

● પ્રસ્તાવના	6.7 ઇજારાનાં લક્ષણો
6.1 બજારનો અર્થ	6.7.1 એક જ ઉત્પાદક કે વેચનાર અને અસંખ્ય ખરીદનાર
6.2 બજારનાં ઘટકો (બજારનાં લક્ષણો)	6.7.2 નજીકની અવેજી વસ્તુનો અભાવ
6.2.1 ખરીદનારા અને વેચનારા	6.7.3 નવી પેઢીઓના પ્રવેશ પર અંકુશ
6.2.2 વસ્તુઓ કે સેવાઓ	6.7.4 કિંમત અથવા વેચાણ પર કાબૂ
6.2.3 સંપર્ક	6.7.5 અસામાન્ય નફો
6.2.4 કિંમત	6.7.6 કિંમત-ભેદભાવ
6.2.5 બજારસ્થિતિ અંગેની જાણકારી	6.7.7 પેઢી એ જ ઉદ્યોગ
6.3 બજારનું વર્ગીકરણ	6.8 ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ
6.3.1 સ્થાન આધારિત બજાર	6.8.1 વ્યાખ્યા
6.3.1.1 સ્થાનિક બજાર	6.9 ઇજારાયુક્ત હરીફાઈનાં લક્ષણો
6.3.1.2 પ્રાદેશિક બજાર	6.9.1 મોટી સંખ્યામાં વેચનારા અને અસંખ્ય ખરીદનારા
6.3.1.3 રાષ્ટ્રીય બજાર	6.9.2 વસ્તુ-વિભિન્નતા
6.3.1.4 આંતરરાષ્ટ્રીય બજાર	6.9.3 પેઢીઓની મુક્ત અવર-જવર
6.3.2 જથ્થા આધારિત બજાર	6.9.4 વેચાણ-ખર્ચ
6.3.2.1 જથ્થાબંધ બજાર	6.9.5 બિનકિંમત હરીફાઈ
6.3.2.2 છૂટક બજાર	6.9.6 બજાર અંગેનું અપૂરતું જ્ઞાન
6.3.3 હરીફાઈ આધારિત બજાર	6.10 અલ્પહસ્તક ઇજારો
6.4 પૂર્ણ હરીફાઈ	6.10.1 વ્યાખ્યા
6.4.1 વ્યાખ્યા	6.11 અલ્પહસ્તક ઇજારાનાં લક્ષણો
6.5 પૂર્ણ હરીફાઈનાં લક્ષણો	6.11.1 અલ્પ (થોડા) વેચનારા અને અસંખ્ય ખરીદનારા
6.5.1 અસંખ્ય વેચનારા અને અસંખ્ય ખરીદનારા	6.11.2 સમાનગુણી કે નજીકની અવેજી વસ્તુ
6.5.2 સમાનગુણી વસ્તુઓ	6.11.3 પેઢીઓનો પ્રવેશ
6.5.3 પેઢીઓની મુક્ત અવર-જવર	6.11.4 વેચાણ-ખર્ચ
6.5.4 બજાર અંગેનું સંપૂર્ણ જ્ઞાન	6.11.5 પરસ્પર અવલંબન
6.5.5 ઉત્પાદનનાં સાધનો સંપૂર્ણ ગતિશીલ	6.11.6 કિંમત-ચુસ્તતા (ખાંચાવાળી માંગરેખા)
6.5.6 વાહનવ્યવહાર-ખર્ચનો અભાવ	
6.6 ઇજારો	
6.6.1 વ્યાખ્યા	

પ્રસ્તાવના (Introduction)

સામાન્ય રીતે જે સ્થળે વસ્તુઓ કે સેવાનું ખરીદવેચાણ થાય છે તેને આપણે બજાર કહીએ છીએ. આપણો બજાર વિશેનો ખ્યાલ એક ભૌગોલિક વિસ્તાર પૂરતો મર્યાદિત હોય છે પણ અર્થશાસ્ત્રમાં અર્થ બતાવે છે કે બજારનો ખ્યાલ વિસ્તૃત છે.

6.1 બજારનો અર્થ (Meaning of a Market)

અર્થશાસ્ત્રમાં વસ્તુ કે સેવાના ખરીદ-વેચાણના હેતુથી ખરીદનાર અને વેચનારા એકબીજાના પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ સંપર્કમાં આવે તે વ્યવસ્થા એટલે બજાર.

પ્રો. સેમ્યુઅલસનના શબ્દોમાં કહીએ તો ‘બજાર એટલે એક એવી કાર્યપ્રણાલી કે જ્યાં ખરીદનાર અને વેચનાર વસ્તુ અને સેવાની કિંમત અને જથ્થા (પ્રમાણ)ને નક્કી કરવાના હેતુથી એકબીજાના સંપર્કમાં આવે છે.’

6.2 બજારનાં ઘટકો (બજારનાં લક્ષણો) (Characteristics of a Market)

વાસ્તવમાં બજાર વિશિષ્ટ લક્ષણો ધરાવે છે જે પૈકી અગત્યનાં (લક્ષણો) ઘટકો નીચે મુજબ છે :

6.2.1 ખરીદનારા અને વેચનારા : બજારમાં વસ્તુ કે સેવાના ખરીદનારા અને વેચનારા હોવા ફરજિયાત છે. તેઓ દ્વારા જ પોતાના અંગત હેતુસર જે વિનિમય કરવામાં આવે છે તેને ખરીદ-વેચાણની પ્રક્રિયા કહેવાય છે. અહીં વેચનારનો પોતાનો નફો મહત્તમ કરવાનો ઉદ્દેશ અને ખરીદનારનો વસ્તુમાંથી મળતો સંતોષ મહત્તમ કરવાના હેતુથી આ પ્રક્રિયા જન્મ લે છે.

6.2.2 વસ્તુઓ કે સેવાઓ : બજારમાં માંગ પામતી અને વેચાણ થતી વસ્તુઓ કે સેવાઓ હોવી જરૂરી છે. બજારમાં ઉત્પાદક કે વેચનાર પોતાનો નફો મહત્તમ કરવાના આશયથી વસ્તુઓ કે સેવાઓના વિભિન્ન પ્રકારો તેમજ સ્વરૂપો બહાર પાડે છે અને તે વસ્તુઓ તથા સેવાઓ પ્રતિ ખરીદનારને આકર્ષવાનો પ્રયત્ન કરે છે. જ્યારે ખરીદનાર વસ્તુઓ કે સેવાઓના ઉપભોગમાંથી પોતાનો સંતોષ મહત્તમ કરવા વસ્તુઓ અને સેવાઓનું આદર્શ સંયોજન ખરીદે છે.

6.2.3 સંપર્ક : બજારમાં વસ્તુ કે સેવાના ખરીદનારા અને વેચનારા એક અથવા બીજા પ્રકારે એકબીજાના સંપર્કમાં આવે છે. આ સંપર્ક પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ સ્વરૂપનો હોઈ શકે છે. વર્તમાન સમયમાં ખરીદનારા અને વેચનારા એકબીજાના રૂબરૂ સંપર્કમાં આવે છે અથવા તેઓ નીચેની રીતે સંપર્ક કરે છે :

(1) ટેલિશોપિંગ : જેમાં તેઓ વસ્તુઓ કે સેવાઓની જાત ખરાઈ કરી ટેલિફોન દ્વારા વસ્તુ કે સેવાની ખરીદીના ઓર્ડર (આદેશ) આપે છે.

(2) ઓનલાઈન શોપિંગ : જેમાં તેઓ ઇન્ટરનેટના માધ્યમથી જે-તે વસ્તુ કે સેવાના વેચનારની વેબસાઈટ પર જઈ વસ્તુઓ કે સેવાઓની પસંદગી કરે છે અને તે મુજબ વસ્તુ કે સેવાની ખરીદીના ઓર્ડર (આદેશ) આપે છે. આમ, વર્તમાન સમયમાં ટેલિશોપિંગ અને ઓનલાઈન શોપિંગ જેવાં માધ્યમો દ્વારા વસ્તુઓ કે સેવાઓના ખરીદનારા અને વેચનારા પરોક્ષપણે એકબીજાના સંપર્કમાં આવે છે.

6.2.4 કિંમત : બજારમાં ચોક્કસ સમયે કોઈ એક વસ્તુ કે સેવાની કિંમત નક્કી થયેલ હોવી જોઈએ. બજારમાં વસ્તુ કે સેવાની કિંમત વસ્તુ કે સેવાની માંગ અને તેના પુરવઠાનાં પરિબળો દ્વારા નક્કી થાય છે. જે અનુસાર બજારમાં વસ્તુ કે સેવાની કિંમત, વસ્તુ કે સેવાની ખરીદનારાઓની માંગ અને વસ્તુ કે સેવાના વેચનારાઓ દ્વારા અપાતા પુરવઠા દ્વારા નક્કી થાય છે.

6.2.5 બજારસ્થિતિ અંગેની જાણકારી : બજારસ્થિતિ અંગેની જાણકારી વસ્તુ કે સેવાના ખરીદનારા અને વેચનારને હોવી જરૂરી છે. બજારમાં કુળાવો અથવા મંદીનાં વલણો હોય અથવા કોઈ કુદરતી કે માનવીય આફત આવી હોય તેવા સંજોગોમાં ઉત્પાદન, વેચાણ કે ખરીદી સંદર્ભના યોગ્ય સમયે યોગ્ય જથ્થાને અનુસરતા નિર્ણયો લઈ શકાય.

6.3 બજારનું વર્ગીકરણ (Classification of Market)

અર્થશાસ્ત્રીઓ બજારનું વર્ગીકરણ જુદા-જુદા માપદંડોને આધારે કરે છે. જે અનુસાર સ્થાન આધારિત બજાર, સમય આધારિત બજાર, વસ્તુના સ્વરૂપ આધારિત બજાર, વસ્તુના જથ્થા આધારિત બજાર, નિયંત્રણ આધારિત બજાર અને હરીફાઈ આધારિત બજાર વગેરે દ્વારા તેઓ બજારના વિભિન્ન પ્રકારો સમજાવે છે. જેમાંથી આપણે ત્રણ પ્રકારો - સ્થાન આધારિત બજાર, જથ્થા આધારિત બજાર અને હરીફાઈ આધારિત બજાર વિશે સમજૂતી મેળવીશું.

6.3.1 સ્થાન આધારિત બજાર : સ્થાન આધારિત બજારને તેના ભૌગોલિક વિસ્તારને આધારે વિભાજિત કરવામાં આવે છે. આ વિભાગીકરણ નીચે મુજબ છે :

6.3.1.1 સ્થાનિક બજાર : સામાન્ય રીતે વસ્તુઓ કે સેવાઓનું જ્યાં ઉત્પાદન થતું હોય ત્યાં જ વેચાણ થતું હોય તેવા બજારને સ્થાનિક બજાર કહે છે. સ્થાનિક બજાર કોઈ એક ચોક્કસ ગામ કે શહેર પૂરતું સીમિત હોય છે. ઉદાહરણ : માટીનાં વાસણોનું બજાર.

6.3.1.2 પ્રાદેશિક બજાર : જ્યારે વસ્તુઓ કે સેવાઓનું ખરીદ-વેચાણ કોઈ એક ચોક્કસ પ્રદેશ પૂરતું સીમિત હોય છે ત્યારે તેને પ્રાદેશિક બજાર કહે છે. એનો અર્થ એમ થાય કે, એક જ રાજ્યમાં આવેલાં વિભિન્ન બજારને પ્રાદેશિક બજાર કહે છે. આ બજાર એક જ રાજ્યના જુદા-જુદા જિલ્લાઓ સુધી વિસ્તરેલ હોય છે. દા.ત., ગુજરાત રાજ્યમાં અમદાવાદ ખાતેનાં વિભિન્ન બજાર અને વડોદરા ખાતેનાં વિભિન્ન બજાર એ વાસ્તવમાં પ્રાદેશિક બજારો છે. દા.ત., સુરતની ધારી, પ્રાદેશિક ભાષાનાં ચલચિત્રો અને પ્રાદેશિક ભાષાનાં પુસ્તકો વગેરે.

6.3.1.3 રાષ્ટ્રીય બજાર : જ્યારે વસ્તુઓ કે સેવાઓ સમગ્ર રાષ્ટ્રમાં ખરીદ-વેચાણ પામતી હોય તેવા બજારના કદને રાષ્ટ્રીય બજાર કહે છે. આ બજાર રાષ્ટ્ર (દેશ)નાં વિવિધ રાજ્યોમાં વિસ્તરણ પામેલ હોય છે. દા.ત., ડેરી પ્રોડક્ટ, સાડીનું બજાર, હિન્દી ભાષાની નવલકથા વગેરે.

6.3.1.4 આંતરરાષ્ટ્રીય બજાર : આંતરરાષ્ટ્રીય બજારને વૈશ્વિક બજાર પણ કહે છે. આ બજાર વિશ્વના વિવિધ દેશોનાં બજારો સુધી વિસ્તરિત હોય છે. આ બજારમાં થતા ખરીદ-વેચાણને આયાત-નિકાસ શબ્દો દ્વારા ઓળખવામાં આવે છે. દા.ત., અંગ્રેજી પુસ્તકો, મોબાઈલ વગેરે.

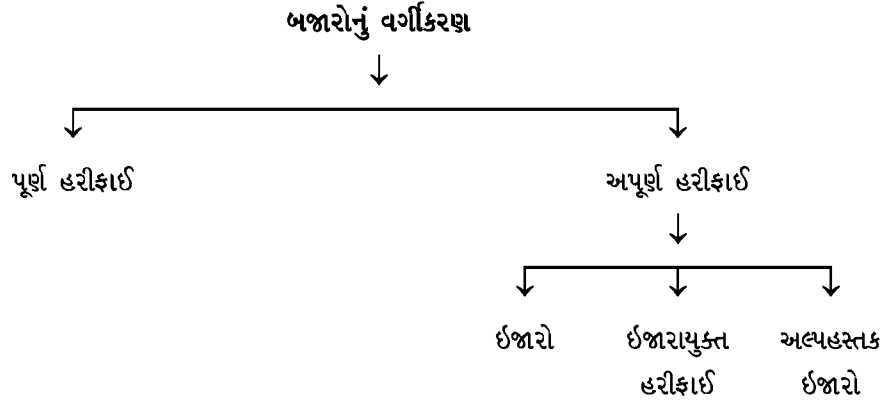
બજારોનું આ વર્ગીકરણ ભૌગોલિક રીતે યુસી (જડ) રહ્યું નથી. કારણ કે વૈજ્ઞાનિક શોધખોળો, વાહન-વ્યવહાર અને સંદેશા-વ્યવહારની સગવડતાઓ, ફ્રિજ અને કોલ્ડ સ્ટોરેજની સગવડતાઓને કારણે બજારોના વર્ગીકરણમાં ફેરફાર થઈ શકે છે. એકની એક જ વસ્તુ પ્રાદેશિક બજારની પણ હોઈ શકે તે જ વસ્તુ રાષ્ટ્રીય બજારની પણ હોઈ શકે.

6.3.2 જથ્થા આધારિત બજાર : જથ્થા આધારિત બજારમાં મુખ્યત્વે બે પ્રકારનાં બજારોનો સમાવેશ થાય છે, જેમકે જથ્થાબંધ બજાર અને છૂટક બજાર. જે નીચે મુજબ છે :

6.3.2.1 જથ્થાબંધ બજાર : જથ્થાબંધ બજાર એ એક એવું બજાર છે જેમાં મોટા જથ્થામાં વસ્તુઓનું ખરીદ-વેચાણ થાય છે. જથ્થાબંધ બજારમાં જથ્થાબંધ વેપારી ઉત્પાદક પાસેથી મોટા જથ્થામાં વસ્તુઓ ખરીદે છે અને તેને છૂટક બજારના વેપારીઓને વેચે છે. આમ, આ બજારમાં છૂટક વેચાણ કરતા નાના-નાના વેપારીઓ ખરીદનાર બને છે અને આમ જથ્થાબંધ બજારનો વેપારી ઉત્પાદક અને ગ્રાહક વચ્ચેની એક મહત્વની કડી બને છે. ઉદાહરણ : જથ્થાબંધ અનાજનું બજાર.

6.3.2.2 છૂટક બજાર : છૂટક બજારમાં વસ્તુઓનું ખરીદ-વેચાણ નાના પાયે એટલે કે નાના જથ્થામાં થાય છે. આમ, છૂટક બજારના વેપારીઓ પણ બજારની અન્ય એક મહત્વની કડી બની ગ્રાહકો સુધી વસ્તુઓ પહોંચાડે છે. છૂટક બજારના વેપારીઓ જથ્થાબંધ બજારમાંથી વસ્તુઓની મોટા જથ્થામાં ખરીદ કરી નાના-નાના જથ્થામાં (છૂટક રીતે) ગ્રાહકવર્ગ (ઉપભોક્તા વર્ગ)ને વેચે છે. આમ, છૂટક બજારના વેપારીઓ વસ્તુઓનું પુનઃ વેચાણ કરે છે અને ગ્રાહકોને તેઓની જરૂરિયાત અનુસારની વસ્તુઓ અને સેવાઓ પહોંચાડે છે.

6.3.3 હરીફાઈ આધારિત બજાર : સામાન્ય રીતે હરીફાઈ આધારિત બજારને ખરીદનાર કે વેચનારાઓની સંખ્યા કે પ્રમાણને આધારે વર્ગીકૃત કરવામાં આવે છે. જેમાં મુખ્યત્વે વેચનારનું બજાર અગત્ય ધરાવે છે. તેમાં પૂર્ણ હરીફાઈ, ઈજારો, ઈજારાયુક્ત હરીફાઈ અને અલ્પહસ્તક ઈજારો જેવા પ્રકારો ધરાવે છે. હરીફાઈના આધારે બજારના પ્રકારો બે વિભાગમાં વિભાજિત કરવામાં આવે છે : (1) પૂર્ણ હરીફાઈ (2) અપૂર્ણ હરીફાઈ; જેની ચર્ચા નીચે મુજબ છે :



6.4 પૂર્ણ હરીફાઈ (Perfect Competition)

પૂર્ણ હરીફાઈવાળું બજાર એક આદર્શ બજાર છે. પરંતુ તે માત્ર એક સૈદ્ધાંતિક શક્યતા બની રહે છે. વાસ્તવમાં ખેતીક્ષેત્રને બાદ કરતાં પૂર્ણ હરીફાઈનાં લક્ષણો ભાગ્યે જ જોવા મળે છે. કારણ કે પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારની તમામ શરતો એક સાથે ભાગ્યે જ સંતોષાય છે. અર્થશાસ્ત્રમાં પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારનો અભ્યાસ ખૂબ અગત્યનો ગણવામાં આવે છે. કારણ કે આ અભ્યાસને આધારે બજારની મોટા ભાગની લાક્ષણિકતા કે શરતોથી પેઢીની વર્તણૂકને સમજી શકાય છે તદ્દુપરાંત તે ઈજારો, ઈજારાયુક્ત હરીફાઈ અને અલ્પહસ્તક ઈજારાવાળાં બજારોને સમજવા માટે પણ ખૂબ ઉપયોગી થાય છે.

6.4.1 વ્યાખ્યા :

(1) શ્રીમતી જહોન રોબિન્સનના મતે : ‘પૂર્ણ હરીફાઈ ત્યાં અસ્તિત્વ ધરાવે છે જ્યાં ઉત્પાદકની ઉત્પાદિત વસ્તુની માંગ સંપૂર્ણ મૂલ્યસાપેક્ષ હોય.’

(2) પ્રો. લેફ્ટવીચના મતે : ‘પૂર્ણ હરીફાઈ એક એવી બજાર-વ્યવસ્થા છે કે જેમાં બજારક્રિમતને અસર પહોંચાડી શકે તેટલી મોટી પેઢી સમગ્ર બજારમાં ન હોવા સાથે ઘણી પેઢીઓ સમાનગુણી વસ્તુઓનું વેચાણ કરે છે.’

6.5 પૂર્ણ હરીફાઈનાં લક્ષણો (Characteristics of Perfect Competition)

6.5.1 અસંખ્ય વેચનારા અને અસંખ્ય ખરીદનારા : પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારની પ્રાથમિક શરત એટલે અસંખ્ય ખરીદનારા અને અસંખ્ય વેચનારા, એટલે કે આ બજારમાં ખરીદનારા અને વેચનારા અગણિત હોય છે. આ બજારમાં અસંખ્ય વેચનારાઓ પૈકીનો કોઈ એક વેચનાર બજારના પુરવઠાનો ખૂબ નાનો અંશ વેચે છે. જેથી તે આખા બજારના પુરવઠા પર કાબૂ ધરાવી શકતો નથી અને તેથી તે વસ્તુની બજારક્રિમત ઉપર અસર પહોંચાડી શકતો નથી. દા.ત., ઘઉંના એક ખેતરમાં ઘઉંનું ઉત્પાદન વધે કે ઘટે તેમ છતાં ઘઉંના કુલ જથ્થા ઉપર અસર પડતી નથી, જેમ તહેવારોમાં ઉપયોગમાં લેવાતી નાના-નાના બલ્બની હારમાળાઓ પૈકીનો એક ગોળો પ્રજ્વલિત ન થાય તો તે પ્રકાશના કુલ પ્રમાણ ઉપર અસર પાડી શકતો નથી. તેમ વેચનાર આ બજારનો ખૂબ નાનકડો ભાગ હોઈ તે વસ્તુની ક્રિમત ઉપર પોતાનો પ્રભાવ પાડી શકતો નથી.

જ્યારે ખરીદનારા પણ અસંખ્ય હોવાથી વેચનારની જેમ ખરીદનારાઓ પણ વસ્તુની બજારક્રિમત પર માંગના ફેરફાર દ્વારા અસર પાડી શકતા નથી. માટે આ બજારમાં વસ્તુની ક્રિમત સ્વતંત્રપણે બજારનાં પરિબલો એટલે કે માંગ અને પુરવઠા દ્વારા નક્કી થાય છે.

આમ, પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં વસ્તુની કિંમત, વસ્તુની માંગ અને પુરવઠા દ્વારા નક્કી થતી હોવાના કારણે વેચનાર બજારમાં માત્ર 'Price-taker' એટલે કે 'કિંમત સ્વીકારનાર' બની રહે છે.

6.5.2 સમાનગુણી વસ્તુઓ : પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં બીજી અગત્યની બાબત સમાનગુણી વસ્તુઓનું અસ્તિત્વ છે. સમાનગુણી વસ્તુઓ એટલે વસ્તુઓ રૂપ, રંગ, ગંધ, કદ, સ્વાદ, આકાર, વજન, ગુણવત્તા વગેરે જેવી બાબતોમાં એકસરખી હોય છે. વસ્તુઓ બધી જ રીતે એકસરખી હોવાથી તેને એકરૂપ, સમરૂપ કે સરખી વસ્તુઓ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે અને આ જ કારણરૂપ આ બજારની તમામ વસ્તુઓ એકબીજાથી સંપૂર્ણ અવેજી હોય છે.

આ બજારમાં વસ્તુઓ સમાનગુણી હોવાથી વિવિધ ઉત્પાદકો કે વેચનારાઓ પોતાની વસ્તુની જુદી-જુદી કિંમત લઈ શકતા નથી. જ્યારે ખરીદનારાઓ સમાનગુણી વસ્તુઓ હોવાને લીધે તેમાં સામ્યતા જોતાં જુદી-જુદી કિંમત ચૂકવવા તૈયાર થતા નથી. સરવાળે આ બજારમાં વસ્તુની કિંમત એકસરખી જોવા મળે છે.

6.5.3 પેઢીઓની મુક્ત અવર-જવર : પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારનું ત્રીજું મહત્ત્વનું લક્ષણ પેઢીઓની મુક્ત અવર-જવર છે. અહીં પેઢીઓની મુક્ત અવર-જવરનો અર્થ પેઢીઓનો ઉદ્યોગમાં વિના નિયંત્રણ પ્રવેશ અને નિકાસ જ્યારે કોઈ ઉદ્યોગ અસામાન્ય નફાની સ્થિતિમાં હોય ત્યારે, આવા અસામાન્ય નફાથી આકર્ષાઈ પેઢીઓ મુક્તપણે ઉદ્યોગમાં પ્રવેશે છે તેમજ જો કોઈ ઉદ્યોગમાં અસામાન્ય ખોટની સ્થિતિ ઊભી થાય તો પેઢીઓ અસામાન્ય ખોટના કારણે ઉદ્યોગ છોડી (વ્યવસાય બંધ કરી) જાય છે. આમ, આ બજાર-હરીફાઈમાં પેઢીઓની અવર-જવર ઉપર કોઈ પણ પ્રકારનો પ્રતિબંધ હોતો નથી.

પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં પેઢીઓની મુક્ત અવર-જવર માત્ર ટૂંકા ગાળામાં જોવા મળે છે, એટલે કે પેઢીઓ ટૂંકા ગાળામાં ઉદ્યોગના નફાથી આકર્ષાઈ પ્રવેશ કરે છે અથવા ખોટના કારણે પેઢી ઉદ્યોગ છોડી જાય છે. પરંતુ, લાંબા ગાળે જ્યારે પૂર્ણ હરીફાઈવાળું બજાર સામાન્ય નફાની સ્થિતિ હાંસલ કરે છે ત્યારે પેઢીઓની ઉદ્યોગમાંની અવર-જવર આપોઆપ બંધ થાય છે. કારણ કે જ્યારે ઉદ્યોગ સામાન્ય સ્થિતિએ પહોંચે છે, ત્યારે પેઢીઓને આવા ઉદ્યોગમાં પ્રવેશવા માટેનું આકર્ષણ રહેતું નથી અને તેથી પેઢીઓ ઉદ્યોગમાંનો પ્રવેશ બંધ કરે છે તેવી જ રીતે ઉદ્યોગમાં સામાન્ય નફાની સ્થિતિએ કોઈ પેઢી ખોટ ન કરતી હોઈ તો તે ઉદ્યોગ છોડી જતી નથી.

6.5.4 બજાર અંગેનું સંપૂર્ણ જ્ઞાન : પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં ઉત્પાદકો, વેચનારાઓ અને ખરીદનારાઓને બજાર અંગેનું એટલે કે વસ્તુની વર્તમાન કિંમત, વસ્તુની ઉપલબ્ધતા વગેરે વિશેનું સંપૂર્ણ જ્ઞાન હોય છે.

પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં ઉત્પાદક કે વેપારી, અન્ય ઉત્પાદકો અને વેપારીઓ કઈ કિંમતે વસ્તુ વેચે છે, અવેજી કે પૂરક વસ્તુ કઈ ગુણવત્તાએ વેચે છે વગેરે જેવી બાબતોથી માહિતગાર હોય છે. આથી આવા સમાનગુણી વસ્તુઓ ધરાવતા બજારમાં કોઈ એક ઉત્પાદક કે વેપારી વસ્તુની જુદી-જુદી કિંમત લઈ કિંમત ભેદભાવ સર્જવામાં અસમર્થ હોય છે. તેથી આ બજારમાં વસ્તુની કિંમત એકસરખી પ્રવર્તે છે.

પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં ખરીદનારા (ગ્રાહકો) પણ વસ્તુની કિંમત અને ગુણવત્તા વગેરે જેવી બાબતોથી સંપૂર્ણ માહિતગાર હોય છે. જેના કારણે કોઈ એક ઉત્પાદક ખરીદનાર (ગ્રાહક) પાસેથી વધુ કિંમત લઈ શકતો નથી.

આમ, ખરીદનાર, વેચનાર અને ઉત્પાદક પક્ષે બજાર અંગેનું સંપૂર્ણ જ્ઞાન હોવાથી બજારમાં એકસરખી કિંમત પ્રવર્તે છે. જેના કારણે આ બજારની માંગરેખા સંપૂર્ણ મૂલ્યસાપેક્ષ બને છે.

6.5.5 ઉત્પાદનનાં સાધનો સંપૂર્ણ ગતિશીલ : પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં ઉત્પાદનનાં ચાર સાધનો : જમીન, મૂડી, શ્રમ અને નિયોજક સંપૂર્ણ ગતિશીલ હોય છે. આ ઉત્પાદનનાં સાધનો ભૌગોલિક, વ્યાવસાયિક અને ઉપયોગની દૃષ્ટિએ સંપૂર્ણ ગતિશીલ હોય છે.

પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં વસ્તુની કિંમત એકસરખી હોય છે. તેવી જ રીતે ઉત્પાદનનાં સાધનોની કિંમત (વળતર) એકસરખી હોય છે. કારણ કે ઉત્પાદનનાં સાધનો સંપૂર્ણ ગતિશીલ હોવાથી તેઓ ઓછા વળતરથી વધુ વળતર તરફ સ્થળાંતર પામે છે અને વારંવાર થતા સ્થળાંતરને ટાળવા પેઢીઓને એકસમાન વળતર આપવાની ફરજ પડે છે.

6.5.6 વાહનવ્યવહાર-ખર્ચનો અભાવ : પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં અસંખ્ય વેચનાર અને અસંખ્ય ખરીદનાર હોય છે. પૂર્ણ હરીફાઈના વિશ્લેષણમાં બજારમાં વાહનવ્યવહાર-ખર્ચ કુલ ખર્ચનો ખૂબ જ નાનો અંશ હોવાથી તે ગણતરીમાં લેવામાં આવતો નથી. જેથી વાહનવ્યવહાર-ખર્ચ શૂન્ય છે એમ સ્વીકારી લેતાં વાહનવ્યવહાર-ખર્ચની ગેરહાજરી આ બજારનું એક મહત્વનું લક્ષણ બને છે.

6.6. ઈજારો (Monopoly)

પ્રશિષ્ટ અર્થશાસ્ત્રીઓએ બજારના બે વિરુદ્ધ દિશાનાં અંત બિંદુઓ તરીકે પૂર્ણ હરીફાઈ અને શુદ્ધ ઈજારાની ચર્ચા કરી છે. શુદ્ધ ઈજારો એક કાલ્પનિક બજાર છે. વાસ્તવમાં, અર્થતંત્રમાં ઈજારાના જે પ્રકાર જોવા મળે છે તે અશુદ્ધ ઈજારો છે.

ઈજારાને અંગ્રેજીમાં Monopoly કહે છે, જે ગ્રીક ભાષાનો શબ્દ છે. જેમાં Monos અને Polein બે શબ્દોનો ઉપયોગ થયો છે. Monosનો અર્થ ‘એક’ અને Poleinનો અર્થ ‘વેચનાર’ થાય છે. આમ, Monopolyનો અર્થ એક વેચનારનું બજાર થાય છે.

6.6.1 વ્યાખ્યા :

(1) પ્રો. ચેમ્બરલીન : ‘જ્યારે વસ્તુના પુરવઠા પર કોઈ એક પેઢીનો અંકુશ હોય તો તે ઈજારો છે.’

(2) પ્રો. સ્ટિગ્લર : ‘વસ્તુનો એક જ વેચનાર એટલે ઈજારદાર.’

6.7 ઈજારાનાં લક્ષણો (Characteristics of Monopoly)

6.7.1 એક જ ઉત્પાદક કે વેચનાર અને અસંખ્ય ખરીદનાર : ઈજારાવાળા બજારમાં વસ્તુનો ઉત્પાદક કે વેચનાર એક જ હોય છે, જે બજારમાં વસ્તુના પુરવઠા પર કાબૂ ધરાવે છે. તેને ઈજારદાર કહેવામાં આવે છે. આ બજારમાં વસ્તુનો ઉત્પાદક કે વેચનાર એક જ હોવાથી હરીફાઈનું તત્ત્વ જોવા મળતું નથી અને માટે ઉત્પાદક કે વેચનાર વસ્તુની કિંમત ઉપર સંપૂર્ણ કાબૂ ધરાવે છે. આમ, આ બજારમાં ઉત્પાદક કે વેચનાર વસ્તુની કિંમત પર અસર કરી શકતો હોવાથી તેને કિંમત નક્કી કરનાર ‘Price Maker’ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

જ્યારે બજારમાં ખરીદનાર અસંખ્ય હોય છે, જેથી બજારમાં એક ખરીદનારનું અસ્તિત્વ ખૂબ નાનું હોય છે. ઈજારામાં, હરીફાઈ ખરીદનારાઓ (ગ્રાહકો) વચ્ચે જોવા મળે છે. આમ, ખરીદનારાઓ વસ્તુની કિંમત પર અસર પાડી શકતા નથી.

6.7.2 નજીકની અવેજી વસ્તુનો અભાવ : શુદ્ધ ઈજારાની લાક્ષણિકતા મુજબ ઈજારદાર જે વસ્તુનું ઉત્પાદન કે વેચાણ કરે છે તેની કોઈ પણ પ્રકારની અવેજી (સમાનતા ધરાવતી) વસ્તુ બજારમાં ઉપલબ્ધ હોતી નથી, પરંતુ વાસ્તવમાં શુદ્ધ ઈજારો કાલ્પનિક હોઈ તેનું અસ્તિત્વ જણાતું નથી અને વ્યવહારમાં અશુદ્ધ ઈજારો જોવા મળે છે, જેમાં નજીકની અવેજી વસ્તુનો અભાવ હોય છે. એટલે કે તેની દૂરની અવેજી વસ્તુઓ હોવાની શક્યતા હોય છે. દા.ત., રેલવેની કોઈ એક ચોક્કસ સમય અને તારીખે આરક્ષિત ટિકિટ ઉપલબ્ધ ન હોય તો તેની નજીકની અવેજી એટલે કે બીજી કોઈ રેલવે કંપનીમાં ટિકિટ મળી શકતી નથી. કારણ કે એવી કોઈ કંપનીનું અસ્તિત્વ જ નથી. જ્યારે તે ચોક્કસ સમય અને તારીખે મુસાફરી કરવી ફરજિયાત હોય તો રેલવેની દૂરની અવેજીરૂપે વિમાનીસેવા અથવા અન્ય વાહનવ્યવહાર સેવાનો ઉપયોગ થઈ શકે છે.

6.7.3 નવી પેઢીઓના પ્રવેશ પર અંકુશ : ઈજારાવાળા બજારમાં ઈજારદાર વિવિધ સ્વરૂપના ઈજારા ધરાવે છે. ઈજારાનો અર્થ એટલે એક જ ઉત્પાદક કે વેચનારનું અસ્તિત્વ. આ બજારમાં ઈજારો તોડવો શક્ય હોય છે. તેમ છતાં તે સરળ પ્રક્રિયા ન હોવાથી ઈજારદાર પોતાનો ઈજારો લાંબા સમય સુધી ટકાવી શકે છે. આવા સંજોગોમાં તેનો કોઈ હરીફ બજારમાં ન હોવાથી તે કિંમત પર કાબૂ ધરાવે છે અને અસામાન્ય નફો પ્રાપ્ત કરે છે.

આમ, ઈજારાવાળા બજારમાં અસામાન્ય નફાની સ્થિતિ હોવા છતાં અન્ય પેઢીઓ અસામાન્ય નફાથી આકર્ષાઈ ઉદ્યોગમાં પ્રવેશી શકતી નથી. કારણ કે ઈજારદાર એવા સંજોગોમાં કુદરતી, કાયદાકીય, અનુભવ, આવડત વગેરે પાસાઓ દ્વારા પેઢીઓનો પ્રવેશ અવરોધે છે. જેથી ઈજારાવાળા બજારમાં પેઢીઓ પ્રવેશ કરી શકતી નથી.

6.7.4 કિંમત અથવા વેચાણ પર કાબૂ : ઇજારાવાળા બજારમાં ઇજારદાર મહત્તમ નફાના આશયથી વસ્તુના પુરવઠા પર સંપૂર્ણ કાબૂ ધરાવે છે, પરંતુ ઇજારદાર એક સાથે વસ્તુની કિંમત અને વસ્તુના વેચાણ પર કાબૂ મેળવી શકતો નથી. એનો અર્થ એ થાય કે જો ઇજારદાર વસ્તુનું કિંમત ઊંચી નક્કી કરવા માંગતો હોય તો તેને બજારમાં વસ્તુનું ઓછું વેચાણ સ્વીકારવું પડે છે પણ જો તે વસ્તુનો વેચાણ વધારવા ઇચ્છતો હોય તો તેણે વસ્તુની કિંમત નીચી સ્વીકારવી પડે છે. આમ, ઇજારદાર કિંમત અને વેચાણરૂપી બંને ઘોડા પર એક સમયે એક સાથે આરૂઢ થઈ શકતો નથી. ઊંચી કિંમત લઈ વધુ વેચાણ કરવું ઇજારદાર માટે શક્ય હોતું નથી.

6.7.5 અસામાન્ય નફો : ઇજારાવાળા બજારમાં ઉત્પાદક કે વેચનાર એક જ હોય છે. ઉપરાંત આ બજારમાં નવી પેઢીઓનો પ્રવેશ બંધ હોવાથી ઇજારદાર ટૂંકા ગાળામાં તેમજ લાંબા ગાળામાં કોઈ પણ હરીફાઈ વગર અસામાન્ય નફાની સ્થિતિનો લાભ લઈ શકે છે. અહીં વસ્તુનો વેચનાર કિંમત ઊંચી રાખી શકતો હોય છે જેથી તે સરેરાશ ખર્ચથી ઊંચી કિંમત રાખી નફો મેળવી શકે છે.

6.7.6 કિંમત-ભેદભાવ : ઇજારાવાળા બજારમાં ઉત્પાદક કે વેચનાર કિંમત નક્કી કરનાર હોવાથી હરીફાઈનું તત્ત્વ જોવા મળતું નથી. જેથી ઇજારદાર ઘણી વાર આ તકનો લાભ લેવા એક જ વસ્તુની જુદી-જુદી કિંમત વસૂલી શકે છે અથવા તો વસ્તુના જુદા-જુદા ઉપયોગ અનુસાર જુદી-જુદી કિંમત વસૂલી શકે છે. આમ, સરવાળે ઇજારદાર કિંમત ભેદભાવનીતિનો ઉપયોગ કરી શકે છે. દા.ત., દાકતર

6.7.7 પેઢી એ જ ઉદ્યોગ : વાસ્તવમાં, પેઢી એટલે ઉત્પાદન કરતું એક સ્વતંત્ર એકમ, જ્યારે ઉદ્યોગ એટલે એકસરખી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કરતી પેઢીઓનો સમૂહ. પરંતુ ઇજારાવાળા બજારમાં ઉત્પાદક કે વેચનાર એક જ હોવાથી તે વાસ્તવમાં પેઢી છે અને આવા ઉદ્યોગમાં પેઢીઓનો સમૂહ પણ આ એક પેઢીથી જ થાય છે માટે કહી શકાય કે ઇજારાવાળા બજારમાં પેઢી એ જ ઉદ્યોગ છે.

6.8 ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ ((Monopolistic Competition))

બજારમાં વાસ્તવમાં, ન તો પૂર્ણ હરીફાઈ જોવા મળે છે કે ન તો પૂર્ણ ઇજારો જોવા મળે છે પણ હકીકતમાં બંનેનું સહઅસ્તિત્વ જોવા મળે છે. એટલે કે થોડો ઇજારો અને થોડી હરીફાઈ હોય છે જે ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ તરીકે ઓળખાય છે. આજના યુગમાં ઇજારાયુક્ત હરીફાઈવાળાં બજારોનું અસ્તિત્વ વધારે પ્રમાણમાં જોવા મળે છે.

6.8.1 વ્યાખ્યા :

(1) પ્રો. ચેમ્બરલીન : ‘પૂર્ણ હરીફાઈ અને પૂર્ણ ઇજારો ન હોય પણ બંનેનું સહઅસ્તિત્વ હોય તેવા બજારને ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ કહેવામાં આવે છે.’

(2) શ્રીમતી રોબિન્સન : ‘જો પ્રત્યેક પેઢી ઇજારદાર બનતી હોય અને સાથે-સાથે તે હરીફાઈ પણ કરતી હોય તેવી બજારની પરિસ્થિતિને અપૂર્ણ હરીફાઈ કહેવાય છે.’

6.9 ઇજારાયુક્ત હરીફાઈનાં લક્ષણો (Characteristics of Monopolistic Competition)

6.9.1 મોટી સંખ્યામાં વેચનારા અને અસંખ્ય ખરીદનારા : પૂર્ણ હરીફાઈમાં અસંખ્ય ઉત્પાદકો કે વેચનારા હોય છે. ઇજારામાં એક જ ઉત્પાદક કે વેચનાર હોય છે, જ્યારે ઇજારાયુક્ત હરીફાઈમાં ઘણા ઉત્પાદકો કે વેચનારા હોય છે. એનો અર્થ એમ થાય કે ઇજારાયુક્ત હરીફાઈમાં ઉત્પાદકો કે વેચનારા ખૂબ ઓછા કે ખૂબ વધુ નહિ પણ મોટી સંખ્યામાં હોય છે, જેથી ઇજારાયુક્ત હરીફાઈમાં હરીફાઈનું તત્ત્વ મોટા પ્રમાણમાં સમાયેલું હોય છે.

જ્યારે ખરીદનારા આ બજારમાં અસંખ્ય હોવાથી તેઓ બજારમાં વ્યક્તિગત ધોરણે કોઈ મોટા ફેરફારો લાવી શકતા નથી. આમ, ખરીદનારા વસ્તુની કિંમત પર પ્રભાવ પાડી શકતા નથી.

6.9.2 વસ્તુ-વિભિન્નતા : વસ્તુ-વિભિન્નતા એ ઇજારાયુક્ત હરીફાઈનું એક વિશિષ્ટ લક્ષણ છે. ‘વસ્તુ-વિભિન્નતા એટલે એક જ પ્રકારની વસ્તુ અન્ય વસ્તુથી સ્વરૂપ, ગુણધર્મ કે ગુણવત્તામાં ભિન્ન છે એમ દર્શાવવું.’ આ બજારમાં ઉત્પાદકો

જે વસ્તુનું ઉત્પાદન કરે છે તે સમાનગુણી કે એકસરખી ન હોઈ નજીવો તફાવત ધરાવે છે. આ બજારમાં વસ્તુઓ આ રંગ, રૂપ, ગંધ, કદ, સ્વાદ, આકાર, વજન, ગુણવત્તા વગેરે દૃષ્ટિએ નજીવો તફાવત હોવાના કારણે તેઓ સમાનગુણી કે એકસરખી વસ્તુ નથી તેવું બની રહે છે. વસ્તુઓને અન્ય વસ્તુઓથી જુદી પાડવા અને વિશિષ્ટ ઓળખ આપવા વસ્તુ-વિભિન્નતા ઉપયોગી છે.

6.9.3 પેઢીઓની મુક્ત અવર-જવર : ઇજારાયુક્ત હરીફાઈવાળા બજારમાં પેઢીઓની મુક્ત અવર-જવરનો અર્થ પેઢીઓનો ઉદ્યોગમાં વિના નિયંત્રણે પ્રવેશ અને નિકાસ; જ્યારે કોઈ એક ઉદ્યોગ અસામાન્ય નફાની સ્થિતિમાં હોય ત્યારે આવા નફાથી આકર્ષાઈ પેઢીઓ મુક્તપણે ઉદ્યોગમાં પ્રવેશે છે, તેમજ જો કોઈ ઉદ્યોગમાં અસામાન્ય ખોટની સ્થિતિ ઊભી થાય તો, પેઢીઓ ખોટના કારણે ઉદ્યોગ છોડી (વ્યવસાય બંધ કરી) જાય છે. આમ, આ બજારમાં પેઢીઓની અવર-જવર ઉપર કોઈ પણ પ્રકારનો પ્રતિબંધ હોતો નથી.

ઇજારાયુક્ત હરીફાઈવાળા બજારમાં પેઢીઓની મુક્ત અવર-જવર માત્ર ટૂંકા ગાળામાં જોવા મળે છે, એટલે કે પેઢીઓ ટૂંકા ગાળામાં ઉદ્યોગના નફાથી આકર્ષાઈ પ્રવેશ કરે છે અથવા ખોટને કારણે નિકાસ કરે છે, પરંતુ, લાંબા ગાળે જ્યારે ઇજારાયુક્ત હરીફાઈવાળું બજાર સામાન્ય નફાની સ્થિતિ હાંસલ કરે છે, ત્યારે પેઢીઓની ઉદ્યોગમાં અવર-જવર આપોઆપ બંધ થાય છે. કારણ કે જ્યારે ઉદ્યોગ સામાન્ય નફાની સ્થિતિએ પહોંચે છે, ત્યારે પેઢીઓને આવા ઉદ્યોગમાં પ્રવેશવા માટેનું આકર્ષણ રહેતું નથી અને તેથી પેઢીઓ ઉદ્યોગમાંનો પ્રવેશ બંધ કરે છે. તેવી જ રીતે ઉદ્યોગમાં સામાન્ય નફાની સ્થિતિએ કોઈ પેઢી ખોટ ન કરતી હોઈ તે ઉદ્યોગ છોડી જતી નથી.

6.9.4 વેચાણખર્ચ : ‘વેચાણખર્ચ એટલે વસ્તુના વેચાણ માટે થતો ખર્ચ.’ વેચાણખર્ચમાં વસ્તુનું આકર્ષક અને ઉપયોગી પેકિંગ, વાહનવ્યવહાર-ખર્ચ, વેચાણવેરો, જથ્થાબંધ વેપારી અને છૂટક વેપારીને ચૂકવાતી ખાસ રકમો, શો-રૂમ અને સેલ્સમેન પાછળ થતો ખર્ચ, વેચાણ માટે અપાતી કેટલીક કિંમતની છૂટછાટો, ઇનામો, ભેટ અને સૌથી અગત્યનું જાહેરાત-ખર્ચ વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. આમ, વેચાણ-ખર્ચ એ ઉત્પાદન-ખર્ચનો ભાગ નથી.

ઇજારાયુક્ત હરીફાઈમાં વેચાણ-ખર્ચ એ એક વિશિષ્ટ લક્ષણ છે. આ લક્ષણ પૂર્ણ હરીફાઈમાં કે ઇજારાવાળા બજારમાં જોવા મળતું નથી. ઇજારાયુક્ત હરીફાઈવાળા આ બજારમાં ઉત્પાદકો કે વેપારીઓની એક મોટી સંખ્યા વચ્ચે હરીફાઈ થતી હોવાના કારણે ઉત્પાદકો કે વેપારીઓ ખરીદનારા (ગ્રાહકો)ને આકર્ષવાના ઉદ્દેશથી વેચાણ-ખર્ચનો ઉપયોગ કરે છે. વાસ્તવમાં આ બજારની વસ્તુઓમાં રહેલી વિભિન્નતાને કારણે વસ્તુઓને એક ચોક્કસ ઓળખ મળે છે અને તેથી વેચાણ-ખર્ચ શક્ય બને છે. દા.ત., મોબાઈલ, નહાવાના સાબુ વગેરેની વિવિધ પ્રકારની જાહેરાતોનું અસ્તિત્વ જોવા મળે છે.

6.9.5 બિનકિંમત હરીફાઈ : ઇજારાયુક્ત બજાર-હરીફાઈમાં કિંમત હરીફાઈની સાથે બિનકિંમત હરીફાઈ પણ જોવા મળે છે. આ બજારના ઉત્પાદકો અને વેચનારાઓ વસ્તુની માંગ વધારવા માટે વસ્તુની કિંમત સ્થિર રાખી વસ્તુની ગુણવત્તામાં ફેરફારો કરી જાહેરાતના માધ્યમ દ્વારા ખરીદનારાઓ (ગ્રાહકો)ને આકર્ષવા પ્રયત્નો કરે છે. આ ઉપરાંત તેઓ વસ્તુવેચાણ બાદની વિવિધ ગુણવત્તાસભર સેવાઓ પૂરી પાડી ખરીદનારાઓ (ગ્રાહકો)ને આકર્ષે છે. આ પ્રકારનું બિનકિંમત હરીફાઈનું લક્ષણ આ બજારમાં જોવા મળે છે.

6.9.6 બજાર અંગેનું અપૂરતું જ્ઞાન : આ બજારમાં વસ્તુના વેચનારા અને ખરીદનારાઓને બજાર અંગેનું સંપૂર્ણ જ્ઞાન હોતું નથી. આ બજારમાં નજીકની અવેજીની તમામ વસ્તુઓના ગુણધર્મો અને ગુણવત્તાથી તેઓ માહિતગાર હોતા નથી અને તેથી આ બજારમાં એકસરખા ઉપયોગમાં આવતી નજીકની અવેજી વસ્તુઓની કિંમત ઊંચી અથવા નીચી હોય છે. આમ, બજારમાં નજીકની અવેજી વસ્તુઓની કિંમતો એક સમાન હોતી નથી.

સરવાળે આ એક એવું બજાર છે જ્યાં નજીકની અવેજી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કે વેચાણ કરતી પેઢીઓની મોટી સંખ્યા હોય છે. આ ઉપરાંત આ પેઢીઓમાં વેચાણ-ખર્ચના માધ્યમથી વસ્તુની એક અલગ ઓળખની રચના કરી ઇજારા જેવી સ્થિતિનું નિર્માણ થાય છે. આમ, આ એક ઇજારાઓની સ્થિતિ ધરાવતી પેઢીઓ વચ્ચેની હરીફાઈ એટલે કે ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ બને છે.

6.10 અલ્પહસ્તક ઈજારો (Oligopoly)

અલ્પહસ્તક ઈજારાને અંગ્રેજીમાં Oligopoly કહે છે જે વાસ્તવમાં ગ્રીક ભાષાના શબ્દ ‘Oligos’ એટલે અલ્પ અથવા થોડા અને ‘Pollein’ એટલે વેચનાર, આ બે શબ્દોનો બનેલો છે. આમ, અલ્પહસ્તક ઈજારાનો અર્થ ‘અલ્પ ઉત્પાદકો કે વેચનારાઓનું બજાર’ થાય છે.

અલ્પહસ્તક ઈજારો એક એવું બજાર છે. જેમાં અલ્પ ઉત્પાદકો કે વેચનારાઓ સમાનગુણી વસ્તુ અથવા નજીકની અવેજી વસ્તુઓના ઉત્પાદન કે વેચાણનું કાર્ય કરે છે. આ બજારમાં હરીફાઈનું પ્રમાણ તીવ્ર કક્ષાનું હોય છે.

6.10.1 વ્યાખ્યા :

(1) પ્રો. સ્ટીગલર : ‘અલ્પહસ્તક ઈજારો એ એવી પરિસ્થિતિ છે કે જેમાં પેઢી પોતાની બજાર અંગેની નીતિ, પોતાના હરીફોની અંદાજિત વર્તણૂકને આધારે બનાવે છે.’

(2) પ્રો. બોમલ : ‘અલ્પહસ્તક ઈજારો એ એક એવું બજાર છે જેમાં અલ્પ વેચનારાઓ પૈકી કેટલાક વેચનારાઓ બજારમાં એટલું મોટું કદ ધરાવે છે કે જે બજારની કિંમતને અસર પહોંચાડી શકે.’

6.11 અલ્પહસ્તક ઈજારાનાં લક્ષણો (Characteristics of Oligopoly)

6.11.1 અલ્પ (થોડા) વેચનારા અને અસંખ્ય ખરીદનારા : અલ્પહસ્તક ઈજારાવાળા બજારમાં ઉત્પાદક કે વેચનાર અલ્પ સંખ્યામાં હોય છે. અહીં પેઢીઓની સંખ્યા ખૂબ જ મર્યાદિત હોય છે. સામાન્ય રીતે આવા બજારમાં પેઢીઓની સંખ્યા બેથી વધુ અને આશરે દસથી વીસ સુધી મર્યાદિત હોય છે. જેના કારણે જૂજ (અલ્પ) વેચનારાઓ બજાર પર ઈજારાશાહી પ્રકારનો કાબૂ ધરાવે છે. માટે આ બજારને અલ્પહસ્તક ઈજારાના નામે ઓળખવામાં આવે છે.

જ્યારે બજારમાં ખરીદનારા અસંખ્ય હોય છે. જેથી વ્યક્તિગત રીતે ખરીદનારનું અસ્તિત્વ ખૂબ નાનું હોય છે. જેના કારણે ખરીદનારાઓ વસ્તુની કિંમત પર અસર પાડી શકતા નથી.

6.11.2 સમાનગુણી કે નજીકની અવેજી વસ્તુ : અલ્પહસ્તક ઈજારાવાળા બજારમાં સમાનગુણી અથવા નજીકની અવેજી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન અને વેચાણ કરવામાં આવે છે. જ્યારે બજારની પેઢીઓ સમાનગુણી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કે વેચાણ કરે છે ત્યારે બજારને સંપૂર્ણ અલ્પહસ્તક ઈજારો કહેવાય છે. ઉદાહરણ : મીઠું, કૂડ ઓઈલ, ચા વગેરેના વેચનારા; જ્યારે બજારની પેઢીઓ નજીકની અવેજી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન અને વેચાણ કરે છે ત્યારે બજારને અપૂર્ણ અલ્પહસ્તક ઈજારાવાળું બજાર કહેવાય છે. ઉદાહરણ : ઠંડાં પીણાંનું બજાર, મોટરસાઈકલનું બજાર વગેરે.

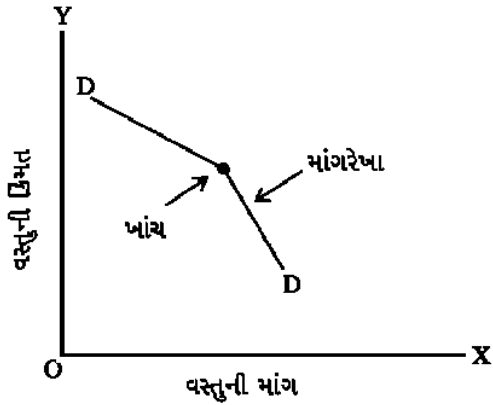
6.11.3 પેઢીઓનો પ્રવેશ : અલ્પહસ્તક ઈજારાવાળા બજારમાં નવી પેઢીઓનો પ્રવેશ અલ્પહસ્તક ઈજારાના પ્રકાર મુજબ મુક્ત કે પ્રતિબંધિત હોય છે. જો બજારમાં મુક્ત અલ્પહસ્તક ઈજારો પ્રવર્તમાન હોય તો તેવા બજારમાં નવી પેઢીઓ માટેનો પ્રવેશ મુક્ત હોય છે અને જ્યારે બજારમાં પ્રતિબંધિત અલ્પહસ્તક ઈજારો પ્રવર્તમાન હોય છે ત્યારે બજારમાં નવી પેઢીઓનો પ્રવેશ પ્રતિબંધિત હોય છે.

6.11.4 વેચાણ-ખર્ચ : ‘વેચાણ-ખર્ચ એટલે વસ્તુના વેચાણ માટે થતો ખર્ચ.’ વેચાણ-ખર્ચમાં વસ્તુનું આકર્ષક અને ઉપયોગી પેકિંગ, વાહનવ્યવહાર-ખર્ચ, વેચાણવેરો, જથ્થાબંધ વેપારી અને છૂટક વેપારીને ચૂકવાતી રકમો, શોરૂમ અને સેલ્સમેન પાછળ થતો ખર્ચ, વેચાણ માટે અપાતી કેટલીક કિંમતની છૂટછાટો, ઇનામો, ભેટ અને સૌથી અગત્યનું જાહેરાત-ખર્ચનો સમાવેશ થાય છે.

અલ્પહસ્તક ઈજારામાં હરીફાઈ ખૂબ જ તીવ્ર પ્રકારની હોવાથી વેચાણ-ખર્ચ ખૂબ જ ઉપયોગી થઈ પડે છે. આ બજારમાં ઉત્પાદકો કે વેપારીઓની મર્યાદિત સંખ્યા વચ્ચે હરીફાઈ થતી હોવાના કારણે ઉત્પાદકો કે વેપારીઓ ખરીદનારા (ગ્રાહકો)ને આકર્ષવાના ઉદ્દેશથી વેચાણ-ખર્ચનો ઉપયોગ કરે છે. વાસ્તવમાં, આ બજારની વસ્તુઓની એક ચોક્કસ ઓળખ હોવાના કારણે વેચાણ-ખર્ચ ખૂબ ઉપયોગી બને છે. દા.ત., કાર-ઉત્પાદકો, ટેલિવિઝન-ઉત્પાદકો વગેરેની વિવિધ પ્રકારની જાહેરાતોનું અસ્તિત્વ જોવા મળે છે.

6.11.5 પરસ્પર અવલંબન : અલ્પહસ્તક ઇજારાવાળા બજારમાં ઉત્પાદકો કે વેચનાર અલ્પસંખ્યામાં એટલે કે જૂજ હોય છે. અહીં ઉત્પાદક કે વેચનારની સંખ્યા ખૂબ ઓછી હોવાના કારણે તેઓ એકબીજા વિશેની જરૂરી માહિતી રાખી શકે છે. દા.ત., કાર-ઉત્પાદકો, ટેલિવિઝન-ઉત્પાદકો આ બજારમાં ઉત્પાદકો અને વેચનારાઓ જ્યારે તેઓ તેમની હરીફ પેઢીઓની વસ્તુઓના પ્રકાર અને ગુણવત્તા ઉપર પણ ખૂબ ઊંડાણપૂર્વકની ચાંપતી નજર (દેખરેખ) રાખે છે. જેના કારણે પેઢી જ્યારે પોતાની વસ્તુની ગુણવત્તા કે કિંમતના સંદર્ભમાં નિર્ણયો લેવા ઇચ્છતી હોય ત્યારે તેને તેના હરીફોની વર્તણૂક પર એક અથવા બીજી રીતે અવલંબે (આધાર) રાખે છે.

6.11.6 કિંમત ચુસ્તતા (ખાંચાવાળી માંગરેખા) : અલ્પહસ્તક ઇજારામાં પેઢીઓની સંખ્યા અલ્પ હોય છે અને પેઢીઓ પરસ્પરાવલંબી હોય છે. જેના કારણે જો કોઈ એક પેઢી વસ્તુની કિંમત ઘટાડે તો માંગના નિયમ અનુસાર અન્ય પેઢીઓની વસ્તુની કિંમતની સરખામણીમાં આ પેઢીની વસ્તુ સસ્તી બનતાં તે પેઢીની વસ્તુની માંગમાં વધારો થશે. તેથી હરીફ પેઢીઓની માંગમાં ઘટાડો થશે. જો હરીફ પેઢીઓ આવું ન બનવા દેવા માંગતી હોય તો તેઓને પણ ફરજિયાત કિંમત-ઘટાડો



6.1 ખાંચાવાળી માંગરેખા

અપનાવવો પડે છે. આમ, આ પ્રકારની કિંમત હરીફાઈને કારણે વસ્તુની કિંમત કોઈ એક નિમ્નસ્તરે પહોંચી જાય છે. જ્યાંથી વધુ કિંમતનો ઘટાડો શક્ય બનતો નથી. જ્યારે બીજી તરફ કોઈ એક પેઢી વસ્તુની કિંમત વધારે તો તેની વસ્તુની માંગ ઘટશે જેનો લાભ હરીફ પેઢીઓને થશે. આમ, હરીફ પેઢીઓ કિંમત ઘટાડાને અનુસરે છે, પરંતુ કિંમત વધારો અનુસરતી નથી. જેથી આ બજારમાં વસ્તુની કિંમત કોઈ એક સ્તરે જડ એટલે ચુસ્ત બને છે અને આ પરિસ્થિતિને કારણે આ બજારમાં વસ્તુની માંગરેખા ખાંચાવાળી બને છે.

સ્વાધ્યાય

1. નીચેના પ્રશ્નોના જવાબનો સાચો વિકલ્પ પસંદ કરી લખો :

- (1) સ્થાન આધારિત બજારના કેટલા પ્રકારો હોય છે ?
 (A) એક (B) ત્રણ (C) ચાર (D) સાત
- (2) વાહનવ્યવહાર-ખર્ચનો અભાવ એ કયા બજારનું લક્ષણ છે ?
 (A) પૂર્ણ હરીફાઈ (B) ઇજારો (C) ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ (D) અલ્પહસ્તક ઇજારો
- (3) કિંમત ભેદભાવ કયા બજારનું લક્ષણ છે ?
 (A) પૂર્ણ હરીફાઈ (B) ઇજારો (C) ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ (D) અલ્પહસ્તક ઇજારો
- (4) કયા બજારમાં પેઢી એ જ ઉદ્યોગ બને છે ?
 (A) પૂર્ણ હરીફાઈ (B) ઇજારો (C) ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ (D) અલ્પહસ્તક ઇજારો
- (5) વેચાણ-ખર્ચ કયા બજારનું અગત્યનું લક્ષણ છે ?
 (A) ઇજારો (B) ઊભયપક્ષી ઇજારો (C) ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ (D) પૂર્ણ હરીફાઈ
- (6) પરસ્પર અવલંબન કયા બજારમાં જોવા મળે છે ?
 (A) અલ્પહસ્તક ઇજારો (B) ઇજારો (C) ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ (D) પૂર્ણ હરીફાઈ

- (7) કિંમત-ચુસ્તતા કયા બજારમાં જોવા મળે છે ?
 (A) પૂર્ણ હરીફાઈ (B) અલ્પહસ્તક ઇજારો (C) ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ (D) ઇજારો
- (8) કયા બજારમાં પેઢીઓનો પ્રવેશ બંધ હોય છે ?
 (A) સાદી હરીફાઈ (B) પૂર્ણ હરીફાઈ (C) ઇજારો (D) ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ
- (9) સમાનગુણી વસ્તુઓ કયા બજારનું લક્ષણ છે ?
 (A) પૂર્ણ હરીફાઈ (B) ઇજારો (C) ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ (D) તીવ્ર હરીફાઈ
- (10) અસામાન્ય નફો કયા બજારનું સામાન્ય લક્ષણ છે ?
 (A) ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ (B) અલ્પહસ્તક ઇજારો (C) ઇજારો (D) પૂર્ણ હરીફાઈ
- (11) ખાંચાવાળી માંગરેખા કયા બજારમાં શક્ય છે ?
 (A) ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ (B) અલ્પહસ્તક ઇજારો (C) ઇજારો (D) પૂર્ણ હરીફાઈ

2. નીચેના પ્રશ્નોના એક વાક્યમાં જવાબ આપો :

- (1) બજારનો સામાન્ય અર્થ આપો.
- (2) પ્રાદેશિક બજાર એટલે શું ?
- (3) રાષ્ટ્રીય બજાર એટલે શું ?
- (4) પૂર્ણ હરીફાઈ એટલે શું ?
- (5) ઇજારો એટલે શું ?
- (6) વેચાણ-ખર્ચ એટલે શું ?
- (7) વસ્તુ-વિભિન્નતાનો અર્થ આપો.
- (8) અલ્પહસ્તક ઇજારાની વ્યાખ્યા આપો.
- (9) કિંમત સ્વિકારનાર એટલે શું ?
- (10) કયા બજારમાં પેઢીઓનો પ્રવેશ પ્રતિબંધિત હોય છે?

3. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો :

- (1) પૂર્ણ હરીફાઈના સંદર્ભમાં વાહનવ્યવહાર-ખર્ચ સમજાવો.
- (2) ઇજારાના સંદર્ભમાં પેઢી એ જ ઉદ્યોગ સમજાવો.
- (3) ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ એટલે શું ?
- (4) કિંમત-ભેદભાવનો અર્થ સમજાવો.
- (5) પરસ્પર આવલંબનનો અર્થ સમજાવો.

4. નીચેના પ્રશ્નોના મુદ્દાસર જવાબ આપો :

- (1) ઇજારાયુક્ત હરીફાઈનાં ત્રણ લક્ષણો સમજાવો.
- (2) અલ્પહસ્તક ઇજારાનાં ત્રણ લક્ષણો સમજાવો.
- (3) કિંમત-ચુસ્તતા વિશે સમજાવો.
- (4) હરીફાઈ આધારિત બજારનું વર્ગીકરણ કરો.
- (5) પૂર્ણ હરીફાઈ અને ઇજારાનો તફાવત આપો.
- (6) ઇજારો અને ઇજારાયુક્ત હરીફાઈનો તફાવત આપો.

5. નીચેના પ્રશ્નોના વિસ્તારપૂર્વક જવાબ આપો :

- (1) બજારનો અર્થ સમજાવી તેનાં લક્ષણો જણાવો.
- (2) બજારનું વર્ગીકરણ : સ્થાન આધારિત અને જથ્થા આધારિત સમજાવો.
- (3) પૂર્ણ હરીફાઈનાં લક્ષણો સમજાવો.
- (4) ઈજારાનાં લક્ષણો સમજાવો.
- (5) અલ્પ હસ્તક ઈજારાનાં લક્ષણો સમજાવો.

પારિભાષિક શબ્દો

પૂર્ણ હરીફાઈ (Perfect Competition)	: સમાનગુણી વસ્તુના અસંખ્ય ખરીદનારા અને વેચનારા હોવાથી કોઈ એક કે થોડા ઉત્પાદકો વસ્તુની કિંમત પર અસર પાડી શકે નહિ તેવું બજાર એટલે પૂર્ણ હરીફાઈ-વાળું બજાર.
ઈજારો (Monopoly)	: વસ્તુનો એક જ વિકેતા હોય તેવું બજાર.
ઈજારાયુક્ત હરીફાઈ (Monopolistic Competition)	: નજીકની અવેજી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કરતી પેઢીઓ જે પોતાની વસ્તુમાં ઉત્પાદનમાં ઈજારો ધરાવે છે અને તેને વેચવા માટે હરીફાઈ કરે છે તેવું બજાર.
ઉત્પાદન-પ્રક્રિયા (Production Process)	: વસ્તુના સ્થળ, સ્વરૂપ કે સમયમાં બદલાવ દ્વારા તુષ્ટિગુણ કે ઉપયોગિતા વધારવાની પ્રક્રિયા એટલે ઉત્પાદન-પ્રક્રિયા.
બજાર (Market)	: ‘વસ્તુ કે સેવાના ખરીદ-વેચાણના હેતુથી ખરીદનાર અને વેચનાર એકબીજાના પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ સંપર્કમાં આવે તે વ્યવસ્થા એટલે બજાર.’
કિંમત સ્વીકારનાર (Price Taker)	: પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં પેઢીને કિંમત સ્વીકારનાર કહે છે. જ્યાં કિંમત સ્વીકારનાર એ એવી પેઢી છે. પોતાના જથ્થામાં પરિવર્તન કરીને વસ્તુની કિંમતને પ્રભાવિત કરી શકતી નથી અને બજારમાં વસ્તુની માંગ અને પુરવઠા દ્વારા નક્કી થતી કિંમતને સ્વીકારી વસ્તુનું વેચાણ કરે છે.
કિંમત નક્કી કરનાર (Price Maker)	: ઈજારાવાળા બજારમાં એક માત્ર વસ્તુ વેચનાર પેઢીને કિંમત નક્કી કરનાર કહે છે. જ્યાં વસ્તુ વેચનાર પેઢીને કોઈ હરીફાઈનું તત્ત્વ નડતું નથી માટે તે વસ્તુની કિંમત ઉપર સંપૂર્ણ કાબૂ ધરાવે છે. જેથી ઈજારાવાળા બજારમાં વસ્તુ વેચનાર પેઢીને કિંમત નક્કી કરનાર (Price Maker) કહે છે.
અસામાન્ય નફો (Super Normal Profit)	: જો કોઈ બજાર પેઢીના સરેરાશ ખર્ચથી સરેરાશ આવક ($AC < AR$) ઊંચી હોય ત્યારે પેઢીને મળતા નફાને

કિંમત-ભેદભાવ (Price Discrimination)	અસામાન્ય નફો કહે છે. : એક સમાન વસ્તુની કે સેવાની જુદી-જુદી કિંમત વસૂલવી અથવા જુદા-જુદા ખરીદનારાઓ પાસેથી વસ્તુની જુદી-જુદી કિંમત વસૂલવી કે વસ્તુના જુદા-જુદા ઉપયોગ અનુસાર જુદી-જુદી કિંમત વસૂલવાની પ્રક્રિયાને કિંમત-ભેદભાવ કહે છે.
વેચાણ-ખર્ચ (Selling Cost)	: વસ્તુના વેચાણ માટે થતા ખર્ચને વેચાણ-ખર્ચ કહે છે.
પરસ્પરાવલંબન (Interdependence)	: અલ્પહસ્તક ઇજારાવાળા બજારમાં વેચનારની સંખ્યા ખૂબ ઓછી હોવાથી તેઓ તેમના હરીફ એવા એક-બીજાની જરૂરી માહિતી રાખે છે અને તે સંદર્ભના નિર્ણયો લે છે. પેઢીઓના આવા વર્તનને પરસ્પર અવલંબન (પરસ્પરાવલંબન) કહે છે.
કિંમત-ચુસ્તતા (Price Stickiness)	: બજારમાં વસ્તુની કિંમત જ્યારે કોઈક સ્તરે સ્થિર એટલે કે જડ બને છે ત્યારે તેવી સ્થિર કિંમતને કિંમત-ચુસ્તતા કહેવાય છે.
ઉત્પાદનનાં સાધનોની ગતિશીલતા (Mobility of Factors of Production)	: ઉત્પાદનનાં ચાર સાધનો (શ્રમ, મૂડી, નિયોજક અને જમીન) જ્યારે ભૌગોલિક, વ્યાવસાયિક અને ઉપયોગની દૃષ્ટિએ ફેરફાર સ્વીકારે છે. ત્યારે તેને તે ઉત્પાદનના સાધનની ગતિશીલતા કહેવાય છે.
પેઢી (Firm)	: પેઢી એટલે વસ્તુ કે સેવાનું ઉત્પાદન કે વેચાણ કરતું એક સ્વતંત્ર એકમ.
ઉદ્યોગ (Industry)	: એકસરખી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કરતી પેઢીઓનો સમૂહ.

●