



SHRI MRD ARTS & SHRI EELK COMM.COLLEGE CHIKHLI
ASHOK C. PATEL
TYBA SEM - 6
SUBJECT -MANAGERIAL ECONOMICS
PAPET - 21(A)

પૂર્ણ હરીફાઈવાળું બજાર



- ૧. વ્યાખ્યા :- પૂર્ણ હરીફાઈ એટલે જ્યાં અસંખ્ય પેઢીઓ અને અસંખ્ય ખરીદનારા દ્વારા એકસરખી વસ્તુ ઓ નું ઉત્પાદન અને ખરીદી કારવા માં આવે છે. કોઈ પણ એક પેઢી કે એક ખરીદનારા બજાર કિંમત માં વધારો કે ઘટાડો કરી શકતા નથી . આમ પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં દરેક પેઢીઓ વસ્તુની કિમત નક્કી કરનાર નહી પરંતુ વસ્તુની કિમત ને સ્વીકારનાર હોય છે.
- શ્રીમતી જોન રોબિન્સન ના મતે પૂર્ણ હરીફાઈવાળું બજાર એટલે જ્યારે 'બજારમાં અસંખ્ય ઉત્પાદકોની વસ્તુની માંગ સંપૂર્ણ મુલ્યસાપેક્ષ હોય.

(૧) સમાનગુણી વસ્તુઓ :-



પૂર્ણ હરીફાઈમાં અનેક પેઢીઓ દ્વારા સમાનગુણી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કરવા માં આવે છે. પેઢીઓ દ્વારા ઉત્પાદન તથા વેચાણ કરવા માં આવતી વસ્તુઓ ના બધાજ એકમો રૂપ, રંગ, કદ, વજન, ગંધ ગુણવત્તા, પેકિંગ, વગેરે ની બાબતે સમાન હોય છે. તેમ હોવા થી દરેક ઉત્પાકો તથા વેચનારાઓ ગ્રાહકો પાસેથી બજારકિંમત કરતાં વધુ કિંમત લઈ શકતા નથી .દા. ત. શિકાકાઈ સાબુ બધીજ ગોટીઓ સમાન ગુણો ધરાવે છે . તેમ હોવા થી દરેક ઉત્પાકો તથા વેચનારાઓ શિકાકાઈ સાબુ ની દરેક ગોટીઓ નાં ગ્રાહકો પાસેથી બજારકિંમત કરતાં વધુ કિંમત લઈ શકતા નથી .

- -- ઉત્પાકો તથા વેચનારાઓનો સ્વભાવ વર્તન વિચાર સમાન (ઉદ્ભવ, મિજાજીખોર, અવિનયી)

(૨) અસંખ્ય ઉત્પાદકો અથવા વેચનારાઓ :-



- પૂર્ણ હરીફાઈની પાયાની ધારણા એ છે કે ઉદ્યોગમાં અસંખ્ય પેઢીઓ દ્વારા વસ્તુઓ નું ઉત્પાદન કરવામાં આવે છે. આમ હોવાને કારણે કોઈ એક ઉત્પાદક નો કુલ પુરવઠામાં હિસ્સો ખુબ નજીવો હોય છે. તેથી કોઈ એક ઉત્પાદક પોતાની વસ્તુના પુરવઠામાં વધારો- ઘટડો કરીને બજારકિંમત પર કોઈ જ અસર પહોંચાડી શકતો નથી. ઉત્પાદકે બજારકિંમત ને સ્વીકારીને જ ઉત્પાદનના નિર્ણયો લેવાના હોય છે. તેથીજ પૂર્ણ સ્પર્ધામાં પેઢીઓ ને ભાવસ્વીકારક તરીકે ઓળખવા માં આવે છે.

(3) અસંખ્ય ખરીદનારાઓ :-



- પૂર્ણ હરીફાઈમાં અસંખ્ય ખરીદનારાઓ દ્વારા વસ્તુઓ ની ખરીદી કરવામાં આવે છે. જો કોઈ એક ખરીદનાર વધારે અથવા ઓછી વસ્તુની ખરીદી કરે તેની બજારકિંમત પર અસર થતી નથી. આમ કોઈ એક ગ્રાહક માગમાં વધારો-ઘટાડો કરીને બજારકિંમત ને અસર કરી શકતો નથી.

(૪) વાહનવ્યવહારના ખર્ચનો અભાવ:-



- ગ્રાહકો એ વસ્તુની ખરીદી તથા વેચનારાઓ એ વસ્તુના વેચાણ માટે વાહનવ્યવહારનો ખર્ચ ભોગવવો પડતો નથી. જેથી વસ્તુના ભાવમાં તફાવત ભૌગોલિક અંતરને લીધે જોવા મળતો નથી. પૂર્ણ હરીફાઈમાં સમાનગુણી વસ્તુના ભાવ સમાન રહે છે. આ માટે નું મુખ્ય કારણ ઉત્પાદનાં સાધનો સંપૂર્ણ ગતિશીલ છે.

(પ)પેઢીઓ મુક્ત રીતે ઉઢોગ છોડી શકે છે તથા મુક્ત રીતે ઉઢોગ માં પ્રવેશી શકે છે:-



- પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં પેઢીઓ પોતાની ઈચ્છા મુજબ મુક્ત રીતે ઉઢોગમાં પ્રવેશી શકે છે. તેમજ પોતાની ઈચ્છા મુજબ મુક્ત રીતે ઉઢોગ છોડી શકે છે. આ બજારમાં પેઢીની અવર જવર પર કોઈ પ્રતિબંધ હોતો નથી. જ્યારે ઉઢોગ માં અસામાન્ય નફો મળતો હોય તો તેનો લાભ લેવા અન્ય પેઢીઓ મુક્ત રીતે ઉઢોગમાં પ્રવેશી શકે છે. તેમજ જ્યારે ઉઢોગ માં ખોટ જતી હોય તો પેઢીઓ મુક્ત રીતે ઉઢોગ છોડી શકે છે. મુક્ત અવર જવર ને કારણે પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં પેઢીઓને લાંબે ગાળે સામાન્ય નફો જ મળે છે.

(દ)ઉત્પાદકો અને ગ્રાહકોને બજારની પરીસ્થિતિની સંપૂર્ણ માહિતી:-



- પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં દરેક ગ્રાહકો વસ્તુના ભાવ સબંધી સંપૂર્ણ જાગરૂત અને માહિતી હોય છે. તેથી ઉત્પાદકો કે વેચનારાઓ ગ્રાહકો પાસેથી વસ્તુના બજારકિંમતથી વધુ ભાવ લઈ શકતા નથી. પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં પેઢીની માંગરેખા સંપૂર્ણ મુલ્યસપેક્ષ હોય છે. ગ્રાહકોની જેમ ઉત્પાદકોને પણ બજારકિંમતની સંપૂર્ણ માહિતી હોય છે. વસ્તુબજાર અને સાધાનબજારમાં પ્રવર્તતા ભાવોથી ઉત્પાદકો સંપૂર્ણ માહિતી હોય છે.

(9)ઉત્પાદનધાનોની સંપૂર્ણ ગતિશીલતા ;-



પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં ઉત્પાદનનાં સાધનો એક પેઢીમાંથી અન્ય પેઢીમાં, એક ઉદ્યોગમાંથી અન્ય ઉદ્યોગમાં, તેમજ એક વ્યવસાયમાંથી અન્ય વ્યવસાયમાં સંપૂર્ણ ગતિશીલ હોય છે. તેમજ ઉત્પાદનનાં સાધનો વૈકલ્પિક ઉપયોગમાં લઈ શકાય તેવા હોય છે. જેથી ઉત્પાદનખર્ચ જુદા જુદા સ્થળે સમાન રહેવા પામે છે. જેને કારણે વસ્તુના ભાવમાં તફાવત ભોગોલીક અંતર કે સ્થળને લીધે જોવા મળતો નથી. પૂર્ણ હરીફાઈમાં સમાનગુણી વસ્તુના ભાવ સમાન રહે છે.

(૮) કિંમત ભેદભાવ અશક્ય :-



- (૮) કિંમત ભેદભાવ અશક્ય :-
- પૂર્ણ હરીફાઈમાં કિંમત બજારની કુલ માંગ અને કુલ પુરવઠા દ્વારા નક્કી થાય છે અને દરેક ઉત્પાદકે વસ્તુની કિંમત સ્વીકારવાની હોય છે. દરેક ઉત્પાદક બજાર કિંમત કરતા વધુ કિંમત લઈ શકતો નથી. પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં કિંમત એકસમાન રહે છે. અને કિંમત ભેદભાવ શક્ય બનતો નથી.

ટુંકા ગાળામાં પેઢીની સમતુલા



સમયનો ટુંકો ગાળો એટલે જ્યારે પેઢી પોતાનો નફો મહત્તમ કારવા તેમજ ખોટ ન્યૂનતમ કરવા માત્ર અસ્થિર સાધનોના પ્રમાણ માં ફેરફાર કરી ઉત્પાદનમાં વધારો- ઘટાડો કરી શકે છે. આ ટુંકા સમયનાં ગાળા દરમિયાન ઉત્પાદનના કુલા ખર્ચ ને સ્થિર અને અસ્થિર ખર્ચ માં વિભાજન કરી શકાય છે. સમયના ટુંકા ગાળા દરમિયાન ઉદ્યોગમાં રહેલી પેઢીઓ ઉદ્યોગ છોડી શકતી નથી કે નવી પેઢીઓ ઉદ્યોગમાં દાખલ થઈ શકતી નથી. જે માટે મુખ્ય કારણ સમય નો ટુંકો ગાળો છે. પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં પેઢીની માંગરેખા સંપૂર્ણ મુલ્યસપેક્ષ હોય છે. પેઢી પ્રવર્તમાન કીમતે ગમે તેટલા વધારાના એકમોનું વેચાણ કરી શકે છે.



- પેઢીની સમતુલા:-

- ટુંકા ગાળા દરમિયાન જ્યારે પેઢી પોતાના ઉત્પાદનમાં વધારો કે ઘટાડો કરવા માગતી નથી ત્યારે પેઢી સમતુલામાં છે એમ કહી શકાય.
- પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં પેઢીનીસમતુલા માટે ની શરતો
- (૧) સીમાંતઆવક =સીમાંતખર્ચ (MR =MC)
- (૨) સીમાંતખર્ચની રેખા સીમાંતઆવકની રેખા ને નીચેની બાજુ થી છેદી ઉપર તરફ જવી જોઈએ.



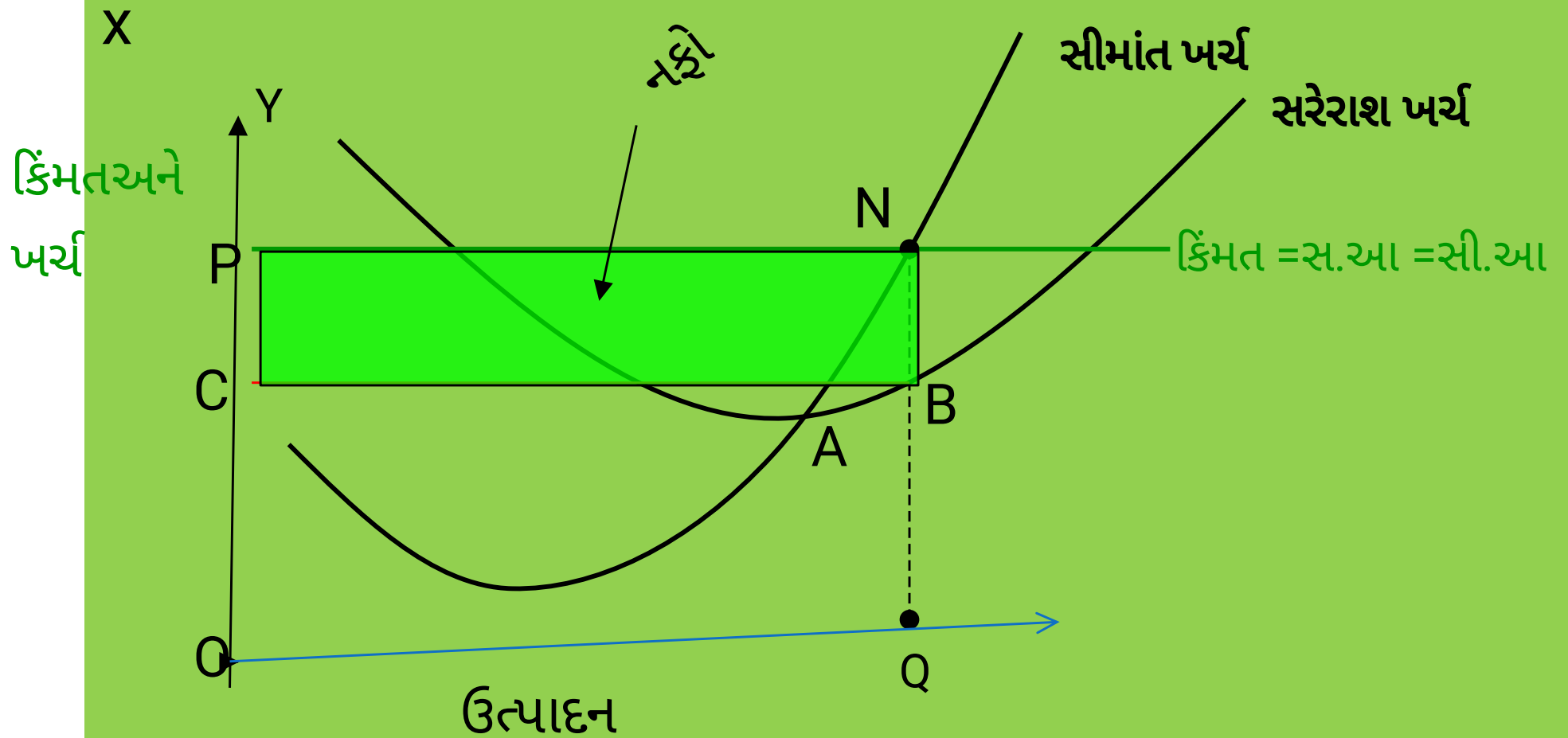
ઉપર મુજબની બે શરતો થી એ સ્પષ્ટ થતું નથી કે પેઢી નફો કે ખોટ કરશે . નફો કે ખોટ નો આધાર પેઢીની સરેરાસ આવક અને સરેરાશ ખર્ચ ઉપર આધાર રાખે છે.

- (૧) જ્યારે પેઢીની સરેરાસ આવક $>$ સરેરાશ ખર્ચ હોય : પેઢીને અસામાન્ય નફો મળે છે.
- (૨) જ્યારે પેઢીની સરેરાસ આવક $=$ સરેરાશ ખર્ચ હોય : પેઢીને સામાન્ય નફો મળે છે.
- (૩) જ્યારે પેઢીની સરેરાસ આવક $<$ સરેરાશ ખર્ચ હોય : પેઢીને ખોટ જાય છે.
- ટુંકા ગાળામાં પેઢીની સમતુલાની ત્રણ શક્યતાઓ છે
- (૧) અસામાન્ય નફો
- (૨) સામાન્ય નફો
- (૩) ખોટ

(૧) અસામાન્ય નફો:-



- સમતુલાની સ્થીમાં પેઢીનાં સરેરાસ ખર્ચ કરતા સરેરાસ આવક વધારે હોય ત્યારે પેઢી ને અસામાન્ય નફો મળે છે. પૂર્ણ હરીફીવાલા બજારમાં પેઢી ની અસામાન્ય નફાની પરીસ્તીની આકૃતિ નીચે મુજબ છે.



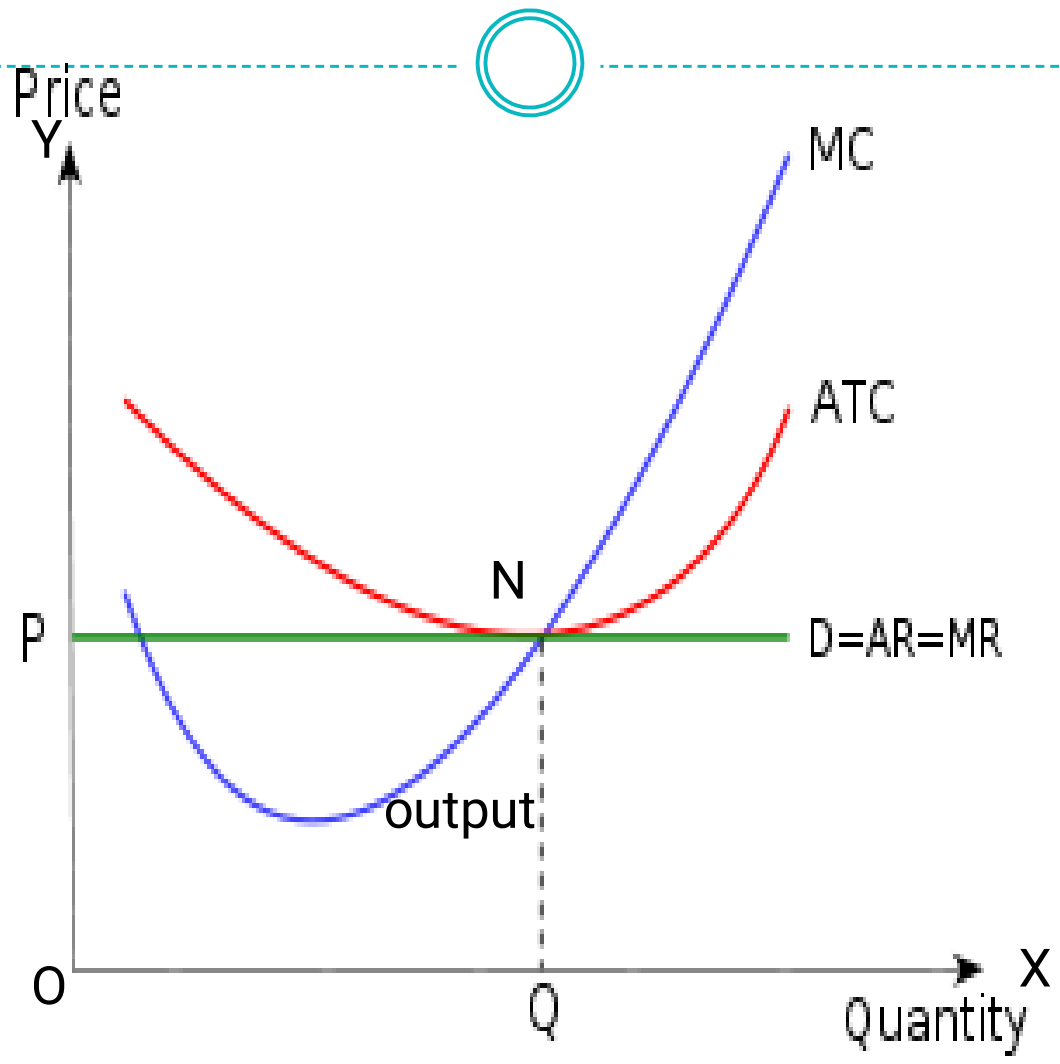
$$\begin{aligned} \text{નફો} &= (\text{કિંમત} - \text{સરેરાશ ખર્ચ}) \times \text{વેચેલા એકમો} \\ &= (OP - OC) \times OQ = PNBC \end{aligned}$$

OX ધરી પર ઉત્પાદન અને OY ધરી પર કિંમત દર્શાવવામાં આવેલ છે. MC રેખા સીમાંતખર્ચની રેખા છે. MR રેખા સીમાંતઆવકની રેખા છે. AC રેખા સરેરાસ ખર્ચની રેખા છે. પૂર્ણ હરીફાઈમાં કિંમત સ્થિર હોવાથી સરેરાસ આવક = કિંમત = સીમાંતઆવક થાય છે. પેઢી ત્યાં સુધી ઉત્પાદનમાં વધારો કરે છે કે જ્યારે સીમાંતઆવક = સીમાંતખર્ચ થાય છે. કારણકે ઉત્પાદન જ્યાં સીમાંતઆવક = સીમાંતખર્ચ થાય ત્યાં સુધી કરે તો પેઢીનો કુલ નફો મહત્તમ બને છે. આથી પેઢી B બિંદુએ સમતુલા માં છે. પેઢી OP કિંમતે OQ એકમો નું ઉત્પાદન કરે છે. ત્યારે પેઢીની સરેરાસ આવક > સરેરાસ ખર્ચ છે. OQ ઉત્પાદને પેઢીનું સરેરાસ ખર્ચ OC છે, જ્યારે સરેરાસ આવક OP છે તેથી પેઢી ને એકમદીઠ PC નફો થાય છે અહીં પેઢીને મળતો અસામાન્ય નફો PNBC જેટલો છે. જે પેઢી માટે મહત્તમ નફો દર્શાવે છે. આ ઉદ્યોગ માં અસામાન્ય નફાથી આકર્ષાયને અન્ય પેઢીઓ ટુંકા ગાળા દરમિયાન પ્રવેશી શકશે નહિ. તેથી આ પેઢીઓ નો અસામાન્ય નફો ચાલુ રહેશે.

(૨) જ્યારે કિંમત અને સરેરાસ ખર્ચ સરખા હોય ત્યારે પેઢી ને સામાન્ય નફો જ મળે છે.:



સમતુલાની સ્થિતિમાં પેઢીનાં સરેરાસ ખર્ચ અને સરેરાસ આવક બન્ને સરખા હોય ત્યારે પેઢી ને સામાન્ય નફો મળે છે. પૂર્ણ હરીફીવાલા બજારમાં પેઢી ની સામાન્ય નફાની પરિસ્થિતિ ની આકૃતિ નીચે મુજબ છે.





આ પેઢીનું ન્યૂનતમ સરેરાસ ખર્ચ QM છે. પેઢી ન્યૂનતમ ખર્ચે જ વસ્તુનું ઉત્પાદન કરે છે. તેથી પેઢી ઈષ્ટ ઉત્પાદન કરે છે. આ પેઢી ઈષ્ટ કદ ની છે.

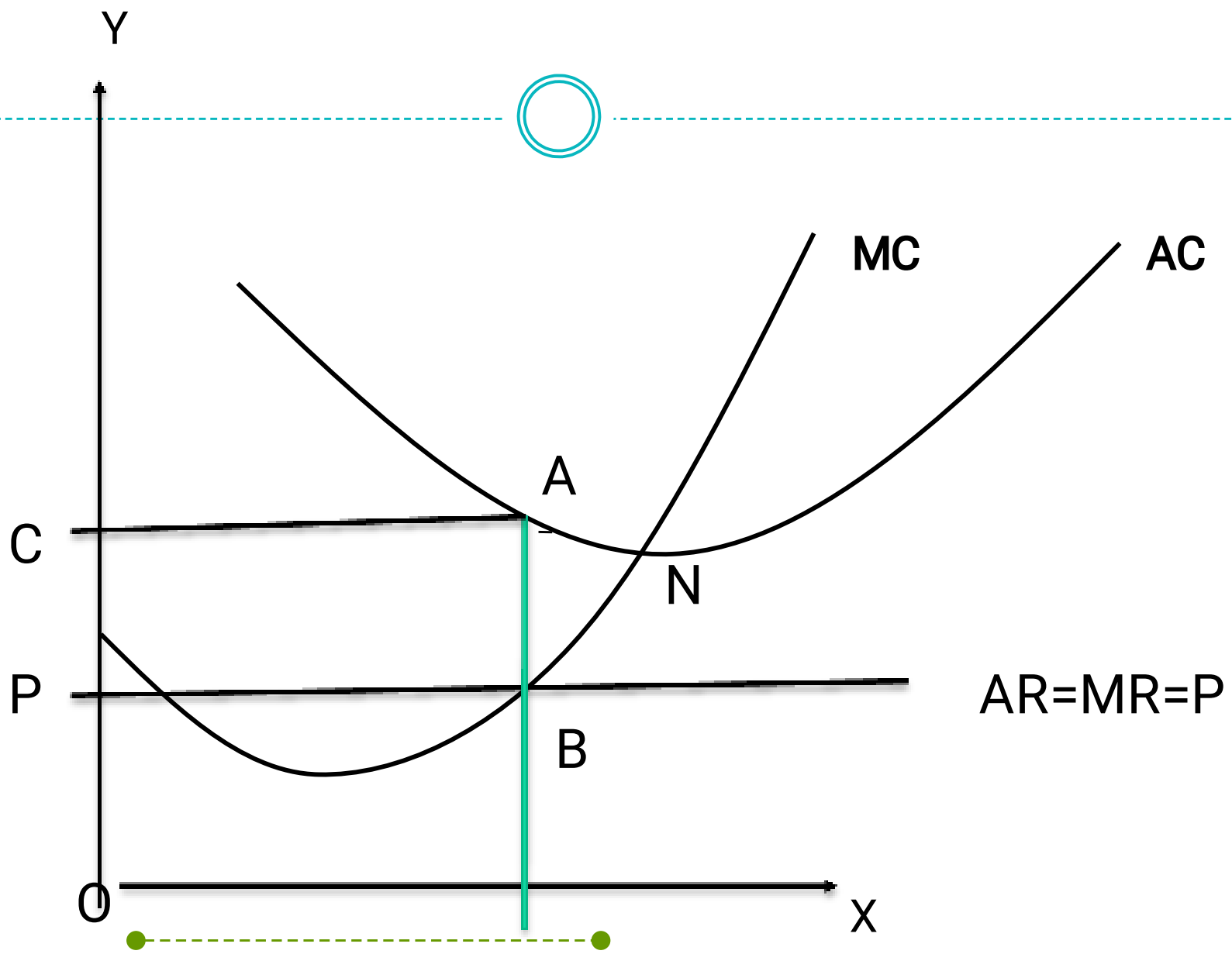
- (૩) જ્યારે કિંમત કરતા સરેરાસ ખર્ચ વધારે હોય ત્યારે પેઢી ને ખોટ જાય છે:
- આકૃતિમાં N બિંદુ સમતુલાનું બિંદુ છે, જ્યા સીમાંત આવક અને સીમાંત ખર્ચ સરખા થાય છે. પેઢી OQ એકમોનું ઉત્પાદન OP કિંમતે કરે છે. આ ઉત્પાદને કિંમત અને સરેરાસ ખર્ચ સરખા છે. જેથી પેઢીને સામાન્ય નફો મળે છે. આમ ટુંકા ગાળામાં પૂર્ણ હરીફીની પરીસ્થિતીમાં સમતુલા વખતે પેઢી ને સામાન્ય નફો જ મળે છે.



આ પેઢીનું ન્યૂનતમ સરેરાસ ખર્ચ QM છે. પેઢી ન્યૂનતમ ખર્ચે જ વસ્તુનું ઉત્પાદન કરે છે. તેથી પેઢી ઈષ્ટ ઉત્પાદન કરે છે. આ પેઢી ઈષ્ટ કદ ની છે.

- (૩) જ્યારે કિંમત કરતા સરેરાસ ખર્ચ વધારે હોય ત્યારે પેઢી ને ખોટ જાય છે:
- આકૃતિમાં N બિંદુ સમતુલાનું બિંદુ છે, જ્યાં સીમાંત આવક અને સીમાંત ખર્ચ સરખા થાય છે. પેઢી OQ એકમોનું ઉત્પાદન OP કિંમતે કરે છે. આ ઉત્પાદને કિંમત અને સરેરાસ ખર્ચ સરખા છે. જેથી પેઢીને સામાન્ય નફો મળે છે. આમ ટુંકા ગાળામાં પૂર્ણ હરીફીની પરીસ્થિતિમાં સમતુલા વખતે પેઢી ને સામાન્ય નફો જ મળે છે.
- આ પેઢીનું ન્યૂનતમ સરેરાસ ખર્ચ QM છે. પેઢી ન્યૂનતમ ખર્ચે જ વસ્તુનું ઉત્પાદન કરે છે. તેથી પેઢી ઈષ્ટ ઉત્પાદન કરે છે. આ પેઢી ઈષ્ટ કદ ની છે.
- (૩) જ્યારે કિંમત કરતા સરેરાસ ખર્ચ વધારે હોય ત્યારે પેઢી ને ખોટ જાય છે:

કિંમત
અને
ખર્ચ



Q ઉત્પાદન એકમોમાં

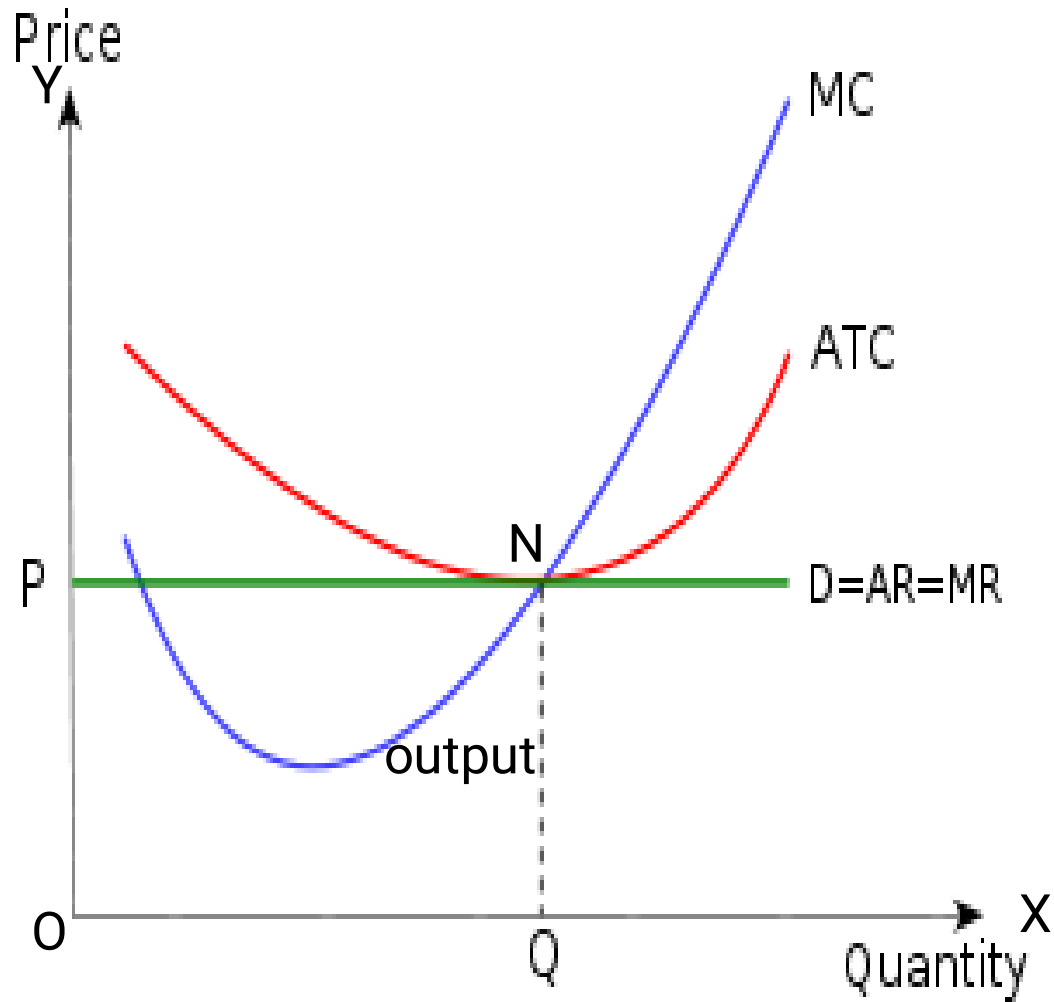


- લાંબા ગાળામાં ઉધોગની સમતુલા :
- પૂર્ણ હરીફાઈ માં ઉધોગની સમતુલા માટે બે શરતો મહત્વની છે:
 - (૧)ઉધોગની બધી જ પેઢીઓ સમતુલામાં હોવી જોઈએ.
 - (૨) ઉધોગમાં પેઢીઓ ની સંખ્યા સ્થિર હોવી જોઈએ.
- સમતુલાની શરતોનું પાલન થતું નથી.આથી પૂર્ણ હરીફાઈ વાલા બજાર માં તુકાગાળા ની સમતુલા શક્ય નથી.
- લાંબા ગાળામાં ઉધોગની સમતુલા :

પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજાર માં લાંબાગાળામાં અસામાન્ય નફોની પરિસ્થિતિ હોય ત્યારે નવી પેઢીઓ પ્રવેસતી રહે છે. ખોટની પરિસ્થિતિ હોય ત્યારે જૂની ઉધોગ છોડીને જતી રહે છે.આમ, લાંબાગાળામાં પેઢીઓની સંખ્યા સ્થિર થાય છે. પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજાર માં લાંબાગાળે સામાન્ય નફો મળે છે. અહીં ઉધોગ સમતુલાની શરતોનું પાલન થાય છે. આથી પૂર્ણ હરીફાઈ વાલા બજાર માં લાંબાગાળા ની સમતુલા શક્ય છે.



- ઉત્પાદન બંધ કરી ઉદ્યોગ છોડી જશે. જેને કારણે વસ્તુનો પુરવઠામાં ઘટાડો થતો જશે અને વસ્તુની કિંમત ઉંચી જશે. ઉદ્યોગ માં પેઢીઓ ની સાંખ્ય ઘટાડો થવાની પ્રક્રિયા ત્યાં સુધી ચાલશે જ્યારે ઉદ્યોગ માની દરેક પેઢીને સામાન્ય નફો પ્રાપ્ત થાય .
- જો લાંબા ગાળે સમતુલા ની બિંદુએ વસ્તુની કિંમત સરેરાસ ખર્ચ કરતા વધારે હશે તો પેઢી ને અસામાન્ય નફો મળશે . પૂર્ણ હરીફાઈ માં પેઢીઓ ઉદ્યોગ માં મુક્ત રીતે પ્રવેશી શકે છે. જેથી નવી પેઢીઓ આવવાથી વસ્તુનો કુલ પુરવઠો વધતો જશે અને કિંમત ઘટવા લાગશે. કિંમત ઘટડો ત્યાં સુધી થશે જ્યારે કિંમત = સરેરાસ ખર્ચ થશે ત્યારે જ લાબગાળાની સમતુલા સ્થપાશે. લાબગાળામાં પૂર્ણ હરીફાઈની પરીસ્થિતીમાં સમતુલા વખતે દરેક પેઢી ને માત્ર સામાન્ય નાફો જ મળે છે. આથી લાંબે ગાળે પેઢીની સમતુલાની શરત નીચે મુજબ આપી શકાય .
- કિંમત=સરેરાસ આવક = સીમાંત આવક =સીમાંત ખર્ચ =સરેરાસ ખર્ચ.





આકૃતિમાં N બિંદુ સમતુલાનું બિંદુ છે, જ્યાં સીમાંત આવક અને સીમાંત ખર્ચ સરખા થાય છે. પેઢી OQ એકમોનું ઉત્પાદન OP કિંમતે કરે છે. આ ઉત્પાદને કિંમત અને સરેરાસ ખર્ચ સરખા છે. જેથી પેઢીને સામાન્ય નફો મળે છે. આમ લાબગાળામાં પૂર્ણ હરીફીની પરીસ્થિતિમાં સમતુલા વખતે દરેક પેઢીને માત્ર સામાન્ય નફો જ મળે છે. પેઢી મહત્તમ ઉત્પાદન શક્તિનો ઉપયોગ કરે છે અને ન્યૂનતમ ખર્ચ વસ્તુનું ન્યૂનતમ બજારકીમતે વેચાણ કરે છે.

- જ્યારે ઉપરોક્ત બે શરતો નું પાલન થાય તો ઉદ્યોગના કુલ ઉત્પાદન માં ફેરફાર થવા નું કોઈ કારણ નથી. અને ઉદ્યોગ સમતુલા પ્રાપ્ત કરે છે.

જ્યારે દરેક પેઢીની સીમાંત આવક અને સીમાંત ખર્ચ સરખા થાય છે અને લાંબે ગાળે સીમાંત આવક = સીમાંત ખર્ચ = સરેરાસ આવક = સરેરાસ ખર્ચ = સરેરાસ આવક સરખા થાય છે ત્યારે ઉદ્યોગમાં દરેક પેઢી સમતુલામાં છે. લાંબે ગાળે દરેક પેઢીને સામાન્ય નફો પ્રાપ્ત થાય છે. ઉદ્યોગમાં કોઈ પેઢીને અસામાન્ય નફો મળતો નથી અને તેથી નવી પેઢીઓને ઉદ્યોગમાં દાખલ થવા નું કોઈ કારણ રહેતું નથી તેમ જ જૂની પેઢીઓ જ્યાં સુધી સામાન્ય નફો મળતો હોઈ ત્યાં સુધી ઉદ્યોગમાં ટકી રહે છે.

- લાંબે ગાળે ઉદ્યોગમાં અસામાન્ય નફો મળે તો નવી પેઢીઓ દાખલ થશે. —ઉત્પાદન સામાન્ય નફો



આમ પૂર્ણ હરીફીની પરીસ્થીમાં ઉધોગની લાંબા ગાળાની સમતુલામાં પેઢીઓ માત્ર સમાન્ય નફો જ પ્રાપ્ત કરે છે જ્યારે નવી પેઢી પ્રવેશ ન પામે અથવા કોઈ જૂની પેઢી ઉધોગ છોડી ન જાય એટલે કે પેઢીઓ ની સાંખ્ય સ્થિર રહે, ત્યારે સમગ્ર ઉધોગ સમતુલા માં છે એમ કહી શકાય.