214hi12

12

बाजार

हमने पिछले अध्याय में, उत्पादन तथा उत्पादन के साधनों के बारे में अध्ययन किया। उत्पादन के साधनों के संयुक्त प्रयत्नों द्वारा जिन वस्तुओं का उत्पादन किया जाता है उन्हें बाजार में बेचने के लिये रखा जाता है। जब भी कभी हम कोई वस्तु चाहते हैं, हम बाजार जाते हैं और उस वस्तु को क्रय कर लेते हैं। ये वस्तुएं साबुन, शैम्पू, कपड़े तथा इसी प्रकार की अन्य वस्तुएं हो सकती हैं।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आपः

- बाजार का अर्थ समझ पायेंगे;
- बाजार की संरचना को समझ पायेंगे;
- वितरण के माध्यमों के आधार पर बाजारों में भेद कर पायेंगे;
- 'ऑन लाइन' बाजार का अर्थ समझ पायेंगे।

12.1 बाजार का अर्थ

साधारणतया, बाजार से अभिप्राय किसी स्थान से होता है जहां वस्तुओं का क्रय-विक्रय होता है जैसे - बिग बाजार, देहली में चांदनी चौक, मुम्बई में फैशन स्ट्रीट आदि। बाजार किसी विशेष स्थान तक सीमित नहीं होना चाहिए। अर्थशास्त्र में क्रेताओं तथा विक्रेताओं के व्यक्तिगत सम्पर्क के बिना भी बाजार का अस्तित्व हो सकता है। इस प्रकार **"बाजार से अभिप्राय किसी दिये गये क्षेत्र में उस व्यवस्था से है जिसके द्वारा वस्तुओं के क्रय-विक्रय के लिये क्रेता तथा विक्रेता प्रत्यक्ष अथवा अप्रत्यक्ष रूप से सम्पर्क में आते हैं।"** परिभाषा इंगित करती है कि बाजार के लिए सम्मुख सम्पर्क आवश्यक नहीं है। क्रेता तथा विक्रेता अप्रत्यक्ष रूप से प्रतिनिधियों, टेलीफोन, मोबाइल अथवा इन्टरनेट के माध्यम से भी अपने व्यापार को चला सकते हैं। जिस भी प्रकार क्रेता और विक्रेता सम्पर्क में आएें, वे ऐसा वस्तुओं और सेवाओं का मुद्रा के लिये विनिमय करते हैं। इस प्रक्रिया में, जिन वस्तुओं और सेवाओं का व्यापार किया जाता है उन वस्तुओं और सेवाओं की कीमत तथा मात्रा का निर्धारण भी हो जाता है।

इस प्रकार, बाजार एक ऐसी यंत्रकला अथवा प्रणाली है जिसके द्वारा क्रेता तथा विक्रेता किसी वस्तु अथवा सेवा की कीमत तथा मात्रा के निर्धारण के लिये सम्पर्क में आते हैं।

बाजार की मुख्य विशेषताएं

उपर्युक्त परिभाषा के अनुसार बाजार की निम्नलिखित विशेषताएं होती हैः

1. **वस्तु** अर्थात कोई वस्तु होनी चाहिए जिसकी मांग की जा रही है तथा जिसका विक्रय हो रहा है।
2. **क्रेता तथा विक्रेता** अर्थात वस्तु के क्रेता तथा विक्रेता होने चाहिए।
3. **सम्पर्क** अर्थात क्रेताओं तथा विक्रेताओं के बीच सम्पर्क होना चाहिए।

पाठगत प्रश्न 12.1

रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिएः

1. बाजार का अस्तित्व वहां होता है जहां क्रेताओं तथा विक्रेताओं के बीच .... हो।
2. क्रय तथा विक्रय .... में होता है।
3. .... तथा .... की प्रक्रिया बाजार में साथ-साथ होती है।
4. बाजार में क्रेता तथा विक्रेताओं का अस्तित्व, उनके बीच सम्पर्क तथा .... होते हैं।

12.2 बाजार की संरचना

बाजार की संरचना से हमारा अभिप्राय बाजार में उत्पाद की प्रकृति, विक्रेताओं व क्रेताओं की संख्या आदि से है। इस आधार पर हम बाजार के दो चरम रूप दे सकते हैं:

1. एकाधिकारी बाजार
2. पूर्ण प्रतियोगी बाजार

12.2.1 एकाधिकार

'Monopoly' शब्द की उत्पति दो ग्रीक शब्दों 'MONOS' तथा 'POLUS' से हुई है। 'Monos' का अर्थ है एक तथा 'Polus' का अर्थ है विक्रेता। इसलिए 'Monopoly' शब्द का अर्थ है - एक विक्रेता। **एकाधिकार बाजार की ऐसी संरचना है जिसमें किसी वस्तु का समस्त उत्पादन करने वाली एक ही फर्म होती है तथा एकाधिकारी द्वारा बेची जाने वाली वस्तु की कोई निकट स्थानापन्न वस्तु नहीं होती है।** इसलिए ऐसे बाजार में प्रतियोगिता का अभाव होता है। इस प्रकार के बाजार

में विक्रेता को किसी प्रतियोगिता का सामना नहीं करना पड़ता क्योंकि उसके द्वारा बेची जाने वाली वस्तु के अन्य विक्रेता हैं ही नहीं। विक्रेता अपनी वस्तु की अधिक कीमत वसूल करने की स्थिति में होता है जो उपभोक्ताओं के प्रत्युत्तर पर निर्भर करती है। उदाहरणार्थः परमाणु ऊर्जा, रक्षा, सार्वजनिक जल-आपूर्ति, रेलवे आदि में भारत सरकार का एकाधिकार है।

एकाधिकार की विशेषताएं

(i) **एक फर्मः** एकाधिकारी वस्तु का अकेला उत्पादक होता है। उसका कोई प्रतियोगी नहीं होता है। वही एक अकेला विक्रेता होता है जो अपनी वस्तु से बाजार पर नियंत्रण करता है।

(ii) **वस्तु का कोई निकट स्थानापन्न न होना :** एकाधिकार द्वारा उत्पादित वस्तु के निकट स्थानापन्न नहीं होते हैं। निकट स्थानापन्न से अभिप्राय उसी प्रयोग में आने वाली अन्य समान वस्तुओं से है। एकाधिकारी किसी विशेष बाजार में वस्तु की समस्त मात्रा का उत्पादन करता है।

(iii) **कीमत निर्धारक :** बाजार में वस्तु का अकेला विक्रेता होने के कारण एकाधिकारी वस्तु की कीमत स्वयं निश्चित करता है क्योंकि उसकी कीमत को चुनौती देने वाला कोई नहीं होता। एकाधिकारी कीमत निर्धारक होता है। इससे अभिप्राय यह नहीं है कि एकाधिकारी कीमत तथा मांगी गई मात्रा दोनों को निश्चित कर सकता है। यदि वह ऊँची कीमत निश्चित करता है तो वस्तु की कम मात्रा की मांग होगी।

(iv) **नई फर्म के प्रवेश पर रोक :** नई फर्मों के लिये बाजार में प्रवेश कर अकेले विक्रेता से प्रतियोगिता करना सम्भव नहीं होता है। अकेला विक्रेता अथवा फर्म होने के कारण, एकाधिकार में फर्म तथा उद्योग में कोई भेद नहीं होता है।

(v) एकाधिकारी का **उद्देश्य लाभ अधिकतम** करना होता है।

12.2.2 पूर्ण प्रतियोगी बाजार अथवा पूर्ण प्रतियोगिता

बाजार की एक अन्य चरम स्थिति को पूर्ण प्रतियोगी बाजार अथवा पूर्ण प्रतियोगिता कहते हैं।

पूर्ण प्रतियोगिता की विशेषताएं

(i) **विक्रेताओं एवं क्रेताओं की बड़ी संख्या :** एकाधिकारी बाजार के विपरीत, पूर्ण प्रतियोगी बाजार में बड़ी संख्या में क्रेताओं को वस्तु का विक्रय करने विक्रेता भी बड़ी संख्या में होते हैं।

(ii) **अकेला उत्पाद :** पूर्ण प्रतियोगिता में केवल एक उत्पाद का ही विक्रय होता है। इससे अभिप्राय है कि सभी विक्रेता क्रेताओं को समान प्रकार के उत्पाद का विक्रय करते हैं। इसलिये उत्पाद पूर्ण स्थानापन्न होते हैं।

(iii) **प्रवेश व बहिर्गमन की स्वतंत्रता :** पूर्ण प्रतियोगिता में किसी नई फर्म अथवा उत्पादक के वस्तु के विक्रय के लिये बाजार में प्रवेश पर कोई प्रतिबंध नहीं होता है। इसी प्रकार से यदि कोई विद्यमान विक्रेता विक्रय नहीं करना चाहता तो वह ऐसा करने के लिये स्वतंत्र होता है और वह बाजार से बहिर्गमन कर सकता है।

(iv) प्रत्येक विक्रेता अधिकतम लाभ कमाना चाहता है।

(v) सरकार की भूमिका विक्रेताओं को संरक्षण प्रदान करना होती है तथा यह व्यवसाय में हस्तक्षेप नहीं करती है।

(vi) पूर्ण प्रतियोगिता में विक्रेताओं तथा क्रेताओं को उत्पाद के विषय में पूर्ण जानकारी होती है।

(vii) उत्पादन के साधनों जैसे श्रम आदि पर एक उत्पादन इकाई से दूसरी उत्पादन इकाई में कार्य करने के लिये जाने पर कोई प्रतिबन्ध नहीं होता।

वास्तविक विश्व की स्थिति में बाजार की संरचना

वास्तविक विश्व में एकाधिकार अथवा पूर्ण प्रतियोगिता की स्थिति देखने को नहीं मिलती। विधि अनुसार निजी एकाधिकार की अनुमति नहीं है। केवल सरकार का एकाधिकार ही अस्तित्व में रहता है। आजकल बाजार एक ही प्रकार की वस्तुओं की अनेक किस्मों से भरा पड़ा है इसलिए वास्तव में पूर्ण प्रतियोगिता भी अस्तित्व में नहीं होती है। 'साबुन' - जो स्नान करने अथवा हाथ धोने के लिये होता है, का उदाहरण लीजिये। पूर्ण प्रतियोगिता में यह आशा की जाती है कि अनेक विक्रेताओं के द्वारा केवल एक प्रकार के साबुन का ही विक्रय किया जाएगा। परन्तु वास्तव में विभिन्न फर्मों द्वारा विक्रय किये जाने वाले तथा विभिन्न ब्राण्ड के साबुन जैसे लक्स, डव, लिरिल, गोदरेज, नीम, मैसूर सन्दल, जान्सन, हमाम, डिटॉल, लाइफबाय आदि हमें बाजार में उपलब्ध होते हैं। इनका उपयोग समान उद्देश्य के लिये अर्थात स्नान करने के लिये किया जाता है, परन्तु वे रंग, पैकिंग, सुगंध आदि में भिन्न होते हैं। सभी विक्रेता अपने साबुन के विक्रय के लिये विज्ञापन आदि पर भारी व्यय करते हैं। पूर्ण प्रतियोगिता के विपरीत जहाँ एक वस्तु को बिना विज्ञापन के बेचने वाले अनेक विक्रेता होते हैं, इस स्थिति में किसी विशेष वस्तु को बेचने वाले अनेक विक्रेता होते हैं जो वस्तु की विभिन्न किस्मों को बेचते हैं। इसलिए हम नहीं कह सकते कि इस प्रकार का बाजार पूर्णप्रतियोगी बाजार है। इस प्रकार के बाजार को एकाधिकारी प्रतियोगिता अथवा अपूर्ण प्रतियोगिता कहते हैं।

पाठगत प्रश्न 12.2

1. एकाधिकार से क्या अभिप्राय है?
2. भारत में एकाधिकार के दो उदाहरण लिखो।
3. एकाधिकार में फर्म तथा उद्योग में भेद क्यों नहीं होता है?
4. एकाधिकारी फर्म कीमत निर्धारक होती है अथवा कीमत स्वीकारक?
5. पूर्ण प्रतियोगिता में 'प्रवेश की स्वतंत्रता' से आपका क्या अभिप्राय है?

6. हाँ अथवा नहीं लिखिए :
   (क) पूर्ण प्रतियोगिता में केवल एक विक्रेता होता है।
   (ख) पूर्ण प्रतियोगिता में भिन्न-भिन्न वस्तुओं का विक्रय होता है।
   (ग) पूर्ण प्रतियोगिता में उत्पादन में सरकार हस्तक्षेप करती है।
   (घ) पूर्ण प्रतियोगिता में उत्पाद पूर्ण स्थानापन्न होते हैं।
   (च) पूर्ण प्रतियोगिता में उत्पाद के बारे में क्रेताओं को पूर्ण ज्ञान होता है।

12.3 वितरण के माध्यमों तथा विक्रय की मात्रा के आधार पर बाजारों का वर्गीकरण

वितरण के माध्यमों अथवा विक्रय योग्य मात्राओं के आधार पर बाजारों को निम्नलिखति में वर्गीकृत किया जाता है:

(क) थोक बाजार

(ख) फुटकर बाजार

(क) थोक बाजार : थोक विक्रेता एक ऐसा वितरक अथवा मध्यस्थ होता है जो उपभोक्ताओं की अपेक्षा मुख्यतः फुटकर विक्रेताओं तथा संस्थाओं को माल बेचता है। **जब किसी बाजार में वस्तुओं का लेनदेन बड़ी मात्रा में किया जाता है तो इसे थोक बाजार कहते हैं।** थोक विक्रेता सामान्य रूप से थोड़ी मात्रा में माल नहीं बेचता है। ये आमतौर पर फुटकर विक्रेताओं को माल बेचते हैं। थोक विक्रेता विनिर्माताओं तथा अन्तिम उपभोक्ताओं के बीच एक आवश्यक कड़ी होते हैं। थोक विक्रेताओं की उपस्थिति के कारण ही विनिर्माता आश्वस्त रहते हैं क्योंकि वे अपनी वस्तुओं को बड़ी मात्रा में बेच सकते हैं तथा अपना ध्यान व्यवसाय एवं उत्पादन पर केन्द्रित कर सकते हैं।

(ख) फुटकर बाजार : फुटकर बिक्री में किसी निश्चित स्थान से जैसे डिपार्टमेन्टल स्टोर, दुकानदार द्वारा भौतिक वस्तुओं अथवा व्यवसायकि माल का छोटी-छोटी मात्राओं में क्रेताओं को प्रत्यक्ष उपभोग के लिये विक्रय को सम्मिलित किया जाता है। **फुटकर बाजारों में वस्तुओं को छोटी-छोटी मात्राओं में बेचा जाता है। फुटकर विक्रेता सामान्य रूप से अन्तिम उपभोक्ताओं को माल बेचते हैं।**

विनिर्माता → थोक विक्रेता → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता

वस्तु और सेवाओं के वितरण के माध्यमों में फुटकर विक्रेता का स्थान सबसे महत्वपूर्ण होता है क्योंकि वह उपभोक्ताओं के सीधे सम्पर्क में होता है। इसलिए थोक व्यवसाय की तुलना में फुटकर बिक्री की दुकान अथवा आउटलेट की स्थिति अत्यंत महत्वपूर्ण होती है। फुटकर बिक्री की दुकानें आवासीय कालोनियों के समीप स्थित होनी चाहियें ताकि लोग वस्तु एवं सेवाओं को खरीदने के लिये आसानी से आ सकें। फुटकर विक्रेता को आफिस, दुकानों की सजावट तथा वस्तुओं की उचित प्रस्तुति पर भी काफी अधिक व्यय करना पड़ता है ताकि उपभोक्ता फुटकर बिक्री की दुकान की ओर आकर्षित हों।

पाठगत प्रश्न 12.3

1. अपने इलाके की फुटकर बिक्री की दुकानों के कुछ उदाहरण दो।
2. थोक विक्रेता की परिभाषा लिखिये।
3. फुटकर विक्रेता की परिभाषा लिखिये।
4. फुटकर बाजार की परिभाषा लिखिये।

12.4 ऑनलाइन बाजार अथवा ऑनलाइन खरीदारी

यह एक नव प्रवर्तन की प्रक्रिया है जिसमें उपभोक्ता इन्टरनेट पर बिना किसी मध्यस्थ सेवा के विक्रेता से सीधे ही वस्तुएं अथवा सेवाएं खरीदते हैं। इसे इलेक्ट्रानिक कामर्स (इ-कामर्स) भी कहा जाता है। आजकल, ऑनलाइन खरीदारी अत्यन्त लोकप्रिय हो गई है जो प्रौद्योगिकी के विकास से विकसित हुई है। इस प्रकार की खरीदारी में व्यक्ति भुगतान करने के लिये क्रेडिट कार्ड अथवा डेबिट कार्ड का प्रयोग कर सकता है, लेकिन कुछ पद्धतियाँ प्रयोगकर्ताओं को अपने खाते खोलने तथा वैकल्पिक विधियों द्वारा भुगतान करने में समर्थ बनाती हैं, जैसे -

- मोबाइल फोन तथा लैण्डलाइन द्वारा बिलिंग
- सुपुर्दगी पर नकद भुगतान
- चैक
- डेबिट कार्ड
- डाक मनीआर्डर

एक बार भुगतान की स्वीकृति मिलने पर वस्तुओं एवं सेवाओं की सुपुर्दगी 'डाउन लोडिंग', वितरण तथा इनस्टोर पिकिंग आदि के माध्यम से की जा सकती है।

ऑनलाइन गोदाम सामान्य रूप से दिन में 24 घण्टे उपलब्ध होते हैं तथा अनेक उपभोक्ताओं के पास कार्यस्थल तथा घर पर इन्टरनेट उपलब्ध होता है इसलिये वे किसी स्टोर अथवा दुकान पर जाने की अपेक्षा केवल इन्टरनेट के माध्यम से ही खरीददारी करना पसंद करते हैं। ऑनलाइन स्टोर्स को उत्पादों का विक्रय के लिये मूल, फोटो तथा मल्टीमीडिया फाइलों द्वारा विस्तृत निर्देशों के साथ वर्णन करना चाहिये। वर्तमान परिपेक्ष्य में ऑनलाइन खरीददारी द्वारा व्यक्ति बिना समय गंवाए भिन्न-भिन्न प्रकार की वस्तुओं और सेवाओं की खरीदारी कर सकता है। इसके अतिरिक्त, बाजार में प्रौद्योगिकी में विकास के कारण हाल के वर्षों में खरीदारी की इस विधि का महत्व और अधिक बढ़ गया है।

आपने क्या सीखा

- अर्थशास्त्र में बाजार से अभिप्राय किसी दिये गये क्षेत्र में उस प्रबंध से है जिसके द्वारा वस्तुओं के क्रय-विक्रय के लिये क्रेता तथा विक्रेता प्रत्यक्ष अथवा अप्रत्यक्ष रूप से सम्पर्क में आते हैं।

- एकाधिकार तथा पूर्ण प्रतियोगिता बाजार की संरचना के दो चरम रूप हैं।
- एकाधिकार ऐसी बाजार संरचना है जिसमें अकेली फर्म बाजार पर नियंत्रण रखती है। यह अकेले विक्रेता का बाजार होता है जो एक ऐसी वस्तु का विक्रय करता है जिसका कोई निकट स्थानापन्न नहीं होता है।
- पूर्ण प्रतियोगिता ऐसी बाजार संरचना है जिसमें अनेक फर्में एक जैसी वस्तु का विक्रय करती हैं। इस बाजार में फर्मों का प्रवेश तथा निर्गम स्वतंत्र होता है। क्रेताओं तथा विक्रेताओं को बाजार की स्थिति के विषय में पूर्ण जानकारी होती है।
- थोक विक्रेता एक ऐसा वितरक अथवा मध्यस्थ होता है जो उपभोक्ताओं की अपेक्षा मुख्य रूप से फुटकर विक्रेताओं तथा संस्थाओं को माल का विक्रय करता है।
- फुटकर विक्रेता वह होता है जो भिन्न-भिन्न प्रकार की वस्तुओं और सेवाओं का प्रत्यक्ष रूप से आम जनता को विक्रय करता है।
- ऑनलाइन खरीदारी ऐसी प्रक्रिया है जिसके द्वारा उपभोक्ता बिना समय बर्बाद किये, किसी मध्यस्थ सेवा के बिना, प्रत्यक्ष रूप से विक्रेता से वस्तु और सेवाओं की कम्प्यूटर पर इन्टरनेट द्वारा खरीदारी करते हैं।
- ऑनलाइन खरीदारी इलैक्ट्रॉनिक-कामर्स का एक रूप है।

पाठान्त प्रश्न

1. बाजार की परिभाषा लिखिये।
2. पूर्ण प्रतियोगिता की परिभाषा लिखिये।
3. एकाधिकार की परिभाषा लिखिये।
4. फुटकर बाजार तथा थोक बाजार में भेद कीजिये।
5. पूर्ण प्रतियोगिता की विशेषताओं की व्याख्या कीजिये।
6. एकाधिकार की विशेषताओं की व्याख्या कीजिये।
7. क्या आप सोचते हैं कि फुटकर विक्रेता बेची जाने वाली वस्तुओं के स्थान तथा उनकी प्रस्तुति के बारे में चिंतित होता है? यदि हाँ तो क्यों?

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

पाठगत प्रश्न 12.1

1. परस्पर संपर्क 2. बाजार स्थान 3. क्रय; विक्रय 4. वस्तु

पाठगत प्रश्न 12.2

1. एकाधिकार बाजार की ऐसी संरचना है जिसमें वस्तु का समस्त उत्पादन करने वाली एक ही फर्म होती है तथा एकाधिकारी द्वारा बेची जाने वाली वस्तु का कोई निकट स्थानापन्न नहीं होता।
2. परमाणु ऊर्जा, भारतीय रेलवे, डाक तथा तार सेवाएं
3. क्योंकि एकाधिकारी अकेला उत्पादक/विक्रेता होता है।
4. कीमत-निर्धारक
5. 'प्रवेश की स्वतंत्रता' से अभिप्राय है कि पूर्ण प्रतियोगिता के अन्तर्गत विक्रेता बाजार में अथवा बाजार से प्रवेश/निर्गम के लिये स्वतंत्र होते हैं। नई फर्मों के प्रवेश पर कोई प्रतिबंध नहीं होता है।
6. (क) नहीं

   (ख) नहीं

   (ग) नहीं

   (घ) हाँ

   (च) हाँ

पाठगत प्रश्न 12.3

1. स्टेशनरी की दुकान, केन्द्रीय भण्डार, मदर डेयरी, दवाई की दुकानें
2. थोक विक्रेता एक ऐसा वितरक अथवा मध्यस्थ होता है जो उपभोक्ताओं की अपेक्षा मुख्यतः फुटकर विक्रेताओं तथा संस्थाओं को माल बेचता है।
3. फुटकर विक्रेता वह होता है जो वस्तुओं अथवा व्यवसायिक माल को स्थायी स्थान जैसे डिपार्टमेन्टल स्टोर, दुकानदार से क्रेताओं को प्रत्यक्ष उपभोग के लिये छोटी मात्राओं में बेचता है।
4. फुटकर बाजार से अभिप्राय उस बाजार से है जिसमें छोटी मात्राओं में वस्तुओं का अन्तिम उपभोक्ताओं को विक्रय होता है।