

Monopolistic competition Basics

Pranav Shekhar

Assistant Professor

Department of Economics

Notes for B.A part 1

MONOPOLISTIC COMPETITION

वर्तमान समय में जिन प्रकार के बाजार को हम देख रहे हैं वह नतीजा पूर्णतः एकाधिकार है और न ही पूर्ण प्रतियोगिता का प्रतिनिधित्व करते हैं। एकाधिकार और पूर्ण प्रतियोगिता को स्निग्धता (condition) (चरम स्थिति) जो कि सामान्य बाजार में नहीं मिलती।

सामान्य बाजार में कुछ तत्व प्रतियोगिता के होते हैं तो कुछ एकाधिकार के। इस प्रकार हम उनसे शब्दों में यह कह सकते हैं कि वर्तमान बाजार एकाधिकार एवं पूर्ण प्रतियोगिता का मिश्रण है।

Harvard University के Edward Chamberlin ने अपनी किताब "Theory of Monopolistic Competition" में और John Robinson ने अपनी किताब "Theory of Imperfect Competition" में शुरुआत में Monopolistic Competition की चर्चा की।

Monopolistic Competition की विशेषताएँ :-

- i) Close Substitution but not homogeneous
- ii) Product differentiation - monopoly
- iii) Selling Cost
- iv) Excess Capacity
- v) Non-price Competition

Monopolistic Competition बाजार की

उस अवस्था को दिखाता है जहाँ बहुत से
बेता एवं बिबेता हैं, सभी बिबेता लगभग
एक जैसी वस्तुओं का बिबुध कर रहे हैं।
यहाँ थोड़ा रखने योग्य बात यह है कि सभी
बिबेताओं की वस्तुओं में थोड़ा अंतर नहीं है।
वह एक दूसरे के निकट स्थानापन्न है परन्तु
समरूपी नहीं है। इसलिए कुछ अर्थशास्त्रीयों
का यह भी मानना है कि Monopolistic
Competition में differentiated product
बेचे जाते हैं और यहाँ product differentiation
होता है।

चूँकि सभी बिबेताओं की वस्तुएं
लगभग एक जैसी हैं इसलिए यहाँ अपनी
वस्तुओं को दूसरे से अलग दिखाने के लिए
वस्तु बिबेदीकरण का सहारा लेना पड़ता है।

वस्तु बिबेदीकरण वह प्रक्रिया जिसके
तहत बिबेता लगभग एक जैसी वस्तुओं को
Differend के नाम पर, परकवर्गिण्य के आकार
पर, अंतर कृषन्न किया जाता है। यहाँ उस
वस्तु की प्रकृति बिल्कुल समान बंधूँ न हों,
मगर इन सब तत्वों के कारण वस्तु बिबेदीकरण
हो जाता है और एक बिबेता को अपनी
वस्तु पर एक सीमित क्वाचित्तर होता है।

सभी बिबेताओं के वस्तु लगभग एक
जैसी होती है इसलिए एक बिबेता को अपनी
उत्पाद का बिबेतापन, Agent इत्यादि चीजों

पर खर्ची करना पड़ता है ताकि लोगों का
संज्ञान उस वस्तु की तरफ बढ़ सकें एवं
अन्य close substitute से हट सकें। इस
तरह के खर्चे या लागत को विपणन लागत
(Selling cost) कहते हैं।

Monopolistic Competition में एक
फिराक न्यूनतम लागत पर उत्पादन नहीं करता
एवं उसके उत्पादन का स्तर ऐसा रहता
है कि वह अपनी संसाधनों का संपूर्ण
इस्तेमाल भी नहीं करता एवं उसकी क्षमताएँ
बची रह जाती हैं जिसे अतिरिक्त क्षमता
(Excess Capacity) कहते हैं। पूर्ण प्रतिस्पर्धा
में एक फिराक न्यूनतम लागत पर उत्पादन
करता है एवं LAC न्यूनतम बिन्दु पर
उसका संतुलन स्थापित होता है।

मगर Monopolistic Competition
में एक फिराक बाजार को लेकर पूरी तरह आस्वस्थ
नहीं रहता इसलिए वह अपनी क्षमताओं का
पूर्ण इस्तेमाल नहीं कर पाता और उसके पास
अतिरिक्त क्षमताएँ बची रह जाती हैं। एक
फिराक, Monopolistic Competition में LAC curve
के न्यूनतम बिन्दु (Lowest point) पर नहीं
बल्कि गिरते हुए भाग (falling point) पर
संतुलन स्थापित होता है, जहाँ उसके पास
कुछ अतिरिक्त क्षमताएँ बची रह जाती हैं।