

पूर्ण प्रतियोगिता में कीमत निर्धारण (PRICE DETERMINATION UNDER PERFECT COMPETITION)

पूर्ण प्रतियोगिता का बाजार वह बाजार होता है जिसमें क्रेताओं और विक्रेताओं के बीच वस्तु का रूप विक्रम प्रतियोगिता के आधार पर होता है।

श्रीमती जॉन रॉबिन्सन (Mrs. Joan Robinson) के अनुसार "पूर्ण प्रतियोगिता तब पायी जाती है जब प्रत्येक उत्पादक के उत्पादन के लिए मांग पूर्णतया लौचदार होती है। इसका अर्थ है कि (i) विक्रेताओं की संख्या बहुत अधिक होती है जिससे किसी एक विक्रेता की उपज उस वस्तु की कुल उपज का बहुत ही छोटा भाग होती है तथा (ii) सभी क्रेता, प्रतिभागी विक्रेताओं के बीच चुनाव करने की दृष्टि से समान होते हैं जिससे बाजार पूर्ण हो जाता है।"

श्री जॉर्जसन एवं क्रेप के अनुसार "एक उद्योग पूर्ण प्रतियोगिता वाला तब होता है जब समस्त बाजार की तुलना में प्रत्येक क्रेता एवं विक्रेता इतना छोटा होता है कि वह अपने शरीर तथा उत्पादन में परिवर्तन उसके बाजार कीमत को प्रभावित नहीं कर सकता है।"

इस प्रकार पूर्ण प्रतियोगिता की मुख्य विशेषताएं निम्नलिखित हैं।

1. क्रेताओं एवं विक्रेताओं की अत्यधिक संख्या का होना - इस बाजार में विक्रेताओं के साथ क्रेताओं की संख्या बहुत ज्यादा रहती है जिससे पल्लवरूप प्रत्येक क्रेता उद्योग के कुल उत्पादन का बहुत छोटा भाग ही खरीदता है इसलिए कीमत को प्रभावित नहीं करता है।

2. एकरूप वस्तु - पूर्ण प्रतिस्पर्धिता के अन्तर्गत सभी फर्मों द्वारा उत्पादित वस्तुएँ रंग, रूप, आकार तथा गुण में एकरूप होती हैं।

3. फर्मों के प्रवेश व छोड़ने की स्वतन्त्रता - इस बाजार में कोई भी नई फर्म उद्योग में प्रवेश कर सकती है तथा कोई भी फर्म उत्पादन बन्द कर उद्योग छोड़ सकती है।

4. पूर्ण ज्ञान - क्रेताओं एवं विक्रेताओं को वस्तु की कीमत की पूरी पूरी जानकारी रहती है कि वस्तु किस कीमत पर खरीदी एवं बेची जा रही है।

5. पूर्ण गतिशीलता - इस प्रकार के बाजार में वस्तुओं एवं सेवाओं और साधनों की गतिशीलता पायी जाती है। उत्पादन के साधन अपनी विभिन्न उद्योगों में वही जहाँ कहीं भी राज्जार चाहते हैं, वहाँ जाने के लिए स्वतन्त्र होते हैं।

6. यातायात लागतों का अभाव - पूर्ण प्रतिस्पर्धिता बाजार में वस्तु के यातायात की लागत का कीमत पर कोई प्रभाव नहीं पड़ता।

कीमत निर्धारण

कीमत निर्धारण के सम्बन्ध में अर्थशास्त्रियों द्वारा समय पर विभिन्न सिद्धान्तों का प्रतिपादन किया गया है।

A. उत्पादन लागत का सिद्धान्त - Adam Smith

एवं मरिचक एवं गिहार्डों (Ricardo) के अनुसार किसी वस्तु की सीमा उत्पादन में लागत के अनुसार निर्धारित होती है यह सिद्ध प्रति पक्ष पर जो देते हैं मांग पक्ष की अवहेलना की गयी है

सीमान्त उपयोगिता सिद्धान्त - इस सिद्धान्त के प्रतिपादक जेवन्स (Jevons) तथा वालरस (Walras) थे। इनके अनुसार किसी वस्तु की सीमा असी उपयोगिता द्वारा निर्धारित होता है ~~वस्तु~~ वस्तु में जितना अधिक उपयोगिता होती है उतनी ही अधिक असी कीमत होती है यानि सीमा वस्तु के सीमान्त उपयोगिता के बराबर होता है इस सिद्धान्त में मांग पक्ष पर जो दिया गया है प्रति पक्ष की अवहेलना की गयी है।

उपरोक्त दोनों ही विचारधारा अमूर्त एवं एकपक्षीय हैं प्रारम्भिक सिद्धान्त के दोषों को दूर करने हेतु प्रोफ. मार्शल मूल्य वा सामान्य सिद्धान्त (General Theory of Value) का प्रतिपादन किया गया। प्रो. मार्शल के अनुसार उपयोगिता (मांग) तथा उत्पादन लागत (प्रति) दोनों ही मूल्य निर्धारण के लिए एक गाड़ी के दो पहिर के समान हैं मूल्य न तो केवल मांग और न केवल प्रति द्वारा निर्धारित होता है वन दोनों की पारस्परिक अन्तर्क्रियाओं द्वारा निर्धारित होता है।
Price is determined neither by demand nor by supply alone but by an interaction of the two.

प्रो. मार्शल ने एक सुन्दर उदाहरण द्वारा इन दोनों यानि (मांग एवं प्रति) पक्षों के मूल्य को स्पष्ट किया है। कीमत की तुलना में की है, मांग एवं प्रति की तुलना की फलकी है की है। कारण के लिए में की है दोनों फलक जितना