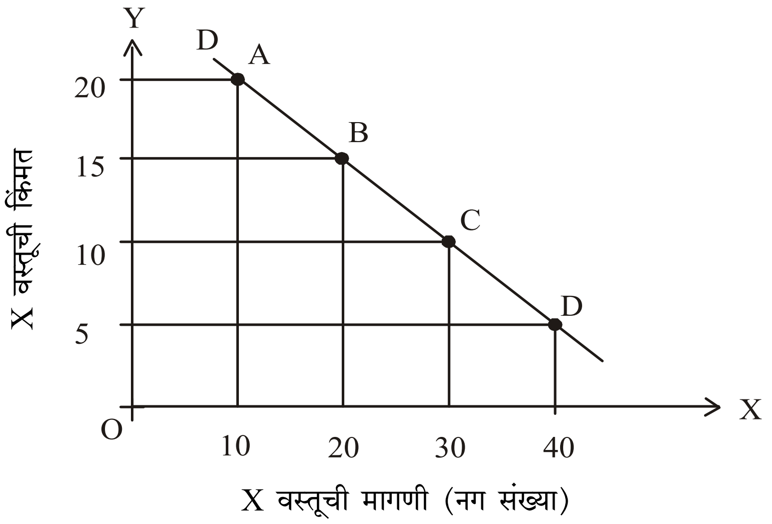
वरील आकृतीत OX अक्षावर X वस्तूची मागणी (नगसंख्या) दर्शविली आहे. तर OY अक्षावर X वस्तूची किंमत दर्शविली आहे. वरील तक्त्याच्या आधारे DD हा मागणी वक्र काढला आहे. हा वक्र मागणीतील विस्तार दर्शवितो.

मागणीचा संकोच (Contraction of Demand) **:**

वस्तूची किंमत वाढली की वस्तूची मागणी घटते. याला मागणीचा संकोच (Contraction of Demand) असे म्हणतात.

X वस्तूची किंमत (प्रतिनग रुपये)	X वस्तूची मागणी (नग संख्या)
०५	४०
१०	३०
१५	२०
२०	१०

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, X वस्तूची किंमत ०५ रुपयावरून १० रुपये, १५ रुपये, २० रुपये याप्रमाणे जसजशी वाढत जाते तसतशी X वस्तूची मागणी ४० नगावरून ३० नग, २० नग, १० नग अशी घटत जाते. त्यालाच मागणीचा संकोच असे म्हणतात. वस्तूची किंमत ०५ रुपये असताना मागणी ४० नगांची आहे. तर वस्तूची किंमत ०५ रुपयावरून २० रुपये अशी वाढल्यानंतर वस्तूची मागणी ४० नगावरून १० नग अशी घटली आहे. खालील आकृतीत ही बाब दर्शविली आहे.



वरील आकृतीत DD हा मागणी वक्र आहे. या वक्रावरील D बिंदू असे दर्शवितो की, वस्तूची किंमत ०५ रुपये असताना मागणी ४० नगांची आहे. C बिंदू असे दर्शवितो की वस्तूची किंमत १० रुपये असताना मागणी ३० नगांची आहे. B बिंदू असे दर्शवितो की, वस्तूची किंमत १५ रुपये मागणी २० नगांची आहे आणि A बिंदू असे दर्शवितो की, वस्तूची किंमत २० रुपये असताना मागणी १० नगांची आहे. याला मागणीचा संकोच असे म्हणतात.

(ब) मागणीतील वाढ आणि घट (Increase and Decrease in Demand) **:**

मागणीतील वाढीलाच मागणीतील वृद्धी असे म्हणतात आणि मागणीत होणाऱ्या घटीला मागणीतील

ऱ्हास असे म्हणतात. मागणीचा विस्तार (Expansion) आणि मागणीचा संकोच (Contraction) या संकल्पना वस्तूच्या किंमतीतील बदलाशी संबंधित आहेत. तर मागणीतील वाढ (Increase) आणि मागणीतील घट (Decrease) या संकल्पना वस्तूच्या किंमतीतील बदलाव्यतिरिक्त इतर घटकाशी संबंधित आहेत. खालील व्याख्येवरून आपल्या हे लक्षात येईल.

''वस्तूंच्या किंमतीत बदल न होता इतर घटकात म्हणजे लोकसंख्या, फॅशन, वस्तूची आवड, जाहिरातबाजी, लोकांचे उत्पन्न यात बदल झाला की मागणीत बदल होतो. म्हणजे मागणीत वाढ किंवा घट होते.''

वस्तूची किंमत कमी न होतासुद्धा वस्तूची मागणी वाढते आणि वस्तूची किंमत न वाढतासुद्धा वस्तूची मागणी घटते. म्हणजे मागणीवर किंमती व्यतिरिक्त इतर घटकांचासुद्धा परिणाम होत असतो. त्याचाही अभ्यास अत्यंत महत्त्वाचा असतो.

मागणीतील वाढ (Increase in Demand) **:**

मागणीतील घट म्हणजे काय ते खालील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

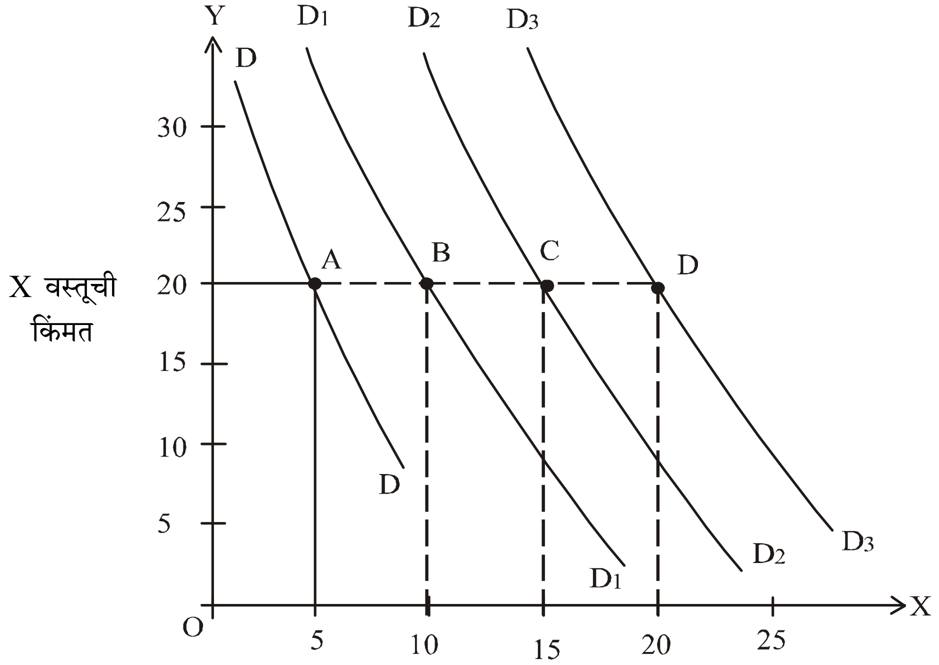
''वस्तूंच्या किंमती स्थिर राहिल्या तरी म्हणजे किंमतीत काहीही बदल झाला नाही तरी लोकांचे उत्पन्न वाढल्यामुळे, लोकसंख्या वाढल्यामुळे, वस्तूची आवड वाढल्यामुळे, वस्तूचा दर्जा सुधारल्यामुळे वस्तूची किंमत कमी न होतासुद्धा वस्तूची मागणी वाढते. याला 'मागणीतील वाढ' (Increase in Demand) **असे म्हणतात.''**

खालील तक्त्यात आणि तक्त्याखालच्या आकृतीत वस्तूची किंमत स्थिर असताना वस्तूच्या मागणीत झालेली वाढ दर्शविली आहे.

X वस्तूची किंमत (प्रतिनग रुपये)	X वस्तूची मागणी (नग संख्या)
२०	०५
२०	१०
२०	१५
२०	२०
२०	२५

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, वस्तूची किंमत २० रुपये असताना सुरवातीला मागणी ०५ नगाची आहे. त्यानंतर किंमत २० रुपये कायम असताना मागणी ०५ वरून १० नग, १५ नग, २० नग, २५ नग अशी वाढली आहे. म्हणजे किंमत कमी न होता वस्तूची मागणी वाढली आहे. यालाच मागणीतील वाढ (Increase

in Demand) असे म्हणतात. उपभोक्त्यांच्या उत्पन्नात वाढ झाली तर किंवा लोकसंख्या वाढून ग्राहकांची संख्या वाढली तर किंमतीत घट न होता सुद्धा वस्तूला पूर्वीपेक्षा अधिक मागणी येते. यालाच मागणीतील वाढ किंवा मागणीतील वृद्धी असे म्हणतात. खालील आकृतीत हे दर्शविले आहे.



X वस्तूची मागणी (नग संख्या)

वरील आकृतीत OX अक्षावर X वस्तूची मागणी दर्शविली आहे. तर OY अक्षावर X वस्तूची किंमत दर्शविली आहे. DD, D_1D_1, D_2D_2 आणि D_3D_3 हे मागणीचे वक्र आहेत. D_1D_1, D_2D_2 आणि D_3D_3 हे वक्र मागणीत झालेली वाढ दर्शवितात. आकृतीत DD हा मूळचा मागणी वक्र आहे. या वक्रावरील A बिंदू X वस्तूची किंमत २० रुपये दर्शवितो आणि २० रु. किमतीला X च्या ०५ नगांची मागणी दर्शवितो. D_1 D_1 हा वक्र मागणीत झालेली वाढ दर्शवितो. या वक्रावरील B बिंदू X वस्तूची किंमत २० रुपये दर्शवितो आणि मागणी १० नगांची दर्शवितो. उपभोक्ता २० रुपयाला पूर्वी ०५ नगांची मागणी करत होता आता तेवढ्याच किंमतीला १० नगांची मागणी करतो. याचप्रमाणे जर मागणीत वाढ झाली तर मागणी वक्र वरच्या बाजूला सरकेल. X वस्तूची किंमत २० रुपये असताना मागणीत ०५ नगावरून १० नग, १५ नग, २० नग, २५ नग अशी वाढ झाली आहे. त्यामुळे D_1D_1, D_2D_2 आणि D_3D_3 हे नवीन मागणी वक्र तयार झाले आहेत. अशा प्रकारे वस्तूच्या किंमतीत बदल न होता मागणीत झालेली वाढ वरील आकृतीद्वारे आपणास स्पष्ट करता येते.

मागणीतील घट (Decrease in Demand) **:**

मागणीतील घटीला मागणीतील ऱ्हास असेही म्हणतात. मागणीचा ऱ्हास होणे म्हणजे मागणी कमी होणे

किंवा उपभोक्त्याच्या मागणीत घट होणे होय. वस्तूच्या किंमतीत काहीच बदल न होता म्हणजे वस्तूची किंमत स्थिर असताना उपभोक्त्याच्या वस्तूच्या मागणीत जी घट होते त्यास मागणीतील घट असे म्हणतात. मागणीतील घटीची व्याख्या आणि त्याची कारणे खालील व्याख्येत सांगितली आहेत.

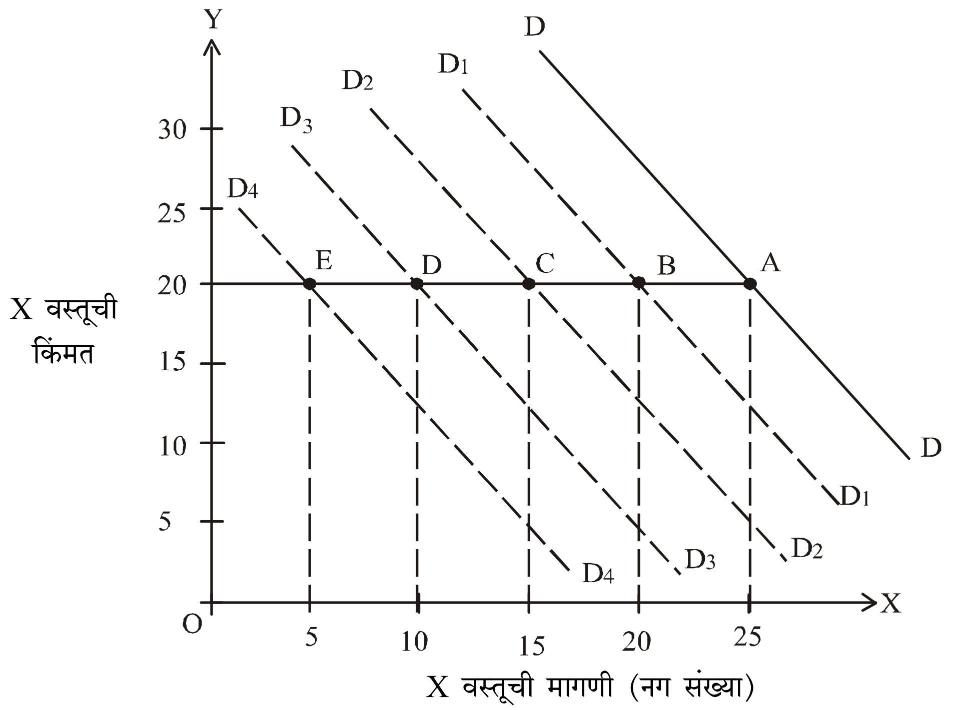
''लोकांच्या उत्पन्नात घट झाली, लोकसंख्या (ग्राहकांची संख्या) घटली, लोकांची वस्तूची आवड कमी झाली तर वस्तूची किंमत न वाढता सुद्धा वस्तूला असलेली मागणी कमी होते. त्यास मागणीतील घट किंवा मागणीचा ऱ्हास असे म्हणतात.''

वरील व्याख्येवरून आपल्या असे लक्षात येते की, किंमतीव्यतिरिक्त वस्तूच्या मागणीवर इतरही घटकांचा परिणाम होत असतो. त्यामुळे किंमत न वाढता सुद्धा लोक वस्तूची मागणी कमी करतात. त्यालाच मागणीतील घट असे म्हणतात.

खालील तक्त्यात आणि तक्त्याखालच्या आकृतीत वस्तूची किंमत स्थिर असताना वस्तूच्या मागणीत झालेली घट दर्शविली आहे.

X वस्तूची किंमत (प्रतिनग रुपये)	**X वस्तूची मागणी (नगसंख्या)**
२०	२५
२०	२०
२०	१५
२०	१०
२०	०५

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, X वस्तूची किंमत २० रुपये असताना २५ नगांची मागणी आहे. त्यानंतर वस्तूच्या किंमतीत बदल न होताना सुद्धा X वस्तूची मागणी २५ नगावरून २० नग, १५ नग, १० नग, ०५ नग अशी घटत गेली आहे. यालाच मागणीतील घट (Decrease in Demand) असे म्हणतात. वस्तूची किंमत स्थिर असताना म्हणजे वस्तूची किंमत न वाढता सुद्धा उपभोक्त्याची वस्तूची मागणी कमी होते. उपभोक्त्यांच्या उत्पन्नात घट झाल्यास किंवा उपभोक्त्यांची वस्तूची आवड कमी झाल्यास किंमत न वाढता सुद्धा उपभोक्त्याची वस्तूंची मागणी कमी होते.



वरील आकृतीत OX अक्षावर X वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. OY या अक्षावर X वस्तूची किंमत दर्शविली आहे. DD हा मूळचा मागणी वक्र आहे. या वक्रावरील A बिंदू X वस्तूची किंमत २० रुपये असताना मागणी २५ नगाची आहे हे स्पष्ट करतो. $D_1 D_1$ हा नवीन मागणी वक्र आहे. हा वक्र मागणीत झालेली घट दर्शवितो. $D_1 D_1$ याप्रमाणे $D_2 D_2$, $D_3 D_3$ आणि $D_4 D_4$ हे मागणीचे वक्र मागणीत झालेली घट दर्शवितात. वस्तूची किंमत स्थिर (कायम) असूनही वस्तूच्या मागणीत २५ नगावरून २० नग, १५ नग, १० नग, ०५ नग अशी घट होत गेल्याचे $D_1 D_1$ ते $D_4 D_4$ या मागणी वक्रावरून दिसून येते.

मागणी अनुमान (Demand Forecasting) **:**

मागणी अनुमानास 'मागणीचा अंदाज' असेही म्हणतात. तसेच मागणी अंदाजास 'मागणीचा भविष्यकालीन अंदाज' (Demand Forecasting) असेही म्हणतात. मागणी अनुमान (Demand Estimation) किंवा 'मागणीचे भविष्यकालीन अनुमान' (Demand Forecasting) ह्या एकच संकल्पना आहेत. ही संकल्पना उत्पादकांच्या दृष्टीने अत्यंत महत्त्वाची आहे. विविध व्यावसायिक निर्णय हे मागणीच्या अंदाजावर अवलंबून असतात. उद्योगसंस्थेचे यश किंवा नफा या बाबी मागणीच्या अचूक अंदाजावर अवलंबून असतात.

मागणी अंदाजाची व्याख्या :

मागणी अंदाजाची किंवा मागणीच्या भविष्यकालीन अंदाजाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''आपल्या वस्तूला किंवा उत्पादनाला भविष्यात किती मागणी असेल याचा उत्पादकाने वर्तमानात बांधलेला अंदाज म्हणजे मागणीचा अंदाज किंवा मागणीचा पूर्वअंदाज होय.''

मागणी अंदाजाची आणखी एक व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''पुढील काही वर्षात आपल्या वस्तूचे किती नग खपतील किंवा भविष्यात वस्तूच्या विक्रीपासून आपणास नफा मिळेल किंवा नाही किंवा किती नफा मिळेल याचा उत्पादकांनी बांधलेला अंदाज म्हणजे मागणीचा अंदाज होय.''

थोडक्यात, उपभोक्त्यांची भविष्यात बाजारात कशी वर्तणूक असेल याचा उत्पादकाने बांधलेला अंदाज म्हणजे मागणीचा अंदाज होय. उपभोक्त्याची बाजारातील वर्तणूक म्हणजे उपभोक्त्याकडून केली जाणारी वस्तूची मागणी होय किंवा उपभोक्ता बाजारातून वस्तूची जी खरेदी करतो त्यास उपभोक्त्याची बाजारातील वर्तणूक असे म्हणतात. भविष्यात आपल्या वस्तूची मागणी वाढेल का घटेल? यासंदर्भात उत्पादकांनी केलेला अंदाज म्हणजे मागणीचा अंदाज होय.

उत्पादक ज्या वस्तूंचे उत्पादन करत असतात त्या वस्तूचा वर्तमानात जो खप आहे तो भविष्यात राहीलच असे नाही. कारण वस्तूची मागणी ज्या विविध घटकावर अवलंबून असते ते घटक स्थिर नसतात तर बदलते असतात. मागणीवर परिणाम करणाऱ्या विविध घटकामुळे मागणी घटत असते किंवा वाढत असते. त्याचा अंदाज उत्पादकांना घ्यावा लागतो. स्पर्धक कंपनी, ग्राहकांची आवड-निवड, उत्पादन तंत्रात होणारे बदल या बाबींचा विचार करून उत्पादक उत्पादन करत असतात. यालाच मागणीचा अंदाज घेऊन उत्पादन करणे असे म्हणतात.

मागणी अंदाजाची उद्दिष्ट्ये (Objectives of Demand Forecasting) **:**

खालील उद्देशाने उत्पादक मागणीचा अंदाज संकल्पनेचा आधार घेतात.

१) आपल्या वस्तूची किंमत ठरविणे.

२) उत्पादनाचे प्रमाण निश्चित करणे.

३) भविष्यकालीन मागणीचे स्वरूप समजून घेणे.

४) उद्योगसंस्थेच्या विस्ताराबाबत योग्य ते निर्णय घेणे.

५) विक्रीचे धोरण ठरविणे.

६) श्रमिकांचे नियोजन करणे.

७) भांडवल उभारणी करणे.

८) आदानांच्या (कच्च्या मालाच्या) खरेदीबाबत निर्णय घेणे.

९) माल साठवणूकीचे (गुदाम सुविधेबाबत) निर्णय घेणे.

मागणी अंदाजाचे महत्त्व / फायदे (Imprtance of Demand Forecasting) **:**

मागणीचे पूर्वानुमान ही संकल्पना उत्पादकांना अत्यंत उपयुक्त मानली जाते. या संकल्पनेचे उत्पादकांना होणारे फायदे थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१) किंमत निश्चित करण्यास उपयुक्त :

आपल्या वस्तूची किंमत ठरविण्यासाठी उत्पादकांना मागणीचा अंदाज ही संकल्पना उपयोगी पडते. मागणीचा अंदाज या संकल्पनेवरून भविष्यात आपल्या वस्तूला मागणी वाढेल असे उत्पादकांना वाटले तर उत्पादक वस्तूची किंमत वाढवण्याचा निर्णय घेतात आणि वर्तमानातसुद्धा भरपूर नफा कमवतात. तसेच भविष्यात वस्तूची मागणी घटेल असा अंदाज उत्पादकांना आला तर ते किंमत वाढवत नाहीत. योग्य किंमत ठेवण्याचा प्रयत्न करतात. अशा प्रकारे वस्तूची किंमत कमी ठेवावी की जास्त ठेवावी हे 'मागणीचा अंदाज' या संकल्पनेवरून उत्पादकांना समजते.

२) उत्पादनविषयक धोरण ठरविण्यासाठी उपयुक्त :

मागणी अंदाजाचा आणखी एक फायदा म्हणजे या संकल्पनेमुळे उत्पादकांना आपले उत्पादनविषयक धोरण आखणे शक्य होते किंवा उत्पादनाचे प्रमाण ठरविणे शक्य होते. उत्पादन हे मागणीइतके होणे आवश्यक असते. उत्पादन जर मागणीपेक्षा कमी किंवा अधिक झाले तर उत्पादकांचे नुकसान होते. मागणीच्या अंदाजावरून उत्पादकांना किती उत्पादन केले पाहिजे याचा अंदाज येतो. भविष्यकालीन मागणी विचारात घेऊन उत्पादन केल्यास उत्पादकांचे नुकसान होत नाही. भविष्यात आपल्या वस्तूंना फारशी मागणी येणार नाही असे मागणीच्या अंदाजावरून उत्पादकांना समजले तर ते उत्पादन कमी करण्याचा निर्णय घेतात. भविष्यात आपल्या वस्तूला मागणी वाढणार आहे असा अंदाज उत्पादकांना आला तर उत्पादनात वाढ करण्याचा निर्णय उत्पादक घेतात. अशा प्रकारे उत्पादन किती प्रमाणात करावे यासंबंधी निर्णय घेण्यासाठी उत्पादकांना मागणीचा अंदाज ही संकल्पना उपयोगी पडते. मागणीचा अचूक अंदाज उत्पादकांना वर्तवता आला तर त्यांच्याकडे उत्पादनाचे साठे पडून राहत नाहीत किंवा उत्पादनांची (वस्तूंची) टंचाई निर्माण होत नाही.

३) भविष्यकालीन मागणीचे स्वरूप समजण्यास उपयुक्त :

मागणीचा पूर्वअंदाज या संकल्पनेचा उत्पादकांना आणखी एक फायदा होतो आणि तो म्हणजे या संकल्पनेवरून उत्पादकांना भविष्यात आपल्या वस्तूच्या मागणीचे स्वरूप कसे असेल? मागणीचा कल (trend) कसा असेल? ते समजते. भविष्यात आपल्या वस्तूचे किती नग खपतील? याची सांख्यिकीय माहिती उत्पादकांना मागणीचे अनुमान या संकल्पनेवरून मिळते. म्हणजे पुढच्या वर्षी किंवा पुढच्या काही वर्षांत आपल्या वस्तूचे २००० नग खपतील की ३००० नग खपतील याचा अंदाज उत्पादकांना मागणीच्या अंदाजावरून येतो. अशा प्रकारे भविष्यात आपल्या किती वस्तू खपतील याची सांख्यिकीय माहिती मागणीचा अंदाज संकल्पनेवरून उत्पादकांना मिळते.

४) उद्योगसंस्थेचा विस्तार करण्यासाठी उपयुक्त :

अधिक नफा मिळवण्यासाठी उत्पादक विविध उपाय योजत असतात. त्यामध्ये उद्योगसंस्थेचा विस्तार हा एक महत्त्वाचा उपाय आहे. त्यासाठी मागणीचा अंदाज ही संकल्पना उत्पादकांना उपयोगी पडत असते. या संकल्पनेवरून उत्पादकांना आपल्या उद्योगसंस्थेचा विस्तार करावा की करू नये याबाबतचा निर्णय घेता येतो. भविष्यात वस्तूची मागणी मोठ्या प्रमाणात वाढेल असा अंदाज उत्पादकांना आला तर वाढती मागणी पूर्ण करण्यासाठी उत्पादक उद्योगसंस्थेचा विस्तार करण्याचा निर्णय घेतील. उद्योगसंस्थेचा विस्तार करणे म्हणजे नवीन यंत्रे खरेदी करणे, नवीन इमारतींचे बांधकाम करणे होय. भविष्यात वस्तूला फारशी मागणी येणार नाही, असा अंदाज उत्पादकांना आला तर ते आपल्या उद्योगसंस्थेचा विस्तार करणार नाहीत. त्यामुळे त्यांचा खर्च वाचेल आणि गुंतवणूक वाया जाणार नाही. अशा प्रकारे आपल्या उद्योगसंस्थेचा विस्तार करावा की करु नये किंवा किती प्रमाणात करावा म्हणजे किती गुंतवणूक करावी यासंदर्भात निर्णय घेण्यासाठी भविष्यकालीन मागणी ही संकल्पना उपयोगी पडते.

५) विक्रीविषयक धोरण ठरविण्यासाठी उपयुक्त :

कंपनी (उद्योगसंस्था) नफ्यात चालावी यासाठी उत्पादकांना विक्रीबाबत धोरण आखावे लागते. त्यासाठी उत्पादकांना मागणीचा पूर्वअंदाज ही संकल्पना उपयोगी पडते. या संकल्पनेवरून उत्पादकांना विक्रीबाबतचे धोरण ठरवणे शक्य होते. मागणीच्या अंदाजावरून वस्तूला भविष्यात किती मागणी असेल ते समजते. त्यावरून वस्तूंच्या किती नगांची विक्री करावयाची ते उत्पादक ठरवतात. अशा प्रकारे उत्पादनविषयक आणि विक्रीविषयक धोरण ठरविण्यासाठी उत्पादकांना मागणीचा पूर्वअंदाज ही संकल्पना उपयोगी पडते.

६) श्रमशक्तीचे नियोजन करण्यास उपयुक्त :

श्रम हा उत्पादन प्रक्रियेतील अत्यंत महत्त्वाचा घटक आहे. तो देशभर सर्वत्र विखुरलेला असतो. त्याला एकत्र करून उत्पादन करण्याचे काम उत्पादक किंवा संयोजक करत असतात. त्यासाठी उत्पादकांना मागणीचा पूर्वअंदाज ही संकल्पना खूपच उपयोगी पडते. उत्पादन करण्यासाठी उद्योगसंस्थेला कुशल आणि अकुशल श्रमिक, व्यवस्थापक आणि अधिकारी इत्यादी आवश्यक असतात. या श्रमशक्तीचे नियोजन करण्यासाठी उत्पादक या संकल्पनेचा आधार घेतात. भविष्यात वस्तूला मागणी वाढेल असा अंदाज उत्पादकांना आला तर उत्पादक विविध प्रकारच्या श्रमाचे (श्रमिकांचे) नियोजन वर्तमानातच करून ठेवतात. आपल्याला लागणारे कुशल आणि अकुशल श्रमिक कोठून मिळतील याचा अभ्यास व नियोजन ते करतात. त्यामुळे आवश्यक ते श्रमिक मिळून मागणी इतके उत्पादन करणे उत्पादकांना शक्य होते. हा मागणीच्या पूर्वअंदाजाचा महत्त्वाचा फायदा आहे.

७) भांडवल उभारणी करणे :

बऱ्याच उत्पादकांजवळ स्वत:चे भांडवल खूपच कमी असते. ५० टक्के ते ९० टक्के भांडवल कर्जाऊ घ्यावे लागते किंवा भागभांडवलाची विक्री करून भांडवल उभारणी करावी लागते. कारखाना उभारणी करण्यापासून

कारखाना सुरू होऊन उत्पादन बाजारात पोहोचेपर्यंत उत्पादकांना पैशाची किंवा भांडवलाची गरज पडत असते. ठेवी गोळा करून, शेअर्स आणि कर्जरोख्यांची विक्री करून, बँका व वित्तीय संस्थांकडून कर्ज घेऊन उद्योगसंस्था उभी करावी लागते. त्यासाठी म्हणजे भांडवल उभारणी करण्यासाठी उत्पादकांना मागणीचा पूर्वअंदाज ही संकल्पना उपयोगी पडते. भविष्यात आपल्या वस्तूला मागणी वाढणार आहे असा अंदाज मागणीचा पूर्वअंदाज या संकल्पनेवरून उत्पादकांना आला तर उत्पादक अधिक उत्पादन करण्याचा निर्णय घेतात. मात्र त्यासाठी त्यांना पूर्वीपेक्षा अधिक भांडवल लागेल. हे भांडवल किती प्रमाणात व कोणकोणत्या मार्गांनी उभे करावे लागेल यासंबंधीचे निर्णय उत्पादकांना घ्यावे लागतात. भांडवलाची वेळेत उभारणी झाली तरच भविष्यातील वाढती मागणी पूर्ण करणे उत्पादकांना शक्य होते. अशा प्रकारे भांडवल उभारणीबाबतचे निर्णय घेण्यासाठी मागणीचा अंदाज ही संकल्पना उत्पादकांना अत्यंत उपयुक्त ठरते.

८) कच्च्या मालाची खरेदी करण्यासाठी उपयुक्त :

कच्च्या मालाचे साठे शोधून ठेवण्यासाठी आणि कच्च्या मालाची खरेदी व त्याची व्यवस्थित साठवणूक करून ठेवण्यासाठी मागणीचा अंदाज ही संकल्पना उत्पादकांना उपयोगी पडते. कच्च्या मालाची खरेदी किती प्रमाणात करावी? कच्चा माल किती प्रमाणात साठा करून ठेवावा? याबाबतचे निर्णय उत्पादकांना काळजीपूर्वक घ्यावे लागतात. त्यासाठी मागणीचा अंदाज ही संकल्पना उपयोगी पडते. भविष्यात वस्तूला मागणी वाढणार आहे असा अंदाज उत्पादकांना आला तर ते भविष्यातील वाढती मागणी पूर्ण करण्यासाठी कच्च्या मालाची खरेदी अधिक (मोठ्या) प्रमाणात करण्याचा निर्णय घेतील. याउलट भविष्यात वस्तूला मागणी कमी प्रमाणात येईल असा अंदाज आला तर उत्पादक नुकसान टाळण्यासाठी कच्चा माल कमी प्रमाणात खरेदी करण्याचा निर्णय घेतील. कारण मागणी घटण्याचा धोका असताना मोठ्या प्रमाणात कच्चा माल खरेदी केला तर कच्च्या मालाच्या खरेदीत केलेली गुंतवणूक नुकसानकारक ठरते. म्हणून प्रत्येक उत्पादक मागणीचा अंदाज विचारात घेऊनच कच्च्या मालाच्या खरेदीबाबतचे आणि साठवणुकीबाबतचे निर्णय घेत असतात.

९) तयार माल (पक्का माल) साठा करून ठेवण्यासाठी उपयुक्त :

पक्क्या मालाच्या साठवणुकीबाबतचे निर्णय घेण्यासाठी उत्पादकांना मागणीचा पूर्वअंदाज ही संकल्पना उपयोगी पडते. कोणताही उत्पादक तयार केलेला सर्व माल कधीही विक्रीसाठी बाजारात आणत नाही. तयार झालेल्या मालापैकी काही माल तो आपल्या गुदामात किंवा भाड्याच्या गुदामात साठवून ठेवत असतो. अशा प्रकारे गुदामात किती माल साठवून ठेवायचा हे उत्पादकांना मागणी अनुमान या संकल्पनेवरून समजते. भविष्यात (पुढील वर्षा-दोन वर्षात) आपल्या वस्तूला मागणी वाढणार आहे असा अंदाज उत्पादकांना आला तर ते अधिक उत्पादन करून अधिक प्रमाणात मालाची साठवणूक करून ठेवतील. याऊलट भविष्यात आपल्या वस्तूला मागणी कमी येणार आहे असा अंदाज उत्पादकांना आला तर उत्पादक मालाची साठवणूक कमी प्रमाणात करतील. त्यामुळे त्यांचा माल साठवणुकीचा खर्च किंवा गुदाम भाड्याचा खर्च कमी येतो. म्हणून तयार पक्क्या मालाच्या साठवणुकीचे निर्णय घेण्यासाठी मागणीचा अंदाज ही संकल्पना उत्पादकांना उपयोगी पडते.

१०) आर्थिक मंदीचा धोका कमी करण्यास उपयुक्त :

मागणीचा पूर्वअंदाज या संकल्पनेवरून उत्पादन किती करावयाचे? गुंतवणूक किती प्रमाणात करावयाची? किंवा उद्योगसंस्थेचा विस्तार किती प्रमाणात करावयाचा? याबाबतीतील निर्णय उत्पादकांना घेता येतात. मागणीचा अंदाज विचारात घेऊन उत्पादनविषयक निर्णय घेतल्यास उत्पादकांकडून मागणीपेक्षा अधिक उत्पादन होण्याचा किंवा अत्युत्पादनाचा धोका राहत नाही. त्यामुळे आर्थिक मंदीची समस्या निर्माण होत नाही. अशा प्रकारे मागणीचा पूर्वअंदाज या संकल्पनेमुळे आर्थिक मंदीचे फारसे भय राहत नाही. मागणीच्या पूर्वअंदाजाचा सरकारला किंवा देशाला मिळणारा हा अत्यंत महत्त्वाचा फायदा आहे.

११) वस्तूचा खप वाढवण्यासाठी उपयुक्त :

भविष्यात आपल्या वस्तूला मागणी कमी येणार आहे असे उत्पादकांना मागणीचा अंदाज या संकल्पनेवरून आढळून आले तर उत्पादक सावध होतात आणि भविष्यात तरी वस्तूचा खप कसा वाढेल याचा विचार ते करतात. भविष्यात आपल्या वस्तूला मागणी का घटणार आहे याचा अभ्यास करून मागणी घटणार नाही यासाठी उत्पादक प्रयत्न करतात. अशा प्रकारे वर्तमानाप्रमाणे भविष्यातही वस्तूचा खप कसा वाढेल याची काळजी घेण्यासाठी (उपाययोजना करण्यासाठी) उत्पादकांना मागणीचा अंदाज ही संकल्पना उपयोगी पडते.

१२) उत्पादन खर्च कमी करण्यास उपयुक्त :

मागणीचा पूर्वअंदाज ही संकल्पना उत्पादकांना आणखी एका बाबतीत उपयोगी पडते आणि ती म्हणजे मागणीच्या अंदाजाप्रमाणे उत्पादन, विक्री आणि आदानांची किंवा कच्च्या मालाची खरेदी केल्यास उत्पादनाचा खर्च कमी येतो. कच्च्या मालाचा आणि श्रमशक्तीचा अपव्यय होत नाही. त्यामुळे उत्पादनाचा खर्च कमी येतो. म्हणून उत्पादकांच्या दृष्टीने ही संकल्पना अत्यंत उपयुक्त मानली जाते.

१३) बाजारात टिकून राहण्यास उपयुक्त :

प्रत्येक उद्योगसंस्थेचा उद्देश बाजारात जास्तीत जास्त (दीर्घकाळ) टिकून राहणे हा असतो. बाजारात स्पर्धा तीव्र असते. कोणत्या कारणामुळे भविष्यात वस्तूला मागणी मागणी कमी होणार आहे याचा अभ्यास उत्पादकांना करता येतो व त्या कारणांचा किंवा धोक्यांचा बंदोबस्त करता येतो. त्यामुळे बाजारात टिकून राहणे उत्पादकांना शक्य होते. अशा प्रकारे मागणीचा अंदाज या संकल्पनेमुळे स्पर्धेत टिकून राहण्याची शक्ती (स्पर्धा शक्ती) वाढते. म्हणून ही संकल्पना उत्पादकांच्या दृष्टीने अत्यंत उपयुक्त मानली जाते.

१४) वस्तूच्या दर्जात सुधारणा :

मागणीच्या अंदाजाचा ग्राहकांना होणारा एक महत्त्वाचा फायदा म्हणजे यामुळे वस्तूच्या दर्जात वाढ व सुधारणा होत राहते. भविष्यात आपल्या वस्तूला मागणी कमी होणार आहे, असा अंदाज उत्पादकांना आला तर उत्पादक वस्तूला मागणी कमी होऊ नये म्हणून वस्तूच्या दर्जात, आकारात सुधारणा व वाढ करतात. त्याचा फायदा ग्राहकांना होतो. ग्राहकांना चांगल्या दर्जाच्या वस्तू उपभोगावयास मिळतात.

१५) सरकारला विविध धोरणे आखण्यास उपयुक्त :

मागणीचा पूर्वअंदाज ही संकल्पना उत्पादक आणि ग्राहक वर्गाप्रमाणे सरकारलाही उपयोगी पडत असते. शेतकरी, कारखानदार विविध वस्तूंचे उत्पादन करत असतात. त्यापैकी कोणत्या वस्तूंना भविष्यात किती प्रमाणात मागणी वाढणार आहे याची माहिती मागणीच्या अंदाजावरून उत्पादकांना येत असते. ज्या वस्तूंना भविष्यात मागणी वाढणार आहे त्या वस्तूंचे उत्पादन वाढावे यासाठी सरकार उत्पादकांना प्रोत्साहन देण्याचे धोरण स्वीकारते. उदाहरणार्थ कमी व्याजात कर्ज, अनुदान देणे इत्यादी विविध सवलती देऊन देशभरातील कृषी व औद्योगिक मालाचे उत्पादन मागणीप्रमाणे होईल याची काळजी सरकार घेऊ शकते. अशा प्रकारे सरकारलाही विविध धोरणे आखण्यासाठी मागणीचा अंदाज ही संकल्पना उपयोगी पडते.

सारांश : अशा प्रकारे मागणी अनुमान ही संकल्पना उत्पादकांना, ग्राहकांना आणि सरकारला अत्यंत उपयुक्त आहे. उत्पादन आणि विक्रीबाबतचे धोरण ठरविण्यासाठी, निर्यात धोरण ठरविण्यासाठी, वस्तूच्या किंमत निश्चितीसाठी, श्रमशक्तीचे नियोजन करण्यासाठी आणि ग्राहकांना मागणीप्रमाणे मालाचा पुरवठा करण्यासाठी मागणीचा अंदाज ही संकल्पना उपयोगी पडते. मागणीचा अंदाज अगदी अचूक वर्तवता येत नाही, हे खरे असले तरी या संकल्पनेचे महत्त्व कमी होत नाही.

३.२.२ मागणीची लवचिकता (Elasticity of Demand) :

प्रास्ताविक :

मागणीच्या नियमावरून आपणास वस्तूची किंमत कमी झाली असता वस्तूची मागणी वाढते आणि वस्तूची किंमत वाढली असता वस्तूची मागणी कमी होते हे समजते. परंतु किंमतीत किती वाढ झाली असता मागणी किती कमी होते आणि किंमतीत किती घट झाली असता मागणी किती वाढते हे मागणीच्या नियमावरून समजत नाही. 'मागणीची लवचिकता' या संकल्पनेवरून ते समजते. ही संकल्पना कुर्नो, जे. एस. मिल या अर्थतज्ज्ञांनी सुरवातीला मांडली. या संकल्पनेचे अधिक चांगले विश्लेषण प्रा. डॉ. आल्फ्रेड मार्शल या अर्थशास्त्रज्ञाने केले. मागणीच्या लवचिकतेची व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

मागणीच्या लवचिकतेची व्याख्या :

''किंमतीत वाढ किंवा घट झाल्यामुळे मागणीत जे बदल होतात त्या बदलांच्या प्रमाणास मागणीची लवचिकता असे म्हणतात.''

वस्तूच्या मागणीवर वस्तूची किंमत, उपभोक्त्यांचे उत्पन्न आणि इतर वस्तूंच्या किंमती इत्यादी घटकांचा परिणाम होत असतो. या घटकात बदल झाला की वस्तूच्या मागणीत सुद्धा बदल होतो. म्हणून मागणीच्या लवचिकतेची आणखी एक सोपी व्याख्या तयार होते. ही व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''वस्तूच्या मागणीवर प्रभाव टाकणाऱ्या (वस्तूची मागणी निश्चित करणाऱ्या) घटकातील बदलामुळे वस्तूच्या मागणीत होणाऱ्या बदलांच्या प्रमाणास मागणीची लवचिकता (Elasticity of Demand) असे म्हणतात.

प्रा. डॉ. मार्शल यांनी मागणीच्या लवचिकतेचा विशेष अभ्यास केला आहे. त्यांनी मागणीच्या लवचिकतेची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''**किंमत घटल्यानंतर वस्तूची मागणी जास्त प्रमाणात किंवा कमी प्रमाणात वाढते आणि किंमत वाढल्यानंतर जास्त प्रमाणात किंवा कमी प्रमाणात घटते म्हणजे बाजारात मागणीची लवचिकता जास्त किंवा कमी असते.**'' (According to Marshall, "The elasticity of demand in a market is great or small according as the amount demanded increases much or little for a given fall in price and diminishes much or little for a given rise in price.")

स्टोनिअर व **हेग** यांनी मागणीच्या लवचिकतेची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''**मागणीची लवचिकता ही अर्थशास्त्रज्ञांकडून वापरली जाणारी तांत्रिक संकल्पना असून ती वस्तूच्या किंमतीत घट झाल्यानंतर वस्तूच्या मागणीत होणाऱ्या बदलाचे (प्रतिसादाच्या श्रेणीचे) वर्णन करते.**'' (According to Stonier and Heg, "Elasticity of demand is a technical term used by the economists to describe the degree of responsiveness of the demand for a commodity to a fall in its price.")

वरील सर्व व्याख्यावरून आपल्या लक्षात येते की, वस्तूंच्या किंमतीत बदल झाल्यानंतर मागणीत जे बदल होतात, त्या बदलांचे मापन करण्यासाठी वापरली जाणारी तांत्रिक संकल्पना म्हणजे मागणीच्या लवचिकतेची संकल्पना होय. वस्तूच्या किंमतीत बदल झाल्यानंतर मागणीत किती बदल घडून आला हे पाहण्यासाठी ज्या संकल्पनेचा उपयोग केला जातो, ती संकल्पना मागणीची लवचिकता या नावाने ओळखली जाते.

मागणीच्या लवचिकतेचे प्रकार :

मागणीच्या लवचिकतेवर किंमती व्यतिरिक्त उपभोक्त्याचे उत्पन्न, पर्यायी वस्तू यांचाही परिणाम होत असतो. यावरून मागणीच्या लवचिकतेचे (१) मागणीची किंमत लवचिकता (२) मागणीची उत्पन्न लवचिकता आणि (३) मागणीची छेदक लवचिकता असे तीन प्रकार पडतात. या प्रकारांची थोडक्यात माहिती खालीलप्रमाणे दिली आहे.

(अ) मागणीची किंमत लवचिकता (Price Elasticity of Demand) **:**

''**एखाद्या वस्तूच्या किंमतीतील बदलाच्या प्रमाणाच्या तुलनेने त्या वस्तूच्या मागणीमध्ये होणाऱ्या बदलाच्या प्रमाणास, त्या वस्तूच्या मागणीची किंमत लवचिकता असे म्हणतात.**''

मागणीची किंमत लवचिकता खालील सूत्राने सांगता येईल.

$$\text{मागणीची किंमत लवचिकता} = \frac{\text{'X' वस्तूच्या मागणीतील शेकडा बदल}}{\text{'X' वस्तूच्या किंमतीतील शेकडा बदल}}$$

किंवा

$$\textbf{मागणीची किंमत लवचिकता} = \frac{\textbf{मागणीतील प्रमाणशीर बदल}}{\textbf{किंमतीतील प्रमाणशीर बदल}}$$

खालील एका उदाहरणाच्या साहाय्याने मागणीची किंमत लवचिकता ही संकल्पना स्पष्ट केली आहे.

समजा, X वस्तूच्या किंमतीत २% घट झाली आणि त्यामुळे X वस्तूच्या मागणीत ६% वाढ झाली तर X वस्तूच्या मागणीची किंमत लवचिकता ३% येईल.

$$\frac{\text{'X' वस्तूच्या मागणीची}}{\text{किंमत लवचिकता}} = \frac{\text{'X' वस्तूच्या मागणतील शेकडा बदल}}{\text{'X' वस्तूच्या किंमतीतील शेकडा बदल}}$$

$$= \frac{६\%}{२\%}$$

$$= ३\%$$

मागणीच्या किंमत लवचिकतेचे प्रकार :

पूर्ण लवचिक मागणी, पूर्ण अलवचिक मागणी, एकक लवचिकता, एकापेक्षा अधिक लवचिक मागणी, एकापेक्षा कमी लवचिक मागणी इत्यादी किंमत लवचिकतेचे प्रमुख प्रकार आहेत. वस्तू वेगवेगळ्या प्रकारच्या असतात. त्यामुळे सर्वच वस्तूंची मागणीची लवचिकता सारखी नसते. काही वस्तू अशा असतात की त्यांच्या किंमतीत कितीही बदल झाला तरी त्या वस्तूंच्या मागणीवर काहीच परिणाम होत नाही. तर काही वस्तू अशा असतात की त्या वस्तूंच्या किंमतीत थोडीशी जर वाढ किंवा घट झाली तरी त्या वस्तूंच्या मागणीत मोठा बदल होतो. म्हणून वेगवेगळ्या वस्तूंची मागणीची लवचिकता वेगवेगळी असते.

१) पूर्ण लवचिक मागणी (Perfectly Elastic Demand) $Ed = \infty$ **:**

पूर्ण लवचिक मागणीस 'संपूर्ण लवचिक मागणी' तसेच 'अनंत लवचिक मागणी' असेही म्हणतात. पूर्ण लवचिक मागणीची व्याख्या खालीलप्रमाणे दिली आहे.

''वस्तूंच्या किंमतीत किंचित बदल झाले असता मागणीत जेव्हा प्रचंड बदल होतात तेंव्हा त्यास पूर्ण लवचिक मागणी असे म्हणतात.''

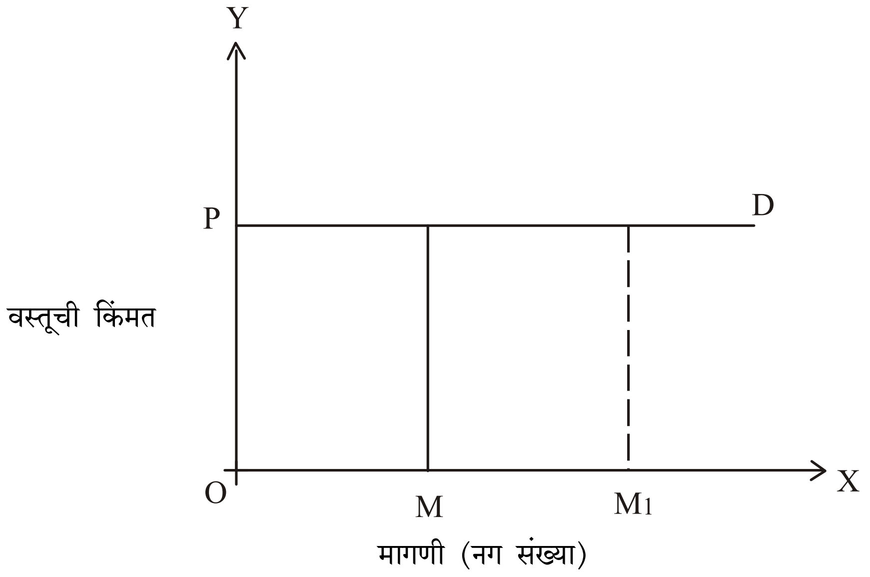
उदाहरणार्थ, वस्तूची किंमत किंचित वाढली तर मागणीत प्रचंड घट होते किंवा मागणी शून्य सुद्धा होते तसेच किंमतीत किंचित घट झाली तर मागणीत प्रचंड वाढ होते. तसेच किंमतीत काहीही बदल न होता सुद्धा मागणीत प्रचंड वाढ होते. तसेच किंमतीत काहीही बदल न होता सुद्धा मागणीत प्रचंड वाढ किंवा घट होते

त्या वस्तूची मागणी पूर्ण लवचिक असते. म्हणजे अनंत (∞) किंवा अमर्याद असते. उदाहरणार्थ, किंमतीत ०% बदल झाला असता मागणीत १५% वाढ झाली तर मागणीची किंमत लवचिकता अनंत येईल. त्यामुळे पूर्ण लवचिक मागणी वक्र किंवा अनंत लवचिक मागणी वक्र OX अक्षाला समांतर येतो.

$$\text{मागणीची लवचिकता} = \frac{\text{मागणीतील शेकडा बदल}}{\text{किंमतीतील शेकडा बदल}}$$

$$\therefore \text{मागणीची लवचिकता} = \frac{१५\%}{०\%}$$

$$\therefore \text{मागणीची लवचिकता} = \infty \ (\text{अनंत})$$



वरील आकृतीत OX या अक्षावर वस्तूची मागणी दर्शविली आहे आणि OY या अक्षावर वस्तूची किंमत दर्शविली आहे. PD हा मागणीचा वक्र आहे. PD हा मागणीचा वक्र पूर्ण लवचिक मागणी वक्र आहे आणि तो OX अक्षाला समांतर (Horizontal) आहे. वस्तूची किंमत OP एवढी असताना वस्तूला O ते M एवढी मागणी आहे. किंमत OP कायम असताना (स्थिर असताना) वस्तूची मागणी OM वरून OM_1 पर्यंत वाढलेली दिसते. किंमतीत शून्य बदल असतानाही वस्तूच्या मागणीत M ते M_1 एवढी वाढ झाल्याचे दिसते. अशा प्रकारे किंमत स्थिर असताना मागणीत मोठी वाढ झाली असल्याने त्यास पूर्ण लवचिक मागणी असे म्हणतात. PD हा मागणी वक्र पूर्णत: लवचिक मागणी वक्र आहे.

२) **पूर्ण अलवचिक मागणी** (Perfectly Inelastic Demand) **:** Ed = 0

संपूर्ण अलवचिक मागणीस 'पूर्ण ताठर मागणी' असेही म्हणतात. पूर्ण अलवचिक मागणीची व्याख्या खालीलप्रमाणे दिली आहे.

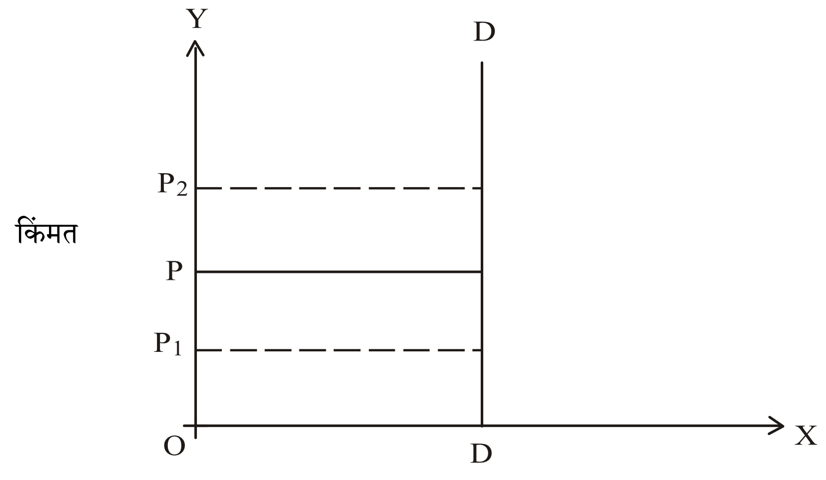
''वस्तूच्या मागणीत कितीही वाढ झाली किंवा कितीही घट झाली तरी मागणीत काहीच बदल होत नसेल तर त्यास पूर्ण अलवचिक मागणी असे म्हणतात.''

समजा वस्तूंच्या किंमतीत १०% बदल झाला आणि त्यामुळे मागणीत ०% बदल झाला तर मागणीची लवचिकता शून्य येईल. त्यामुळे मागणीचा वक्र OY अक्षाला समांतर येतो.

$$\text{मागणीची लवचिकता} = \frac{\text{मागणीतील शेकडा बदल}}{\text{किंमतीतील शेकडा बदल}}$$

$$\therefore \text{मागणीची लवचिकता} = \frac{०\%}{१०\%}$$

$$\therefore \text{मागणीची लवचिकता} = ०$$



वरील आकृतीत वस्तूची किंमत OP इतकी असताना वस्तूला मागणी OD इतकी आहे. वस्तूची किंमत OP वरून OP_1 अशी कमी झाली तरी मागणी OD इतकीच राहते. तसेच वस्तूची किंमत OP वरून OP_2 अशी वाढली तरी मागणी OD इतकीच राहते. अशा प्रकारे किंमत OP वरून OP_2 अशी वाढली अथवा किंमत OP वरून OP_1 अशी घटली तरी मागणी कमीही होत नाही अथवा वाढतही नाही. म्हणून मागणीचा वक्र DD हा OY अक्षाला समांतर येतो.

३) एकक लवचिक मागणी (Unit Elastic Demand) **:**

एकक लवचिक मागणीस समप्रमाण लवचिक मागणी असेही म्हणतात. एकक लवचिक मागणीची व्याख्या खालीप्रमाणे दिली आहे.

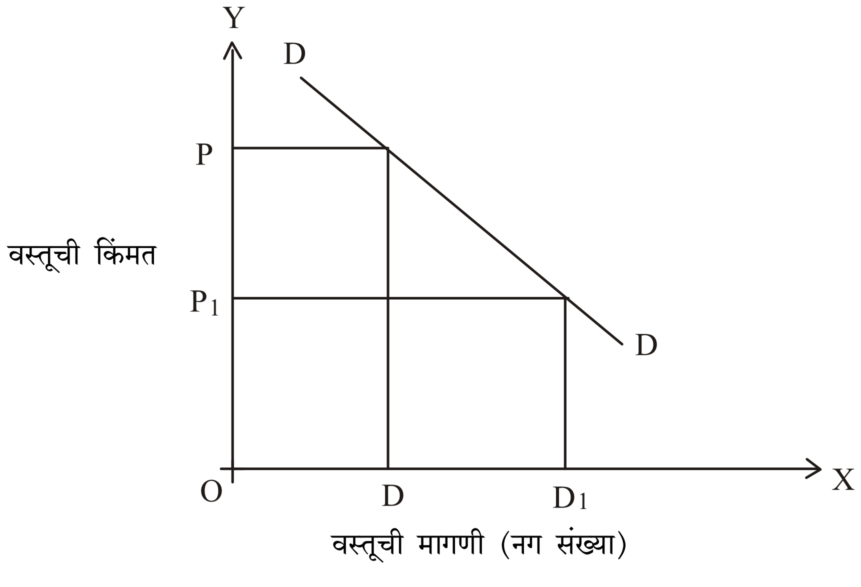
''वस्तूंच्या किंमतीत जेवढ्या प्रमाणात बदल होतात तेवढ्याच प्रमाणात वस्तूच्या मागणीत बदल होत असतील तर त्यास एकक लवचिक मागणी असे म्हणतात.''

समजा, वस्तूची किंमत ५% नी घटली आणि त्यामुळे वस्तूची मागणी ५% नी वाढली तर मागणीची लवचिकता १ इतकी येते किंवा वस्तूची किंमत १० टक्क्यांनी वाढली आणि त्यामुळे त्या वस्तूच्या मागणीत १० टक्क्यांनी घट झाली तर मागणीची लवकिचता १ आहे असे म्हणतात. यास एकक लवचिक मागणी म्हणतात.

$$\text{मागणीची लवचिकता} = \frac{\text{मागणीतील शेकडा बदल}}{\text{किंमतीतील शेकडा बदल}}$$

$$\therefore \text{मागणीची लवचिकता} = \frac{५\%}{५\%}$$

$$\therefore \text{मागणीची लवचिकता} = १$$



वरील आकृतीवरून असे दिसते की, वस्तूची किंमत OP इतकी असताना वस्तूची मागणी OD इतकी आहे. तर वस्तूची किंमत OP वरून OP_1 अशी घटली असता वस्तूची मागणी OD वरून OD_1 अशी वाढली आहे. आकृतीत जेवढी किंमत कमी झाली आहे तेवढीच मागणी वाढलेली दिसते. आकृतीत P ते P_1 अंतराइतकेच D ते D_1 हे अंतर असल्याचे दिसते.

४) एकापेक्षा अधिक लवचिक मागणी (More than Unit Elastic Demand) Ed > 1:

एकापेक्षा अधिक लवचिक मागणीस **'फार लवचिक मागणी'** (Highly Elastic Demand) असेही म्हणतात. एकापेक्षा अधिक लवचिक मागणीची व्याख्या खालीलप्रमाणे दिली आहे.

''वस्तूच्या किंमतीत जेवढे बदल होतात त्यापेक्षा मागणीतील बदलांचे प्रमाण अधिक असेल तर त्यास एकापेक्षा अधिक लवचिक मागणी असे म्हणतात.'' किंवा मागणीची लवचिकता जेंव्हा एकापेक्षा जास्त आणि अनंतापेक्षा कमी असते तेंव्हा त्यास एकापेक्षा अधिक लवचिक मागणी असे म्हणतात.''

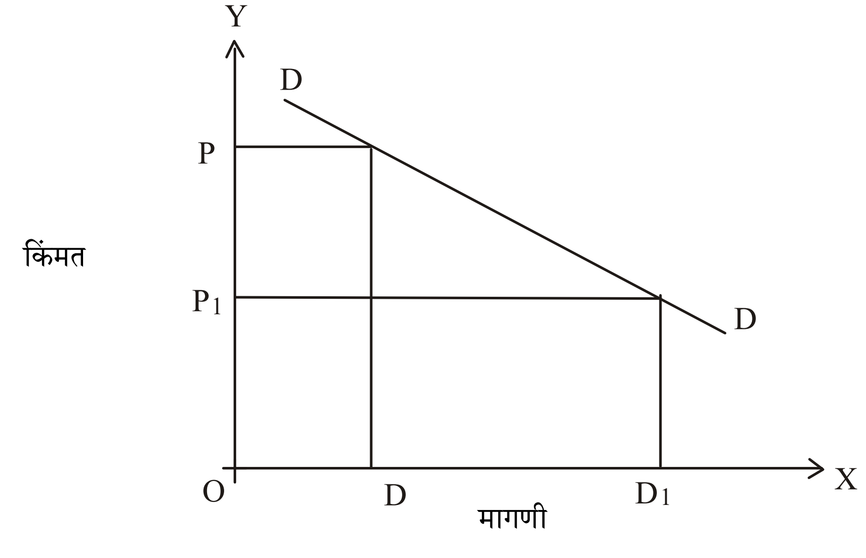
वस्तूच्या किंमतीत किंचितशी जरी घट झाली तरी मागणीत फार मोठी वाढ होत असेल आणि वस्तूंच्या किंमतीत किंचितशी वाढ झाल्यास मागणीत फार मोठी घट होत असेल तर अशा वस्तूची मागणीची लवचिकता १ पेक्षा अधिक असते. (Ed > 1) यालाच सापेक्षत: लवचिक मागणी (Relatively Elastic Demand) असे म्हणतात.

समजा, किंमतीत ५% घट झाली आणि त्यामुळे मागणीत १०% वाढ झाली तर मागणीची लवचिकता २ इतकी येते. त्यामुळे एकापेक्षा अधिक लवचिक मागणी वक्र पसरट येतो.

$$\text{मागणीची लवचिकता} = \frac{\text{मागणीतील शेकडा बदल}}{\text{किंमतीतील शेकडा बदल}}$$

$$\therefore \text{मागणीची लवचिकता} = \frac{१०\%}{५\%}$$

$$\therefore \text{मागणीची लवचिकता} = २$$



वरील आकृतीतवरून असे दिसते की, वस्तूची किंमत OP इतकी असताना वस्तूला OD इतकी मागणी आहे. वस्तूची किंमत OP वरून OP_1 इतकी कमी झाली असता वस्तूला मागणी OD वरून OD_1 इतकी वाढली आहे. आकृतीत PP_1 अंतरापेक्षा DD_1 हे अंतर खूप मोठे दिसते. कारण किंमतीत जेवढी घट झाली आहे त्यापेक्षा मागणीत खूप वाढ झाली आहे.

५) एकापेक्षा कमी लवचिक मागणी (Less than Unit Elastic Demand) **:**

एकापेक्षा कमी लवचिक मागणीस 'कमी लवचिक मागणी' असेही म्हणतात. एकापेक्षा कमी लवचिक मागणीची व्याख्या खालीलप्रमाणे दिली आहे.

''वस्तूंच्या किंमतीत होणाऱ्या बदलांच्या तुलनेत वस्तूच्या मागणीत जेव्हा कमी प्रमाणात बदल होतात तेव्हा त्यास एकापेक्षा कमी लवचिक मागणी असे म्हणतात.''

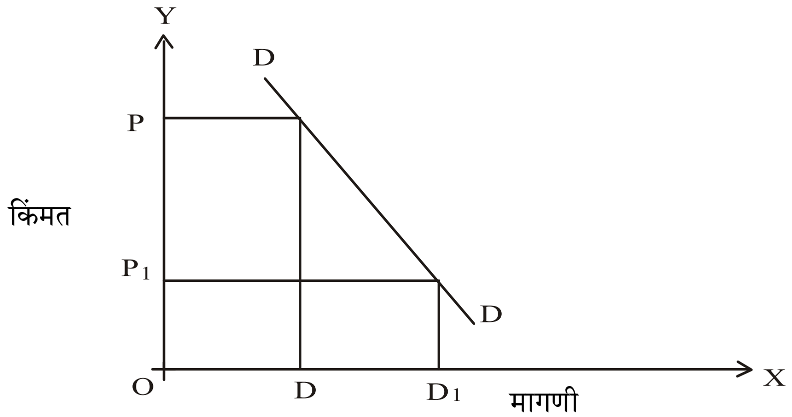
एकापेक्षा कमी लवचिक मागणीस सापेक्षत: अलवचिक मागणी (Relatively Inelastic Demand) असे म्हणतात.

समजा, वस्तूंच्या किंमतीत २० टक्क्यांनी घट झाली आणि त्यामुळे वस्तूंच्या मागणीत १० टक्क्यांनी वाढ झाली तर मागणीची लवचिकता एकापेक्षा कमी म्हणजे १/२ इतकी येते. त्यामुळे एकापेक्षा कमी लवचिक मागणी वक्राचा उतार तीव्र असतो.

$$\text{मागणीची लवचिकता} = \frac{\text{मागणीतील शेकडा बदल}}{\text{किंमतीतील शेकडा बदल}}$$

$$\therefore \text{मागणीची लवचिकता} = \frac{१०\%}{२०\%}$$

$$\therefore \text{मागणीची लवचिकता} = \frac{१}{२}$$



वरील आकृतीवरून असे दिसते की, वस्तूची किंमत OP इतकी असताना वस्तूला मागणी OD इतकी आहे. किंमत OP वरून OP_1 अशी घटली असता मागणी सुद्धा OD वरून OD_1 अशी वाढली आहे. परंतु किंमतीत जेवढी घट झाली आहे त्यापेक्षा मागणीत खूपच कमी वाढ झाल्याचे दिसते. कारण P ते P_1 या अंतरापेक्षा D ते D_1 अंतर खूप कमी आहे. ($PP_1 > DD_1$).

मागणीच्या किंमत लवचिकतेचे महत्त्व (Importance of Price Elasticity of Demand) **:**

मागणीच्या किंमत लवचिकतेचे उपयोग (Uses) किंवा महत्त्व थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहे.

१) करविषयक धोरण ठरविण्यासाठी उपयुक्त :

करविषयक धोरण ठरविताना सरकारला मागणीची किंमत लवचिकता ही संकल्पना उपयोगी पडते. ज्या वस्तूंची मागणी अलवचिक असते किंवा कमी लवचिक असते त्या वस्तूवरील करांचे दर वाढवून सरकार पूर्वीपेक्षा अधिक उत्पन्न मिळवू शकते. कारण ज्या वस्तूंची मागणी अलवचिक असते त्या वस्तूवरील करांच्या दरात वाढ केल्यामुळे जरी वस्तूंच्या किंमती वाढल्या तरी लोकांची वस्तूची मागणी कमी होत नाही. याऊलट ज्या वस्तूंची मागणी लवचिक असते त्या वस्तूवरील करांचे दर वाढवले तर त्या वस्तूंच्या किंमती वाढून त्यांची मागणी कमी होते. त्यामुळे सरकार लवचिक मागणी असणाऱ्या वस्तूवर जादा दराने कर आकारणी न करण्याचा निर्णय घेते.

२) उत्पादकांना उपयुक्त :

उत्पादकाला आपल्या उत्पादनाची किंमत ठरविण्यासाठी मागणीची किंमत लवचिकता ही संकल्पना अत्यंत उपयुक्त पडते. ज्या वस्तूची मागणी अलवचिक किंवा कमी लवचिक असते त्या वस्तूची किंमत वाढवली तरी मागणी कमी होत नाही. त्यामुळे नफाही कमी होत नाही. म्हणून उत्पादक कमी लवचिक किंवा अलवचिक मागणी असलेल्या वस्तूंच्या किंमतीत वाढ करण्याचा निर्णय घेतात. याऊलट ज्या वस्तूंची मागणी लवचिक असते त्या वस्तूंची किंमत न वाढवण्याचा निर्णय उत्पादक घेतात. कारण अशा वस्तूंच्या किंमती वाढवल्या तर मागणी कमी होऊन उत्पादकांचे नुकसान होते.

३) व्यापारशर्ती ठरविण्यासाठी उपयुक्त :

व्यापारशर्ती अनुकूल असतील तरच देशाचा आंतरराष्ट्रीय व्यापारात फायदा होतो. असे आंतरराष्ट्रीय व्यापाराचे फायदे मिळवण्यासाठी मागणीची किंमत लवचिकता ही संकल्पना सरकारला उपयोगी पडते. उदाहरणार्थ, आपण विदेशांना ज्या वस्तू निर्यात करतो त्या वस्तूची मागणी विदेशातून अलवचिक असेल आणि आपली विदेशातील वस्तूसाठी असणारी मागणी लवचिक असेल तर व्यापारशर्ती आपणास अनुकूल ठरतील. म्हणून व्यापारशर्ती ठरविण्यासाठी मागणीची लवचिकता ही संकल्पना अत्यंत उपयोगी पडते.

४) उत्पादन घटकांचे मोबदले ठरविण्यासाठी फायदेशीर :

भूमी, श्रम, भांडवल, संयोजन इत्यादी उत्पादन घटकांचे मोबदले ठरविण्यासाठी मागणीची किंमत

लवचिकता ही संकल्पना अत्यंत उपयोगी पडते. या उत्पादन घटकांना असणारी मागणी लवचिक असेल तर या उत्पादन घटकांना अनुक्रमे खंड, वेतन, व्याज, नफा वाढवून मिळणार नाही. उदाहरणार्थ, श्रम या उत्पादन घटकास असणारी मागणी लवचिक असेल तर कामगार संघटना आपल्या सभासद कामगारांच्या वेतनात वाढ घडवून आणण्यात यशस्वी ठरणार नाहीत. कारण वेतनात वाढ मागितली तर कारखानदारांकडून श्रमाला असलेली मागणी कमी होईल. याऊलट कारखानदारांकडून श्रमाला असलेली मागणी कमी लवचिक किंवा अलवचिक असेल तर कामगार संघटनांना वेतनात वाढ घडवून आणणे शक्य होते. कारण वेतनवाढ मागितली तरी श्रमाची किंवा कामगारांची मागणी अलवचिक असल्याने कारखानदारांकडून कामगारांना असलेली मागणी कमी होत नाही.

५) कामगार संघटनांना उपयुक्त :

आपल्या सभासद कामगारांना जास्तीत जास्त वेतन मिळवून देणे हे कामगार संघटनांचे प्रमुख ध्येय असते. कामगार ज्या उत्पादनसंस्थांमध्ये काम करतात त्या उत्पादनसंस्थांच्या वस्तूची मागणी कमी लवचिक असेल तर त्या वस्तूची किंमत वाढवली तरी मागणी कमी होत नाही. त्यामुळे अशा उत्पादनसंस्थांतील कामगार वेतनात वाढ घडवून आणण्यात यशस्वी होतात. कारण वेतनात वाढ झाल्यामुळे उत्पादकांनी किंमतीत वाढ घडवून आणली तरी मागणी कमी लवचिक असल्याने वस्तूची मागणी कमी होत नाही. उद्योगसंस्थांचे नुकसान होत नाही.

६) सरकारला किंमतविषयक धोरण ठरविण्यासाठी उपयुक्त :

पेट्रोल, वीज यासारख्या काही वस्तू व सेवांना असणारी मागणी अलवचिक असते. अशा वस्तूंच्या किंमती वाढल्या तरी मागणी अलवचिक असल्याने या वस्तूंची भाववाढ निर्माण होते. अशा वस्तूंची भाववाढ होऊ नये म्हणून सरकार या वस्तूंच्या किंमती आटोक्यात ठेवण्याचा प्रयत्न करते. तसेच काही वस्तूंचे भाव बांधून देते. त्यामुळे भाववाढीस आळा बसण्यास मदत होते. कृषी मालाच्या किमान आधार किंमती निश्चित करताना सरकारला मागणीची लवचिकता या संकल्पनेचा उपयोग होतो. अशा प्रकारे सरकारला किंमतविषयक धोरण ठरविण्यास मागणीची लवचिकता ही संकल्पना उपयोगी पडते.

७) खर्चविषयक धोरण ठरविण्यासाठी सरकारला उपयुक्त :

राज्यकारभारासाठी किंवा जनकल्याणासाठी सरकार जो खर्च करते त्यास सार्वजनिक खर्च असे म्हणतात. वीज, पाणी, वाहतूक या सेवांची मागणी अलवचिक असते. या सेवांचे उत्पादन करण्याचे अधिकार खाजगी क्षेत्राला दिले तर या सेवांची मागणी अलवचिक असल्याने या सेवांच्या किंमती वाढवून खाजगी उत्पादक लोकांचे आर्थिक शोषण करतील. म्हणून अशा सेवांचे उत्पादन सरकार स्वत: करून योग्य किंमतीत या सेवा जनतेला उपलब्ध करून देते. अशा प्रकारे कोणत्या वस्तू व सेवांच्या उत्पादनावर खर्च करावा किंवा कोणत्या वस्तू व सेवांचे उत्पादन सरकारी क्षेत्रात करावे यासाठी सरकारला मागणीची किंमत लवचिकता ही संकल्पना उपयोगी पडते.

८) व्यापारचक्रांचे नियंत्रण करण्यास उपयुक्त :

खुल्या अर्थव्यवस्थेत किंवा भांडवलशाही अर्थव्यवस्थेत सतत व्यापारचक्रे निर्माण होत असतात. तेजी आणि मंदी या व्यापारचक्राच्या प्रमुख दोन अवस्था असून तेजी आणि मंदी आटोक्यात आणण्यासाठी सरकारला मागणीची लवचिकता ही संकल्पना उपयोगी पडते.

९) उद्योगसंस्थेचे आकारमान :

उद्योगसंस्थेचे आकारमान ठरविण्यासाठी मागणीची किंमत लवचिकता ही संकल्पना उपयोगी पडते. उद्योगसंस्थेच्या वस्तूची मागणी अलवचिक असेल तर उद्योगसंस्थेचे मालक आपल्या उद्योगसंस्थेचा आकार मोठा ठेवतील. याऊलट वस्तूची मागणी लवचिक असेल तर उद्योगसंस्थेचा आकार लहान ठेवण्याचा निर्णय घेतला जाईल. कारण किंमत वाढवली तर मागणी कमी होते. त्यामुळे उद्योगसंस्थेचे नुकसान होते.

अशा प्रकारे मागणीची किंमत लवचिकता या संकल्पनेचा उत्पादकांना, सरकारला विविध बाबींचा निर्णय घेण्यासाठी चांगला उपयोग होतो हे वरील स्पष्टीकरणावरून आपल्या लक्षात येते.

(ब) मागणीची उत्पन्न लवचिकता (Income Elasticity of Demand) **:**

जसा किंमतीचा मागणीवर परिणाम होत असतो तसा उपभोक्त्याच्या उत्पन्नातील बदलाचा उपभोक्त्याच्या मागणीवर परिणाम होत असतो. अशा प्रकारे उत्पन्नातील बदलाचा मागणीवर जो परिणाम होतो तो 'मागणीची उत्पन्न लवचिकता' या संकल्पनेच्याद्वारे स्पष्ट केला जातो. मागणीच्या उत्पन्न लवचिकतेची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''उत्पन्नातील शेकडा बदलांचे मागणीतील शेकडा बदलांशी असणारे प्रमाण म्हणजे मागणीची उत्पन्न लवचिकता होय.''

प्रा. स्टोनिअर व हेग यांनी मागणीच्या उत्पन्न लवचिकतेची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात झालेल्या बदलामुळे उपभोक्त्याच्या वस्तूच्या खरेदीवर होणारा परिणाम मागणीची उत्पन्न लवचिकता स्पष्ट करते.'' (Income elasticity of demand shows the responsiveness of a consumers purchases of particular good to a change in his income.)

मागणीच्या उत्पन्न लवचिकतेचे सूत्र :

मागणीची उत्पन्न लवचिकता ही संकल्पना खालील सूत्राद्वारे स्पष्ट करता येते.

$$\text{मागणीची उत्पन्न लवचिकता} = \frac{\text{मागणीतील शेकडा बदल}}{\text{उत्पन्नातील शेकडा बदल}}$$

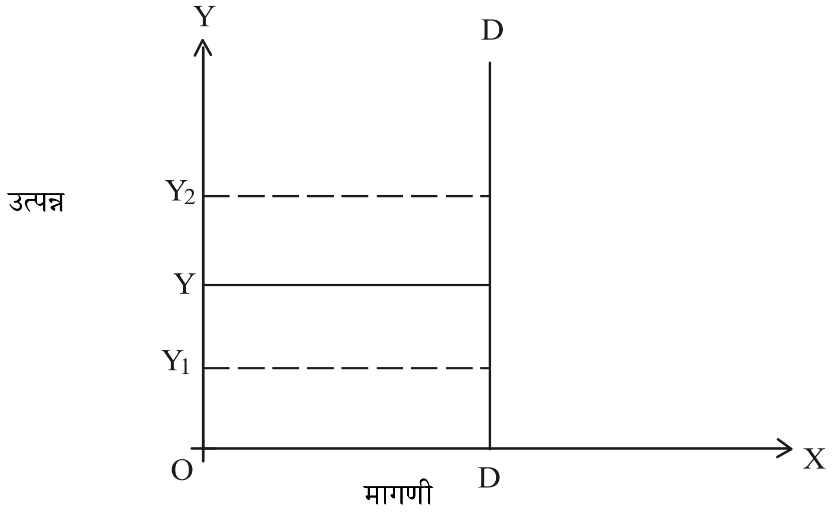
समजा, उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात १५ टक्क्यांनी वाढ झाली आणि त्यामुळे मागणीत ३० टक्क्यांनी वाढ झाली तर मागणीची उत्पन्न लवचिकता वरील सूत्रानुसार $\frac{३०\%}{१५\%}$ = २ येईल. या उदाहरणात मागणीची लवचिकता एकापेक्षा जास्त आहे.

उत्पन्न लवचिकतेचे प्रकार :

शून्य उत्पन्न लवचिकता, ऋण उत्पन्न लवचिकता, एकक उत्पन्न लवचिकता, एकापेक्षा जास्त उत्पन्न लवचिकता, एकापेक्षा कमी उत्पन्न लवचिकता इत्यादी उत्पन्न लवचिकतेचे प्रकार असून या प्रकारांचे थोडक्यात स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

१) शून्य उत्पन्न लवचिकता (Ey = 0):

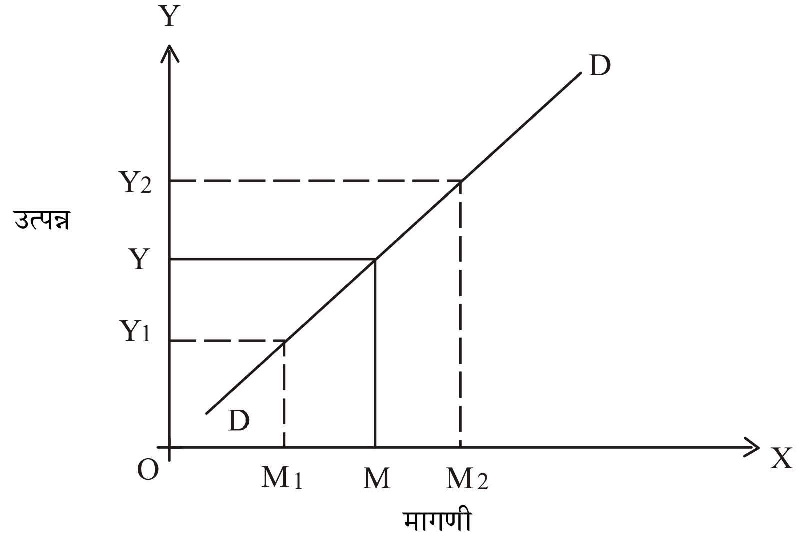
उत्पन्नात वाढ झाली अथवा उत्पन्नात घट झाली तरी मागणीत काहीच बदल होत नाही तेव्हा मागणीची उत्पन्न लवचिकता शून्य असते. मीठ, तंबाखूची पुडी, चुन्याची पुडी इत्यादी वस्तूंच्या किंमती नगण्य असतात. तेव्हा उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात वाढ झाली तरी या वस्तूंची मागणी वाढत नाही. त्यामुळे मागणीची उत्पन्न लवचिकता शून्य असते. उत्पन्नातील बदलाचा मागणीवर काहीच परिणाम होत नसल्याने मागणीचा वक्र OY अक्षाला समांतर असतो. खालील आकृतीत ते दर्शविले आहे.



वरील आकृतीत DD हा मागणीचा वक्र आहे. उपभोक्त्याचे उत्पन्न OY इतके असताना मागणी OD इतकी आहे. उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात OY वरून OY1 इतकी घट झाली तरी मागणीत घट न होता मागणी पूर्वीइतकीच म्हणजे OD इतकी आहे. तसेच उत्पन्नात OY वरून OY2 अशी वाढ झाली तरी मागणीत वाढ न होता मागणी पूर्वीइतकीच म्हणजे OD इतकी असल्याचे दिसते. अशा प्रकारे उत्पन्नातील बदलाचा मागणीवर काहीच परिणाम होत नसल्याने मागणीचा वक्र OY अक्षाला समांतर येतो. DD हा मागणी वक्र शून्य उत्पन्न लवचिक मागणी वक्र आहे.

२) एकक उत्पन्न लवचिकता (Ey = 1):

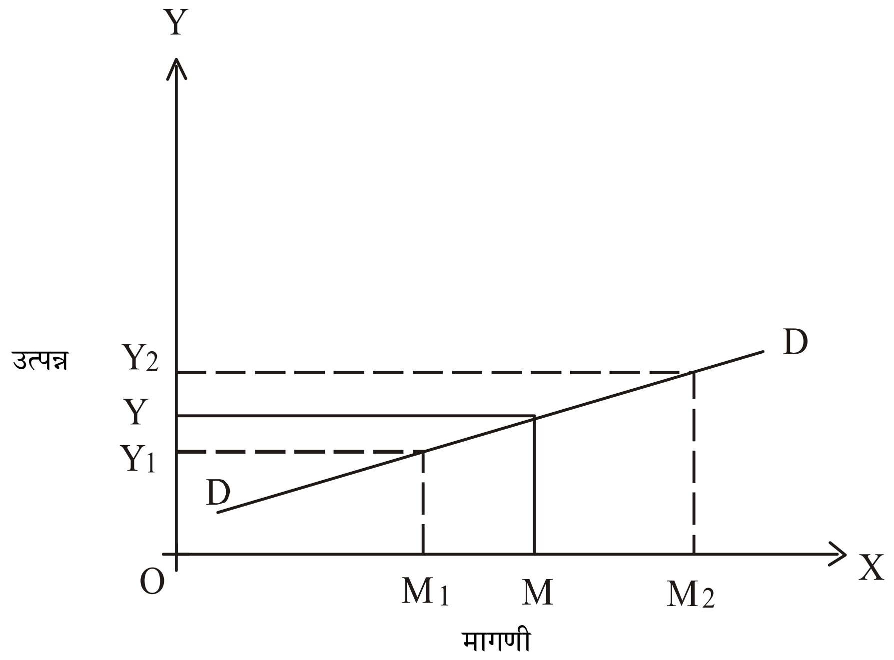
उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात जेवढा बदल होतो तेवढाच बदल उपभोक्त्याच्या मागणीत होत असेल तर मागणीची उत्पन्न लवचिकता १ असते. म्हणजे उत्पन्नात जेवढी वाढ होते तेवढीच मागणीत वाढ होते आणि उत्पन्नात जेवढी घट होते तेवढी मागणीत घट होते. त्यामुळे मागणीचा वक्र डावीकडून उजवीकडे वरती जाणारा असतो.



वरील आकृतीत DD हा मागणी वक्र आहे. उपभोक्त्याचे उत्पन्न OY इतके असताना मागणी OM इतकी आहे. उत्पन्नात OY वरून OY_1 इतकी घट झाली असताना वस्तूच्या मागणीत सुद्धा OM वरून OM_1 इतकी घट झाल्याचे दिसते. उत्पन्नातील घट म्हणजे Y ते Y_1 अंतर आणि मागणीतील घट म्हणजे M ते M_1 हे अंतर सारखेच असल्याचे दिसते. उत्पन्नात OY वरून OY_2 अशी वाढ झाली तर वस्तूच्या मागणीत सुद्धा तेवढीच म्हणजे OM वरून OM_2 एवढी वाढ होते. उत्पन्नातील वाढ म्हणजे Y ते Y_2 हे अंतर आणि मागणीतील वाढ म्हणजे M ते M_2 हे अंतर सारखेच असल्याचे आकृतीत दिसते. अशा प्रकारे उपभोक्त्याच्या उत्पन्नात जेवढी वाढ किंवा घट होते तेवढीच वाढ किंवा घट मागणीत होत असल्याने मागणीची उत्पन्न लवचिकता १ असते.

३) एकापेक्षा जास्त उत्पन्न लवचिकता (Ey > 1):

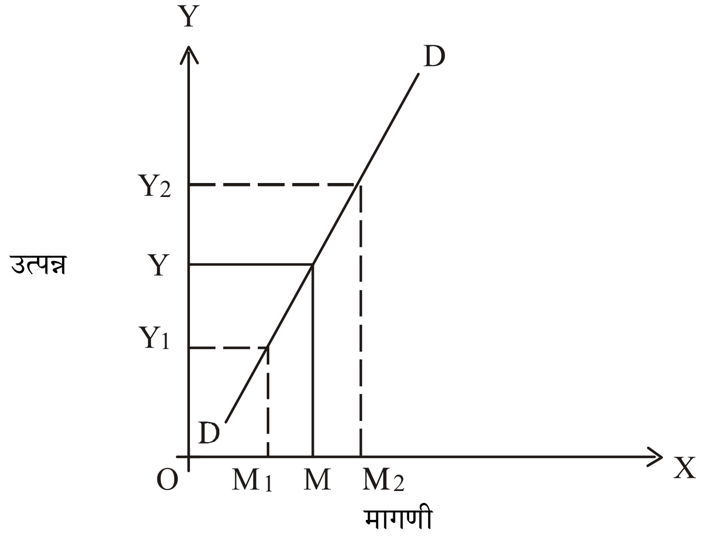
उत्पन्नात जेवढी वाढ होते त्यापेक्षा मागणीत ज्यास्त वाढ होते तेव्हा मागणीची उत्पन्न लवचिकता एकापेक्षा जास्त येते आणि उत्पन्नात जेवढी घट होते त्यापेक्षा मागणीत जेव्हा जास्त घट होते तेव्हा मागणीची लवचिकता १ पेक्षा जास्त असते. उदाहरणार्थ, उत्पन्नात २० टक्केंनी वाढ झाली आणि त्यामुळे मागणीत ४० टक्केंनी वाढ झाली तर मागणीची उत्पन्न लवचिकता $\frac{४०\%}{२०\%}$ = २ म्हणजे एकापेक्षा जास्त येते. सोन्याचे दागिणे, मोटारगाडी अशा वस्तूंची मागणीची उत्पन्न लवचिकता एकापेक्षा जास्त असते. उत्पन्न लवचिकतेचा हा प्रकार खालील आकृतीच्या साहाय्याने स्पष्ट केला आहे.



वरील आकृतीत DD हा मागणी वक्र आहे. उत्पन्न OY असताना वस्तूची मागणी OM इतकी आहे. उत्पन्नात OY वरून OY_1 इतकी घट झाली असता मागणीत OM वरून OM_1 इतकी घट झाली आहे. उत्पन्नातील घटीपेक्षा म्हणजे Y ते Y_1 या अंतरापेक्षा मागणीतील घट म्हणजे M ते M_1 हे अंतर मोठे आहे. तसेच उत्पन्नात OY वरून OY_2 अशी वाढ झाली असता वस्तूच्या मागणीत सुद्धा OM वरून OM_2 अशी वाढ झाल्याचे दिसते. उत्पन्नातील वाढीपेक्षा म्हणजे Y ते Y_2 या अंतरापेक्षा मागणीतील वाढ म्हणजे M ते M_2 हे अंतर खूप मोठे आहे. म्हणून मागणीची उत्पन्न लवचिकता एकापेक्षा जास्त आहे.

४) एकापेक्षा कमी उत्पन्न लवचिकता ($Ey < 1$):

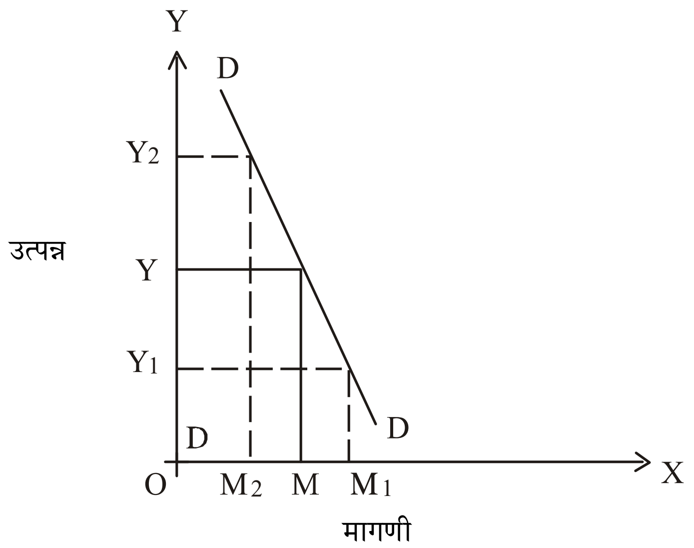
उत्पन्नात जेवढी वाढ होते त्यापेक्षा मागणीत कमी वाढ होते तेव्हा मागणीची उत्पन्न लवचिकता एकापेक्षा कमी असते. तसेच उत्पन्नात जेवढी घट होते त्यापेक्षा मागणीत जेव्हा कमी घट होते तेव्हा मागणीची उत्पन्न लवचिकता १ पेक्षा कमी असते. उदाहरणार्थ, उत्पन्नात २०% नी वाढ झाली आणि त्यामुळे मागणीत १०% नी वाढ झाली तर मागणीची लवचिकता $\frac{१०\%}{२०\%}$ = ०.५० इतकी येते. ही उत्पन्न लवचिकता शून्यापेक्षा जास्त आणि एकापेक्षा कमी असल्याचे दिसते. एकापेक्षा कमी उत्पन्न लवचिकता हा प्रकार खालील आकृतीत दर्शविला आहे.



वरील आकृतीत DD हा मागणीचा वक्र आहे. उत्पन्न OY असताना वस्तूची मागणी OM इतकी आहे. उत्पन्नात OY वरून OY_1 इतकी घट झाली असता वस्तूच्या मागणीत OM वरून OM_1 इतकी घट होते. येथे उत्पन्न लवचिकता १ पेक्षा कमी आहे. कारण उत्पन्नातील घटीपेक्षा म्हणजे Y ते Y_1 या अंतरापेक्षा मागणीतील घट म्हणजे M ते M_1 हे अंतर खूपच कमी आहे. तसेच उत्पन्नात OY वरून OY_2 अशी वाढ झाली असता वस्तूच्या मागणीत सुद्धा OM वरून OM_2 अशी वाढ झाल्याचे दिसते. येथेही उत्पन्न लवचिकता १ पेक्षा कमी आहे. कारण उत्पन्नातील वाढीपेक्षा म्हणजे Y ते Y_2 या अंतरापेक्षा मागणीतील वाढ म्हणजे M ते M_2 हे अंतर खूपच कमी आहे.

५) ऋण उत्पन्न लवचिकता (Negative Income Elasticity) **:**

ऋण उत्पन्न लवचिकतेस उणे उत्पन्न लवचिकता असेही म्हणतात. जेव्हा उपभोक्त्यांच्या उत्पन्नात वाढ झाली असता त्यांची मागणी कमी होते आणि उत्पन्नात घट झाली असता मागणीत वाढ होते तेव्हा मागणीची उत्पन्न लवचिकता ऋण किंवा उणे असते. थोडक्यात उत्पन्नातील बदलांच्या विरुद्ध दिशेने जेव्हा मागणीत बदल होतो तेव्हा त्यास मागणीची ऋण उत्पन्न लवचिकता असे म्हणतात. गिफेन वस्तूंच्या बाबतीत मागणीची उत्पन्न लवचिकता ऋण असते. गिफेन वस्तू म्हणजे निकृष्ट किंवा हलक्या दर्जाच्या वस्तू होय. हायब्रिड ज्वारी, मिलो, पाव, जाडेभरडे कापड यासारख्या हलक्या वस्तूंना गिफेन वस्तू असे म्हणतात. गरीब लोकांच्या उत्पन्नात वाढ झाली की त्यांची या वस्तूंना असणारी मागणी वाढण्याऐवजी कमी होते. याउलट गरीबांच्या उत्पन्नात घट झाली की त्यांची या वस्तूंना असणारी मागणी वाढते, असे ब्रिटनमधील गिफेन या अर्थशास्त्रज्ञाला आढळून आले. म्हणून हलक्या वस्तूंना गिफेन वस्तू असे म्हणतात. समजा, गरीब उपभोक्त्यांच्या उत्पन्नात २०% वाढ झाली आणि त्यामुळे मागणीत ५% घट झाली तर मागणीची उत्पन्न लवचिकता $\frac{५\%}{२०\%}$ = ०.२५ इतकी येते. ऋण उत्पन्न लवचिकतेची संकल्पना खालील आकृतीच्याद्वारे स्पष्ट केली आहे.



सोबतच्या आकृतीत DD हा मागणीचा वक्र आहे. उत्पन्न OY इतके असताना मागणी OM इतकी आहे. उत्पन्नात OY वरून OY_1 इतकी घट झाली असता वस्तूच्या मागणीत OM वरून OM_1 इतकी वाढ झाली आहे. उत्पन्नात घट झाली असता मागणीतही घट व्हावयास पाहिजे. परंतु या ठिकाणी उत्पन्नात घट झाल्यानंतर मागणीत वाढ झाल्याचे दिसते. गरीबांच्या उत्पन्नात OY वरून OY_2 अशी वाढ झाल्यानंतर त्यांची मागणी वाढण्याऐवजी OM वरून OM_2 अशी कमी झालेली आकृतीत दिसते. उत्पन्नाच्या विरुद्ध दिशेने मागणीत बदल होत असल्याने मागणीचा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा असतो. परंतु खाली उतरताना OX अक्षाच्या दिशेने मागणी वक्राचा उतार खूप तीव्र असतो हे वरील आकृतीवरून आपल्या लक्षात येते.

मागणीच्या उत्पन्न लवचिकतेचे महत्त्व (Importance of Income Elasticity of Demand) **:**

मागणीची किंमत लवचिकता ही संकल्पना जशी अर्थव्यवस्थेतील विविध घटकांना उपयोगी पडते तशीच मागणीची उत्पन्न लवचिकता ही संकल्पना सुद्धा अनेक घटकांना उपयोगी पडते. मागणीच्या उत्पन्न लवचिकतेचे महत्त्व थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहे.

१) सरकारला उपयुक्त :

उत्पन्नात ज्या दिशेने बदल होतात त्या दिशेने बहुसंख्य वस्तूंच्या मागणीत बदल होतात. देशातील नागरिकांच्या उत्पन्नातील बदलांचा मागणीवर काय परिणाम होतो हे अभ्यासण्यासाठी सरकारला मागणीची उत्पन्न लवचिकता ही संकल्पना उपयोगी पडते. आर्थिक नियोजनासाठी सरकारला या संकल्पनेचा चांगला उपयोग होतो.

२) उत्पादकांना उपयुक्त :

उपभोक्त्यांच्या उत्पन्नात वाढ झाल्यानंतर कोणत्या वस्तूंची मागणी किती प्रमाणात वाढते हे मागणीच्या उत्पन्न लवचिकतेवरून उत्पादकांना समजते. त्यावरून उत्पादकांना उत्पादन किती करावे याचा अंदाज येतो.

मागणीची उत्पन्न लवचिकता एकापेक्षा जास्त असेल किंवा लवचिकता एक असेल तर उत्पन्नातील वाढीबरोबर लोकांची मागणीही वाढत असल्याने उत्पादक उत्पादन वाढविण्याचा निर्णय घेतात. मागणीची उत्पन्न लवचिकता शून्य असेल तर उत्पादन न वाढवण्याचा किंवा उद्योगसंस्थेचा आकार लहान ठेवण्याचा निर्णय उत्पादक घेतात.

३) व्यापारचक्राच्या काळातील मागणीचा अंदाज येण्यासाठी उपयुक्त :

तेजी व मंदी या व्यापारचक्राच्या प्रमुख दोन अवस्था आहेत. तेजी आणि मंदीच्या काळात उपभोक्त्यांच्या उत्पन्नात बदल झाला असता मागणीत कशा प्रकारे बदल होईल याचा अंदाज मागणीच्या उत्पन्न लवचिकतेवरून येतो. तेजीच्या काळात उत्पन्नात वाढ होत असते. त्यामुळे मागणीतही वाढ होत असते. याउलट मंदीच्या काळात लोकांची खरेदीशक्ती घटलेली असल्याने मागणीही घटलेली असते. अशा प्रकारे तेजी व मंदीच्या काळात मागणीत कशा प्रकारे बदल घडून येतात ते मागणीच्या उत्पन्न लवचिकतेवरून समजून येते.

ड) मागणीची छेदक लवचिकता (Cross Elasticity of Demand) **:**

मागणीच्या छेदक लवचिकतेलाच 'मागणीची तिरकस लवचिकता' तसेच 'मागणीची अन्योन्य लवचिकता' असेही म्हणतात. मागणीच्या छेदक लवचिकतेची व्याख्या सोप्या शब्दात खालीलप्रमाणे मांडली आहे.

''एका वस्तूच्या किंमतीत झालेल्या बदलामुळे दुसऱ्या वस्तूच्या मागणीत होणाऱ्या बदलांचे प्रमाण म्हणजे मागणीची छेदक किंवा तिरकस लवचिकता होय.''

मागणीची छेदक लवचिकता या संकल्पनेवरून आपणास एका वस्तूच्या किंमतीत वाढ किंवा घट झाल्यास त्याचा दुसऱ्या वस्तूच्या मागणीवर काय परिणाम होतो ते समजते. काही वस्तू परस्परांना पर्यायी असतात. उदाहरणार्थ, साखरेला गूळ, चहाला कॉफी या वस्तू पर्यायी आहेत. यापैकी एका वस्तूची किंमत बदलली की त्याचा परिणाम दुसऱ्या वस्तूच्या मागणीवर होतो. उदाहरणार्थ सारखेची किंमत वाढली तर साखरेला गूळ हा पर्याय असल्याने लोक साखरेची मागणी कमी करतात आणि त्याऐवजी गूळाची मागणी वाढवतात. या उदाहरणात किंमत साखरेची बदलली परंतु त्याचा परिणाम मात्र गुळाच्या मागणीवर झाला.

''एका वस्तूच्या किंमतीत होणारा बदल आणि दुसऱ्या वस्तूच्या मागणीत होणारा बदल यांचे गुणोत्तर म्हणजे छेदक किंवा तिरकस लवचिकता होय.''

मागणीच्या छेदक लवचिकतेची संकल्पना खालील सूत्राच्या साहाय्याने स्पष्ट करता येते.

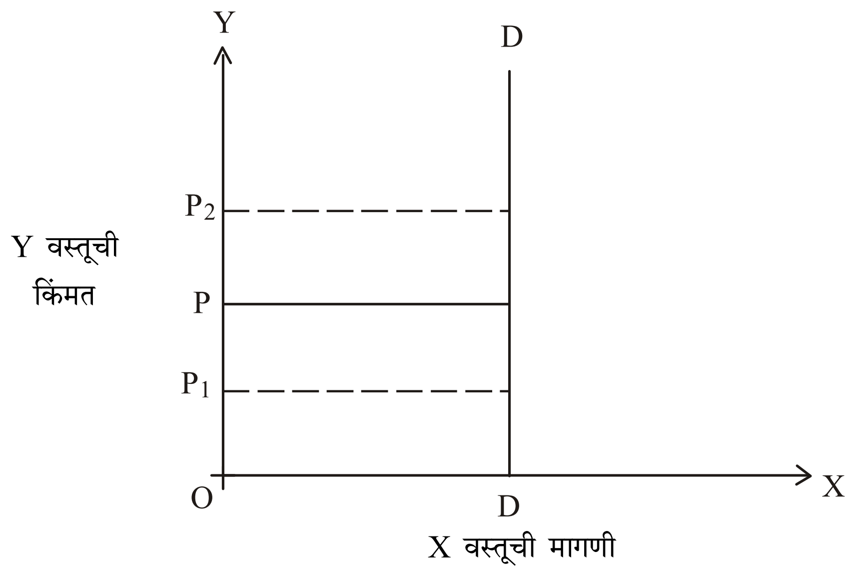
$$\text{मागणीची छेदक लवचिकता} = \frac{\text{'X' वस्तूच्या मागणीतील शेकडा बदल}}{\text{'Y' वस्तूच्या किंमतीतील शेकडा बदल}}$$

छेदक लवचिकतेचे / अन्योन्य लवचिकतेचे प्रकार :

छेदक लवचिकतेचे प्रमुख प्रकार खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१) शून्य छेदक लवचिकता (Zero Cross Elasticity) **:**

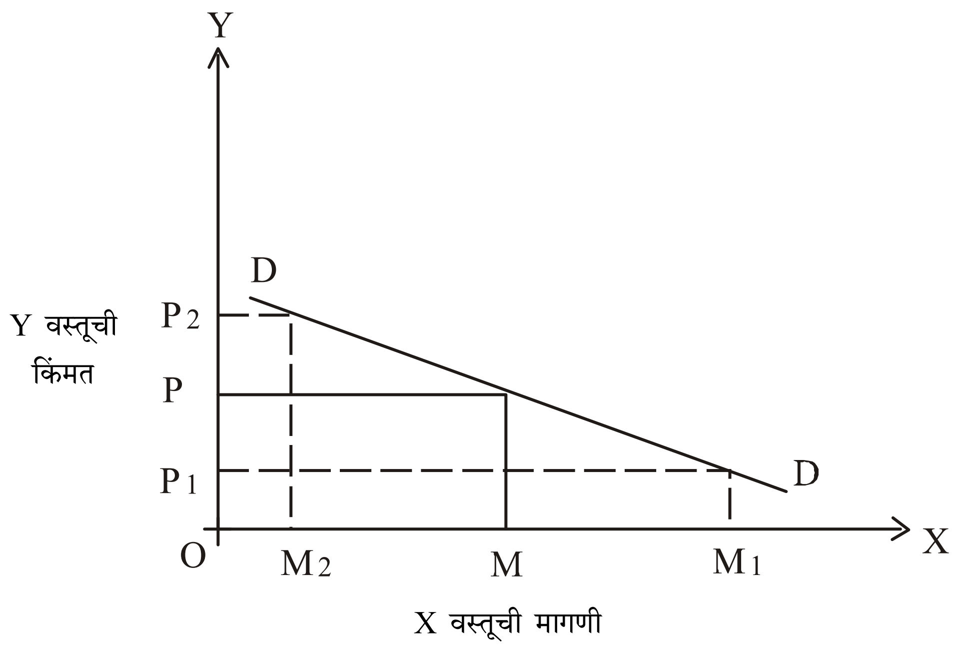
जेव्हा एका वस्तूच्या किंमतीतील बदलाचा दुसऱ्या वस्तूच्या मागणीवर काहीच परिणाम होत नाही तेव्हा मागणीची छेदक लवचिकता शून्य असते. समजा X आणि Y या दोन वस्तू परस्परपूरक किंवा परस्पर पर्यायी नाहीत. त्यामुळे Y वस्तूची किंमत वाढली अथवा कमी झाली तरी त्याचा X वस्तूच्या मागणीवर काहीच परिणाम होणार नाही. थोडक्यात, ज्या दोन वस्तू परस्परपूरक किंवा परस्पर पर्यायी नसतात त्या वस्तूंच्या बाबतीत मागणीची छेदक लवचिकता शून्य येते. त्यामुळे मागणीचा वक्र OY अक्षाला समांतर राहतो. खालील आकृतीत ते दर्शविले आहे.



वरील आकृतीत Y वस्तूची किंमत OP असताना X वस्तूची मागणी OD इतकी आहे. Y वस्तूची किंमत OP वरून OP_1 कमी झाली तरी मागणी OD इतकीच आहे. तसेच Y वस्तूची किंमत OP वरून OP_2 अशी वाढली तरी X वस्तूची मागणी पूर्वीइतकी म्हणजे OD इतकीच असल्याचे वरील आकृतीवरून दिसते. Y वस्तूच्या किंमतीतील बदलाचा X वस्तूच्या मागणीवर काहीच परिणाम होत नसल्याने X वस्तूच्या मागणीचा वक्र OY अक्षाला समांतर येतो. DD या मागणी वक्राने ते आकृतीत दर्शविले आहे.

२) अनंत छेदक लवचिकता :

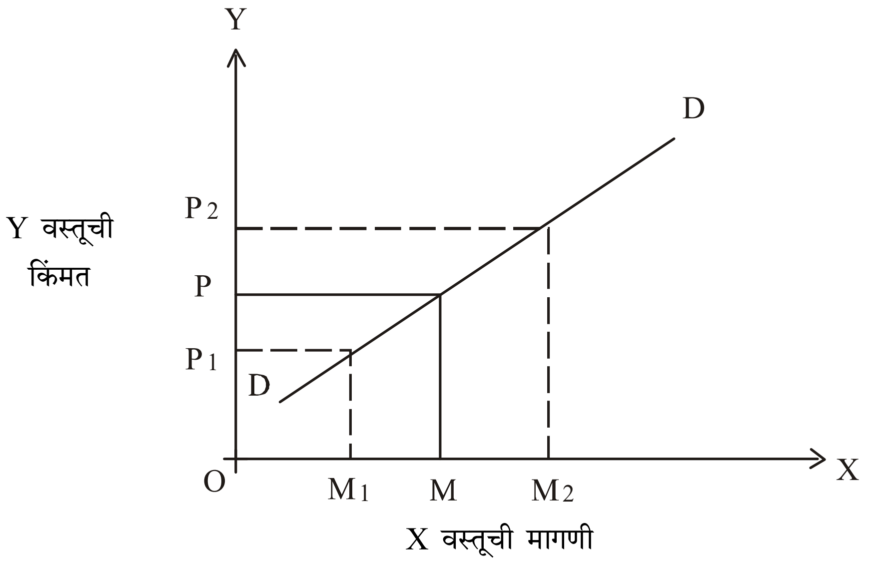
जेव्हा दोन वस्तू परस्परांना पूर्ण पर्यायी असतात तेव्हा त्यांच्या बाबतीत छेदक लवचिकता अनंत असते. म्हणजे Y वस्तूच्या किंमतीत किंचितसा जरी बदल झाला तरी X वस्तूच्या मागणीत मोठा बदल होतो. Y वस्तूची किंमत अगदी थोडी वाढली तर Y वस्तूची मागणी शून्य होत असेल तर आणि X वस्तूचीच मागणी सर्व ग्राहक करत असतील तर X वस्तूच्या मागणीची छेदक लवचिकता अनंत राहते.



वरील आकृतीत Y वस्तूची किंमत OP इतकी असताना X वस्तूला OM इतकी मागणी आहे. Y वस्तूची किंमत OP वरून OP_1 इतकी कमी झाली असता X वस्तूच्या मागणीत OM वरून OM_1 एवढी वाढ झाल्याचे दिसते. Y वस्तूच्या किंमतीतील घटीपेक्षा म्हणजे P ते P_1 या अंतरापेक्षा X वस्तूच्या मागणीतील वाढ म्हणजे M ते M_1 हे अंतर खूप मोठे असल्याचे दिसते. तसेच वस्तूची किंमत OP वरून OP_2 अशी वाढली असता X वस्तूच्या मागणीत OM_1 वरून OM_2 एवढी मोठी घट झाल्याचे दिसते. Y वस्तूच्या किंमतीतील वाढीपेक्षा म्हणजे P ते P_2 या अंतरापेक्षा X वस्तूच्या मागणीतील घट म्हणजे M ते M_2 हे अंतर खूप मोठे असल्याचे आकृतीवरून दिसते.

३) धन छेदक लवचिकता (Positive Cross Elasticity) **:**

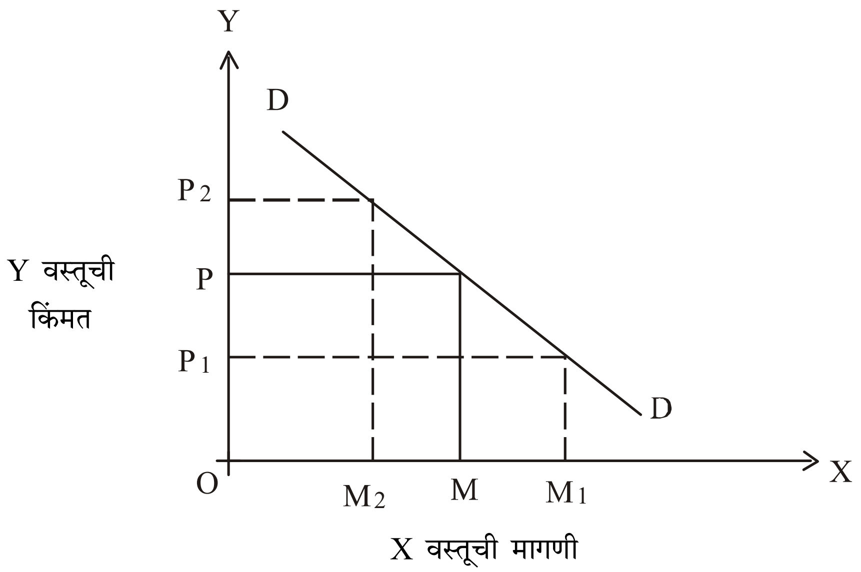
चहा-कॉफी, साखर-गूळ अशा पर्यायी वस्तूंच्या बाबतीत मागणीची छेदक लवचिकता धन राहते. उदाहरणार्थ Y वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाल्यास X वस्तूची मागणी वाढत असेल तर मागणीची छेदक लवचिकता शून्यापेक्षा जास्त असते. म्हणून त्यास धन छेदक लवचिकता असे म्हणतात. धन छेदक लवचिकतेची संकल्पना खालील आकृतीत स्पष्ट केली आहे.



वरील आकृतीत Y वस्तूची किंमत OP इतकी असताना X वस्तूची मागणी OM इतकी आहे. Y वस्तूची किंमत OP वरून OP_1 इतकी कमी झाली असता X वस्तू मागणी OM वरून OM_1 इतकी कमी झाल्याचे दिसते. तर Y वस्तूची किंमत OP वरून OP_2 अशी वाढली असता X वस्तूच्या मागणीत OM वरून OM_2 अशी वाढ झाली असल्याचे दिसते. अशा प्रकारे एका वस्तूच्या किंमतीतील बदलाचा दुसऱ्या वस्तूच्या मागणीवर कसा परिणाम होतो ते वरील आकृतीवरून स्पष्ट होते.

४) ऋण छेदक लवचिकता (Negative Cross Elasticity) **:**

परस्परपूरक वस्तूंच्या बाबतीत मागणीची छेदक लवचिकता ऋण असते. एक वस्तू विकत घेतली तर दुसरी वस्तू विकत घ्यावीच लागते. त्यामुळे एका वस्तूची किंमत बदलली तर त्याचा दुसऱ्या वस्तूच्या मागणीवर परिणाम होतो. उदाहरणार्थ स्वयंचलित वाहन आणि पेट्रोल या परस्परपूरक वस्तू आहेत. पेट्रोलच्या किंमतीत वाढ झाली तर स्वयंचलित वाहनांची किंमत स्थिर असूनही स्वयंचलित वाहनांची मागणी कमी होते. कारण पेट्रोलचे दर वाढल्यामुळे लोकांना वाहन (गाडी) वापरणे परवडत नाही. याऊलट पेट्रोलचे दर उतरले तर वाहन वापरणे लोकांना परवडते. त्यामुळे त्यांची वाहनांना असणारी मागणी वाढते. अशा प्रकारे एका वस्तूच्या किंमतीतील बदलाचा दुसऱ्या वस्तूच्या मागणीवर होणारा परिणाम म्हणजे ऋण छेदक लवचिकता होय. ज्या वस्तूंच्या मागणीची छेदक लवचिकता ऋण असते त्या वस्तूच्या मागणीचा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली येणारा असतो. ऋण छेदक लवचिकतेची संकल्पना खालील आकृतीच्या साहाय्याने स्पष्ट केली आहे.



वरील आकृतीत Y वस्तूची किंमत OP इतकी असताना X वस्तूची मागणी OM इतकी आहे. वस्तूची किंमत OP वरून OP_1 इतकी कमी झाली असता X वस्तूची मागणी OM वरून OM_1 इतकी वाढल्याचे दिसते. Y वस्तूची किंमत OP वरून OP_2 अशी वाढली असता X वस्तूच्या मागणीत OM वरून OM_2 अशी घट झालेली दिसते. अशा प्रकारे Y वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाली असता X वस्तूच्या मागणीत घट होत असल्याचे आणि Y वस्तूच्या किंमतीत घट झाली असता X वस्तूच्या मागणीत वाढ होत असल्याचे वरील आकृतीवरून दिसून येते.

छेदक लवचिकतेचे महत्त्व :

छेदक किंवा तिरकस लवचिकतेचे महत्त्व थोडक्यात खालीलप्रमाणे विषद केले आहे.

१) उत्पादकांना उपयुक्त :

वस्तूची किंमत ठरविताना छेदक लवचिकता ही संकल्पना उत्पादकांना अत्यंत उपयुक्त ठरते. पेट्रोलच्या किंमती वाढल्या की ग्राहकांची मोटारीची मागणी कमी होते. पेट्रोलच्या किंमती वाढल्या की मोटारीची मागणी कमी होऊ नये किंवा मागणी अभावी मोटारी पडून राहू नयेत यासाठी मोटार कंपन्या मोटारीच्या किंमती शक्य तेवढ्या कमी करतात. अशा प्रकारे परस्परपूरक वस्तूपैकी एखाद्या वस्तूची किंमत वाढली तर दुसऱ्या वस्तूची मागणी कमी होते. ती कमी होऊ नये यासाठी उत्पादक आपल्या वस्तूच्या किंमतीत योग्य तो बदल घडवून आणण्याचा प्रयत्न करतात. म्हणजे पेट्रोलच्या किंमती वाढल्यानंतर मोटार उत्पादकांनी मोटारीच्या किंमती कमी केल्या तर पेट्रोलच्या दरवाढीमुळे होणारे ग्राहकांचे आर्थिक नुकसान मोटारीच्या किंमती कमी केल्यामुळे भरून निघते.

२) सरकारला उपयुक्त :

मागणीची छेदक लवचिकता ही संकल्पना उत्पादकांना जशी उपयोगी पडते तशीच सरकारलाही ती उपयोगी पडते. सरकारला आपले करविषयक धोरण ठरविण्यासाठी छेदक लवचिकता संकल्पनेचा उपयोग होतो. काही वस्तू अशा असतात की किंमतीत वाढ किंवा घट होऊनही दुसऱ्या वस्तूंच्या मागणीवर काहीच परिणाम होत नाही. अशा वस्तूवरील करांचे दर वाढवून सरकारला अधिक उत्पन्न मिळवता येते. कारण वस्तूंचे दर वाढवल्यामुळे जरी वस्तूंच्या किंमतीत वाढ झाली तरी त्यामुळे दुसऱ्या वस्तूंची मागणी कमी होत नसते.

३) बाजाराचे ज्ञान :

छेदक लवचिकतेच्या संकल्पनेवरून बाजार कोणत्या प्रकारचा आहे ते समजते. वस्तूच्या मागणीची छेदक लवचिकता जर शून्य असेल तर Y वस्तूच्या किंमतीत बदल होऊनही X वस्तूच्या मागणीत बदल होत नाही. अशा प्रकारचा बाजार हा मक्तेदारीचा बाजार आहे याचे आपणास आकलन होते. याउलट वस्तूच्या मागणीची छेदक लवचिकता धन असेल तर याचा अर्थ अपूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ आहे हे स्पष्ट होते. अशा प्रकारे बाजारपेठेचे आकलन होण्यासाठी छेदक लवचिकता ही संकल्पना अत्यंत उपयोगी पडते.

३.२.३ पुरवठा (Supply) :

वस्तूची मागणी ग्राहक करतात. तर मागणीप्रमाणे वस्तूचा पुरवठा करण्याचे काम उत्पादक करत असतात. उत्पादन आणि पुरवठा यामध्ये फरक आहे. समजा, एखाद्या उत्पादकाने X वस्तूचे १००० नग तयार केले तर त्यास उत्पादन असे म्हणतात आणि या १००० नगापैकी ७०० नग उत्पादकाने विक्रीसाठी बाजारात आणले तर त्यास वस्तूचा पुरवठा असे म्हणतात.

पुरवठ्याची व्याख्या :

पुरवठ्याची एक साधी, सोपी व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''**उत्पादकांनी तयार केलेल्या एकूण वस्तूपैकी जेवढ्या वस्तू उत्पादक विक्रीसाठी बाजारात आणतात त्या वस्तूच्या संख्येला वस्तूचा पुरवठा असे म्हणतात.**''

वस्तूच्या पुरवठ्याची आणखी एक व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''**उत्पादकांनी विशिष्ट वेळी बाजारात विक्रीसाठी आणलेल्या वस्तूंचे परिमाण म्हणजे वस्तूचा पुरवठा होय.**''

प्रा. मेयर्स (Prof. Meyers) यांनी पुरवठ्याची व्याख्या खालील शब्दात दिलेली आहे.

''**एका विशिष्ट कालावधीत (दिवस, आठवडा इ.) विशिष्ट किंमतीला उत्पादकाने विक्रीस काढलेले वस्तूचे परिणाम दर्शविणारा तक्ता म्हणजे वस्तूचा पुरवठा होय.**'' (According to Prof. Meyers, "Supply is a schedule of the amounts of goods that would be offered for sale at all possible price at any instant of time or during any one period of time."

प्रा. लिप्से (Prof. Lipsey) **यांची पुरवठ्याची व्याख्या :**

प्रा. लिप्से यांनी पुरवठ्याची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''वस्तूचा पुरवठा म्हणजे वस्तूचे एक विशिष्ट परिमाण विक्रीस काढण्याची उत्पादकांची क्षमता आणि तयारी होय.'' (By the supply of a commodity we mean the amount of that commodity that producers are able and willing to offer for sale.)

पुरवठ्याच्या वरील विविध व्याख्यावरून आपल्या लक्षात येते की, वस्तूचा साठा (stock) आणि वस्तूचा पुरवठा (supply) यामध्ये फरक आहे. वस्तूचा पुरवठा साठ्यावर अवलंबून असतो. वस्तूचा पुरवठा साठ्याएवढा किंवा साठ्यापेक्षा कमी असतो. उत्पादक वस्तूचे जे उत्पादन करत असतो त्याला वस्तूचा साठा असे म्हणतात. वस्तूचा पुरवठा ही प्रवाही संकल्पना (Flow concept) आहे. समजा, एखाद्या उत्पादकाजवळ टेबलाचे ५०० नग आहेत. याला वस्तूचा साठा असे म्हणतात. त्यापैकी १०० टेबल प्रत्येक १००० रुपये किंमतीला विक्रीसाठी बाजारात आणले तर त्यास वस्तूचा पुरवठा असे म्हणतात. अशा प्रकारे वस्तूचा साठा आणि वस्तूचा पुरवठा या दोन वेगवेगळ्या संकल्पना आहेत. उत्पादक तयार केलेल्या सर्व वस्तू विक्रीसाठी बाजारात आणत नाहीत. काही वस्तू साठवून ठेवतात. विशेषत: टिकावू वस्तूंचा साठा करता येतो. या साठ्यापैकी काही वस्तू तो विक्रीसाठी बाहेर काढत असतो (बाजारात आणत असतो). त्यालाच वस्तूचा पुरवठा असे म्हणतात. नाशवंत वस्तू मात्र साठवता येत नाहीत. भाजीपाला, फळे इत्यादी वस्तू साठवता येत नाहीत. त्यामुळे त्यांचा पुरवठा साठ्याएवढा असतो. टिकावू वस्तूंचा पुरवठा मात्र साठ्यापेक्षा कमी असतो. थोडक्यात एका विशिष्ट किंमतीला एका विशिष्ट कालावधीत विक्रेत्याने विक्रीसाठी बाजारात पाठवलेल्या वस्तू म्हणजे वस्तूचा पुरवठा होय.

पुरवठा निश्चित करणारे घटक (Factors determining the Supply) **:**

पुरवठ्यावर परिणाम करणारे घटक (Factors affecting Supply) **:**

वस्तूच्या पुरवठ्यावर विविध घटकांचा परिणाम होत असतो. या घटकामुळे पुरवठ्यात कमी-जास्त असा बदल होत असतो. पुरवठ्यावर प्रभाव टाकणाऱ्या (पुरवठा निश्चित करणाऱ्या) घटकांची माहिती थोडक्यात खालीलप्रमाणे दिली आहे.

१) वस्तूची किंमत :

वस्तूचा पुरवठा अनेक घटकावर अवलंबून असतो. त्यापैकी 'वस्तूची किंमत' हा एक अत्यंत महत्त्वाचा घटक आहे. वस्तूची किंमत वाढली की वस्तूचा पुरवठा वाढतो आणि वस्तूची किंमत घटली की वस्तूचा पुरवठा घटतो. किंमतीत वाढ झाली की उत्पादकांचा नफा वाढतो. त्यामुळे अधिक नफा मिळवण्यासाठी उत्पादक अधिक उत्पादन करतात आणि बाजारात अधिक वस्तू विक्रीस आणतात. अशा प्रकारे किंमतीत वाढ झाली की उत्पादक त्या किंमतवाढीचा फायदा घेण्यासाठी पुरवठ्यात वाढ करतात. याउलट किंमतीत घट झाली की उत्पादक पुरवठा कमी करतात. वस्तूच्या किंमतीत घट झाली की उत्पादकांचा नफा कमी होतो. म्हणून उत्पादक

उत्पादन आणि वस्तूचा पुरवठा कमी करतात. अशा प्रकारे वस्तूची किंमत आणि वस्तूचा पुरवठा या दोन घटकामध्ये धन (Positive) सहसंबंध असतात हे आपल्या लक्षात येते. याचा अर्थ किंमतीतील बदलाच्या दिशेने पुरवठ्यात बदल होतो. किंमत ज्या दिशेने बदलते त्या दिशेने पुरवठा बदलतो.

२) उत्पादनाच्या तंत्रात सुधारणा :

उत्पादनासाठी जे तंत्रज्ञान वापरले जाते, त्यात सुधारणा झाल्यास वस्तूचा पुरवठा वाढतो आणि उत्पादनासाठी जुनाट, कालबाह्य तंत्रज्ञान वापरले जात असेल तर वस्तूचा पुरवठा कमी राहतो. तांत्रिक सुधारणामुळे, नवीन उच्च दर्जाच्या तंत्रज्ञानाच्या वापरामुळे कमी वेळेत पूर्वीपेक्षा अधिक उत्पादन करणे शक्य होते. त्यामुळे उत्पादनात आणि पुरवठ्यात वाढ होते.

३) मजुरीतील बदल :

उत्पादक मजुरांच्या (कामगारांच्या) साहाय्याने उत्पादन करत असतात. उत्पादन प्रक्रियेतील श्रम हा एक अत्यंत महत्त्वाचा घटक आहे. श्रमाला दिला जाणारा मोबदला उत्पादन खर्चात समाविष्ट असतो. श्रमाचा मोबदला किंवा श्रमाची किंमत म्हणजे मजुरी (वेतन) होय. कामगारांच्या मजुरीत वाढ झाल्यास उत्पादन खर्चात वाढ होऊन नफ्यात घट होते. त्यामुळे उत्पादक पुरवठा कमी करतात. याउलट मजुरीचे दर उत्पादकांना परवडणारे असतील तर उत्पादक अधिक उत्पादन करतात. त्यामुळे वस्तूचा पुरवठा वाढतो. श्रम स्वस्त असतील तर वस्तूचा पुरवठा वाढतो. श्रम स्वस्त असणे म्हणजे श्रमिकांना दिली जाणारी मजुरी कमी असणे होय. कमी मजुरीमुळे कमी खर्चात उत्पादन करता येते. उत्पादन खर्च कमी राहिल्याने नफा अधिक राहतो. त्यामुळे उत्पादक उत्पादन आणि पुरवठा या दोन्हीत वाढ करतात. अशा प्रकारे वस्तूचा पुरवठा हा कामगारांच्या मजुरीवर अवलंबून असतो.

४) करांच्या दरातील बदल :

सरकार उत्पादकांकडून विविध प्रकारचे कर घेत असते. उत्पन्न कर (इनकम टॅक्स), संपत्ती कर, उत्पादन कर, नफ्यावरील कर इत्यादी विविध प्रकारचे कर उत्पादकांवर बसवून सरकार त्यांच्याकडून उत्पन्न गोळा करत असते. सरकारचे करांचे दर जास्त असतील तर उत्पादकांची अधिक उत्पादन करण्याची प्रेरणा कमी होते. त्यामुळे उत्पादनात घट होऊन पुरवठ्यात घट होते. सरकारचे करांचे दर जास्त असल्यास उत्पादकांचा नफा कमी होतो. त्यामुळे उत्पादक पुरवठा कमी करतात. याऊलट सरकारकडून आकारले जाणारे करांचे दर कमी असल्यास उत्पादकांना अधिक उत्पादन करण्याची प्रेरणा मिळून उत्पादनात आणि पुरवठ्यात वाढ होते.

५) सरकारचे औद्योगिक धोरण :

सरकारच्या औद्योगिक धोरणावरही वस्तूचा पुरवठा अवलंबून असतो. औद्योगिक धोरण उदार असेल तर वस्तूचा पुरवठा वाढतो. औद्योगिक धोरणात सरकारने उद्योगक्षेत्राला सवलती देण्याचे, अनुदान देण्याचे धोरण स्वीकारले असेल, कमी किंमतीत कारखान्यासाठी जागा देण्याचे धोरण स्वीकारले असेल तर देशातील उद्योग

व्यवसायाची, कारखानदारीची चांगली वाढ होते. त्यामुळे उत्पादन आणि पुरवठ्यात वाढ घडून येते. याऊलट सरकारचे औद्योगिक धोरण उद्योग क्षेत्राच्या दृष्टीने अनुकूल असेल तर कारखानदारीत वाढ होत नाही. त्यामुळे उत्पादनात आणि पुरवठ्यात घट घडून येते. भारत सरकारने सन १९९१ पासून नवीन आर्थिक धोरण स्वीकारले आहे. १९९१ पासूनची औद्योगक धोरणे उद्योग क्षेत्राच्या फायद्याची असल्याने उत्पादनात आणि पुरवठ्यात वाढ घडून येत आहे.

६) ग्राहकांचे उत्पन्न :

देशातील ग्राहकांचे उत्पन्न वाढल्यास त्यांची वस्तूची मागणी वाढते. त्यामुळे वस्तूचा पुरवठा वाढतो. लोकांचे उत्पन्न वाढल्यास त्यांची खरेदीशक्ती वाढते. त्यामुळे त्यांची विविध वस्तू व सेवांची मागणी वाढते. त्यामुळे वाढती मागणी पूर्ण करण्यासाठी उत्पादक अधिक उत्पादन करतात. त्यामुळे वस्तूचा पुरवठा वाढतो. भारतात अलीकडच्या काळात औद्योगिक मालाचे उत्पादन, कृषी मालाचे उत्पादन आणि त्याचा पुरवठा वाढत आहे. त्याला विविध कारणे कारणीभूत आहेत. त्यामध्ये भारतीय जनतेचे वाढत असलेले उत्पन्न हा एक महत्त्वाचा घटक आहे. पगारदार नोकर, व्यावसायिक व कामगार यांचे उत्पन्न वाढत असल्याने कृषी, औद्योगिक वस्तू आणि सेवांचे उत्पादन व पुरवठा वाढत आहे. याउलट ग्राहकांचे उत्पन्न कमी असेल, त्यांच्या उत्पन्नात समाधानकारक वाढ होत नसेल तर वस्तूचा पुरवठा कमी राहतो. ग्राहकांचे उत्पन्न घटत असेल तर त्यांच्याकडून वस्तूला फारशी मागणी येत नाही. त्यामुळे उत्पादकांना अधिक उत्पादन करण्याची प्रेरणा राहत नाही. त्यामुळे उत्पादन कमी राहते. उत्पादन कमी केल्याने पुरवठा कमी राहतो. कारण पुरवठा हा उत्पादनावर अवलंबून असतो.

७) युद्ध व शांतता :

देश जर युद्धात गुंतला असेल तर काही वस्तूंचा पुरवठा कमी राहतो. युद्धात मालमत्तेची (कारखान्याची इमारत, यंत्रसामग्री इत्यादी) हानी होत असते. त्यामुळे युद्धकाळात उत्पादन कमी केले जाते किंवा बंद केले जाते. त्यामुळे वस्तूचा पुरवठा घटतो. रशिया आणि युक्रेन यांच्यात २ वर्षापेक्षा अधिक काळ युद्ध चालू आहे. इराण व अमेरिका, इस्रायल व इराण आणि इतर देशात सध्या युद्ध चालू आहे. त्यामुळे जगातील अनेक देशांना पेट्रोलियम पदार्थ, स्वयंपाकाचा गॅस या वस्तूंचा तुटवडा जाणवत आहे. या वस्तूंचा पुरवठा खूपच कमी झाला आहे. तसेच युद्धात गुंतलेल्या देशांना इतर देशांकडून मिळणारा कृषी माल कमी प्रमाणात उपलब्ध होत आहे. याऊलट देशात जर शांतता असेल, कायदा व सुव्यवस्था असेल तर उत्पादकांना अधिक उत्पादन करण्याची प्रेरणा मिळते. त्यामुळे कारखान्यांची संख्या वाढून वस्तूचे उत्पादन आणि पुरवठा यामध्ये वाढ घडून येते.

८) उत्पादकांचे धोरण :

सर्व उत्पादक एकत्र येऊन त्यांनी अधिक किंमत निश्चित करून पुरवठ्यात घट घडवून आणण्याचे धोरण स्वीकारले तर बाजारातील वस्तूचा पुरवठा कमी राहतो. कमी उत्पादन करून (कमी पुरवठा करून) अधिक नफा मिळवता येतो. उत्पादकांनी जर एकत्र येऊन अशा प्रकारे संगनमत करून, वस्तूची किंमत वाढवून, पुरवठा कमी करण्याचे धोरण स्वीकारले तर बाजारातील वस्तूचा पुरवठा घटतो. त्यामध्ये सर्व उत्पादकांचा फायदा होतो.

उत्पादन आणि पुरवठा कमी करूनही त्यांना किंमत वाढीमुळे अधिक फायदा मिळतो. उत्पादनात वाढ करण्याची गरज त्यांना पडत नाही. किंमत वाढीमुळे त्यांच्या नफ्यात वाढ होत असल्यामुळे उत्पादक उत्पादनात (पुरवठ्यात) घट करतात आणि अधिक उत्पादन न करताही अधिक नफा मिळवतात. याउलट उत्पादक वर स्पष्ट केल्याप्रमाणे संगनमत करून किंमत वाढवण्याचे, पुरवठा कमी करण्याचे धोरण राबवत नसतील तर उत्पादनात वाढ होऊन वस्तूच्या पुरवठ्यात सुद्धा वाढ होते. अशा प्रकारे उत्पादकांच्या धोरणावरही वस्तूचा पुरवठा निर्धारित होत असतो.

९) आयात-निर्यात धोरण :

सरकारच्या आयात-निर्यात धोरणावरही वस्तूचा पुरवठा अवलंबून असतो. देशाची आयात सतत वाढती असेल तर देशातील एकूण वस्तूचा पुरवठा वाढतो. आयात कमी असेल तर पुरवठा कमी राहतो. देशाच्या आयातीपेक्षा निर्यात जास्त असेल तर देशांतर्गत वस्तूचा पुरवठा कमी राहतो आणि याउलट आयातीपेक्षा निर्यात कमी असेल तर वस्तूचा पुरवठा अधिक राहतो.

१०) वाहतूक सुविधा :

वस्तूचा पुरवठा हा वाहतूक सुविधेवरही अवलंबून असतो. रस्ते वाहतूक, जलवाहतूक, रेल्वे वाहतूक, हवाई वाहतूक इत्यादी वाहतुकीची सुविधा पुरेशा प्रमाणात, चांगली आणि स्वस्त असेल तर वस्तूचा पुरवठा अधिक राहतो. याउलट देशात वाहतुकीची साधने पुरेशा प्रमाणात नसतील तर वस्तूचा पुरवठा कमी राहतो.

११) उद्योगसंस्थांची संख्या :

देशात उत्पादकांची किंवा उद्योगसंस्थांची संख्या मोठ्या प्रमाणावर असेल तर उत्पादनात मोठ्या प्रमाणात वाढ होऊन पुरवठ्यातही वाढ घडून येते. याउलट देशात उद्योगसंस्था कमी प्रमाणात असतील तर उत्पादन कमी प्रमाणात होऊन पुरवठाही कमी प्रमाणात होतो.

१२) हवामान :

काही वस्तूंचा पुरवठा हवामानावरही अवलंबून असतो. हवामान (पाऊस, थंडी इत्यादी) चांगले असेल तर कृषी उत्पादनात चांगली वाढ होऊन कृषी मालाचा पुरवठा वाढतो. याउलट हवामान चांगले नसेल, पावसाचे प्रमाण खूपच कमी किंवा खूपच जास्त असेल तर कृषी उत्पादनात घट होऊन कृषी मालाच्या पुरवठ्यात मोठी घट होते. साखर, कापड इत्यादी उद्योग कृषी क्षेत्रावर अवलंबून असतात. त्यामुळे बदलत्या हवामानाचा परिणाम त्यांच्याही उत्पादनावर व पुरवठ्यावर होतो.

१३) कामगार-मालक यांच्यातील संबंध :

औद्योगिक क्षेत्रातील कामगार आणि मालक यांच्यात चांगले, सौहार्दाचे संबंध असतील तर उत्पादनात खंड पडत नाही. त्यामुळे औद्योगिक मालाच्या पुरवठ्यात वाढ घडून येते. याउलट कामगार मालक संबंध चांगले नसतील तर औद्योगिक क्षेत्रात अशांतता पसरते. संप, टाळेबंदी असे प्रकार वारंवार उद्‌भवतात. त्यामुळे उत्पादन प्रक्रिया अखंड चालू राहत नाही. उत्पादनात खंड पडून उत्पादनात आणि पुरवठ्यात घट होते. अशा प्रकारे वस्तूचा पुरवठा हा कामगार आणि मालक यांच्यातील संबंधावरही अवलंबून असतो.

१४) उत्पादकांचे महत्तम नफ्याचे उद्दिष्ट :

साधारणपणे प्रत्येक उत्पादकाचा उद्देश जास्तीत जास्त नफा मिळवणे हाच असतो. उत्पादकांचे अधिकाधिक नफा मिळवण्याचे उद्दिष्ट असेल तर उत्पादक उत्पादन करतील. त्यामुळे वस्तूचा पुरवठाही वाढेल.

१५) बाजारपेठा काबीज करण्याचे धोरण :

देशांतर्गत आणि देशाबाहेरील बाजारपेठा काबीज करण्याचे धोरण उत्पादकांचे असेल तर उत्पादकांना अधिक उत्पादन करावे लागते. त्यामुळे वस्तूचा पुरवठा वाढतो.

१६) वस्तूच्या दर्जात, गुणवत्तेत वाढ व सुधारणा :

उत्पादकांनी वस्तूच्या दर्जात व गुणवत्तेत वाढ व सुधारणा घडवून आणली तर वस्तूला मागणी वाढते. त्यामुळे वाढती मागणी पूर्ण करण्यासाठी उत्पादकांना अधिक उत्पादन करावे लागते. त्यामुळे वस्तूच्या पुरवठ्यात वाढ घडून येते.

सारांश : अशा प्रकारे वरील विविध कारणामुळे वस्तूच्या पुरवठ्यात कमी-जास्त बदल होतात. वरील घटकांना वस्तूचा पुरवठा निर्धारित करणारे घटक असे म्हणतात. वरील स्पष्टीकरणावरून आपल्या लक्षात येते की, वस्तूच्या पुरवठ्यावर केवळ वस्तूच्या किंमतीचा प्रभाव पडत नाही. वस्तूचा पुरवठा हा वस्तूच्या किंमतीबरोबर इतरही घटकावर अवलंबून असतो. या घटकात बदल झाला की वस्तूच्या पुरवठ्यात बदल होतो. त्याची सविस्तर चर्चा वरती केली आहे.

पुरवठ्याचा नियम (Law of Supply) **:**

विशिष्ट कालावधीत विशिष्ट किंमतीला विक्रेत्यांनी विक्रीस काढलेल्या एका वस्तूची नगसंख्या म्हणजे वस्तूचा पुरवठा होय. पुरवठ्याच्या या व्याख्येवरून वस्तूचा पुरवठा हा त्या वस्तूच्या किंमतीवर अवलंबून असतो हे स्पष्ट होते. वस्तूच्या किंमतीवर वस्तूची मागणी या घटकाचा जेवढा प्रभाव पडतो तेवढा वस्तूच्या पुरवठ्याचा प्रभाव पडत असतो. वस्तूच्या किंमती निश्चितीमध्ये वस्तूच्या मागणीप्रमाणे पुरवठ्याचीही भूमिका महत्त्वाची असते. पुरवठ्याचा नियम खालील शब्दात स्पष्ट केला आहे.

''इतर परिस्थिती कायम असल्यास वस्तूची किंमत कमी झाल्यास वस्तूचा पुरवठा कमी होतो आणि किंमतीत वाढ झाल्यास पुरवठा वाढतो.''

पुरवठ्याच्या वरील नियमावरून आपल्या लक्षात येते की, वस्तूच्या किंमतीत ज्या दिशेने बदल होतात त्याच दिशेने पुरवठ्यात बदल होतात. म्हणजे किंमत घटली की पुरवठा घटतो आणि किंमत वाढली की पुरवठा वाढतो. यावरून किंमत आणि पुरवठा या दोन घटकात धन (Positive) संबंध असतात हे स्पष्ट होते. एका घटकात वाढ झाल्यामुळे दुसऱ्या घटकात वाढ होत असेल आणि एका घटकात घट झाल्यामुळे दुसऱ्या घटकात घट होत असेल तर या दोन घटकात धन सहसंबंध आहेत असे म्हणतात. पुरवठा नियमाच्या वरील मध्यवर्ती कल्पनेवरून किंमत आणि पुरवठा या दोन घटकात धन सहसंबंध असल्याचे दिसून येते.

प्रा. रिचर्ड लिप्से यांनी पुरवठा नियम खालील शब्दात मांडला आहे.

"इतर परिस्थिती स्थिर असेल तर किंमत वाढली तर उत्पादन केलेल्या आणि विक्रीसाठी काढलेल्या वस्तूच्या नगसंख्येत वाढ होते आणि किंमतीत घट झाली तर विक्रीस काढलेल्या वस्तूच्या नगरसंख्येत (पुरवठ्यात) घट होते." (According to Prof. Richard Lipsey, ".....ceteris paribus, the quantity of a commodity produced and offered for sale will increase as the price of the commodity rises and decreases as the price falls.")

किंमत आणि पुरवठा या दोन घटकात जे फलनात्मक संबंध असतात, ते खालील समीकरणाद्वारे स्पष्ट केले आहेत.

$$S = f(P)$$

S = Supply (वस्तूचा पुरवठा)

f = function (फलन)

P = Price (किंमत)

Supply is the function of Price.

पुरवठा हे किंमतीचे फलन आहे.

पुरवठा नियमाची गृहीते :

खालील गृहीते विचारात घेऊन पुरवठ्याचा नियम मांडला आहे. म्हणजे पुरवठ्याचा नियम खालील गृहीतावर आधारित आहे. खालील गृहीत परिस्थिती असेल तरच पुरवठ्याचा नियम खरा ठरतो.

१) तंत्रज्ञानात बदल होत नाही. तांत्रिक ज्ञानाची पातळी स्थिर असते.

२) उत्पादन खर्च स्थिर असतो. त्यात बदल होत नाही.

३) उपभोक्त्यांची वस्तूची आवड, निवड कायम असते.

४) उत्पादन घटकांच्या किंमती (खंड, वेतन, व्याज) स्थिर असतात.

५) इतर वस्तूंच्या किंमती स्थिर असतात.

६) ग्राहकांची संख्या स्थिर असते. त्यात वाढ किंवा घट होत नाही.

७) उत्पादकांची संख्या स्थिर असते. त्यात बदल होत नाही.

८) वाहतूक खर्च स्थिर असतो. वाहतूक खर्चात वाढ किंवा घट होत नाही.

९) सरकारचे करविषयक धोरण व इतर धोरणे कायम असतात. त्यात बदल होत नाही.

१०) उत्पादन घटकांच्या कार्यक्षमतेत बदल होत नाही. कार्यक्षमता स्थिर/कायम असते.

वरील गृहीतावर पुरवठ्याचा नियम अवलंबून आहे. वरील गृहीत परिस्थितीत बदल झाला तर पुरवठ्याचा नियम खरा ठरत नाही. पुरवठ्याचा नियम खरा ठरण्यासाठी वरील गृहीत परिस्थितीत बदल होता कामा नये.

वैयक्तिक पुरवठा पत्रक (Individual Supply Schedule) **:**

पुरवठ्याचा नियम स्पष्ट करण्यासाठी वैयक्तिक पुरवठा कोष्टक काढावे लागते. एका विक्रेत्याने विशिष्ट किंमतीला विक्रीस काढलेल्या एखाद्या वस्तूचे परिमाण ज्या पत्रकात दर्शविलेले असते त्या पत्रकास वैयक्तिक पुरवठा पत्रक असे म्हणतात.

X वस्तूची किंमत (प्रतिनग रुपये)	**विक्रीस काढलेले X वस्तूचे नग (वस्तूचा पुरवठा)**
५०	०५
४०	०४
३०	०३
२०	०२
१०	०१

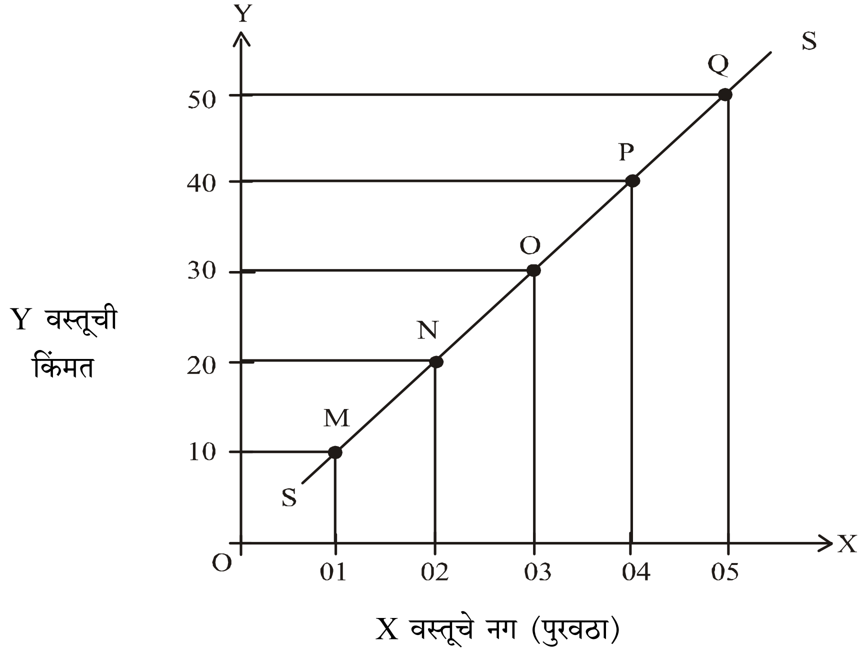
वरील पत्रकावरून असे दिसते की X वस्तूची किंमत जसजशी कमी होत जाते तसतसा X वस्तूचा पुरवठा उत्पादक कमी करत जातो. वस्तूची किंमत ५० रुपयावरून ४० रुपये, ३० रुपये, २० रुपये, १० रुपये अशी घटत गेल्यानंतर विक्रेत्याकडून बाजारात होणारा X वस्तूचा पुरवठा सुद्धा ०५, ०४, ०३, ०२ व ०१ नग असा घटत गेला आहे.

X वस्तूची किंमत (प्रतिनग रुपये)	**विक्रीस काढलेले X वस्तूचे नग (वस्तूचा पुरवठा)**
१०	०१
२०	०२
३०	०३
४०	०४
५०	०५

वरील पत्रकावरून असे दिसते की, X वस्तूची किंमत जसजशी वाढत आहे तसतसा X वस्तूचा पुरवठा उत्पादकांकडून वाढत आहे. X वस्तूची किंमत १० रुपये असताना उत्पादकाने X वस्तूचा १ नग विक्रीस काढला होता. X वस्तूची किंमत १० रुपयावरून २०, ३०, ४०, ५० रुपये अशी वाढत गेल्यानंतर X वस्तूचा पुरवठा सुद्धा ०१ नगावरून ०२ नग, ०३ नग, ०४ नग आणि ०५ नग असा वाढत गेला आहे.

वैयक्तिक पुरवठा वक्र (Individual Supply Curve) **:**

वरील दोन वैयक्तिक पुरवठा पत्रकावरून आपल्या असे लक्षात येते की, वस्तूची किंमत कमी झाली की उत्पादक वस्तूचा पुरवठा कमी करतो आणि वस्तूची किंमत वाढली की उत्पादक वस्तूच्या पुरवठ्यात वाढ करतो. वरील दोन पुरवठा पत्रकाच्या साहाय्याने वैयक्तिक पुरवठा वक्र आपणास काढता येतो. खालील आकृतीत तो दर्शविला आहे.



वरील आकृतीत OX अक्षावर X वस्तूची नगसंख्या आणि OY या अक्षावर X वस्तूची किंमत दर्शविली आहे. SS हा पुरवठ्याचा वक्र आहे. SS या पुरवठा वक्रावरील M हा बिंदू X वस्तूची किंमत १० रुपये असताना विक्रेता X च्या एका नगाचा पुरवठा करतो हे दर्शवितो. SS या पुरवठा वक्रावरील N, O, P आणि Q हे बिंदू X वस्तूच्या किंमतीत झालेल्या वाढीमुळे पुरवठ्यात झालेली वाढ दर्शवितात. M, N, O, P आणि Q हे बिंदू जोडल्यास खालून वर जाणारी जी रेषा तयार होते त्या रेषेस पुरवठ्याचा वक्र म्हणतात. SS पुरवठ्याचा वक्र वस्तूची किंमत वाढली की वस्तूचा पुरवठा वाढतो आणि वस्तूची किंमत घटली की पुरवठा घटतो हे दर्शवतो. SS पुरवठा वक्र धनात्मक उताराचा असून तो खालून वर जाणारा आहे.

बाजार पुरवठा पत्रक (Market Supply Schedule) **:**

बाजारातील अनेक विक्रेत्यांनी विक्रीस काढलेल्या एखाद्या वस्तूचे परिमाण ज्या पत्रकात दर्शविलेले असते त्या पत्रकास बाजार पुरवठा पत्रक असे म्हणतात. समजा बाजारात A, B, C, D इत्यादी विक्रेते आहेत. या सर्वांनी विशिष्ट कालावधीत विशिष्ट किंमतीला बाजारात विक्रीसाठी आणलेल्या वस्तूंचे परिमाण दर्शवणारे पत्रक म्हणजे बाजारपुरवठा पत्रक होय.

X वस्तूची किंमत	**A,B,C,D इत्यादी सर्व विक्रेत्यांनी बाजारात विक्रीस आणलेले X वस्तूचे नग (वस्तूचा पुरवठा)**
५०	५००
४०	४००
३०	३००
२०	२००
१०	१००

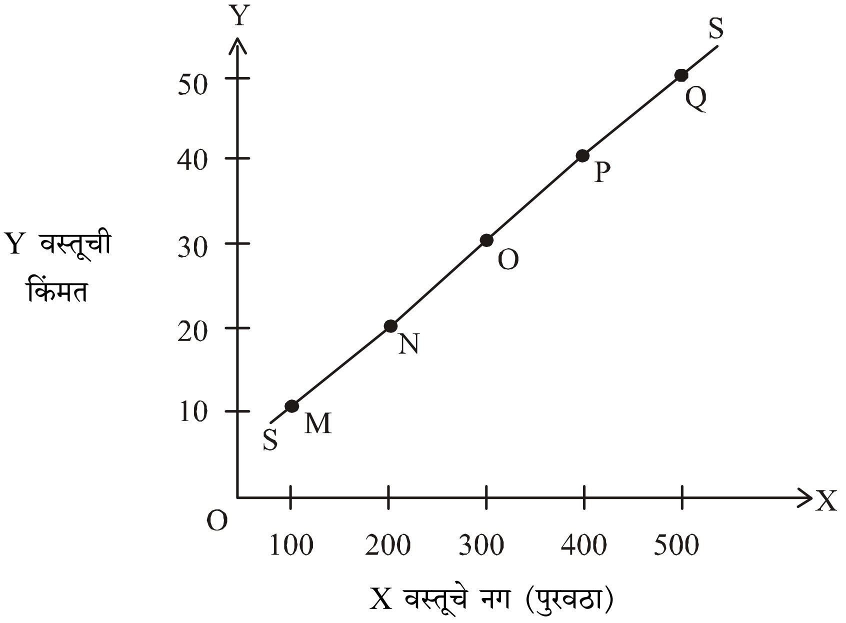
वरील बाजार पुरवठा पत्रकावरून असे दिसते की, X वस्तूची किंमत जसजशी घटत जाते तसतसा X वस्तूचा पुरवठा कमी कमी होत आहे. X ची किंमत ५० रुपये असताना बाजार पुरवठा (सर्व विक्रेत्यांनी बाजारात विक्रीसाठी आणलेल्या वस्तूंचे नग) ५०० इतक्या नगांचा आहे. X ची किंमत ५० रुपयावरून ४०, ३०, २०, १० रुपये अशी घटत जाते तसतसा बाजारातील पुरवठा ५०० नगावरून ४००, ३००, २००, १०० नग असा घटत जात आहे.

X वस्तूची किंमत (प्रतिनग रुपये)	**A,B,C,D इत्यादी सर्व विक्रेत्यांनी बाजारात विक्रीस आणलेले X वस्तूचे नग (वस्तूचा पुरवठा)**
१०	१००
२०	२००
३०	३००
४०	४००
५०	५००

वरील बाजार पुरवठा पत्रकावरून असे दिसते की, X वस्तुची किंमत १० रुपयावरून २० रुपये, ३० रुपये, ४० रुपये, ५० रुपये अशी जसजशी वाढत आहे तसतसा त्या वस्तूचा पुरवठा (बाजार पुरवठा-एकूण पुरवठा) १०० नगावरून २००, ३००, ४००, ५०० नग याप्रामणे वाढत आहे.

बाजार पुरवठा वक्र (Market Supply Curve) **:**

वरील दोन बाजार पुरवठा पत्रकाच्या आधारे बाजार पुरवठा वक्र काढता येतो. खालील आकृतीत तो दर्शवला आहे.



वरील आकृतीत SS हा पुरवठ्याचा वक्र असून तो धनात्मक उताराचा किंवा खालून वरती जाणारा दिसतो. हा बाजार पुरवठ्याचा वक्र आहे. वस्तूची किंमत जसजशी वाढत जाते तसतसा बाजारातील वस्तूचा एकूण पुरवठा वाढत जातो हे SS या वक्रावरील M, N, O, P आणि Q हे बिंदू दर्शवितात. M हा बिंदू X ची किंमत १० रु. असताना X चा बाजारातील पुरवठा १०० नगांचा दर्शवितो. N हा बिंदू X ची किंमत २० रुपये असताना २०० नगांचा पुरवठा दर्शवतो. O बिंदू ३० रु. किंमत असताना बाजारातील पुरवठा ३०० नगांचा दर्शवतो. P हा बिंदू किंमत ४० रु. झाल्यानंतर वस्तूचा पुरवठा ४०० नगापर्यंत वाढल्याचे दर्शवतो. Q हा बिंदू ५० रु. किंमतीला वस्तूचा पुरवठा ५०० नगांचा झाल्याचे दर्शवतो. M, N, O, P, Q हे सर्व बिंदू जोडले असता जी रेषा तयार होते त्या रेषेला बाजार पुरवठा वक्र असे म्हणतात. हा वक्र वस्तूची किंमत वाढली की वस्तूचा पुरवठा वाढतो आणि वस्तूची किंमत घटली की पुरवठा घटतो हे दर्शवतो.

पुरवठ्यातील बदल (Shifts in Supply) **:**

वस्तूच्या किंमतीत आणि इतर घटकात बदल झाल्यामुळे वस्तूच्या पुरठ्यात कमी-जास्त असे जे बदल होतात त्यास पुरवठ्यातील बदल असे म्हणतात.

(अ) पुरवठ्याचा विस्तार आणि संकोच (Expansion and Contraction in Supply) **:**

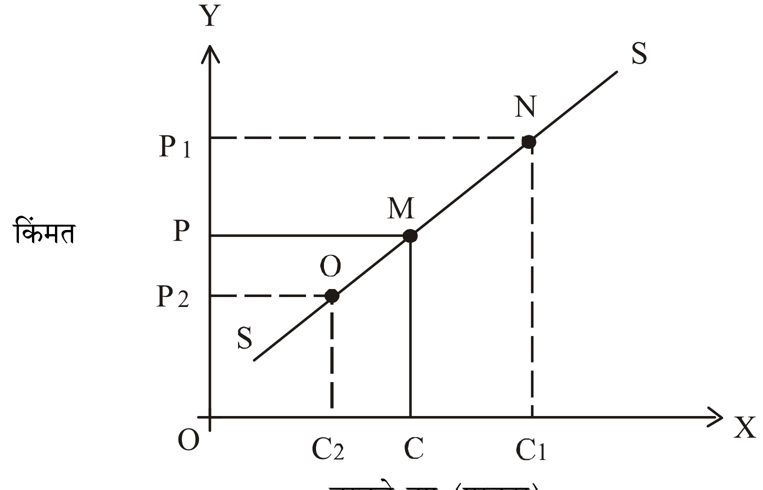
वस्तूच्या किंमतीतील बदलाचा पुरवठ्यावर जो परिणाम होतो त्यास पुरवठ्याचा विस्तार आणि संकोच असे म्हणतात.

पुरवठ्याचा विस्तार (Expansion in Supply) **:**

वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाली की वस्तूचा पुरवठा वाढतो. किंमत वाढली की उत्पादक पूर्वीपेक्षा अधिक नग विक्रीसाठी बाजारात आणतात. त्यालाच पुरवठ्याचा विस्तार असे म्हणतात.

पुरवठ्याचा संकोच (Contraction in Supply) **:**

वस्तूची किंमत घटली की पुरवठा घटतो. किंमत घटली की उत्पादक पूर्वीपेक्षा कमी नग विक्रीसाठी बाहेर काढतात. त्यालाच पुरवठ्याचा संकोच असे म्हणतात.



वरील आकृतीत SS हा पुरवठ्याचा वक्र आहे. वस्तूची किंमत OP वरून OP_1 अशी वाढली असता वस्तूचा पुरवठा OC वरून OC_1 एवढा वाढला आहे. किंमतीत P ते P_1 अशी वाढ झाल्यामुळे पुरवठ्यात C ते C_1 अशी वाढ झाली आहे. यालाच पुरवठ्याचा विस्तार असे म्हणतात. वस्तूची किंमत OP वरून OP_2 अशी घटली असता वस्तूचा पुरवठा OC वरून OC_2 असा घटलेला आहे. किंमत P ते P_2 अशी घटल्यामुळे पुरवठ्यात C ते C_2 अशी घट झाल्याचे दिसते. यालाच पुरवठ्याचा संकोच असे म्हणतात. अशा प्रकारे पुरवठ्याचा विस्तार आणि संकोच या दोन्ही बाबी एकाच वक्राच्या साहाय्याने आपणास दर्शवता येतात. SS या पुरवठा वक्राने ते दर्शवले आहे.

पुरवठ्यातील वाढ आणि घट (Increase and Decrease in Supply) **:**

पुरवठ्यातील वाढीला पुरवठ्यातील वृद्धी असे म्हणतात. तर पुरवठ्यातील घटीला पुरवठ्याचा ऱ्हास असे म्हणतात. वस्तूच्या पुरवठ्यावर केवळ किंमतीचाच प्रभाव पडत नसतो तर किंमती व्यतिरिक्त इतरही घटकांचा परिणाम होत असतो. म्हणून किंमती व्यतिरिक्त इतर घटकामुळे पुरवठ्यात जो बदल होतो त्यास

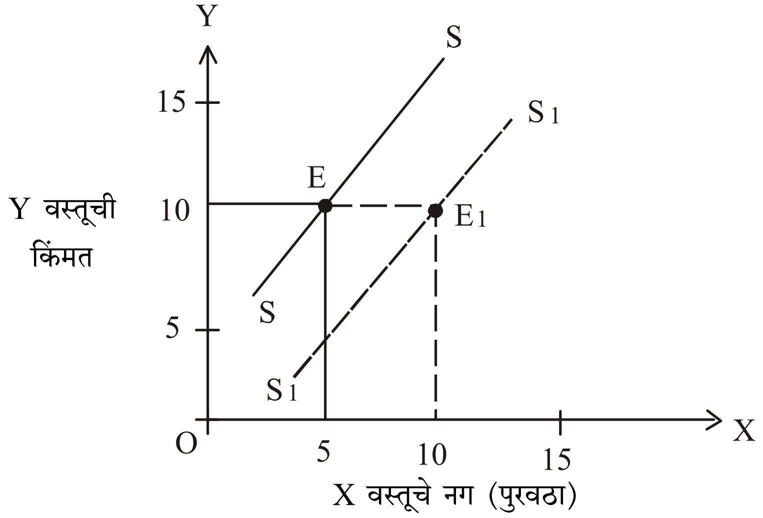
पुरवठ्यातील वाढ किंवा घट असे म्हणतात. उत्पादन खर्चात, उत्पादन तंत्रात, लोकसंख्येत, उत्पादन संस्थांच्या संख्येत बदल झाल्यामुळे पुरवठ्यात जो बदल होतो तो पुरवठ्यातील वाढ किंवा घट अशा प्रकारचा असतो.

पुरवठ्यातील वाढ (Increase in Supply) **:**

वस्तूच्या किंमतीत काहीही बदल न होता (वस्तूची किंमत स्थिर असताना) इतर घटकात बदल झाल्यामुळे (लोकसंख्या / ग्राहकांची संख्या वाढल्यामुळे) वस्तूच्या पुरवठ्यात जी वाढ होते त्याला पुरवठ्यातील वाढ असे म्हणतात. खालील तक्त्यात वस्तूची किंमत स्थिर असताना वस्तूच्या पुरवठ्यात झालेली वाढ दर्शवली आहे.

X वस्तूची किंमत (प्रतिनग रुपये)	**X वस्तूचा पुरवठा (नगसंख्या)**
१०	०५
१०	१०
१०	१५
१०	२०
१०	२५

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, X वस्तूची किंमत १० रुपये स्थिर असूनही X वस्तूचा पुरवठा ०५ नगावरून, १० नग, १५ नग, २० नग, २५ नग असा वाढत गेला आहे. याला पुरवठ्यातील वृद्धी असे म्हणतात.



वरील आकृतीत OX अक्षावर X वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. तर OY अक्षावर X वस्तूची किंमत दर्शविली आहे. वस्तूची किंमत १० रुपये असताना विक्रेता ०५ नगांचा पुरवठा करतो तो SS या पुरवठा वक्रावरील E बिंदूवरून समजते. S_1 S_1 हा नवीन पुरवठा वक्र आहे. पुरवठ्यात वाढ झाल्यामुळे हा वक्र तयार झाला आहे. वस्तूची किंमत १० रुपये स्थिर असूनही पुरवठ्यात मात्र ०५ नगावरून १० नग इतकी वाढ झाली आहे. ही बाब $S_1 S_1$ या नवीन पुरवठा वक्रावरील E_1 हा बिंदू दर्शवतो. पूर्वीच्याच किंमतीला (१० रुपयाला) उत्पादक ०५ नगावरून १० नग पुरवठा करतात. हे S_1S_1 या नवीन पुरवठा वक्रावरून दिसते. वरील आकृतीत SS हा मूळचा पुरवठा वक्र आहे. पुरवठ्यात वाढ झाल्यामुळे $S_1 S_1$ हा नवीन पुरवठा वक्र तयार झाला असून तो SS या मूळ पुरवठा वक्राच्या उजव्या बाजूला सरकलेला दिसतो.

इतर वस्तूंच्या किंमतीत घट झाली तर उत्पादक पूर्वीच्याच किंमतीला वस्तूचा अधिक पुरवठा करतात. उत्पादनाच्या तंत्रज्ञानात जर सुधारणा झाली तर उत्पादनाचा खर्च कमी येतो. त्यामुळे किंमत स्थिर राहिली तरी उत्पादक पुरवठा वाढवतात. मजुरी, व्याज, खंडाच्या दरात घट झाली तर उत्पादकांचा फायदा होतो. म्हणून किंमत वाढली नाही तरी उत्पादक पुरवठा वाढवतात. अशा प्रकारे वरील विविध कारणामुळे किंमतीत बदल न होता सुद्धा पुरवठ्यात वृद्धी घडून येते.

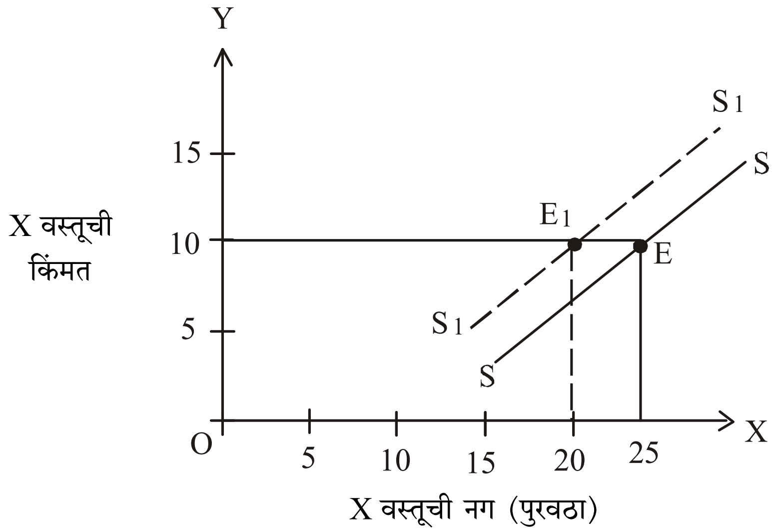
पुरवठ्यातील घट (Decrese in Supply) **:**

किंमतीशिवाय इतर घटकात बदल झाल्यामुळे वस्तूच्या पुरवठ्यात जी घट होते त्यास पुरवठ्यातील ऱ्हास (घट) असे म्हणतात.

X वस्तूची किंमत (प्रतिनग रुपये)	**X वस्तूचा पुरवठा (नगसंख्या)**
१०	२५
१०	२०
१०	१५
१०	१०
१०	०५

वस्तूची किंमत स्थिर असूनही वस्तूच्या पुरवठ्यात घट झाल्याचे वरील तक्त्यावरून दिसून येते. वस्तूची

किंमत १० रुपये स्थिर असताना वस्तूचा पुरवठा २५ नगावरून २० नग, १५ नग, १० नग, ०५ नग असा घटलेला दिसतो.



वरील आकृतीत OX अक्षावर X वस्तूचा पुरवठा दर्शवला आहे तर OY अक्षावर X वस्तूची किंमत दर्शवली आहे. SS हा मूळचा पुरवठा वक्र आहे. X वस्तूची किंमत १० रुपये असताना उत्पादक बाजारात X च्या २५ नगाचा पुरवठा करतो. हे SS या पुरवठा वक्रावरून आणि पुरवठा वक्रावरील E बिंदूवरून समजते. वस्तूची किंमत १० रुपये असताना उत्पादक वस्तूचा पुरवठा २५ नगावरून २० नग इतका कमी झाल्यामुळे $S_1 S_1$ हा नवीन पुरवठा वक्र तयार झाला आहे. हा $S_1 S_1$ नवीन पुरवठा वक्र किंमत स्थिर असूनही पुरवठ्यात झालेली घट दर्शवतो.

उत्पादन खर्चात जर वाढ झाली तर किंमतीत बदल न होता सुद्धा उत्पादक वस्तूचा पुरवठा कमी करतात. खंड, मजुरी, व्याज दरात वाढ झाली तर उत्पादन खर्च वाढतो. त्यामुळे पूर्वीच्या किंमतीला उत्पादक वस्तूचा पुरवठा कमी करतात. इतर वस्तूंच्या किंमतीत वाढ झाली तर उत्पादक पुरवठा कमी करतात. ही पुरवठ्यातील घटीची प्रमुख कारणे आहेत.

३.२.४ पुरवठ्याची लवचिकता (Elasticity of Supply) :

पुरवठ्याच्या लवचिकतेलाच पुरवठ्याची किंमत लवचिकता असे म्हणतात. किमतीत बदल झाला असता पुरवठ्यात बदल होतो. तो बदल किती प्रमाणात झाला हे मोजण्याचे साधन म्हणजे पुरवठ्याची लवचिकता होय.

प्रा. लिप्से यांनी पुरवठ्याच्या लवचिकतेची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''पुरवठ्याची लवचिकता म्हणजे पुरवठ्यातील शेकडा बदल भागिले किंमतीतील शेकडा बदल होय.

किंमतीतील बदलामुळे पुरवठ्यात होणाऱ्या बदलाच्या श्रेणीचे मापन म्हणजे पुरवठ्याची लवचिकता होय.'' (According to Prof. Lispsey, "The elasticity of supply is define as the percentage change in quantity supplied divided by the percentage in price and it is a measure of the degree to which quantity supplied responds to price changes."

प्रा. सॅम्युअलसन यांनी पुरवठ्याच्या लवचिकतेचे सूत्र खालील शब्दात दिली आहे.

$$\text{पुरवठ्याची लवचिकता} = \frac{\text{पुरवठा परिमाणातील प्रमाणशीर बदल}}{\text{किंमतीतील प्रमाणशीर बदल}}$$

$$ES = \frac{\text{Percentage Change in Quantity}}{\text{Percentage Change in Price}}$$

पुरवठ्याच्या लवचिकतेचे प्रकार :

पुरवठ्याच्या लवचिकतेचे प्रमुख प्रकार खालीलप्रमाणे आहेत.

१) पूर्ण लवचिक पुरवठा (Perfectly Elastic Supply) **:**

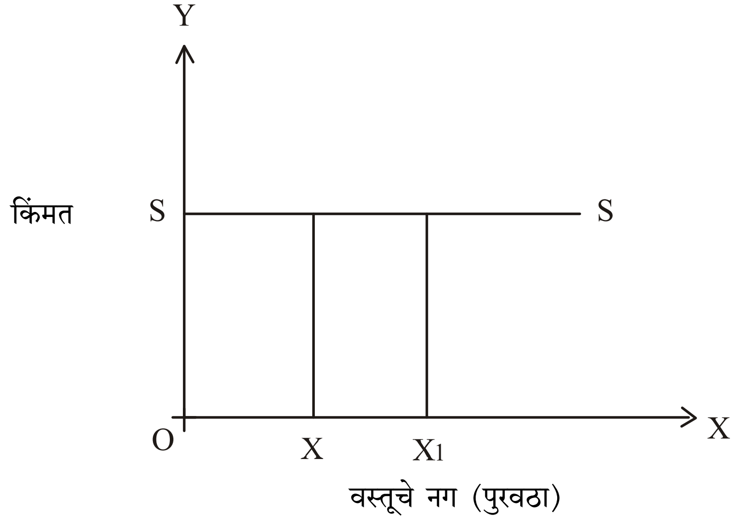
वस्तूच्या किंमतीत किंचितशी जरी वाढ झाली तरी पुरवठ्यात फार मोठी घट होते किंवा पुरवठा शून्यापर्यंत कमी होतो आणि वस्तूच्या किंमतीत थोडीशी वाढ झाली तरी पुरवठ्यात प्रचंड वाढ होते. तेव्हा त्यास पूर्ण लवचिक पुरवठा असे म्हणतात. किंमतीत ०% बदल झाला असता पुरवठ्यात १५% घट झाली तर पुरवठ्याची लवचिकता अनंत (∞) येईल.

$$\text{पुरवठ्याची लवचिकता} = \frac{\text{पुरवठ्यातील शेकडा बदल}}{\text{किंमतीतील शेकडा बदल}}$$

$$\therefore \text{पुरवठ्याची लवचिकता} = \frac{१५\%}{०\%}$$

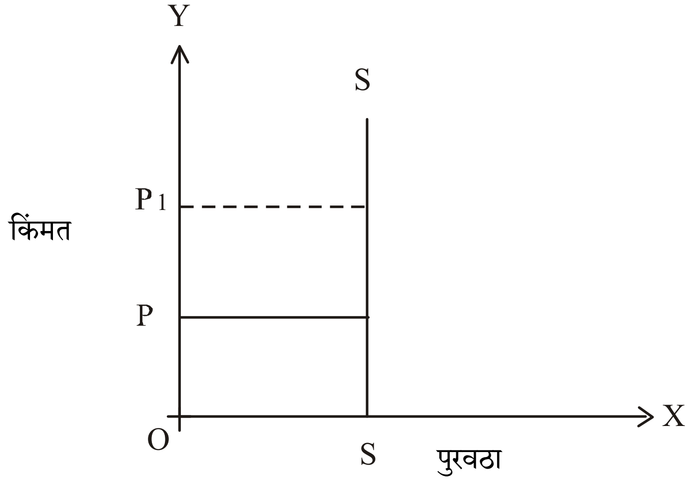
$$\therefore \text{पुरवठ्याची लवचिकता} = \infty \text{ (अनंत)}$$

पूर्णत: लवचिक पुरवठा वक्र हा OX अक्षाला समांतर असतो. खालील आकृतीत हा वक्र दर्शवला आहे.



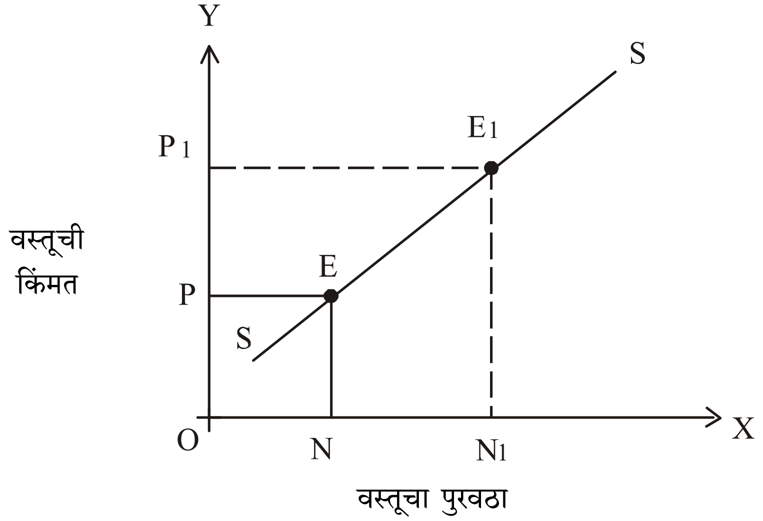
२) पूर्णत: अलवचिक पुरवठा (Perfectly Inelastic Supply) **:**

वस्तूच्या किंमतीत कितीही वाढ झाली किंवा कितीही घट झाली तरी पुरवठ्यात काहीच बदल होत नसेल तर त्यास पूर्णत: अलवचिक पुरवठा असे म्हणतात. पूर्ण अलवचिक पुरवठा वक्र OY या अक्षाला समांतर असतो.



३) एकक लवचिक पुरवठा (Unitary Elastic Supply) **:**

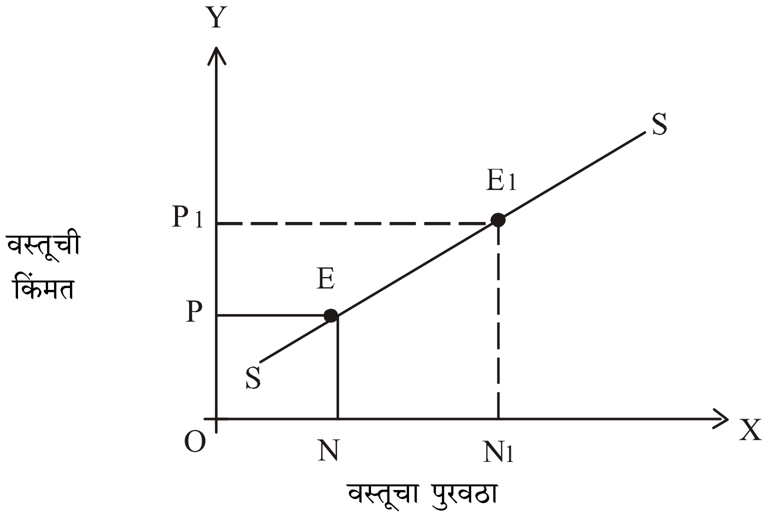
वस्तूच्या किंमतीत जेवढे बदल होतात तेवढेच पुरवठ्यात बदल होत असतील तर त्यास एकक लवचिक पुरवठा असे म्हणतात. उदाहरणार्थ, वस्तूच्या किंमतीत १०% वाढ झाली आणि त्यामुळे पुरवठ्यात सुद्धा १० टक्के वाढ झाली तर त्यास एकक लवचिक पुरवठा असे म्हणतात. खालील आकृतीत एकक लवचिक पुरवठा वक्र दर्शवला आहे.



वरील आकृतीत वस्तूची किंमत OP वरून OP_1 अशी वाढली असता वस्तूचा पुरवठा सुद्धा ON वरून ON_1 असा वाढलेला दिसतो. किंमतीत P ते P_1 एवढी वाढ झाल्यामुळे पुरवठ्यात N ते N_1 अशी वाढ झाली आहे. P ते P_1 हे अंतर आणि N ते N_1 हे अंतर सारखे असल्याने त्यास एकक लवचिक पुरवठा असे म्हणतात.

४) एकापेक्षा अधिक लवचिक पुरवठा (More than Unit Elastic Supply) **:**

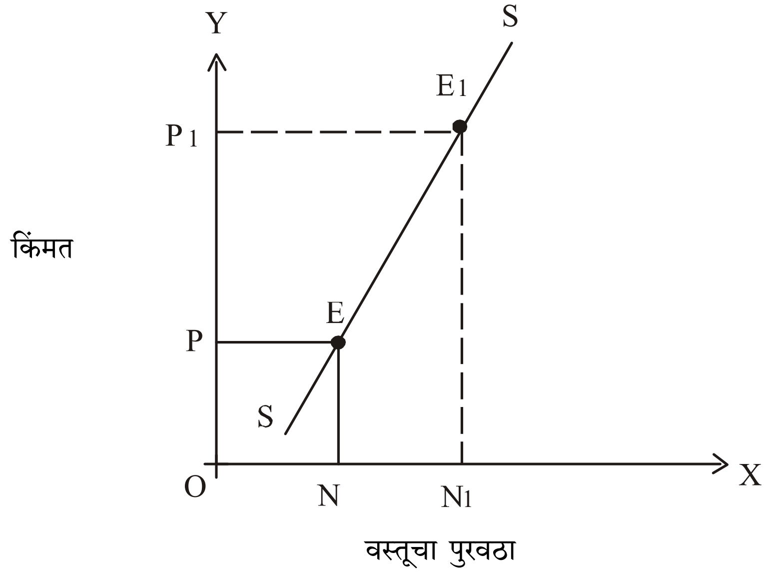
किंमतीतील बदलापेक्षा पुरवठ्यात मोठा बदल घडून येत असेल तर त्यास एकापेक्षा अधिक लवचिक पुरवठा / सापेक्षत: लवचिक पुरवठा (Relatively Elastic Supply) असे म्हणतात. उदाहरणार्थ, वस्तूच्या किंमतीत १०% वाढ झाली आणि त्यामुळे पुरवठ्यात २०% वाढ झाली तर पुरवठ्याची लवचिकता २०% ÷ १०% = २ एवढी येते. म्हणजे पुरवठ्याची लवचिकता एकापेक्षा जास्त येते. (Es>1)



वरील आकृतीवरून असे दिसते की, वस्तूची किंमत OP वरून OP_1 अशी वाढली असता वस्तूचा पुरवठा सुद्धा ON वरून ON_1 असा वाढलेला आहे. परंतु किंमतीतील वाढीपेक्षा (P ते P_1) पुरवठ्यात झालेली वाढ (N ते N_1) मोठी आहे. P ते P_1 या अंतरोक्षा (किंमतीतील वाढीपेक्षा) N ते N_1 हे अंतर (पुरवठ्यात झालेली वाढ) मोठे आहे. E व E_1 हे बिंदू जोडून SS हा एकापेक्षा अधिक लवचिक पुरवठा वक्र काढला आहे.

५) एकापेक्षा कमी लवचिक पुरवठा (Less than Unit Elastic Supply) **:**

किंमतीत फार मोठे बदल होऊनही पुरवठ्यात फार थोडे बदल होत असतील तर त्यास एकापेक्षा कमी लवचिक पुरवठा (सापेक्षत: अलवचिक पुरवठा - Relatively Inelastic Supply) असे म्हणतात. समजा, वस्तूच्या किंमतीत २०% वाढ झाली आणि त्यामुळे पुरवठ्यात १० टक्क्यांनी वाढ झाली तर पुरवठ्याची लवचिकता १०% ÷ २०% = १/२ म्हणजे १ पेक्षा कमी येते. खालील आकृतीत १ पेक्षा कमी लवचिक पुरवठा वक्र दर्शवला आहे.



वरील आकृतीवरून असे दिसते की, वस्तूची किंमत OP वरून OP_1 अशी वाढली असता वस्तूचा पुरवठा ON वरून ON_1 एवढा वाढला आहे. किंमतीतील वाढीमुळे पुरवठा वाढला असला तरी किंमतीतील वाढीपेक्षा पुरवठ्यात खूपच कमी वाढ झाली आहे. P ते P_1 हे अंतर वस्तूच्या किंमतीत झालेली वाढ दर्शविते. N ते N_1 हे अंतर वस्तूच्या पुरवठ्यात झालेली वाढ दर्शविते. P ते P_1 अंतरापेक्षा (किंमतीतील वाढीपेक्षा) N ते N_1 हे अंतर (पुरवठ्यातील वाढ) खूपच कमी आहे. म्हणून पुरवठ्याची लवचिकता १ पेक्षा कमी आहे. ($E_s<1$) SS हा पुरवठा वक्र एकापेक्षा कमी लवचिक पुरवठा वक्र आहे.

३.३ सारांश :

वस्तूच्या किंमत निश्चितीमध्ये वस्तूची मागणी आणि पुरवठा हे दोन घटक अत्यंत महत्त्वाचे असतात. वस्तूच्या मागणीवर उत्पादकांचा नफा अवलंबून असतो. उत्पादक जे उत्पादन करत असतात त्याचा मागणीशी जवळचा संबंध असतो. मागणी आणि उत्पादन या दोन घटकात जवळचे संबंध असतात. मागणी जितकी जास्त तितके उत्पादन जास्त होते आणि मागणी जितकी जास्त तितका पुरवठा जास्त असतो. अशा प्रकारे मागणी आणि उत्पादन तसेच मागणी आणि पुरवठा यांच्यात जवळचे किंवा धन संबंध असतात. म्हणून अर्थशास्त्रात मागणी व पुरवठ्यावर परिणाम करणाऱ्या घटकांचा अभ्यास केला जातो.

३.४ पारिभाषिक शब्द :

१) **मागणी :** जिला पैशाचे पाठबळ लाभलेले असते, अशा वस्तूंची केलेली मागणी म्हणजे मागणी (Demand) होय.

२) **मागणी फलन :** वस्तूची मागणी आणि मागणीवर परिणाम करणारे घटक यांच्यातील कार्यात्मक संबंधाला मागणी फलन (Demand Function) असे म्हणतात.

३) **मागणीची लवचिकता :** किंमतीत वाढ किंवा घट झाल्यामुळे मागणीत जे बदल होतात त्या बदलांच्या प्रमाणास मागणीची लवचिकता (Elasticity of Demand) असे म्हणतात.

४) **मागणी अनुमान :** आपल्या वस्तूला भविष्यात किती मागणी असेल याचा उत्पादकाने वर्तमानात बांधलेला अंदाज म्हणजे मागणीचा अंदाज (Demand Forecasting) होय.

उत्पन्न

५) **पुरवठा :** उत्पादकांनी विशिष्ट वेळी बाजारात विक्रीसाठी आणलेल्या वस्तूंचे परिमाण म्हणजे वस्तूचा पुरवठा (Supply) होय.

३.५ स्वयंअध्ययन प्रश्न :

प्र. १ : रिकाम्या जागी खालीलपैकी योग्य पर्याय लिहा.

१. मागणीचा वक्र .... असतो. मागणी

अ) खालून वर जाणारा ब) वरून खाली येणारा

क) सरळ रेषा ड) यापैकी नाही

२. वस्तूंच्या किंमतीत किंचित बदल झाला असता मागणीत जेव्हा प्रचंड बदल होतात तेव्हा त्यास .... लवचिक मागणी म्हणतात.

अ) अपूर्ण ब) पूर्ण

क) सरळ ड) यापैकी नाही

३. वस्तूच्या किंमतीत कितीही बदल झाले आणि तरीही मागणीत काहीच बदल होत नसतील तर त्यास .... मागणी म्हणतात.

अ) पूर्ण लवचिक ब) पूर्ण अलवचिक

क) लवचिक ड) यापैकी नाही

४. उत्पादन आणि पुरवठा या दोन संकल्पनामध्ये ....

अ) फरक नाही ब) फरक आहे

क) यापैकी नाही ड) साधारण फरक

५. पुरवठ्याचा वक्र .... असतो.

अ) खालून वर जाणारा ब) सरळ रेषा

क) वरून खाली येणारा ड) यापैकी नाही

३.६ स्वयंअध्ययन प्रश्नांची उत्तरे :

१. ब) २. ब) ३. ब) ४. ब ५. अ)

३.७ सरावासाठी स्वाध्याय :

प्र. १ : टीपा लिहा.

१) मागणी

२) पुरवठा

३) मागणी फलन

४) मागणीची लवचिकता

प्र. २ : थोडक्यात उत्तरे द्या.

१) मागणीचा नियम स्पष्ट करा.

२) मागणीतील बदल संकल्पना स्पष्ट करा.

३) मागणीची किंमत लवचिकता संकल्पना स्पष्ट करा.

४) मागणीच्या किंमत लवचिकतेवर परिणाम करणारे घटक स्पष्ट करा.

५) मागणीची किंमत लवचिकता मोजण्याच्या पद्धती स्पष्ट करा.

प्र. ३ : सविस्तर उत्तरे द्या.

१) मागणीच्या किंमत लवचिकतेचे महत्त्व स्पष्ट करा.

२) मागणीची उत्पन्न लवचिकता संकल्पना स्पष्ट करा.

३) मागणीची छेदक लवचिकता संकल्पना स्पष्ट करा.

४) मागणी अंदाजाचे महत्त्व स्पष्ट करा.

५) मागणी अंदाजाच्या पद्धती स्पष्ट करा.

६) पुरवठ्याचा नियम स्पष्ट करा.

७) पुरवठा निश्चित करणारे घटक स्पष्ट करा.

८) पुरवठ्यातील बदल संकल्पना स्पष्ट करा.

९) पुरवठ्याची लवचिकता संकल्पना स्पष्ट करा.

३.८ अधिक वाचनासाठी संदर्भ पुस्तके :

१) Ahuja H. L., Modern Micro Economics, S. Chand and Company Limited, New Delhi.

२) Dewett K. K. and Adarsh Chand, Modern Economic Theory, Shyamlal Charitable Trust, New Delhi, 1979.

३) Jhingan M. L., Micro Economic Theory, 5th edition, Vrinda Publications Ltd., New Delhi, 2000.

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

◆ ◆ ◆

घटक ४

उत्पादनाचे सिद्धांत

(Theories of Production)

अनुक्रमणिका

४.० उद्दिष्टे

४.१ प्रास्ताविक

४.२ विषय विवेचन

  ४.२.१ उत्पादन फलन – समउत्पादन वक्र – सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर

  ४.२.२ अंतर्गत व बाह्य बचती व बेबचती

  ४.२.३ बदलत्या प्रमाणाचा नियम – प्रमाण प्रत्ययाचा नियम

  ४.२.४ प्राप्ती आणि खर्च – पर्याप्त उद्योगसंस्था

४.३ सारांश

४.४ पारिभाषिक शब्द व त्यांचा अर्थ

४.५ स्वयंअध्ययनासाठी प्रश्न

४.६ स्वयंअध्ययन प्रश्नांची उत्तरे

४.७ सरावासाठी स्वाध्याय

४.८ अधिक वाचनासाठी संदर्भ ग्रंथ

४.० उद्दिष्टे :

या घटकाच्या अभ्यासानंतर आपणास खालील बाबींचे आकलन होईल.

१) उत्पादन फलन या संकल्पनेचा अर्थ समजेल.

२) समउत्पादन वक्राची वैशिष्ट्ये समजतील.

३) सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर म्हणजे काय ते समजेल.

४) बदलत्या प्रमाणाचा नियम समजेल.

५) प्राप्ती आणि खर्च या संकल्पना समजतील.

६) पर्याप्त उद्योगसंस्थेची वैशिष्ट्ये समजतील.

४.१ प्रास्ताविक :

या प्रकरणात उत्पादन फलन, समउत्पादन, वक्र, अंतर्गत आणि बहिर्गत बचती व बेबचती, बदलत्या प्रमाणाचा नियम, प्रमाण प्रत्ययाचा नियम, प्राप्ती आणि खर्च, पर्याप्त उद्योगसंस्था या बाबींची सविस्तर माहिती दिली आहे.

४.२ विषय विवेचन :

४.२.१ उत्पादन फलन – समउत्पादन वक्र – सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर :

उत्पादन फलन (Production Function):

उत्पादन म्हणजे काय?

अर्थशास्त्रात 'उत्पादन फलन' ही संकल्पना अत्यंत महत्त्वाची आहे. बीजगणितातील समीकरणांच्या साहाय्याने ही संकल्पना स्पष्ट केली जाते. उत्पादन फलन ही संकल्पना पाहण्यापूर्वी आपणास उत्पादन म्हणजे काय? हे पाहणे आवश्यक आहे. उत्पादनाची एक साधी, सोपी व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''उत्पादन म्हणजे उपयोगितेची निर्मिती करणे होय. किंवा उत्पादन म्हणजे उपयोगितेची वाढ करणे होय.'' (Production means creation or addition of utility)

उत्पादनाची आणखी एक व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''आदानांचे (Inputs) रुपांतर प्रदानात (Output) करणे म्हणजे उत्पादन (Production) होय.''

वस्तू + सेवा = उत्पादन (Goods + Services = Production) हे उत्पादनाचे सूत्र आहे. याचा अर्थ उत्पादन म्हणजे केवळ वस्तू नव्हे. उत्पादनात वस्तूबरोबर सेवांचाही समावेश होतो. कारण वस्तूबरोबर सेवामध्ये सुद्धा उपयोगिता असते. आणि ज्या ज्या वस्तू व सेवामध्ये उपयोगिता असते, त्या त्या वस्तू व सेवांना उत्पादन असे म्हणतात.

उत्पादन प्रक्रिया म्हणजे काय?

उत्पादनाबरोबर आपणास उत्पादन प्रक्रिया (Process of Production) म्हणजे काय? हे सुद्धा समजून घ्यावे लागते. यापूर्वी अस्तित्वात नसलेली, नवीन प्रकारची वस्तू तयार करणे म्हणजे उत्पादन प्रक्रिया होय.

उत्पादनाची प्रक्रिया ही आपोआप घडत नाही. थंडी, ऊन, वारा, पाऊस याप्रमाणे उत्पादन प्रक्रिया आपोआप होत नाही. उत्पादनाची प्रक्रिया मनुष्याला जाणिवपूर्वक किंवा मुद्दामहून आणि प्रयत्नपूर्वक घडवून आणावी लागते. उदाहरणार्थ ऊसापासून साखर तयार करावी लागते. ऊसावर प्रक्रिया करावी लागते. त्याशिवाय साखर तयार होत नाही. उत्पादन प्रक्रियेमुळे मनुष्याला उपयोगी पडणाऱ्या वस्तू व सेवांची निर्मिती शक्य होते. म्हणजेच उत्पादन प्रक्रियेमुळे वस्तू व सेवांच्या उपयोगितेत वाढ होते. म्हणून त्या उत्पादन प्रक्रियेला उत्पादन असे म्हणतात. नैसर्गिक वस्तू आणि मनुष्य निर्मित भांडप की वस्तू याच्या साहाय्याने मनुष्याने तयार केलेल्या वस्तू की ज्यामध्ये उपयोगिता असते त्यास उत्पादन असे म्हणतात.

वरती आपण पहिले की, उत्पादन प्रक्रिया मनुष्याला घडवून आणावी लागते. उत्पादन प्रक्रिया घडवून आणण्यासाठी किंवा उत्पादन करण्यासाठी ज्या घटकांचा उपयोग केला जातो, त्यांना उत्पादनाचे घटक असे म्हणतात. १) भूमी किंवा निसर्ग (Land or nature) २) मानवी श्रम (Human labour) ३) भांडवल (Capital) ४) संघटन (Organization and enterprise) भूमी, श्रम, भांडवल व संयोजन हे उत्पादनाचे घटक (अर्थोत्पादनाचे घटक किंवा उत्पादनाची साधने) यांना एकत्र करुन उत्पादन प्रक्रियेचे संयोजन आणि संचालन अशी कार्ये करणाऱ्या संस्थेला पेढी (Firm) किंवा उदयोगसंस्था किंवा उत्पादनसंस्था असे म्हणतात.

उत्पादन फलन म्हणजे काय?

मनुष्याला वस्तू व सेवांची गरज असते. म्हणून मनुष्य उत्पादन घटकांचा वापर करुन उत्पादन करतो. उत्पादनाच्या प्रक्रियेतून वस्तू व सेवा निर्माण होतात. म्हणून उत्पादन प्रक्रियेतून तयार होणाऱ्या वस्तू व सेवा यांचे प्रमाण (राशी) आणि या वस्तू व सेवा तयार करण्यासाठी वापराव्या लागणाऱ्या उत्पादन घटकांचे प्रमाण (राशी किंवा मात्रा) यांच्यात जे परिमाणात्मक (Quantitative) संबध असतात, त्याला उत्पादन फलन (Production function) असे म्हणतात.

''उत्पादन फलन म्हणजे आदान (Input) आणि प्रदान (Output) या दोहोमधील तांत्रिक किंवा कार्यात्मक संबंध होय.''

''उत्पादन साधने (Input) आणि उत्पादन (Output) यांच्यातील परस्पर संबंधांना उत्पादन फलन असे म्हणतात.''

''विशिष्ट काळात आदान आणि प्रदान (input and output) यांच्यामध्ये जे संबंध असतात, त्यास उत्पादन फलन असे म्हणतात.''

''आदान आणि प्रदान यांच्यातील फलनात्मक संबंध किंवा कार्यात्मक संबंध (Functional relationship) म्हणजे उत्पादन फल किंवा उत्पादन फलन होय.''

प्रा. स्टिगलर यांनी उत्पादन फलनाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे, **''उत्पादन फलन म्हणजे उत्पादक सेवांच्या आदानाचा दर आणि वस्तूच्या उत्पादनाचा दर यांच्यात असणारे संबंध दर्शवणारी संकल्पना**

होय." (According to Prof. Stiglar, "The production function is the name given to the relationship between the rate of inputs of productive services and the rate of output of product. It is the economists summary of technological knowledge") उत्पादित झालेल्या वस्तूच्या परिमाणाचा उत्पादन घटकांच्या परिमाणाशी जो संबंध असतो तो संबंध दर्शवणारी तांत्रिक संकल्पना म्हणजे उत्पादन फलन होय.

बाऊमेल व ब्लाइंडर यांनी उत्पादन फलनाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे, "**उत्पादन फलन ही संकल्पना ज्ञानाच्या सध्याच्या अवस्थेत, आदानांच्या एका विशिष्ट समूहाच्या साहाय्याने वस्तूचे मिळू शकणारे महत्तम परिमाण दर्शविते.**" (According to Prof. Baumol and Blinder, "The production function indicates the maximum amount of product that can be obtained from any specified combination of inputs, given the current state of knowledge.")

आदानास इंग्रजीत input असे म्हणतात. तर प्रदानास इंग्रजीत output असे म्हणतात. Output म्हणजे मराठीत उत्पादन होय. उदाहरणार्थ ज्वारी म्हणजे प्रदान किंवा उत्पादन होय. तर ज्वारी तयार करण्यासाठी शेतकऱ्यांनी वापरलेली शेतजमीन, खते, बियाणे, कीटकनाशके, जंतूनाशके, मजूर (श्रम), पैसे (भांडवल), पाणी, शेतीची अवजारे या सर्वांना शेतकी आदाने असे म्हणतात. या आदानांचा वापर करुन शेतकरी संयोजक ज्वारी किंवा इतर प्रकारचा जो कृषी माल तयार करत असतात, त्यास प्रदान किंवा उत्पादन असे म्हणतात. आदानांचे प्रमाण जितके जास्त तितके जास्त प्रदान किंवा उत्पादन असते. तसेच आदाने दर्जेदार असतील तर त्यापासून तयार होणारे प्रदान उत्पादन सुदधा दर्जेदार असते. थोडक्यात प्रदान किंवा उत्पादन हे आदानावर अवलंबून असते. आदान आणि प्रदान यांच्यामध्ये अशा प्रकारे जे विशिष्ट संबंध असतात, त्यालाच उत्पादन फलन असे म्हणतात. थोडक्यात असे म्हणता येईल की,

"**उत्पादनाचे घटक आणि उत्पादनाचे परिमाण यांच्यातील संख्यात्मक संबंधाना उत्पादन फलन म्हणतात.**"

उत्पादन फलनाची एक सोपी व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

"**आदानांच्या भौतिक मात्रा आणि प्रदानाच्या भौतिक मात्रा यांच्यातील संबंध दर्शविणारे पत्रक म्हणजे उत्पादन फलन होय.**"

उत्पादन फलनाचे सूत्र :

उत्पादन फलनाची संकल्पना खालील गणिती समीकरणाच्या साहाय्याने स्पष्ट केली आहे.

$$P = f(a, b, c, d, \dots n)$$

वरील समीकरणातील अक्षरांचा अर्थ खालीलप्रमाणे दिला आहे.

P = उत्पादन (प्रदान output/production)

f = फलन /फल (function)

a = भूमी (Land)

b = श्रम (Labour)

c = भांडवल (Capital)

d = संयोजन (Organization)

n = उत्पादनासाठी वापरला जाणारा शेवटचा घटक

वरील सूत्र इंग्रजी भाषेत खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहे.

Production is the function of land, capital, labour, organization etc.

वरील समीकरणाचा मराठीत अर्थ खालीलप्रमाणे दिला आहे.

उत्पादन हे भूमी, श्रम, भांडवल, संयोजन इ. उत्पादन घटकांचे आणि उत्पादन साधनांचे फल आहे.

याचा अर्थ उत्पादन (प्रदान) हे भूमी, श्रम, भांडवल, संयोजन, पाणी इत्यादीवर अवलंबून असते. म्हणजेच भूमी, श्रम, भांडवल, संयोजन, पाणी आणि इंधन इत्यादी आदानांचा वापर करुन उत्पादन किंवा प्रदान तयार केले जाते. उत्पादन करण्यासाठी किती आदाने वापरली जातात त्यावर उत्पादन फलनाचे सूत्र ठरते. समजा, श्रम (L) आणि भांडवल (C) हे दोनच उत्पादन घटक वापरून उत्पादन केले तर उत्पादन फलनाचे सूत्र खालीलप्रमाणे येईल.

$$P = f (L, C)$$

स्थिर आणि बदलली आदाने (Fixed and variable inputs) **:**

उत्पादन संस्था म्हणजेच उद्योगसंस्था (firm) उत्पादन घटकांचा आणि उत्पादन साधनांचा वापर करतात. त्यांना आदाने असे म्हणतात. आणि त्यापासून जे फल स्वरुप निर्माण होते, त्यास उत्पादन/प्रदान असे म्हणतात.

आदान शब्दाचा अर्थ :

आदान म्हणजे अशी वस्तू किंवा सेवा की, जी उत्पादनाच्या प्रक्रियेसाठी वापरली जाते. आदाने हे स्वतंत्र चल (Independent Variable) असते.

प्रदान शब्दाचा अर्थ :

उत्पादनाच्या प्रक्रियेतून निर्माण होणाऱ्या कोणत्याही वस्तू किंवा सेवेला प्रदान (उत्पादन) असे म्हणतात. प्रदान हे परतंत्र चल (Dependent Variable) असते.

आदानांचे वर्गीकरण :

स्थिर आदाने (fixed input) **:**

स्थिर आदाने म्हणजे ज्या आदानांचा पुरवठा स्थिर असतो, त्या आदानांना स्थिर आदाने असे म्हणतात. अल्पकाळात यंत्रसाम्रगी, कारखान्याची इमारत इत्यादी आदानांच्या मात्रेत किंवा पुरवठ्यात बदल करता येत नाही. अल्पकाळात वस्तूच्या मागणीत वाढ झाली तरी स्थिर आदानात वाढ करता येत नाही. कारण अल्पकाळ हा खूप कमी कालावधी असतो.

बदलती आदाने (variable input) :

अल्पकाळात बदलत्या आदांनाचा पुरवठा लवचिक असतो. श्रम, कच्चा माल, भांडवल इत्यादी आदानांना बदलली आदाने असे म्हणतात. वस्तूच्या मागणतीत वाढ झाली की उत्पादक बदलत्या आदानांचा अधिक वापर करुन अधिक उत्पादन करतात. प्रदानातील बदलाबरोबर बदलत्या आदानांच्या परिमाणात (प्रमाणात/संख्येत) बदल करता येतो. म्हणून त्यास बदलती आदाने असे म्हणतात. बदलत्या आदानांचा पुरवठा लवचिक असल्याने त्यांचा अधिक प्रमाणात वापर करुन अधिक प्रमाणात उत्पादन करता येणे शक्य असते.

स्थिर आदाने आणि बदलती आदाने हे आदानांचे वर्गीकरण केवळ अल्पकाळासाठीच लागू पडते. दीर्घकाळात स्थिर आदानात यंत्रसमाग्री, कारखान्याची इमारत इत्यादी वाढ किंवा घट करता येते. कारण दीर्घकाळ हा खूप मोठा कालावधी असतो. म्हणून दीर्घकाळात सर्वच आदाने बदलती असतात. त्यामुळे स्थिर आदाने आणि बदलती आदाने असा आदानांचा प्रकार दीर्घकाळात आढळत नाही.

प्रदानांचे वर्गीकरण :

आदानांचा वापर करून ज्याची निर्मिती होते त्यास प्रदान (output) किंवा उत्पादन असे म्हणतात. प्रदानाचे (उत्पादनाचे) एकूण उत्पादन (Total Production), सरासरी उत्पादन (Average Production) आणि सीमांत उत्पादन (Marginal Production) अशा तीन प्रकारात वर्गीकरण केले जाते.

१) एकूण उत्पादन (Total Production) :

एका विशिष्ट कालावधीत आदानांच्या साहाय्याने उत्पादक़ एखाद्या वस्तूचे जेवढे नग तयार करतो त्यास एकूण उत्पादन असे म्हणतात. उदाहरणार्थ, X या उत्पादकाने आपल्या कारखान्यात एका दिवसात १०० टेबलांचे उत्पादन केले तर एकूण उत्पादन = १०० टेबल होय.

२) सरासरी उत्पादन (Average Production) :

एकूण उत्पादनाला आदानांच्या संख्येने भागले असता सरासरी उत्पादन प्राप्त होते. त्याचे सूत्र खालीलप्रमाणे दिले आहे.

$$\textbf{सरासरी उत्पादन} = \frac{\textbf{एकूण उत्पादन}}{\textbf{आदानांची एकूण संख्या}}$$

समजा १०० टेबलांचे उत्पादन करण्यासाठी १० कामगार लागले असतील तर सरासरी उत्पादनाच्या सूत्रानुसार सरासरी उत्पादन १० टेबल इतके येईल.

$$\frac{\text{१०० टेबल}}{\text{१० श्रमिक}} = \text{१० टेबल}$$

३) सीमांत उत्पादन (Marginal Production) **:**

आदानांच्या संख्येत एका नगाने वाढ केली असता एकूण उत्पादनात पडणारी निव्वळ भर म्हणजे सीमांत उत्पादन होय. वरील उदाहरणात १० श्रमिकांनी १०० टेबलांचे उत्पादन एका दिवसात केले आहे. आता आणखी १ श्रमिक नेमला तर श्रमिकांची एकूण संख्या ११ येईल. या ११ श्रमिकांनी मिळून एका दिवसात ११० टेबलांचे उत्पादन केले तर एकूण उत्पादन ११० टेबल होईल. या उदाहरणात ११ वा श्रमिक हा शेवटचा म्हणजे सीमांत कामगार आहे. त्याच्यामुळे एकूण उत्पादनात १० टेबलांची भर पडली आहे. म्हणून या उदाहरणात सीमांत उत्पादन १० टेबल एवढे येईल. अशा प्रकारे आदानाची (श्रमाची) मात्रा एकने वाढवली असता एकूण उत्पादनात पडणारी निव्वळ भर म्हणजे सीमांत उत्पादन होय.

उत्पादन फलनाचे प्रकार :

उत्पादन फलनाचे प्रमुख प्रकार खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१) अल्पकालीन उत्पादन फलन (Short run production function) **:**

अल्पकाळ हा अत्यंत लहान कालावधी असतो. हा कालावधी जास्तीत जास्त एक वर्षापर्यंतचा असतो. त्यामुळे अल्पकाळात उत्पादकांना जमीन, यंत्रसामग्री, कारखान्याची इमारत इत्यादी स्थिर घटकात वाढही करता येत नाही. किंवा घटही करता येत नाही. थोडक्यात अल्पकाळात उत्पादनाचे काही घटक किंवा काही आदाने स्थिर असतात. त्यांचा पुरवठा अलवचिक असतो. त्यामुळे अल्पकाळाात उत्पादनात वाढ करायची असेल तर बदलत्या घटकात वाढ घडवून आणावी लागते. कारण अल्पकाळात मजूर, श्रम, इंधन कच्चा माल इत्यादी आदानांचा पुरवठा लवचिक असतो.

अल्पकाळात उत्पादनाचे काही घटक भूमी, भांडवल, संयोजन, यंत्रसामग्री, कारखान्याची इमारत इत्यादी आदाने स्थिर ठेवून एका घटकाचे (श्रम या आदानाचे) प्रमाण बदलते ठेवले (कमी-जास्त केले) तर जे उत्पादन प्राप्त होते, त्या उत्पादन फलनाला अल्पकालीन उत्पादन फलन (short run production function) किंवा (Production function with one variable input) असे म्हणतात.

$$P = f(a, b, c, d \ldots\ldots n)$$

P = Production/output उत्पादन

f = function फलन/कार्य

a = Land भूमी

b = Labour श्रम

c = Capital भांडवल

d = Organization संयोजन

n = उत्पादनासाठी वापरला जाणारा शेवटचा घटक

वरील समीकरणातील a (भूमी), c (भांडवल) व d (संयोजन) इत्यादी घटक (आदाने) स्थिर ठेवून b (श्रम) या आदानाच्या मात्रेत वाढ किंवा घट केली तर या प्रकारच्या उत्पादन फलनाला एक घटक परिवर्तनीय उत्पादन फलन (Production function with one variable input) किंवा अल्पकालीन उत्पादन फलन (short run production function) असे म्हणतात.

२) दीर्घकालीन उत्पादन फलन (Long run production function) **:**

दीर्घकाळ हा खूप मोठा काळ असतो. तो एक वर्षापेक्षा मोठा असतो. या काळात स्थिर आदानांचा पुरवठा लवचिक असतो. दीर्घकाळात स्थिर आदाने व बदलती आदाने असा प्रकार अस्तित्वात नसतो. सर्वच उत्पादन घटक (सर्वच आदाने) बदलता येतात. वस्तूच्या मागणीत जर वाढ झाली तर कारखान्याची इमारत, यंत्रसामग्री, जमीन या स्थिर घटकात वाढ करुन मागणी इतके उत्पादन करता येते. दीर्घकाळात सर्वच उत्पादन घटकात आदानांच्या मात्रेत वाढ किंवा घट करता येते. म्हणून उत्पादक दीर्घकाळात मागणीप्रमाणे सर्वच उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात बदल करत असतो. दीर्घकालीन मागणीप्रमाणे सर्वच घटक बदलते असतात. म्हणून सर्व उत्पादन घटकांच्या किंवा सर्व आदानांच्या प्रमाणात एका विशिष्ट दराने वाढ किंवा घट केली असता उत्पादनाच्या प्रमाणात जे बदल घडून येतात, त्याचे स्पष्टीकरण देणारे फलन म्हणजे दीर्घकालीन उत्पादन फलन होय. किंवा यालाच सर्व घटक परिवर्तनीय उत्पादन फलन (Production function with all variable input) असे म्हणतात.

$$P = f(a, b, c, d \ldots\ldots n)$$

P = Production/output उत्पादन

f = function फलन/कार्य

a = Land भूमी

b = Labour श्रम

c = capital भांडवल

d = Organization संयोजन

n = उत्पादनासाठी वापरला जाणारा शेवटचा घटक

वरील समीकरणातील a (भूमी), b (श्रम), c (भांडवल), d (संयोजन) आणि अशा सर्व उत्पादन घटकांच्या किंवा सर्व आदानांच्या मात्रेत बदल केला असता त्याचा उत्पादनाच्या प्रमाणावर होणारा परिणाम स्पष्ट करणारे फलन म्हणजे दीर्घकालीन उत्पादन फलन होय.

उत्पादन फलन संकल्पनेची वैशिष्ट्ये :

उत्पादन फलन संकल्पनेची काही ठळक वैशिष्ट्ये खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत.

१) आदान आणि प्रदान यांच्यातील संबंध :

उत्पादन फलन ही संकल्पना आदान आणि प्रदान यांच्यातील संबंध स्पष्ट करणारी संकल्पना आहे. आदानांच्या मात्रेत बदल केला असता त्याचा प्रदानावर (उत्पादनावर) होणारा परिणाम उत्पादन फलन ही संकल्पना स्पष्ट करते.

२) उत्पादकांना मार्गदर्शक :

उत्पादन फलन ही संकल्पना उत्पादकांना मार्गदर्शन करणारी आहे. उत्पादन फलनाच्या संकल्पनेवरून किती प्रमाणात उत्पादन करावे? उद्योगसंस्थेचा आकार किती असावा? इत्यादी बाबींचे मार्गदर्शन मिळते.

३) तांत्रिक ज्ञानाशी संबंधित :

उत्पादन करण्यासाठी जे तंत्रज्ञान वापरले जाते त्याच्याशी उत्पादन फलन ही संकल्पना संबंधित आहे. तंत्रज्ञानात सुधारणा झाली तर उत्पादनात पूर्वीपेक्षा अधिक वाढ होते.

४) कालावधीचा विचार :

उत्पादन फलन ही संकल्पना कालावधीचा (Time) विचार करून मांडली जाते. उदाहरणार्थ एका वर्षात विविध आदानांचा वापर करून किती उत्पादन झाले ते सांगितले जाते. आदानांच्या साहाय्याने जे उत्पादन (प्रदान) तयार केले जाते ते किती कालावधीत तयार झाले ते सांगितले जाते.

५) भौतिक संकल्पना (Physical Concept) **:**

उत्पादन फलनाची संकल्पना ही भौतिक संकल्पना आहे. ही संकल्पना आदान आणि प्रदान यांच्यातील तांत्रिक संबंध दर्शविते. आदानातील बदलामुळे उत्पादनात किती वाढ झाली ते संख्येत सांगितले जाते. रूपयात किंवा पैशात सांगितले जात नाही.

६) अल्पकालीन आणि दीर्घकालीन उत्पादन फलन :

उत्पादन फलनाची संकल्पना अल्पकालीन उत्पादन फलन आणि दीर्घकालीन उत्पादन फलन या दोन संकल्पनाद्वारे सांगितली जाते. उत्पादन फलनाचे हे दोन प्रकार आहेत.

उत्पादन फलन संकल्पनेची गृहीते :

१) तांत्रिक ज्ञानाची पातळी स्थिर असते.

२) उत्पादन घटक विभाजनीय असतात.

३) उद्योगसंस्था चांगले तंत्रज्ञान निवडून (वापरून) उत्पादन करते.

मनुष्य निरनिराळ्या प्रकारच्या उपयोगिता निर्माण करत असतो. हवा, पाणी, जंगल ही नैसर्गिक देणगी आहे. तर यंत्र किंवा हत्यारे ही मनुष्यनिर्मित वस्तू आहेत. त्याच्या साहाय्याने मनुष्य नैसर्गिक वस्तूवर प्रक्रिया

करून मनुष्याला उपयोगी पडेल, अशा प्रकारच्या वस्तू बनवत असतो. म्हणजे मनुष्य स्वत:च्या प्रयत्नाने नैसर्गिक वस्तू आणि आपण तयार केलेल्या वस्तू वापरून वस्तू तयार करत असतो. त्या वस्तू मनुष्याला वापरता येतात. म्हणजे त्या वस्तूमध्ये उपयोगिता असते. ही उपयोगिता मनुष्याने निर्माण केलेली असते. म्हणून उपयोगिता असलेल्या त्या वस्तूची गणना 'उत्पादन' या संकल्पनेत होते. विनिमय मूल्य असलेल्या उपयोगितांची निर्मिती म्हणजे उत्पादन होय. (Production means creation of utilities which have exchange value.)

समउत्पादन वक्र (Isoquants / Equal Product Curve) :

समउत्पादन वक्रास 'समउत्पत्ती वक्र' तसेच 'उत्पादन समवृत्ती वक्र' असेही म्हणतात. समउत्पादन वक्राची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''ज्या वक्रावरील साध्य करता येऊ शकणारा उत्पादनाचा महत्तम दर स्थिर असतो, त्या वक्रास समउत्पादन वक्र असे म्हणतात.'' (An iso-production curve is a curve along which the maximum attainable rate of production is constant.)

Eckert आणि Lettwich यांनी समउत्पादन वक्राची व्याख्या खालीलप्रमाणे दिली आहे.

''उत्पादनाची एक विशिष्ट पातळी तयार करण्यासाठी उद्योगसंस्थेला आवश्यक असलेल्या उत्पादन साधनांचे गट दर्शविणारा वक्र म्हणजे समउत्पादन वक्र होय.''

समउत्पादन वक्राची आणखी एक सोपी व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''ज्या वक्रावरील दोन आदानांचे वेगवेगळे गट किंवा संयोग उत्पादनाची समान पातळी दर्शवितात, त्या वक्रास समउत्पादन वक्र असे म्हणतात.''

समउत्पादन वक्र (Isoquant Curve)**:**

खालील तक्त्यात श्रम आणि भांडवल या दोन आदानांचे किंवा दोन उत्पादन घटकांचे वेगवेगळे संयोग वापरले तरी सारखेच उत्पादन कसे होते, ते दर्शविले आहे.

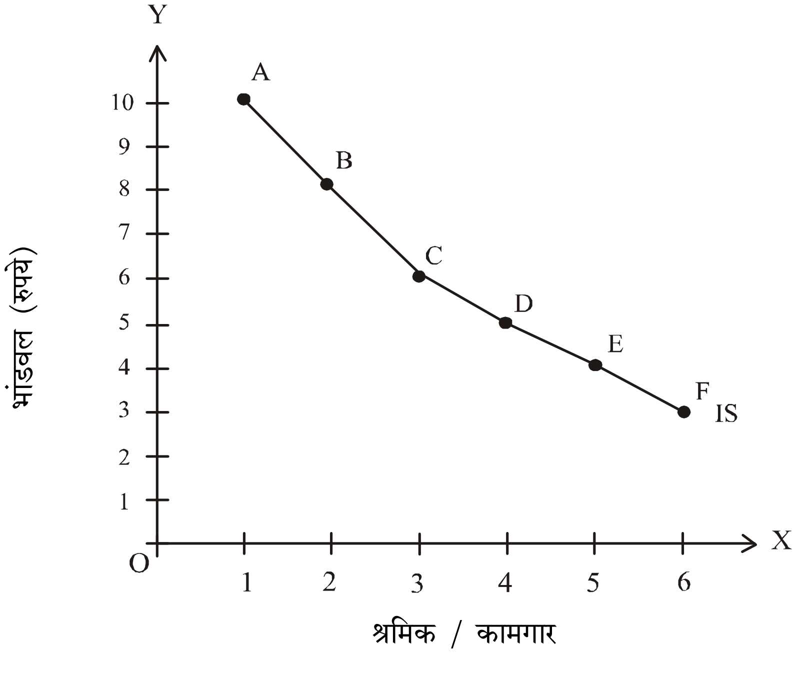
आदानांचे समूह	श्रमाची मात्रा	भांडवलाची मात्रा	उत्पादन (वस्तूचे नग)
A	१	१०	२०
B	२	८	२०
C	३	६	२०

D	४	५	२०
E	५	४	२०
F	६	३	२०

वरील तक्त्यात A, B, C, D, E, F हे श्रम आणि भांडवल या आदानांचे किंवा उत्पादन घटकांचे समूह आहेत. यापैकी कोणताही एक समूह वापरला तरी २० एवढ्याच वस्तूंचे उत्पादन होते. म्हणजे आदानांचा A समूह वापरला तर २० वस्तूंचे उत्पादन होते. A समूहात १ श्रमिक आणि १० रुपये भांडवल समाविष्ट आहे. १ श्रमिक + १० रुपये भांडवल ह्या A समूहाच्या साहाय्याने २० वस्तू तयार होतात. समजा, उत्पादकाने F हा आदानांचा समूह वापरला तर २० वस्तूंचेच उत्पादन होते. F समूहात ६ श्रमिक आणि ३ रुपये भांडवल समाविष्ट आहे. वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, आदानांच्या A समूहाऐवजी B किंवा C किंवा D किंवा E किंवा F असा कोणताही समूह निवडला तर एका आदानाच्या (श्रमाच्या) मात्रेत वाढ होताना दुसऱ्या आदानाच्या (भांडवलाच्या) मात्रेत घट होत जाते. त्यामुळे आदानांचा कोणताही समूह निवडला तरी सारखेच उत्पादन होते.

आकृती – समउत्पादन वक्र :

वरील तक्त्याच्या आधारे समउत्पादन वक्र खालीलप्रमाणे काढला आहे.



वरील आकृतीत OX अक्षावर श्रमिक आणि OY अक्षावर भांडवल दर्शविले आहे. IS हा समउत्पादन

वक्र आहे. या वक्रावरील A, B, C, D, E, आणि F हे श्रम व भांडवल या उत्पादन घटकांचे गट किंवा संयोग आहेत. त्यापैकी कोणत्याही संयोगाचा किंवा गटाचा उत्पादनासाठी वापर केला तरी सारखेच म्हणजे २० एवढेच उत्पादन होते. म्हणून या वक्रास समउत्पादन वक्र असे म्हणतात. वरील आकृतीवरून IS या समउत्पादन वक्रावरील A बिंदू १ श्रमिक आणि १० रुपये भांडवल दर्शविते. B बिंदू २ श्रमिक + ८ रुपये भांडवल दर्शविते. C बिंदू ३ श्रमिक + ६ रुपये भांडवल दर्शविते. D बिंदू ४ श्रमिक + ५ रुपये भांडवल दर्शविते. E बिंदू ५ श्रमिक + ४ रुपये भांडवल दर्शविते. F बिंदू ६ श्रमिक + ३ रुपये भांडवल दर्शविते. वरील आकृतीत IS हा समउत्पादन वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली येणारा दिसतो. कारण श्रमाच्या मात्रेत वाढ होताना भांडवलाच्या मात्रेत घट होत जाते. वरील आकृतीतील A, B, C, D, E आणि F या बिंदूंना समउत्पादन बिंदू असे म्हणतात. हे समउत्पादन बिंदू श्रम आणि भांडवलाच्या वेगवेगळ्या मात्रा दर्शवितात. यापैकी कोणताही बिंदू उत्पादनाची वीसच पातळी दर्शविते. म्हणून या बिंदूंना सम उत्पादन बिंदू असे म्हणतात.

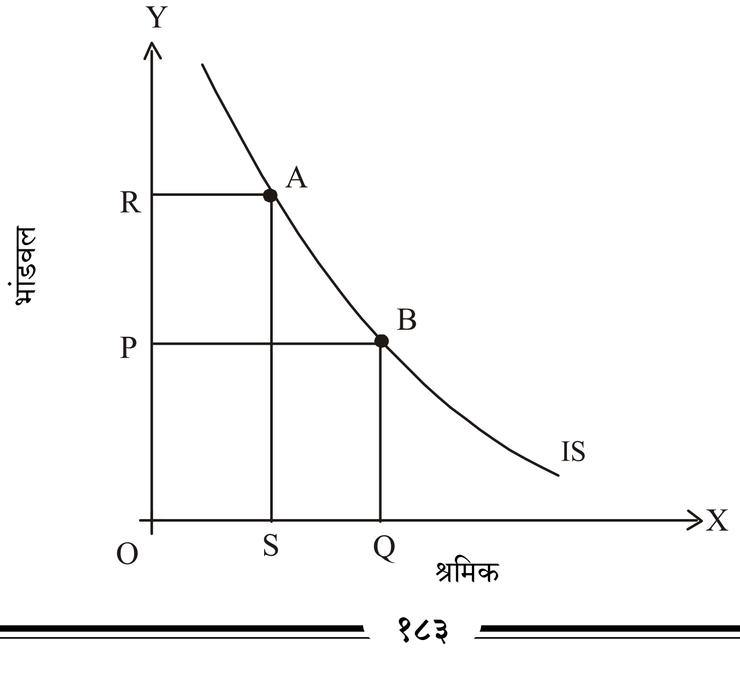
समउत्पादन वक्राची वैशिष्ट्ये (Properties of Iso-quant) **:**

समउत्पादन वक्राची वैशिष्ट्ये थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत.

१) समउत्पादन वक्र हा वरून खाली उतरणारा असतो :

समउत्पादन वक्राचे ठळक वैशिष्ट्य म्हणजे हा वक्र वरून खाली म्हणजे डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा असतो. एका आदानाच्या मात्रेत वाढ केली तर दुसऱ्या आदानाच्या मात्रेत घट करावी लागते. त्याशिवाय समान उत्पादन मिळत नाही. त्यामुळे समउत्पादन वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा असतो.

आकृती : ऋणात्मक उताराचा समउत्पादन वक्र

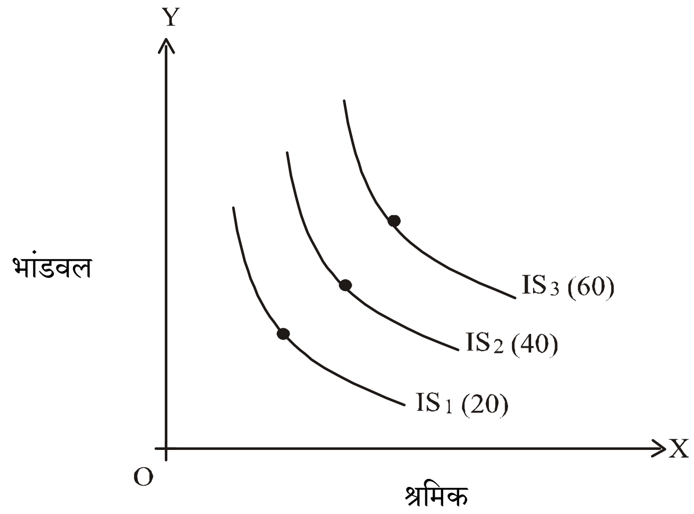


आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत IS हा समउत्पादन वक्र असून तो डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा आहे. या वक्रावरील A बिंदू OS श्रमिक आणि OR भांडवल दर्शवितो. B समूहात O ते Q श्रमिक आणि O ते P भांडवल आहे. B बिंदूत S ते Q एवढे जादा श्रमिक असल्याने R ते P एवढे भांडवल कमी केले जाते. अशा प्रकारे एका आदानाची (श्रमाची) मात्रा वाढली की दुसऱ्या आदानाची (भांडवलाची) मात्रा कमी करावी लागते. त्यामुळे समउत्पादन वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा येतो.

२) उच्च पातळीवरील समउत्पादन वक्र जास्त उत्पादन दर्शवितात :

एकाच आकृतीत जर एकापेक्षा जास्त समउत्पादन वक्र काढले तर वरच्या पातळीवरील समउत्पादन वक्र जास्त उत्पादन दर्शवितात. तर खालच्या पातळीवरील समउत्पादन वक्र कमी उत्पादन दर्शवितात.

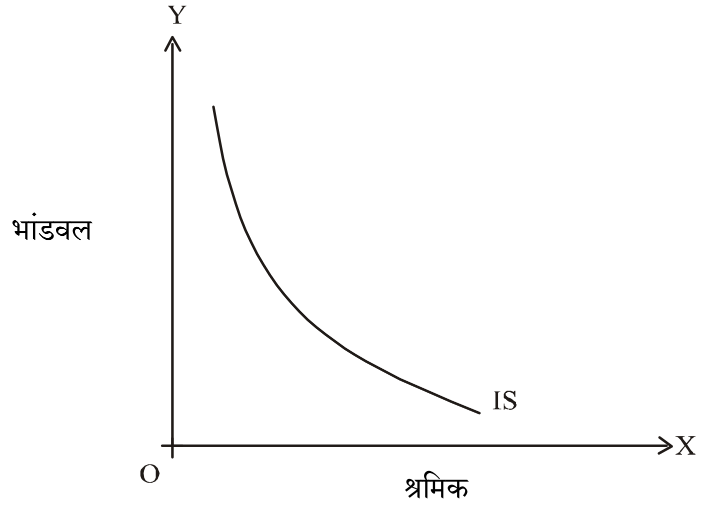


आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत IS_1 हा समउत्पादन वक्र २० वस्तू दर्शवितो. IS_2 हा समउत्पादन वक्र ४० वस्तूंचे उत्पादन दर्शवितो तर IS_3 हा समउत्पादन वक्र ६० वस्तूंचे उत्पादन दर्शवितो.

३) समउत्पादन वक्र उगमबिंदूपाशी बहिर्वक्र असतो :

उत्पादन करण्यासाठी आदानाच्या एका मात्रेत वाढ केली तर आदानाच्या दुसऱ्या मात्रेत घट करावी लागते. त्यामुळे समउत्पादन वक्र O या उगमबिंदूपाशी बहिर्वक्र असतो. खालील आकृतीत ते दर्शविले आहे.



आकृतीचे स्पष्टीकरण :

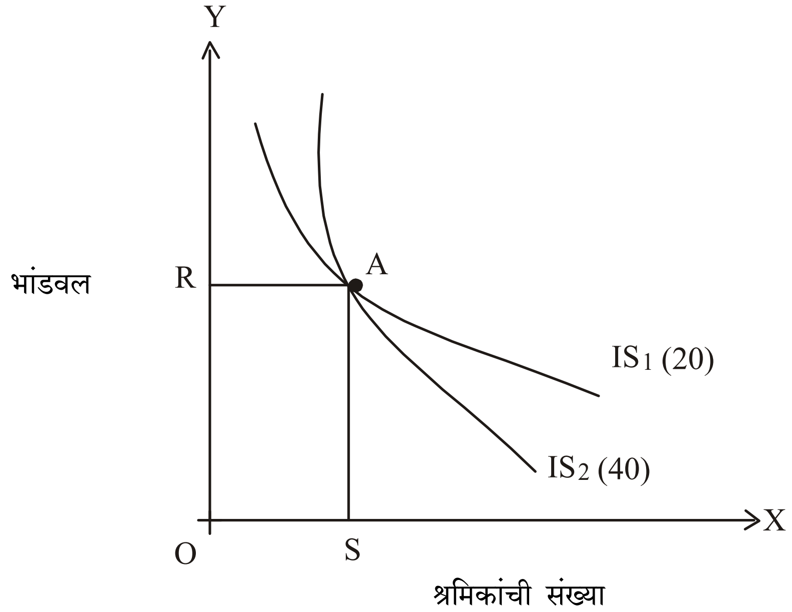
वरील आकृतीत OX अक्षावर श्रमिकांचे संख्या OY अक्षावर भांडवल दर्शविले आहे. IS हा समउत्पादन वक्र असून तो O या उगमबिंदूपाशी बहिर्वक्र असलेला दिसतो.

४) दोन समउत्पादन वक्र एकमेकांना समांतर नसतात :

समउत्पादन वक्राचे आणखी एक वैशिष्ट्य म्हणजे दोन समउत्पादन वक्र एकमेकांना समांतर नसतात. जर दोन समउत्पादन वक्रांचा सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर सारखाच असेल तर दोन समउत्पादन वक्र एकमेकांना समांतर येतात. परंतु प्रत्येक समउत्पादन वक्राचा सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर सारखा नसतो. म्हणून दोन समउत्पादन वक्र कधीही एकमेकांना समांतर नसतात.

५) दोन समउत्पादन वक्र एकमेकांना छेदत नाहीत :

वरच्या पातळीवरील समउत्पादन वक्र जास्त उत्पादन दर्शवितो. तर खालच्या पातळीवरील समउत्पादन वक्र कमी उत्पादन दर्शवितो. परंतु जर दोन समउत्पादन वक्र एकमेकांना छेदतात असे दर्शविले तर ज्या ठिकाणी हे दोन वक्र एकमेकांना छेदतात तो छेदन बिंदू वरच्या पातळीवरील समउत्पादन वक्रावर असूनही जास्त उत्पादन दर्शवित नाही. म्हणून दोन समउत्पादन वक्र एकमेकांना कधीही छेदत नाहीत.

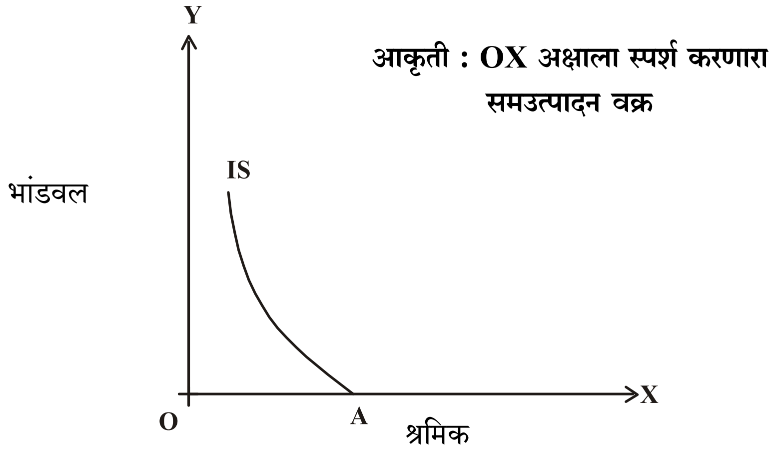


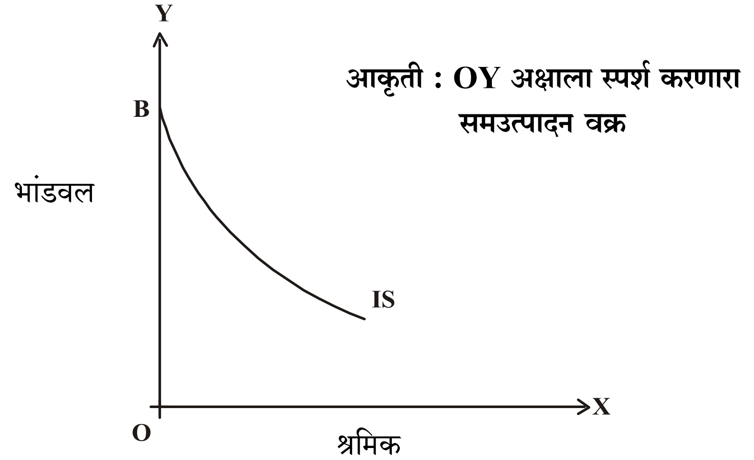
आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत IS_1 हा वक्र २० उत्पादन दर्शवितो. IS_2 वक्र ४० उत्पादन दर्शवितो. हे दोन्ही वक्र एकमेकांना A बिंदूत छेदतात. A बिंदू IS_1 वक्रावरही आहे आणि IS_2 या वक्रावरही आहे. म्हणजे A बिंदू IS_2 या वरच्या वक्रावर असूनही तो IS_1 या समउत्पादन वक्रापेक्षा जास्त उत्पादन दर्शवित नाही. वरच्या पातळीवरील समउत्पादन वक्राने जास्त उत्पादन दर्शविले पाहिजे. तसे A बिंदू दर्शवित नाही. म्हणून दोन समउत्पादन वक्र एकमेकांना छेदत नाहीत. IS_1 वक्रावरील A बिंदू OS एवढे श्रमिक आणि OR एवढे भांडवल दर्शवितो. तर IS_2 वक्रावरही A बिंदू असून तो IS_1 वक्राएवढेच श्रमिक व भांडवल दर्शवितो. दोन्ही वक्रावरील A बिंदू सारखेच श्रमिक व भांडवल दर्शवितात. त्यामुळे उत्पादनही सारखेच येणार. म्हणून दोन समउत्पादन वक्र एकमेकांना कधीही छेदत नाहीत.

६) समउत्पादन वक्र OX तसेच OY अक्षाला स्पर्श करत नाहीत :

जर दोन उत्पादन घटकापैकी एकाच घटकाचा वापर केला तर समउत्पादन वक्र OX किंवा OY अक्षाला स्पर्श करणारे येतात. जर समउत्पादन वक्र OX अक्षाला स्पर्श करणारा दाखवला तर याचा अर्थ उत्पादक फक्त श्रमिकांचा वापर करतो आणि भांडवलाचा वापर करत नाही असा होतो आणि समउत्पादन वक्र जर OY अक्षाला स्पर्श करणारा दर्शविला तर याचा अर्थ उत्पादक उत्पादन करण्यासाठी फक्त भांडवलाचा वापर करतो आणि श्रमिकांचा अजिबात वापर करत नाही असा होतो. परंतु उत्पादक उत्पादन करण्यासाठी दोन्ही उत्पादन घटकांचा वापर करतो असे गृहीत धरले असल्याने समउत्पादन वक्र OX किंवा OY अक्षाला स्पर्श करत नाहीत.





मुद्दा क्रमांक ६ मधील पहिल्या आकृतीत IS हा समउत्पादन वक्र OX अक्षाला A ह्या ठिकाणी स्पर्श केलेला दर्शविला आहे. याचा अर्थ उत्पादक फक्त O ते A एवढ्या श्रमिकांचाच वापर करतो व भांडवलाचा काहीच वापर करत नाही असा होतो. म्हणून समउत्पादन वक्र OX कक्षाला कधीही स्पर्श करत नाही.

मुद्दा क्रमांक ६ मधील दुसऱ्या आकृतीत IS हा समउत्पादन वक्र OY अक्षाला B येथे स्पर्श केलेला दर्शविला आहे. याचा अर्थ उत्पादक फक्त O ते B एवढे भांडवल वापरतो व OX अक्षावरील एकही श्रमिक वापरत नाही असा होतो. म्हणून समउत्पादन वक्र कधीही OY अक्षाला स्पर्श करत नाहीत.

उत्पादक उत्पादनासाठी फक्त एकच उत्पादन घटक वापरत नाही. तर दोन्ही उत्पादन घटकांचा वापर करतो. म्हणून समउत्पादन वक्र कधीही OX किंवा OY अक्षाला स्पर्श करत नाहीत.

अशा प्रकारे समउत्पादन वक्राची ठळक वैशिष्ट्ये वरीलप्रमाणे स्पष्ट करता येतात. एका समउत्पादन वक्रावरील कोणत्याही बिंदूची निवड केली तरी सारखेच उत्पादन प्राप्त होते. तसेच वरच्या बाजूकडील समउत्पादन वक्र अधिक उत्पादन दर्शवितात. ही समउत्पादन वक्राची ठळक वैशिष्ट्ये आहेत.

सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर (Marginal Rate of Technical Substitution) **:**

सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर (MRTS) ही संकल्पना उत्पादन फलनावर आधारित आहे. उत्पादक उत्पादन घटकांचा वापर करून उत्पादन करत असतात. जर दोन उत्पादन घटक पर्यायी असतील तर उत्पादक एका घटकाऐवजी दुसऱ्या घटकाचा वापर करून उत्पादन करू शकतो. एका उत्पादन घटकाच्या काही मात्रा जास्त होऊन व दुसऱ्या उत्पादन घटकाच्या मात्रा कमी होऊन उत्पादक उत्पादन करतात. असे करूनही उत्पादनाची समान पातळी राखता येते. उत्पादनात घट होत नाही. दोन उत्पादन घटक पर्यायी असल्याने एका घटकाच्या काही मात्रा कमी वापरल्या आणि त्या बदल्यात दुसऱ्या घटकाच्या मात्रा जास्त वापरल्या तर एकूण उत्पादनावर काहीच परिणाम होत नाही. उदाहरणार्थ, उत्पादन करण्यासाठी वापरले जाणारे भांडवल आणि श्रम हे दोन उत्पादन घटक एकमेकांना पर्यायी आहेत. श्रमाऐवजी भांडवल वापरता येते आणि भांडवलाऐवजी श्रमाचा वापर करता येतो. उदाहरणार्थ, भांडवलाला श्रम हा पर्याय आहे. उत्पादनात भांउवलाचा वापर कमी कमी केला गेला आणि श्रमाचा वापर वाढवत नेला तर श्रमिकांची संख्या वाढल्यामुळे श्रमाची (श्रमिकांची) सीमांत उत्पादकता कमी होते आणि भांडवलाचा वापर कमी करत गेल्यामुळे भांडवलाची सीमांत उत्पादकता वाढते.

''उत्पादनाच्या प्रक्रियेत ज्या घटकाचा वापर वाढवला जातो त्या घटकाची सीमांत वास्तव उत्पादकता कमी होते आणि ज्या घटकाचा वापर कमी कमी केला जातो त्या घटकाची सीमांत वास्तव उत्पादकता वाढते.''

वरील स्पष्टीकरणावरून आपणास सीमांत तांत्रिक पर्यायता दराची व्याख्या सांगता येईल. ती खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

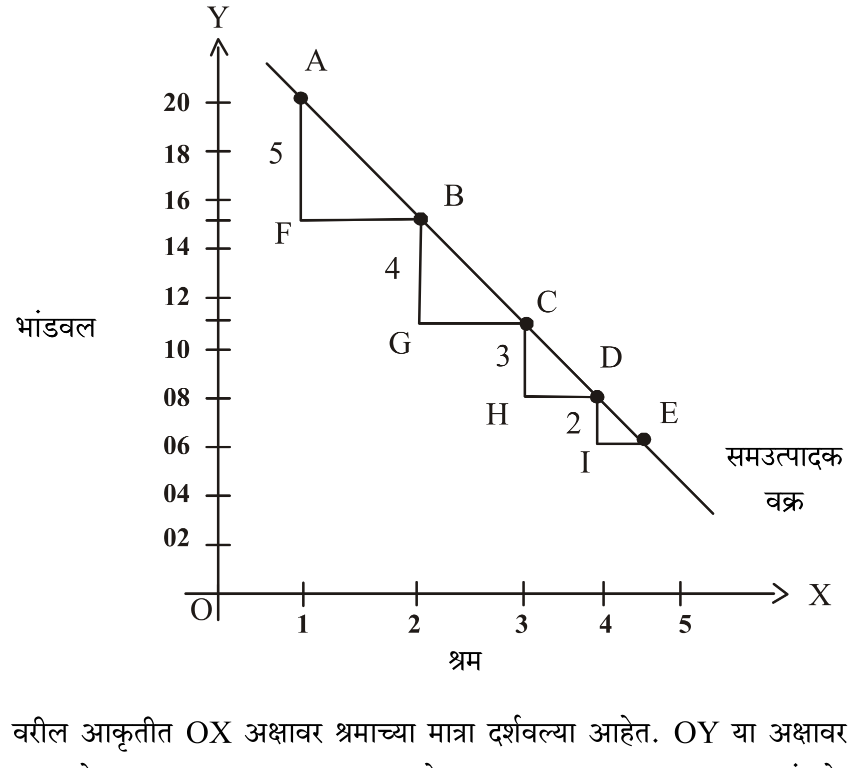
''ज्या दराने दोन उत्पादन घटकांची अदलाबदल उत्पादनाची पातळी समान राहील अशा प्रकारे केली जाते त्या दरास सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर म्हणतात.''

एका उत्पादन घटकाच्या बदल्यात दुसऱ्या उत्पादन घटकाचे बदलले जाणारे प्रमाण म्हणजे सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर होय. एका उत्पादन घटकाऐवजी दुसरा उत्पादन घटक वापरूनही उत्पादनात काहीच फरक पडत नाही.

गट/समूह	कामगार (मात्रा)	भांडवल (मात्रा)	सीमांत पर्यायता दर	उत्पादन (नग)
अ	१	२०	–	२००
ब	२	१५	५:१	२००

क	३	११	४:१	२००
ड	४	०८	३:१	२००
इ	५	०६	२:१	२००

वरील तक्त्यात अ, ब, क, ड, इ इत्यादी उत्पादन घटकांचे विविध संयोग दर्शवले आहेत. यापैकी कोणत्याही संयोगाचा वापर केला तरी उत्पादनाची पातळी सारखीच राहते. उत्पादकाने अ ऐवजी ब संयोग वापरला तरी एकूण उत्पादनात काहीच फरक पडत नाही. उत्पादक कामगारांचे प्रमाण वाढवत जातो आणि भांडवलाचे प्रमाण (एकक) कमी करत जातो. १ अधिक श्रमाची मात्रा मिळवण्यासाठी उत्पादक भांडवलाच्या ५ मात्रा (एकक) कमी करतो. त्यामुळे सीमांत पर्यायता दर ५:१ राहतो. पुढचा १ श्रमिक मिळवण्यासाठी उत्पादक भांडवलाचे ४ एकक कमी करतो. सीमांत पर्यायता दर ४:१ राहतो. अशा प्रकारे श्रमाच्या एककात तसतसे वाढ होत जाते तसतशी भांडवलाचे एकक कमी होत जाते. म्हणजेच सीमांत पर्यायता दर घटत जातो. ५:१, ४:१, ३:१, २:१ याप्रमाणे सीमांत पर्यायता दर घटत गेला आहे. श्रमाचा पुढील एकक मिळवण्यासाठी भांडवलाचे पुढील एकक तो कमी कमी करत जातो.



वरील आकृतीत OX अक्षावर श्रमाच्या मात्रा दर्शवल्या आहेत. OY या अक्षावर भावंडलाच्या मात्रा दर्शवल्या आहेत. AE हा समउत्पादन वक्र आहे. AF, BG, CH, DI ह्या उभ्या लंब रेषा भांडवलाची मात्रा दर्शवतात. FB, GC, HD, IE ह्या आडव्या रेषा श्रमाची मात्रा दर्शवतात. भांडवलाची मात्रा दर्शवणाऱ्या उभ्या

रेषांची उंची क्रमश: कमी कमी होत गेली आहे. कारण श्रमाच्या अधिक एका एककासाठी उत्पादक भांडवलाचा एकक कमी कमी देत जातो. FB, GC, HD आणि IF ह्या रेषा श्रमाची मात्रा दर्शवतात. त्यांची लांबी सारखी असल्याचे दिसते. सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर घटत असल्याने भांडवलाचे एकक दर्शवणाऱ्या उभ्या रेषांची उंची कमी कमी होत गेली आहे.

मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनाचे फायदे–तोटे (Economies of Scale) :

अंतर्गत बचती आणि बाह्य बचती या संकल्पना प्रसिद्ध अर्थतज्ज्ञ प्रा. डॉ. आल्फ्रेड मार्शल यांनी मांउल्या आहेत. या दोन्ही संकल्पनांचा अर्थ पुढील शब्दात स्पष्ट केला आहे.

''मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करण्यामुळे आणि एकाच ठिकाणी अनेक उद्योगसंस्था स्थापन झाल्यामुळे उद्योगसंस्थांना जे फायदे मिळतात, त्यांना अंतर्गत बचती आणि बहिर्गत बचती असे म्हणतात.''

प्रत्येक उद्योगसंस्थेचे उद्दिष्ट जास्तीत जास्त नफा मिळविणे हे असते. त्यासाठी उत्पादक कमी खर्चात मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करण्याचा प्रयत्न करत असतात. मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन केल्याने त्यांना जे फायदे मिळतात, त्या फायद्यांनाच अंतर्गत बचती आणि बाह्य बचती असे म्हणतात.

(अ) अंतर्गत बचती (Internal Economies) **:**

अंतर्गत बचती म्हणजे काय? ते पुढील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

''मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थेला जे विविध फायदे मिळतात त्या फायद्यांना अंतर्गत बचती किंवा अंतर्गत लाभ असे म्हणतात किंवा एखाद्या उद्योसंस्थेच्या मालकाने उद्योगसंस्थेचा आकार वाढविल्याने त्या उद्योगसंस्थेला जे फायदे मिळतात, त्या फायद्यांना अंतर्गत बचती किंवा अंतर्गत मितव्ययता असे म्हणतात.''

अंतर्गत बचती ह्या त्या उद्योग संस्थेच्या आकारमानाशी संबंधित असतात. उद्योगसंस्थेचा आकार मोठा असेल आणि उत्पादनाचे प्रमाण मोठे असेल तर त्या उद्योगसंस्थेला अंतर्गत बचती मोठ्या प्रमाणात मिळतात. मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्था वस्तूची मागणी वाढल्यास उत्पादन वाढवून अधिक नफा मिळवतात. अशा प्रकारे अंतर्गत बचती किंवा अंतर्गत फायदे केवळ त्याच एका विशिष्ट उद्योगसंस्थेला प्राप्त होतात. ज्या उद्योगसंस्थेचा आकार मोठा त्या उद्योगसंस्थेला अंतर्गत फायदे मोठ्या प्रमाणात मिळतात. अंतर्गत बचतीमुळे उत्पादन खर्च कमी येतो. त्यामुळे उद्योगसंस्थेच्या नफ्यात वाढ होते. थोडक्यात, अंतर्गत बचती ह्या फक्त मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थांनाच मिळतात. लहान आकाराच्या उद्योगसंस्थांना मिळत नाहीत. कारण मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थानाच आपल्या वस्तूचा सरासरी खर्च कमी करता येतो. लहान आकाराच्या उद्योगसंस्थांना मिळत नाहीत. कारण मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थानाच आपल्या वस्तूचा सरासरी खर्च कमी करता येतो. लहान आकाराच्या उद्योगसंस्थांना ते शक्य होत नाही. मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थांना मिळणाऱ्या अंतर्गत बचती खालीलप्रमाणे स्पष्ट केल्या आहेत.

१) तांत्रिक बचती (Technical Economics) :

तांत्रिक बचती म्हणजेच तांत्रिक लाभ किंवा तांत्रिक फायदे होय. तांत्रिक बचती म्हणजे काय ते पुढील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

'' मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थांना मोठी व आधुनिक यंत्रे आणि उच्च दर्जाचे तंत्रज्ञान वापरल्याने जे विविध फायदे मिळतात, त्यांना तांत्रिक बचती किंवा तांत्रिक लाभ असे म्हणतात.''

मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थांना खालील तांत्रिक बचती प्राप्त होतात.

१) श्रमविभागणी व विशेषीकरण :

मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थांना श्रमविभागणी व विशेषीकरण उत्तम प्रकारे करता येते आणि त्याचे फायदे मिळवता येतात. मोठ्या उद्योगसंस्थांना अनेक विशेष तज्ज्ञ नेमता येतात. त्यामुळे मोठ्या उद्योगसंस्थांना कमी खर्चात मोठ्या प्रमाणात उत्पादन करणे शक्य होते.

लहान प्रमाणावर उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थांना श्रमविभागणी व विशेषीकरणाचे लाभ फारसे मिळत नाहीत. कारण त्यांना मोठ्या उद्योगसंस्थांप्रमाणे उत्तम प्रकारे श्रमविभागणी व विशेषीकरण करता येत नाही. लहान उद्योगसंस्थांना विविध विषयातील तज्ज्ञ नेमणे परवडत नाही.

२) मोठ्या यंत्रांचा वापर :

मोठ्या उद्योगसंस्थांना मिळणारा दुसरा आणि महत्त्वाचा तांत्रिक फायदा म्हणजे या उद्योगसंस्थांना मोठी यंत्रे बसवता येतात आणि या यंत्राचे फायदे मिळवता येतात. मोठ्या यंत्रामुळे उत्पादनाचा खर्च खूपच कमी येतो. तसेच उत्पादनातही मोठी वाढ होते. मोठ्या यंत्रामुळे वेळेची आणि श्रमाची बचत होते. लहान उद्योगसंथांना मोठी यंत्रे बसवता येत नाहीत. त्यामुळे अशा उद्योगसंस्थांना मोठ्या यंत्रांचे फायदे मिळत नाहीत. थोडक्यात, मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थांनाच मोठी यंत्रे बसवून त्याचे फायदे मिळवता येतात. हे फायदे म्हणजेच तांत्रिक बचती किंवा तांत्रिक लाभ होय.

३) अत्याधुनिक तंत्राचा वापर :

मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्था केवळ मोठी यंत्रेच बसवू शकतात असे नाही तर अत्याधुनिक उत्पादन तंत्रही वापरू शकतात. कारण त्यांची आर्थिक शक्ती खूप मोठी असते. तसेच तंत्रज्ञानात जी सतत सुधारणा होत असते ती सुधारित तंत्रेही वापरता येतात. त्यामुळे त्यांना कमी खर्चात भरपूर उत्पादन करता येते.

लहान आकाराच्या उद्योगसंस्था आधुनिक उत्पादन तंत्र वापरू शकत नाहीत. कारण ते खूप खर्चिक असते. त्यामुळे त्यांना जुन्याच उत्पादन तंत्राच्या सहाय्याने उत्पादन करावे लागते. म्हणून लहान उद्योगसंस्थांना अंतर्गत बचती मिळत नाहीत.

४) उपवस्तूंचे उत्पादन :

मोठ्या उद्योगसंस्था अनेक उप-उत्पादने किंवा उपवस्तू निर्माण करत असतात. उदाहरणार्थ काही कारखाने धुरापासून डांबर बनवतात. अनेक मोठे साखर कारखाने वाया जाणाऱ्या पदार्थापासून अल्कोहोल, स्पिरीट, कागद, खते आणि इंधन वस्तू तयार करतात. त्यामुळे त्यांचा उत्पादन खर्च घटून त्यांना मोठ्या प्रमाणात नफा मिळतो.

लहान उद्योगसंस्थांना मोठ्या उद्योगसंस्थाप्रमाणे उपउत्पादने किंवा दुय्यम वस्तू फारशा करता येत नाहीत. उपउत्पादने / दुय्म वस्तू या टाकाऊ पदार्थापासून तयार केल्या जातात. लहान उद्योगसंस्थांचे टाकाऊ पदार्थाचे प्रमाण कमी असते. तसेच टाकाऊ पदार्थापासून उत्पादने तयार करण्यासाठी लागणारी आर्थिक शक्ती त्यांच्यापाशी नसते. म्हणून लहान उद्योगसंस्थांना उपवस्तू किंवा दुय्यम वस्तू तयार करतात येत नाहीत. मोठ्या उद्योगसंस्थाच फक्त उपउत्पादने तयार करू शकतात व त्याचे फायदे मिळवू शकतात.

५) वस्तूवरील प्रक्रिया :

एकाच वस्तूवर अनेक प्रक्रिया कराव्या लागतात. अशा विविध प्रक्रिया पूर्ण झाल्या की एक वस्तू तयार होते. या सर्व प्रक्रिया पूर्ण झाल्या की एक वस्तू तयार होते. या सर्व प्रक्रिया मोठ्या उद्योगसंस्था स्वत: एका ठिकाणी करत असतात. त्यामुळे त्यांना पक्क्या मालाचा उत्पादन खर्च कमी येऊन नफाही जास्त मिळतो. उदाहरणार्थ, मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्था स्वत:ला लागणाऱ्या कच्च्या मालाचे उत्पादन करत असतात. त्यामुळे पक्क्या मालाचे उत्पादन त्यांना कमी वेळात किंवा कमी खर्चात करता येते.

लहान प्रमाणावर उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थांना बाहेरून वस्तूवर प्रक्रिया करून आणावी लागते. काही सुट्टे भाग (spare parts) बाहेरून विकत आणावे लागतात. त्यामुळे त्यांना पक्का माल तयार करण्यासाठी विलंब होतो. तसेच मालावर बाहेरून प्रक्रिया करून आणावी लागत असल्याने उत्पादनाचा खर्चही जास्त येतो.

६) संशोधन :

मोठ्या उद्योगसंस्थांच्या स्वत:च्या मालकीच्या संशोधन संस्था असतात. या संशोधन संस्थांमध्ये वस्तूशी संबंधित विविध बाबीवर सतत संशोधन चालू असते. त्यामुळे मोठ्या उद्योगसंस्था सतत नवीन नवीन वस्तू निर्माण करू शकतात. अशा प्रकारे मोठ्या उद्योगसंस्था संशोधन संस्था उभारून अनेक फायदे मिळवत असतात. उदाहरणार्थ, नवीन संशोधनामुळे वस्तू कमी खर्चात तयार करता येते. त्यामुळे वस्तू कमी किंमतीत विकता येऊन नफाही मोठ्या प्रमाणात मिळवता येतो.

लहान आकाराच्या उद्योगसंस्थांकडे स्वत:च्या संशोधन संस्था नसतात. शास्त्रज्ञ, तंत्रज्ञ, यंत्रज्ञ यांना नोकरीवर ठेवण्याची त्यांची ऐपत नसते. त्यामुळे मोठ्या उद्योगसंस्थांना संशोधनाचे जे फायदे मिळतात ते लहान उद्योगसंस्थांना मिळत नाहीत.

सारांश, अशा प्रकारे एखाद्या उद्योगसंस्थेचा आकार जसजसा वाढत जातो. तसतसे त्या उद्योगसंस्थेला

मिळणाऱ्या विविध तांत्रिक बचतींचे प्रमाण वाढत जाते. मोठ्या उद्योगसंस्थांना मोठी व आधुनिक यंत्रे बसवता येतात. कॉम्प्युटर्स, लॅपटॉप, इंटरनेट इत्यादींचा पुरेपूर वापर करता येतो. श्रमविभागणी व विशेषीकरण करता येते. टाकाऊ पदार्थापासून उपवस्तू तयार करता येतात. कच्च्या मालाचे उत्पादन करता येते. उत्पादनात सुधारणा करण्यासाठी स्वत:च्या संशोधन संस्था स्थापन करता येतात. या सर्व फायद्यांना तांत्रिक फायदे म्हणतात. यामुळे उद्योगसंस्थांची कार्यक्षमता वाढते. तसेच सरासरी उत्पादन खर्च घटून नफ्यात मोठी वाढ होते.

२) व्यवस्थापकीय बचती (Managerial Economics) :

व्यवस्थापकीय बचती म्हणजेच व्यवस्थापकीय लाभ किंवा व्यवस्थापकीय फायदे होय. मोठ्या उद्योगसंस्थांना व्यवस्थापकीय बचती मोठ्या प्रमाणात मिळतात. मोठ्या उद्योगसंस्था भरपूर पगार देऊन हुषार, तज्ज्ञ किंवा बुद्धीमान व्यक्तींना व्यवस्थापक म्हणून नेमू शकतात. त्यामुळे उद्योगसंस्थेला अनेक फायदे मिळतात. व्यवस्थापन कार्यक्षम होते. कारखान्याचे किंवा उद्योगसंस्थेचे अनेक विभाग असतात. उदाहरणार्थ, जाहिरात विभाग, खरेदी-विक्री विभाग इत्यादी. अशा अनेक विभागात त्या त्या विभागाचे किंवा विषयाचे तज्ज्ञ नेमून त्या तज्ज्ञांच्या तज्ज्ञतेचे फायदे मिळवता येतात. त्यामुळे उद्योगसंस्थेच्या प्रत्येक विभागाची कार्यक्षमता वाढते. तसेच उद्योगसंस्थेच्या एकूण व्यवस्थापनाचीही कार्यक्षमता वाढते. त्यामुळे मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्था कमी खर्चात भरपूर उत्पादन व भरपूर विक्री करून भरपूर नफा मिळवतात. या फायद्यांनाच व्यवस्थापकीय फायदे किंवा व्यवस्थापकीय बचती असे म्हणतात. मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थांना जशा व्यवस्थापकीय बचती मिळतात तशा लहान आकाराच्या उद्योगसंस्थांची आर्थिक कुवत कमी असल्याने या उद्योगसंस्था हुषार व तज्ज्ञ व्यवस्थापक नेमू शकत नाहीत. त्यामुळे त्यांना व्यवस्थापकीय बचती मिळत नाहीत.

३) खरेदी-विक्रीविषयक बचती (Marketing Economics) :

मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थांना कच्च्या मालाच्या खरेदीपासून आणि पक्क्या मालाच्या विक्रीपासून जे फायदे मिळतात, त्यांना खरेदी-विक्रीविषयक बचती असे म्हणतात. मोठ्या उद्योगसंस्थांना कच्चा माल मोठ्या प्रमाणावर लागतो. त्यामुळे त्यांना तो स्वस्तात किंवा कमी किंमतीत मिळतो. तसेच त्यांना वाहतुकीचा खर्चही कमी येतो.

लहान उद्योगसंस्थांचे उत्पादन लहान प्रमाणावर असते. त्यामुळे त्यांची कच्च्या मालाची मागणीही लहान प्रमाणावरच असते. कच्च्या मालाची खरेदी लहान प्रमाणावर असल्याने त्यांना मोठ्या उद्योगसंस्थाप्रमाणे स्वस्तात कच्चा माल मिळत नाही. तसेच त्यांची कच्चा माल खरेदी करण्याची सौदाशक्तीही कमी असते. त्यामुळे त्यांना कच्चा माल कमी किंमतीत मिळत नाही. तसेच लहान उद्योगसंस्था लहान प्रमाणावर कच्चा माल खरेदी करत असल्याने त्यांना मोठ्या उद्योगसंस्थाप्रमाणे वाहतूक भाड्यातही सवलत मिळत नाही. अशा प्रकारे खरेदीविषयक बचती किंवा फायदे केवळ मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थांनाच मिळतात.

मोठ्या उद्योगसंस्थांना ज्याप्रमाणे खरेदीविषयक बचती मिळतात, त्याप्रमाणे विक्रीविषयक बचतीही मिळतात. कारण या उद्योगसंस्था आपल्या पक्क्या मालाची प्रभावी, सतत आणि मोठ्या प्रमाणात जाहिराती

करत असतात. आकर्षक जाहिरातीमुळे मोठ्या उद्योगसंस्थांचा माल त्वरित व मोठ्या प्रमाणात खपतो. तसेच मोठ्या उद्योग संस्था, हुशार व कामसू विक्रेत्यांच्या नेमणूका मोठ्या प्रमाणात करत असतात. देशात तसेच देशाबाहेरही विक्री प्रतिनिधी त्यांच्याकडून नेमले जातात. त्याच बरोबर मोठ्या उद्योगसंस्था बाजारांचे किंवा ग्राहकांचे सर्वेक्षण करून नवीन नवीन ग्राहक शोधून काढतात आणि त्यांच्यापर्यंत माल पोहचवून विक्री वाढवतात व नफाही मोठ्या प्रमाणात मिळवतात. अशा प्रकारे आकर्षक जाहिराती करून, हुषार विक्रेते नेमून आणि नवीन बाजारपेठा शोधून मोठ्या उद्योगसंस्था आपल्या वस्तूचा खप वाढवतात. त्यामुळे त्यांना नफाही जास्त मिळतो.

लहान उद्योगसंस्थांना मोठ्या उद्योगसंस्थाप्रमाणे विक्रीविषयक बचती मिळत नाहीत. कारण त्यांची आर्थिक ताकद कमी असते. लहान उद्योगसंस्था जाहिरातीवर फारसा खर्च करू शकत नाहीत. हुषार व तज्ज्ञ विक्री प्रतिनिधी नेमू शकत नाहीत. तसेच इतर अंतरावरच्या बाजारपेठापर्यंत आपला माल पोहचवू शकत नाहीत. त्यामुळे त्यांना विक्रीविषयक बचती किंवा फायदे मिळत नाहीत.

४) वित्तविषयक बचती (Financial Economics) :

वित्तविषयक बचती म्हणजेच भांडवलविषयक लाभ होय. मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थांना देशातून व देशाबाहेरून कमी व्याज दरात सहज आणि मोठ्या प्रमाणात भांडवल उपलब्ध होते, त्यालाच वित्तविषयक किंवा भांडवलविषयक बचती असे म्हणतात.

मोठ्या उद्योगसंस्थांना देशात व देशाबाहेर मोठी प्रतिष्ठा असते. त्यांची समाजातील पत खूप चांगली असते. या उद्योगसंस्थांनी जनतेची व सरकारची विश्वासार्हता प्राप्त केलेली असते. या मोठ्या उद्योगसंस्थांनी विक्रीस काढलेले शेअर्स आणि कर्जरोखे ताबडतोब खपतात. त्यामुळे त्यांना भांडवल मोठ्या प्रमाणावर व सहज मिळते. तसेच देशातील बँका, विदेशातील बँका यांच्याकडूनही मोठ्या उद्योगसंस्थांना कमी व्याज दरात व भरपूर भांडवल प्राप्त होते. त्यामुळे उद्योगसंस्थांची वाढ जोमाने होऊन उद्योगसंस्थांच्या नफ्यातही वाढ होते.

मोठ्या उद्योगसंस्थांना ज्याप्रमाणे वित्तविषयक बचती मिळतात तेवढ्या प्रमाणात लहान उद्योगसंस्थांना मिळत नाहीत. कारण त्यांची बाजारातील पत कमी असते. त्यांचा फारसा नावलौकिक नसतो. त्यामुळे त्यांचे शेअर्स व कर्जरोखे लवकर खपत नाहीत. त्यामुळे त्यांना पुरेसे भांडवल गोळा करता येत नाही.

५) धोके किंवा जोखीमविषयक बचती :

मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थांना अनेक धोक्यांना तोंड द्यावे लागते. परंतु अशा धोक्यांना तोंड देण्याची क्षमता मोठ्या उद्योगसंस्थापाशी असते. त्यामुळे त्यांना काही बचती किंवा फायदे मिळत असतात. धोकाविषयक बचती म्हणजे काय? ते पुढील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

''विविध धोक्यांना किंवा अनिश्चिततांना समर्थपणे तोंड दिल्याबद्दल मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थांना जे फायदे मिळतात त्यांना धोकेविषयक बचती असे म्हणतात.''

मोठ्या प्रमाणावार उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थांना व्यवसायात खालील धोके पत्करावे लागतात.

१) नवीन स्पर्धकांचा प्रवेश :

जर काही नवीन उद्योगसंस्था स्थापन झाल्या आणि त्या मोठ्या उद्योगसंस्था ज्या वस्तूंचे उत्पादन करतात त्या वस्तूंचे उत्पादन करू लागल्या तर मोठ्या उद्योगसंस्थांची वस्तूची मागणी कमी होण्याचा धोका असतो. परंतु या धोक्यावर मोठ्या उद्योगसंस्थांना मात करता येते. कारण या उद्योगसंस्था केवळ एकाच वस्तूचे उत्पादन करत नसतात तर अनेक वस्तूंचे उत्पादन करत असतात. त्यामुळे मोठ्या उद्योगसंस्थांच्या एक-दोन वस्तूंची मागणी कमी झाली तरी त्यांचे काहीही नुकसान होत नाही. एक-दोन वस्तूंची मागणी कमी झाल्याने आलेला तोटा इतर अनेक वस्तूंच्या विक्रीतून भरून निघतो.

उद्योगात नवीन स्पर्धकांचा प्रवेश झाल्यास लहान आकाराच्या उद्योगसंस्थांना स्पर्धेत टिकून राहणे अवघड जाते. लहान उद्योगसंस्था एक ते दोन किंवा थोड्याच वस्तूंचे उत्पादन करत असतात. त्यामुळे नवीन स्पर्धकांच्या प्रवेशाने त्यांची वस्तूची मागणी कमी होऊन त्यांचे मोठे नुकसान होते. तसे नुकसान मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थांचे होत नाही. कारण मोठ्या उद्योगसंस्था अनेक वस्तूंचे उत्पादन करत असतात.

२) मंदीचा धोका :

बाजारात केव्हा मंदी निर्माण होईल ते निश्चितपणे सांगता येत नाही. मंदीच्या काळात मागणी मोठ्या प्रमाणात घटते व नुकसान होते. परंतु मोठ्या उद्योगसंस्था अशा मंदीच्या धोक्याला समर्थपणे तोंड देऊ शकतात. कारण या उद्योगसंस्थांच्या उत्पादनांना जागतिक बाजारपेठ असते. जगातील अनेक देशात त्या आपली उत्पादने विकत असतात. त्यामुळे स्वदेशात मंदी आली तरी त्या इतर देशात माल विकून मंदीतही टिकून राहू शकतात किंवा जगातील एखाद्या देशात मंदी आली तर या उद्योग संस्था अन्य देशात आपला माल विकून नफ्याचे प्रमाण कमी होऊ देत नाहीत.

लहान आकाराच्या उद्योगसंस्थांना मंदीच्या धोक्याला समर्थपणे तोंड देता येत नाही. मंदीच्या काळात बहुसंख्य लहान उद्योगसंस्था बंद पडतात. तर काही उद्योगसंस्था तोट्यातच कशाबशा चाललेल्या असतात. लहान उद्योगसंस्थांना जागतिक बाजारपेठ प्राप्त झालेली नसल्याने देशात जर मंदी आली तर त्यांना विदेशात वस्तू खपवता येत नाहीत. त्यामुळे मंदीच्या काळात त्यांचे मोठे नुकसान होते.

३) सरकारी धोरण :

भारतासारख्या काही देशात विविध राज्यातील राज्य सरकारांची करविषयक आणि इतर धोरणे सारखी नसतात. त्याचा परिणाम उद्योगसंस्थावर होत असतो. सरकारने करांचे दर किंवा कारखान्यासाठी लागणाऱ्या जमिनींचे भाव वाढवले की, उद्योगसंस्थांचे नुकसान होते. परंतु मोठ्या उद्योगसंस्था अशा धोक्यावर सहज मात करू शकतात. या उद्योगसंस्थांचे मालक ज्या राज्यात करांचे दर कमी आहेत किंवा काही कर माफ आहेत, अशा राज्यात आपल्या उद्योगसंस्थांचे स्थलांतर करतात. त्यामुळे त्यांचे नुकसान होत नाही. उलट त्यांना नफा मोठ्या प्रमाणात मिळतो.

लहान आकाराच्या उद्योगसंस्थांना मात्र सरकारच्या धोरणातील बदलामुळे होणाऱ्या परिणामांना तोंड देता येत नाही. सरकारने करांच्या दरात वाढ केल्यास लहान उद्योगसंस्थांना मोठ्या उद्योगसंस्थाप्रमाणे एका राज्यातून दुसऱ्या राज्यात किंवा एका देशातून दुसऱ्या देशात आपल्या उद्योग संस्थांचे स्थलांतर करता येत नाही. त्यामुळे त्यांचे मोठे नुकसान होते.

४) लोकांची वस्तूची आवड :

लोकांची वस्तूची आवड कमी झाल्याने किंवा फॅशन बदलल्यामुळे वस्तूची मागणी कमी होऊन उत्पादकांचा नफा घटतो. परंतु मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्था अशा धोक्यावर सहज मात करू शकतात. कारण त्या अनेक वस्तूंचे उत्पादन करत असतात. त्यामुळे एखाद्या वस्तूची मागणी घटली तरी इतर वस्तूंची विक्री करून नुकसान भरून काढले जाते.

लहान आकाराच्या उद्योगसंस्था मोठ्या उद्योगसंस्थाप्रमाणे अनेक वस्तूंची निर्मिती करत नसतात. तर एक-दोन वस्तूंचीच निर्मिती करत असतात. या वस्तूंची लोकांची आवड कमी झाली तर त्यांना मोठे नुकसान सहन करावे लागते.

५) अतिरिक्त उत्पादनाचा धोका :

विविध कारणामुळे काही वेळा उद्योगसंस्थांचे उत्पादन अतिरिक्त होते. यामुळे उद्योगसंस्थांचे नुकसान होते. परंतु या धोक्यावर मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्था मात करू शकतात. कारण नवीन बाजारपेठा शोधून अतिरिक्त उत्पादन त्या बाजारपेठात त्या विकू शकतात. तसेच अतिरिक्त उत्पादन खपवण्यासाठी मोठ्या उद्योगसंस्था आपल्या मालाची किंमत कमी करतात. किंमत कमी केल्याने लोकांची वस्तूची मागणी वाढून मोठ्या उद्योगसंस्थाकडील अतिरिक्त उत्पादनाचे साठे कमी होतात.

लहान आकाराच्या उद्योगसंस्थांना विदेशात हक्काच्या बाजारपेठा नसतात. तसेच वाहतूक खर्च जास्त येत असल्याने त्या देशाच्या दूर भागातील ग्राहकापर्यंत पोहचू शकत नाहीत. त्यामुळे अतिरिक्त उत्पादनाचे साठे खपवण्यास लहान उद्योग संस्थांना यश येत नाही.

६) एखाद्या बाजारातील मागणी घटण्याचा धोका :

एखाद्या बाजारातील मागणी कमी होण्याचा धोका असतो. तरीही मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थांचे नुकसान होत नाही. कारण एका बाजारातील वस्तूचा खप कमी झाल्याने जे नुकसान होते, ते नुकसान इतर बाजारात मालाची विक्री करून भरून काढता येते.

लहान आकाराच्या उद्योगसंस्थांचे उत्पादनही लहान प्रमाणावर असते. त्यांच्या उत्पादनाची विक्रीही जवळपासच्या बाजारपेठेत होत असते. तेथून त्यांच्या वस्तूंना मागणी कमी आली तर त्यांना दुसऱ्या हक्काच्या बाजारपेठा नसतात. त्यामुळे लहान उद्योगसंस्था ज्या बाजारपेठात मालाची विक्री करत असतात, त्या बाजारातील मागणी घटल्यास त्यांचे नुकसान होते.

७) अपुरा वीज पुरवठा :

भारतासारख्या देशात वीजेची निर्मिती खूपच कमी असून वीज भारनियमानाचे प्रमाण जास्त आहे. त्यामुळे उत्पादनात खंड पडतो. परंतु मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्था सरकारच्या वीजेवर अवलंबून नसतात. त्या सरकारची वीज न घेता स्वत:ची वीज निर्मिती केंद्रे उभी करतात. त्यामुळे त्यांना अखंड वीज पुरवठा मिळून उत्पादनात खंड पडत नाही.

लहान आकाराच्या उद्योगसंस्थांना नेहमी वीज टंचाईला किंवा वीज भारनियमनाला तोंड द्यावे लागते. त्यांची आर्थिक ताकद कमी असल्याने त्यांना स्वत:च्या मालकीची वीज निर्मिती केंद्रे उभी करता येत नाहीत. त्यामुळे वाढत्या वीज भारनियमनाच्या संकटाला त्यांना तोंड देणे शक्य होत नाही. त्यामुळे त्यांच्या उत्पादनात खंड पडून त्यांचे नफ्याचे प्रमाण कमी होते. तसे मोठ्या उद्योगसंस्थांचे होत नाही.

८) वाहतूकीशी संबंधित धोके :

मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्था रस्ते, रेल्वे, हवाई आणि जलवाहतूकीद्वारे कच्च्या आणि पक्क्या मालाची वाहतूक करत असतात. यापैकी एक किंवा दोन वाहतूक साधनांचे भाडे वाढले तरी मोठ्या उद्योगसंस्थांचे फारसे नुकसान होत नाही. उदाहरणार्थ, रस्ते वाहतुकीचे भाडे वाढले की, मोठ्या उद्योगसंस्थाकडून रेल्वे किंवा जलवाहतुकीच्या साधनांचा जास्त प्रमाणात वापर केला जातो. त्यामुळे त्यांचे नुकसान टळते किंवा वाहतूकदारांचा संप, नैसर्गिक आपत्ती इत्यादी कारणामुळे वाहतूकीचे एखादे साधन वापरता येत नाही. परंतु मोठ्या उद्योगसंस्था वाहुतकीची इतर साधने वापरून ज्या बाजारपेठांत माल पोहचवायचा आहे, त्या बाजारपेठांत वेळेत माल पोहचवतात. त्यामुळे त्यांना नुकसान सहन करावे लागत नाही.

लहान आकाराच्या उद्योगसंस्था केवळ रस्ते वाहतुकीसारख्या साधनांचा वापर करत असतात. डिझेलच्या दरात वाढ झाल्याने किंवा अन्य कारणामुळे रस्ते वाहतूकीचे भाडे वाढले की त्यांचे नुकसान होते. त्यांना आपल्या पक्क्या मालाच्या किंमती वाढवाव्या लागतात. परंतु असे केल्याने त्यांची मागणी घटते. त्यामुळे वाहतूक भाड्यात वाढ झाली की त्यांच्या नफ्याचे प्रमाण कमी होते.

सारांश, अशा प्रकारे तांत्रिक बचती, व्यवस्थापकीय बचती, खरेदी-विक्रीविषयक बचती, भांडवलविषयक बचती आणि धोकाविषयक बचती या पाच प्रकारच्या बचती म्हणजे अंतर्गत बचती होत. या बचतीमुळे मोठ्या उद्योगसंस्थांचा उत्पादनाचा सरासरी खर्च कमी येतो. त्यामुळे त्यांना नफाही खूप जास्त मिळतो. लहान प्रमाणावर उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थांना अंतर्गत फायदे मिळत नाहीत. त्यामुळे त्यांच्या वस्तूचा सरासरी खर्च मोठ्या उद्योगसंस्थापेक्षा जास्त असतो.

बहिर्गत बचती (External Economies) **:**

बहिर्गत बचतीनाच बहिर्गत लाभ किंवा बहिर्गत फायदे असे म्हणतात. अंतर्गत बचती आणि बहिर्गत बचती ह्यामध्ये फरक आहे. अंतर्गत बचती ह्या उद्योगसंस्थेच्या आकारमानाशी संबंधित असतात. म्हणजे

मोठ्या आकाराच्या उद्यागसंस्थांनाच अंतर्गत बचती मिळतात. बहिर्गत बचती ह्या उद्योगसंस्थेच्या आकारमानावर अवलंबून नसतात. तर त्या उद्योगधंद्याच्या वाढीवर अवलंबून असतात.

बहिर्गत बचती म्हणजे काय? :

बहिर्गत बचतीची एक साधी, सोपी व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''**उद्योगसंस्थांच्या केंद्रीकरणामुळे** (Concentration) **किंवा स्थानिकीकरणामुळे** (Localisation) **परिसरातील लहान–मोठ्या अशा सर्व उद्योगसंस्थांना जे विविध फायदे मिळतात, त्या फायद्यांना बाह्य लाभ किंवा बहिर्गत फायदे असे म्हणतात.**''

वरील व्याख्येवरून आपल्या लक्षात येते की, बहिर्गत बचतींचा उद्योगसंस्थेच्या आकारमानाशी काही संबंध नसतो. लहान मोठ्या अशा सर्वच उद्योगसंस्थांना जे फायदे मिळतात त्यांना बहिर्गत बचती असे म्हणतात. बहिर्गत बचतींची आणखी एक व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''**उद्योगसंस्थांचा विस्तार झाल्यामुळे किंवा उद्योगसंस्थांची संख्यात्मक वाढ झाल्यामुळे सर्व उद्योगसंस्थांना जे फायदे मिळतात त्या फायद्यांना बहिर्गत बचती किंवा बहिर्गत फायदे असे म्हणतात.**''

बाह्य फायदे / बहिर्गत बचती :

विविध प्रकारच्या उद्योगसंस्थांना कोणकोणते बहिर्गत फायदे मिळतात आणि ते का मिळतात त्याचे स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

१) स्थानिकीकरणाच्या बचती :

स्थानिकीकरणाच्या बचतीनाच केंद्रीकरणाच्या बचती असे म्हणतात. एखाद्या विशिष्ट भागात किंवा एकाच ठिकाणी विविध वस्तूंचे उत्पादन करणाऱ्या अनेक उद्योगसंस्था जेव्हा स्थापन होतात तेव्हा त्यास उद्योगसंस्थांचे स्थानिकीकरण किंवा केंद्रीकरण असे म्हणतात. किंवा जेव्हा एखाद्या उद्योगाच्या अनेक उद्योगसंस्था स्थापन होतात तेव्हा त्यास स्थानिकीकरण किंवा केंद्रीकरण असे म्हणतात आणि त्यामुळे उद्योगसंस्थांना जे विविध फायदे मिळतात त्या फायद्यांना स्थानिकीकरणामुळे मिळणारे फायदे किंवा स्थानिकीकरणाच्या बचती असे म्हणतात. स्थानिकीकरणामुळे मिळणाऱ्या फायद्यांना बाह्य बचती म्हणतात. कारण हे फायदे सर्वच लहान मोठ्या उद्योगसंस्थांना मिळत असतात. हे फायदे उद्योगसंस्थेच्या आकारमानाशी संबंधित नसतात.

उद्योग (Industry) आणि उद्योगसंस्था (firm) यामध्ये फरक आहे. उद्योगाला 'धंदा' किंवा 'उद्योगधंदा' असेही म्हणतात. उदाहरणार्थ, कापड उद्योग किंवा कापड धंदा. कापड उद्योग, साखर उद्योग, सिमेंट उद्योग, कागद उद्योग असे अनेक उद्योग देशात अस्तित्वात असतात. समजा, देशात २००० एकूण कापड गिरण्या असतील तर या सर्व कापड गिरण्यांना मिळून १ कापड उद्योग असे म्हणतात. आणि त्या कापड उद्योगातील १ कापड गिरणी म्हणजे १ उद्योगसंस्था होय. अशा प्रकारे एखाद्या उद्योगाच्या अनेक उद्योगसंस्था स्थापन होणे म्हणजे उद्योगाचे स्थानिकीकरण होय. अनेक उद्योगांच्या अनेक उद्योगसंस्था एका ठिकाणी स्थापन

होतात तेंव्हा उद्योगांचे किंवा उद्योगसंस्थांचे स्थानिकीकरण (केंद्रीकरण) घडून येते. उद्योगांच्या केंद्रीकरणामुळे मिळणारे फायदे थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

(अ) कुशल मजुरांची उपलब्धता :

जेव्हा एखाद्या ठिकाणी एखाद्या उद्योगाच्या अनेक उद्योगसंस्था सथापन होतात तेव्हा सर्व उद्योगसंस्थांना कुशल मजूर सहज उपलब्ध होतात. ज्या ठिकाणी उद्योगांचे केंद्रीकरण घडून आलेले असते त्या ठिकाणी काम मिळवण्यासाठी विविध ठिकाणचे कुशल, अकुशल मजूर धाव घेत असतात. त्यामुळे उद्योगसंस्थांना कुशल आणि अकुशल मजूर उपलब्ध होतात. उद्योगांच्या केंद्रीकरणाचा आणखी एक फायदा म्हणजे त्या ठिकाणी अकुशल मजुरांना कुशल बनवणारी प्रशिक्षण केंद्रे सुरू होतात. त्यामुळे कुशल मजुरांचा पुरवठा वाढतो. त्यामुळे कुशल मजुरांची टंचाई कमी होते. अशा प्रकारे उद्योगांच्या केंद्रीकरणामुळे लहान आणि मोठ्या अशा सर्वच प्रकारच्या उद्योगसंस्थांना कुशल, अकुशल मजूर उपलब्ध होतात.

(ब) वाहतूक सुविधेचा लाभ :

उद्योगधंद्यांच्या केंद्रीकरणामुळे उद्योगसंस्थांना वाहतुकीची जलद व स्वस्त सेवा मिळते. त्यांना कमी खर्चात वाहतूक सुविधा मिळते. एकाच विशिष्ट ठिकाणी अनेक उद्योगसंस्था स्थापन झाल्यामुळे कच्चा माल आणण्यासाठी वापरलेल्या वाहनातून पक्का माल पाठवता येतो. त्यामुळे वाहतूक खर्च कमी येतो. तसेच एकाच विशिष्ट ठिकाणी अनेक उद्योगसंस्था मोठ्या संख्येने स्थापन झालेल्या असल्यामुळे उद्योगसंस्थांना ट्रक, टेंपो, इत्यादी माल वाहतूक साधने पुरेशा प्रमाणात आणि सहज उपलब्ध होतात.

(क) इतर फायदे :

उद्योगसंस्थांच्या केंद्रीकरणामुळे उद्योगसंस्थांना इतरही फायदे मिळतात. उदाहरणार्थ, ज्या ठिकाणी उद्योगसंस्थांचे केंद्रीकरण झालेले आहे त्या ठिकाणी उद्योगसंस्थांना सरकारकडून रस्ते, वीज, पाणी इत्यादी सुविधा उपलब्ध करून दिल्या जातात. त्याचा फायदा सर्व उद्योगसंस्थांना होतो. तसेच उद्योगसंस्थांचे केंद्रीकरण झालेल्या भागात प्रक्रिया करणाऱ्या संस्था, कच्चा माल पुरवणाऱ्या संस्था, मोठ्या उद्योगांना उपयुक्त सेवा पुरवणाऱ्या संस्था निर्माण होतात. त्याचा फायदा सर्वच उद्योगसंस्थांना मिळतो.

२) माहितीविषयक बचती :

जेव्हा एकाच ठिकाणी अनेक उद्योगसंस्था स्थापन होतात तेव्हा त्या उद्योगसंस्थांना बाजारपेठेची संपूर्ण माहिती मिळते. या सर्व उद्योगसंस्था एकत्र येऊन कोणत्या वस्तूला ग्राहकांची किती मागणी आहे? विविध वस्तूंच्या किंमती काय आहेत? विविध करांचे दर काय आहेत इत्यादी बाबतची आकडेवारी गोळा करत असतात. तसेच एकाच ठिकाणी स्थापन झालेल्या उद्योगसंस्था विविध प्रकारची मासिके, वार्षिके काढून त्या मार्फत उपयुक्त आकवाडेवारी सतत प्रसिद्ध करतात. त्याचा फायदा जेथे उद्योगसंस्थांचे केंद्रीकरण झालेले आहे, तेथील सर्व उद्योगसंस्थांना होतो.

३) विशेषीकरणाच्या बचती :

जेव्हा एकाच ठिकाणी अनेक उद्योगसंस्था निघतात तेव्हा तेथील सर्व उद्योगसंस्थांना विशेषीकरणाचे लाभ मिळतात. एखादी वस्तू तयार करण्यासाठी त्या वस्तूवर अनेक प्रक्रिया कराव्या लागतात. त्या प्रक्रिया करण्यासाठी विविध तज्ज्ञ आवश्यक असतात. एकाच ठिकाणी अनेक उद्योगसंस्था स्थापन झाल्या की असे तज्ज्ञ उद्योगसंस्थांना उपलब्ध होतात. त्यामुळे ज्या त्या विषयातील किंवा क्षेत्रातील तज्ज्ञांकडून उत्पादनाशी संबंधित वेगवेगळी कामे केली जातात. त्यामुळे कमी वेळात आणि कमी खर्चात चांगल्या दर्जाचे उत्पादन करता येते. त्यामुळे उद्योगसंस्थांची विक्री वाढून नफाही वाढतो.

४) संशोधन संस्था :

एखाद्या विशिष्ट भागात जेव्हा अनेक उद्योगसंस्था स्थापन होतात तेव्हा सर्व उद्योगसंस्था मिळून संशोधन संस्था स्थापन करतात. या संशोधन संस्थेत उत्पादनाशी संबंधित विविध बाबीवर संशोधन केले जाते. उदाहरणार्थ, कच्चा माल, पक्क्या मालाची विक्री व्यवस्था, व्यवस्थापन इत्यादी बाबत अव्याहत संशोधन केले जाते. त्या संशोधनाचे लाभ सर्व उद्योगसंस्थांना मिळतात. त्यामुळे त्यांच्या वस्तूची गुणवत्ता वाढून मालाची विक्रीही वाढते. त्यामुळे त्यांच्या नफ्यात वाढ घडून येते.

५) प्रशिक्षण संस्था :

उद्योगसंस्थांना प्रशिक्षित अधिकारी व कर्मचाऱ्यांची आवश्यकता असते. एकाच ठिकाणी अनेक उद्योगसंस्था स्थापन झाल्यामुळे तेथील सर्व उद्योगसंस्थांना असे प्रशिक्षित अधिकारी व कर्मचारी सहज उपलब्ध होतात. कारण तेथील मोठ्या उद्योगसंस्था पुढाकार घेऊन प्रशिक्षण संस्था स्थापन करतात. या प्रशिक्षण संस्थामध्ये अप्रशिक्षित कामगार व अधिकाऱ्यांना प्रशिक्षण दिले जाते. त्यामुळे सर्वच उद्योग संस्थांचा फायदा होतो. प्रशिक्षित अधिकारी व कर्मचाऱ्यांमुळे उत्पादनात वाढ होते. तसेच गुणवत्तेतही सुधारणा होते.

६) पूरक उद्योगांची स्थापना :

जेव्हा एकाच ठिकाणी अनेक उद्योगसंस्था स्थापन होतात तेव्हा तेथे पूरक उद्योगांचीही वाढ होते. उदाहरणार्थ, एखाद्या तालुक्यात दोन-तीन साखर कारखाने असतील तर तेथे एखादा कागद उद्योग किंवा खत उद्योग निघू शकतो. साखर कारखान्यातील चिपाडापासून कागद तयार करता येतो. तसेच मळीपासून खत तयार करता येते. मळीपासून इथेनॉल सुद्धा तयार करता येते. अशा प्रकारे एकाच ठिकाणी अनेक उद्योगसंस्था स्थापन झाल्यामुळे कागद, खत, इथेनॉल इत्यादी वस्तूंचे उद्योग स्थापन होतात. त्यामुळे मोठ्या उद्योगसंस्थांचा फायदा होतो. कारण त्यांच्या चिपाडाला किंवा बगॅसला तसेच मळीला गिऱ्हाईक मिळते. तसेच या वस्तूवर प्रक्रिया करणाऱ्या पूरक उद्योगांनाही फायदा होतो. कारण त्यांना स्वस्तात कच्चा माल मिळतो. तसेच एखाद्या ठिकाणी अनेक उद्योग संस्था स्थापन होतात तेव्हा त्या उद्योगसंस्थांना लागणारे स्पेअर पार्टस् बनवणारे उद्योगही सुरू होतात.

सारांश :

अशा प्रकारे स्थानियीकरणाच्या बचती, माहितीविषयक बचती, विशेषीकरणाच्या बचती इत्यादी विविध बचती म्हणजे बाह्य बचती किंवा बहिर्गत लाभ होय. उद्योग संस्थांचे केंद्रीकरण किंवा स्थानियीकरण घडून आले की हे लाभ मिळतात. म्हणजेच एकाच ठिकाणी अनेक उद्योग संस्था स्थापन झाल्या की तेथील सर्व उद्योगसंस्थांना हे बाह्य लाभ मिळतात. हे लाभ मोठ्या तसेच लहान आकाराच्या उद्योग संस्थानाही मिळतात. म्हणून त्यांना बहिर्गत लाभ असे म्हणतात.

उत्पादन प्रमाणाच्या बेबचती (Diseconomies of Scale) **:**

उत्पादन प्रमाणाच्या बेबचतींनाच 'मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनाचे तोटे' असेही म्हणतात. ज्याप्रमाणे उद्योगसंस्थांना मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनाचे फायदे किंवा बचती मिळतात त्याप्रमाणे काही तोटे देखील सहन करावे लागतात. या तोट्यांनाच बेचबती असेही म्हणतात. या बेबचती अंतर्गत बेबचती व बाह्य बेबचती अशा दोन प्रकारच्या असतात.

जेव्हा उद्योगसंस्थेचे उत्पादन पर्याप्त उत्पादन प्रमाणापेक्षा जास्त होते तेव्हा उद्योगसंस्थेला अंतर्गत आणि बाह्य तोटे सहन करावे लागतात. या अंतर्गत आणि बाह्य तोट्यांचे स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

(अ) अंतर्गत बेबचती (Internal Diseconomies) **:**

अंतर्गत बेबचतीनाच अंतर्गत तोटे असेही म्हणतात. अंतर्गत बेबचती म्हणजे काय? ते पुढील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

''**उत्पादनाची पर्याप्त पातळी गाठल्यानंतरही उत्पादन चालू ठेवणाऱ्या मोठ्या उद्योगसंस्थेला जे नुकसान होते किंवा जे काही तोटे होतात, त्या तोट्यांना अंतर्गत बेबचती असे म्हणतात.**''

मोठ्या उद्योगसंस्थांना खालील अंतर्गत तोटे सहन करावे लागतात.

१) व्यवस्थापकीय बेबचती :

उद्योगसंस्थेने विशिष्ट मर्यादेपेक्षा जास्त उत्पादन केल्यास उद्योगसंस्थेच्या व्यवस्थापनाची कार्यक्षमता कमी होते. कारण प्रमाणापेक्षा जादा उत्पादन केल्याने व्यवस्थापनावर ताण पडतो. व्यवस्थापनात अकार्यक्षमता निर्माण होते. व्यवस्थापनाला वेळच्या वेळी व अचूक निर्णय घेता येत नाहीत. उद्योगसंस्थेच्या कामात एकसूत्रीपणा राहत नाही. व्यवस्थापकांना कच्च्या मालाच्या वापरावर योग्य ती देखरेख करता येत नाही. तसेच तयार झालेला पक्का माल त्वरित किंवा वेळेत बाजारात पाठवणे शक्य होत नाही. या तोट्यांनाच व्यवस्थापकीय तोटे असे म्हणतात. व्यवस्थापकीय बेबचतीमुळे उद्योगसंस्थेचा उत्पादनाचा खर्च वाढून नफ्याचे प्रमाण घटते.

२) तांत्रिक बेबचती :

तांत्रिक बेबचतींनाच तांत्रिक तोटे असेही म्हणतात. मोठ्या उद्योगसंस्था जेव्हा प्रमाणापेक्षा जास्त उत्पादन

करू लागतात तेव्हा यंत्रसामग्रीवर ताण पडतो. यंत्रावर अतिरिक्त उत्पादन केल्याने यंत्रे नादुरुस्त होण्याचे प्रमाण वाढते. यंत्रांची लवकर झीज होते. यंत्रे लवकरच निकामी होतात. त्यामुळे उद्योगसंस्थेचा उत्पादन खर्च वाढतो. या तोट्यांनाच तांत्रिक बेबचती असे म्हणतात.

३) मालक–मजूर संघर्ष :

मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थामुळे औद्योगिक अशांतता निर्माण होते. उद्योगसंस्थेने आपला आकार प्रमाणापेक्षा जास्त मोठा वाढवल्यास मालक व कामगार यांच्यात सौहार्दाचे संबंध राहत नाहीत. मजुरांच्या न्याय्य मागण्याकडेही मालक वर्गाकडून दुर्लक्ष होते. त्यामुळे मजूर संप, हरताळ, घेराव यासारखे मार्ग अवलंबतात. त्यामुळे उद्योगसंस्थेच्या उत्पादनात खंड पडून उद्योगसंस्थेचे नुकसान होते.

४) उत्पादन साधनांची टंचाई :

मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थांना उत्पादन साधनांच्या टंचाईला तोंड द्यावे लागते. विशिष्ट प्रमाणापेक्षा जास्त उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थांना उत्पादनाची साधने पुरेशा प्रमाणात मिळत नाहीत. जादा किंमत देऊन उत्पादन साधने मिळवावी लागतात. त्यामुळे उद्योगसंस्थेचा पक्क्या मालाचा निर्मिती खर्च वाढून नफ्याचे प्रमाण घटते.

५) वित्तविषयक समस्या :

मोठ्या उद्योगसंस्थांना मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करण्यासाठी भांडवलाची किंवा कर्जाची आवश्यकता असते. चढ्या व्याजाने किंवा जास्त व्याजाने कर्ज घ्यावे लागल्यास उत्पादन खर्च वाढून उद्योगसंस्थेचे नफ्याचे प्रमाण कमी होते.

अशा प्रकारे विशिष्ट प्रमाणापेक्षा जास्त उत्पादन करणाऱ्या मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थांना वरीलप्रमाणे विविध अंतर्गत तोटे सहन करावे लागतात. त्यामुळे त्यांचा उत्पादन व्यय वाढून लाभाचे प्रमाण कमी होते.

(ब) बहिर्गत बेबचती (External Diseconomies) **:**

बहिर्गत बेबचतींनाच बाह्य तोटे असेही म्हणतात. जेव्हा एकाच ठिकाणी अनेक उद्योगसंस्था स्थापन होतात तेव्हा त्यास उद्योगाचे स्थानिकीकरण किंवा केंद्रीकरण असे म्हणतात. स्थानिकीकरणामुळे उद्योगसंस्थांना जशा बचती मिळतात, तशा बेबचती सुद्धा उद्भवतात. बहिर्गत बेबचती म्हणजे काय? ते खालील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

''उद्योगाच्या अतिरिक्त स्थानिकीकरणामुळे काही काळानंतर उद्योगसंस्थांना जे तोटे होऊ लागतात, त्या तोट्यांना बाह्य तोटे किंवा बहिर्गत तोटे असे म्हणतात.''

उद्योगसंस्थांचे बहिर्गत तोटे खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१) वाहतूकविषयक समस्या :

एखाद्या विशिष्ट ठिकाणी प्रमाणापेक्षा जास्त उद्योगसंस्था स्थापन झाल्यास वाहतूकीच्या साधनावर मोठा

ताण पडतो. वाहतुकीची साधने पुरेशी व वेळेत मिळत नाहीत. त्यामुळे पक्का माल वेळेवर बाजारात पाठवता येत नाही. तसेच कच्चा माल वेळेत कारखान्यात पोहोच होत नाही. त्याचबरोबर वाहतूक कंपन्या वाहतुकीचे भाडेही वाढवतात. त्यामुळे उद्योगसंस्थांचे आर्थिक नुकसान होते.

२) जमिनीच्या किंमतीत वाढ :

उद्योगाचे अतिरिक्त किंवा गरजेपेक्षा जास्त स्थानिकीकरण घडून आले की, त्या परिसरातील जागेच्या किंमती वाढतात. त्यामुळे उत्पादन खर्च वाढून उद्योग संस्थेच्या नफ्याचे प्रमाण कमी होते.

३) कामगार टंचाई :

एखाद्या विशिष्ट ठिकाणी गरजेपेक्षा किंवा प्रमाणापेक्षा जास्त उद्योगसंस्था स्थापन झाल्या की सर्वच उद्योगसंस्थांना मजूरांची किंवा कामगारांची टंचाई जाणवू लागते. अतिरिक्त स्थानिकीकरणामुळे कामगारांची मागणी जास्त आणि पुरवठा कमी अशी स्थिती निर्माण होते. त्यामुळे मजुरीत वाढ होऊन उद्योगसंस्थांचा उत्पादन खर्च वाढतो.

४) कच्च्या मालाच्या किंमतीत वाढ :

अतिरिक्त स्थानिकीकरणामुळे म्हणजेच एकाच क्षेत्रात मोठ्या प्रमाणावर कारखाने स्थापन झाल्यामुळे कारखान्यांना कच्च्या मालाची टंचाई जाणवते. तसेच कच्च्या मालाला मागणी जास्त असल्याने कच्चा माल पुरवणारे कच्च्या मालाच्या किंमती वाढवतात. त्यामुळे उद्योगसंस्थांच्या पक्क्या मालाचा उत्पादन खर्च वाढतो.

५) वित्तीय समस्या :

एकाच परिसरात अनेक कारखाने स्थापन झाले की तेथील बँक व्यवसायावर ताण पडतो. या बँका सर्वच उद्योगसंस्थांना पुरेसा व वेळेत कर्जपुरवठा करू शकत नाहीत. त्यामुळे कारखान्यांना भांडवलाच्या समस्येला तोंड द्यावे लागते.

६) वीज टंचाई :

जेव्हा एकाच ठिकाणी गरजेपेक्षा जास्त कारखाने स्थापन होतात तेव्हा वीजेची टंचाई भासू लागते. वीजेची मागणी जास्त व पुरवठा कमी अशी स्थिती निर्माण होते. त्यामुळे वीजेचे दर वाढतात. वीज दर वाढल्याने उद्योगसंस्थेचा उत्पादन खर्च वाढतो.

सारांश, अशा प्रकारे उद्योगाचे अतिरिक्त केंद्रीकरण किंवा स्थानिकीकरण घडून आले की, सर्वच उद्योगसंस्थांना वरीलप्रमाणे बहिर्गत तोट्यांना तोंड द्यावे लागते. त्यामुळे उद्योगसंस्थांचा उत्पादन खर्च वाढून नफा कमी होतो.

४.२.३ बदलत्या प्रमाणाचा नियम (Law of Variable Proportions) :

प्रास्ताविक :

बदलत्या प्रमाणाचा नियम हा उत्पादन फलनाच्या सिद्धांतापैकी एक सिद्धांत आहे. बदलत्या प्रमाणाच्या

नियमास 'उत्पादन फलाचा आधुनिक सिद्धांत, 'अप्रमाणशीर उत्पादनाचा नियम', 'असमप्रमाण प्रत्ययाचा नियम' (Law of Non Proportionate output) असेही म्हणतात. बदलत्या प्रमाणाच्या नियमाला 'अल्पकालीन उत्पादन फलाचा सिद्धांत' म्हणतात. कारण हा सिद्धांत अल्पकाळ गृहीत धरून मांडला आहे. सनातनवादी अर्थशास्त्रज्ञांनी उत्पादन फलाचे तीन स्वतंत्र सिद्धांत मांडले आहेत. (१) वाढत्या उत्पादन फलाचा नियम (२) स्थिर उत्पादन फलाचा नियम आणि (३) घटत्या उत्पादन फलाचा नियम. परंतु आधुनिक अर्थशास्त्रज्ञांनी उत्पादन फलाचा एकच नियम मांडला आहे आणि तो म्हणजे बदलत्या प्रमाणाचा नियम होय. बदलत्या प्रमाणाच्या नियमात सनातनवाद्यांनी वेगवेगळ्या सिद्धांतात मांडलेल्या वाढते फल, स्थिर फल आणि घटते फल या अवस्था आधुनिक अर्थशास्त्रज्ञांनी एकाच नियमात दाखवून दिल्या आहेत. म्हणून या नियमाला बदलत्या प्रामणाचा नियम किंवा उत्पादन फलाचा आधुनिक सिद्धांत असे म्हणतात. आदान (input) आणि प्रदान (output) यांच्यात कोणते व कसे संबंध असतात हे बदलत्या प्रमाणाच्या नियमावरून समजते. उत्पादन घटकांच्या मात्रेत किंवा आदानांच्या मात्रेत बदल केल्यानंतर त्याचा उत्पादनावर काय परिणाम होतो हे आपणास या नियमावरूनच समजते. प्रा. जे. एस. बेन, प्रा. बेनहॉम, प्रा लिप्से, प्रा. बोल्डिंग, प्रा. सॅम्युअलसन, प्रा. स्टिगलर इत्यादी विविध अर्थशास्त्रज्ञांनी या नियमाच्या विकासात मोलाची भर घातली आहे. बदलत्या प्रमाणाचा नियम हा प्रा. मार्शल यांच्या घटत्या उत्पादन फलाच्या नियमाची सुधारित आवृत्ती मानली जाते. माल्थस यांनी मांडलेला घटत्या उत्पादन फलाचा नियम मार्शल यांनी विकसित केला. बदलत्या प्रमाणाचा नियम केवळ कृषी क्षेत्राला लागू पडत नसून तो उद्योगक्षेत्राला सुद्धा लागू पडतो हे ह्या नियमाचे महत्त्व व वैशिष्ट्य आहे.

नियमाची गृहिते :

बदलत्या प्रमाणाचा नियम पाहण्यापूर्वी या नियमाची गृहीते पाहणे आवश्यक आहे. ही गृहीते खाली दिली आहेत. ही गृहीत परिस्थिती आढळून आली तरच हा नियम खरा ठरतो.

१) **अल्पकाळ :** सिद्धांतकर्त्यांनी अल्पकाळ विचारात घेऊन हा नियम मांडला आहे. म्हणून या नियमास अल्पकालीन उत्पादन फलन असेही म्हणतात.

२) **इतर घटक स्थिर :** उत्पादनाचे इतर घटक स्थिर ठेवून एका घटकात बदल केला जातो.

३) **उत्पादनाचे तंत्र स्थिर :** उत्पादनाचे तंत्रज्ञान स्थिर असते. तंत्रज्ञानात कोणताही बदल होत नाही.

४) **एकजिनसीपणा :** बदलत्या उत्पादन घटकांचे सर्व नग एकजिनसी असतात. बदलत्या उत्पादन घटकांचे सर्व नग दर्जा, आकार आणि कार्यक्षमता याबाबतीत एकजिनसी असतात.

५) **विभाज्यता :** उपलब्ध उत्पादन घटकांचे योग्य प्रमाणात विभाजन करता येते.

६) **चांगली उत्पादन पद्धती :** उद्योगसंस्था उत्पादनासाठी चांगले तंत्रज्ञान वापरते. योग्य किंवा चांगल्या उत्पादन पद्धतीचा वापर करून उद्योगसंस्था उत्पादन करते.

७) **उत्पादन (सीमांत, सरासरी इत्यादी) मोजमाप :** सीमांत उत्पादन, सरासरी उत्पादन यांचे मापन भौतिक परिमाणात (क्विंटल, टन इत्यादी) करता येते.

बदलत्या प्रमाणाच्या नियमाची मध्यवर्ती कल्पना :

बदलत्या प्रमाणाच्या नियमाची मध्यवर्ती कल्पना खालील शब्दात मांडली आहे.

''उत्पादनाचे इतर घटक स्थिर ठेवून एका उत्पादन घटकाच्या प्रमाणात क्रमश: वाढ करीत गेल्यानंतर एका विशिष्ट मर्यादेनंतर उत्पादनात होणाऱ्या वाढीचा वेग घटत जातो, म्हणजेच सीमांत उत्पादन घटत जाते.''

प्रा. बोल्डिंग (Prof. Boulding) **:**

प्रा. बोल्डिंग यांनी बदलत्या प्रमाणाचा नियम खालील शब्दात मांडला आहे.

''जर आपण इतर आदाने स्थिर ठेवून एका आदानाच्या मात्रेत (संख्येत) वाढ केली तर त्या आदानाची (बदलत्या घटकाची) सीमांत वास्तव उत्पादकता शेवटी शेवटी कमी कमी होत जाते.'' (According to Prof. Boulding, "As we increase the quantity of any one input which is combined with a fixed quantity of the other inputs, the marginal physical productivity of the variable input must eventually decline.")

प्रा. बेनहॅम (Prof. Benham) **:**

प्रा. बेनहॅम यांनी बदलत्या प्रमाणाचा नियम खालील शब्दात मांडला आहे.

''उत्पादन घटकापैकी एका घटकाच्या प्रमाणात वाढ करीत गेल्यानंतर विशिष्ट बिंदूनंतर त्या बदलत्या घटकापासून प्राप्त होणारे सीमांत उत्पादन आणि सरासरी उत्पादन घटत जाते.'' (According to Prof. Benham, "As the proportion of one factor in the combination of factors is increased, after a point the marginal and average product of that factor will diminesh.")

प्रा. स्टिगलर :

प्रा. स्टिगलर यांनी बदलत्या प्रमाणाच्या नियमाची मध्यवर्ती कल्पना खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''इतर उत्पादन घटकांच्या उत्पादन सेवा स्थिर ठेवून, एका उत्पादन घटकाचे प्रमाण सारख्याच प्रमाणात वाढवत गेल्यानंतर एका विशिष्ट बिंदूनंतर उत्पादनात घडून येणाऱ्या वाढीचे प्रमाण घटत जाते, म्हणजेच त्या दिलेल्या घटकाची सीमांत उत्पादकता घटत जाते.'' (According to Prof. Stigler, "As equal increments of one input are added, the input of other productive services being held constant, beyond a certain point the resulting increments of product will decrease, i. e. the marginal products will diminish.")

बदलत्या प्रमाणाचा नियम म्हणजे अल्पकालीन उत्पादन फलनाचा नियम होय. हा सिद्धांत अल्पकाळातच

लागू पडतो. अल्पकाळात स्थिर उत्पादन घटकात वाढ किंवा घट करता येत नाही. अल्पकाळात स्थिर उत्पादन घटक आणि बदलते उत्पादन घटक असे उत्पादन घटकांचे दोन प्रकार पडतात. स्थिर घटकात कारखान्याची इमारत, यंत्रसामग्री, भूमी (जमीन), संयोजन, तंत्रज्ञान या घटकांचा समावेश होतो. तर बदलत्या घटकात कामगार, इंधन, कच्चा माल या घटकांचा समावेश होतो. अल्पकाळात वस्तूची मागणी वाढली तर उत्पादक बदलत्या उत्पादन घटकांची मात्रा वाढवून जेवढे शक्य आहे तेवढे अधिक उत्पादन करण्याचा प्रयत्न करतात.

अल्पकाळात स्थिर घटक स्थिर ठेवून उत्पादकाने बदलत्या घटकाच्या प्रमाणात (मात्रेत) वाढ केली असता उत्पादनात एकसारखी वाढ होत नाही. तर सुरवातीला एकूण उत्पादन, सरासरी उत्पादन आणि सीमांत उत्पादन घटत जाते व शेवटी ते उणे होते. अशा प्रकारे उत्पादनाच्या प्रक्रियेत बदलत्या उत्पादन घटकांचे प्रमाण एकसारखे वाढवून सुद्धा उत्पादनात मात्र एकसारखी वाढ होत नाही. म्हणून या नियमाला 'बदलत्या प्रमाणाचा नियम' असे म्हणतात.

अल्पकाळात उत्पादनाच्या स्थिर घटकांच्या मात्रा स्थिर ठेवून बदलत्या घटकांच्या मात्रा वाढवल्या असता किंवा कमी केल्या असता त्याचा उत्पादनावर काय परिणाम होतो, ते बदलत्या प्रमाणाच्या नियमात स्पष्ट केले आहे. अशा प्रकारे बदलत्या प्रमाणाचा नियम अल्पकाळ गृहीत धरून मांडला आहे. म्हणून बदलत्या प्रमाणाच्या नियमाला '**अल्पकालीन उत्पादन फलन**' (Shortrun production function) असे म्हणतात.

ग्राहकांकडून वस्तूच्या मागणीत वाढ झाल्यास उत्पादकांना उत्पादन वाढवण्याचा निर्णय घ्यावा लागतो. त्यासाठी आदानांच्या (उत्पादन घटकांच्या) मात्रेत वाढ करावी लागते. दीर्घकाळात हे शक्य असते. परंतु अल्पकाळ हा खूपच लहान कालावधी असल्याने अल्पकाळात उत्पादनाच्या स्थिर घटकात वाढ किंवा घट करता येत नाही. परंतु अल्पकाळात बदलत्या उत्पादन घटकात मात्र वाढ किंवा घट करता येते.

उदाहरणाच्या साहाय्याने स्पष्टीकरण :

एका उदाहरणाच्या साहाय्याने बदलत्या प्रमाणाचा नियम आपणास अधिक चांगल्या प्रकारे स्पष्ट करून सांगता येईल. समजा A हा शेतकरी आहे. त्याला ज्वारीचे उत्पादन करावयाचे आहे. त्याच्याकडे २ एकर शेतजमीन आहे. शेतजमीन हा स्थिर घटक आहे. कारण अल्पकाळात त्यात वाढ किंवा घट करता येत नाही. भांडवल आणि संयोजन हेही अल्पकाळात स्थिर घटक असतात. आपल्या उदाहरणातील शेतकरी हा संयोजक आहे. कारण तो सर्व उत्पादन घटकांना, उत्पादन साधनांना किंवा आदानांना एकत्र करून शेती करत असतो. शेतात काम करणारा श्रमिक किंवा कामगार हा बदलता घटक आहे. A नावाचा शेतकरी संयोजक आपल्या शेतीत श्रम हा घटक क्रमश: वाढवत आहे असे आपण गृहीत धरूया. शेतजमीन, भांडवल आणि संयोजन (शेतकरी) हे घटक स्थिर ठेवून केवळ मजूर या बदलत्या घटकाच्या मात्रेत (संख्येत) वाढ करीत गेल्यानंतर ज्वारीच्या उत्पादनात कशा प्रकारे बदल होतो याची माहिती खालील कोष्टकात दिली आहे.

उत्पादन कोष्टक (बदलत्या प्रमाणाचा नियम)

भूमी/ जमीन (स्थिर घटक (एकर)	श्रम (मजूर) बदलता घटक चल	एकूण उत्पादन (क्विं.)	सरासरी उत्पादन (क्विं.)	सीमांत उत्पादन क्विं)	उत्पादन फल	उत्पादन टप्पे/ अवस्था
२	१	१०	१०	१०	वाढते फल	I
२	२	३२	१६	२२		
२	३	७२	२४	४०		
२	४	९६	२४	२४	घटते फल	II
२	५	११०	२२	१४		
२	६	१२०	२०	१०		
२	७	१२०	१७	०		
२	८	११२	१४	-८	उणे फल	III
२	९	९९	११	-१३		
२	१०	८०	८	-१९		

वरील तक्त्यावरून असे स्पष्ट होते की, A ह्या शेतकऱ्याने उत्पादनाचे इतर घटक स्थिर ठेवून मजुरांच्या संख्येत १, २, ३ याप्रमाणे १० मजुरापर्यंत वाढ केली असता सुरवातीला वाढत्या फलाचा, त्यानंतर घटत्या फलाचा आणि शेवटी उणे फलाचा अनुभव येतो. तक्त्याचे अधिक स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

१) वाढते उत्पादन फल (Increasing Returns) **:**

वाढते उत्पादन फल ही उत्पादन बदलाची पहिली अवस्था आहे. उत्पादन फलाच्या तीन अवस्था असून पहिल्या अवस्थेस वाढत्या उत्पादन फलाची अवस्था असे म्हणतात. कारण वरील तक्क्यावरून असे दिसते की उत्पादनाच्या पहिल्या टप्प्यात एकूण उत्पादन, सरासरी उत्पादन आणि सीमांत उत्पादन वाढत आहे. उदाहरणार्थ, A हा शेतकरी संयोजक आपल्या २ एकर शेतजमिनीत १, २, ३ याप्रमाणे मजुरांची संख्या वाढवत जातो. त्यामुळे एकूण उत्पादन १० क्विंटल, ३२ क्विंटल, ७२ क्विंटल असे वाढत जाते. एकूण उत्पादनाबरोबर सरासरी उत्पादन सुद्धा १० क्विंटल वरून १६ क्विंटल, २४ क्विंटल असे वाढत जाते. तसेच या पहिल्या अवस्थेत सीमांत

उत्पादन सुद्धा १० क्विंटल वरून २२ क्विंटल, ४० क्विंटल असे वाढत जाते. अशा प्रकारे उत्पादनाच्या पहिल्या टप्प्यात एकूण उत्पादन, सरासरी उत्पादन आणि सीमांत उत्पादन वाढत असल्याने उत्पादन फलाच्या पहिल्या अवस्थेला वाढत्या उत्पादन फलाची अवस्था असे म्हणतात. उत्पादनाच्या पहिल्या टप्प्यात (१ ते ३ मजुरापर्यंत) एकूण उत्पादन, सरासरी उत्पादन आणि सीमांत उत्पादन वाढत जातो. कारण या टप्प्यात मजुरांची संख्या पर्याप्त (योग्य) प्रमाणात आहे. त्यामुळे शेतजमीन (भूमी) या घटकाचा कार्यक्षमतेने वापर करता येतो. मजुरांची संख्या पर्याप्त असल्याने श्रमविभागणी आणि विशेषीकरणाचे फायदे मिळतात. मजुरांची संख्या योग्य प्रमाणात असल्याने ते चांगल्या कार्यक्षमतेने काम करतात. मजुर या बदलत्या घटकाची संख्या पर्याप्त असल्याने मजुरांची उत्पादकता अधिक राहते. त्यामुळे पहिल्या टप्प्यात एकूण, सरासरी आणि सीमांत उत्पादन वाढते. पहिल्या टप्प्यात मजुरांची संख्या पर्याप्त असल्याने, शेजमिनीचे क्षेत्र पर्याप्त (पुरेसे) असल्याने एकूण, सरासरी व सीमांत उत्पादन वाढते. त्यामुळे पहिल्या टप्प्यात वाढत्या उत्पादन फलाचा नियम अनुभवास येतो. म्हणून उत्पादन फलाच्या पहिल्या टप्प्यास वाढत्या उत्पादन फलाचा टप्पा असे म्हणतात.

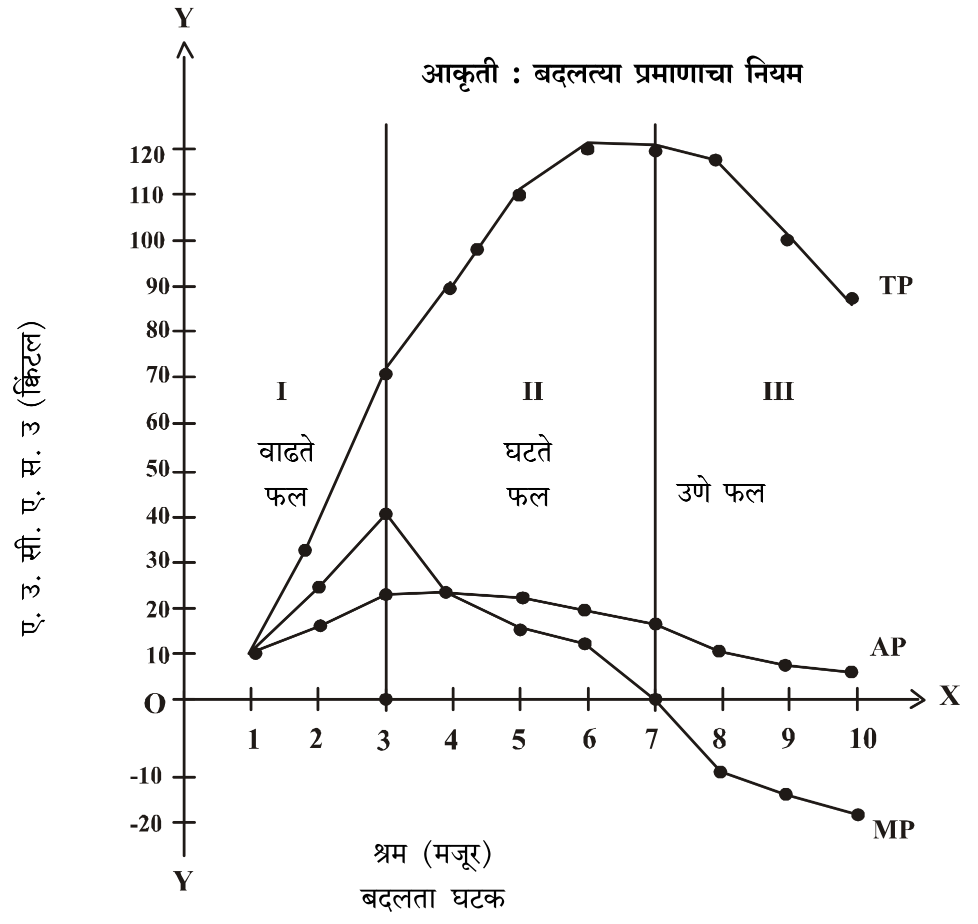
२) घटते उत्पादन फल (Diminishing Returns) **:**

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, A ह्या शेतकऱ्याने ३ मजुरांच्या नेमणूकीनंतर चार ते सात मजूर नेमले तर एकूण उत्पादन वाढत असले तरी ते कमी गतीने वाढत आहे. सहा कामगारांचे एकूण उत्पादन १२० क्विंटल आहे आणि सात कामगारांचे एकूण उत्पादन सुद्धा १२० क्विंटल एवढेच आहे. दुसऱ्या टप्प्यात सरासरी उत्पादन आणि सीमांत उत्पादन घटत गेल्याचे दिसते. दुसऱ्या टप्प्यात सरासरी उत्पादनात झालेल्या घटीपेक्षा सीमांत उत्पादनात झालेल्या घटीचा वेग जास्त असल्याचे दिसते. थोडक्यात, दुसऱ्या टप्प्यात एकूण उत्पादन ९६ क्विंटल, ११० क्विंटल, १२० क्विंटल असे वाढत गेलेले दिसत असले तरी वाढीचा वेग कमी असल्याचे दिसते. पहिल्या टप्प्यात एकूण उत्पादनात जेवढ्या वेगाने वाढ झाली आहे, त्यापेक्षा खूपच कमी वेगाने दुसऱ्या टप्प्यात वाढ झाली आहे. शेतकरी मजुरांच्या संख्येत जसजशी वाढ करतो तसतसे सरासरी व सीमांत उत्पादन घटत गेल्याचे दिसते. म्हणून उत्पादनाच्या दुसऱ्या टप्प्याला घटत्या फलाचा टप्पा असे म्हणतात. म्हणजेच घटत्या फलाचा नियम अनुभवास येतो. त्याची काही कारणे आहेत. दुसऱ्या टप्प्यात (४ ते ७ मजुरापर्यंतचा टप्पा) मजुरांची (बदलत्या घटकांची) संख्या वाढत जाते. पण स्थिर घटकाची (शेतजमिनीची) मात्रा कमी पडत जाते. मजुरांच्या संख्येत वाढ केली गेली परंतु जमिनीच्या क्षेत्रात वाढ केलेली नाही. त्यामुळे दुसऱ्या टप्प्यात सरासरी व सीमांत उत्पादन घटत गेले आहे. दुसऱ्या टप्प्यात मजुरांची संख्या वाढल्याने अंतर्गत बचती मिळत नाहीत. उत्पादनाचे आदर्श प्रमाण गाठल्यानंतर मजुरांची संख्या वाढवल्यामुळे वाढलेल्या मजुरांची सीमांत उत्पादकता घटत जाते. भूमी हा घटक स्थिर ठेवल्याने व केवळ मजुरांची संख्या वाढवल्याने श्रमविभागणी व विशेषीकरणाचे फायदे मिळत नाहीत. त्यामुळे दुसऱ्या टप्प्यात मजुरांच्या नेमणुकीबरोबर सरासरी व सीमांत उत्पादन घटत गेल्याचे दिसते.

३) उणे फल :

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, ७ कामगारानंतर आठव्या, नवव्या आणि दहाव्या कामगाराची नेमणूक केल्यानंतर एकूण उत्पादन, सरासरी उत्पादन आणि सीमांत उत्पादन घटत आहे. ७ व्या कामगाराची

सीमांत उत्पादकता ० आहे, ८ व्या कामगारांची -८, नवव्या कामगाराची -१३ आणि दहाव्या कामगाराची -१९ आहे. म्हणजे ७ व्या, ८ व्या आणि ९ व्या कामगारांच्या नेमणूकीपासून एकूण उत्पादनात काहीच भर पडत नाही. ८ व्या, ९ व्या आणि १० व्या कामगाराचे सीमांत उत्पादन उणे (-) शून्याच्या खाली असल्याने या टप्प्याला उणे फलाचा टप्पा किंवा नकारात्मक फलाचा टप्पा असे म्हणतात. भूमी (शेतजमीन) या स्थिर घटकाच्या मानाने 'श्रम' या बदलत्या घटकाचे प्रमाण खूप जास्त (अतिरिक्त) होते. मजुरांच्या संख्येच्या मानाने शेतजमिनीचे क्षेत्र खूपच कमी पडते. शेतीत गरजेपेक्षा अधिक मजूर झाल्याने श्रमविभागणी नीट करता येत नाही. श्रमविभागणीचे फायदे मिळत नाहीत. मजुरांची संख्या जास्त झाल्याने अकार्यक्षता वाढते. शेतकरी संयोजक एकटाच असल्याने संयोजन क्षमतेवर ताण पडतो. संयोजकाच्या संख्येत, शेजमिनीच्या क्षेत्रफळात, भांडवलात कोणतीही वाढ होत नाही. केवळ मजुरांच्या संख्येत वाढ केली जाते. त्यामुळे ८ व्या कामगाराच्या नेमणुकीपासून एकूण उत्पादन, सरासरी उत्पादन आणि सीमांत उत्पादन घटत जाते. सीमांत उत्पादन तर शून्यापेक्षा कमी म्हणजे उणे होते. शेती क्षेत्रात किंवा उद्योग क्षेत्रात मजुरांची संख्या गरजेपेक्षा जेव्हा जास्त होते तेव्हा उत्पादनात घटत्या फलाचा अनुभव येतो. स्थिर घटकात (जमीन, भांडवल आणि संयोजन) यात वाढ न केल्याने घटत्या फलाचा अनुभव येतो.



वरील आकृतीत OX अक्षावर शेतमजूरांची संख्या दर्शवली आहे आणि OY अक्षावर एकूण, सरासरी आणि सीमांत उत्पादन (क्विंटलमध्ये) दर्शवले आहे. TP हा एकूण उत्पादनाचा वक्र आहे. AP हा सरासरी उत्पादनाचा वक्र आहे. MP हा सीमांत उत्पादनाच वक्र आहे. या तिन्ही वक्रांचा उगम बिंदू एकच असून तो P ह्या अक्षराने दर्शवला आहे. P या एकाच बिंदूतून तिन्ही वक्रांची सुरवात होते. कारण पहिल्या मजुराचे एकूण, सरासरी आणि सीमांत उत्पादन सारखेच आहे आणि ते १० क्विंटल एवढे आहे.

वरील आकृतीतील १ ते ३ मजुरापर्यंतची अवस्था ही वाढत्या उत्पादन फलाची अवस्था आहे. या पहिल्या अवस्थेत एकूण उत्पादन वक्र, सरासरी उत्पादन वक्र आणि सीमांत उत्पादन वक्र हे तिन्ही वक्र डावीकडून उजवीकडे वरती जाणारे दिसतात. कारण पहिल्या तीन मजुरांच्या नेमणुकीमुळे एकूण, सरासरी आणि सीमांत उत्पादन वाढत जाते.

वरील आकृतीतील ४ ते ७ मजुरापर्यंतची अवस्था ही उत्पादन फलाची दुसरी अवस्था असून या अवस्थेस घटत्या फलाची अवस्था असे म्हणतात. या दुसऱ्या टप्प्यात सरासरी आणि सीमांत उत्पादनाचे वक्र वरून खाली आलेले दिसतात. एकूण उत्पादनाचा वक्र वरती जात असला तरी वरती जाण्याचा त्याचा वेग कमी झालेला आहे. दुसऱ्या टप्प्यात सरासरी उत्पादन वक्राच्या खालच्या बाजूला सीमांत उत्पादनाचा वक्र दिसतो. कारण दुसऱ्या टप्प्यात सरासरी उत्पादनामध्ये सीमांत उत्पादनात वेगाने घट झाली आहे.

वरील आकृतीमधील ८ ते १० मजुरापर्यंतची अवस्था ही उत्पादन फलाची तिसरी अवस्था असून या अवस्थेस उणे फलाची अवस्था असे म्हणतात. कारण या अवस्थेस एकूण, सरासरी व सीमांत उत्पादन घटलेले आहे. MP हा सीमांत उत्पादनाचा वक्र ७ संख्येच्या ठिकाणी स्पर्श करतो. कारण सातव्या मजुराची सीमांत उत्पादकता शून्य आहे. ८ व्या, ९ व्या आणि १० व्या मजुराची सीमांत उत्पादकता शून्यापेक्षा कमी (उणे) असल्याने MP हा सीमांत उत्पादकतेचा वक्र तिसऱ्या टप्प्यात OX अक्षाच्या खाली गेलेला आहे. तिसऱ्या टप्प्यात AP हा सरासरी उत्पादनाचा वक्र OX अक्ष्याच्या दिशेने खाली उतरत गेलेला दिसतो तर TP हा एकूण उत्पादनाचा वक्र सुद्धा वरून खाली OX अक्षाच्या दिशेने येत असलेला दिसतो. ८ व्या कामगारापासून एकूण उत्पादनात घट होत असल्याने TP हा एकूण उत्पादनाचा वक्र तिसऱ्या टप्प्यात वरून खाली येताना दिसतो.

टीकात्मक परीक्षण :

बदलत्या प्रमाणाच्या नियमाच्या मर्यादा थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केल्या आहेत.

१) दीर्घकाळात निरुपयोगी :

बदलत्या प्रमाणाचा नियम फक्त अल्पकाळातच लागू पडतो. अल्पकाळ विचारात घेऊन हा नियम मांडला आहे. त्यामुळे दीर्घकाळात हा नियम लागू पडत नाही.

२) उत्पादनाचे तंत्र स्थिर असते हे चूक :

बदलत्या प्रमाणाचा नियम मांडणाऱ्या अर्थशास्त्रज्ञांनी उत्पादनाचे तंत्र स्थिर असते असे गृहीत धरले आहे. पण तंत्रज्ञानात सतत सुधारणा होत असते. त्याचा विचार सिद्धांतकर्त्यांनी केलेला नाही.

३) बदलत्या उत्पादन घटकांचे सर्व नग एकजिनसी असतात हे चूक :

या सिद्धांताने बदलत्या उत्पादन घटकांचे सर्व नग एकजिनसी असतात असे म्हटले आहे. परंतु हे गृहीत चुकीचे आहे. श्रम आणि इतर बदलत्या घटकांचे नग एकजिनसी नसतात. त्यांची कार्यक्षमता आणि उत्पादकता वेगवेगळी असते. परंतु त्याचा विचार बदलत्या प्रमाणाचा नियम मांडणाऱ्या अर्थतज्ञांनी केलेला नाही.

बदलत्या प्रमाणाच्या नियमाचे महत्त्व :

बदलत्या प्रमाणाच्या नियमाच्या काही मर्यादा असल्या तरीसुद्धा या सिद्धांताची उपयुक्तता कमी होत नाही. या सिद्धांताचे महत्त्व थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहे.

१) अर्थव्यवस्थेच्या सर्व क्षेत्रांना लागू :

बदलत्या प्रमाणाचा नियम अर्थव्यवस्थेचा सर्व क्षेत्रांना लागू पडतो. हा नियम केवळ कृषी क्षेत्राला लागू पडत नाही तर औद्योगिक क्षेत्रालासुद्धा लागू पडतो.

२) मजुरांची भरती करताना उपयोगी :

हा नियम किती मजुरांची नेमणूक करावी? किंवा शेती, उद्योग इ. क्षेत्रात किती मजुरांना काम द्यावे यासंदर्भात मार्गदर्शन करतो. किती मजुरांना काम द्यावे म्हणजे तोटा होणार नाही हे हा सिद्धांत सांगतो. आवश्यकतेपेक्षा जादा (अतिरिक्त) मजुरांना जर काम दिले तर एकूण उत्पादन, सरासरी उत्पादन आणि सीमांत उत्पादन यात घट होऊन उत्पादकांना तोटा होतो हे आपणास या सिद्धांतावरून समजते.

३) उत्पादन वाढीच्या मर्यादा समजतात :

बदलत्या प्रमाणाच्या नियमावरून आपणास उत्पादन वाढीच्या मर्यादा समजतात. उत्पादन किती वाढवता येईल ते समजते.

समारोप :

बदलत्या प्रमाणाच्या नियमाचे ठळक वैशिष्ट्य म्हणजे हा सिद्धांत मांडणाऱ्या आधुनिक अर्थतज्ञांनी वाढते फल, स्थिर फल आणि घटते फल या उत्पादन फलाच्या सर्व अवस्था एकाच नियमात दाखवून दिल्या आहेत. आदान (input) आणि प्रदान (output) यांच्यातील संबंध बदलत्या प्रमाणाच्या नियमावरून समजतात. अल्पकाळात आदानांच्या मात्रेत बदल केल्यानंतर त्याचा उत्पादनावर काय व कसा परिणाम होतो ते या नियमावरून आपणास समजते.

उत्पादन प्रमाण प्रत्यय नियम (The Law of Returns to Scale) :

प्रास्ताविक :

उत्पादन प्रमाण फलाच्या नियमास 'उत्पादन परिणाम प्रत्यय नियम' असेही म्हणतात. बदलत्या प्रमाणाच्या नियमाप्रमाणे 'उत्पादन प्रमाण प्रत्यय नियम' हा उत्पादनाचा किंवा उत्पादन फलनाचा एक महत्त्वाचा नियम आहे. आदानांच्या प्रमाणात बदल झाला की त्याचा उत्पादनावर काय परिणाम होतो, त्याचा अभ्यास उत्पादनाच्या

सिद्धांतात केला जातो. आदान (input) आणि प्रदान (output) यांच्यातील संबंध आपणास उत्पादनाच्या सिद्धांताद्वारे समजतात.

बदलत्या प्रमाणाचा नियम अल्पकाळ (short-run preiod) विचारात घेऊन मांडला आहे. तर उत्पादन प्रमाण प्रत्यय नियम दीर्घकाळ (Long-run period) विचारात घेऊन मांडला आहे. बदलत्या प्रमाणाचा नियम अल्पकाळात लागू पडतो. अल्पकाळात जमीन, संयोजन हे उत्पादनाचे घटक स्थिर असतात. त्यामध्ये वाढ किंवा घट करता येत नाही. बदलत्या प्रमाणाच्या नियमात अल्पकाळात उत्पादनाचे इतर घटक स्थिर ठेवून एका घटकात वाढ किंवा घट केली असता त्याचा उत्पादनावर काय परिणाम होतो ते स्पष्ट केले आहे. म्हणून त्यास 'अल्पकालीन उत्पादन फलन' (short-run Production Function) असे म्हणतात. तर उत्पादन प्रमाण फलाचा नियम दीर्घकाळ विचारात घेऊन मांडला आहे. दीर्घकाळात उत्पादनाचा कोणताही घटक स्थिर नसतो. त्यामध्ये वाढ किंवा घट करता येते. उद्योगसंस्थेचा आकार बदलता येतो. दीर्घकाळ हा खूप मोठा काळ असतो. दीर्घकाळात उत्पादन घटकांचा पुरवठा लवचिक असतो. दीर्घकाळात वस्तूच्या मागणीत वाढ झाली तर उत्पादन घटकांच्या अधिक मात्रा वापरून अधिक उत्पादन करता येते. दीर्घकाळात नवीन जमीन लागवडीखाली आणता येते. सिंचन सुविधेत वाढ करता येते. नवीन कारखाने स्थापन करता येतात. जुन्या कारखान्यांचा विस्तार करता येतो आणि उत्पादनात वाढ करता येते. उत्पादन प्रमाण फलाच्या नियमात दीर्घकाळात उत्पादनाच्या सर्वच घटकात सारख्याच प्रमाणात वाढ किंवा घट केली असता त्याचा उत्पादनावर काय परिणाम होतो ते स्पष्ट केले आहे. म्हणून उत्पादन फलनाच्या उत्पादन परिणाम प्रत्यय नियमास 'दीर्घकालीन उत्पादन फलन' (Long-run Production Function) असे म्हणतात.

गृहीते (Assumptions) **:**

उत्पादन प्रमाण प्रत्ययाचा नियम पाहण्यापूर्वी आपणास या नियमाची गृहीते पाहणे आवश्यक आहे. हा नियम ज्या गृहीतावर आधारित आहे, ती गृहीते खालीलप्रमाणे दिली आहेत.

१) बाजारात पूर्ण स्पर्धा (Perfect Competition) आहे.

२) उत्पादन घटकांचे सर्व नग एकजिनसी असतात. (All units of factors are homogeneous.)

३) दीर्घकाळ (Long run period).

४) उत्पादन भौतिक मात्रेत (टन, क्विंटल इत्यादी) मोजता येते. (Returns are measured in physical term.)

५) संयोजक सोडून उत्पादनाचे सर्व घटक बदलता येतात.

६) कोणतेही तांत्रिक बदलत होत नाहीत (Technology remains constant)

७) कामगार प्रचलित अवजारे आणि हत्यारे यांचा उत्पादन करण्यासाठी वापर करतात.

मध्यवर्ती कल्पना :

उत्पादन प्रमाण फलाच्या नियमाची मध्यवर्ती कल्पना खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''दीर्घकाळात उत्पादनाच्या सर्व घटकात सारख्याच प्रमाणात वाढ केली असता सुरवातीला सीमांत उत्पादनात वाढ होते. त्यानंतर सीमांत उत्पादन स्थिर राहते आणि नंतर सीमांत उत्पादन घटू लागते.''

उत्पादन प्रमाण फलाचा नियम आपणास एका उदाहरणाच्या साहाय्याने स्पष्ट करता येईल. समजा A हा शेतकरी असून तो आपल्या शेतात तांदळाचे उत्पादन घेत आहे. तांदूळ उत्पादनासाठी तो मजूर, भांडवल आणि जमीनीचे क्षेत्र यामध्ये कशा प्रकारे बदलत करतो व त्याचा एकूण व सीमांत उत्पादनावर काय परिणाम होतो ते खालील तक्त्यात दर्शवले आहे.

तक्ता : उत्पादन प्रमाण फल

उत्पादनाचे घटक (उत्पादन घटकांचा समूह)	एकूण उत्पादन (क्विंटल)	सीमांत उत्पादन (क्विंटल)	उत्पादन प्रमाण फल
१ मजूर + २ एकर जमीन + २००० रु. भांडवल	५	५	वाढते उत्पादन
२ मजूर + ४ एकर जमीन + ४००० रु. भांडवल	१२	७	प्रमाण फल
३ मजूर + ६ एकर जमीन + ६००० रु. भांडवल	२१	९	
४ मजूर + ८ एकर जमीन + ८००० रु. भांडवल	३२	११	स्थिर उत्पादन
५ मजूर + १० एकर जमीन + १०००० रु. भांडवल	४३	११	प्रमाण फल
६ मजूर + १२ एकर जमीन + १२००० रु. भांडवल	५४	११	
७ मजूर + १४ एकर जमीन + १४००० रु. भांडवल	६३	९	घटते उत्पादन

८ मजूर + १६ एकर जमीन + १६०००० रु. भांडवल	७०	७	प्रमाण फल
९ मजूर + १८ एकर जमीन + १८००० रु. भांडवल	७५	५	

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, A ह्या शेतकऱ्याने मजूर, जमीन आणि भांडवल ह्या घटकात सारख्याच प्रमाणात वाढ केली असता सुरवातीला सीमांत उत्पादन वाढते. नंतर ते स्थिर राहते आणि त्यानंतर सीमांत उत्पादन घटू लागते. वरील तक्त्याचे अधिक स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

१) वाढते उत्पादन प्रमाण फल (Increasing Returns to Scale) **:**

वरील तक्त्यात १ ते ३ मजूरापर्यंतची अवस्था ही वाढत्या उत्पादन प्रमाण फलाची अवस्था आहे. उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात केलेल्या वाढीपेक्षा उत्पादनात होणाऱ्या वाढीचा वेग जास्त असेल तर त्यास वाढते उत्पादन प्रमाण फल असे म्हणतात. समजा उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात १० टक्क्यांनी वाढ केली आणि त्यामुळे उत्पादनात ३० टक्क्यांनी वाढ घडून आली तर त्यास वाढते उत्पादन फल असे म्हणतात. वरील तक्त्यात १ ते ३ मजुरापर्यंतची अवस्था वाढते फल दर्शवते. A ह्या शेतकऱ्याने १ मजूर, २ एकर जमीन आणि २००० रु. भांडवल असे प्रमाण ठेवले असता एकूण उत्पादन ५ क्विंटल आणि सीमांत जास्त ५ क्विंटल मिळते. मजूर, जमीन आणि भांडवल यामध्ये सारख्याच प्रमाणात वाढ केली असता म्हणजे २ मजूर, ४ एकर जमीन आणि ४००० रु. भांडवल असे प्रमाण ठेवले असा एकूण उत्पादन १२ क्विंटल मिळते. तर सीमांत उत्पादन ७ क्विंटल मिळते. उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात आणखी वाढ केली म्हणजे ३ मजूर, ६ एकर जमीन आणि ६००० रु. भांडवल असे प्रमाण ठेवले असता एकूण उत्पादन २१ क्विंटल व सीमांत उत्पादन ९ क्विंटल होते. अशा प्रकारे उत्पादन प्रमाण फलाच्या पहिल्या अवस्थेत तांदळाच्या एकूण व सीमांत उत्पादनात वाढ झालेली दिसते. म्हणून या अवस्थेस वाढत्या उत्पादन प्रमाण फलाची अवस्था असे म्हणतात. या अवस्थेत उत्पादनात वाढ होण्याचे कारण म्हणजे A ह्या शेतकऱ्याला अंतर्गत आणि बहिर्गत बचती प्राप्त होतात. त्यामुळे सरासरी खर्च कमी येतो. श्रमविभागणीचे फायदे मिळतात. या पहिल्या अवस्थेत मजूर, भांडवल आणि जमीन या उत्पादन घटकांचे नियोजन किंवा संयोजन करता येते. त्यामुळे उत्पादनात वाढ घडून येते. श्रम, भांडवल या उत्पादन घटकांची कार्यक्षमता वाढते. तंत्रज्ञान व यंत्रांचा चांगला उपयोग करता येतो. यंत्रसामग्रीच्या विशेषीकरणाचे फायदे मिळतात.

२) स्थिर उत्पादन प्रमाण फल (Constant Returns to scale) **:**

उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात जेवढी वाढ केली जाते तेवढ्या प्रमाणात उत्पादनात वाढ होत असेल तर त्यास स्थिर उत्पादन प्रमाण फल असे म्हणतात. समजा, उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात १० टक्क्यांनी वाढ केली असता त्यामुळे उत्पादनात सुद्धा १० टक्क्यांनीच वाढ झाली तर त्यास स्थिर उत्पादन प्रमाण फल असे म्हणतात.

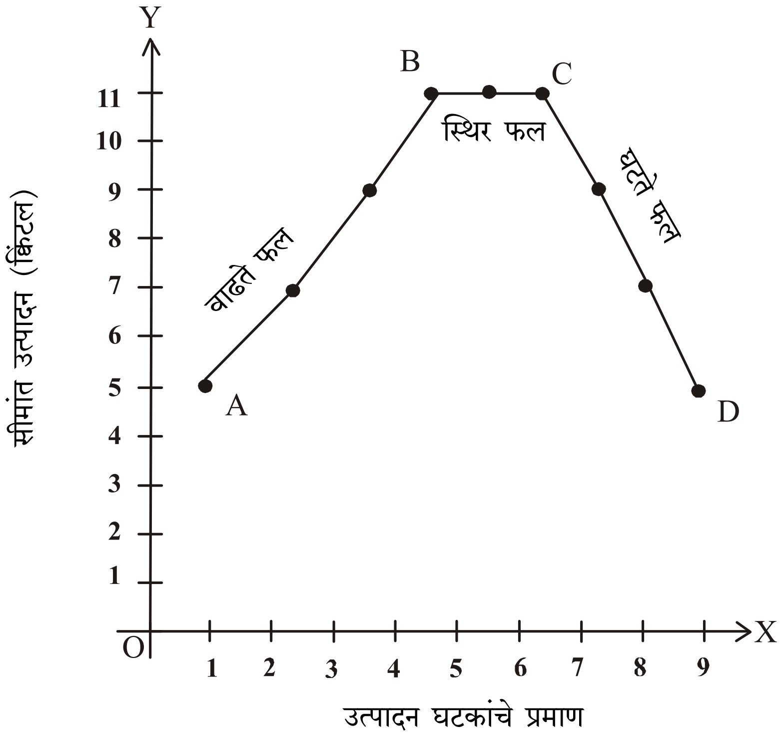
वरील तक्त्यात ही अवस्था वाढत्या उत्पादन प्रमाण फलाच्या अवस्थेनंतर दर्शविली आहे. A ह्या शेतकऱ्याने ४ मजूर, ८ एकर जमीन आणि ८००० रु. भांडवल असे प्रमाण ठेवले असता त्यास उत्पादन घटकांच्या या प्रमाणापासून ११ क्विंटल इतके सीमांत उत्पादन मिळते. त्यानंतर मजूर, जमीन आणि भांडवल यांचे प्रमाण वाढवले असता म्हणजे ५ मजूर, १० एकर जमीन आणि १०००० रु. भांडवल अशा प्रकारे उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात वाढ केली असता सीमांत उत्पादन ११ क्विंटल एवढेच मिळते. म्हणजेच ४ मजूर + ८ एकर जमीन + ८००० रु. भांडवल या उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात ५ मजूर व १० एकर जमीन + १०००० रु. भांडवल अशी वाढ करूनही सीमांत उत्पादनात काहीच वाढ होत नाही. ते ११ क्विंटल एवढेच राहते. म्हणून या अवस्थेस स्थिर उत्पादन प्रमाण फलाची अवस्था असे म्हणतात. या अवस्थेत सीमांत उत्पादन स्थिर राहते. याचे कारण म्हणजे मजुरांच्या संख्येत वाढ झाल्याने श्रमविभागणीचे फायदे कमी प्रमाणात मिळतात. तसेच अंतर्गत फायदे व तोटे सारखेच होतात. त्यामुळे उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात वाढ करूनही सीमांत उत्पादनात वाढ न होता ते काही काळ स्थिर राहते.

३) घटते उत्पादन प्रमाण फल (Decreasing Returns to Scale) **:**

विविध उत्पादन घटकांमध्ये ज्या प्रमाणात वाढ केली जाते त्यापेक्षा उत्पादनात कमी प्रमाणात वाढ होत असेल तर त्यास घटते उत्पादन प्रमाण फल असे म्हणतात. उदाहरणार्थ, उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात १० टक्क्यांनी वाढ केली असता उत्पादनात ८ टक्क्यांनी वाढ होत असेल तर, त्यास घटते उत्पादन प्रमाण फल असे म्हणतात. वरील तक्त्यात ही अवस्था स्थिर उत्पादन प्रमाण फलाच्या अवस्थेनंतर दर्शविली आहे. उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात एका विशिष्ट मर्यादेपेक्षा जास्त वाढ केली असता सीमांत उत्पादनात वाढ होण्याऐवजी घट होण्याचीच प्रवृत्ती दिसून येते. वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, ७ मजूर + १४ एकर जमीन + १४००० रु. भांडवल असे प्रमाण असताना सीमांत उत्पादन ०९ क्विंटल आहे. ८ मजूर + १६ एकर जमीन + १६००० रु. भांडवल असताना सीमांत उत्पादन ७ क्विंटल इतके घटले आहे. ९ मजूर + १८ एकर जमीन + १८००० रु. भांडवल असे उत्पादन घटकांचे प्रमाण वाढवले असता सीमांत उत्पादन ५ क्विंटल असे घटते. उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात वाढ करूनही सीमांत उत्पादन मात्र या तिसऱ्या अवस्थेत घटते याचे कारण म्हणजे उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात आवश्यकतेपेक्षा जादा करण्यात आलेली वाढ होय. उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात मर्यादेपेक्षा जास्त वाढ झाल्याने अंतर्गत बचतीपेक्षा अंतर्गत तोटे जास्त मिळतात. संयोजन क्षमतेवर ताण पडतो. संयोजन हा घटक स्थिर असतो. त्यात वाढ करता येत नाही. आदानांच्या मात्रेत गरजेपेक्षा जास्त वाढ झाल्याने चांगले व्यवस्थापन करता येत नाही. व्यवस्थापनविषयक समस्या निर्माण होतात. उत्पादन घटकावर नियंत्रण ठेवता येत नाही. उत्पादन घटकांच्या किंमती (खंड, वेतन, व्याज, नफा) वाढतात. त्यामुळे उत्पादन खर्च वाढतो. कच्च्या मालाच्या किंमती वाढतात. बाजार वाहतूकविषयक अडचणी निर्माण होतात. त्यामुळे उत्पादनाचा खर्च वाढतो. त्यामुळे एका विशिष्ट मर्यादेपेक्षा जास्त उत्पादन घटकांच्या प्रमाणात वाढ केली असता सीमांत उत्पादनात घट होते.

उत्पादन प्रमाण फलाचा नियम वरील तक्त्याच्या आधारे खालील आकृतीद्वारे स्पष्ट केला आहे.

आकृती : उत्पादन प्रमाण फलाचा नियम



(१ = १ मजूर + २ एकर जमीन + २००० रु. भांडवल याप्रमाणे)

वरील आकृतीत OX अक्षावर भूमी, श्रम, भांडवल या उत्पादन घटकांचे प्रमाण दर्शविले आहे. तर OY अक्षावर सीमांत उत्पादन दर्शविले आहे. AD हा उत्पादन प्रमाण फलाचा वक्र आहे. हा वक्र A ते B या भागापर्यंत डावीकडून उजवीकडे वरती जाणारा दिसतो. कारण १ ते ३ मजूर, २ ते ६ एकर जमीन आणि २००० रु. ते ६००० रु. भांडवल असे उत्पादन घटकांचे प्रमाण असताना सीमांत उत्पादनात ५ क्विंटल, ७ क्विंटल, ९ क्विंटल अशी वाढ होत जाते. म्हणून उत्पादन प्रमाण फलाचा वक्र A पासून B पर्यंत डावीकडून उजवीकडे वरती जातो. वरील आकृतीत AD या उत्पादन फलाच्या वक्रावरील B ते C भाग OX अक्षाला समांतर दिसतो. कारण ४ ते ६ मजूर, ८ ते १२ एकर जमीन आणि ८००० रु. ते १२००० रु. भांडवल असे प्रमाण असताना सीमांत उत्पादन ११ क्विंटल एवढेच आहे. आकृतीत AD हा उत्पादन फलाचा वक्र C ते D या भागापर्यंत डावीकडून उजवीकडे खाली उतरत गेलेला दिसतो. कारण ७ ते ९ मजूर १४ ते १८ एकर जमीन आणि १४००० रु. ते १८००० रु. भांडवल असे उत्पादन घटकाचे प्रमाण असताना सीमांत उत्पन्न ९ क्विंटल वरून ७ क्विंटल, ५ क्विंटल असे घटत गेले आहे. म्हणून C ते D या भागापर्यंत उत्पादन प्रमाण वक्र डावीककडून उजवीकडे खाली घटत गेलेला दिसतो.

सारांश : अशा प्रकारे उत्पादन घटकांच्या किंवा आदानांच्या संख्येत वाढ केली असता सुरवातीला सीमांत उत्पादन वाढते त्यानंतर ते काही काळ स्थिर राहते व नंतर ते घटत जाते. यालाच उत्पादन प्रमाण फलाचा नियम असे म्हणतात. उत्पादन प्रमाण फलाच्या तिन्ही अवस्था वरील तक्त्यात आणि आकृतीत स्पष्ट केल्या आहेत.

४.२.४ प्राप्ती आणि खर्च – पर्याप्त उद्योगसंस्था :

उत्पादकांच्या दृष्टीने खर्च आणि प्राप्ती या दोन संकल्पना अत्यंत महत्त्वाच्या आहेत. या संकल्पनांचे स्पष्टीकरण थोडक्यात खालीलप्रमाणे दिले आहे.

उत्पादन खर्च (Cost of Production) :

प्रास्ताविक :

उत्पादकांच्या दृष्टीने उत्पादन खर्च ही अत्यंत महत्त्वाची संकल्पना आहे. वस्तूची किंमत आणि खर्च या दोहोत जवळचे संबंध असतात. वस्तूचा खर्च कमी असेल तर उत्पादक कमी किंमतीला वस्तू विकू शकतात. त्यामुळे मागणी वाढून उत्पादकांचा नफाही वाढतो. याउलट वस्तूचा उत्पादन खर्च जास्त असेल तर उत्पादक नफा कमी होऊ नये यासाठी वस्तूची किंमत वाढवतो. त्यामुळे महागाईची म्हणजेच भाववाढीची परिस्थिती निर्माण होते. अशा प्रकारे वस्तूच्या खर्चाचा प्रभाव त्या वस्तूच्या किंमतीवर, नफ्यावर, उत्पादनावर (पुरवठ्यावर) आणि मागणीवर पडत असतो. वस्तूचा उत्पादन खर्च जितका कमी तितका अधिक नफा उत्पादकांना मिळतो. म्हणून प्रत्येक उत्पादक खर्चाकडे लक्ष देत असतो.

उत्पादन खर्च म्हणजे काय?

उत्पादन खर्च संकल्पनेच्या काही व्याख्या खाली दिल्या आहेत.

''**वस्तू तयार करण्यासाठी उत्पादकाला जो खर्च करावा लागतो त्यास उत्पादन खर्च असे म्हणतात.**''

वस्तू तयार करण्यासाठी उत्पादक कामगारांची मजूरी, जाहिरात, कच्चा माल इत्यादीवर खर्च करत असतो. त्या खर्चाला उत्पादन खर्च असे म्हणतात.

''**आदानाचे रूपांतर प्रदानात करण्यासाठी येणारा खर्च म्हणजे उत्पादन खर्च होय.**''

कच्चा माल म्हणजे आदान (input) होय. या कच्च्या मालावर प्रक्रिया केल्याशिवाय वापरण्योग्य वस्तू तयार होत नाहीत. आदानावर (कच्च्या मालावर) प्रक्रिया करून जो माल तयार होतो त्यास प्रदान (output) असे म्हणतात. आदानावर प्रक्रिया करण्यासाठी विविध प्रकारचा खर्च करावा लागतो. त्या खर्चाला उत्पादन खर्च असे म्हणतात. अशा प्रकारे उत्पादकाने आदानावर केलेला खर्च म्हणजे उत्पादन खर्च होय.

'' **उत्पादनाच्या प्रक्रियेत सहभाग असलेल्या उत्पादन घटकांना द्यावे लागणारे मोबदले म्हणजे उत्पादन खर्च होय.**''

भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन हे उत्पादनाचे घटक वस्तू आणि सेवा निर्माण करत असतात.

त्याबद्दल त्यांना अनुक्रमे खंड, वेतन, व्याज आणि नफा या स्वरूपात मोबदले द्यावे लागतात. या मोबदल्यांा समावेश उत्पादन खर्चात होत असतो.

उत्पादन खर्चाच्या संकल्पना :

उत्पादन खर्चाच्या वरील व्याख्यावरून खर्चाची संकल्पना पुरेशी स्पष्ट होत नाही. म्हणून ही संकल्पना अधिक चांगल्या प्रकारे समजून घेण्यासाठी उत्पादन खर्चाच्या विविध संकल्पना पहाव्या लागतात. त्या संकल्पना खालीलप्रमाणे स्पष्ट केल्या आहेत.

१) मौद्रिक खर्च (Money Cost) **:**

मौद्रिक खर्चालाच पैशातील उत्पादन खर्च असेही म्हणतात. वस्तू तयार करण्यासाठी उत्पादकाने पैशाच्या स्वरूपात केलेला एकूण खर्च म्हणजे पैशातील खर्च होय. उदाहरणार्थ X हा प्लॅस्टिकच्या खुर्च्या तयार करणारा उत्पादक आहे. त्याने १००० खुर्च्या तयार केल्या व त्यासाठी १ लाख रुपये खर्च आला तर १००० खुर्च्यांचा पैशातील खर्च १ लाख रुपये होय. पैशातील खर्चाचे (अ) प्रत्यक्ष खर्च आणि (ब) अप्रत्यक्ष खर्च अशा दोन प्रकारात वर्गीकरण केले जाते. त्याचे स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

(अ) प्रत्यक्ष खर्च (Direct Money Cost) **:**

प्रत्यक्ष खर्चास उघड खर्च, स्पष्ट खर्च, व्यक्त खर्च (Explicit cost) असे म्हणतात. उत्पादक उत्पादन करण्यासाठी आदाने (उत्पादनाचे घटक) विकत घेतो किंवा भाड्याने घेतो. त्यासाठी पैशाच्या स्वरूपात तो जो खर्च करतो त्यास प्रत्यक्ष खर्च असे म्हणतात. (१) कारखान्याच्या जागेचे भाडे, (२) कामगारांचे वेतन, (३) कर्जावरील व्याज, (४) कच्च्या मालाची किंमत, (५) वीज / इंधन भाडे, (६) वाहतूक भाडे, (७) जाहिरात, (८) विमा हप्ते, (९) परवाना शुल्क व मालमत्ता कर इत्यादीवर उत्पादकांना जो खर्च करावा लागतो त्यास प्रत्यक्ष खर्च म्हणतात. उत्पादनाची जी साधने उत्पादकाची स्वत:च्या मालकीची नसतात ती साधने विकत घेण्यासाठी उत्पादकाने पैशात केलेला खर्च म्हणजे प्रत्यक्ष खर्च होय.

(ब) अप्रत्यक्ष खर्च (Indirect Money Cost) **:**

अप्रत्यक्ष खर्चाला अस्पष्ट खर्च, अव्यक्त खर्च (Implicit cost) असे म्हणतात. उत्पादक किंवा संयोजक वस्तूचे उत्पादन करण्यासाठी ज्याप्रमाणे आदाने (कच्चा माल इत्यादी) विकत आणतो त्याप्रमाणे स्वत:ची आदाने वापरून सुद्धा तो उत्पादन करत असतो. स्वत:च्या मालकीची जमीन, स्वत:चे भांडवल, स्वत:च्या मालकीची वाहतूक साधने वापरून उत्पादक उत्पादन करत असतो. उत्पादन करण्यासाठी काही आदाने तो विकत आणत नाही किंवा भाड्याने आणत नाही. स्वत:जवळची आदाने तो वापरत असतो. अशा प्रकारे संयोजकाने किंवा उत्पादकाने उत्पादन कार्यात वापरलेल्या स्वत:च्या मालकीच्या आदानांच्या किंमती किंवा आदानांचा खर्च म्हणजे न दिलेली देणी असतात. हा खर्च उत्पादकाला करावा लागत नाही. कारण ही आदाने त्याची स्वत:च्या मालकीची असतात. ती जर त्याने दुसऱ्यांना भाड्याने दिली असती तर तेवढे उत्पन्न त्याला मिळाले

असते. स्वत:च्या मालकीची आदाने स्वत:च्या उद्योगसंस्थेत उत्पादक वापरत असल्यामुळे ही उत्पादन साधने भाड्याने देऊन उत्पन्न मिळवता येत नाही. तेवढ्या उत्पन्नाचा त्याला त्याग करावा लागतो. अशा प्रकारे उत्पादकाच्या स्वत:च्या मालकीच्या साधनांचा मोबदला म्हणजे अप्रत्यक्ष खर्च होय.

२) वास्तव खर्च (Real Cost) **:**

वास्तव खर्चालाच 'खरा खर्च' असेही म्हणतात. वास्तव खर्चाची संकल्पना पैशातील खर्चाच्या संकल्पनेपेक्षा वेगळी आहे. पैशातील खर्च पैशात मोजतात. परंतु वास्तव खर्च पैशात मोजला जात नाही. तसेच वास्तव खर्च पैशात मोजता येत नाही. वास्तव खर्चाची संकल्पना प्रा. डॉ. मार्शल यांनी मांडली आहे. (The concept of real cost was developed by Alfred Marshall.) ही संकल्पना व्यक्तिनिष्ठ आहे. (The concept of real cost is based on subjectivity.) वस्तूच्या उत्पादनासाठी पैशातील खर्चाबरोबर वास्तव खर्चही येत असतो. उत्पादन घटकांना उत्पादन करताना (वस्तू आणि सेवांची निर्मिती करताना) शारीरिक, मानसिक त्रास सहन करावा लागतो. दु:ख सोसावे लागते. काही गैरसोयींना व अडचणींना तोंड द्यावे लागते. त्यालाच वास्तव उत्पादन खर्च असे म्हणतात. उदाहरणार्थ, श्रमाच्या मालकाला (कामगाराला) उत्पादन करताना मानसिक त्रास होत असतो. त्याला दु:ख, कष्ट सहन करावे लागते. भांडवलाचा मालक काही काळ भांडवलाचा त्याग करत असतो. त्याला गैरसोय सोसावी लागते. उत्पादकाला भांडवल मिळवण्यासाठी, कामगार मिळवण्यासाठी यातायात करावी लागते. अशा प्रकारे उत्पादन घटकांच्या मालकांना उत्पादन करताना जे दु:ख, यातना, मानसिक कष्ट होत असतात त्यांना वास्तव खर्च म्हणतात. वास्तव खर्च (दु:ख, यातना, मन:स्ताप) पैशात मोजता येत नाही.

३) संधी खर्च (Opportunity Cost) **:**

संधी खर्चास वैकल्पिक खर्च, हस्तांतरित खर्च आणि विस्थापित खर्च असेही म्हणतात. एक वस्तू मिळवण्यासाठी दुसऱ्या वस्तूचा करावा लागणारा त्याग म्हणजे संधी खर्च होय. **किंवा एक संधी मिळवण्यासाठी दुसऱ्या संधीचा करावा लागणारा त्याग म्हणजे संधी खर्च होय.** उत्पादनाची साधने मर्यादित असतात आणि ती बहुउपयोगी असतात. एका वेळेस एकच गरज पूर्ण करता येते. एका उत्पादन साधनाचा एका कामासाठी वापर केला तर त्या उत्पादन साधनाचा दुसऱ्या कामासाठी वापर करता येत नाही. उदाहरणार्थ लोखंडाचा उपयोग नांगर तयार करण्यासाठी करता येतो. तसाच फर्निचर तयार करण्यााठी करता येतो. लोखंडाचा उपयोग नांगर बनवण्यासाठी केला तर फर्निचर तयार करता येणार नाही. म्हणून नांगराचा संधी खर्च म्हणजे फर्निचर होय. संधी खर्च ही उत्पादन खर्चाची संकल्पना काही बाबतीत उपयोगी आहे. उदाहरणार्थ, या संकल्पनेवरून उत्पादन घटकांचा वापर कसा होतो ते समजते. म्हणजे उत्पादन घटकांचा वापर फायदेशीररित्या होत आहे की नुकसानकारक ते समजते. तसेच उत्पादन साधनांचा पर्याप्त (पुरेसा) वापर होत आहे की नाही ते समजते. उत्पादन घटकांचे मोबदले ठरवताना संधी खर्च ही संकल्पना उपयोगी पडते.

४) खाजगी खर्च (Private Cost) **:**

खाजगी खर्च हा उत्पादन खर्चाचा एक प्रकार आहे. खाजगी खर्च म्हणजे काय? ते खालील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

''उत्पादन घटकांच्या मालकांना दिलेली किंमत किंवा उत्पादन घटकांचे मोबदले म्हणजे खाजगी खर्च होय.''

किंवा

''एखाद्या उत्पादकाने वस्तू तयार करण्यासाठी केलेला एकूण खर्च म्हणजे खाजगी खर्च होय.''

खाजगी उत्पादन खर्चात पैशातील खर्चात समाविष्ट असणारे सर्व खर्च समाविष्ट असतात. उदाहरणार्थ, मजुरीवरील खर्च, व्याजाची रक्कम, करांची रक्कम, विमा हप्त्यांची रक्कम, वाहतूक भाडे, जाहिरात खर्च इत्यादी.

५) सामाजिक खर्च (Social Cost) **:**

सामाजिक खर्चालाच सार्वजनिक खर्च असेही म्हणतात. सामाजिक खर्चाची व्याख्या खालील शब्दात सांगितली आहे.

''वस्तू किंवा सेवा तयार करण्यासाठी समाजाच्या मालकीची असणारी उत्पादनाची जी साधने खर्च होतात, त्यास सामाजिक खर्च असे म्हणतात.''

देशातील जमीन, पाण्याचे साठे या साधनांची मालकी संपूर्ण समाजाची असते. या साधनांचा वापर करून उत्पादन केले जाते. हे उत्पादन करताना ही साधनसंपत्ती खर्च होत असते. म्हणून त्या त्यास सामाजिक खर्च असे म्हणतात. जो खर्च उत्पादक समाजाावर ढकलून देतात त्या खर्चाला सामाजिक खर्च म्हणतात. देशाचा औद्योगिक विकास जसजसा होत जातो तसतसा सामाजिक खर्च वाढत जातो. कारण औद्योगिकीकरणामुळे कारखान्यांच्या संख्येत वाढ होते. त्यामुळे हवेचे, पाण्याचे, ध्वनीचे प्रदूशण वाढते. रोगांचे किंवा आजारपणाचे प्रमाण वाढून सरकारला व नागरिकांना आरोग्यावर खर्च करावा लागतो. त्याला सामाजिक खर्च असे म्हणतात.

६) लेखा खर्च (Accounting Cost) **:**

लेखा खर्चास लेखाशास्त्राच्या दृष्टीने उत्पादन खर्च म्हणतात. तसेच लेखा खर्चास हिशेबनिसाच्या दृष्टिकोनातून उत्पादन खर्च असेही म्हणतात. उत्पादन खर्च काढताना जेव्हा उत्पादकाने केलेला अप्रत्यक्ष खर्च (अव्यक्त खर्च) वगळला जातो आणि केवळ प्रत्यक्ष खर्चाचा (व्यक्त खर्चाचा) विचार केला जातो तेव्हा त्या उत्पादन खर्चास लेखा खर्च (Accounting Cost) असे म्हणतात.

$$AC = TC - IC$$

लेखा खर्च = एकूण उत्पादन खर्च - अप्रत्यक्ष खर्च

लेखा खर्च काढताना हिशेबनिस फक्त उघड खर्चाचा विचार करतात. उघड खर्चाला स्पष्ट खर्च, प्रत्यक्ष खर्च आणि व्यक्त खर्च (Explicit Cost) असे म्हणतात. लेखा खर्च काढताना अप्रत्यक्ष खर्च (अस्पष्ट खर्च / अव्यक्त खर्च (Implicit Cost) विचारात घेतला जात नाही. उत्पादक उत्पादनासाठी जो खर्च प्रत्यक्षपणे करतो त्याचाच विचार हिशेबनिस करतो. म्हणून लेखा खर्चाला प्रत्यक्ष खर्च असेही म्हणतात.

७) आर्थिक खर्च (Economic Cost) **:**

आर्थिक खर्चास अर्थशास्त्रज्ञांच्या दृष्टिकोनातून उत्पादन खर्च असेही म्हणतात. आर्थिक खर्च काढताना अर्थशास्त्रज्ञ प्रत्यक्ष खर्च (Explicit Cost) आणि अप्रत्यक्ष खर्च (Implicit Cost) या दोन्ही खर्चाचा विचार करतात.

आर्थिक खर्च = प्रत्यक्ष खर्च + अप्रत्यक्ष खर्च

उद्योगसंस्थेचे अल्पकालीन खर्चाचे वक्र (Firm's Short run cost curves) :

अल्पकाळ हा अत्यंत लहान काळ असतो. या काळात उत्पादकाला आपल्या उद्योगसंस्थेच्या स्थिर उत्पादन घटकात वाढ करता येत नाही तसेच घटही करता येत नाही. स्थिर घटक म्हणजे यंत्रसामग्री, कारखान्याची इमारत इत्यादी होय. अल्पकाळात वस्तूला मागणी वाढली तरी नवीन यंत्रसामग्री बसवून, नवीन इमारती बांधून किंवा नवीन कारखाने स्थापन करून उत्पादन करता येत नाही. कारण अल्पकाळ हा अत्यंत लहान कालावधी असतो. तसेच अल्पकाळात वस्तूची मागणी घटली तरी स्थिर घटकात घट करता येत नाही. अल्पकाळात स्थिर उत्पादन घटकात बदल करता येत नसला तरी बदलत्या उत्पादन घटकात मात्र बदल करता येतो. कामगार, इंधन, कच्चा माल इत्यादी बदलते उत्पादन घटक होत. अल्पकाळात जर वस्तूची मागणी वाढली तर उत्पादक या बदलत्या घटकात वाढ करतात आणि अधिक उत्पादन करतात आणि अल्पकाळात जर वस्तूची मागणी घटली तर उत्पादक बदलत्या घटकांचे प्रमाण कमी करतात आणि उत्पादनात घट करतात.

अल्पकाळात स्थिर घटकात बदल करता येत नाही. बदलत्या घटकात बदल करता येतो. म्हणून अल्पकाळात उद्योगसंस्थेच्या एकूण उत्पादन खर्चाचे एकूण स्थिर खर्च आणि एकूण बदलता खर्च असे दोन प्रकार पडतात. दीर्घकाळात स्थिर घटकात वाढ किंवा घट करता येते. म्हणजेच दीर्घकाळात सर्वच घटक बदलते असतात. कोणतेही घटक स्थिर नसतात. म्हणून दीर्घकाळात एकूण उत्पादन खर्चाचे एकूण स्थिर खर्च आणि एकूण बदलता खर्च असे प्रकार नसतात.

अल्पकाळातील उद्योगसंस्थेचे विविध खर्च :

खालील तक्त्यात अल्पकाळातील उद्योगसंस्थेच्या विविध खर्चांची माहिती दिली आहे.

अल्पकालीन उत्पादन खर्च

उत्पादन	एकूण स्थिर खर्च (TFC) (रु.)	एकूण बदलता खर्च (TVC) (रु.)	एकूण उत्पादन खर्च (रु.)	सीमांत खर्च (MC) (रु.)	सरासरी स्थिर खर्च (रु.) (AFC)	सरासरी बदलता (AVC) (रु.)	सरासरी खर्च (AC) (रु.)
०	१००	००	१००	-	-	-	-
१	१००	२०	१२०	२०	१००	२०	१२०
२	१००	३६	१३६	१६	५०	१८	६८
३	१००	४८	१४८	१२	३३.३३	१६	४९.३३
४	१००	७२	१७२	२४	२५	१८	४३
५	१००	१००	२००	२८	२०	२०	४०
६	१००	१३२	२३२	३२	१६.६६	२२	३८.६६

१) एकूण स्थिर खर्च (Total Fixed Cost) **:**

जो खर्च उत्पादनाच्या प्रमाणावर अवलंबून नसतो त्यास स्थिर खर्च असे म्हणतात. उत्पादनात वाढ केली अगर घट केली किंवा उत्पादन शून्यावर आणले तरी जो खर्च स्थिरच राहतो त्यास एकूण स्थिर खर्च असे म्हणतात. Fixed cost is not depend on size of output or volume of output उत्पादन सुरू करण्यापूर्वीच जो खर्च करावा लागतो त्याला स्थिर खर्च असे म्हणतात. उत्पादकाला इमारत बांधावी लागते. यंत्रे विकत आणावी लागतात. त्यासाठी केलेल्या खर्चाला स्थिर खर्च असे म्हणतात. थोडक्यात, जो खर्च टाळता येत नाही, करावाच लागतो त्या खर्चाला स्थिर खर्च असे म्हणतात. स्थिर खर्चाला **'पूरक खर्च'** (Supplementary Cost) असेही म्हणतात.

स्थिर खर्चाचे घटक :

१) कारखाना उभा करण्यासाठी विकत घेतलेली जमीन.

२) कारखाना बांधकामावरील खर्च

३) भांडवलावरील / कर्जावरील व्याज

४) विम्याचे हप्ते

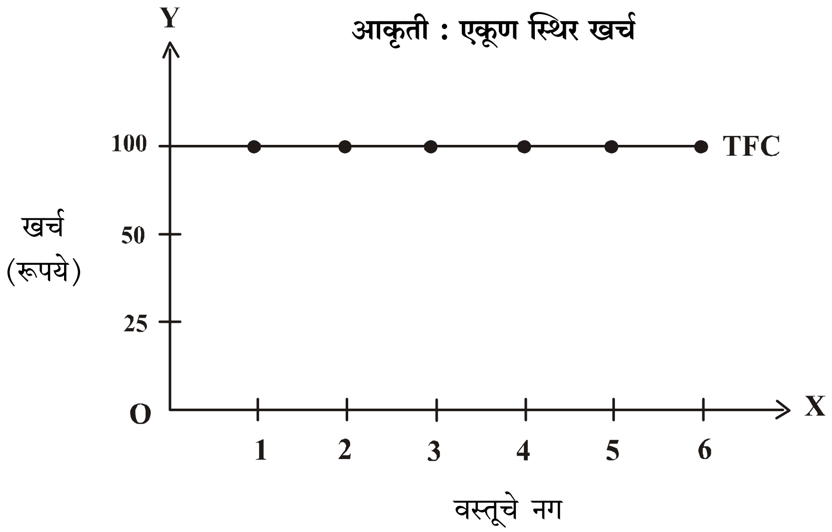
५) कायम (पर्मनंट) कर्मचारी आणि व्यवस्थापक यांच्या पगारावरील खर्च

६) घसारा खर्च / भांडवली वस्तूचा झीज खर्च

७) परवाना शुल्क व इतर कर.

वरील तक्त्यात शून्य ते सहा नगापर्यंत एकूण स्थिर खर्च १०० रुपयेच असल्याचे दिसते. म्हणून एकूण स्थिर खर्चाचा वक्र हा OX अक्षाला समांतर असतो.

आकृती : एकूण स्थिर खर्च



आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूचे नग आणि OY अक्षावर खर्च दर्शविला आहे. TFC हा एकूण स्थिर खर्चाचा वक्र आहे. वस्तूच्या सर्व नगांचा खर्च सारखाच असल्याने TFC हा वक्र OX या अक्षास समांतर असलेला दिसून येतो.

२) एकूण बदलता खर्च (Total Variable Cost) **:**

जो खर्च उत्पादनाच्या दिशेने बदलतो, त्यास बदलता उत्पादन खर्च असे म्हणतात. उत्पादनात वाढ झाली की बदलता खर्च वाढतो. उत्पादनात घट झाली की बदलता खर्च घटतो आणि उत्पादन बंद केले की, बदलता खर्च शून्य होतो. वरील तक्त्यात शून्य नगाचा बदलता खर्च शून्य दिसतो. तर उत्पादनात जसजशी वाढ होत जाते तसतसा बदलता खर्च वाढत गेल्याचे दिसते. म्हणून एकूण बदलत्या खर्चाचा वक्र हा डावीकडून उजवीकडे वरती जाणारा असतो.

अशा प्रकारे बदलता खर्च हा उत्पादनाच्या प्रमाणावर अवलंबून असतो. Variable cost is depend on volume of output.

बदलत्या खर्चाचे घटक :

१) तात्पुरत्या (टेंपररी) कामगारांच्या मजुरीवरील खर्च.

२) कच्च्या मालाची किंमत.

३) डिझेल, पेट्रोल, लाकूड, कोळसा इत्यादीवरील खर्च.

४) वाहतूक भाड्यावरील खर्च.

५) हमाली.

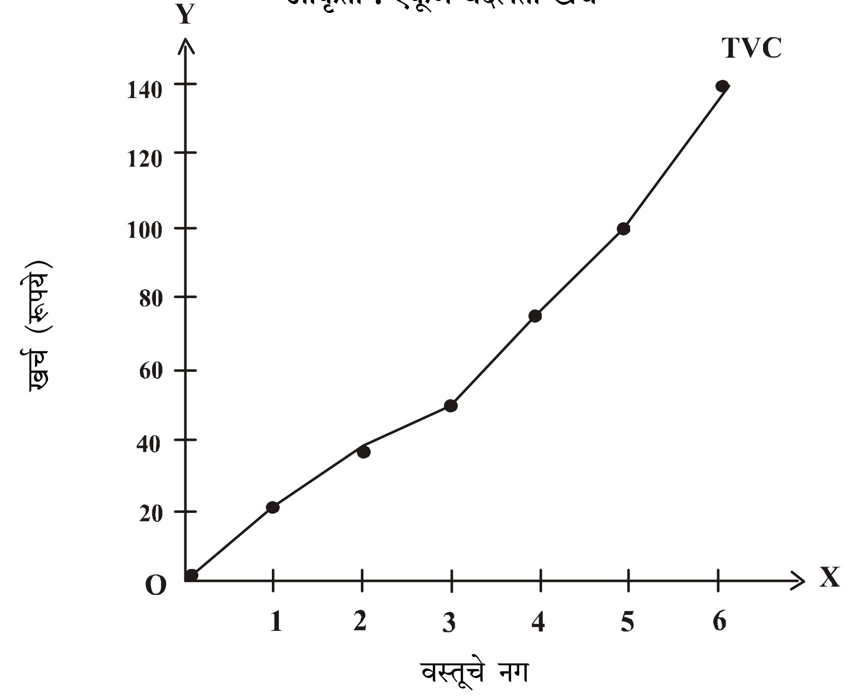
६) वीज बील.

७) जाहिरातीवरील खर्च आणि

८) वस्तू व सेवा कर.

उत्पादनात वाढ झाली तर हा खर्च वाढतो आणि उत्पादनात घट झाली तर हा खर्च घटतो. म्हणून या खर्चाला बदलता खर्च असे म्हणतात. अल्पकाळात वस्तूची मागणी वाढली तर उत्पादक बदलत्या घटकात वाढ करतात आणि अधिक उत्पादन करतात. अल्पकाळात स्थिर घटकात बदल करता येत नाही. त्यामुळे फक्त बदलत्या घटकात वाढ करून जेवढे शक्य आहे तेवढे अधिक उत्पादन उत्पादक करतात. अल्पकाळात वस्तूची मागणी फार काळ टिकत नाही. अल्पकाळातच स्थिर खर्च व बदलते खर्च असे उत्पादन खर्चाचे दोन प्रकार पडतात. दीर्घकाळात स्थिर घटकात वाढ किंवा घट करता येते. त्यामुळे दीर्घकाळात सर्व खर्च बदलते खर्च असतात.

आकृती : एकूण बदलता खर्च



आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूचे नग आणि OY अक्षावर खर्च दर्शविला आहे. TVC हा एकूण बदलता खर्च वक्र आहे. उत्पादनात जसजशी वाढ होत जाते तसतसा उद्योगसंस्थेचा एकूण बदलता खर्च वाढत जातो. म्हणून TVC हा एकूण बदलत्या खर्चाचा वक्र डावीकडून उजवीकडे वरती जाताना दिसतो.

३) एकूण उत्पादन खर्च (Total Cost) **:**

एकूण स्थिर खर्च आणि एकूण बदलता खर्च यांची बेरीज म्हणजे एकूण उत्पादन खर्च होय.

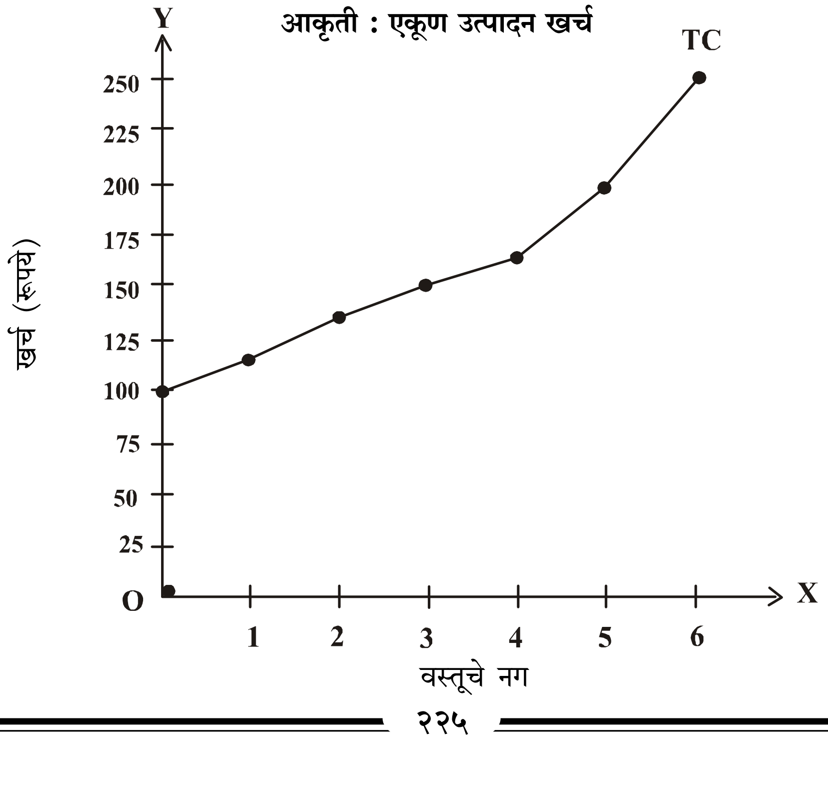
TFC + TVC = TC

TFC =Total Fixed Cost (एकूण स्थिर खर्च)
TVC = Total Variable Cost (एकूण बदलता खर्च)
TC = Total Cost (एकूण खर्च)

एकूण स्थिर खर्च + एकूण बदलता खर्च = एकूण खर्च

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, सर्व नगांचा एकूण स्थिर खर्च हा सारखाच आहे. एकूण बदलत्या खर्चात मात्र उत्पादन वाढीबरोबर वाढ होत गेलेली आहे. एकूण बदलता खर्च वाढत असल्याने एकूण उत्पादन खर्चात सुद्धा वाढ होत गेल्याचे दिसते.

आकृती : एकूण उत्पादन खर्च



आकृतीचे स्पष्टीकरण :

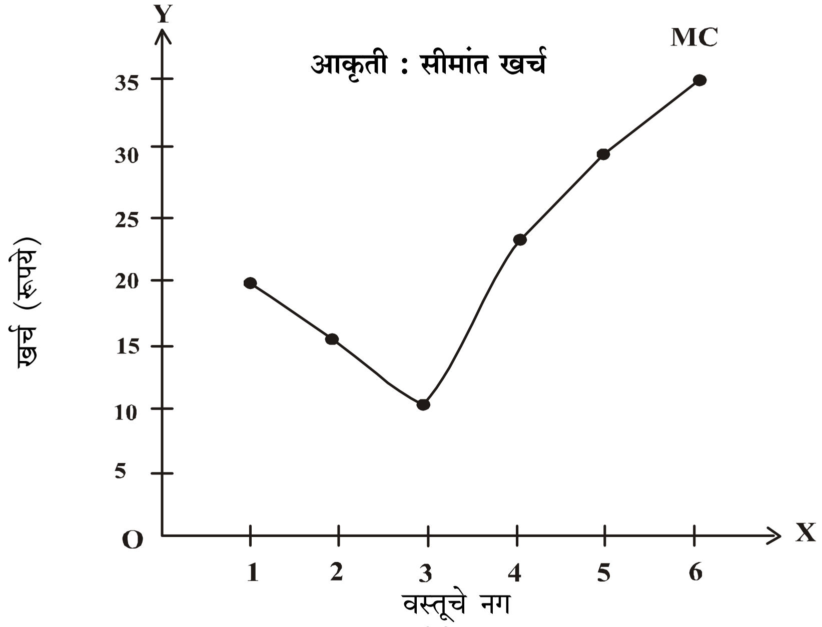
वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूचे नग आणि OY अक्षावर खर्च दर्शविला आहे. TC हा एकूण उत्पादन खर्चाचा वक्र आहे. उत्पादनात जसजशी वाढ होत जाते तसतसा एकूण खर्च वाढत जातो. म्हणून TC हा एकूण खर्चाचा वक्र डावीकडून उजवीकडे वरती जाणारा दिसून येतो.

४) सीमांत खर्च (Marginal Cost) **:**

सीमांत नगाचा उत्पादन खर्च म्हणजे सीमांत खर्च होय. सीमांत नग म्हणजे शेवटचा नग होय. शेवटचा नग तयार करण्यासाठी उत्पादकाला येणारा खर्च म्हणजे सीमांत खर्च होय किंवा सीमांत नगाच्या उत्पादनामुळे एकूण उत्पादन खर्चात झालेली निव्वळ वाढ म्हणजे सीमांत खर्च होय. समजा X या उद्योगसंस्थेच्या ०४ नगांचा एकूण खर्च १७२ रुपये आहे. या उद्योगसंस्थेने पाचव्या नगाचे उत्पादन केले. त्यामुळे एकूण उत्पादन खर्च समजा २०० रुपये आला तर आपल्या या उदाहरणात पाचवा नग हा सीमांत नग ठरेल. पाचव्या नगाच्या उत्पादनामुळे एकूण खर्चात २८ रुपयांची भर पडली. म्हणून या उदाहरणात सीमांत उत्पादन खर्च २८ रुपये इतका येतो. उत्पादनाच्या सुरवातीला सीमांत खर्च कमी कमी होत जातो. परंतु उत्पादनात एका प्रमाणापेक्षा जास्त वाढ झाल्यास सीमांत खर्चात वेगाने वाढ होते. म्हणून सीमांत खर्चाचा वक्र सुरुवातीला काही अंतरापर्यंत डावीकडून उजवीकडे खाली येतो. त्यानंतर तो वरती जातो. खालील आकृतीत ते दर्शवले आहे.

$$\mathbf{MC} = \frac{\triangle \mathbf{TC}}{\triangle \mathbf{Q}}$$

$$\textbf{सीमांत खर्च} = \frac{\textbf{एकूण खर्चातील बदल}}{\textbf{उत्पादनातील बदल}}$$



आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूचे नग आणि OY अक्षावर खर्च दर्शविला आहे. MC हा सीमांत खर्चाचा वक्र असून सुरवातीला हा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली उतरताना व तिसऱ्या नगाच्या उत्पादनापासून खालून वरती जाताना दिसतो.

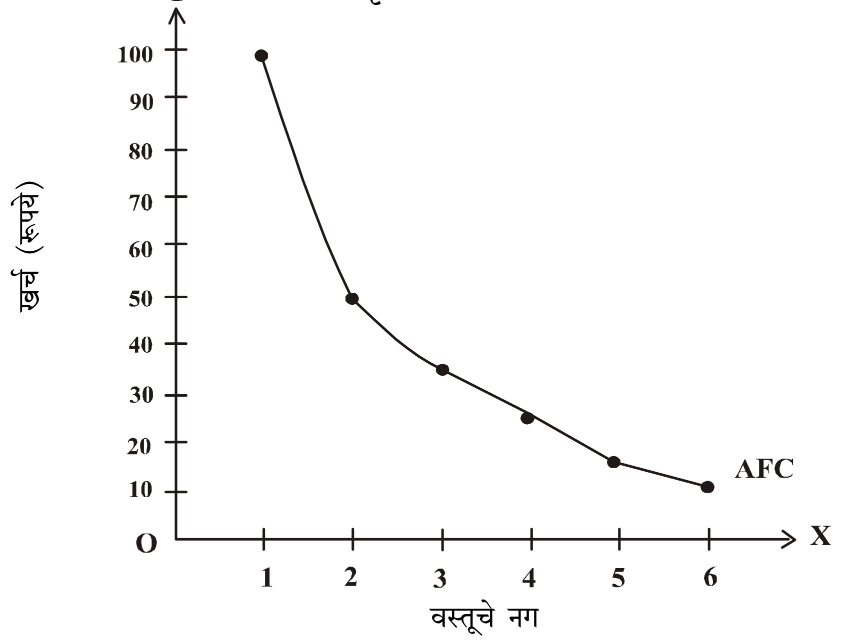
५) सरासरी स्थिर खर्च (Average Fixed Cost) **:**

एकूण स्थिर खर्च भागिले उत्पादन म्हणजे सरासरी स्थिर खर्च होय. एकूण स्थिर खर्चावरून सरासरी स्थिर खर्च काढतात.

$$\text{सरासरी स्थिर खर्च} = \frac{\text{एकूण स्थिर खर्च}}{\text{उत्पादनाचे नग}}$$

उदाहरणार्थ, X या उद्योगसंस्थेने ०५ नगांचे उत्पादन केले आणि एकूण स्थिर खर्च १०० रुपये असेल तर सरासरी स्थिर खर्च २० रुपये येईल.

आकृती : सरासरी स्थिर खर्च



आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूचे नग आणि OY अक्षावर खर्च दर्शविला आहे. AFC हा सरासरी स्थिर खर्चाचा वक्र असून हा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली येणारा दिसतो. कारण उत्पादनात

जसजशी वाढत होत जाते तसतसा एकूण स्थिर खर्च हा अनेक नगावर विभागला जातो. त्यामुळे सरासरी स्थिर खर्च घटत जातो.

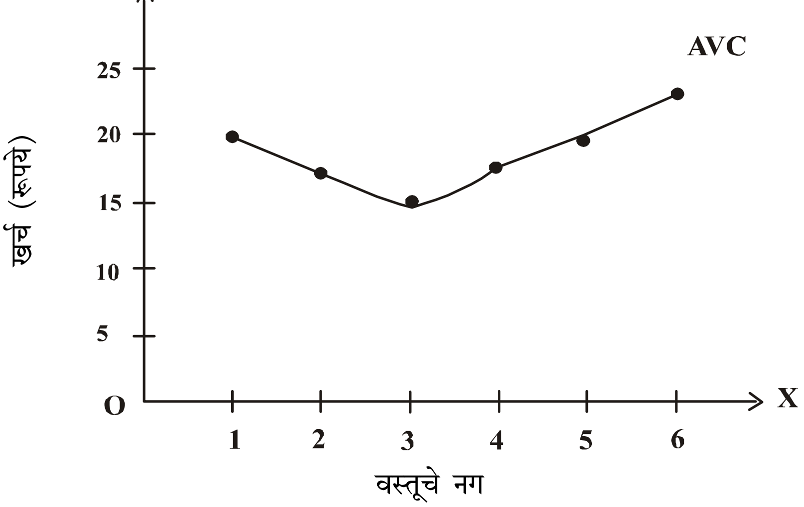
६) सरासरी बदलता खर्च (Average Varibale Cost) **:**

एकूण बदलता खर्च भागिले उत्पादन म्हणजे सरासरी बदलता खर्च होय.

$$\textbf{सरासरी बदलता खर्च} = \frac{\textbf{एकूण बदलता खर्च}}{\textbf{उत्पादनाचे नग}}$$

एकूण बदलत्या खर्चास उत्पादन नगसंख्येने भागले असता येणारा खर्च म्हणजे सरासरी बदलता खर्च होय. उदाहरणार्थ X या उद्योगसंस्थेचा चार नगाचा एकूण बदलता खर्च ७२ रुपये आहे. तर वरील सुत्रानुसार सरासरी बदलता खर्च १८ रुपये येईल.

आकृती : सरासरी बदलता खर्च



आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूचे नग आणि OY अक्षावर खर्च दर्शविला आहे. AVC हा सरासरी बदलत्या खर्चाचा वक्र आहे. या वक्राचा आकार काहीसा इंग्रजी U अक्षरासारखा दिसतो.

७) सरासरी खर्च (Average Cost) **:**

सरासरी स्थिर खर्च आणि सरासरी बदलता खर्च यांची बेरीज म्हणजे अल्पकाळाच्या दृष्टीने सरासरी खर्च होय.

सरासरी खर्च = सरासरी स्थिर खर्च + सरासरी बदलता खर्च

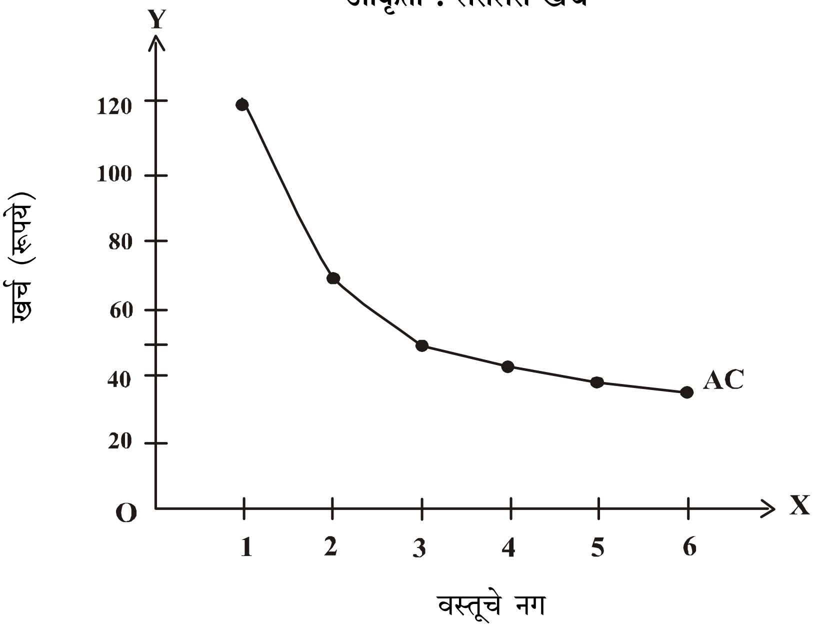
$$AC = AFC + AVC$$

एकूण उत्पादन खर्चास उत्पादनाच्या नगसंख्येने भागले असता येणारा खर्च म्हणजे सरासरी खर्च होय.

$$\textbf{सरासरी खर्च} = \frac{\textbf{एकूण उत्पादन खर्च}}{\textbf{उत्पादनाचे नग}}$$

उदाहरणार्थ, X या उद्योगसंस्थेला ०५ नगांचा एकूण उत्पादन खर्च २०० रुपये आला तर वरील सूत्रानुसार सरासरी खर्च ४० रुपये येतो.

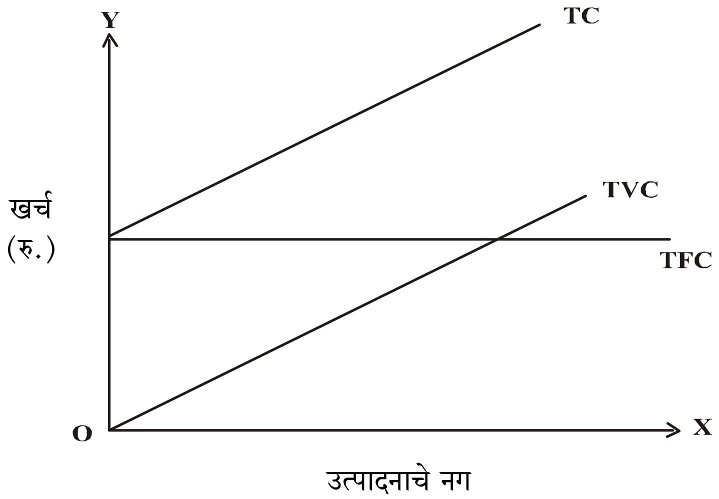
आकृती : सरासरी खर्च



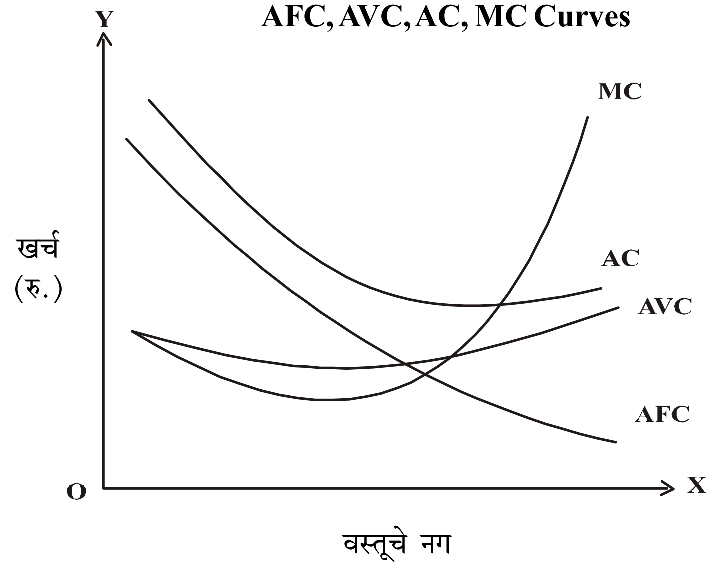
आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूचे नग आणि OY अक्षावर खर्च दर्शविला आहे. AC हा सरासरी खर्चाचा वक्र आहे. हा वक्र म्हणजे सरासरी स्थिर खर्च वक्र आणि सरासरी बदलता खर्च वक्र यांची बेरीज होय.

एकूण स्थिर खर्च वक्र, एकूण बदलता खर्च वक्र व
एकूण उत्पादन खर्च वक्र (TFC, TVC, TC Curves)



सरासरी स्थिर खर्च, सरासरी बदलता खर्च,
सरासरी खर्च आणि सीमांत खर्च
AFC, AVC, AC, MC Curves



उद्योगसंस्थेचे दीर्घकालीन खर्चाचे वक्र (Firms Long run cost curves) :

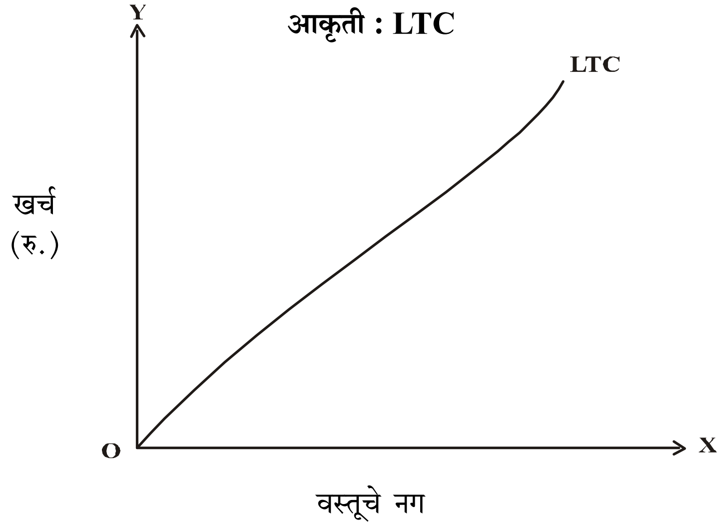
दीर्घकाळ हा खूप मोठा काळ असतो. ज्या काळात उद्योगसंस्थेला आपल्या स्थिर घटकात बदल करता येतो, त्या काळास दीर्घकाळ असे म्हणतात. दीर्घकाळात नवीन कारखाने स्थापन करता येतात. नवीन यंत्रसामग्री

बसवता येते. तसेच दीर्घकाळात या स्थिर घटकात घटही करता येते. दीर्घकाळात जर वस्तूची मागणी वाढली तर उत्पादक स्थिर घटकात तसेच बदलत्या घटकात वाढ करून अधिक उत्पादन करू शकतात. कारण दीर्घकाळात मागणी दीर्घकाळ टिकाणारी असते. तसेच दीर्घकाळात जर मागणी घटली तर उत्पादक स्थिर घटकात घट करून उत्पादन कमी करतात. अशा प्रकारे दीर्घकाळ म्हणजे ज्या काळात उत्पादनाच्या स्थिर घटकात वाढ किंवा घट करता येते, तो काळ होय. दीर्घकाळात सर्वच घटक बदलते असतात.

१) दीर्घकालीन एकूण खर्च (Long Run Total Cost) **:**

दीर्घकाळात एकूण उत्पादन खर्चाचे एकूण स्थिर खर्च आणि एकूण बदलता खर्च असे प्रकार नसतात. दीर्घकाळात एकूण खर्च आणि एकूण बदलता खर्च सारखाच असतो. दीर्घकाळात एकूण खर्च म्हणजेच एकूण बदलता खर्च होय. उत्पादनात वाढ झाली की एकूण खर्च वाढतो आणि उत्पादनात घट झाली की एकूण खर्च घटतो. त्यामुळे दीर्घकालीन एकूण उत्पादन खर्चाचा वक्र हा खालून वरती जाणारा येतो. खालील आकृतीत ते दर्शविले आहे.

आकृती : LTC



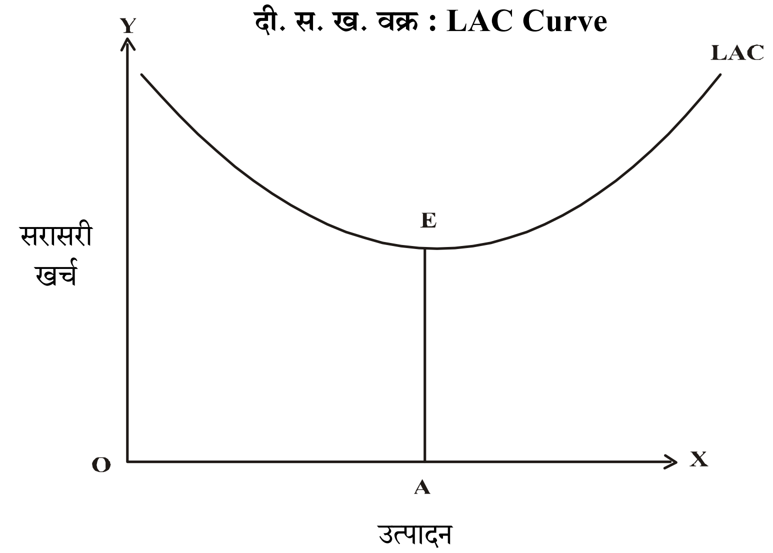
आकृतीचे स्पष्टीकरण :

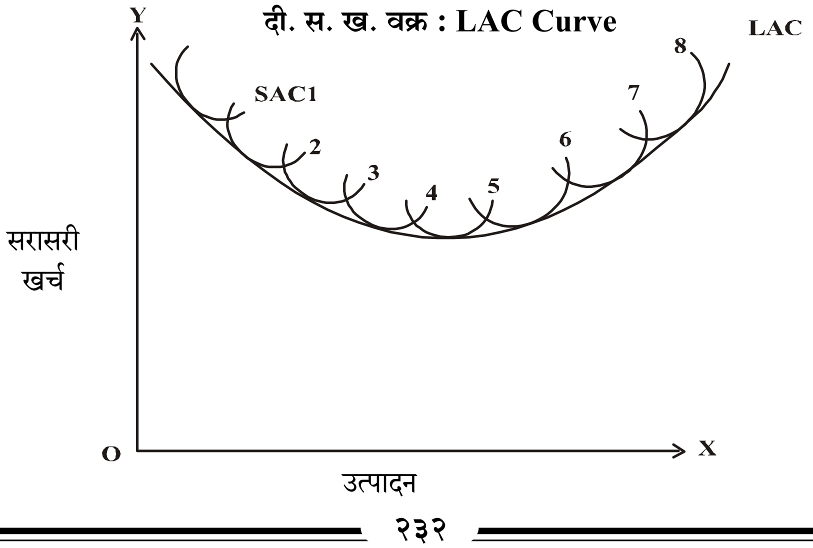
वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. तर OY अक्षावर खर्च दर्शविला आहे. LTC हा दीर्घकालीन एकूण खर्चाचा वक्र आहे. उत्पादनात जसजशी वाढ होत जाते तसतसा एकूण खर्च वाढत जातो. त्यामुळे LTC हा दीर्घकालीन एकूण खर्चाचा वक्र डावीकडून उजवीकडे वरती जाणारा येतो.

२) दीर्घकालीन सरासरी खर्च (Long run Average Cost Curve - LAC) **:**

अनेक अल्पकालीन सरासरी खर्च वक्रांची बेरीज म्हणजे दीर्घकालीन सरासरी खर्च वक्र होय. म्हणजेच दीर्घकालीन सरासरी खर्च वक्रामध्ये अनेक अल्पकालीन सरासरी खर्च वक्र समाविष्ट असतात. दीर्घकाळात स्थिर घटकात वाढ केली की स्थिर खर्च वाढतो आणि स्थिर घटकात घट केली की स्थिर खर्च घटतो. अल्पकाळाप्रमाणे दीर्घकाळात स्थिर खर्च स्थिर नसतो. तर जो बदलणारा (कमी-जास्त) होणारा असतो. तसेच दीर्घकाळात

उद्योगसंस्थेचा बदलता खर्च कमी गतीने वाढतो. म्हणून दीर्घकालीन सरासरी खर्चाचा वक्र हा इंग्रजी U या अक्षरासारखा परंतु अल्पकालीन सरासरी खर्च वक्रापेक्षा पसरट स्वरूपाचा येतो. उत्पादनाच्या सुरवातीला उत्पादनाच्या एका विशिष्ट पातळीपर्यंत सरासरी खर्च घटत जातो. त्यानंतर उत्पादनाची एक विशिष्ट पातळी ओलांडली की उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च हळूहळू वाढत जातो. त्यामुळे दीर्घकाळात सरसरी खर्चाचा वक्र इंग्रजी U अक्षरासारखा परंतु पसरट असतो. प्रत्येक उद्योगसंस्थेची उत्पादन करण्याची एक विशिष्ट कुवत असते. ती कुवत / क्षमता ओलांडली की उद्योगसंस्थेचा वस्तूचा सरासरी खर्च वाढू लागतो. त्यामुळे सरासरी खर्चाचा वक्र एका विशिष्ट बिंदूनंतर खालून वरती जातो. उत्पादनाच्या सुरवातीला (उद्योगसंस्थेचे उत्पादन व आकारमान पर्याप्त असताना) उद्योगसंस्थेला अंतर्गत बचती मिळतात. म्हणून सरासरी खर्च घटत जातो. परंतु मर्यादेपेक्षा जास्त उद्योगसंस्थेचे आकारमान वाढले तर काही अंतर्गत तोटे सहन करावे लागतात. त्यामुळे उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च वाढतो.





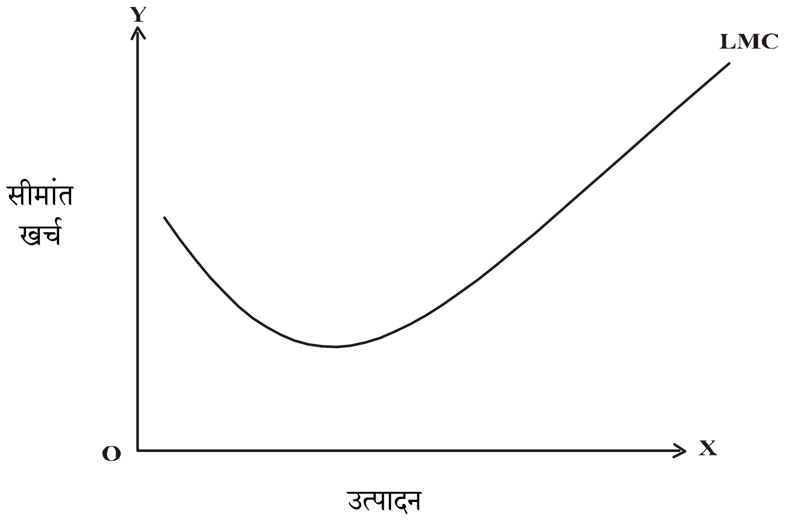
वरील आकृतीमध्ये LAC हा दीर्घकालीन सरासरी खर्चाचा वक्र दर्शविला आहे. SAC_1, SAC_2, SAC_3, SAC_4, SAC_5, SAC_6, SAC_7 आणि SAC_8 हे अल्पकालीन सरासरी खर्चाचे वक्र आहेत. या सर्व अल्पकालीन सरासरी खर्च वक्रांना LAC हा दीर्घकालीन सरासरी खर्च वक्र स्पर्श करून गेला आहे. SAC_1 ते SAC_8 या सर्व अल्पकालीन सरासरी खर्च वक्रांची बेरीज म्हणजे LAC हा दीर्घकालीन सरासरी खर्च वक्र होय.

३) दीर्घकालीन सीमांत खर्च (Long Run Marginal Cost - LMC) **:**

दीर्घकालीन सीमांत खर्चाचा वक्र हा इंग्रजी U अक्षरासारखा परंतु पसरट असतो. उद्योगसंस्थेच्या दृष्टीने दीर्घकालीन सीमांत खर्च अत्यंत महत्त्वाचा असतो. ज्या ठिकाणी वस्तूची किंमत आणि दीर्घकालीन सीमांत खर्च हे दोन घटक समान होतात त्या ठिकाणी उद्योगसंस्था उत्पादन थांबवते. त्यापेक्षा जास्त उत्पादन केल्यास उद्योगसंस्थेला तोटा होतो. दीर्घकालीन सीमांत खर्चाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

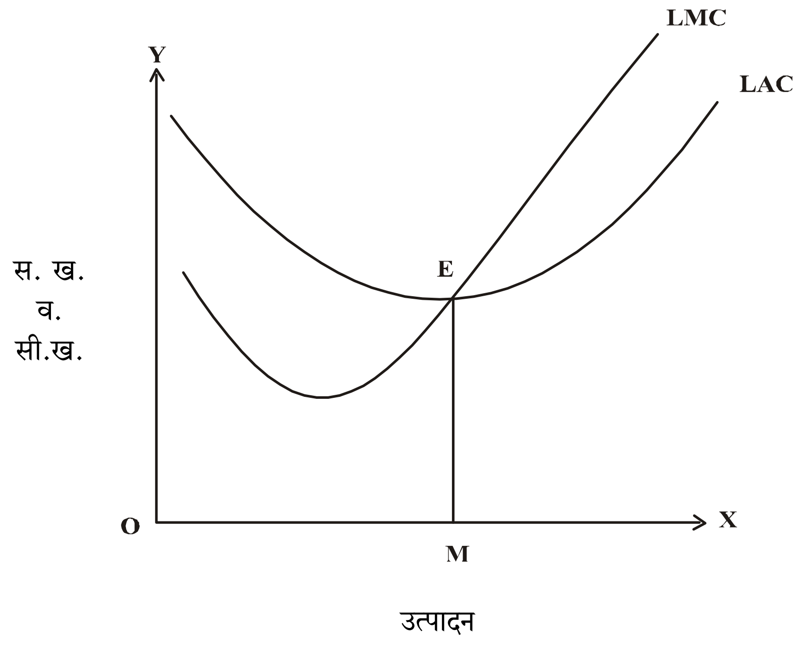
"दीर्घकाळात उद्योगसंस्थेने एका जादा वस्तूचे उत्पादन केल्यामुळे एकूण उत्पादन खर्चात जी निव्वळ वाढ होते, त्यास दीर्घकालीन सीमांत खर्च असे म्हणतात."

दी. सी. ख. वक्र : LMC Curve



वरील आकृतीमध्ये OX अक्षावर वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. तर OY अक्षावर खर्च दर्शविला आहे. LMC हा दीर्घकालीन सीमांत खर्चाचा वक्र आहे. उत्पादनाच्या सुरवातीला दीर्घकालीन सीमांत खर्च घटत जातो म्हणून LMC (दी.सी.ख. वक्र) वरून खाली येतो. उद्योगसंस्थेच्या उत्पादनात जसजशी वाढ होत जाते तसतसा सीमांत खर्च वाढत जातो. त्यामुळे LMC हा दीर्घकालीन सीमांत खर्चाचा वक्र खालून वरती जातो.

दी. स. ख. व दी. सी. ख. : (LAC & LMC)



वरील आकृतीमध्ये LAC हा दीर्घकालीन सरासरी खर्चाचा वक्र असून LMC हा दीर्घकालीन सीमांत खर्चाचा वक्र आहे. या आकृतीवरून असे दिसते की, दीर्घकालीन सीमांत खर्च वक्रापेक्षा दीर्घकालीन सरासरी खर्च वक्र अधिक पसरट आहे. दीर्घकाळात सरासरी खर्चापेक्षा सीमांत खर्चात वेगाने घट होते. म्हणून सुरवातीला दीर्घकालीन सीमांत खर्चाचा वक्र सरासरी खर्च वक्रापेक्षा वेगाने खाली येतो. उत्पादनाच्या एका विशिष्ट अवस्थेनंतर दीर्घकालीन सरासरी खर्चापेक्षा दीर्घकालीन सीमांत खर्चात मोठी वाढ होते. म्हणून दीर्घकालीन सरासरी खर्च वक्रापेक्षा दीर्घकालीन सीमांत खर्चाचा वक्र वेगाने वरती जातो.

प्राप्ती (Revenue) :

प्रास्ताविक :

सरासरी प्राप्ती (Average Revenue), सीमांत प्राप्ती (Marginal Revenue) आणि एकूण प्राप्ती (Total Revenue) अशा प्राप्तीच्या तीन संकल्पना आहेत. या तीन संकल्पना पाहण्यापूर्वी आपणास प्राप्ती म्हणजे काय हे पाहणे आवश्यक आहे. प्राप्तीला उत्पन्न असेही म्हणतात. प्राप्तीची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''वस्तूच्या विक्रीपासून विक्रेत्याला / उत्पादकाला मिळणारे उत्पन्न म्हणजे प्राप्ती होय.''

वस्तूची मागणी आणि प्राप्ती यांच्यात धनसहसंबंध असतात. ग्राहकांकडून वस्तूला मागणी वाढली की

उत्पादकांच्या प्राप्तीत वाढ होते. वस्तूला मागणी घटली की प्राप्ती घटते. उत्पादकाचा नफा प्राप्तीवर अवलंबून असतो. प्राप्तीत वाढ झाली की नफ्यात वाढ होते. उत्पादन खर्च आणि प्राप्ती यांच्यात ऋण (व्यस्त) संबंध असतात. उत्पादन खर्च वाढला की उत्पादक वस्तूची किंमत वाढवतात. त्यामुळे ग्राहक वस्तूची मागणी कमी करतात. त्यामुळे उत्पादकांची प्राप्ती घटते.

प्राप्तीच्या संकल्पना (Concepts of Revenue) **:**

वस्तूची विक्री केल्यानंतर उत्पादकाला (१) एकूण प्राप्ती, (२) सरासरी प्राप्ती आणि (३) सीमांत प्राप्ती अशी तीन प्रकारची प्राप्ती मिळते. या प्रकारांचे स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

१) एकूण प्राप्ती (Total Revenue) **:**

एकूण प्राप्तीलाच एकूण उत्पन्न असेही म्हणतात. एकूण प्राप्तीची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''प्रचलित किंमतीला एखाद्या वस्तूच्या सर्व नगांची विक्री केल्यानंतर उद्योगसंस्थेला किंवा उत्पादकाला मिळालेले एकूण उत्पन्न म्हणजे एकूण प्राप्ती होय.''

एकूण प्राप्तीची संकल्पना खालील सूत्राच्या साहाय्याने सुद्धा सांगता येते.

TR = QXP

TR= Total Revenue (एकूण प्राप्ती)

Q = Quantity of output produced and sold (वस्तूचे विकलेले सर्व नग)

P = (किंमत)

एकूण प्राप्ती = वस्तूचे विकलेले सर्व नग X वस्तूची किंमत

समजा X ही उद्योगसंस्था खुर्ची या वस्तूची उत्पादन करते. एका खुर्चीची किंमत ५०० रुपये आहे. या उद्योगसंस्थेने खुर्चीचे एकूण १०० नग विकले तर ५०० रुपये X १०० नग = ५००० रुपये एकूण प्राप्ती होईल.

२) सरासरी प्राप्ती (Average Revenue) **:**

सरासरी प्राप्तीलाच 'सरासरी उत्पन्न' असेही म्हणतात. सरासरी प्राप्ती ही उत्पादनाच्या एका नगाची किंमतीएवढी असते. (Average Revenue is the per unit price of the commodity.)

''उद्योगसंस्थेच्या एकूण प्राप्तीला त्या उद्योगसंस्थेने विकलेल्या वस्तूच्या सर्व नगांनी भागले असता जे उत्पन्न मिळते, त्या उत्पन्नास सरासरी प्राप्ती असे म्हणतात.''

सरासरी प्राप्तीची संकल्पना खालील सूत्राच्या सहाय्याने सुद्धा स्पष्ट करता येते.

$$AR = \frac{TR}{Q}$$

AR = Average Revenue (सरासरी प्राप्ती)

TR = Total Revenue (एकूण प्राप्ती)

Q = Quantity of output produced ans sold (वस्तूचे विकलेले एकूण नग)

$$\textbf{सरासरी प्राप्ती} = \frac{\textbf{एकूण प्राप्ती}}{\textbf{वस्तूचे विकलेले सर्व नग}}$$

समजा, X उद्योगसंस्थेची एकूण प्राप्ती ५०,००० रुपये आहे. या उद्योगसंस्थेने खुर्चीचे एकूण १०० नग विकले तर ५०,००० रुपये ÷ १०० नग = ५०० रुपये इतकी सरासरी प्राप्ती येते.

३) सीमांत प्राप्ती (Marginal Revenue) **:**

सीमांत प्राप्तीस सीमांत उत्पन्न असेही म्हणतात. सीमांत प्राप्तीची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''सीमांत नगाच्या विक्रीपासून उद्योगसंस्थेला मिळणारे उत्पन्न म्हणजे सीमांत प्राप्ती होय.''

वस्तूच्या शेवटच्या नगाच्या विक्रीपासून एकूण प्राप्तीत पडणारी निव्वळ भर म्हणजे सीमांत उत्पन्न किंवा सीमांत प्राप्ती होय.

$$MR = \frac{\triangle TR}{\triangle Q}$$

MR = Marginal Revenue (सीमांत प्राप्ती)

$\triangle$ = Change (बदल/वाढ किंवा घट)

TR = Total Revene (एकूण प्राप्ती)

Q = Quantity of output produced and sold (विकलेले नग)

$$\textbf{सीमांत प्राप्ती} = \frac{\textbf{एकूण प्राप्तीतील बदल (वाढ किंवा घट)}}{\textbf{विकलेल्या नगसंख्येतील बदल (वाढ किंवा घट)}}$$

वस्तूचा एक जादा नग विकल्याने एकूण प्राप्तीत पडणारी निव्वळ भर म्हणजे सीमांत प्राप्ती होय.

आपल्या वरील उदाहरणात X उद्योगसंस्थेला १०० खुर्च्या विकून ५०,००० रुपये एकूण प्राप्ती मिळाली आहे. आता या उद्योगसंस्थेने आणखी एक नग (१०१ वा नग) तयार करून विकला आणि त्यामुळे एकूण प्राप्ती ५०,५०० रुपये झाली तर सीमांत प्राप्ती (१०१ व्या नगाची प्राप्ती) ५०० रुपये येईल.

$$\text{सीमांत प्राप्ती} = \frac{\text{५०० रुपये}}{\text{०१ नग}}$$

$\therefore$ सीमांत प्राप्ती = ५०० रुपये

सीमांत प्राप्ती = एकूण प्राप्ती – सीमांत नगाच्या विक्रीपूर्वी मिळालेली एकूण प्राप्ती

$\therefore$ सीमांत प्राप्ती = ५०,५०० रु. – ५०,००० रुपये

$\therefore$ सीमांत प्राप्ती = ५०० रुपये

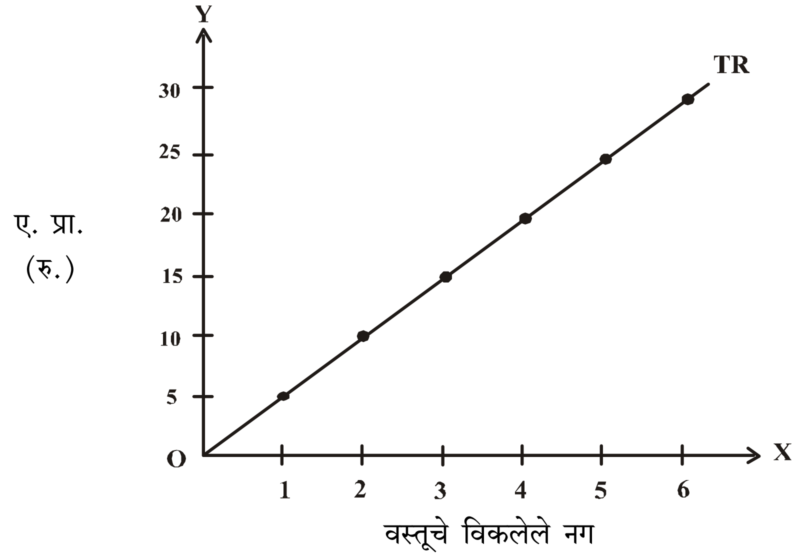
अशा प्रकारे सीमांत नग किंवा वस्तूचा एक जादा नग विकल्याने उद्योगसंस्थेच्या एकूण उत्पन्नात जी निव्वळ भर पडते, तिला सीमांत प्राप्ती असे म्हणतात.

पूर्ण स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचे प्राप्तीचे वक्र (Revenue Curves of the Firm under Perfect Competition) :

ज्या बाजारात असंख्या ग्राहक आणि असंख्य विक्रेते असतात त्या बाजारात पूर्ण स्पर्धा असे म्हणतात. पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात एकाच प्रकारच्या वस्तूची किंमत सर्वत्र सारखी असते. पूर्ण स्पर्धेत वस्तू एकजिनसी असते. पूर्ण स्पर्धेत एखादा उत्पादक वस्तूचा पुरवठा वाढवून अथवा कमी करून किंमतीवर प्रभाव पाडू शकत नाही. तसेच पूर्ण स्पर्धेत एखादा ग्राहक वस्तूची मागणी वाढवून अथवा कमी करून किंमतीवर प्रभाव टाकू शकत नाही. अशा प्रकारे पूर्ण स्पर्धेत एकाच प्रकारच्या वस्तूची किंमत सर्व विक्रेत्याकडे सारखीच असते. पूर्ण स्पर्धेतील कोणताही एक उत्पादक वस्तूची किंमत वाढवूही शकत नाही आणि कमीही करू शकत नाही. पूर्ण स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेला आपल्या वस्तूचे सर्व नग एकाच (सारख्याच) किंमतीने विकावे लागतात. त्यामुळे पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची किंमत, सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती सारखीच असते. त्यामुळे पूर्ण स्पर्धेतील किंमतीचा, सरासरी प्राप्तीचा आणि सीमांत प्राप्तीचा वक्र एकच असतो आणि तो OX या अक्षाला समांतर असतो. पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची विक्री जसजशी वाढत जाते तसतशी उद्योगसंस्थेची एकूण प्राप्ती वाढत जाते. त्यामुळे पूर्ण स्पर्धेतील एकूण प्राप्तीचा वक्र डावीकडून उजवीकडे वर जाणारा असतो. खालून वरती जाणारा असतो. (The total revenue curve rises upwards from left to right. The slope of total revenue curve is positive. Total revenue curve is the straight line) पूर्ण स्पर्धेत सीमांत प्राप्ती ही किंमतीएवढी असते. (The average and marginal revenue curves of a price taker firm under perfect competition are one and the same. Marginal revenue is always equal to price.)

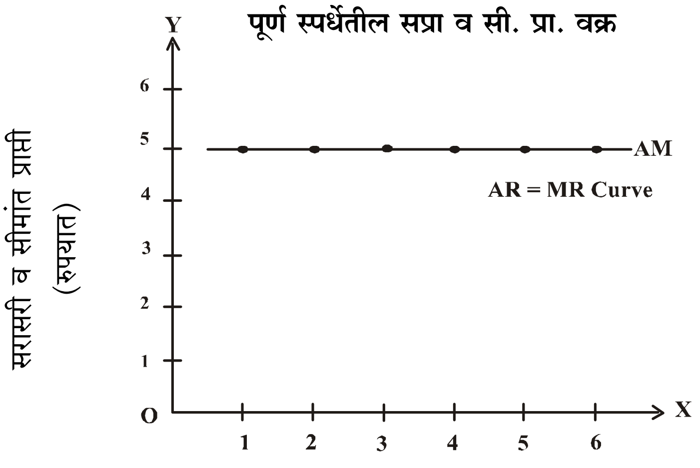
वस्तूचे विक्री केलेले नग	एका नगाची किंमत (रुपये)	एकूण प्राप्ती (रु.) (TR)	सरासरी प्राप्ती (रु.) (AR)	सीमांत प्राप्ती (रु.) (MR)
१	५	५	५	५
२	५	१०	५	५
३	५	१५	५	५
४	५	२०	५	५
५	५	२५	५	५
६	५	३०	५	५

पूर्ण स्पर्धेतील एकूण प्राप्तीचा वक्र



वरील आकृतीत TR हा एकूण प्राप्तीचा वक्र असून तो खालून वरती म्हणजे डावीकडून उजवीकडे वरती जाणारा दिसतो. कारण उद्योगसंस्थेची वस्तूची विक्री एका नगावरून २,३,४,५,६, नग अशी जसजशी वाढत जाते तसतशी एकूण प्राप्ती ५ रुपयावरून १० रुपये, १५ रुपये, २० रुपये, २५ रुपये, ३० रुपये अशी वाढत जाते. म्हणून एकूण प्राप्तीचा वक्र खालून वरती जातो. वरील आकृतीत TR या वक्राने ते दर्शविले आहे.

पूर्ण स्पर्धेतील सप्रा व सी. प्रा. वक्र



वरील आकृतीतील AM हा वक्र सरासरी प्राप्तीचा आणि सीमांत प्राप्तीचा वक्र असून तो OX अक्षाला समांतर आहे. सर्व नगांची सरासरी प्राप्ती सारखीच म्हणजेच ५ रुपये आहे आणि सर्व नगांची सीमांत प्राप्ती सुद्धा सारखीच म्हणजेच ५ रुपये आहे. म्हणून सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्तीचा वक्र एकच येतो आणि तो OX अक्षाला समांतर येतो. वरील आकृतीत AM या वक्राने ते दर्शवले आहे.

अपूर्ण स्पर्धेतील / मक्तेदारीतील उद्योगसंस्थेचे प्राप्ती वक्र (Revenue Curves of the firm under Monopoly Market) **:**

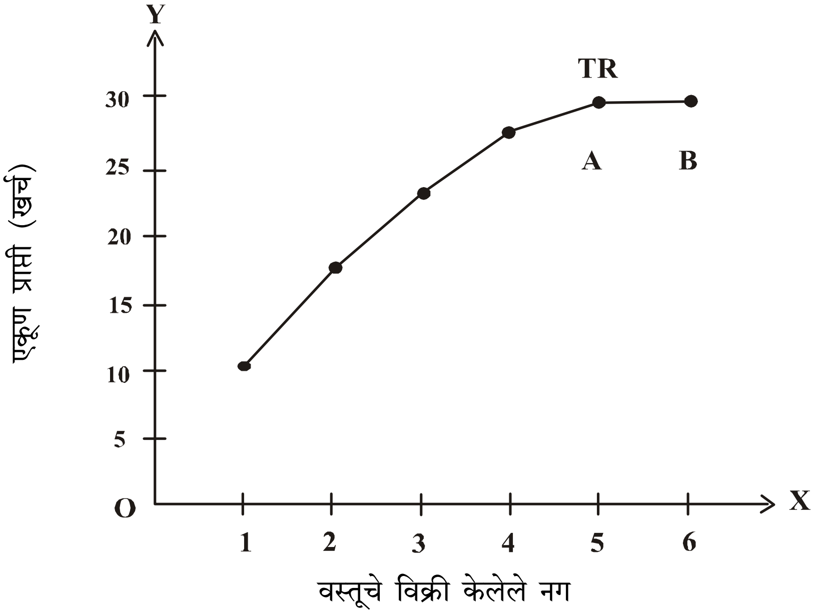
ज्या बाजारात वस्तूचे उत्पादन करणारा उत्पादक किंवा विक्रेता एकच असतो ग्राहक मात्र असंख्य असतात, त्या बाजारास मक्तेदारीचा बाजार किंव एकाधिकाराची बाजारपेठ असे म्हणतात. मक्तेदार एकटाच असल्याने त्याचे वस्तूच्या पुरवठ्यावर आणि किंमतीवर नियंत्रण असते. तो किंमत वाढवू शकतो किंवा कमी करू शकतो. पूर्ण स्पर्धेप्रमाणे मक्तेदारीत वस्तूच्या सर्व नगांची किंमत सारखीच नसते. मक्तेदार एकाच प्रकारची वस्तू वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतींना विकत असतो. त्यामुळे मक्तेदारीतील उद्योगसंस्थेचे सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्तीचे वक्र वेगवेळे येतात. तसेच मक्तेदारीत सरासरी प्राप्तीपेक्षा सीमांत प्राप्ती कमी असते. खालील तक्त्यावरून आपल्या हे लक्षात येईल.

उद्योग संस्थेची अपूर्ण स्पर्धेतील / मक्तेदारीतील प्राप्ती

वस्तूचे विक्री केलेले नग	एका नगाची किंमत (रुपये)	एकूण प्राप्ती (रु.) (TR)	सरासरी प्राप्ती (रु.) (AR)	सीमांत प्राप्ती (रु.) (MR)
१	१०	१०	१०	१०

२	९	१८	९	८
३	८	२४	८	६
४	७	२८	७	४
५	६	३०	६	२
६	५	३०	५	०

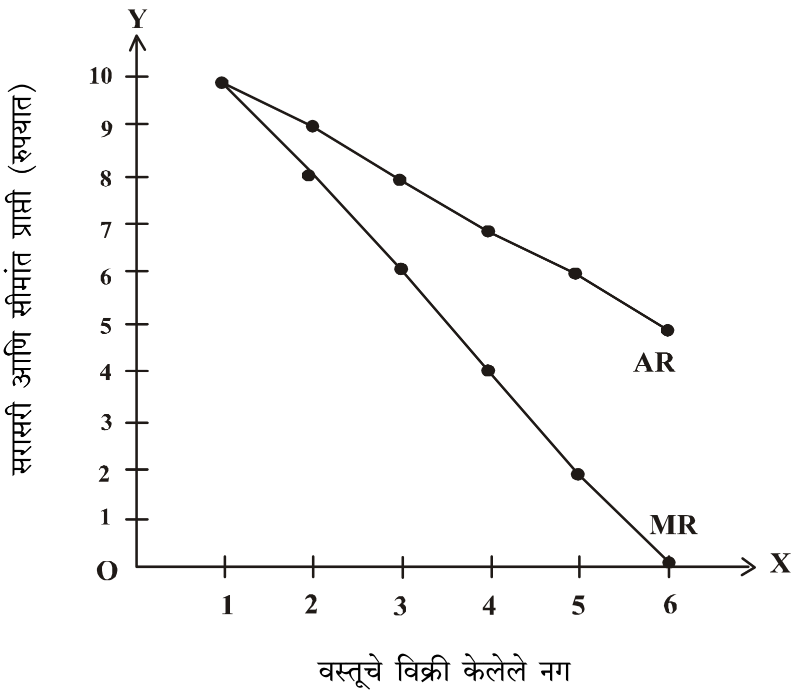
अपूर्ण स्पर्धेतील एकूण प्राप्तीचा वक्र (मक्तेदारी बाजार)



वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूचे विकलेले नग दर्शवले आहेत. तर OY अक्षावर एकूण प्राप्ती (रुपयात) दर्शवली आहे. TR हा एकूण प्राप्तीचा वक्र असून तो खालून वरती जाणारा दिसतो. वस्तूच्या विक्रीत जसजशी वाढ होत जाते तसतशी एकूण प्राप्ती १० रुपयावरून १८ रुपये, २४ रुपये, २८ रुपये, ३० रुपये अशी वाढत जाते. म्हणून एकूण प्राप्तीचा वक्र खालून वरती जातो. वस्तूच्या विक्रीत जसजशी वाढ होत जाते तसतशी एकूण प्राप्ती वाढत असली तरी एकूण प्राप्तीत होणारी वाढ घटत्या दराने होत आहे. (Total Revenue increases at a diminishing rate) म्हणून TR वक्र खालून सावकाश वरती जात आहे. एका नगाची एकूण प्राप्ती १० रुपये आणि ०६ नगांची एकूण प्राप्ती ३० रुपये आहे. ५ नगांची एकूण प्राप्ती ३० रुपये आणि ६ नगांची एकूण प्राप्ती ३० रुपये आहे. त्यामुळे TR वक्रावरील A ते B हा भाग OX अक्षाला समांतर दिसतो.

अशा प्रकारे मक्तेदार किंमतीत घट करत असल्याने एकूण प्राप्ती घटत्या वेगाने वाढते. TR वक्राने ते दर्शवले आहे.

अपूर्ण स्पर्धेतील / मक्तेदारीतील सरासरी व सीमांत प्राप्ती वक्र



वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूंचे विकलेले नग दर्शवले आहेत. OY या अक्षावर सरासरी आणि सीमांत प्राप्ती रुपयात दर्शवली आहे. AR हा सरासरी प्राप्तीचा वक्र आहे आणि MR हा सीमांत प्राप्तीचा वक्र आहे. वस्तूचा खप वाढावा म्हणून मक्तेदार वस्तूची किंमत कमी करतो. वरील तक्त्यात मक्तेदाराने वस्तूची किंमत १० रुपयावरून ९ रुपये, ८ रुपये, ७ रुपये, ६ रुपये, ५ रुपये अशी कमी केल्याचे दिसते. त्यामुळे वस्तूची सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्ती सुद्धा घटत गेल्याचे दिसते. मक्तेदार वस्तू एकाच किंमतीला विकत नाही. म्हणून मक्तेदारीतील सरासरी व सीमांत प्राप्ती वक्र वेगवेगळे येतात. वरील आकृतीत ते दर्शवले आहे. मक्तेदारीत सरासरी प्राप्तीपेक्षा सीमांत प्राप्तीत वेगाने घट होते म्हणून सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्तीचे वक्र वेगवेगळे येतात आणि सीमांत प्राप्तीचा वक्र सरासरी प्राप्ती वक्राच्या खालच्या बाजूला येतो. सीमांत प्राप्ती शून्य झाल्यामुळे हा वक्र OX अक्षाला स्पर्श करतो. (MR curve can cut the X axis. MR can be zero or negative. But Price and AR can never be zero or negative). AR व MR वक्र हे ऋणात्मक उताराचे असतात.

पर्याप्त उद्योगसंस्था (Optimum Firm) :

प्रास्ताविक :

उद्योगसंस्था (firm) आणि उद्योग (Industry) यामध्ये फरक आहे. एकाच प्रकारच्या वस्तूचे उत्पादन करणारी उत्पादन संस्था म्हणजे उद्योगसंस्था होय. तर एकाच प्रकारची वस्तू तयार करणाऱ्या उद्योगसंस्थांचा समूह म्हणजे उद्योग किंवा उद्योगधंदा होय. उदाहरणार्थ, समजा भारतात २००० कापड गिरण्या आहेत. या सर्व कापड गिरण्यांना मिळून एक कापड उद्योग (Cotton Industry) असे म्हणतात. तर या २००० कापड गिरणीपैकी एक गिरणी म्हणजे उद्योगसंस्था होय. तसेच एखादी उद्योगसंस्था एकापेक्षा जास्त म्हणजे तीन-चार वस्तूंचे उत्पादन करताना दिसते.

पर्याप्त उद्योगसंस्था म्हणजे काय?

पर्याप्त उद्योगसंस्थेस 'आदर्श उद्योगसंस्था' किंवा 'युक्त उद्योगसंस्था' असेही म्हणतात. प्रा. रॉबिन्सन् यांनी पर्याप्त उद्योगसंस्थेची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''उत्पादनाचे प्रचलित तंत्र आणि संघटन कौशल्य याद्वारे दीर्घकाळात ज्या उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च कमीत कमी असतो ती उद्योगसंस्था म्हणजे आदर्श किंवा पर्याप्त उद्योगसंस्था होय.''

दीर्घकाळात ज्या उत्पादन प्रमाणाला उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च कमीत कमी असतो ते उत्पादनाचे प्रमाण म्हणजे 'आदर्श उत्पादन प्रमाण' किंवा 'पर्याप्त उत्पादन प्रमाण' (Optimum Production) होय. उद्योगसंस्था वस्तूचे उत्पादन करत असताना एक उत्पादन प्रमाण असे येते की, त्या प्रमाणाला उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च अत्यंत कमी येतो. त्या उत्पादन प्रमाणालाच आदर्श किंवा पर्याप्त उत्पादन प्रमाण असे म्हणतात आणि अशा उद्योगसंस्थेला 'आदर्श उद्योगसंस्था' किंवा 'पर्याप्त उद्योग संस्था' असे म्हणतात. संयोजक किंवा उत्पादक आदर्श किंवा पर्याप्त उत्पादन प्रमाणापेक्षा जास्त उत्पादन करत नाही किंवा कमी उत्पादन करत नाही. पर्याप्त उत्पादन प्रमाणापेक्षा कमी किंवा जास्त उत्पादन केले तर उत्पादन खर्च वाढतो. तसेच अंतर्गत व बहिर्गत बचतीचे प्रमाण कमी होते. म्हणून संयोजक पर्याप्त उत्पादन प्रमाणापेक्षा कमी किंवा जास्त उत्पादन करत नाही. पर्याप्त उत्पादन प्रमाणाला उद्योगसंस्थेला जास्तीत जास्त नफा किंवा महत्तम नफा मिळतो आणि प्रत्येक उद्योग संस्थेचे उद्दिष्ट जास्तीत जास्त नफा मिळवणे हे असते. म्हणून प्रत्येक संयोजक आपल्या उद्योगसंस्थेचा आकार 'पर्याप्त' किंवा 'युक्त' बनविण्याचा प्रयत्न करत असतो. पर्याप्त उद्योगसंस्थेला जास्तीत जास्त नफा मिळत असतो तसेच अंतर्गत व बहिर्गत बचती मोठ्या प्रमाणात मिळत असतात. म्हणून पर्याप्त उद्योगसंस्थेला 'अत्यंत कार्यक्षम उद्योगसंस्था' असे म्हणतात. वरील स्पष्टीकरणावरून पर्याप्त उद्योगसंस्थेची आणखी एक व्याख्या आपणास खालीलप्रमाणे सांगता येईल.

''दीर्घकाळात ज्या उद्योगसंस्थेला महत्तम नफा मिळत असतो तसेच अंतर्गत व बहिर्गत बचती मोठ्या प्रमाणात मिळत असतात, अशी उद्योगसंस्था म्हणजे 'आदर्श' किंवा 'पर्याप्त' उद्योगसंस्था होय.

गृहीते :

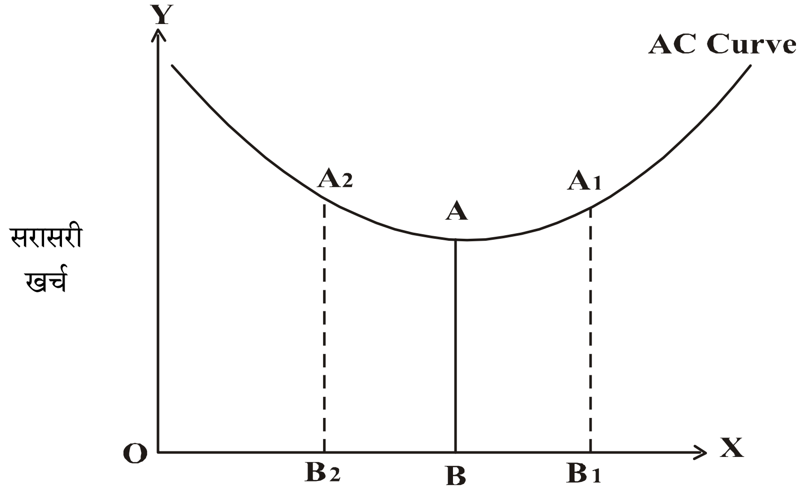
पर्याप्त उद्योगसंस्था ही संकल्पना खालील प्रमुख दोन गृहीतावर आधारित आहे.

१) पूर्ण स्पर्धा (Perfect Competition) **:**

पूर्ण स्पर्धेचा बाजार असेल तरच संयोजकाला आपल्या उद्योगसंस्थेचा आकार आदर्श किंवा पर्याप्त ठेवणे शक्य होते.

२) दीर्घकाळ (Long run Period) **:**

दीर्घकाळातच पर्याप्त उद्योगसंस्थेची संकल्पना प्रत्यक्षात येते.



वस्तूचे नग

आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत OX अक्षावर उद्योगसंस्थेच्या वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. तर OY अक्षावर सरासरी खर्च दर्शविला आहे. AC हा सरसरी उत्पादन खर्च वक्र आहे. AB, A_1B_1, A_2B_2 ह्या सरासरी खर्च रेषा आहेत.

वरील आकृतीत 'A' या बिंदूत उद्योगसंस्थेचा वस्तूचा सरासरी खर्च अत्यंत कमी असल्याचे दिसते. म्हणून उद्योगसंस्था O ते B एवढे उत्पादन करते. या उत्पादन प्रमाणालाच 'आदर्श उत्पादन प्रमाण' किंवा 'पर्याप्त उत्पादन प्रमाण' असे म्हणतात. या पर्याप्त उत्पादन प्रमाणाला सरासरी खर्च अत्यंत कमी असल्याने या प्रमाणापेक्षा जास्त किंवा कमी उत्पादन उद्योगसंस्था करत नाही.

समजा, उद्योगसंस्थेने पर्याप्त उत्पादन प्रमाणापेक्षा जास्त म्हणजे O ते B_1 एवढे उत्पादन केले तर उद्योगसंस्थेचा सरसरी खर्च AB वरून A_1B_1 इतका वाढतो. उत्पादन खर्चात वाढ म्हणजे नफ्यात घट किंवा तोटा होणे होय. म्हणून उद्योगसंस्था O ते B पेक्षा जास्त उत्पादन करणार नाही.

समजा, उद्योगसंस्थेने पर्याप्त उत्पादन प्रमाणापेक्षा कमी म्हणजे OB_2 एवढे उत्पादन केले तर उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च AB वरून A_2B_2 इतका वाढतो. त्यामुळे उद्योगसंस्थेचा नफा कमी होतो. अंतर्गत व बहिर्गत फायदे योग्य प्रमाणात मिळत नाहीत. त्यामुळे उद्योगसंस्था पर्याप्त उत्पादन प्रमाणापेक्षा कमी म्हणजे OB_2 एवढे उत्पादन करणार नाही तर O ते B एवढे उत्पादन करेल. कारण या उत्पादन प्रमाणाला सरसरी खर्च अत्यंत कमी आहे. आकृतीत उद्योगसंस्थेचा कमीत कमी सरासरी खर्च AB या लंबरेषेने दर्शविला आहे.

पर्याप्त उद्योगसंस्थेची वैशिष्ट्ये :

जास्तीत जास्त नफा मिळवणे, कमीत कमी खर्चात उत्पादन करणे, वस्तूची जास्तीत जास्त विक्री इत्यादी प्रत्येक उद्योगसंस्थेची उद्दिष्ट्ये असतात. ही उद्दिष्ट्ये पूर्ण झाली की उद्योगसंस्थेचा आकार पर्याप्त बनतो. पर्याप्त उद्योगसंस्थेची ठळक वैशिष्ट्ये खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत.

१) सीमांत उत्पादन खर्च = सीमांत प्राप्ती (MC = MR) **:**

पर्याप्त उद्योगसंस्थेचा सीमांत खर्च हा सीमांत प्राप्तीइतका असतो. (सीख = सीप्रा)

२) सरासरी उत्पादन खर्च = सीमांत उत्पादन खर्च (AC = MC) **:**

पर्याप्त उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च हा सीमांत खर्चाइतका असतो. (सख = सीख)

३) सीमांत प्राप्ती = सरासरी प्राप्ती (MR = AR) **:**

पर्याप्त उद्योगसंस्थेची सीमांत प्राप्ती आणि सरासरी प्राप्ती सारखीच असते. (सीप्रा = सप्रा)

४) बचती / लाभ :

पर्याप्त उद्योगसंस्थेला अंतर्गत व बहिर्गत बचती मिळत असतात.

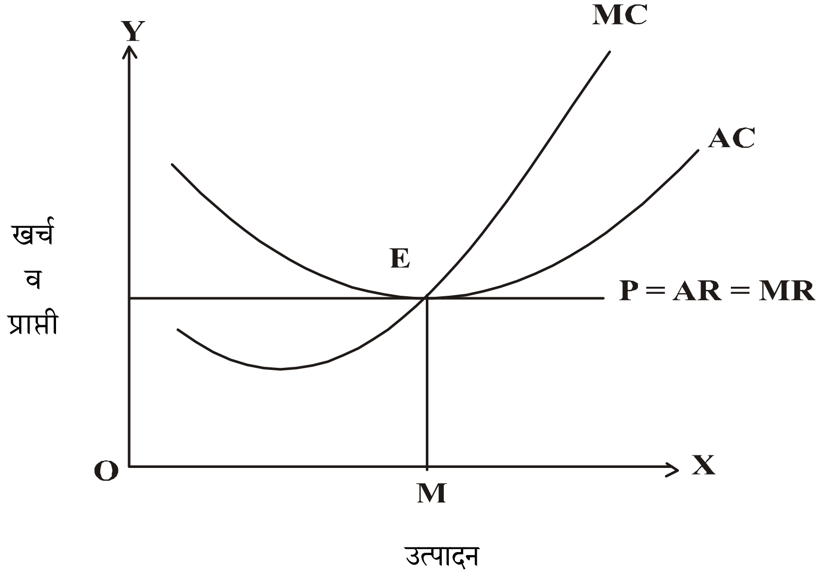
५) पूर्ण स्पर्धेतच अस्तित्व :

एखाद्या उद्योगसंस्थेचा आकार पूर्ण स्पर्धेतच पर्याप्त बनू शकतो. अपूर्ण स्पर्धेत पर्याप्त उद्योगसंस्था दिसून येत नाही.

६) दीर्घकाळ :

संयोजकाला दीर्घकाळातच आपल्या उद्योगसंस्थेचे आकारमान पर्याप्त बनविणे शक्य होते. अल्पकाळ हा अत्यंत लहान काळ असल्याने उद्योगसंस्थेला 'पर्याप्त उद्योगसंस्था' बनविता येत नाही.

आकृती : पर्याप्त उद्योगसंस्था



आकृतीचे स्पष्टीकरण :

वरील आकृतीत OX अक्षावर उत्पादन दर्शविले आहे. OY अक्षावर खर्च व प्राप्ती दर्शविली आहे. AC हा सरासरी खर्चाचा वक्र आहे. MC हा सीमांत खर्चाचा वक्र आहे. P = AR = MR हा किंमतीचा, सरासरी प्राप्तीचा व सीमांत प्राप्तीचा वक्र आहे. पूर्ण स्पर्धेत किंमत, सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्ती एकच असल्याने किंमत, सप्रा व सीप्रा वक्र OX अक्षाला समांतर असतो.

वरील आकृतीत E बिंदूत सीख = सीप्रा आहे. तसेच E बिंदूत सख = सीख आहे. तसेच E याच बिंदूत सीप्रा = सप्रा आहे. म्हणून OM हे पर्याप्त किंवा आदर्श उत्पादन प्रमाण होय. या उत्पादन प्रमाणाचा सरासरी खर्च अत्यंत कमी असून तो EM इतका आहे.

४.३ सारांश :

उत्पादनाच्या सिद्धांतामध्ये बदलत्या प्रमाणाचा नियम आणि प्रमाण प्रत्ययाचा नियम हे दोन अत्यंत महत्त्वाचे नियम मानले जातात. किती कामगारांना काम द्यावे हे सिद्धांतावरून समजते. तसेच प्राप्ती आणि खर्च या सुद्धा उत्पादकांच्या दृष्टीने महत्त्वाच्या संकल्पना आहेत. प्राप्ती जितकी जास्त तितका नफा जास्त आणि उत्पादनाचा खर्च जितका कमी तितका नफा जास्त. प्रत्येक उत्पादक अधिक नफा मिळवण्यासाठी आपल्या उत्पादनाचा खर्च कमीत कमी राहील याकडे लक्ष देत असतो. त्याची सविस्तर माहिती वरील भागात दिली आहे.

४.४ पारिभाषिक शब्द व त्या शब्दांचा अर्थ :

१) **उत्पादन :** उत्पादन म्हणजे उपयोगितेची निर्मिती होय किंवा उपयोगितेत वाढ करणे म्हणजे उत्पादन (Production) होय. आदानांचे रूपांतर प्रदानात करणे म्हणजे उत्पादन होय. नैसर्गिक वस्तू आणि

मनुष्यनिर्मित भांडवली वस्तू यांच्या सहाय्याने मनुष्याने तयार केलेल्या वस्तू की ज्यामध्ये उपयोगिता असते त्यास उत्पादन असे म्हणतात.

२) **उपयोगिता :** ज्यामध्ये मनुष्याची इच्छा व गरज पूर्ण करण्याची शक्ती असते त्या शक्तीला उपयोगिता असे म्हणतात.

३) **उत्पादन फलन :** उत्पादन फलन म्हणजे आदान (Input) आणि प्रदान (output) या दोन घटकामधील तांत्रिक किंवा कार्यात्मक संबंध होय.

४) **आदान :** पक्का माल तयार करण्यासाठी वापरली जाणारी साधने म्हणजे आदान (input) होय.

५) **प्रदान :** कच्च्या मालापासून किंवा उत्पादन साधनापासून जो पक्का माल तयार केला जातो त्यास प्रदान (output) म्हणतात.

६) **समउत्पादन वक्र :** ज्या वक्रावरील दोन आदानांचे वेगवेगळे गट किंवा संयोग उत्पादनाची समान पातळी दर्शवितात, त्या वक्रास समउत्पादन वक्र (Insoquant curve) असे म्हणतात.

७) **समव्यय रेषा :** ज्या रेषेवरील प्रत्येक बिंदू दोन उत्पादन घटकांचे असे संयोग दर्शवितो की, ज्यासाठी उत्पादकाला येणारा खर्च समान असतो, त्या रेषेला समखर्च रेषा किंवा समउत्पादन खर्च रेषा असे म्हणतात.

८) **उत्पादकाचा समतोल :** कमीत कमी उत्पादन खर्चात जास्तीत जास्त उत्पादन ज्या ठिकाणी शक्य होते, त्या ठिकाणी उत्पादकाचा समतोल साध्य होतो. ज्या ठिकाणी समउत्पादन खर्च रेषा आणि समउत्पादन वक्र एकमेकांना स्पर्श करतात किंवा छेदून जातात त्या ठिकाणी उत्पादकाचा समतोल प्रस्थापित होतो.

९) **सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर :** ज्या दराने दोन उत्पादन घटकांची अदलाबदल उत्पादनाची पातळी समान राहील अशा प्रकारे केली जाते त्या दरास सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर (Marginal Rate of Technical Substitution) असे म्हणतात.

१०) **अंतर्गत बचती :** मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थेला जे विविध फायदे मिळतात त्या फायद्यांना अंतर्गत बचती (Internal Economies) असे म्हणतात.

११) **बहिर्गत बचती :** उद्योगसंस्थांच्या केंद्रीकरणामुळे किंवा स्थानिकीकरणामुळे परिसरातील लहान-मोठ्या अशा सर्व उद्योगसंस्थांना जे विविध फायदे मिळतात त्या फायद्यांना बहिर्गत बचती असे म्हणतात.

१२) **अंतर्गत बेबचती :** उत्पादनाची पर्याप्त पातळी गाठल्यानंतरही उत्पादन करणाऱ्या मोठ्या उद्योगसंस्थेला जे नुकसान होते किंवा जे काही तोटे होतात त्या तोट्यांना अंतर्गत बेबचती (Internal Diseconomies) असे म्हणतात.

१३) **बहिर्गत बेबचती :** उद्योगाच्या अतिरिक्त स्थानिकीकरणामुळे / केंद्रीकरणामुळे काही काळानंतर उद्योगसंस्थांना जे तोटे होऊ लागतात त्या तोट्यांना बाह्य तोटे किंवा बहिर्गत बेबचती (External Diseconomies) असे म्हणतात.

१४) उत्पादन खर्च : वस्तू तयार करण्यासाठी उत्पादकाला जो खर्च करावा लागतो त्यास उत्पादन खर्च असे म्हणतात.

१५) प्राप्ती : वस्तूच्या विक्रीपासून विक्रेत्याला / उत्पादकाला मिळणारे उत्पन्न म्हणजे प्राप्ती (Revenue) होय.

१६) पर्याप्त उद्योगसंस्था : उत्पादनाचे प्रचलित तंत्र आणि संघटन कौशल्य याद्वारे दीर्घकाळात ज्या उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च कमीत कमी असतो, ती उद्योगसंस्था म्हणजे आदर्श किंवा पर्याप्त उद्योगसंस्था होय.

४.५ स्वयंअध्ययनासाठी प्रश्न :

अ) खालील पर्यायापैकी योग्य पर्याय निवडा

१. उत्पादन म्हणजे .... होय.

अ) वस्तू ब) सेवा

क) उपयोगितांची निर्मिती ड) आदान

२. ज्यामध्ये .... असते त्याला उत्पादन म्हणतात.

अ) उपयोगिता ब) दर्जा

क) गरज ड) इच्छा

३. आदान आणि प्रदान यांच्यातील तांत्रिक संबंधांना .... म्हणतात.

अ) उपभोग फलन ब) उत्पादन फलन

क) वस्तू फलन ड) सेवा फलन

४. मनुष्याची इच्छा व गरज पूर्ण करण्याच्या शक्तीला .... म्हणतात.

अ) वस्तू ब) सेवा

क) उपयोगिता ड) फलन

५. समउत्पादन वक्र हा .... असतो.

अ) डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा ब) सरळ

क) बहिर्गत ड) अंतर्गत

६. उच्च पातळीवरील समउत्पादन वक्र .... उत्पादन दर्शवतात.

अ) जास्त ब) कमी

क) सम ड) यापैकी नाही

७. मोठ्या आकाराच्या उद्योगसंस्थांना .... बचती मिळतात.

अ) बाह्य ब) अंतर्गत

क) समान ड) यापैकी नाही

८. अंतर्गत बचती उद्योगसंस्थांच्या .... अवलंबून असतात.

अ) आकारमानावर ब) संख्येवर

क) आयातीवर ड) यापैकी नाही

९. .... बचती उद्योगसंस्थांच्या आकारमानाशी संबंधित नसतात.

अ) अंतर्गत ब) बाह्य

क) उत्पन्न ड) यापैकी नाही

१०. उद्योगसंस्थांच्या केंद्रीकरणामुळे लहान-मोठ्या सर्वच उद्योगसंस्थांना जे फायदे मिळतात त्या फायद्यांना .... बचती म्हणतात.

अ) अंतर्गत ब) बहिर्गत

क) समान ड) यापैकी नाही

११. .... खर्च पैशात मोजता येत नाही.

अ) वास्तव ब) सरासरी

क) एकूण ड) सीमांत

१२. शेवटच्या नगाचा उत्पादन खर्च म्हणजे .... होय.

अ) सरासरी खर्च ब) सीमांत खर्च

क) एकूण खर्च ड) यापैकी नाही

१३. .... उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च कमीत कमी असतो.

अ) लहान ब) मोठ्या

क) पर्याप्त ड) यापैकी नाही

१४. पर्याप्त उद्योगसंस्थेला .... उद्योगसंस्था असे म्हणतात.

अ) आदर्श ब) मोठी

क) लहान ड) यापैकी नाही

१५. .... गृहीत धरून बदलत्या प्रमाणाचा नियम मांडला आहे.

अ) अल्पकाळ ब) दीर्घकाळ

क) मध्यम काळ ड) यापैकी नाही

१६. .... गृहीत धरून उत्पादन प्रमाण प्रत्यय नियम मांडला आहे.

अ) अल्पकाळ ब) दीर्घकाळ

क) मध्यम काळ ड) यापैकी नाही

४.६ स्वयंअध्ययन प्रश्नांची उत्तरे :

१) क	२) अ	३) ब	४) क	५) अ	६) अ
७) ब	८) अ	९) ब	१०) ब	११) अ	१२) ब
१३) क	१४) अ	१५) अ	१६) ब		

४.७ सरावासाठी स्वाध्याय :

अ) टीपा लिहा.

१) उत्पादन फलन

२) समउत्पादन वक्र

३) समखर्च रेषा

४) अंतर्गत बचती

५) बाह्य बचती

६) अंतर्गत तोटे

७) बाह्य तोटे

८) उत्पादन खर्च

९) वास्तव खर्च

१०) संधी खर्च

११) प्राप्ती

ब) थोडक्यात उत्तरे द्या.

१) उत्पादन फलनाची संकल्पना स्पष्ट करा.

२) समउत्पादन वक्राची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

३) सीमांत तांत्रिक पर्यायता दर नियम स्पष्ट करा.

४) अंतर्गत व बहिर्गत बचती स्पष्ट करा.

क) सविस्तर उत्तरे द्या.

१) बदलत्या प्रमाणाचा नियम स्पष्ट करा.

२) उत्पादन प्रमाण प्रत्यय नियम स्पष्ट करा.

३) उत्पादन खर्चाच्या संकल्पना स्पष्ट करा.

४) उद्योगसंस्थेचे अल्पकालीन व दीर्घकालीन खर्चाचे वक्र स्पष्ट करा.

५) पूर्ण स्पर्धेतील प्राप्तीचे वक्र कसे असतात?

६) मक्तेदारीतील प्राप्तीचे वक्र कसे असतात?

७) पर्याप्त उद्योगसंस्था संकल्पना स्पष्ट करा.

४.८ अधिक वाचनासाठी संदर्भ पुस्तके :

१) Ahuja H. L., Modern Micro Economics, S. Chand and Company Limited, New Delhi.

२) Dewett K. K. and Adarsh Chand, Modern Economic Theory, Shyamlal Charitable Trust, New Delhi, 1979.

३) Jhingan M. L., Micro Economic Theory, 5th edition, Vrinda Publications Ltd., New Delhi, 2000.

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

◆ ◆ ◆

घटक १

पूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ

(Perfect Competition Market)

अनुक्रमणिका

१.० उद्दिष्टे

१.१ प्रस्तावना

१.२ विषय विवेचन

- १.२.१ बाजाराचे प्रकार
- १.२.२ पूर्ण स्पर्धेचा अर्थ आणि वैशिष्ट्ये
- १.२.३ पूर्ण स्पर्धेतील किंमत आणि उत्पादन निश्चिती
- १.२.४ पूर्ण स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा अल्पकालीन समतोल
- १.२.५ पूर्ण स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा दीर्घकालीन समतोल

१.३ सारांश

१.४ पारिभाषिक शब्द आणि त्यांचा अर्थ

१.५ स्वयंअध्ययन प्रश्न

१.६ स्वयंअध्ययन प्रश्नांची उत्तरे

१.७ सरावासाठी स्वाध्याय

१.८ अधिक वाचनासाठी संदर्भ ग्रंथ

१.० उद्दिष्टे :

या घटकाच्या अभ्यासानंतर आपणास खालील बाबींचे आकलन होईल.

१) बाजाराचे विविध प्रकार समजतील.

२) पूर्ण स्पर्धेची वैशिष्ट्ये समजतील.

३) पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची किंमत कशी ठरते ते समजेल.

४) पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात उद्योगसंस्थेचा समतोल कसा होतो ते समजेल.

५) पूर्ण स्पर्धेत दीर्घकाळात उद्योगसंस्थेचा समतोल कसा होतो ते समजेल.

१.१ प्रास्ताविक :

पूर्ण स्पर्धा, मक्तेदारी, मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा, द्वयाधिकार, अल्पाधिकार, क्रेताधिकार असे स्पर्धेचे विविध प्रकार आहेत. पूर्ण स्पर्धेच्या या प्रकारात वस्तूची किंमत कशी निश्चित होते तसेच उत्पादनाची निश्चिती कशी होते याची माहिती या भागात दिली आहे. पूर्ण स्पर्धेलाच पूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ असेही म्हणतात. त्याचप्रमाणे मक्तेदारीला मक्तेदारी बाजारपेठ असेही म्हणतात. या भागात पूर्ण स्पर्धेची ठळक वैशिष्ट्ये आणि पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात आणि दीर्घकाळात उद्योगसंस्थेच्या समतोल कसा होतो याची माहिती दिली आहे.

१.२ विषय विवेचन :

१.२.१ 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 केली 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 बस्तूंची 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 वेगवेगळ्या 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 सीमारेषांच्या बाहेर होत असेल तर तो बाजार म्हणजे आंतरराष्ट्रीय बाजार किंवा विदेशी बाजार होय.

(ब) बाजाराचे काळानुसार प्रकार :-

डॉ. मार्शल यांनी काळानुसार बाजाराचे खालील 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 अल्पकाळ 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 पुरवठ्यात 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. यानांच 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 वैशिष्ट्यामुळे पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारातील वस्तूंची किंमत एकच असते. मिसेस जोन रॉबिनसन् यांच्या मते, उत्पादकांच्या वस्तूला असलेली मागणी जर पूर्णतः 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 हा 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 महत्त्वाचे 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. Duopoly 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 (Duoploy Market) असे म्हणतात. बाजारात जरी दोनच विक्रेते असले तरी ग्राहक मात्र असंख्य असतात. द्वयाधिकाराचा अधिक अभ्यास कुर्नो, बट्राँड, एजवर्थ यांनी केला आहे. मक्तेदारीचा अंश हे द्वयाधिकाराचे ठळक वैशिष्ट्य 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 (Oligoploy Competition), अल्पाधिकार बाजारपेठ (Oligopoly Market) असे म्हणतात. Oligoploy 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.

पूर्ण स्पर्धा :

पूर्ण स्पर्धेलाच पूर्ण स्पर्धेची बाजारपेठ असेही म्हणतात. पूर्ण स्पर्धेची एक सर्वसाधारण व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''ज्या बाजारात असंख्य ग्राहक आणि असंख्य विक्रेते असतात, विकल्या जाणाऱ्या वस्तू एकजिनसी असतात, ग्राहकांना बाजाराचे संपूर्ण ज्ञान असते तसेच उत्पादन घटक संपूर्ण गतिशील असतात त्या बाजारास पूर्ण स्पर्धेचा बाजार असे म्हणतात.''

मिसेस जोन रॉबिनसन् :

मिसेस जोन रॉबिनसन् यांनी पूर्ण स्पर्धेच्या बाजाराची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''उत्पादकाच्या उत्पादनाला असणारी मागणी जर पूर्णत: लवचिक असेल तर त्या स्पर्धेला पूर्ण स्पर्धा (Perfect Competition) असे म्हणतात.''

सर्वसाधारण व्याख्या :

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजाराची एक सर्वसाधारण व्याख्या खालील शब्दात स्पष्ट केली आहे.

''ज्या बाजारात अनेक उद्योगसंस्था एकसारख्या दिसणाऱ्या वस्तूचे उत्पादन करत असतात आणि विक्रेता 'किंमत स्वीकारणारा' (Price Taker) असतो त्या बाजाराला पूर्ण स्पर्धेचा बाजार असे म्हणतात.''

पूर्ण स्पर्धेची वैशिष्ट्ये :

पूर्ण स्पर्धेची ठळक वैशिष्ट्ये किंवा लक्षणे थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत.

१) असंख्य ग्राहक :

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात उपभोक्त्यांची किंवा ग्राहकांची संख्या खूप मोठी असते. त्यामुळे एका ग्राहकाच्या मागणीतील बदलाचा बाजारातील एकूण मागणीवर किंवा किंमतीवर काहीच परिणाम होत नाही. म्हणजे एखाद्या ग्राहकाने आपली वस्तूची मागणी कितीही कमी केली किंवा मागणी शून्यावर आणली तरी त्याचा किंमतीवर काहीच परिणाम होत नाही किंवा एखाद्या ग्राहकाने वस्तूची मागणी वाढवली तरी वस्तूची किंमत वाढत नाही.

२) असंख्य विक्रेते :

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात ज्याप्रमाणे ग्राहकांची संख्या मोठी असते त्याप्रमाणे विक्रेत्यांची संख्याही मोठी असते. त्यामुळे एक विक्रेता पुरवठा कमी अथवा जास्त करून किंमतीवर प्रभाव पाडू शकत नाही. पूर्ण स्पर्धेत एकूण पुरवठ्यात एखाद्या विक्रेत्याचा पुरवठा खूपच कमी प्रमाणात असतो. त्यामुळे एखाद्या विक्रेत्याने आपला वस्तूचा पुरवठा कितीही कमी केला तरी एकूण पुरवठ्यावर त्याचा काहीच परिणाम होत नाही. त्यामुळे किंमतीवरही काहीच परिणाम होत नाही. तसेच एखाद्या विक्रेत्याने आपला वस्तूचा पुरवठा वाढवला तरी एकूण पुरवठ्यावर काहीच परिणाम होत नाही. त्यामुळे एखाद्या विक्रेत्याने वस्तूचा पुरवठा वाढवूनही वस्तूच्या किंमतीत घट होत नाही.

३) वस्तूचे स्वरूप एकजिनसी

पूर्ण स्पर्धेत सर्व विक्रेत्यांकडून विकली जाणारी एकाच प्रकारची वस्तू एकजिनसी किंवा एकसारखी असते. रंग, रूप, चव, आकार, प्रकार, वेस्टन, दर्जा किंवा गुणवत्ता इत्यादी बाबतीत सर्व विक्रेत्याकडील वस्तू सारखीच असते. उदाहरणार्थ, पूर्ण स्पर्धेतील कोणत्याही विक्रेत्याकडून ग्राहक कोणतीही वस्तू खरेदी करू शकतात. कारण कोणत्याही विक्रेत्याकडून वस्तू खरेदी केली तरी ती सारखीच असते. म्हणून वस्तूचा एकजिनसीपणा हे पूर्ण स्पर्धेचे ठळक वैशिष्ट्य मानले जाते.

४) बाजारात मुक्त प्रवेश :

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात विक्रेत्यांना म्हणजे उद्योगसंस्थांना मुक्त प्रवेश असतो. तसेच उद्योगसंस्थांना व्यवसाय बंद करण्याचेही स्वातंत्र्य असते. पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थांना जेव्हा मोठ्या प्रमाणात नफा मिळत असतो तेव्हा नवीन उद्योगसंस्था प्रवेश करतात आणि उत्पादन करून नफा मिळवतात. याऊलट तोटा होऊ लागला की, उद्योगसंस्था उत्पादन बंद करतात. अशा प्रकारे पूर्ण स्पर्धेत उत्पादकांना उद्योगसंस्था सुरू करण्याचे तसेच बंद करण्याचेही स्वातंत्र्य असते.

५) समान किंमत :

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात एखाद्या वस्तूची किंमत सर्वत्र सारखीच किंवा एकच असते. कारण पूर्ण स्पर्धेत वस्तू एकजिनसी असतात. त्यामुळे एखादा विक्रेता आपल्या वस्तूची किंमत इतर विक्रेत्यापेक्षा जादा आकारू शकत नाही. पूर्ण स्पर्धेतील एखाद्या विक्रेत्याने किंमत थोडी जरी वाढवली तर सर्व ग्राहक त्याला सोडून दुसरीकडून वस्तू खरेदी करतात. त्यामुळे आपले ग्राहक आपणास सोडून दुसरीकडे जाऊ नयेत यासाठी पूर्ण स्पर्धेतील कोणताही विक्रेता ठरलेल्या किंमतीपेक्षा अधिक किंमतीला वस्तू विकण्याचा निर्णय घेत नाही. तसेच बाजारात निश्चित झालेल्या किंमतीपेक्षा आपला माल कमी किंमतीला सुद्धा विकत नाही.

६) बाजारपेठेचे संपूर्ण ज्ञान :

पूर्ण स्पर्धेचे आणखी एक महत्त्वाचे वैशिष्ट्य म्हणजे पूर्ण स्पर्धेतील ग्राहकांना आणि विक्रेत्यांना बाजारपेठेचे संपूर्ण ज्ञान असते. म्हणजे ग्राहकांना वस्तूंच्या किंमतींची माहिती असते. त्यामुळे एखाद्या विक्रेत्याला वस्तूची किंमत वाढवून ग्राहकांना लुबाडणे शक्य होत नाही. तसेच विक्रेत्यांना सुद्धा ग्राहक किती प्रमाणात वस्तू खरेदी करणार आहेत, याची माहिती असते. अशा प्रकारे पूर्ण स्पर्धेतील ग्राहकांना आणि विक्रेत्यांनाही बाजारातील वस्तूंच्या किंमती, मागणी व पुरवठ्याचे प्रमाण इत्यादी बाबींची पूर्ण माहिती असते. त्यामुळे एखाद्या वस्तूची किंमत बाजारात सर्वत्र एकच राहते.

७) उत्पादन साधनांची गतिशीलता :

पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात उत्पादनाचे घटक आणि उत्पादनाची साधने संपूर्ण गतिशील असतात. त्यामुळे जेथे अधिक नफा मिळतो तेथे उत्पादनाची साधने वापरली जातात. म्हणजे कमी नफा मिळणाऱ्या किंवा तोटा होणाऱ्या क्षेत्रातून नफा मिळणाऱ्या क्षेत्रात किंवा व्यवसायात उत्पादन साधने व उत्पादनाचे घटक स्थलांतरित होतात.

८) सरकारी हस्तक्षेपाचा अभाव :

पूर्ण स्पर्धेत सरकारी हस्तक्षेपाचा अभाव असतो. पूर्ण स्पर्धेत मागणी व पुरवठ्याच्या समतोलातून वस्तूंच्या किंमती निश्चित होतात. त्यामुळे सरकार हस्तक्षेप करत नाही.

९) वाहतूक खर्चाचा अभाव :

पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थांना वाहतूकीचा खर्च येत नाही. कारण सर्व उद्योगसंस्था एकमेकांच्या आसपासच स्थापन झालेल्या असतात. एक उद्योगसंस्था दुसऱ्या उद्योगसंस्थेपासून लांब अंतरावर नसल्याने वाहतूक खर्च येत नाही. पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात उद्योगसंस्था जवळजवळ असतात.

१०) पूर्ण लवचिक मागणी वक्र :

पूर्ण स्पर्धेचे ठळक वैशिष्ट्य म्हणजे पूर्ण स्पर्धेतील वस्तूच्या मागणीचा वक्र पूर्ण लवचिक असतो. पूर्ण स्पर्धेतील मागणी वक्र म्हणजेच सरासरी प्राप्तीचा वक्र होय. हा वक्र OX या अक्षाला समांतर असतो. एका विक्रेत्याने आपल्या वस्तूची किंमत वाढवली किंवा कमी केली तरी त्याचा काहीही परिणाम होत नाही. पूर्ण स्पर्धेत असंख्य विक्रेते असतात. त्यापैकी एकाने किंमत कमी केली तर सगळे ग्राहक त्याच्याकडे जातील. त्यामुळे त्याचा सगळा माल संपून जाईल. याऊलट एखाद्या विक्रेत्याने किंमत वाढवली तर ग्राहक त्याच्याकडून वस्तू खरेदी करणार नाहीत. त्याचा सगळा माल पडून राहील.

११) जाहिरात खर्चाचा अभाव :

पूर्ण स्पर्धेत सर्व विक्रेत्याकडील वस्तू सारखी असते. रंग, रूप, चव, आकार, प्रकार या सर्व बाबतीत वस्तू एकसारखी असते. अशा प्रकारे पूर्ण स्पर्धेतील वस्तू एकजिनसी असल्याने आणि ग्राहकांना बाजारपेठेचे संपूर्ण ज्ञान असल्याने वस्तूची जाहिरात करावी लागत नाही. त्यामुळे पूर्ण स्पर्धेतील उद्योगसंस्थांचा जाहिरातीवरचा खर्च शून्य असतो.

१२) सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती समान :

पूर्ण स्पर्धेचे ठळक वैशिष्ट्य म्हणजे वस्तूची सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती एकच असते. पूर्ण स्पर्धेत विकल्या जाणाऱ्या वस्तूच्या सर्व नगांची किंमत सारखीच असल्याने वस्तूच्या विक्रीबरोबर एकूण प्राप्ती (Total Revenue) वाढत जात असली तरी विकलेल्या सर्व नगांची सरासरी प्राप्ती (Average Revenue) आणि सीमांत प्राप्ती (Marginal Revenue) सारखीच असते. त्यामुळे पूर्ण स्पर्धेत सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्तीचे वक्र वेगवेगळे येत नाहीत. तर या दोन्हींचा मिळून एकच वक्र असतो आणि तो OX अक्षाला समांतर असतो.

१३) अल्पकाळात अतिरिक्त तर दीर्घकाळात सर्वसाधारण नफा :

पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थांना अल्पकाळात अतिरिक्त नफा मिळतो. पण दीर्घकाळात एवढा नफा मिळत नाही. तर सर्वसाधारण (Normal) नफा मिळतो. पूर्ण स्पर्धेत दीर्घकाळात कोणत्याही उद्योगसंस्थेला असाधारण नफा (Abnormal Profit) मिळत नाही. पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात एखाद्या उद्योगसंस्थेला अतिरिक्त (भरपूर)

नफा मिळू शकतो किंवा तोटा सुद्धा होऊ शकतो किंवा केवळ सर्वसाधारण नफा (Normal Profit) सुद्धा मिळू शकतो.

पूर्ण स्पर्धेतील वस्तूची किंमत निश्चिती (Price Determination Under Perfect Competition) :

प्रास्ताविक :

ज्या बाजारात ग्राहकांची आणि विक्रेत्यांची संख्या असंख्य असते, सर्व उत्पादक तयार करत असलेली वस्तू एकजिनसी किंवा एकसारखी असते, ग्राहकांना आणि विक्रेत्यांना बाजारपेठेचे पूर्ण ज्ञान असते आणि कोणालाही नवीन उद्योगसंस्था सुरू करण्याचा तसेच उद्योगसंस्था बंद करण्याचा अधिकार असतो अशा बाजाराला पूर्ण स्पर्धेचा बाजार असे म्हणतात. पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची किंमत वस्तूला असलेली मागणी आणि वस्तूचा पुरवठा या दोन घटकावरून ठरते असे मत मार्शल यांच्यासारख्या अर्थतज्ञांनी मांडले आहे. वस्तूच्या किंमत निर्धारणात मागणी आणि पुरवठा या दोन घटकांना मार्शल यांनी महत्त्व दिले आहे. असे असले तरी मार्शल यांच्या पूर्वीच्या काही अर्थतज्ञांनी किंमत निर्धारणाच्या बाबतीत वेगवेगळी मते मांडली असल्याचे आढळते. प्रा. रिकार्डो यांनी वस्तूची किंमत वस्तूच्या पुरवठ्यावरून ठरते असे म्हटले होते. तर प्रा. जेव्हान्स यांनी वस्तूची किंमत ही वस्तूच्या मागणीवरून ठरते असे म्हटले होते. परंतु मार्शल यांनी मात्र वस्तूच्या किंमत निर्धारणात मागणी आणि पुरवठा हे दोन्ही घटक महत्त्वाची भूमिका पार पाडत असतात असे म्हटले. रिकार्डो यांनी वस्तूच्या किंमत निश्चिती सिद्धांतात वेळेचा किंवा कालावधीचा विचार केला नसल्याचे दिसते. मार्शल यांच्या मते, वस्तूची किंमत केवळ वस्तूच्या मागणीवरून ठरत नाही. तसेच वस्तूची किंमत केवळ वस्तूच्या पुरवठ्यावरून ठरत नाही. तर मागणी आणि पुरवठा या दोन्ही बाबीवरून वस्तूची किंमत ठरते.

पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची किंमत कशी ठरते?

पूर्ण स्पर्धेत (पूर्ण स्पर्धा असलेल्या बाजारात) वस्तूची किंमत कशी ठरते ते प्रा. डॉ. मार्शल यांनी सांगितले आहे. त्यांचे मत खालील शब्दात मांडले आहे.

''**पूर्ण स्पर्धेत ज्या ठिकाणी वस्तूला असलेली मागणी आणि वस्तूचा पुरवठा समान होतो त्या ठिकाणी वस्तूची किंमत निश्चित होते.**''

मार्शल यांच्या मते, पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची मागणी आणि वस्तूचा पुरवठा यांच्या समतोलातून वस्तूची किंमत ठरते. अशा प्रकारे किंमत निर्धारणात मागणी आणि पुरवठा हे दोन घटक महत्त्वाचे असल्याने आपणास मागणी आणि पुरवठा या दोन्ही बाजूंचा विचार करावा लागतो.

१) वस्तूची मागणी :

देशातील लोक म्हणजेच ग्राहक वस्तूची मागणी करत असतात. लोक वस्तूची मागणी का करतात ते सांगताना मार्शल म्हणतात वस्तूमध्ये उपयोगिता (Utility) असते. म्हणून लोक वस्तूची खरेदी करतात. म्हणजेच वस्तूला मागणी करत असतात. उपयोगिता म्हणजे मनुष्याची इच्छा व गरज पूर्ण करण्याची शक्ती. वस्तूच्या खरेदीमुळे (उपभोगामुळे) मनुष्याच्या इच्छा व गरजा पूर्ण होत असतात. म्हणून लोक वस्तूंना मागणी करत

असतात. वस्तूमध्ये उपयोगिता नसेल तर लोक वस्तूची मागणी करत नाहीत. वस्तूमध्ये उपयोगिता जास्त असेल तर लोकांची वस्तूंना मागणी जास्त राहते. याऊलट वस्तूमध्ये उपयोगिता कमी असेल तर लोक वस्तूची मागणी कमी करतात. अशा प्रकारे लोक वस्तूची जी मागणी करतात ती वस्तूच्या उपयोगितेवर अवलंबून असते. वस्तूपासून मिळणाऱ्या उपयोगितेपेक्षा वस्तूची किंमत कमी असेल तर ग्राहक त्या वस्तूची अधिक मागणी करतात. याऊलट वस्तूच्या उपयोगितेपेक्षा वस्तूची किंमत जास्त असेल तर ग्राहकांकडून त्या वस्तूचे कमी नग खरिदले जातात. अशा प्रकारे ग्राहक वस्तूची उपयोगिता विचारात घेऊन वस्तूची खरेदी करत असतात. ज्या ठिकाणी वस्तूची किंमत आणि वस्तूपासून मिळणारी उपयोगिता समान होते त्या ठिकाणी उपभोक्ते वस्तूची खरेदी करणे थांबवतात. वस्तूची किंमत आणि वस्तूची मागणी यांच्यातील संबंध खालील शब्दात स्पष्ट केले आहेत.

''वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाली की त्या वस्तूची मागणी लोक कमी करतात आणि वस्तूच्या किंमतीत घट झाली की लोकांकडून त्या वस्तूची मागणी वाढते.''

किंमत आणि मागणी या दोन घटकात व्यस्त संबंध असल्याचे वरील विधानावरून आपल्या लक्षात येते. वस्तूची किंमत घटली की वस्तूची मागणी का वाढते आणि वस्तूची किंमत वाढली की वस्तूची मागणी का घटते याचे स्पष्टीकरण वरती दिले आहे. वस्तूच्या किंमतीत बदल झाला की वस्तूच्या मागणीत कसा बदल होतो ते खाली दिलेल्या मागणीच्या कोष्टकावरून आपल्या लक्षात येईल.

मागणीचे कोष्टक (अ)

X वस्तूची किंमत (रुपये)	X वस्तूची मागणी (नगसंख्या)
१	५०
२	४०
३	३०
४	२०
५	१०

मागणीचे कोष्टक (ब)

X वस्तूची किंमत (रुपये)	X वस्तूची मागणी (नगसंख्या)
५	१०
४	२०
३	३०
२	४०
१	५०

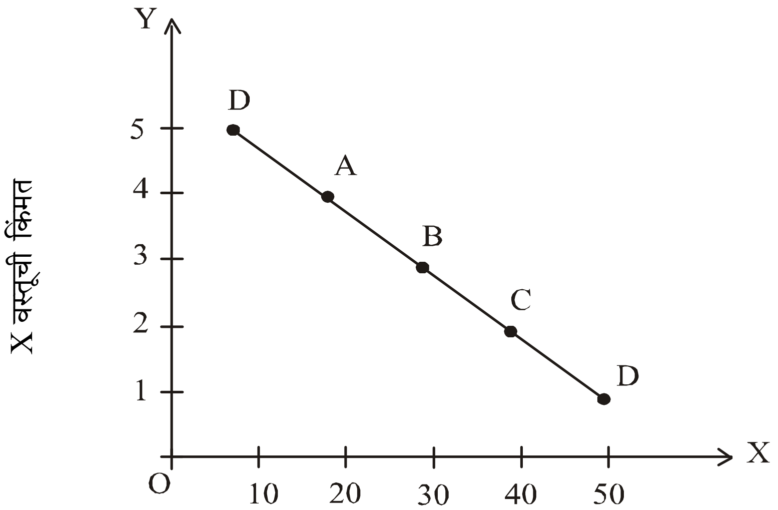
मागणीचे कोष्टक (अ) वरून असे दिसते की, X वस्तूची किंमत जसजशी वाढत आहे तसतशी X वस्तूची मागणी घटत आहे. X वस्तूची किंमत १ रुपये असताना ग्राहकांची X च्या ५० नगांना मागणी होती. वस्तूची किंमत १ रुपयावरून २ रुपये, ३ रुपये, ४ रुपये, ५ रुपये अशी वाढत गेल्यानंतर X वस्तूला असलेली मागणी ५० नगावरून ४० नग, ३० नग, २० नग आणि १० नग अशी घटत गेली आहे.

मागणीचे कोष्टक (ब) वरून असे दिसते की, X वस्तूची किंमत जसजशी घटत आहे तसतशी X वस्तूची मागणी वाढत आहे. X वस्तूची किंमत ५ रुपये असताना ग्राहकांची X वस्तूच्या १० नगांना मागणी होती. X वस्तूची किंमत ५ रुपयावरून ४ रुपये, ३ रुपये, २ रुपये, १ रुपये अशी जसजशी घटत आहे तसतशी X वस्तूला असलेली मागणी १० नगावरून २० नग, ३० नग, ४० नग, ५० नग अशी वाढत गेल्याचे आपणास दिसते.

मागणी कोष्टक (अ) आणि (ब) वरून आपल्या लक्षात येते की, वस्तूची किंमत जसजशी वाढत जाते तसतशी वस्तूची मागणी घटत जाते आणि वस्तूची किंमत जसजशी घटत जाते तसतशी वस्तूची मागणी वाढत जाते. अशा प्रकारे वस्तूची किंमत आणि वस्तूची मागणी या दोन घटकात व्यस्त संबंध असल्याने मागणीचा वक्र हा ऋणात्मक उताराचा किंवा डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा येतो.

मागणीचा वक्र :

खालील आकृतीत मागणीचा वक्र दर्शवला आहे.



X वस्तूची नगसंख्या (मागणी)

वरील आकृतीत OX या अक्षावर X वस्तूची मागणी दर्शवली आहे आणि OY या अक्षावर X वस्तूची किंमत दर्शवली आहे. DD हा X वस्तूच्या मागणीचा वक्र आहे. वस्तूची किंमत जसजशी वाढते तसतशी वस्तूची मागणी घटते आणि वस्तूची किंमत जसजशी घटते तसतशी वस्तूची मागणी वाढते हे DD या वक्रावरून दिसून येते. DD या मागणी वक्रावरील वरचा D बिंदू असे दर्शवतो की, X वस्तूची किंमत ५ रुपये असताना ग्राहक X च्या १० नगांची मागणी करतात. A बिंदू असे दर्शवतो की, X वस्तूची किंमत ४ रुपये असताना ग्राहक X च्या २० नगांची मागणी करतात. DD मागणी वक्रावरील B बिंदू असे दर्शवतो की, X वस्तूची किंमत ३

रुपये असताना ग्राहक X च्या ३० नगांची मागणी करतात. C बिंदू असे दर्शवतो की, X वस्तूची किंमत २ रुपये असताना ग्राहक X च्या ४० नगांची मागणी करतात आणि DD या मागणी वक्रावरील खालचा D बिंदू असे दर्शवतो की, X वस्तूची किंमत १ रुपये असताना ग्राहक X च्या ५० नगांची मागणी करतात.

वस्तूचा पुरवठा :

वस्तूचा पुरवठा करण्याचे काम उत्पादक किंवा विक्रेते करत असतात. उत्पादक नफ्यासाठी उत्पादन करत असतात. नफा मिळवणे हाच उत्पादकांचा महत्त्वाचा उद्देश असतो. वस्तूची किंमत आणि वस्तूचा उत्पादन खर्च या दोन घटकावर उत्पादकांचा नफा अवलंबून असतो. वस्तूला किंमत जितकी जास्त तितका उत्पादकाला जास्त नफा मिळतो आणि वस्तूचा उत्पादन खर्च जितका कमी तितका अधिक नफा उत्पादकाला मिळत असतो. वस्तूच्या किंमतीपेक्षा वस्तूचा उत्पादन खर्च कमी असेल तर उत्पादक वस्तूचा अधिक पुरवठा करतो. याऊलट वस्तूच्या किंमतीपेक्षा उत्पादन खर्च अधिक असेल तर उत्पादक उत्पादन बंद करतो किंवा पुरवठा थांबवतो. वस्तूची किंमत आणि उत्पादन खर्च समान होईपर्यंत उत्पादक उत्पादन करतो. त्यानंतर तो उत्पादन करत नाही किंवा बाजारात पुरवठा करत नाही.

''**वस्तूची किंमत वाढली की वस्तूचा पुरवठा वाढतो आणि वस्तूची किंमत घटली की वस्तूचा पुरवठा घटतो.**''

वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाली की उत्पादकाचा नफा वाढतो. म्हणून उत्पादक अधिक उत्पादन करून बाजारात वस्तूचा पुरवठा वाढवतो. याऊलट वस्तूची किंमत घटू लागली की उत्पादकाचा नफा घटू लागतो. म्हणून उत्पादक उत्पादन आणि पुरवठा कमी करतात. खालील कोष्टकात ही बाब दर्शवली आहे.

पुरवठ्याचे कोष्टक (अ)

X वस्तूची किंमत (प्रतिनग रुपये)	X वस्तूचा पुरवठा (नगसंख्या)
१	१०
२	२०
३	३०
४	४०
५	५०

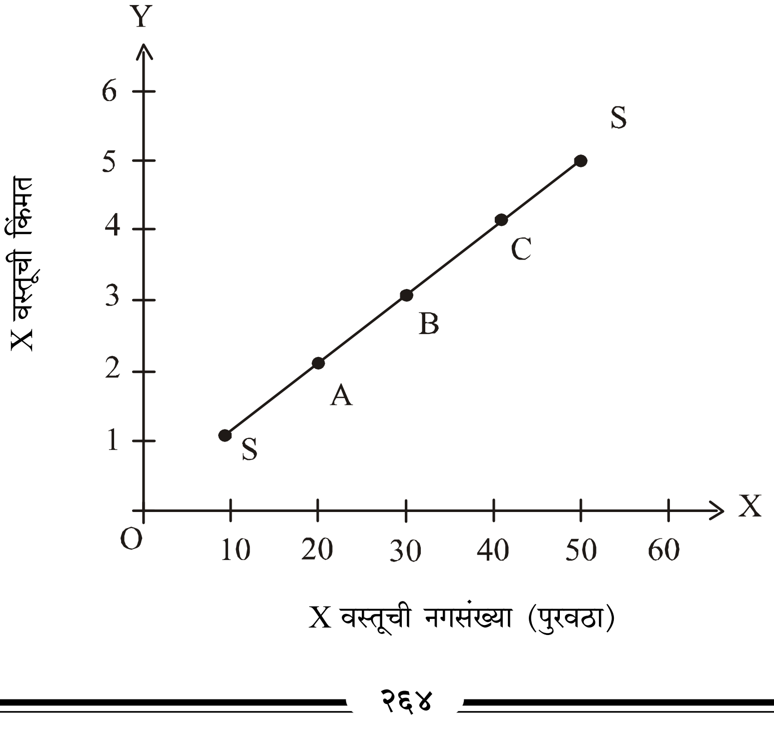
पुरवठ्याचे कोष्टक (ब)

X वस्तूची किंमत (प्रतिनग रुपये)	X वस्तूचा पुरवठा (नगसंख्या)
५	५०
४	४०
३	३०
२	२०
१	१०

पुरवठा कोष्टक (अ) वरून असे दिसते की, X वस्तूची किंमत जसजशी वाढत आहे तसतसा उत्पादकांकडून X वस्तूचा पुरवठा वाढवला जात आहे. X वस्तूची किंमत (प्रतिनग) १ रुपये असताना उत्पादक X वस्तूच्या १० नगांचा पुरवठा करतो. X ची किंमत १ रुपयावरून २ रुपये, ३ रुपये, ४ रुपये, ५ रुपये याप्रमाणे जसजशी वाढत जाते तसतसा X वस्तूचा पुरवठा १० नगावरून २० नग, ३० नग, ४० नग, ५० नग याप्रमाणे वाढत गेल्याचे दिसते. कारण किंमतीतील वाढीमुळे उत्पादकांचा नफा वाढत असल्याने उत्पादकांकडून वस्तूचा पुरवठा वाढवला जातो.

पुरवठा कोष्टक (ब) वरून असे दिसते की, X वस्तूची किंमत जसजशी घटत आहे तसतसा उत्पादकांकडून X वस्तूचा पुरवठा कमी केला जात आहे. X वस्तूची किंमत ५ रुपये असताना उत्पादकाने X वस्तूचे ५० नग विक्रीसाठी बाजारात आणले होते. X वस्तूची किंमत ५ रुपयावरून ४ रुपये, ३ रुपये, २ रुपये, १ रुपये याप्रमाणे जसजशी घटत जाते तसतसा उत्पादक X वस्तूचा पुरवठा ५० नगावरून ४० नग, ३० नग, २० नग, १० नग याप्रमाणे कमी करत जातो. किंमत कमी झाल्याने उत्पादकांचा नफा घटतो. म्हणून उत्पादक पुरवठा कमी करणे पसंत करतात.

पुरवठा कोष्टक (अ) आणि (ब) वरून आपल्या लक्षात येते की, वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाली की उत्पादक वस्तूचा पुरवठा वाढवतात आणि वस्तूच्या किंमतीत घट झाली की उत्पादक वस्तूच्या पुरवठ्यात घट करतात. अशा प्रकारे वस्तूचा पुरवठा हा वस्तूच्या किंमतीवर (नफ्यावर) अवलंबून असतो. वस्तूच्या किंमतीत आणि वस्तूच्या पुरवठ्यात एकाच दिशेने बदल होतात. म्हणजेच वस्तूची किंमत आणि वस्तूचा पुरवठा यांच्यात धन (Positive) संबंध असतात. म्हणून पुरवठ्याचा वक्र खालून वरती जाणारा असतो.



वरील आकृतीत OX अक्षावर X वस्तूचा पुरवठा दर्शवला आहे. तर OY या अक्षावर X वस्तूची किंमत दर्शवली आहे. SS हा X वस्तूच्या पुरवठ्याचा वक्र आहे. X वस्तूच्या किंमतीत वाढ झाली की X वस्तूचा पुरवठा वाढतो आणि X वस्तूच्या किंमतीत घट झाली की X वस्तूचा पुरवठा घटतो हे आपणास SS या पुरवठा वक्रावरून लक्षात येते. SS या पुरवठा वक्रावरील खालचा S बिंदू X वस्तूची किंमत १ रुपये असताना उत्पादक बाजारात X च्या १० नगांचा पुरवठा करतात हे दर्शवितो. A बिंदू २ रु. किंमत असताना २०, B बिंदू ३ रुपये किंमत असताना ३०, C बिंदू ४ रुपये किंमत असताना ४० आणि वरचा S बिंदू ५ रुपये किंमत असताना ५० नगांचा पुरवठा करतात हे दर्शवितात.

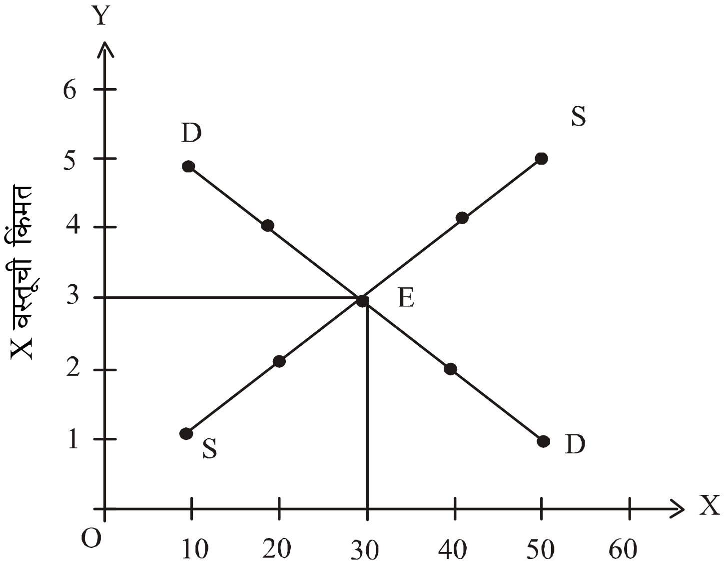
मागणी आणि पुरवठा

पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची किंमत ही वस्तूच्या मागणी आणि पुरवठ्यावरून ठरते. हे स्पष्ट करण्यासाठी मागणी आणि पुरवठ्याची वरील दोन्ही कोष्टके एकत्र केली आहेत.

X वस्तूची किंमत (रुपये)	X वस्तूची मागणी (नगसंख्या)	X वस्तूचा पुरवठा (नगसंख्या)
५	१०	५०
४	२०	४०
३	**३०**	**३०**
२	४०	२०
१	५०	१०

वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, ३ रुपये किंमतीला वस्तूची मागणी आणि वस्तूचा पुरवठा समान झाला आहे. म्हणून X वस्तूची किंमत ३ रुपये अशी निर्धारित होते. ३ रुपये किंमतीला मागणी आणि पुरवठा समान आहे. X वस्तूची किंमत ५ रुपये असताना १० नगांची मागणी आहे आणि पुरवठा ५० नगांचा आहे. ५ रुपये किंमतीला मागणीपेक्षा पुरवठा जास्त आहे. मागणी वाढावी म्हणून उत्पादकांनी X वस्तूची किंमत ५ रुपयावरून ४ रुपये, ३ रुपये अशी कमी केली तर मागणी १० नगावरून ३० नगापर्यंत वाढेल आणि पुरवठा ५० नगावरून ४०, ३० नग असा घटेल. वस्तूची किंमत ३ रुपयावरून २ रुपये अशी घटली तर मागणी ३० नगावरून ४० नग वाढेल. परंतु उत्पादकांचा नफा घटत असल्याने उत्पादक वस्तूचा

पुरवठा ३० नगावरून २० नग एवढा कमी करतील. २ रुपये किंमतीला वस्तूची मागणी ४० नगांची आहे आणि पुरवठा २० नगांचा आहे. त्यामुळे वस्तू मिळवण्यासाठी ग्राहक अधिक किंमत द्यावयास तयार होतील. त्यामुळे X वस्तूची किंमत २ रुपयावरून ३ रुपये अशी निश्चित होईल. ३ रुपये किंमतीला समतोल किंमत असे म्हणतात. ही किंमत मागणी व पुरवठ्याच्या समतोलातून निर्धारित झालेली आहे. अशा प्रकारे पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची किंमत मागणी आणि पुरवठ्याच्या समतोलातून निर्धारित होते. हीच बाब खालील आकृतीद्वारे स्पष्ट केली आहे.



X वस्तूचे नग (मागणी व पुरवठा)

वरील आकृतीत OX या अक्षावर X वस्तूची मागणी आणि X वस्तूचा पुरवठा दर्शवला आहे. OY या अक्षावर X वस्तूची किंमत दर्शवली आहे. DD हा X वस्तूच्या मागणीचा वक्र आहे आणि SS हा X वस्तूच्या पुरवठ्याचा वक्र आहे. DD हा मागणीचा वक्र आणि SS हा पुरवठ्याचा वक्र एकमेकांना E बिंदूत छेदतात. म्हणून E बिंदूस समतोल बिंदू असे म्हणतात. E या समतोल बिंदूच्या ठिकाणी X वस्तूची किंमत ३ रुपये आहे आणि ३ रुपये किंमतीला मागणी ३० नगांची असून पुरवठा सुद्धा ३० नगांचा आहे. E बिंदूत मागणी व पुरवठा समान आहे. कारण मागणी व पुरवठ्याचे वक्र एकमेकाना E बिंदूत छेदून गेले आहेत. अशा प्रकारे वस्तूची किंमत ही वस्तूला असलेली मागणी आणि वस्तूचा पुरवठा यांच्या समतोलातून निश्चित होते हे आपणास आकृतीद्वारेही स्पष्ट करून सांगता येते.

वस्तूच्या किंमत निर्धारणात कालावधीची भूमिका :

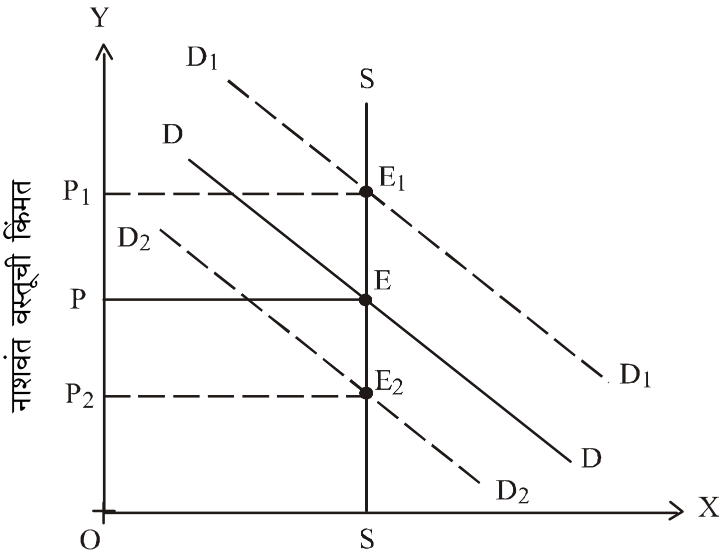
मार्शल यांच्या मते, वस्तूच्या किंमतीवर मागणी आणि पुरवठ्याचा जसा प्रभाव पडत असतो तसा कालावधीचा (Time / Period) परिणाम होत असतो. अतिअल्पकाळात वस्तूच्या किंमतीवर पुरवठ्यापेक्षा

मागणीचा जास्त प्रभाव पडत असतो. तर दीर्घकाळात पुरवठा वाढवता येत असल्याने किंमतीवर पुरवठ्याचा प्रभाव पडत असतो.

(अ) बाजारकाळातील वस्तूची किंमत निश्चिती :

(Price Determination Under Market Period) :

बाजारकाळ हा अत्यंत अल्पकाळ असतो. बाजारकाळ १ दिवसाचा असतो. बाजार कालावधी एवढा लहान असतो की, ह्या काळात उत्पादक मागणी वाढली तरी वस्तूचा पुरवठा वाढवू शकत नाहीत आणि मागणी घटली तरी वस्तूचा पुरवठा कमी करू शकत नाहीत. लवकर नाश पावणाऱ्या किंवा नाशवंत वस्तूंचा पुरवठा अतिअल्पकाळात वाढवता येत नाही किंवा कमी करता येत नाही. मागणी वाढली की उत्पादक त्या वस्तूंच्या किंमती वाढवतात आणि या वस्तूंची मागणी घटली की उत्पादक त्या वस्तूच्या किंमती कमी करतात. खालील आकृतीत ही बाब दर्शवली आहे.



वरील आकृतीत OX अक्षावर नाशवंत वस्तूची मागणी व पुरवठा दर्शवला आहे. OY या अक्षावर नाशवंत वस्तूची किंमत दर्शवली आहे. DD, D_1D_1 आणि D_2D_2 हे नाशवंत वस्तूच्या मागणीचे वक्र आहेत. SS हा नाशवंत वस्तूंच्या पुरवठ्याचा वक्र आहे. हा वक्र OY या अक्षाला समांतर दर्शवला आहे. बाजारकाळात (अतिअल्पकाळात) किंमतीत वाढ किंवा घट झाली तरी नाशवंत वस्तूचा पुरवठा वाढवताही येत नाही आणि कमी सुद्धा करता येत नाही. म्हणून बाजार काळात नाशवंत वस्तूंच्या पुरवठ्याचा वक्र अलवचिक असतो व तो Y अक्षाला समांतर असतो. वरील आकृतीत DD हा मूळचा मागणी वक्र आहे. DD हा मागणीचा वक्र आणि SS हा पुरवठ्याचा वक्र एकमेकांना E बिंदूत छेदतात. म्हणून E हा समतोल बिंदू असून या समतोल बिंदूत

नाशवंत वस्तूची किंमत OP एवढी निर्धारित झाली आहे आणि नाशवंत वस्तूची मागणी O ते S एवढी आहे. आणि त्या वस्तूचा पुरवठा सुद्धा O ते S एवढा आहे.

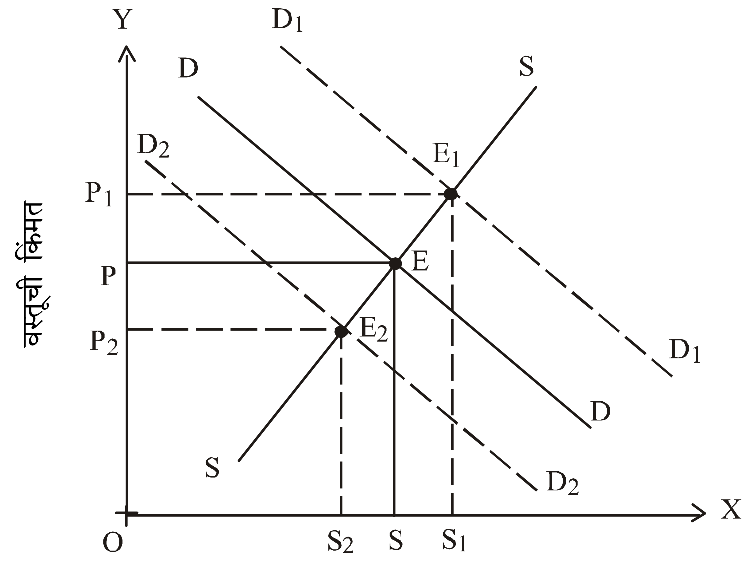
समजा, नाशवंत वस्तूंच्या मागणीत वाढ झाली तर मागणीचा वक्र वरच्या बाजूला जाईल. D_1D_1 या वक्राने ते दर्शवले आहे. D_1D_1 हा वक्र मागणीत झालेली वाढ दर्शवतो. बाजारकाळात पुरवठ्यात वाढ करता येत नसल्याने SS हा पुरवठा वक्र बदलत नाही. नाशवंत वस्तूंची मागणी वाढल्याने नवीन समतोल E_1 या बिंदूत होतो. त्यामुळे वस्तूची किंमत OP_1 एवढी निर्धारित होते. नाशवंत वस्तूंची मागणी वाढल्याने नाशवंत वस्तूंच्या किंमतीत P ते P_1 एवढी वाढ झाल्याचे वरील आकृतीत दिसते.

समजा, नाशवंत वस्तूंच्या मागणीत घट झाली तर DD हा मूळचा मागणी वक्र खालच्या बाजूला येईल. वरील आकृतीत D_2D_2 ह्या मागणी वक्राने ते दर्शवले आहे. नाशवंत वस्तूंच्या मागणीत घट झाल्याने D_2D_2 हा नवीन मागणी वक्र DD या मूळच्या मागणी वक्राच्या खालच्या बाजूला दर्शवला आहे. D_2D_2 हा मागणी वक्र SS या पुरवठा वक्राला E_2 या बिंदूत छेदून गेला आहे. म्हणून E_2 हा नवीन समतोल बिंदू आहे. E_2 या समतोल बिंदूत नाशवंत वस्तूची किंमत OP_2 एवढी निर्धारित होते. नाशवंत वस्तूच्या मागणीत घट झाल्याने नाशवंत वस्तूची किंमत P ते P_2 अशी घटल्याचे वरील आकृतीवरून दिसते.

सारांश, बाजार कालावधी हा अत्यंत लहान असतो. या काळात वस्तूच्या मागणीत वाढ झाली तरी उत्पादन वाढवता येत नाही. त्यामुळे पुरवठा सुद्धा वाढवता येत नाही. मागणी वाढली की उत्पादक त्याचा फायदा घेतात आणि किंमत वाढवतात. उदाहरणार्थ, कोजागिरी पौर्णिमेदिवशी दूधाच्या मागणीत वाढ होते. त्यावेळी उत्पादक दूधाची किंमत वाढवतात. म्हाळाच्या पंधरवड्यात मेथी, भेंडी इत्यादी बऱ्याच नाशवंत भाजीपाल्याला मागणी खूप जास्त असते. अशा वेळी उत्पादक विक्रेते भाजीपाल्याच्या किंमती वाढवतात. कारण अतिअल्पकाळात नाशवंत वस्तूंचा पुरवठा वाढवता येत नाही. अशा प्रकारे बाजारकाळात वस्तूच्या किंमत निर्धारणात वस्तूच्या पुरवठ्यापेक्षा वस्तूच्या मागणीचा मोठा प्रभाव पडत असतो.

अल्पकाळातील किंमत निश्चिती (Price Determination in Short - run Period) :

अल्पकाळात उत्पादनाच्या स्थिर घटकात बदल करता येत नाही. परंतु कामगार, कच्चा माल इत्यादी बदलत्या घटकात थोडा बदल करून उत्पादनात व पुरवठ्यात वाढ घडवून आणता येते. अल्पकाळात जर वस्तूच्या मागणीत वाढ झाली तर बदलत्या घटकात वाढ करून उत्पादनात व पुरवठ्यात वाढ घडवून आणता येते आणि अल्पकाळात वस्तूच्या मागणीत घट झाली तर बदलत्या घटकांचे प्रमाण कमी करून उत्पादनात व पुरवठ्यात घट घडवून आणता येते. बाजारकाळापेक्षा अल्पकाळ हा थोडा मोठा काळ असतो आणि दीर्घकाळापेक्षा लहान काळ असतो. त्यामुळे अल्पकाळातील पुरवठा वक्र बाजारकाळाप्रमाणे पूर्णपणे अलवचिक नसतो. तो बाजार कालावधीपेक्षा जास्त लवचिक असतो. खालील आकृतीत अल्पकाळात वस्तूची किंमत कशी निश्चित होते, ते स्पष्ट केले आहे.



वस्तूचे नग (मागणी व पुरवठा)

वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूची मागणी आणि वस्तूचा पुरवठा दर्शवला आहे. OY अक्षावर वस्तूची किंमत दर्शवली आहे. DD, D_1D_1 आणि D_2D_2 हे वस्तूच्या मागणीचे वक्र आहेत. SS हा वस्तूच्या पुरवठ्याचा वक्र आहे. DD हा मूळचा मागणीचा वक्र आहे. म्हणजे मागणीत वाढ किंवा घट होण्यापूर्वीचा वक्र आहे. DD हा मागणी वक्र आणि SS हा पुरवठा वक्र एकमेकांना E बिंदूत छेदतात. म्हणून E हा समतोल बिंदू असून मागणी आणि पुरवठा O ते S एवढा आहे. E बिंदूत मागणी-पुरवठ्याचा समतोल झाला असल्याने एका नगाची किंमत OP एवढी निश्चित होते.

समजा, वस्तूची मागणी वाढली तर मागणीचा वक्र मूळ मागणी वक्राच्या वरच्या बाजूला जाईल. D_1D_1 हा मागणी वक्र वस्तूच्या मागणीत झालेली वाढ दर्शवतो. D_1D_1 हा मागणी वक्र SS या पुरवठा वक्राला E_1 बिंदूत छेदतो. म्हणून मागणी-पुरवठ्याचा नवीन समतोल E_1 बिंदूत होतो. त्यामुळे वस्तूची किंमत OP_1 एवढी निश्चित होते. S ते S_1 एवढी मागणी-पुरवठ्यात वाढ झालेली दिसते. वस्तूच्या मागणीत वाढ झाल्यामुळे वस्तूची किंमत OP वरून OP_1 एवढी वाढलेली आहे.

समजा, वस्तूची मागणी घटली तर मागणीचा वक्र मूळ मागणी वक्राच्या खालच्या बाजूला येईल. D_2D_2 हा मागणी वक्र मागणीत झालेली घट दर्शवतो. D_2D_2 हा मागणी वक्र SS या पुरवठा वक्राला E_2 बिंदूत छेदतो. म्हणजे दोन्ही वक्र एकमेकांना E_2 या बिंदूत छेदतात. वस्तूची मागणी व पुरवठा OS_2 एवढा होतो. वस्तूची मागणी S ते S_2 अशी घटल्यामुळे वस्तूची किंमत सुद्धा P ते P_2 अशी घटल्याचे दिसते. अशा प्रकारे अल्पकाळात वस्तूची मागणी वाढली की वस्तूची किंमत वाढते आणि वस्तूची मागणी घटली की वस्तूची किंमत घटते हे वरील आकृतीद्वारेही स्पष्ट करता येते.

पूर्ण स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा अल्पकालीन समतोल :

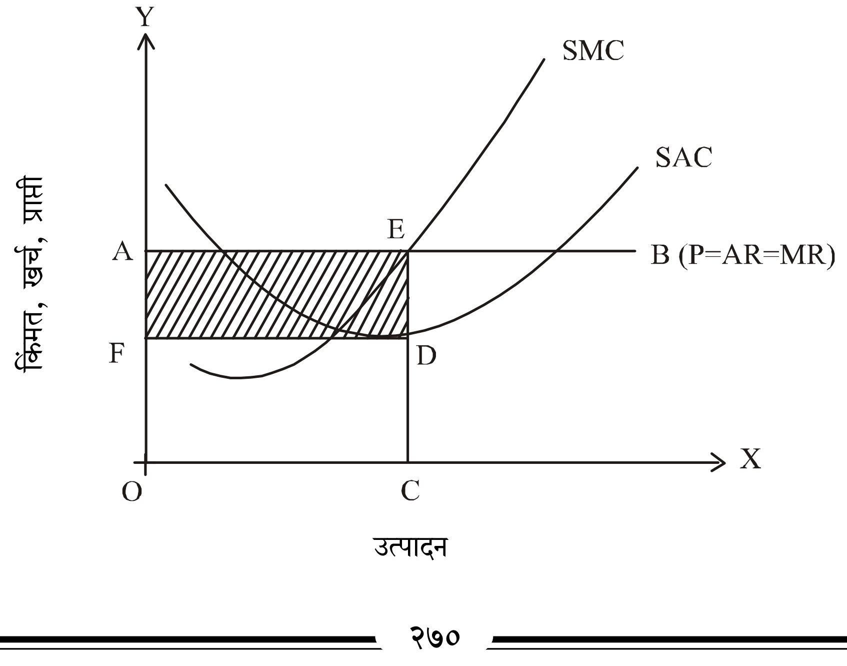
उत्पादनाच्या स्थिर घटकात जमीन, यंत्रसामग्री, कारखान्याची इमारत इत्यादी बाबींचा समावेश होतो. तर बदलत्या घटकात मजूर, इंधन, कच्चा माल इत्यादी बाबींचा समावेश होतो. अल्पकाळात उत्पादनाच्या स्थिर घटकात वाढ किंवा घट करता येत नाही. परंतु बदलत्या घटकात मात्र वाढ किंवा घट करता येते. त्यामुळे अल्पकाळात जर वस्तूची मागणी वाढली तर उत्पादक बदलत्या उत्पादन घटकात वाढ करून उत्पादनात वाढ करू शकतात. जर मागणी घटली तर बदलत्या घटकांच्या प्रमाणात घट करून उत्पादक उत्पादन किंवा पुरवठा कमी करतात. अल्पकाळात पूर्ण स्पर्धेतील उत्पादकांना नफाही होऊ शकतो किंवा तोटाही होऊ शकतो.

पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात नफा मिळवणाऱ्या उद्योगसंस्थेचा समतोल खालीलप्रमाणे स्पष्ट केला आहे.

पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात उद्योगसंस्थेला नफा हवा असेल तर त्या उद्योगसंस्थेच्या वस्तूचा सीमांत खर्च (MC) आणि सीमांत प्राप्ती (MR) सारखेच असले पाहिजेत. म्हणजेच आकृतीच्या भाषेत सीमांत खर्चाचा वक्र हा सीमांत प्राप्ती वक्राला खालून वरती छेदून गेला पाहिजे. ज्या ठिकाणी सीमांत खर्च आणि सीमांत प्राप्ती वक्र एकमेकांना छेदतात किंवा स्पर्श करतात, त्या स्पर्श बिंदूत उद्योगसंस्थेचा अल्पकालीन समतोल होतो व त्या ठिकाणी किंमत निश्चित होते. या समतोल बिंदूत उद्योगसंस्थेला जास्तीत जास्त नफा मिळतो.

आकृतीद्वारे स्पष्टीकरण :

पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात उद्योग संस्थेचा समतोल कसा होतो, ते वरील स्पष्टीकरणाच्या आधारे खालील आकृतीत दर्शविले आहे.



वरील आकृतीत OX अक्षावर उत्पादनाचे किंवा वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. तर OY अक्षावर वस्तूची किंमत, प्राप्ती आणि खर्च इत्यादी घटक दर्शविले आहेत. SAC हा अल्पकालीन सरासरी खर्च वक्र (Short run period Average Cost Curve) आहे. SMC हा अल्पकालीन सीमांत खर्च वक्र (Short run period Marginal Cost Curve) आहे. AB हा किंमत, सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्तीचा वक्र आहे.

पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची किंमत, सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती सारखीच असते. त्यामुळे पूर्ण स्पर्धेत किंमत, सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्तीचा वक्र एकच असतो आणि तो OX अक्षाला समांतर असतो. वरील आकृतीत AB वक्राने ते दर्शविले आहे. पूर्ण स्पर्धेत अल्पकालीन सरासरी खर्च वक्र आणि अल्पकालीन सीमांत खर्च वक्र साधारणपणे इंग्रजी U अक्षरासारखे किंवा चहाच्या कपासारखे उभट आकाराचे असतात. वरील आकृतीत SAC आणि SMC या वक्राने ते दर्शविले आहे.

वरील आकृतीत E या ठिकाणी पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थेचा अल्पकालीन समतोल साध्य झालेला आहे. कारण E या बिंदूत उद्योगसंस्थेची सीमांत प्राप्ती आणि सीमांत खर्च समान आहे. कारण E या बिंदूत SMC हा सीमांत खर्चाचा वक्र आणि AB हा सीमांत प्राप्तीचा वक्र हे दोन वक्र एकमेकांना स्पर्श करून किंवा छेदून गेले आहेत. अशा प्रकारे E ह्या ठिकाणी सीमांत खर्च आणि सीमांत प्राप्ती समान असल्याने E हा उद्योगसंस्थेचा संतुलन बिंदू होय. त्यामुळे ही उद्योगसंस्था O ते C एवढे उत्पादन करते. त्यापेक्षा जास्त किंवा कमी उत्पादन करत नाही. E या बिंदूत सीमांत खर्च आणि सीमांत प्राप्ती सारखीच असल्याने वस्तूच्या एका नगाची किंमत EC किंवा OA इतकी निश्चित होते. वस्तूचे O ते C एवढे नग EC या किंमतीला विकले असता उत्पादकाला OAEC या चौकोनाएवढे एकूण उत्पन्न मिळते. यालाच एकूण प्राप्ती असे म्हणतात. O ते C या उत्पादनाचा एकूण खर्च OFDC या चौकानाएवढा असून एकूण उत्पन्नातून एकूण खर्च वजा केला असता उत्पादकाला AEFD या चौकोनाएवढा नफा मिळतो. वरील आकृतीत तिरप्या रेषांनी उद्योगसंस्थेचा नफा दर्शविला आहे.

अल्पकाळात पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थेला अतिरिक्त नफा मिळू शकतो. तसेच तोटाही होऊ शकतो. वरील आकृतीत नफा मिळवणाऱ्या उद्योगसंस्थेचा समतोल दर्शवला आहे.

१ नगाची किंमत OA किंवा EC

एकूण उत्पादन OC

किंमत X उत्पादन = एकूण प्राप्ती

OA X OC = □OAEC

१ नगाचा खर्च OF किंवा DC

१ नगाची प्राप्ती OA किंवा EC

प्राप्ती – खर्च = नफा

OA – OF = AF

किंवा   प्राप्ती – खर्च = नफा

EC = DC = ED

एकूण प्राप्ती = □OAEC

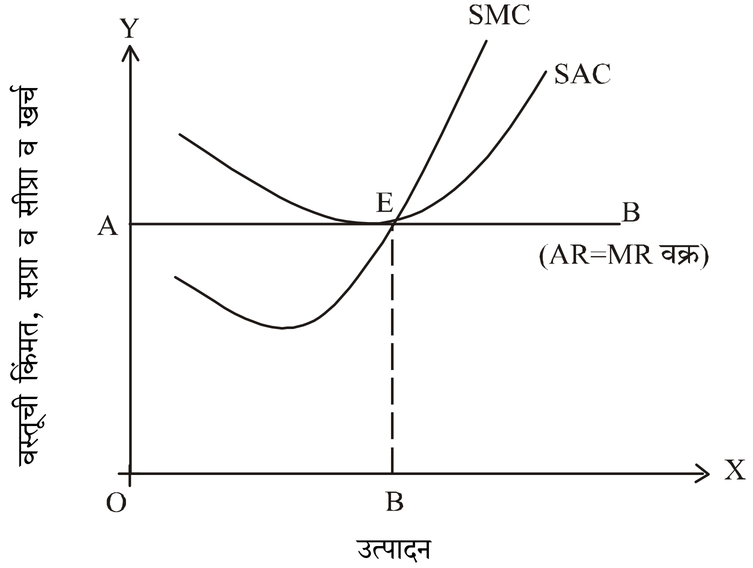
एकूण खर्च = □OFDC

एकूण प्राप्ती – एकूण खर्च = नफा

□OAEC – □OFDC = □AEFD

पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात सर्वसाधारण नफा मिळवणाऱ्या उद्योगसंस्थेचा समतोल :

पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात उद्योगसंस्थेला अतिरिक्त नफा मिळू शकतो. तसेच सर्वसाधारण नफा सुद्धा मिळू शकतो. खालील आकृतीत पूर्ण स्पर्धेत एखाद्या उद्योगसंस्थेला सर्वसाधारण नफा (Normal Profit) कसा मिळतो, ते दर्शवले आहे. पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात जेव्हा सीमांत खर्च आणि सीमांत प्राप्ती समान होतात तेव्हा उद्योगसंस्थेला सर्वसाधारण नफा मिळतो.



वरील आकृतीत OX अक्षावर उत्पादन दर्शवले आहे. OY अक्षावर वस्तूची किंमत, सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्ती दर्शवली आहे. तसेच सरासरी व सीमांत खर्च दर्शवला आहे. AB ही आडवी रेषा सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्तीचा वक्र आहे. SAC हा अल्पकालीन सरासरी खर्च वक्र आहे. SMC हा अल्पकालीन सीमांत खर्च वक्र आहे.

वरील आकृतीत E या बिंदूत सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्ती वक्राला अल्पकालीन सरासरी खर्च वक्र (SAC) व अल्पकालीन सीमांत खर्च वक्र (SMC) छेदून गेले आहेत. म्हणून E हा समतोल बिंदू आहे. E या बिंदूत सरासरी प्राप्ती, सीमांत प्राप्ती, सरासरी खर्च व सीमांत खर्च समान आहेत. त्यामुळे या ठिकाणी वस्तूची किंमत OA एवढी निश्चित होते आणि उत्पादक OB एवढे उत्पादन करतो.

एकूण उत्पादन X किंमत = एकूण प्राप्ती

OB X OA = □OAEB

एका नगाची किंमत = OA किंवा EB

एका नगाचा खर्च= OA किंवा EB

एका नगाची किंमत म्हणजेच सरासरी प्राप्ती होय.

एका नगाचा खर्च म्हणजेच सरासरी खर्च होय.

सरासरी प्राप्ती – सरासरी खर्च = नफा

OA – OA = 0 (शून्य)

किंवा EB – EB = 0 (शून्य)

एकूण प्राप्ती – एकूण खर्च = नफा

□OAEB – □OAEB = 0 (शून्य)

अशा प्रकारे E हा बिंदू सर्वसाधारण नफा दर्शवतो. या ठिकाणी प्राप्ती व खर्च समान आहेत. उत्पादक O ते B एवढे उत्पादन करतो आणि ते OA किंमतीला विकतो.

अशा प्रकारे पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात उद्योगसंस्थेला जसा भरपूर नफा मिळतो तसा सर्वसाधारण नफा सुद्धा मिळू शकतो, हे वरील आकृतीवरून स्पष्ट होते.

पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात तोटा होणाऱ्या उद्योगसंस्थेची माहिती :

पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात एखाद्या उद्योगसंस्थेला अतिरिक्त नफा होऊ शकतो. तसेच सर्वसाधारण नफा मिळू शकतो. एवढेच नव्हे तर अल्पकाळात एखाद्या उद्योगसंस्थेला तोटाही होऊ शकतो. वरती आपण पूर्ण स्पर्धेतील एखाद्या उद्योगसंस्थेला अतिरिक्त नफा कसा मिळतो आणि सर्वसाधारण नफा कसा मिळतो त्याची माहिती घेतली. आता आपण पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात एखाद्या उद्योगसंस्थेला तोटा कसा होतो, याची माहिती घेणार आहोत.

अल्पकाळात पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च हा जेव्हा उद्योगसंस्थेच्या सरासरी प्राप्तीपेक्षा जास्त असतो तेव्हा उद्योगसंस्थेला तोटा होतो.

सरासरी खर्च > सरासरी प्राप्ती

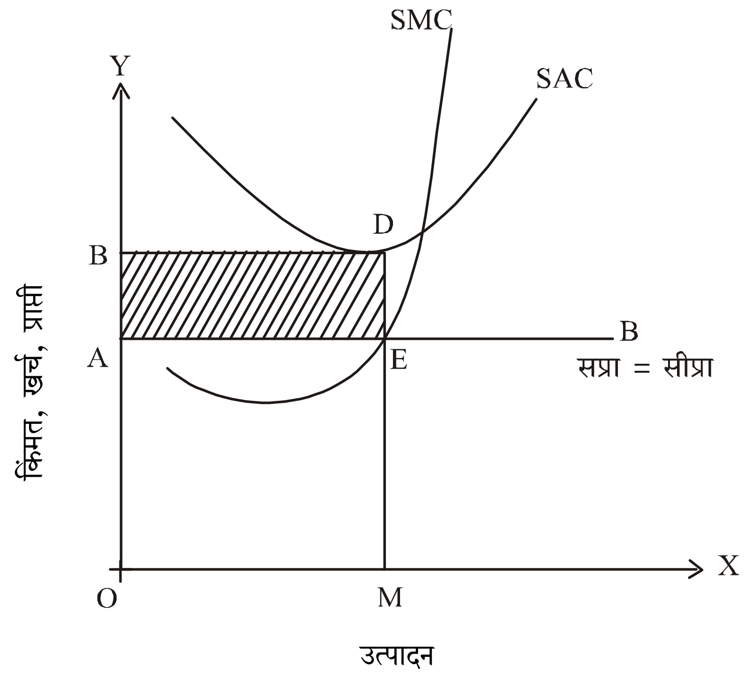
AC > AR

किंवा सरासरी प्राप्ती < सरासरी खर्च

AR < AC

खालील आकृतीत पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थेला अल्पकाळात कसा तोटा होतो त्याची माहिती दिली आहे.

पूर्ण स्पर्धेतील अल्पकाळातील तोट्यातील उद्योगसंस्था



वरील आकृतीत OX या अक्षावर उत्पादन हा घटक दर्शविला आहे. तर OY या अक्षावर किंमत, खर्च आणि प्राप्ती हे घटक दर्शविले आहेत. AB हा सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्तीचा वक्र आहे. SAC हा अल्पकालीन सरासरी खर्च वक्र आहे. SMC हा अल्पकालीन सीमांत खर्च वक्र आहे. वरील आकृतीत E या बिंदूत उद्योगसंस्थेचा समतोल झालेला आहे. कारण E या बिंदूत सीमांत प्राप्ती वक्र व सीमांत खर्च वक्र एकमेकांना छेदून गेले आहेत. त्यामुळे उद्योगसंस्था O ते M एवढे उत्पादन करते आणि ते OA किंमतीला विकते.

वरील आकृतीत सरासरी खर्च वक्र हा सरासरी प्राप्ती वक्राच्या वरच्या बाजूला आहे. म्हणून सरासरी प्राप्ती पेक्षा सरासरी खर्च जास्त दिसतो.

सरासरी प्राप्ती = OA किंवा EM

सरासरी खर्च = OB किंवा DM

सरासरी प्राप्ती म्हणजे एका वस्तूची विक्री करून मिळणारी प्राप्ती होय. पूर्ण स्पर्धेत सरासरी प्राप्ती ही किंमतीएवढी असते. सरासरी खर्च म्हणजे एका नगाचा खर्च होय. सरासरी प्राप्तीतून सरासरी खर्च वजा केल्यानंतर नफा किंवा तोटा समजतो. सरासरी प्राप्तीपेक्षा सरासरी खर्च कमी असेल तर उद्योगसंस्थेला नफा होतो. याऊलट सरासरी प्राप्तीपेक्षा सरासरी खर्च जास्त असेल तर तोटा होतो.

सरासरी प्राप्ती – सरासरी खर्च = नफा किंवा तोटा

$\therefore$ AO – BO = AB (तोटा)

किंवा

EM – DM = ED (तोटा)

वरील आकृतीवरून असे दिसते की, वस्तूचा सरासरी खर्च (BO) हा सरासरी प्राप्तीपेक्षा (AO) जास्त आहे.

BO > AO

सरासरी खर्च > सरासरी प्राप्ती

सरासरी प्राप्तीतून (AO मधून) सरासरी खर्च (BO) वजा केल्यानंतर AB हा भाग राहतो. त्याला एका वस्तूच्या विक्रीपासून मिळणारा तोटा असे म्हणतात.

आता आपण एकूण प्राप्ती, एकूण खर्च, एकूण तोटा कसा काढतात ते पाहू.

वस्तूची किंमत X एकूण उत्पादन = एकूण प्राप्ती

$\therefore$ AO X OM = □OMEA

सरासरी खर्च X एकूण उत्पादन = एकूण खर्च

$\therefore$ BO X OM = □OMDB

एकूण प्राप्ती – एकूण खर्च = नफा किंवा तोटा

$\therefore$ □OMEA – □OMDB = □EADB (तोटा)

वरील आकृतीत एकूण प्राप्ती OMEA या चौकोनाएवढी आहे तर OM उत्पादनाचा एकूण खर्च OMDB या चौकोनाएवढा आहे. प्राप्तीच्या चौकोनापेक्षा खर्चाचा चौकोन मोठा दिसतो. कारण सरासरी खर्च वक्र हा सरासरी प्राप्ती वक्राच्या वरच्या बाजूला आहे. त्यामुळे उद्योगसंस्थेला OM एवढे उत्पादन OA किंमतीला विकल्यानंतर EADB या चौकोनाएवढा तोटा होतो. वरील आकृतीत ही बाब रेखांकित भागाने दर्शवली आहे.

पूर्ण स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा दीर्घकालीन समतोल :

दीर्घकाळ हा खूप मोठा काळ असतो. तो ५० वर्षापर्यंत किंवा त्यापेक्षा जास्त मोठा असू शकतो. त्यामुळे दीर्घकाळात उत्पादनाच्या स्थिर घटकात उत्पादकांना हवा तेवढा बदल करता येतो. तसेच अल्पकाळाप्रमाणे बदलत्या घटकांच्या प्रमाणातही वाढ किंवा घट करता येते. अल्पकाळात मागणी इतका पुरवठा करता येत नाही. परंतु दीर्घकाळात मात्र मागणी इतका पुरवठा करता येतो. दीर्घकाळात जर वस्तूची मागणी वाढली तर उत्पादक आपल्या जुन्या उद्योगसंस्थांचा विस्तार करतात. म्हणजे कारखान्याच्या इमारतींची संख्या वाढवतात. नवीन इमारती बांधतात. नवीन यंत्रसामग्री विकत घेतात. तसेच नवीन उद्योगसंस्थाही बाजारात प्रवेश करतात. म्हणजेच नवीन कारखाने स्थापन होतात. त्यामुळे दीर्घकाळात वस्तूचा पुरवठा मागणी इतका होतो. म्हणून दीर्घकाळात उद्योगसंस्थांना अतिरिक्त किंवा भरपूर नफा मिळत नाही. तर सर्वसाधारण नफा मिळतो. दीर्घकाळात एकूण उत्पादन खर्च भरून निघेल एवढीच एकूण प्राप्ती मिळते. दीर्घकाळात उद्योगसंस्थेचा समतोल साध्य होण्यासाठी पुढील दोन गोष्टींची पूर्तता होणे आवश्यक असते.

१) वस्तूची किंमत = सरासरी खर्च (P = AC) :

पूर्ण स्पर्धेत दीर्घकाळात उद्योगसंस्थेचा समतोल होण्यासाठी वस्तूची किंमत ही तिच्या सरासरी खर्चाइतकी असली पाहिजे. समजा, उद्योगसंस्थेच्या वस्तूचा सरासरी उत्पादन खर्च २० रुपये असेल तर वस्तूची किंमत सुद्धा २० रुपयेच असली पाहिजे.

२) वस्तूची किंमत = सीमांत खर्च (P = MC) :

पूर्ण स्पर्धेत दीर्घकाळात उद्योगसंस्थेचा समतोल होण्यासाठी म्हणजेच उद्योगसंस्थेला सर्वसाधारण नफा मिळावा यासाठी वस्तूची किंमत ही सीमांत उत्पादन खर्चाइतकी असली पाहिजे. वस्तूच्या सीमांत खर्चापेक्षा बाजारात वस्तूला कमी किंमत मिळाली तर उत्पादकांचे नुकसान होईल. त्यांना तोटा सहन करावा लागेल. त्यामुळे उत्पादक उत्पादन कमी करतील. काही उद्योगसंस्था उद्योग सोडून जातील. जर वस्तूच्या सीमांत खर्चापेक्षा जास्त किंमत मिळाली तर जुन्या उद्योगसंस्था उत्पादनात वाढ करतील. तसेच नवीन उद्योग संस्था स्थापन होतील. त्यामुळे एकूण उत्पादनात किंवा पुरवठ्यात वाढ होऊन वाढलेली किंमत घटून ती सीमांत खर्चाइतकी होईल.

अशा प्रकारे पूर्ण स्पर्धेत दीर्घकाळात उद्योगसंस्थेचे संतुलन होण्यासाठी वस्तूची किंमत ही सरासरी खर्चाइतकी तसेच सीमांत खर्चाइतकी असली पाहिजे.

किंमत = सरासरी खर्च = सीमांत खर्च

P = AC = MC

वरील समीकरणात,

P = Price (किंमत)

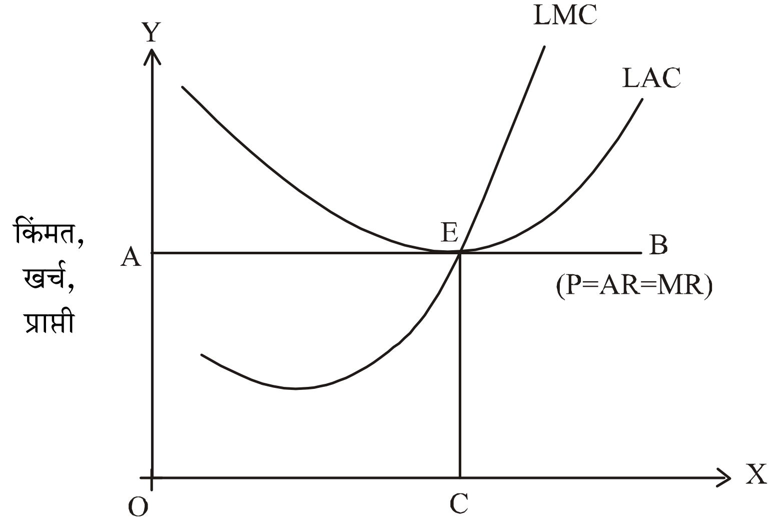
AC = Average Cost of Production (सरासरी उत्पादन खर्च)

MC = Marginal Cost of Production (सीमांत उत्पादन खर्च)

थोडक्यात, पूर्ण स्पर्धेत दीर्घकाळात ज्या उत्पादनाला **किंमत = सख = सीख** आढळून येते तेथे उद्योग संस्थेचा समतोल होतो. त्या समतोल बिंदूत किंमत निश्चित होते व या किंमतीला उद्योगसंस्थांना सर्वसाधारण नफा (Normal Profit) मिळतो. अतिरिक्त किंवा जादा नफा मिळत नाही.

आकृतीद्वारे स्पष्टीकरण :

पूर्ण स्पर्धेत दीर्घकाळात उद्योगसंस्थेचा समतोल कसा होतो, ते वरील स्पष्टीकरणाच्या आधारे खालील आकृतीत दर्शविले आहे.



उत्पादन (विकलेले नग)

वरील आकृतीत OX अक्षावर उत्पादनाचे किंवा वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. तर OY अक्षावर वस्तूची किंमत, प्राप्ती आणि खर्च इत्यादी घटक दर्शविले आहेत. LAC हा दीर्घकालीन सरासरी खर्च वक्र (Long run Period Average Cost Curve) आहे. LMC हा दीर्घकालीन सीमांत खर्च वक्र (Long run Perioid Marginal Cost Curve) आहे. पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची किंमत ही सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती इतकी असते. म्हणून या तिन्हींचा मिळून एकच वक्र तयार होतो व तो OX अक्षाला समांतर असतो. वरील आकृतीत AB वक्राने ते दर्शविले आहे. पूर्ण स्पर्धेत दीर्घकाळात सरासरी खर्च आणि सीमांत खर्चाच्या वक्राचा आकार इंग्रजी U अक्षरासारखा परंतु बशीसारखा पसरट असतो. वरील आकृतीत LAC आणि LMC या वक्राने ते दर्शविले आहे.

वरील आकृतीत E या बिंदूत पूर्ण स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा दीर्घकाळातील समतोल साध्य झालेला आहे. म्हणून E हा संतुलन बिंदू आहे. कारण E या बिंदूत किंमत, सरासरी खर्च आणि सीमांत खर्च समान

आहेत. AB ह्या किंमत, सरासरी प्राप्ती आणि सीमांत प्राप्ती वक्राला सरासरी खर्च आणि सीमांत खर्चाचे वक्र E ह्या बिंदूत छेदून गेले आहेत किंवा स्पर्श करून गेले आहेत. म्हणून E या छेदन बिंदूस उद्योगसंस्थेचा दीर्घकाळातील समतोल बिंदू असे म्हणतात. भूमितीच्या नियमानुसार E या समतोल बिंदूतून OX अक्षापर्यंत लंब रेषा टाकली आहे. ही EC लंब रेषा म्हणजेच वस्तूची किंमत होय. E या बिंदूत उद्योगसंस्थेचा समतोल साध्य झाला असल्याने उत्पादक O ते C पर्यंत उत्पादन करेल आणि एका नगाला EC किंमत आकारेल. EC या किंमतीने O ते C उत्पादनाची विक्री केली असता उद्योसंस्थेला / उत्पादकाला □OAEC एवढे उत्पन्न मिळते आणि O ते C या नगांचा / उत्पादनाचा एकूण खर्चही □OAEC इतकाच म्हणजेच उत्पन्नाइतकाच आहे. त्यामुळे उद्योगसंस्थेला सर्वसाधारण नफा मिळतो. संयोजक आपला पगार उत्पादन खर्चात समाविष्ट करत असल्याने त्याचा पगार म्हणजेच सर्वसाधारण नफा होय. म्हणजेच वरील आकृतीत जरी एकूण प्राप्ती (□OAEC) आणि उत्पादनाचा एकूण खर्च (□OAEC) सारखाच दिसत असला तरी नफा शून्य मानता येणार नाही.

किंमत X विकलेले एकूण नग = एकूण प्राप्ती
OA X OC = □OAEC

एकूण प्राप्ती – एकूण खर्च = नफा
□OAEC – □OAEC = O

१.३ सारांश :

अशा प्रकारे पूर्ण स्पर्धा म्हणजे ज्या बाजारात असंख्य ग्राहक आणि असंख्य विक्रेते असतात अशा बाजाराला किंवा स्पर्धेला पूर्ण स्पर्धा असे म्हणतात. पूर्ण स्पर्धेत विक्रेत्यांची संख्या मोठी असते. तसेच ग्राहकांची संख्याही मोठी असते. त्यामुळे पूर्ण स्पर्धेत एखादा विक्रेता पुरवठा कमी-जास्त करून किंमतीवर प्रभाव पाडू शकत नाही. तसेच पूर्ण स्पर्धेत एखादा ग्राहक वस्तूची मागणी कमी-जास्त करून किंमतीवर प्रभाव पाडू शकत नाही. पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची किंमत ही वस्तूच्या मागणी-पुरवठ्याच्या संतुलनातून ठरत असते. पूर्ण स्पर्धेत दीर्घकाळात वस्तूची मागणी वाढली तर उत्पादनात वाढ करता येते. मागणीप्रमाणे पुरवठा करता येतो. त्यामुळे दीर्घकाळात किंमत वाढत नाही. अल्पकाळात जर मागणी वाढली तर स्थिर घटकात वाढ करता येत नाही. कामगार, कच्चा माल इत्यादी बदलत्या घटकात वाढ करून उत्पादक उत्पादन वाढवतात.

१.४ पारिभाषिक शब्द :

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

२. **स्थानिक बाजारपेठ :** ज्या ठिकाणी वस्तूंचे उत्पादन होते त्याच ठिकाणी ग्राहक वस्तूंची खरेदी करत असतात. म्हणून या बाजारपेठेला स्थानिक बाजारपेठ म्हणतात.

३. **राष्ट्रीय बाजारपेठ :** ज्या बाजारातील वस्तूची किंमत संपूर्ण देशभर सारखी असते, त्या बाजाराला राष्ट्रीय बाजारपेठ असे म्हणतात.

४. **बाजारकाल :** बाजारकालास (Market Period) अतिअल्पकालीन बाजार असेही म्हणतात. बाजारकाल काही तासांचा, काही दिवसांचा किंवा काही आठवड्यांचा असतो.

५. **अल्पकालीन बाजार :** अल्पकालीन बाजाराचा कालावधी हा एक वर्षापेक्षा कमी कालावधीचा असतो.

६. **दीर्घकालीन बाजार :** ज्या बाजाराचा कालावधी एक वर्षापेक्षा जास्त आणि साधारणपणे पाच वर्षापर्यंत असतो, त्या कालावधीच्या बाजाराला दीर्घकालीन बाजार असे म्हणतात.

७. **अतिदीर्घकालीन बाजार :** ज्या बाजाराचा कालावधी पाच वर्षापेक्षा अधिक असतो किंवा ५० वर्षापर्यंत असतो किंवा त्याहीपेक्षा जास्त असतो त्या बाजाराला अतिदीर्घकालीन बाजार असे म्हणतात.

८. **पूर्ण स्पर्धा :** पूर्ण स्पर्धेला पूर्ण स्पधेची बाजारपेठ असे म्हणतात. ज्या बाजारात ग्राहकांची, विक्रेत्यांची संख्या अधिक असते आणि विकली जाणारी वस्तू एकजिनसी असते अशा बाजाराला पूर्ण स्पर्धेचा बाजार असे म्हणतात.

१.५ स्वयंअध्ययनासाठी प्रश्न :

प्र. १ : रिकाम्या जागी योग्य पर्याय लिहा.

१) पूर्ण स्पर्धेत .... ग्राहक असतात.

(अ) असंख्य (ब) थोडे

(क) मर्यादित (ड) यापैकी नाही

२) पूर्ण स्पर्धेत .... विक्रेते असतात.

(अ) मर्यादित (ब) असंख्य

(क) थोडे (ड) यापैकी नाही

३) पूर्ण स्पर्धेत वस्तू .... असते.

(अ) एकजिनसी (ब) वेगवेगळी

(क) निकृष्ट (ड) यापैकी नाही

४) पूर्ण स्पर्धेत विक्रेता .... असतो.

(अ) किंमत कर्ता (ब) किंमत स्वीकारक

(क) यापैकी नाही (ड) तटस्थ

५) पूर्ण स्पर्धेत वस्तूला मागणी पूर्णत: .... असते.

(अ) लवचिक (ब) अलवचिक

(क) सौम्य (ड) ताठर

६) पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थांना बाजारात मुक्त प्रवेश ....

(अ) नसतो (ब) असतो

(क) यापैकी नाही (ड) बंधनकारक

७) पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची किंमत सर्वत्र .... असते.

(अ) कमी (ब) अधिक

(क) समान (ड) वेगवेगळी

८) पूर्ण स्पर्धेत ग्राहक व विक्रेत्यांना बाजारपेठेचे पूर्ण ज्ञान ....

(अ) असते (ब) नसते

(क) यापैकी नाही (ड) दिले जाते

९) पूर्ण स्पर्धेत उत्पादनाचे घटक गतिशील ....

(अ) नसतात (ब) असतात

(क) यापैकी नाही (ड) तटस्थ

१०) पूर्ण स्पर्धेत किंमत निश्चितीमध्ये सरकार हस्तक्षेप ....

(अ) करते (ब) करत नाही

(क) यापैकी नाही (ड) बंद असतो

११) पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थांना वाहतूक खर्च ....

(अ) येत नाही (ब) येतो

(क) यापैकी नाही (ड) समान

१२) पूर्ण स्पर्धेत जाहिरातीवर खर्च ....

(अ) करावा लागतो (ब) करावा लागत नाही

(क) यापैकी नाही (ड) मोठा असतो

१३) पूर्ण स्पर्धेत सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्ती .... असते.

(अ) समान (ब) वेगवेगळे

(क) कमी-जास्त (ड) यापैकी नाही

१४) पूर्ण स्पर्धेत दीर्घकाळात उद्योगसंस्थेला .... नफा मिळतो.

(अ) सर्वसाधारण (ब) अतिरिक्त

(क) असाधारण (ड) यापैकी नाही

१५) पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थेला .... नफा मिळतो.

(अ) अतिरिक्त (ब) सर्वसाधारण

(क) तोटा (ड) अ, ब व क

१.६ स्वयंअध्ययन प्रश्नांची उत्तरे :

१) अ २) ब ३) अ ४) ब ५) अ ६) ब ७) क ८) अ

९) ब १०) ब ११) अ १२) ब १३) अ १४) अ १५) ड

१.७ सरावासाठी स्वाध्याय :

प्र. १ : टीपा लिहा.

(अ) पूर्ण स्पर्धा (ब) बाजाराचे प्रकार

(क) अल्पकाळ (ड) दीर्घकाळ

प्र. २ : थोडक्यात उत्तरे द्या.

१) पूर्ण स्पर्धेची वैशिष्ट्ये सांगा.

२) बाजाराचे विविध प्रकार सांगा.

प्र. ३ : सविस्तर उत्तरे द्या.

१) पूर्ण स्पर्धेत वस्तूची किंमत कशी ठरते ते स्पष्ट करा.

२) पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थेचा अल्पकालीन समतोल स्पष्ट करा.

३) पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थेचा दीर्घकालीन समतोल स्पष्ट करा.

४) पूर्ण स्पर्धेत बाजारकाळातील वस्तूची किंमत कशी निश्चित होते?

५) पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात सर्वसाधारण नफा मिळवणाऱ्या उद्योगसंस्थेचा समतोल स्पष्ट करा.

६) पूर्ण स्पर्धेत अल्पकाळात तोटा होणाऱ्या उद्योगसंस्थेची माहिती द्या.

१.८ अधिक वाचनासाठी संदर्भ ग्रंथ :

1) Ahuja H. L., Modern Micro Economics, S. Chand & Company Ltd., New Delhi.

2) Dewett K. K. and Adarsha Chand, Modern Economic Theory, Shyamlal Charitable Trust, New Delhi, 1979.

3) Jhingan M. L., Micro Economic Theory, 5th edition, Vrinda Publications Ltd., New Delhi, 2000.

4) पाटील कृष्णराव, उच्चतर आर्थिक सिद्धांत, मंगेश प्रकाशन, नागपूर, द्वितीय आवृत्ती, २०११

5) खांदेवाले श्रीनिवास (डॉ.), किंमत सिद्धांत, पिंपळापुरे ॲन्ड कंपनी पब्लिशर्स, नागपूर, पहिली आवृत्ती १९८९.

◆ ◆ ◆

घटक २

मक्तेदारी बाजारपेठ

(Monopoly Market)

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 आणि त्यांचा अर्थ

२.५ स्वयंअध्ययन प्रश्न व त्यांची उत्तरे

२.६ सरावासाठी स्वाध्याय

२.७ अधिक वाचनासाठी संदर्भ पुस्तके

२.० उद्दिष्टे :

या घटकाचा अभ्यास केल्यानंतर आपणास खालील बाबींचे आकलन होईल.

१. मक्तेदारीचा अर्थ समजेल.

२. मक्तेदारीचे विविध प्रकार माहित होतील.

३. मक्तेदारीची वैशिष्ट्ये समजतील.

४. मूल्यभेदाच्या अटी आणि मूल्यभेदाचे फायदे समजतील.

५. मक्तेदारीत वस्तूची किंमत कशी ठरते? ते समजतील.

६. मक्तेदारी आणि पूर्ण स्पर्धा यातील फरक माहित होईल.

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 जेव्हा एकच उत्पादक किंवा एकच विक्रेता असतो तेव्हा 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, ''बाजारातील 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 जेव्हा एखाद्या व्यक्तीकडे किंवा खाजगी संस्थेकडे असते, तेव्हा 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 तेव्हा 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. जेव्हा 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.

''जेव्हा 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.

‘‘जेव्हा मक्तेदार आपली एकाच प्रकारची वस्तू किंवा सेवा वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या वेळी वेगवेगळ्या किंमतीला विकतो, तेव्हा त्यास मूल्यभेद किंवा मूल्यभेदाची मक्तेदारी म्हणतात.’’

‘‘मक्तेदार जेव्हा आपली वस्तू किंवा सेवा एकाच ठिकाणी किंवा वेगवेगळ्या ठिकाणी किंवा वेगवेगळ्या वेळी वेगवेगळ्या किंमतीला विकतो, तेव्हा 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 केव्हा शक्य असते? मूल्यभेद करणे केव्हा 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 वास्तव्य 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 धोरणामुळे 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 दीर्घकाळातसुद्धा 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 :

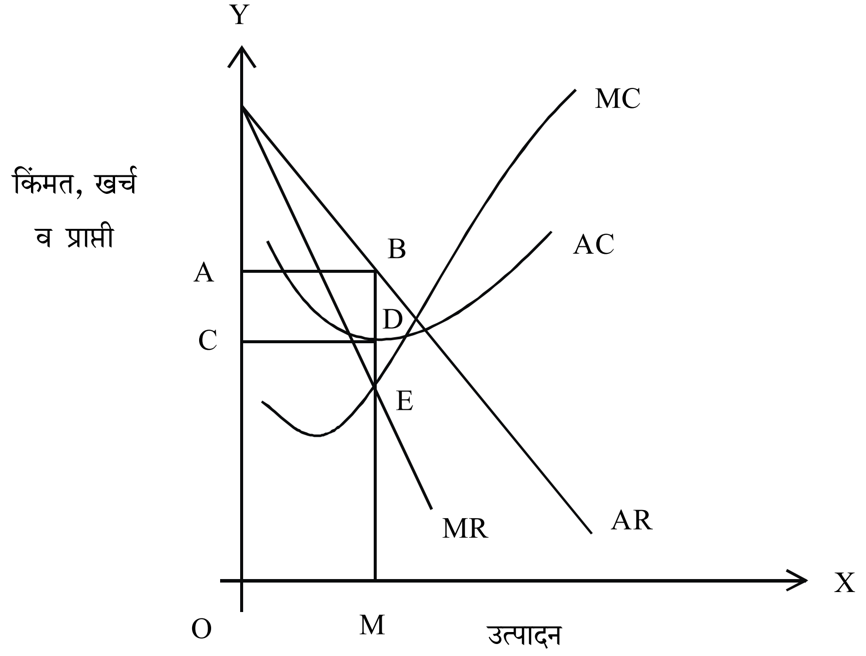
मक्तेदारीतील समतोलाची आणखी एक अट म्हणजे सीमांत खर्च वक्राने सीमांत प्राप्ती वक्राला खालच्या बाजूने छेदून वरती गेले पाहिजे.

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)
(१५) पूर्ण स्पर्धेत स्पर्धा असते. कारण या स्पर्धेत अनेक विक्रेते असतात.	(१५) मक्तेदारीत स्पर्धा असत नाही. कारण मक्तेदारीत एकच उत्पादक किंवा विक्रेता असतो.

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 आणि त्यांचा अर्थ :

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) थोडक्यात उत्तरे द्या.

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.

क) सविस्तर उत्तरे द्या.

१) मूल्यभेद केंव्हा शक्य व फायदेशीर असतो?

२) मूल्यभेदाच्या अटी सांगा.

३) मूल्यभेदाचे समर्थन का केले जाते?

४) मूल्यभेदाचे फायदे विषद करा.

५) 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 ॲन्ड कं पब्लिशर्स, नागपूर, पहिली आवृत्ती, १९८९.

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

◆ ◆ ◆

घटक ३

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा

(Monopolistic Competition)

अनुक्रमणिका

३.० उद्दिष्टे

३.१ प्रास्ताविक

३.२ विषय विवेचन

३.२.१ मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा : अर्थ आणि वैशिष्ट्ये

३.२.२ मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील किंमत निश्चिती

३.२.३ वस्तूभेद

३.२.४ अल्पाधिकार बाजार – अर्थ आणि वैशिष्ट्ये

३.३ सारांश

३.४ पारिभाषिक शब्द आणि त्यांचा अर्थ

३.५ स्वयंअध्ययन प्रश्न व त्यांची उत्तरे

३.६ सरावासाठी स्वाध्याय

३.७ अधिक वाचनासाठी संदर्भ पुस्तके

३.० उद्दिष्टे :

या घटकाच्या अभ्यासानंतर आपणास खालील बाबींचे आकलन होईल.

१. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचा अर्थ समजेल.

२. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेची वैशिष्ट्ये समजतील.

३. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत वस्तूची किंमत कशी ठरते ते समजेल.

४. वस्तूभेदाचा अर्थ समजेल.

५. अल्पाधिकार बाजाराचा अर्थ आणि वैशिष्ट्ये समजतील.

३.१ प्रास्ताविक :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा हा स्पर्धेचा किंवा बाजाराचा एक महत्त्वाचा आणि वैशिष्ट्यपूर्ण प्रकार आहे. या घटकात आपण मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेची वैशिष्ट्ये, या स्पर्धेतील किंमत निश्चिती, वस्तूभेद, विक्री खर्च, अल्पाधिकार बाजाराची वैशिष्ट्ये या बाबींची माहिती घेणार आहोत. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा हा स्पर्धेचा प्रकार प्रत्यक्ष व्यवहारात म्हणजे जगभरात आढळतो. म्हणून या स्पर्धेच्या प्रकाराचा अभ्यास सूक्ष्म अर्थशास्त्रात प्राधान्याने केला जातो.

३.२ विषय विवेचन :

३.२.१ मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा : अर्थ आणि वैशिष्ट्ये :

ज्याप्रमाणे पूर्ण स्पर्धा, मक्तेदारी स्पर्धा हे बाजाराचे प्रकार आहेत त्याप्रमाणे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा हाही बाजाराचा एक प्रकार आहे. अनेक अर्थतज्ज्ञांनी आपल्या अभ्यासात असे दाखवून दिले आहे की, व्यवहारात पूर्ण स्पर्धाही नसते आणि पूर्ण मक्तेदारी सुद्धा नसते. तर व्यवहारात पूर्ण स्पर्धा आणि मक्तेदारी या दोन्हींची वैशिष्ट्ये असणारा बाजार अस्तित्वात असतो. या बाजारास मिसेस जोन रॉबिनसन् 'अपूर्ण स्पर्धा' (Imperfect Competition) असे म्हणतात. तर प्रा. एडवर्ड चेंबरलीन 'मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा' (Monopolistic Competition) असे म्हणतात. सन १९३३ मध्ये अमेरिकन अर्थतज्ज्ञ प्रा. एडवर्ड चेंबरलीन यांनी 'The Theory of Monopolistic Competition' हे पुस्तक लिहिले. त्यामध्ये त्यांनी स्पर्धेचा हा प्रकार मांडला आहे. अपूर्ण स्पर्धा आणि मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा यामध्ये फरक आहे. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा हा अपूर्ण स्पर्धेचा एक भाग आहे. कारण अपूर्ण स्पर्धेची संकल्पना मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेपेक्षा व्यापक आहे.

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेची व्याख्या :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेलाच एकाधिकारयुक्त स्पर्धा असेही म्हणतात. मक्तेदारीयुक्त स्पधेची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''ज्या बाजारात पूर्ण स्पर्धा आणि मक्तेदारीची वैशिष्ट्ये आढळून येतात, असा बाजार म्हणजे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचा बाजार होय.''

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेची आणखी एक व्याख्या सांगता येईल. ती खालील शब्दात मांडली आहे.

''ज्या बाजारात मर्यादित विक्रेते असतात आणि ते जास्तीत जास्त नफा मिळविण्यासाठी वस्तूभेद व विक्री खर्च करत असतात, असा बाजार म्हणजे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचा बाजार होय.''

प्रा. लिप्से यांनी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''स्पर्धक विक्रेते विकत असलेल्या वस्तूपेक्षा थोडीशी वेगळ्या प्रकारची वस्तू इतर विक्रेते विकत असतात. त्या बाजाराला मक्तेदारीयुक्त स्पधेचा बाजार असे म्हणतात.''

सर्वसाधारण व्याख्या :

''विक्रेत्यांमध्ये वस्तू खपवण्याची / ग्राहक मिळवण्याची / बाजारपेठ काबीज करण्याची स्पर्धा चालत असते अशा स्पर्धेला मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा असे म्हणतात.''

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेची वैशिष्ट्ये :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा म्हणजे काय? हे अधिक जाणून घेण्यासाठी आपणास मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेची वैशिष्ट्ये पहावी लागतील. ही वैशिष्ट्ये थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत.

१) विक्रेत्यांची संख्या मर्यादित :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत विक्रेत्यांची संख्या मर्यादित असते. परंतु ती पूर्ण स्पर्धेप्रमाणे असंख्य नसते. तसेच मक्तेदारीप्रमाणे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत एकच नसते. अशा प्रकारे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत विक्रेत्यांची किंवा उत्पादकांची संख्या मोठी असल्याने त्यापैकी कोणताही एक उत्पादक किंवा एक उद्योगसंस्था बाजारातील एकूण पुरवठ्यावर किंवा किंमतीवर परिणाम करू शकत नाही. मक्तेदार वस्तूचा पुरवठा कमी किंवा जास्त करू शकतो. तसेच मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील एखादा विक्रेता करू शकत नाही. कारण त्याच्या बरोबर इतर काही विक्रेते वस्तूचा पुरवठा करत असतात.

२) असंख्य ग्राहक :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत ग्राहकांची संख्या असंख्य असते. त्यामुळे एखादा ग्राहक वस्तूची मागणी कमी किंवा जास्त करून एकूण मागणीवर अथवा किंमतीवर काहीच प्रभाव टाकू शकत नाही. एखाद्या ग्राहकाने वस्तूची मागणी कमी केली तरी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील किंमत कमी होत नाही अथवा एखाद्या ग्राहकाने वस्तूची मागणी वाढवली तरी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील वस्तूची किंमत वाढत नाही.

३) मुक्त प्रवेश :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत नवीन उद्योगसंस्थांना मुक्त प्रवेश असतो. कोणालाही नवीन उद्योगसंस्था सुरू करता येते. तसेच कोणत्याही उद्योगसंस्थेला उद्योग सोडून जाण्याचे किंवा व्यवसाय बंद करण्याचे स्वातंत्र्य असते. ज्या उद्योगसंस्थेला तोटा होऊ लागतो ती उद्योगसंस्था आपले उत्पादन बंद करते. टाटा, बजाज इत्यादी काही उत्पादकांनी अशा प्रकारे आपल्या काही कंपन्या बंद केल्या आहेत.

४) वस्तूभेद :

वस्तूभेदास 'वस्तू विभेद' असेही म्हणतात. मक्तेदारीत मक्तेदार ज्याप्रमाणे मूल्यभेद करून नफ्याचे

महत्तमीकरण करतो त्याप्रमाणे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक किंवा उद्योगसंस्था वस्तूभेद करून जास्तीत जास्त नफा मिळवतात. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत एकाच प्रकारची वस्तू तयार करणारे काही उत्पादक असतात. परंतु प्रत्येक उत्पादक वेगवेगळ्या युक्त्या योजून आपली वस्तू इतर उत्पादकांपेक्षा वेगळी असल्याचे ग्राहकांच्या निदर्शनास आणतात. यालाच वस्तूभेद असे म्हणतात. वस्तूभेद करण्यासाठी उत्पादक वस्तूला वेगवेगळी नावे देतात. तसेच निरनिराळ्या छापांचा किंवा ट्रेड मार्कचा अवलंब करतात. उदाहरणार्थ, हिरवी पाने, लिंबू, माकडाचे चित्र इत्यादी ट्रेड मार्क वापरतात. वस्तूचा रंग, रूप, आकार, पॅकिंग इत्यादी मध्ये चांगला बदल करतात. त्यामुळे साबण असो, उदबत्ती असो, दंतमंजन असो या सगळ्या वस्तू प्रत्येक उत्पादकाकडे मिळत असल्या तरी त्या वेगवेगळ्या वाटतात. यालाच वस्तूभेद असे म्हणतात. वस्तूभेदामुळे वस्तूचा खपही वाढतो आणि वस्तूला चांगली किंमतही मिळते. त्यामुळे उत्पादकांच्या नफ्यात वाढ होते. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उत्पादकांना इतर उत्पादकांशी स्पर्धा करावी लागत असल्याने ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी वस्तूभेद करावाच लागतो.

५) विक्री खर्च :

वस्तूची विक्री वाढावी यासाठी उत्पादक जो खर्च करतात त्याला विक्री खर्च असे म्हणतात. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उत्पादकांना विक्री खर्च करावाच लागतो. कारण मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत स्पर्धा तीव्र असते. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उत्पादक ज्या वस्तू तयार करत असतात त्या वस्तूसारख्या वस्तू किंवा पर्यायी वस्तू अन्य उत्पादक बनवत असतात. त्यामुळे स्पर्धेत टिकून राहण्यासाठी म्हणजेच वस्तूचा खप वाढावा यासाठी उत्पादकांना विक्री खर्च करावाच लागतो. थोडक्यात, ग्राहकांनी आपलीच वस्तू खरेदी करावी, दुसऱ्या उत्पादकांची खरेदी करू नये यासाठी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक जो खर्च करतात त्यास विक्री खर्च असे म्हणतात. यामध्ये वस्तूच्या जाहिरातीवरील खर्च, भेटवस्तूवरील खर्च, प्रभावी विक्री प्रतिनिधींच्या पगारावरील खर्च इत्यादी खर्चाचा समावेश होतो. विक्री खर्चामुळे वस्तूच्या विक्रीत आणि नफ्यात वाढ होते.

६) प्रत्येक उत्पादकाचे किंमत व उत्पादनविषयक स्वतंत्र धोरण :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत प्रत्येक उत्पादकाचे किंमत व उत्पादनविषयक धोरण स्वतंत्र असते. मक्तेदारी स्पर्धेतील मक्तेदारीप्रमाणे त्याला किंमत फार वाढवता येत नाही. जर मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादकाने इतर उत्पादकांच्या वस्तूपेक्षा किंमत फारच जास्त ठेवली तर बरेचसे ग्राहक त्याच्या वस्तू खरेदी करणार नाहीत. कारण पर्यायी वस्तू बाजारात उपलब्ध असतात. समजा A ह्या उत्पादकाने आपल्या दंतमंजनाची किंमत फारच वाढवली तर A उत्पादकाचे बहुसंख्य ग्राहक A उत्पादकाकडून दंतमंजन खरेदी न करता B, C, D किंवा E उत्पादकांकडून दंतमंजन खरेदी करतील. अशा प्रकारे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत स्पर्धा खूप असल्याने आपले किंमत व उत्पादन विषयक धोरण ठरवताना उत्पादकांना स्पर्धक उत्पादकांच्या धोरणाकडे लक्ष द्यावे लागते.

७) निकटतम पर्यायी वस्तू :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उत्पादक ज्या वस्तू तयार करत असतात त्या वस्तूंना जवळचा पर्याय असलेल्या

वस्तू इतर उत्पादक तयार करत असतात. प्रत्येक उत्पादकाच्या वस्तूला पर्यायी वस्तू बाजारात उपलब्ध असतात. उदाहरणार्थ, पंख्याचे अनेक उत्पादक असतात. टीव्हीचे अनेक उत्पादक असतात. म्हणून ज्या कंपनीचा पंखा ग्राहकांना हवा आहे तो जरी मिळाला नाही तरी ग्राहक दुसऱ्या कंपनीचा पंखा खरेदी करतात. कारण विविध कंपन्यांच्या पंख्यामध्ये फारसा फरक नसतो. रंग, आकार, पॅकिंग याबाबतीत थोडासा फरक असतो एवढेच. कोणत्याही कंपनीचा पंखा बसवला तर हवेचीच निर्मिती होणार.

८) चांगल्या वस्तूचे उत्पादन करण्याकडे कल :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उत्पादकाला इतर उत्पादकाशी स्पर्धा करावी लागते. त्यामुळे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक आपल्या वस्तू इतरांपेक्षा अधिक खपाव्यात यासाठी चांगल्या व आकर्षक वस्तू बनवत असतात. इतर उत्पादकांपेक्षा आपली वस्तू सुबक, दर्जेदार, सुंदर व आकर्षक कशी होईल हे प्रत्येक उत्पादक पाहत असतात. त्याचा ग्राहकांना फायदा होतो. ग्राहकांना चांगल्या वस्तू मिळतात. ज्या उत्पादकांकडे चांगल्या वस्तू विक्रीसाठी असतात त्या उत्पादकांच्या वस्तू खरेदी करण्याकडे ग्राहकांचा कल असतो.

९) बिगर किंमत स्पर्धा :

बिगर किंमत स्पर्धा हे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचे ठळक वैशिष्ट्य आहे. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेच्या बाजारात बिगर किंमत स्पर्धा चालत असते. ग्राहकांनी आपल्याच वस्तू खरेदी कराव्यात, इतर उत्पादकांच्या वस्तू खरेदी करू नयेत यासाठी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक मोठ्या किंमतीच्या वस्तूच्या खरेदीवर कमी किंमतीच्या वस्तू भेट देतात किंवा एक-दोन ग्राहकांच्यामुळे साठ-सत्तर ग्राहक मिळत असतील तर मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक त्या एक-दोन ग्राहकांना किरकोळ किंमतीच्या वस्तू किंवा सेवा फुकट देतात. एक दोघांना अशी फुकट वस्तू किंवा सेवा दिल्यामुळे एकाच वेळी साठ-सत्तर ग्राहक मिळून मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादकांचा खपही वाढतो आणि नफाही वाढतो. थोडक्यात वस्तूंचा खप वाढविण्यासाठी आणि नफा वाढविण्यासाठी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेच्या बाजारात उत्पादकांकडून बिगर किंमतीला प्राधान्य दिले जाते.

१०) बाजारपेठेचे अपूर्ण ज्ञान :

पूर्ण स्पर्धेत ग्राहक आणि विक्रेत्यांना बाजारपेठेचे संपूर्ण ज्ञान असते. तसे ज्ञान मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेच्या बाजारातील ग्राहकांना व विक्रेत्यांना नसते. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत वस्तूची मोठी जाहिरात केली जाते. अनेक ग्राहक या जाहिरातबाजीला भुलून वस्तू खरेदी करतात. त्यामुळे ग्राहकांना समाधान मिळण्याची शक्यता कमी असते. अनेक ट्रेडमार्कच्या वस्तू बाजारात उपलब्ध असल्याने त्यापैकी कोणती वस्तू चांगली ते ग्राहकांना ठरवणे कठीण जाते. तसेच उत्पादकानाही ग्राहकांच्या मागणीचा संपूर्ण अंदाज बांधता येत नाही. त्यामुळे उत्पादन करताना उत्पादकांच्यामध्ये गोंधळाची परिस्थिती निर्माण होते.

११) नफ्याचे स्वरूप :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादकांना अल्पकाळात जास्तीत जास्त नफा होतो किंवा तोटा सुद्धा होऊ शकतो. परंतु दीर्घकाळात मात्र उत्पादकांना किंवा उद्योगसंस्थांना सर्वसाधारण नफा मिळतो.

१२) लवचिक मागणी :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील वस्तूची मागणी लवचिक असते. परंतु पूर्ण स्पर्धेप्रमाणे ती पूर्ण लवचिक नसते. म्हणजे उत्पादकाने आपल्या वस्तूची किंमत कमी केल्यास त्या उद्योगसंस्थेचा खप वाढतो. त्यामुळे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील मागणीचा वक्र किंवा सरासरी प्राप्तीचा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली उतरणारा असतो.

१३) समूह संकल्पना :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेच्या बाबतीत प्रा. चेंबरलीन यांनी उद्योग (Industry) असा शब्द न वापरता समूह (Group) असा शब्द वापरला आहे. एकाच प्रकारची वस्तू तयार करणाऱ्या अनेक उद्योगसंस्था म्हणजे उद्योग किंवा उद्योगधंदा होय. परंतु मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उद्योग असा शब्द वापरता येणार नाही. कारण मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत सर्व उत्पादकाकडील वस्तू एकजिनसी नसतात. सर्व उत्पादक वस्तूभेद करत असतात. प्रत्येक उत्पादकाची वस्तू इतर उत्पादकापेक्षा रंग, रूप, चव, वजन, पॅकिंग इत्यादीबाबतीत भिन्न असते. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत निकटतम पर्याय असलेल्या वस्तूंचे उत्पादन उद्योगसंस्था करत असतात. म्हणून या सर्व उद्योगसंस्थांना उद्योग (Industry) असे न म्हणता समूह (Group) असे संबोधले जाते.

१४) ग्राहकांचे विशिष्ट गट :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उद्योगसंस्थांची संख्या ३० ते ६० पर्यंत असते. प्रत्येक उत्पादकाची वस्तू इतरापेक्षा काहीशी वेगळी असते. त्यामुळे विशिष्ट प्रकारच्या / छापाची मागणी ग्राहक करत असतात. त्यामुळे विशिष्ट ब्रॅण्डची वस्तू हवी असणाऱ्या ग्राहकांचे गट तयार होतात. हे ग्राहक त्या कंपनीशी एकनिष्ठ असतात. त्याच कंपनीकडून त्याच ब्रॅण्डच्या वस्तूची मागणी ग्राहक करत असतात.

१५) प्रत्येक विक्रेता काहीसा मक्तेदारासारखा असतो :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादकांची किंवा विक्रेत्यांची संख्या मोठी असली तरी वस्तूभेदामुळे प्रत्येक विक्रेत्याची काही प्रमाणात मक्तेदारी निर्माण झालेली असते. प्रत्येक उत्पादक सारखीच वस्तू तयार करत नाही. उदाहरणार्थ, साबणाचे उत्पादन काही उत्पादक करत असतात. परंतु त्या सर्वांचा साबण सारखा नसतो. रंग, दर्जा, वेस्टन इत्यादी बाबतीत प्रत्येक उत्पादकाचा साबण वेगवेगळा वाटतो. प्रत्येक उत्पादकाचा उत्पादनाचा छाप (Brand) वेगवेगळा असतो. इतर उत्पादकांना त्या नावाने किंवा त्या Brand ने उत्पादन करता येत नाही. ग्राहक विशिष्ट छापाच्याच वस्तूची मागणी करत असतात. त्यामुळे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील विक्रेत्यांची बाजारात काहीशी मक्तेदारी निर्माण झालेली असते.

१६) लहान आकाराच्या उद्योगसंस्था :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्था आकाराने लहान असतात. एकूण उत्पादनात किंवा एकूण पुरवठ्यात एका उद्योगसंस्थेचा हिस्सा फारच कमी असतो.

१७) अतिरिक्त उत्पादन क्षमता (Excess Capacity) **:**

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत स्पर्धा तीव्र असते. अनेक उत्पादक उत्पादन करत असतात. स्पर्धा मोठी असल्याने

तयार केलेली सर्व उत्पादन खपण्याची खात्री नसते. म्हणून उत्पादक पूर्ण क्षमतेने उत्पादन करत नाहीत. काही उत्पादनक्षमता वापराविना पडून राहते.

१८) वाहतूक खर्च :

पूर्ण स्पर्धेत उद्योगसंस्थाना वाहूक खर्च येत नाही कारण उद्योगसंस्था जवळ जवळ असतात. परंतु मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उद्योगसंस्थांना वाहतूक खर्च करावा लागतो. कारण या स्पर्धेतील उत्पादकांना दूर अंतरावरच्या बाजारात वस्तू विक्रीसाठी पाठवाव्या लागतात.

१९) गळेकापू स्पर्धा (Cut throat competition) **:**

गळेकापू स्पर्धा हे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचे ठळक वैशिष्ट्य आहे. उत्पादन खपवण्यासाठी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक नाना युक्त्या लढवतात. बाजारपेठा काबीज करण्यासाठी प्रयत्न करतात. गळेकापू स्पर्धेमुळे इतर कंपन्या बंद पडतात.

२०) नावलौकिक (Good will) **:**

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील ज्या उद्योगसंस्थेचा विक्री खर्च कमी असतो त्या कंपन्यांना नफा चांगला मिळतो. या स्पर्धेतील कंपन्या विशिष्ट छापाची किंवा विशिष्ट Trade Mark ची वस्तू विकत असतात. त्यामुळे त्यांचा बाजारात नावलौकिक वाढतो.

३.२.२ मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा अल्पकालीन समतोल / किंमत निश्चिती :

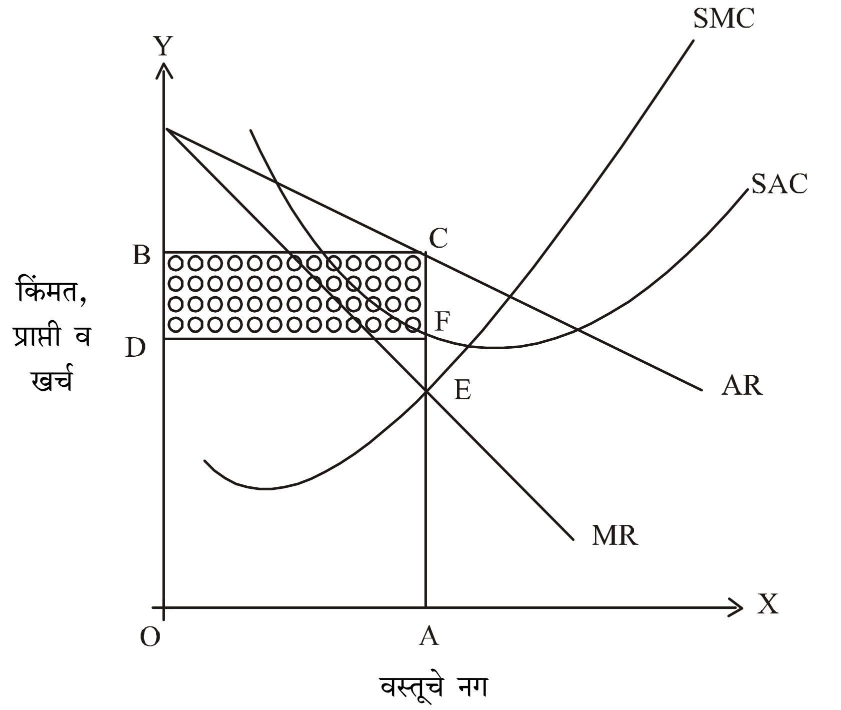
मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उत्पादकांमध्ये वस्तू खपविण्याची स्पर्धा असते. त्यासाठी ते वस्तूभेद आणि जाहिरातबाजी करत असतात. तसेच ते किंमत कमी करण्याचेही धोरण अनुसरत असतात. अल्पकाळात मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थांना अतिरिक्त नफा होऊ शकतो किंवा तोटाही होऊ शकतो. अल्पकाळात नफा मिळणाऱ्या उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च हा त्या उद्योगसंस्थेच्या सरासरी प्राप्तीपेक्षा कमी असतो ($AC < AR$). आणि तोट्यात असणाऱ्या उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च हा त्या उद्योगसंस्थेच्या सरासरी प्राप्तीपेक्षा जास्त असतो ($AC > AR$).

समतोलाची अट :

अल्पकाळात जेथे उद्योगसंस्थेच्या उत्पादनाचा सीमांत खर्च आणि सीमांत प्राप्ती समान होते, तेथे उद्योगसंस्थेचा समतोल होतो. म्हणजे आकृतीच्या भाषेत जेथे सीमांत खर्चाचा वक्र आणि सीमांत प्राप्तीचा वक्र एकमेकांना छेदतात किंवा स्पर्श करतात त्या ठिकाणी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा अल्पकाळातील समतोल होतो आणि या समतोल बिंदूत वस्तूची किंमत ठरते तसेच उत्पादन निश्चिती होते.

आकृतीद्वारे स्पष्टीकरण :

पुढील आकृतीत मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील नफा मिळवणाऱ्या उद्योगसंस्थेचा अल्पकाळातील समतोल दर्शविला आहे.



वरील आकृतीत OX अक्षावर वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. तर OY अक्षावर प्राप्ती, खर्च आणि किंमत दर्शविली आहे. AR हा सरासरी प्राप्तीचा वक्र आहे. MR हा सीमांत प्राप्तीचा वक्र आहे. SAC हा अल्पकालीन सरासरी खर्चाचा वक्र आहे. SMC हा अल्पकालीन सीमांत खर्चाचा वक्र आहे.

वरील आकृतीत E हा मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा अल्पकाळातील संतुलन बिंदू आहे. कारण E या ठिकाणी उद्योगसंस्थेच्या समतोलाची अट पूर्ण झाली आहे. E या बिंदूत सीमांत खर्च आणि सीमांत प्राप्ती समान आहेत. (MC = MR). E बिंदूत SMC हा सीमांत खर्चाचा वक्र आणि MR हा सीमांत प्राप्तीचा वक्र एकमेकांना छेदतात. म्हणून भूमितीच्या नियमानुसार E या समतोल बिंदूतून सरासरी प्राप्ती वक्रापर्यंत आणि X अक्षापर्यंत CA ही लंबरेषा काढली आहे. ही लंबरेषा म्हणजेच मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेच्या वस्तूच्या एका नगाची किंमत होय. E बिंदूत उद्योगसंस्थेचा समतोल साध्य झाल्याने उद्योगसंस्था O ते A एवढ्या नगांचे उत्पादन करून एका नगाची किंमत CA इतकी आकारेल. एका नगाचा खर्च म्हणजे सरासरी खर्च FA इतका आहे. एका नगाची किंमत CA म्हणजेच एका नगाची प्राप्ती होय. म्हणून

एका नगाचा नफा = एका नगाची प्राप्ती – एका नगाचा खर्च
एका नगाचा नफा = CA – FA
एका नगाचा नफा = CF

वरील समीकरणात A अक्षर सारखे असल्याने भूमितीच्या नियमानुसार ते निघून जाते. म्हणून एका नगाच्या विक्रीपासून मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादकाला मिळणारा नफा CF होय.

वरील आकृतीवरून असे दिसते की, OA एवढ्या उत्पादनाची विक्री करून मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेला OACB या चौकोएवढी एकूण प्राप्ती मिळते. या OA उत्पादनाचा एकूण खर्च OAFD या चौकानाएवढा आहे. म्हणून OACB या चौकानातून OAFD हा चौकान वजा केला असता मिळणारा नफा म्हणजे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा अल्पकाळातील नफा होय. हा नफा CBFD या चौकोनाएवढा आहे.

एकूण नफा = एकूण प्राप्ती – एकूण खर्च
एकूण नफा = □OACB – □OAFD
एकूण नफा = □CBFD

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा दीर्घकालीन समतोल / किंमत निश्चिती :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उद्योगसंस्थेला अल्पकाळात अतिरिक्त किंवा जास्तीत जास्त नफा मिळू शकतो. परंतु दीर्घकाळात मात्र सर्व उद्योगसंस्थांना अतिरिक्त किंवा महत्तम नफा मिळत नाही. अल्पकाळात मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उद्योगसंस्थांना जर अतिरिक्त नफा मिळत असेल तर असा नफा मिळविण्यासाठी काही नवीन उद्योगसंस्था स्थापन होतात. या उद्योगसंस्था जुन्या उद्योगसंस्थांना जवळचा पर्याय ठरू शकेल अशा वस्तू तयार करतात. वस्तूभेदाचे तंत्र अवलंबतात. अशा प्रकारे काही नव्या उद्योगसंस्थांनी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेच्या बाजारात प्रवेश केल्यामुळे बाजारातील वस्तूचा एकूण पुरवठा वाढतो. त्यामुळे किंमती कमी होतात. किंमती कमी झाल्यामुळे उद्योगसंस्थांना मिळणारा अतिरिक्त नफा कमी होतो. दीर्घकाळात मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील सर्वच उद्योग संस्थांना सर्वसाधारण नफा (Normal Profit) मिळतो. अतिरिक्त किंवा जास्तीत जास्त नफा मिळत नाही. नवीन उद्योगसंस्थांच्या प्रवेशामुळे एकूण पुरवठ्यात वाढ झाल्यानेच किंमती व नफा कमी होतो असे नाही तर नव्या उद्योगसंस्था आपल्या वस्तू खपाव्यात यासाठी आपल्या वस्तूची किंमत कमी करण्याचे धोरण अनुसरतात. त्यामुळे जुन्या उद्योगसंस्थांना सुद्धा किंमत कमी करावी लागते. नाहीतर त्यांचे बरेचसे ग्राहक त्यांना सोडून जातील. अशा प्रकारे नव्या व जुन्या उद्योगसंस्थांनी किंमत कमी केल्यामुळे अतिरिक्त नफा मिळत नाही. दीर्घकाळात सर्वच उद्योगसंस्थांना सर्वसाधारण नफा मिळतो. तसेच दीर्घकाळात वस्तू तयार करण्यासाठी भूमी, श्रम भांडवल आणि संयोजन या उत्पादन घटकांच्या मागणीत मोठी वाढ होते. त्यामुळे उत्पादन घटकांच्या किंमती (खंड, वेतन, व्याज इ.) वाढून उत्पादनाचा खर्च वाढतो. सरासरी उत्पादन खर्च वाढल्यामुळे उद्योगसंस्थांना अतिरिक्त किंवा महत्तम नफा मिळत नाही. वस्तूचा सरासरी खर्च वाढल्यामुळे काही उद्योगसंस्थांना तोटा होईल. त्यामुळे त्या उद्योगसंस्था उत्पादन बंद करतील. त्यामुळे एकूण पुरवठा घटून वस्तूंच्या किंमतीही वाढतील. वस्तूंच्या किंमती वाढल्यामुळे उत्पादन चालू ठेवलेल्या उद्योगसंथांचा सरासरी खर्च भरून निघेल व सर्व उद्योगसंस्थांना दीर्घकाळात सर्वसाधारण नफा (Normal Profit) मिळेल.

समतोलाच्या अटी :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उद्योगसंस्थेचा दीर्घकालीन समतोल होण्यासाठी खालील अटींची पूर्तता व्हावी लागते.

१) सी.ख. = सी. प्रा. (MC = MR) :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उद्योगसंस्थेचा दीर्घकालीन समतोल होण्यासाठी उद्योगसंस्थेचा सीमांत खर्च आणि सीमांत प्राप्ती सारखी किंवा समान झाली पाहिजे. (MC = MR)

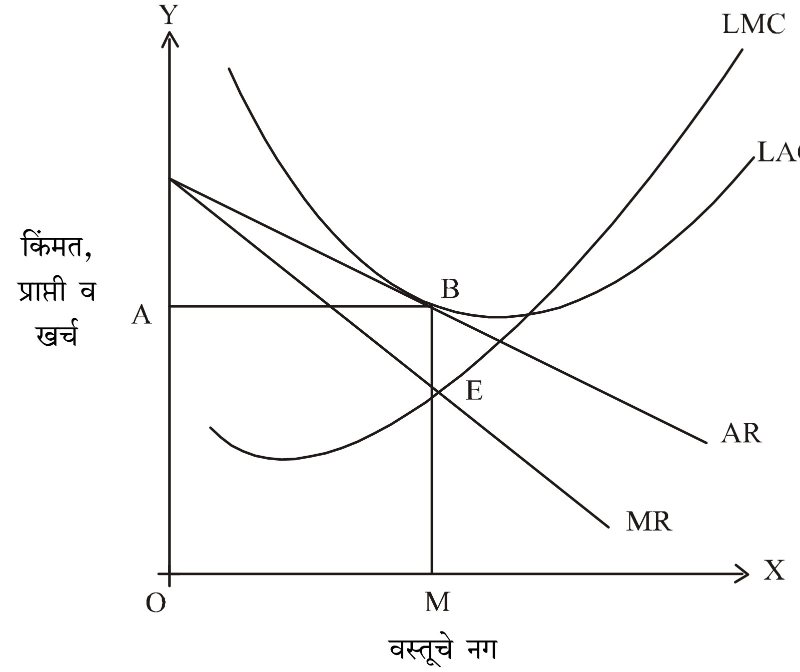
२) सी.ख. = स. प्रा. (AC = AR) :

उद्योगसंस्थेचा सरासरी खर्च आणि सरासरी प्राप्ती समान झाली पाहिजे. (AC = AR) तरच दीर्घकाळात उद्योगसंस्थेचा समतोल साध्य होतो.

वरील दोन्ही अटींची पूर्तता झाल्यानंतर मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उद्योगसंस्थेचा दीर्घकालीन समतोल होतो व त्या समतोलावस्थेत किंमतीची व उत्पादनाची निश्चिती होते. या किंमतीला वस्तूची विक्री करून उद्योगसंस्थांना जो नफा होतो तो सर्वसाधारण नफा असतो.

आकृतीद्वारे स्पष्टीकरण :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा दीर्घकालीन समतोल खालील आकृतीच्या सहाय्याने स्पष्ट केला आहे.



वरील आकृतीत OX अक्षावर मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेच्या वस्तूचे नग दर्शविले आहेत. तर OY अक्षावर किंमत, प्राप्ती आणि खर्च इत्यादी घटक दर्शविले आहेत. AR हा सरासरी प्राप्तीचा वक्र आहे. MR हा सीमांत प्राप्तीचा वक्र आहे. LAC हा दीर्घकालीन सरासरी खर्चाचा वक्र आहे. LMC हा दीर्घकालीन सीमांत खर्चाचा वक्र आहे.

वरील आकृतीत मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उद्योगसंस्थेचा दीर्घकालीन समतोल E या बिंदूत झाला आहे. कारण या बिंदूत सीमांत खर्च आणि सीमांत प्राप्ती वक्र एकमेकांना स्पर्श करतात किंवा छेदतात. LMC हा दीर्घकालीन सीमांत खर्चाचा वक्र MR या सीमांत प्राप्ती वक्राला E बिंदूत खालून छेदून वरती जातो. म्हणून E या समतोल बिंदूपासून खाली X अक्षापर्यंत व वरती AR या सरासरी प्राप्ती वक्रापर्यंत उभी लंब रेषा टाकली आहे. ही लंबर रेषा वरील आकृतीत BM अक्षरांनी दर्शविली आहे. **वरील आकृतीत B बिंदूत सरासरी प्राप्ती आणि सरासरी खर्च समान आहे. (AR = LAC).** कारण दीर्घकालीन सरासरी खर्च वक्र सरासरी प्राप्ती वक्राला B या बिंदूत स्पर्श करतो. हे दोन्ही वक्र B या बिंदूत एकमेकांना स्पर्श करत असल्याने B बिंदूत (AR = AC) ही उद्योग संस्थेच्या संतुलनाची दुसरी अट पूर्ण झाली आहे.

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उद्योगसंस्थेचा दीर्घकाळातील समतोल E बिंदूत झाल्याने एका नगाची किंमत AO किंवा BM ही ठरते. या किंमतीलाच दीर्घकालीन किंमत म्हणतात. E बिंदूत उद्योगसंस्थेचा समतोल झाल्याने उद्योगसंस्था O ते M एवढे उत्पादन करते व प्रत्येक नग BM या किंमतीला विकते. एका नगाची किंमत किंवा सरासरी प्राप्ती BM आहे. तर सरासरी खर्च सुद्धा BM इतकाच आहे. OM एवढ्या नगांची विक्री करून OMBA या चौकोनाएवढी एकूण प्राप्ती मिळते. तर OM एवढ्या उत्पादनाचा खर्च सुद्धा OMBA या चौकोनाएवढाच आहे. म्हणून दीर्घकाळात मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थाना अतिरिक्त नफा मिळत नाही. तर केवळ सर्वसाधारण नफा (Normal Profit) मिळतो हे स्पष्ट होते.

३.२.३ वस्तूभेद (Product Differentiation) :

वस्तूभेद हे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचे ठळक वैशिष्ट्य आहे. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेलाच अपूर्ण स्पर्धा (Imperfect Competition) असे म्हणतात. ज्या बाजाराला पूर्ण स्पर्धा आणि मक्तेदारीची वैशिष्ट्ये लागू पडतात त्या बाजाराला मिस जोन रॉबिनसन् यांनी अपूर्ण स्पर्धा म्हटले तर चेंबरलीन यांनी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा असे म्हटले. प्रत्यक्ष व्यवहारात पूर्ण स्पर्धाही फारशी आढळत नाही आणि मक्तेदारी सुद्धा फारशी आढळत नाही. तर पूर्ण स्पर्धा आणि मक्तेदारीची वैशिष्ट्ये असलेली अपूर्ण स्पर्धा आढळते. मूल्यभेद हे मक्तेदारीचे जसे खास वैशिष्ट्य आहे त्याप्रमाणे वस्तूभेद हे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचे खास वैशिष्ट्य आहे. मक्तेदार अधिक नफा मिळवण्यासाठी मूल्यभेद करत असतो. त्याप्रमाणे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक सुद्धा अधिक नफा मिळवण्यासाठी वस्तूभेद करत असतात. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादकांची संख्या मर्यादित असते. त्यामुळे त्यांच्यात वस्तू खपवण्याची स्पर्धा चालत असते. इतर उत्पादकांच्या तुलनेत आपल्या वस्तूचा खप अधिक व्हावा यासाठी उत्पादक वस्तूभेदाचा मार्ग अवलंबतात. हा वस्तूभेद खरा असतो किंवा काल्पनिक असतो.

वस्तूभेद म्हणजे काय?

वस्तूभेदाची एक साधी, सोपी व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''वस्तूभेद करणे म्हणजे इतर उत्पादकांनी तयार केलेल्या वस्तूपेक्षा निराळी किंवा थोडीशी वेगळी वस्तू तयार करणे व बाजारात विक्रीसाठी आणणे होय.''

आपण अंघोळीच्या साबणाचे उदाहण घेऊ. सुमारे १५ ते २० कंपन्या अंघोळीच्या साबणाचे उत्पादन करत असतात एखादी कंपनी साबणात लिंबूचा वापर करते. एखादी कंपनी साबणात बदामाचा वापर करते. एखादी कंपनी हिरव्या रंगाचा साबण तयार करते. दुसरी कंपनी निळ्या रंगाचा साबण तयार करते. किंवा एकच कंपनी चार-पाच रंगाचे वेगवेगळे साबण तयार करते त्यालाही वस्तूभेद असे म्हणतात. लक्स, हमाम, संतूर, मोती, लाइफबॉय हे जे साबण आहेत ते सर्व अंघोळीचे साबण आहेत. परंतु साबण तयार करणारी प्रत्येक कंपनी इतर कंपनीपेक्षा वेगळा रंग वापरून आपला साबण इतर कंपन्यापेक्षा कसा चांगला आणि वेगळा आहे ते विविध माध्यमातून ग्राहकांच्या मनावर ठसवण्याचा प्रयत्न करत असते त्यालाच वस्तूभेद असे म्हणतात.

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादकांची वस्तू वेगवेगळी वाटत असली तरी सर्व उत्पादकांच्या वस्तू संपूर्णपणे वेगळ्या असत नाहीत अशी वस्तूभेदाची व्याख्या स्टोनिअर आणि हेग यांनी केली आहे. याचा अर्थ मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादकांच्या वस्तू वेगवेगळ्या वाटत असल्या तरी त्या एकमेकांना जवळच्या पर्यायी वस्तू असतात. साबण, पंखा, तयार कपडे, टी. व्ही., फ्रीज, मिक्सर, कुकर, वॉशिंग मशीन इत्यादी विविध वस्तूंचा आपण विचार केला तर आपणास असे दिसते की, प्रत्येक कंपनीची वस्तू इतर कंपनीपेक्षा वेगळी वाटते. आपण वॉशिंग मशीनचे उदाहरण घेतले तर आपणास असे दिसते की, दहा-वीस कंपन्या तयार करत असलेली वॉशिंग मशीन ही एकच वस्तू आहे. या सर्व कंपन्यांची मशीन कपडे धुण्याचेच काम करते. परंतु प्रत्येक कंपनीची वॉशिंग मशीन रंग, रूप, आकार, वजन इत्यादी बाबतीत वेगवेगळी असते. त्यामुळे ग्राहकांना सर्व कंपन्यांची वस्तू एकसारखी वाटत नाही. वेगवेगळी वाटते. अशा प्रकारे **मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक आपल्या वस्तू इतर उत्पादकांच्या वस्तूपेक्षा रंग, रूप, चव, आकार, प्रकार, दर्जा, वजन, वेष्टन इत्यादी बाबतीत वेगळी बनवतात. त्यालाच वस्तूभेद असे म्हणतात.** वस्तूभेदाचे वैशिष्ट्य म्हणजे सर्व उत्पादकांकडील वस्तू एकच असते परंतु ती रंग, रूप, चव, वजन इत्यादी बाबतीत इतर उत्पादकांपेक्षा निराळी असते. पूर्ण स्पर्धेतील वस्तू एकजिनसी / एकसारखी असते. पूर्ण स्पर्धेत असंख्य विक्रेते असतात आणि सर्व विक्रेते विकत असलेली वस्तू एकसारखी असते. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत मात्र वस्तू एकजिनसी नसते. प्रत्येक विक्रेत्याकडील वस्तू वेगवेगळी असते. म्हणून वस्तूभेद हे मक्तेदारीयुक्त बाजाराचे ठळक वैशिष्ट्य मानले जाते. **ज्या बाजारातील उत्पादक वस्तूभेद करतात म्हणजे इतर उत्पादकांपेक्षा वेगळ्या प्रकारची वस्तू तयार करून विकतात त्या बाजाराला मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचा बाजार असे म्हणतात.**

वस्तूभेद करण्याचे प्रमुख उद्देश :

उत्पादकांचे वस्तूभेद करण्याचे प्रमुख उद्देश खालीलप्रमाणे आहेत.

१) इतर उत्पादकांपेक्षा आपल्या वस्तूचा खप वाढवणे :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उत्पादकांच्यामध्ये स्पर्धा तीव्र असते. उत्पादकामध्ये वस्तू खपवण्याची स्पर्धा असते. प्रत्येक उत्पादक आपलीच वस्तू जास्त प्रमाणात खपावी यासाठी प्रयत्न करत असतात. त्यासाठी ते वस्तूभेदाचा मार्ग अवलंबतात. म्हणजे ते इतरांपेक्षा आपली वस्तू निराळी बनवतात. इतरांपेक्षा वस्तू वगळी बनवल्याशिवाय वस्तूचा खप वाढत नाही. म्हणून उत्पादक वस्तूभेद करतात.

२) जास्तीत जास्त नफा मिळवणे :

जास्तीत जास्त नफा मिळवणे हा उत्पादकांचा उद्देश असतो. त्यासाठी ते वस्तूभेद करतात. अशा प्रकारे इतर उत्पादकांपेक्षा जास्त नफा मिळवणे हा मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादकांचा प्रमुख उद्देश असतो.

३) स्पर्धेत टिकून राहणे :

आपण वरती पाहिल्याप्रमाणे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उत्पादकांच्यात स्पर्धा तीव्र असते. त्यामुळे स्पर्धेत टिकून राहणे सोपे नसते. त्यासाठी उत्पादकांना वस्तूभेदाचा मार्ग अवलंबावा लागतो.

अशा प्रकारे इतर उत्पादकांपेक्षा आपल्या वस्तूचा खप वाढवणे, जास्तीत जास्त नफा मिळवणे आणि स्पर्धेत टिकून राहणे या कारणासाठी उत्पादकांकडून वस्तूभेद केला जातो.

वस्तूभेदाचे प्रकार :

मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक वस्तूभेद करतात म्हणजे इतर उत्पादकांपेक्षा वेगळी वस्तू तयार करतात. त्यालाच वस्तूभेद असे म्हणतात. वस्तूभेदाचे (अ) वास्तव वस्तूभेद आणि (ब) काल्पनिक वस्तूभेद असे दोन प्रमुख प्रकार आहेत. त्या प्रकारांचे थोडक्यात स्पष्टीकरण खालीलप्रमाणे दिले आहे.

१) वास्तव वस्तूभेद :

वास्तव वस्तूभेदाला खरा वस्तूभेद असेही म्हणतात. उत्पादक जेव्हा इतर उत्पादकापेक्षा खरोखर चांगल्या दर्जाची वस्तू तयार करतात त्याला वास्तव वस्तूभेद असे म्हणतात किंवा एखाद्या उत्पादकाने इतर उत्पादकापेक्षा जादा वजनाची वस्तू तयार केली तर त्यास वास्तव वस्तूभेद असे म्हणतात. आपण सेव्हिंग क्रीमचे उदाहरण घेऊ. इतर उत्पादक १०० ग्रॅम शेव्हिंग क्रीम ५० रुपयाला विकत असतील आणि तेवढ्याच किंमतीला एखाद्या उत्पादकाने १२० ग्रॅम शेव्हिंग क्रीम विक्रीसाठी आणली तर त्याला वास्तव किंवा खरा वस्तूभेद असे म्हणतात.

२) काल्पनिक वस्तूभेद :

काल्पनिक वस्तूभेद हा वस्तूभेदाचा एक प्रकार आहे. दोन उत्पादकांच्या वस्तूमध्ये काहीच फरक नसतो. परंतु आपली वस्तू इतर उत्पादकापेक्षा वेगळी आहे असे ठरवण्याचा प्रयत्न उत्पादक करत असतात. त्याला कृत्रिम वस्तूभेद किंवा काल्पनिक वस्तूभेद असे म्हणतात.

अशा प्रकारे वास्तव वस्तूभेद आणि काल्पनिक वस्तूभेद असे वस्तूभेदाचे दोन प्रकार असून या दोन्ही प्रकारचा वस्तूभेद करून उत्पादक आपली उत्पादने खपवतात.

वस्तूभेदाचे मार्ग / पद्धती :

वस्तूभेद ही प्रक्रिया आहे. ती सतत, निरंतर वर्षानुवर्षे चालत असते. वस्तूमध्ये सतत बदल किंवा सुधारणा कराव्या लागतात. कारण मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत उत्पादकांच्यात स्पर्धा असते. म्हणून स्पर्धक उत्पादकापेक्षा आपली वस्तू वेगळी दिसावी यासाठी उत्पादकांना प्रयत्न करावे लागतात. वस्तूभेद करण्यासाठी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक खालील मार्गांचा (पद्धतींचा) अवलंब करतात.

अ) वस्तूभिन्नता :

अधिकाधिक ग्राहक आपल्याकडे आकर्षित व्हावेत, आपलीच वस्तू अधिक खपावी यासाठी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक वस्तूच्या गुणधर्मामध्ये काहीसा बदल करतात. त्यामुळे सर्व उत्पादकाजवळील वस्तू एकच किंवा एकसारखी वाटत नाही. उत्पादक वस्तूच्या गुणधर्मामध्ये असा बदल करतात की त्यामुळे ग्राहकांना प्रत्येक उत्पादकाची वस्तू सारखी वाटत नाही तर वेगवेगळी वाटते. आपली वस्तू इतर उत्पादकांपेक्षा भिन्न किंवा वेगळी आहे हे ग्राहकांच्या मनावर बिंबवण्यासाठी उत्पादक खालील उपाय योजतात.

१) विशिष्ट छापाचा वापर :

आपली वस्तू इतर उत्पादकापेक्षा वेगळी आहे हे दाखवण्यासाठी उत्पादक आपली वस्तू विशिष्ट छापाने विकतात. उदाहरणार्थ हिंदुस्थान लिव्हर कंपनीचा 'हिरवी पाने' (Green Leaves) हा ट्रेडमार्क आहे. या व्यापारी चिन्हाने ही कंपनी आपली उत्पादने विकते. इतर कंपन्यांना हे चिन्ह वापरता येत नाही. त्यामुळे हिंदुस्थान लिव्हर कंपनीची वस्तू इतर कंपन्यांच्या वस्तूपेक्षा वेगळी वाटते. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील प्रत्येक कंपनी अशा प्रकारे आपल्या उत्पादनावर ट्रेड मार्क छापत असते. बाजारात आपणास त्यामुळे विशिष्ट छापाच्या वस्तू विक्रीसाठी आलेल्या पहावयास मिळतात. टूथपेस्ट, छत्री, साबण अशा अनेक वस्तू विशिष्ट छापाच्या असलेल्या आढळतात. या छापाची (Trade Mark ची) कायदेशीर नोंदणी झालेली असते. त्यामुळे कोणत्याही कंपनीला दुसऱ्या कंपनीच्या छापाचा वापर करून उत्पादन करता येत नाही. अशा प्रकारे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक विशिष्ट छापाचा वापर करून वस्तू विकतात. त्यामुळे ग्राहकांना प्रत्येक उत्पादकाची वस्तू वेगळी किंवा भिन्न वाटते. यालाच वस्तूभेद असे म्हणतात. कंपनीचे छाप (Trade Mark) ग्राहकांना आकर्षित करणारे असतात. उदाहरणार्थ, माकडाचे दात पांढरेशुभ्र असतात. म्हणून एका कंपनीने दात स्वच्छ करण्याच्या पावडरच्या पाकिटावर माकडाचे चित्र छापले आहे. उदाहरणार्थ माकडछाप काळी टूथ पावडर, झेब्रा छाप छत्री इत्यादी. या छापामुळे ग्राहक त्या वस्तूकडे आकर्षित होतात आणि विशिष्ट छापाच्या वस्तूची मागणी करतात. अशा प्रकारे उत्पादकांनी विशिष्ट छापाचा वापर केला की वस्तूभेद होतो आणि तो यशस्वी होतो.

२) विशिष्ट नावाचा वापर :

आपली वस्तू इतर उत्पादकांपेक्षा वेगळी भासावी यासाठी उत्पादक जसा विशिष्ट छापाचा वापर करतात

त्याप्रमाणे उत्पादक विशिष्ट नावाचा वापर करून त्या नावांनी उत्पादन विकतात. उदाहरणार्थ आपण अंघोळीच्या साबणाचा विचार केला तर असे दिसते की मोती साबण, लिरिल साबण, हमाम साबण, संतुर साबण, लक्स साबण अशा नावांचे साबण उत्पादक विकत असतात. वॉशिंग पावडरमध्ये निरमा वॉशिंग पावडर, सर्फ वॉशिंग पावडर अशा नावाने कंपन्या साबण पावडर विकताना दिसतात. बेडेकर लोणच्याचा मसाला, रामबंधू लोणच्याचा मसाला, लिज्जत पापड, रामबंधू पापड, कृष्ण दूध, वारणा दूध, गोकूळ दूध, अमूल दूध, स्फूर्ती दूध, सकस दूध अशा विविध नावांनी कंपन्या उत्पादने विकत असतात. यालाच वस्तूभेद असे म्हणतात. ग्राहकांना विशिष्ट नावाच्या वस्तूची आवड किंवा गोडी लागली की ग्राहक त्याच नावाच्या वस्तूंची मागणी करतात. अशा प्रकारे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक विशिष्ट नावाने आपली उत्पादने विकत असतात. सर्व कंपन्यांचे दूध म्हशीचे असते. परंतु वेगवेगळ्या कंपन्या वेगवेगळ्या नावांनी दूधाची विक्री करत असतात. त्यामुळे ग्राहकांना वेगवेगळ्या कंपन्यांच्या दूधात फरक वाटतो आणि ग्राहक विशिष्ट नावाच्या दूधाची मागणी करतात. अशा प्रकारे विशिष्ट नावाचा प्रभावीपणे वापर करून उत्पादक बाजारात वस्तू आणतात आणि आपली वस्तू इतर कंपन्यापेक्षा वेगळी आहे असे ग्राहकांच्या मनावर ठसवतात.

३) वस्तूचा आकार, रंग, वेष्टन इत्यादीमध्ये बदल करून :

वस्तूभेद करण्यासाठी उत्पादक आणखी एका मार्गाचा अवलंब करतात आणि तो म्हणजे ते वस्तूच्या आकारात, रंगात, पॅकिंगमध्ये बदल करतात. इतर उत्पादकांच्या वस्तूपेक्षा आपल्या वस्तूचा आकार, रंग, वेष्टन काहीसे वेगळे ठेवून वस्तूभेद करतात. उत्पादक इतर कंपन्यापेक्षा आपल्या वस्तूचा आकार वेगळा ठेवतात. वस्तूचा आकार फार मोठा न ठेवणे किंवा फार लहान न ठेवणे असा उपाय योजतात. ग्राहकांना आवडेल असा वस्तूचा आकार ठेवतात. वस्तूच्या रचनेत चांगला बदल करतात. इतर कंपन्यापेक्षा आपली वस्तू ग्राहकांना वापरण्यास सुलभ होईल असा प्रयत्न उत्पादक करतात. त्यामुळे ग्राहकांना ती वस्तू आवडते. इतर कंपन्यांच्या वस्तूपेक्षा वेगळा रंग वस्तूला देणे, वस्तूला चांगले वेष्टन करणे, आकारात आणि स्वरूपात बदल करणे असे उपाय उत्पादक सतत योजत असतात. त्यामुळे ग्राहकांना प्रत्येक कंपनीची वस्तू वेगवेगळी वाटते. ग्राहक आपल्या आवडीप्रमाणे विशिष्ट कंपनीची वस्तू खरेदी करतात.

४) ग्राहकांना पसंत पडतील अशा सेवा पुरवणे :

वस्तूची विक्री करताना किंवा विक्री केल्यानंतर उत्पादकांकडून काही सेवा ग्राहकांना पुरवल्या जातात. वस्तूचा खप वाढावा, ग्राहक आकर्षित व्हावेत यासाठी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक ग्राहकांना आवडतील अशा काही सेवा पुरवत असतात. उदाहरणार्थ खरेदी केलेल्या वस्तू मोफत ग्राहकांच्या घरी पोहचवणे, वस्तूची गॅरंटी किंवा वारंटी देणे, वस्तू खराब निघाली तर बदलून देणे, वस्तू वापरल्यानंतर काही काळानंतर वस्तू खराब झाली तर मोफत दुरुस्त करून देणे, ग्राहकांच्या घरी जाऊन वस्तू दुरुस्त करून देणे, बँकेकडून कर्ज मिळवून देणे, सुट्टे भाग मोफत देणे, हप्त्याने वस्तू खरेदी करण्याची सोय किंवा सवलत देणे, वस्तू उधारीने देणे, चांगले आदारातिथ्य करणे, ग्राहकांना बक्षीस देणे, एखादी वस्तू भेट देणे (उदाहरणार्थ फ्रीज खरेदी करणाऱ्या ग्राहकांना

घड्याळ भेट देणे, पिठाची चक्की खरेदी करणाऱ्या ग्राहकांना सायकल भेट देणे इत्यादी.) अशा प्रकारे विविध प्रकारच्या सेवा उत्पादक ग्राहकांना पुरवतात. जे उत्पादक या सेवा पुरवतात त्या उत्पादकांच्या वस्तू खरेदी करणे उत्पादक पसंत करतात. उत्पादकांमध्ये अशा सेवा पुरवण्याची स्पर्धाच लागते किंवा चढाओढ लागते. त्यामुळे वस्तूभेद अधिक ठळकपणे नजरेत भरतो.

५) आकर्षक विक्री पद्धत :

आकर्षक विक्री पद्धतीमुळे सुद्धा ग्राहकांना वस्तू खरेदी करावी असे वाटते. उत्पादक आकर्षक पद्धतीने वस्तूची विक्री करतात. ज्या ठिकाणी वस्तू विक्रीसाठी ठेवलेल्या असतात त्या ठिकाणचे वातावरण प्रसन्न, आल्हाददायक, हवेशीर, खेळते ठेवले जाते. चांगले मंजूळ संगीत वाजवले जाते. ग्राहकांचे चांगले स्वागत केले जाते. तरुण, सुंदर, हुषार मुले व मुली वस्तूची माहिती देण्यासाठी आणि वस्तूची विक्री करण्यासाठी नेमले जातात. अशा प्रकारे उत्पादक आकर्षक, चांगली विक्री पद्धत अनुसरतात. त्यामुळे ग्राहक आकर्षित होतात. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत स्पर्धा तीव्र असते. त्यामुळे उत्पादकांना ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी विक्रीच्या चांगल्या, अभिनव पद्धतींचा वापर करावा लागतो. त्यामुळे ग्राहकांना वस्तूभेद जाणवतो.

ब) वस्तूमधील सुधारणा :

वस्तूभेद यशस्वी होण्यासाठी आणि तो दीर्घकाळ टिकून राहण्यासाठी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक वस्तूमध्ये सतत सुधारणा करत राहतात. इतर उत्पादकांच्या वस्तूपेक्षा आपल्या वस्तूचा गुणात्मक दर्जा चांगला ठेवण्याचा प्रयत्न उत्पादक करत असतात. चांगल्या दर्जाचा कच्चा माल वापरून, चांगल्या कुशल कामगारांचा आणि चांगल्या यंत्रांचा वापर करून वस्तूचा गुणात्मक दर्जा सुधारण्याचा कार्यक्रम उत्पादक निरंतर राबवत असतात. खालील मार्गांनी उत्पादक वस्तूमध्ये सुधारणा घडवून आणत असतात.

१) आधुनिक तंत्रज्ञान वापरून, चांगली यंत्रे वापरून वस्तूचा गुणात्मक दर्जा उंचावणे.

२) चांगल्या दर्जाचा कच्चा माल वापरणे.

३) नवीन (वेगळा) कच्चा माल वापरणे उदाहरणार्थ, कापड तयार करण्यासाठी कापसाऐवजी कृत्रिम धाग्याचा वापर करणे, लाकडाऐवजी प्लॅस्टिकचा वापर करणे इत्यादी.

४) विविध उपाय योजून वस्तूचा टिकाऊपणा वाढवणे.

वरील उपायामुळे वस्तूच्या दर्जात सुधारणा होते. जे उत्पादक अशा प्रकारे वरील उपाय योजून वस्तूमध्ये सुधारणा करतात त्यांच्या वस्तूंचा खप वाढतो.

क) जाहिरात :

ग्राहकांना वस्तूची माहिती व्हावी यासाठी रेडिओ, टी. व्ही. वृत्तपत्रे इत्यादी विविध ठिकाणी वस्तूची जाहिरात करावी लागते. जाहिरातीचे दोन प्रमुख प्रकार आहेत- १) माहिती देणारी जाहिरात आणि २) ग्राहकांच्या

मनावर परिणाम करणारी जाहिरात. माहिती देणाऱ्या जाहिरातीमध्ये ग्राहकांना वस्तूबद्दलची संपूर्ण माहिती दिली जाते. यामध्ये वस्तूची किंमत, वस्तूचे उपयोग, वस्तूचा वापर करण्याची पद्धती, वस्तू कुठे उपलब्ध होईल या विविध बाबींची माहिती ग्राहकांना ज्या प्रकारच्या जाहिरातीने करून दिली जाते त्या जाहिरातीला माहिती देणारी जाहिरात असे म्हणतात. अशा जाहिरातीची खूप गरज असते. या प्रकारच्या जाहिरातीमुळे लोकांना वस्तूची माहिती मिळते. लोकांना वस्तू विक्रीचे ठिकाण समजते. त्यामुळे वस्तू खरेदी करणे सुलभ जाते. विविध वृत्तपत्रात रोज अशा प्रकारच्या जाहिराती वाचावयास मिळतात. घरांच्या, फ्लॅटच्या, बंगल्याच्या जाहिराती या माहिती देणाऱ्या जाहिराती होय. काही जाहिराती ह्या ग्राहकांच्या मनाला भुरळ पाडणाऱ्या असतात. अशा जाहिरातीमुळे वस्तू खरेदी करावी असे ग्राहकांना वाटते. उदाहरणार्थ लांबसडक केस येण्यासाठी कोणते तेल वापरावे याची जाहिरात, अंग गोरे होण्यासाठी केली जाणारी साबणाची जाहिरात, टकलावर केस उगवून येण्यासाठी केली जाणारी तेलाची जाहिरात. या जाहिराती मोठ मोठे सिनेस्टार्स करत असतात. गुडगेदुखी थांबावी यासाठी कोणते तेल वापरावे याची जाहिरात काही कंपन्या मोठमोठ्या नटांना घेऊन करत असतात. त्याचा मोठा परिणाम ग्राहकांच्या मनावर होतो. त्यामुळे ग्राहक ती वस्तू खरेदी करतात. चांगली, आकर्षक, प्रभावी जाहिरात करून, जाहिरात करण्यासाठी सुंदर नट नट्यांचा उपयोग करून उत्पादक आपली वस्तू इतर उत्पादकांच्या वस्तूपेक्षा वेगळी आहे असे भासवण्याचा प्रयत्न करत असतात. अशा प्रकारे जाहिरातीच्या माध्यमातूनही उत्पादक वस्तूभेद करत असतात.

वस्तूभेदाचे फायदे / महत्त्व :

ज्या बाजारातील उत्पादक वस्तूभेद करतात त्या बाजाराला मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचा बाजार असे म्हणतात. स्पर्धेत टिकून राहण्यासाठी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादकांना वस्तूभेद करावाच लागतो. या वस्तूभेदाचे उत्पादकांना आणि ग्राहकांना मिळणारे काही फायदे थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१) खपात / विक्रीत वाढ :

वस्तूभेदामुळे उत्पादकांच्या वस्तूच्या खपात वाढ होते. वेगळी, नाविण्यपूर्ण वस्तू ग्राहकांना हवीहवीशी वाटत असते. त्यामुळे उत्पादकांच्या विक्रीत वाढ होते.

२) नफ्यात वाढ :

वस्तूभेदाचा उत्पादकांना आणि विक्रेत्यांना मिळणारा आणखी एक फायदा म्हणजे वस्तूभेदामुळे उत्पादक आणि विक्रेत्यांच्या नफ्यात वाढ होते. वस्तूभेदामुळे उत्पादक वस्तूची किंमत वाढवू शकतात. किंमत वाढवली तरी ग्राहक कमी होत नाहीत. त्यामुळे उत्पादक व व्यापारी / विक्रेते यांच्या नफ्यात वाढ होते.

३) गुंतवणूकीत वाढ :

वस्तूभेदामुळे वस्तूचा खप आणि नफा वाढत असल्यामुळे उत्पादक अधिक गुंतवणूक करतात. त्यामुळे खाजगी गुंतवणूकीत वाढ होते.

४) ग्राहकांच्या समाधानात वाढ :

वस्तूभेदामुळे ग्राहकांना चांगल्या दर्जाच्या वस्तू उपभोगावयास मिळतात. त्यामुळे ग्राहकांच्या समाधानात वाढ होते. चांगल्या वस्तूच्या उपभोगाचा आनंद त्यांना मिळतो.

५) संशोधनास चालना :

वस्तूभेद करण्यासाठी उत्पादक सतत नवनवीन तंत्रज्ञानाचा वापर करत असतात. त्यासाठी ते स्वत:चा संशोधन विभाग स्थापन करतात. संशोधक, शास्त्रज्ञ यांना काम मिळून त्यांच्या बुद्धीचा, ज्ञानाचा उपयोग ते करून घेतात.

६) उपभोक्त्याचे सार्वभौमत्त्व :

लोकशाहीत उपभोक्ता हा राजा असतो. त्याच्या आवडीप्रमाणे उत्पादन करावे लागते. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत वस्तूभेदामुळे चांगल्या दर्जाच्या आणि ग्राहकांच्या आवडीच्या वस्तू तयार केल्या जातात. त्यामुळे उपभोक्त्याचे सार्वभौमत्त्व टिकून राहते.

७) व्यापाराला चालना :

वस्तूभेदामुळे उत्पादकांच्याबरोबर व्यापाऱ्यांचाही फायदा होतो. वस्तूभेदामुळे मागणीत वाढ होत असल्याने व्यापाऱ्यांच्या विक्रीतही वाढ होते. त्यामुळे व्यापारी वस्तूच्या व्यापारात अधिक गुंतवणूक करतात. त्यामुळे व्यापाराला चांगली चालना मिळते.

८) निर्यातीत वाढ :

वस्तूभेदाचा आणखी एक फायदा म्हणजे वस्तूभेदामुळे देशाच्या निर्यात व्यापारात देखील वाढ घडून येते. वस्तूभेदामुळे वस्तूचा देशांतर्गत खप जसा वाढतो तसा विदेशात सुद्धा खप वाढतो. उत्पादकांकडून वस्तूभेद केला जात असल्यामुळे वस्तू चांगल्या, आकर्षक, टिकावू तयार होतात. त्यामुळे विदेशातून सुद्धा वस्तूंना चांगली मागणी येते.

३.२.४ अल्पाधिकार बाजार – अर्थ आणि वैशिष्ट्ये :

अल्पाधिकार (Oligopoly) :

अल्पाधिकारास 'अल्पजनाधिकार' तसेच 'अल्पाधिकाराची बाजारपेठ' (Oligopoly Market) असेही म्हणतात. मराठीतील 'अल्पाधिकार' या शब्दास इंग्रजीत 'Oligopoly' असा शब्द आहे. Oligopoly हा शब्द 'Oligos' या ग्रीक शब्दापासून तयार झाला आहे. 'Oligos' म्हणजे 'अल्प' किंवा 'कमी' होय. तर 'Pollen' म्हणजे उत्पादक किंवा विक्रेते होय. म्हणून अल्पाधिकाराची व्याख्या खालील शब्दात करता येईल.

अल्पाधिकाराची व्याख्या :

अल्पाधिकार बाजाराची एक सर्वसाधारण व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''ज्या बाजारात विक्रेत्यांची / उत्पादकांची संख्या अल्प किंवा थोडी असते, त्या बाजारास अल्पाधिकाराची बाजारपेठ असे म्हणतात.''

सर्वसाधारण व्याख्या :

अल्पाधिकार स्पर्धेची आणखी एक सोपी व सर्वसाधारण व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''ज्या बाजारात वस्तूच्या पुरवठ्यावर आणि वस्तूच्या किंमतीवर विक्रेत्यांचा अल्प अधिकार असतो, त्या बाजाराला अल्पाधिकाराचा बाजार असे म्हणतात.''

''संख्येने थोड्या असलेल्या विक्रेत्यामध्ये असणारी स्पर्धा म्हणजे अल्पाधिकाराची स्पर्धा होय.''

जॉर्ज स्टिगलर :

जॉर्ज स्टिगलर यांनी अल्पाधिकार स्पर्धेची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''ज्या बाजारातील एखादी उद्योगसंस्था आपले बाजारविषयक धोरण (उत्पादनविषयक, किंमत विषयक धोरण आणि विक्रीविषयक धोरण) हे संख्येने थोड्या असणाऱ्या स्पर्धक उत्पादनसंस्थांच्या बाजारविषयक धोरणाचा विचार करून ठरवत असते. त्या बाजाराला अल्पाधिकाराचा बाजार असे म्हणतात.''

प्रा. कुर्नो, प्रा. चेंबरलीन, प्रा. स्टिगलर, प्रा. स्टोनिअर, प्रा. हेग, जीन रॉबिन्सन, विल्यम फेलनर इत्यादी विविध अर्थतज्ज्ञांनी अल्पाधिकारावर लेखन केले आहे. पूर्ण स्पर्धा, मक्तेदारी, मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा, द्वयाधिकार याप्रमाणे अल्पाधिकार हाही एक बाजाराचा प्रकार असून जगातील अनेक देशात अल्पाधिकार दिसून येतो.

अल्पाधिकार बाजाराची वैशिष्ट्ये :

अल्पाधिकाराची किंवा अल्पाधिकार बाजाराची ठळक वैशिष्ट्ये थोडक्यात खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत.

१) विक्रेत्यांची संख्या अल्प :

अल्पजनाधिकारात उत्पादकांची किंवा विक्रेत्यांची संख्या अल्प किंवा थोडी असते. ती पूर्ण स्पर्धेतील बाजाराइतकी असंख्य नसते. तसेच मक्तेदारी बाजाराइतकी एकच नसते किंवा मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेच्या बाजारातील ३० ते ७० विक्रेत्याएवढी नसते. तर विक्रेत्यांची संख्या ३ ते १० एवढी असते. भारतात मोबाईल सेवा पुरवणाऱ्या कंपन्या संख्येने थोड्या असल्याने मोबाईल सेवेच्या बाबतीत अल्पाधिकार आढळतो.

२) वस्तूचे स्वरूप (वस्तू एकजिनसी तसेच भिन्न स्वरूपाच्या) :

अल्पाधिकार बाजारपेठेतील वस्तू एकजिनसी असतात. तसेच वेगवेगळ्याही असतात. या बाजारात वस्तूभेदही केला जातो. अल्पाधिकार बाजारातील उत्पादक हे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील विक्रेत्याप्रमाणे वस्तूभेद

करून विक्री वाढवण्याचा प्रयत्न करत असतात. अल्पाधिकारातील उत्पादक वस्तूचे वजन, रंग, पॅकिंग यामध्ये इतरांपेक्षा थोडा बदल करून आपली वस्तू इतरापेक्षा निराळी असल्याचे दाखवत असतात.

३) उद्योगसंस्थांचे असमान आकारमान :

अल्पाधिकाराच्या बाजारातील उद्योगसंस्थांचा आकार खूप मोठा असतो. तसेच अल्पाधिकार बाजारातील काही उद्योगसंस्था आकाराने लहानही असतात. सर्व उद्योगसंस्था आकाराने एकसारख्या नसतात.

४) ग्राहकांची संख्या मोठी :

अल्पाधिकार बाजारात उत्पादकांची संख्या थोडी असली तरी ग्राहकांची संख्या मोठी असते. अल्पाधिकार बाजारात जी किंमत निश्चित झालेली असते ती किंमत ग्राहकांना स्वीकारावी लागते. एखादा ग्राहक वस्तूची मागणी वाढवून किंवा कमी करून किंमतीवर प्रभाव टाकू शकत नाही

५) मक्तेदारीचे अस्तित्व :

अल्पाधिकार बाजारात मक्तेदारीचे अस्तित्व आढळून येते. अल्पाधिकारात मक्तेदारी बाजाराप्रमाणे जरी एकच उत्पादक नसला तरी अल्पाधिकारात मोजकेच विक्रेते असतात. त्यांनी किंमत थोडी वाढवली तरी त्यांचे सर्व ग्राहक त्यांना सोडून जात नाहीत. शिवाय अल्पाधिकारात वस्तूभेदही केला जात असल्याने प्रत्येक उत्पादकाची मर्यादित प्रमाणात मक्तेदारी निर्माण झालेली असते. प्रत्येक उद्योगसंस्थेची वस्तू भिन्न असल्यामुळे मक्तेदारी निर्माण होते. ग्राहक ठराविक विक्रेत्याकडूनच वस्तू खरेदी करतात. त्यामुळे प्रत्येक उद्योगसंस्था मर्यादित प्रमाणात उत्पादन व किंमतीवर नियंत्रण ठेवू शकते.

६) विक्री खर्च (जाहिरात खर्च) :

जाहिरात खर्च किंवा विक्री खर्च हे सुद्धा अल्पाधिकार बाजाराचे ठळक वैशिष्ट्य आहे. मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेप्रमाणे अल्पाधिकाराच्या बाजारातील उत्पादकही विक्री खर्च करत असतात. अल्पाधिकार बाजारात उत्पादकांमध्ये स्पर्धा असल्याने वस्तू खपविण्यासाठी जाहिरातबाजी केली जाते व त्यावर मोठा खर्च केला जातो.

७) बाजारपेठेतील प्रवेशावर मर्यादा :

अल्पाधिकार बाजारपेठेत प्रवेश करण्याचे तसेच बाजारातून निघून जाण्याचे म्हणजेच उद्योगसंस्था बंद करण्याचे स्वातंत्र्य असते. परंतु अल्पाधिकार बाजारात नवीन उद्योगसंस्थांच्या प्रवेशावर मर्यादा पडतात. त्यांना सहजासहजी प्रवेश करता येत नाही. अल्पाधिकारातील मोठ्या उद्योगसंस्था एकत्र येऊन किंवा संगनमत करून नवीन उद्योगसंस्था प्रवेश करू शकणार नाहीत, असे धोरण राबवण्याचा प्रयत्न करतात. अल्पाधिकारातील मोठ्या उद्योगसंस्थांचा उत्पादन खर्च कमी असतो. त्यामुळे नवीन उद्योगसंस्थांना एवढा कमी उत्पादन खर्च ठेवणे शक्य होत नाही. त्यामुळे नवीन उद्योगसंस्थांना अल्पाधिकारातील प्रवेश सोपा नसतो. तसेच अल्पाधिकाराच्या बाजारात उत्पादन करणाऱ्या उद्योगसंस्थांना तोटा होत असेल तर त्या बाजार सोडून जातात. म्हणजेच आपली उद्योगसंस्था किंवा कंपनी बंद करतात.

८) परस्परावलंबित्व :

अल्पाधिकारातील उद्योगसंस्थांना वस्तूची किंमत, वस्तूच्या उत्पादनाचे प्रमाण, वस्तूचा दर्जा इत्यादी बाबतीत स्वत:चे स्वतंत्र धोरण आखता येत नाही. आपले किंमतविषयक, उत्पादनविषयक व इतर धोरणे ठरवताना स्पर्धकांचा विचार करावा लागतो. त्यामुळे अल्पाधिकारातील प्रत्येक उद्योगसंस्थेला स्पर्धक उद्योगसंस्थांनी किंमत उत्पादनाचे प्रमाण, वस्तूचा दर्जा इत्यादीबाबतीत काय निर्णय घेतले आहेत, याचा विचार किंवा अभ्यास करावा लागतो. अशा प्रकारे अल्पाधिकारातील प्रत्येक उत्पादक आपल्या स्पर्धकांनी घेतलेल्या निर्णयांचा विचार करून आपले धोरण ठरवत असतो. तसे केले नाही तर वस्तूचा खप आणि नफा कमी होतो.

९) बाजारपेठेचे ज्ञान :

पूर्ण स्पर्धेप्रमाणे अल्पाधिकार बाजारातील ग्राहकांना आणि विक्रेत्यांना बाजारपेठेची पूर्ण माहिती असते. अल्पाधिकारातील विक्रेते अल्प असल्याने त्यांच्या वस्तूंच्या किंमतींची ग्राहकांना माहिती असते.

१०) परिदृढ / ताठर किंमती :

अल्पजनाधिकार स्पर्धेच्या बाजारातील वस्तूंच्या किंमती ह्या परिदृढ किंवा ताठर असतात. अल्पाधिकारात निश्चित झालेल्या किंमतीपेक्षा कमी किंवा जास्त किंमत उत्पादक आकारत नाहीत. तसे केले तर नुकसान होते. म्हणून अल्पाधिकार बाजारातील किंमती स्थिर किंवा ताठर स्वरूपाच्या असतात. पूर्ण स्पर्धेतील किंमतीप्रमाणे लवचिक नसतात.

११) संगनमत आणि स्पर्धा (सहकार्य आणि संघर्ष) :

अल्पजनाधिकार स्पर्धेच्या बाजारात उत्पादकांच्यात काही वेळा तीव्र किंवा गळेकापू स्पर्धा दिसून येते. त्याप्रमाणे उत्पादक संगनमत करून किंमत व उत्पादनविषयक निर्णय घेतात. अशा प्रकारे अल्पजनाधिकारात एकमेकांना सहकार्य आणि एकमेकांशी जीवघेणी स्पर्धा असे परस्परविरुद्ध चित्र पहावयास मिळते. अल्पजनाधिकारात जास्तीत जास्त नफा मिळवण्यासाठी व नुकसान टाळण्यासाठी उद्योगसंस्था आपापसात सहकार्य किंवा संगनमत करतात. तसेच जास्तीत जास्त नफा मिळविण्यासाठी एकमेकांशी स्पर्धाही करतात.

१२) उत्पादनविषयक अनिश्चितता :

अल्पाधिकार स्पर्धेच्या बाजारात विक्रेत्यांची किंवा उत्पादकांची संख्या अल्प असते. त्यामुळे एखाद्या उत्पादकाने आपल्या उत्पादनासंदर्भात एखादा निर्णय घेतला तर स्पर्धक उत्पादक त्या निर्णयावर काय करतील याचा अंदाज वर्तविणे कठीण असते.

१३) मागणी वक्र अनिश्चित आकाराचा :

पूर्ण स्पर्धेत किंवा मक्तेदारीत मागणीचा वक्र निश्चित स्वरूपाचा असतो. तसा तो अल्पाधिकारात नसतो. अल्पाधिकारातील एखाद्या उत्पादकाने आपल्या वस्तूची किंमत कमी केली किंवा वाढवली तर मागणीवर नेमका काय परिणाम होईल याचा अंदाज वर्तवणे कठीण असते. कारण X उत्पादकाने आपल्या वस्तूची किंमत केली

तर दुसरे स्पर्धक उत्पादकही आपल्या वस्तूची किंमत कमी करू शकतात. त्यामुळे X उत्पादकाने किंमत कमी केल्यानंतर मागणी नेमकी किती वाढेल, ते निश्चित सांगता येत नाही. म्हणून अल्पाधिकारात मागणीचा वक्र अनिश्चित स्वरूपाचा असतो.

१४) किंमत युद्ध :

एखाद्या उद्योगसंस्थेने किंमत कमी करण्याचे धोरण स्वीकारले तर बाकीच्या उद्योगसंस्था सुद्धा किंमत कमी करणे सुरू करतात. त्यालाच 'किंमत युद्ध' (Price War) असे म्हणतात.

१५) बिगर नफा हेतू :

अल्पजनाधिकार स्पर्धेतील उत्पादन संस्था बऱ्याच वेळा महत्तम नफा मिळवण्याऐवजी बाजारात / स्पर्धेत टिकून राहण्याला प्राधान्य देतात. महत्तम नफ्याऐवजी योग्य / सुरक्षित नफा मिळवण्याला पसंती देतात. महत्तम नफ्याऐवजी आपली उद्योगसंस्था मोठी बनवणे, जास्तीत जास्त विक्री करणे, स्पर्धेत टिकून राहणे या उद्दिष्टांना उत्पादक प्राधान्य देतात.

अशा प्रकारे अल्पाधिकार बाजाराची ठळक वैशिष्ट्ये वरीलप्रमाणे स्पष्ट करता येतात. टी. व्ही. मोबाईल, विमान वाहतूक, पेट्रोल, स्वयंपाकाचा गॅस इत्यादींचे उत्पादन करणाऱ्या मोजक्याच कंपन्या भारतात असल्याने या उत्पादनांच्या बाबतीत अल्पाधिकार आहे, असे म्हणता येईल.

३.३ सारांश :

अपूर्ण स्पर्धेलाच मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा असे म्हणतात. पूर्ण स्पर्धेपेक्षा मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा ही संकल्पना खूप वेगळी आहे. पूर्ण स्पर्धा ही प्रत्यक्ष व्यवहारात फारशी आढळत नाही. परंतु मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा मात्र प्रत्यक्ष व्यवहारात आढळते. वस्तूभेद हे मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचे ठळक वैशिष्ट्य आहे. वस्तूचा खप वाढावा, नफा वाढावा यासाठी या स्पर्धेतील उत्पादकांना वस्तूभेद करावा लागतो.

३.४ पारिभाषिक शब्द आणि त्यांचा अर्थ :

१. **मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा** – ज्या बाजारात पूर्ण स्पर्धेच्या आणि मक्तेदारीच्या बाजाराची वैशिष्ट्ये आढळून येतात त्या बाजारास मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचा बाजार असे म्हणतात.

२. **वस्तूभेद** – इतर उत्पादकांच्या वस्तूपेक्षा निराळी वस्तू तयार करणे म्हणजे वस्तूभेद होय.

३. **किंमत युद्ध** – आपल्या वस्तूची किंमत कमी करण्याचे धोरण उत्पादकांनी अनुसरणे म्हणजे किंमत युद्ध होय.

४. **विक्री खर्च** – वस्तूचा खप वाढावा यासाठी उत्पादकांनी जाहिरात व इतर बाबीवर केलेला खर्च म्हणजे विक्री खर्च होय.

५. **बिगर किंमत स्पर्धा –** आपल्याच वस्तू खपाव्यात यासाठी उत्पादकांनी ग्राहकांना वस्तूच्या खरेदीवर भेटवस्तू देणे, किरकोळ किंमतीच्या वस्तू भेट देणे या मार्गाचा केलेला अवलंब म्हणजे बिगर किंमत स्पर्धा होय.

६. **अतिरिक्त उत्पादन क्षमता –** मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादक पूर्ण क्षमतेने उत्पादन करत नाहीत. रोज १००० वस्तू उत्पादन करण्याची क्षमता असेल आणि एखादी उद्योगसंस्था ८०० वस्तू तयार करत असेल तर याचा अर्थ त्या उद्योगसंस्थेत अतिरिक्त उत्पादनक्षमता आहे असा होतो. काही उत्पादनक्षमता वापरविना पडून राहते.

७. **अल्पाधिकार स्पर्धा –** ज्या बाजारात उत्पादकांची संख्या अल्प (थोडी) असते त्या बाजाराला अल्पाधिकाराची बाजारपेठ असे म्हणतात.

३.५ स्वयंअध्ययन प्रश्न व त्यांची उत्तरे :

अ) योग्य पर्याय निवडून वाक्य पुन्हा लिहा.

१) .... या स्पर्धेस पूर्ण स्पर्धा आणि मक्तेदारीचे मिश्रण मानले जाते.

अ) अल्पाधिकार ब) द्वयाधिकार क) क्रेताधिकार ड) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा

२) .... यांनी अपूर्ण स्पर्धेची संकल्पना मांडली आहे.

अ) से ब) स्मिथ क) मिल ड) मिसेस जोन रॉबिनसन्

३) .... यांनी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेची संकल्पना मांडली आहे.

अ) रॉबिनसन् ब) चेंबरलीन क) ॲडम स्मिथ ड) मिल

४) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेचा सिद्धांत (The Theory of Monoplistic Competition) हे पुस्तक .... यांनी १९३३ मध्ये लिहिले आहे.

अ) केन्स ब) मिल क) चेंबरलीन ड) स्मिथ

५) .... हा अपूर्ण स्पर्धेचा एक भाग आहे.

अ) पूर्ण स्पर्धा ब) पूर्ण मक्तेदारी क) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा ड) यापैकी नाही

६) अपूर्ण स्पर्धेची संकल्पना .... स्पर्धेपेक्षा व्यापक आहे.

अ) मक्तेदारीयुक्त ब) पूर्ण क) मक्तेदारी ड) यापैकी नाही

७) व्यवहारात .... स्पर्धा आढळते.

अ) पूर्ण स्पर्धा ब) पूर्ण मक्तेदारी क) मक्तेदारीयुक्त ड) यापैकी नाही

८) .... बाजारात पूर्ण स्पर्धेची आणि मक्तेदारीची वैशिष्ट्ये आढळतात.

अ) अल्पाधिकार ब) द्वयाधिकार क) क्रेताधिकार ड) मक्तेदारीयुक्त

९) .... बाजारात मर्यादित विक्रेते असतात.

अ) पूर्ण स्पर्धा ब) मक्तेदारी क) द्वयाधिकार ड) मक्तेदारीयुक्त

१०) .... बाजारात वस्तूभेद केला जातो.

अ) पूर्ण स्पर्धा ब) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा क) शुद्ध स्पर्धा ड) यापैकी नाही

११) .... स्पर्धेत विक्री खर्च करावा लागतो.

अ) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धा ब) पूर्ण स्पर्धा क) मक्तेदारी ड) शुद्ध स्पर्धा

१२) .... साठी उत्पादक वस्तूभेद करतात.

अ) ग्राहक आकर्षित करणे ब) वस्तूचा खप वाढवणे

क) जास्तीत जास्त नफा मिळवणे ड) अ, ब व क

१३) विक्री खर्चामुळे वस्तूच्या मागणीत .... होते.

अ) वाढ ब) घट

१४) जाहिरातीवरील खर्च, भेटवस्तूवरील खर्च, विक्री प्रतिनिधींच्या पगारावरील खर्च या खर्चास .... खर्च म्हणतात.

अ) उत्पादन ब) सरासरी क) विक्री ड) सीमांत

१५) .... खर्चामुळे वस्तूच्या विक्रीत आणि नफ्यात वाढ होते.

अ) विक्री ब) एकूण क) सरासरी ड) बदलत्या

१६) बिगर किंमत स्पर्धा हे .... स्पर्धेचे ठळक वैशिष्ट्य आहे.

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

१७) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील ग्राहकांना बाजारपेठेचे पूर्ण ज्ञान ....

अ) असते ब) नसते

१८) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील वस्तूची मागणी .... असते.

अ) लवचिक ब) अलवचिक

१९) .... यांनी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेच्या बाबतीत उद्योग (Industry) असा शब्द न वापरता समूह (Group) असा शब्द वापरला आहे.

अ) रॉबिनसन् ब) चेंबरलीन क) स्मिथ ड) रिकार्डो

२०) .... स्पर्धेत विशिष्ट ब्रँडची वस्तू हवी असणाऱ्या ग्राहकांचे गट तयार होतात.

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

२१) .... स्पर्धेत अतिरिक्त उत्पादन क्षमता आढळते. उत्पादक पूर्ण क्षमतेने उत्पादन करत नाहीत. काही उत्पादनक्षमता वापराविना पडून राहते.

अ) पूर्ण ब) मक्तेदारीयुक्त क) शुद्ध ड) यापैकी नाही

२२) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा आकार .... असतो.

अ) लहान ब) मोठा

२३) .... स्पर्धेतील उद्योगसंस्थांना वाहतूक खर्च करावा लागतो.

अ) पूर्ण ब) मक्तेदारीयुक्त क) शुद्ध ड) यापैकी नाही

२४) .... मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्था अतिरिक्त नफा होऊ शकतो किंवा तोटाही होऊ शकतो.

अ) अल्पकाळात ब) दीर्घकाळात

२५) .... स्पर्धेत विशिष्ट छापाची (Trade Mark) वस्तू उत्पादक विकतात.

अ) पूर्ण ब) मक्तेदारीयुक्त क) शुद्ध ड) इतर

२६) इतर उत्पादकांनी तयार केलेल्या वस्तूपेक्षा निराळी / वेगळी वस्तू तयार करणे म्हणजे .... होय.

अ) वस्तूभेद ब) वस्तूएकरूपता

२७) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उत्पादकांची वस्तू इतरांपेक्षा वेगळी वाटत असली तरी सर्व उत्पादकांच्या वस्तू संपूर्णपणे वेगळ्या असत नाहीत अशी वस्तूभेदाची व्याख्या .... यांनी केली आहे.

अ) चेंबरलीन ब) रॉबिनसन् क) केन्स ड) स्टोनिअर व हेग

२८) वस्तूच्या गुणधर्मात बदल करून वस्तूभेद ....

अ) करता येतो ब) करता येत नाही

२९) विशिष्ट छापाचा (Trade Mark), विशिष्ट नावाचा वापर करून .... स्पर्धेतील उत्पादक वस्तूभेद करतात.

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

३०) .... चांगल्या दर्जाच्या वस्तू तयार होतात.

अ) वस्तूभेदामुळे ब) मक्तेदारीमुळे क) पूर्ण स्पर्धेमुळे ड) शुद्ध स्पर्धेमुळे

३१) .... स्पर्धेच्या बाजारात विक्रेत्यांची (उत्पादकांची) संख्या अल्प (थोडी) असते.

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

३२) .... बाजारात वस्तूच्या पुरवठ्यावर आणि वस्तूच्या किंमतीवर उत्पादकांचा अल्प अधिकार असतो.

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

३३) संख्येने .... असलेल्या विक्रेत्यामध्ये असणारी स्पर्धा म्हणजे अल्पाधिकाराची स्पर्धा होय.

अ) थोड्या ब) जास्त

३४) अल्पाधिकार बाजारातील उत्पादक वस्तूभेद ....

अ) करतात ब) करत नाहीत

३५) अल्पाधिकार बाजारातील ग्राहकांची संख्या .... असते.

अ) थोडी ब) मोठी

३६) अल्पाधिकार बाजारात मक्तेदारीचे अस्तित्व ....

अ) आढळते ब) आढळत नाही

३७) अल्पाधिकार बाजारात जाहिरात खर्च किंवा विक्री खर्च ....

अ) केला जातो ब) केला जात नाही

३८) अल्पाधिकार बाजारात नवीन उद्योगसंस्थांना प्रवेश सोपा ....

अ) असतो ब) नसतो

३९) .... स्पर्धेच्या बाजारातील वस्तूंच्या किंमती ह्या परिदृढ (ताठर) असतात.

अ) अल्पाधिकार ब) पूर्ण क) शुद्ध ड) यापैकी नाही

४०) .... स्पर्धेच्या बाजारातील ग्राहकांना आणि विक्रेत्यांना बाजारपेठेचे पूर्ण ज्ञान असते.

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

४१) .... बाजारात एकमेकांना सहकार्य (संगनमत) आणि एकमेकांशी जीवघेणी स्पर्धा (संघर्ष) असे चित्र पहावयास मिळते.

अ) पूर्ण स्पर्धा ब) मक्तेदारी क) अल्पाधिकार ड) शुद्ध

४२) .... मागणी वक्र अनिश्चित आकाराचा असतो.

अ) पूर्ण स्पर्धेत ब) शुद्ध स्पर्धेत क) मक्तेदारीत ड) अल्पाधिकारात

४३) .... स्पर्धेत किंमत युद्ध (Price War) आढळते.

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

४४) एखाद्या उद्योगसंस्थेने किंमत कमी करण्याचे धोरण स्वीकारले तर बाकीच्या उद्योगसंस्था सुद्धा किंमत कमी करणे सुरू करतात त्याला .... म्हणतात व हे चित्र अल्पाधिकारात पहावयास मिळते.

अ) किंमत युद्ध ब) सहकार्य क) संगनमत ड) ग्राहक हित

४५) .... बाजारातील उत्पादक महत्तम नफ्याऐवजी सुरक्षित नफा मिळवण्याला पसंती देतात.

अ) पूर्ण स्पर्धेच्या ब) मक्तेदारीच्या क) अल्पाधिकाराच्या ड) शुद्ध

स्वयंअध्ययन प्रश्नांची उत्तरे :

१) ड	२)	३) ब	४) क	५) क	६) अ	७) क
८) ड	९) ड	१०) ब	११) अ	१२) ड	१३) अ	१४) अ
१५) अ	१६) क	१७) ब	१८) अ	१९) अ	२०) क	२१) ब
२२) अ	२३) ब	२४) अ	२५) ब	२६) अ	२७) ड	२८) अ
२९) ड	३०) अ	३१) ड	३२) ब	३३) अ	३४) अ	३५) ब
३६) ब	३७) अ	३८) ब	३९) अ	४०) ड	४१) क	४२) ड
४३) क	४४) अ	४५) क				

३.६ सरावासाठी स्वाध्याय :

अ) टीपा द्या.

१) मक्तेदारीयुक्त पर्धा २) वस्तूभेद ३) अल्पाधिकार बाजार

ब) थोडक्यात उत्तरे द्या.

१) वस्तूभेदाचे मार्ग (पद्धती) स्पष्ट करा.

२) वस्तूभेदाचे उद्देश व महत्त्व स्पष्ट करा.

३) अल्पाधिकाराची लक्षणे स्पष्ट करा.

क) सविस्तर उत्तरे द्या.

१) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

२) अल्पाधिकाराची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

३) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा अल्पकालीन समतोल स्पष्ट करा.

४) अल्पकाळात मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत वस्तूची किंमत कशी निश्चित होते?

५) दीर्घकाळात मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेत वस्तूची किंमत कशी ठरते?

६) मक्तेदारीयुक्त स्पर्धेतील उद्योगसंस्थेचा दीर्घकालीन समतोल स्पष्ट करा.

३.७ अधिक वाचनासाठी संदर्भ ग्रंथ :

1) Ahuja H. L., Modern Micro Economics, S. Chand & Company Ltd., New Delhi.

2) Dewett K. K. and Adarsha Chand, Modern Economic Theory, Shyamlal Charitable Trust, New Delhi, 1979.

3) Jhingan M. L., Micro Economic Theory, 5th edition, Vrinda Publications Ltd., New Delhi, 2000.

4) पाटील कृष्णराव, उच्चतर आर्थिक सिद्धांत, मंगेश प्रकाशन, नागपूर, द्वितीय आवृत्ती, २०११

5) खांदेवाले श्रीनिवास (डॉ.), किंमत सिद्धांत, पिंपळापुरे ॲन्ड कंपनी पब्लिशर्स, नागपूर, पहिली आवृत्ती १९८९.

◆ ◆ ◆

घटक ४

उत्पादन घटकांची किंमत निश्चिती

(Factor Pricing)

अनुक्रमणिका

४.० उद्दिष्टे

४.१ प्रास्ताविक

४.२ विषय विवेचन

४.२.१ वेतन, वेतनाचे प्रकार, वेतन भिन्नता

४.२.२ मजुरीविषयक सिद्धांत

४.२.३ खंड आणि खंडाचे सिद्धांत

४.२.४ व्याज आणि व्याजाचे सिद्धांत

४.२.५ नफा आणि नफ्याचे 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 मजुरीविषयक सिद्धांत :

प्रास्ताविक :

श्रमाचा मोबदला म्हणजे मजुरी होय. मजुरीलाच वेतन किंवा भृती असेही म्हणतात. मजुरी पैशात आणि वस्तूच्या स्वरूपात दिली जाते. मजुरांना किती मजुरी द्यावी? किंवा मजुरांना कशी मजुरी द्यावी? हे मजुरीविषयक प्रश्न अत्यंत महत्त्वाचे आहेत. मजुरांच्या दृष्टीने 'मजुरी' हा विषय अत्यंत महत्त्वाचा आणि संवेदनशील आहे. मजुरांना जी मजुरी दिली जाते, तिचे दर कसे ठरतात? यासंदर्भात विविध कालखंडातील अर्थतज्ज्ञांनी विविध विचार मांडले आहेत. त्यांनाच मजुरीविषयक सिद्धांत असे म्हणतात. या विविध सिद्धांतांची थोडक्यात चर्चा खालीलप्रमाणे केली आहे.

१) निर्वाह वेतन सिद्धांत (The Subsistence Wage Theory) **:**

प्रास्ताविक

मजुरांना मजुरी किती मिळते? किंवा मजुरांना मजुरी किती मिळाली पाहिजे? हे निर्वाह वेतन सिद्धांतात सांगितले आहे. मजुरीचा निर्वाह वेतन सिद्धांत हा फ्रान्समधील निसर्गवादी अर्थशास्त्रज्ञांनी प्रथम मांडला. ॲडम स्मिथ यांनीही यासंदर्भात काही विचार मांडले आहेत. रॉबर्ट हॉरेन्स यांनी १८१५ मध्ये निर्वाह वेतन सिद्धांताची

मांडणी केली. इंग्लंडमधील रिकार्डो, जर्मनीतील कामगार पुढारी लॅसेल यांनीही निर्वाह वेतन सिद्धांतात भर घातली आहे. या सिद्धांताला रिकार्डो यांनी 'वेतनाचा काठिण्य सिद्धांत' (वेतनाचा लोह सिद्धांत – Iron Law of Wages) असे म्हटले आहे. निर्वाह वेतन सिद्धांताला 'वेतनाचा नैसर्गिक सिद्धांत' (Natural Law of Wages) असेही म्हणतात.

सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना :

मजुरीच्या निर्वाह वेतन सिद्धांताची मध्यवर्ती कल्पना खालील शब्दात मांडली आहे.

''**मजुरांना त्यांच्या निर्वाहाइतकीच मजुरी मिळते. त्यापेक्षा जास्त मजुरी मिळत नाही किंवा कमी मजुरी मिळत नाही.**''

निर्वाह वेतन सिद्धांतकर्त्यांच्या मते, मजुराला त्याच्या निर्वाहापुरती म्हणजे त्याच्या आणि त्याच्या कुटुंबाच्या उपजीविकेपुरती मजुरी मिळते. या ठिकाणी या सिद्धांतकर्त्यांनी मजुराच्या कुटुंबाचाही विचार केला आहे. मजुराला त्याच्या निर्वाहाइतकी मजुरी मिळते याचा अर्थ केवळ त्या मजुराच्या निर्वाहाइतकी मजुरी असा नाही. तर मजुराच्या कुटुंबातील सर्व सदस्यांचा उदरनिर्वाह होईल एवढी मजुरी मजुराला मिळते असा या विधानाचा अर्थ आहे.

फ्रान्समधील निसर्गवाद्यांनी फ्रान्समधील कामगारांना मिळणाऱ्या मजुरीचा अभ्यास करून, कामगारांची पाहणी करून मजुरीचा निर्वाह वेतन सिद्धांत मांडला आहे. अशा प्रकारे त्यांचा हा सिद्धांत कामगारांच्या पाहणीवर किंवा निरीक्षणावर आधारित आहे. फ्रान्समधील कामगारांना त्यांच्या मालकाकडून दिले जाणारे वेतन हे त्यांच्या निर्वाहाएवढेच असल्याचे निसर्गवाद्यांना आढळून आले होते. त्यांनी असे म्हटले की, '**कामगारांना निर्वाहाएवढे मिळणारे वेतन हे निसर्गानेच निश्चित केले आहे.**' म्हणजे निसर्गामुळेच कामगारांना त्यांच्या निर्वाहाएवढे वेतन मिळते. म्हणून निर्वाह वेतन सिद्धांताला '**वेतनाचा नैसर्गिक सिद्धांत**' (Natural Law of Wages) असे म्हणतात.

निर्वाह खर्च :

निर्वाह वेतन सिद्धांतकर्त्यांनी इतर वस्तूप्रमाणे श्रमाला वस्तू मानले आहे आणि श्रमाची किंमत (वेतन किंवा मजुरी) कशी ठरते? ते स्पष्ट केले आहे. ज्याप्रमाणे कोणत्याही वस्तूची किंमत ही त्या वस्तूच्या उत्पादन खर्चावरून ठरते त्याप्रमाणे श्रमाची किंमत (मजुराची मजुरी) ही श्रमाच्या (मजुराच्या) निर्वाह खर्चावरून ठरते असे या सिद्धांताकर्त्यांचे मत आहे. मजुराला आपल्या कुटुंबाच्या उदरनिर्वाहाचा जो खर्च येतो त्यावरून मजुराची मजुरी ठरते. मजुराला त्याच्या कुटुंबाचा उदरनिर्वाहाचा (उपजीविकेचा) खर्च भागेल एवढी मजुरी द्यावी लागते. अशा प्रकारे मजुरांची मजुरी ही त्यांच्या निर्वाह खर्चावरून ठरते. निर्वाह खर्चापेक्षा जास्त किंवा कमी मजुरी मजुरांना दिली जात नाही.

''**दीर्घकाळात मजुरांची मजुरी ही त्यांच्या निर्वाह खर्चावरून ठरते.**''

शेती, उद्योग क्षेत्राला मजुरांचा पुरवठा अव्याहत (सतत) चालू रहावा यासाठी मजुरांना त्यांच्या निर्वाह खर्चाइतकी मजुरी दिली पाहिजे. त्यापेक्षा कमी मजुरी देऊ नये. निर्वाह खर्चापेक्षा कमी मजुरी दिली तर कृषी आणि उद्योग क्षेत्राला पुरेसा कामगार पुरवठा होणार नाही असे या सिद्धांतकर्त्यांनी म्हटले आहे.

निर्वाह खर्चापेक्षा कमी मजुरीचे परिणाम :

मजुरांना त्यांच्या निर्वाह खर्चापेक्षा जर कमी मजुरी दिली तर त्याचे काय परिणाम होतील याचे वर्णन निर्वाह वेतन सिद्धांतकर्त्यांनी केले आहे. त्यांच्या मते, मजुरांना जर त्यांच्या निर्वाह खर्चापेक्षा कमी मजुरी दिली तर कृषी आणि उद्योग क्षेत्राला पुरेसा मजुर पुरवठा होणार नाही. मजुरांना जर त्यांच्या कुटुंबाच्या उपजीविकेपुरती मजुरी दिली नाही तर मजूर जास्त अपत्यांना जन्म देणार नाहीत. ते कुटुंबाचा आकार लहान ठेवतील. अविवाहित मजूर लवकर लग्न करू शकणार नाहीत. विवाहित मजूर अपत्यांना उशीरा जन्म देतील. प्रजोत्पादन कमी होईल. त्यामुळे भविष्यात कामगारांचा पुरवठा कमी होईल. कृषी, उद्योग क्षेत्राला मागणीइतके मजूर मिळणार नाहीत. त्यामुळे या क्षेत्रांचे नुकसान होईल. म्हणून कामगारांना निर्वाह खर्चापेक्षा कमी मजुरी दिली जाणार नाही. कृषी, उद्योग क्षेत्रांना कामगार पुरवठा निरंतर चालू रहावा यासाठी त्यांना निर्वाहाइतके (निर्वाह खर्चाइतके) वेतन द्यावेच लागेल. अशा प्रकारे मजुरांना जर त्यांच्या निर्वाह खर्चापेक्षा कमी मजुरी दिली तर कामगारांचा पुरवठा कमी होतो. कामगारांची टंचाई निर्माण होते. त्यामुळे कामगारांचे वेतन वाढते आणि ते निर्वाह खर्चाइतके होते. थोडक्यात, कामगारांना त्यांच्या निर्वाह खर्चापेक्षा कमी मजुरी मिळणार नाही तर निर्वाह खर्चाइतकी मंजुरी मिळेल.

निर्वाह खर्चापेक्षा जास्त मजुरीचे परिणाम :

कामगारांना जर त्यांच्या निर्वाह खर्चापेक्षा जास्त मजुरी दिली तर त्याचे काय परिणाम होतात? आणि कामगारांना निर्वाह खर्चापेक्षा जास्त मजुरी का मिळणार नाही? याचे स्पष्टीकरणसुद्धा निर्वाह वेतन सिद्धांतकर्त्यांनी आणि या सिद्धांताच्या समर्थकांनी दिले आहे. त्यांच्या मते, कामगारांना जर त्यांच्या निर्वाह खर्चापेक्षा अधिक मजुरी दिली तर मजुरांचा पुरवठा मागणीपेक्षा अधिक राहून मजुरीचे दर कमी होतील आणि मजुरीचा दर मजुरांच्या निर्वाह खर्चाइतका राहील. कामगारांना जर त्यांच्या निर्वाह खर्चापेक्षा अधिक मजुरी दिली तर कामगार अधिक अपत्यांना जन्मास घालतील. त्यामुळे कामगारांच्या कुटुंबाचा आकार मोठा होईल. अविवाहित कामगार लवकर विवाह करतील. त्यामुळे अपत्य निर्मिती लवकर सुरू होईल. अशा प्रकारे कामगारांना जर त्यांच्या निर्वाह खर्चापेक्षा जास्त मजुरी दिली तर कामगार लहान कुटुंबाऐवजी मोठ्या आकाराच्या कुटुंबाला पसंती देतील. त्यामुळे प्रजोत्पादन वाढून भविष्यात कामगारांचा पुरवठा वाढेल. त्यामुळे श्रमाची किंमत (कामगारांचे वेतन) कमी होऊन ते त्यांच्या निर्वाह खर्चाइतके होईल. अशा प्रकारे कामगारांना जर निर्वाह खर्चापेक्षा जास्त मजुरी दिली तर कामगारांचा पुरवठा वाढून कामगारांचे वेतनदर घटतात आणि वेतन त्यांच्या निर्वाह खर्चाएवढे होते.

निर्वाह वेतन सिद्धांताचे प्रमुख निष्कर्ष :

या सिद्धांतांच्या अभ्यासावरून खालील निष्कर्ष काढता येतात.

१) दीर्घकाळात मजुरांची मजुरी ही त्यांच्या निर्वाह खर्चावरून ठरते. म्हणजे दीर्घकाळात मजुरीचा दर मजुरांच्या निर्वाह खर्चाएवढा असतो.

२) मजुरांना निर्वाह खर्चापेक्षा जास्त मजुरी मिळत नाही. तसेच निर्वाह खर्चापेक्षा कमी मजुरी मिळत नाही. मजुरांना त्यांच्या निर्वाहाइतके वेतन मिळते.

३) मजुरांना निर्वाह खर्चापेक्षा जास्त मजुरी दिली तर मजुरांचा पुरवठा वाढून मजुरीचे दर कमी होतात आणि मजुरीचा दर निर्वाह खर्चाएवढा होतो. त्यालाच निर्वाह वेतन असे म्हणतात.

४) मजुरांना निर्वाह खर्चापेक्षा कमी मजुरी दिली तर मजुरांचा पुरवठा घटून मजुरांची टंचाई निर्माण होते. त्यामुळे मजुरीचे दर वाढतात आणि मजुरीचा दर निर्वाह खर्चाएवढा होतो.

५) दीर्घकाळात मजुरांना निर्वाह खर्चापेक्षा जास्त किंवा कमी मजुरी मिळत नाही. निर्वाह खर्चाएवढीच मजुरी मिळते.

६) इतर वस्तूप्रमाणे श्रम ही एक वस्तू आहे म्हणून श्रमाची किंमत श्रमाच्या खर्चावरून (निर्वाह खर्चावरून) ठरते.

टीकात्मक परिक्षण :

मजुरीचा निर्वाह वेतन सिद्धांत हा जुन्या काळातील आहे. या सिद्धांतावर विविध अर्थतज्ञांनी कडाडून टीका केल्या आहेत. या टीका खालीलप्रमाणे स्पष्ट केल्या आहेत.

१) अल्पकाळाकडे दुर्लक्ष :

या सिद्धांताने दीर्घकाळ गृहीत धरला आहे. दीर्घकाळात हा सिद्धांत खरा ठरतो. अल्पकाळाचा विचार या सिद्धांताने केलेला नाही.

२) कुटुंब नियोजन कायद्याची मर्यादा :

दीर्घकाळात सुद्धा हा सिद्धांत आज फारसा खरा ठरत नाही. कामगारांना त्यांच्या निर्वाह खर्चापेक्षा जास्त मजुरी दिली तर कामगार अधिक अपत्यांना जन्मास घालतात असे या सिद्धांतात म्हटले आहे. परंतु अनेक देशांनी आज कुटुंब नियोजन कायदे केले आहेत. त्यानुसार एक किंवा दोन अपत्यांच्यावर अपत्यांना जन्म देता येत नाही. त्यामुळे निर्वाह खर्चापेक्षा अधिक वेतन दिले तर कामगारांचा पुरवठा वाढतो, हे पटत नाही.

३) वेतनावर परिणाम करणाऱ्या इतर घटकांकडे दुर्लक्ष :

या सिद्धांताने मजुरी निर्वाह खर्चावरून ठरते असे म्हटले आहे. परंतु मजुरीच्या दरावर इतरही घटकांचा

परिणाम होत असतो. त्याकडे या सिद्धांताने दुर्लक्ष केले आहे. देश जर विकसित किंवा श्रीमंत असेल तर त्या देशात निर्वाह खर्चापेक्षा कितीतरी जास्त वेतन मिळत असल्याचे दिसते. कंपन्यांना भरपूर नफा होत असेल तर कंपन्या कामगारांना निर्वाह खर्चापेक्षा अधिक मजुरी देऊ शकतात पण त्याचा विचार या सिद्धांताने केलेला नाही.

४) कामगारांच्या शोषणाचा सिद्धांत :

कार्ल मार्क्स यांनी या सिद्धांतावर टीका केली आहे. त्यांनी या सिद्धांताला 'शोषणाचा सिद्धांत' (Exploitation Theory) असे म्हटले आहे. मार्क्स यांच्या मते, हा सिद्धांत कामगार हिताचा नाही.

५) रिकार्डो यांची टीका :

रिकार्डो यांनी या सिद्धांताला 'वेतनाचा लोह सिद्धांत' (वेतनाचा कठोर किंवा जुलमी सिद्धांत - The Iron Law of Wages) असे म्हटले आहे.

६) औद्योगिक विकासाचे वेतनावर होणारे परिणाम दुर्लक्षित :

औद्योगिक विकासाचा किंवा औद्योगिकरणाचा वेतनावर होणारा परिणाम या सिद्धांताने विचारात घेतलेला नाही. औद्योगिक विकास होत असेल तर कामगारांना त्यांच्या निर्वाह वेतनापेक्षा अधिक वेतन मिळू शकते. त्याचा विचार या सिद्धांताने केलेला नाही.

७) चुकीच्या सिद्धांतावर उभारणी :

निर्वाह वेतन सिद्धांताच्या टीकाकारांनी या सिद्धांतावर टीका करताना असे म्हटले आहे की, या सिद्धांताची उभारणी चुकीच्या सिद्धांतावर (माल्थस यांच्या लोकसंख्येच्या सिद्धांतावर) झाली आहे. माल्थस यांचा लोकसंख्येचा सिद्धांत खरा ठरलेला नाही. या सिद्धांतात अनेक दोष आहेत. अशा चुकीच्या सिद्धांतावर निर्वाह वेतन सिद्धांताचा पाया घातला गेला आहे. म्हणून निर्वाह वेतन सिद्धांत अर्थहीन (चुकीचा) आहे.

८) कार्यक्षमता आणि उत्पादनक्षमतेकडे दुर्लक्ष :

निर्वाह वेतन सिद्धांतावर आणखी एक अशी टीका केली जाते की, या सिद्धांताने कामगारांच्या कार्यक्षमतेकडे किंवा उत्पादनक्षमतेकडे दुर्लक्ष केले आहे. वेतनदर निश्चितीमध्ये कामगारांची कार्यक्षमता किंवा उत्पादनक्षमता अत्यंत महत्त्वाची असते. वेतन दर ठरवताना (कामगारांना वेतन देताना) कामगारांचे मालक कामगारांच्या निर्वाह खर्चाचाच केवळ विचार करत नाहीत तर त्यांच्या कार्यक्षमतेचा किंवा उत्पादनक्षमतेचा सुद्धा विचार करतात. कामगारांची कार्यक्षमता व उत्पादनक्षमता कमी असेल तर कामगारांना कमी वेतन दिले जाते. याउलट जर कामगारांची कार्यक्षमता व उत्पादनक्षमता जास्त असेल तर कामगारांना जास्त वेतन दिले जाते. परंतु त्याचा विचार निर्वाह वेतन सिद्धांतकर्त्यांनी केलेला नाही. ही या सिद्धांतातील मोठी उणीव आहे. समजा एखाद्या कामगाराचा एका दिवसाचा निर्वाह खर्च २०० रुपये असेल आणि तो कामगार दिवसात १५० रुपयांच्या वस्तू तयार करत असेल तर त्या कामगाराला निर्वाह खर्चाचा विचार करून दिवसाला २०० रुपये वेतन देणे परवडणार नाही. कारण तसे केले तर मालकाचा प्रतिदिन ५० रुपयांचा तोटा होईल. कामगाराचा निर्वाह खर्च रोजचा २००

रुपये असेल आणि तो कामगार २५० रुपयांचे उत्पादन करत असेल तर मालक त्या कामगाराला निर्वाह खर्चाएवढे (२०० रुपये) किंवा त्यापेक्षा जास्त वेतन देईल. परंतु या बाबीचा (कामगारांच्या उत्पादनक्षमतेचा) विचार निर्वाह वेतन सिद्धांतात केलेला नाही, ही या सिद्धांतातील मोठी उणीव आहे.

९) वेतनात वाढ झाली की प्रजोत्पादन वाढते हे चूक :

निर्वाह वेतन सिद्धांतात असे म्हटले आहे की, कामगारांच्या वेतनात वाढ झाली की कामगार अधिक अपत्यांना जन्म घालतात. त्यामुळे देशतील एकूण कामगारांचा पुरवठा वाढतो. परंतु असे घडलेले नाही, अशी टीका टीकाकारांनी केली आहे. त्यांच्या मते, कामगारांना निर्वाह खर्चापेक्षा अधिक वेतन दिले तर कामगार अधिक अपत्यांना जन्म घालण्याऐवजी वाढीव वेतनातून आपल्या इतर अपूर्ण राहिलेल्या गरजा पूर्ण करतात. वाढीव वेतनाचा विनियोग वस्तू व सेवांच्या खरेदीसाठी म्हणजे राहणीमानाचा दर्जा उंचावण्यासाठी करतात. अशा प्रकारे टीकाकारांच्या मते, कामगारांच्या निर्वाह वेतनात वाढ झाली की प्रजोत्पादन न वाढता (कामगारांचा पुरवठा न वाढता) कामगारांच्या राहणीमानाचा दर्जा वाढतो. म्हणून वेतनात वाढ झाली की, प्रजोत्पादन (लोकसंख्या) वाढून कामगार पुरवठा वाढतो आणि वेतनाचे दर घटतात हे या सिद्धांताचे प्रतिपादन चुकीचे आहे.

सारांश : अशा प्रकारे या सिद्धांतावर वरीलप्रमाणे काही कडक टीका केल्या असल्या तरी या सिद्धांताचे थोडेफार महत्त्व आजही शिल्लक आहे. कामगारांना त्यांच्या निर्वाह खर्चापेक्षा कमी वेतन दिले तर उपासमार, कुपोषण, मृत्यू यांचे प्रमाण वाढते. कुटुंबाचा आकार फारच लहान होतो. कामगार संख्या कमी होते. कृषी, उद्योगक्षेत्राला पुरेसा मजुर पुरवठा होत नाही. म्हणून कामगारांना निर्वाह खर्चापेक्षा कमी मजुरी देऊ नये. हा महत्त्वाचा विचार या सिद्धांताने जगाला दिला आहे. कामगारांना कमी वेतन मिळू नये यासाठी भारत सरकारने 'किमान वेतन कायदा' सन १९४८ साली केला असून जगातील अनेक देशांनी असे कायदे केले आहेत.

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

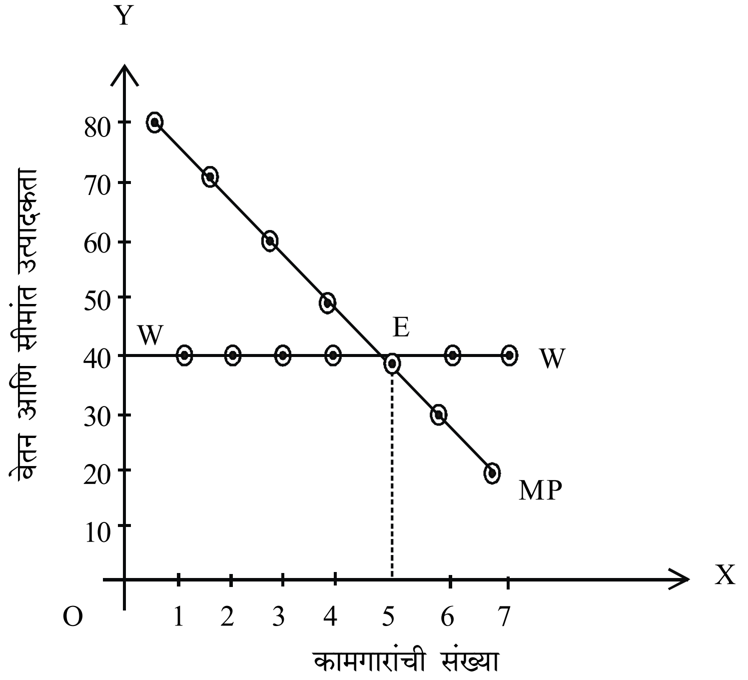
वरील तक्त्यावरून असे दिसते की, पहिल्या, दुसऱ्या, तिसऱ्या आणि चवथ्या श्रमिकाची सीमांत उत्पादकता त्यांना दिल्या जाणाऱ्या मजुरीपेक्षा जास्त आहे. पहिला मजूर ८० रुपयाचे उत्पादन करतो व त्याला ४० रुपये मजुरी दिली जाते. म्हणून पहिल्या मजूरापासून उत्पादकाला (संयोजकाला) ४० रुपये नफा मिळतो. दुसरा मजूर ७० रुपयाचे 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.

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 अर्थतज्ज्ञांनी 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 सिदधांतानुसार 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.**''

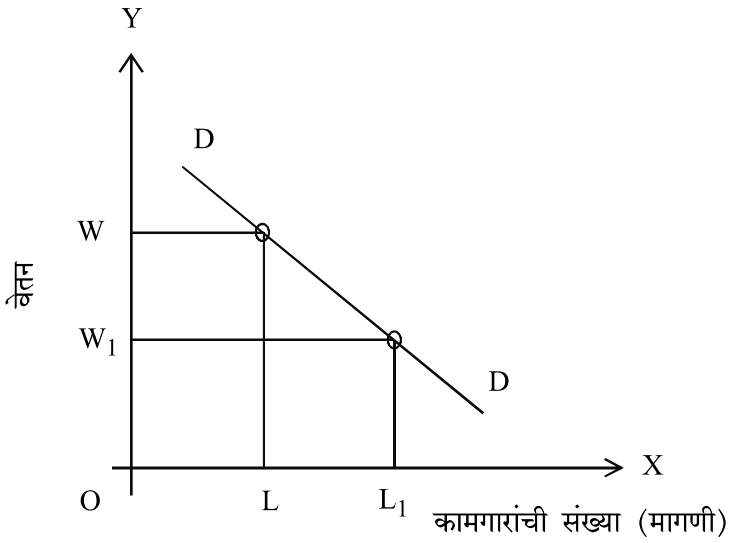
वरील अवतरणावरुन आपल्या असे लक्षात येते की, वेतनाचे दर आणि कामगारांची मागणी यांच्यात व्यस्त (उणे) संबंध असतात. मजुरीचे दर वाढले की उत्पादक कामगारांची मागणी कमी करतात आणि वेतनाचे/मजुरीचे दर घटले की, उत्पादक कामगारांची मागणी वाढवतात. त्यामुळे श्रमाच्या मागणीचा वक्र डावीकडून उजवीकडे खाली येणारा अशा प्रकारचा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

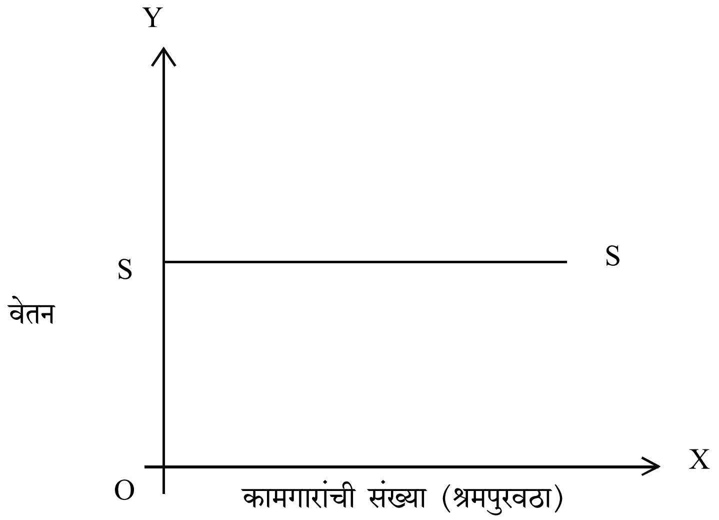
(ब) कामगार कार्यक्षमता : विविध कारणामुळे कामगारांच्या कार्यक्षमतेत वाढ झाली तर कामगारांचा पुरवठा वाढतो आणि कार्यक्षमतेत घट झाली तर कामगारांचा पुरवठा घटतो.

(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.

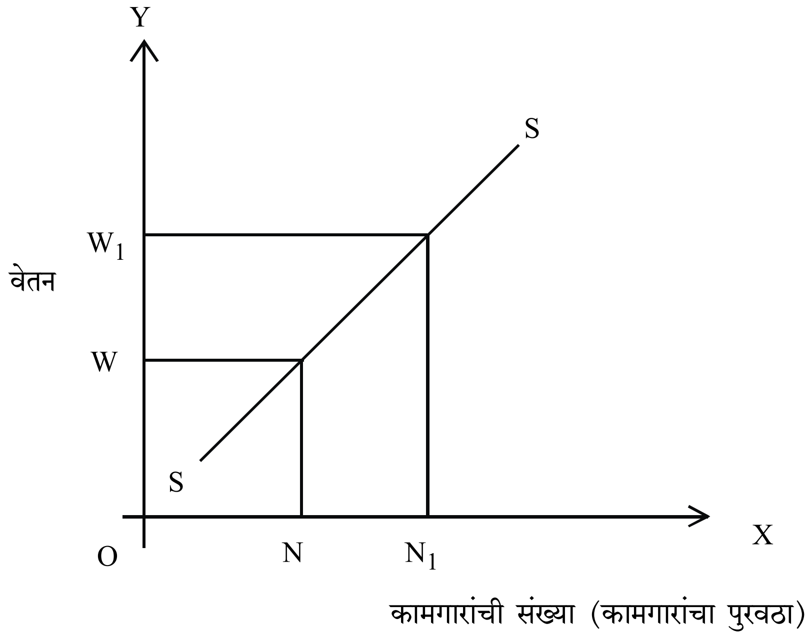
उद्योगधंद्याला होणारा श्रमपुरवठा

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

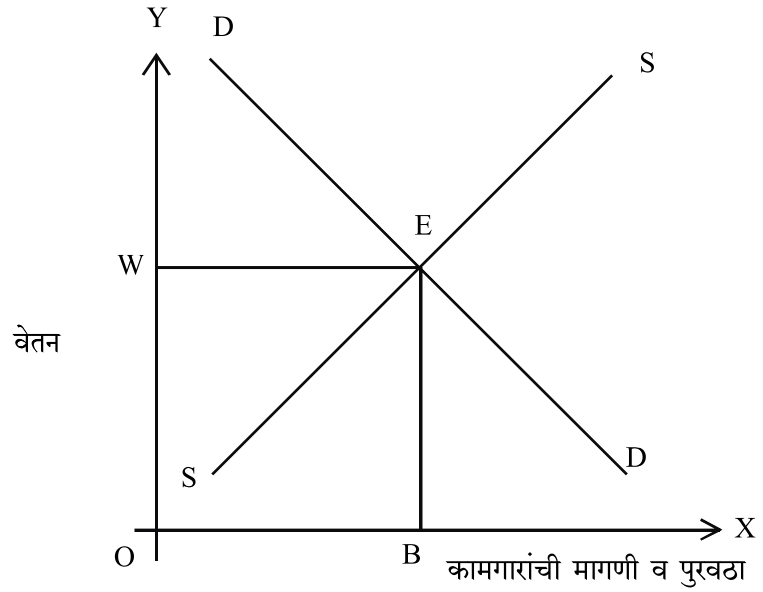
मजुरीचे दर	कामगारांची मागणी	कामगारांचा पुरवठा
४००	५००	९००
३००	६००	८००
२००	७००	७००
१००	८००	६००
५०	९००	५००

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.

४.२.३ खंड आणि खंडाचे सिद्धांत :

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.

खंडाचे सिद्धांत :

खंड कसा ठरतो? हे समजून घेण्यासाठी खंडाचे सिद्धांत अभ्यासावे लागतात. ते सिद्धांत खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१) 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 पूर्वीपेक्षा 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 :-

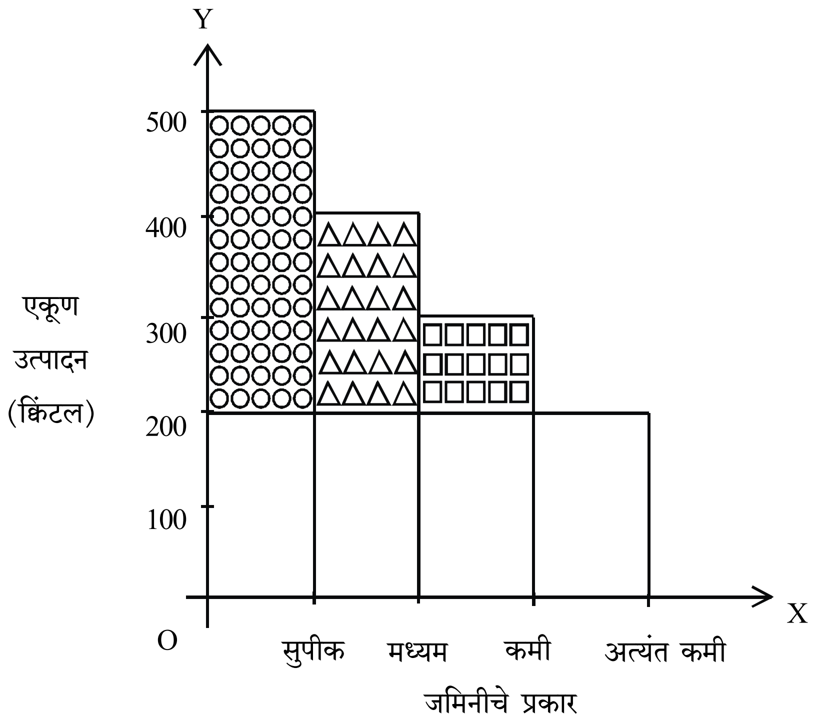
खालील तक्त्यात विविध प्रकारच्या शेतजमिनींना (सीमांत जमीन सोडून) खंड कसा मिळतो, ते स्पष्ट केले आहे. या उदाहरणात सर्व प्रकारच्या शेतजमिनींचे क्षेत्रफळ १ एकर आहे असे गृहीत धरले आहे. तसेच भांडवल श्रम गुणोत्तर १:१० आहे असे गृहीत धरले आहे. आणि सर्व प्रकारच्या शेतजमिनींचा उत्पादन खर्च सारखाच आहे (२५००) असे 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. पंरतु 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.

२) खंडाचा आधुनिक सिद्धांत :

प्रास्ताविक :

प्रा. डॉ. मार्शल, मिसेस जोन रॉबिन्सन्, प्रा. बेनहॅम, प्रा. वॉकर इत्यादींनी खंडविषयक जे विचार मांडले आहेत, त्यास खंडाचा आधुनिक सिद्धांत असे म्हणतात. या अर्थतज्ज्ञांना रिकार्डो यांचा खंडाचा सिद्धांत मान्य नाही. रिकार्डो यांनी जमिनीच्या गुणभिन्नतेमुळे खंड निर्माण होतो असे म्हटले आहे. तर आधुनिक अर्थतज्ज्ञांच्या मते, जमिनीच्या दुर्मिळतेमुळे खंडाची निर्मिती होते. म्हणून या सिद्धांताला '**दुर्मिळता खंड सिद्धांत**' (Scarcity Theory of Rent) असेही म्हणतात.

सर्व घटकांना खंड :

रिकार्डो यांनी आपल्या खंडाच्या सिद्धांतात खंड केवळ जमिनीलाच मिळतो असे म्हटले आहे. तर खंडाच्या आधुनिक सिद्धांतानुसार खंड केवळ जमिनीलाच मिळत नाही. तर उत्पादनाच्या सर्व घटकांना खंड मिळतो. त्याचे कारण आधुनिक अर्थतज्ज्ञांनी खालील शब्दात दिले आहे.

''जमिनीच्या अंगी जशी गुणभिन्नता हा गुणधर्म असतो तसा गुणधर्म सर्व उत्पादन घटकांच्या अंगी असतो. म्हणून खंड केवळ जमिनीलाच मिळत नाही तर श्रम, भांडवल, संयोजन इत्यादी सर्व घटकांना खंड मिळतो.''

उदाहरणार्थ, 'श्रम' या उत्पादन घटकाचा विचार केला तर सर्व श्रमिक एकसारखे किंवा एकजिनसी नसतात. एक श्रमिक दुसऱ्या श्रमिकापेक्षा जास्त कार्यक्षम किंवा गुणवान असतो. तसेच एक संयोजक दुसऱ्या संयोजकापेक्षा अधिक कुशल, साहसी, हुषार असतो. म्हणून सुपीक जमिनीला जसा खंड मिळतो तसाच कार्यक्षम श्रमिकानाही मिळतो. तसेच सुपीक जमिनीप्रमाणे हुशार किंवा धाडसी संयोजकांनाही खंड मिळतो.

दुर्मिळतेमुळे खंडाची निर्मिती :

खंडाच्या आधुनिक सिद्धांतानुसार उत्पादन घटकांच्या दुर्मिळतेमुळे खंड निर्माण होतो. या सिद्धांतानुसार खंड म्हणजे काय? ते खालील शब्दांत स्पष्ट केले आहे.

''उत्पादन घटकांच्या पुरवठ्यापेक्षा त्यांची मागणी वाढली तर त्या उत्पादन घटकांची किंमत वाढते व ती जादा किंमत म्हणजेच त्या उत्पादन घटकांचा खंड होय.''

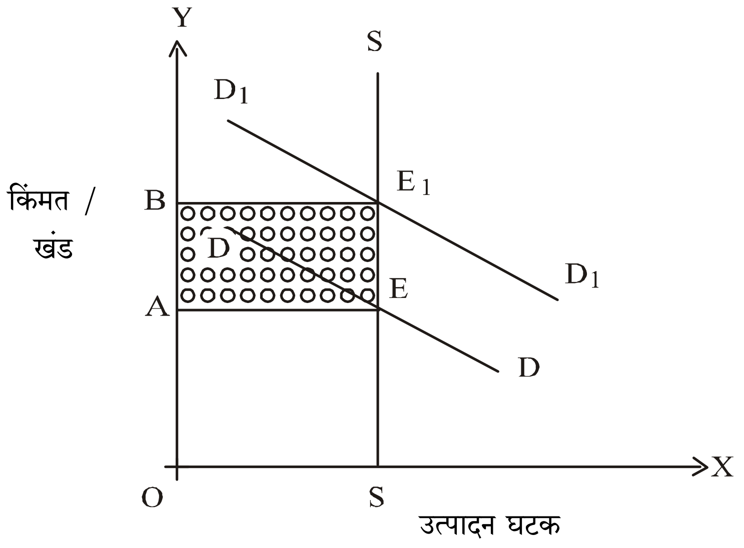
याचा अर्थ उत्पादन घटकांचा पुरवठा त्यांच्या मागणीपेक्षा कमी किंवा मर्यादित असेल तर खंडांची निर्मिती होते. कारण अल्पकाळात उत्पादन घटकांची मागणी वाढली तरी पुरवठा वाढवता येत नाही. त्यामुळे उत्पादन घटकांचे मालक आपल्या किंमती किंवा मोबदले वाढवतात. जेवढ्या किंमती किंवा मोबदले वाढवतात तेवढा खंड होय.

खंडाच्या आधुनिक सिद्धांतानुसार सर्व जमीन गुणवत्तेने सारखीच असली तरी जमिनीला खंड मिळतो. उदाहरणार्थ, एखाद्या देशात सर्व जमीन सारख्याच प्रतीची आहे. परंतु देशाची लोकसंख्या वाढली तर अन्नधान्याची मागणीही वाढेल. त्यामुळे शेती करण्यासाठी जमिनीची मागणीही वाढेल. त्यामुळे अन्नधान्याच्या किंमती वाढतील. त्यामुळे जमिनीला खंड मिळेल. त्याचप्रमाणे अल्पकाळात श्रम, भांडवल आणि संयोजन

इत्यादी घटकांच्या पुरवठ्यापेक्षा त्यांची मागणी वाढली तर त्यांच्या किंमती किंवा मोबदले वाढतात. या जादा किंमतींना किंवा मोबदल्यानांच खंड असे म्हणतात.

आकृती (Diagram) **:**

खालील आकृतीत अल्पकाळात उत्पादन घटकांची मागणी वाढली की त्या उत्पादन घटकांना खंड कसा मिळतो, ते स्पष्ट केले आहे.



वरील आकृतीत OX अक्षावर भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन हे उत्पादनाचे घटक दर्शविले आहेत. तर OY अक्षावर उत्पादन घटकांची किंमत दर्शविली आहे. SS हा उत्पादन घटकांच्या पुरवठ्याचा वक्र असून अल्पकाळात उत्पादन घटकांचा पुरवठा अलवचिक असल्याने तो OY अक्षाला समांतर दर्शवला आहे. DD आणि D_1D_1 हे उत्पादन घटकांच्या मागणीचे वक्र आहेत.

DD हा उत्पादन घटकांच्या मागणीचा वक्र आणि SS हा उत्पादन घटकांच्या पुरवठ्याचा वक्र एकमेकांना E बिंदूत छेदतात. म्हणून E हा समतोल बिंदू होय. त्यामुळे उत्पादन घटकाच्या एका मात्रेची किंमत OA इतकी निश्चित होते. उत्पादन घटकांच्या O ते S मात्रांना एकूण OAES या चौकोनाएवढा मोबदला मिळतो.

$D_1 D_1$ हा वक्र उत्पादन घटकांच्या मागणीत झालेली वाढ दर्शवितो. हा वक्र SS या मूळच्या उत्पादन घटकांच्या पुरवठा वक्राला E_1 या बिंदूत छेदतो. त्यामुळे नवीन समतोल E_1 बिंदूत प्रस्थापित होतो. त्यामुळे उत्पादन घटकांच्या एका मात्रेला O ते B एवढी किंमत मिळते. DD इतकी मागणी असताना O ते A एवढी किंमत मिळत होती. आता मागणी वाढल्याने A ते B एवढी जादा किंमत मिळते. त्यालाच उत्पादन घटकाचा खंड असे म्हणतात. उत्पादन घटकांच्या O ते S एवढ्या मात्रांना ABE_1E एवढी जादा किंमत मिळते. ही जादा किंमत म्हणजेच उत्पादन घटकांचा खंड होय. हा खंड वरील आकृतीत 000000 या चिन्हांनी दर्शविला आहे.

बदली उत्पन्न / बदली किंमत (Transfer Earning) **:**

खंडाच्या आधुनिक सिद्धांतामध्ये बदली उत्पन्नाची संकल्पना महत्त्वाची मानली जाते. मिसेस जोन राबिन्सन् यांनी ही संकल्पना मांडली आहे.

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

उदाहरणार्थ, एखाद्या उत्पादन घटकाला सध्या कापड उद्योगात २००० रुपये मिळत असतील आणि तो उत्पादन घटक साखर उद्योगात गेला आणि तेथे त्याला ३००० रुपये मिळू लागले तर १००० रुपये हा त्या उत्पादन घटकाचा खंड होय.

३) 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.''

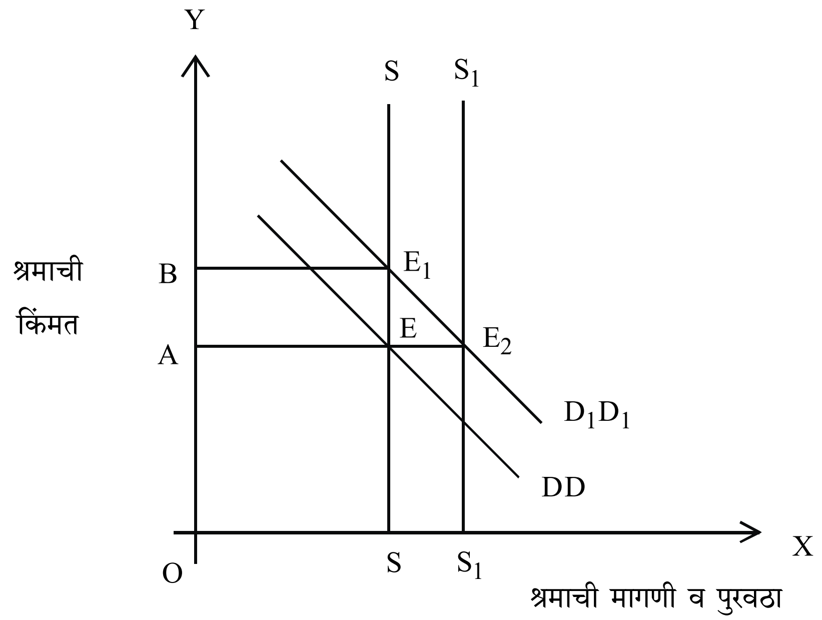
भूमी किंवा जमीन या उत्पादन घटकाला अल्पकाळात आणि दीर्घकाळात सुद्धा खंड मिळतो. कारण भूमीचा पुरवठा अल्पकाळात आणि दीर्घकाळात सुद्धा स्थिर किंवा अलवचिक असतो. परंतु भूमी व्यतिरिक्त उत्पादनाच्या इतर घटकांचा पुरवठा अल्पकाळात अलवचिक असतो आणि दीर्घकाळात लवचिक असतो. श्रम, भांडवल, संयोजन, यंत्रसामग्री आणि इतर मानवनिर्मित 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.

४.२.४ **व्याज आणि व्याजाचे सिद्धांत** (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.

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

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.

व्याजाचे सिद्धांत :

व्याजाचे काही प्रमुख सिद्धांत खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१) व्याजाचा सनातन सिद्धांत (Classical Theory of Interest) :-

प्रास्ताविक :-

व्याजाच्या सनातन सिद्धांतालाच 'व्याजाचा परंपरागत सिद्धांत' 'व्याजाचा बचत गुंतवणूक सिद्धांत' 'व्याजाचा वास्तविक सिद्धांत', 'भांडवलाच्या मागणी-पुरवठ्याचा सिद्धांत', 'व्याजाचा अभिमतपंथी सिद्धांत' असेही म्हणतात. व्याजाच्या सनातन सिद्धांताची मांडणी विविध अर्थतज्ज्ञांनी केली असून त्यामध्ये प्रा. मार्शल, प्रा. ए. सी. पिगू, प्रा. रिकार्डो, वॉलरस, कॅसल, टॉसिंग, प्रा. नाईट इत्यादी अर्थतज्ज्ञांचा 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.

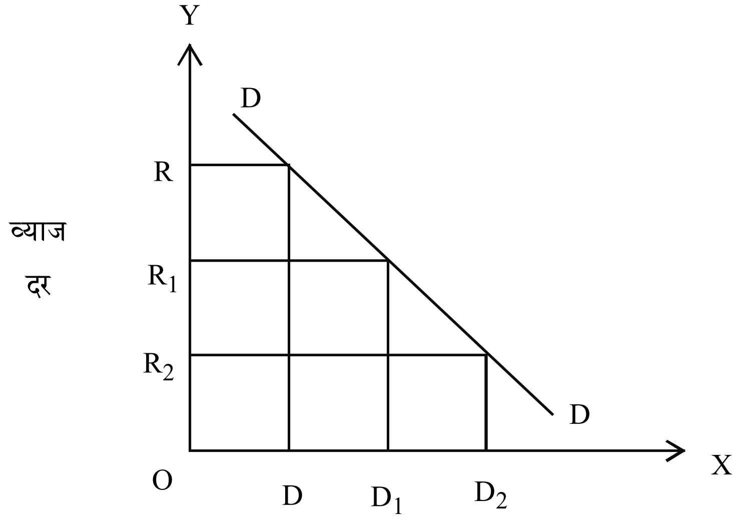
''व्याजाच्या दरात वाढ झाली की भांडवलाची मागणी कमी होते आणि व्याजाच्या दरात घट झाली की भांडवलाच्या मागणीत वाढ होते.''

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.



भांडवलाची मागणी

वरील आकृतीत OX या अक्षावर भांडवलाची मागणी दर्शविली आहे आणि OY या अक्षावर भांडवलाची किंशमीत (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

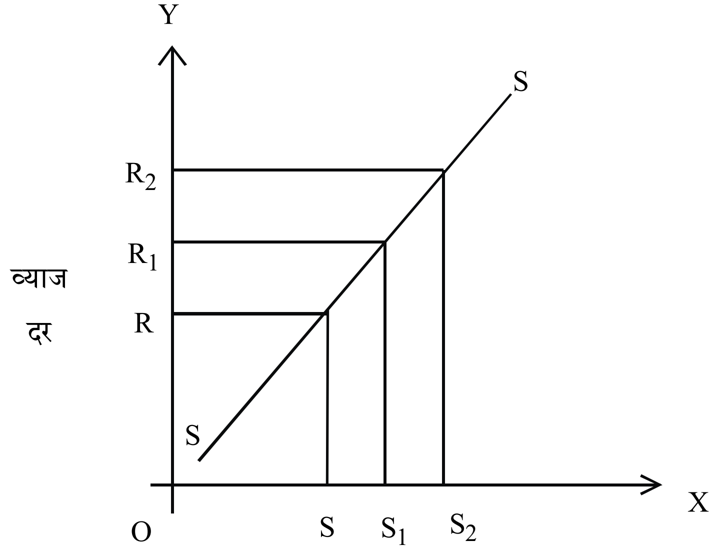
वरील सूत्राचा अर्थ खालील शब्दात स्पष्ट केला आहे.

‘‘**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

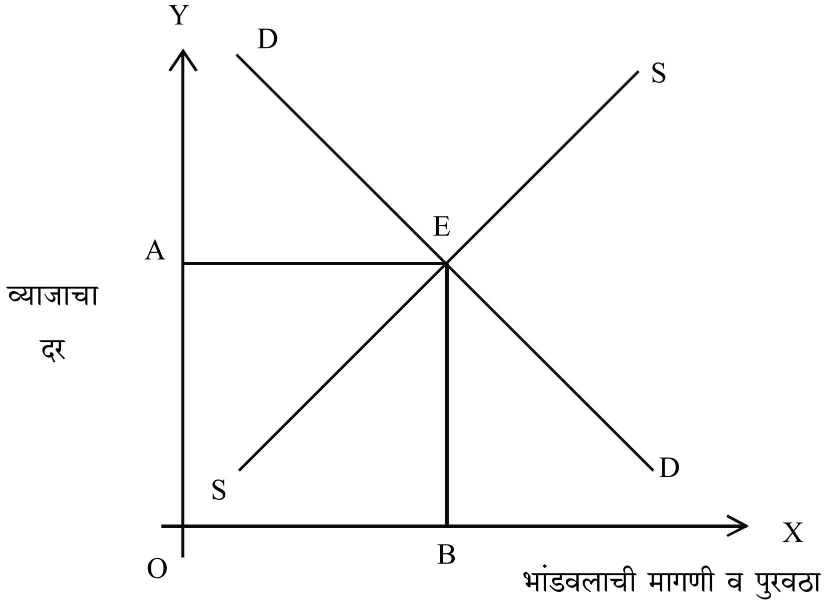
वरील तक्त्यावरून आपल्या असे लक्षात येते की, ८% व्याज दराला भांडवलाची मागणी ३०० कोठी रूपये आहे आणि भांडवलाचा पुरवठा सुद्धा ३०० कोटी रुपये इतकाच आहे. म्हणून व्याजाचा दर ८% एवढा निश्चित होतो.

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.

२) **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.''

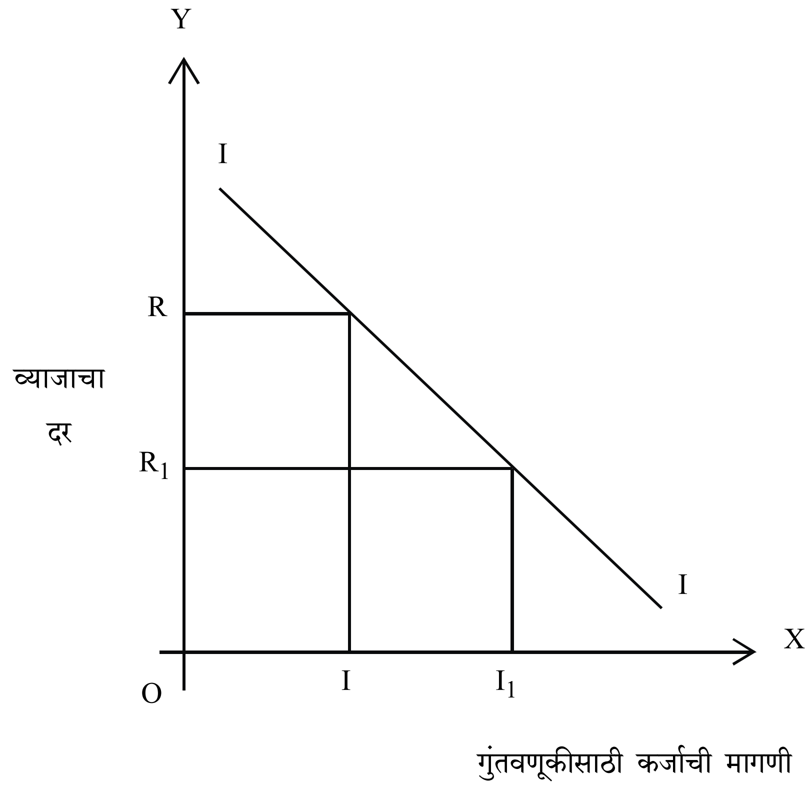
कर्जाऊ रकमेला खालील कारणासाठी मागणी असते.

(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.



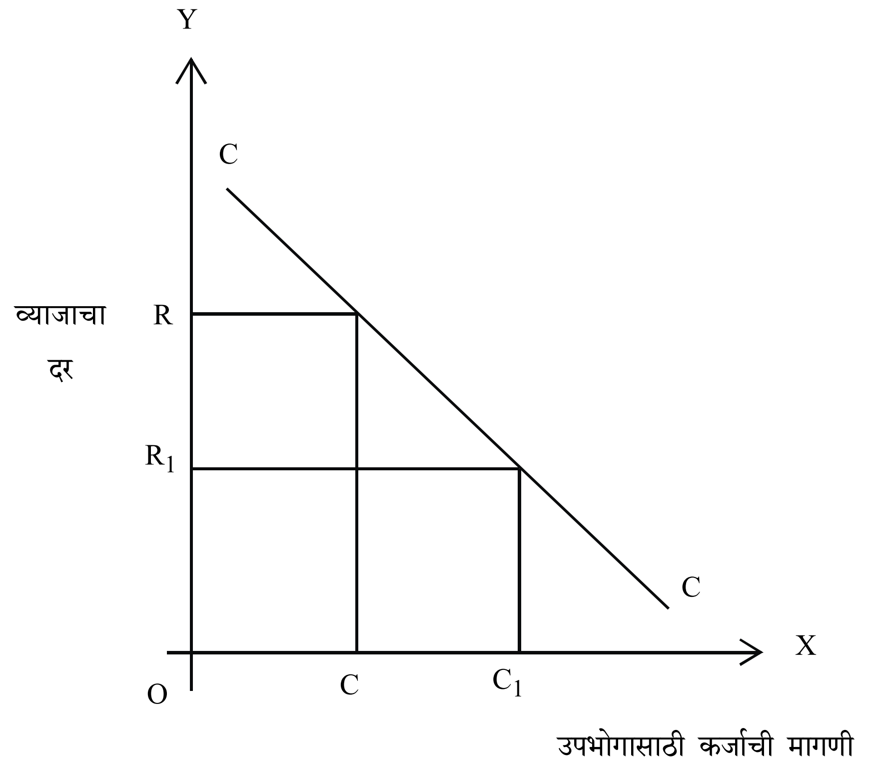
वरील आकृतीत OX अक्षावर गुंतवणूकीसाठी कर्जाची मागणी दर्शविली आहे. OY अक्षावर व्याजाचा दर दर्शविला आहे. व्याजाचा दर OR असताना गुंतवणूकीसाठी कर्जाला मागणी OI एवढी आहे. व्याजदर OR वरून OR_1 एवढा घटला असतो. गुंतवणूकीसाठी कर्जाला मागणी OI वरून OI_1 एवढी वाढली आहे. II हा गुंतवणूकीसाई कर्जाला असलेल्या मागणीचा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



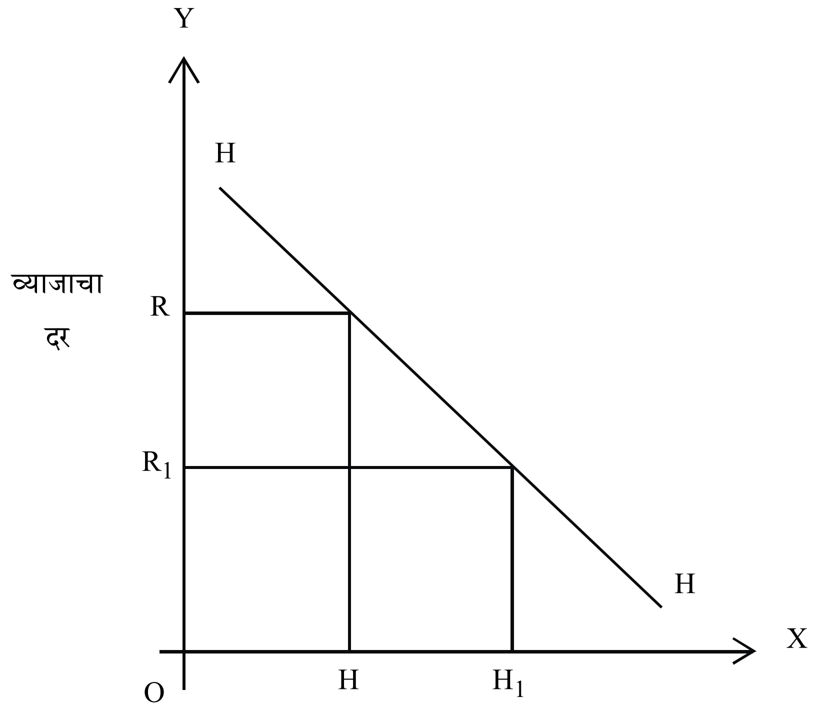
वरील आकृतीत OX अक्षावर उपभोगासाठी कर्जाला असलेली मागणी दर्शवली आहे. OY अक्षावर व्याजदर दर्शवला आहे. CC हा उपभोगासाठी कर्जाला असलेल्या मागणीचा वक्र आहे. व्याजाचा दर OR एवढा असताना उपभोगासाठी कर्जाला असलेली मागणी OC एवढी आहे. व्याजदर OR वरून OR_1 एवढा कमी झाला असता उपभोगासाठी लोकांची कर्जाला असलेली मागणी 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.**''

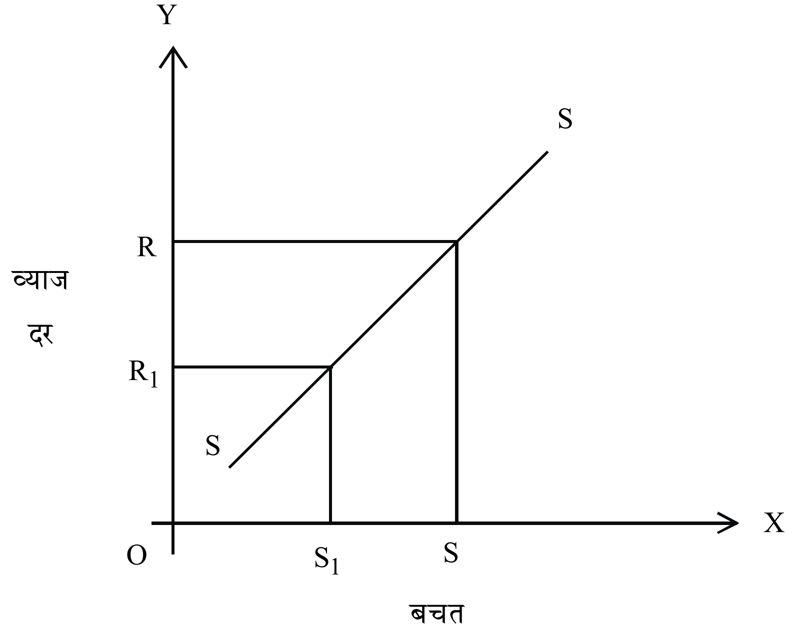
कर्जाऊ रकमेचा पुरवठा खालील घटकावर अवलंबून असतो.

(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.



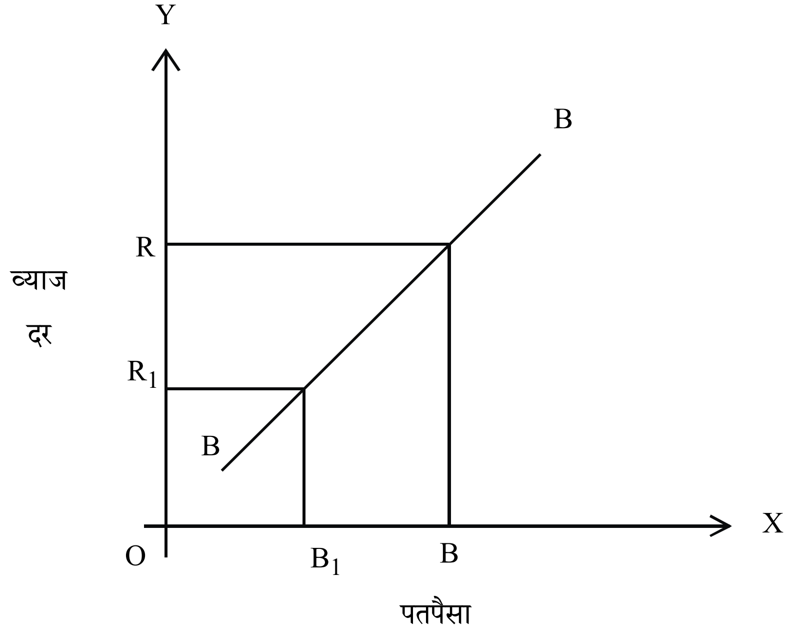
वरील आकृतीत OX अक्षावर बचत दर्शवली आहे. OY अक्षावर व्याजदर दर्शवला आहे. SS हा बचतीचा वक्र आहे. व्याजदर OR एवढा असताना बचत OS एवढी आहे. व्याजदर OR वरुन OR_1 एवढा घटला असताना बचत OS वरून OS_1 एवढी घटते. म्हणून बचतीचा वक्र SS हा वक्र खालून वरती जाताना दिसतो.

(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.



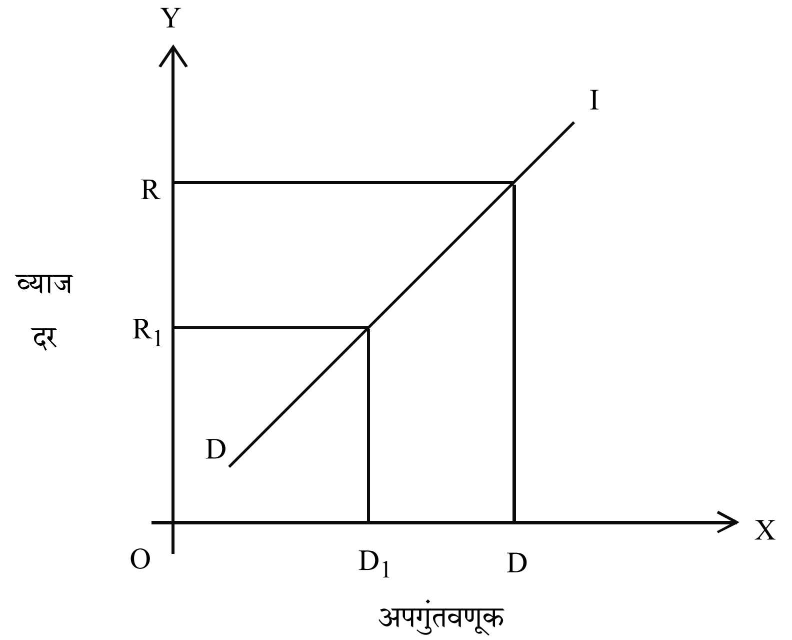
वरील आकृतीत OX अक्षावर पतपैशाचा पुरवठा दर्शवला आहे. OY अक्षावर व्याजदर दर्शवला आहे. व्याजदर OR एवढा असताना बँक पैशाचा (पतपैशाचा) पुरवठा OB एवढा आहे. व्याजदर OR वरून OR_1 एवढा घटला असता बँकांची पतनिर्मिती OB वरून OB_1 एवढी घटल्याचे दिसते.

(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.



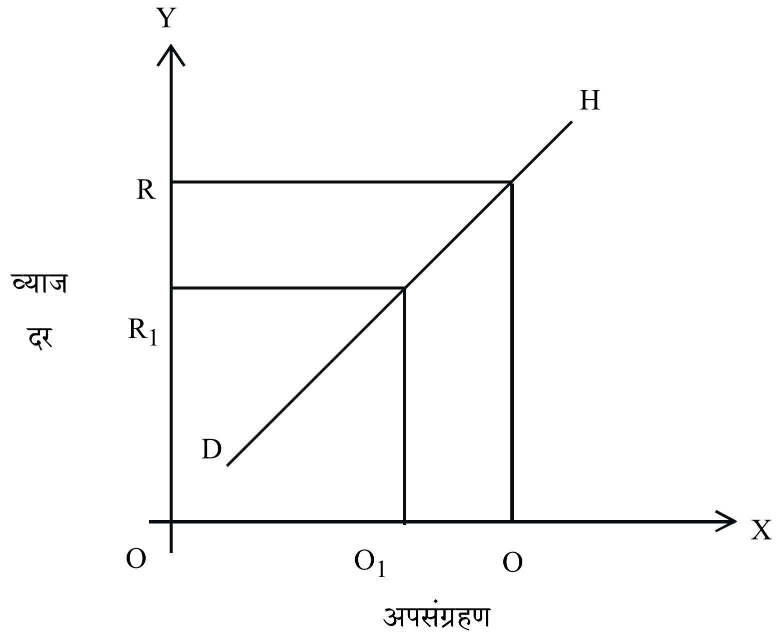
वरील आकृतीवरून असते दिसते की, व्याजाचा दर OR एवढा असताना अपगुंतवणूकीद्वारे होणारा कर्जपुरवठा OD एवढा आहे आणि व्याजदर OR वरुन OR_1 एवढा घटल्यानंतर अपगुंतवणूकीद्वारे होणारा कर्जपुरवठा OD वरुन OD_1 एवढा घटला आहे. DI हा अपगुंतवणूकीद्वारे होणाऱ्या कर्जाऊ रकमेच्या पुरवठ्याचा वक्र आहे.

(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)

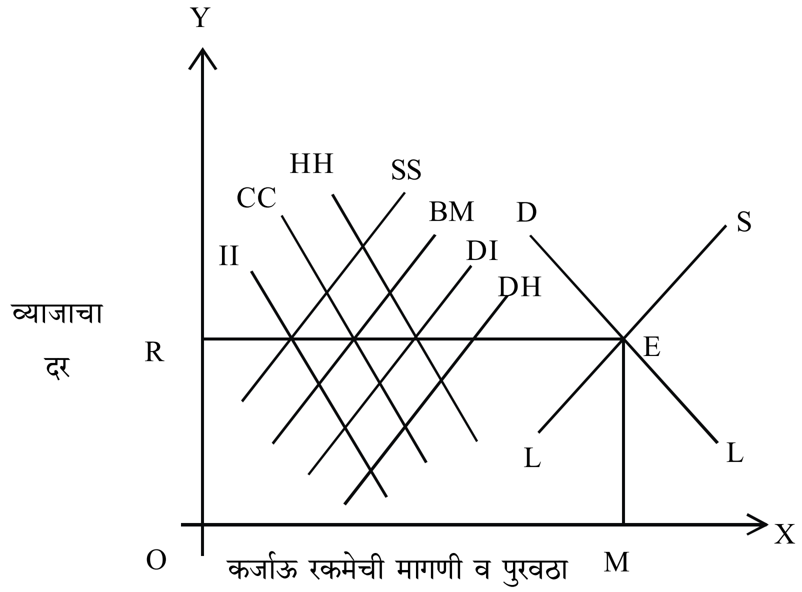
D H = अपसंग्रहण (Dishoarding)

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. अाणि 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.

३) व्याजाचा रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती सिद्धांत (Liquidity Preference Theory of Interest) :

प्रास्ताविक :

व्याजाचा रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती सिद्धांत हा प्रा. जे. एम. केन्स यांनी मांडला आहे. या सिद्धांतास 'रोखता अभिलाषा सिद्धांत' असेही म्हणतात. केन्स यांनी सन १९३६ मध्ये प्रसिद्ध केलेल्या 'रोजगार, व्याज आणि पैसाविषयक सर्वसाधारण सिद्धांत' या पुस्तकात व्याजाचा दर कसा ठरतो यासंदर्भात विवेचन केले आहे. केन्स यांनी व्याजाची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''**विशिष्ट काळासाठी रोखतेचा त्याग केल्याबद्दल मिळणारा मोबदला किंवा बक्षीस म्हणजे व्याज होय.**'' (Interest is the reward for parting with liquidity for the specific period.)

पैशामध्ये रोखता किंवा द्रवता हा गुणधर्म असतो. पैशालाच भांडवल असे म्हणतात. ज्यांच्याजवळ पैसा असतो ते लोक इतरांना आपला पैसा काही काळासाठी देत असतात. जेवढ्या काळासाठी ते हा पैसा देत असतात तेवढा काळ त्यांना गैरसोय सहन करावी लागते. म्हणजे पैसा परत येईपर्यंत त्यांना स्वत:च्या पैशाचा उपभोग घेता येत नाही. अशा प्रकारे उद्योग व्यवसायासाठी पैसा किंवा भांडवल पुरवणारे लोक काही काळासाठी रोख पैशाचा (रोखतेचा) त्याग करत असतात. त्याबद्दल त्यांना 'बक्षीस' म्हणून जी रक्कम मिळते त्या रकमेला प्रा. केन्स व्याज असे म्हणतात. अशा प्रकारे रोख पैशाचा त्याग करणाऱ्यांना (आपले भांडवल दुसऱ्यांना पुरवणाऱ्यांना) व्याज दिलेच पाहिजे. किंवा काहीतरी जादा रक्कम बक्षीस म्हणून दिलीच पाहिजे. त्याशिवाय म्हणजे व्याज दिल्याशिवाय लोक रोख पैशाचा त्याग करणार नाहीत. म्हणजेच उत्पादकांना पैसा किंवा भांडवल पुरवणार नाहीत. अशा प्रकारे आपला पैसा इतरांना देणारे लोक काही काळासाठी रोखतेचा त्याग करत असतात. म्हणजेच दिलेला पैसा परत येईपर्यंत गैरसोय सहन करत असतात. त्याबद्दल त्यांना जो मोबदला मिळतो त्या मोबदल्यास बक्षीस किंवा व्याज असे म्हणतात. पैसा (भांडवल) पुरवणाऱ्यांना बक्षीस म्हणजेच व्याज दिलेच पाहिजे. कारण त्याशिवाय ते व्यावसायिकांना आपला पैसा देणार नाहीत. म्हणून प्रा. केन्स यांनी रोख रकमेचा त्याग केल्याबद्दल भांडवलाच्या मालकांना दिले जाणारे बक्षीस म्हणजे व्याज असे म्हटले आहे.

रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती म्हणजे काय?

प्रा. केन्स यांनी आपल्या व्याजाच्या किंवा रोजगाराच्या सिद्धांतात 'रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती' (Liquidity Preference) या संकल्पनेला विशेष महत्त्व दिले आहे. रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती म्हणजे लोकांची रोख पैसे जवळ बाळगण्याची प्रवृत्ती होय. यालाच पैशाची मागणी किंवा रोख पैशाची मागणी असेही म्हणतात.

व्याजाचा दर कसा ठरतो?

प्रा. केन्स यांनी आपल्या सिद्धांतात व्याजदर निश्चितीमध्ये पैशाची मागणी आणि पैशाचा पुरवठा हे दोन घटक महत्त्वाचे असतात असे म्हटले आहे. प्रा. केन्स यांच्या मते, पैशाची मागणी आणि पैशाचा पुरवठा यांच्या समतोलातून व्याजाचा दर ठरतो. पैशाची मागणी म्हणजे लोकांची रोख रक्कम जवळ बाळगण्याची प्रवृत्ती होय. आणि अर्थव्यवस्थेत चलनात असलेला एकूण पैसा म्हणजे पैशाचा पुरवठा होय. पैशाची मागणी, पैशाचा पुरवठा हे मौद्रिक किंवा चलनविषयक घटक असून त्या घटकांचा विचार प्रा. केन्स यांनी आपल्या सिद्धांतात केलेला असल्याने या सिद्धांतास **'व्याजाचा मुद्राविषयक सिद्धांत' (Monetary Theory of Interest)** असेही म्हणतात. प्रा. केन्स यांनी 'व्याज ही पूर्णत: चलनविषयक घटना आहे.' असे म्हटले आहे. (According to Prof. Keynes, "Interest is a purely Monetary phenomenon.")

पैशाची मागणी (Demand for Money) **:**

लोक विविध कारणासाठी रोकड किंवा रोख रक्कम जवळ बाळगत असतात. म्हणजेच विविध कारणासाठी

पैशाची मागणी करत असतात. लोकांची रोख पैसा जवळ बाळगण्याची प्रवृत्ती म्हणजे पैशाची मागणी होय. दैनंदिन गरजा पूर्ण करण्यासाठी, भविष्यकालीन तरतुदीसाठी लोकांना रोख पैशाची गरज लागते. तर काही लोकांना सट्टेबाजीचे व्यवहार करावयाचे असतात. त्यासाठी ते रोख पैशाची मागणी करत असतात. रोख पैशाच्या मागणीची कारणे म्हणजेच रोकड प्राधान्य प्रवृत्तीचे हेतू प्रा. केन्स यांनी खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१) दैनंदिन व्यवहार हेतू (Transactions Motive) **:**

दैनंदिन व्यवहार हेतूलाच 'खरेदी हेतू' किंवा विनिमय हेतू' असेही म्हणतात. दैनंदिन गरजा पूर्ण करण्यासाठी प्रत्येक व्यक्तीला काही रक्कम रोख स्वरूपात जवळ बाळगावी लागते. किराणा सामान, दूध, भाजी, वृत्तपत्रे, प्रवास यासाठी रोख रक्कम जवळ ठेवावी लागते. दैनंदिन व्यवहार हेतूसाठी जी रोख रक्कम जवळ बाळगली जाते तिच व्याजदराशी काही संबंध नसतो. तर **दैनंदिन व्यवहार हेतूने केली जाणारी पैशाची मागणी ही उत्पन्नावर अवलंबून असते.** व्यक्तीचे उत्पन्न जितके जास्त तितकी दैनंदिन व्यवहार हेतूसाठी जास्त पैशाची मागणी केली जाते. खालील सूत्राद्वारे हे स्पष्ट केले आहे.

$$\mathbf{Tm = f(Y)}$$

Tm = दैनंदिन व्यवहार हेतूसाठी पैशाची मागणी

Y = उत्पन्न

f = फलन / कार्य

२) दक्षता हेतू (Precautionary Motive) **:**

दक्षता हेतूलाच 'तरतूदीचा हेतू' असेही म्हणतात. सामान्य व्यक्ती आणि उद्योगसंस्थांचे मालक भविष्यकालीन संकटांना तोंड देता यावे यासाठी रोख पैशाची तरतूद करून ठेवत असतात. व्यक्तीला मुला-मुलींची लग्ने, वृद्धापकाळ, आजारपण इत्यादीसाठी रोख पैशाची गरज असते. तर उत्पादकांना आग, चोरी, अपघात इत्यादी संकटांना तोंड देता यावे यासाठी रोख पैशाची आवश्यकता असते. दक्षता हेतूने केली जाणारी पैशाची मागणी ही व्याज दराशी संबंधित नसते. तर ती उत्पन्नावर अवलंबून असते. लोकांचे उत्पन्न जितके जास्त तितकी दक्षता हेतूसाठी केली जाणारी पैशाची मागणी जास्त प्रमाणात असते. खालील सूत्राद्वारे हे स्पष्ट केले आहे.

$$\mathbf{Pm = f(Y)}$$

Pm = दक्षता हेतूने केली जाणारी पैशाची मागणी

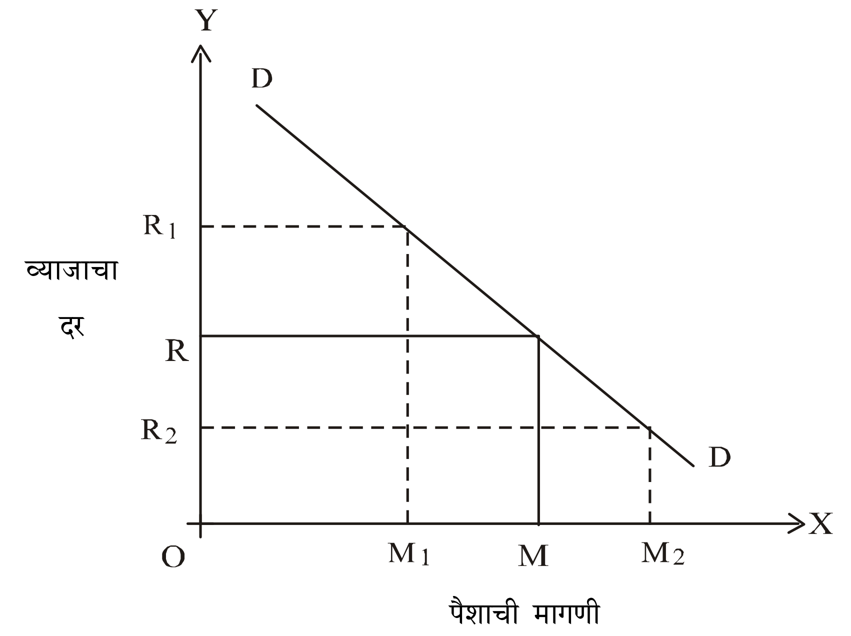
Y = उत्पन्न

f = फलन / कार्य

३) सट्टेबाजीचा हेतू (Speculative Motive) **:**

सट्टेबाजीच्या हेतूलाच 'परिकल्पन हेतू' असेही म्हणतात. वस्तू आणि शेअर्स यांच्या किंमती कमी असताना मोठ्या प्रमाणात खरेदी करणे म्हणजे साठेबाजी होय आणि वस्तू व शेअर्स यांच्या किंमती वाढल्यानंतर त्यांची विक्री करून भरपूर नफा मिळवणे याला सट्टेबाजी म्हणतात. अशी सट्टेबाजी करण्यासाठी काही लोक पैशाची मागणी करत असतात. **सट्टेबाजीसाठी असणारी पैशाची मागणी ही व्याजदरावर अवलंबून असते.** व्याज दरात वाढ झाली की सट्टेबाजीच्या हेतूने केली जाणारी पैशाची मागणी कमी होते आणि व्याजदरात घट झाली की सट्टेबाजीसाठी पैशाची मागणी वाढते.

खालील आकृतीत हे स्पष्ट केले आहे.



वरील आकृतीत OX या अक्षावर रोख पैशाची मागणी दर्शवली आहे. OY या अक्षावर व्याजाचा दर दर्शवला आहे. DD हा रोख पैशाच्या मागणीचा वक्र असून याला रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती वक्र असे म्हणतात. वरील आकृतीत व्याजाचा दर OR एवढा असताना लोकांची सट्टेबाजीसाठी असणारी पैशाची मागणी OM एवढी दिसते. व्याजाचा दर OR वरून OR_1 एवढा वाढला की लोकांची रोख पैशाची मागणी (रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती) OM वरून OM_1 एवढी कमी झाल्याचे दिसते. व्याजाचा दर R ते R_1 एवढा वाढल्याने रोख पैशाची मागणी M ते M_1 एवढी घटल्याचे वरील आकृतीत दिसते. DD हा पैशाच्या मागणीचा वक्र (रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती वक्र) वरून खाली येतो. कारण व्याजदरात घट झाली की सट्टेबाजीसाठी लोकांची असलेली रोख पैशाची

मागणी वाढते. व्याजाचा दर OR वरून OR_2 एवढा घटला असता सट्टेबाजीसाठी रोख पैशाची मागणी OM वरून OM_2 अशी वाढते. व्याज दरात R ते R_2 अशी घट झाल्यामुळे सट्टेबाजीसाठी रोख पैशाची मागणी M ते M_2 अशी वाढलेली दिसते.

खालील सूत्राद्वारे सट्टेबाजीच्या हेतूने केली जाणारी पैशाची मागणी ही व्याजदरावर अवलंबून असते हे स्पष्ट केले आहे.

$$\mathbf{Sm = f(r)}$$

Sm = Speculative Motive - सट्टेबाजीसाठी केली जाणारी पैशाची मागणी

f = Function फलन

r = Rate of Interest व्याजाचा दर

पैशाची एकूण मागणी :

प्रा. केन्स यांच्या मते, लोकांची रोख पैशाची मागणी ही (अ) दैनंदिन व्यवहार हेतू (ब) दक्षता हेतू आणि (क) सट्टेबाजीचा हेतू या तीन हेतूसाठी असते. खालील सूत्राने हे स्पष्ट केले आहे.

$$\mathbf{Dm = f\ (Tm + Pm + Sm)}$$

Dm = पैशाची मागणी / रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती

f = फलन / कार्य

Tm = दैनंदिन व्यवहार हेतूने केली जाणारी पैशाची मागणी

Pm = दक्षता हेतूने केली जाणारी पैशाची मागणी

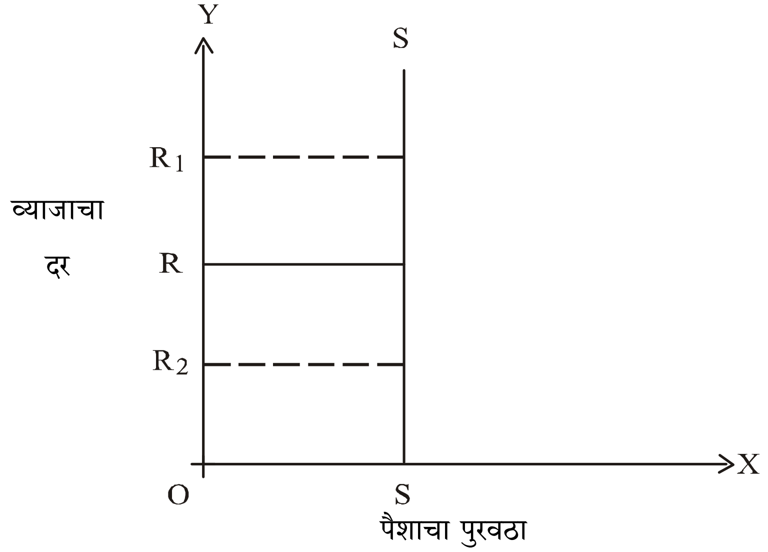
Sm = सट्टेबाजीच्या हेतूने केली जाणारी पैशाची मागणी

पैशाची एकूण मागणी = दैनंदिन व्यवहारासाठी पैशाची मागणी + दक्षता हेतूसाठी पैशाची मागणी + सट्टेबाजीसाठी पैशाची मागणी

पैशाचा पुरवठा :

प्रा. केन्स यांनी आपल्या व्याजाच्या सिद्धांतात पैशाच्या मागणीबरोबरच पैशाचा पुरवठा या घटकाचाही विचार केला आहे. पैशाचा पुरवठा म्हणजे विशिष्ट काळात देशातील लोकांच्याजवळ असलेला पैसा होय. देशाच्या मध्यवर्ती बँकेच्या धोरणावर पैशाचा पुरवठा अवलंबून असतो. सरकारच्या वतीने देशाची मध्यवर्ती

बँक चलन निर्मिती करत असते. अल्पकाळात पैशाचा पुरवठा स्थिर असतो. व्याजदरातील बदलांचा पैशाच्या पुरवठ्यावर परिणाम होत नाही. व्याजदरात वाढ झाली किंवा घट झाली तरी पैशाच्या पुरवठ्यात बदल होत नाही. म्हणून पैशाच्या पुरवठ्याचा वक्र OY या अक्षाला समांतर असतो. म्हणजेच अलवचिक असतो.



वरील आकृतीत OX या अक्षावर पैशाचा पुरवठा दर्शवला आहे आणि OY या अक्षावर व्याजाचा दर दर्शवला आहे. व्याजाचा दर OR असताना पैशाचा पुरवठा OS एवढा असल्याचे दिसते. व्याजाचा दर OR वरून OR_1 एवढा वाढला तरी पैशाचा पुरवठा OS एवढाच असल्याचे दिसते आणि व्याजाचा दर OR वरून OR_2 एवढा घटला तरी पैशाचा पुरवठा OS एवढाच असल्याचे दिसते. व्याजदरात वाढ आणि घट होऊनही पैशाच्या पुरवठ्यात काहीच बदल होत नसल्याने SS हा पैशाच्या पुरवठ्याचा वक्र OY या अक्षाला समांतर दिसतो.

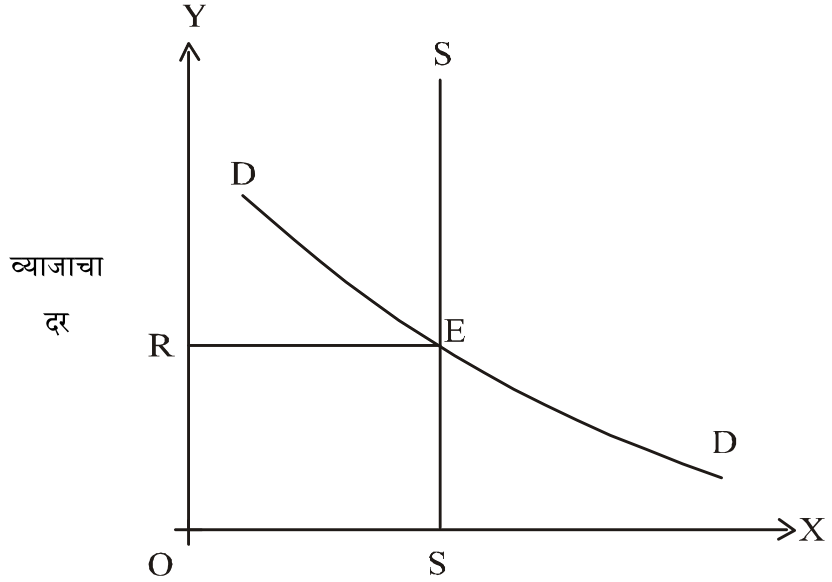
व्याजदर निश्चिती :

व्याजाच्या रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती सिद्धांतानुसार व्याजाचा दर कसा निश्चित होतो ते खालील शब्दात स्पष्ट केले आहे.

''पैशाची मागणी (रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती) आणि पैशाचा पुरवठा या दोन बाबी समान झाल्या की व्याजाचा दर ठरतो.''

आकृतीच्या भाषेत व्याजाचा दर कसा ठरतो ते खालील शब्दात सांगितले आहे.

''ज्या ठिकाणी पैशाच्या मागणीचा वक्र (रोकड पसंती वक्र) आणि पैशाच्या पुरवठ्याचा वक्र एकमेकांना छेदतात त्या ठिकाणी व्याजाचा दर निश्चित होतो.''

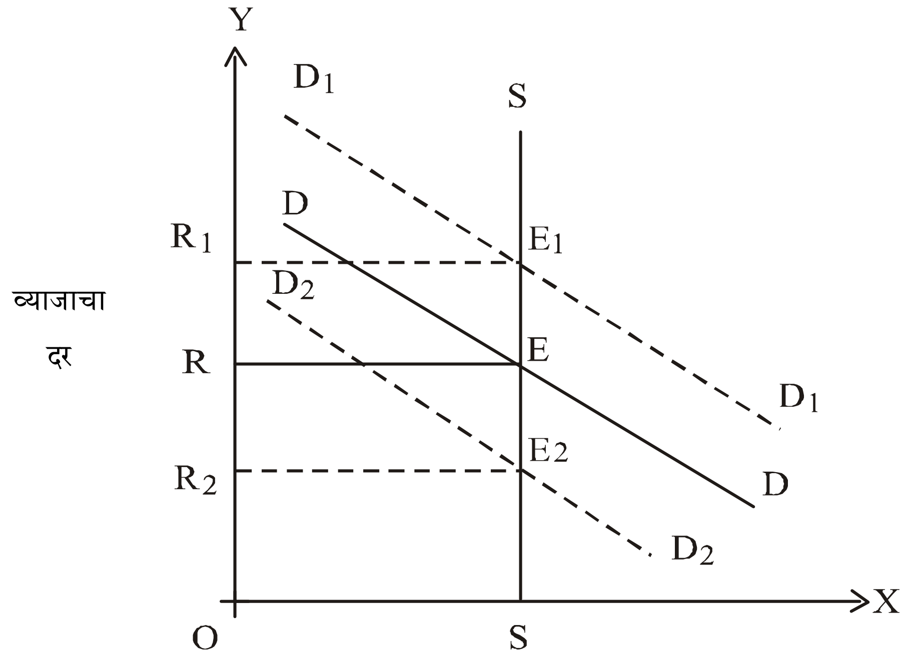


पैशाची मागणी व पैशाचा पुरवठा

वरील आकृतीत OX या अक्षावर पैशाची मागणी आणि पैशाचा पुरवठा दर्शविला आहे. OY या अक्षावर व्याजाचा दर दर्शवला आहे. DD हा पैशाच्या मागणीचा (रोकड पसंतीचा) वक्र आहे. SS हा पैशाच्या पुरवठ्याचा वक्र आहे. DD हा पैशाच्या मागणीचा वक्र आणि SS हा पैशाच्या पुरवठ्याचा वक्र एकमेकांना E बिंदूत छेदतात. म्हणून E या बिंदूस समतोल बिंदू असे म्हणतात. E ह्या ठिकाणी पैशाची मागणी आणि पैशाचा पुरवठा समान होत असल्याने OR इतका व्याजाचा दर निश्चित होतो. OR व्याजदराला पैशाची मागणी OS एवढी आहे तसाच पैशाचा पुरवठा सुद्धा OS एवढाच आहे.

पैशाचा पुरवठा स्थिर राहून पैशाच्या मागणीत बदल :

पैशाचा पुरवठा स्थिर असताना फक्त पैशाच्या मागणीत (रोकड प्राधान्य प्रवृत्तीत) बदल झाला तर व्याजाच्या दरात सुद्धा बदल होतो. **पैशाचा पुरवठा कायम असताना पैशाची मागणी (रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती) वाढली तर व्याजाचा दर वाढतो. याउलट पैशाचा पुरवठा कायम असताना पैशाची मागणी घटली तर व्याजाचा दर घटतो.** खालील आकृतीत ही बाब दर्शवली आहे.



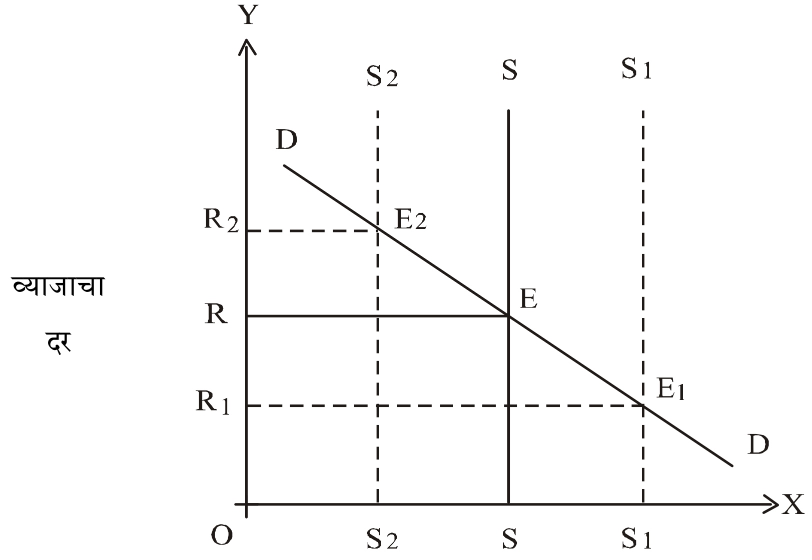
पैशाची मागणी व पैशाचा पुरवठा

वरील आकृतीत OX या अक्षावर पैशाची मागणी आणि पैशाचा पुरवठा दर्शवला आहे. OY या अक्षावर व्याजाचा दर दर्शवला आहे. SS हा पैशाच्या पुरवठ्याचा वक्र आहे. DD, D_1D_1 आणि D_2D_2 हे पैशाच्या मागणीचे (रोकड पसंतीचे) वक्र आहेत. E व E_1 आणि E_2 हे समतोल बिंदू आहेत. DD हा मूळचा मागणी वक्र आहे. हा वक्र SS या पैशाच्या पुरवठा वक्राला E बिंदूत छेदतो. म्हणून व्याजाचा दर OR एवढा निश्चित होतो. समजा, पैशाच्या मागणीत (रोकड प्राधान्य प्रवृत्तीत) वाढ झाली तर पैशाच्या मागणीचा वक्र वरच्या बाजूला जाईल. D_1D_1 हा वक्र पैशाच्या मागणीतील वाढ दर्शवतो. E_1 हा नवीन समतोल बिंदू आहे. पैशाच्या मागणीत वाढ झाल्याने व्याजाचा दर OR वरून OR_1 एवढा वाढल्याचे दिसते. याउलट पैशाची मागणी घटली तर पैशाच्या मागणीचा वक्र DD या मूळच्या वक्राच्या खाली येईल. D_2 D_2 हा पैशाच्या मागणीचा वक्र पैशाच्या मागणीत झालेली घट दर्शवतो. पैशाची मागणी (रोकड पसंती) घटल्याने व्याजाचा दर OR वरून OR_2 एवढा कमी झाल्याचे दिसते. अशा प्रकारे पैशाचा पुरवठा कायम राहून पैशाच्या मागणीत (रोकड प्राधान्य प्रवृत्तीत) वाढ झाली तर व्याजाचा दर वाढतो आणि पैशाची मागणी घटली तर व्याजाचा दर घटतो हे वरील आकृतीच्या साहाय्याने आपणास पटवून देता येते.

पैशाची मागणी स्थिर राहून पैशाच्या पुरवठ्यात बदल :

पैशाची मागणी (रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती) स्थिर असताना पैशाच्या पुरवठ्यात कमी-जास्त असा बदल झाला तर व्याजाच्या दरातही बदल होतात. **पैशाची मागणी स्थिर असताना पैशाच्या पुरवठ्यात वाढ झाली**

तर व्याजाचा दर घटतो आणि पैशाची मागणी कायम असताना पैशाचा पुरवठा घटला तर व्याजाचा दर वाढतो. खालील आकृतीत हे दर्शवले आहे.



पैशाची मागणी व पैशाचा पुरवठा

वरील आकृतीत OX या अक्षावर पैशाची मागणी व पैशाचा पुरवठा हे घटक दर्शवले आहेत. OY या अक्षावर व्याजाचा दर दर्शवला आहे. SS, S_1S_1 आणि S_2S_2 हे पैशाच्या पुरवठ्याचे वक्र असून ते अलवचिक आहेत आणि OY अक्षाला समांतर आहेत. DD हा पैशाच्या मागणीचा (रोकड पसंतीचा) वक्र आहे. S_1S_1 हा वक्र पैशाच्या पुरवठ्यात झालेली वाढ दर्शवतो तर S_2S_2 हा वक्र पैशाच्या पुरवठ्यात झालेली घट दर्शवतो. SS हा मूळचा पैशाच्या पुरवठ्याचा वक्र आणि DD हा पैशाच्या मागणीचा वक्र एकमेकांना E बिंदूत छेदतात. म्हणून E हा समतोल बिंदू असून व्याजाचा दर OR एवढा निश्चित होतो. पैशाची मागणी कायम राहून केवळ पैशाच्या पुरवठ्यात वाढ झाली तर SS हा पैशाच्या पुरवठ्याचा वक्र वरच्या बाजूला जाईल. S_1S_1 हा वक्र पैशाच्या पुरवठ्यातील वाढ दर्शवतो. हा वक्र DD या पैशाच्या मागणी वक्राला E_1 बिंदूत स्पर्श करतो. म्हणून व्याजाचा दर OR_1 एवढा निश्चित होतो. पैशाच्या पुरवठ्यात S ते S_1 एवढी वाढ झाल्यामुळे व्याजदरात R ते R_1 एवढी घट झाल्याचे दिसते. समजा, पैशाची मागणी कायम राहून पैशाचा पुरवठा कमी झाला तर व्याजाचा दर वाढतो. S_2S_2 हा वक्र पैशाच्या पुरवठ्यात झालेली घट दर्शवतो. हा वक्र DD या पैशाच्या मागणीवक्राला E_2 बिंदूमध्ये स्पर्श करतो. E_2 बिंदूत पैशाची मागणी आणि पैशाचा पुरवठा हे दोन घटक समान आहेत. म्हणून व्याजाचा दर OR_2 एवढा निश्चित होतो. पैशाचा पुरवठा S ते S_2 एवढा घटल्याने व्याजाचा दर R ते R_2 एवढा वाढल्याचे दिसते.

व्याजाच्या रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती सिद्धांतावरील टीका :

प्रा. केन्स यांच्या व्याजाच्या रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती सिद्धांतावर टीकाकारांनी खालील टीका केल्या आहेत.

१) केवळ अल्पकाळाचाच विचार :

प्रा. केन्स यांनी आपल्या सिद्धांतात केवळ अल्पकाळाचाच विचार केला आहे. दीर्घकाळात व्याजाचा दर कसा ठरतो? याचे विवेचन केन्स यांच्या सिद्धांतात आढळत नाही. ही या सिद्धांताची मर्यादा आहे.

२) वास्तव घटकांचा विचार नाही :

प्रा. केन्स यांनी आपल्या सिद्धांतात केवळ चलनविषयक घटकानांच महत्त्व दिले आहे. बचत, गुंतवणूक इत्यादी वास्तव घटकांचा विचार केलेला नाही. म्हणून सिद्धांत दोषयुक्त आहे.

३) तेजी व मंदीच्या काळात निरुपयोगी :

प्रा. केन्स यांचा सिद्धांत तेजी व मंदीच्या काळात निरुपयोगी ठरतो. रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती (पैशाची मागणी) वाढली की व्याजाचा दर वाढतो असे प्रा. केन्स यांचे मत आहे. परंतु मंदीच्या काळात रोकड प्राधान्य प्रवृत्ती जास्त असतानासुद्धा व्याजाचा दर मात्र कमी असतो. त्यामुळे मंदीच्या काळात केन्स यांचा सिद्धांत अनुभवास येत नाही. तसेच तेजीच्या काळातही प्रा. केन्स यांचा सिद्धांत अनुभवास येत नाही.

४) पैशाच्या मागणीच्या अन्य हेतूकडे दुर्लक्ष :

प्रा. केन्स यांनी दैनंदिन व्यवहार हेतू, दक्षता हेतू, सट्टेबाजी हेतू या तीन हेतूसाठी लोक रोख पैशाची मागणी करतात, असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, लोक केवळ या तीन हेतूसाठीच पैशाची मागणी करत नाहीत. अन्य हेतूंनीसुद्धा पैशाची मागणी करतात. परंतु त्याचा विचार प्रा. केन्स यांनी आपल्या सिद्धांतात केलेला नाही.

५) भांडवलाच्या उत्पादकतेचा विचार नाही :

प्रा. केन्स यांनी आपल्या सिद्धांतात भांडवलाच्या उत्पादकतेचा विचार केलेला नाही. टीकाकारांच्या मते, भांडवलामध्ये उत्पादकता असते. म्हणून भांडवलाला व्याज मिळते. परंतु त्याचा विचार प्रा. केन्स यांनी आपल्या सिद्धांतात केलेला नाही.

६) पैशाच्या मागणीवर अधिक भर :

टीकाकारांच्या मते, प्रा. केन्स यांनी आपल्या सिद्धांतात पैशाच्या पुरवठ्यापेक्षा पैशाच्या मागणीवर (रोकड प्राधान्य प्रवृत्तीवर) अधिक भर दिला आहे. त्यामुळे केन्स यांचा सिद्धांत एकांगी आहे.

७) फारसे नाविण्य नाही :

टीकाकारांच्या मते, केन्स यांच्या व्याजाच्या सिद्धांतात नवीन असे काही नाही. वस्तूची किंमत तिच्या मागणी व पुरवठ्यावरून ठरते असे किंमतीचा सिद्धांत सांगतो. तसेच भांडवलाची किंमत (व्याज) भांडवलाच्या

मागणी व पुरवठ्यावरून ठरते असे केन्स यांचा सिद्धांत सांगतो. त्यामुळे या सिद्धांतात नवीन काही वाटत नाही.

८) व्याज म्हणजे रोखतेचा त्याग करण्याचे बक्षीस हे चूक :

प्रा. केन्स यांनी आपल्या सिद्धांतात लोक त्यांच्याजवळच्या रोख रकमेचा त्याग करतात. म्हणून त्यांना बक्षीस म्हणून व्याज दिले जाते. परंतु बऱ्याच टीकाकारांना त्यांचे हे मत मान्य नाही. वायनर यांच्या मते, व्याज हे रोखतेच्या त्यागाचे बक्षीस नसते तर तो बचतीचा मोबदला असतो. (Without saving there can be no liquidity to surrender the rate of interest is the return for saving.)

९) पैशाच्या भ्रमणवेगाकडे दुर्लक्ष :

अल्पकाळात पैशाचा पुरवठा स्थिर असतो हे केन्स यांचे विधान टीकाकारांना मान्य नाही. त्याच्या मते, पैशाचा पुरवठा हा पैशाच्या भ्रमण वेगावरही अवलंबून असतो. अल्पकाळात पैशाचा भ्रमणवेग स्थिर नसतो. म्हणून पैशाचा पुरवठाही स्थिर राहत नाही.

१०) गुंतवणूक, बचत, रोखता, पैशाचा पुरवठा या चार घटकांचा एकत्र विचार केला नाही :

प्रा. केन्स यांनी आपल्या व्याजाच्या सिद्धांतात पैशाची मागणी (रोखता) आणि पैशाचा पुरवठा या दोन घटकांचा विचार केला आहे. पण व्याज दर निश्चितीमध्ये केवळ या दोन घटकांचा विचार न करता गुंतवणूक, बचत, पैशाची मागणी, पैशाचा पुरवठा या चार घटकांचा एकत्र विचार केला पाहिजे. तसा विचार केन्स यांनी आपल्या सिद्धांतात केलेला नाही.

४.२.५ नफा आणि नफ्याचे सिद्धांत :

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. संयोजक 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.

नफ्यालाच लाभ किंवा फायदा असेही म्हणतात. वस्तूचे उत्पादन करण्यासाठी उत्पादकाला जो एकूण खर्च येतो तो खर्च एकूण प्राप्तीमधून वजा केल्यानंतर जे उत्पन्न शिल्लक राहते त्यास नफा असे म्हणतात. संयोजन या उत्पादन घटकाची किंमत म्हणजे नफा होय. भूमी, श्रम, भांडवल आणि संयोजन हे उत्पादनाचे चार घटक असून त्यापैकी संयोजन हा एक महत्त्वाचा उत्पादनाचा घटक आहे. भूमी या उत्पादन घटकाची किंमत म्हणजे खंड होय. श्रमाची किंमत म्हणजे मजुरी होय. भांडवलाची किंमत म्हणजे व्याज होय आणि संयोजनाची किंमत

म्हणजे नफा होय. अशा प्रकारे खंड, वेतन, व्याज आणि नफा या स्वरूपात उत्पादन घटकांना जे मोबदले मिळतात, त्यांना उत्पादन घटकांच्या किंमती असे म्हणतात. अशा प्रकारे संयोजन हा उत्पादनाचा घटक उत्पादनाच्या प्रक्रियेत भाग घेत असतो. त्याबद्दल त्याच्या मालकाला (संयोजकाला) जो मोबदला मिळतो, त्याला नफा असे म्हणतात.

नफ्याच्या काही व्याख्या :

खाली नफ्याच्या काही व्याख्या दिल्या आहेत. त्यावरून नफ्याची संकल्पना अधिक चांगल्या प्रकारे स्पष्ट होण्यास मदत होईल.

१) सर्वसाधारण व्याख्या :

नफ्याची एक साधी, सोपी व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''**उद्योगसंस्थेचे संयोजन / नियोजन / व्यवस्थापन केल्याबद्दल संयोजकाला मिळणारे उत्पन्न म्हणजे नफा होय.**''

२) सर्वसाधारण व्याख्या :

नफ्याची आणखी एक सोपी व सर्वसाधारण व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''**संयोजक उद्योगसंस्थेशी संबंधित जी विविध कार्ये पार पाडतो, त्याबद्दल त्याला मिळणारा मोबदला म्हणजे नफा होय.**''

संयोजक विविध प्रकारची कार्ये करत असतो. त्याबद्दल त्याला जो मोबदला मिळतो त्याला नफा असे म्हणतात. संयोजकाला साधारणपणे खालील कार्ये करावी लागतात.

(अ) भूमी, श्रम, भांडवल या उत्पादन घटकांचे आणि कच्चा माल, इंधन इत्यादी उत्पादन साधनांचे एकत्रीकरण करणे हे काम संयोजकाला करावे लागते. म्हणजे कारखाना (उद्योगसंस्था) स्थापन करण्यासाठी जमीन विकत घेणे, कामगारांच्या नेमणूका करणे, कारखाना सुरू करण्यासाठी लागणारे भांडवल उभा करणे अशी विविध कामे संयोजकाला करावी लागतात.

(ब) उत्पादन साधनांचे एकत्रीकरण केल्यानंतर त्यांच्याकडून वस्तू व सेवांची निर्मिती करणे हे महत्त्वाचे कार्य संयोजक करतो.

(क) कोणत्या वस्तूंचे उत्पादन करावयाचे? किती प्रमाणात करावयाचे? उत्पादन पद्धती कोणती वापरावयाची? असे उत्पादनविषयक निर्णय घेण्याचे काम संयोजकाला करावे लागते.

(ड) कोणत्या बाजारपेठेत वस्तूची विक्री करावयाची? याचा निर्णयही संयोजकालाच घ्यावा लागतो.

(इ) वस्तूची किंमत किती आकारायची? हा निर्णयही संयोजकाला घ्यावा लागतो.

अशा प्रकारे संयोजकाला वर स्पष्ट केल्याप्रमाणे उद्योगसंस्थेशी संबंधित विविध कार्ये करावी लागतात. त्या कार्याबद्दल संयोजकाला जो मोबदला मिळतो, त्यालाच नफा असे म्हणतात.

३) प्रा. जोसेफ शूंपीटर :

प्रा. शूंपीटर यांनी नफ्याची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''**उत्पादन कार्यात संयोजक जी उपक्रमशीलता दाखवतात किंवा नवनवीन कल्पनांचा अवलंब करतात, त्याबद्दल त्यांना मिळणारा मोबदला म्हणजे नफा होय.**''

नवप्रवर्तनाचा / उपक्रमशीलतेचा मोबदला म्हणजे नफा अशी नफ्याची व्याख्या प्रा. शूंपीटर यांनी केली आहे. (अ) नवीन यंत्रांचा वापर (ब) नवीन कच्च्या मालाचा शोध आणि त्याचा वापर (क) उत्पादनाची नवी / स्वस्त / आधुनिक पद्धत शोधून त्याचा वापर करणे (ड) व्यवस्थापनाची नवीन / चांगली पद्धत अवलंबणे (इ) नवीन बाजारपेठा शोधून काढणे या बाबींना नवप्रवर्तन असे म्हणतात. यामुळे उत्पादनाचा खर्च कमी येतो आणि नफ्यात वाढ होते.

४) प्रा. जे. बी. क्लार्क :

प्रा. क्लार्क यांची नफ्याची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''**अर्थव्यवस्था गतिशील / गतिमान असल्यामुळे संयोजकाला जे उत्पन्न मिळते, त्याला नफा असे म्हणतात.**''

क्लार्क यांच्या मते स्थितीशील / स्थैतिक अर्थव्यवस्थेत (Static Economy) नफा मिळत नाही. गतिमान अर्थव्यवस्थेत (Dynamic Economy) नफा मिळतो. गतिमान अर्थव्यवस्थेत लोकसंख्या, भांडवल, उत्पादन पद्धती, तंत्रज्ञान, लोकांच्या आवडी-निवडी, गरजा यात बदल होत असतात. त्यामुळे नफा निर्माण होतो. गतिमान अर्थव्यवस्थेत लोकसंख्या, मागणी यात वाढ होत असल्याने उत्पादकांच्या नफ्यात वाढ होत असते.

५) प्रा. एफ. बी. हॉले :

प्रा. हॉले यांनी नफ्याची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे. त्यांच्या या व्याख्येवरून आपणास संयोजकाला नफा का मिळतो ते समजते.

''**उत्पादन संस्था चालवत असताना किंवा उत्पादन करत असताना संयोजकाला काही धोक्यांना तोंड द्यावे लागत असते. किंवा त्याला आपल्या उद्योगसंस्थेची जोखीम किंवा जबाबदारी स्वीकारावी लागते. धोके आणि जबाबदाऱ्या स्वीकारल्याबद्दल संयोजकाला मिळणारा मोबदला म्हणजे नफा होय.**''

उत्पादनाची प्रक्रिया ही साधी, सोपी, सरळ नसते. संयोजकाला अनेक धोक्यांना तोंड द्यावे लागत असते. (अ) यंत्रांची झीज होणे (ब) चोरी, अपघात, दरोडे (क) नवीन स्पर्धक तयार होणे (ड) वस्तूची मागणी कमी होणे इत्यादी धोक्यांना संयोजकाला तोंड द्यावे लागते. त्याबद्दल संयोजकाला मिळणारा मोबदला म्हणजे नफा होय.

६) प्रा. नाईट :

प्रा. नाईट यांनी नफ्याची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''अनिश्चित स्वरूपाच्या धोक्यांना तोंड दिल्याबद्दल संयोजकाला जो मोबदला मिळतो, त्याला नफा असे म्हणतात.''

प्रा. नाईट यांच्या मते, संयोजकाला निश्चित स्वरूपाचे धोके पत्करल्यामुळे नफा मिळत नाही. आग, अपघात, चोरी, दरोडे, नैसर्गिक आपत्ती, कामगाराचा मृत्यू इत्यादी धोक्यांना निश्चित स्वरूपाचे धोके असे म्हणतात. या धोक्यांना विमा कंपनी तोंड देत असते. कारण या धोक्यांचा विमा उतरवला जातो. तेजी किंवा मंदी, नवीन स्पर्धक तयार होणे, पर्यायी वस्तू उपलब्ध होणे या धोक्यांना अनिश्चित धोके असे म्हणतात. या धोक्यांचा विमा विमा कंपनी उतरवत नाही. या धोक्यांना संयोजकालाच तोंड द्यावे लागते. त्याबद्दल संयोजकाला नफा मिळत असतो.

७) प्रा. एफ. एल. वॉकर :

प्रा. वॉकर यांनी नफ्याच खंडविषयक सिद्धांत (Rent Theory of Profit) मांडला आहे. त्यांची नफ्याची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''नफा हा खंडासारखा असतो. प्रतभिन्नतेमुळे जमिनीला जसा खंड मिळतो, त्याप्रमाणे गुणवत्तेतील भिन्नतेमुळे संयोजकाला नफा मिळत असतो.''

वरील व्याख्येवरून आपल्या लक्षात येते की, संयोजकाला मिळणाऱ्या नफ्याचे स्वरूप खंडासारखे असते. सुपीक जमिनीला कमी सुपीक जमिनीपेक्षा जास्त खंड मिळतो. त्याप्रमाणे जास्त कार्यक्षम संयोजकाला कमी कार्यक्षम संयोजकापेक्षा जास्त नफा मिळतो.

सारांश : अशा प्रकारे नफा हा संयोजकाला त्याच्या संयोजन कार्याबद्दल मिळत असतो. प्रा. टॉसिंग यांनी नफ्याच्या मजुरीविषयक सिद्धांत मांडला आहे. त्यात त्यांनी 'नफा वेतनासारखा असतो' असे म्हटले आहे. संयोजकाला विविध प्रकारची कार्ये करावी लागत असतात. त्याबद्दल संयोजकाला मिळणारा मोबदला म्हणजे नफा होय.

नफ्याचे स्वरूप / वैशिष्ट्ये :

नफ्याच्या वरील विविध व्याख्यावरून आपणास नफ्याची काही ठळक वैशिष्ट्ये सांगता येतात. ती वैशिष्ट्ये खालीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत.

१) 'नफा' संयोजन उत्पादन घटकाची किंमत :

नफा फक्त संयोजकालाच मिळतो. नफा म्हणजे संयोजन या उत्पादन घटकाची किंमत होय. संयोजक उत्पादन प्रक्रियेचे संयोजन करत असतो. त्याबद्दल त्याला जो मोबदला मिळतो त्याला नफा असे म्हणतात.

२) नफा हा शेष उत्पन्नासारखा :

नफ्याचे ठळक वैशिष्ट्य म्हणजे नफा हा शेष उत्पन्नासारखा (Residual Income) असतो. नफा म्हणजे

शिल्लक उत्पन्न किंवा उर्वरित उत्पन्न होय. एकूण उत्पन्नातून इतर उत्पादन घटकांचे मोबदले वजा केल्यानंतर राहिलेले (शिल्लक) उत्पन्न म्हणजे नफा होय.

३) कराराचा अभाव :

भूमी, श्रम, भांडवल या उत्पादन घटकांचे मोबदले (खंड, वेतन, व्याज इत्यादी) कराराने ठरतात. तसे करार उत्पादन घटक आणि संयोजक यांच्यात झालेले असतात. परंतु संयोजकाच्या नफ्याबाबत असा करार झालेला नसतो.

४) नफा विक्रीनंतर ठरतो :

वस्तूची विक्री करण्यापूर्वी इतर उत्पादन घटकांचे मोबदले दिले जातात. परंतु संयोजकाला त्याचा मोबदला वस्तूची विक्री केल्यानंतर मिळत असतो. अशा प्रकारे नफा विक्रीनंतर ठरतो. आधी ठरत नाही.

५) अनिश्चित स्वरूप :

नफ्याचे आणखी एक वैशिष्ट्य म्हणजे नफा अनिश्चित स्वरूपाचा असतो. किती नफा मिळेल हे निश्चित सांगता येत नाही. काही वेळा नफा मिळत नाही.

६) नफा धन किंवा ऋण स्वरूपाचा :

उत्पादन घटकांचे मोबदले देऊन जर उत्पन्न शिल्लक राहिले तर त्याला नफा किंवा धन नफा असे म्हणतात. जर काहीच उत्पन्न शिल्लक राहिले नाही तर त्याला तोटा किंवा ऋण नफा असे म्हणतात. खंड, वेतन, व्याज हे मोबदले धन स्वरूपाचे असतात. नफा धन स्वरूपाचा असतो. तसाच तो ऋण स्वरूपाचाही असतो.

७) वेगवेगळ्या संयोजकांना मिळणारा नफा वेगवेगळा :

नफ्याचे आणखी एक वैशिष्ट्य म्हणजे सर्व संयोजकांना सारखाच नफा मिळत नाही. काहींना जास्त नफा मिळतो तर काहींना कमी नफा मिळतो. कारण सर्वांचे कौशल्य, कार्यक्षमता, गुणवत्ता सारखी नसते. प्रत्येकाचे साहस, धाडस कमी-जास्त असते. सर्वच संयोजक नवप्रवर्तन करत नाहीत. जे नवीन कल्पनांचा अवलंब करतात त्यांना जास्त नफा मिळतो. तसेच व्यवसायातील धोके, जोखीम आणि जबाबदारी पत्करण्याची क्षमता प्रत्येकाची वेगवेगळी असते. म्हणून जरी अनेक संयोजक एकाच प्रकारच्या वस्तूचे उत्पादन करत असले तरी सर्व संयोजकांना सारखाच नफा मिळत नाही.

८) विविध कार्यांचा मोबदला म्हणजे नफा :

संयोजकाला उद्योगसंस्थेशी संबंधित विविध कार्ये करावी लागतात. उदाहरणार्थ, उत्पादनाची साधने मिळवणे, कारखाना उभा करणे, उत्पादन करणे, त्याची किंमत ठरवणे, माल योग्य त्या बाजारपेठेत पाठवणे इत्यादी विविध कार्ये संयोजक करत असतो. त्या कार्यांबद्दल संयोजकाला जे उत्पन्न मिळते, त्या उत्पन्नाला नफा असे म्हणतात.

९) अनपेक्षित स्वरूप :

नफा अचानक किंवा अनपेक्षितपणे मिळू शकतो. या अचानक उद्भवणाऱ्या नफ्याला Windfall Profit असे म्हणतात.

१०) नफ्याची कारणे वेगवेगळी :

संयोजकाला मिळणारा नफा निश्चित कशामुळे मिळतो याबाबतीत अर्थतज्ञामध्ये एकमत नाही. काहींच्या मते, संयोजक उत्पादन कार्यात विविध प्रकारचे धोके पत्करत असतो. म्हणून त्याला नफा मिळतो. नफा अनिश्चिततेमुळे मिळतो असे काहीजण म्हणतात. तर नफा नवप्रवर्तनामुळे मिळतो. नफा संयोजकामधील गुणभिन्नतेमुळे मिळतो. नफा गतिमान अर्थव्यवस्थेमुळे मिळतो. असे काहीजण म्हणतात. अशा प्रकारे नफा कशामुळे मिळतो याबाबत तज्ञांमध्ये एकमत दिसून येत नाही.

सारांश : अशा प्रकारे नफ्याचे स्वरूप किंवा नफ्याची काही वैशिष्ट्ये वरीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहेत. संयोजक उद्योगसंस्थेशी संबंधित जी विविध कार्ये करत असतो त्याबद्दल संयोजकांना जे उत्पन्न मिळते त्यास साधारणपणे नफा (Profit) असे म्हणतात.

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

नफ्याचे सिद्धांत :

नफ्याचे काही प्रमुख सिद्धांत खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१) प्रा. हॉले यांचा नफ्याचा धोका पत्करण्याचा सिद्धांत (Risk Bearing Theory of Profit) **:**

प्रास्ताविक :

अमेरिकन अर्थतज्ज्ञ प्रा. एफ. बी. हॉले यांनी सन १९०७ मध्ये आपल्या 'Enterprise and Productive Process' या पुस्तकात नफा कसा निर्माण होतो हे सांगण्यासाठी नफ्याचा धोका पत्करण्याचा सिद्धांत मांडला आहे. या सिद्धांतालाच 'नफ्याचा जोखीम पत्करण्याचा सिद्धांत' असेही म्हणतात. प्रा. हॉले यांनी नफ्याची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

प्रा. हॉले यांची नफ्याची व्याख्या :

''उत्पादन कार्यात विविध धोके पत्करावे लागल्यामुळे संयोजकाला मिळणारा मोबदला म्हणजे नफा होय.''

थोडक्यात धोका पत्करण्याचा मोबदला म्हणजे संयोजकाचा नफा होय. संयोजक धोका पत्करण्याचे कार्य करत असतो. म्हणून संयोजकाला नफ्याच्या स्वरूपात मोबदला मिळतो.

धोक्याचे प्रमाण आणि नफा :

प्रा. हॉले यांच्या मते, धोक्याचे प्रमाण जितके जास्त तितका नफा जास्त आणि धोक्याचे प्रमाण जितके कमी तितका नफा कमी. ज्या उद्योगात धोक्याचे प्रमाण जास्त असते त्या उद्योगात जास्त नफा मिळतो आणि ज्या उद्योगात धोक्यांचे प्रमाण कमी असते त्या उद्योगात नफा कमी मिळतो. सर्व संयोजक सारख्याच क्षमतेचे

नसतात किंवा सर्व संयोजक सारखेच साहसी किंवा धाडसी नसतात. साहसी संयोजक जास्त धोके असणारे व्यवसाय निवडतो आणि जास्त नफा मिळवतो. कमी कुवतीचे किंवा कमी साहसी संयोजक कमी धोके असणारे व्यवसाय निवडतात. त्यामुळे त्यांना नफा सुद्धा कमीच मिळतो. जरी व्यवसाय एकच असला तरी जे संयोजक त्या व्यवसायातील जास्त धोक्यांना तोंड देतात त्यांना जास्त नफा मिळतो. अशा प्रकारे नफा हा संयोजक उत्पादन कार्यात जोखीम पत्करत असतो म्हणून मिळत असतो.

No Risk - No Profit, More Risk - More Profit, Less Risk - Less Profit असे हॉले म्हणतात.

धोक्याचे स्वरूप :

संयोजकाला साधारणपणे खालील धोक्यांना तोंड द्यावे लागते.

१) आवडी-निवडीतील बदल :

संयोजक ज्या वस्तूंचे उत्पादन करतो त्या वस्तूविषयीची ग्राहकांची आवड जर कमी झाली तर माल मोठ्या प्रमाणात पडून राहण्याचा धोका असतो. या धोक्याला सर्वच संयोजकांना तोंड द्यावे लागते.

२) नवीन स्पर्धकांचा प्रवेश :

जर उद्योगात नवीन स्पर्धकांनी प्रवेश केला तर ग्राहक स्पर्धक उत्पादकांच्या वस्तूकडे आकृष्ट होतात. त्यामुळे संयोजकाचा माल फारसा खपत नाही. याही धोक्याला संयोजकाला तोंड द्यावे लागते.

३) अपघात :

संयोजकांना कच्च्या आणि पक्क्या मालाची सतत वाहतूक करावी लागते. परंतु जर अपघात उद्‌भवला तर संयोजकांचे मोठे नुकसान होते. त्यामुळे अपघातासारख्या धोक्यांना संयोजकालाच तोंड द्यावे लागते. इतर उत्पादन घटकांना अशा प्रकारच्या धोक्याला तोंड द्यावे लागत नाही.

४) आग, चोरी, दरोडे इत्यादी :

कारखान्याला आग लागणे, कारखान्यात चोरी होणे, कारखान्यावर दरोडे पडणे अशा धोक्यांनाही संयोजकांना तोंड द्यावे लागते. त्यामुळे संयोजकाचे मोठे नुकसान होते.

५) यंत्रांची झीज, मोडतोड :

उत्पादन करत असताना यंत्रांची झीज किंवा मोडतोड होत असते. अशी यंत्रे बदलून नवीन यंत्रे बसवावी लागतात. त्याचा खर्चही संयोजकालाच करावा लागतो.

६) तंत्रज्ञानात बदल :

उत्पादनात नवीन तंत्रज्ञान आले तर जुन्या यंत्रामधील गुंतवणूक वाया जाते. आर्थिक नुकसान होते. या धोक्याला संयोजकालाच तोंड द्यावे लागते.

७) नैसर्गिक आपत्तीचा धोका :

महापूर, चक्रीवादळ, भूकंप या नैसर्गिक आपत्तीमुळे उत्पादनसंस्थेचे (कारखान्याचे) मोठे नुकसान होते. केलेली गुंतवणूक वाया जाते. या नैसर्गिक धोक्यांना संयोजकालाच तोंड द्यावे लागते.

८) इतर धोके :

युद्धाचा भडका उडणे, सरकारकडून करांच्या दरात वाढ केली जाणे, सरकारचे चुकीचे आयात-निर्यात धोरण (निर्यात बंदी धोरण, विदेशातून वस्तू आयात करण्याचे धोरण) यामुळे संयोजकाचे नुकसान होते.

अशा प्रकारे संयोजकाला वरील विविध धोक्यांना नेहमी तोंड द्यावे लागत असते. म्हणून संयोजकाला नफा मिळाला पाहिजे. म्हणून धोका पत्करण्याचा मोबदला म्हणजे नफा होय.

प्रा. हॉले यांच्या मते, असे धोके त्रासदायक असतात. काहीतरी मोबदला मिळाल्याशिवाय कोणीही असे धोके स्वीकारणार नाही. नफ्याची आशा किंवा प्रेरणा असल्याशिवाय कोणीही असे धोके पत्करणार नाही. प्रत्येक उद्योगात धोक्याचे प्रमाण कमी-जास्त असते. त्यामुळे धोका कमी असणाऱ्या उद्योगात संयोजकाला कमी नफा मिळतो आणि जास्त धोका असणाऱ्या उद्योगात संयोजकाला जास्त नफा मिळतो. सर्व संयोजकांची कुवत सारखी नसते. संयोजक आपल्या कुवतीनुसार कमी-जास्त धोक्याचे उद्योग निवडतात.

नफ्याच्या धोका पत्करण्याच्या सिद्धांतावरील टीका :

प्रा. हॉले यांच्या नफ्याच्या धोका पत्करण्याच्या सिद्धांतावर खालीलप्रमाणे टीका केल्या जातात.

१) संयोजक केवळ धोके पत्करतो हे चूक :

प्रा. हॉले यांनी संयोजक केवळ धोके पत्करण्याचे कार्य करतो असे म्हटले आहे. परंतु ते चुकीचे आहे. धोके पत्करण्याबरोबरच संयोजक इतरही कार्ये करतो. परंतु त्याचा विचार प्रा. हॉले यांनी आपल्या सिद्धांतात केलेला नाही, अशी प्रा. हॉले यांच्या सिद्धांतावर टीका केली जाते.

२) केवळ धोका पत्करण्याचा मोबदला म्हणजे नफा हे चूक :

प्रा. हॉले यांनी आपल्या सिद्धांतात 'धोका पत्करण्याचा मोबदला म्हणजे नफा' असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, संयोजकाला केवळ धोका पत्करल्यामुळेच नफा मिळतो हे हॉले यांचे मत खरे नाही. कारण संयोजकाच्या अंगी असणाऱ्या इतर गुणामुळे सुद्धा तसेच त्याच्या मक्तेदारीमुळे सुद्धा नफा मिळत असतो. परंतु या बाबीकडे प्रा. हॉले यांनी दुर्लक्ष केले आहे. म्हणून हॉले यांचा सिद्धांत दोषयुक्त आहे.

३) नफा हा धोका कमी करण्याचा मोबदला :

प्रा. कार्व्हर यांनी या सिद्धांतावर टीका करताना असे म्हटले आहे की, नफा हा धोका पत्करल्यामुळे मिळत नाही तर संयोजक उत्पादन कार्यातील धोक्यांचे प्रमाण कमी करत असतो. म्हणून त्याला मोबदला किंवा नफा मिळत असतो. परंतु या बाबींचा विचार प्रा. हॉले यांनी आपल्या सिद्धांतात केला नाही.

४) सर्व प्रकारच्या धोक्यामुळे नफा मिळतो हे चूक :

प्रा. नाईट यांनी हॉले यांच्या सिद्धांतावर टीका करताना असे म्हटले आहे की, सर्व प्रकारच्या धोक्यामुळे नफा मिळत नाही. ज्या धोक्यांचा विमा विमा कंपनी उतरते त्या धोक्यांना संयोजकांना तोंड द्यावे लागत नाही. परंतु मंदी, स्पर्धा इत्यादी अनपेक्षित धोक्यांचा विमा विमा कंपनी उतरत नाही. या धोक्यांना संयोजकांना तोंड द्यावे लागते. म्हणून सर्व प्रकारच्या धोक्यामुळे नफा मिळत नाही.

५) धोक्याच्या प्रमाणावर नफा अवलंबून असतो हे चूक :

प्रा. हॉले यांनी ज्या उद्योगात धोक्याचे प्रमाण जास्त असते, त्या उद्योगात जास्त नफा मिळतो असे म्हटले आहे. तसेच ज्या उद्योगात धोक्याचे प्रमाण कमी असते त्या उद्योगात नफा कमी मिळतो असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, हे खरे नाही. कारण काही वेळा जास्त धोका असणाऱ्या व्यवसायात कमी नफा मिळतो. तर कमी धोका असणाऱ्या व्यवसायात जास्त नफा मिळतो.

६) चांगल्या संधीमुळेही नफा मिळतो याकडे दुर्लक्ष :

नफा केवळ धोका पत्करल्यामुळे मिळत नाही तर चांगल्या संधीमुळेही नफा मिळत असतो. चांगल्या संधी चालून आल्या तर धोका न पत्करता सुद्धा नफा मिळतो. परंतु या बाबीकडे हॉले यांनी दुर्लक्ष केले आहे.

७) नफ्याचा व धोका पत्करण्याचा काही संबंध नसतो :

नोकरीत धोका कमी असतो किंवा धोकाच नसतो. युद्ध, महापूर आला तरी पगार थांबत नाही. उद्योग व्यवसायात तसे नसते. जास्त धोका आणि कमी नफा असूनही लोक उद्योग व्यवसाय करतात.

८) कर्तबगारीतील भिन्नतेकडे दुर्लक्ष :

टीकाकारांच्या मते, नफा केवळ धोका पत्करल्यामुळे मिळत नाही तर संयोजकाच्या अंगी असलेल्या कर्तबगारीच्या भिन्नतेमुळे नफा मिळतो. जास्त कर्तबगार संयोजकांना जास्त नफा मिळतो. कमी कर्तबगार संयोजकांना कमी नफा मिळतो. या बाबीकडे (संयोजकांच्या कर्तबगारीतील भिन्नतेकडे) हॉले यांनी दुर्लक्ष केले आहे.

९) आकस्मिक नफ्याचे स्पष्टीकरण देत नाही :

टीकाकारांच्या मते, हा सिद्धांत आकस्मिक नफ्याचे स्पष्टीकरण देत नाही. किंमत वाढल्याने किंवा इतर कारणाने काही वेळा अचानक नफा वाढतो. त्याचे स्पष्टीकरण हा सिद्धांत देत नाही.

१०) नवप्रवर्तनाकडे दुर्लक्ष :

नवप्रवर्तनामुळेही नफा मिळतो. परंतु त्याकडे या सिद्धांताने दुर्लक्ष केले आहे, अशी टीका टीकाकारांनी केली आहे.

११) वस्तूभेद, जाहिरात याकडे दुर्लक्ष :

वस्तूभेद केल्याने, आकर्षक जाहिरात केल्याने नफा मिळतो. परंतु त्याकडे या सिद्धांताने दुर्लक्ष केले आहे.

१२) भांडवलदाराकडे दुर्लक्ष :

टीकाकारांच्या मते, भांडवलदार सुद्धा भांडवल पुरवून धोका पत्करत असतो. एकटा संयोजक धोका पत्करतो हे चूक आहे.

अशा प्रकारे प्रा. हॉले यांच्या सिद्धांतावर वरीलप्रमाणे टीका केल्या जातात.

२) प्रा. नाईट यांचा नफ्याचा अनिश्चिततेचा सिद्धांत (The Uncertainty Bearing Theory of Profit) :

प्रास्ताविक :

प्रा. नाईट यांनी आपल्या 'रिस्क अनसेर्टेंटी अॅन्ड प्रॉफिट' (१९२१) या पुस्तकात नफ्याचा अनिश्चिततेचा सिद्धांत मांडला आहे. या सिद्धांताला नफ्याचा आधुनिक सिद्धांत असे म्हणतात. प्रा. नाईट यांनी नफ्याची व्याख्या खालील शब्दात दिली आहे.

''संयोजकाने उत्पादन कार्यात अनिश्चितता पत्करल्याबद्दल संयोजकाला मिळणारा मोबदला म्हणजे नफा होय.'' (Uncertainty Creats Profits)

किंवा

''उत्पादन कार्यातील अनिश्चित धोक्यांना तोंड दिल्याबद्दल संयोजकाला मिळणारा मोबदला म्हणजे नफा होय.''

धोक्यांचे / जोखिमींचे प्रकार :

प्रा. नाईट यांच्या मते, निश्चित स्वरूपाचे धोके आणि अनिश्चित स्वरूपाचे धोके असे दोन प्रकारचे धोके असतात. सर्वच प्रकारच्या धोक्यामुळे नफा निर्माण होत नाही. तर फक्त अनिश्चित स्वरूपाचे धोके पत्करल्यामुळेच नफा मिळतो. निश्चित आणि अनिश्चित धोके खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

धोक्यांचे प्रकार

(अ) अपेक्षित धोके

- १) नैसर्गिक आपत्ती (महापूर, भूकंप इ.)
- २) आगीचा धोका
- ३) चोरी, दरोडे, लूटमार इ.
- ४) यंत्रसामग्री नादुरूस्त / निकामी होण्याचा धोका
- ५) अपघाताचा धोका मालवाहतूक करताना अपघात, कामगारांचा अपघाती मृत्यू

(ब) अनपेक्षित धोके

- १) आर्थिक मंदी
- २) नवीन स्पर्धक तयार होणे
- ३) तांत्रिक प्रगती
- ४) पर्याची वस्तू बाजारात येणे
- ५) वस्तूची आवड कमी होणे
- ६) सरकारी धोरणातील बदल

अशा प्रकारे **प्रा. नाईट** यांनी धोक्यांचे (अ) अपेक्षित धोके (विमा योग्य धोके) आणि (ब) अनपेक्षित धोके (विमा उतरवता न येणारे धोके) असे दोन प्रकार केले आहेत. **नाईट** यांच्या मते, ज्या धोक्यांचा विमा उतरवता येतो, त्या धोक्यांना खरे धोके म्हणता येणार नाही. ज्या धोक्यांना विमा उतरवता येत नाही ते खरे धोके होय. या धोक्यांना तोंड दिल्याबद्दल संयोजकांना नफा मिळत असतो.

(अ) निश्चित स्वरूपाचे धोके / विमाशक्य धोके / अपेक्षित धोके :

निश्चित स्वरूपाच्या धोक्यांना 'विमायोग्य धोके' असेही म्हणतात. ज्या धोक्यांची संयोजकाला पूर्वकल्पना असते असे धोके म्हणजे निश्चित स्वरूपाचे धोके होय. उत्पादन कार्यात असे काही धोके असतात की त्याची पूर्वकल्पना संयोजकाला असते किंवा ज्या धोक्यांची जबाबदारी संयोजकावर नसते तर विमा कंपनीवर असते, असे धोके म्हणजे निश्चित स्वरूपाचे धोके. या धोक्यांचा विमा उतरवलेला असतो. त्यामुळे संयोजकाला या धोक्यांना तोंड द्यावे लागत नाही. म्हणून निश्चित स्वरूपाच्या धोक्यांमुळे संयोजकाला नफा मिळत नाही. निश्चित स्वरूपाचे धोके खालीलप्रमाणे स्पष्ट केले आहेत.

१. नैसर्गिक आपत्ती :

महापूर, भूकंप, चक्रीवादळ, आग इत्यादी नैसर्गिक संकटामुळे किंवा धोक्यामुळे उत्पादकांचे नुकसान होते. परंतु या संकटांचा विमा उतरवला जात असल्याने झालेले नुकसान विमा कंपनी भरून देते. या नैसर्गिक आपत्तींना संयोजकांना तोंड द्यावे लागत नाही. म्हणून प्रा. नाईट यांच्या मते, विमायोग्य जोखिमीमुळे नफा मिळत नाही.

२. आग, जाळपोळीचा धोका :

आग, जाळपोळ इत्यादी कारणामुळे सुद्धा उत्पादकांचे नुकसान होत असते. परंतु या धोक्यांचा सुद्धा विमा कंपनी विमा उतरवत असते. या धोक्यांना संयोजकांना तोंड द्यावे लागत नाही. जाळपोळ, आग यामुळे झालेले नुकसान विमा कंपनी भरून देत असते.

३. चोरी, दरोडे, लूटमार इत्यादी :

चोरी, दरोडे, लूटमार यामुळे कारखानदारांचे (संयोजकांचे) नुकसान होत असते. परंतु हे नुकसान विमा कंपनी सोसत असते. म्हणून या धोक्यांना विमायोग्य धोका असे म्हणतात.

४. यंत्रसामग्री निकामी होण्याचा धोका :

उत्पादन चालू असताना यंत्रसामग्री निकामी होण्याचा धोका असतो. परंतु हा धोका सुद्धा विमायोग्य धोका असल्याने या धोक्याला संयोजकाला तोंड द्यावे लागत नाही.

५. अपघाताचा धोका :

रस्ते किंवा रेल्वे अपघातात मालाची नासधूस होते, कारखान्यात काम करताना अपघात होऊन

कामगाराचा मृत्यू होतो. परंतु हा धोकासुद्धा विमा कंपनी पत्करत असते. म्हणून या धोक्याला अपेक्षित धोका असे म्हणतात.

अशा प्रकारे महापूर, भूकंप, वादळ, अपघात, जाळपोळ, आग, दरोडे इत्यादी नैसर्गिक व मानवनिर्मित धोके हे निश्चित स्वरूपाचे धोके असतात. त्यांचा विमा उतरवला जातो. त्यामुळे संयोजकांना या धोक्यांना तोंड द्यावे लागत नाही. म्हणून निश्चित स्वरूपाच्या धोक्यापासून किंवा विमा योग्य धोक्यापासून संयोजकाला नफा मिळत नाही. ज्या धोक्यांचे पुर्वानुमान केले जाऊ शकते, ज्या धोक्यांचा अंदाज बांधता येऊ शकतो, ज्या धोक्यांचे संख्याशास्त्राच्या माध्यमातून मोजमाप करता येते, ज्या धेक्यांचा विमा उतरवता येतो आणि नुकसान झाले तर संयोजकांकडून नुकसानभरपाई मिळते या धोक्यांना विमाशक्य धोके (Insurable Risks) असे म्हणतात. अपेक्षित धोक्यामुळे कोणत्याही प्रकारची अनिश्चितता निर्माण होत नाही. म्हणून असे धोके नफा निर्माण करू शकत नाहीत, असे प्रा. नाईट यांचे मत आहे.

(ब) अनिश्चित स्वरूपाचे धोके :

ज्या धोक्यांचा विमा विमा कंपनी उतरत नाही, त्या धोक्यांना अनिश्चित स्वरूपाचे धोके किंवा विमायोग्य नसणारे धोके असे म्हणतात. किंवा ज्या धोक्यांची जबाबदारी विमा कंपनी स्वीकारत नाही तर संयोजकाला स्वीकारावी लागते त्या धोक्यांना अनिश्चित स्वरूपाचे धोके असे म्हणतात. अशा धोक्यांना तोंड दिल्याबद्दल संयोजकाला जो मोबदला मिळतो, त्यास नफा असे म्हणतात. जे धोके अचानक उद्‌भवतात, ज्या धोक्यांचा संयोजक अंदाज बांधू शकत नाही, जे धोके आकडेशास्त्राच्या द्वारे अचूक मोजता येत नाहीत, ज्या धोक्यांचा विमा विमा कंपी उतरवत नाही, जे धोके संयोजकाला स्वीकारावे लागतात त्या धोक्यांना अनपेक्षित धोके असे म्हणतात. अनिश्चित स्वरूपाचे धोके साधारणपणे खालील प्रकारचे असतात.

१. आर्थिक मंदी :

वस्तूंच्या किंमती कोसळणे, नफा कमी होणे किंवा तोटा होणे ही मंदीची लक्षणे असतात. मंदीच्या काळात वस्तूची मागणी खूपच कमी झालेली असते. त्यामुळे बहुसंख्य संयोजकांना तोटा सहन करावा लागत असतो. आर्थिक मंदीचा किंवा मंदीमुळे निर्माण होणाऱ्या धोक्यांचा विमा कोणतीही विमा कंपनी उतरवत नाही. आर्थिक मंदीच्या धोक्याला संयोजकानांच तोंड द्यावे लागते. जे संयोजक मंदीच्या धोक्याला तोंड देऊन तगून राहतात त्यांनाच नफा मिळतो. सर्वच संयोजक मंदीच्या धोक्यावर मात करू शकत नाहीत.

२. बाजारात स्पर्धकांचा प्रवेश :

नवीन स्पर्धकांचा प्रवेश किंवा नवीन उद्योगसंस्थांची स्थापना हा सुद्धा अनिश्चित स्वरूपाचाच धोका असतो. संयोजकाला जर स्पर्धक निर्माण झाले तर संयोजकाच्या वस्तूचा खप कमी होण्याची शक्यता असते. बहुसंख्य ग्राहक नव्याने स्थापन झालेल्या उद्योगसंस्थेच्या वस्तूकडे आकृष्ट होतात. त्यामुळे संयोजकाच्या वस्तूची मागणी कमी होते. नवीन स्पर्धकांचा बाजारात कधी प्रवेश होईल ते निश्चित सांगता येत नाही. अशा धोक्याला संयोजकालाच तोंड द्यावे लागते. विमा कंपनी अशा धोक्याची जबाबदारी घेत नाही.

३. पर्यायी वस्तू :

संयोजक जी वस्तू तयार करतो त्या वस्तूला पर्यायी वस्तू बाजारात विक्रीसाठी आली तर संयोजकाच्या वस्तूचा खप कमी होतो. बाजारात पर्यायी वस्तू कधी उपलब्ध होईल याचा नेम असतो. या धोक्याला संयोजकालाच तोंड द्यावे लागते. विमा कंपनी अशी धोक्याचा विमा उतरवत नाही.

४. तांत्रिक प्रगती :

ज्या उद्योगसंस्था अत्याधुनिक तंत्रज्ञान वापरून उत्पादन करतात, त्या उद्योग संस्थांचा उत्पादन खर्च कमी राहतो. वस्तू सुंदर व अधिक आकर्षक तयार होतात. अत्याधुनिक तंत्रज्ञान वापरणाऱ्या उद्योगसंस्था कमी किंमतीत वस्तू विकू शकतात. अशा प्रकारे काही उद्योगसंस्थांनी नवीन तंत्रज्ञानाचा वापर करून उत्पादन करावयास सुरुवात केली तर इतर उद्योगसंस्थांच्या संयोजकांचे नुकसान होते. अशा प्रकारचा धोका विमा कंपनी पत्करत नाही. हा धोका संयोजकालाच पत्करावा लागतो.

५. सरकारच्या धोरणात बदल :

भारतासारख्या देशात सरकार अधूनमधून हस्तक्षेप करत असते. काही वस्तूंचे दर सरकारकडून ठरवले जाणे, करांच्या दरात वाढ करणे, निर्यातीवर निर्बंध घालणे, उत्पादनावर निर्बंध घालणे, विशिष्ट वस्तूचेच उत्पादन करण्याची सक्ती करणे, कच्च्या मालाच्या आयातीवर निर्बंध घालणे, वीज कपात करणे म्हणजे सरकारी हस्तक्षेप होय. असा हस्तक्षेप सरकारने केला तर संयोजकांना वस्तूची जास्त किंमत आकारता येत नाही. त्यामुळे संयोजकांचा नफा घटतो. सरकार अर्थव्यवस्थेत कधी हस्तक्षेप करील ते सांगता येत नाही. म्हणून सरकारी हस्तक्षेप हा अनिश्चित स्वरूपाचा धोका होय. या धोक्याचा विमा विमा कंपनी उतरवत नाही. संयोजकालाच हा धोका पत्करावा लागतो.

६. वस्तूची आवड कमी होणे :

संयोजकाची वस्तू ग्राहकांना आवडेनाशी झाली की संयोजकाच्या वस्तूचा खप कमी होतो. वस्तूची आवड संपुष्टात येणे किंवा आवड कमी होणे हा धोका सुद्धा अनिश्चित स्वरूपाचा धोका होय. या धोक्याला विमा कंपनीला नव्हे तर संयोजकालाच तोंड द्यावे लागते.

अशा प्रकारे आर्थिक मंदी, नवीन स्पर्धकांचा प्रवेश, पर्यायी वस्तूची उपलब्धता, तांत्रिक प्रगती, सरकारचा हस्तक्षेप, वस्तूची आवड कमी होणे इ. धोके हे अनिश्चित स्वरूपाचे किंवा विमा न उतरवता येणारे धोके होत. या धोक्यांना तोंड दिल्याबद्दल संयोजकाला मिळणारा मोबदला म्हणजे नफा होय. प्रा. नाईट यांच्या मते, अनिश्चिततेचे किंवा अनिश्चित धोक्यांचे प्रमाण जेवढे जास्त तेवढे नफ्याचे प्रमाण जास्त असते. नफा हा अनिश्चितता पत्करण्याचा मोबदला आहे. संयोजकाने अधिक जोखीम पत्करावी, अधिक धोके पत्करावेत यासाठी त्याला अधिक नफा दिलाच पाहिजे.

नफ्याच्या अनिश्चितता पत्करण्याच्या सिद्धांतावरील टीका :

प्रा. नाईट यांच्या नफ्याच्या अनिश्चितता पत्करण्याच्या सिद्धांतावर खालीलप्रमाणे टीका केल्या जातात.

१) नफा केवळ अनिश्चिततेमुळेच मिळतो हे चूक :

प्रा. नाईट यांनी संयोजक उत्पादन कार्यात अनिश्चितता पत्करत असतो म्हणून त्याला नफा मिळतो असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, काही संयोजक अनिश्चित स्वरूपाच्या धोक्यांना तोंड देत असतात. तरी त्यांना नफा मिळत नाही. म्हणून धंद्यात अनिश्चितता पत्करल्यामुळे नफा मिळतो हे प्रा. नाईट यांचे प्रतिपादन पूर्णपणे बरोबर नाही.

२) अनिश्चितता हा उत्पादनाचा स्वतंत्र घटक हे चूक :

प्रा. नाईट यांनी आपल्या सिद्धांतात अनिश्चिततेला उत्पादनाचा स्वतंत्र घटक मानले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, अनिश्चिततेला उत्पादनाचा स्वतंत्र घटक मानता येणार नाही.

३) अनिश्चितता पत्करण्याचा मोबदला म्हणजे नफा हे चूक :

प्रा. नाईट यांनी आपल्या सिद्धांतात अनिश्चितता पत्करण्याचा मोबदला म्हणजे नफा असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांना प्रा. नाईट यांचे हे प्रतिपादन मान्य नाही. त्यांच्या मते, संयोजक केवळ अनिश्चितता पत्करण्याचे कार्य करत नाही. तर इतरही कार्ये करत असतो. त्या कार्यामुळे त्याला नफा मिळत असतो. परंतु त्याकडे प्रा. नाईट यांनी दुर्लक्ष केले आहे.

४) नफ्याच्या दराचे स्पष्टीकरण नाही :

टीकाकारांच्या मते, प्रा. नाईट यांच्या सिद्धांतात नफा कसा निर्माण होतो याचे उत्तर सापडते. परंतु हा सिद्धांत अनिश्चिततेमुळे जो नफा मिळतो त्या नफ्याच्या दराविषयी काहीच माहिती देत नाही. म्हणून हा सिद्धांत दोषयुक्त आहे.

५) मक्तेदारीतील / अपूर्ण स्पर्धेतील नफ्याचे स्पष्टीकरण नाही :

टीकाकारांच्या मते, मक्तेदारीत किंवा अपूर्ण स्पर्धेत मक्तेदारी उद्योगसंस्थांना नफा का मिळतो याचे उत्तर प्रा. नाईट यांचा सिद्धांत देत नाही. म्हणून हा सिद्धांत परिपूर्ण नाही.

६) इतर बाबींमुळेही संयोजकाचा पुरवठा मर्यादित असतो :

या सिद्धांताने संयोजकाला अनिश्चितता पत्करावी लागते. म्हणून संयोजकाचा पुरवठा मर्यादित असतो असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, इतर गोष्टीमुळेही संयोजकाचा पुरवठा मर्यादित राहतो. उद्योग व्यवसायाची माहिती नसणे, भांडवल पुरेसे नसणे या बाबीमुळेही संयोजकाचा पुरवठा मर्यादित असतो. परंतु त्या बाबीकडे या सिद्धांताने दुर्लक्ष केले आहे.

७) अनिश्चिततेला तोंड देऊनही नफा मिळत नाही :

या सिद्धांताने संयोजक अनिश्चिततेला तोंड देतो. म्हणून त्याला नफा मिळतो असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, काही वेळा अनिश्चिततेला तोंड देऊनही नफा मिळत नाही. त्याचे स्पष्टीकरण हा सिद्धांत देत नाही.

८) केवळ संयोजकच अनिश्चितता स्वीकारतात हे चूक :

या सिद्धांताने (प्रा. नाईट यांनी) संयोजक हा उत्पादनाचा घटक उत्पादन कार्यातील अनिश्चित धोक्यांना तोंड देत असतो असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, केवळ संयोजकच अनिश्चितता स्वीकारतात हे चूक आहे. भांडवल पुरवणारे आणि भागधारक (Shareholders) हे सुद्धा अनिश्चिततेला (अनपेक्षित धोक्यांना) तोंड देत असतात.

९) संयोजकांच्या मागणीकडे दुर्लक्ष :

या सिद्धांताने फक्त संयोजकांच्या पुरवठ्याचा विचार केला आहे. संयोजकांच्या मागणीकडे दुर्लक्ष केले आहे. ही या सिद्धांतातील उणीव आहे.

१०) अनिश्चितता व नफा यांचा संबंध चुकीचा :

या सिद्धांताने अनिश्चितता जितकी जास्त तितका नफा जास्त आणि अनिश्चितता जितकी कमी तितका नफा कमी असे म्हटले आहे. परंतु टीकाकारांच्या मते, असा संबंध लावणे चुकीचे आहे. कमी अनिश्चितता असूनही नफा जास्त मिळू शकतो. तसेच जास्त अनिश्चित धोके पत्करूनही कमी नफा मिळत असतो.

११) अनिश्चितता पत्करूनही तोटा होतो :

टीकाकारांच्या मते, अनिश्चितता स्वीकारूनही / अनिश्चित धोक्यांना तोंड देऊनही नफा मिळत नाही तोटा होतो. त्याचे कारण नाईट यांनी दिलेले नाही. अनिश्चितता पत्करण्याचा मोबदला म्हणजे नफा असे प्रा. नाईट म्हणतात. पण अनिश्चितता पत्करूनही काही वेळा तोटा होतो. त्याकडे या सिद्धांताने दुर्लक्ष केले आहे.

सारांश : अशा प्रकारे प्रा. नाईट यांच्या नफ्याच्या सिद्धांतावर वरीलप्रमाणे टीका केल्या जात असल्या तरी या सिद्धांताचे महत्त्व फारसे कमी होत नाही. ज्या धोक्यांचा विमा विमा कंपनी उतरवत नाही, त्या धोक्यांना संयोजकांना तोंड द्यावे लागते. त्याबद्दल त्यांना मिळणारा मोबदला म्हणजे नफा हा प्रा. नाईट यांचा विचार समर्थनीय वाटतो.

२) 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 पद्धतीत 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.

४) 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 अर्थतज्ज्ञांच्यात 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 उद्भव 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.

◆ ◆ ◆