SARITA KUMARI
G N College dhanbad
dt. 04/05/2020
08

एकाधिकार बाजार (Monopoly Market)

Monopoly दो ग्रीक शब्द, Monos तथा Polus से बना है, जिसका अर्थ क्रमशः अकेला और विक्रेता है। अर्थशास्त्र में जब किसी एक व्यक्ति या संस्था का किसी उत्पाद या सेवा पर बाजार में इतना नियन्त्रण हो कि वह उसके विक्रय से सम्बन्धित शर्तों एवं मूल्य को अपनी इच्छानुसार लागू कर सके, तो इस स्थिति को एकाधिकार बाजार (Monopoly Market) कहते हैं।

एकाधिकार की परिभाषाएँ
(Definations of Monopoly)

बोल्डिंग (Kenneth E. Boulding) के अनुसार, "शुद्ध एकाधिकारी वह फर्म है जो कि कोई ऐसी वस्तु उत्पन्न कर रही है जिसका किसी अन्य फर्म की उत्पादित वस्तुओं में कोई प्रभावपूर्ण स्थानापन्न नहीं होता। 'प्रभावपूर्ण' से यहाँ आशय है कि यद्यपि एकाधिकारी असाधारण लाभ कमा रहा है, तथापि अन्य फर्में ऐसी स्थानापन्न वस्तुएँ उत्पन्न करके, जो कि खरीदारों को एकाधिकारी की वस्तु से दूर कर सके, उक्त लाभों पर अतिक्रमण करने की स्थिति में नहीं हैं।" ("A pure Monopolist, therefore, is a firm producing a product which has no effective substitutes among the products of any other firm, 'effective' in the sense that even though the monopolist may be making abnormal profit, other firms cannot encroach on these profits by producing substitutes commodities which might entire purchasers away from the product of the monopolist."

प्रो. बेन्हम (Benham) के अनुसार "एकाधिकारी अक्षरशः एक विक्रेता होता है और एकाधिकार शक्ति पूर्ति के सम्पूर्ण नियन्त्रण पर आधारित होता है।" ("A Monopolist is literally a seller..... and monopoly power is based entirely on control over supply.")

एकाधिकार की विशेषताएँ (Features of Monopoly)

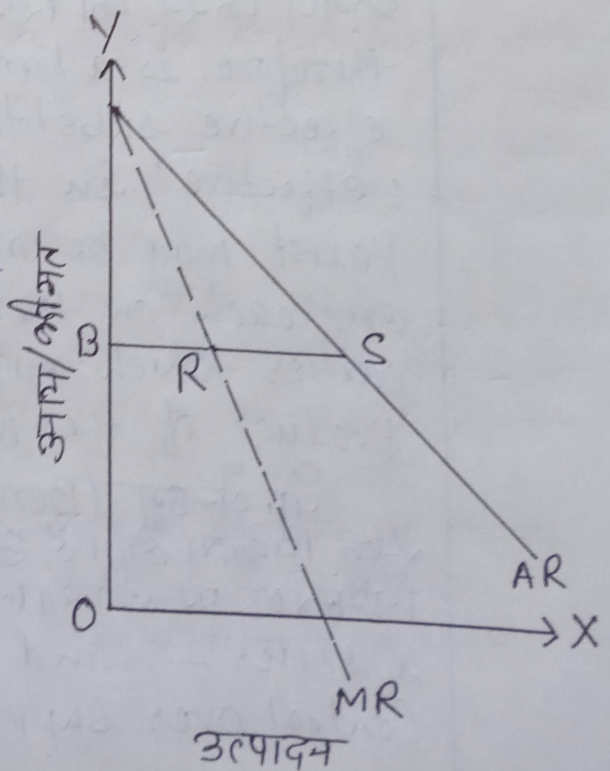
(1) अकेला उत्पादक अथवा विक्रेता (Single producer or Seller) :- एकाधिकारी अपनी वस्तु का अकेला उत्पादक तथा विक्रेता होता है।

(2) फर्म एंव उद्योग एक दुसरे के पर्यायवाची (Firm and Industry are Synonymous) :- एकाधिकारी एक फर्म वाला उद्योग होता है, अत: फर्म एंव उद्योग दोनों एक-दुसरे के पर्यायवाची होते हैं।

(3) प्रभावपूर्ण निकट प्रतिस्थानापन्न वस्तुओं का अभाव (No near Effective Substitudes) :- एकाधिकारी ऐसी वस्तु का उत्पादन एंव विक्रय करता है जिसके प्रभावपूर्ण निकट प्रतिस्थानापन्न वस्तुएँ बाजार में उपलब्ध नहीं होती हैं।

(4) नई फर्मों के प्रवेश पर प्रभावपूर्ण रोक (Effective Control on Entry of new firms) :- एकाधिकार की स्थिति में न केवल अल्पकाल में बल्कि दीर्घकाल में भी नई फर्मों के प्रवेश पर प्रभावी रोक लगी होती है।

(5) औसत आय और सीमान्त आय वक्र (Average income and Marginal income Curve) :- एकाधिकार फर्म का औसत आय वक्र (AR) बायें से दायें नीचे की ओर ढालू होता है जो यह बताता है कि कम कीमत पर कम वस्तु बेची जा सकती है। सीमान्त आगम वक्र (MR) औसत आगम वक्र (AR) की तरह नीचे की ओर ढालू होता है तथा औसत आगम वक्र से नीचे होता है। एकाधिकारी की औसत आय या आगम व सीमान्त आगम को चित्र के द्वारा हम समझते हैं।



(6) स्वतन्त्र कीमत नीति (Independent price policy) :- एकाधिकारी फर्म स्वतन्त्र कीमत नीति अपना सकती है अर्थात वह अपनी इच्छानुसार कीमत में कमी या वृद्धि कर सकती है। औसत आगम वक्र का नीचे की ओर ढालू होना ही यह प्रकट करता है कि फर्म कीमत निर्धारक (Price-Maker) होती है।

(7) कीमत-विभेद सम्भव है (Price Discrimination possible) :- एकाधिकारी अवस्था में कीमत विभेद सम्भव है अर्थात उत्पादक अपनी वस्तु को अलग-अलग क्रेताओं अथवा अलग-अलग स्थानों पर अलग-अलग कीमतों पर बेच सकता है।

(8) बेलोचदार माँग (Inelastic Demand) :- एकाधिकारी को अपनी वस्तु की बेलोचदार माँग का सामना करना पड़ता है, अर्थात एकाधिकारी वस्तु की पूर्ति को कम अथवा अधिक कर सकता है।

(9) वस्तु की पूर्ति पर पूर्ण नियन्त्रण (Full Control on Supply of Goods) :- एकाधिकारी का अपनी वस्तु की पूर्ति पर पूर्ण नियंत्रण होता है अर्थात वह अपनी वस्तु की पूर्ति को कम अथवा अधिक कर सकता है।

(10) दीर्घकाल में असामान्य लाभ (Abnormal Profits in Long Period) :- एकाधिकारी दीर्घकाल में असामान्य लाभ अर्जित करता है।

एकाधिकार का वर्गीकरण
(Classification of Monopoly)

(1) व्यक्तिगत एवं सार्वजनिक एकाधिकार (Private and public monopoly) :- व्यक्तिगत एकाधिकार, जिसमें फर्म का स्वामित्व व्यक्तिगत या संगठन के आधार पर होता है तथा इसका उद्देश्य अपने लाभ को अधिकतम करना होता है। सार्वजनिक एकाधिकार, जिसमें स्वामित्व सरकार या सार्वजनिक संस्थाओं का होता है तथा इसका उद्देश्य सामाजिक कल्याण में वृद्धि करना होता है।

(2) साधारण व विवेचनात्मक एकाधिकार (Simple and Discriminating Monopoly) :- साधारण एकाधिकार, जिसमें एकाधिकारी अपने वस्तु के लिए विभिन्न उपभोक्ताओं से एक ही कीमत वसूल करता है, जबकि विवेचनात्मक एकाधिकार के अन्तर्गत एकाधिकारी एक ही वस्तु के लिए विभिन्न उपभोक्ताओं से भिन्न-भिन्न कीमत वसूल करता है।

(3) पूर्ण या शुद्ध तथा अपूर्ण एकाधिकार (Pure and Imperfect Monopoly) — प्रो० चेम्बरलिन ने कहा है, "शुद्ध एकाधिकार वह दशा है जिसमें सभी वस्तुओं की पूर्ति पर एक ही फर्म का नियंत्रण होता है। इसके विपरीत, अपूर्ण एकाधिकार उसे कहते हैं जिसमें नयी फर्मों के प्रवेश, सरकारी नियंत्रण आदि का भय रहता है।"

एकाधिकार की उत्पत्ति के कारण
(Causes of Emergence of Monopoly)

एकाधिकार की उत्पत्ति के कुछ प्रमुख कारण हैं जो निम्न हैं —

(1) कच्चे मालों का केन्द्रीकरण (Centralisation of Raw materials) :- किसी वस्तु के निर्माण के लिए जब सम्पूर्ण कच्चा माल किसी व्यक्ति के क्षेत्र में आ जाता है तो एकाधिकार का जन्म होता है।

(2) कानूनी एकाधिकार (Legal Monopoly) :- उदाहरणस्वरूप, जब सरकार किसी कम्पनी को शहर में पानी या बिजली की व्यवस्था का एकाधिकार दे देती है तो उसे कानूनी एकाधिकार कहते हैं।

(3) अत्यधिक पूँजी विनियोग (Heavy Capital Investment) :- बहुत से ऐसे उद्योग हैं जिनके उत्पादन तथा स्थापना के लिए अत्यधिक पूँजी की आवश्यकता पड़ती है जिसके कारण छोटे पूँजीपति के अपेक्षा बड़े पूँजीपति आसानी से उद्योग स्थापित कर लेते हैं। जिससे पूर्ण एवं स्वतन्त्र प्रतियोगिता नहीं हो पाती है।

(4) पेटेण्ट अधिकार (Patent Right) :- विशेष कानूनी अधिकारों के मिलने से भी एकाधिकार उत्पन्न हो जाता है। कुछ उत्पादन कर्ता कानून द्वारा अपना खास पेटेण्ट राइट (Patent Right) अथवा ट्रेड मार्क का एकाधिकार प्राप्त करते हैं जिससे अन्य उत्पादकों द्वारा वह ट्रेड मार्क प्रयोग नहीं किया जा सकता है।

(5) आयात निर्यात की नीति (Tarrif policy) :- आयात-निर्यात कारों से भी एकाधिकार का निर्माण प्रोत्साहित होता है। जैसे — आयात पर प्रतिबंध लगा देने से विदेशी प्रतिस्पर्द्धा रुक जाती है।

(6) सार्वजनिक हितों की रक्षा (Protection of Public Interest) :- सार्वजनिक हितों की रक्षा के लिए एकाधिकार का जन्म होता है। कुछ सेवाएँ — जैसे बिजली, टेलीफोन, रेल यातायात आदि के लिए कई कम्पनियों के बजाय एक ही कम्पनी रखी जाती है।

(7) व्यापारिक नाम (Goodwill) :- जब किसी उत्पादक का बहुत नाम हो जाता है, तब भी नये उत्पादक इस वस्तु के उत्पादन में प्रवेश नहीं करते। इस प्रकार ही एकाधिकार स्थापित हो जाता है।