एकाधिकार के अंतर्गत कीमत विभेद
(Price Diversification under Monopoly)

एकाधिकार (Monopoly):

जब एक एकाधिकारी अपनी वस्तु की कीमत सभी बाजारों में एक सी ही रखे तो ऐसी स्थिति को सरल एकाधिकार की स्थिति कहा जाता है

ऐसी स्थिति में एकाधिकारी वस्तु की विभिन्न इकाइयों को भिन्न भिन्न व्यक्तियों को भिन्न भिन्न जगहों पर भिन्न भिन्न समय पर एक की कीमत पर बेचता है किंतु ऐसी स्थिति में एकाधिकार अपना लाभ अधिकतम नहीं कर पाता।

एकाधिकार अपनी वस्तुओं को अलग अलग क्रेताओं को अलग अलग कीमत पर बेचने की कोशिश करता है ताकि अपने लाभ को अधिकतम कर सके।
अतः उपभोक्ताओं को एक ही वस्तु अलग अलग कीमत पर बेचने को ही कीमत विभेद कहते है।

जॉन रॉबिन्सन के अनुसार

एक ही वस्तु को जिसका उत्पादन एक ही उत्पादक द्वारा किया जाता है, भिन्न-भिन्न क्रेताओं के हाथ विभिन्न कीमतों पर बेचने क्रिया को कीमत विभेद कहते हैं

टॉमस के अनुसार

एकाधिकारी नीति की यह विशेषता है कि एक ही वस्तु या सेवा की पूर्ति के विभिन्न क्षेत्रों या विभिन्न भागों के लिए उपभोक्ता से विभिन्न कीमतें ली जाती है। इस प्रकार का कीमत विभेद विभिन्न व्यक्तियों विभिन्न व्यापारी अथवा एक ही समाज के विभिन्न व्यक्तियों के संबंध में किया जा सकता है।

कीमत विभेद के रूप

प्रो. पीगू ने एकाधिकार को निम्न तीन श्रेणियों में विभाजित किया है:

- प्रथम श्रेणी का कीमत विभेद
- द्वितीय श्रेणी का कीमत विभेद
- तृतीय श्रेणी का कीमत विभेद

प्रथम श्रेणी का कीमत विभेद

इस श्रेणी की कीमत विभेद के अंतर्गत उत्पादक वस्तुओं की प्रत्येक इकाई की उच्चतम कीमत लेता है जो उपभोक्ता देने के लिए तैयार रहता है। जैसे डॉक्टर तथा वकील के लिए यह मूल्य विभेद संभव है जो प्रत्येक ग्राहक से उसकी सामर्थ्य के अनुसार अलग अलग कीमत वसूल करता है

द्वितीय श्रेणी का कीमत विभेद

इसमें एकाधिकारी अपने नेताओं को विभिन्न श्रेणियों में बांट देता है और प्रत्येक श्रेणी में समूह के सदस्यों से वह न्यूनतम कीमत ली जाती है, जो उस समूह का सबसे निर्धन व्यक्ति देने को तैयार होता है इसमें क्रेता की उचित उपभोक्ता की कुछ बचत प्राप्त हो जाती है

जैसे: रेलवे के डिब्बे का प्रथम द्वितीय और तृतीय श्रेणियों में विभाजित करना

तृतीय श्रेणी का कीमत विभेद

इसके अंतर्गत एकाधिकारी अपने नेताओं को विभिन्न श्रेणियों या बाजारों में बांटकर हर श्रेणी या बाजार की मांग की लोच के अनुसार अलग अलग कीमत वसूल करता है।

जैसे: टेस्ला के कारों की कीमत अमेरिका में अलग, ब्रिटेन में अलग और भारत में अलग अलग है

कीमत विभेद के लिए दशाएं

बाजारों का पृथक्कीकरण

कीमत विभेद के लिए आवश्यक है कि वस्तुओं के दो या दो से अधिक बाजार हो। किसी वस्तु के दो या दो से अधिक बाजार तभी माने जाते हैं जब वे एक दूसरे से प्रथक या दूर दराज हो तथा एक बाजार से दूसरे बाजार में वस्तुओं का ले जाना संभव नहीं हो बाजारों का पृथक्कीकरण इसलिए आवश्यक है कि इससे अभाव में सस्ते बाजार से महंगे बाजार में वस्तुएं जाएगी जिससे धीरे धीरे दोनों बाजारों के मूल्य विभेद समाप्त हो जाएंगे

विभिन्न बाजारों का विभिन्न भागों को पृथक रखने वाले तत्व क्या कारण निम्नलिखित है

उपभोक्ताओं की विशिष्टताओं के कारण

- उपभोक्ता की अज्ञानता
- अविवेकपूर्ण धारणा
- मामूली अंतरों की परवाह न करना
- ऑर्डर पर बिक्रय

वस्तु की प्रकृति

यदि वस्तुओं का पुन: हस्तांतरण नहीं किया जा सकता जैसे डॉक्टर या वकील आदि की सेवाओं में कीमत विभेद आसानी से किया जा सकता है।

डॉ धनी व्यक्ति से अधिक तथा गरीब व्यक्ति से कम मूल्य वसूल करता है

यातायात व्यय

एकाधिकारी विभिन्न बाजारों में ऐसे भौगोलिक विभाजन कर सकता है कि किसी वस्तु के एक बाजार से दूसरे बाजार तक ले जाने का परिवहन व्यय अत्यधिक हो। इस परिवहन व्यय के कारण विभिन्न बाजारों में एक ही वस्तु विभिन्न दरों पर बेची जाती हैं

सरकारी नियमन

कुछ दशाओं में सरकार एकाधिकारी को वस्तु या सेवा की विभिन्न कीमतों को लेने की कानूनी स्वीकृति दे देती है। जैसे एक बिजली कंपनी की रोशनी या पंखों के लिए ऊंची दर तथा औद्योगिक परियोजना के लिए नीची दर लेती है

मांग की लोच में विभिन्नता

कीमत विविध एकाधिकारी के लिए उस समय लाभदायक होता है जब मांग लोच बाजार से दूसरे बाजार में भिन्न भिन्न रहती है

विभेदकारी एकाधिकारी के अंतर्गत कीमत व उत्पादन मात्रा का निर्धारण

पीगू ने इसे तीसरी श्रेणी का कीमत विभेद कहा है । इसके अंतर्गत निम्न तीन निर्णय लेने पड़ते हैं-

- उत्पादन कितना करना है?
- विभिन्न बाजारों में कितनी मात्रा बेची जाए?
- दोनों बाजारों में वस्तु किस कीमत पर बेची जाए?

उत्पादन कितना करना है?

हम ये मान लेते है कि एकाधिकारी के पास दो बाजार है और वह समरूप वस्तुओं का उत्पादन करना है ऐसी स्थिति में एकाधिकारी दोनों बाजारों के लिए अलग अलग उत्पादन ना करके एक साथ ही उत्पादन करता है और समस्त उत्पादन की सीमांत लागत को ध्यान में रखता है चाहे उसकी बिक्री किसी भी बाजार में की जाए वह उस बिंदु तक उत्पादन करेगा जिसपर सीमांत लागत दोनों बाजारों का संयुक्त सीमांत आगम के बराबर हो जाए

विभिन्न बाजारों में कितनी मात्रा बेची जाए

एकाधिकारी अपने लाभ को अधिकतम करने के लिए समस्त उत्पादन की सीमांत लागत (MC) को बाजार A की सीमांत आगम (MR) तथा बाजार B की सीमांत आगम के बराबर करेगा अर्थात जहाँ पर $MR_A = MR_B$ होI

दोनों बाजारों में वस्तुयें किस कीमत पर बेची जाए?

विविधीकरण करने वाला एकाधिकारी विभिन्न बाजारों में कीमतें निर्धारित करते समय मांग की लोच को ध्यान में रखेगा वह उन बाजारों में ऊंची कीमत देगा जहाँ मांग बेलोचदर हैं और बाजारों में नीची कीमत लेगा जहाँ मांग लोचदार हैं ऐसा करने में वो यह ध्यान रखेगा कि प्रत्येक बाजार में अंतिम इकाई के बेचने से प्राप्त अतिरिक्त आय सीमांत आय के बराबर हो।

THE ECONOMICS GURU
EDUCATION | INSPIRATION | KNOWLEDGE

LIKE & SHARE

The Video

And

SUBSCRBE

YouTube CHANNEL

THE ECONOMICS GURU

FOLLOW ME ON INSTAGRAM / @theeconomicsguru

FOLLOW ME ON FACEBOOK / NAKUL DHALI

For PDF visit my website: www.theeconomicsguru.com