

કિંમતમાં થતા ટકાવારી ફેરફારને કારણે બીજી વસ્તુની માંગમાં થતા ટકાવારી ફેરફારનું પ્રમાણ. જેને સૂત્ર વડે નીચે મુજબ રજૂ કરવામાં આવે છે :

$$\text{માંગની પ્રતિ મૂલ્યસાપેક્ષતા} = \frac{X \text{ વસ્તુની માંગમાં થતો ટકાવારી ફેરફાર}}{Y \text{ વસ્તુની કિંમતમાં થતો ટકાવારી ફેરફાર}}$$

3.15 માંગની મૂલ્યસાપેક્ષતા માપવાની પદ્ધતિઓ (Method of Measure Elasticity of Demand)

માંગનો નિયમ વસ્તુની કિંમતને કારણે માંગમાં જોવા મળતા વ્યસ્ત ફેરફારો વિશે ચર્ચા કરે છે. પરંતુ, વસ્તુની કિંમતમાં 10 % ફેરફાર થવાથી, વસ્તુની માંગમાં કેવા પ્રકારનું પરિવર્તન આવશે તે માંગનો નિયમ દર્શાવે છે. પણ, કેટલું પરિવર્તન આવશે તે દર્શાવવામાં નિષ્ફળ સાબિત થાય છે. વસ્તુની કિંમતમાં થતા ફેરફારથી માંગમાં કેટલો ફેરફાર થશે તે માપવાની રીતને માંગની મૂલ્યસાપેક્ષતા કહેવામાં આવે છે. માંગની મૂલ્યસાપેક્ષતા ત્રણ જુદી-જુદી રીતે માપવામાં આવે છે : (1) ગુણોત્તરની રીત (2) કુલ ખર્ચની રીત (3) ભૌમિતિક રીત.

સ્વાધ્યાય

1. નીચેના પ્રશ્નોના જવાબનો સાચો વિકલ્પ પસંદ કરી લખો :

- (1) માંગને અસર કરતાં પરિબલોને કેટલા વિભાગમાં વહેંચવામાં આવે છે ?
 (A) એક (B) બે (C) ત્રણ (D) ચાર
- (2) માંગરેખાનો ઢાળ કેવો હોય છે ?
 (A) ઋણઢાળ (B) ધનઢાળ (C) X ધરીને સમાંતર (D) Y ધરીને સમાંતર
- (3) હલકા પ્રકારની વસ્તુઓ બીજા કયા નામથી ઓળખાય છે ?
 (A) પ્રતિષ્ઠામૂલક વસ્તુ (B) અત્યંત સસ્તી વસ્તુ (C) ગીફ્ટ વસ્તુ (D) નકામી વસ્તુ
- (4) માંગની મૂલ્યસાપેક્ષતાના કેટલા પ્રકારો હોય છે ?
 (A) બે (B) ચાર (C) પાંચ (D) સાત
- (5) કિંમત અને માંગ વચ્ચે કેવો સંબંધ છે ?
 (A) ધન (B) વ્યસ્ત (C) સપ્રમાણ (D) શૂન્ય
- (6) પૂરક વસ્તુઓ કેવી હોય છે ?
 (A) જોડાયેલી (B) હરીફ (C) સંબંધ વગરની (D) વૈકલ્પિક
- (7) માંગનું વિસ્તરણ માંગરેખા પર કઈ તરફ જોવા મળે છે ?
 (A) ઉપર (B) નીચે (C) જમણી તરફ બીજી માંગરેખા પર (D) ડાબી તરફ બીજી માંગરેખા પર
- (8) નીચેનામાંથી માંગને કોની સાથે સંબંધ નથી ?
 (A) ચોક્કસ સમય (B) ચોક્કસ કિંમત (C) ગ્રાહક (D) પુરવઠો
- (9) માંગનો નિયમ કોણે આપ્યો ?
 (A) એડમ સ્મિથ (B) આલ્ફ્રેડ માર્શલ (C) રોબિન્સ (D) કેઈન્સ
- (10) વસ્તુની કિંમત ખૂબ ઊંચી હોય તો ધનિક વર્ગ દ્વારા થતી પ્રતિષ્ઠા મૂલ્ય ધરાવતી વસ્તુઓની માંગ કેવી હોય છે ?
 (A) વધુ (B) ઓછી (C) શૂન્ય (D) ઋણ

2. નીચેના પ્રશ્નોના એક વાક્યમાં જવાબ આપો :

- (1) માંગ એટલે શું ?
- (2) માંગની આવક સાપેક્ષતા એટલે શું ?
- (3) માંગની પ્રતિ મૂલ્યસાપેક્ષતા એટલે શું ?

- (4) માંગનું વિસ્તરણ-સંકોચન ક્યારે શક્ય બને ?
- (5) માંગમાં વધારો-ઘટાડો ક્યારે શક્ય બને ?
- (6) માંગનો નિયમ શાથી શરતી નિયમ કહેવાય છે ?

3. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો :

- (1) માંગ વિધેય એટલે શું ?
- (2) અવેજી અસર એટલે શું ?
- (3) ગીફ્ટ વસ્તુ એટલે શું ?
- (4) વ્યક્તિગત માંગ એટલે શું ?
- (5) બજારમાં માંગ એટલે શું ?
- (6) માંગની મૂલ્યસાપેક્ષતા એટલે શું ?
- (7) પ્રતિષ્ઠામૂલ્ય વસ્તુ એટલે શું ?
- (8) માંગની મૂલ્યસાપેક્ષતા માપવાની રીતોના નામ આપો.

4. નીચેના પ્રશ્નોના મુદ્દાસર જવાબ આપો :

- (1) આવક-અસર અને અવેજી અસરનો અર્થ આપો.
- (2) માંગમાં વિસ્તરણ અને સંકોચન આકૃતિ સહિત સમજાવો.
- (3) માંગમાં વધારો-ઘટાડો આકૃતિ સહિત સમજાવો.
- (4) માંગની આવક સાપેક્ષતાની સમજૂતી આપો.
- (5) માંગના નિયમના અપવાદો સમજાવો.

5. નીચેના પ્રશ્નોના વિસ્તારપૂર્વક જવાબ આપો :

- (1) વ્યક્તિગત માંગ અને બજારમાં માંગની સમજૂતી આકૃતિસહ આપો.
- (2) માંગનો અર્થ આપી માંગને અસર કરતાં પરિબળો સમજાવો.
- (3) માંગના નિયમને અનુસૂચિ અને આકૃતિની મદદથી સમજાવો.
- (4) માંગની મૂલ્યસાપેક્ષતાનો અર્થ આપી તેના પ્રકારો આકૃતિ સહિત સમજાવો.

પારિભાષિક શબ્દો

માંગ (Demand)	: કોઈ એક ચોક્કસ સમયે અને કિંમતે વસ્તુ ખરીદવાની ઇચ્છાશક્તિ અને તૈયારી એટલે માંગ.
અવેજી વસ્તુ (Substitute Good)	: જરૂરિયાતના સંતોષ માટે એક વસ્તુના સ્થાને બીજી જે વસ્તુ વાપરી શકાતી હોય તેને અવેજી વસ્તુ કહે છે.
પૂરક વસ્તુ (Complementary Good)	: એક વસ્તુના વપરાશ માટે જરૂરી એવી બીજી વસ્તુને પૂરક વસ્તુ કહે છે.
માંગરેખા (Demand Curve)	: વસ્તુની કિંમત અને વસ્તુની માંગ વચ્ચેના સંબંધને દર્શાવતી રેખાને માંગરેખા કહે છે.
માંગનું વિસ્તરણ (Expansion of Demand)	: અન્ય પરિબળો યથાવત રહે ત્યારે વસ્તુની કિંમતમાં ઘટાડો થતા માંગમાં વૃદ્ધિ થાય તે માંગનું વિસ્તરણ છે.
માંગનું સંકોચન (Contraction of Demand)	: અન્ય પરિબળો યથાવત રહે ત્યારે વસ્તુની કિંમતમાં વધારો

માંગ વિધેય (Demand Function)	: થવાથી વસ્તુની માંગ ઓછી થાય તે માંગનું સંકોચન છે.
માંગની મૂલ્ય-સાપેક્ષતા (Price Elasticity of Demand)	: વસ્તુની કિંમતમાં થતા ફેરફારને લીધે વસ્તુની માંગમાં થતા ફેરફારનું પ્રમાણમાપ.
સંપૂર્ણ મૂલ્યસાપેક્ષ માંગ (Perfectly Elastic Demand)	: વસ્તુની કિંમતમાં થોડો જ ફેરફાર થવાથી વસ્તુની માંગમાં અમર્યાદિત ફેરફાર થાય ત્યારે તેવી માંગ સંપૂર્ણ મૂલ્ય સાપેક્ષ માંગ કહેવાય છે.
સંપૂર્ણ મૂલ્યઅનપેક્ષ માંગ (Perfectly Inelastic Demand)	: વધુની કિંમતમાં ગમે તેટલા પ્રમાણમાં ફેરફાર થવા છતાં વસ્તુની માંગમાં કોઈ ફેરફાર ન થાય (અસર ન થાય) તેવી માંગ સંપૂર્ણ મૂલ્યઅનપેક્ષ કહેવાય છે.
અવેજી-અસર (Substitution Effect)	: કોઈ એક મૂળ વસ્તુની કિંમતમાં વધારો થાય તો ગ્રાહક મૂળ વસ્તુની માંગ ઘટાડી તેની સરખામણીમાં સસ્તી એવી અવેજી વસ્તુની માંગ વધારે છે તેને અવેજી અસર કહે છે.
આવક-અસર (Income Effect)	: વસ્તુની કિંમત ઘટતાં ગ્રાહકની ખરીદશક્તિમાં (આવકમાં) વધારો થાય છે જેથી તે વસ્તુની માંગ વધારે છે જેને આવક-અસર કહે છે.
વાસ્તવિક આવક (Real Income)	: વસ્તુ કે સેવાના સંદર્ભમાં રજૂ થતી આવકને વાસ્તવિક આવક કહે છે.
ગિફન વસ્તુ (Giffen Goods)	: જે વસ્તુઓની કિંમત ઘટવા છતાં તેની માંગ વધવાને બદલે ઘટતી હોય, તેવી હલકી ગુણવત્તાવાળી વસ્તુઓને ગિફન વસ્તુ કે હલકી વસ્તુ કહે છે.
પ્રતિષ્ઠામૂલ્યવાળી વસ્તુઓ (Commodities of Prestige Value/Status Symbol)	: ખૂબ મોંઘી વસ્તુઓ, માત્ર સમાજના ધનવાન લોકો ખરીદી શકતા હોવાથી - જે વસ્તુઓ વ્યક્તિ પાસે હોવાથી વ્યક્તિની પ્રતિષ્ઠામાં વધારો થતો હોય તેવી વસ્તુઓ.
માંગની મૂલ્યસાપેક્ષતા (Price Elasticity of Demand)	: માગમાં થતાં ટકાવારી ફેરફારને કિંમતમાં થતા ટકાવારી ફેરફાર વડે ભાગવાથી મળતો આંક એ માંગની મૂલ્ય સાપેક્ષતા છે.
માંગની આવક-સાપેક્ષતા (Income Elasticity of Demand)	: માગમાં થતા ટકાવારી ફેરફારને ગ્રાહકની આવકમાં થતા ટકાવારી ફેરફાર વડે ભાગતા મળતો આંક
માંગની પ્રતિમૂલ્ય-સાપેક્ષતા (Cross Elasticity of Demand)	: કોઈ એક વસ્તુની માંગમાં થતાં ટકાવારી ફેરફારને અન્ય સંબંધિત વસ્તુની કિંમતમાં થતા ટકાવારી ફેરફાર વડે ભાગતાં મળતો આંક

●

- પ્રસ્તાવના
- 4.1 પુરવઠા અને જથ્થાનો અર્થ
 - 4.1.1 ઉત્પાદન
 - 4.1.2 પુરવઠો
 - 4.1.3 જથ્થો
- 4.2 પુરવઠા અને જથ્થા વચ્ચેનો તફાવત
- 4.3 પુરવઠાને અસર કરતાં પરિબલો
 - 4.3.1 વસ્તુની કિંમત
 - 4.3.2 વસ્તુની કિંમત સિવાયનાં પરિબલો (અન્ય પરિબલો)
 - 4.3.2.1 ઉત્પાદનનાં સાધનોની કિંમત
 - 4.3.2.2 ટેકનોલોજીની કક્ષા
 - 4.3.2.3 ભવિષ્યના ભાવોની અટકળો
 - 4.3.2.4 અન્ય પરિબલો
- 4.4 વ્યક્તિગત પુરવઠો અને બજાર-પુરવઠો
- 4.5 પુરવઠા વિધેય
- 4.6 પુરવઠાનો નિયમ
 - 4.6.1 પુરવઠાના નિયમની ધારણાઓ
 - 4.6.2 પુરવઠાની અનુસૂચિ, આકૃતિ અને સમજૂતી
- 4.7 કિંમત અને પુરવઠા વચ્ચેના સંબંધની સમજૂતી
- 4.8 પુરવઠામાં પરિવર્તન
 - 4.8.1 પુરવઠામાં વિસ્તરણ-સંકોચન
 - 4.8.2 પુરવઠામાં વધારો-ઘટાડો
- 4.9 પુરવઠાના નિયમના અપવાદો
 - 4.9.1 અલભ્ય વસ્તુઓ
 - 4.9.2 નાશવંત વસ્તુઓ
- 4.10 બજારમાં વસ્તુની કિંમતનું નિર્ધારણ

પ્રસ્તાવના (Introduction)

બજાર આધારિત અર્થતંત્રમાં માંગ પુરવઠાનાં પરિબલો વસ્તુની કિંમતનું નિર્ધારણ કરવામાં અગત્યનો ભાગ ભજવે છે. માટે માંગને સમજવા સાથે પુરવઠાને સમજવો જરૂરી છે.

બજારમાં વિવિધ ચીજવસ્તુઓની માંગ થતી હોવાથી આ ચીજવસ્તુઓનો પુરવઠો પણ બજારમાં આવવો જરૂરી છે. વસ્તુઓની માંગમાં જેમ ફેરફાર થતા રહે છે તેમ વસ્તુઓના પુરવઠામાં પણ ફેરફાર થતા રહે છે. જે રીતે જુદી-જુદી કિંમતે વસ્તુઓની માંગ જુદી-જુદી હોય છે તેવી જ રીતે જુદી-જુદી કિંમતે વસ્તુઓનો પુરવઠો પણ જુદો-જુદો હોય છે.

4.1 પુરવઠા અને જથ્થાનો અર્થ (Meaning of Supply and Stock)

સામાન્ય રીતે ઉત્પાદન, પુરવઠા અને જથ્થા વચ્ચે આપણે કોઈ ભેદ જોતા નથી પણ અર્થશાસ્ત્રીઓ ઉત્પાદન, જથ્થા અને પુરવઠા વચ્ચે ચોક્કસ ભેદ પાડે છે.

4.1.1 ઉત્પાદન : ચોક્કસ સમયે ઉપલબ્ધ સાધનો દ્વારા જેટલા પ્રમાણમાં વસ્તુઓ ઉત્પન્ન થાય તે ઉત્પાદન છે. ઉત્પાદન એ ઉત્પન્ન થયેલી વસ્તુઓનું પ્રમાણ દર્શાવે છે.

4.1.2 પુરવઠો : ચોક્કસ સમયે અને કિંમતે ઉત્પાદક ઉત્પાદનનો જે ભાગ વેચવાની ઈચ્છા, શક્તિ અને તૈયારી દર્શાવે તેને પુરવઠો કહે છે.

4.1.3 જથ્થો : જથ્થો એટલે વસ્તુના કુલ વેચાણક્ષમ એકમોનું પ્રમાણ.

પ્રથમ આપણે પુરવઠાના અર્થને વિસ્તૃત રીતે સમજીએ. પુરવઠાના અર્થને સમજવા માટે કેટલાક મુદ્દા સમજવા જરૂરી બને છે.

(A) વેચવાની તૈયારી : કોઈ ઉત્પાદક કે વેપારી પાસે વસ્તુનો જથ્થો હોય તો તે પુરવઠો કહેવાતો નથી. દા.ત., રાજકોટની ઓઈલ મિલના વેપારી પાસે તેલના 500 ડબા હોય પણ હજુ તેલના ભાવ વધશે તે અપેક્ષાએ એક પણ ડબો વેચવા તૈયાર ન હોય તો ડબાનો પુરવઠો શૂન્ય ગણાય. પરંતુ જો વેપારી 500 ડબામાંથી 300 ડબા વર્તમાન ભાવે વેચવા તૈયાર હોય, તો 300 તેલના ડબાનો પુરવઠો ગણાય.

(B) વેચવાની શક્તિ : વેપારી જે વસ્તુ વેચવા માંગે છે તે વસ્તુનું પ્રમાણ તેની પાસે હોવું જોઈએ. તેલના વેપારી પાસે તેલના 500 ડબા છે અને તે 1000 ડબા વેચવાનો ઈરાદો ધરાવતો હોય, તો 1000 ડબા તેલનો પુરવઠો ન કહેવાય તેની પાસે 500 ડબા છે, એટલે તે 500 ડબા વેચવાની શક્તિ ધરાવે છે. તેથી 500 ડબા તેલનો પુરવઠો કહેવાય.

(C) વેચવાની ઈચ્છા : વસ્તુ વેચવાની શક્તિ અને તૈયારી હોવા સાથે ઉત્પાદક (વેચનાર)ની વસ્તુ વેચવાની ઈચ્છા પણ હોવી જોઈએ.

ઉપર્યુક્ત બાબતના આધારે આપણે કહી શકીએ કે, ‘જુદી જુદી કિંમતોએ ચોક્કસ સમયગાળા દરમિયાન ઉત્પાદકો ઉત્પાદનનો જે ભાગ વેચવા માટે તૈયાર હોય તેને પુરવઠો કહેવાય.’

4.2 પુરવઠા અને જથ્થા વચ્ચેનો તફાવત (Difference between Supply and Stock)

સામાન્ય રીતે જથ્થા અને પુરવઠાને સમાન માનવામાં આવે છે પણ તે જુદા છે. વર્તમાન કિંમતે વેચવાની તૈયારી હોય તથા વેચવાની તૈયારી ન હોય તેવા વસ્તુના તમામ એકમોનું પ્રમાણ એટલે જથ્થો.

વસ્તુના તમામ એકમો વર્તમાન કિંમતે ઉત્પાદક વેચવા તૈયાર ન હોય તો જથ્થો અને પુરવઠો જુદા પડે છે. દા.ત., ઉત્પાદક પાસે વસ્તુના 500 એકમ છે જેમાંથી પ્રવર્તમાન કિંમતે તે 300 એકમ વેચવા તૈયાર થાય છે. તો પુરવઠો 300 એકમ થયો ગણાય. આમ, ઉત્પાદક (કે વેપારી)ની વસ્તુ વેચવાની શક્તિ એ જથ્થો છે અને પ્રવર્તમાન કિંમતે વેચવાની શક્તિ અને તૈયારી એ પુરવઠો છે.

આમ, જથ્થો એટલે વસ્તુના કુલ વેચાણક્ષમ એકમોનું પ્રમાણ. પુરવઠો જથ્થા કરતાં ઓછો હોઈ શકે છે. જથ્થો અને ઉત્પાદન અલગ-અલગ બાબતો છે. કારણ કે અગાઉના ઉત્પાદનમાંથી ન વેચાયેલા એકમો પણ જથ્થામાં સમાવિષ્ટ થાય છે. વ્યાવહારિક રીતે કહીએ તો વ્યાપારી પાસે દુકાનમાં કે ગોડાઉનમાં વસ્તુના વેચાણક્ષમ એકમોનું પ્રમાણ એટલે જથ્થો અને તેમાંથી પ્રવર્તમાન કિંમતે વેચવાની તૈયારી અને ઈચ્છા એટલે પુરવઠો.

4.3 પુરવઠાને અસર કરતાં પરિબળો (Factors Affecting Supply/Determinants of Supply)

પુરવઠાને અસર કરતાં પરિબળોને મુખ્ય બે વિભાગમાં વહેંચવામાં આવે છે : (1) વસ્તુની કિંમત અને (2) વસ્તુની કિંમત સિવાયનાં પરિબળો, ચીજ-વસ્તુઓનો પુરવઠો નીચે આપેલાં પરિબળો દ્વારા પ્રભાવિત થાય છે :

4.3.1 વસ્તુની કિંમત : કિંમત એ પુરવઠાને અસર કરતું મહત્ત્વનું નિર્ણાયક પરિબળ છે. મહત્તમ નફા માટે કામ કરતો ઉત્પાદક વસ્તુની કિંમત વધે તો વસ્તુનો વધુ પુરવઠો વેચવા તૈયાર થાય છે અને જો કિંમત ઘટે તો ઉત્પાદક ઓછો પુરવઠો વેચવા તૈયાર થાય છે. આમ, કિંમત અને પુરવઠા વચ્ચે સીધો સંબંધ છે.

4.3.2 વસ્તુની કિંમત સિવાયનાં પરિબળો (અન્ય પરિબળો) :

4.3.2.1 ઉત્પાદનનાં સાધનોની કિંમત : ઉત્પાદન-ખર્ચમાં થતો ફેરફાર પુરવઠાને અસર કરે છે. દા.ત., જમીનના માલિકને ચૂકવાતું ભાડું, શ્રમિકને ચૂકવાતા વેતનમાં ઘટાડો થાય કે અન્ય પરિબળોને કારણે ઉત્પાદન-ખર્ચ ઘટે તો વસ્તુના પુરવઠામાં વધારો થાય છે. ઉત્પાદન-ખર્ચ ઘટવાથી નફાની શક્યતા વધે છે તેથી ઉત્પાદકોને વધુ વસ્તુઓ વેચવાનું પ્રોત્સાહન મળે છે, તેથી પુરવઠો વધે છે. આનાથી વિરુદ્ધ જો ઉત્પાદન-ખર્ચ વધે તો નફો ઘટે છે તેથી વસ્તુનો પુરવઠો પણ ઘટે છે. આમ ઉત્પાદનનાં સાધનોની કિંમત વસ્તુના પુરવઠાને અસર કરે છે.

4.3.2.2 ટેકનોલોજીની કક્ષા : ટેકનોલોજીના વિકાસને કારણે સમય, શક્તિની બચત થાય છે અને ગુણવત્તાયુક્ત ચીજવસ્તુઓનું ઓછા ખર્ચે વધુ ઉત્પાદન શક્ય બને છે. ઉત્પાદન-ખર્ચ ઓછું થતાં ઉત્પાદકને નફાની શક્યતા વધે છે. તેથી ઉત્પાદક વધુ પુરવઠો બજારમાં મૂકે છે. આમ, ટેકનોલોજી પુરવઠાને અસર કરે છે. કોઈ પણ દેશમાં આધુનિક ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ થતો હોય તો ચીજવસ્તુઓનો પુરવઠો વધારે જોવા મળે છે.

4.3.2.3 ભવિષ્યના ભાવોની અટકળો : વસ્તુની કિંમત અંગેની અટકળો વસ્તુના પુરવઠાને અસર કરે છે. વસ્તુના ભાવો ભવિષ્યમાં વધશે એવી અટકળ થાય તો વર્તમાનમાં તે વસ્તુનો પુરવઠો ઉત્પાદક બજારમાં ઓછો મૂકશે, તેનાથી વિરુદ્ધ ઉત્પાદકોમાં એવી અટકળ થાય કે ભવિષ્યમાં અમુક વસ્તુના ભાવો ઘટશે તો વર્તમાનમાં તે વસ્તુની ઊંચી કિંમત લેવા માટે ઉત્પાદકો તે વસ્તુનો પુરવઠો બજારમાં વધુ મૂકે છે.

4.3.2.4 અન્ય પરિબળો : વસ્તુનું ઉત્પાદન કરતી પેઢીઓની સંખ્યામાં વધારો થતા વસ્તુનો પુરવઠો વધે છે. પેઢીઓની સંખ્યામાં ઘટાડો થતા વસ્તુનો પુરવઠો ઘટે છે. દેશમાં કુદરતી પરિબળો સાનુકૂળ હોય, રાજકીય સ્થિરતા હોય, કાયદો અને વ્યવસ્થા જળવાય તો પુરવઠો વધે છે. રાજકીય સ્થિરતા જોખમાય તો વસ્તુનો પુરવઠો ઘટે છે. દેશમાં ઔદ્યોગિક શાંતિ પ્રવર્તતી હોય, માલિકો અને કામદારો વચ્ચેના સંબંધો સુમેળભર્યા રહે તો વસ્તુનો પુરવઠો વધે છે. આનાથી વિરુદ્ધ પુરવઠો ઘટે છે. વાહનવ્યવહારનો વિકાસ થતાં પુરવઠામાં વધારો થાય છે. આનાથી વિરુદ્ધ પુરવઠામાં ઘટાડો થાય છે.

4.4 વ્યક્તિગત પુરવઠો અને બજાર-પુરવઠો (Individual Supply and Market Supply)

અર્થશાસ્ત્રના સિદ્ધાંતોમાં પુરવઠા સંબંધી અભ્યાસમાં બજાર-પુરવઠા (કુલ પુરવઠા)ને ધ્યાનમાં લેવામાં આવે છે. બજારમાં મૂકવામાં આવતો પુરવઠો જુદાં-જુદાં પરિબળોથી અસર પામતો હોય છે તે આપણે જોયું.

વ્યક્તિગત પુરવઠો એટલે કોઈ એક ઉત્પાદક કે પેઢી દ્વારા બજારમાં જે ચીજવસ્તુને જુદી-જુદી કિંમતે વેચવા માટે મૂકવામાં આવે છે તે અને કોઈ ચોક્કસ કિંમતે અનેક ઉત્પાદકો દ્વારા વસ્તુનો જેટલો પુરવઠો બજારમાં મૂકવામાં આવે છે તેને કુલ પુરવઠો કે બજાર-પુરવઠાથી ઓળખવામાં આવે છે.

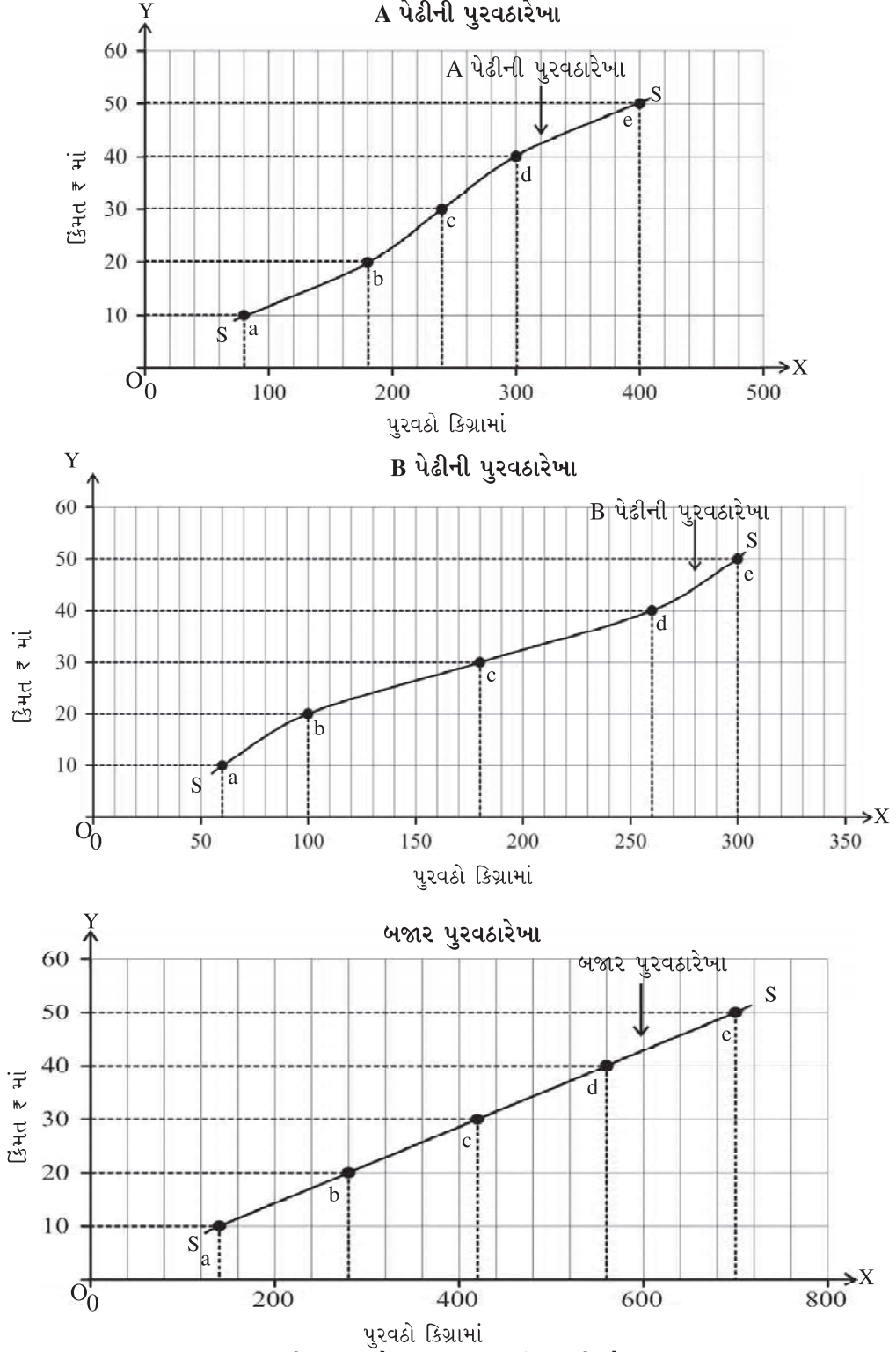
વસ્તુની કિંમત ₹	વસ્તુનો જુદી-જુદી પેઢીઓનો વ્યક્તિગત પુરવઠો (કિગ્રામાં)		વસ્તુનો બજાર-પુરવઠો (કિગ્રામાં)
-	પેઢી (A)	પેઢી (B)	-
10	80	60	140
20	180	100	280
30	240	180	420
40	300	260	560
50	400	300	700

અનુસૂચિનું અવલોકન કરતા જણાય છે કે, જ્યારે વસ્તુની કિંમત ઊંચી હોય છે ત્યારે પેઢી દ્વારા બજારમાં મૂકવામાં આવતો પુરવઠો વધુ હોય છે. આનાથી વિરુદ્ધ જ્યારે વસ્તુની કિંમત નીચી હોય છે ત્યારે પેઢી દ્વારા બજારમાં મૂકવામાં આવતો પુરવઠો ઓછો હોય છે. આ બાબતને સમજાવતો મહત્વનો નિયમ ‘પુરવઠાના નિયમ’ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

આકૃતિની સમજૂતી : ઉપર્યુક્ત અનુસૂચિમાં A પેઢી અને B પેઢીનો જુદી-જુદી કિંમતે પુરવઠો રજૂ કરવામાં આવ્યો છે. જ્યારે બજાર પુરવઠો એટલે કે A પેઢી અને B પેઢીના પુરવઠાનો સરવાળો બજાર પુરવઠારેખામાં રજૂ કરવામાં આવ્યો છે. અનુસૂચિ પરથી A પેઢીની પુરવઠારેખા અને B પેઢીની પુરવઠારેખાનું નિર્ધારણ જુદી-જુદી આકૃતિઓ દ્વારા કરવામાં આવ્યું છે. આ ઉપરાંત અનુસૂચિ મુજબ કુલ પુરવઠારેખા એટલે કે બજાર પુરવઠારેખાનું નિર્ધારણ પણ કરવામાં આવ્યું છે.

આમ, ઉપર્યુક્ત અનુસૂચિ અને આકૃતિઓ પરથી ફલિત થાય છે કે બંને પુરવઠારેખા જેવી કે A પેઢી અને B પેઢી તેમજ

બજાર પુરવઠાંરેખા ધનઢાળ ધરાવે છે. આ તમામ પુરવઠાંરેખા જે-તે પેઢીએ બજારમાં વેચાણ અર્થે મૂકેલ પુરવઠાના પ્રમાણ અનુસાર તેમની પુરવઠાંરેખાના ઢાળમાં ફેરફાર જોવા મળે છે, પણ અહીં એક જ બાબત સર્વસામાન્ય રીતે સ્પષ્ટ થાય છે કે, પુરવઠાંરેખાનો ઢાળ ધન હોય છે.



4.1 વ્યક્તિગત અને બજાર પુરવઠાની આકૃતિઓ

4.5 પુરવઠા વિધેય (Supply Function)

પુરવઠા વિધેય એટલે ‘કોઈ એક વસ્તુ માટેના પુરવઠા ઉપર અસર કરતાં પરિબલોની ગાણિતિક સ્વરૂપમાં રજૂઆત.’

પુરવઠા વિધેય એ કોઈ એક વસ્તુનો પુરવઠો અને તેને અસર કરતાં વિવિધ પરિબલો વચ્ચેનો સંબંધ દર્શાવે છે. આ રીતે જોતા એમ કહી શકાય કે, કોઈ એક વસ્તુનો પુરવઠો અનેક પરિબલોનું વિધેય છે. ટૂંકમાં પુરવઠાનું વિધેય કોઈ વસ્તુ કે સેવાનો પુરવઠો તેને અસર કરતાં પરિબલો પર કેવી રીતે આધાર રાખે છે તે દર્શાવે છે.

$$S_x = f(P_x, T, P_F, P_e, U)$$

અહીં, S_x = X વસ્તુનો પુરવઠો (Supply of X)

f = વિધેયાત્મક સંજ્ઞા છે. (Functional Notation)

P_x = X વસ્તુની કિંમત (Price of X)

T = ટેકનોલોજીની કક્ષા (Level of Technology)

P_F = ઉત્પાદનનાં સાધનોની કિંમત (Factor Prices)

P_e = ભવિષ્યની કિંમતો અંગેની અટકળો (Expectations Regarding Future Prices)

U = અન્ય પરિબલો (Other Factors)

4.6 પુરવઠાનો નિયમ (Law of Supply)

માંગની જેમ પુરવઠાને પણ ચોક્કસ કિંમત અને ચોક્કસ સમયગાળા સાથે સંબંધ છે. તેથી ‘અન્ય પરિબલો યથાવત રહે તો વસ્તુની કિંમતમાં વધારો થતાં તેના પુરવઠાનું વિસ્તરણ થાય છે અને વસ્તુની કિંમત ઘટતાં પુરવઠાનું સંકોચન થાય છે. આમ વસ્તુની કિંમત અને પુરવઠા વચ્ચે ધન (સીધો) સંબંધ છે.’ જેને અર્થશાસ્ત્રમાં પુરવઠાના નિયમ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. પુરવઠાના નિયમને સમજતા પહેલાં પુરવઠાના નિયમની ધારણાઓ સમજવી જરૂરી છે.

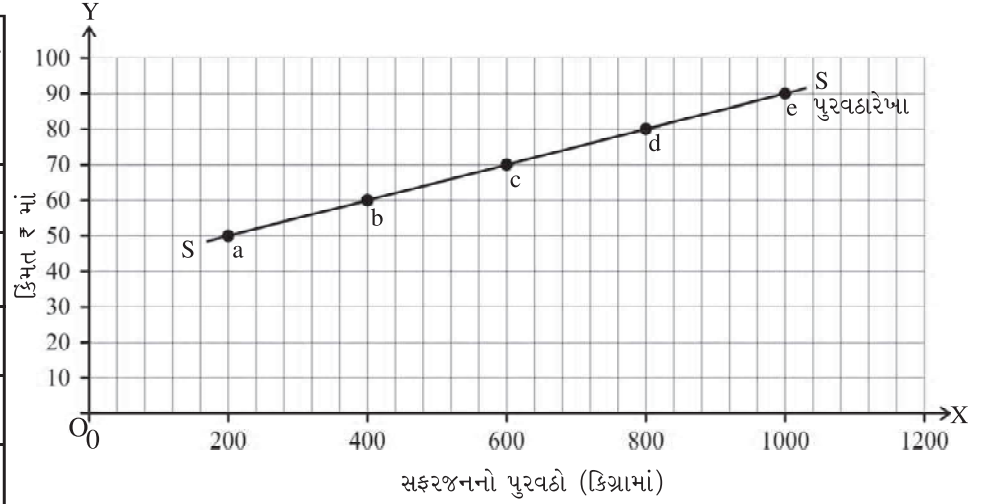
4.6.1 પુરવઠાના નિયમની ધારણાઓ : કિંમત અને પુરવઠા વચ્ચેનો સંબંધ કેટલીક ધારણાઓ પર રચવામાં આવ્યો છે. પુરવઠાને અસર કરતાં વિવિધ પરિબલો પૈકી કિંમત સિવાયનાં પરિબલોને સ્થિર ધારવામાં આવે છે. માત્ર વસ્તુની કિંમત અને તેના પુરવઠા પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવામાં આવે તો પુરવઠાનો નિયમ તારવી શકાય. આનો અર્થ એવો ન થાય કે કિંમતની સરખામણીમાં અન્ય પરિબલોની પુરવઠા પરની અસર ઓછી હોય છે. વાસ્તવમાં અન્ય પરિબલો પૈકીનું કોઈ પણ એક પરિબલ કિંમત કરતા પુરવઠા પર વધુ પ્રભાવ પાડતું હોય એમ પણ બની શકે. પુરવઠાના નિયમની ધારણા નીચે મુજબ છે :

- (1) ઉત્પાદનનાં સાધનોની કિંમતમાં વધ-ઘટ થતી નથી. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો ઉત્પાદનનાં સાધનોની કિંમત સ્થિર રહે છે.
- (2) ઉત્પાદન-પદ્ધતિમાં ફેરફાર થતો નથી એટલે કે ટેકનોલોજીની કક્ષા સ્થિર રહે છે.
- (3) અન્ય વસ્તુના ભાવો પણ સ્થિર રહે છે એટલે કે તેમાં પણ કોઈ ફેરફાર થતો નથી.
- (4) બજારમાં ભવિષ્યની કિંમત અંગેની અટકળો સ્થિર હોય છે.
- (5) અન્ય પરિબલો જેવા કે સરકારની નીતિ, વાહનવ્યવહારની સગવડ, કુદરતી પરિબલો, પેઢીઓની સંખ્યા વગેરે સ્થિર રહે છે.

4.6.2 પુરવઠાની અનુસૂચિ, આકૃતિ અને સમજૂતી : કોઈ એક ઉત્પાદક કે વેપારી કોઈ એક સમયે વસ્તુની જુદી-જુદી કિંમતે વસ્તુનો કેટલો જથ્થો વેચવાની તૈયારી દર્શાવે છે તે દર્શાવતી યાદીને પુરવઠાની અનુસૂચિ કહેવામાં આવે છે. એક કાલ્પનિક

અનુસૂચિ દ્વારા આ બાબતને સરળતાથી સમજી શકાય. ધારો કે કોઈ ઉત્પાદક કે વેપારી કોઈ એક માસ દરમિયાન સફરજનની જુદી-જુદી કિંમતે વેચાણ કરવાની તૈયારી ધરાવે છે, તે કાલ્પનિક અનુસૂચિમાં દર્શાવ્યું છે.

સફરજનની (કિગ્રાદીઠ) કિંમત ₹ માં	સફરજનનો પુરવઠો (કિગ્રામાં)
50	200
60	400
70	600
80	800
90	1000



4.2 પુરવઠાના નિયમની આકૃતિ

આકૃતિમાં X ધરી પર સફરજનનો પુરવઠો કિગ્રામાં અને Y ધરી પર સફરજનની કિંમત ₹માં દર્શાવી છે. અનુસૂચિ પ્રમાણે આલેખ દોરતાં a, b, c, d, e બિંદુઓ પ્રાપ્ત થાય છે. આ પ્રત્યેક બિંદુઓ જુદી-જુદી કિંમતે બજારમાં સફરજનનો પુરવઠો દર્શાવે છે. આમ, આ બિંદુઓ જોડતી રેખા SS એ પુરવઠારેખા છે.

આકૃતિમાં a બિંદુ દર્શાવે છે કે ₹ 50ની કિંમતે સફરજનનો પુરવઠો 200 કિગ્રા હતો. કિંમત વધીને ₹ 60 થાય તેથી b બિંદુ મુજબ પુરવઠો વધીને 400 કિગ્રા થાય તેવી જ રીતે c બિંદુ દર્શાવે છે કે, સફરજનની કિંમત વધીને ₹ 70 થાય ત્યારે તેનો પુરવઠો વધીને 600 કિગ્રા થાય. SS રેખા એ પુરવઠારેખા ડાબી બાજુથી જમણી બાજુ ઉપર તરફ ગતિ કરે છે. એટલે કે પુરવઠારેખાનો ઢાળ ધન છે. ધનઢાળ કિંમત અને પુરવઠા વચ્ચે સીધો સંબંધ દર્શાવે છે.

4.7 કિંમત અને પુરવઠા વચ્ચેના સંબંધની સમજૂતી (Relationship between Price and Supply)

કિંમત અને પુરવઠા વચ્ચે ધન સંબંધ હોવાનાં બે કારણો છે :

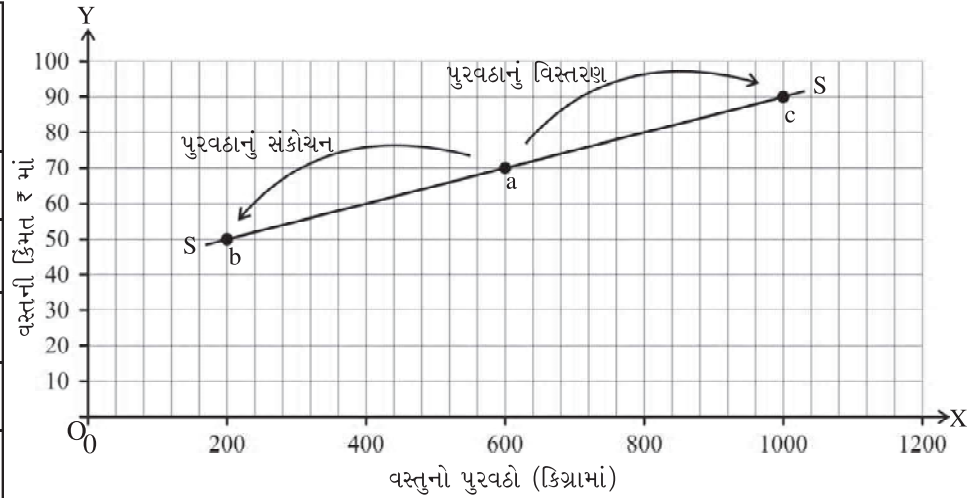
- (1) ઉત્પાદકનો આશય મહત્તમ નફો મેળવવાનો હોય છે. જ્યારે કિંમત વધે છે ત્યારે તે વસ્તુનો પુરવઠો વધારવા પ્રેરાય છે, કારણ કે પુરવઠો વધારીને વધુ નફો કમાઈ લેવા પ્રયત્નશીલ હોય છે.
- (2) વસ્તુની કિંમત વધવાને કારણે નફાની શક્યતા વધે છે. પરિણામે બજારમાં નવા ઉત્પાદકો પ્રવેશતા વસ્તુનો કુલ પુરવઠો વધે છે.

4.8 પુરવઠામાં પરિવર્તન (Change in Supply)

વસ્તુના પુરવઠા પર જે પરિબલોની અસર થાય છે તેમને બે વિભાગોમાં વહેંચવામાં આવે છે : એક કિંમતનું પરિબલ અને બીજું કિંમત સિવાયનાં પરિબલો. કિંમત પ્રેરિત ફેરફારને લીધે પુરવઠામાં વિસ્તરણ અને સંકોચન થાય છે. જ્યારે અન્ય પરિબલો પ્રેરિત ફેરફારને લીધે પુરવઠામાં વધારો-ઘટાડો થાય છે.

4.8.1 પુરવઠામાં વિસ્તરણ-સંકોચન : અન્ય પરિબલો યથાવત રહેતા વસ્તુની કિંમત વધતા પુરવઠામાં જે વૃદ્ધિ થાય છે તેને પુરવઠાના વિસ્તરણ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે અને વસ્તુની કિંમત ઘટતા પુરવઠો ઓછો થાય છે તેને પુરવઠાના સંકોચન તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. અન્ય પરિબલો જેવાં કે ઉત્પાદન-સાધનોના ભાવ, ઉત્પાદનના ખર્ચ, ઉત્પાદન- પદ્ધતિ, અન્ય વસ્તુઓના ભાવ, ભવિષ્યના ભાવોની અટકળો, સરકારની નીતિ, પેઢીઓની સંખ્યા સ્થિર રહે છે અને માત્ર જે વસ્તુનો વિચાર કરીએ છીએ તેની કિંમતમાં ફેરફાર થાય છે ત્યારે તે વસ્તુના પુરવઠા પર અસર થાય છે.

સફરજનની (કિગ્રાદીઠ) કિંમત રૂમાં	સફરજનનો પુરવઠો (કિગ્રામાં)
50	200
60	400
70	600
80	800
90	1000



4.3 પુરવઠામાં વિસ્તરણ અને સંકોચન

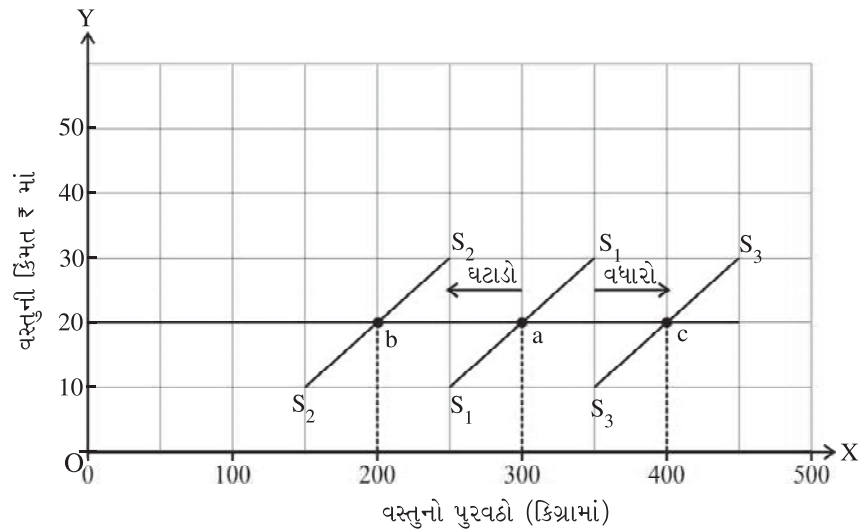
આકૃતિમાં X ધરી પર વસ્તુનો પુરવઠો અને Y ધરી પર વસ્તુની કિંમત દર્શાવવામાં આવી છે. જ્યારે વસ્તુની કિંમત રૂ 70 હતી ત્યારે પેઢી SS પુરવઠારેખાના a બિંદુએ સમતુલામાં હતી અને વસ્તુનો પુરવઠો 600 કિગ્રા હતો. કિંમત રૂ 90 થાય છે ત્યારે પેઢી બિંદુ a ને બદલે c બિંદુ પર સમતુલા મેળવીને વસ્તુનો પુરવઠો 600 કિગ્રાથી વધીને 1000 કિગ્રા થાય છે. a બિંદુ પરથી c બિંદુ તરફની ગતિ પુરવઠાનું વિસ્તરણ દર્શાવે છે. પરંતુ a બિંદુ તરફથી b બિંદુ તરફની ગતિ પુરવઠામાં સંકોચન દર્શાવે છે. કારણ કે વસ્તુની કિંમત રૂ 70 પરથી ઘટીને રૂ 50 થાય છે ત્યારે પેઢીનો વસ્તુનો પુરવઠો 600 કિગ્રા પરથી ઘટીને 200 કિગ્રા થાય છે.

4.8.2 પુરવઠામાં વધારો-ઘટાડો : કિંમત સિવાયનાં અન્ય પરિબલોમાંથી કોઈ પણ એક અથવા એક કરતાં વધુ પરિબલોમાં ફેરફાર થવાથી વસ્તુના પુરવઠામાં જે પરિવર્તન આવે તેને પુરવઠામાં વધારો કે ઘટાડો કહે છે.

જો ઉત્પાદનનાં સાધનોના ભાવ ઘટે, ઉત્પાદન-ખર્ચ ઘટે, ઉત્પાદન-પદ્ધતિમાં સુધારો થાય, અન્ય વસ્તુના ભાવ ઘટે, સરકારની નીતિ પુરવઠો વધારવાની હોય, પેઢીઓની સંખ્યામાં વધારો થાય તો તેવા સંજોગોમાં વસ્તુની કિંમતમાં ફેરફાર ન થાય છતાં તેના પુરવઠામાં વધારો થતો જોવા મળે છે. આ સંજોગોમાં મૂળ પુરવઠારેખા પોતાના સ્થાનેથી જમણી તરફ સ્થાન બદલે તેને પુરવઠામાં વધારો કહે છે.

આનાથી વિરુદ્ધ જો ઉત્પાદનનાં સાધનોની કિંમત વધે, ઉત્પાદન-ખર્ચ વધે, અન્ય વસ્તુઓના ભાવ વધે, સરકારની નીતિ પુરવઠો ઘટાડવાની દિશામાં હોય તેવી માન્યતા ઉત્પાદકો કે વેપારીઓમાં ફેલાય તો એવા સંજોગોમાં વસ્તુની કિંમતમાં ફેરફાર ન થયો હોય, છતાં પુરવઠામાં ઘટાડો થતો જોવા મળે છે. આ સંજોગોમાં મૂળ પુરવઠારેખા પોતાના સ્થાનથી ડાબી તરફ સ્થાન બદલે છે તેને પુરવઠાનો ઘટાડો કહે છે.

સફરજનની (કિગ્રાદીઠ) કિંમત રૂમાં	સફરજનનો પુરવઠો (કિગ્રામાં)
20	100
20	200
20	300
20	400
20	500



4.4 પુરવઠાનો વધારો-ઘટાડો

આકૃતિમાં X ધરી પર વસ્તુનો પુરવઠો કિગ્રામાં દર્શાવ્યો છે અને Y ધરી પર વસ્તુની કિંમત રૂપિયામાં દર્શાવી છે. ઉત્પાદક કે વેપારીની મૂળ સમતુલા a બિંદુ પર એટલે કે પુરવઠારેખા S_1S_1 પર હતી. વસ્તુની કિગ્રાદીઠ કિંમત ₹ 20 હતી ત્યારે ઉત્પાદક કે વેપારી પુરવઠારેખા S_1S_1 ના a બિંદુએથી વસ્તુના 300 કિગ્રાનો પુરવઠો વેચવા તૈયાર હતો. કિંમત ₹ 20 જ રહે છે.

પુરવઠાને અસર કરતાં અન્ય પરિબળો પુરવઠાની તરફેણમાં થતા વસ્તુનો પુરવઠો 300 કિગ્રા પરથી વધીને 400 કિગ્રાનો થાય છે ત્યારે ઉત્પાદક કે વેપારી પુરવઠારેખા S_2S_2 ના C બિંદુએ પહોંચે છે. a થી c બિંદુ તરફની ગતિ પુરવઠામાં વધારો સૂચવે છે, પરંતુ પુરવઠાને અસર કરતા અન્ય પરિબળો પુરવઠાની વિરુદ્ધ થતા વસ્તુનો પુરવઠો 300 કિગ્રા પરથી ઘટીને 200 કિગ્રાનો થાય છે ત્યારે ઉત્પાદક કે વેપારી પુરવઠારેખા S_2S_2 ના b બિંદુએ પહોંચે છે. a થી b તરફની ગતિ પુરવઠામાં ઘટાડો સૂચવે છે.

4.9 પુરવઠાના નિયમના અપવાદો (Exceptions to the Law of Supply)

હવે આપણે એ જોઈએ કે, માંગના નિયમની જેમ પુરવઠાના નિયમના કોઈ અપવાદો છે ખરા ? હકીકતમાં પુરવઠાના નિયમના અપવાદ તરીકે જેને ઓળખવામાં આવે છે તેમાંના ઘણા વિવાદાસ્પદ છે અને અર્થશાસ્ત્રીઓમાં એ વિશે ઘણા મત-મતાંતરો છે.

પુરવઠાના નિયમમાં જણાવ્યા મુજબ કિંમત અને પુરવઠાના ધન સંબંધને બદલે એ બંનેની વચ્ચે વ્યસ્ત સંબંધ જોવા મળે છે. એટલે કે વસ્તુની કિંમત વધે છતાં પુરવઠો ઘટે છે અને કિંમત ઘટે છતાં પુરવઠો વધે છે આવું બને ત્યારે તેને પુરવઠાના નિયમના અપવાદ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

4.9.1 અલભ્ય વસ્તુઓ : કેટલીક વસ્તુઓની કિંમતમાં ગમે તેટલો ફેરફાર થાય છતાં તેના પુરવઠામાં કોઈ ફેરફાર થતો નથી કારણ કે એવી વસ્તુઓ અપ્રાપ્ય કે દુર્લભ હોય છે. દા.ત., પ્રાચીન કાળના સિક્કાઓ, કલાકૃતિઓ, પ્રાચીન પુસ્તકની મૂળ હસ્તપ્રત, પ્રાચીન મૂર્તિઓ વગેરેની કિંમત વધવા છતાં, આવી વસ્તુના પુરવઠામાં વધારો કરવો શક્ય નથી. વાસ્તવિક રીતે જોઈએ તો અલભ્ય વસ્તુનું નવું ઉત્પાદન શક્ય નથી. આથી પુરવઠો વધારી શકાતો નથી જેથી તે પુરવઠાના નિયમનો અપવાદ બનતો નથી.

4.9.2 નાશવંત વસ્તુઓ : દા.ત., દૂધ અને દૂધની બનાવટો, લીલા શાકભાજી, માંસ, ઈંડા, માછલી, પાકાં ફળ, ફૂલ વગેરે નાશવંત વસ્તુઓ છે. આવી વસ્તુઓના ભાવ ઘટી જાય તોપણ એ વસ્તુઓનો પુરવઠો ઘટતો નથી, કારણ કે આવી વસ્તુઓનો સંગ્રહ અશક્ય છે. વસ્તુઓના ભાવ વધે કે ઘટે તોપણ પુરવઠામાં વધુ ફેરફાર થતો નથી.

4.10 બજારમાં વસ્તુની કિંમતનું નિર્ધારણ (Price Determination in the Market)

કિંમત-નિર્ધારણ એટલે બજારમાં માંગ થતી અને વેચાતી વસ્તુ કે સેવાની કિંમતો કેવી રીતે નક્કી થતી હશે તેની સમજૂતી. ચીજવસ્તુ કે સેવાની કિંમત માંગ અને પુરવઠાનાં પરિબળો દ્વારા નક્કી થાય છે તેને કિંમત-નિર્ધારણની પ્રક્રિયા કહે છે. પૂર્ણ હરીફાઈની સ્થિતિને ધ્યાનમાં રાખી કિંમત-નિર્ધારણની પ્રક્રિયા સમજીએ.

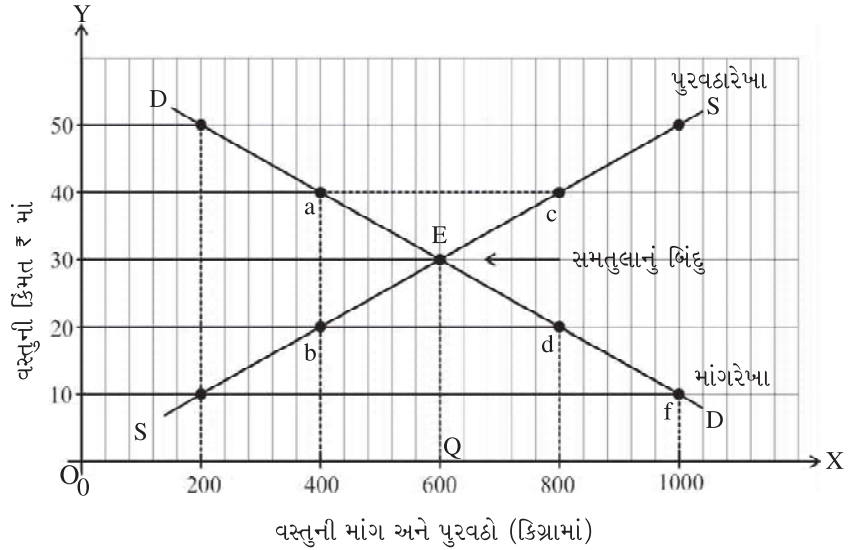
વસ્તુની માંગ, પુરવઠો અને તેની આંતરક્રિયા કેવી રીતે વસ્તુની કિંમત નક્કી કરે છે તે આકૃતિની મદદથી સમજી શકાય. દરેક અર્થતંત્રમાં અછતની સમસ્યા હોય છે. વસ્તુઓના ઉત્પાદનમાં વપરાતાં સાધનોની અછત હોવાથી અને તે વૈકલ્પિક ઉપયોગો ધરાવતા હોવાથી પસંદગી કરવી પડે છે. આ સાધનોની ફાળવણી કેવી રીતે કરવી ? આ સમસ્યાઓનો ઉકેલ બજારમાં પ્રવર્તતી કિંમત દ્વારા આવે છે.

બજારમાં આપણને એમ લાગે કે કિંમત ઉત્પાદકો દ્વારા નક્કી થતી હોય છે, પરંતુ પેઢીઓ ઇચ્છે તે કિંમત નક્કી કરી શકતી નથી કારણ કે, તેમણે નક્કી કરેલી કિંમતે તેઓ ઇચ્છે તેટલું વેચાણ કરી શકતી નથી. પ્રવર્તમાન કિંમતે વસ્તુ કેટલા જથ્થામાં ખરીદવી તે ગ્રાહકો તેમની માંગ દ્વારા નક્કી કરે છે. આમ, માંગ અને પુરવઠો સંયુક્તપણે વસ્તુની કિંમત નક્કી કરે છે. માર્શલે કાતરનાં બે પાનાનાં દૃષ્ટાંત દ્વારા આ વાત સમજાવી છે. કાતરનું ઉપલું કે નીચલું પાનું સ્વતંત્ર રીતે કાપવાનું કાર્ય કરતું નથી. એવું બને કે ઉપલું પાનું કાપવાનું કાર્ય કરે ત્યારે નીચલું પાનું સ્થિર રહે અથવા અલ્પ સક્રિય બને. તેના પરથી એમ ન કહેવાય કે નીચલું પાનું જરૂરી નથી. જે રીતે કાપવાની ક્રિયા માટે કાતરનાં બંને પાનાં જરૂરી છે, તેમ કિંમત-નિર્ધારણ માટે માંગ અને પુરવઠો બંને અનિવાર્ય છે.

અમુક કિંમતે બજારમાં વસ્તુની કુલ માંગ અને કુલ પુરવઠો સરખા થાય ત્યારે સમતુલા છે તેમ કહેવાય. આ સમતુલા અમુક સમયે અમુક સંજોગોમાં પ્રાપ્ત થાય છે. સમય-સંજોગો બદલાતા તેમાં વિક્ષેપ પડે છે અને આંતરક્રિયાને અંતે સમય જતા પુનઃ સમતુલા સ્થપાય છે. આમ, સમતુલા એ એવી સ્થિતિ છે, જેમાં આપેલા સમયગાળા દરમિયાન ફેરફાર થવાનું વલણ હોતું નથી.

માંગ, પુરવઠાની કાલ્પનિક અનુસૂચિ

વસ્તુની કિંમત (₹માં)	વસ્તુની માંગ (કિગ્રામાં)	વસ્તુનો પુરવઠો (કિગ્રામાં)
10	1000	200
20	800	400
30	600	600
40	400	800
50	200	1000



4.5 કિંમત-નિર્ધારણની આકૃતિ

આકૃતિમાં DD વસ્તુની માંગરેખા છે અને SS વસ્તુની પુરવઠારેખા છે, બંને એકબીજાને E બિંદુએ છેદે છે. તેથી EQ કિંમત એટલે કે ₹ 30 નક્કી થાય છે. આ કિંમતે વસ્તુની માંગ અને પુરવઠો OQ જેટલા એટલે કે 600 કિગ્રાએ સરખા થાય છે અને સમતુલા સ્થપાય છે. EQ કિંમત સમતુલાની કિંમત કહેવાય છે.

હવે કિંમત ₹ 30 (EQ) કરતા વધે એટલે કે ₹ 40 થાય છે, તો આકૃતિમાં દર્શાવ્યા મુજબ વસ્તુની માંગ 600 કિગ્રાથી ઘટીને 400 કિગ્રા થાય છે અને પુરવઠો વધે છે. માંગ અને પુરવઠા વચ્ચે ac જેટલું અંતર સર્જાય છે. માંગ કરતા પુરવઠો વધી જાય છે. પરિણામ કિંમત નીચી જવાનું વલણ ધારણ કરે છે.

તેવી જ રીતે કિંમત ₹ 30 (EQ) કરતા ઘટે એટલે કે ₹ 20 થાય છે, તો વસ્તુની માંગ 600 કિગ્રાથી વધીને 800 કિગ્રા થાય છે અને પુરવઠો ઘટે છે. માંગ અને પુરવઠો વચ્ચે bd જેટલું અંતર સર્જાય છે. પુરવઠા કરતાં માંગ વધી જાય છે. પરિણામે કિંમત ઊંચી જવાનું વલણ ધારણ કરે છે. આમ, જે કિંમતે વસ્તુ માટેની માંગ અને વસ્તુનો પુરવઠો સરખા થાય તે સમતુલાની કિંમત બને છે. માંગ કે પુરવઠામાં જ્યાં સુધી ફેરફાર ન થાય ત્યાં સુધી એ કિંમત ટકી રહે છે.

1. નીચેના પ્રશ્નોના જવાબનો સાચો વિકલ્પ પસંદ કરી લખો :

- (1) કિંમતના ઘટાડાને કારણે પુરવઠામાં થતા ફેરફારને શું કહેવાય ?
 (A) વધારો (B) વિસ્તરણ (C) સંકોચન (D) ઘટાડો
- (2) કિંમત સિવાયનાં પરિબળો પ્રેરિત ફેરફારને લીધે પુરવઠામાં થતા પરિવર્તનને શું કહેવાય ?
 (A) વધારો (B) સંકોચન (C) સંકોચન-વિસ્તરણ (D) વધારો-ઘટાડો
- (3) વસ્તુની કિંમત અને પુરવઠા વચ્ચે કેવો સંબંધ છે ?
 (A) સીધો (B) વિરોધી (C) સમાન (D) શૂન્ય
- (4) શું ઘટે તો નફાનું પ્રમાણ ઘટવાથી પુરવઠો ઘટાડવામાં આવે ?
 (A) જથ્થો (B) પુરવઠો (C) કિંમત (D) મૂલ્ય-સાપેક્ષતા
- (5) જથ્થો કુલ પૂરવઠા કરતાં કેવો હોય છે ?
 (A) વધુ હોઈ શકે. (B) ઓછો હોઈ શકે. (C) વધુ ન હોય. (D) નહિવત્ હોય.
- (6) ભવિષ્યમાં ભાવો વધવાની અટકળો હોય તો, પેઢીના વર્તમાન પૂરવઠામાં કેવો ફેરફાર થશે ?
 (A) વધારે છે. (B) ઘટાડે છે. (C) સ્થિર રાખે છે. (D) શૂન્ય રાખે છે.

2. નીચેના પ્રશ્નોના એક વાક્યમાં જવાબ આપો :

- (1) જથ્થો એટલે શું ?
- (2) પુરવઠાનો ખ્યાલ કઈ બે બાબતોના સંદર્ભમાં રજૂ કરવામાં આવે છે ?
- (3) પુરવઠાની વ્યાખ્યા આપો.
- (4) પુરવઠાની અનુસૂચિ એટલે શું ?
- (5) પુરવઠા-રેખાનો ઢાળ કેવો હોય છે ?
- (6) અલભ્ય વસ્તુઓને પુરવઠાનો નિયમ શા માટે લાગુ પડતો નથી ?
- (7) પુરવઠાનો નિયમ કયા પ્રકારની વસ્તુઓ માટે અપવાદ છે ?

3. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો :

- (1) તફાવત સમજાવો : જથ્થો અને પુરવઠો
- (2) વ્યક્તિગત પુરવઠો અને બજાર-પુરવઠાનો અર્થ સમજાવો.
- (3) શા માટે પુરવઠો ઉત્પાદન કરતાં વધારે હોઈ શકે, પણ કુલ જથ્થા કરતા વધારે હોઈ શકે નહિ ?
- (4) પુરવઠારેખાનો ઢાળ ધન હોય છે, કારણો આપી સમજાવો.

4. નીચેના પ્રશ્નોના મુદ્દાસર જવાબ આપો :

- (1) ટૂંક નોંધ લખો : પુરવઠા વિધેય
- (2) પુરવઠાના નિયમના અપવાદો જણાવો.
- (3) પુરવઠામાં વિસ્તરણ-સંકોચન આકૃતિ સહિત સમજાવો.
- (4) પુરવઠામાં વધારો-ઘટાડો આકૃતિ દ્વારા સમજાવો.

5. નીચેના પ્રશ્નોના વિસ્તારપૂર્વક જવાબ આપો :

- (1) પુરવઠાને અસર કરતાં પરિબળોની વિગતે ચર્ચા કરો.
- (2) પુરવઠાના નિયમની વિગતવાર અનુસૂચિની આકૃતિ સહિત સમજૂતી આપો.
- (3) બજારમાં કિંમત-નિર્ધારણની પ્રક્રિયા આકૃતિ સહિત સમજાવો.

ઉત્પાદન (Production)	: ચોક્કસ સમયે ઉપલબ્ધ સાધનો દ્વારા જેટલા પ્રમાણમાં વસ્તુઓ ઉત્પન્ન થાય તેને ઉત્પાદન કહેવાય.
પુરવઠો (Supply)	: ચોક્કસ સમયે અને નિશ્ચિત કિંમતે ઉત્પાદક ઉત્પાદનનો જે ભાગ વેચવાની ઇચ્છા, શક્તિ અને તૈયારી દર્શાવે તેને પુરવઠો કહે છે.
જથ્થો (Stock)	: જથ્થો એટલે વસ્તુના કુલ વેચાણક્ષમ એકમોનું પ્રમાણ.
પુરવઠાની અનુસૂચિ (Supply Schedule)	: કોઈ ઉત્પાદક કે વેપારી કોઈ એક સમયે વસ્તુની જુદી-જુદી કિંમતે વસ્તુનો કેટલો જથ્થો વેચવાની તૈયારી દર્શાવે છે તે દર્શાવતી યાદી
પુરવઠારેખા (Supply Curve)	: કિંમત અને પુરવઠા વચ્ચેનો સંબંધ દર્શાવતી રેખાને પુરવઠારેખા કહે છે.
પુરવઠામાં વિસ્તરણ (Expansion of Supply)	: વસ્તુની કિંમત વધતાં પુરવઠામાં જે વૃદ્ધિ થાય છે તેને પુરવઠામાં વિસ્તરણ કહે છે.
પુરવઠામાં સંકોચન (Contraction of Supply)	: વસ્તુની કિંમત ઘટતાં પુરવઠો ઓછો થાય છે તેને પુરવઠામાં સંકોચન કહે છે.
પુરવઠામાં વધારો (Increase in Supply)	: ઉત્પાદન-ખર્ચ ઘટે, સરકારની હકારાત્મક નીતિ વગેરેને કારણે પુરવઠો વધે તેને પુરવઠામાં વધારો કહે છે.
પુરવઠામાં ઘટાડો (Decrease in Supply)	: ઉત્પાદન-ખર્ચ વધે, સરકારની નકારાત્મક નીતિ વગેરેને કારણે પુરવઠો ઘટે તેને પુરવઠામાં ઘટાડો કહે છે.
વ્યક્તિગત પુરવઠો (Individual Supply)	: કોઈ એક ઉત્પાદક કે પેઢી દ્વારા બજારમાં કોઈ ચીજવસ્તુનું જુદી-જુદી કિંમતે જે ઉત્પાદન વેચવા માટે મૂકવામાં આવે તેને વ્યક્તિગત પુરવઠો કહે છે.
બજાર-પુરવઠો (Market Supply)	: કોઈ ચોક્કસ કિંમતે ઉત્પાદકો દ્વારા વસ્તુનો જેટલો પુરવઠો બજારમાં મૂકવામાં આવે છે તેના કુલ સરવાળાને બજાર-પુરવઠો કહે છે.
પુરવઠા વિધેય (Supply Function)	: પુરવઠા વિધેય એટલે ‘કોઈ એક વસ્તુ માટેના પુરવઠા ઉપર અસર કરતાં પરિબલોની ગાણિતિક સ્વરૂપમાં રજૂઆત’ બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો પુરવઠા વિધેય એ કોઈ એક વસ્તુનો પુરવઠો અને તેને અસર કરતાં વિવિધ પરિબલો વચ્ચેનો સંબંધ દર્શાવે છે.
સમતોલ કિંમત (Equilibrium Price)	: જે કિંમતે માંગ અને પુરવઠો સરખા થતા હોય તે કિંમતને સમતોલ કિંમત કહે છે.



● પ્રસ્તાવના

5.1 ખર્ચના વિવિધ ખ્યાલો

5.1.1 વાસ્તવિક ખર્ચ

5.1.2 વૈકલ્પિક ખર્ચ

5.1.3 નાણાકીય ખર્ચ

5.2 ટૂંકો ગાળો અને લાંબો ગાળો

5.3 ઉત્પાદન-ખર્ચનું વર્ગીકરણ

5.3.1 સ્થિર ખર્ચ (સ્થાયી ખર્ચ)

5.3.2 અસ્થિર ખર્ચ (અસ્થાયી ખર્ચ)

5.3.3 કુલ ખર્ચ

5.3.4 સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ

5.3.5 સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ

5.3.6 સરેરાશ ખર્ચ

5.3.7 સીમાંત ખર્ચ

5.4 સરેરાશ ખર્ચ અને સીમાંત ખર્ચ વચ્ચેનો સંબંધ

5.4.1 સીમાંત ખર્ચ < સરેરાશ ખર્ચ ($MC < AC$)

5.4.2 સીમાંત ખર્ચ = સરેરાશ ખર્ચ ($MC = AC$)

5.4.3 સીમાંત ખર્ચ > સરેરાશ ખર્ચ ($MC > AC$)

5.5 લાંબા ગાળાનું સરેરાશ ખર્ચ

5.6 આવકના ખ્યાલો

5.6.1 કુલ આવક

5.6.2 સરેરાશ આવક

5.6.3 સીમાંત આવક

5.7 પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં કુલ આવક, સીમાંત આવક અને સરેરાશ આવક

5.8 અપૂર્ણ હરીફાઈવાળાં બજારોમાં કુલ આવક, સીમાંત આવક અને સરેરાશ આવક

પ્રસ્તાવના (Introduction)

આર્થિક વિશ્લેષણમાં ખાસ કરીને પેઢીની વર્તણૂકને સમજવા ખર્ચ અને આવકના ખ્યાલો ખૂબ મહત્વના છે. ઉત્પાદનનું પ્રમાણ બદલાતા કુલ ઉત્પાદન-ખર્ચમાં ફેરફાર થાય છે. ખર્ચથી પેઢીની જાવક બાજુનો અંદાજ આવે છે, તો આવકના ખ્યાલો જાણવાથી પેઢીની આવક બાજુનો અંદાજ આવે છે. આવક અને ખર્ચના ખ્યાલો સામાન્ય ઉત્પાદનની સપાટી નક્કી કરે છે :

(1) પેઢીને પોતાની વસ્તુની કિંમત નક્કી કરવામાં મદદ મળે છે.

(2) પેઢીને પોતાનો નફો મહત્તમ કરવામાં માર્ગદર્શન મળે છે.

(3) મહત્તમ નફાને સમજાવવા સીમાંત ખર્ચ ઉપયોગી બને છે.

(4) સીમાંત ખર્ચનો ખ્યાલ પેઢીની વર્તણૂકને સમજવામાં મદદરૂપ બને છે.

(5) પેઢી કેટલાં સાધનો રોકશે, કેટલી રોજગારી આપશે, કેટલું ઉત્પાદન કરશે, કેટલું રોકાણ કરશે, તે અંગેના નિર્ણયોમાં આવક અને ખર્ચના ખ્યાલો મહત્વનો ફાળો આપે છે.

(6) વૈકલ્પિક ખર્ચનો ખ્યાલ સાધનોના વૈકલ્પિક ઉપયોગ અને સંચાલકીય અર્થશાસ્ત્રમાં ઉપયોગી બને છે.

(7) નાણાકીય ખર્ચના ખ્યાલો પેઢીના સંચાલનમાં દિશાસૂચક બને છે.

ઉપર્યુક્ત અને બીજાં અન્ય કારણોથી પેઢીના ખર્ચ અને આવકનો અભ્યાસ કરવો જરૂરી બને છે. કોઈ પણ વસ્તુ કે સેવાનું ઉત્પાદન કરવા પાછળ જે રકમ વપરાય છે, જે ખર્ચ કરવામાં આવે છે તેને ઉત્પાદન-ખર્ચ કહે છે. સર્વપ્રથમ આપણે ઉત્પાદન-ખર્ચના વિવિધ ખ્યાલોનો અભ્યાસ કરીશું.

5.1 ખર્ચના વિવિધ ખ્યાલો (Various Concepts of Cost)

5.1.1 વાસ્તવિક ખર્ચ : વાસ્તવિક ખર્ચનો ખ્યાલ પ્રશિષ્ટ અર્થશાસ્ત્રીઓએ રજૂ કર્યો હતો. તેમણે આ ખ્યાલ ઉત્પાદનનાં મૂળ સાધનો શ્રમ અને જમીનના સંદર્ભમાં રજૂ કર્યો હતો. પરંતુ આધુનિક યુગમાં મૂડી રોકનાર અને નિયોજક વર્ગની દૃષ્ટિએ પણ આ ખ્યાલનો વિચાર કરવામાં આવે છે.

માર્શલના મત પ્રમાણે ઉત્પાદન-પ્રક્રિયા સાથે સંકળાયેલા શ્રમિક, નિયોજક, મૂડીપતિ જે માનસિક અને શારીરિક કષ્ટ ઉઠાવે છે તે વસ્તુના ઉત્પાદનનું વાસ્તવિક ખર્ચ છે. કોઈ વસ્તુના ઉત્પાદન-કાર્ય માટે ઉત્પાદક જે નાણાં ખર્ચે છે તે જ માત્ર સાચું ઉત્પાદન-ખર્ચ નથી; પરંતુ ઉત્પાદન-કાર્ય સાથે જોડાયેલા શ્રમિકોને જે થાક, કંટાળો, ત્રાસ લાગે, મૂડીપતિ પોતાની મૂડી, વપરાશનો ત્યાગ કરીને, બચત કરીને મેળવે છે. નિયોજકને ધંધાની ચિંતા, બિનસલામતી, અનિશ્ચિતતાનો સામનો કરવો પડે છે. આ બધાનો સમાવેશ વાસ્તવિક ખર્ચમાં થાય છે. વાસ્તવિક ખર્ચને નાણાંના સ્વરૂપમાં રજૂ કરી શકાતું નથી. તેથી વાસ્તવિક ખર્ચને બિનનાણાકીય ખર્ચ પણ કહે છે. પ્રો. માર્શલ જણાવે છે કે, ઉત્પાદનનાં સાધનો આ વાસ્તવિક ખર્ચનો સામનો કરે છે તે માટે તેમને આકર્ષવા માટે વેતન, વ્યાજ, નફાના સ્વરૂપમાં વળતર આપવામાં આવે છે.

વાસ્તવિક ખર્ચના માપનની મુશ્કેલીઓ : વાસ્તવિક ખર્ચમાં થાક, કંટાળો, કષ્ટ, ત્યાગ, ચિંતાનો સમાવેશ થાય છે. જે મનોવૈજ્ઞાનિક કે આત્મલક્ષી બાબતો છે તેવી બાબતોને માપવાનું કાર્ય મુશ્કેલ છે. ઉપરાંત કારખાનાઓમાંથી નીકળતો ધુમાડો આસપાસના લોકોના સ્વાસ્થ્ય પર વિપરીત અસર કરે છે. આ વિપરીત અસર સામાજિક દૃષ્ટિએ ખર્ચ છે પણ તેને માપી શકાતો નથી.

5.1.2 વૈકલ્પિક ખર્ચ : વૈકલ્પિક ખર્ચનો ખ્યાલ ઓસ્ટ્રિયન અર્થશાસ્ત્રીઓએ રજૂ કર્યો હતો. પરંતુ તેને વ્યવસ્થિત સ્વરૂપમાં તો માર્શલે રજૂ કર્યો. ઉત્પાદનનાં સાધનો એક કરતાં વધારે વૈકલ્પિક ઉપયોગ ધરાવે છે તે હકીકત ઉપર આ ખ્યાલ આધારિત છે. આવા વૈકલ્પિક ઉપયોગ ધરાવતાં સાધનો એક ઉપયોગમાં વાપરવામાં આવે છે ત્યારે સાથે ને સાથે અન્ય બીજા ઉપયોગમાં વાપરી શકાતા નથી. દા.ત., જમીનના એક ટુકડા ઉપર ઘઉં વાવવામાં આવે તો તે જ સમયે એ જ ટુકડા ઉપર બીજો કોઈ પાક લઈ શકાતો નથી. શ્રમિક એક સમયે મિલમાં કામ કરે તો એ જ સમયે બીજા ઉદ્યોગમાં કામ કરી શકતો નથી. આમ સાધન વૈકલ્પિક ઉપયોગવાળા હોય છે.

અર્થ-સમજૂતી : ઉત્પાદનનાં સાધનોને કોઈ એક કાર્યમાં રોકવામાં આવે તો તે સાધનનો બીજો શ્રેષ્ઠ વિકલ્પ જતો કરવો પડે છે. આ જે શ્રેષ્ઠ વિકલ્પ જતો કરવામાં આવે તેને જ વૈકલ્પિક ખર્ચ કહે છે. જતો કરવો પડતો શ્રેષ્ઠ વિકલ્પ ઉત્પાદિત વસ્તુનો વૈકલ્પિક ખર્ચ ગણાય છે. આ બાબત એક ઉદાહરણની મદદથી સમજીએ. જમીનના એક ટુકડાનો ઉપયોગ ઘઉં અને ડાંગર માટે થઈ શકે છે. જો જમીન ઉપર ઘઉં ઉત્પન્ન કરવામાં આવે તો ₹ 2 લાખ મળી શકે છે અને જો તે જમીન ઉપર ડાંગર ઉત્પન્ન કરવામાં આવે તો ₹ 3.5 લાખ મળે તેમ છે. ખેડૂતનું વર્તન તર્કબદ્ધ છે. લાભની દૃષ્ટિથી વિચારી ખેડૂત ઘઉંનું ઉત્પાદન જતું કરશે અને જેમાં વધારે રકમ મળે છે તે ડાંગરનું ઉત્પાદન કરશે અને ₹ 3.5 લાખ મેળવશે. આ ₹ 3.5 લાખના ડાંગર માટે ખેડૂત ₹ 2 લાખના ઘઉંનું ઉત્પાદન જતું કરે છે. આ જતું કરેલું ₹ 2 લાખના ઘઉંનું ઉત્પાદન એ ₹ 3.5 લાખના ડાંગરનું વૈકલ્પિક ખર્ચ છે તેમ કહેવાય.

વૈકલ્પિક ખર્ચના માપનની મુશ્કેલીઓ :

(1) એકોપયોગી સાધન : જો ઉત્પાદનનું કોઈ સાધન માત્ર એક જ ઉપયોગ ધરાવતું હોય તો તેનું વૈકલ્પિક ખર્ચ નક્કી કરી શકાતું નથી. દા.ત., એવાં ઘાસનાં મેદાનો જ્યાં ઘાસ શિવાય બીજું કશું ઊગી શકતું નથી. એવું જ બેકારીનો ભોગ બનેલ વ્યક્તિઓની બાબતમાં હોય છે. તેમની પાસે કોઈ કામ જ હોતું નથી માટે વૈકલ્પિક ખર્ચ કેવી રીતે ગણવું ?

(2) વિશિષ્ટ ઉપયોગનાં સાધનો : જ્યારે ઉત્પાદનનાં સાધનો વિશિષ્ટ પ્રકારના Specific Factor હોય ત્યારે આ ખ્યાલ ઉપયોગી બનતો નથી. ત્યારે આવા વિશિષ્ટ ઉપયોગવાળાં સાધનોનું વળતર તેના વૈકલ્પિક ખર્ચના આધારે નહિ પરંતુ તે સાધનની માંગના આધારે નક્કી થાય છે. દા.ત., કમ્પ્યુટરમાં વિશિષ્ટ આવડત ધરાવતી વ્યક્તિઓ, અણુશક્તિના જ્ઞાન ધરાવતા વૈજ્ઞાનિકો વગેરે.

5.1.3 નાણાકીય ખર્ચ : આર્થિક વિશ્લેષણ, ઉત્પાદનનો નિર્ણય અને કિંમત-નિર્ધારણમાં નાણાકીય ખર્ચનો ખ્યાલ ઉપયોગી બને છે. કારણ કે વાસ્તવિક ખર્ચ અને વૈકલ્પિક ખર્ચના ખ્યાલો અનેક મર્યાદાઓ ધરાવે છે. તેથી વ્યવહારમાં તેમનો ઉપયોગ વધારે થઈ શકતો નથી. ઉત્પાદન-ખર્ચ નાણાંમાં વ્યક્ત થાય છે. તેથી પણ નાણાકીય ખર્ચનો ખ્યાલ ઉપયોગી બને છે. મહત્તમ નફાનો ઉદ્દેશ્ય રાખતો ઉત્પાદક ઓછા ખર્ચે ઉત્પાદન કરી અને તે વસ્તુના વેચાણમાંથી મળતી આવકને મહત્તમ બનાવવાનો પ્રયાસ કરતો

હોય છે. ઉત્પાદન-પ્રક્રિયામાં નાણાંના સ્વરૂપમાં જે ખર્ચાઓ થતા હોય તેને નાણાકીય ખર્ચ કહે છે. ઉદાહરણ સ્વરૂપે જોઈએ તો પેન બનાવતી ફેક્ટરીને 1000 એકમ પેનનું ઉત્પાદન કરવા માટે નાણાંના સ્વરૂપમાં જે કુલ ₹ 50,000નો ખર્ચ થયો હોય, તો તે ₹ 50,000 નાણાકીય ખર્ચ છે.

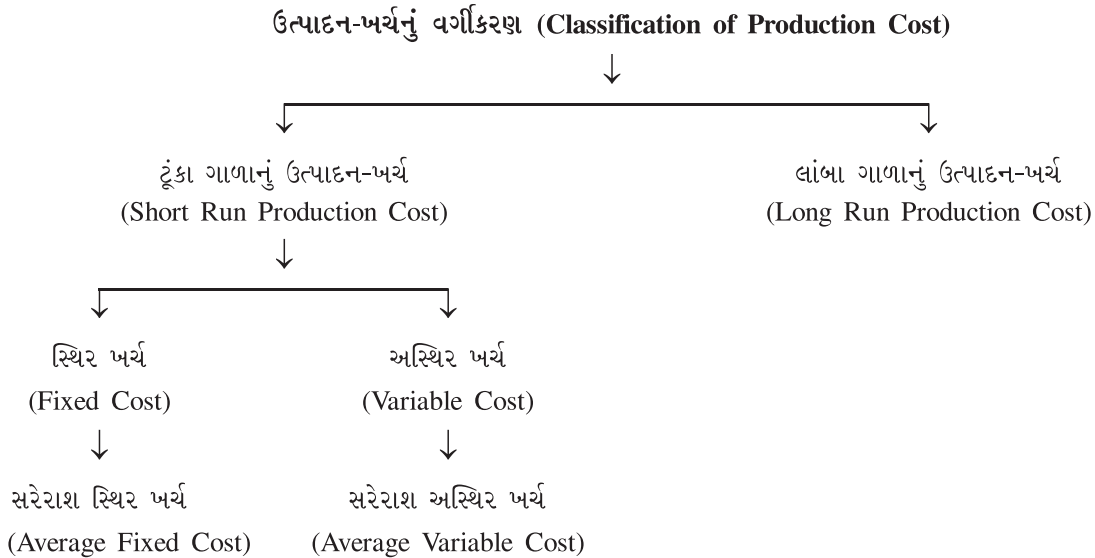
5.2 ટૂંકો ગાળો અને લાંબો ગાળો (Short Run and Long Run Periods in Economics)

સમયગાળાના આધારે પણ ટૂંકા ગાળામાં નાણાકીય ખર્ચને રજૂ કરવામાં આવે છે. ઉત્પાદનના કેટલાંક સાધનો એવાં છે જેના પ્રમાણમાં સહેલાઈથી ફેરફાર કરી શકાય છે. સાધનોનું પ્રમાણ બદલાતા ઉત્પાદનનું પ્રમાણ પણ બદલાય છે. કાચો માલ, વધારાના શ્રમિકો, બળતણ વગેરે એવાં સાધનો છે જેનું પ્રમાણ ટૂંકા ગાળામાં બદલી શકાતું હોવાથી તેને અસ્થિર સાધનો કહેવાય છે. આવાં સાધનો પર થતા ખર્ચને અસ્થિર ખર્ચ કહે છે. જ્યારે યંત્રસામગ્રી, કારખાનાનું મકાન, વહીવટી સ્ટાફ વગેરે સાધનોના પ્રમાણમાં ટૂંકા ગાળામાં કોઈ ફેરફાર કરી શકાતો નથી તેવાં સાધનોને સ્થિર સાધનો કહે છે અને તેના ઉપર થતાં ખર્ચને સ્થિર ખર્ચ કહે છે.

ટૂંકો ગાળો : સમયનો ટૂંકો ગાળો એટલે એવો ગાળો કે જે ગાળામાં પેઢીના કદમાં ફેરફાર કરી શકાતો નથી. પરંતુ તેની સ્થાપિત ઉત્પાદનશક્તિનો ઉપયોગ કરીને ઉત્પાદન વધારી શકાય છે. ટૂંકો ગાળો સમયનો એવો ગાળો છે જે દરમિયાન પેઢીમાં કેટલાંક સાધનો સ્થિર હોય છે. દા.ત., પ્લાન્ટ, યંત્રસામગ્રી, કારખાનાનું મકાન વગેરે પરંતુ અસ્થિર સાધનો જેવા કે કાચો માલ, શ્રમિકો, વીજળી વગેરેનું પ્રમાણ વધારીને કે ઘટાડીને ઉત્પાદનમાં વધારો કે ઘટાડો કરી શકાય છે.

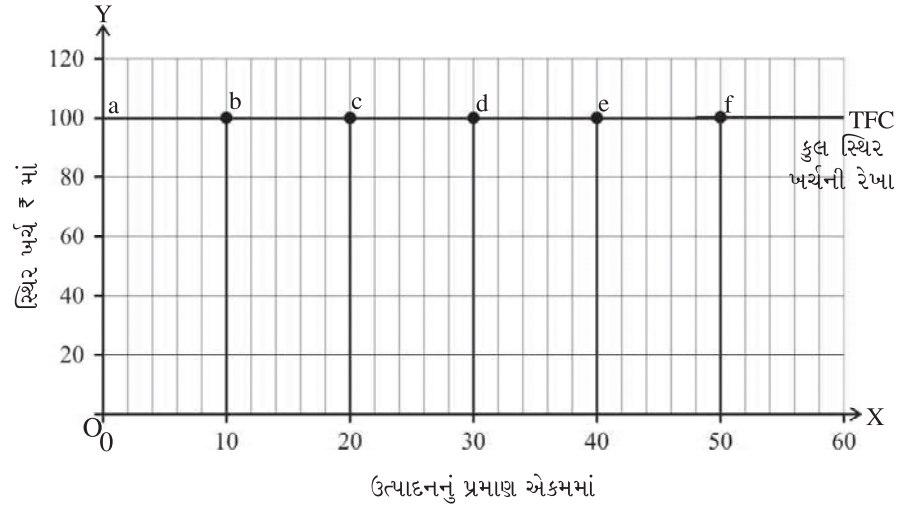
લાંબો ગાળો : સમયનો લાંબો ગાળો એટલે એવો ગાળો કે જે ગાળા દરમિયાન પેઢીનાં બધાં સાધનો અસ્થિર હોય છે એટલે કે એ સાધનોમાં ફેરફાર કરી શકાય છે. પ્લાન્ટ, યંત્રસામગ્રી, કારખાનાનું મકાન વગેરેના પ્રમાણમાં વધારો કે ઘટાડો કરીને પેઢી ઉત્પાદનમાં વધ-ઘટ કરી શકે છે. પેઢી લાંબા ગાળે નવી અને આધુનિક યંત્રસામગ્રી વડે ઉત્પાદનના એકમનું કદ પણ વિસ્તારી શકે છે.

5.3 ઉત્પાદન-ખર્ચનું વર્ગીકરણ (Classification of Cost)



5.3.1 સ્થિર ખર્ચ : સમયના ટૂંકા ગાળામાં ઉત્પાદનનું પ્રમાણ વધે, ઘટે કે શૂન્ય થાય પરંતુ ખર્ચમાં કોઈ ફેરફાર થતો ન હોય તેવા ખર્ચને સ્થિર ખર્ચ કહે છે. સ્થિર ખર્ચને Overhead ખર્ચ પણ કહે છે. ટૂંકા ગાળામાં સ્થિર ખર્ચને ઉત્પાદનના પ્રમાણ સાથે કોઈ સંબંધ હોતો નથી. સ્થિર ખર્ચમાં કાયમી સ્ટાફનું વેતન, કારખાનાના મકાનનું ભાડું, મિલકત-વ્યવસાય વેરો, લાઈસન્સ-ફી, મૂડી ઉપરનું વ્યાજ, વીમાનું પ્રીમિયમ વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. સ્થિર ખર્ચની એક અનુસૂચિ જોઈએ.

ઉત્પાદનનું પ્રમાણ એકમમાં	કુલ સ્થિર ખર્ચ (₹ માં)
00	100
10	100
20	100
30	100
40	100
50	100



5.1 સ્થિર ખર્ચની આકૃતિ

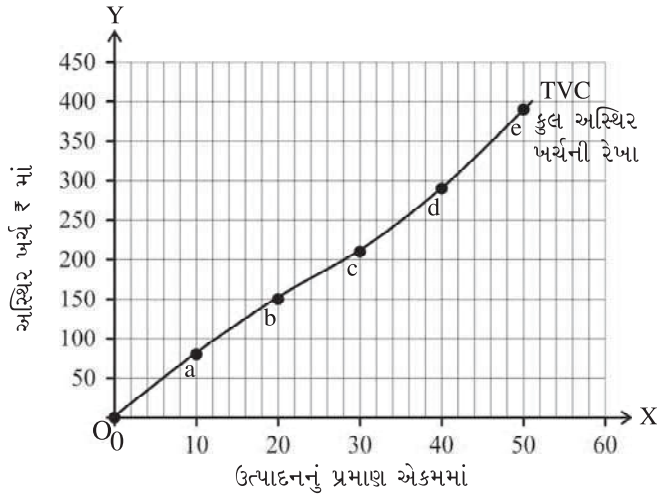
અનુસૂચિમાં દર્શાવ્યા પ્રમાણે પેનનું ઉત્પાદન 00 હોય કે 10, 20, 30, 40, 50 એકમ જેટલું વધે પરંતુ ઉત્પાદન-ખર્ચ દરેક વખતે એકસરખું સ્થિર રહે છે. એટલે કે 100 રૂપિયા રહે છે. જે સ્થિર છે. આવા ખર્ચને સ્થિર ખર્ચ કહે છે. અહીં ઉત્પાદનનું પ્રમાણ બદલાય છે પરંતુ ખર્ચ બદલાતું નથી. તેથી તેને કુલ સ્થિર ખર્ચ કહે છે.

આકૃતિમાં રજૂઆત : આકૃતિમાં OX ધરી ઉપર ઉત્પાદનનું પ્રમાણ અને OY ધરી ઉપર ખર્ચ રૂપિયામાં દર્શાવેલ છે. આકૃતિમાં દર્શાવ્યા મુજબ ઉત્પાદન 00 હોય, 10 એકમ હોય કે 20, 30, 40 કે 50 એકમ હોય ખર્ચની રકમ ₹ 100 જેટલી સ્થિર રહે છે. આકૃતિમાં કુલ સ્થિર ખર્ચની રેખા પાયાની ધરીને સમાંતર રહે છે.

5.3.2 અસ્થિર ખર્ચ : જ્યારે ઉત્પાદનનું એકમ કે પેટી ઉત્પાદનનાં અસ્થિર સાધનો પર જે ખર્ચ કરે છે તેને અસ્થિર ખર્ચ કહે છે. ટૂંકા ગાળે ઉત્પાદનની સપાટીમાં ફેરફાર થતા આવા ખર્ચમાં પણ ફેરફાર થાય છે. ઉત્પાદન વધતા ખર્ચ વધે, ઉત્પાદન ઘટતા ખર્ચ ઘટે અને ઉત્પાદન શૂન્ય થતા જે ખર્ચ પણ શૂન્ય થાય તેને અસ્થિર ખર્ચ કહે છે. અસ્થિર ખર્ચને અસ્થાયી, પ્રત્યક્ષ અથવા મુખ્ય ખર્ચ પણ કહે છે. આ ખર્ચને ઉત્પાદનના પ્રમાણ સાથે સીધો સંબંધ હોય છે. અસ્થિર ખર્ચમાં કાર્યા-માલની કિંમત, બજાવણનું ખર્ચ, વીજળીનું બિલ, વાહન-વ્યવહારનો ખર્ચ, શ્રમિકોનું વેતન, ઉત્પાદન-વેચાણ ઉપરના વેરાઓ વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. જેમ જેમ ઉત્પાદન વધે છે તેમ તેમ આ ખર્ચો પણ વધે છે, તેથી તેને અસ્થિર ખર્ચ કહે છે. સ્થિર ખર્ચ અને અસ્થિર ખર્ચ વચ્ચેનો તફાવત માત્ર સમયના ટૂંકા ગાળામાં જ શક્ય છે. લાંબા ગાળે તો તમામ ખર્ચો અસ્થિર ખર્ચ હોય છે.

ઉત્પાદન શૂન્ય હોય ત્યારે અસ્થિર ખર્ચ શૂન્ય હોય છે. પરંતુ ઉત્પાદન જેમ જેમ વધે છે તેમ તેમ અસ્થિર ખર્ચ પણ વધે છે. અનુસૂચિ જોતાં જણાશે 30 એકમ સુધી અસ્થિર ખર્ચ ઘટતા દરે વધે છે. કારણ કે શરૂઆતમાં વધતી પેદાશ લાગુ પડે છે. 30 એકમ બાદ ઘટતી પેદાશનો નિયમ લાગુ પડે છે. તેથી અસ્થિર ખર્ચ વધતા દરે વધે છે.

ઉત્પાદનનું પ્રમાણ એકમમાં	કુલ અસ્થિર ખર્ચ (₹ માં)
00	00
10	80
20	150
30	210
40	290
50	390



આકૃતિમાં OX ધરી પર ઉત્પાદનના એકમો અને OY ધરી ઉપર કુલ અસ્થિર ખર્ચ ₹ માં દર્શાવેલ છે. જેમ જેમ ઉત્પાદન વધે છે 10, 20, 30 તેમ તેમ કુલ અસ્થિર ખર્ચ પણ 80, 150, 210 વધે છે. અસ્થિર ખર્ચની રેખા ઉદ્ગમ બિંદુથી શરૂઆતમાં ધનઢાળવાળી હોય છે. કારણ કે શરૂઆતમાં ઘટતા દરે અને ત્યાર બાદ વધતા દરે કુલ અસ્થિર ખર્ચ વધે છે.

5.2 અસ્થિર ખર્ચની આકૃતિ

ટૂંકા ગાળામાં સ્થિર ખર્ચ નિશ્ચિત હોય છે, પરંતુ અસ્થિર ખર્ચ બદલાતું રહે છે. આ ખર્ચ ઉત્પાદન સાથે સીધી રીતે સંકળાયેલ હોય છે. તેથી જ પ્રો. માર્શલ અસ્થિર ખર્ચને મુખ્ય ખર્ચ કહે છે.

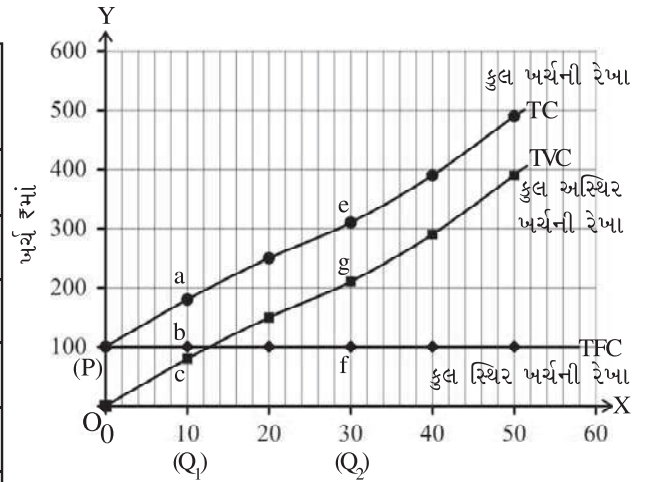
5.3.3 કુલ ખર્ચ : કુલ ઉત્પાદન અને કુલ ખર્ચ વચ્ચે કાર્યકારણનો સંબંધ છે. કુલ ઉત્પાદન વધુ હોય તો કુલ ખર્ચ પણ વધારે હોય છે. પેઢીના કુલ સ્થિર ખર્ચ અને કુલ અસ્થિર ખર્ચનો સરવાળો એ કુલ ખર્ચ છે. સૂત્ર સ્વરૂપે જોઈએ તો,

$$\text{કુલ ખર્ચ} = \text{કુલ સ્થિર ખર્ચ} + \text{કુલ અસ્થિર ખર્ચ}$$

$$TC = TFC + TVC$$

ઉત્પાદન વધતા સ્થિર ખર્ચ સ્થિર રહે છે પરંતુ અસ્થિર ખર્ચમાં વધારો થાય છે. તેથી કુલ ખર્ચમાં અસ્થિર ખર્ચના વધારાના પ્રમાણ જેટલો વધારો થાય છે. તેથી કુલ ખર્ચની રેખા અસ્થિર ખર્ચની રેખાની ઉપરના ભાગમાં હોય છે. પરંતુ બંને વચ્ચેનું ઊભું (લંબ) અંતર સરખું રહે છે. તે આકૃતિમાં જોઈ શકાય છે.

ઉત્પાદનનું પ્રમાણ	કુલ સ્થિર ખર્ચ (₹ માં)	કુલ અસ્થિર ખર્ચ (₹ માં)	કુલ ખર્ચ (₹ માં)
00	100	00	100
10	100	80	180
20	100	150	250
30	100	210	310
40	100	290	390
50	100	390	490



ઉત્પાદનનું પ્રમાણ એકમમાં

5.3 કુલ ખર્ચની આકૃતિ

આકૃતિમાં OX ધરી પર ઉત્પાદન અને OY ધરી પર ખર્ચ દર્શાવવામાં આવેલ છે. જેમ જેમ ઉત્પાદન વધે છે સ્થિર ખર્ચમાં કોઈ ફેરફાર થતો નથી તે સ્થિર જ રહે છે. પરંતુ અસ્થિર ખર્ચ વધે છે. પરિણામે ઉત્પાદન વધતા કુલ ખર્ચ પણ વધે છે. સ્થિર ખર્ચની રેખા OY ધરી પર P બિંદુથી શરૂ થાય છે તે દર્શાવે છે કે જ્યારે ઉત્પાદન 00 હોય ત્યારે પણ કુલ સ્થિર ખર્ચ તો OP જેટલું હોય જ છે અને કુલ અસ્થિર ખર્ચ શૂન્ય હોય છે. જેમ જેમ ઉત્પાદન વધે છે કુલ સ્થિર ખર્ચ સ્થિર રહે છે પણ કુલ અસ્થિર ખર્ચ વધતું જાય છે. તેથી કુલ અસ્થિર ખર્ચની રેખા ડાબી બાજુથી જમણી બાજુ નીચેથી ઉપર તરફ જતી હોય છે અને કુલ ખર્ચની રેખા તેને સમાંતર ઉપર હોય છે.

જ્યારે,

- (1) ઉત્પાદન શૂન્ય હોય ત્યારે કુલ અસ્થિર ખર્ચ પણ શૂન્ય હોય છે.
- (2) ઉત્પાદન શૂન્ય હોય ત્યારે કુલ સ્થિર ખર્ચ OP હોય છે. અસ્થિર ખર્ચ શૂન્ય અને કુલ ખર્ચ OP છે.
- (3) ઉત્પાદન OQ_1 હોય ત્યારે કુલ સ્થિર ખર્ચ Q_1b હોય છે. અસ્થિર ખર્ચ Q_1c અને કુલ ખર્ચ Q_1a છે.
- (4) ઉત્પાદન OQ_2 હોય ત્યારે કુલ સ્થિર ખર્ચ Q_2f હોય છે. અસ્થિર ખર્ચ Q_2g અને કુલ ખર્ચ Q_2e છે.

5.3.4 સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ (Average Fixed Cost) : પેઢીના કુલ સ્થિર ખર્ચને કુલ ઉત્પાદનના એકમો વડે ભાગવાથી જે ખર્ચ મળે છે તે સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ છે. સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ એ એકમદીઠ સ્થિર ખર્ચ છે. આ ખર્ચને શોધવા માટેનું સૂત્ર નીચે મુજબ છે :

$$\text{સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ} = \frac{\text{કુલ સ્થિર ખર્ચ}}{\text{કુલ ઉત્પાદનના એકમો}}$$

$$AFC = \frac{TFC}{TP}$$

AFC = સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ (Average Fixed Cost)

TFC = કુલ સ્થિર ખર્ચ (Total Fixed Cost)

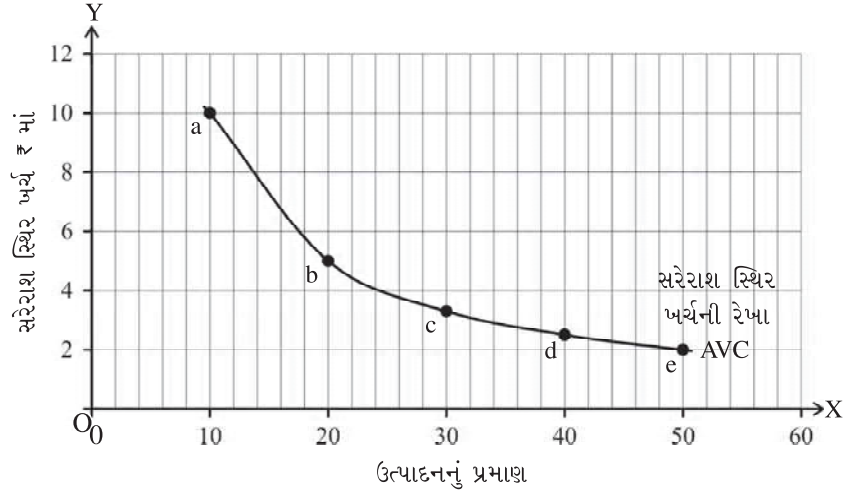
TP = કુલ ઉત્પાદન (Total Production)

એક ઉદાહરણથી સમજાવે ધારો કે એક પેઢીનું કુલ સ્થિર ખર્ચ ₹ 50,000 છે અને પેઢી 1000 એકમોનું ઉત્પાદન કરે છે. આ સ્થિતિમાં સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ ઉપરના સૂત્રના આધારે ગણતા,

$$\text{સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ} = \frac{50000}{1000} = ₹ 50 \text{ પ્રાપ્ત થાય છે.}$$

જેમ ઉત્પાદન વધે તેમ કુલ સ્થિર ખર્ચ વધુ ને વધુ એકમો વચ્ચે વહેંચાય છે. તેથી ઉત્પાદન વધતા સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ ઘટતો જાય છે. માટે સરેરાશ સ્થિર ખર્ચની રેખા ઋણ ઢાળવાળી હોય છે. અનુસૂચિ અને આકૃતિમાં ઉત્પાદન અને સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ વચ્ચેનો સંબંધ દર્શાવી શકાય છે.

ઉત્પાદનનું પ્રમાણ	કુલ સ્થિર ખર્ચ (₹ માં)	સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ (₹ માં)
10	100	10
20	100	05
30	100	03.3
40	100	02.5
50	100	02



5.4 સરેરાશ સ્થિર ખર્ચની આકૃતિ

જેમ જેમ ઉત્પાદનનું પ્રમાણ વધતું જાય છે. સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ ઘટતું જાય છે.

ઉપર્યુક્ત આકૃતિમાં OX ધરી ઉપર ઉત્પાદનનું પ્રમાણ અને OY ધરી પર સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ ₹માં દર્શાવેલ છે. ઉત્પાદન જેમ જેમ વધે છે. સરેરાશ સ્થિર ખર્ચની રેખા ડાબેથી જમણે ઉપરથી નીચે તરફ જતી ઋણ ઢાળવાળી હોય છે. સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ ઘટે છે પણ તે ક્યારેય શૂન્ય થતું નથી.

5.3.5 સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ : પેઢીના કુલ અસ્થિર ખર્ચને કુલ ઉત્પાદનના પ્રમાણ વડે ભાગતા સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ મળે છે. સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ એ એકમદીઠ અસ્થિર ખર્ચ છે. ઉત્પાદન ચાલુ રાખવું, બંધ કરવું, વધારવું તે અંગેના નિર્ણયો લેવામાં સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ ઉપયોગી પડ્યા છે. આ ખર્ચને શોધવાનું સૂત્ર પૃષ્ઠ 52 મુજબ છે.

$$\text{સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ} = \frac{\text{કુલ અસ્થિર ખર્ચ}}{\text{કુલ ઉત્પાદનના એકમો}}$$

$$AVC = \frac{TVC}{TP} \text{ જેમાં}$$

AVC = સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ (Average Variable Cost)

TVC = કુલ અસ્થિર ખર્ચ (Total Variable Cost)

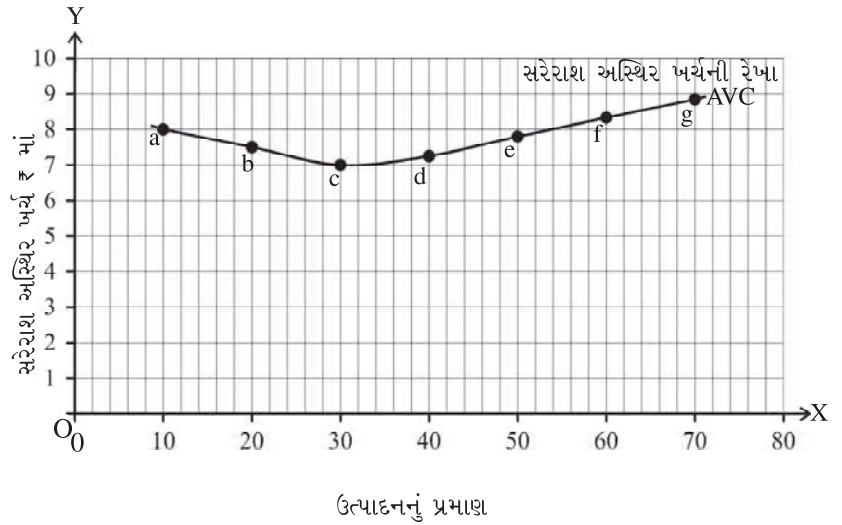
TP = કુલ ઉત્પાદન (Total Production)

એક ઉદાહરણની મદદથી સમજાવે. ધારો કે પેટીનું કુલ અસ્થિર ખર્ચ ₹ 150 છે અને પેટી 20 એકમોનું ઉત્પાદન કરે છે. આ સ્થિતિમાં સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ ઉપરના સૂત્રના આધારે ગણતાં,

$$\text{સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ} = \frac{150}{20} = 7.5 \text{ ₹ પ્રાપ્ત થાય છે.}$$

જેમ જેમ ઉત્પાદન વધે છે તેમ તેમ કુલ અસ્થિર ખર્ચ વધે છે. શરૂઆતમાં ઉત્પાદન વધતા સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ ઘટે છે. ઉત્પાદનનો વધારો ચાલુ રહેતા સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ ન્યૂનતમ થાય છે અને ત્યાર બાદ ઉત્પાદન વધતા સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ વધે છે. એટલે કે તેને ઉત્પાદનના પ્રમાણ સાથે સંબંધ છે તેમ કહેવાય. તે બાબત અનુસૂચિને આકૃતિમાં જોઈ શકાય છે.

ઉત્પાદનનું પ્રમાણ	કુલ અસ્થિર ખર્ચ (₹ માં)	સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ (₹ માં)
10	80	8
20	150	7.5
30	210	7
40	290	7.25
50	390	7.8
60	500	8.33
70	620	8.85



5.5 સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચની આકૃતિ

આકૃતિમાં જોતાં જણાય છે કે, સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચની રેખા શરૂઆતમાં ડાબી બાજુથી જમણી બાજુ ઉપરથી નીચે તરફ જતી એટલે કે ઋણઢાળવાળી હોય છે. જે દર્શાવે છે ઉત્પાદન વધતા સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ શરૂઆતમાં ઘટે છે. પરંતુ 30 એકમો પછી સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ વધવાનું વલણ ધરાવે છે. કારણ કે શરૂઆતમાં વધતી પેદાશ અને ત્યાર બાદ ઘટતી પેદાશનો નિયમ અમલમાં આવે છે તેથી.

5.3.6 સરેરાશ ખર્ચ :

અર્થ : સરેરાશ ખર્ચને સરેરાશ કુલ ખર્ચ તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. સરેરાશ ખર્ચ એ એકમદીઠ ખર્ચ છે. કુલ ખર્ચને ઉત્પાદનના એકમોથી ભાગીને સરેરાશ ખર્ચ મેળવવામાં આવે છે, પરંતુ કુલ ખર્ચ એ કુલ સ્થિર ખર્ચ અને કુલ અસ્થિર ખર્ચનો સરવાળો છે તેથી કુલ સ્થિર ખર્ચ + કુલ અસ્થિર ખર્ચને ઉત્પાદન એકમો વડે ભાગવાથી સરેરાશ ખર્ચ પ્રાપ્ત થાય છે.

$$\text{સરેરાશ ખર્ચ} = \frac{\text{કુલ ખર્ચ}}{\text{કુલ ઉત્પાદન એકમો}}$$

અથવા

$$\text{સરેરાશ ખર્ચ} = \frac{\text{સ્થિર ખર્ચ} + \text{અસ્થિર ખર્ચ}}{\text{કુલ ઉત્પાદન એકમો}}$$

AC = $\frac{TC}{TP}$ જેમાં, AC = સરેરાશ ખર્ચ (Average Cost)

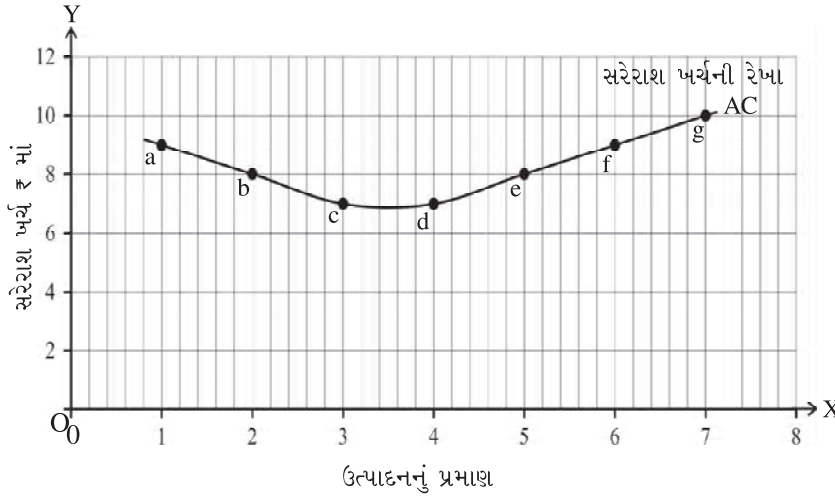
TC = કુલ ખર્ચ (Total Cost)

TP = કુલ ઉત્પાદનનું પ્રમાણ (Total Production)

ઉદાહરણ : એક પેઢીના ખર્ચનાં વલણો નીચેની અનુસૂચિમાં દર્શાવ્યા મુજબના છે :

ઉત્પાદનનું પ્રમાણ (P) એકમમાં	કુલ ખર્ચ (₹ માં) (TC)	સરેરાશ ખર્ચ (₹ માં) (AC)
1	09	09
2	16	08
3	21	07
4	28	07
5	40	08
6	54	09
7	70	10

જેમ જેમ ઉત્પાદનનું પ્રમાણ વધતું જાય છે તેમ તેમ કુલ ખર્ચ વધતું જાય છે. પરંતુ શરૂઆતમાં સરેરાશ ખર્ચ ઘટે છે. પછી સ્થિર થાય છે અને ત્યાર બાદ વધવાનું વલણ ધરાવે છે. ખર્ચનાં આ વલણોને આધારે આકૃતિ દોરવામાં આવે તો તે નીચે મુજબની પ્રાપ્ત થાય છે :



આકૃતિમાં OX ધરી પર ઉત્પાદન અને OY ધરી પર સરેરાશ ખર્ચ દર્શાવવામાં આવેલ છે. શરૂઆતમાં ઉત્પાદન વધતા સરેરાશ ખર્ચ ઘટે છે. અમુક ઉત્પાદન પછી સરેરાશ સ્થિર ખર્ચના ઘટાડાની સરખામણીમાં સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચનો વધારો વધી જાય છે ત્યારે કુલ ખર્ચ વધે છે અને સરેરાશ ખર્ચની રેખા 'U' આકારની બને છે. ટૂંકમાં શરૂઆતમાં સરેરાશ ખર્ચ ઘટે છે. કોઈ એક ઉત્પાદને લઘુત્તમ બને છે ત્યાર બાદ વધે છે માટે સરેરાશ ખર્ચ રેખા U આકાર ધારણ કરે છે.

5.6 સરેરાશ ખર્ચની આકૃતિ

5.3.7 સીમાંત ખર્ચ :

અર્થ : આપણે જાણીએ છીએ કે, ઉત્પાદન વધારવામાં આવતા ખર્ચમાં પણ વધારો થાય છે. કુલ ઉત્પાદનમાં એક એકમનો વધારો અથવા ઘટાડો થવાથી કુલ ઉત્પાદન-ખર્ચમાં જે ફેરફાર થાય તેને સીમાંત ખર્ચ કહે છે. ટૂંકમાં વધારાનું એક એકમ ઉત્પન્ન કરવાથી કુલ ખર્ચમાં થતો ફેરફાર એ સીમાંત ખર્ચ છે.

સૂત્ર અને ઉદાહરણ : આપણે n એકમોના ઉત્પાદન-ખર્ચ અને $n - 1$ એકમોના ઉત્પાદન-ખર્ચના તફાવત દ્વારા સીમાંત ખર્ચ (MC) મેળવવા સંજ્ઞાની રીતે નીચે મુજબ સૂત્ર દર્શાવી શકીએ :

$$MC_n = TC_n - TC_{(n-1)}$$

n = એકમોની સંખ્યા

$$MC_n = n \text{ એકમનો સીમાંત ખર્ચ}$$

$$TC_n = n \text{ એકમનો કુલ ખર્ચ}$$

$$TC_{(n-1)} = (n-1) \text{ એકમનો કુલ ખર્ચ}$$

સૂત્રમાં $n = 3$ મૂકતાં

$$MC_3 = TC_3 - TC_{(3-1)}$$

$$= TC_3 - TC_2$$

$$\text{જ્યાં } TC_3 = 21 \text{ અને } TC_2 = 16 \text{ તેથી}$$

$$MC_3 = 21 - 16$$

$$= 5 \text{ સીમાંત ખર્ચ છે.}$$

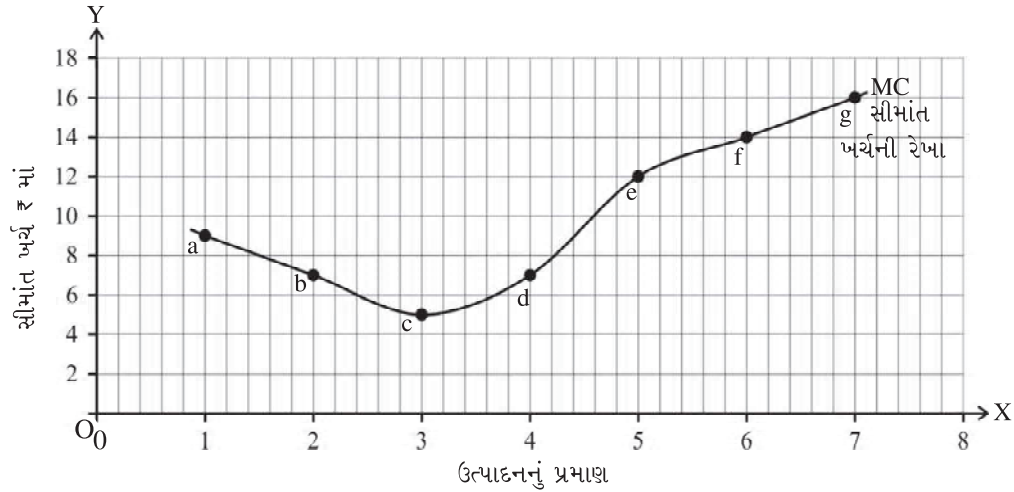
નીચેની અનુસૂચિ મુજબ ત્રીજા એકમના સીમાંત ખર્ચ એ ત્રીજા એકમનો કુલ ખર્ચ અને બીજા એકમના કુલ ખર્ચના તફાવત જેટલો એટલે કે 5 (પાંચ) છે.

યાદ રાખવું જોઈએ કે, સીમાંત ખર્ચ સ્થિર ખર્ચથી સ્વતંત્ર હોય છે. તેથી કહી શકાય સીમાંત ખર્ચ એ અસ્થિર ખર્ચમાં થતાં ફેરફારનું પરિણામ છે. જ્યારે ઉત્પાદન n એકમો પરથી ઘટીને $n - 1$ એકમો થાય છે ત્યારે કુલ અસ્થિર ખર્ચમાં થતા વધારા જેટલો સીમાંત ખર્ચ હોય છે. સીમાંત ખર્ચ ઉત્પાદનમાં ફેરફાર થવાથી કુલ ખર્ચમાં થતા ફેરફાર બરાબર થાય છે.

અનુસૂચિ :

ઉત્પાદનનું પ્રમાણ (P) એકમમાં	કુલ ખર્ચ (TC)	સીમાંત ખર્ચ (MC)
1	09	09
2	16	07
3	21	05
4	28	07
5	40	12
6	54	14
7	70	16

અનુસૂચિમાં દર્શાવ્યા મુજબ ત્રીજા એકમ સુધી ઉત્પાદન વધતા સીમાંત ખર્ચ ઘટે છે. ત્રીજા એકમે સીમાંત ખર્ચ લઘુત્તમ છે ત્યાર પછી સીમાંત ખર્ચમાં સતત વધારો થતો જાય છે. આ વલણ પૃષ્ઠ 55 પરની આકૃતિમાં જોઈ શકાય છે.



5.7 સીમાંત ખર્ચની આકૃતિ

આકૃતિમાં દર્શાવ્યા મુજબ કુલ સરેરાશ ખર્ચની જેમ જ શરૂઆતમાં સીમાંત ખર્ચ ઘટે છે પરંતુ અમુક સમય બાદ તેમાં વધારો થાય છે. કારણ કે ઉત્પાદન વધતા આરંભમાં કુલ અસ્થિર ખર્ચ ઘટતા દરે વધે છે અને અમુક બિંદુ પછી વધતા દરે વધે છે. તેથી શરૂઆતમાં ઉત્પાદન વધતા સીમાંત ખર્ચ ઘટે છે અને અમુક બિંદુ પછી વધે છે. આકૃતિમાં સીમાંત ખર્ચની રેખા ‘હોકી સ્ટીક’ (✓) આકારની હોય છે. ત્રીજા એકમ સુધી સીમાંત ખર્ચ ઘટે છે. તેથી સીમાંત ખર્ચની રેખા ઋણાઢાળની છે. ત્રીજા એકમ પછી ઉત્પાદન વધતા સીમાંત ખર્ચ વધે છે. પરિણામે સીમાંત ખર્ચની રેખા ધનઢાળવાળી બને છે.

5.4 સરેરાશ ખર્ચ અને સીમાંત ખર્ચ વચ્ચેનો સંબંધ (Relationship between Average Cost and Marginal Cost)

ઉત્પાદન-ખર્ચના અભ્યાસમાં સરેરાશ ખર્ચ અને સીમાંત ખર્ચ વચ્ચેના સંબંધોનો અભ્યાસ મહત્વનો ગણાય છે. સરેરાશ ખર્ચ એ એકમદીઠ સરાસરી ઉત્પાદન-ખર્ચ છે અને સીમાંત ખર્ચ એ સીમાંત એકમ ઉત્પન્ન કરવાનું ખર્ચ છે. ઉત્પાદક લાંબા ગાળે ઉત્પાદન ચાલુ રાખવાનો નિર્ણય ત્યારે લેશે કે જ્યારે તેને મળતી વસ્તુની કિંમત સરેરાશ ખર્ચ કરતા વધારે હશે અને ટૂંકા ગાળામાં ઉત્પાદન ચાલુ રાખવાનો નિર્ણય ત્યારે લેશે કે જ્યારે વસ્તુની કિંમત સીમાંત ખર્ચ કરતા વધારે હશે. આમ ઉત્પાદન અંગેના નિર્ણયો લેવામાં સરેરાશ ખર્ચ અને સીમાંત ખર્ચના ખ્યાલો મહત્વના છે. એક ઉદાહરણ અનુસૂચિ અને આકૃતિની મદદથી સરેરાશ ખર્ચ અને સીમાંત ખર્ચના સંબંધને તપાસીએ.

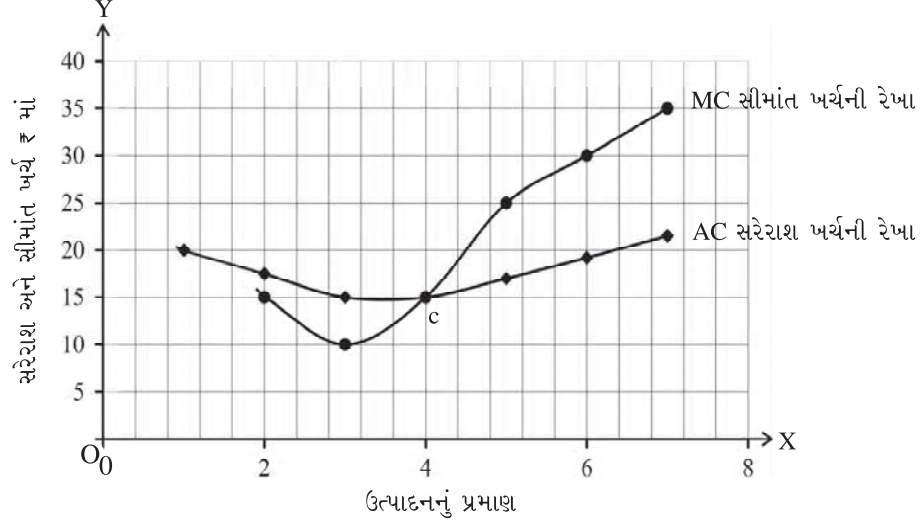
ઉદાહરણ : કોઈ એક પેઢીમાં વસ્તુના ઉત્પાદન માટે સરેરાશ ખર્ચ, સીમાંત ખર્ચ અને કુલ ખર્ચની સ્થિતિ નીચે મુજબની અનુસૂચિમાં દર્શાવ્યા પ્રમાણેની છે :

અનુસૂચિ :

ઉત્પાદન એકમો (P) એકમમાં	કુલ ખર્ચ (રૂ માં) (TC)	સરેરાશ ખર્ચ (રૂ માં) (AC)	સીમાંત ખર્ચ (રૂ માં) (MC)
1	20	20	-
2	35	17.5	15
3	45	15	10
4	60	15	15
5	85	17	25
6	115	19.2	30
7	150	21.5	35

અનુસૂચિમાં દર્શાવ્યા મુજબ જેમ જેમ ઉત્પાદનનું પ્રમાણ વધે છે. શરૂઆતમાં સરેરાશ ખર્ચ અને સીમાંત ખર્ચ બંને ઘટે છે. તેનું કારણ ત્યારે વધતી પેદાશનો નિયમ લાગુ પડે છે તે છે. ઉત્પાદનના ચોથા એકમે સરેરાશ ખર્ચ અને સીમાંત ખર્ચ સરખા થાય છે ત્યારે સરેરાશ ખર્ચ લઘુત્તમ હોય છે. ત્યાર બાદ ઘટતી પેદાશનો નિયમ કામ કરતો હોવાથી સરેરાશ ખર્ચ અને સીમાંત ખર્ચ બંને વધે છે. અનુસૂચિને આકૃતિમાં નીચે મુજબ રજૂ કરી શકાય :

આકૃતિ : આકૃતિમાં OX ધરી પર ઉત્પાદનનું પ્રમાણ અને OY ધરી ઉપર સરેરાશ ખર્ચ અને સીમાંત ખર્ચ દર્શાવવામાં આવેલા છે. આ બંને ખર્ચો વચ્ચેના સંબંધો નીચે મુજબના છે :



5.8 સીમાંત ખર્ચ અને સરેરાશ ખર્ચ વચ્ચેનો સંબંધ

સંબંધો :

5.4.1 સીમાંત ખર્ચ < સરેરાશ ખર્ચ ($MC < AC$) : શરૂઆતમાં સરેરાશ ખર્ચ ઘટે છે ત્યારે સીમાંત ખર્ચ પણ ઘટે છે. પરંતુ સરેરાશ ખર્ચના ઘટાડા કરતા સીમાંત ખર્ચનો ઘટાડો ઝડપી હોવાથી સરેરાશ ખર્ચની રેખા કરતા સીમાંત ખર્ચની રેખા નીચે હોય છે.

5.4.2 સીમાંત ખર્ચ = સરેરાશ ખર્ચ ($MC = AC$) : જ્યારે સરેરાશ ખર્ચ લઘુત્તમ હોય છે ત્યારે સીમાંત ખર્ચની રેખા સરેરાશ ખર્ચની રેખાને નીચેથી છેદીને પસાર થાય છે. એ સમયે સરેરાશ ખર્ચ અને સીમાંત ખર્ચ બંને સરખા થાય છે. સરેરાશ ખર્ચ = સીમાંત ખર્ચ થાય છે.

5.4.3 સીમાંત ખર્ચ > સરેરાશ ખર્ચ ($MC > AC$) : જ્યારે સરેરાશ ખર્ચની રેખાને સીમાંત ખર્ચની રેખા છેદીને પસાર થાય છે. ત્યાર બાદ બંને ખર્ચોમાં વધારો થાય છે એ સમયે સરેરાશ ખર્ચના વધારા કરતા સીમાંત ખર્ચનો વધારો ઝડપી હોય છે માટે સરેરાશ ખર્ચની રેખા કરતા સીમાંત ખર્ચની રેખા આકૃતિમાં ઉપર હોય છે.

5.5 લાંબા ગાળાની સરેરાશ ખર્ચની રેખા (Long Run Average Cost Curve)

પ્રો. બેનહામ જણાવે છે કે, લાંબા ગાળે સ્થિર ખર્ચ અને અસ્થિર ખર્ચ એવું વર્ગીકરણ હોતું નથી. લાંબા ગાળે તો બધા ખર્ચો અસ્થિર જ હોય છે. ટૂંકા ગાળાના ખર્ચનું જે સ્થિર અને અસ્થિર ખર્ચમાં વિભાજન થાય છે તે લાંબા ગાળે અપ્રસ્તુત બને છે. સ્થિર અને અસ્થિર ખર્ચનો તફાવત ટૂંકા ગાળા માટે હોય છે. લાંબા ગાળે ઉત્પાદનનું પ્રમાણ વધારવા માટે પેઢીએ સાધનોનું પ્રમાણ વધારવું પડે છે. સાધનો વધતાં બધા ખર્ચો પણ વધે છે તેથી સ્થિર ખર્ચ હોતું નથી. પેઢી મોટી બને છે. પરિણામે અસ્થિર ખર્ચો ઉત્પાદનની સાથે વધતા જાય છે. એક ઉદાહરણથી સમજીએ પેઢીમાં કામ કરતા કાચમી શ્રમિકને ચૂકવાતું વેતન ટૂંકા ગાળામાં સ્થિર ખર્ચ ગણાય છે. પરંતુ જો બજારમાં વસ્તુની માંગ વધે અને નિયોજકને લાગે કે

આ માંગ કાયમી અથવા લાંબા ગાળા માટે વધી છે તો વધારાના શ્રમિકોને કામ ઉપર રાખે છે. જમીનનો વધારાનો ટુકડો ભાડે અથવા વેચાણથી લઈને પેઢીને મોટી બનાવવામાં આવે છે. આમ લાંબા ગાળે સ્થિર ખર્ચ જેવું કંઈ હોતું નથી. બધા ખર્ચાઓ અસ્થિર બને છે.

5.6 આવકના ખ્યાલો (Concepts of Revenue)

મૂડીવાદી બજાર-વ્યવસ્થામાં ઉત્પાદનનો હેતુ મહત્તમ નફાનો છે. તેથી આવકના ખ્યાલોનું મહત્ત્વ વધારે છે. પેઢીની કુલ આવક તેના કુલ ખર્ચથી વધારે થાય તો પેઢીને નફો મળે છે અને જો પેઢીના નિર્ણયથી પેઢીની કુલ આવક તેના કુલ ખર્ચથી ઓછી થાય તો પેઢીને ખોટનો સામનો કરવો પડે છે. પરંતુ નફાના વિશ્લેષણમાં કુલ આવક કરતા સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવકના ખ્યાલો વધારે મહત્ત્વના બને છે. તેથી આપણે સર્વપ્રથમ કુલ આવક, સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવકના ખ્યાલોને સમજાએ.

5.6.1 કુલ આવક : પેઢી ઉત્પાદન કરેલા એકમોને વેચીને જે નાણાં મેળવે તેને આવક (Revenue) કહેવાય છે. પેઢીની કુલ આવક પેઢીએ તેના વેચાણમાંથી જે આવક મેળવેલી હોય છે તે છે. આ રકમને કુલ આવક અથવા વેચાણ આવક તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. પેઢીની કુલ આવકનો આધાર બે બાબતો ઉપર રહેલો છે : (1) એકમદીઠ કિંમત અને (2) કુલ વેચાણ. જો આ બંને પરિબળ અથવા તેમાંથી કોઈ એક પરિબળ પણ બદલાય તો પેઢીની આવક બદલાય છે. એક ઉદાહરણથી કુલ આવકને સમજાએ. એક પેઢી પેનનું ઉત્પાદન કરે છે અને પેનની બજારકિંમત એકમદીઠ ₹ 50 રાખી હોય અને પેઢીનું કુલ વેચાણ આ કિંમતે 100 એકમનું થતું હોય તો પેઢીની કુલ આવક $100 \times 50 = ₹ 5000$ થશે. કુલ આવક જાણવા નીચેના સૂત્રનો ઉપયોગ થાય છે :

કુલ આવક = વેચાણના એકમો $\times$ વસ્તુની કિંમત

$$TR = Q \times P$$

$$5000 = 100 \times 50$$

$$= ₹ 5000$$

જો વેચાણના એકમો વધે-ઘટે અથવા કિંમત વધે-ઘટે અથવા બંનેમાં ફેરફાર થાય તો પેઢીની કુલ આવકની રકમ બદલાઈ જાય છે.

5.6.2 સરેરાશ આવક : કોઈ એક પેઢીની સરેરાશ આવક તે પેઢીની કુલ આવકને પેઢીના કુલ ઉત્પાદન (વેચાણ) એકમોથી ભાગવાથી મળે છે. એટલે કે,

$$\text{સરેરાશ આવક} = \frac{\text{કુલ આવક}}{\text{કુલ વેચાણ}}$$

$$AR = \frac{TR}{Q} \text{ જેમાં, } AR = \text{સરેરાશ આવક}$$

$$TR = \text{કુલ આવક}$$

$$Q = \text{વેચાણ થતી વસ્તુના એકમો}$$

ઉદાહરણ દ્વારા સમજાએ. પેઢીએ પેનનું વેચાણ 1000 એકમોનું કર્યું છે અને પેઢીની કુલ વેચાણ-આવક ₹ 50,000 છે. સૂત્ર પ્રમાણે મૂકીએ તો, $\frac{50000}{1000} = ₹ 50$ એ સરેરાશ આવક છે. એટલે કે પેનના એક એકમદીઠ થતી આવક એ સરેરાશ આવક છે. સામાન્ય રીતે પેઢી બધા એકમોનું વેચાણ એકસરખી કિંમતે કરે છે તો સરેરાશ આવક કિંમત જેટલી હોય છે. એવું માની લેવામાં

આવે છે. જો કિંમત અને સરેરાશ આવક સરખા હોય તો ઉત્પાદક માટેની તેની વસ્તુની માંગરેખા એ જ એના માટે સરેરાશ આવકની રેખા છે. માંગરેખા જુદી જુદી કિંમતે ગ્રાહકો વસ્તુના કેટલા એકમો ખરીદવા તૈયાર છે તે બતાવે છે જ્યારે સરેરાશ આવક-રેખા વસ્તુના વેચાણના જુદા જુદા પ્રમાણ સાથે સંકળાયેલી સરેરાશ આવક દર્શાવે છે. આપણે એ યાદ રાખવું ઘટે કે, ઉત્પાદકની દૃષ્ટિએ જે સરેરાશ આવક છે તે જ ગ્રાહકની દૃષ્ટિએ કિંમત છે.

5.6.3 સીમાંત આવક : પેઢીની સરેરાશ આવક એ વસ્તુની એકમદીઠ વેચાણ-આવક છે. જ્યારે સીમાંત આવક વસ્તુના વધારાના એકમનું વેચાણ કરીને મેળવવામાં આવતી આવક છે. વસ્તુના વધારાના એક એકમના વેચાણના પરિણામે પેઢીની કુલ વેચાણ-આવકમાં જે વધારો થાય છે તેને સીમાંત આવક કહેવામાં આવે છે. એક ઉદાહરણ દ્વારા સમજાવે. પેઢી 1000 પેનનું વેચાણ કરીને ₹ 50,000 મેળવતી હોય. હવે પેઢી 1001મા પેનના એકમનું વેચાણ કરે છે અને પેઢીની કુલ આવક ₹ 50,045 થાય છે તો પેઢીની આવકમાં જે ₹ 45નો વધારો થયો તે સીમાંત આવક છે. આમ, વસ્તુના વધારાના એકમના વેચાણથી પેઢીની આવકમાં જે વધારો થયો છે તે સીમાંત આવક છે. સૂત્ર અથવા સમીકરણમાં સીમાંત આવકને નીચે મુજબ મૂકી શકાય :

$$MR_n = R_n - R_{(n-1)}$$

જ્યાં, MR = સીમાંત આવક

n = વેચાણ એકમોની સંખ્યા

R_n = n એકમોના વેચાણથી થતી આવક

$R_{(n-1)}$ = $(n-1)$ એકમોના વેચાણથી થતી આવક

આગળ જણાવેલા ઉદાહરણમાં ઉત્પાદક અથવા વેચનાર પેનના 1000 એકમો ₹ 50ની એકમ દીઠ કિંમતે વેચે છે ત્યારે કુલ આવક 50,000 ₹ થાય છે. હવે પેનના 1001 એકમ વેચવાથી તેની કુલ આવક ₹ 50,045 થાય, તો સીમાંત આવક સૂત્ર દ્વારા નીચે મુજબ મેળવી શકાય :

અહીંયાં $n = 1001$ અને

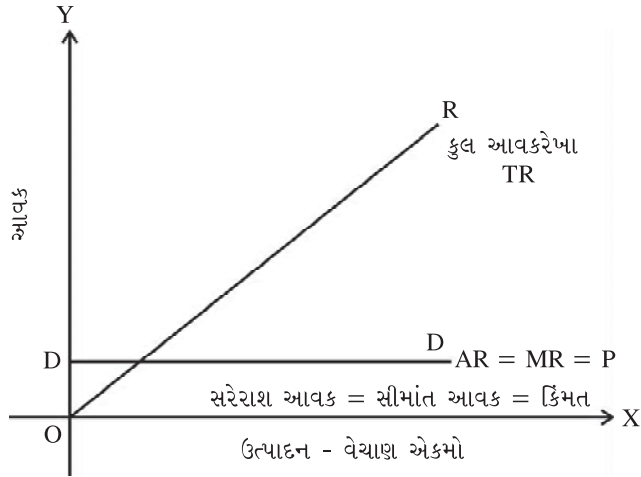
જેથી $(n-1) = 1000$

$$\begin{aligned} MR_n &= R_n - R_{(n-1)} \\ &= 50,045 - 50,000 \\ &= ₹ 45 \text{ એ સીમાંત આવક છે.} \end{aligned}$$

5.7 પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં કુલ આવક, સીમાંત આવક અને સરેરાશ આવક (Total Revenue, Marginal Revenue and Average Revenue under Perfectly Competitive Market)

પૂર્ણ હરીફાઈવાળું બજાર એવું બજાર છે જેમાં પેઢી બજારમાં પ્રવર્તમાન કિંમતને સ્વીકારીને વસ્તુનું વેચાણ કરે છે. પૂર્ણ હરીફાઈમાં સમાનગુણી અને એકરૂપ વસ્તુના અસંખ્ય વેચનારા અને ખરીદનારા હોય છે. વેચનાર અને ખરીદનારને બજારની પરિસ્થિતિનું સંપૂર્ણ જ્ઞાન હોય છે. કિંમત માંગ અને પુરવઠા દ્વારા નક્કી થાય છે અને પેઢી નક્કી થયેલી કિંમતે વેચાણ કરે છે. કોઈ પેઢી કિંમત ઉપર અસર કરી શકતી નથી. તેથી કિંમત નિશ્ચિત અને સ્થિર હોય છે.

પૂર્ણ હરીફાઈમાં પેઢી દ્વારા વેચવામાં આવતી વસ્તુની કિંમત અને પેઢીની સરેરાશ આવક તેમજ સીમાંત આવક સરખી હોય છે. (કિંમત (P) = AR = MR) જો વસ્તુની કિંમત ₹ 50 હોય તો પેઢીની સરેરાશ આવક પણ ₹ 50 અને સીમાંત આવક પણ ₹ 50 રહે છે. પરિણામે પેઢીની સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવકની રેખા એક જ રહેવાની જે આકૃતિમાં પાયાની ધરીને સમાંતર DD રેખા દ્વારા જોઈ શકાય છે.



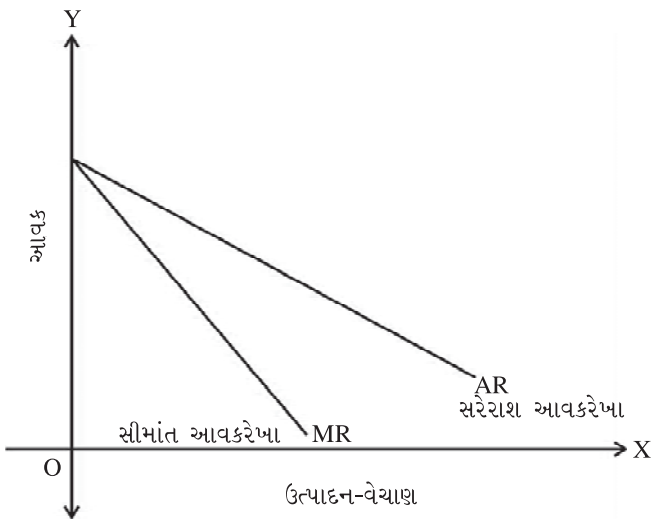
5.9 પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં આવકરેખા

(ઉદ્ગમ બિંદુ)એ 45° ના ખૂણે રહેલી છે. આ રેખા દર્શાવે છે કે, વસ્તુનું વેચાણ વધતા સપ્રમાણ દરે કુલ આવક વધે છે. તેથી આ રેખાનો ઢોળાવ હકારાત્મક અને સપ્રમાણ છે.

5.8 અપૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારોમાં કુલ આવક, સીમાંત આવક અને સરેરાશ આવક (Total Revenue, Marginal Revenue and Average Revenue under Imperfectly Competitive Market)

પૂર્ણ હરીફાઈ ન હોય તેવી બજારની સ્થિતિમાં ઈજારો, ઈજારાયુક્ત હરીફાઈ, અલ્પહસ્તક ઈજારો અને દ્વિહસ્તક ઈજારો વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. સામાન્ય રીતે આવા બજારમાં ખાસ કરીને ઈજારા અને ઈજારાયુક્ત હરીફાઈવાળા બજારમાં ઉત્પાદકે વસ્તુનું વધુ વેચાણ કરવા માટે એટલે કે પોતાની વસ્તુની માંગ વધારવા માટે કિંમત ઘટાડવી પડે છે. વેચાણમાં વધારો થતાં પેઢીની કુલ આવક ઘટતા દરે વધે છે. પરિણામે સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવકમાં તફાવત સર્જાય છે. કિંમત ઘટતી હોવાથી સરેરાશ આવકરેખા (માંગરેખા) નીચે તરફ ઢળતી હોય છે. વધુ વેચાણ માટે કિંમતનો ઘટાડો અનિવાર્ય હોવાથી સીમાંત આવક પણ ઘટે છે.

વસ્તુની કિંમત ઘટતા સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક પણ ઘટે છે. પરંતુ સરેરાશ આવકના ઘટાડા કરતા સીમાંત આવકનો ઘટાડો ઝડપી હોવાથી સરેરાશ આવકની રેખા કરતા સીમાંત આવકની રેખા નીચે હોય છે જે આકૃતિમાં જોઈ શકાય છે :



5.10 પૂર્ણ હરીફાઈ સિવાયના બજારમાં આવકની રેખા

આકૃતિમાં પેઢીની આવકરેખાઓ દર્શાવવામાં આવી છે. તેમાં ત્રણ બાબતો જોઈ શકાય છે :
(1) પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં પેઢીની સીમાંત આવક અને સરેરાશ આવક સ્થિર અને એકસમાન હોવાથી એક જ રેખા DD દ્વારા દર્શાવી શકાય છે. DD રેખા ઉપરનાં બિંદુઓ સરેરાશ આવક = સીમાંત આવક દર્શાવે છે. (2) સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક OX ધરીને સમાંતર એક જ રેખા DD પર દર્શાવેલ છે. કારણ કે સરેરાશ આવકરેખા અને સીમાંત આવકરેખા એકમેકમાં ભળી જાય છે. આ રેખાનો ઢાળ શૂન્ય છે. (3) કુલ આવકરેખા OR જમણી બાજુ ઉપર તરફ જતી રેખા છે જે O બિંદુ

આકૃતિમાં સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવકની રેખા ડાબી બાજુથી જમણી બાજુ ઉપરથી નીચે તરફ ઢળતી દર્શાવેલી છે. વેચાણ વધારવા કિંમત ઘટાડવી પડતી હોવાથી સરેરાશ આવક (કિંમત) કરતા સીમાંત આવક વધુ ઝડપથી ઘટે છે. માટે આકૃતિમાં સરેરાશ આવકરેખા (AR) કરતા સીમાંત આવક (MR) રેખા નીચે છે તે દર્શાવે છે કે વેચાણ વધતા સરેરાશ આવક (કિંમત)માં થતા ઘટાડા કરતા સીમાંત આવકમાં થતો ઘટાડો વધારે છે. સરેરાશ આવક કરતા સીમાંત આવક વધુ ઝડપથી ઘટવાનું કારણ એ છે કે, વધારાનું એકમ વેચવા માટે કિંમતમાં જે ઘટાડો કરવામાં આવે છે તે અગાઉના એકમોને પણ લાગુ પડે છે.

1. નીચેના પ્રશ્નોના જવાબનો સાચો વિકલ્પ પસંદ કરી લખો :

- (1) સરેરાશ ખર્ચની રેખાનો આકાર કેવો હોય છે ?
 (A) હોકીસ્ટિક (B) U (C) V (D) ચોરસ
- (2) કયા ખર્ચને માપી શકાતો નથી ?
 (A) વાસ્તવિક ખર્ચ (B) નાણાકીય ખર્ચ (C) વૈકલ્પિક ખર્ચ (D) લાંબા ગાળાનો ખર્ચ
- (3) ઉત્પાદનનું પ્રમાણ શૂન્ય હોય ત્યારે પણ આ ખર્ચ હકારાત્મક હોય છે.
 (A) નાણાકીય ખર્ચ (B) સરેરાશ ખર્ચ (C) અસ્થિર ખર્ચ (D) સ્થિર ખર્ચ
- (4) કયા ખર્ચને ઉત્પાદનના પ્રમાણ સાથે સીધો સંબંધ છે ?
 (A) સ્થિર ખર્ચ (B) અસ્થિર ખર્ચ (C) સરેરાશ ખર્ચ (D) સીમાંત ખર્ચ
- (5) કયા બજારમાં સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક સરખા હોય છે ?
 (A) પૂર્ણ હરીફાઈ (B) ઈજારો (C) ઈજારાયુક્ત હરીફાઈ (D) અલ્પહસ્તક ઈજારો
- (6) સ્થિરખર્ચ રેખાનો ઢાળ કેવો હોય છે ?
 (A) ઋણ ઢાળ (B) ધન ઢાળ (C) X ધરીને સમાંતર (D) Y ધરીને સમાંતર

2. નીચેના પ્રશ્નોના એક વાક્યમાં જવાબ આપો :

- (1) ઉત્પાદન વધે ત્યારે સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ કેમ વધે છે ?
- (2) સીમાંત ખર્ચ જાણવાનું સૂત્ર આપો.
- (3) સ્થિર ખર્ચ એટલે શું ? સ્થિર ખર્ચની રેખા કેવી હોય છે ?
- (4) આવકના કયા ખ્યાલને કિંમત કહી શકાય ?
- (5) સીમાંત આવક કોને કહેવાય ?
- (6) ટૂંકો ગાળો એટલે શું ?
- (7) વૈકલ્પિક ખર્ચ એટલે શું ?
- (8) નાણાકીય ખર્ચ કોને કહેવાય ?
- (9) સીમાંત આવક કરતા સીમાંત ખર્ચ ઓછો હોય ત્યારે પેઢીને શું મળે છે ?
- (10) વાસ્તવિક ખર્ચ એટલે શું ?

3. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો :

- (1) સમયનો ટૂંકો ગાળો એટલે શું ?
- (2) સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ એટલે શું ? ઉદાહરણ આપો.
- (3) 'લાંબે ગાળે બધા ખર્ચાઓ અસ્થિર બની જાય છે.' સમજાવો.
- (4) કુલ ખર્ચ અને કુલ આવકનો અર્થ આપો.
- (5) પૂર્ણ હરીફાઈ સિવાયના બજારમાં આવકની રેખા શા માટે નીચે તરફ ઢળતી હોય છે ?

4. નીચેના પ્રશ્નોના મુદ્દાસર જવાબ આપો :

- (1) સ્થિર ખર્ચનો અર્થ આપી આકૃતિ દ્વારા તેની સમજૂતી આપો.
- (2) અસ્થિર ખર્ચનો અર્થ આપી આકૃતિ દ્વારા તેની સમજૂતી આપો.
- (3) વૈકલ્પિક ખર્ચના માપનની મુશ્કેલીઓ જણાવો.

5. નીચેના પ્રશ્નોના વિસ્તારપૂર્વક જવાબ આપો :

- (1) ઉત્પાદન-ખર્ચના વિવિધ ખ્યાલોની સમજૂતી આપો.
- (2) સરેરાશ ખર્ચ અને સીમાંત ખર્ચ વચ્ચેના સંબંધો આકૃતિ દ્વારા સમજાવો.
- (3) પૂર્ણ હરીફાઈવાળા બજારમાં સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક આકૃતિ દ્વારા સમજાવો.
- (4) પૂર્ણ હરીફાઈ સિવાયના બજારમાં સરેરાશ આવક અને સીમાંત આવક આકૃતિ દ્વારા સમજાવો.

પારિભાષિક શબ્દો

પેઢી (Firm)	: વસ્તુ કે સેવાનું ઉત્પાદન કરતું એકમ એટલે પેઢી. પેઢી એવું આર્થિક એકમ છે, જે મહત્તમ નફાના હેતુથી ઉત્પાદન કે વેચાણની પ્રવૃત્તિ કરે છે.
ઉત્પાદન-ખર્ચ (Cost of Production)	: ચીજવસ્તુઓ અને સેવાઓનું ઉત્પાદન કરવા માટે નાણાંના સ્વરૂપમાં જે ખર્ચ કરવામાં આવે છે તે ઉત્પાદન-ખર્ચ છે.
વાસ્તવિક ખર્ચ (Real Cost)	: ઉત્પાદન-પ્રક્રિયા દરમિયાન ઉત્પાદન-સાધનના માલિકોને (શ્રમિકો, મૂડીપતિ, જમીનના માલિક, નિયોજક) જે થાક, કંટાળો, દુઃખ, ત્યાગ, અસંતોષનો અનુભવ કરવો પડે છે તે વાસ્તવિક ખર્ચ છે, જે માપવું મુશ્કેલ હોય છે.
નાણાકીય ખર્ચ (Monetary Cost)	: નિયોજક કોઈ વસ્તુનું ઉત્પાદન કરવામાં જે નાણાકીય ચૂકવણીઓ કરે છે તે નાણાકીય ખર્ચ છે. ઉત્પાદન માટે નાણાંના સ્વરૂપમાં થતા તમામ ખર્ચો નાણાકીય ખર્ચ છે.
વૈકલ્પિક ખર્ચ (Opportunity Cost)	: પસંદ કરેલ વિકલ્પ માટે જતો કરવો પડતો શ્રેષ્ઠ વિકલ્પ એ વૈકલ્પિક ખર્ચ છે. એક વસ્તુનું ઉત્પાદન કરવા જતા બીજી વસ્તુનું ઉત્પાદન થઈ શકતું નથી, તેથી જેનું ઉત્પાદન નથી થતું તેટલા મૂલ્યની રકમ ગુમાવવી પડે છે તે વૈકલ્પિક ખર્ચ છે.
સ્થિર ખર્ચ (Fixed Cost)	: ઉત્પાદન વધતા-ઘટતા કે શૂન્ય થતા જે ખર્ચમાં કોઈ ફેરફાર ન થાય તેને સ્થિર ખર્ચ કહે છે. આ ખર્ચને ઉત્પાદનના પ્રમાણ સાથે સંબંધ હોતો નથી.
અસ્થિર ખર્ચ (Variable Cost)	: ઉત્પાદનનું પ્રમાણ બદલાતા જે ખર્ચ બદલાય છે તે અસ્થિર ખર્ચ છે. ઉત્પાદન વધતા ખર્ચ વધે ઉત્પાદન ઘટતા ખર્ચ ઘટે અને ઉત્પાદન શૂન્ય થતા ખર્ચ પણ શૂન્ય થાય તેવો ખર્ચ અસ્થિર ખર્ચ છે. આ ખર્ચને ઉત્પાદનના પ્રમાણ સાથે સીધો સંબંધ હોય છે.
કુલ ખર્ચ (Total Cost)	: કુલ સ્થિર ખર્ચ અને કુલ અસ્થિર ખર્ચનો સરવાળો કુલ ખર્ચ છે.

સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ (Average Fixed Cost)	: નિશ્ચિત ઉત્પાદનની સપાટીએ કુલ સ્થિર ખર્ચને કુલ ઉત્પાદિત એકમો વડે ભાગવાથી જે ખર્ચ મળે છે તે સરેરાશ સ્થિર ખર્ચ છે.
સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ (Average Variable Cost)	: નિશ્ચિત ઉત્પાદનની સપાટીએ કુલ અસ્થિર ખર્ચને કુલ ઉત્પાદિત એકમો વડે ભાગવાથી જે ખર્ચ મળે છે તે સરેરાશ અસ્થિર ખર્ચ છે.
સરેરાશ ખર્ચ (Average Cost)	: કુલ ખર્ચને ઉત્પાદનના કુલ એકમો વડે ભાગવાથી જે ખર્ચ પ્રાપ્ત થાય છે તેને સરેરાશ કુલ ખર્ચ કહે છે. સરેરાશ ખર્ચ એકમદીઠ ખર્ચ છે.
સીમાંત ખર્ચ (Marginal Cost)	: કુલ ઉત્પાદનમાં એક એકમનો વધારો અથવા ઘટાડો થવાથી કુલ ઉત્પાદન-ખર્ચમાં જે ફેરફાર થાય છે તે સીમાંત ખર્ચ છે.
આવક (Revenue)	: પેઢી ઉત્પન્ન કરેલા એકમોને વેચીને જે નાણાં મેળવે તેને આવક (Revenue) કહેવામાં આવે છે.
કુલ આવક (Total Revenue)	: પેઢીએ તેના બધા જ એકમોના વેચાણમાંથી જે આવક મેળવી હોય તેને કુલ આવક કહેવાય છે.
સરેરાશ આવક (Average Revenue)	: પેઢીની કુલ આવકને પેઢીના વેચાણ એકમોથી ભાગવાથી મળતી આવક એ સરેરાશ આવક છે. વસ્તુના એક એકમદીઠ થતી વેચાણ-આવક એ સરેરાશ આવક છે.
સીમાંત આવક (Marginal Revenue)	: વસ્તુના વધારાના એક એકમના વેચાણના પરિણામે પેઢીની કુલ વેચાણ-આવકમાં જે વધારો થાય છે તે સીમાંત આવક છે.
ટૂંકો ગાળો (Short Run)	: ટૂંકો ગાળો એટલે સમયનો એવો ગાળો જે ગાળા દરમિયાન યંત્રો-પ્લાન્ટ જેવાં સાધનો સ્થિર રહે છે એટલે કે તેમાં વધારો કરી શકાતો નથી.
લાંબો ગાળો (Long Run)	: લાંબો ગાળો એટલે સમયનો એવો ગાળો જે ગાળા દરમિયાન યંત્રો, પ્લાન્ટ જેવાં સાધનોમાં ફેરફાર કરી શકાય છે.

●

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

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 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.

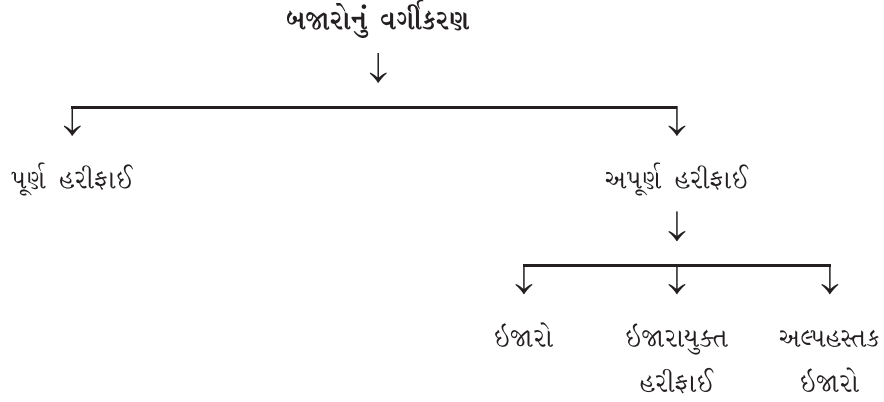
બજારોનું આ વર્ગીકરણ ભૌગોલિક રીતે ચુસ્ત(જડ) રહ્યું નથી. કારણ કે વૈજ્ઞાનિક શોધખોળો, વાહન-વ્યવહાર અને સંદેશા-વ્યવહારની સગવડતાઓ, ફ્રિજ અને કોલ્ડ સ્ટોરેજની સગવડતાઓને કારણે બજારોના વર્ગીકરણમાં ફેરફાર થઈ શકે છે. એકની એક જ વસ્તુ પ્રાદેશિક બજારની પણ હોઈ શકે તે જ વસ્તુ રાષ્ટ્રીય બજારની પણ હોઈ શકે.

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 મહત્ત્વની 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 મહત્ત્વની 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, ઇજારો, ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ અને અલ્પહસ્તક ઇજારો 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 ઇજારો, ઇજારાયુક્ત હરીફાઈ અને અલ્પહસ્તક ઇજારાવાળાં 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 બજારકિંમતને 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 બજારકિંમત 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 કિંમત ઉપર પોતાનો પ્રભાવ પાડી શકતો નથી.

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