

ಅಧ್ಯಾಯ 6



ಪೈಪೋಟಿ ರಹಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು

Non-Competitive Markets

ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಬೆಲೆ ಪಡೆಯುವಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯೇ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಎಂದು ನಾವು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳೋಣ. ಅಂತಹ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮದ ವರ್ತನೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಾಯ 4ರಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಂರಚನೆ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಷರತ್ತುಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸುತ್ತದೆಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿ ನಾವು ಚರ್ಚಿಸಿದ್ದೇವೆ.

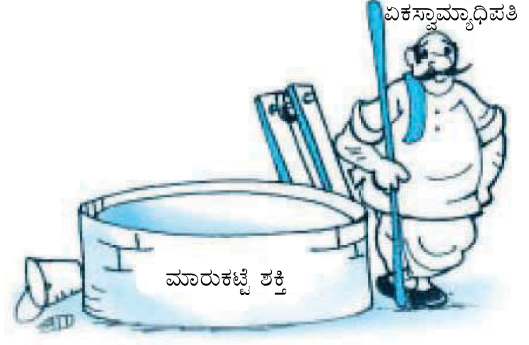
- (i) ಸರಕುಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಅಧಿಕ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿದ್ದು, ಎಲ್ಲಾ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಇದರಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಬಹಳ ನಿರ್ಲಕ್ಷ್ಯಸಬಹುದಾದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಎಲ್ಲಾ ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಒಟ್ಟಾಗಿ ಖರೀದಿಸಿದ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಪ್ರತಿ ಅನುಭೋಗಿಯು ಖರೀದಿಸಿದ ಪ್ರಮಾಣವು ಕಡಿಮೆಯಿರುತ್ತದೆ.
- (ii) ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಸರಕಿನ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು ಅಥವಾ ಉತ್ಪಾದನೆ ನಿಲ್ಲಿಸಲು ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಅಂದರೆ ಪ್ರವೇಶ ಮತ್ತು ನಿರ್ಗಮನ ಮುಕ್ತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- (iii) ಕೈಗಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಇತರ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳಿಂದ ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಇತರ ಯಾವುದೇ ಕೈಗಾರಿಕೆಯ ಉತ್ಪನ್ನವು ಈ ಕೈಗಾರಿಕೆಯ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿರಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಮತ್ತು
- (iv) ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನ, ಆದಾನಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಜ್ಞಾನ ಇರುತ್ತದೆ.

ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಿನ ಷರತ್ತುಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸಲಾಗದ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳನ್ನು ನಾವು ಚರ್ಚಿಸೋಣ. (ii)ನೇ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಕೈಬಿಟ್ಟರೆ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ಕಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಆಗ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಅನೇಕ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ವಿಪರೀತದ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಕೇವಲ ಒಂದೇ ಒಂದು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬಹುದು. ಒಂದು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕ ಮತ್ತು ಅನೇಕ ಗ್ರಾಹಕರಿರುವಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯವೆಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ಸಣ್ಣ ಸಂಖ್ಯೆಯ ದೊಡ್ಡ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಕೆಲಜನಸ್ವಾಮ್ಯವೆಂದು ಕರೆಯುತ್ತೇವೆ. (ii)ನೇ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಕೈಬಿಡುವುದು (i)ನೇ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಕೈಬಿಡುವುದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸಿ. ಅಂತೆಯೇ ಒಂದು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಇತರ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳಿಂದ ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲವೆಂಬ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಕೈಬಿಟ್ಟರೆ (ಕಲ್ಪನೆ (iii)) ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ ಸರಕುಗಳು ನಿಕಟ ಪರ್ಯಾಯಗಳಾಗಿದ್ದು ಆದರೆ ಪರಸ್ಪರ ಪರಿಪೂರ್ಣ

ಪರ್ಯಾಯಗಳಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. (i) ಮತ್ತು (ii)ನೇ ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು (iii)ನೇ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪೈಪೋಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳೆಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ಈ ಅಧ್ಯಾಯವು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ, ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪೈಪೋಟಿ ಮತ್ತು ಕೆಲಜನಸ್ವಾಮ್ಯದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುತ್ತದೆ.

6.1 ಸರಕು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸರಳ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ Simple Monopoly In The Commodity Market

ಒಬ್ಬನೇ ಮಾರಾಟಗಾರನಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯನ್ನು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ ಒಂದೇ ಸಾಲಿನ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಕವಾಗಿರುವ ಷರತ್ತುಗಳು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ವಿವರಣೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಂರಚನೆಯಲ್ಲಿ ಏಕಮಾತ್ರ ಉತ್ಪಾದಕನು ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸರಕನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿರುತ್ತದೆ, ಇತರ ಯಾವುದೇ ಸರಕುಗಳು ಈ ಸರಕಿಗೆ ಪರ್ಯಾಯ ಸರಕುಗಳಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಈ ಸನ್ನಿವೇಶವು, ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ ಮುಂದುವರಿಯಲು, ಯಾವುದೇ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸದಂತೆ ಹಾಗೂ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡದಂತೆ ಸಾಕಷ್ಟು ನಿರ್ಬಂಧಗಳನ್ನು ಹೇರುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇರುತ್ತದೆ.



'I' 'M' ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ

ಇತರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಸರಕು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಸಮತೋಲನದಲ್ಲಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ನಾವು ಎಲ್ಲಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತವೆ ಎಂದು ಊಹಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ (i) ಎಲ್ಲಾ ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಬೆಲೆ ಪಡೆಯುವವರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು (ii) ಈ ಸರಕಿನ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾದ ಆದಾನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆ ಕಡೆಯಿಂದ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಯುತವಾಗಿರುತ್ತವೆ.

ಈ ಎಲ್ಲಾ ಷರತ್ತುಗಳು ಪೂರೈಸಲ್ಪಟ್ಟರೆ ಅಂತಹ ಸನ್ನಿವೇಶವನ್ನು ಏಕ ಸರಕಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಎಂದು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುತ್ತೇವೆ.

ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ವರ್ತನೆ ಎದುರಾಗಿ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಸಂರಚನೆ

Competitive Behaviour versus Competitive Structure

ಒಂದು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಲ್ಪಡುವ ಸರಕಿನ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲದಿರುವುದನ್ನು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂದು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಒಂದು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಯಾವುದೇ ಮಟ್ಟದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬೆಲೆಯು ಒಂದೇ ಆಗಿದ್ದಾಗ ಅಂತಹ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ನೀಡಲಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ತಾನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಯಸುವ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಮಾರಲು ಸಮರ್ಥವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಇದು ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಇತರ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳೊಂದಿಗೆ ಸ್ಪರ್ಧಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ.

ಇದು, ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಅರ್ಥೈಸಲಾಗಿರುವ ಪೈಪೋಟಿ ಅಥವಾ ಪೈಪೋಟಿಯುತ ವರ್ತನೆಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿದೆ. ಕೋಕ್ ಮತ್ತು ಪೆಪ್ಸಿಗಳು ಅಧಿಕ ಮಟ್ಟದ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಅಥವಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಪಾಲನ್ನು ಪಡೆಯಲು ವಿಭಿನ್ನ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ಸ್ಪರ್ಧಿಸುವುದನ್ನು ನಾವು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಇದಕ್ಕೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿ ಒಬ್ಬ ರೈತನು ದೊಡ್ಡ ಮೊತ್ತದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು

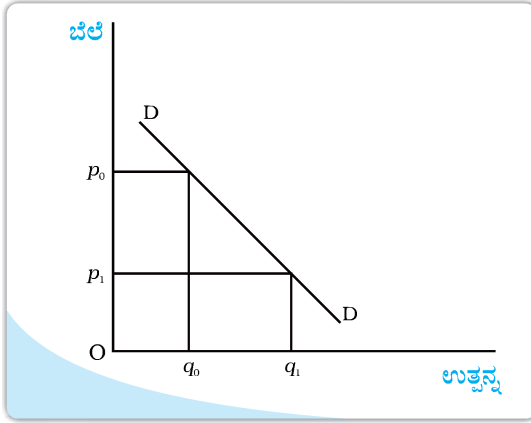
ತಮ್ಮ ತಮ್ಮೊಳಗೆ ಉಳಿದ ರೈತರೊಡನೆ ಪೈಪೋಟಿ ನಡೆಸುವುದು ಕಂಡುಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಏಕೆಂದರೆ ಕೋಕ್ ಮತ್ತು ಪೆಪ್ಸಿಗಳೆರಡು ತಂಪು ಪಾನೀಯದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಆದರೆ ಒಬ್ಬ ರೈತನಿಗೆ ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಹೀಗೆ ಪೈಪೋಟಿಯ ವರ್ತನೆ ಮತ್ತು ಪೈಪೋಟಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ವಿರುದ್ಧ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆ ಹೆಚ್ಚು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದರೆ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ವರ್ತನೆ ಕಡಿಮೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಇನ್ನೊಂದೆಡೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಸ್ಪರ್ಧೆ ಇದ್ದರೆ, ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಪರಸ್ಪರ ವರ್ತನೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆಯು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದಲ್ಲಿ ಪೈಪೋಟಿ ನಡೆಸಲು ಬೇರೆ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಇರುವುದಿಲ್ಲ.

6.1.1 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯೇ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ ರೇಖೆ

Market Demand Curve is the Average Revenue Curve

ಚಿತ್ರ 6.1ರಲ್ಲಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಎಲ್ಲಾ ಅನುಭೋಗಿಗಳು ವಿಭಿನ್ನ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೊಳ್ಳಲು ಇಚ್ಛಿಸುವ ಸರಕಿನ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯು p_0 ಇದ್ದರೆ ಅನುಭೋಗಿಗಳು q_0 ನಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕೊಳ್ಳಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ಇನ್ನೊಂದೆಡೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆ p_1 ಗೆ ಇಳಿದಾಗ ಅನುಭೋಗಿಗಳು q_1 ನಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕೊಳ್ಳಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಕೊಳ್ಳಲು ಬಯಸುವ ಸರಕಿನ ಪ್ರಮಾಣವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಬೆಲೆಯಿಂದ ಪ್ರಭಾವಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಖರೀದಿಸಿದ ಸರಕುಗಳ ಪ್ರಮಾಣವು ಬೆಲೆಯ ಇಳಿಕೆಯ ಬಿಂಬಕವಾಗಿದೆ.



ರೇಖಾಚಿತ್ರ: 6.1 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆ:

ವಿವಿಧ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಕೊಳ್ಳಲು ಬಯಸುವ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.

ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮೇಲಿನ ವಾದವು ತನ್ನಷ್ಟಕ್ಕೆ ವಿರುದ್ಧ ದಿಕ್ಕಿನಲ್ಲಿ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ. ಅಧಿಕ ಪ್ರಮಾಣದ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ನಿರ್ಧಾರ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿದಾಗ ಮಾತ್ರ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತಂದರೆ ಅದು ಅಧಿಕ ಬೆಲೆಗೆ ಮಾರಲು ಸಮರ್ಥವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಬೆಲೆಯು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ ಸರಕುಗಳ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಇದನ್ನೇ ಬೆಲೆಯು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ ಪ್ರಮಾಣದ ಇಳಿಕೆಯ ಬಿಂಬಕವಾಗಿದೆ ಎಂದು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಬಹುದು. ಹೀಗೆ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಪೂರೈಸಲಾದ ವಿವಿಧ ಪ್ರಮಾಣಗಳಿಗೆ ಅನುಭೋಗಿಯು ಕೊಡಲು ಇಚ್ಛಿಸುವ ಬೆಲೆಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಇಳಿಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಹೇಳಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಈ ವಿಚಾರವು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿತವಾಗಿದೆ.

ಮೇಲಿನ ವಿಚಾರವನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಆಯಾಮದಿಂದ ನೋಡಬಹುದು. ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಜ್ಞಾನ ಇರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಊಹಿಸಿಕೊಂಡರೆ, ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ತನ್ನ ಸರಕನ್ನು ಎಷ್ಟು ಬೆಲೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬಹುದಾದ ಸರಕಿನ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಉದಾ: ಚಿತ್ರ 6.1ನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿದಾಗ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ DD ರೇಖೆಯ ಆಕಾರದ ಬಗ್ಗೆ ಜ್ಞಾನ ಇದ್ದಾಗ ಅದು

p_0 ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸರಕನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಇಚ್ಛಿಸಿದರೆ ಮತ್ತು ಹಾಗೆ ಮಾಡಲು q_0 ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಉತ್ಪಾದನೆ ಮಾಡಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕು. ಬೆಲೆ p_0 ದಲ್ಲಿ ಅನುಭೋಗಿಗಳು q_0 ಸರಕು ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕೊಳ್ಳಲು ಇಚ್ಛಿಸುತ್ತಾರೆ. ಮತ್ತೊಂದೆಡೆ ಅದು q_1 ನಷ್ಟು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಯಸಿದರೆ p_1 ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಹಾಗೆ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಇದಕ್ಕೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿದೆ ಎಂಬುದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿರಬೇಕು. ಅಂತಹ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ತಾನು ಬಯಸಿದಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಮಾಣದ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತರಬಹುದು ಮತ್ತು ಅದೇ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇದು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗದಿರುವುದರಿಂದ ಸರಕುಗಳ ಮಾರಾಟದ ಮೂಲಕ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಪಡೆಯುವ ಹಣದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಪುನಃ ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಇದನ್ನು ಒಂದು ಅನುಸೂಚಿ, ಒಂದು ನಕ್ಷೆ ಮತ್ತು ಒಂದು ನೇರ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯ ಸರಳ ಸೂತ್ರವನ್ನು ಬಳಸಿ ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಬಹುದು. ಉದಾ: ಒಂದು ಬೇಡಿಕೆಯ ಬಿಂಬಕವನ್ನು ಸೂತ್ರವೊಂದರಿಂದ ಹೀಗೆ ತೋರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

$$q = 20 - 2p,$$

ಇಲ್ಲಿ q ಮಾರಾಟ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಮತ್ತು p ಯು ಬೆಲೆಯನ್ನು ರೂ.ಗಳಲ್ಲಿ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ಸೂತ್ರವನ್ನು ಬೆಲೆಯ ಮುಖಾಂತರ ಹೀಗೆ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಬಹುದು.

$$p = 10 - 0.5q$$

q ನ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು 0ಯಿಂದ 13ರವರೆಗೆ ಬದಲಾಯಿಸಿದರೆ ನಮಗೆ 10 ರಿಂದ 3.5ರವರೆಗಿನ ಬೆಲೆಗಳು ದೊರೆಯುತ್ತವೆ. ಇವುಗಳನ್ನು ಕೋಷ್ಟಕ 6.1ರಲ್ಲಿ q ಮತ್ತು p ಕಂಬ ಸಾಲುಗಳಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಸಂಖ್ಯೆಗಳನ್ನು ಚಿತ್ರ 6.2ರ ರೇಖಾ ನಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಲಂಬ ಅಕ್ಷದಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು, ಸಮತಲ ಅಕ್ಷದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮಾಣಗಳನ್ನು ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸರಕುಗಳ ವಿವಿಧ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಗಾಢವಾದ ನೇರ ರೇಖೆ D ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.

ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ತನ್ನ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದಾಗ ದೊರೆಯುವ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ (TR) ಉತ್ಪನ್ನದ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ ಸಮವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯದ (TR) ರೇಖೆಯು ನೇರ ರೇಖೆಯಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಅದರ ಆಕಾರವು ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯ ಆಕಾರವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಗಣಿತಾತ್ಮಕವಾಗಿ TR ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ ಪ್ರಮಾಣದ ಬಿಂಬಕವನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ನಮ್ಮ ಉದಾಹರಣೆಯಲ್ಲಿ

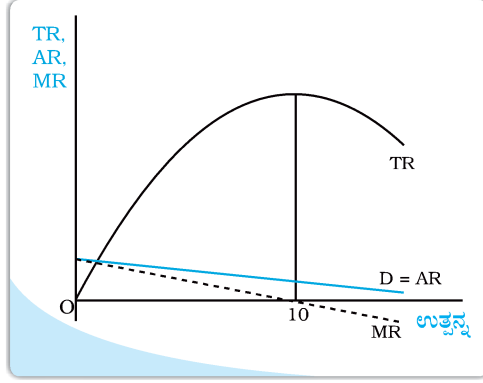
ಕೋಷ್ಟಕ 6.1: ಬೆಲೆಗಳು ಮತ್ತು ಆದಾಯ

q	p	TR	AR	MR
0	10	0	—	—
1	9.5	9.5	9.5	9.5
2	9	18	9	8.5
3	8.5	25.5	8.5	7.5
4	8	32	8	6.5
5	7.5	37.5	7.5	5.5
6	7	42	7	4.5
7	6.5	45.5	6.5	3.5
8	6	48	6	2.5
9	5.5	49.5	5.5	1.5
10	5	50	5	0.5
11	4.5	49.5	4.5	-0.5
12	4	48	4	-1.5
13	3.5	45.5	3.5	-2.5

$$\begin{aligned}
 TR &= p \times q \\
 &= (10 - 0.5q) \times q \\
 &= 10q - 0.5q^2
 \end{aligned}$$

ಇದು ಒಂದು ಸರಳ ರೇಖೆಯ ಸಮೀಕರಣವಲ್ಲ. ಇದು ಒಂದು ವರ್ಗ ಸಮೀಕರಣವಾಗಿದ್ದು, ಋಣಾತ್ಮಕ ಸಹಗುಣಕ ಹೊಂದಿರುವ ವರ್ಗವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಒಂದು ಸಮೀಕರಣವು ತಲೆಕೆಳಗಾದ ಲಂಬ ಪರವಲಯವನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 6.1ರಲ್ಲಿ TR ಕಂಬ ಸಾಲು p ಮತ್ತು q ನ ಕಂಬ ಸಾಲುಗಳ ಗುಣಲಬ್ಧವನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರಮಾಣವು ಅಧಿಕವಾದಂತೆ TR ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. **ಉದಾ:-** ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಮಾಣವು 10 ಘಟಕಗಳಾದಾಗ TR ರೂ. 50ಕ್ಕೆ ಏರಿಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಹಂತದ ಉತ್ಪನ್ನದ ನಂತರ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ಕಡಿಮೆಯಾಗಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಚಿತ್ರ 6.2ರಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು.



ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.2: ಒಟ್ಟು, ಸರಾಸರಿ ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯ ರೇಖೆಗಳು: ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ, ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯ ರೇಖೆಗಳನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಿಸಲಾಗಿದೆ.

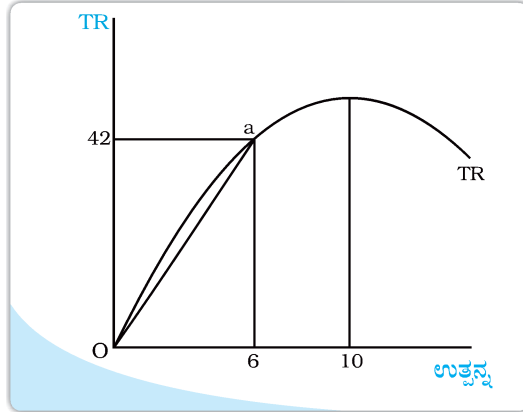
ಪ್ರತಿ ಘಟಕಗಳಷ್ಟು ಸರಕನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದಾಗ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಪಡೆಯುವ ಆದಾಯವನ್ನು ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ (AR) ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಗಣಿತಾತ್ಮಕವಾಗಿ $AR = TR/q$ ಕೋಷ್ಟಕ 6.1ರಲ್ಲಿ AR ಕಂಬ ಸಾಲು TRನ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು q ನ ಮೌಲ್ಯಗಳಿಂದ ಭಾಗಿಸಿದಾಗ ಸಿಗುವ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ARನ ಮೌಲ್ಯವು p ಯ ಕಂಬ ಸಾಲಿನ ಮೌಲ್ಯದಷ್ಟೇ ಇರುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಹೀಗೆ ತೋರಿಸಬಹುದು.

$$AR = \frac{TR}{q}$$

$TR = p \times q$ ಆಗಿರುವಾಗ ಇದನ್ನು AR ಸೂತ್ರದಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿದಾಗ

$$AR = \frac{(p \times q)}{q} = p$$

ಈ ಹಿಂದೆ ನೋಡಿದಂತೆ, ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.2ರಲ್ಲಿ P ಮೌಲ್ಯಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತವೆ. ಆದುದರಿಂದ AR ರೇಖೆಯು ಸರಿಯಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯ ಮೇಲೆಯೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ (AR) ರೇಖೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಒಂದು ಹೇಳಿಕೆಯ ಮೂಲಕ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಬಹುದು.



ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.3: ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ರೇಖೆಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಪರಿಗಣೆಯಲ್ಲಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯದ ಮೇಲಿನ ಬಿಂದು ಮತ್ತು ಮೂಲಕ್ಕೆ ಎಳೆಯಲಾದ ರೇಖೆಯ ಇಳಿಜಾರು ಉತ್ಪನ್ನದ ಯಾವುದೇ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.3ರಲ್ಲಿ ನೀಡಿರುವಂತೆ, ಸರಳ ರಚನೆಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾದ ಯಾವುದೇ ಮಟ್ಟದ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ TR ರೇಖೆಯಿಂದ ARನ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ರೇಖಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಪಡೆಯಬಹುದು. ಪ್ರಮಾಣವು 6 ಘಟಕಗಳಷ್ಟು ಆಗಿದ್ದಾಗ ಸಮಾನಾಂತರ

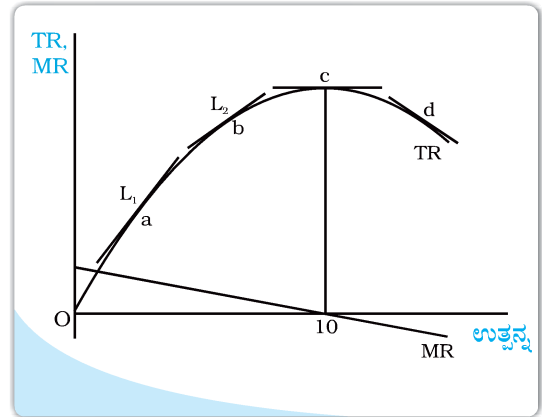
ಅಕ್ಷದಲ್ಲಿ 6ರ ಮೌಲ್ಯದ ಮೂಲಕ ಹಾದುಹೋಗುವ ಒಂದು ಲಂಬ ರೇಖೆಯನ್ನು ಎಳೆಯಿರಿ. ಈ ರೇಖೆಯು TR ರೇಖೆಯನ್ನು, ಎತ್ತರವು 42ಕ್ಕೆ ಸಮವಾಗಿರುವ ಬಿಂದು 'a'ನಲ್ಲಿ ಭೇದಿಸುತ್ತದೆ. ಈಗ ಮೂಲ 'o' ಮತ್ತು ಬಿಂದು 'a'ಗಳನ್ನು ನೇರ ರೇಖೆಯಿಂದ ಜೋಡಿಸಿ. ಮೂಲದಿಂದ TR ರೇಖೆಯ 'a' ಬಿಂದುವಿನವರೆಗಿನ ರೇಖೆಯ ಇಳಿಜಾರು ARನ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಈ ರೇಖೆಯ ಇಳಿಜಾರು 7ಕ್ಕೆ ಸಮನಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ARನ ಮೌಲ್ಯವು 7 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಕೋಷ್ಟಕ 6.1ರಿಂದ ಪರಿಶೀಲಿಸಬಹುದು.

6.1.2 ಒಟ್ಟು, ಸರಾಸರಿ ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯಗಳು Total, Average and Marginal Revenues

ಹೆಚ್ಚು ಜಾಗರೂಕ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಕೋಷ್ಟಕ 6.1ನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದರೆ, TR ಪ್ರಮಾಣವು ಪ್ರತಿ ಘಟಕದ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಾದ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಸಮಾನ ಗಾತ್ರದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಮೊದಲ ಘಟಕದ ಮಾರಾಟದಿಂದ TR ರೂ. ಶೂನ್ಯದಿಂದ 9.50ಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣವು 0 ಘಟಕದಿಂದ 1 ಘಟಕಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ರೂ. 9.50ರ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ರಮಾಣವು ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಳವಾದಂತೆ TR ನಲ್ಲಾದ ಹೆಚ್ಚಳವು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಸರಕಿನ ಐದನೇ ಘಟಕದಲ್ಲಿ TRನ ಹೆಚ್ಚಳ ರೂ. 5.50 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. (5 ಘಟಕಕ್ಕೆ ರೂ. 37.50 - 4 ಘಟಕಕ್ಕೆ ರೂ. 32) ಈ ಹಿಂದೆ ಸೂಚಿಸಿದಂತೆ 10 ಘಟಕಗಳಷ್ಟು ಉತ್ಪನ್ನದ ನಂತರ TR ಇಳಿಯಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತದೆ. 10 ಘಟಕಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ತಂದರೆ TR ರೂ. 50ರ ಮಟ್ಟದಿಂದ ಕೆಳಗೆ ಇಳಿಯುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ವ್ಯಕ್ತವಾಗುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ 12ನೇ ಘಟಕದಲ್ಲಿ TRನ ಹೆಚ್ಚಳವು $48 - 49.50 = -1.5$ ಅಂದರೆ ರೂ. 1.5ರಷ್ಟು ಇಳಿಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಘಟಕಗಳ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಬದಲಾಗುವ TRನ್ನು ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯ (MR) ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಇದನ್ನು ಕೋಷ್ಟಕ 6.1ರ ಕೊನೆಯ ಕಂಬ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಯಾವುದೇ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿನ ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯವು (MR) ಆ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿನ TR ಮತ್ತು ಅದರ ಹಿಂದಿನ ಪ್ರಮಾಣದ TR ಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸಿ. ಉದಾ : $q = 3$ ಆದಾಗ $MR = (25.5 - 18) = 7.5$ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಮಾಣವು ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ TR ನಿಧಾನ ಗತಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಮಾರಾಟದ ಪ್ರಮಾಣವು 10ನೇ ಘಟಕಕ್ಕೆ ತಲುಪಿದಾಗ TR ಇಳಿಯಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಹಿಂದಿನ ಪ್ಯಾರಾದಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ q (ಪ್ರಮಾಣ) ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ MR ಮೌಲ್ಯಗಳು ಇಳಿಕೆಯಾಗುವುದನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬಹುದು. ಪ್ರಮಾಣವು 10ನೇ ಘಟಕವನ್ನು ತಲುಪಿದ ನಂತರ MR ಋಣಾತ್ಮಕ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ತಾಳುತ್ತದೆ. ಚಿತ್ರ 6.2ರಲ್ಲಿ MR ಅನ್ನು ಚುಕ್ಕೆ ಗೆರೆಯಾಗಿ ಚಿತ್ರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ರೇಖಾತ್ಮಕವಾಗಿ MR ರೇಖೆಯ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು TR ರೇಖೆಯ ಇಳಿಜಾರಿನ ಮೂಲಕ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಯಾವುದೇ ರೇಖೆಯ ಇಳಿಜಾರು ಆ ರೇಖೆಯ ಮತ್ತು ಬಿಂದುವಿನ ಸ್ಪರ್ಶ ಎಂದು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.4ರಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. TR ರೇಖೆಯ a ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ L_1 ರೇಖೆಯ ಇಳಿಜಾರು ಮತ್ತು b ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ L_2 ರೇಖೆಯ ಇಳಿಜಾರು MRನ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಎರಡೂ ರೇಖೆಗಳು ಧನಾತ್ಮಕ ಇಳಿಜಾರು ಹೊಂದಿದ್ದರೂ L_2 ರೇಖೆಯು L_1 ರೇಖೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಸಮತಟ್ಟಾಗಿರುವುದು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ L_2 ಕಡಿಮೆ ಇಳಿಜಾರು ಹೊಂದಿದೆ ಎಂದು ಅರ್ಥ. 10 ಘಟಕಗಳಷ್ಟು ಸರಕುಗಳ ಮಾರಾಟವಾದಾಗ TRನ ಸ್ಪರ್ಶ ರೇಖೆ ಸಮತಲವಾಗಿದ್ದು, ಇದರ ಇಳಿಜಾರು ಶೂನ್ಯವಾಗಿದೆ.

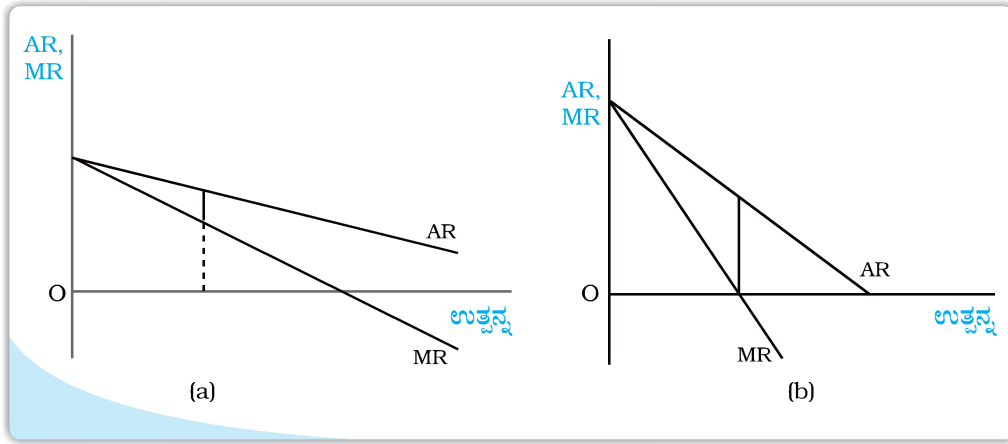


ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.4: ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ರೇಖೆಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ: ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಯಾವುದೇ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯವು ಆ ಮಟ್ಟದ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿನ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯದ ರೇಖೆಯ ಇಳಿಜಾರುಗಳಿಂದ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

'ಅದೇ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ MRನ ಮೌಲ್ಯವು ಶೂನ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. TR ರೇಖೆಯ d ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿನ ಸ್ಪರ್ಶ ರೇಖೆ ಋಣಾತ್ಮಕ ಇಳಿಜಾರನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಆಗ MR ಋಣಾತ್ಮಕ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತದೆ.

ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವಾಗ ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯವು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಆದಾಯವು ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ತೋರಿಸುವಾಗ ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯವು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿರುತ್ತದೆಂಬ ತೀರ್ಮಾನಕ್ಕೆ ನಾವು ಬರಬಹುದು.

AR ಮತ್ತು MR ರೇಖೆಗಳ ನಡುವೆ ಇನ್ನೊಂದು ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.2ರಲ್ಲಿ MR ರೇಖೆಯು AR ರೇಖೆಗಿಂತ ಕೆಳಗಿರುವುದನ್ನು ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಯಾವುದೇ ಮಟ್ಟದ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ARನ ಮೌಲ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ MRನ ಮೌಲ್ಯವು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿರುವುದನ್ನು ಕೋಷ್ಟಕ 6.1ರಲ್ಲಿ ನೋಡಬಹುದಾಗಿದೆ. AR ರೇಖೆಯು (ಅಂದರೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆ) ಕಡಿದಾಗಿ ಇಳಿಕೆಯಾಗುತ್ತಿದ್ದರೆ MR ರೇಖೆಯು AR ರೇಖೆಗಿಂತ ಬಹಳ ಕೆಳಗಿರುತ್ತದೆಂಬ ತೀರ್ಮಾನಕ್ಕೆ ನಾವು ಬರಬಹುದು. ಇನ್ನೊಂದೆಡೆ AR ರೇಖೆಯು ಕಡಿಮೆ ಇಳಿಜಾರನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ AR ಮತ್ತು MRಗಳ ನಡುವಣ ಲಂಬ ಅಂತರವು ಕಡಿಮೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಚಿತ್ರ 6.5 (a)ದಲ್ಲಿ AR ರೇಖೆಯು ಹೆಚ್ಚು ಸಮತಟ್ಟಾಗಿದ್ದು, ಚಿತ್ರ 6.5 (b)ಯು ಕಡಿದಾದ AR ರೇಖೆಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.



ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.5: ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯ ರೇಖೆಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ. AR ರೇಖೆಯು ಕಡಿದಾಗಿದ್ದಾಗ MR ರೇಖೆಯು AR ರೇಖೆಗಿಂತ ತುಂಬ ಕೆಳಗಿರುತ್ತದೆ.

ಸರಕಿನ ಅಷ್ಟೇ ಘಟಕಗಳಿಗೆ AR ಮತ್ತು MR ರ ನಡುವಣ ವ್ಯತ್ಯಾಸವು, ಫಲಕ (a) ಯಲ್ಲಿ (b) ಫಲಕಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಇದೆ.

6.1.3 ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಬೆಲೆ ಬೇಡಿಕೆಯ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವ Marginal Revenue and Price Elasticity of Demand

MRನ ಮೌಲ್ಯಗಳು ಕೂಡಾ ಬೆಲೆ ಬೇಡಿಕೆಯ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವದೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿದೆ. ಸಂಬಂಧದ ಸಂಪೂರ್ಣ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಪಡೆಯಲಾಗಿಲ್ಲ. ಇದು ಒಂದೇ ಒಂದು ಅಂಶವನ್ನು ಗಮನಿಸಿದರೆ ಸಾಕು. MR ಧನಾತ್ಮಕ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾಗ ಬೇಡಿಕೆಯ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವ ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಇರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು MR ಋಣಾತ್ಮಕ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾಗ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವ ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಕೋಷ್ಟಕ 6.1ರಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಿಸಲಾಗಿರುವ ಅದೇ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಕೋಷ್ಟಕ 6.2ರಲ್ಲಿ

'ಪ್ರಶ್ನೆ : ಕೋಷ್ಟಕ 6.1ರಲ್ಲಿ $q = 10$ ಆಗಿದ್ದಾಗ MR ಶೂನ್ಯಕ್ಕೆ ಸಮವಾಗಿಲ್ಲ ಏಕೆ? ಏಕೆಂದರೆ MRನ್ನು ನಾವು ಅಸತತವಾಗಿ ಅಳೆಯುತ್ತೇವೆ. ಅಂದರೆ 9 ಘಟಕಗಳಿಂದ 10 ಘಟಕಗಳಿಗೆ ನೆಗೆಯುತ್ತೇವೆ. q ನ ಮೌಲ್ಯಗಳು 10ಕ್ಕೆ ಸಮೀಪವಾಗಿರುವ ಮೌಲ್ಯಗಳಿಗೆ ಉದಾ: 9.5, 9.75 ಅಥವಾ 9.9ಗಳಿಗೆ TRನ್ನು ಮರು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿದರೆ TR 50ರ ಸಮೀಪಕ್ಕೆ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಉದಾ : $q = 9.9$ ರಲ್ಲಿ TR 49.995 ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

ನೋಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಸರಕಿನ ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ MR ಮೌಲ್ಯವು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವದ ಮೌಲ್ಯವು ಕೂಡ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಬೆಲೆ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವವು ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಇರುವ ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವ ಹೊಂದಿದೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ, ಬೆಲೆ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವವು ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಇರುವ ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕ ರಹಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವವು ಒಂದಕ್ಕೆ ಸಮಾನಾಗಿದ್ದಾಗ ಸಮ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವ ಇರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳೋಣ. ಪ್ರಮಾಣವು 10 ಘಟಕಗಳಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದಾಗ MR ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣವು 10 ಘಟಕಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಇದ್ದಾಗ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕ ರಹಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಕೋಷ್ಟಕ 6.2 ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರಮಾಣದ ಮಟ್ಟ 10 ಘಟಕಗಳಾಗಿದ್ದಾಗ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಸಮಸ್ಥಿತಿ ಸ್ಥಾಪಕತ್ವವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ.

6.1.4 ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಅಲ್ಪಾವಧಿ ಸಮತೋಲನ

Short Run equilibrium of the Monopoly Firm

ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಯಲ್ಲಿ ಇರುವಂತೆ, ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕ ಕೂಡಾ ಗರಿಷ್ಠ ಲಾಭ ಗಳಿಸುತ್ತವೆಂದು ನಾವು ಭಾವಿಸುತ್ತೇವೆ. ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕ ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಲಾಭವನ್ನು ಗರಿಷ್ಠಗೊಳಿಸುವ ವರ್ತನೆಯನ್ನು ಈ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ನಾವು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುತ್ತೇವೆ. ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ ಸರಕಿನ ದಾಸ್ಯಾನನ್ನು ಕಾಯ್ದಿಡುವುದಿಲ್ಲ. ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯಾದುದೆಲ್ಲವೂ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತದೆಂಬ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ನಾವು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ.

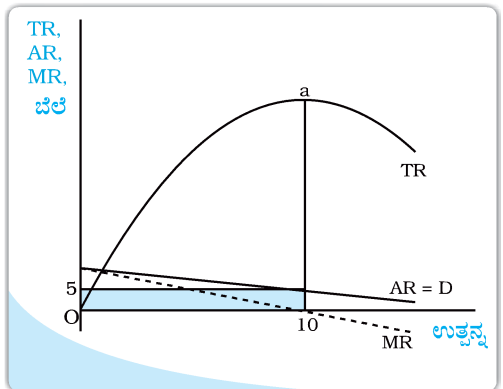
ಶೂನ್ಯ ವೆಚ್ಚದ ಸರಳ ಪ್ರಕರಣ The simple case of zero cost

ಇತರ ಗ್ರಾಮಗಳಿಂದ ಸಾಕಷ್ಟು ದೂರದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಗ್ರಾಮ ಇದೆಯೆಂದು ಭಾವಿಸುತ್ತಾ ಈ ಹಳ್ಳಿಯಲ್ಲಿ ನೀರು ಲಭ್ಯವಿರುವ ಒಂದೇ ಒಂದು ಬಾವಿ ಇದೆ. ಗ್ರಾಮವಾಸಿಗಳೆಲ್ಲರೂ ನೀರಿಗಾಗಿ ಈ ಬಾವಿಯನ್ನೇ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಅವಲಂಬಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಬಾವಿ ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಒಡೆತನಕ್ಕೆ ಒಳಪಟ್ಟಿದ್ದು ನೀರನ್ನು ಕೊಳ್ಳುವವರನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಇತರರು ನೀರು ತೆಗೆಯದಂತೆ ತಡೆಯುವಲ್ಲಿ ಸಮರ್ಥನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ.

ನೀರುಕೊಳ್ಳುವವನೇ ಬಾವಿಯಿಂದ ನೀರನ್ನು ಸೇದಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಆ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬಾವಿಯ ಮಾಲೀಕನು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ಉದ್ಯಮಿಯಾಗಿದ್ದು, ಸರಕನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಲು ಶೂನ್ಯ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸುತ್ತಾನೆ. ಮಾರಾಟವಾಗುವ ನೀರಿನ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಶೂನ್ಯ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಮಾಡುವ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ಸರಳ ಪ್ರಕರಣವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸೋಣ.

ಕೋಷ್ಟಕ 6.2: MR ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವ

q	p	MR	ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವ
0	10	-	-
1	9.5	9.5	19
2	9	8.5	9
3	8.5	7.5	5.67
4	8	6.5	4
5	7.5	5.5	3
6	7	4.5	2.33
7	6.5	3.5	1.86
8	6	2.5	1.5
9	5.5	1.5	1.22
10	5	0.5	1
11	4.5	-0.5	0.82
12	4	-1.5	0.67
13	3.5	-2.5	0.54



ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.6: ವೆಚ್ಚವು ಶೂನ್ಯವಿದ್ದಾಗ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಮಾರಾಟಗಾರನ ಅಲ್ಪಾವಧಿ ಸಮತೋಲನ: ಒಬ್ಬ ಆದಾಯವು ಗರಿಷ್ಠವಾಗಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಮಾರಾಟಗಾರನ ಲಾಭವು ಗರಿಷ್ಠವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ 6.2ರಲ್ಲಿರುವ TR, AR, MR ರೇಖೆಗಳನ್ನೇ ಚಿತ್ರ 6.6ರಲ್ಲಿ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಪಡೆದ ಆದಾಯದಿಂದ ಭರಿಸಿದ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಳೆದರೆ ಅದು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಗಳಿಸಿದ ಲಾಭಕ್ಕೆ ಸಮನಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಲಾಭ = TR-TC. ಈ ಪ್ರಕರಣದಲ್ಲಿ TC ಯು ಶೂನ್ಯವಾಗಿರುವುದರಿಂದ TR ಗರಿಷ್ಠವಾದಾಗ ಲಾಭವೂ ಗರಿಷ್ಠವಾಗುತ್ತದೆ. ನಾವು ಮೊದಲು ನೋಡಿದ ಹಾಗೆ ಇದು ಉತ್ಪಾದನೆಯು 10 ಘಟಕಗಳಾಗಿರುವಾಗ ಸಂಭವಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು MR ಶೂನ್ಯಕ್ಕೆ ಸಮವಾಗಿರುವ ಹಂತವೂ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. a ಯಿಂದ ಸಮತಲ ಅಕ್ಷದವರೆಗಿನ ಲಂಬ ರೇಖೆಯ ಉದ್ದದ ಭಾಗವು ಲಾಭದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ಉತ್ಪನ್ನವು ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಬೆಲೆಯು ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಒಟ್ಟಾಗಿ ಪಾವತಿಸಲು ಇಚ್ಛಿಸುವ ಬೆಲೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆ D ಯಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟವು 10 ಆಗಿರುವಾಗ ಬೆಲೆಯು ರೂ. 5 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಏಕ ಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು AR ರೇಖೆ ಆಗಿರುವುದರಿಂದ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಪಡೆಯುವ ಆದಾಯವು ರೂ. 5 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. AR ನ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾದ ಪ್ರಮಾಣಗಳು ಒಟ್ಟು ಆದಾಯವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಅದು ರೂ. $5 \times 10 =$ ರೂ. 50 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.6ರಲ್ಲಿ ಛಾಯೆಯಿಂದ ಆವೃತವಾದ ಆಯತ ಪ್ರದೇಶವು ಇದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.

ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಯೊಡನೆ ಹೋಲಿಕೆ Comparison with perfect competition

ಮೇಲಿನ ಫಲಿತಾಂಶವು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯಲ್ಲಿ ಏನಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಹೋಲಿಸಿ ನೋಡೋಣ. ಅಂತಹ ಬಾವಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಅಸಂಖ್ಯಾತವಾಗಿರುತ್ತದೆಂದು ನಾವು ಭಾವಿಸೋಣ. ಒಂದು ಬಾವಿಯ ಮಾಲೀಕನು 1 ಬಕೆಟ್ ನೀರಿಗೆ ರೂ 5ನ್ನು ವಿಧಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾನೆ ಎಂದುಕೊಳ್ಳೋಣ. ಅವನಿಂದ ಯಾರು ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ? ಬಾವಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಇನ್ನೂ ಅನೇಕ ಮಾಲೀಕರಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೆನಪಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಿ. ಒಂದು ಬಕೆಟ್ ನೀರಿಗೆ 5 ರೂಗಳನ್ನು ಕೊಡಲು ಇಚ್ಛಿಸುವ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಅದಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಗೆ ಉದಾ : 4ರೂಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಇಚ್ಛಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಬೇರೆ ಯಾವುದೇ ಬಾವಿಯ ಮಾಲೀಕನು ಅಂತಹ ಎಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಬಹುದು. ಇನ್ನೂ ಬೇರೆ ಬಾವಿ ಮಾಲೀಕರು ಅದಕ್ಕೂ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಮುಂದೆ ಬರಬಹುದು. ಈ ಕತೆ ಹೀಗೆ ಪುನರಾವರ್ತಿಸಬಹುದು. ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ಬಾವಿ ಮಾಲೀಕರ ನಡುವಿನ ಪೈಪೋಟಿಯು ಬೆಲೆಯನ್ನು ಶೂನ್ಯಕ್ಕೆ ಕೊಂಡೊಯ್ಯಬಹುದು. ಈ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ 20 ಬಕೆಟ್ ನೀರು ಮಾರಾಟವಾಗಬಹುದು.

ಈ ಹೋಲಿಕೆಯ ಮೂಲಕ, ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮತೋಲನದ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಮಾಣವು ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಗೆ ಮಾರಾಟವಾಗುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಈಗ ನಾವು ಧನಾತ್ಮಕ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂಗತಿಯತ್ತ ಮುಂದುವರಿಯೋಣ.

ಧನಾತ್ಮಕ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುವುದು Introducing positive costs

ಒಟ್ಟು ರೇಖೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದು Analysing using Total curves

ಅಧ್ಯಾಯ 3ರಲ್ಲಿ ನಾವು ವೆಚ್ಚದ ಪರಿಭಾವನೆ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚದ ರೇಖೆಯ ಆಕಾರವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿದ್ದು, ಇದನ್ನು ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.7ರಲ್ಲಿ TC ರೇಖೆಯ ಮೂಲಕ ಚಿತ್ರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅದೇ ರೇಖಾಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ TR ರೇಖೆಯನ್ನು ಕೂಡಾ ಎಳೆಯಲಾಗಿದೆ. ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಗಳಿಸಿದ ಲಾಭವು ಒಟ್ಟು ಆದಾಯದಿಂದ ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಳೆದಾಗ ದೊರೆಯುವ ಆದಾಯಕ್ಕೆ ಸಮವಾಗುತ್ತದೆ. q_1 ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಿದಾಗ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯವು TR_1 ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚವು TC_1 ಆಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ರೇಖಾಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು. $TR_1 - TC_1$ ಗಳ ವ್ಯತ್ಯಾಸವು ಲಾಭಗಳಿಕೆಯಾಗಿದೆ. AB ಭಾಗದ ರೇಖೆಯ ಉದ್ದದ ಮೂಲಕ ಇದನ್ನು ಚಿತ್ರಿಸಿದೆ. ಅಂದರೆ ಇದು q_1 ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ TR ಮತ್ತು TC ರೇಖೆಗಳ ನಡುವಿನ ಲಂಬ ಅಂತರವಾಗಿದೆ. ಈ ಲಂಬ ಅಂತರವು ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿವಿಧ ಮಟ್ಟಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ಇದರಿಂದ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪಾದನಾ ಮಟ್ಟವು q_2 ಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದಾಗ TC ರೇಖೆಯು TR ರೇಖೆಗಿಂತ ಮೇಲಿರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ TCಯು TRಗಿಂತ ದೊಡ್ಡದಿರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಲಾಭವು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದು, ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ನಷ್ಟವನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತದೆ.

ಉತ್ಪನ್ನ ಮಟ್ಟವು q_1 ಯಿಂದ ಅಧಿಕವಾದರೆ ಇದೇ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಉದ್ಭವಿಸುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ TR ರೇಖೆಯು TC ರೇಖೆಗಿಂತ ಮೇಲ್ಗಡೆಯಿರುವ q_2 ಮತ್ತು q_3 ನಡುವಿನ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟಗಳಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕ ಧನಾತ್ಮಕ ಲಾಭಗಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾವ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟವು ಅದರ ಲಾಭವನ್ನು ಗರಿಷ್ಠಗೊಳಿಸುತ್ತದೆಯೋ ಅದನ್ನು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಇದು TR ಮತ್ತು TCಗಳ ನಡುವಣ ಲಂಬ ಅಂತರವು ಗರಿಷ್ಠವಾಗಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟವಾಗಿದೆ. ಅಂದರೆ $TR-TC$ ಗರಿಷ್ಠವಾಗಿದೆ. ಇದು q_0 ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸಂಭವಿಸುತ್ತದೆ. TR ಮತ್ತು TC ಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿ ನಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಿದಾಗ ಚಿತ್ರ 6.7ರಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಿರುವಂತೆ 'ಲಾಭ'ದ ರೇಖೆಯು ಗರಿಷ್ಠ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.

q_0 ಸರಕು ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಮಾಣ ಯಾವ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತದೆಯೋ ಅದು ಅನುಭೋಗಿಯು ಪಾವತಿಸಲು ಇಚ್ಛಿಸುವ ಬೆಲೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ವಿಧಿಸುವ ಬೆಲೆಯು ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯ ಮೇಲಿನ q_0 ಪ್ರಮಾಣದ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

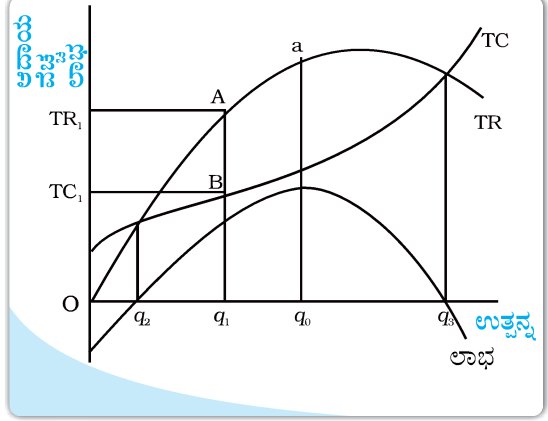
ಸರಾಸರಿ ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ರೇಖೆಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು Using Average & Marginal curves

ಮೇಲೆ ತೋರಿಸಿದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ, ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಸರಾಸರಿ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ನಿರೂಪಿಸಬಹುದು. ಈ ವಿಧಾನವು ಸ್ವಲ್ಪ ಹೆಚ್ಚು ಸಂಕೀರ್ಣವಾದರೂ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚು ಬೆಳಕನ್ನು ಚೆಲ್ಲಲು ಸಮರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ.

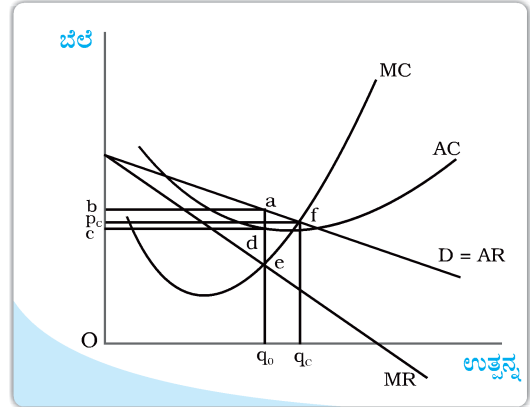
ಚಿತ್ರ 6.8ರಲ್ಲಿ ಸರಾಸರಿ ವೆಚ್ಚ (AC), ಸರಾಸರಿ ಬದಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚ (AVC) ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚ (MC)ದ ರೇಖೆಗಳನ್ನು ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆ (AR), ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯ ರೇಖೆ (MR), ಗಳೊಂದಿಗೆ ಎಳೆಯಲಾಗಿದೆ.

q_0 ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕಿಂತ ಕೆಳಗಿನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ MRನ ಮಟ್ಟವು MCಯ ಮಟ್ಟಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಸರಕಿನ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಘಟಕದ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯದಲ್ಲಾಗುವ ಹೆಚ್ಚಳವು, ಸರಕಿನ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಘಟಕವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಲು ತಗಲುವ ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚದ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಲಾಭದಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆ = TRನಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆ - TC ಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆ ಆಗಿರುವುದರಿಂದ, ಸರಕಿನ ಒಂದು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಘಟಕದ ಉತ್ಪನ್ನವು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಲಾಭಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಇದು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ q_0 ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಅದು ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು



ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.7: ಒಟ್ಟು ರೇಖೆಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಮಾರಾಟಗಾರನ ಸಮತೋಲನ. TR ಮತ್ತು TC ಗಳ ನಡುವಿನ ಲಂಬ ಅಂತರವು ಗರಿಷ್ಠವಾಗಿದ್ದು, TR, TCಗಿಂತ ಮೇಲಿದ್ದಾಗ ಇರುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಮಾರಾಟಗಾರನ ಲಾಭವು ಗರಿಷ್ಠವಾಗಿರುತ್ತದೆ.



ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.8: ಸರಾಸರಿ ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ರೇಖೆಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಮಾರಾಟಗಾರನ ಸಮತೋಲನ. $MR = MC$ ಮತ್ತು MCಯು ಏರಿಕೆಯಾಗುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಮಾರಾಟಗಾರನ ಲಾಭವು ಗರಿಷ್ಠಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತದೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಅದು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಲಾಭಗಳಿಗೆ ಸೇರ್ಪಡೆಯಾಗುತ್ತದೆ. MR ರೇಖೆಯು MC ರೇಖೆಗಿಂತ ಮೇಲಿರುವವರೆಗೆ ಮೇಲೆ ಒದಗಿಸಿದ ಸಕಾರಣವು ಅನ್ವಯವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಹೀಗೆ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟವು q_0 ವನ್ನು ತಲುಪಿದಾಗ ನಿಂತು ಬಿಡುತ್ತದೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಈ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯ (MR)ವು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚ (MC)ಕ್ಕೆ ಸಮವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇನ್ನೂ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿದರೆ ಲಾಭದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಇನ್ನೊಂದೆಡೆಯಲ್ಲಿ, ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು q_0 ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಮಟ್ಟದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಿದಾಗ MCಯು MR ಗಿಂತ ಅಧಿಕವಾಗುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪನ್ನದ ಒಂದು ಘಟಕವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಾಗುವ ಇಳಿಕೆಯು, ಈ ಇಳಿಕೆಯಿಂದ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಆಗುವ ನಷ್ಟಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂದರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಇಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಲು ಸಲಹೆ ನೀಡಬಹುದು. MC ರೇಖೆಯು MRಗಿಂತ ಮೇಲಿರುವವರೆಗೆ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವವರೆಗೆ ಈ ವಾದವು ಸರಿಯೆನಿಸುತ್ತದೆ. ಒಮ್ಮೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟವು q_0 ವನ್ನು ತಲುಪಿದಾಗ MC ಮತ್ತು MRಗಳ ಮೌಲ್ಯಗಳು ಸಮವಾಗುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ.

ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಅನಿವಾರ್ಯವಾಗಿ q_0 ಮಟ್ಟವನ್ನು ತಲುಪುವುದರಿಂದ ಈ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಮತೋಲನ ಮಟ್ಟ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಸಮತೋಲನ ಮಟ್ಟದ ಉತ್ಪನ್ನವು MR ಮತ್ತು MCಗಳು ಸಮವಾಗುವ ಬಿಂದುವಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಈ ಸಮಾನತೆಯನ್ನು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದಿಮ ಘಟಕವು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಮತೋಲನದ ಸ್ಥಿತಿ ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತೇವೆ.

q_0 ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಗರಿಷ್ಠ ಲಾಭವನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತದೆ. q_0 ಮಟ್ಟದಿಂದ ಬದಲಾವಣೆಗೊಳ್ಳಲು ಅದಕ್ಕೆ ಯಾವುದೇ ಉತ್ತೇಜಕಗಳಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಸಮತೋಲನ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಟ್ಟವೆಂದು ಕರೆಯುತ್ತೇವೆ. ಈ ಸಮತೋಲನ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಟ್ಟವು MR ಮತ್ತು MC ಗಳು ಸಮವಾಗುವ ಬಿಂದುವಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಈ ಸಮತೆಯನ್ನು ಒಂದು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಸಮತೋಲನ ಸ್ಥಿತಿ ಎನ್ನುತ್ತೇವೆ.

ಈ q_0 ಸಮತೋಲನ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ, ಸರಾಸರಿ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಬಿಂದು 'd' ನಿಂದ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ q_0 ನಿಂದ ಲಂಬ ರೇಖೆಯು AC ರೇಖೆಯನ್ನು ಛೇದಿಸುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಸರಾಸರಿ ವೆಚ್ಚದ ರೇಖೆಯನ್ನು ಎತ್ತರದಿಂದ dq_0 ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚವು ಉತ್ಪಾದಿಸಲಾದ q_0 ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಸರಾಸರಿ ವೆಚ್ಚದ (AC) ಗುಣಲಬ್ಧವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಇದನ್ನು oq_0dc ಆಯತ ಕ್ಷೇತ್ರದಿಂದ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಹಿಂದೆ ತೋರಿಸಿದಂತೆ, ಒಮ್ಮೆ ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರಮಾಣವು ನಿರ್ಧಾರವಾದರೆ, ಅದು ಯಾವ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯ ಮೂಲಕ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸಿದಂತೆ, ಅನುಭೋಗಿಯು ಪಾವತಿಸಲು ಇಚ್ಛಿಸುವ ಮೊತ್ತದಿಂದ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ 'a' ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಈ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ q_0 ಲಂಬ ರೇಖೆಯ ಮೂಲಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯಾದ Dಯನ್ನು ಅದು ಸಂಧಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು aq_0 ಯ ಎತ್ತರದಿಂದ ನೀಡಿದ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಬೆಲೆಯು ಪ್ರತಿ ಘಟಕದ ಆದಾಯವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಇದು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯವಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟು ಆದಾಯವು AR ಮತ್ತು q_0 ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣಲಬ್ಧವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಇದನ್ನು 'Oq₀ ab' ಆಯತ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿದೆ.

'Oq₀ ab' ಆಯತ ಕ್ಷೇತ್ರವು 'Oq₀ dc' ಆಯತ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕಿಂತ ದೊಡ್ಡದಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ (TR)ವು ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ (TC)ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ರೇಖಾಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. cdab ಆಯತ ಕ್ಷೇತ್ರವು ಇವುಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಾಗಿದೆ. ಹೀಗೆ ಲಾಭ = TR - TC ಯನ್ನು cdab ಕ್ಷೇತ್ರದಿಂದ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸಿದೆ.



ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಯೊಡನೆ ಮರು ಹೋಲಿಕೆ *Comparison with perfect competition again*

ನಾವು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಸಮತೋಲನ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯನ್ನು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದೊಡನೆ ಹೋಲಿಕೆ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ. ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಬೆಲೆ ಪಡೆಯುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳೋಣ. ನೀಡಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಉತ್ಪಾದಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದು ನಂಬಲಾಗಿದೆ.

ನಾವು ಮೇಲೆ ಪರಿಗಣಿಸಿದ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಸಮತೋಲನವು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಸಮತೋಲನ ಎಂದು ಕೊಳ್ಳೋಣ. ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟವು q_0 ಹಾಗೂ ಸರಕಿನ ಬೆಲೆಯು $aq_0 = Ob$ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಬೆಲೆಯು Ob ಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರವಾಗಿದೆ ಎಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಪ್ರತಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರತಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಘಟಕವನ್ನು ಆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಘಟಕವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ವೆಚ್ಚವು MCಯಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಅದು ' eq_0 ' ದಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಇದು aq_0 ಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದರಿಂದ ಲಾಭವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ನಿರೀಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಬೆಲೆಯು MCಗಿಂತ ಅಧಿಕವಾಗಿರುವವರೆಗೆ ಇದು ಮುಂದುವರೆಯುತ್ತದೆ. ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6.8ರ 'f' ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ MC ರೇಖೆಯು ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯನ್ನು ಭೇದಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಬೆಲೆಯು MCಗೆ ಸಮವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದನ್ನು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಲಾಭದಾಯಕವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ ಬೆಲೆ = ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಸಮತೋಲನ ಸ್ಥಿತಿಯೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ q_c ಪ್ರಮಾಣವು q_0 ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕವಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ರೇಖಾಚಿತ್ರ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯು p_c ಯಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ, ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಅಧಿಕ ಪ್ರಮಾಣದ ಸರಕುಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ತೀರ್ಮಾನಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಯಲ್ಲಿ ಸರಕುಗಳ ಬೆಲೆಯು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಗಳಿಸುವ ಲಾಭವೂ ಕೂಡ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ *In the Long Run*

ಮುಕ್ತ ಆಗಮನ ಮತ್ತು ನಿರ್ಗಮನದಿಂದಾಗಿ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಶೂನ್ಯ ಲಾಭಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಆಧ್ಯಾಯ 5ರಲ್ಲಿ ನಾವು ನೋಡಿದ್ದೇವೆ. ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಗಳಿಸುವ ಲಾಭವು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಅಧಿಕ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳವು ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆಯಾಗುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಇದರಿಂದ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಗಳಿಕೆಯು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಅದೇ ರೀತಿ, ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ನಷ್ಟವನ್ನು ಎದುರಿಸಿದರೆ ಕೆಲವು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಮುಚ್ಚಲ್ಪಟ್ಟು ಉತ್ಪನ್ನ ಇಳಿಕೆಯಾಗಿ ಉಳಿದ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆಯಾಗಿ ಆ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಗಳಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಸ್ಥಿತಿ ಈ ರೀತಿಯಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಇತರ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸಿರುವುದರಿಂದ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲೂ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಗಳಿಸುವ ಲಾಭಕ್ಕೆ ಧಕ್ಕೆಯಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಕೆಲವು ವಿಮರ್ಶಾತ್ಮಕ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳು *Some critical views*

ಒಂದು ಪೈಪೋಟಿಯುತ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಕ್ಕಿಂತ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯವು ಹೇಗೆ ವಿಶಿಷ್ಟ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಬೆಲೆಯನ್ನು ವಿಧಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ನೋಡಿದ್ದೇವೆ. ಈ ಅರ್ಥದಲ್ಲಿ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಶೋಷಣೆ ಮಾಡುತ್ತವೆ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಆದಾಗ್ಯೂ, ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ವಿಭಿನ್ನ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ, ನೈಜ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಮೇಲೆ ವಿವರಿಸಿದಂತಹ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಆಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಏಕೆಂದರೆ ಒಂದರ್ಥದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಸರಕುಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಬದಲಿ ಸರಕುಗಳಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಎಲ್ಲಾ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಅನುಭೋಗಿಗಳ ಕೈಯಲ್ಲಿರುವ ಆದಾಯವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಪ್ರಯತ್ನ ನಡೆಸುತ್ತವೆ.

ಒಂದು ಶುದ್ಧ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿನ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಸಹ ಪ್ರಯೋಗಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಎಂಬುದು ಮತ್ತೊಂದು ವಾದವಾಗಿದೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಆರ್ಥಿಕತೆಯು ಯಾವತ್ತೂ ನಿಶ್ಚಲವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಬಳಸಿ ಹೊಸ ಹೊಸ ಸರಕುಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಯಾವಾಗಲೂ ಪ್ರವೇಶಿಸುತ್ತವೆ. ಅವು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಸರಕಿಗೆ ನಿಕಟ ಪರ್ಯಾಯ ಸರಕುಗಳಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಯಾವಾಗಲೂ ಪ್ರಯೋಗ ಇರುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಪಾವಧಿಯಲ್ಲಿಯೂ ಸಹ, ಯಾವಾಗಲೂ ಪ್ರಯೋಗಿಯ ಭಯ ಇರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಮೇಲೆ ನಾವು ವಿವರಿಸಿದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವರ್ತಿಸಲು ಅಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ಅಸ್ತಿತ್ವವು ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಪ್ರಯೋಜನವನ್ನುಂಟು ಮಾಡಬಹುದು ಎಂಬುದು ಇನ್ನೊಂದು ದೃಷ್ಟಿಕೋನದ ವಾದವಾಗಿದೆ. ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಅಧಿಕ ಲಾಭವನ್ನು ಗಳಿಸುವುದರಿಂದ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಸಾಕಷ್ಟು ನಿಧಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪ್ರಯೋಗಿಯ ಸಣ್ಣ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಇಂತಹ ಸಂಶೋಧನೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ಎರಡನ್ನೂ ಉತ್ಪಾದಿಸುವುದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಅಸಾಧಾರಣ ಲಾಭವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದು ಸತ್ಯವಾದರೂ ಅವರು ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ಅನುಕೂಲ ಮಾಡಬಹುದು.

6.2 ಇತರ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪ್ರಯೋಗೀಯತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು

Other Non - Perfectly Competitive Markets

6.2.1 ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪ್ರಯೋಗ Monopolistic Competition

ಈಗ ನಾವು, ಅಧಿಕ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸೋಣ. ಇಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಮುಕ್ತ ಪ್ರವೇಶ ಮತ್ತು ನಿರ್ಗಮನವಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಅವರು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಸರಕುಗಳು ಏಕರೂಪದಲ್ಲಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಅಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯನ್ನು ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪ್ರಯೋಗ ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತೇವೆ.

ಈ ರೀತಿಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಾಣಿಸುತ್ತವೆ. ಉದಾ: ಬಿಸ್ಕತ್ತು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಅಧಿಕ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿವೆ. ಆದರೆ ಉತ್ಪಾದಿಸಲಾಗುವ ಅನೇಕ ಬಿಸ್ಕತ್ತುಗಳು ಕೆಲವು ಬ್ರಾಂಡ್ ಹೆಸರಿನೊಂದಿಗೆ ಗುರುತಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿವೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದರಿಂದ ಇನ್ನೊಂದನ್ನು ಬ್ರಾಂಡ್ ಹೆಸರು, ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮತ್ತು ರುಚಿಯಲ್ಲಿ ಇರುವ ಸ್ವಲ್ಪ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳಿಂದ ಗುರುತಿಸಬಹುದು. ಅನುಭೋಗಿಯು ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಬ್ರಾಂಡ್‌ನ ಬಿಸ್ಕತ್ತು ಬಗ್ಗೆ ಅಭಿರುಚಿ ಬೆಳೆಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾಳೆ ಅಥವಾ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಬ್ರಾಂಡ್‌ಗೆ ಕೆಲವು ಕಾರಣಗಳಿಂದ ವಿಧೇಯಳಾಗಿರುತ್ತಾಳೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅದನ್ನು ತಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಇನ್ನೊಂದು ಬಿಸ್ಕತ್ತುಗೆ ಬದಲಾಯಿಸಲು ಬಯಸುವುದಿಲ್ಲ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವು ತುಂಬಾ ಹೆಚ್ಚಾದಾಗ ಇನ್ನೊಂದು ಬ್ರಾಂಡ್‌ನ ಬಿಸ್ಕತ್ತುನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲು ಬಯಸುತ್ತಾಳೆ. ಅನುಭೋಗಿಗೆ ಅನುಭೋಗಿಸುವ ಬ್ರಾಂಡ್‌ನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಬೆಲೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸವು ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿರಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಬ್ರಾಂಡ್‌ನ ಬೆಲೆಯು ಕಡಿಮೆಯಾದಾಗ ಕೆಲವು ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಆ ಬ್ರಾಂಡ್‌ನ್ನು ಅನುಭೋಗಿಸಲು ಪಲ್ಲಟಗೊಳ್ಳಬಹುದು. ಅಲ್ಲದೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಇಳಿಕೆಯು ಅಧಿಕ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಯ ಬ್ರಾಂಡ್‌ನತ್ತ ಪಲ್ಲಟಗೊಳ್ಳಲು ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.

ಹೀಗೆ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಎದುರಿಸುವ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿರುವಂತೆ ಸಮತಲವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ (ಪರಿಪೂರ್ಣ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕ). ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿರುವಂತೆ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಎದುರಿಸುವ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪೈಪೋಟಿಯ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಬೆಲೆಯನ್ನು ಇಳಿಸಿದರೆ ಅದು ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ಹೆಚ್ಚಳವನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತದೆ. ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಅದರ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯದ (AR) ರೇಖೆಯೂ ಆಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ಆದ್ದರಿಂದ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಕೆಳಮುಖ ಇಳಿಜಾರು ಹೊಂದಿರುವ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯದ (AR) ರೇಖೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯವು ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿರುವುದಲ್ಲದೆ ಕೆಳಮುಖ ಇಳಿಜಾರನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯವು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವಾಗ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಸಮತೋಲನವು ಹೇಗೆ ಕಾಣುತ್ತದೆ? ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪೈಪೋಟಿಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವೂ ಸಹ ಲಾಭವನ್ನು ಗರಿಷ್ಠಗೊಳಿಸುವ ಉದ್ಯಮವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅದರ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯಕ್ಕೆ ಆಗುವ ಸೇರ್ಪಡೆಯು ಅದರ ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚಗಳಿಗೆ ಆಗುವ ಸೇರ್ಪಡೆಗಿಂತಲೂ ಅಧಿಕವಾಗಿರುವವರೆಗೂ ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೊಂದು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು (ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕ ಮತ್ತು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದಂತೆ) ತನ್ನ ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯವು ಸಮವಾಗಿರುವವರೆಗಿನ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದೊಂದಿಗೆ ಹೇಗೆ ಹೋಲಿಸುವಿರಿ? ಒಂದು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಯುತ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯವು (MR) ಅದರ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯಕ್ಕೆ (AR) ಸಮವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ, ತನ್ನ AR ನ್ನು MC ಗೆ ಸಮಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪೈಪೋಟಿಯಲ್ಲಿನ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತದೆ. ಕಡಿಮೆ ಮಟ್ಟದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ನೀಡಿದಾಗ, ಸರಕಿನ ಬೆಲೆಯು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಬೆಲೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಮೇಲೆ ವಿವರಿಸಿದ ಸನ್ನಿವೇಶವು ಅಲ್ಪಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಒಂದು ಸನ್ನಿವೇಶವಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪೈಪೋಟಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಹೊಸ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಪ್ರವೇಶಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಕೈಗಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿರುವ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಅಸಾಧಾರಣ ಲಾಭಗಳಿಸಿದರೆ, ಹೊಸ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಸರಕಿನ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತದೆ. ಹೊಸ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಪ್ರವೇಶಿಸುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಕೆಲವು ಗ್ರಾಹಕರು ಈಗಾಗಲೇ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿದ್ದ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳಿಂದ ಈ ಹೊಸ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ಪಲ್ಲಟಗೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿದ್ದ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಎಡಗಡೆಗೆ ಪಲ್ಲಟಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರು ಪಡೆಯುವ ಬೆಲೆಯು ಇಳಿಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಲಾಭದ ಇಳಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಅಸಾಧಾರಣ ಲಾಭವು ಇಲ್ಲವಾಗುವವರೆಗೂ ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ನಡೆಯುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಸಾಧಾರಣ ಲಾಭವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತವೆ. ತದ್ವಿರುದ್ಧವಾಗಿ, ಅಲ್ಪಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ನಷ್ಟವನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಕೆಲವು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಬಹುದು (ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಹೊರ ಹೋಗಬಹುದು). ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಬಲಕ್ಕೆ ಪಲ್ಲಟಗೊಳ್ಳಬಹುದು. ಇದು ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಲಾಭದ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು. ಅಸಾಧಾರಣ ಲಾಭವು ಶೂನ್ಯವಾದ ತಕ್ಷಣ ಆಗಮನ ಮತ್ತು ನಿರ್ಗಮನ ನಿಲ್ಲಬಹುದು. ಇದು ದೀರ್ಘಾವಧಿ ಸಮತೋಲನವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸುತ್ತದೆ.

6.2.2 ಕೆಲಜನ ಸ್ವಾಮ್ಯದಲ್ಲೂ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಹೇಗೆ ವರ್ತಿಸುತ್ತವೆ?

How do Firms behave in Oligopoly?

ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸರಕಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಒಬ್ಬ ಮಾರಾಟಗಾರನಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಆದರೆ ಕೆಲವೇ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ಅಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯನ್ನು ಕೆಲಜನ ಸ್ವಾಮ್ಯ ಎಂದು

ಕರೆಯುತ್ತೇವೆ. ಇಬ್ಬರೇ ಮಾರಾಟಗಾರಿರುವ ಕೆಲಜನ ಸ್ವಾಮ್ಯದ ವಿಶೇಷ ಸನ್ನಿವೇಶವನ್ನು ದ್ವಿಜನ ಸ್ವಾಮ್ಯ ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತೇವೆ. ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ, ಎರಡು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಉತ್ಪನ್ನವು ಏಕರೂಪದ್ದಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಆ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಇತರ ಯಾವುದೇ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕ ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಉತ್ಪನ್ನವು ಬದಲಿ ಸರಕು ಆಗಿರುವುದಿಲ್ಲವೆಂದು ನಾವು ಕಲ್ಪಿಸುತ್ತೇವೆ.

ಕೆಲವೇ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಇವೆ ಎಂದು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಗಾತ್ರಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಪ್ರತೀ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಸಾಪೇಕ್ಷವಾಗಿ ದೊಡ್ಡದಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಪ್ರತೀ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸುವ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಆ ಮೂಲಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸುತ್ತವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ದ್ವಿಜನ ಸ್ವಾಮ್ಯದಲ್ಲಿ ಎರಡು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಸಮಾನ ಗಾತ್ರದಲ್ಲಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಅದರ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ದ್ವಿಗುಣಗೊಳಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿದರೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಪೂರೈಕೆಯು ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಬೆಲೆ ಇಳಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಬೆಲೆ ಇಳಿಕೆಯು ಕೈಗಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಲಾಭದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ. ಈ ಬೆಲೆ ಇಳಿಕೆಯು ಕೈಗಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಲಾಭದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ. ತಮ್ಮ ಲಾಭವನ್ನು ಸಂರಕ್ಷಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಲುವಾಗಿ ಎಷ್ಟನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಹೊಸ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದರ ಮೂಲಕ ಅಂತಹ ನಡೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಇತರ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತವೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಕೈಗಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಟ್ಟ, ಬೆಲೆಗಳ ಮಟ್ಟ ಹಾಗೂ ಲಾಭ ಇವುಗಳು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಹೇಗೆ ಪರಸ್ಪರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತವೆ ಎಂಬುದರ ಫಲವಾಗಿದೆ.

ಒಂದು ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ, ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಸಾಮೂಹಿಕ ಲಾಭವನ್ನು ಗರಿಷ್ಠಗೊಳಿಸಲು ಪರಸ್ಪರ ಒಗ್ಗೂಡಲು ನಿರ್ಧರಿಸಬಹುದು. ಈ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದಂತೆ ವರ್ತಿಸುವ 'ಕಾರ್ಟೆಲ್'ಗಳನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಂತೆಯೇ ಕೈಗಾರಿಕೆಯು ಸಾಮೂಹಿಕವಾಗಿ ಪೂರೈಸಿದ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ವಿಧಿಸಿದ ಬೆಲೆಗಳು ಒಂದೇ ಇರುತ್ತವೆ.

ಇನ್ನೊಂದು ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ, ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಪೈಪೋಟಿ ನಡೆಸಲು ತೀರ್ಮಾನಿಸಬಹುದು. ಉದಾ : ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಒಂದು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಇತರ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳಿಗಿಂತ ತನ್ನ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಸ್ವಲ್ಪ ಕಡಿಮೆ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿಡಬಹುದು. ಸಹಜವಾಗಿ ಇತರ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಅದೇ ರೀತಿ ವರ್ತಿಸಿ ಪ್ರತೀಕಾರ ಮಾಡಬಹುದು. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ತಮ್ಮ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತಾ ಹೋಗುವವರೆಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯು ಇಳಿಯುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ತಾರ್ಕಿಕ ಅಂತ್ಯದವರೆಗೆ ಮುಂದುವರೆದರೆ ಬೆಲೆಯು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚದವರೆಗೂ ಇಳಿಯುತ್ತದೆ (ಯಾವುದೇ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಪೂರೈಸುವುದಿಲ್ಲ). ಇದು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಯ ಬೆಲೆಯಂತೆ ಇರುವುದನ್ನು ನಾವು ನೆನಪಿಸಬಹುದು.

ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ಪ್ರತಿಫಲವನ್ನು ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಸಹಕಾರವನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದು ನೈಜ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಕಷ್ಟ ಸಾಧ್ಯ. ಇನ್ನೊಂದೆಡೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತಾ ತೀವ್ರವಾದ ಪೈಪೋಟಿಯನ್ನು ನಡೆಸುವುದು ಅವುಗಳ ಸ್ವಂತ ಲಾಭದ ಮೇಲೆ ಹಾನಿಯನ್ನು ಉಂಟು ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಕೆಲಜನ ಸ್ವಾಮ್ಯ ಸಮತೋಲನವು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಮತ್ತು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಗಳೆಂಬ ಎರಡು ಅತಿರೇಖಾಗಳ ನಡುವೆ ಇರಬಹುದು.



- ಯಾವುದೇ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬನೇ ಒಬ್ಬ ಮಾರಾಟಗಾರನಿದ್ದರೆ ಅಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆಯನ್ನು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ.
- ಒಂದು ಸರಕಿಗೆ ಒಬ್ಬನೇ ಮಾರಾಟಗಾರನಿದ್ದರೆ ಅಂತಹ ಸರಕಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಸಂರಚನೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಆತ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಸರಕಿಗೆ ಬದಲಿ ಸರಕು ಇರುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಕೈಗಾರಿಕೆಗೆ ಇತರ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ಸರಕಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡಿದ ಸರಕಿನ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯದ ರೇಖೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ರೇಖೆಯ ಆಕಾರವು ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ ರೇಖೆಯ ಆಕಾರವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಋಣಾತ್ಮಕ ಇಳಿಜಾರಿನ ಸರಳ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ರೇಖೆಯು ತಲೆ ಕೆಳಗಾದ ಲಂಬ ಪರವಲಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- ಮೂಲದಿಂದ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ರೇಖೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಬಿಂದುವಿಗೆ ಸರಳ ರೇಖೆಯ ಇಳಿಜಾರು ಯಾವುದೇ ಪ್ರಮಾಣದ ಮಟ್ಟದ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯವನ್ನು ಮಾಪನ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
- ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ರೇಖೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಬಿಂದುವಿಗೆ ಸ್ಪರ್ಶದ ಇಳಿಜಾರು ಯಾವುದೇ ಪ್ರಮಾಣದ ಮಟ್ಟದ ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯವನ್ನು ಮಾಪನ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
- ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯದ ಮೌಲ್ಯವು ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯದ ಮೌಲ್ಯಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆಯಾದಾಗ ಮಾತ್ರ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯವು (A.R) ಇಳಿಕೆಯ ರೇಖೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- ಋಣಾತ್ಮಕ ಇಳಿಜಾರು ಇರುವ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಕಡಿದಾಗಿದ್ದಷ್ಟು ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯ ರೇಖೆಯು ಅದಕ್ಕಿಂತ ಇನ್ನು ಕೆಳಗಿರುತ್ತದೆ.
- ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯವು ಧನಾತ್ಮಕ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾಗ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯು ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯವು ಋಣಾತ್ಮಕ ಮೌಲ್ಯ ಹೊಂದಿದ್ದಾಗ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕರಹಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಶೂನ್ಯ ವೆಚ್ಚ ಅಥವಾ ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಮಾತ್ರ ಹೊಂದಿದ್ದರೆ, M.R ಶೂನ್ಯ ಆಗಿರುವ ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಅದರ ಸಮತೋಲನದ ಪೂರೈಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣವಿರುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿ A.R ಶೂನ್ಯವಾಗಿರುವ ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿಯು ಒಂದು ಸಮತೋಲನದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
- ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ಸಮತೋಲನವನ್ನು, MC ಏರುತ್ತಿರುವಾಗ MR=MC ಎಂದು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ನೀಡಿದ ಸಮತೋಲನ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಸಮತೋಲನ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.
- ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಅಲ್ಪಾವಧಿ ಧನಾತ್ಮಕ ಲಾಭವು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲೂ ಮುಂದುವರೆಯುತ್ತದೆ.
- ಸರಕು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪೈಪೋಟಿಯು ಏಕರೂಪವಲ್ಲದ ಸರಕುಗಳಿಂದ ಉದ್ಭವವಾಗುತ್ತದೆ.
- ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪೈಪೋಟಿಯಲ್ಲಿ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಅಲ್ಪಾವಧಿ ಸಮತೋಲನವು ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಬೆಲೆಗಳಿಗೆ



- ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಸನ್ನಿವೇಶವು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿಯೂ ಮುಂದುವರೆಯುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ದೀರ್ಘಾವಧಿ ಲಾಭಗಳು ಶೂನ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಸರಕುಗಳನ್ನು, ಸಣ್ಣ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಸರಕು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಜನ ಸ್ವಾಮ್ಯ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ.

ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ

ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪೈಪೋಟಿ

ಕೆಲಜನ ಸ್ವಾಮ್ಯ

1. ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ರೇಖೆಯು
(ಎ) ಮೂಲದಿಂದ ಹಾದು ಹೋಗುವ ಧನಾತ್ಮಕ ಇಳಿಜಾರು ಹೊಂದಿರುವ ಸರಳ ರೇಖೆಯಾಗಿದ್ದಾಗ,
(ಬಿ) ಒಂದು ಸಮತಲ ರೇಖೆಯಾಗಿದ್ದಾಗ,
ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯ ಆಕಾರ ಹೇಗಿರುತ್ತದೆ?
2. ಕೆಳಗೆ ಒದಗಿಸಲಾದ ಅನುಸೂಚಿಯಿಂದ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ, ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆ ಬೇಡಿಕೆಯ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿ

ಪ್ರಮಾಣ	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯ	10	6	2	2	2	0	0	0	-5

3. ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆ ಇದ್ದಾಗ ಸೀಮಾಂತ ಆದಾಯದ ಮೌಲ್ಯವೇನು?
4. ಒಂದು ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ರೂ. 100 ರಷ್ಟು ಒಟ್ಟು ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಅದರ ಬೇಡಿಕೆ ಅನುಸೂಚಿ ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿದೆ.

ಪ್ರಮಾಣ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ಬೆಲೆ	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10

- ಅಲ್ಪಾವಧಿ ಸಮತೋಲನ ಪ್ರಮಾಣ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಲಾಭವನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಿರಿ. ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಮತೋಲನ ಯಾವುದಾಗಿರುತ್ತದೆ (ಹೇಗಿರುತ್ತದೆ)? ಒಂದು ವೇಳೆ ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚವು ರೂ. 1000 ಗಳಷ್ಟಿದ್ದರೆ, ಅಲ್ಪಾವಧಿ ಮತ್ತು ದೀರ್ಘಾವಧಿ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
5. ಅಭ್ಯಾಸ 3ರ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವಾಗಿದ್ದರೆ ಅದರ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕನಿಗೆ ಸರ್ಕಾರದ ನಿಗದಿತ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನೀಡಿದ ಬೆಲೆಯಂತೆ ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಸರ್ಕಾರವು ಒಂದು ನಿಯಮ ತರಬಹುದು (ಅಂದರೆ ಒಬ್ಬ ಬೆಲೆ ಪಡೆಯುವವನಂತೆ ಆಗಲು ಮತ್ತು ಹಾಗಾಗಿ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಪೈಪೋಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕ ವರ್ತಿಸುವ ಹಾಗೆ) ಮತ್ತು ಸರಕಾರವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಯು ಸಮವಾಗುವಂತೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಲು ತೀರ್ಮಾನಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಸಮತೋಲನ ಬೆಲೆ, ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಲಾಭವು ಏನಾಗಬಹುದು?





6. ಕೆಳಗಿನ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ MR ರೇಖೆಯ ಆಕಾರದ ಮೇಲೆ ನಿಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ತಿಳಿಸಿ.

- (i) TR ರೇಖೆಯು ಧನಾತ್ಮಕ ಇಳಿಜಾರು ಹೊಂದಿರುವ ಸರಳ ರೇಖೆಯಾಗಿದಾಗ
- (ii) ಸಮಾನಾಂತರ ಸರಳ ರೇಖೆಯಾಗಿದ್ದಾಗ,

7. ಸರಕಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಸರಕಿನ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅನುಸೂಚಿಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ದೇಶಿಸಿದೆ. ಈ ಅನುಸೂಚಿಯಲ್ಲಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಕೆಳಗಿನವುಗಳನ್ನು ಲೆಕ್ಕ ಹಾಕಿ.

ಪ್ರಮಾಣ	0	1	2	3	4	5	6	7	8
ಬೆಲೆ	52	44	37	31	26	22	19	16	13

ಪ್ರಮಾಣ	0	1	2	3	4	5	6	7	8
ಬೆಲೆ	10	60	90	100	102	105	109	115	125

- (a) MR ಮತ್ತು MC ಅನುಸೂಚಿ
 - (b) ಯಾವ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ MR ಮತ್ತು MC ಗಳು ಸಮವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
 - (c) ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಮತೋಲನ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಸರಕಿನ ಸಮತೋಲನ ಬೆಲೆ
 - (d) ಸಮತೋಲನದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ, ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಲಾಭ
8. ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಮಟ್ಟದ ಅಲ್ಪಾವಧಿ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ನಷ್ಟವನ್ನು ಅನುಭವಿಸಿದರೆ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಅದು ತನ್ನ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಮುಂದುವರೆಸುತ್ತದೆಯೇ?
9. ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪೈಪೋಟಿಯಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಋಣಾತ್ಮಕ ಇಳಿಜಾರು ಹೊಂದಿರುವ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯನ್ನು ಏಕೆ ಹೊಂದುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
10. ಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಪೈಪೋಟಿಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ದೀರ್ಘಾವಧಿ ಸಮತೋಲನವು ಶೂನ್ಯ ಲಾಭದಲ್ಲಿರಲು ಕಾರಣಗಳೇನು?
11. ಮೂರು ವಿಭಿನ್ನ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲಜನ ಸ್ವಾಮ್ಯ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕದ ವರ್ತನೆಯನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
12. ಕಾರ್ನಾಟ್‌ರವರು ದ್ವಿಜನ ಸ್ವಾಮ್ಯದ ವರ್ತನೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಿದಂತೆ ನಿರ್ದೇಶಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯ ಸಮೀಕರಣವು $Q = 200 - 4P$ ಮತ್ತು ಎರಡು ಉದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳು ಶೂನ್ಯ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾಗ ಸಮತೋಲನದಲ್ಲಿ ಪ್ರತೀ ಉದ್ಯಮ ಘಟಕವು ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡಿದ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಸಮತೋಲನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಿರಿ.
13. ಬೆಲೆ ಕಾರ್ತವ್ಯತೆಯ ಅರ್ಥವೇನು? ಈ ರೀತಿಯ ಫಲಿತಾಂಶಕ್ಕೆ ಕೆಲಜನ ಸ್ವಾಮ್ಯದ ವರ್ತನೆಯು ಹೇಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ?

