



ਜਗਤ ਗੁਰੂ ਨਾਨਕ ਦੇਵ  
ਪੰਜਾਬ ਸਟੇਟ ਓਪਨ ਯੂਨੀਵਰਸਿਟੀ  
ਪਟਿਆਲਾ

The Motto of Our University  
(SEWA)

SKILL ENHANCEMENT

EMPLOYABILITY

WISDOM

ACCESSIBILITY

JAGAT GURU NANAK DEV

PUNJAB STATE OPEN UNIVERSITY, PATIALA

(Established by Act No. 19 of 2019 of the Legislature of State of Punjab)

BACHELOR OF ARTS

CORE COURSE (CC): ECONOMICS

SEMESTER- I

BAB31101T:MICRO ECONOMICS

Head Quarter: C/28, The Lower Mall, Patiala-147001

Website: [www.psou.ac.in](http://www.psou.ac.in)

The Study Material has been prepared exclusively under the guidance of Jagat Guru Nanak Dev Punjab State Open University, Patiala, as per the syllabi prepared by Committee of Experts and approved by the Academic Council.

The University reserves all the copyrights of the study material. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form.



**COURSE COORDINATOR AND EDITOR:**

**Dr. Pinky Sra**

**Assistant Professor in Economics**

**School of Social Sciences and Liberal Arts**

**Jagat Guru Nanak Dev Punjab State Open University, Patiala**



**JAGAT GURU NANAK DEV PUNJAB STATE OPEN UNIVERSITY, PATIALA**

**(Established by Act No. 19 of 2019 of the Legislature of State of Punjab)**

## **PREFACE**

Jagat Guru Nanak Dev Punjab State Open University, Patiala was established in December 2019 by Act 19 of the Legislature of State of Punjab. It is the first and only Open University of the State, entrusted with the responsibility of making higher education accessible to all, especially to those sections of society who do not have the means, time or opportunity to pursue regular education.

In keeping with the nature of an Open University, this University provides a flexible education system to suit every need. The time given to complete a programme is double the duration of a regular mode programme. Well-designed study material has been prepared in consultation with experts in their respective fields.

The University offers programmes which have been designed to provide relevant, skill-based and employability-enhancing education. The study material provided in this booklet is self-instructional, with self-assessment exercises, and recommendations for further readings. The syllabus has been divided in sections, and provided as units for simplification.

The University has a network of 110 Learner Support Centres/Study Centres, to enable students to make use of reading facilities, and for curriculum-based counselling and practicals. We, at the University, welcome you to be a part of this institution of knowledge.

Prof. G S Batra  
Dean Academic Affairs

**BACHELOR OF ARTS**  
**CORE COURSE (CC): ECONOMICS**  
**SEMESTER - I**  
**(BAB31101T) MICRO ECONOMICS**

**MAX. MARKS:100**

**EXTERNAL:70**

**INTERNAL:30**

**PASS:40%**

**CREDITS:6**

**OBJECTIVE:**

This course acquaints the students with the basic principles of Microeconomics and economic activities. It will help the students to understand the subject by applying it to their day to day experiences.

**INSTRUCTIONS FOR THE PAPER SETTER/EXAMINER:**

1. The syllabus prescribed should be strictly adhered to.
2. The question paper will consist of three sections: A, B, and C. Sections A and B will have four questions each from the respective sections of the syllabus and will carry 10 marks each. The candidates will attempt two questions from each section.
3. Section C will have fifteen short answer questions covering the entire syllabus. Each question will carry 3 marks. Candidates will attempt any 10 questions from this section.
4. The examiner shall give a clear instruction to the candidates to attempt questions only at one place and only once. Second or subsequent attempts, unless the earlier ones have been crossed out, shall not be evaluated.
5. The duration of each paper will be three hours.

**INSTRUCTIONS FOR THE CANDIDATES:**

Candidates are required to attempt any two questions each from the sections A, and B of the question paper, and any ten short answer questions from Section C. They have to attempt questions only at one place and only once. Second or subsequent attempts, unless the earlier ones have been crossed out, shall not be evaluated.

### **Section - A**

**UNIT 1: Introduction of Economics, Theory of Demand and Supply**

**UNIT 2: Elasticity of Demand**

**UNIT 3: Consumer Behaviour:** Utility analysis;

**Unit 4: Consumer Behaviour:** Indifference curve analysis.

### **Section - B**

**Unit 5: Production Function:** Law of Variable Proportions and Returns to Scale

**Unit 6: Concepts of Cost and Revenue:** types, and shapes of cost curves in short and long periods; shapes of revenue curves in different market forms; relationship of AR, MR and Elasticity.

**Unit 7:** Perfect Competition: Firm and Industry Equilibrium

**Unit 8: Imperfect Competition:** Monopoly and Monopolistic Competition.

### **Suggested Readings:**

1. A. Koutsoyiannis: Modern Microeconomics, Palgrave Macmilan.
2. N. Gregory Mankiw, Economics: Principles and Applications, India edition by South Western, a part of Cengage Learning, Cengage Learning India Private Limited, 4th edition, 2007.
3. Salvatore. D (2006) Theory and Problems of Microeconomic Theory. (3<sup>rd</sup> ed.) Tata McGraw-Hill Publishing Company Ltd.
4. Samuelson, Paul A and Nordhaus, William D: Economics, 18th Edition, Tata McGraw Hill Publishing Company Limited, New Delhi, 2006



**JAGAT GURU NANAK DEV PUNJAB STATE OPEN UNIVERSITY, PATIALA**

**(Established by Act No. 19 of 2019 of the Legislature of State of Punjab)**

**BACHELOR OF ARTS**

**CORE COURSE (CC): ECONOMICS**

**SEMESTER -I**

**BAB31101T: MICRO ECONOMICS**

**COURSE COORDINATOR AND EDITOR: DR. PINKY SRA**

**SECTION A**

| <b>UNIT NO:</b> | <b>UNIT NAME</b>  |
|-----------------|---|
| Unit 1          | <b>Introduction of Economics, Theory of Demand and Supply</b> |
| Unit 2          | <b>Elasticity of Demand</b>                                   |
| Unit 3          | <b>Consumer Behaviour:</b> Utility analysis;                  |
| Unit 4          | <b>Consumer Behaviour:</b> Indifference curve analysis        |

**SECTION B**

| <b>UNIT NO:</b> | <b>UNIT NAME</b>   |
|-----------------|--|
| Unit 5          | <b>Production Function:</b> Law of Variable Proportions and Returns to Scale |
| Unit 6          | <b>Concepts of Cost and Revenue</b>  |
| Unit 7          | Perfect Competition: Firm and Industry Equilibrium                           |
| Unit 8          | <b>Imperfect Competition:</b> Monopoly and Monopolistic Competition.         |

**BACHELOR OF ARTS**

**SEMESTER –I**

**COURSE: MICRO ECONOMICS**

**UNIT 1: INTRODUCTION OF ECONOMICS, THEORY OF DEMAND AND SUPPLY**

**STRUCTURE**

**1.0 Learning Objectives**

**1.1 Introduction**

**1.2 Meaning of Economics**

**1.3 Nature and Scope of Economics**

**1.4 Basic Concepts of Economics**

**1.5 Basic Economic Problems of an Economy**

**1.6 Methodology of Economics**

**1.6.1 Deductive Method**

**1.6.2 Inductive Method**

**1.7 Role of Assumptions in Economic Theory**

**1.8 Economic Models**

**1.9 Meaning of Demand**

**1.10 Demand Function**

**1.11 Law of Demand**

**1.11.1 Assumptions of Law of Demand**

**1.11.2 Why Does Demand Curve Slope Downward**

**1.11.3 Exceptions to the Law of Demand**

**1.12 Factors Determining Demand Function**

**1.13 Movement along a Demand Curve and Shifts in Demand Curve**

**1.14 Summary**

**1.15 Questions for Practice**



## 1.16 Suggested Readings

### 1.0 Learning Objectives

After reading this unit, learner will be able to:

- Describe the nature and scope of economics
- Identify the basic problems of the economy
- Determine the methodology of economics
- Know about the role of assumptions in economic analysis.
- Interpret the economic models
- Describe the consumer's behaviour towards a particular commodity
- Identify factors determining demand for a commodity
- Interpret the shifts in demand curve and movement along demand curve

### 1.1 Introduction

Economics is the study of how society manages its resources which are limited in nature. It also studies the economic activities of man. Everyone has to choose about the use of scarce resources, so that they may get maximum satisfaction from them. Economists study how individuals, firms and other organisations make decisions about what commodities and quantities are produced, how these commodities are produced and who gets how much of the goods produced for consumption with the given limited resources.

### 1.2 Meaning of Economics

Economics, according to Adam Smith (1776), the father of economics, is "*an inquiry into the nature and causes of the wealth of a nation*". In his well-known work, "The Wealth of Nations", he expresses these views. According to him, economics enquires the factors that influence a country's wealth and growth. The subject matter of economics, according to this definition, is the production and expansion of wealth. Ricardo, on the other hand, moved the focus away from production of wealth to the distribution of wealth.

According to him, "*The produce of the earth-all that is derived from its surface by the united*

*application of labour, machinery and capital is divided among three classes of the community, namely, the proprietor of the land, the owner of the stock of capital necessary for its cultivation and the labourers by whose industry it is cultivated*". Thus, Adam Smith and Ricardo definition of economics considered economics as 'science of wealth'. However, according to Marshall, wealth is just a secondary consideration; the main focus of economic study is on man and his everyday activities. According to Alfred Marshall (1922), "*Economics is the study of mankind in the ordinary business of life; it examines that part of individual and social actions which is most closely connected with the attainment and with the use of material requisites of well-being*".

In his book "Principles of Economics", Marshall understood it in terms of "material welfare" material goods are those which can be touched and seen like chairs, books etc. and an analysis of man's behaviour in everyday life, but Robbins criticised Marshall's concept of economics. He believes that economics should not have any connection with material well-being. He emphasizes that we study not only material but also immaterial things in economics. He said under it we also investigate how the prices of immaterial services such as professional musicians, actors and actresses, dancers, and others are determined and these are important topics of price theory. As a result, Robbins not only criticized Marshall's idea of economics and other welfare definitions but also proposed a new definition that he believed to be more scientific and correct. In 1931, he published "An Essay on the Nature and Significance of Economic Science," which included this description. According to him, economics is the study of problems that occur as a result of resource scarcity. Nature has not supplied humanity with enough resources to meet all of its needs or wants. As a result, the people must decide how the money can be used and for what purposes.

According to Robbins, "*Economics is the science which studies human behaviour as a relationship between ends and scarce resources which have alternative uses.*"

This definition is based upon the following three facts:

- A. Man's wants are unlimited and all are of not equal intensity. Some are more intense than others; therefore, one is compelled to choose between the more urgent and less urgent wants.
- B. even though wants are unlimited, the resources to satisfy them are strictly limited. It is important to note here that if resources like wants are unlimited then there will be no possibility of any economic problem because all wants could have to be fulfilled. It should

be carefully noted that according to this definition, resources here refer to natural productive resources, consumer goods, man-made capital goods, time available with man and financial resources, etc.

- C. The third fact is that scarce resources can be put to alternative uses. Here alternative uses have an example of milk. As milk is used for different purposes such as curd, butter and cheese etc. These alternate uses are of varying significance, with some being more urgent than others. It means we must choose the use to which resources have been employed. Thus, the problem of choice comes in.

It is observed from Robbins's definition of economics that economics is a science of choice. Although Robbin's definition of economics is considered superior because of above mentioned three facts, it should not be termed as perfect. It is criticised because it does not cover the theory of income and employment determination as well as the theory of economic growth. Thus, all three essential subjects of economics, namely the distribution of national income and production, the determination of national income and employment and the theory of economic growth, must be included in a proper definition of economics. Prof. Samuelson defines economics as, "*the study of how societies use scarce resources to provide valuable commodities and distribute them among different people*". Thus, according to this definition, economics is the study of scarcity of resources and choice and distribution of national product among people of a society.

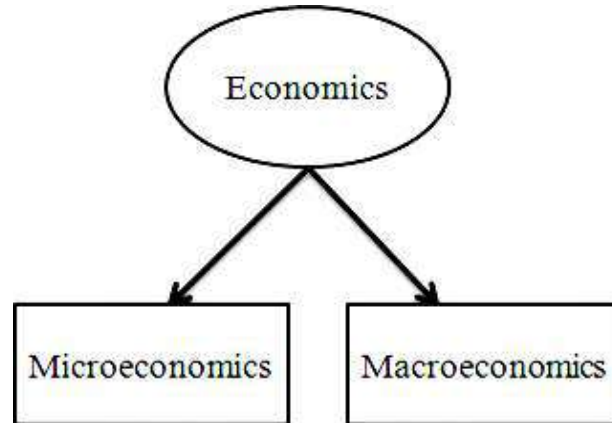
### **1.3 Nature and Scope of Economics**

Economics as a subject is experiencing continuous growth. A discussion on the scope of economics includes the definition of economics, whether economics is an art or a science and whether it is a positive or a normative science.

There has been a lot of controversy among economists about the true scope of economic theory or its subject matter. Various economists have defined the subject matter of economics. Like Adam Smith defined it as, *economics inquiries into the nature and causes of the wealth of nations*. Ricardo defined economics as, "*how the produce of the earth is distributed*", that is economics deals with the distribution of income and wealth. A.C. Pigou says, "*Economics studies that part of social welfare which can be brought directly or indirectly into a relationship with the measuring rod of money*". Whereas Gustav Cassel defined economics as dealing with markets, prices and market exchange. Robbins has defined economics as a study of the allocation of scarce resources among competing ends or uses. The scope of economics

has been divided into the following fields: Microeconomics and Macroeconomics and Positive Science and Normative Science

It is evident from figure 1.1 that economics as a social science has two main branches.



**Figure 1.1**

**(i) Microeconomics**

The word micro comes from the Greek word *mikros*, which means “small”. As a result, it focuses on the study of small individual units of the economy such as individual consumers, individual firms and small groups of individual units like various industries and markets. To put it another way, microeconomics is the study of how individual consumers choose which goods and services they want to buy and how they share their limited income among those goods and services to maximize their overall welfare.

The microeconomics has some important components:

- A. It analyses how a consumer allocates his income to different uses so that maximum satisfaction can be derived. An inverse price-demand relationship is the outcome of the theory of demand.
- B. It examines how a producer decides what to produce, how to produce and how much to produce. The main motive of a producer is profit maximization.
- C. It studies how prices of goods are determined in the market through the interaction of supply and demand forces.

Thus, microeconomics is helpful in the formulation of economic policies that will promote the welfare of the society. It tells us how goods and services produced are distributed among the different people for consumption through price or market mechanism.

## **(ii) Macroeconomics**

The word macro comes from the Greek word *macros*, which means “large”. As a result, macroeconomics is concerned with the overall analysis of the economy. It studies the behaviour of large aggregates such as total employment, the national product or income and the economy's overall price level. According to K.E. Boulding, “*Macroeconomics deals not with individual quantities as such but with the aggregates of these quantities; not with individual incomes but with the national income; not with individual prices but with the price level; not with individual output but with the national output*”.

It is important to mention here that each definition given above is incomplete and inadequate since they do not indicate the true scope and subject matter of economics. It is a controversial subject whether economics is a science or an art or both.

## **(iii) Economics as a Science**

Science refers to a systematised body of knowledge. It deals with the cause-and-effect relationship. It helps us in drawing generalisations in the form of principles or laws. Some of the economists believed economics as science because it is a systematised body of knowledge that studies and analyses economic data. The law of demand, for example, states that, all other factors being held constant, a decrease in price leads to a rise in demand and increase in price leads to decrease in demand. It can be understood from the law of demand that increase or decrease in price is the cause while the decrease or increase in demand is the effect of the same.

Economics is a science and its principles, such as the law of demand and the law of diminishing marginal utility, are universally true. Some argue that economics is not a science because in science we are doing experiments; however, in economics there is no scope of any kind of experiment. It means in science we are collecting facts and putting them to the test through experimentation. Statistical, quantitative and econometric methods for research are used in economics, but they are not always effective in determining the true validity of economic laws and theories. Consequently, precise quantitative forecasting is impractical. Economic phenomena are complicated because they include man acting irrationally as a result of society's tastes, habits, social, and legal institutions. For example, a price increase may not result in a decrease in demand, but rather an increase in demand because there are some other factors which affect the demand of the commodity like taste and preferences of the consumers and future expectations. If consumers are expecting that in future, there will be shortage of the commodity then in the present time period they will increase the demand. Thus, economic

phenomenon's are complicated because consumers are behaving irrationally. However, from the above we cannot say that economics is not a science. It is a social science which deals with human beings.

Now an important question emerged from the above discussion, whether economics is a positive science or a normative science. Prof. Robbin's and Freight-men thought of economics as a positive science, while Prof. Pigou and Marshall thought of it as a normative science.

**(iv) Positive Science:** It may be defined as a body of systematized knowledge concerning what it is, what was and what ought to be. Thus, positive science deals with economic problems related to the past, present and future. We are analysing economic conditions with the help of facts and figures. Positive statements have a few distinguishing features like:

- (i) These statements highlight the nature and extent of economic problems.
- (ii) These are based on facts and figures related to the past, present or future.
- (iii) It is not necessary that these statements are based on truth. These may be true or false but are verifiable for truth.
- (iv) These do not reflect any value judgment or opinion of the economists.

Let us understand economics as positive science with the help of an example. If someone says that the population of India is more than China, it is a positive statement, but it is wrong as per population statistics.

**(v) Normative Science:** It is concerned with economists' opinion or value judgments to understand the economic problem. Different economists have different opinionson how to solve any economic problem. These opinions are often based on value judgments. It is concerned with the question of '*what ought to be*'. As a result, when an economist suggests a solution to a problem in normative economics, they do it based on people's ethics and beliefs rather than scientific rules and principles. The normative statements also have some essential characteristics:

- These statements involve value judgment.
- These statements may create controversies and debates.
- Because these statements are based on opinions, it is impossible to verify the truth.
- These statements are related to 'what ought to be' as a solution to any economic issue.

For instance, if someone says that the government should spend more on health care. Then it

is just an opinion or value judgment.

### **(vi) Economics as an Art**

According to Prof. Pigou and Marshall, Economics is an art. Art is generally considered as practical implementation of knowledge for achieving particular goals. In other words, Art is an action and an art of application of scientific laws in practice. As a form of art, economics is useful in solving many of the economic issues that arise in the economy. Economics is considered as an art because in these different theories and laws are explained with the help of tables, graphs, statistics and equations. Besides this, assumptions are also used in economics which are helpful to describe the conditions under which theories, rules and relationships between economic variables can be applied.

Thus, from the above discussion we can say that economics is considered as a science (social science) as well as an art too.

### **Check Your Progress- I**

Q.1 Define Robbin's definition of economics. How is it superior to Marshall's definition?

Ans \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q.2 Define Micro Economics.

Ans \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### **1.5 Basic Economic Concepts of Economics**

**A. Scarcity:** The existence of an economy is based on two fundamental facts. To begin with, human wants for goods and services are unlimited; nevertheless, resources to produce goods and services are scarce. As a result, the first economic lesson is scarcity. We can't satisfy all of our wants and desires by producing what we want because our wants are unlimited and resources are scarce. It means that one must decide how to utilize scarce resources to get maximize satisfaction.

**B. Choice:** Because it is impossible to satisfy all the desires with limited resources, each society must decide a method for determining which desire is to be satisfied. The necessity for economizing arises because we have limited productive resources at our disposal, such as land, raw materials, skilled labour, capital equipment, and so on. Because these

resources are in limited supply, the goods they may produce are also limited. As a result, goods are scarce due to a scarcity of productive resources. We should make the most of what we have because our resources are limited in comparison to our desires.

In economics, it is thought that man is rational in his decision-making; that is, if a man has to pick between two options, he will always pick the one that will provide the greatest satisfaction as compared to other available choices. Similarly, if a firm had to choose between producing one product or another, it would choose the product with the highest profit margin. The scale of choice displays a list of desires ranked from most urgent to least urgent, with the most urgent want listed first, followed by the second most urgent and so on.



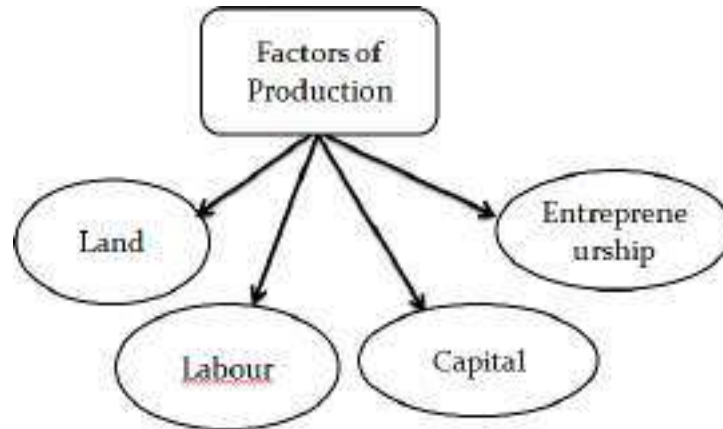
**Figure 1.2 The Economic Problem**

Figure 1.2 depicts the problem of choice that results from unlimited wants on the one side and limited resources on the other. The study of economics teaches us how to use and allocate limited resources to obtain maximum possible satisfaction for the people.

There are many types of resources that assist us in producing goods and services. They are called factors of production. Economists divide factors of production into four categories.

Figure 1.3 shows that there are four types of factors of production. The ability of all these factors is limited in supply. Thus, these limited means are put in a constraint on the amount of goods and services that can be produced.





**Figure 1.3 Kinds of Resources**

- a. **Land:** It refers to all natural resources that are a free gift from nature. It includes not only agricultural soil, but also other natural resources like minerals, water, climate and forests.
- b. **Labour:** Both physical and mental skills that individuals can make available to produce goods and services are referred to as labour.
- c. **Capital:** It refers to man-made resources of production. This includes machinery, factory-buildings, various tools and devices, roads, dams, transport buses and trucks etc. These are often referred to as capital goods because they help in the production of additional goods and services.
- d. **Entrepreneurship:** Entrepreneurship denotes a unique human capital that possesses entrepreneurial potential. In a free market economy, entrepreneurs play an important role. By combining other tools such as labour, land and capital, he initiates and organises the production process. Entrepreneurs make a variety of corporate policy decisions and are exposed to the risk of failure as a result of their actions.

### **1.5 Basic Economic Problems of an Economy**

As mentioned in the previous pages, a lack of resources in relation to human wants leads to various basic problems, concerns and questions that an economy must address if it is to achieve its goals. The basic economic problems are also called central problems of the economy. Many of these issues include societal decision-making. As a result, economic theory must respond to five basic questions. These are explained as follow:

#### **(A)The Problem of Allocation of Resources**

The first and foremost basic problem confronting an economy is “what to produce” so as to

satisfy the wants of the people. The problem of what goods are to be produced and in what quantities arises directly from the scarcity of resources. If the resources were unlimited, the problem of what goods are to be produced would not have arisen because in that case we should have been able to produce all goods we wanted and also in the desired quantities. But because resources are in fact scarce relative to human wants, an economy must choose among various goods and services. If the society decides to produce a particular good in a larger quantity, it will then have to withdraw some resources from the production of other goods and devote them to the production of the goods which are to be produced more.

### **(B) Choice of a Production Method**

It is related to the question 'how to produce' which means what technique or method will be used by society to produce goods. Here the problem is how to determine optimum combination of inputs i.e., labour and capital- so that production of goods and services is maximised. This problem too arises due to the scarcity of resources. Any quantity of labour and capital could be combined to produce a product if inputs (labour and capital) were available in unlimited amounts. Resources, on the other hand, are not available in unlimited quantities. As a result, selecting a technology that makes the most efficient use of resources becomes a necessity.

A number of alternative techniques are available with the help of which a given quantity of a commodity can be produced. As a result, the society must select between them which alternative methods should be used to produce goods. Each technology is using a different combination of resources such as labour and capital. For example, more labour and less capital is needed to produce cloth with handlooms whereas in automatic looms more capital and less labour is needed. It means production of cloth with handlooms is a labour-intensive technique while with automatic looms is a capital-intensive technique. Thus, a society has to choose whether it wants to produce with labour intensive methods or capital-intensive methods of production. It is important to mention here that in the choice of a technique of production prices of different factors play an important role.

As a result, a society must decide whether it wants to produce the commodity by using labour-intensive or capital-intensive methods. It is important to note that prices of various factors play an important role in the selection of a technique of production.

### **(C)The Problem of Distribution of National Product**

This problem is related to the sharing of the national product. It means among the members of the society how the national product is to be distributed. Since the productive resources and the

output obtained through these resources are scarce, we are unable to satisfy all the wants of all the people of a society. As a result, it should be decided by society who should obtain how much from the total production of goods and services. Who gets how much of the national production in a free market economy is determined by the people's money income? The higher a person's money income, the more items he or she would be able to purchase from the market. As a result, people with higher incomes receive a larger share of the economy's production than those with lower incomes. More the equal distribution of income higher will be the possibility of equal distribution of national product.

It is important to keep in mind that an individual can earn money income in two ways. Firstly, it can be obtained by work, i.e., by selling its labour services. Income received through wages and salaries included under this. Secondly, property such as land, factories and other sources of capital can also make money income. Rent, interest and profits are all examples of income from property. In a free market economy, variations in ownership of property lead to differences in income from property.

The distribution of national product in the economy has always been a hot topic of economics. According to Karl Marx, national product should be distributed based on "from each according to his ability, to each according to his needs". Another significant viewpoint is that each individual should be compensated in proportion to his or her contribution to national production.

### **The Problem of Economic Efficiency**

This is related to the problem of efficiency or welfare maximisation. Since the resources of an economy are limited, there will be no wastage of these resources. In the preceding pages, we have discussed what and how goods are produced in the economy. Apart from that we have also studied how national product is distributed. Now, the question which emerged is whether the production and distribution decisions made by an economy are efficient. If the productive resources are utilised in such a way that there will be no sacrifice of one good for producing more of another good, then we can say that production is efficient. For this, we have to do the cost benefit analysis when we are making any change. Thus, when there is a shifting of resources from one use to another use will take place in an economy then it will also involve some cost. If the involvement of cost is more than the benefits received from it then it is not worthwhile to shift the resources.

Since resources are limited, it is preferable to use them as effectively as possible.

## **(D)The Problem of Economic Growth**

If all the scarce resources of an economy are used for current consumption (for producing consumer goods) only then there will be no provision of resources for capital goods, therefore, the productive capacity of the economy will not increase in future. As a result, the living standard or income of the people will remain stagnant. To encourage economic growth, a part of resources should be allocated to the production of capital goods and for promotion of research and development activities that will bring technical advancement. The provision for capital accumulation and technological advancement, on the other hand, implies some sacrifice of current consumption. As a result, a society must decide how much saving and investment it can make for future economic progress.

From above, it is clear that when an economy's productive capacity is increasing, increasingly more goods and services will be produced, resulting in an increase in people's living standards.

Thus, we can say that it is only the scarcity of economic resources that lurks behind all of the above fundamental questions. These five questions are merely a breakdown of the basic economizing problem of scarce resources and unlimited wants. Also, the interrelation of these questions is apparent, so they demand simultaneous treatment and we cannot treat them independently.

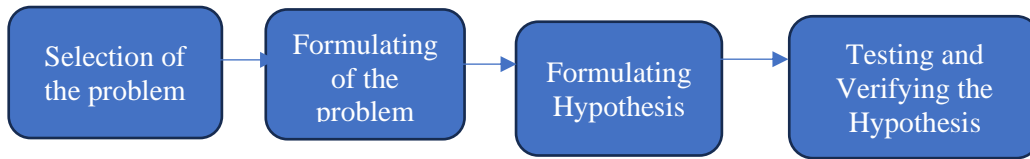
## **1.6 Methodology of Economics**

Our findings must be logical, accurate and reliable based on appropriate methods of analysis to develop economics as an objective and impartial subject of research. We will discuss two methods in this section, namely Deductive and Inductive methods.

### **1.6.1 Deductive Method**

This approach was primarily used by classical economists. It is also known as a priori, hypothetical or an abstract approach of economic analysis. It is a method of reaching conclusions based on specified general axioms. In this method, we can derive conclusions from a collection of facts by applying logic, which establishes the relationship between causes and effects of a specific action. To be precise, deduction can be described as reasoning from general premises to specific conclusions. Premises are those statements which are assumed to be true and applicable to a particular issue. It is generally believed that right decisions will result from proper reasoning.

Steps involved in the deductive method



### **Merits of Deductive Method**

The merits of the deductive method are as follows.

- A. It is based on general principles, such as the law of diminishing returns; therefore, this method is useful in drawing inferences which have universal validity.
- B. When used correctly, this method is the most effective technique of discovery. This approach is useful for obtaining critical outcomes.
- C. Principle of logic is applied here, and the results obtained by the deductive approach are simple, accurate and well established.
- D. This approach is easy to use because it does not necessitate a thorough examination of statistical evidence for a specific case. As a result, results obtained by using this approach are impartial since they are not influenced by the investigator's personal beliefs.
- E. This method can be used to predict economic trends.

### **Demerits of Deductive Method**

There are several demerits of deductive method:

- A. The problem with the deductive approach becomes worse as laws based on unrealistic assumptions are assumed to be universal, since they are often based on unrealistic assumptions, such as perfect competition in the market. Thus, this method is considered as a static method.
- B. It is believed by some economists that the laws based on deduction are imaginary and unreal because they do not take into account the factors like technology, political system, social customs and religion etc. which are changeable in nature and highly influencing the economic facts.
- C. In economics, observation is used to verify theories, generalisations and laws. The proper observation necessitates accurate and sufficient data. If a hypothesis is derived from inaccurate or insufficient data, the theory will not match the fact and will be disproved.
- D. The deductive approach is very abstract, and it takes a lot of expertise to make inferences

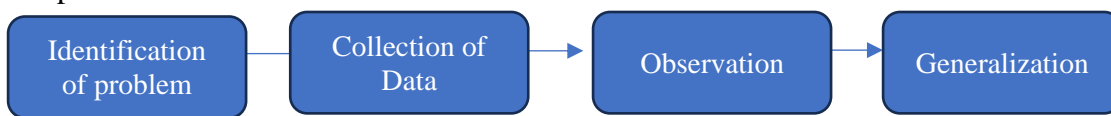
from different premises. Even in the possession of an experienced economist, using this approach is problematic due to the complexities of such economic issues.

### **1.6.2 Inductive Method**

The method of reasoning from a part to the whole, from particulars to generals, or from the entity to the universal is known as induction. It's "an ascending operation," according to Bacon, in which facts are gathered, sorted, and then general conclusions are drawn.

In economics, the inductive approach was used by the German Historical School, which aimed to improve economics entirely through historical study. The historical or inductive approach assumes that the economist is essentially an economic historian who must first collect data, draw generalisations and then test the conclusions by using them to subsequent events. It means, we are using statistical methods to find out the actual solution to any economic issue. Since we draw the conclusions only after considering the changing circumstances in detail from all angles, this approach is called concrete, logical and functional.

Steps Involved



### **Merits of Inductive Method**

Following are the merits of this method:

- 1) This method is considered as dynamic because in these changing economic phenomena can be analysed with proper experience, therefore, appropriate conclusions can be drawn which will be further useful to provide appropriate solutions to the economic problem.
- 2) As it is based on facts, so it is more realistic in nature.
- 3) This method is also useful in future enquiries.
- 4) Besides the above-mentioned merits, it is helpful for the government to formulate economic policies at the micro and macro level.

### **Demerits of Inductive Method**

The demerits of inductive method are:

- 1) As compared to the deductive method, the implementation of this method is quite difficult. If a person is having adequate knowledge of statistical techniques, then he can use this

method. It means vast knowledge of the investigator is needed in this method.

- 2) This method is very costly and time consuming.
- 3) To obtain precise results and make their use universal, the area of observation and experimentation must be broad, which is not the case with the inductive method.

From the above discussion, it can be said that these two methods are not contradictory to each other, however, to get appropriate results these two can be used as supplementary to each other. Economists use these methods singly or in combination when analysing problems, depending on the type of the problem to be analysed. As a result, inductive and deductive methods are equally important for economic analysis. Thus, a combination of both the methods will lead to true progress in economic enquiries.

### **Check Your Progress-II**

Q.1 Scarcity is the mother of all economic problems. Discuss it.

Ans \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q.1 Distinguish between Deductive and Inductive methods.

Ans \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### **1.7 Role of Assumptions in Economic Theory**

In economic theory, however, the assumptions are always viewed negatively. But one cannot deny the role played by these assumptions. Let us discuss the numerous beneficial roles of these assumptions in economic theory:

- 1) Assumptions are a cost-effective way of describing or presenting an idea.
- 2) Some people and a number of items are involved in economic analysis. Studying every man is a challenging task. So, after examining numerous types of men and various types of things, we form generalisations about the category as a whole. In our models, for example, we commonly state that only two items are produced. It does not imply that we only produce two types of goods in the real world; rather, it means that we produce two types of goods such as capital goods or consumer goods. As a result, we can simplify our study by just establishing assumptions. As a result, we can conclude that assumptions result in simplification.

- 3) Assumptions are considered as a convenient way of stating the conditions under which the validity of a theory is tested.
- 4) Generally speaking, the real economic scene is not stable; it is changeable in nature. Because of this, we cannot make changes in our economic models so quickly which would make our analysis invalid. For example, in the theory of demand we take the example of 'ceteris paribus' (i.e., other thing remaining the same). This would simplify our study, and its validity could be evaluated using the assumptions provided.
- 5) In economics, we are commonly using the assumption of rationality of an individual. It is important to mention here that different people have different tastes and preferences, their own peculiarities and their own biases. They cannot all be treated separately. To do so, we must assume that economics is concerned with the average man rather than a specific individual. Due to this, an individual is commonly assumed to be a rational being. As a result, by assuming an average and rational man, we eliminate the possibility of exceptions to the provided economic laws.

In economics, every law and generalisation are based upon some assumptions. The concern now is whether these assumptions should be realistic or not to formulate proper economic laws. According to one viewpoint, economic laws, if they are to be valid and useful, must be based upon assumptions which are realistic. As a result, drawing unrealistic assumptions and establishing laws on their basis, according to this viewpoint, will make the laws invalid. Prof. Milton Friedman, on the other hand, argues the same in his well-known paper, "The Methodology of Positive Economics". He claims that the predictions of positive economics must be checked with empirical evidence, even though the assumptions taken might be unrealistic. Assumptions, he claims, cannot be realistic since they are created solely to simplify the analysis.

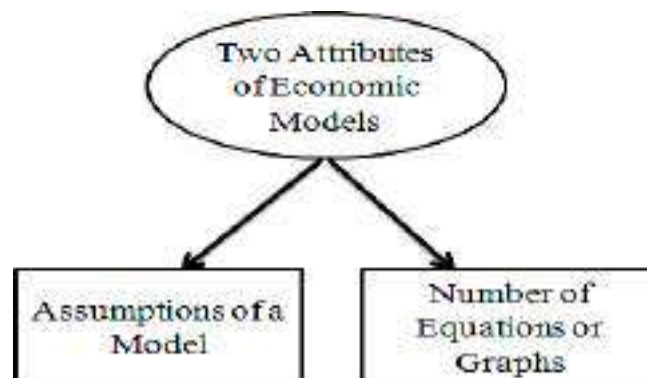
### **1.8 Economic Models**

A model is a simplistic version of a theory. In other words, a model is a part of a theory that represents a cause-and-effect relationship in a specific economic phenomenon. Words, diagrams, and mathematical equations are often used to express these concepts. The terms model and theory are often used interchangeably since both are designed to describe the relationship between variables. An economic model, on the other hand, is a formal statement of a theory, commonly represented as a series of equations or graphs. When economic models merely define a general relationship between variables without specifying the exact



relationship, they are said to be "general." A general model of demand, for example, is one that states that as the price of a good increase, the quantity demanded decreases. Quantitative models are those that explain a quantitative relationship between variables. Models are created by economists to analyse and forecast economic events. Economists have developed mathematical methods to analyse and forecast the behaviour of an individual consumer, producer or the economy as a whole. A model is made up of several assumptions that are used to draw conclusions or consequences.

There are two points to keep in mind about the analytical economic model. Firstly, a model should always abstract from reality. Secondly, an empirical economic model is made up of a collection of equations or graphs that depict the cause-and-effect relationship. Figure 1.5 shows these two important attributes of the economic model.



**Figure 1.5 Attributes of Economic Models**

**A. Assumptions of a Model:** An economic model is often dependent on certain assumptions that do not accurately represent real-world economic conditions. While the assumptions used to construct a model must be related to the type of situation being analysed and explained, they do not have to be a replica of the real-world situation. Only the most important aspects of the modern economic world are represented in a model. In reality, the real world is so dynamic that understanding it necessitates abstraction and simplification. To bring out any useful and practical features of reality, one must abstract from it to some extent. However, in several respects, a model is not a total abstraction from reality to concentrate certain aspects of reality that are important and useful for understanding the behaviour of an economic unit, consumer or producer.

However, caution should be taken in this respect. We should avoid oversimplifying so that the model we build does not provide a skewed representation of real-world phenomena. As a result,

economic models should be built in such a manner that only irrelevant and insignificant considerations and factors are ignored

**B. Equations or Graphs and Economic Models:** An economic model is usually made of a series of equations or graphs that express the relationship between variables related to the problem under investigation. Each equation tries to explain the behaviour of a single variable, attempting to create a cause-and-effect relationship for that variable.

A key question now is why economists are interested in developing models. Economic models are created for analysis and prediction. Analysis implies how adequately we can explain the behaviour of an economic unit, consumers or producers. Prediction, on the other hand, refers to a model's ability to predict the effects of changes in some magnitudes in the economy. A model's usefulness may be determined by its explanatory or predictive power, the realism of its assumptions or the scope of its applicability. The most critical attribute of a model, according to Milton Friedman, is its predictive ability or how well it can forecast the behaviour of an economic unit. The critical characteristics of a valid and satisfactory model, according to Paul Samuelson, are the realism of assumptions and the analytical power of the model to describe the behaviour of economic agents, consumers or producers.

It should be remembered that economists generally believe that the most important attribute of a model is its purpose, that is, whether the model maker wishes to use it to forecast the effect of a change in a variable or to analyse and describe the particular behaviour of an economic agent.

### **1.9 Meaning of Demand**

The demand for a good is the amount of it that a consumer can purchase at various given prices during a period. In economics, demand plays a vital role. Consumers' demand for goods and services is the driving force behind all economic activities. Producers tend to invest in production lines where demand for the output is high and consistent so that they will make more profit.

According to Ferguson, "*Demand refers to the quantities of a commodity that the consumers are able and willing to buy at each possible price during a given period, other things being equal.*"

In the context of Utility and Demand, goods are in demand because they satisfy people's wants. The amount of satisfaction an individual derives from consuming a good is referred to as utility. It means the want-satisfying power of a commodity is called utility. The utility of a good is an

essential determinant of a consumer's demand for it. A person's desire for a commodity is determined by the utility he intends to derive from it. Therefore, the greater the expected utility derived from a commodity, the greater the desire for it. Alcohol and cigarettes, for example, can be harmful to people, but they serve a purpose for those whose wants they satisfy.

Next, it is important to distinguish between the demand for a commodity and the quantity demanded. Demand refers to the quantities of a commodity that consumers plan to purchase at different prices of a commodity during a period of time whereas quantity demanded refers to the amount of a good or service that consumers plan to buy at a specific price. It should be carefully noted here that the quantity demanded is not always the amount actually purchased by consumers. The quantity demanded is often greater than the quantity of the goods available, as a result, the quantity of the good purchased is less than the quantity demanded of it.

It is worth mentioning that demand for a good is determined by some factors like tastes and preferences of the consumer for a commodity, income of the consumer and the prices of related goods, etc. If a change occurs in any of the above mentioned factors, then the demand of the consumer for a good will change.

### **1.10 Demand Function**

The demand function for a commodity describes the relationship between the quantity demanded of that commodity and the factors that affect it. Individual demand for a commodity is determined by its price, income, the prices of related goods, tastes and preferences and the amount of advertising expenditure made by the producer on that commodity. Thus, the individual demand function for a commodity can be expressed as:

$$Qd = f(P_x, Y, P_r, T, A)$$

Here,  $P_x$  = Own price of the commodity X

Y = Income of the consumer

$P_r$  = Prices of related commodities

T = Tastes and preferences of the individual consumer

A = Advertising expenditure made by the producers on that commodity.

For several purposes in economics, it is useful to concentrate on the relationship between the quantity demanded of a commodity and its price while keeping other factors such as the consumer's income, the prices of other commodities and his tastes and preferences. With this,

we can write an individual's demand function as follows.

$$Q_d = f(P_x)$$

This means that the quantity demanded for a good X is a function of its own price, when all other determinants are held constant. Therefore, there is an inverse relationship between price and quantity demanded of a commodity.

### **(A) Demand Schedule**

A demand schedule shows the various amounts of a good that a buyer is willing to purchase at various possible prices of that good at a given time. It can be studied as:

- Individual Demand Schedule
- Market Demand Schedule

**(I) Individual Demand Schedule:** An individual demand schedule is a table that shows the quantities of a given commodity that an individual consumer can purchase at all possible prices at a given time. The demand schedule of an individual consumer can be explained with the help of a table.

It will be seen from this demand schedule that as the price of a commodity rises, its quantity demanded will decline. When the price of a commodity is Rs. 10, the consumer purchases 50 units of the commodity and when the price goes up to Rs. 50, the consumer has reduced the quantity demanded of the product i.e., 10 units.

**Table 1 Individual Demand Schedule**

| <b>Price (Rs.)</b> | <b>Quantity Demanded (Units)</b> |
|--------------------|----------------------------------|
| 10                 | 50                               |
| 20                 | 40                               |
| 30                 | 30                               |
| 40                 | 20                               |
| 50                 | 10                               |

**(II) Market Demand Schedule:** For the determination of price of a commodity the information related to the size of total market demand for the commodity is very essential. Besides the factors which are affecting an individual's demand (price of a product, his income, prices of related commodities, and individual's taste and preferences), market demand for a commodity depends on an additional factor i.e., the number of consumers. However, the number of consumers depends on the population of a region or city who consume that

commodity. Thus, in every market there are a number of consumers of a commodity. The schedule which shows the quantity demanded by all the consumers of a commodity collectively at its different prices is called market demand schedule. Market demand schedule defined by Liebhafsky as *"Market demand schedule is defined as the quantities of a given commodity which all consumers will buy at all possible prices at a given moment."*

The market demand schedule for oranges can be shown with the help of Table 2. It describes that the market demand can be obtained by adding together the amounts of the commodity which individual consumers wish to buy at each price. Suppose, there are three consumers of a commodity in the market. Thus, at price of Rs.5, individual A wishes to buy 100 units; individual B wishes to buy 75 units; individual C wishes to buy 25 units of the oranges. The total quantity of the oranges that the three individuals plan to buy at price of Rs. 5 is therefore  $100 + 75 + 25 = 200$ . Now as the price decreased to Rs. 1, individual A wishes to buy 800 units; individual B wishes to buy 450 units; and individual C wishes to buy 250 units of the oranges. Thus, the total quantity of the oranges that the three individuals plan to buy at price Rs. 1 is therefore  $800 + 450 + 250 = 1500$ . Thus, market demand for a commodity is the total demand of all the individuals towards a particular commodity.

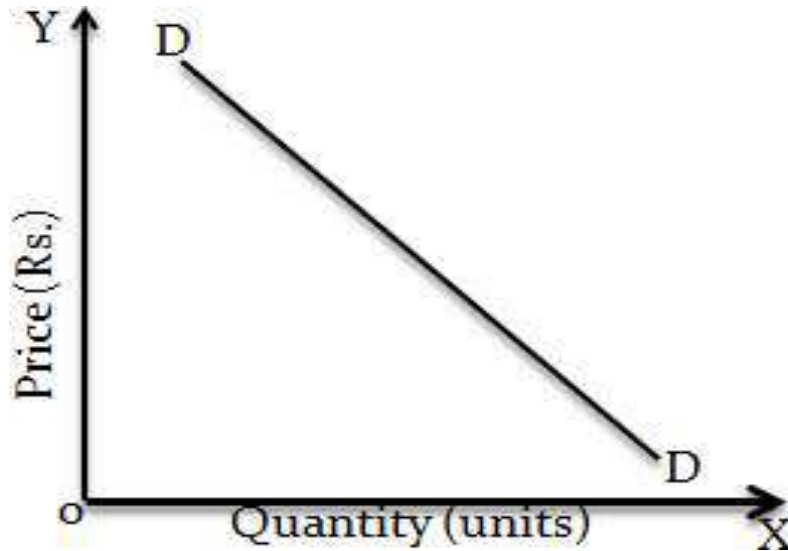
**Table 2 Market Demand Schedule of Oranges**

| Price (Rs.) | Demand of A | Demand of B | Demand of C | Market Demand (Units) A+B+C |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------------------------|
| 5           | 100         | 75          | 25          | 200                         |
| 4           | 200         | 150         | 50          | 400                         |
| 3           | 400         | 200         | 100         | 700                         |
| 2           | 550         | 300         | 150         | 1,000                       |
| 1           | 800         | 450         | 250         | 1,500                       |

**(B) Demand Curve**

A demand curve is a graph that shows the relationship between various quantities demanded at various possible prices for a commodity. According to Leftwitch, *"The demand curve represents the maximum quantities per unit of time that consumers will take at various prices"*. Like demand schedule, demand curve also has two aspects: Individual Demand Curve and Market Demand Curve

**(I) Individual Demand Curve:** An individual demand curve shows various quantities of a good demanded by an individual consumer at different prices. The individual demand schedule can be shown with the help of a figure. In figure 1, on X-axis quantity demanded and on Y-axis, the price has been shown. DD is the demand curve.



**Figure 1**

Each point on this demand curve shows the relationship between price and demand. The slope of the demand curve is downward sloping from left to right, which shows an inverse relationship between price and quantity demanded of the commodity.

**(II) Market Demand Curve:** The market demand curve for the good can be obtained by joining all the points showing the amounts demanded of the good by all the individuals at various prices. If we assume that there are three individuals in the market for a good. Then the market demand curve can be a horizontal summation of demand curves of these three consumers. The market demand curve also slopes downward to the right. It is worth noting that when the price of a commodity falls, new consumers are more likely to join the market and will further increase the quantity demanded of the commodity.

The market demand curve can be shown with the help of a figure. In Fig. 2, quantity demanded of oranges has been shown on X-axis and price on Y-axis. Since the market demand curve is the horizontal summation of individual demand curves, it also slopes downwards.

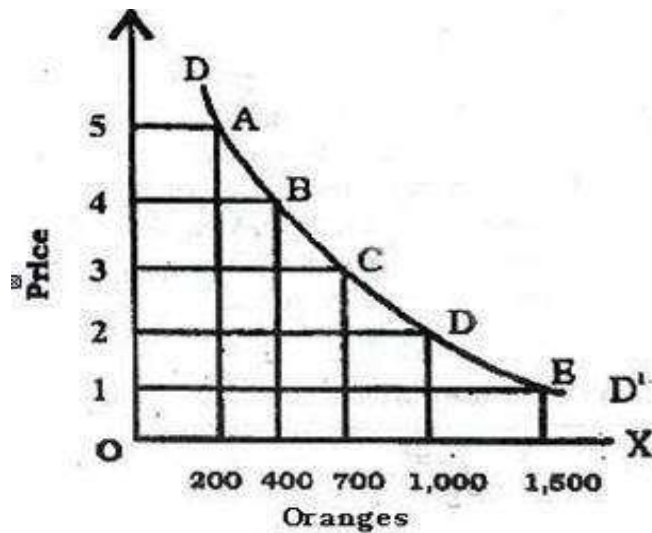


Figure 2

**Check Your Progress-I**

Q.1 What is the meaning of the term demand in economic? How it is different from desire and quantity demanded of a commodity?

Ans: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Q2. Define Demand Function. Ans.

Ans: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**1.11 The Law of Demand**

The law of demand is the most important law of economics theory which provides important information about demand. The functional relationship between price and quantity demanded is expressed by this law of demand. According to the law of demand, other things being equal, if the price of a good falls, the quantity demanded of it will increase, and if the price of the commodity increases, its quantity demanded will decrease. As a result, the law of demand states that there is an inverse relationship between price and quantity demanded, all other things being equal. Other things that are assumed to be constant are the income of the consumer, tastes and preferences of the consumer and the prices of related goods. If any change occurred in above mentioned factors, then the inverse relationship between price and quantity demand may not hold good. The following demand function can be used to illustrate the law of demand:

$$D_x = f(P_x, P_r, Y, T, E)$$

Here,  $D_X$  = Demand for commodity-X,  $P_X$  = Own price of commodity-X,  $P$  = Price of related commodities,  $Y$  = Income of the consumer,  $T$  = Tastes and preferences of the consumers and  $E$  = Expectation of the consumer.

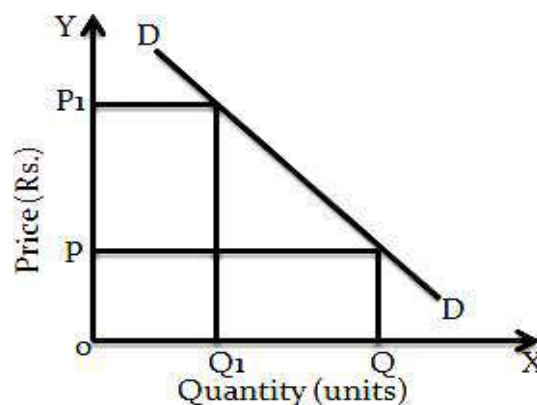
According to Prof. Samuelson, "Law of demand states that people will buy more at lower prices and buy less at higher prices, *ceteris paribus*, or other things remaining the same." According to Prof. Marshall, "The law of demand states that the amount demanded increases with a fall in price and diminishes when price increases, other things being equal."

### **1.11.1 Assumptions of Law of Demand**

The law of demand holds good when "other things remain the same". It means factors influencing demand, other than the price of the commodity are assumed to be constant.

- 1) No change in the price of related goods.
- 2) No change in the income of the consumer.
- 3) No change in the tastes and preferences of consumers.
- 4) The consumer does not expect any change in the price of the commodity soon.

According to the law of demand, there is an inverse relationship between a commodity's own price and its demand; however, this relationship is not proportional. It is important to note here that the law of demand



**Figure 3**

indicates only the direction of change in demand as a result of change in its own price. Inverse relationship between price and demand can be seen in the figure no. 3.

It is evident from the figure that on X-axis quantity demanded and on Y-axis price of the commodity has been taken. DD is the demand curve, which shows that there is an inverse relationship between price and demand. When the price of the commodity is OP, quantity



demand of the commodity is OQ. Now, as the price increased to OP<sub>1</sub>, quantity demanded has reduced to OQ<sub>1</sub>.

### **1.11.2 Why Does Demand Curve Slope Downward**

The law of demand shows an inverse relationship between price and demand of a commodity. It means when own price of the good decreases its quantity demand will increase and when it increases its demand will decrease. Following are the reasons for this:

**A. Law of Diminishing Marginal Utility:** Every commodity which is demanded by the consumer has utility. As the consumer consumes additional units of it, in a given time, the utility derived from each successive unit diminishes. We can say that the law of diminishing marginal utility applicable to his consumption. This Law states that marginal utility of any good diminishes as more and more of that commodity is purchased by the consumer. Therefore, a consumer will purchase more of a commodity when he has to pay fewer prices for it. According to the law of diminishing marginal utility, the consumer will stop his purchase at that point where the marginal utility of the commodity is equal to the price paid for it.

**B. Income Effect:** When the price of a commodity declines, the people who have used this commodity before will demand more units of that commodity because the price has fallen. With the fall in the price of a commodity there is an increase in the consumer's real income therefore, the consumer will demand more of that commodity. Real income is called the purchasing power of money income. In other words, money's purchasing power has increased, which allows consumers to purchase more of the same commodity for the same amount of money they previously spent.

**C. Substitution Effect:** When the price of a commodity decreases, it means that it has become less expensive in comparison to other commodities. In comparison to alternatives whose prices have not dropped, this decrease in price makes it more appealing. As a result, people substitute it for other things. For instance, tea and coffee are substitutes for each other. If the price of tea increased, the consumers may substitute coffee for tea, although the price of coffee remains the same. Thus, demand for tea declined as it is becoming more expensive because of a rise in its price. On the other hand, if the price of tea decreases, the consumer will substitute tea for coffee as it is becoming less expensive. Therefore, the demand for tea increased.

The substitution effect is the stronger out of the two effects because the buyer will often

substitute the cheaper for the more expensive commodity. Furthermore, although the substitution effect is always positive, the income effect may be positive in some cases and negative in others. For example, the income effect is negative when the commodity is inferior. However, since a consumer spends only a small percentage of his income on a single commodity, the income effect is usually negligible, whereas the substitution effect is always so strong that the net result is positive.

### **1.11.3 Exceptions to the Law of Demand**

It is generally believed that the law of demand is valid in most circumstances. The law of demand does, however, have several exceptions. It means that the market for certain goods grows when the price rises and contracts when the price falls. In the case of such goods, the demand curve slopes upwards from left to right.

- 1) When people expect that the price of a good will increase in the future, they will buy more of it, even at a higher price, in order to avoid a future price increase. This type of situation can be seen during wartime, particularly in case of basic necessities.
- 2) The Veblen Effect is a term used to describe a phenomenon that occurs with the name of the economist Thorstein Veblen, who proposed the theory of conspicuous consumption, is synonymous with one exception to the law of demand. According to Veblen, some consumers determine the utility of a commodity solely based on its price, i.e., the higher the price, the higher the utility. For example, the market demands for goods like diamond and jewellery, which are symbols of social status and confer a distinction on the holder, do not follow this rule. Since such goods are in high demand due to their high price, demand for them rises as their price rises.
- 3) Giffen goods (named after Sir Robert Giffen, a nineteenth-century economist) are inferior goods whose demand falls even though their price falls, defying the law of demand. For instance, poorer sections of society cannot afford to buy superior varieties of foodgrains such as wheat and they are forced to purchase the inferior varieties like maize. Therefore, when the price of maize falls, their real income rises. As a result, they don't buy as much maize as the law of demand will require. Rather, they will continue to demand superior varieties, such as wheat, to replace maize.
- 4) When something goes out of fashion, demand for it does not increase, even though the price decreases. In the opposite case, as a product's popularity grows, people will buy more of it, even though its price rises. The rule of demand is broken in each of these situations.

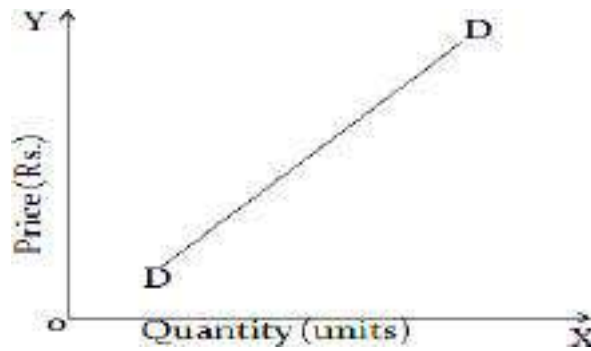


Figure 4

However, these exceptions do not invalidate the law of demand, which applies to the number of goods sold in the market. Though certain individuals do not behave by this law in some circumstances, it is noteworthy here that the law of demand operates in general.

### **1.12 Factors Determining Demand**

Although stating the law of demand, we now come to the 'other things' that are assumed to remain constant. As a result, only price doesn't need to bring change in demand for a commodity. Changes in other factors, as discussed below, may have the same effect:

- 1) **Price of a Commodity:** The price of the commodity is the most important factor influencing the quantity demanded of that commodity. Normally, a price rise is followed by a decrease in demand and a price decrease is followed by an increase in demand. The law of demand describes the functional relationship between price and demand.
- 2) **Change in Income:** This shift has a significant impact on demand because when a consumer's income rises, so does his willingness to pay and he can buy more goods than before. Changes in the distribution of income in favour of the poorer sections of society increase their purchasing power, and their demand for commodities in general, and necessities of life in particular, is bound to rise as a result.
- 3) **Change in Tastes and Fashion:** Demand is also affected by changes in tastes and fashions. The growing popularity of cotton clothing has decreased demand for synthetics. Tea's popularity has dwindled as coffee has grown in popularity.
- 4) **Change in Size and Composition of Population:** Increases in a country's population have a significant impact on demand because the greater the amount of mouths to feed, the greater the quantity of a commodity required. Not only the size of demand but also the composition of demand, is influenced by the population's age structure.
- 5) **Prices of Substitutes:** A commodity's demand is often influenced by the availability and

price of substitutes. People would use a substitute for a good that is available at a lower price if the price of the former rises. This would decrease demand for the former commodity while increasing demand for the substitute. For instance, people will start drinking coffee if the price of tea increases the demand for coffee. A decrease in the price of tea, on the other hand, may reduce coffee demand.

- 6) **Technical Progress:** Technical advancement allows for the production of a wider range of products, which reduces the demand for out-of-date products. The invention of television, for example, lowered the demand for radios.
- 7) **Expectation about Future Prices:** If there is a general feeling among people that prices in future will go up, there will be a greater demand for goods and everyone will buy more than his normal requirement. If prices in future are expected to go down, people will try to postpone their purchases and wait for the fall in prices. This will reduce the present demand for goods to a considerable extent.
- 8) **Change in Season:** The demand for some goods can fluctuate as the season changes. In the winter, for example, demand for woolen clothes increases. Similarly, during the summer, cold beverages are in high demand.

### Check Your Progress -II

Q.1 Why the demand curve is downward sloping?

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q.2 What are the factors which are determining the demand for a commodity?

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### 1.13 Movement along a Demand Curve and Shifts in Demand Curve

**Movement along a Demand Curve** Extension and contraction in demand of a commodity is caused by change in its own price

- (i) **Extension of Demand:** The term "extension of demand" refers to an increase in quantity demanded as a result of a decrease in the commodity's own price when all other factors remain constant. Extension in demand can be explained with the help of a figure no 5. It is evident from the figure that when price is OP<sub>1</sub> demand is OQ<sub>1</sub>. Now a decline in price from OP<sub>1</sub> to OP will lead to an increase in quantity demanded from OQ<sub>1</sub> to OQ. This is

called extension in demand.

- (ii) **Contraction of Demand:** Contraction of demand refers to a decrease in quantity demanded as a result of an increase in the commodity's own price when all other factors remain constant. In figure 5 when price is  $OP$ , quantity demanded of the commodity is  $OQ$ . Now there is an increase in price from  $OP$  to  $OP_1$ , as a result, quantity demanded of the commodity will decrease from  $OQ$  to  $OQ_1$ . This is known as contraction in demand.

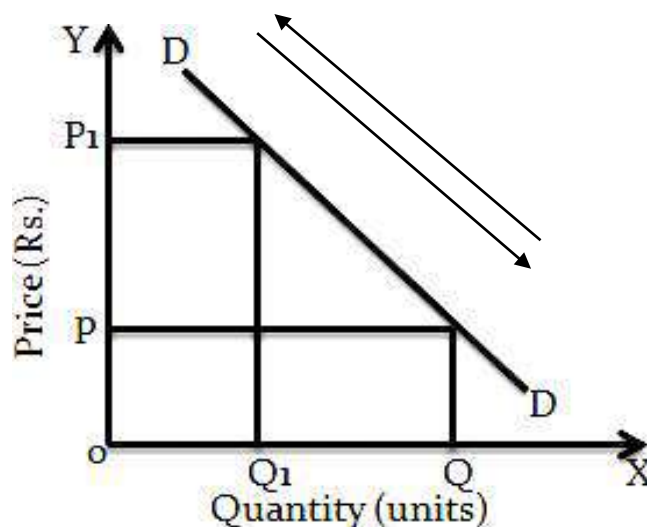


Figure 5

As we studied that demand of a commodity depends upon its price and some other factors like prices of related commodities, consumer's income and their tastes and preferences etc. When demand increases due to fall in price or decreases due to rise in price, this is called extension and contraction of demand respectively. There is a shift in the entire demand curve as demand changes due to factors other than price.

## B. Shifts in Demand Curve

- (i) **Increase in Demand:** The demand for a commodity is influenced by the consumers' incomes, as well as their tastes and preferences for the commodity. As a result, any change in these variables would result in a shift in the demand curve. For illustration, if consumers' incomes rise as a result of increase in wages and salaries, they would demand more of a good at each price. A rise in demand means that more of a good is being demanded at the same price, or the same quantity of the good is being demanded at a higher price. We are now on a new demand curve that is to the right of the old demand curve.

### Causes of Increase in Demand

The following are the reasons for the same:

- a. When the income of the consumer increases.
- b. When the price of substitute goods rises.
- c. When the price of the complementary goods decreases.
- d. When tastes and preferences of the consumers shift in favor of the commodity.
- e. Expectation of rise in price in future.
- f. Increase in population.

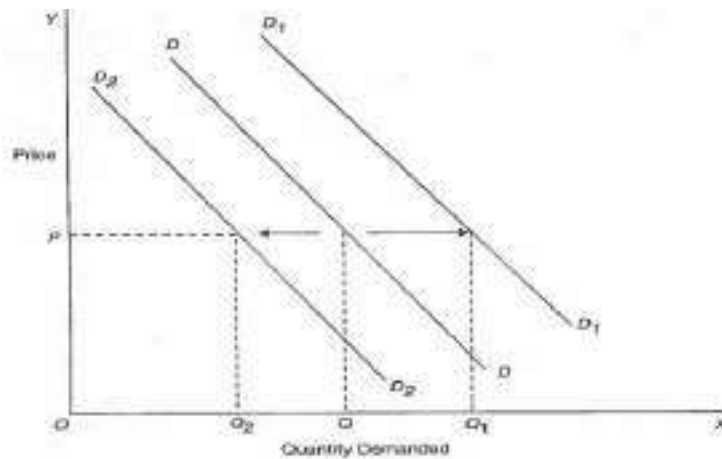
**(ii) Decrease in Demand:** If the factors influencing demand change negatively, demand will fall, causing a shift in the demand curve to the left. For instance, if consumers' income declines as a result of an increase in taxes, they would demand less of a commodity. A reduction in demand means that less units of a good are demanded at the same price, while more units are demanded at a lower price. We're on a new demand curve that's to the left of the old demand curve.

### **Causes of Decrease in Demand**

Due to the following reasons the demand decreases or demand curve shifts backward

- a. When the income of the consumer declines.
- b. When the price of the substitute goods decreases.
- c. When the price of complementary goods rises.
- d. When tastes and preferences of the consumers shift against the commodity. It may be due to changes in fashion or changes in climate.
- e. Expectation of fall in price in the near future.
- f. Decrease in population.

An increase in demand and a decrease in demand can be shown with the help of a figure. It will be seen from the figure 6 that at price OP, OQ quantity of a good is demanded. Curve D<sub>1</sub>D<sub>1</sub> indicates an increase in demand because at the same price quantity demanded has increased from OQ to OQ<sub>1</sub>. Curve D<sub>2</sub>D<sub>2</sub> indicates a decrease in demand because at the same price quantity demanded of the commodity has decreased from OQ to OQ<sub>2</sub>.



**Figure 6**

**Check Your Progress-III**

Q.1 What are economic models? Why do economists build economic models?

Ans: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Q2. Write a note on the importance of assumptions in economic analysis.

Ans: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**1.14 Summary**

In this unit, we have learned that economic theory is concerned with the laws and principles that regulate the operation of an economy and its numerous components. The existence of an economy is based on two fundamental facts. To begin with, human desires for goods and services are unlimited, and productive resources to produce those desires are limited. Therefore, an economist must decide how to best allocate a few resources in order to maximise the satisfaction of the members of society. There are two major branches of economics that are micro economics and macro economics. Micro economics deals with an individual unit of the economy, whereas macro economics deals with the economy as a whole. It considers two aspects i.e., positive science and normative science. Positive science is a systematic knowledge relating to criteria of what it is and normative science is a systematised knowledge relating to criteria of what ought to be. Economics also considers two methods of methodology, i.e. inductive and deductive. Inductive method is a system of reasoning from general conclusions to specific results and deductive method is a way of reasoning from specific facts to general

conclusions.

### **1.15 Questions for Practice**

#### **A. Short Answer Type Questions**

- Q1. What do you mean by economics?
- Q2. Discuss the problems of allocation of resources.
- Q3. Discuss the problems of choice of techniques.
- Q4. Discuss the nature and scope of economics.
- Q5. Distinguish between positive and normative economics.
- Q6. Explain deductive methods.
- Q7. Write a note on inductive methods.
- Q8. Explain the role of assumptions in economic theory
- Q9. What do you mean by demand in economics?
- Q10. What are the main determinants of demand for a commodity?
- Q11 With the help of a diagram explains the concepts of individual demand curve and market demand curve.
- Q12. What do you understand by law of demand?
- Q13 Why does demand curve slope downward?
- Q14. Mention the exceptions to the law of demand.
- Q15. Distinguish between extension of demand and contraction of demand.
- Q16. Distinguish between increase in demand and decrease in demand.

#### **B. Long Answer Type Questions**

- Q1. Define economics. Explain in detail the nature and scope of economics.
- Q2. Discuss the five fundamental problems of any economy.
- Q3. Explain inductive and deductive methods in economics. Also mention their merits and demerits.
- Q4. What is meant by demand? Mention the factors which influence the demand for a commodity.



Q5.Distinguish between a demand curve and demand function. What are the factors that cause a shift in the demand curve?

Q6.Explain the law of demand. Why does the demand curve slope downwards to the right?

Q7.Explain the difference between

- a. Extension of demand and contraction of demand
- b. Increase in demand and decrease demand.

Q8. Critically evaluate the law of demand.

Q9. Explain 'Veblen Effect' and Giffen Paradox. Does the usual law of demand apply in their case?

### **1.16 Suggested Readings**

- H. L. Ahuja, Principles of Microeconomics, S. Chand & Company Ltd. New Delhi
- D.N. Diwedi, Microeconomics, Theory and Application, Vikas Publishing House, New Delhi.
- Gregory, N. M, Principles of Microeconomics, second edition.
- Perloff, J. M, Microeconomics, Theory and Application with Calculus, Pearson Addison Wesley.
- Koutsoyiannis, A, Modern Microeconomics, The Macmillan Press Ltd.

**BACHELOR OF ARTS**  
**SEMESTER –I**  
**COURSE: MICRO ECONOMICS**

---

**UNIT 2: ELASTICITY OF DEMAND**

---

**STRUCTURE**

- 2.0 Learning Objectives**
- 2.1 Introduction**
- 2.2 Elasticity of Demand: Meaning**
- 2.3 Types of Elasticity of Demand**
- 2.4 Degrees of Price Elasticity of Demand**
- 2.5 Measurement of Elasticity of Demand**
- 2.6 Factors Affecting Elasticity of Demand**
- 2.7 Importance of Elasticity of Demand**
- 2.8 Summary**
- 2.9 Questions for Practice**
- 2.10 Suggested Readings**

**2.0 Learning Objectives**

After completion of this, the learner will be able to:

- Discuss the concepts of elasticity of demand
- Degrees of elasticity of demand
- Explain the measurements of price elasticity of demand

**2.1 Introduction**

In the preceding pages, we have studied that when the price of a good falls, the quantity demanded rises and when the price rises, the quantity demanded decreases. This is referred to

as the law of demand. Only the direction of change in quantity demanded of a product in response to a change in its price is indicated by this law of demand. Therefore, this law does not tell us by how much or to what extent the quantity demanded of a good will change in response to a change in its price. This information as to how much or to what extent the quantity demanded of a good will change as a result of a change in its price is provided by the concept of price elasticity of demand.

## **2.2 Elasticity of Demand: Meaning**

J.S. Mill and Cournot were the early economists who referred to the elasticity of demand in economics. But this concept was developed by Dr. Marshall in his famous book "Principles of Economics". Elasticity of demand refers to the degree of responsiveness of quantity demanded of a commodity to a change in its price. There are three concepts of elasticity of demand: price elasticity, cross elasticity and income elasticity. The degree of responsiveness of the quantity demanded of a commodity to a change in its price is referred to as price elasticity of demand. The degree of responsiveness of a good's demand to a shift in the price of a related good, which may be a replacement or complementary to it, is referred to as cross elasticity of demand. The sensitivity of quantity demanded of a commodity to a shift in consumers' income is referred to as income elasticity of demand.

## **2.3 Types of Elasticity of Demand**

There are three concepts of elasticity i.e., income elasticity, cross elasticity and price elasticity.

### **1. Income Elasticity of Demand**

When all other factors remain constant, such as the price of the given commodity, the prices of related goods and the consumer's taste etc. the percentage change in the quantity demanded of a thing caused by a given percentage change in the consumer's income is referred to as income elasticity of demand. According to Watson, "Income elasticity of demand means the ratio of the percentage change in the quantity demanded to the percentage change in income."

Income elasticity can be measured by the following formula:

$$E_y = \frac{\text{Percentage change in quantity demanded}}{\text{Percentage change in income}}$$

Income elasticity varies by the nature of commodities. The income elasticity is positive for all normal goods, because with increase in income of the consumer, his demand for normal goods will increase. On the other hand, income elasticity is negative for inferior goods or Giffen

goods. In the case of inferior goods, when income of the consumer will increase then quantity demanded of these goods will decline and when income of the consumer will decrease then quantity demanded of these goods will increase.

#### Importance of Income Elasticity of Demand

- A. **Helpful in Business Decision Making:** It is useful for both business firms and industries in making decisions. If a company's product has high income elasticity, it has a lot of potential to develop in a growing economy. It is worth noting that the market for luxuries is extremely income elastic. As a result, demand for luxuries fluctuates greatly in different phases of business cycles. Therefore, demand for luxuries increases more during boom periods and declines sharply during recessionary periods.
- B. **Helpful in Designing Marketing Strategies of a Firm:** It is also useful in designing marketing strategies of the firms. We learned in demand concepts that a person's income is a significant determinant of a product's demand; as a result, firms that produce goods with high income elasticity of demand try to locate their sales outlets in cities or regions where people's income is rapidly growing.
- C. **Helpful to Understand the Plight of Farmers:** This concept is very useful to demonstrate why farmers' income will not increase in the same way as the income of urban people who are working in manufacturing industries. The major cause behind this is that the income elasticity of demand for agricultural products such as food grains is less than one; as a result, it is very difficult that farmers' income from agriculture will increase in proportion to the growing national income.

## **2. Cross Elasticity of Demand**

Changes in price and quantity demanded of two related goods have a mutual relationship. Therefore, when the price of one good change the demand for the related good will also change. For instance, tea and coffee are two related goods. Thus, when the price of tea changes the demand for coffee will also change.

In simple words, cross elasticity of demand is a measure of change in quantity demanded of good-Y, as a result of change in the price of good-X. According to Ferguson, "The cross elasticity of demand is the proportional change in the quantity of good-X demanded resulting from a given relative change in the price of the related good-Y."

It can be measured as:

$$= \frac{\text{Percentage change in quantity demanded of good-X}}{\text{Percentage change in the price of good-Y}}$$

It is important to note here that when two goods are substitutes for each other, cross-elasticity of demand among them is positive like tea and coffee. Because increase in the price of tea, increases the demand for coffee. However, the cross-elasticity of demand for complementary goods like bread and butter is negative, because increase in the price of one decreases the demand of another.

#### Importance of Cross Elasticity of Demand

- A. For Formulating Price Strategy: This concept is crucial in managerial decision-making when it comes to developing a proper pricing strategy. Multiproduct firms often use this method to measure the impact of a change in one product's price on demand for other products.
- B. For Defining the Boundaries of an Industry: It can also be used to define an industry's boundaries and measure interrelationships between industries. It is worth noting that, due to the interdependence of firms and industries between which cross price-elasticity of demand is positive and strong; no one can increase the price of their product without losing sales to other firms in similar industries.

### 3. Price Elasticity of Demand

Price elasticity of demand indicates the degree of responsiveness of quantity demanded of a commodity to the change in its price, other factors such as consumers' income, prices of related commodities that determine demand are held constant. It is defined as the ratio of the percentage change in quantity demanded of a commodity to a given percentage change in price. It is expressed by minus (-) sign like:

$$e_d = (-) \frac{\text{Percentage change in quantity demanded}}{\text{Percentage change in price}}$$

For example, 5 per cent fall in price of a commodity will lead to 10 per cent increase in demand then elasticity of demand will be

$$e_d = (-)10\% = (-) - 2 = 2, \text{ i.e., } = -5\%$$

It is important to mention here that fall in price is indicated by minus (-) sign and due to multiplication, the negative signs turned to be positive.

According to Prof. Marshall, "Elasticity of demand may be defined as the percentage change in the quantity demanded divided by the percentage change in the price." According to A.L. Meyers, "The elasticity of demand is a measure of the relative change in amount purchased in response to a relative change in price."

## 2.4 Degrees of Price Elasticity of Demand

When it comes to the change in quantity demanded as a result of change in price, goods differ. In certain cases, this response is insignificant, while in others, it is considerable. As a result, demand elasticity ranges from 0 to infinity. However, the five most well-known categories are mentioned below.

**1. Perfectly Elastic Demand Curve:** The demand for a commodity is said to be perfectly elastic, if at the same price, buyers can purchase as much as they can, while at a slightly higher price, they will buy none at all. It means demand is infinite at the prevailing price. The demand curve in this case is parallel to the X-axis as shown in figure.7

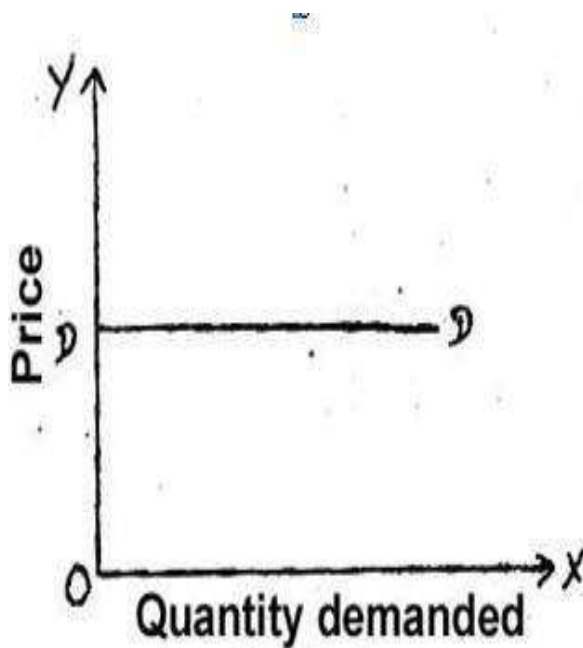


Figure 7

**2. Perfectly Inelastic Demand:** The quantity demanded is said to be perfectly inelastic when a significant increase or decrease in price is not accompanied by any change in the quantity demanded. The demand for insulin by the diabetic patient is the perfect example of perfectly inelastic demand. As shown in fig. no. 8, the demand curve in this case is a vertical straight line parallel to the Y-axis. Elasticity of demand in this case is zero.

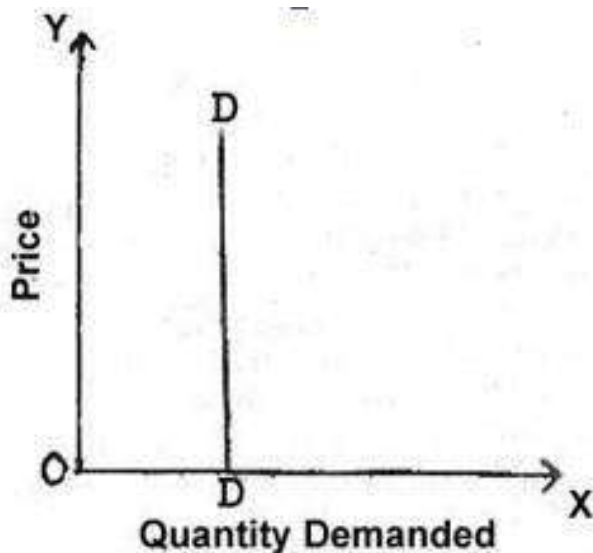


Figure 8

**3. Unitary Elastic Demand:** The elasticity of demand is said to be equal to unity when the percentage change in quantity demanded equals the percentage change in price. The elasticity of demand is equal to unity if the price of a good doubles and the quantity demanded is reduced to half of what it was previously demanded. Elasticity of demand in this case is one. This is depicted in figure 9.

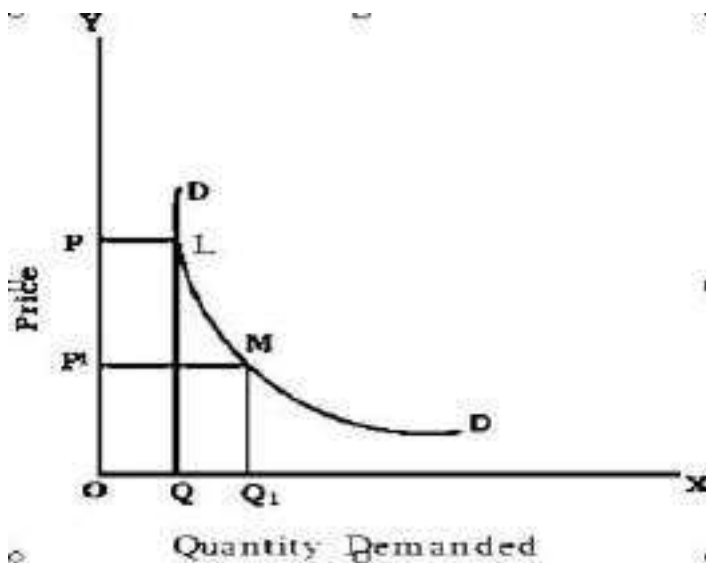


Figure 9

**4. Greater than Unitary Elastic Demand:** The elasticity of demand is greater than one when the percentage change in quantity demanded is greater than the percentage change in price. It is important to note that when change in quantity demanded is more in response to change in own price of the commodity then total expenditure on the commodity increases and vice-versa. For example, in the case of color televisions and air conditioners a significant increase in demand

has been seen in response to a modest price reduction. This is depicted in figure 10.

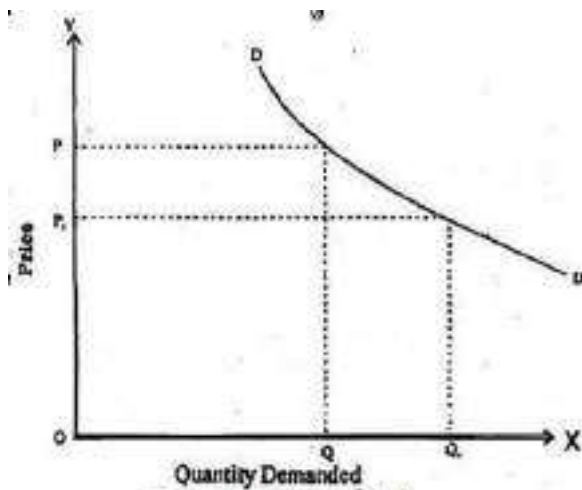


Figure 10

5. Less than Unitary Elastic Demand: The elasticity of demand is less than unity when the percentage change in quantity demanded is less than the percentage change in price. This case is prevalent in the majority of necessities of life, such as salt, wheat, rice and sugar. In this case total expenditure on the commodity decreases when price falls and increases when price increases. This is depicted in figure 11.

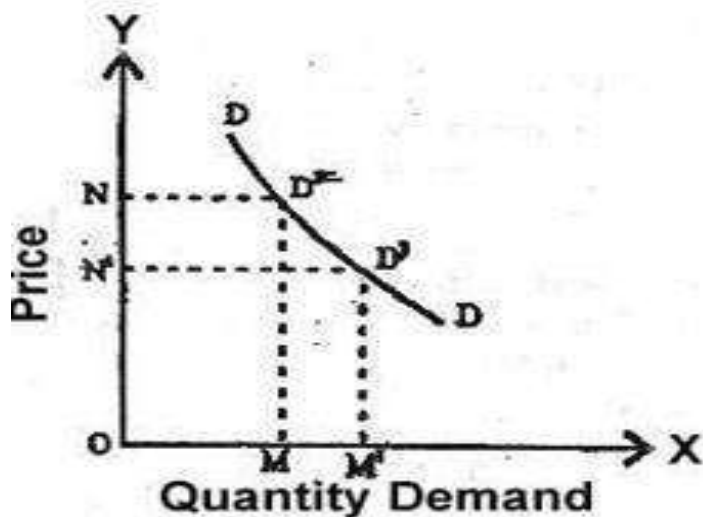


Figure 11

### Check Your Progress -III

Q.1 Explain in detail the increase in demand and decrease in demand.

Ans: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Q.2 What is meant by price elasticity of demand? What are different degrees of elasticity of



demand?

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## 2.5 Measurement of Price Elasticity of Demand

Elasticity of demand can be measured in various ways. The following commonly used methods are:

- **Total Outlay or Total Expenditure Method**
- **Percentage Method**
- **Point Method**
- **Arc Elasticity Method**

### 1. Total Outlay or Total Expenditure Method

Marshall first mentioned this method in his book "Principles of Economics." According to Marshall, if a decrease in price results in an increase in total outlay and an increase in price results in a decrease in total outlay the elasticity of demand is more than unity. On the other hand, due to fall or rise in price, if the total outlay remains constant then the elasticity of demand is equal to unity. Apart from that, if a rise in price results in increased outlay and a fall in price results in decreased outlay, the elasticity of demand is less than unity. Note that, under this method we measure elasticity of demand by examining the change in total outlay due to change in price.

The relationship between price elasticity and total expenditure can also be explained with the help of the following table.

**Table 3 Relationship between Price Elasticity and Total Expenditure**

| <b>Price Change</b> | <b>Elasticity greater than one (<math>E_d &gt; 1</math>)</b> | <b>Elasticity less than one (<math>E_d &lt; 1</math>)</b> | <b>Elasticity equal to one (<math>E_d = 1</math>)</b> |
|---------------------|--|---|---|
| Price falls         | TE increases   | TE decreases  | No change in TE                                       |
| Price rises         | TE decreases   | TE increases  | No change in TE                                       |

We can understand the above mentioned relationship with the help of the following figure. Consider Figure. 13. In this, total outlay is shown on X-axis and price on Y-axis. At OP price, the total outlay is PM, when price falls from OP to OP1 the total outlay increases from PM to

P1M1, and elasticity of demand is more than unity. When the price decreases from OP1 and OP2 total outlay is P2M2 which is the same as P1M1. Therefore, elasticity of demand is equal to unity. Similarly, when the price of a commodity decreases from OP2 to OP3 total outlay decreases from P2M2 to P3M3. In this case, the elasticity of demand is less than unity.

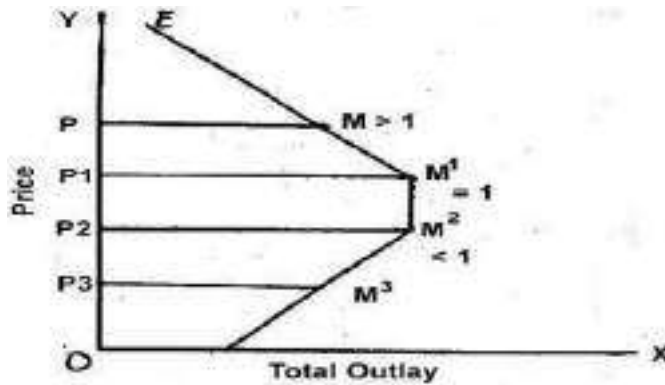


Figure 13

## 2. Percentage Method

This is the second method for calculating elasticity. According to this method elasticity of demand is calculated as the proportional change in quantity demanded divided by the proportional change in price. According to Prof. Marshall, if a given percentage fall or rise in price results in an equal percentage rise or fall in the quantity demanded, the elasticity of demand is equal to unity or in other words, if 5% falls or rise in price results to 5 % rise or fall in the quantity demanded, elasticity of demand is equal to unity. As a result, elasticity is defined as the proportion of a change in quantity demanded to a change in price paid.

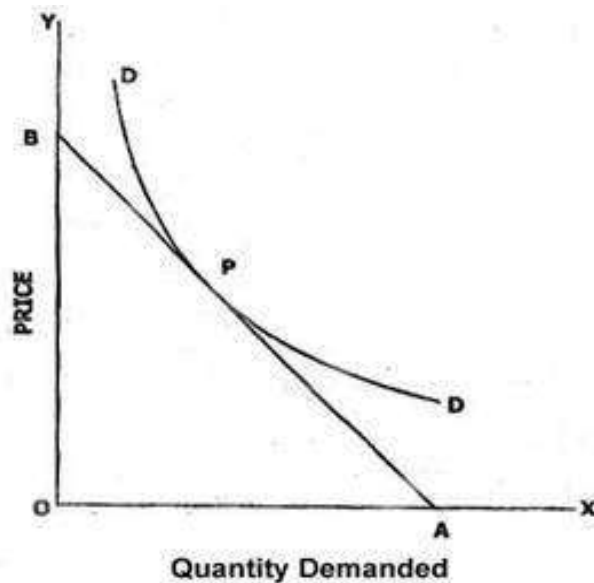
$$e_d = \frac{\text{Percentage change in quantity demanded}}{\text{Percentage change in price}}$$

## 3. Point Method

We are occasionally interested in measuring elasticity of demand at a particular point since the degree of elasticity of demand can vary on different parts of a demand curve in Figure 14.

Figure 14 illustrates how to calculate the elasticity of demand at a particular point on a demand

curve. If P is any point on a demand curve DD. At P, a tangent is drawn to this curve, which



touches the X-axis at A and Y-axis at B. The ratio PA/PB represents the elasticity of demand at P. Because PA is longer than PB, the demand elasticity at P is greater than one. The following formula is used to calculate demand elasticity at a given point:

$$e_d = \frac{\text{Lower Segment}}{\text{Upper Segment}}$$

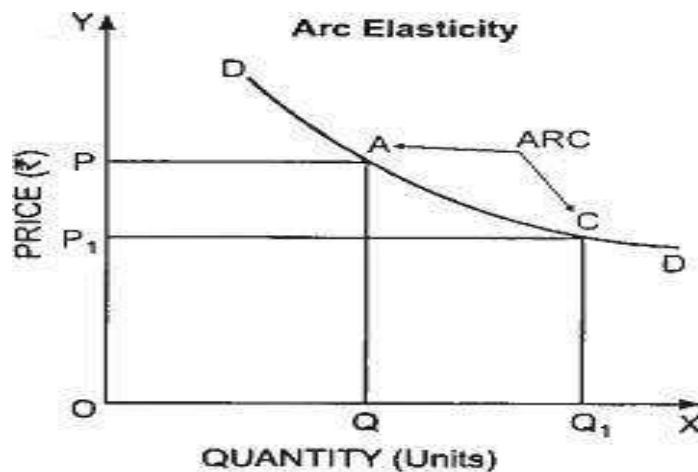
Lower Segment Upper Segment

It is worth mentioning here that if there is an infinitely small change in price and quantity demanded, the percentage method to calculate demand elasticity at a given point on the demand curve can be used; however, if the changes are considerable, this formula will be of little use.

#### 4. Arc Elasticity Method

When using the percentage method to determine price elasticity of demand, we must decide whether to use the initial price as the base for calculating percent change in price or the initial quantity as the base for calculating percent change in quantity demanded in response to a given percent change in price. To avoid this difficulty, we calculate the percentage change in price or quantity demanded using the arc elasticity approach, which uses the midpoint of the initial and final price and quantity demanded respectively as the base. Thus, arc elasticity is the measurement of elasticity between two points on a demand curve. According to Watson, "Arc elasticity is the elasticity at the mid-point of an arc of a demand curve."

The portion of the demand curve DD shown in figure 15 between two points A and C is known



as Arc. It will be seen from the figure that when price is OP, quantity demanded is OQ. When price falls to OP<sub>1</sub>, quantity demanded will be OQ<sub>1</sub>.

It should be emphasized that this method of measuring price elasticity of demand must be used for large price changes.

## 2.6 Factors Affecting Elasticity of Demand

We have studied from the above discussion that elasticity of demand is different for different goods. This is due to the following factors:

1. In general, demand for necessities of life (such as food, clothing, salt, kerosene and oil etc.) are inelastic, whereas demand for luxury products is elastic. This is due to the fact that the consumption of a certain minimum of these necessities is required for human survival. No one can live without these items, no matter how expensive they are. However, if the price of luxuries rises over a certain level, demand for them may be reduced. A necessity does not always imply a life-or-death situation. When a person becomes habituated to consuming a certain item, it becomes an indispensable part of his consumption pattern, and his demand for it becomes inelastic. For an addict, the elasticity of demand for alcohol is less than unity.
2. Elasticity of demand is also determined by the number of alternative uses to which a given commodity can be put. A good's demand will be elastic if it has multiple uses. Coal, for example, can be utilized in workshops, railways, factories and even in the home. If the price of coal declines, it will begin to be used in places where it was previously uneconomical to do so. It means goods which have specified use inelastic demand exist among their cases.
3. The goods in case of availability of substitutes are there, the elasticity of demand for such goods is elastic. If the price of coffee rises, for example, consumers would switch to tea, and

coffee consumption will drop significantly.

4. Percentage of a consumer's income spent on the commodity also influenced the elasticity of demand. If a consumer spends only a small amount of his income on a particular commodity, a price change will have little effect on the quantity demanded. To put it another way, demand for such things is inelastic.
5. The possibility of the postponement of the use of a particular good also influenced the elasticity of demand. The demands for commodities, in case of which consumption can be postponed, have elastic demand. On the other hand, the demand for those commodities consumption of which cannot be postponed is inelastic.
6. Elasticity of demand is also determined by the level of price of the commodity. It is low when the price level of the commodity is low because with less price of the commodity the proportionate change in demand is insignificant.
7. Elasticity of demand is also affected by the income level of the consumer. If consumers have a high income, then they will not consider the price of the commodity. Therefore, in that case elasticity of demand is very low. On the other hand, if the income level of the consumers is low, then in that case elasticity of demand will be high.

## **2.7 Importance of Elasticity of Demand**

The concept of elasticity of demand has a great significance in economics as discussed below:

1. The government will use this concept to frame its taxation policies. If the government wants to raise revenue from indirect taxes because these taxes can only be levied on those goods which have inelastic demand then elasticity of demand is an important tool.
2. Elasticity of demand is really helpful to guide the producer in different market structures. Under imperfect competition and monopolistic competition this concept guides producers while fixing prices of their products. When demand for a commodity is inelastic, a monopolist will set a high price because he is almost certain that his product will sell out. It is important to mention here that a monopolist while using price discrimination first look at the elasticity of demand for his product in different markets.
3. This is also useful to determine the extent to which a particular factor of production can get its remuneration raised. For instance, if in an industry demand for a particular type of labour is inelastic, then they can receive higher wages as compared to wages paid to other categories.

4. For the determination of terms of trade between two countries this concept is also very useful. Terms of trade will in favor of those countries whose demand for the product is comparatively more elastic.

### **Check Your Progress -IV**

Q.1 How price elasticity of demand is measured?

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q.2 What are the determinants of price elasticity of demand

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### **2.8 Summary**

In this unit, we discussed consumer behaviour towards a prevailing price of the commodity. It includes the individual consumer demand (which study the behaviour of individual person) as well as the market demand (which study the behaviour of two or more persons) and factors that are affecting the demand of a product. The law of demand states that there is an inverse relationship between price and quantity demanded, all other things being equal. Other things that are assumed to be constant are the income of the consumer, tastes and preferences of the consumer and the prices of related goods etc. These aspects are considered important to determine the size of the market. Besides this, we have also studied another important aspect from a pricing-decision point of view i.e., how markets react to change in price of a product. That is called elasticity of demand. Three types of elasticity of demand have been discussed in this context i.e., price elasticity of demand, income elasticity of demand and cross elasticity of demand. Under this, the different concepts of elasticity and its degrees which includes perfectly elastic, perfectly inelastic, unitary elastic, greater than unitary elastic and less than unitary elastic. Measurement of elasticity of demand with various ways like total expenditure method, percentage method, point method and arc method.

### **2.9 Questions for Practice**

#### **A. Short Answer Type Questions**

Q9. What do you mean by elasticity of demand?

Q10. Discuss the factors which affects the elasticity of demand. Q11. What do you mean by cross elasticity of demand?

Q12. What is arc elasticity of demand?

Q13. Discuss the concept of income elasticity of demand.

### **B. Long Answer Type Questions**

Q7. Explain elasticity of demand. Mention the various factors which are affecting the elasticity of demand.

Q8. What is price elasticity of demand? Explain its degrees and measurements.

Q9. What is the price elasticity of demand? Explain the arc and point method of measuring the elasticity of demand.

Q10. Write a note on the following:

- a. Price elasticity of demand
- b. Income elasticity of demand
- c. Cross elasticity of demand

### **2.10 Suggested Reading**

- H. L. Ahuja, Principles of Microeconomics, S. Chand & Company Ltd. New Delhi
- D.N. Diwedi, Microeconomics, Theory and Application, Vikas Publishing House, New Delhi.
- Perloff, J. M, Microeconomics, Theory and Application with Calculus, Pearson Addison Wesley.
- Koutsoyiannis, A, Modern Microeconomics, The Macmillan Press Ltd.
- Varian, H. R, Intermediate Microeconomics, W. W. Norton & Company, New York, London

**BACHELOR OF ARTS**  
**SEMESTER –I**  
**COURSE: MICRO ECONOMICS**

---

**UNIT 3: CONSUMER BEHAVIOUR: UTILITY ANALYSIS**

---

**STRUCTURE**

**3.0 Learning Objectives**

**3.1 Introduction**

**3.2 Cardinal Utility Analysis**

**3.2.1 Assumptions of Cardinal Utility Analysis**

**3.2.2 Laws of Cardinal Utility Analysis**

**3.2.2.1 Law of Diminishing Marginal Utility**

**3.2.2.2 Law of Equi-Marginal Utility**

**3.2.3 Consumer's Equilibrium through Cardinal Utility Analysis**

**3.2.3.1 Consumer's Equilibrium with Single Commodity**

**3.2.3.2 Consumer's Equilibrium with Two Commodities**

**3.2.4 Criticism of Cardinal Utility Analysis**

**3.3 Summary**

**3.4 Questions for Practice**

**3.5 Suggested Readings**

**3.0 Learning Objectives**

At the end of this unit, learner will be able to:

- Develop relation between total utility and marginal utility
- Differentiate between ordinal and cardinal utility analysis
- Determine the consumer's equilibrium with single commodity and two commodities under



cardinal utility analysis

- Criticism of the analysis

### **3.1 Introduction**

The theory of consumer behaviour examines the relationship between quantity demanded of a commodity and its price by highlighting the reasons for the establishment of the relationship. A number of theories have been put forward by various economists to analyse consumer's demand for a commodity.

### **3.2 Cardinal Utility Analysis**

The cardinal utility analysis for explaining the concept of consumer behaviour has been favoured by classical economists namely Adam Smith, Gossen, Walras, Dupuit, Jevons, J.S. Mill as well as neo-classical economists i.e. Marshall and Pigou. According to this analysis, consumer purchases a certain good because of its utility. Utility can be measured in cardinal numbers i.e. 1, 2, 3, etc. Fisher has put forward the term 'Util' as a unit to measure utility. Basically, utility is that quality in a good with which our wants are fulfilled. According to Mrs. Joan Robinson, "Utility is the quality in commodities that makes individuals want to buy them." Utility is different from satisfaction. Utility is that quality of a good which fulfils the wants and satisfaction we get after the fulfilment of our wants.

There are various features of utility.

1. Utility is subjective in nature as it deals with the mental satisfaction of a consumer. Different persons derive different utility from a same commodity.
2. Utility is relative as it never remains the same and varies with time and place.
3. It is not necessary that utility is always useful. Sometimes, a good having utility is not useful e.g., drugs are harmful for the health of human beings but these have utility for an addict for fulfilling his want.
4. There is no relationship between utility and morality. Both are independent of each other. Use of cigarette is not good from moral point of view but it has utility for smoker as it fulfils his want.

There are three concepts of utility i.e., initial utility, total utility and marginal utility. Initial utility is the utility derived from the consumption of first unit of a good which is always positive. Total utility is the summation of the utilities derived from the consumption of various

units of a good.

$$TUX = f(QX)$$

where TUX = Total utility from good X and QX = Units of good X.

Table 1: Relation between Marginal Utility and Total Utility

| Table 1: Relation between Marginal Utility and Total Utility |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Units of Apples  | Total Utility (in utils) | Marginal Utility (Utils) |
| 1  | 12                       | 12                       |
| 2  | 20                       | 8                        |
| 3  | 24                       | 4                        |
| 4  | 24                       | 0                        |
| 5  | 20                       | -4                       |

Marginal utility is the addition made to total utility by consuming one more unit of a commodity. The marginal utility can be measured as follows:

$$MU_n = TU_n - TU_{n-1}$$

where  $MU_n$  = Marginal utility of  $n^{\text{th}}$  unit,  $TU_n$  = Total utility of  $n$  units and  $TU_{n-1}$  = Total utility of  $(n-1)$  units. If the total utility from 10 mangoes is 200 and from 9 mangoes is 192, then the marginal utility of the 10<sup>th</sup> mango is

$$MU_n = TU_n - TU_{n-1} = 200 - 192 = 8$$

Marginal utility is the rate of change of total utility due to a unit change in the quantity of a particular good. It measures the slope of total utility curve at a given point. Marginal utility can also be measured as follows:

$$MU = d(TU) / dQ$$

The relationship between total utility and marginal utility has been put forward by Jevons. Marginal utility can be positive, negative or zero. The marginal utility will be positive as total utility increases due to the consumption of additional units of a good. The marginal utility will be zero when total utility is maximum. As total utility falls by consuming additional units of a good, then marginal utility will be negative. The table 1 shows the relation between marginal utility and total utility. As first apple is consumed total utility is 12 utils.

Total utility increases to 20, when second apple is consumed. Total utility further increases to 24 by consuming third apple. As fourth apple is consumed total utility remains at 24 utils

but declined to 20 utils, when fifth apple is consumed. Total utility goes on increasing as more and more units of a good are consumed but upto a limit. Marginal utility is positive and declining during the consumption of three apples when total utility is increasing. Marginal utility is zero during the consumption of fourth apple when total utility is maximum. By consuming fifth apple, total utility starts declining and marginal utility becomes negative i.e- 4.

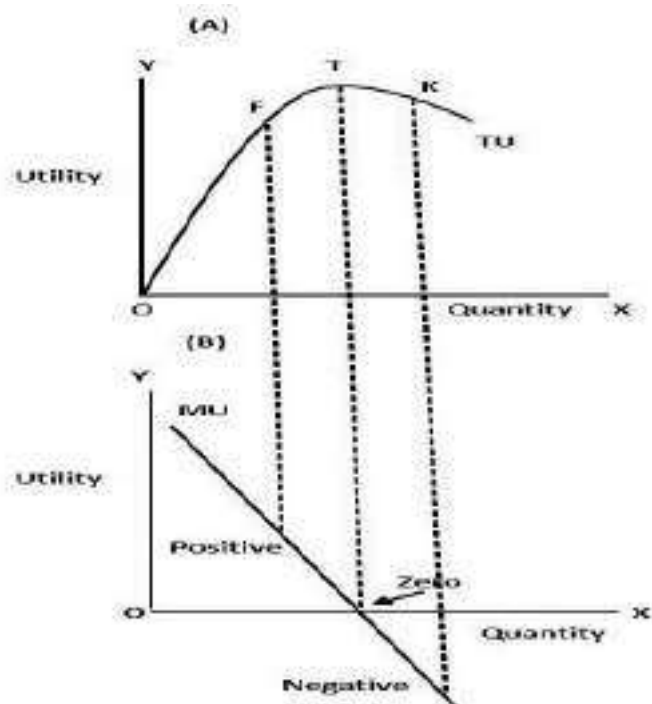


Figure 1: Relation between total utility and marginal utility

The figure shows total utility curve i.e. TU and part (B) shows marginal utility curve i.e. MU. In part (A) and part (B), units of good are shown on OX axis and utility on OY axis. At point F, where total utility is increasing, marginal utility is positive and declining. At point T, total utility is maximum and marginal utility is zero. At point K, total utility is declining and marginal utility is negative.

### 3.2.1 Assumptions of Cardinal Utility Analysis

The cardinal utility analysis rests on some basic assumptions which are as follows:

- 1) The consumer is rational as he wants to maximise his satisfaction from the given income.
- 2) Utility can be measured in cardinal number system i.e., 1,2,3...
- 3) Marginal utility derived from each good is independent. Utility of a given good depends upon the quantity of that good only. The utility derived from other goods

does not affect utility of the given good.

- 4) The marginal utility of money remains constant.
- 5) The marginal utility derived from the consumption of successive units of a commodity goes on diminishing.
- 6) Commodities are divisible into small units.
- 7) Consumption of different units of a good must be during the same time period.
- 8) The quality and size of different units of a good must be uniform.
- 9) There should be no change in the fashion, mental condition of consumer and price of the good or its substitutes.

### **3.2.2 Laws of Cardinal Utility Analysis**

There are two main laws of cardinal utility analysis related to consumer behaviour. These are:

- a. Law of diminishing marginal utility
- b. Law of equi-marginal utility

#### **3.2.2.1 Law of Diminishing Marginal Utility**

The various economists like Gossen, Bentham, Walras, Jevons, Menger and Marshall have made significant contribution in developing Law of diminishing marginal utility. This law is also called “Gossen’s First Law”. According to Marshall, “The additional benefit which a person derives from a given stock of a thing diminishes with every increase in the stock that he already has.” According to Prof. Boulding, “*As a consumer increases the consumption of any one commodity, keeping constant the consumption of all other commodities, the marginal utility of the variable commodity must eventually decline.*”

The law of diminishing marginal utility is based on the daily life experience of any consumer. The wants of human beings are unlimited but each particular want can be satisfied. The marginal utility derived from the consumption of additional units of a commodity goes on diminishing. A point comes when the consumer does not want to consume more units of a commodity as marginal utility derived from consumption of additional units of a commodity has become zero. This is the point at which consumer’s want is fully satisfied. If consumer still consumes more units of a commodity, marginal utility will become negative. According to this law, we obtain less and less utility from the successive units of a commodity as we consume more and more of it. The law of diminishing marginal utility can be explained with the help of table 2.

| Table 2: Law of Diminishing Marginal Utility |                  |
|--|------------------|
| Cups of Tea                                  | Marginal Utility |
| 1  | 8                |
| 2  | 6                |
| 3  | 4                |
| 4  | 2                |
| 5  | 0                |
| 6  | -2               |

The consumption of first cup of tea gives 8 utils of marginal utility followed by 6, 4 and 2 utils from second, third and fourth cup of tea, respectively. When fifth cup is consumed, marginal utility is zero which shows a point at which consumer demand is satisfied. If consumer consumes sixth unit of the commodity, marginal utility becomes negative i.e. -2. The law of diminishing marginal utility can be explained with the help of figure 2. The quantity i.e. cups of tea is measured on X axis and utility on Y axis. KT represents downward sloping marginal utility curve. The consumption of first cup of tea provides 8 utils of marginal utility. The second cup gives 6 utils, third cup provides 4 utils and fourth cup yields 2 utils of marginal utility. Marginal utility becomes zero with the consumption of fifth cup of tea and touches X axis. As sixth cup of tea is consumed marginal utility becomes -2 and marginal utility curve goes beyond the X axis.

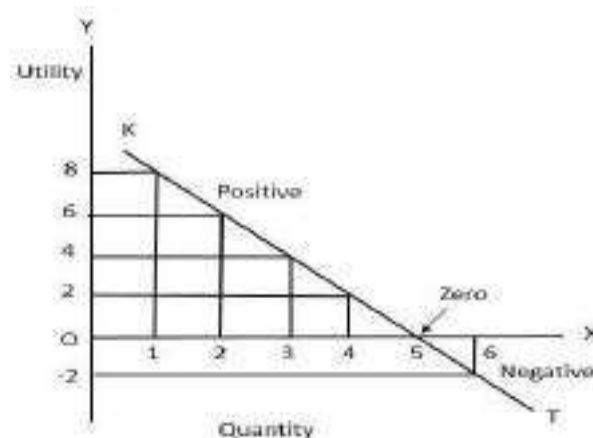


Figure 2: Diminishing Marginal Utility

There are several exceptions to the Law of Diminishing Marginal Utility. This includes rare and curious things, articles of distinction, poetry or good books, intoxicants, public goods and consumption of initial units of a commodity. The marginal utility derived from the consumption or collection of above-mentioned goods goes on increasing as their stock goes on

increasing. This law has significant theoretical as well as practical importance.

This law provides the base for the three consumption laws i.e., law of demand, law of equi-marginal utility and consumer surplus. As this law states that when marginal utility derived from additional units of a commodity becomes zero, then consumer shifts to the other commodity so the producer has to produce different varieties of good. The difference between value-in-use and value-in-exchange has been explained with the help of law of diminishing marginal utility. The goods like water, air etc. have value-in-use and command low price. As these goods are available in large quantity and used on large scale, their marginal utility declines rapidly, consequently, their price also falls. The goods like diamond, gold etc. have value-in-exchange and command high price. As these goods are scarce in nature, their marginal utility declines slowly, consequently, their price remains high. This law helps consumers to attain maximum satisfaction. Consumer can purchase only that much quantity of a commodity where marginal utility is equal to the price of that commodity to get maximum satisfaction. Price determination of a commodity depends upon law of diminishing marginal utility. If seller wants to sell more units of a good, he will have to decline the price of that good because more units derive less marginal utility. Hence, consumers will buy more at less prices and vice-versa.

The law of diminishing marginal utility has been criticised on several points. Cardinal measurement of utility is not possible. The various assumptions like constant marginal utility of money and no change in the fashion, mental condition of consumer and price of the good or its substitutes are not realistic. Marginal utility can only be calculated in case of divisible commodities but in reality, most of the commodities are not divisible. Marginal utility derived from each good is not independent rather marginal utility of a given good is affected by marginal utility derived from other goods.

### **3.2.2.2 Law of Equi-Marginal Utility**

The second law of cardinal utility analysis is the law of equi-marginal utility. This law was first propounded by Gossen. Therefore, it is also called “Gossen’s Second Law.” Different economists have given different names to this law i.e. “Law of Maximum Satisfaction”, “Law of Rational Consumer”, “Law of Substitution” and “Law of Economics”.

According to Marshall, “If a person has a thing which he can put to several uses, he will distribute it among these uses in such a way that it has same marginal utility in all.” According to Prof. Lipsey, “The household maximising utility will so allocate its expenditure between commodities that the last penny spent on each is equal.” According to Prof. Samuelson, “A

consumer gets maximum satisfaction when the ratio of marginal utilities of all commodities and their price is equal.”

This law states that to get maximum utility from the expenditure of his limited income, the consumer purchases such amount of each commodity that the last unit of money spent on each of them affords him the same marginal utility. According to this principal, the marginal utility of expenditure of the last unit of money spent on all of the commodities must be the same. Marginal utility of expenditure of a given commodity is the ratio of marginal utility of a commodity and its price. In case of commodity A, marginal utility of expenditure can be measured as:

$$MU_E = MU_A / P_A$$

In case of commodity B, marginal utility of expenditure can be measured as:

$$MU_E = MU_B / P_B$$

Therefore, to get maximum satisfaction, consumer equilibrium will be reached when

$$MU_E = MU_A / P_A = MU_B / P_B$$

If price of both the commodities becomes equal then the above equation can be written as:

$$MU_E = MU_A = MU_B$$

where  $MU_E$  = marginal utility of expenditure,  $MU_A$  = marginal utility of commodity A,  $MU_B$  = marginal utility of commodity B,  $P_A$  = price of commodity A and  $P_B$  = price of commodity B.

| <b>Table 3: Law of Equi-Marginal Utility</b> |   |  |   |   |
|--|---|--|---|---|
| <b>Units of Goods</b>                        | <b>Marginal Utility of Apples (<math>MU_A</math>)</b> | <b>Marginal Utility of Bananas (<math>MU_B</math>)</b> | <b><math>MU_A/P_A</math><br/><math>P_A=6</math></b> | <b><math>MU_B/P_B</math><br/><math>P_B=4</math></b> |
| 1  | 48  | 24   | 8   | 6   |
| 2  | 42  | 20   | 7   | 5   |
| 3  | 36  | 16   | 6   | <b>4</b>  |
| 4  | 30  | 12   | 5   | 3   |
| 5  | 24  | 8  | <b>4</b>  | 2   |

|   |    |   |   |   |
|---|----|---|---|---|
| 6 | 18 | 4 | 3 | 1 |
|---|----|---|---|---|

The table 3 explains the law of equi-marginal utility. The consumer has Rs. 42 to spend. It is assumed that price of commodity A is Rs. 6 and price of commodity B is Rs. 4. If consumer purchases, 5 units of commodity A and 2 units of commodity B, marginal utility of expenditure will be equal to 4.

$$MU_E = MU_A/P_A = MU_B/P_B = 4$$

The law of equi-marginal utility can be explained with the help of figure 3. The part A of the figure shows marginal utility of expenditure in case of apples and part B shows, marginal utility of expenditure in case of Bananas. The units of commodities and marginal utility of expenditure have been measured on X axis and Y axis, respectively. The  $OQ_1$  units of apples and  $OQ_4$  units of bananas will be purchased by the consumer where  $MU_E = U_1$ . Here,  $MU_E = MU_A/P_A = MU_B/P_B = U_1$ , so, consumer will get maximum satisfaction. If consumer purchases more quantity of apples i.e.,  $Q_1Q_2$ , he will decline quantity of banana by  $Q_3Q_4$ . He will gain  $Q_1Q_2K_2K_1$  amount of utility by increase the quantity of apples and will lose  $Q_3Q_4T_4T_3$  amount of utility. Loss of utility is more than the gain of utility. Hence, the rearrangement of the spending of consumer will result in net loss in utility. Now, it is clear that consumer's satisfaction is maximum when marginal utility of expenditure in case of

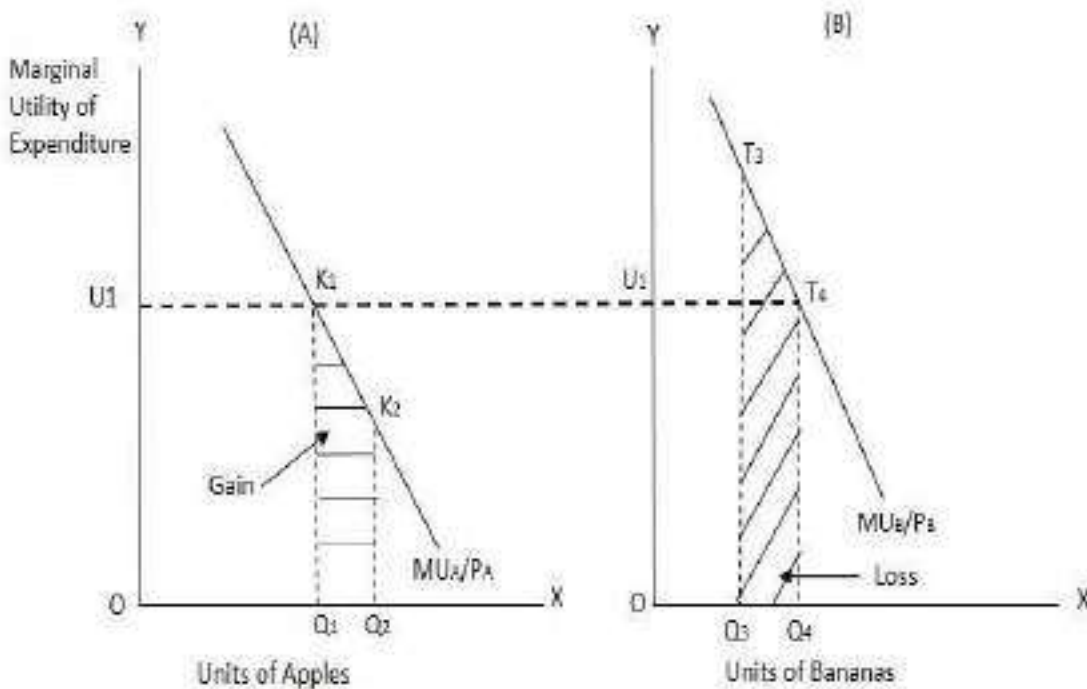


Figure 3: Law of Equi-Marginal Utility

all the goods is equal.



The law of equi-marginal utility is very significant in the fields of consumption, production, exchange, distribution and public finance. In case of consumption, consumer will get maximum satisfaction when last unit of money spent on different commodities gives him equal marginal utility. In the field of production, producer will get maximum profit when marginal productivity of each factor is equal.

During exchange, consumer will go on substituting commodities having less utility with commodities having more utility till marginal utility of all commodities become equal.

The distribution of national income among the various factors of production should be such that each factor must get its share equal to its marginal productivity in the long run. In field of public finance, taxes are levied in such a manner that marginal sacrifice of all the tax payers becomes equal.

**Criticisms:**

1. Cardinal measurement of utility is not possible.
2. The various assumptions like constant marginal utility of money and no change in the fashion, mental condition of consumer and price of the good or its substitutes are not realistic.
3. Marginal utility can only be calculated in case of divisible commodities but in reality, most of the commodities are not divisible.
4. Marginal utility derived from each good is not independent rather marginal utility of a given good is affected by marginal utility derived from other goods.
5. This law assumes that consumer is rational in nature but consumers do not make such calculations to get maximum satisfaction in reality.
6. This law does not hold good in case of complementary goods as substitution does not take place in case of these commodities.
7. This law is not applicable to durable goods.

**3.2.3 Consumer's Equilibrium through Cardinal Utility Analysis**

The consumer is said to be in equilibrium when he does not want to change his current expenditure as he is getting maximum satisfaction out of his limited income. According to Tiber Scitovsky, "A consumer is in equilibrium when he regards his actual behaviour as the best possible under the circumstances and feels no urge to change his behaviour as long as circumstances remain unchanged." Consumer's equilibrium through cardinal utility analysis can be attained under two different situations:

- a. Consumer's equilibrium with single commodity
- b. Consumer's equilibrium with two commodities

**3.2.3.1 Consumer's Equilibrium with Single Commodity**

The consumer is said to be in equilibrium if he does not want to purchase either more or less quantity of apples when whole income of the consumer is spent on single commodity i.e. apples. In case of single commodity, consumer's equilibrium will be attained at a point where marginal utility of commodity is equal to its price.

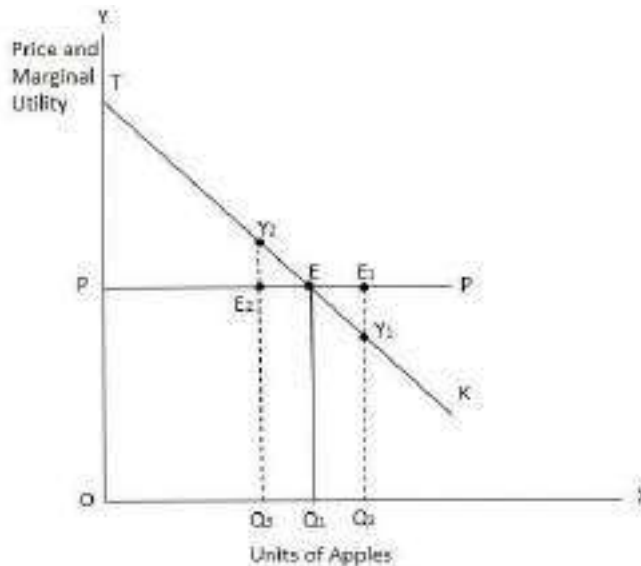


Figure 4: Consumer's Equilibrium with Single Commodity

The figure 4 explains consumer's equilibrium with single commodity in which units of apples are measured on X axis and price and marginal utility are measured on Y axis. TK is the marginal utility curve of apples. If price is OP, the consumer will purchase  $OQ_1$  quantity of apples as at this point marginal utility of apples is equal to its price. Thus, marginal utility  $OQ_1ET$  derived from  $OQ_1$  units of apples is maximum. If consumer purchases one more unit of apple, the marginal utility  $Y_1Q_2$  is less than its price OP. So, he will reduce the quantity of apples to  $OQ_1$ . If consumer purchases one less unit of apple, the marginal utility  $Y_2Q_3$  is more than its price. Therefore, consumer will increase the quantity of apples to  $OQ_1$ . Hence, consumer does not purchase either more or less quantity of apples than  $OQ_1$ . At point E, condition for equilibrium  $MU=Price$  is fulfilled and consumer is getting maximum satisfaction here.

**3.2.3.2 Consumer's Equilibrium with Two Commodities**

If consumer spends his entire income on two commodities i.e. commodity A and commodity B, he will act according to law of equi-marginal utility. The consumer will go on substituting the commodity giving low marginal utility with commodity giving high marginal utility till

the marginal utilities of both the commodities become equal assuming that prices of both the commodities are same. Beyond this point, consumer does not want to make any change in his purchases. Hence, consumer's equilibrium is attained. If prices of both the commodities are same, equilibrium condition can be written as:

$$MU_A = MU_B$$

Consumer's equilibrium with two commodities can be explained with the help of figure 5. Units of money spent are measured on X axis and price and marginal utility are measured on Y axis. TT and KK are the marginal utility curves of commodity A and commodity B, respectively. Prices of both the commodities i.e.  $OP_1$  and  $O'P_1$  are equal. At given prices, the equilibrium is attained where marginal utility of each commodity  $EM_2$  is equal to its price i.e.  $EM_2 = OP_1 = O'P_1$ . At this point of equilibrium, consumer will spend  $OM_2$  amount of money on commodity A and  $O'M_2$  on commodity B. Hence, total marginal utility  $OM_2ET + O'M_2EK$  derived from both the commodities is the maximum. Any further change in the consumer spending will result in decline in the total utility. Suppose consumer will spend one more unit of money on commodity B and one less unit on commodity A. If consumer incurs  $OM_1$  units of money on commodity A, it will result in loss of utility by  $M_1M_2EL$ . If consumer spends  $O'M_1$  units of money on commodity B, he will gain utility by  $M_1M_2EG$ . The loss in utility is more than the gain in utility which results in net loss of utility by  $LGE$ . Therefore, once equilibrium is reached, consumer does not want to change his spending as at the point of equilibrium, he gets maximum utility.

#### **3.3.4. Criticism of Cardinal Utility Analysis**

The cardinal utility analysis has been criticised on several grounds. These are as follows:

- 1) The concept of utility is subjective in nature as it relates to psychology of human beings. But the consumer's demand analysis is based on the fact that utility is objective.
- 2) The cardinal measurement of utility is not possible i.e. 1, 2, 3 etc. It is not possible for the utility derived from different units of a commodity to be added or subtracted.
- 3) According to cardinal utility analysis, every commodity is independent in nature but in reality, utility of given commodity is dependent on the utility of other commodities.
- 4) The cardinal utility analysis is based on the concept of marginal utility but marginal utility can only be calculated in case of divisible goods. In real world, most of the commodities are non-divisible.
- 5) The marginal utility of money cannot be constant. If the amount of money with a person

enhances, its marginal utility declines and if the amount of money declines, its marginal utility rises.

- 6) The various assumptions like no change in the fashion, mental condition of consumer and price of the goods or its substitutes are not realistic.
- 7) The cardinal utility analysis has failed to divide price effect into substitution effect and income effect. This analysis does not explain that if demand changes with change in price, then how much demand changes with change in real income and how much with substitution of cheap commodity for the expensive commodity.
- 8) The cardinal utility analysis has failed to explain the Giffen Paradox. This analysis does not provide any explanation that why demand rises with increase in price and why demand decreases with decline in price, in case of giffen goods.

### **Check Your Progress- I**

Q1. Define Law of diminishing marginal utility.

Ans \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q2. Explain the Law of equi-marginal utility.

Ans \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### **3.4 Summary**

In this lesson, the concept of consumer behaviour has been explained in respect of cardinal utility analysis as well as indifference curve analysis. In cardinal utility analysis, relation between total utility and marginal utility has been highlighted. Further, law of diminishing marginal utility and law of equi-marginal utility have been explained. In case of cardinal utility, consumer equilibrium has been analysed with single commodity as well as twocommodities. The consumer is said to be in equilibrium if he does not want to purchase either more or less quantity of a commodity when entire income of the consumer is spent on single commodity. If consumer spends his entire income on two commodities, he will go on substituting the commodity giving low marginal utility with commodity giving high marginal utility till the marginal utilities of both the commodities become equal assuming that prices of both the commodities are same. In indifference curve analysis, the concepts i.e., definition of indifference curve, marginal rate of substitution, budget line and consumer equilibrium have been examined. In indifference curve analysis, consumer is said to be in equilibrium when consumer buys that combination of two commodities which yields him maximum satisfaction with given income and prices. Moreover, he does not want to make any change in his current

spending. Cardinal utility analysis as well as indifference curve analysis are of utmost importance in certain fields of real life but, at the same time, both the analysis suffers from various limitations also. According to various economists, although both the analysis has many similarities, yet indifference curve analysis is superior to cardinal utility analysis.

### **3.5 Questions for Practice**

#### **A. Short Answer Type Questions**

- Q1. Explain the relationship between total and marginal utility with the help of diagram.
- Q2. List the assumptions of cardinal utility analysis.
- Q3. What do you mean by Law of diminishing marginal utility?
- Q4. Give an example and draw a diagram for law of equi-marginal utility
- Q5. Explain Consumer's Equilibrium with Single Commodity through example.
- Q6. Discuss Consumer's Equilibrium of two Commodities with the help of suitable example.
- Q7. What do you mean by indifference curve?
- Q8. Explain the concept of Consumer Equilibrium.
- Q9. What is the meaning of price line under indifference curve?

#### **B. Long Answer Type Questions**

- Q1. What are the laws of cardinal utility? Give assumptions.
- Q2. Discuss the consumer's equilibrium under cardinal utility analysis with the help of suitable diagrams.
- Q3. Critically evaluate the Cardinal Utility Analysis.
- Q4. Explain the effects of change in income and prices of commodities on budget line.
- Q5. Explain the various properties of Indifference Curve Critically explain consumer's equilibrium determined under indifference curve analysis.
- Q6. Why indifference curve analysis is superior to cardinal utility analysis?

### **3.6 Suggested Readings**

- H.L. Ahuja: Advanced Economic Theory (Microeconomic Analysis).
- A. Koutsoyiannis: Modern Microeconomics.
- K.N. Verma: Micro Economic Theory.

**BACHELOR OF ARTS**  
**SEMESTER-I**  
**COURSE: MICRO ECONOMICS**

---

**UNIT 4: CONSUMER BEHAVIOUR: INDIFFERENCE CURVE ANALYSIS**

---

**STRUCTURE**

**4.0 Learning Objectives**

**4.1 Introduction**

**4.2 Indifference Curve Analysis**

**4.2.1 Assumptions of Indifference Curve Analysis**

**4.2.2 Meaning of Indifference Curve**

**4.2.3 Indifference Map**

**4.2.4 Marginal Rate of Substitution**

**4.3 Properties of Indifference Curve**

**4.4 Price Line**

**4.5 Consumer Equilibrium**

**4.6 Criticism of Indifference Curve Analysis**

**4.7 Comparison of Cardinal Utility Analysis and Indifference Curve Analysis**

**4.8 Summary**

**4.9 Questions for Practice**

**4.10 Suggested Readings**

**4.0 Learning Objectives**

At the end of this unit, learner will be able to:

- Meaning of IC
- Derive the consumer's equilibrium under the indifference curve analysis

- Explain the superiority of indifference curve analysis over cardinal utility analysis.

#### **4.1 Introduction**

The oldest theory of demand is the cardinal utility analysis which examines consumer's demand for a good and provides the law of demand which highlights that there is inverse relationship quantity demanded of a commodity and its price. As per the cardinal utility, it means the level of satisfaction of the consumer. As a result of the criticism of cardinal utility analysis, various theories have been established namely Indifference Curve Analysis, Samuelson's Revealed Preference Theory, and Hick's Logical Weak Ordering Theory. In this unit, cardinal utility analysis and indifference curve analysis have been explained.

#### **4.2 Indifference Curve Analysis**

The cardinal utility analysis is based on several assumptions which have been criticized by various economists. It is due to the shortcomings of cardinal utility analysis that ordinal utility analysis or indifference curve analysis was developed. According to ordinal utility analysis, utility can be ranked like first, second, third etc. based on preference of the consumer for various commodities. Indifference curve analysis was first of all developed by Edgeworth in 1881. Later on, this concept was developed by Pareto in 1906, W.E. Johnson in 1913 and Slutsky in 1915. The significant contribution has been made by Hicks and Allen towards the development of this analysis. J.R. Hicks in his book, "Value and Capital" has provided detailed analysis of ordinal utility in which he has explained behaviour of the consumer in scientific manner.

##### **4.2.1 Assumptions of Indifference Curve Analysis**

The indifference curve analysis is based on several assumptions. These are as follows:

1. The consumer is rational in nature as he wants to get maximum satisfaction out of his limited income.
2. Utility can be ranked in ordinal numbers like first, second, third etc. on the basis of preference of the consumer for various commodities.
3. This analysis is based on the assumption that marginal rate of substitution diminishes. If amount of any commodity increases with the consumer, then he will substitute that commodity with another at diminishing rate.
4. The consumer never reaches the level of satiety. He always wants more amount of a commodity to the lesser amount of it. For example, combination X includes 3 units of

apples and 5 units of mangoes and combination Y includes 3 units of apples and 3 units of mangoes. The combination X is better than Y as X includes more units of mangoes.

5. This analysis is based on the assumption of consistency which means if consumer prefers combination X to Y in a given time period, he will not prefer Y to X in another time period rather will prefer X to Y only.
6. According to the assumption of transitivity of this analysis, if consumer prefers combination X to combination Y and combination Y to combination Z, he will surely prefer combination X to combination Z. Similarly, if consumer is indifferent among combinations X and Y as well as combinations Y and Z, he will surely be indifferent among combinations X and Z.
7. In this analysis, scale of preference will be independent of the income of consumer as well as price of commodity in the market. Moreover, scale of preference of one consumer will be independent of the scale of preference of another consumer.
8. Indifference curve analysis is based on the assumption of continuity. According to this assumption, indifference curve can provide various combinations of two commodities which gives equal level of satisfaction to the consumer and consumer is indifferent about these combinations.

#### **4.2.2 Meaning of Indifference Curve**

| <b>Table 4: Indifference Schedule</b> |         |       |                               |
|---------------------------------------|---------|-------|-------------------------------|
| Combinations                          | Mangoes | Kiwis | Marginal Rate of Substitution |
| V                                     | 1       | 20    | -                             |
| W                                     | 2       | 14    | 6:1                           |
| X                                     | 3       | 9     | 5:1                           |
| Y                                     | 4       | 5     | 4:1                           |
| Z                                     | 5       | 2     | 3:1                           |

An indifference curve is the locus of all those points representing various combinations of two commodities giving same level of satisfaction to the consumer. If all the combinations on given indifference curve provide same level of satisfaction to the consumer, then he will be indifferent among the available combinations. According to Leftwitch, “A single indifference curve shows the different combinations of X and Y that yield equal satisfaction to the



consumer.” Indifference Schedule is a table representing the various combinations of two goods that will give equal level of satisfaction to the consumer. Table 4 represents the indifference schedule in which five combinations of mangoes and kiwis have been shown. The five combinations V, W, X, Y and Z yield equal level of consumer satisfaction. The combination V includes 1 mango and 20 kiwis, combination W includes 2 mangoes and 14kiwis, combination X includes 3 mangoes and 9kiwis, a n d combination Y includes 4 mangoes and 5kiwis and combination Z includes 5 mangoes and 2kiwis. Here, to get one more mango consumer is sacrificing some units of kiwi to remain at the same level of satisfaction.

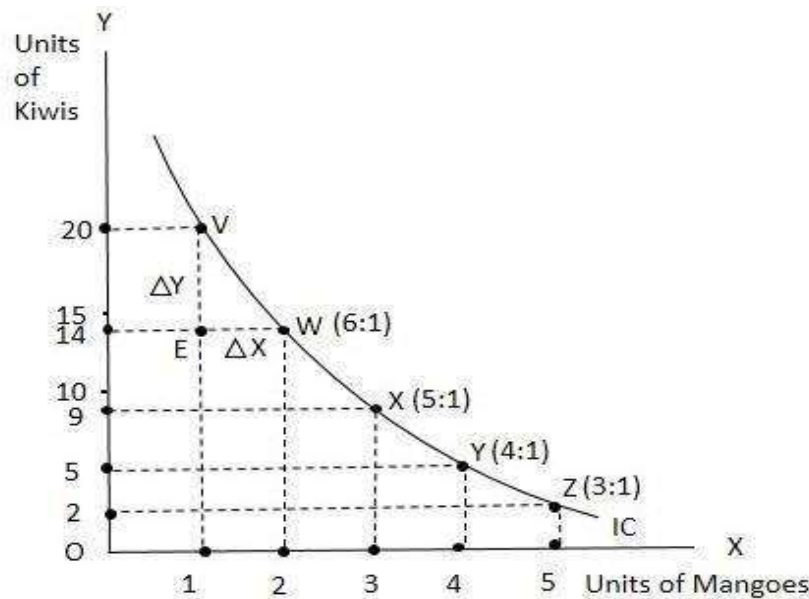


Figure 6: Indifference Curve

The figure 6 shows the indifference curve in which units of mangoes and units of kiwis have been measured on X axis and Y axis, respectively. IC is the indifference curve. The five combinations i.e., V (1 mango and 20 kiwis), W (2 mangoes and 14 kiwis), X (3 mangoes and 9 kiwis), Y (4 mangoes and 5 kiwis) and Z (5 mangoes and 2 kiwis) of mangoes and kiwis yields same level of satisfaction to the consumer. By joining these combinations, indifference curve can be drawn. Indifference curve is downward sloping from left to right and convex to the origin.

#### **4.2.3 Indifference Map**

Indifference curve shows the various combinations which provide same level of satisfaction to the consumer. So, consumer will be indifferent among these combinations. If consumer wants to attain higher level of satisfaction, then the combination providing higher level of satisfaction than the available combinations will not lie on the same indifference curve rather it will lie on some higher indifference curve. Similarly, if consumer wants to attain lower level

of satisfaction, then the combination providing lower level of satisfaction than the available combinations will not lie on the same indifference curve rather it will lie on some lower indifference curve. Therefore, there can be different indifference curves showing different level of satisfaction. A set of indifference curves showing different levels of satisfaction obtainable from different schedules of indifference is called indifference map. Higher the indifference curve, higher will be the level of satisfaction. Lower the indifference curve, lower will be the level of satisfaction. The indifference map has been shown in figure 7.

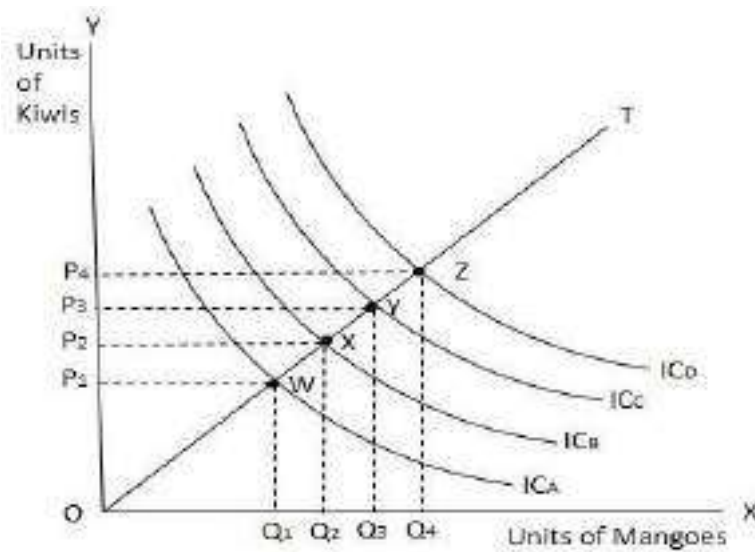


Figure 7: Indifference Map

In the figure, units of mangoes and units of kiwis have been measured on X axis and Y axis, respectively. The various indifference curves ICA, ICB, ICC and ICD represent indifference map. A straight-line OT passes through these indifference curves. Combinations W, X, Y and Z lie on indifference curves ICA, ICB, ICC and ICD, respectively. The combination W includes OQ1 mangoes and OP1 kiwis as well as combination X includes OQ2 mangoes and OP2 kiwis. As combination X includes more quantity of mangoes and kiwis than combination W, combination X will provide higher level of satisfaction to the consumer than W. The combination Y includes OQ3 mangoes and OP3 kiwis as well as combination Z includes OQ4 mangoes and OP4 kiwis. As combination Z includes more quantity of mangoes and kiwis than combination Y, combination Z will provide higher level of satisfaction to the consumer than Y. Hence, combination on the higher indifference curve gives higher level of satisfaction and combination on the lower indifference curve provides lower level of satisfaction.

#### **4.2.4 Marginal Rate of Substitution**

The consumer can get same level of satisfaction from alternative combinations if the rise in

satisfaction due to increased quantity of mangoes is offset by the decline in satisfaction due to reduced quantity of kiwis. The marginal rate of substitution of X for Y is defined as the amount of Y the consumer is just willing to give up to get one more unit of X and maintain the same level of satisfaction. J.R. Hicks has defined marginal rate of substitution of X commodity for Y commodity as “the quantity of Y which would just compensate the consumer for the loss of marginal unit of X.” The table 4 explains the concept of marginal rate of substitution. The combination V (1 mango and 20 kiwis) provides same level of satisfaction as combination W (2 mangoes and 14 kiwis) gives. The consumer has substituted 6 kiwis with 1 mango. Hence, marginal rate of substitution of mangoes for kiwis will be 6:1.

There are 3 mangoes and 9 kiwis in combination X. The consumer has substituted 5 kiwis with 1 mango to remain on the same level of satisfaction as that of combination W. Therefore, the marginal rate of substitution of mangoes for kiwis will be 5:1. Similarly, marginal rate of substitution will be 4:1 and 3:1 for combinations Y and Z, respectively. Marginal rate of substitution of X for Y can be explained as the ratio of change in amount of Y to a change in amount of X.

$$MRS_{XY} = - \Delta Y / \Delta X$$

where  $MRS_{XY}$  = Marginal rate of substitution of X for Y,  $\Delta Y$  = Change in amount of Y and  $\Delta X$  = Change in amount of X

The marginal rate of substitution is negative because the amount of Y is declined to get a marginal unit of X. The slope of indifference curve is measured by marginal rate of substitution so indifference curve slopes downwards. The figure 6 shows two combinations V and W of mangoes and kiwis on the given indifference curve IC. The consumer sacrifices VE amount of kiwis to get the marginal amount EW of mangoes.

$$MRS_{XY} = VE / EW$$

The law of diminishing marginal rate of substitution has been developed by Prof. Lerner. According to this law, the consumer will be willing to forgo smaller and smaller units of Y in order to have successive additional units of X. According to Ferguson, “The law of diminishing marginal rate of substitution states that as X is substituted for Y so as to leave the consumer on the same indifference curve, the marginal rate of substitution of X for Y diminishes.” The table 4 shows that consumer sacrifices 6 kiwis to get second mango, 5 kiwis to get third mango, 4 kiwis to get fourth mango and 3 kiwis to get fifth mango. This shows that marginal rate of

substitution of mangoes for kiwis goes on diminishing. In figure 6, it has been shown that when consumer moves from combination V to W, he sacrifices 6 kiwis to get one more mango where marginal rate of substitution of mangoes for kiwis is 6:1. When consumer moves from combination W to X, he sacrifices 5 kiwis to get one more mango where marginal rate of substitution of mangoes for kiwis is 5:1. In case of two combinations

i.e. Y and Z, the marginal rate of substitution of mangoes for kiwis is 4:1 and 3:1, respectively. Therefore, as consumer increases the consumption of mangoes then for getting every additional unit of mango he sacrifices less and less amount of kiwis i.e. 6:1, 5:1, 4:1 and 3:1, respectively. This is called diminishing marginal rate of substitution. The marginal rate of substitution diminishes due to two reasons. Firstly, particular want of consumer can be satisfied. As consumer has more and more units of a given good, his want to get more of its quantity becomes less intensive. So, consumer wants to sacrifice fewer units of other good to get marginal unit of a given good. Secondly, goods are imperfect substitute of each other. The marginal rate of substitution of X for Y diminishes when the amount of X is increased as goods are imperfect substitute. If goods are perfect substitute for each other, these will be regarded as same. Any change in amount of one or the other good will be regarded as the changes in the quantity of same good. So, marginal rate of substitution will remain the same. Therefore, decline in marginal rate of substitution can be attributed to the commodities being imperfect substitutes of each other. The law of diminishing marginal rate of substitution is not applicable to perfect substitutes and perfect complimentary goods.

### **Check Your Progress- II**

Q1. Define Indifference Curve?

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q2. Explain Marginal Rate of Substitution.

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### **4.3 Properties of Indifference Curve**

The properties of indifference curve are as follows:

- 1) An indifference Curve Slopes Downwards from Left to Right:** The various combinations which lie on the same indifference curve give same level of satisfaction. This

is possible only if increase in amount of commodity A is accompanied by reduction in amount of commodity B because rise in satisfaction of commodity A is offset by decline in satisfaction of commodity B. If Indifference curve slopes downwards from left to right, all the combinations on this curve will give same level of satisfaction. If the shape of indifference curve is a horizontal straight line, vertical straight line and upward sloping curve then compensating variations in satisfaction will not take place and consumer will not be indifferent among the various combinations lying on these curves.

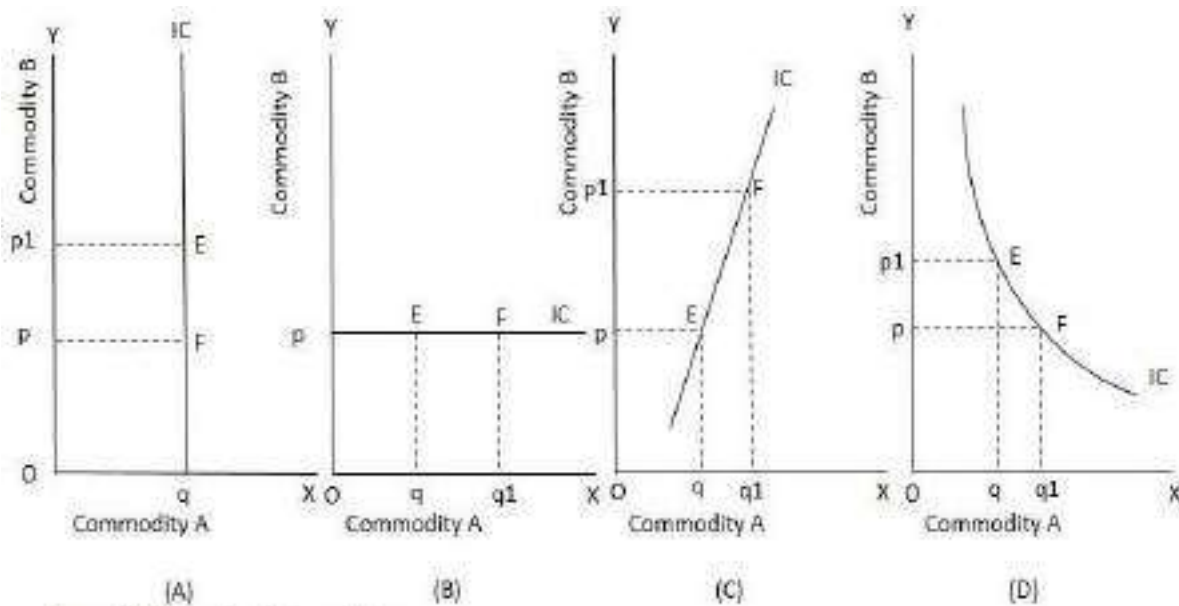


Figure 8: Slope of Indifference Curve

In figure 8, slope of indifference curve has been analysed. In the various parts of this figure i.e. A, B, C and D, commodity A and commodity B have been measured on X axis and Y axis, respectively. In figure 8 (A), the two combinations E and F lie on the indifference curve IC. The combination E includes  $Oq$  of commodity A and  $Op_1$  of commodity B. The combination F includes  $Oq$  of commodity A and  $Op$  of commodity B. Both the combinations E and F include same quantity of commodity A. The combination E includes more quantity of commodity B than combination F. So, combination E gives more satisfaction to the consumer and he cannot be indifferent among combinations E and F. Hence, indifference curve cannot be a vertical straight line. In figure 8 (B), the two combinations E and F lie on the indifference curve IC. The combination E includes  $Oq$  of commodity A and  $Op$  of commodity B. The combination F includes  $Oq_1$  of commodity A and  $Op$  of commodity B. Both the combinations E and F include same quantity of commodity B. The combination F includes more quantity of commodity A than combination E. So, combination F gives more satisfaction to the consumer and he cannot be indifferent among combinations E and F. Hence, indifference curve cannot be a horizontal

straight line.

In figure 8 (C), the two combinations E and F lie on the indifference curve IC. The combination E includes  $Oq$  of commodity A and  $Op$  of commodity B. The combination F includes  $Oq_1$  of commodity A and  $Op_1$  of commodity B. The combination F includes more quantity of commodity A and B than combination E. So, combination F gives more satisfaction to the consumer and he cannot be indifferent among combinations E and F. Hence, indifference curve cannot be an upward sloping curve.

In figure 8 (D), the two combinations E and F lie on the indifference curve IC. The combination E includes  $Oq$  of commodity A and  $Op_1$  of commodity B. The combination F includes  $Oq_1$  of commodity A and  $Op$  of commodity B. The combination E includes more of commodity B and less of commodity A than combination F. Hence, gain in satisfaction of commodity B is offset by decline in satisfaction of commodity A. So, combinations E and F gives equal level of satisfaction to the consumer and he is indifferent among combinations E and F. Hence, indifference curve can only be a negatively sloping curve which slopes downward from left to right.

**2) An indifference is Convex to the Origin:** An Indifference curve is convex to the point of origin. This property of indifference curve is based on the law of diminishing marginal rate of substitution. According to law of diminishing marginal rate of substitution, indifference curve cannot be a straight line and concave to the origin rather it can only be

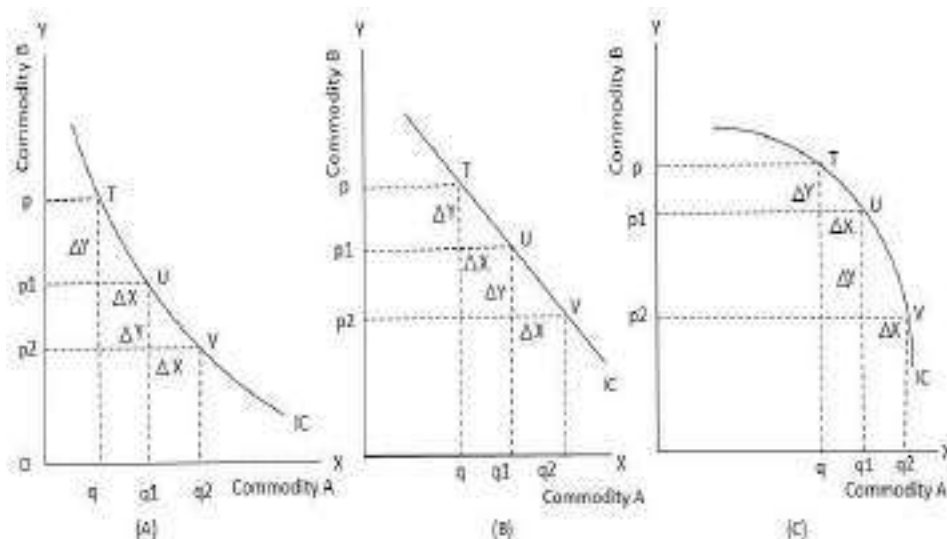


Figure 9: Shape of Indifference Curve

convex to the origin. This property of indifference curve can be explained with the help of figure 9. In the various parts of this figure i.e. A, B and C, commodity A and commodity B have been measured on X axis and Y axis, respectively. In figure 9 (B), indifference curve IC

is a straight line which shows that marginal rate of substitution of commodity A for commodity B is constant. It is because, to increase  $q_1$  amount of commodity A, consumer is sacrificing  $p_1$  amount of commodity B. Further, to increase  $q_2$  amount of commodity A, consumer is reducing  $p_2$  amount of commodity B. To increase the amount of commodity A, consumer is sacrificing same amount of commodity B i.e.  $p_1 = p_2$ . This is possible only in case of perfect substitutes.

In figure 9 (C), indifference curve IC is concave to the origin which shows that marginal rate of substitution of commodity A for commodity B is increasing. It is because, to increase  $q_1$  amount of commodity A, consumer is sacrificing  $p_1$  amount of commodity B. Further, to increase  $q_2$  amount of commodity A, consumer is reducing  $p_2$  amount of commodity B. To increase the amount of commodity A, consumer is sacrificing more amount of commodity B i.e.  $p_1 < p_2$ . This shows that as the consumption of commodity A is increasing, its importance is also increasing which is not possible in reality. In figure 9 (A), indifference curve IC is convex to the origin which shows that marginal rate of substitution of commodity A for commodity B is diminishing. It is because, to increase  $q_1$  amount of commodity A, consumer is sacrificing  $p_1$  amount of commodity B. Further, to increase  $q_2$  amount of commodity A, consumer is reducing  $p_2$  amount of commodity B. To increase the amount of commodity A, consumer is sacrificing less amount of commodity B i.e.  $p_1 > p_2$ . This shows that as the consumption of commodity A is increasing, its importance is declining which perfectly fits the real world. Hence, indifference curve is convex to the origin.

**3) Higher the Indifference Curve, Higher is the Level of Satisfaction and Vice-Versa:** In Indifference map, all the combinations on higher indifference curve will provide higher level of satisfaction than the

combinations on the lower indifference curve. In figure 10, commodity A is measured on X axis and commodity B on Y axis. There are three combinations W, X and Y which lie on the different indifference curves  $IC_T$ ,  $IC_S$  and  $IC_R$ , respectively. The combination W includes  $OQ_1$  amount of commodity A and  $OP_1$  amount of commodity B, X includes  $OQ_2$  amount of commodity A and  $OP_1$  amount of commodity B and Y includes  $OQ_3$  amount of commodity A and  $OP_1$  amount of commodity B. All the combinations have same amount of commodity B. The combination Y has more amount of commodity A than X and combination X have more quantity of commodity A than W i.e.  $OQ_3 > OQ_2 > OQ_1$ . Hence, Combination Y gives more satisfaction than X and X gives more satisfaction than W. So, higher the indifference curve,

higher will be the level of satisfaction and vice-versa.

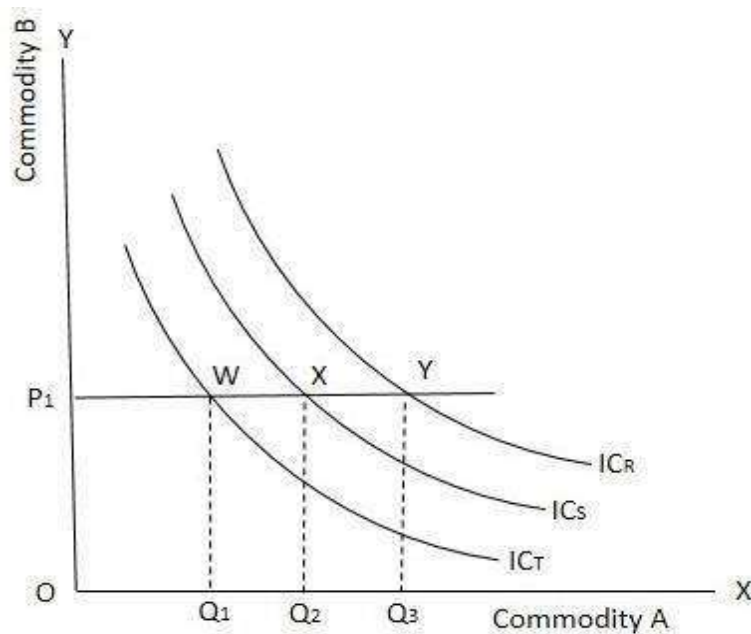


Figure 10: Indifference Map

**4) Indifference Curves Cannot Intersect Each Other:** Each indifference curve provides different level of satisfaction. So, they cannot intersect each other. This property can be explained with the help of figure 11 in which two indifference curves are intersecting each other. The commodity A is measured on X axis and commodity B on Y axis. The combinations W and P lie on ICs indifference curve which shows that both gives same level of satisfaction i.e.  $W=P$ . The combinations W and Q lie on ICT indifference curve which means both gives equal level of satisfaction i.e.  $W=Q$ . Hence, combinations P and Q gives same level of satisfaction i.e.  $P=Q$ . But it is not possible as P lies on higher

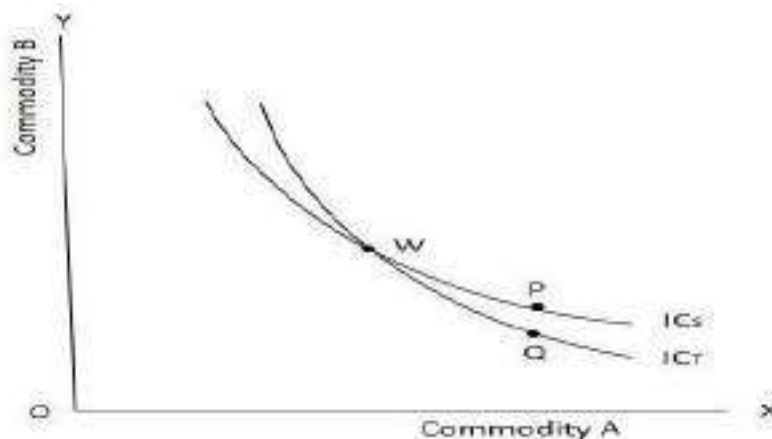


Figure 11: Indifference Curves

indifference curve and Q lies on lower indifference curve. Therefore, indifference curves cannot intersect each other.



5) **Indifference Curve Can Neither Touch Horizontal Nor Vertical Axis:** An indifference curve can never touch X axis and Y axis. This property of indifference curve can be explained with the help of figure 12 in which commodity A is measured on X axis and commodity B on Y axis. The indifference curve ICT touches X axis at Q and at combination Q, consumer has OQ amount of commodity A and zero amount of commodity B which is not the proper combination. This shows that consumer is purchasing single commodity. So, indifference curve cannot touch X axis.

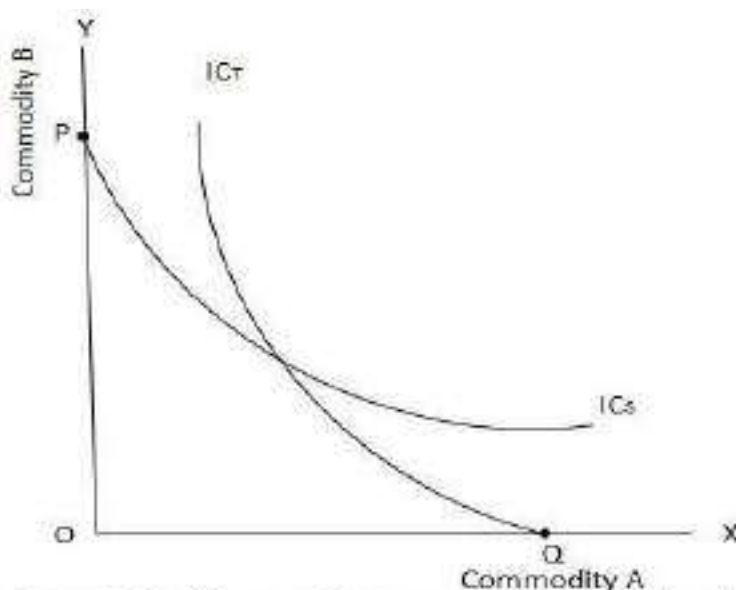


Figure 12: Indifference Curve never touches X axis and Y axis

The indifference curve ICS touches Y axis at P and at combination P, consumer has OP amount of commodity B and zero amount of commodity A which is not the proper combination. This shows that consumer is purchasing single commodity. So, indifference curve cannot touch Y axis. Hence, indifference curve can neither touch horizontal nor vertical axis.

6) **Indifference Curves May or May Not be Parallel:** It is not necessary that indifference curves are parallel to each other rather they may or may not be parallel to each other. This property of indifference curve depends upon marginal rate of substitution of two curves. If marginal rate of substitution of different points on two curves declines at constant rate, then both the curves will be parallel to each other, otherwise, both will not be parallel.

7) **Shapes of Indifference Curves in Case of Perfect Substitutes and Perfect Compliments:** In case of perfect substitutes, indifference curve will be a downward sloping straight line from left to right and in case of perfect substitutes, indifference curve will be a right-angled curve. In figure 13 (A), indifference curve IC is a straight line which shows that marginal rate of substitution of commodity A for commodity B is constant. It is because, to purchase first unit

of commodity A, consumer is sacrificing one unit of commodity B. Further, to purchase second of commodity A, consumer is sacrificing one more unit of commodity B. To increase the amount of commodity A, consumer is

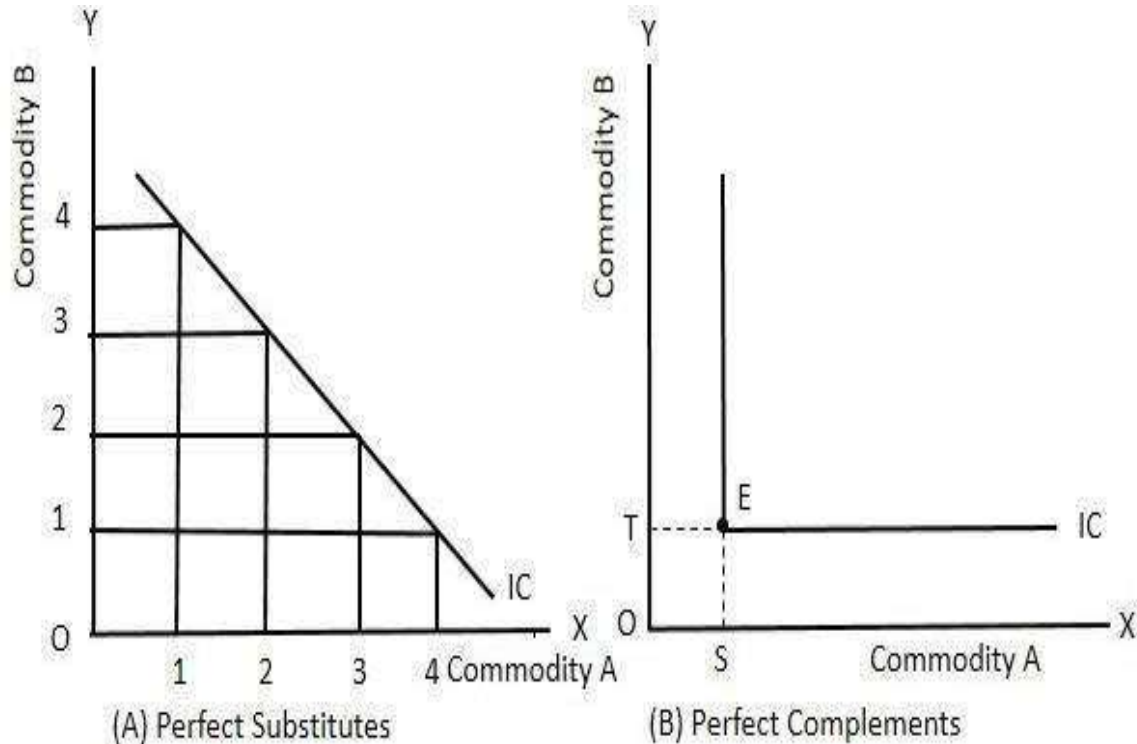


Figure 13: Shape of Indifference Curve

sacrificing same amount of commodity B. This is possible only in case of perfect substitutes. In figure 14 (B), indifference curve IC is a right angled curve which shows that both the commodities A and B are purchased in fixed proportion by the consumer. At point E, consumer has fixed proportion combination of OS of commodity A and OT of commodity B.

### 8) Indifference Curve Becomes Complex in Case of More than Two Commodities

When the consumer wants to have combinations of more than two commodities i.e., 3 commodities, 4 commodities etc., then we have to draw a three dimensional indifference curves which are very difficult to draw.

### 4.4 Price Line

Indifference curve is the locus of all those combinations of two commodities which give same level of satisfaction to the consumer. Now, the question arises whether the consumer can purchase certain combinations or not.

| Table 5: Possible Combinations of A and B |                       |                       |
|---|-----------------------|-----------------------|
| Combinations                              | Commodity A<br>(Rs.6) | Commodity B<br>(Rs.3) |
| P   | 0                     | 10                    |
| Q   | 1                     | 8                     |
| R   | 2                     | 6                     |
| S   | 3                     | 4                     |
| T   | 4                     | 2                     |
| U   | 5                     | 0                     |

This is determined by money income of the consumer as well as prices of two commodities. The price line shows all those combinations of two commodities which can be bought by the consumer with the given money income and given prices of two commodities. According to Ferguson, “The price line shows the combinations of goods that can be purchased if the entire money income is spent.” The price line is also known as budget line and opportunity line. The equation of the price line can be written as follows:

$$M = P_A \cdot A + P_B \cdot B$$

where M = Money Income,  $P_A$  = Price of Commodity A, A = Quantity of Commodity A,  $P_B$  = Price of Commodity B, B = Quantity of Commodity B.

The table 5 shows the possible combinations of commodities A and B which consumer can buy with given income and prices. Suppose consumer has Rs. 30 with him and the price of commodity A and B is Rs. 6 and Rs. 3, respectively. If consumer want to purchase only commodity A then he can buy 5 units, each

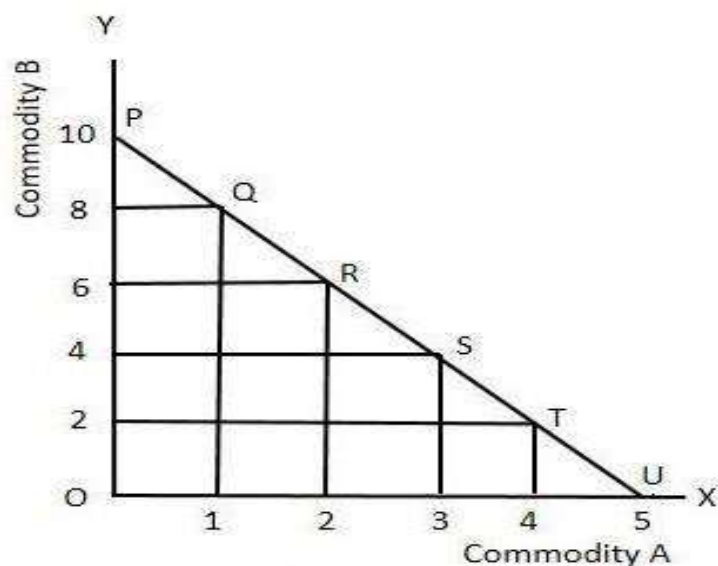


Figure 14: Price Line

costs Rs. 6, with entire income. Similarly, if consumer wants to purchase only commodity B then he can buy 10 units, each costs Rs. 3, with entire income. The other combinations available to consumer are Q (1 unit of commodity A + 8 units of commodity B), R (2 units of commodity A + 6 units of commodity B), S (3 units of commodity A + 4 units of commodity B) and T (4 units of commodity A + 2 units of commodity B) which he can buy with given income at given prices. Figure 14 shows the various combinations that lie on price line. The commodity A and commodity B have been measured on X axis and Y axis, respectively. PU is the price line which shows various combinations P, Q, R, S, T and U which he can buy with his given income at given prices. If there is any combination which is right to the price line, then consumer cannot buy that with given money income. If, there is any combination which is left to the price line, then consumer can buy that but his entire money income is not spent. The slope of price line refers to the ratio of prices of two commodities i.e. A and B.

$$\text{Slope of Price Line} = P_A/P_B$$

where  $P_A$  = Price of commodity A and  $P_B$  = Price of commodity B

The position and slope of price line depends upon two factors (i) income of the consumer (ii) prices of the two goods. These factors have been explained as follows:

**(A) Effects of Change in Income:** If prices of the goods remain same but income of the consumer changes, it will only change the position of the price line not the slope. As income increases, the price line

will shift to the right of the original price line and as income declines, price line will shift to the left of the original price line at given prices. The effects of change in income on price line has been shown in the figure 15.

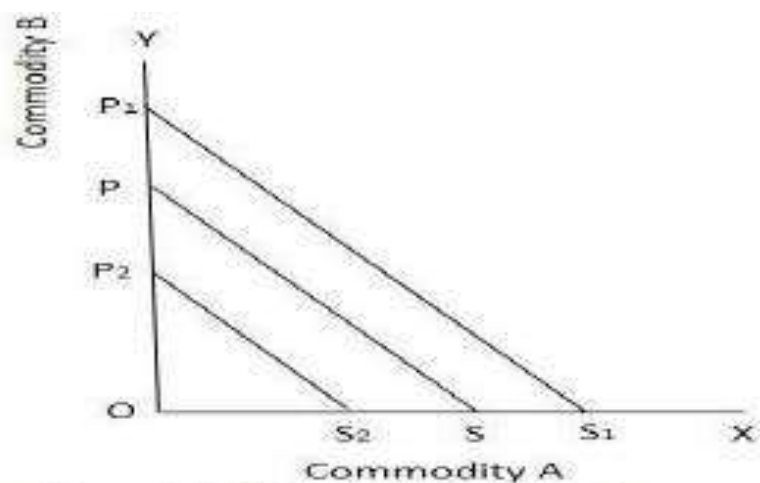


Figure 15: Effects of change in Income

The original price line is PS. With increase in income, price line will shift from PS to P1S1 and with decline in income, price line shifts from PS to P2S2.

At PS, the maximum amount that consumer can buy is OS amount of commodity A and OP amount of commodity B. At P1S1, the maximum amount that consumer can buy is OS1 amount of commodity A and OP1 amount of commodity B which is higher than the maximum amount of both the commodities on PS price line. At P2S2, the maximum amount that consumer can buy is OS2 amount of commodity A and OP2 amount of commodity B which is lower than the maximum amount of both the commodities on PS price line.

**(B) Effects of change in Prices:** If the income of the consumer is given, the proportionate change in all money prices will shift the price line to left of original price line with increase in prices and to right of original price line with decrease in prices. The figure 16

(A) shows the effects of proportionate change in prices. The original price line is PS. With decrease in prices, price line will shift from PS to P1S1 and with increase in prices, price line shifts from PS to P2S2. At PS, the maximum amount that consumer can buy is OS amount of commodity A and OP amount of commodity B. At P1S1, the maximum amount that consumer can buy is OS1 amount of commodity A and OP1 amount of commodity B which is higher than the maximum amount of both the commodities on PS price line. At P2S2, the maximum amount that consumer can buy is OS2 amount of commodity A and OP2 amount of commodity B which is lower than the maximum amount of both the commodities on PS price line.

If the price of one commodity i.e. commodity A changes and price of commodity B as well as money income remain constant, the one end of price line where we measure commodity B will remain at same point and other end where we measure commodity A changes with change in price of commodity A. This can be explained with the help of figure 16 (B).

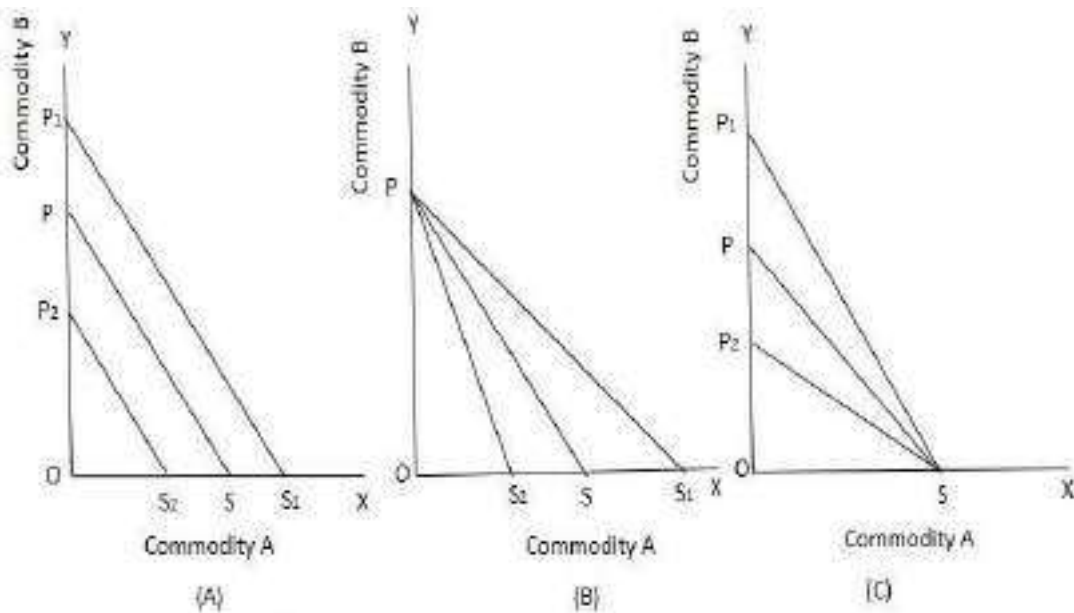


Figure 16: Effects of change in price

The original price line is PS. With decrease in prices, price line will shift from PS to PS1 and with increase in prices, price line shifts from PS to PS2. At PS1, consumer can buy more quantity of commodity A than on price line PS i.e.,  $OS_1 > OS$ . At PS2, consumer can buy less quantity of commodity A than on price line PS i.e.,  $OS_2 < OS$ . If the price of one commodity i.e. commodity B changes and price of commodity A as well as money income remain constant, the one end of price line where we measure commodity A will remain at same point and other end where we measure commodity B changes with change in price of commodity B. This can be explained with the help of figure 16 (C). The original price line is PS. With decrease in prices, price line will shift from PS to P1S and with increase in prices, price line shifts from PS to P2S. At P1S, consumer can buy more quantity of commodity B than on price line PS i.e.  $OP_1 > OP$ . At P2S, consumer can buy less quantity of commodity B than on price line PS i.e.  $OP_2 < OP$ . Hence, slope of price line changes with change in price of one commodity, while the price of other commodity and money income remains the same.

#### **4.5 Consumer Equilibrium**

The consumer is said to be in equilibrium when consumer with given income and prices buys that combination of two commodities which yields him maximum satisfaction and he does not want to make any change in his spending.

#### **Assumptions**

The various assumptions of consumer's equilibrium under indifference curve analysis are as

follows:

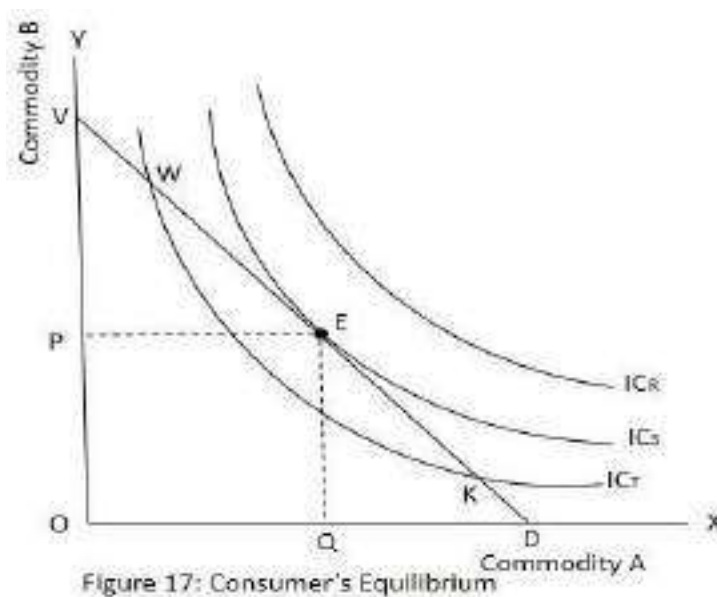
- 1) Consumer is rational in nature as he wants to maximise his utility.
- 2) The prices of the commodities will remain constant.
- 3) The money income of the consumer will be constant.
- 4) Consumer has knowledge about price of all the commodities.
- 5) There exists perfect competition in the market.
- 6) Commodities are divisible.
- 7) Consumer has complete knowledge about indifference map.
- 8) Income will be spent in small quantities by consumer.

There are two main conditions to attain equilibrium of consumer under indifference curve analysis.

These are

- (i) The price line should be tangent to indifference curve.
- (ii) The indifference curve must be convex to the origin at the point of tangency.

The first condition for consumer's equilibrium is that price line should be tangent to indifference curve which has been shown in figure 17.



In figure 17, VD is the price line and ICR, ICS and ICT are the indifference curves. The consumer can buy any combination i.e. E, W and K but he cannot buy any combination on ICR

because it is away from price line

VD. Out of E, W and K, consumer will be in equilibrium at point E as at this point price line is tangent to the higher indifference curve ICS. At point E, consumer will buy OQ amount of commodity A and OP amount of commodity B which yields maximum satisfaction to the consumer. At points W and K, consumer will not get maximum satisfaction as both the points lie on the lowest indifference curve ICT. At equilibrium point E, slope of indifference curve and price line coincide. Slope of indifference curve shows marginal rate of substitution of commodity A for commodity B (MRS<sub>XY</sub>) and slope of price line is the ratio of price of commodity A (PX) and price of commodity B (PY). At the point of equilibrium, slope of indifference curve is equal to the slope of price line. It can be written as:

$$MRS_{XY} = P_X/P_Y$$

The second condition for consumer's equilibrium is that indifference curve should be convex to the origin at the point of tangency which has been shown in figure 18. In figure 18, VD is the price line and ICS and ICT are the indifference curves. The consumer can buy any combination i.e. E and E1. At E1, price line is tangent to indifference curve but indifference curve is concave to the origin at the point of tangency which

shows that second condition for equilibrium is not fulfilled and also point E1 lie on lower

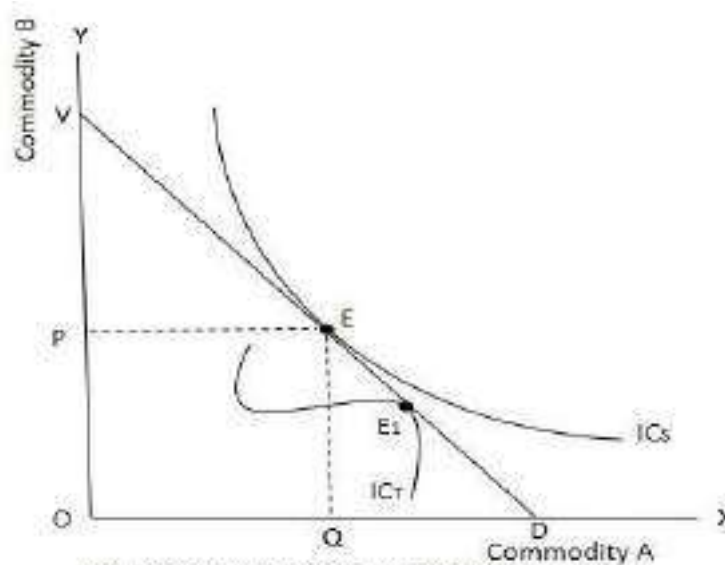


Figure 18: Consumer's Equilibrium



indifference curve ICT. So, consumer will not be in equilibrium at point E1 rather at point E. At point E, both the conditions for consumer's equilibrium are fulfilled. The consumer will buy OQ amount of commodity A and OP amount of commodity B which gives maximum satisfaction to the consumer.

#### **4.6 Criticism of Indifference Curve Analysis**

- 1) Indifference curve analysis is based on unrealistic assumptions i.e. rational consumer, perfect knowledge of scale, divisibility of goods and perfect competition. The spending of a consumer is generally based on habits, fashion and customs. Hence, a consumer does not always behave rationally. It is not possible that consumer has complete knowledge of his indifference map. Divisibility of goods is not possible in case of most of the goods and perfect completion is not a reality rather it's a myth.
- 2) Prof. D.H. Robertson has highlighted that the indifference curve analysis is only "An old wine in new bottle." This analysis is similar to the cardinal utility analysis as it has only given new names to old concepts. The term 'utility' has been replaced by scale of preference, law of diminishing marginal utility has been substituted with diminishing marginal rate of substitution and the concept of cardinal numbers i.e. 1, 2, 3 etc., has been labelled as ordinal numbers i.e. I, II, III, etc. In cardinal utility analysis, consumer is in equilibrium when ratio of marginal utilities of two commodities is equal to the ratio of price of two commodities i.e.

$$\text{MU of A} / \text{MU of B} = \text{P}_A / \text{P}_B$$

In indifference curve analysis, consumer is in equilibrium when marginal rate of substitution of A for B is equal to the ratio of prices of two commodities i.e.

$$\text{MRS}_{AB} = \text{P}_A / \text{P}_B$$

Marginal rate of substitution is the ratio of marginal utilities of two commodities

$$\text{i.e. MRS}_{AB} = \text{MUA} / \text{MUB}$$

Hence, 
$$\text{MU of A} / \text{MU of B} = \text{P}_A / \text{P}_B$$

Therefore, conditions for consumer equilibrium are same in both the analysis.

- 3) According to Prof. W.E. Armstrong, a consumer is indifferent among close alternative combinations only as he cannot find the difference between the two. As the difference among various combinations rises, the difference in the satisfaction of alternative combinations become

clear and, therefore, different combinations which lie on the same indifference curve do not provide equal level of satisfaction. If argument of Armstrong is considered, different combinations on same indifference curve provide different level of satisfaction. Therefore, indifference curve will become non-transitive.

- 4) Indifference curve analysis fails to explain, how consumer behave when he has to make a choice among alternative combinations which involve risk or uncertainty of expectation. In order to choose among uncertain combinations, quantitative measurement of utility is required to determine whether the risk is worth taking. In these situations, cardinal measurement of utility can prove to be helpful to explain consumer behaviour.
- 5) Indifference curve analysis is based on absurd and unrealistic combinations. When consumer considers various combinations of two commodities, then some of the combinations are meaningless and it is not possible to apply these combinations in the real life.
- 6) Indifference curve analysis can easily explain consumer behaviour in respect of two commodities but when consumer considers more than two commodities, this analysis becomes complex in nature.
- 7) Schumpeter has said that indifference curve is not based on real life experiences rather on imaginary combinations. Every time, it is not possible for a consumer to do calculations and decide like a computer as to which combination of two commodities he would like.
- 8) The indifference map is considered to be hypothetical as is not based on observed market behaviour. It is not objective in nature rather subjective as it does not set up functions and curves in purely objective terms. Purely objective indifference curves are possible only if quantitative data is obtained. The logical structure of indifference curve analysis is such that it is almost impossible to measure indifference curves quantitatively. Although efforts have been made to quantify indifference curve but not successful.
- 9) Indifference curve analysis is based on the weak ordering hypothesis i.e., consumers can be indifferent among a large number of combinations. However, according to Prof. Samuelson, it is not possible to find many situations of indifference in real world. The weak ordering makes it subjective in nature. However ordinal analysis is certainly better than cardinal analysis as it is based on fewer assumptions.

#### **4.7 Comparison of Cardinal Utility Analysis and Indifference Curve Analysis**

The cardinal utility analysis and indifference curve analysis has many similarities as well as dissimilarities.

### **Similarities**

- 1) The cardinal utility analysis as well as indifference curve analysis are based on the assumption that consumer is rational in nature as he wants to maximise his satisfaction.
- 2) Both the analysis are subjective in nature as these are based on the concept of utility. In cardinal utility analysis, total utility is the summation of all the marginal utilities that the consumer derives from the consumption of various units of the commodity. In indifference curve analysis, total utility derived from the consumption of a commodity is based on the marginal utilities that the consumer derives from the consumption of various units of commodity.
- 3) In cardinal utility analysis, consumer is in equilibrium when ratio of marginal utilities of two commodities is equal to the ratio of price of two commodities i.e.

$$\text{MU of A} / \text{MU of B} = \text{P}_A / \text{P}_B$$

In indifference curve analysis, consumer is in equilibrium when marginal rate of substitution of A for B is equal to the ratio of prices of two commodities i.e.

$$\text{MRS}_{AB} = \text{P}_A / \text{P}_B$$

Marginal rate of substitution is the ratio of marginal utilities of two commodities i.e.

$$\text{MRS}_{AB} = \text{MUA} / \text{MUB}$$

$$\text{Hence MU of A} / \text{MU of B} = \text{P}_A / \text{P}_B$$

Therefore, conditions for consumer equilibrium are same in both the analysis.

- 4) Both the analysis are based on the law of diminishing marginal utility. In cardinal utility analysis, law of diminishing marginal utility applies. In indifference curve analysis, second condition for equilibrium is that indifference curve must be convex to the origin at the point of tangency which shows that marginal rate of substitution is diminishing at the point of equilibrium.

### **Dissimilarities**

- 1) Indifference curve analysis is more realistic in nature as it is based on the ordinal measurement of utility i.e. first, second etc. Cardinal utility analysis is based on the assumption of cardinal

measurement of utility i.e. 1, 2, 3 etc. which is not possible in the real world.

- 2) Cardinal utility analysis is based on the assumption of constant marginal utility of money which is unrealistic in nature. Indifference curve is not based on this assumption.
- 3) Indifference curve analysis is based on less assumptions as compared to cardinal utility analysis. Hence, indifference curve analysis becomes more realistic in nature.
- 4) In cardinal utility analysis, marginal utility of money is assumed to be constant so it is not possible to divide price effect into income effect and substitution effect but in indifference curve analysis, it is possible to divide price effect into income effect and substitution effect. Indifference curve analysis provides more comprehensive explanation of theory of demand.
- 5) The Giffen's Paradox has been explained in indifference curve analysis but cardinal utility analysis failed to explain this concept.
- 6) The cardinal utility analysis has been based on the unrealistic assumption of independence of utilities but indifference curve analysis is free from this and has highlighted that substitute goods and complimentary goods are capable of influencing the utilities of each other.
- 7) Although both the analysis are based on the same equilibrium condition, yet indifference curve analysis is superior to cardinal utility analysis as it is based on less unrealistic assumptions.
- 8) Indifference curve analysis helps to highlight the effect of change in price on the welfare of consumer. If as a result of change in price, consumer moves from lower to higher indifference curve, his welfare is enhanced.
- 9) Both the analysis are subjective in nature but construction of preference schedule on the basis of changing physical quantities of two commodities and replacement of the law of diminishing marginal utility with diminishing marginal rate of substitution in case of indifference curve analysis indicates that this analysis is leading towards greater objectivity and behaviourism.

### **Check Your Progress -III**

Q1. Why indifference curve slopes downwards from left to right?

Ans: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Q2. Give any two properties of the indifference curve.

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

#### **4.8 Summary**

In indifference curve analysis, the concepts i.e., definition of indifference curve, marginal rate of substitution, budget line and consumer equilibrium have been examined. In indifference curve analysis, consumer is said to be in equilibrium when consumer buys that combination of two commodities which yields him maximum satisfaction with given income and prices. Moreover, he does not want to make any change in his current spending. Cardinal utility analysis as well as indifference curve analysis are of utmost importance in certain fields of real life but, at the same time, both the analysis suffers from various limitations also. According to various economists, although both the analysis has many similarities, yet indifference curve analysis is superior to cardinal utility analysis.

#### **4.9 Questions for Practice**

##### **A. Short Answer Type Questions**

- Q1. What do you mean by indifference curve?
- Q2. Explain the concept of Consumer Equilibrium.
- Q3. Give any 4 properties of IC.
- Q3. What is the meaning of price line under indifference curve?

##### **B. Long Answer Type Questions**

- Q1. Explain the various properties of Indifference Curve Critically explain consumer's equilibrium determined under indifference curve analysis.
- Q2. Why indifference curve analysis is superior to cardinal utility analysis?

#### **4.10 Suggested Readings**

- H.L. Ahuja: Advanced Economic Theory (Microeconomic Analysis).
- A. Koutsoyiannis: Modern Microeconomics.
- K.N. Verma: Micro Economic Theory.

**BACHELOR OF ARTS**  
**SEMESTER-I**  
**COURSE: MICROECONOMICS**

---

**UNIT 5: PRODUCTION FUNCTION: LAW OF VARIABLE PROPORTIONS AND RETURNS TO SCALE**

---

**STRUCTURE**

**5.0 Learning Objectives**

**5.1 Introduction**

**5.2 Meaning of Production Function**

**5.3 Types of Production Function**

**5.4 Laws of Production Function**

**5.4.1 Law of Variable Proportion**

**5.4.1.1 Assumptions of the Law**

**5.4.1.2 Stages of Law of Variable Proportion**

**5.4.1.3 Importance of the Law of Diminishing Marginal Return**

**5.4.1.4 Postponement of the Law of Diminishing Marginal Returns**

**5.4.2 Law of Returns to Scale**

**5.5 Summary**

**5.6 Questions for Practice**

**5.7 Suggested Readings**

**5.0 Learning Objectives**

After completion of this unit, learner will be able to:

- Describe the meaning of production function
- Identify different types of production function
- Differentiate between the law of variable proportion and law of returns to scale

### **5.1 Introduction**

A product's supply depends upon its cost of production, which in turn depends upon the physical relationship between inputs and outputs as well as input prices. In deciding the cost of production, the physical relationship between inputs and outputs is crucial. Therefore, theory of production relates to the physical laws governing production of goods. The theory of production, like the theory of demand, examines how a producer or firm can use its capital effectively to maximize profit. They must make the following production decision:

- (a) What should be produced by a firm?
- (b) How should the firm produce?
- (c) How much and at what price does the firm sell?
- (d) What is the best way for the firm to market its product?

These decisions are critical in the production process because they determine the goals of the firm. In the forthcoming pages, we will thoroughly study these aspects of production.

### **5.2 Meaning of Production Function**

Production function means transformation of physical inputs into physical outputs. The functional relationship between physical inputs and physical output of a firm is known as production function. Algebraically, it can be written as:

$$Y = f(N, K, L, E)$$

Basically, there are four factors of production i.e., land, labor, capital and entrepreneur. From the above equation it will be read as: Production (Y) is a function (f) of labour (N), capital (K), land (L) and entrepreneur (E). According to Koutsoyiannis, "The production is purely a technical relation which connects factor inputs and output." Watson defined production function as, "The relation between a firm's physical production and the material factors of production is called as

production function."

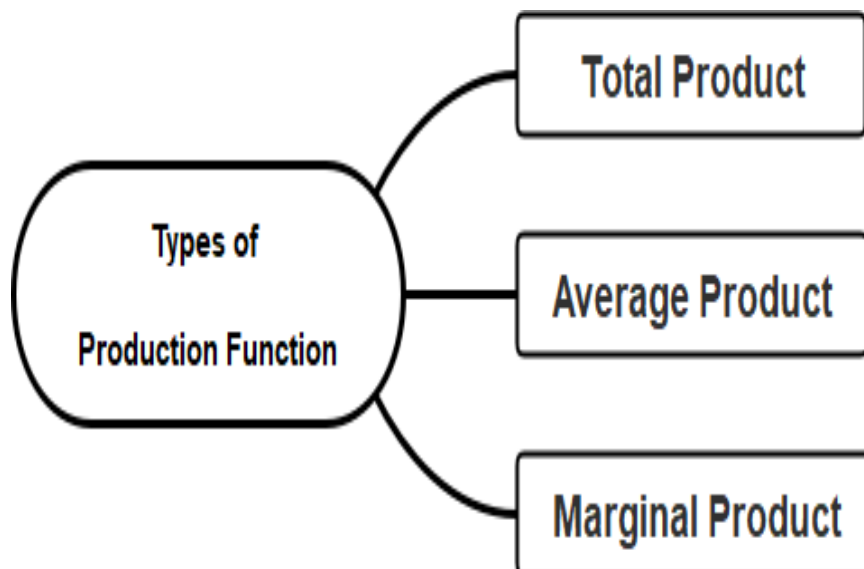
### **5.3 Types of Production Function**

In economic theory, we are interested in two types of production functions. Firstly, when the quantities of some inputs are kept constant and the quantity of one input is varied. This kind of production function is called as the law of diminishing marginal returns or law of variable proportions and returns to a factor. It is important to note that returns to variable factors are relevant for the short run because in the short run some factors like, capital equipment, machines and land remained fixed and factors such as labour and raw material are increased to expand output. Secondly, the production functions with two or more than two variable factors which is called the law of returns to scale. The short run production function can be written as

$$Q=f(L, K)$$

In this, Q stands for output, L for labour and K for capital which is held constant in the short run. Thus, the concept of returns to a factor is concerned with the study of how output changes when the amount of variable factor, such as labour is increased.

To understand this, first we will study some concepts of physical products that are generally used for the study of returns to a variable factor. Regarding physical production of factors there are three concepts:



**Total Product (TP):** Total product of a variable factor is the amount of total output produced by a given quantity of the variable factor, keeping the quantity of other factors such as capital constant.



**A. Average Product (AP):** The average product of a variable factor (labour) is the total output divided by the amount of labour employed with a given quantity of fixed factors used to produce a commodity. Symbolically,

$$AP = Q/L$$

Here, AP = Average product, Q = Total output, L = Total units of variable factor (labour). It has been generally found that the average product is an indicator of productivity of the variable factor.

**Table 1 Total Product, Marginal Product, and Average Product of Labour**

| Labour<br>(No. of<br>Workers) | Total Product (TP) | Average Product (AP =<br>Q/L) | Marginal Product (MP<br>= $\Delta Q/\Delta L$ ) |
|-------------------------------|--------------------|-------------------------------|---|
| 1                             | 20                 | 20                            | 20  |
| 2                             | 36                 | 18                            | 16  |
| 3                             | 48                 | 16                            | 12  |
| 4                             | 56                 | 14                            | 8   |
| 5                             | 60                 | 12                            | 4   |
| 6                             | 60                 | 10                            | 0   |
| 7                             | 56                 | 8                             | -4  |

**B. Marginal Product (MP):** The marginal product of a variable factor is the addition made to the total production by the employment of an extra unit of a factor.

Symbolically,

$$MP = \Delta Q / \Delta L$$

MP = marginal product of labour,

$\Delta Q$  = Change in total output,

$\Delta L$  = Change in = variable factor (labour).

It is important to note that the marginal product of a factor changes at different levels of employment of the factor. It has been found that the marginal product of a factor rises in the beginning and then

falls as more of it is used for production. The concepts of Total Product (TP), Marginal Product (MP) and Average Product have been explained with the help of a Table 1.

### **Check Your Progress-I**

Q1. What is meant by production function?

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q2. Explain the types of production functions.

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### **5.4 Laws of Production Function**

In the preceding pages, we have studied that in the short run the output can be increased by increasing the amount of the variable factor. Therefore, the response of output to changes in the amount of a variable factor, while keeping the units of fixed factors constant, is referred to as returns to a factor. Besides this, output can be increased by increasing all the factors of production in the long run. The response of output to changes in the size or scale of all the factors is called as returns to scale. Thus, there are two laws of production:

Law of Variable Proportions or Returns to a Factor and Law of Returns to Scale.

#### **5.4.1 Law of Variable Proportions**

In economic theory, the law of variable proportion occupies an important place. This law examines the production function with one-factor variable, keeping the quantities of other factors constant.

When one factor's quantity is increased while the quantity of other factors remains unchanged, the proportion between fixed and variable factors changes. The law of variable proportions states that as the proportion of factors is changed, the total production at first increases more than proportionately, then equi-proportionately and finally less than proportionately. The classical economists named it the law of diminishing returns. It is now

usually called the law of variable proportions. It can also be called the law of diminishing marginal product or diminishing marginal returns.

G.J. Stigler, writes, *“As equal increments of one input are added; the inputs of other productive*

*services being held constant, beyond a certain point the resulting increments of product will decrease, i.e., the marginal product will diminish.”*

According to Leftwitch, *"The law of variable proportions states that if the input of one resource is increased by equal increments per unit of time while the inputs of other resources are held constant, total output will increase, but beyond some point the resulting output increases will become smaller and smaller."*

According to Samuelson, *"An increase in some inputs relative to other fixed inputs will, in a given state of technology, causes output to increase; but after a point the extra output resulting from the same additions of extra inputs will become less and less”.*

#### **5.4.1.1 Assumptions of the Law**

The law of variable proportions holds good under the following assumptions:

- 1 One of the factors is variable while all other factors are fixed.
- 2 All units of the variable factor are homogeneous.
- 3 The state of technology is assumed to be given and unchanged. If change in technology will occur then AP and MP may rise instead of diminishing.
- 4 This law is based upon the possibility of varying the proportions in which the various factors can be combined to produce a product. For instance, 2 hectares of land with 1 labourer; or 2 hectares of land with 4 labourers. It is important to mention here that this law does not apply to those cases where the factors must be used in fixed proportions to yield a product.

#### **5.4.1.2 Stages of Law of Variable Proportion**

When a variable quantity of one factor is combined with a fixed quantity of the other, the production process can be divided into three stages, as shown in the table below.

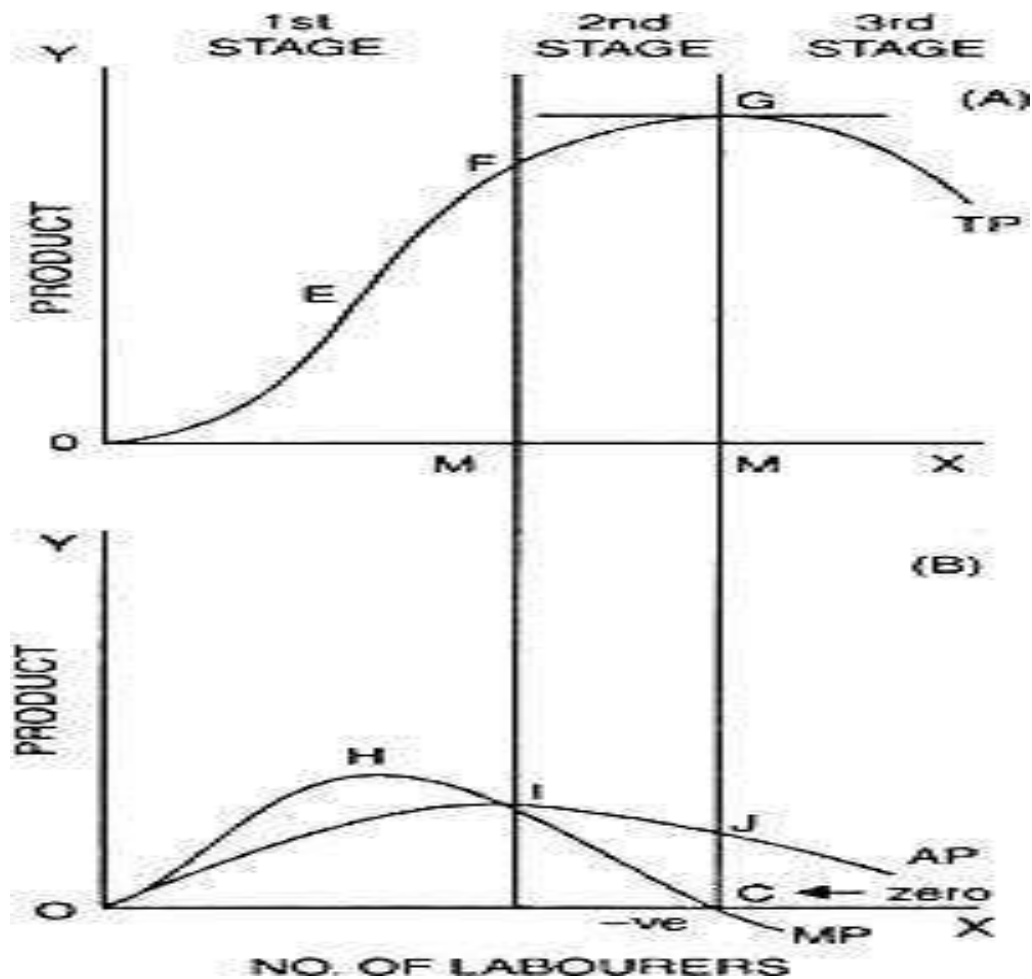
**Table 2 Three Stages of Production**

| Units of Land<br>(Hectare) | Labour<br>(No. of<br>Workers) | Total<br>Product<br>(TP) | Average<br>Product<br>(AP = Q/L) | Marginal Product<br>(MP =<br>$\Delta Q/\Delta L$ ) | Division of Three Stages of Production |
|----------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------------------------------|--|--|
| 1                          | 1                             | 2                        | 2                                | 2  | <b>Stage 1</b>                         |

|   |   |    |     |    |   |
|---|---|----|-----|----|---|
| 1 | 2 | 5  | 2.5 | 3  | Increasing Returns to a Variable Factor             |
| 1 | 3 | 9  | 3   | 4  |   |
| 1 | 4 | 12 | 3   | 3  | Stage 2<br>Diminishing Returns to a Variable Factor |
| 1 | 5 | 14 | 2.8 | 2  |   |
| 1 | 6 | 15 | 2.5 | 1  |   |
| 1 | 7 | 15 | 2.1 | 0  | Stage 3<br>Negative Returns to a Variable Factor    |
| 1 | 8 | 14 | 1.7 | -1 |   |

It will be seen from figure 1 that the behaviour of the variable factor's total, average and marginal products in response to an increase in its amount is typically divided into three stages.

- A. Increasing Marginal Returns to a Factor (Stage 1):** Total product rises at an increasing rate to a point in this stage. During stage 1, the total product continues to rise, but its slope is decreasing, implying that from point E to G, the total product rises at a diminishing rate (the total product curve is concave downwards at this level), i.e., the marginal product falls but remains positive. The point E where the total product stops increasing at an increasing rate and starts increasing at the diminishing rate is called the point of inflection. The average product curve reaches its maximum point at the end of stage 1. It is worth noting that the marginal product in this stage initially rises and then falls, but it remains higher than the average product during stage 1, implying that the average product continues to rise.
- B. Diminishing Marginal Returns to a Factor (Stage 2):** Total product continues to increase at a diminishing rate in this stage until it reaches its maximum point G, where the second stage ends. The variable product's AP and MP both are diminishing at this stage, but they have remained positive. The variable factor's marginal product is zero at the end of the second level, i.e. at point C.
- C. Negative Marginal Returns to a Factor (Stage 3):** Total product is declining in this stage, and



the total product curve is sloping downward. As a result, the variable factor's marginal product is negative, and the marginal product curve goes below the X-axis.

**From the above figure the relationship between AP and MP can be explained.**

- AP is rising in Stage 1. MP rises at first, and then starts to fall. It's worth noting that as AP rises, MP must be greater than AP.
- AP decreases in Stage 2. MP continues to decrease until it reaches zero at point C. MP remains below AP as long as AP is declining.
- MP becomes negative in Stage 3. While AP continues to decline, it remains positive. It is important to remember that even if MP is negative, AP must remain positive.

**The relationship between MP and TP can also be explained.**

- TP increases at an increasing rate in Stage 1 as long as MP rises. However, as MP decreases, TP increases at a decreasing rate.

- b. During Stage 2, as MP begins to decline, TP rises at a diminishing rate. There is no rise in TP when  $MP = 0$ .
- c. When MP is negative in Stage 3, TP begins to decline.

### **The Stage of Rational Decisions**

A key question now is in which stage a rational producer would seek to produce. A rational producer would never try to produce in stage 3, where the variable factor's marginal product is negative. He will stop at the end of stage 2, when the variable factor's marginal product is zero. The producer will maximize the total product and thus make maximum use of the variable factor at end point C of the second stage, where the marginal product of the variable factor is zero. According to Ferguson, "Even if units of the variable input were free, a rational producer would not employ the zero marginal products because their use entails a reduction in total output."

A rational producer will not want to produce in stage 1, where the fixed factor's marginal product is negative. It means he will not make the maximum use of the fixed factor in stage 1, and he will also not completely exploit the opportunities to increase output by raising the quantity of the variable factor, whose average product will continue to grow during stage 1. As a result, a reasonable producer will not stop at stage 1, but will expand further. From the above, it is clear that a rational producer can never be found producing in stages 1 and 3. As a result, stage 1 and 3 in the production function reflect non-economic regions. Therefore, a reasonable producer will often try to produce in stage 2, where the marginal and average product of the variable factor is decreasing.

#### **(I) Causes of Increasing Marginal Returns to a Variable Factor**

- A. Effective utilization of the Fixed Factor:** In the beginning, the quantity of the fixed factor is abundant relative to the quantity of the variable factor. Therefore, when more and more units of the variable factor are added to the constant quantity of the fixed factor, then the fixed factor is more intensively and effectively utilised, that is, efficiency of the fixed factor increases as additional units of the variable factor are added to it. Due to this, initially production increases at an increasing rate. On the other side, some amount of the fixed factor remains unutilised because the variable factor is relatively smaller in quantity.
- B. Increase in Efficiency of the variable factor:** As more and more units of the variable factor are employed; the possibility of division of labour and specialisation increases. Thus, greater the quantity of the variable input, the greater the scope for specialisation which will further help to

increase efficiency and productivity.

**C. Better Coordination between the factors:** So long as the fixed factor remains underutilized, additional application of the variable factor tends to improve the degree of co-ordination between the fixed and variable factors. As a result, total output increases at an increasing rate.

## (II) Causes of Diminishing Marginal Returns to a Factor

This is the most important stage of the law of diminishing returns. Following are the main causes for the operation of this law:

- 1) **Scarcity of the Fixed Factor:** When with the increase in the variable factor the fixed factor becomes more and more scarce in relation to the variable factor so that as the units of the variable factor are increased, they receive less and less aid from the fixed factor. Hence, marginal and average products of the variable factor decline.
- 2) **Imperfect Substitutability of the Factors:** Factors of production are imperfect substitutes of each other. More and more of labour, for example, cannot be continuously used in place of additional capital. Accordingly, diminishing returns to the factor becomes inevitable.
- 3) **Indivisibility of the Fixed Factor:** If the factors were perfectly divisible, there would have been no necessity of taking the large quantity of the fixed factor in the beginning to combine with the varying quantities of the other factor. A significant point worth mentioning is that if factors were completely divisible, the issue of differing factor proportions would not have arisen and thus the phenomenon of increasing and decreasing marginal returns to a factor would not have occurred.
- 4) **Poor Coordination between the factors:** Increasing the application of the variable factor along with the fixed factor(s) above a certain point crosses the ideal factor ratio limit. Consequently, the co-ordination between the fixed and the variable factor becomes poor.

## (III) Causes of Negative Marginal Returns

The total product declines and the marginal product become negative as the amount of the variable factor is increased to the constant quantity of the fixed factor. The phenomenon of negative marginal returns to the variable factor occurs when the amount of the variable factor increases too large in relation to the fixed factor, as they get in each other's way, causing total production to fall rather than rise. In short, just as the marginal product of the fixed factor was negative due to its abundance in the first stage, the marginal product of the variable factor is negative due to its excessiveness in the third

stage.

### **1. General Applicability of the Law of Diminishing Returns**

The law of diminishing returns, which states that marginal physical product ultimately diminishes, even though it increases at first, has been discussed previously. Until Marshall, it was assumed that three laws of production are distinct and different. Modern economists, on the other hand, believe that decreasing, constant and increasing returns are three phases of one general law i.e., law of variable proportions, rather than three different laws. Furthermore, before Marshall, it was assumed that the law of diminishing returns applied to agriculture and manufacturing industries was characterized by constant or increasing returns. However, this is no longer the case; the law of diminishing returns has a wide range of applications. This law covers industries as well as agriculture. In case of application to industries Factors of production must be increased in order to maximise the output of manufactured products. Labor and capital are more important in manufacturing industries than land and capital is usually fixed in supply during the short term. As a result, increasing the number of workers is pursued to increase productivity. When more labour is used on a fixed amount of capital, the marginal product of labour must eventually decrease. Whereas in case of application to agriculture, labor and capital can be increased to the desired extent in order to increase agricultural output since these are variable factors, but not land, which is a fixed factor of production. As a result, when rising doses of labour or capital are added to a fixed amount of land, the variable factor's marginal return starts to decrease, and the law of diminishing returns becomes operative.

#### **Causes for the Application of this Law to Agriculture Sector:**

There are various reasons due to which this law is applicable to the agriculture sector.

- A. In agriculture, nature plays a significant role. Natural factors such as rainfall have a significant impact on agricultural production. However, there is a lot of concern about the supply of rainwater. As a result, the law of diminishing returns kicks in quickly.
- B. With continued agriculture, land fertility continues to decline. As a result, the marginal return decreases as more units of labour or capital are added to it.
- C. Agricultural activities are spread out over vast areas of land, requiring less supervision. As a result, it cannot be efficiently supervised. Consequently, the cost of production rises.
- D. Agriculture is considered as a seasonal occupation. The demand for labour in the agriculture sector



is for some months only while the rest of the time they remain idle, which causes a rise in cost of production.

- E. Due to the lower degree of division of labour and specialisation, agriculture experiences a faster application of the law of diminishing returns.
- F. In addition to this, all pieces of land are not fertile in the same way. When demand for land rises, even less fertile land is cultivated. It translates to lower marginal returns and higher production costs.

Thus, the law of diminishing returns is considered universal since it applies to all fields of output.

#### **5.4.1.3 Importance of the Law of Diminishing Marginal Returns**

- a. Malthus based his population theory on this law. According to him, food grain production lags behind population growth because agriculture is subject to the law of diminishing returns. This law is the foundation for Ricardo's theory of rent. The first dose of labour and capital to land yields higher returns than the second. The difference between the first and second dose's returns is referred to as 'rent.
- b. This law is also considered as the basis of the theory of distribution. According to the marginal productivity theory of distribution, as more and more units of factor of production are employed its marginal productivity decreases. As a result, its per unit share in total production decreases.

#### **5.4.1.4 Postponement of the Law of Diminishing Marginal Returns**

In the following two situations, the law of variable proportions can be postponed:

- A. If technological advancements occur, the application of the law of variable proportions can be delayed. Because, with the advancement in technology the law of variable proportions becomes ineffective, resulting in increased efficiency and lower cost.
- B. The operation of this law can also be postponed when the factors of production are perfect substitutes of each other.

### **Check Your Progress II**

Q1. What is law of variable proportion?

Ans: \_\_\_\_\_

Q2. Define TP and MP.

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### **5.4.2 Law of Returns to Scale**

Next, the scale of production in the context of two factors of production means a given amount of labour and capital is used in the production process. Thus, the proportionate change in both the factors brings about a change in the scale. The behaviour of total output when all inputs are varied by the same proportion is called returns to scale as applicable in the long run. Long run is that production function in which all the factors of production are variable. Thus, in this type of production function we try to find out the behaviour of output when it is possible to change the size of all the factors. It means we tried to explain the behaviour of output in response to changes in these scales. Any change in the scale means that all inputs or factors are changed in the same proportion. According to Koutsoyiannis, "The term returns to scale refers to the changes in output as all factors change by the same proportion."

In the long run, output can be increased by increasing all factors in the same proportion or different proportions. Ordinarily, law of returns to scale refers to increase in output as a result of increase in all factors in the same proportion. Such an increase in output is called returns to scale. In the long run output may be increased by changing all factors by the same proportion or by different proportions.

Let us start from an initial level of inputs and outputs:

$$P = f(L, K)$$

If both the factors of production, i.e., labour (L) and capital (K) are increased in the same proportion (k), then production function will be rewritten as:

$P^* = f(kL, kK)$  Let us start from an initial level of inputs and outputs:

$$P = f(L, K)$$

If both the factors of production, i.e., labour (L) and capital (K) are increased in the same proportion (k), then production function will be rewritten as:

$$P^* = f(kL, kK)$$

If  $P^*$ , increases in the same proportion as increase in factors of production, i.e.,  $\frac{P^*}{P} = m$ , then we

say that there are constant returns to scale.

If  $P^*$ , increases less than proportionate increase in factors of production, i.e.,  $\frac{P^*}{P} < m$ , then we

have decreasing returns to scale.

If  $P$ , increases more than proportionate increase in factors of production, i.e.,  $\frac{P^*}{P} > m$ , we have

increasing returns to scale.

### **Increasing Returns to Scale**

Increasing returns to scale occurs when a given percentages increase in all factor inputs causes' proportionately greater increase in output. For example, if 100% increase in all factor inputs (labour and capital) causes 150% increase in output then returns to scale are called increasing. From above, it can be said that when output increases at a higher rate than the increase in factors of production employed.

### **Causes of Increasing Returns to Scale**

There are numerous reasons due to which in the initial stage the firm is having increasing returns:

- A. Indivisibility of Factors:** Some factors are available in large and lumpy units and can therefore be utilised utmost efficiency at a large level of output. Therefore, in the case of some indivisible and lumpy factors, when output is increased from a small level to a large one, indivisible factors are better utilised and therefore increasing returns are obtained.
- B. Greater Possibilities of Specialisation of Labour and Machinery:** With the increase in the scale, returns to scale can occur because the firm can introduce greater degree of specialisation of labour and machinery and also because it can install technologically more efficient machinery.

As in the large scale of production, instead of being general, workers can specialize in performing a particular task in the production process.

Thus, it can be said that as the scale of production is increased, due to indivisibility of factors such

as labour, machines, division of labour and specialisation and many types of economies are available to the firm. On account of these economies, proportional increase in returns is more than the proportionate increase in factors of production. All these economies are only internal economies as these are related to the scale of production of the concerned firm.

### **(A) Constant Returns to Scale**

Constant returns to scale occur when a given percentage increase in all factor inputs causes equal percentage increase in output. Therefore, if we are doubling or trebling all factors then output will also respond in the same proportion. For instance, if 100% increase in all factor inputs causes 100% increase in output, it is a case of constant returns to scale. In mathematics, the case of constant returns to scale is called as linear homogeneous production function or homogeneous production function of the first degree.

Thus, constant returns to scale occurred when total output increases at the same rate at which all the factors of production are increased. This situation arises, when after reaching a certain level of production, economies of scale are counter-balanced by diseconomies of scale. This function states that if labour and capital are increased in equal proportion then output will also increase in the same proportion. Cobb and Douglas production function is based on this scale.

#### **1. Decreasing Returns to Scale**

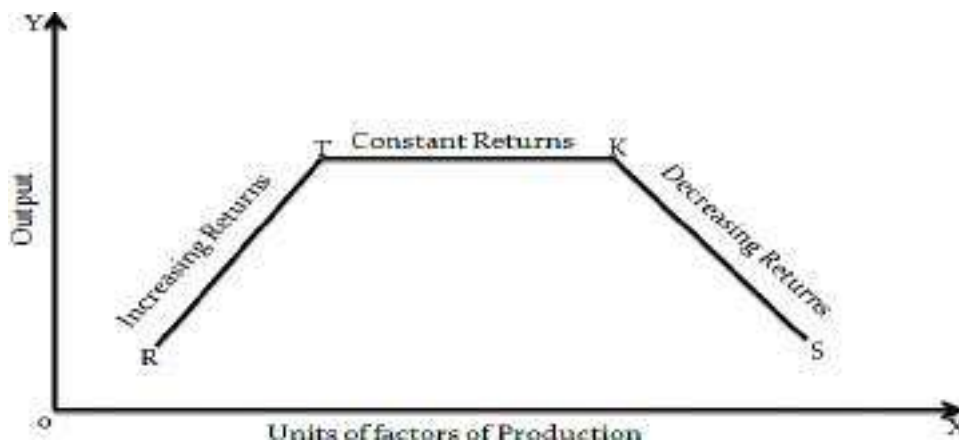
Decreasing returns to scale occurs when a given percentage increase in all factor inputs causes proportionately lesser increase in output. If 100% increase in all factor inputs causes, say, only 80% increase in output, it is a case of decreasing returns to scale. The fundamental cause for the operation of decreasing returns to scale, according to some economists, is when diseconomies surpass economies of scale. For instance, indivisible factors becoming inefficient and less productive, difficulties of control and rigidities due to large managements, higher cost of skilled labour, higher price of raw material and high transport charges. Thus, as a company grows in size, its administrative structure becomes more complex. The management is likewise unable to adapt quickly to shifting demand and cost conditions. After a certain point in the expansion of the factors, diseconomies of scale occur, resulting in decreasing returns to scale. It is important to mention here that there is a difference between decreasing returns to scale and diminishing marginal returns.

**Table 3 Returns to Scale**

| Units of all factor inputs used | Total Returns (quintals) | Average Returns (quintals) | Marginal Returns (quintals) | Scale      |
|---------------------------------|--------------------------|----------------------------|-----------------------------|------------|
| One                             | 10                       | 10                         | 10                          | Increasing |
| Two                             | 22                       | 11                         | 12                          |            |
| Three                           | 35                       | 11.66                      | 13                          |            |
| Four                            | 60                       | 15                         | 25                          | Constant   |
| Five                            | 85                       | 17                         | 25                          |            |
| Six                             | 102                      | 17                         | 17                          | Decreasing |
| Seven                           | 114                      | 16.28                      | 12                          |            |

The former arises due to the increasing complexities of the organisation, while the latter is due to the application of increasing units of a variable factor to fixed factors. Table 3 explains the law of returns to scale, when the units of all factors are increased in the same proportion, the total output responds at different rates i.e., increasing, constant and decreasing.

The returns to scale can be explained with the help of a figure. It will be seen from figure 2 that when the units of factors of production are increased, the output increases at a higher scale initially.



As more and more units are put into the production process the marginal product becomes constant because the percentage increase in output is equal to the percentage increase in inputs. If we increase further the units of inputs the output will start declining. In this figure, the product curve

shows increasing returns from R to T, constant returns from T to K and diminishing returns from K to S.

## **Figure 2**

From the above discussion, it is clear that when the units of all the factors are increased in the same proportion, total output increases at the different rates i.e., increasing, constant and decreasing.

### **Check Your Progress -III**

Q.1 What is the law of returns to scale? Explain the different stages of this law.

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q2. Which is the rational stage of production and why?

Ans. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## **5.5 Summary**

In this unit, we discussed that the production function describes a physical relationship which must be combined with prices of inputs to determine the efficient resource combination of producing a specific level of output. There are two types of input-output relations or production functions. Firstly, the production function when the quantities of some inputs are kept constant and the quantity of one input are varied which is called the law of variable proportion. Secondly, the input-output relation by varying all inputs proportionally is called as returns to scale. Since in the long run all factors can be varied, thus law of returns to scale relates to long-run production function. The way resources are combined in a production process, the productivity of resources in various combinations and the prices of the resources involved in the production process all have a major role in determining the cost of production of a commodity. Thus, production is the most important activity taking place in an economy because the decisions about what to produce and how to produce are important to any economic system.

## **5.6 Questions for Practice**

### **A. Short Answer Type Questions**

Q1. What is the production function?

- Q2. Distinguish between fixed and variable factors of production?
- Q3. Mention the assumptions of law of variable proportion.
- Q4. Explain the law of increasing returns to a factor.
- Q5. What do you understand about the law of returns to scale?
- Q6. Define long run production function.
- Q7. Define TP, AP and MP.
- Q8. Distinguish between fixed and variable factors of production.
- Q9. Mention the three stages of production.
- Q10. Will a producer ever stop in stage 1<sup>st</sup> and 3<sup>rd</sup> of production?
- Q11. Which is the rational stage of production?
- Q12. What are diminishing returns and increasing returns to scale?

### **B. Long Answer Type Questions**

- Q1. Explain the law of variable proportions. Explain various stages of this law with the help of a table and a diagram.
- Q2. State and explain the law of variable proportions. How does it differ from the law of returns to scale?
- Q3. Explain and illustrate the three stages of production with the help of law of variable proportions. In which stage a rational producer would like to operate?
- Q4. Explain and illustrate the law of diminishing returns. Why does this law operate?  
Does it apply to agriculture only?
- Q5. Explain the circumstances under which the increasing returns to a factor operate.  
Is it always applicable to industry?
- Q6. What do you understand by returns to scale? Explain the three types of returns to scale.

### **5.7 Suggested Readings**

- L. Ahuja, Principles of Microeconomics, S. Chand & Company Ltd. New Delhi

- D.N. Diwedi, Microeconomics, Theory and Application, Vikas Publishing House, New Delhi.
- Perloff, J. M, Microeconomics, Theory and Application with Calculus, Pearson Addison Wesley.
- Koutsoyiannis, A, Modern Microeconomics, The Macmillan Press Ltd.



**BACHELOR OF ARTS**

**SEMESTER I**

**COURSE: MICRO ECONOMICS**

---

**UNIT 6: CONCEPTS OF COST AND REVENUE**

---

**STRUCTURE**

**6.0 Learning Objectives**

**6.1 Introduction**

**6.2 Types of Costs**

**6.3 Theories of Cost**

**6.3.1 Traditional theory of costs**

**6.3.1.1 Fixed and variable costs**

**6.3.1.2 Short run average cost curve**

**6.3.1.3 Short run marginal cost curve**

**6.3.1.4 Relationship between average and marginal cost curves**

**6.3.1.5 Long run average cost curve**

**6.3.1.6 Long run marginal cost curve**

**6.3.2 Modern Theory of Cost**

**6.3.2.1 Short run average cost**

**6.3.2.2 Short run marginal cost**

**6.3.2.3 Long run average cost**

**6.3.2.4 Long run marginal cost**

**6.4 Revenue concepts**

**6.4.1 Total Revenue (TR)**

**6.4.2 Average Revenue (AR)**

**6.4.3 Marginal Revenue (MR)**

**6.5 Relationship between AR and MR**

## **6.6 Relationship between AR, MR and TR**

## **6.7 Relationship between AR, MR, TR and Elasticity of Demand**

## **6.8 Revenue curves under**

### **6.8.1 Perfect Competition**

### **6.8.2 Imperfect Competition**

### **6.8.3 Monopoly**

### **6.8.4 Monopolistic Competition**

## **6.9 Significance of Revenue Curves**

## **6.10 Summary**

## **6.11 Questions for Practice**

## **6.12 Suggested Readings**

## **6.0 Learning Objectives**

At the end of this unit, the learner will be able to:

- Determine the meaning of fixed and variable costs.
- Know the concept of short-run cost curves under a traditional theory of cost
- Define the concept of long-run cost curves under the traditional theory of cost.
- Describe the short run and long run cost curves under modern theory.
- Learn about the concepts and shapes of revenue curves
- Describe the relationship between AR, MR and TR
- Elaborate the difference between the shapes of AR and MR curves under perfect competition, monopoly and monopolistic competition

## **6.1 Introduction**

Production is one of the important activities of any economy. There are four factors of production

i.e., land, labour, capital and entrepreneurship. Production is mainly the transformation of inputs into output. When these factors are used for production purposes, some remuneration is given to these factors for their services, and payment is cost for the production unit. The payment made to the use of inputs is called the cost. The importance of costs cannot be ignored especially in the modern world. Costs are one of the important factors that determine the size and quality of the product. The costs affect both the supply and demand in a society. The cost of production to price advises a firm to produce or not to produce and determines the level of production or service to be provided to the customers.

Every producer, after producing a product is interested to sell his product in the market. The revenue of a firm, together with its cost, determines profit. In this chapter, we study the concept of revenue. The term 'revenue' refers to the receipt obtained by a firm from the sale of certain quantities of a commodity at various prices. There are three main types of revenue i.e., total revenue, average revenue and marginal revenue. The revenue is required for determination of price. Without revenue profit cannot be found out. Even in market forms equilibrium can be found out with the help of revenue.

## **6.2 Types of Costs**

Cost of production is the most important force governing the supply of a product. It should be pointed out here that for each level of output, the firm chooses least cost combination of factors. Various concepts of costs as are used in modern economic theory are explained below and then we turn to study the derivation of short-run and long-run cost curves.

There are different types of costs used in price theory, these are money costs, explicit costs, implicit costs, real costs, opportunity costs, private and social costs etc.

- 1) **Money Cost:** It is the money outlays of a firm on the processes of production of its output. A producer considers only the money costs of procuring the inputs necessary for products. These are the payment made to buy raw material, rent, wages and salaries paid to its labour, buying and repairing of machinery, payment for electricity, fuel, transportation, insurance and tax payment etc. Money cost is the production cost expressed in monetary terms.
- 2) **Explicit Cost:** These refer to all those expenses made by firm to buy goods directly. These include purchase of raw material, depreciation charges, fuel, electricity bills, transportation

cost etc. so directly made to the agents. These are also called accounting costs.

- 3) **Implicit Cost:** These refer to implied or unnoticed costs. Implicit costs are the costs of self-owned or self-employed resources. These include rent on his own land, interest paid on his own capital and salary to his own labour. The accounting costs or the contractual cash payment, which the firm makes to other factor owned for purchasing or hiring the various factors are also known as explicit costs. The money rewards for other factors the entrepreneur himself owns and employs in the firm are known as implicit cost. The economists take into consideration both the explicit and implicit cost.

Economic cost = Accounting costs + Implicit costs

=Explicit cost + Implicit costs

- 4) **Real Cost:** The producer calculates his private cost of production only and he does not include those costs which are borne by the society is called real cost. A mill owner will count his money cost only and ignore the sufferings or sacrifices of the people living nearby, who have to pay in the form of increased medical bills due to smoke coming out of chimneys or water waste coming out of the mill.
- 5) **Opportunity Costs:** The concept of opportunity cost occupies a very important place in modern economic analysis. The opportunity cost of any commodity is the next best alternative that is sacrificed.

Prof. Benham defines the opportunity cost as, “The opportunity cost of anything is the next best alternative that could be produced instead by the same factors or by an equivalent group of factors, costing the same amount of money.”

The concept of opportunity cost bears two important points first, the opportunity cost of anything is only the next best alternative foregone. Thus, opportunity cost producing a good is not any other alternative good that could be produced with the same factors, it is only the most valuable other good, which the same factors could produce Second point worth noting is all the factors used in the production of one thing may not be the same as are required for the production of next best alternative good.

Therefore, the opportunity cost of a good should be viewed as the next-best alternative good that could be produced with the ‘same value’ of the factors which are more or less the same. It is the

cost of production of any unit of commodity for the value of factors of production used in producing another unit. These are also known as the alternative costs or transfer costs. With the given resources in a factory washing machines and refrigerators can be produced, only washing machines are produced worth two lakhs so opportunity cost of refrigerators is two lakh rupees.

- 6) Private and Social Costs:** There are certain costs which arise due to the function of the firm but do not normally figure in business decisions nor are such costs explicitly paid by the firms. Certain such costs are paid by the society. Thus, the total cost generated by the firm's decision may be divided into two categories.
- a) Those paid out or provided by the firms and are known as 'private costs', Those not paid by the firms including use of resources freely available plus the disutility created in the process of production and are known as 'Social costs'

Private costs are those which are actually incurred or provided for by an individual or a firm on the purchase of goods and services from the market. For a firm, all the actual costs, both explicit and implicit, are private costs. Private costs are internalised in the sense that 'the firm must compensate the resources owned in order to acquire the right to use the resource.' It is only the internalised cost that is incorporated in firm's total cost to production.

Social cost, on the other hand, implies the cost which society bears on account of production of a commodity. Social cost includes both 'private cost' and 'external cost'. External cost includes (a) the cost of 'resources for which the firm is not compelled to pay a price', e.g., atmosphere, rivers, lakes and also for the use of public utility services like roadways, drainage system etc. and (b) the cost in the form of disutility created through air, water and noise pollution's etc. The cost of expenditure incurred to safeguard the individual and public against various kinds of health hazards created by production system and thus, is used in the estimation of social costs.

### Check Your Progress- I

Q1. Differentiate between Explicit and Implicit costs.

Ans. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q2. What is opportunity cost?

Ans. \_\_\_\_\_

---

## **6.3 Theories of Cost**

Now, we will explain the shape of cost curves in short run and long run with the help of traditional and modern theories of costs.

### **6.3.1 Traditional Theory of Cost**

There are some factors which can be readily adjusted with the changes in output level. These factors may be labour, raw material etc. On the other hand, there are some factors such as capital equipment, buildings etc. which can't be so readily varied. It requires a comparatively longer time to make variations in them. The factors such as raw materials, labour etc., which can be readily varied with the change in the level are known as variable factors and the factor such as capital equipment and buildings which cannot be so readily varied are called fixed factors.

Corresponding to this distinction between variable factor and fixed factors, economists distinguish between short run and long run. The short run is a period of time in which output can be increased or decreased by changing only the amount of variable factors such as labour, raw material etc. In the short run, quantities of the fixed factors such as capital equipment, factory building etc. cannot be varied, i.e. the quantities of fixed factors remain unaltered.

On the other hand, the long run is defined as the period of time in which the quantities of all factors may be varied, all factors being variable in the long run.

In the short run, almost all the factors of production are fixed in quantity and the total fixed costs (TFC) include the expenditures of the firm per unit of time for all the fixed inputs. Similarly, the total variable costs (TVC) is the total expenditure incurred by the firm per unit of time for all variable inputs. Total cost equals total fixed cost plus total variable cost. Some other concepts of costs include explicit costs and implicit costs. Explicit cost includes the value of actual inputs used by the firm to produce the product. The value inputs owned by the firm should be estimated from what they could earn in their best alternative use.

#### **6.3.1.1 Fixed Costs and Variable Costs**

Fixed costs are those costs which are independent of output, that is they do not change with changes in output. These costs are a 'fixed' amount which must be incurred by a firm in the short run whether the output is large or small. Even if the firm closes for some time in the short run,

these costs have to be borne by it. Fixed costs are also known ‘as overhead costs’ and include charges such as contractual rent, insurance fee, maintenance costs, interest on capital invested, property taxes minimum administrative expenses etc. Thus, fixed costs are those which are incurred in hiring the fixed factors of production whose amount cannot be altered in the short run.

Variable costs, on the other hand are those costs, which are incurred on the employment of variable factors of production, and their amount can be altered in the short run when output rises or falls. If the firm shuts down for some time in the short run, it will not use variable factors and will not, therefore, incur any variable costs. Variable costs are also called ‘prime costs’ or ‘direct costs.’ The sum of total fixed cost and total variable costs is called the total cost of production. The total fixed cost curve is horizontal straight line to the OX axis which shows that whatever the quantity of output the same i.e. constant. The total variable cost curve is sloping upward rising from zero output initially gradually and later at a fast speed. Besides

this, the total cost of the vertical addition of total fixed cost (TFC) and total variable cost (TVC). Since the TFC is constant the difference between TC and TFC will always continue to be the same.

Total cost of business is the sum of its total variable costs and total fixed costs.

|          |                        |
|----------|------------------------|
| TC       | = TFC+TVC              |
| Where TC | = Total costs          |
| TFC      | = Total fixed costs    |
| TVC      | = Total variable costs |

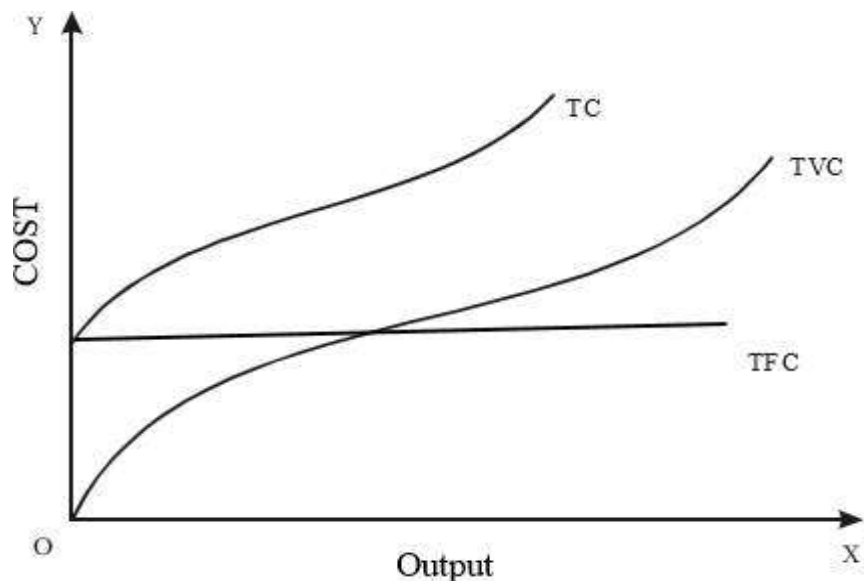


Figure 1

One or more factors of production are fixed quantity in the short run. Total fixed cost (TFC), total variable cost (TVC) and total cost (TC) have been shown in fig. no. 1

Since the total fixed cost remains constant whatever the level of output, the total fixed cost curve is parallel to the X-axis. It is seen in the fig. 1 that total fixed cost curve starts from a point on the Y-axis meaning thereby that total fixed cost will be incurred even if output is zero. On the other hand, the total variable cost curve (TVC) rises upward showing thereby that as the output is increased, the total variable costs also increases. The total variable cost curve TVC starts from the origin which shows that when output is zero, the variable costs are also nil. It is also noted that TC is a function of the total output.

$$TC = f(Q)$$

Total cost curve (TC) has been obtained by adding up vertically total fixed cost and total variable cost curve. Therefore, vertical distance between TVC and TC is constant throughout.

The total cost curve (TC) is exactly the same as that of the total cost (TVC) because the same vertical distance always separates the two cost curves.

### **6.3.1.2 Short-Run Average Cost Curve**

The short run is a period of time in which output can be increased or decreased by changing only the amount of variable factors such as labour, raw material etc. In the short run, quantities of the fixed factors such as capital equipment, factory building etc. cannot be varied,

i.e. the quantities of fixed factors remain unaltered.

The concept of average costs is more frequently used term in economic theory. Average cost is total cost divided by the number of units of total output produced.

$$AC = TC/TQ$$

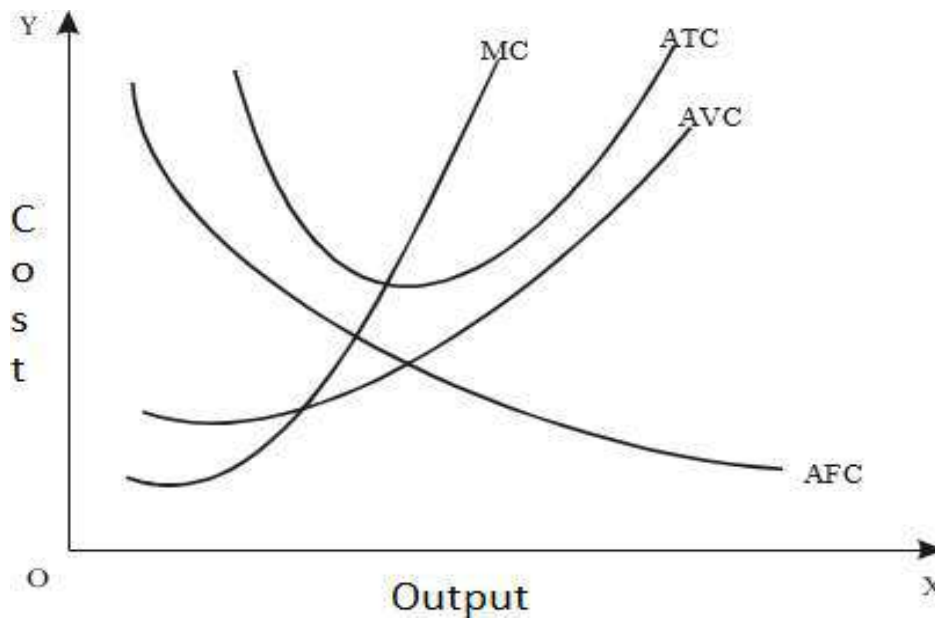
#### **A. Average Fixed Cost (AFC)**

Average fixed cost is the total fixed cost divided by the number of units of total output produced. Therefore,



$$AFC = TFC/TQ$$

Where TQ is total output produced. It is seen from the figure 2 that the average fixed cost



continuously falls throughout.

Figure 2

The average fixed cost curve possesses another property; if we pick up any point on the (AFC) curve and multiply it with the corresponding quantity of output produced, the product will be same because total fixed cost remains constant throughout.

### B. Average Variable Costs (AVC)

Average variable cost is the total variable cost divided by the number of units of output produced. Therefore

$$AVC = TVC/TQ$$

Thus, average variable cost is variable cost per unit of output. The average variable cost will generally fall as the output increases from zero to the normal capacity output due to the occurrence of increasing returns. But beyond the normal capacity output the average variable cost will rise steeply because of the operation of diminishing returns.

Average Total Cost ATC or AC

Average total cost of what is simply known as average cost is the total cost divided by the number

of units of output produced.

Average cost = Total Cost/Output

$$AC = TC/TQ$$

Since the total cost is the sum of total variable cost and total fixed cost, the average total cost is also the sum of average variable cost and average fixed cost.

$$TC = TVC + TFC \quad AC = AVC + AFC$$

The shape of average total cost will depend on average fixed cost and the average variable cost. We find in the Fig. 2 that in the beginning, both AVC and AFC curves fall, the ATC curve, therefore, falls sharply in the beginning. When AVC begins rising, but AFC curve is falling steeply, the ATC curve continues to fall. But as output increases further, there is a sharp rise in AVC which more than offsets the fall in AFC. Therefore, the ATC curve rises after a point. Therefore, the average cost curve (ACC) like the AVC curve first falls, reaches its minimum value and then rises. Average cost curve is therefore almost of a 'U' shape.

### **6.3.1.3 Short Run Marginal Cost Curve**

The concept of marginal cost occupies an important place in economic theory. Marginal cost is 'addition' to the total cost caused by producing one more unit of output. In other words, marginal cost is the addition to total cost of producing n units instead of n-1 units where n is a given number.

$$MC = TC - TC_{n-1}$$

Since marginal cost is a change in total cost as a result of change in output, it can also be written as:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta TQ}$$

Where  $\Delta TC$  is a change in Total cost and  $\Delta TQ$  is a small change in output.

MC is independent of fixed cost. Since fixed costs do not change with output, there are no marginal fixed costs when output increases.

$$\begin{aligned} MC_n &= TC_n - TC_{n-1} \quad TC = TVC + TFC \\ &= TVC_n + TFC - TVC_{n-1} - TFC \end{aligned}$$

$$=TVC_n - TVC_{n-1}$$

Marginal cost is independent of fixed cost and, thus, can be directly attributed to change in variable cost

$$MC = \frac{\Delta TVC}{\Delta TQ}$$

#### **6.3.1.4 Relation Between Average and Marginal Cost Curves**

The relationship between the marginal cost and average cost is same as that between any other marginal average quantities. It can be illustrated with the help of following example shown in table no. 1.

Table 1: Relationship Between Average and Marginal Cost

| <b>Units of Output</b> | <b>Fixed Cost (Rs.)</b> | <b>Variable Cost (Rs.)</b> | <b>Total Cost (Rs.)</b> | <b>Average Cost (Rs.)</b> | <b>Marginal Cost (Rs.)</b> |
|------------------------|-------------------------|----------------------------|-------------------------|---------------------------|----------------------------|
| 1                      | 42                      | 60                         | 102                     | 102                       |                            |
| 2                      | 42                      | 110                        | 152                     | 76                        | 50                         |
| 3                      | 42                      | 150                        | 192                     | 64                        | 40                         |
| 4                      | 42                      | 210                        | 252                     | 63                        | 60                         |
| 5                      | 42                      | 310                        | 352                     | 70.4                      | 100                        |
| 6                      | 42                      | 540                        | 582                     | 97                        | 230                        |

The relationship between average and marginal cost can be shown with the help of fig. 3 when marginal cost is above average cost, the average cost rises but when marginal cost is below the average cost, average cost falls. When marginal cost stands equal to the average cost, the average cost remains constant. The minimum point of marginal cost curve comes prior to the minimum point of average cost curve.

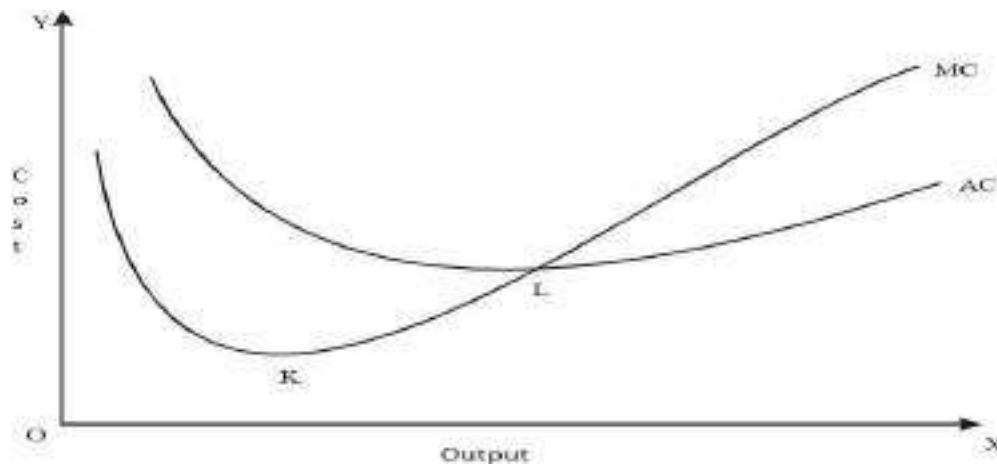


Figure 3: Relationship between Marginal Cost and Average Cost Curves

It is not necessary that when average cost curve is falling, marginal cost curve will also be falling what can be said definitely is that, when average cost curve is falling, marginal cost curve will be below the average cost curve.

### **Average Cost (AC) Curve U-shaped**

Basically (AC) average cost curve gets its shape because of the operation of the law of variable proportions. In the beginning, the proportion of fixed factors is relatively large as these are under-utilised in the beginning. Therefore, AC will fall with increase in the amount of variable factors. When the proportion between fixed and variable factors is most desirable, AC touches its minimum. Later on, proportion of variable factors becomes relatively larger and, therefore, AC swings upward. In other words, we know that AC is the addition of AFC and AVC. In the beginning both AFC and AVC fall with increase in output, therefore, AC should decline as more is produced. AC does not necessarily go up as AVC begins to rise because during this period fall in AFC may be greater than rise in AVC only when increase in AVC is more than a decrease in AFC, that AC will move up. Thus, AC has a minimum point at a large output while AVC records a minimum at a lower output. The availability of internal economies and diseconomies also offer an explanation to the U-shape of average cost curve. It is because of due to the application of the law of the diminishing returns (or increasing costs) that the AVC curve rises. That is why it becomes U shaped.

### **Check Your Progress-II**

Q1. Explain short run cost curves.

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q2. Why is Average Cost (AC) Curve U-shaped?

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### **6.3.1.5 Long-run Average Cost Curve**

All factor inputs are assumed to be freely variable in the long period. There is a view represented by economists like Knight, John Robinson and Kaldor that if all factors are freely variable and the commodity is perfectly divisible, a large firm has no advantage over a small firm under perfect competition. For this view inputs all economies and diseconomies in production to the existence of indivisible factors and assumes that there are no independent economies or diseconomies of scale. The scale of a firm is increased accordingly as it increases all of its factors inputs together in the same proportion so that the proportion in which they are combined remains the same. Naturally, then the long period cost curves of the firm (LAC and LMC) will be horizontal as shown in Fig. 4 below:

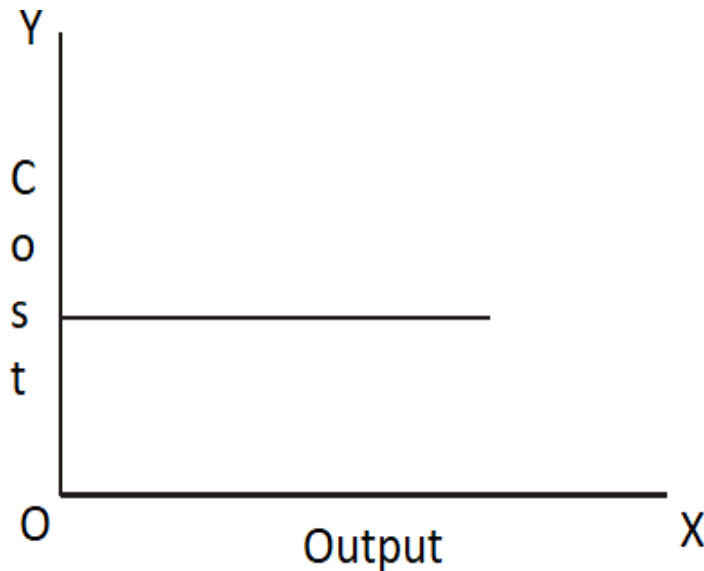


Figure 4

But there is an opposite view represented by Chamberlin, according to whom there are independent economies as well as diseconomies of scale. If we agree with this view, the long

period cost curves will also be U-shaped as shown in Fig. 5 below

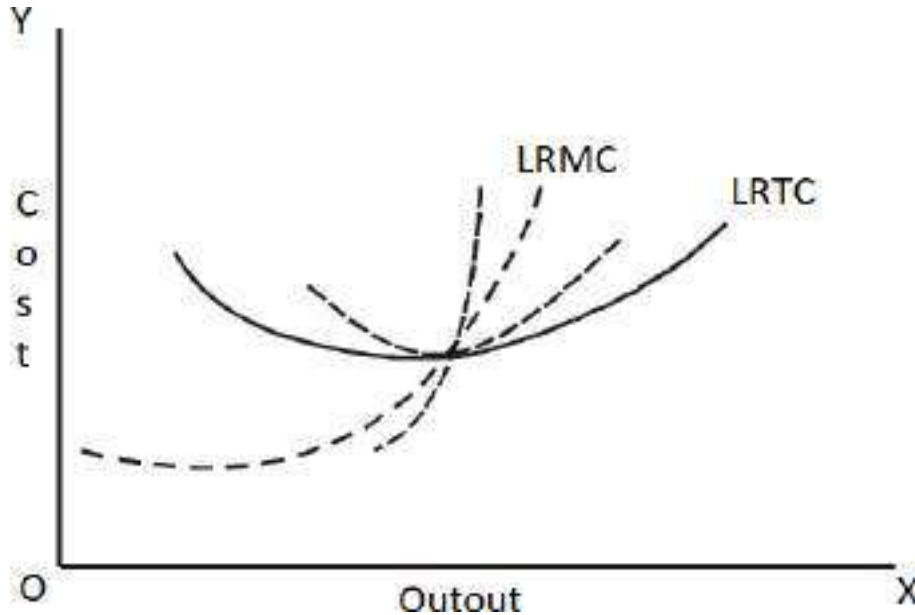


Figure 5

However, they will be flatter than the short-period cost curves for the obvious reason that in the long period it is possible to adjust the factor proportion adequately and thus to reduce the rate at which total cost tends to change in the firms's output.

In the long run, none of the factors is fixed and all can be varied to expand production and, therefore, the firm has no fixed costs in the long run. A long run cost curve depicts the functional relationship between output and long run cost of production. Long run average cost curve depicts the possible average cost of producing all possible level of output.

In order to understand the derivation of long run average cost curve, we consider the three short run average cost curves as shown in the figure 6. These short run average cost curves are also known as plant curves. In the short run, the firm can be operating on any short run average cost curve, given the size of the plant. It is seen that upto OB amount of output, the firm will operate on the short run average cost curve SAC1 though it could also produce with short run.

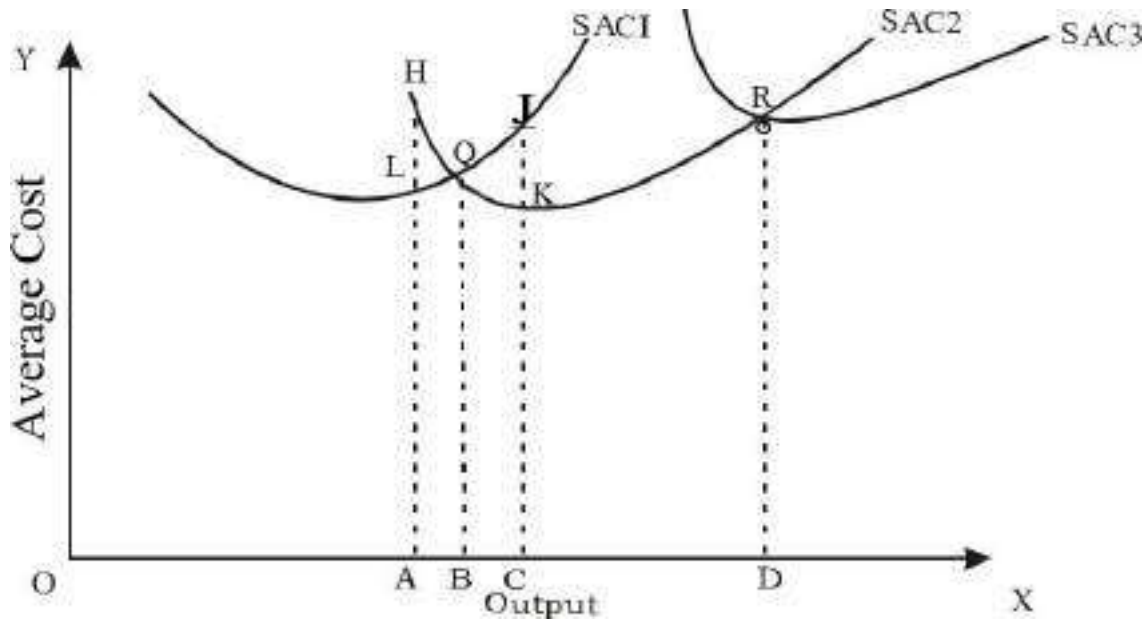


Figure 6

It is seen that upto OB amount of output, the firm will operate on the short run average cost curve SAC1 though it could also produce with short run average cost curve SAC2 because upto OB amount of output production on SAC1 curve entails lower cost than on SAC2. For instance, if the level of output OA is produced with SAC1 it will cost AL per unit and if it is produced with SAC2, it will cost AH per unit. It is clear from the figure that AL is smaller than AH. Similarly, all other output levels upto OB can be produced more economically with the smaller plant SAC1 than with the larger plant SAC2. It is thus clear that in the long run the firm will produce an output which is larger than OB (but less than OD), than it will be economical to produce on SAC1. It will be seen from the figure that the output is larger than OB but less than OD, can be produced at a lower cost per unit on SAC2 than on SAC1. Thus, the output OC if produced on SAC2 costs CK per unit which is lower than CJ which is the cost incurred when produced on SAC1.

Therefore, if the firm plans to produce between outputs OB and OD, it will employ the plant corresponding to short-run average cost curve SAC2. If the firm has to produce an output which exceeds OD, then the cost per unit will be lower on corresponding to the short-run average cost curve SAC3 than on SAC2.

It is, thus, clear that in the long run the firm has a choice in the employment of a plant, and it will employ the plant which yields possible minimum unit cost for producing a given output. The long run average cost curve depicts the least possible average cost for producing various levels of output when all factors including the size of the plant have been adjusted.

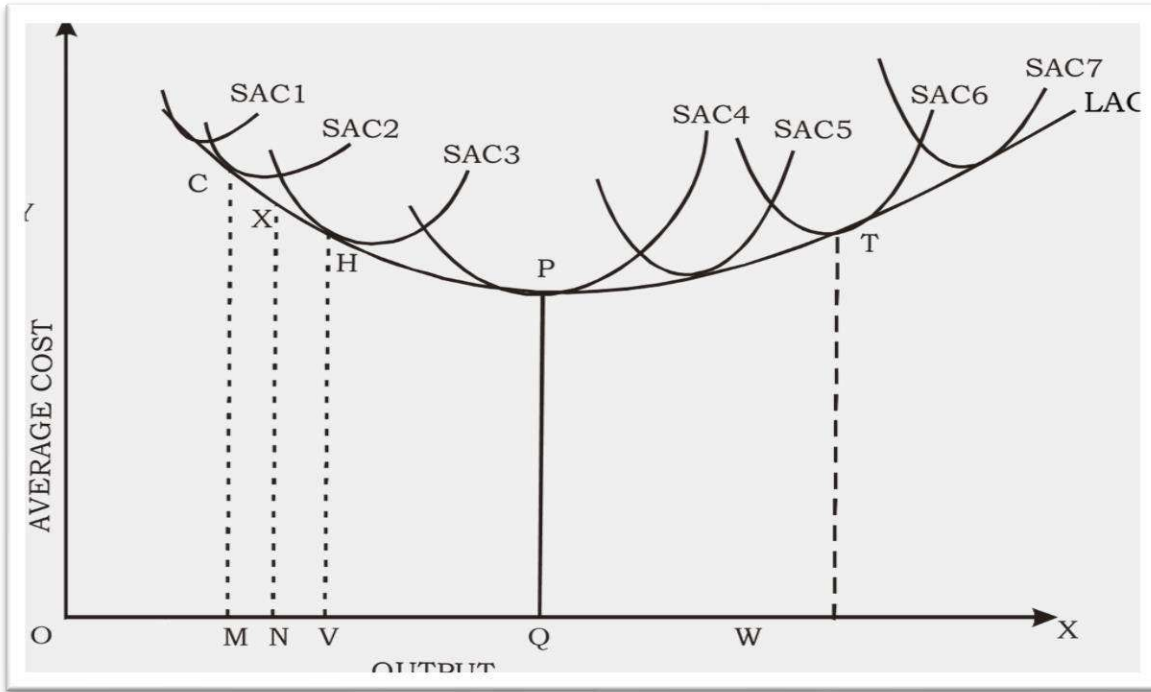


Figure 7: Long Run Average Cost Curves

Suppose now that the number of alternative plants that the firm can have are very large. Then instead of having a wide area for each short period AC, now the LAC will have one point from each SAC, the point of tangency LAC and the relevant SAC. The LAC then envelops the SACs hence it is known as the ‘envelop curve’. As Leftwich writes ‘the point of tangency is taken to minimum cost for any given output, the firm should use the scale of plant whose short run average cost curve is tangent to the long-run average cost at that output.

The LAC is tangent to only the lowest SAC at the minimum point of the latter. In case of all those plants which come earlier the point of tangency is prior to the minimum point of SAC, indicating that a bigger plant reduces cost. But in the case of plants coming after the lower SAC, the points of tangency are to the right of the minimum of SACs implying that over utilisation of a

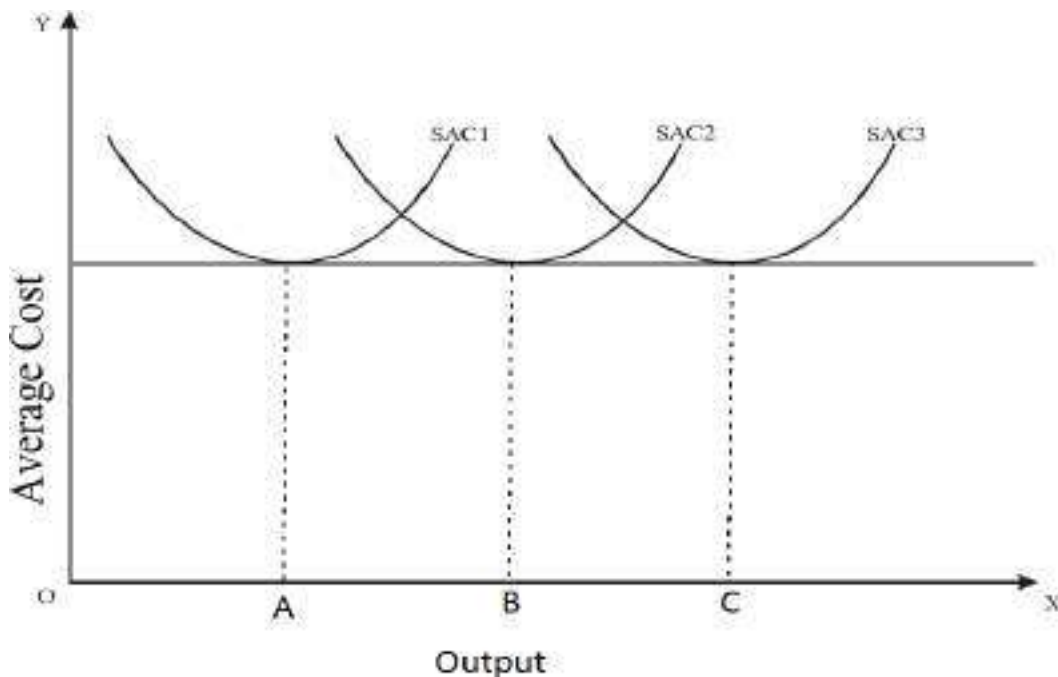


smaller plant reduces cost rather than the construction of a bigger plant. Thus LAC is the locus of all those points which represent minima of cost of production for various output levels. LAC is also called envelope curve.

### Long- Run Average Cost Curve in Constant Cost Case

If the production function is linear and homogeneous and also the prices of inputs remain constant, then the long run average cost will remain constant at all levels of output as depicted in fig. 8

Figure 8: Long Run Average Cost Curve



It will be noticed that all the short run average cost curves such as SAC1, SAC2 and SAC3 have the same minimum average cost of production. This means that whatever the size of the plant, the minimum average cost of production is the same. This implies that all factors can be adjusted in the long run in such a way that the proportion between them always remains optimum.

#### 6.3.1.6 Long-run Marginal Cost Curve

The long run marginal cost curve can be directly derived from the long run total cost curve, since the long-run marginal cost at a level of output is given by the slope of the total cost curve at the point corresponding to that level of output.

In the figure 9 long run marginal average cost curve which is U-shaped. It is noticeable that

long run marginal cost (LMC) curve is flatter than the short-run marginal cost curves.

The relationship between long run marginal cost curve and long run average cost curve is the same as that between short-run average and short-run marginal cost curve. It is also seen that at the level of output at which a particular SAC curve is tangent to the LAC curve the corresponding SMC curve intersects the LMC curve. In other words, at the level of output where the short-run average cost is equal to the long run cost, the corresponding short-run marginal cost is equal to long run marginal cost too.

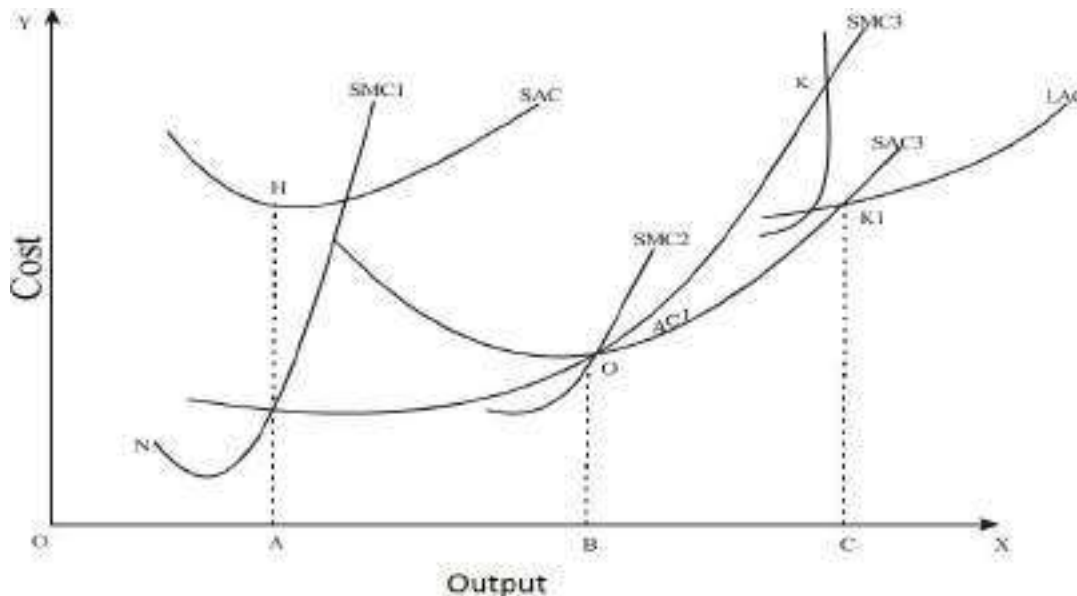


Figure 9 Long Run Marginal Cost Curve

Check Your Progress-III

Q1. Why long run cost curve is called envelope curve?

Ans: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Q2. Explain the long run cost curves in Traditional theory of costs?

Ans: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**6.3.2 Modern Theory of Cost**

The traditional theory of cost has been criticised by a number of scholars and they have given new theories of costs. The writers of this new approach were mainly G. Stigler, Sargent Florence,

C.A. Smith, K.J. Arrow etc., It was in 1939 that G. Stigler advanced the idea that average variable cost in the short-run has a flat stretch over a period of time. It is also called saucer-shaped short run average variable cost (SAVC). It is also argued that this flatness is mainly due to the fact that firm helps some provision for additional productive capacity which is known as the 'reserve capacity' to increase the output in the context of abrupt demand of its product.

### **6.3.2.1 Short run Average Cost Curves**

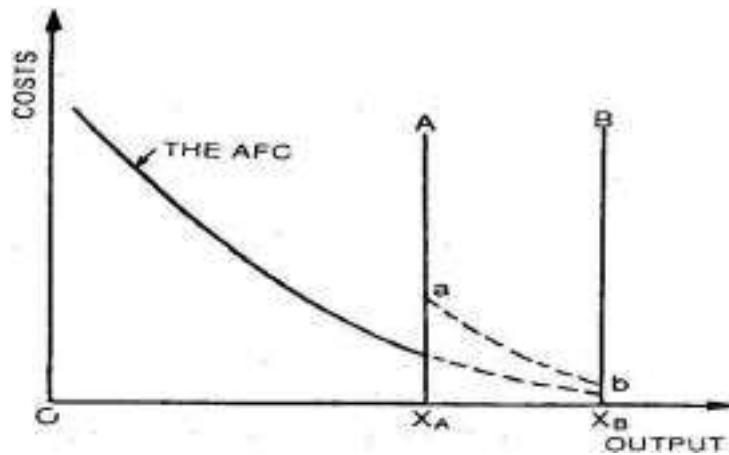
- Average Fixed Cost
- Average Variable cost
- Average Total Cost

**A. Average Fixed Cost Curve:** Some changes have been introduced regarding the average fixed cost (AFC). Basically, this cost comprises of the cost of physical and personal organisation of the firm i.e., the following one;

- a) The salaries of staff employed directly in production and paid on a fixed term basis.
- b) The wear and tear of machinery.
- c) The salaries and expenditures of administrative staff.
- d) The costs on maintenance/repair of buildings.
- e) Expenses on the maintenance of land.

The importance of AFC is that it mainly determines the size of the plant. The entrepreneur would like to plan the level of output that he can produce efficiently and flexibly. Moreover such a plant will have the capacity more than the 'expected average' level of sales. It is because of the businessman prefers to have some 'reserve capacity' due to some reasons. Actually, he wants to meet seasonal and cyclical fluctuations in his demand. Secondly, the reserve capacity would provide more freedom to increase his output in case of abrupt increase in demand for his product. Thirdly, the reserve capacity is required to have time for repairs without affecting the running of the plant continuously. At fourth place, some kind of technology needs reserve capacity because it is very difficult to install and operate time and again. Even at the organisational and administrative level some reserve capacity is needed for employing the administrative staff to allow some increase in the production operations of the firm.

The figure 10 shows that the firm has some largest-capacity units of machinery which causes setting an absolute limit B in case of short run increase in output. Besides, the firm has small unit machinery which limit expansion of output to boundary (A) given in the diagram. But this is not an absolute boundary as the firm can expand its output in the short-run to absolute limit B. This can be done either by paying overtime to direct labour for working longer hours. In this context AFC is depicted by dotted line in the figure or this limit can be increased by purchasing some additional small units types of machinery. In this context AFC curve shifts upwards but starts declining again.



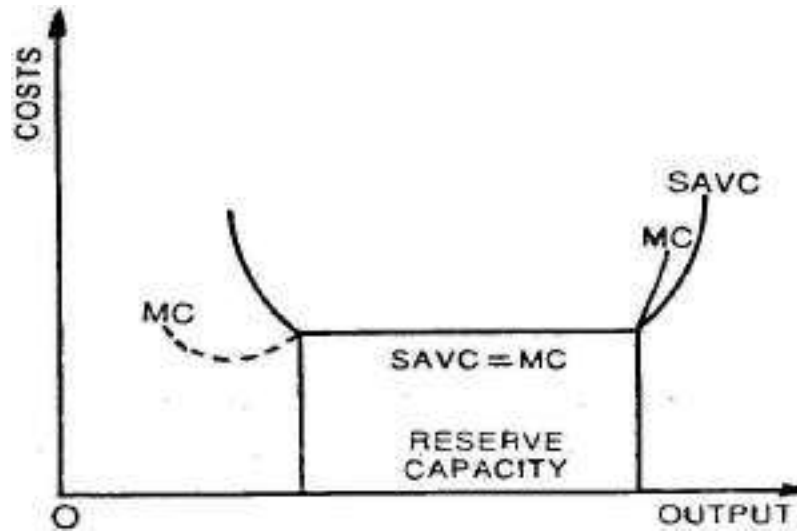
## B. Average Variable Cost Curve

Figure 10

In the modern theories of cost, P.W.S. Androw's theory come to be one of the most recognised theories regarding average variable cost. In his theory cost consists of (i) raw materials (ii) direct labour that changes with output and (iii) running costs of machinery.

In the short run, average variable cost is almost like U shaped but having a flat stretch over reasonable range of production as is shown in the figure 6. This flat stretch shows that the SAVC coincides with MC which remains per unit of output. Whereas to the left of this range

of stretch MC remains below SAVC but on the right side MC remains above the SAVC. The declining portion of the SAVC indicates fall in costs because of better utilisation of the fixed factors. It is mainly because of this both skills and productivity increase of variable factor i.e. labour. This better skill further reduces the cost of production by making the proper use of raw materials etc.



**Figure 11**

But the rising part of the SAVC indicates the declining productivity of labour due to frequent breakdown of machinery because of its over use, the increasing cost of labour due to overtime payments, etc. The importance of SAVC with having a certain as flat portion that represents a reserve capacity of the firm necessary for fulfilling the urgent demand of its product. The reserve capacity has been shown in figure 12

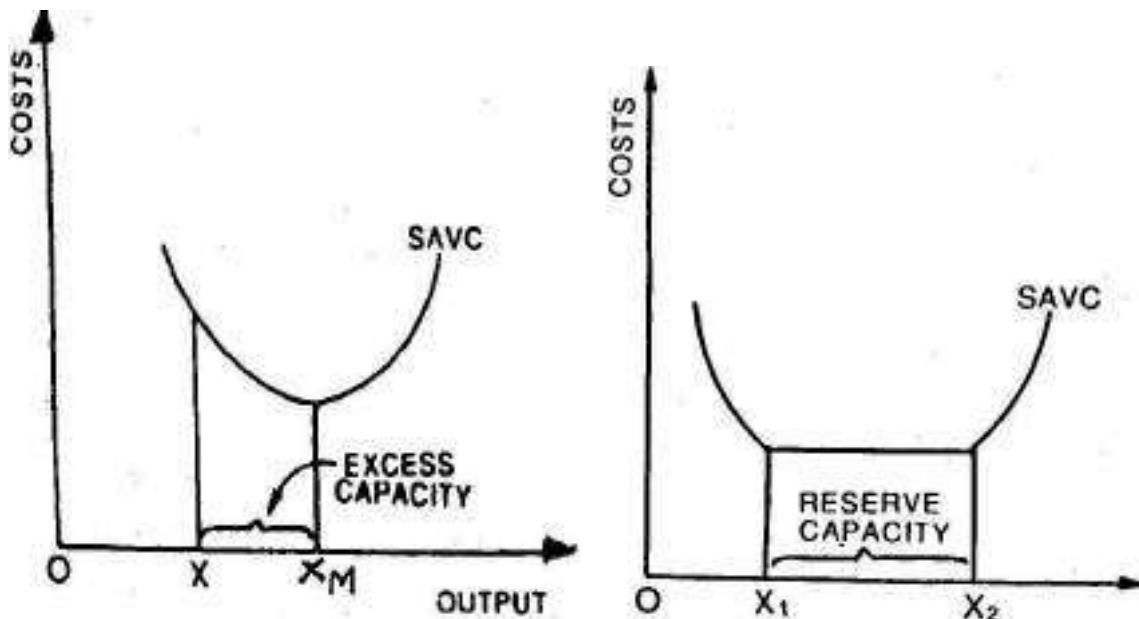


Figure 12

But it is different from the excess capacity that increases with the U shaped cost curves as given in the traditional theory of firms. This traditional theory in a way takes the assumption that each plant is designed without any flexibility. It is designed in such a way that optimal production take place only in a single level of output ( $x_m$  in the figure 12). If a firm produces output  $x$  which is smaller than  $x_m$  there is excess capacity i.e. equal to the difference between  $x - x_1$ . This excess capacity is considered undesirable as it leads to higher units costs.

In the modern theory of costs, the range of output  $x_1$  to  $x_2$  as shown in figure 12 reflects the planned reserve capacity which does not lead to increase in costs. The firm anticipates using its plant sometimes closer to  $x_1$  and other closer to  $x_2$ . Usually on an average an entrepreneur wants to operate his plant within the range of  $x_1$  to  $x_2$ . It is said that generally firms consider the 'normal' level of utilization of the plant which may be somewhere between two-third and three-quarters of their capacity. It has been shown at a point closer to  $X_2$  and  $X_1$ .

### **C. Average Total Cost Curve**

In the modern theory, it becomes desirable to know the shape of the average total cost curve especially when the variable cost curve has a saucer type shape. This has been depicted in figure no. 13

#### **6.3.2.2 Short run Marginal Cost Curve**

The ATC curve continues to decline up to certain level of output ( $X_A$ ) and at this point the reserve capacity ends. At this level of output the MC intersects the average total cost curve at its minimum level. This takes place to the right of the level of output  $X_A$ , where the flat portion of SAVC comes to its end.

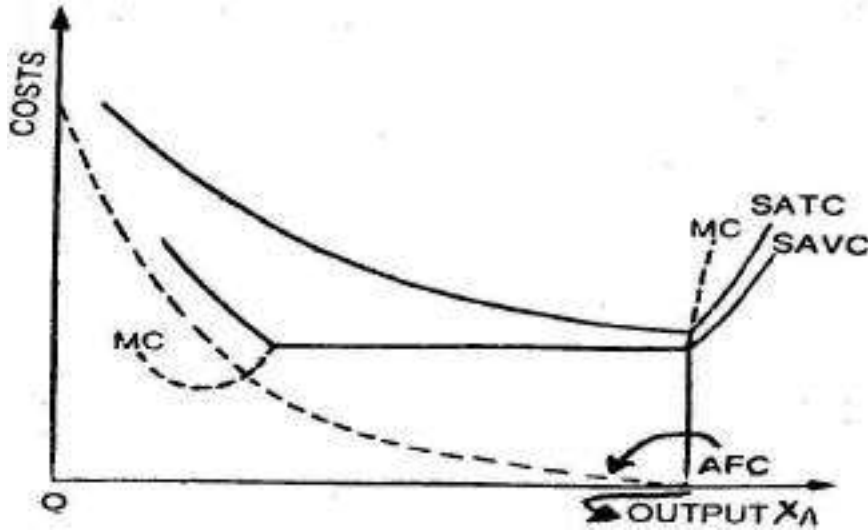


Figure 13

### 6.3.2.3 Long Run Average Costs Curve (L-Shaped Cost Curve)

In the long-run all costs are considered variable costs and these costs make the long-run cost L-shaped. These costs have been further divided into production costs and managerial costs. At the large scale of production, managerial costs may increase but on the other hand, the production costs decline more than the increase in managerial costs. It is due to this fact that the total LAC curve declines with the increase in scale.

Production costs decline steeply in the beginning and then gradually. As the scale of production increases, the L-shape of the production cost curve is described by the technical economies of the large-scale production. If the large firms introduce new techniques, they must be cheaper to operate. Anyhow, even with the existing known technology some economies can always be achieved at the larger output. It may be because of further decentralisation, skill improvement, secondly, less repair costs as firm reaches a certain size, and thirdly a multiproduct firm may well undertake itself in the production of some of the material or equipment, which it requires rather buying from other firm's managerial costs. There exists various level of management each with its appropriate kind of management techniques. There are small scale and large-scale organisational techniques, having different techniques of management that fall up to certain plant size but at very large scale of production managerial costs may rise but at a very slow rate.

In brief, production cost falls smoothly at large scales but managerial cost may rise at a slow rate at very large scale.

Today, modern scholars seem to accept the decline in technical costs more than that of the probable rise of managerial costs, that is why the LRAC curve falls smoothly or remains constant at a very large-scale output. LAC may be drawn implying that each short period SRAC which includes production costs, administrative costs, other fixed costs and an allowance for normal profit. LAC curve may be drawn by joining the points on the SATC curve corresponding to the two thirds of the full capacity of every plant size. This has been shown in figure 14

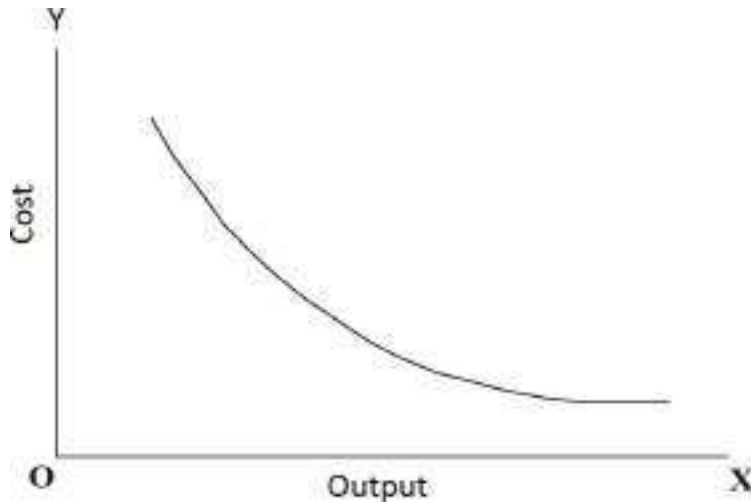


Figure. 14

#### 6.3.2.4 Long Run Marginal Cost Curve

If LAC declines continuously the LMC will be below the LAC at all scales as have been shown in figure 15.

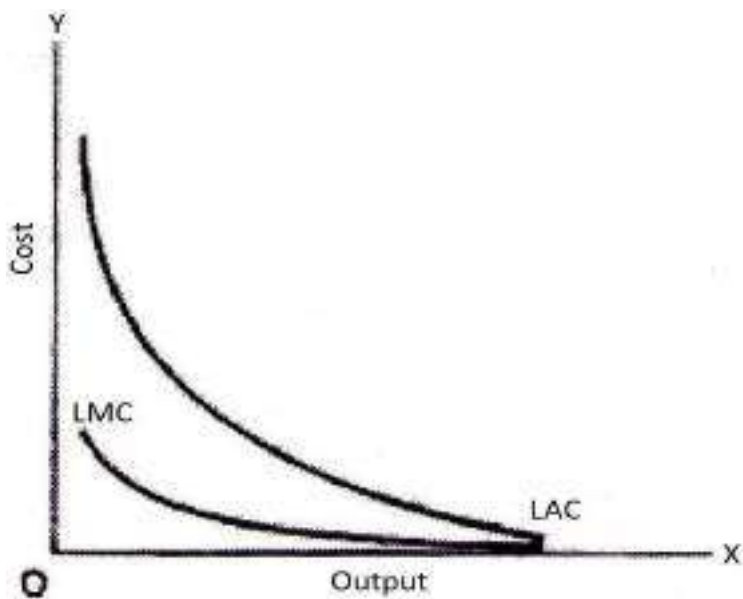




Figure 15

There is a minimum optimal scale of plant (in figure 15) at which all possible scales of economies are enjoyed, but beyond those scales the LAC remains constant. Here the LMC lies below the LAC until the minimum optimal scale is been achieved and coincides with the LAC beyond that level of output as shown in figure 16.

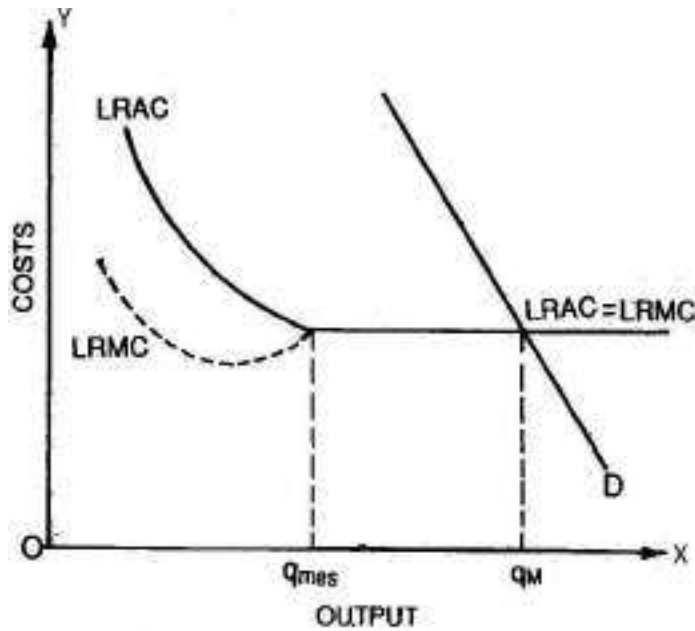


Figure 16

The above shapes of costs are more realistic than the traditional theory using U shaped cost curves.

**Check Your Progress-IV**

Q1. Explain average variable cost of short run of modern theory of cost?

Ans. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q2. What do you mean by average total cost of short run?

Ans. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q3. Explain long run cost curves.

Ans. \_\_\_\_\_

---

## 6.4 Revenue Concepts

The three basic revenue concepts are: Total Revenue, Average Revenue and Marginal Revenue.



Figure 1

### 6.41 Total Revenue (TR)

Total revenue is the amount of income received by the firm from the sale of its products. It is obtained by multiplying the price of the commodity by the number of units sold. The income which a firm receives after selling its output in the market is known as total revenue.

Total Revenue = Price x quantity sold

$$TR = P \times Q$$

where, TR denotes Total Revenue, P denotes Price and Q denotes Quantity sold.

For example, a calculator company sold 100 calculators at the price of Rs. 500 each. TR is Rs. 50,000. ( $TR = 500 \times 100 = 50,000$ ).

**Table 1: Total Revenue at Constant Price**

| Quantity sold (Q) | Price (P) | Total Revenue (TR) |
|-------------------|-----------|--------------------|
| 1                 | 5         | 5                  |
| 2                 | 5         | 10                 |
| 3                 | 5         | 15                 |

|   |   |    |
|---|---|----|
| 4 | 5 | 20 |
| 5 | 5 | 25 |
| 6 | 5 | 30 |

When price is constant, the behaviour of TR is shown in table 1, assuming  $P=5$ . When  $P = 5$ ;

$$TR = PQ \text{ and } TR=5 \times 6=30$$

When price is declining with increase in quantity sold. (eg. Imperfect Competition on the goods market) the behaviour of TR is shown in table 2 and figure 2.

**Table 2: Total Revenue when Price is Declining**

| Quantity sold (Q) | Price (P) | Total Revenue (TR) |
|-------------------|-----------|--------------------|
| 1                 | 10        | 10                 |
| 2                 | 9         | 18                 |
| 3                 | 8         | 24                 |
| 4                 | 7         | 28                 |
| 5                 | 6         | 30                 |
| 6                 | 5         | 30                 |
| 7                 | 4         | 28                 |
| 8                 | 3         | 24                 |
| 9                 | 2         | 18                 |
| 10                | 1         | 10                 |

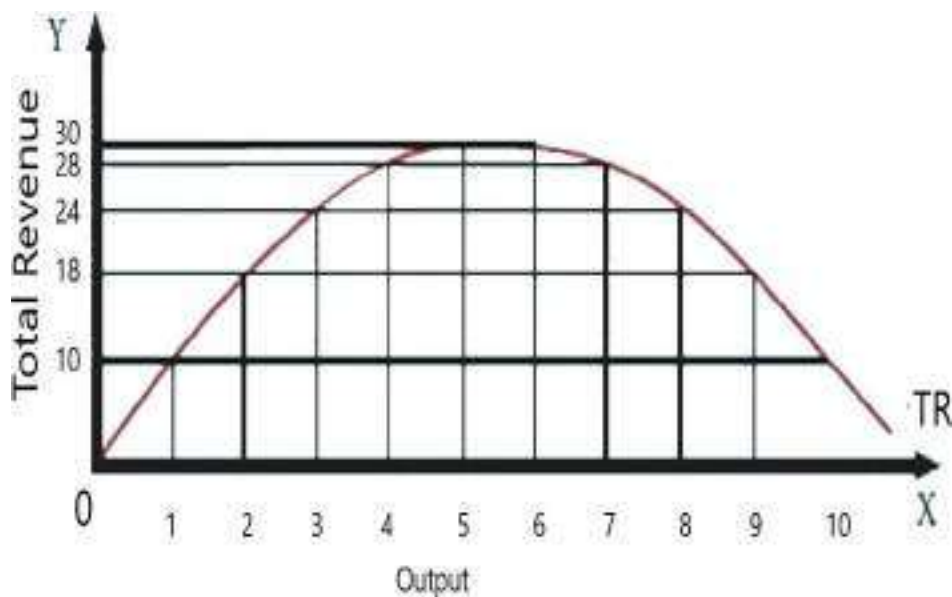


Figure 2

$$TR = PQ$$

When  $P = 1$ ,  $Q = 10$ ,  $TR = 1 \times 10 = 10$  When  $P = 3$ ,  $Q = 8$ ,  $TR = 24$

When  $P = 10$ ,  $Q = 1$ ,  $TR = 10$

### **6.4.2 Average Revenue (AR)**

Average Revenue is the revenue per unit of output sold, found by dividing total revenue by the number of units sold. In the words of Prof. Liebhafsky, "Average revenue is defined as total revenue divided by the number of units sold. Average revenue is, thus, merely another term meaning price of the product."

Average Revenue (AR) = Total Revenue / No. of units sold

Average revenue is the revenue per unit of the commodity sold. It is calculated by dividing the Total Revenue (TR) by the number of units sold (Q)

$$AR = TR / Q; \text{ if } TR = PQ,$$

$$AR = PQ / Q = P$$

AR denotes Average Revenue; TR denotes Total Revenue and Q denotes Quantity of unit sold.

For example, if the Total Revenue from the sale of 5 units is Rs 30, the Average Revenue is ( $AR = 30/5 = 6$ )

It is to be noted that AR is equal to Price.

$$AR = TR / Q = PQ / Q = P$$

In other words, average revenue means price. As the consumer's demand curve illustrates the relationship between price and quantity demanded, it also represents the average revenue or the price at which various units of the commodity are being sold, since price paid by a buyer constitutes the revenue from the seller's point of view. One man's expenditure is other person's income.

### **6.4.3 Marginal Revenue (MR)**

Marginal revenue is an addition made to the total revenue by the sale of an additional unit of the

same commodity. In the words of MC Connel, “Marginal revenue is the addition to total revenue which results from the sale of one more unit of output.” Marginal revenue can be expressed as

|            |   |                               |
|------------|---|-------------------------------|
| MR         | = | $TR_n - TR_{n-1}$             |
| Here, MR   | = | Marginal Revenue              |
| $TR_n$     | = | Total Revenue of n Units      |
| $TR_{n-1}$ | = | Total Revenue of (n –1) Units |

To illustrate the concept of marginal revenue, it by sale of 10 units total revenue (TR) equals Rs. 1000 and by the sale of 11 units, total revenue ( $TR_{n-1}$ ) increases to Rs. 1100, then marginal revenue is Rs. 100 (being the difference between Rs. 1100 and Rs. 1000).

### **6.5 Relationship between AR and MR**

If a firm is able to sell additional units at the same price, then AR and MR will be constant and equal. If the firm is able to sell additional units only by reducing the price, then both AR and MR will fall and be different.

#### **A. Constant AR and MR (at constant Price)**

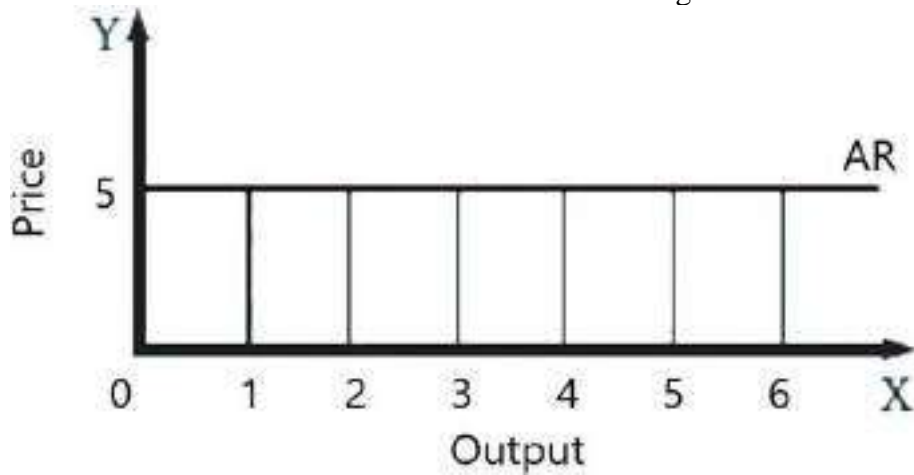
When price remains constant or fixed, the MR will be also constant and will coincide with AR. Under perfect competition as the price is uniform and fixed, AR is equal to MR and their shape will be a straight line horizontal to X-axis. The AR and MR Schedule under constant price is given in Table 3 and in the figure 3.

**Table 3: TR, AR, MR at Constant Price**

| Quantity sold<br>(Q) | Price (P) | Total Revenue<br>(TR) | Average Revenue<br>(AR) | Marginal Revenue<br>(MR) |
|----------------------|-----------|-----------------------|-------------------------|--------------------------|
| 1                    | 5         | 5                     | 5                       | 5                        |
| 2                    | 5         | 10                    | 5                       | 5                        |
| 3                    | 5         | 15                    | 5                       | 5                        |
| 4                    | 5         | 20                    | 5                       | 5                        |
| 5                    | 5         | 25                    | 5                       | 5                        |

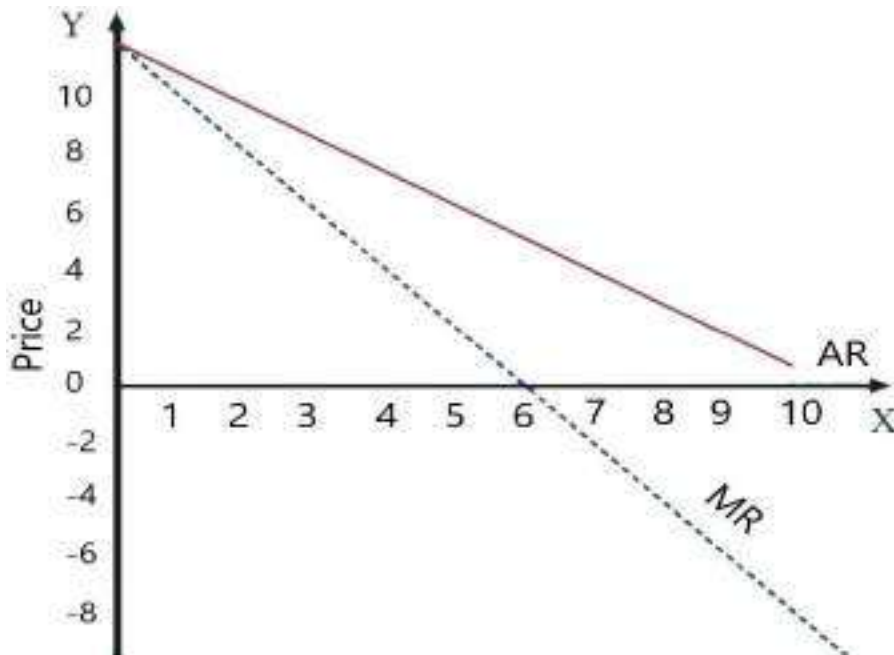
|   |   |    |   |   |
|---|---|----|---|---|
| 6 | 5 | 30 | 5 | 5 |
|---|---|----|---|---|

Figure 3



**B. Declining AR and MR (at Declining Price)**

When a firm sells large quantities at lower prices both AR and MR will fall but the fall in MR will be more steeper than the fall in the AR. It is to be noted in table 4 and fig. 4 that MR will be lower than AR. Both AR and MR will be sloping downwards straight from left to right. The MR curve divides the distance between AR Curve and Y axis into two equal parts. The decline in AR need



not be a straight line or linear. If the prices are declining with the increase in quantity sold, the AR can be non-linear, taking a shape of concave or convex to the origin.

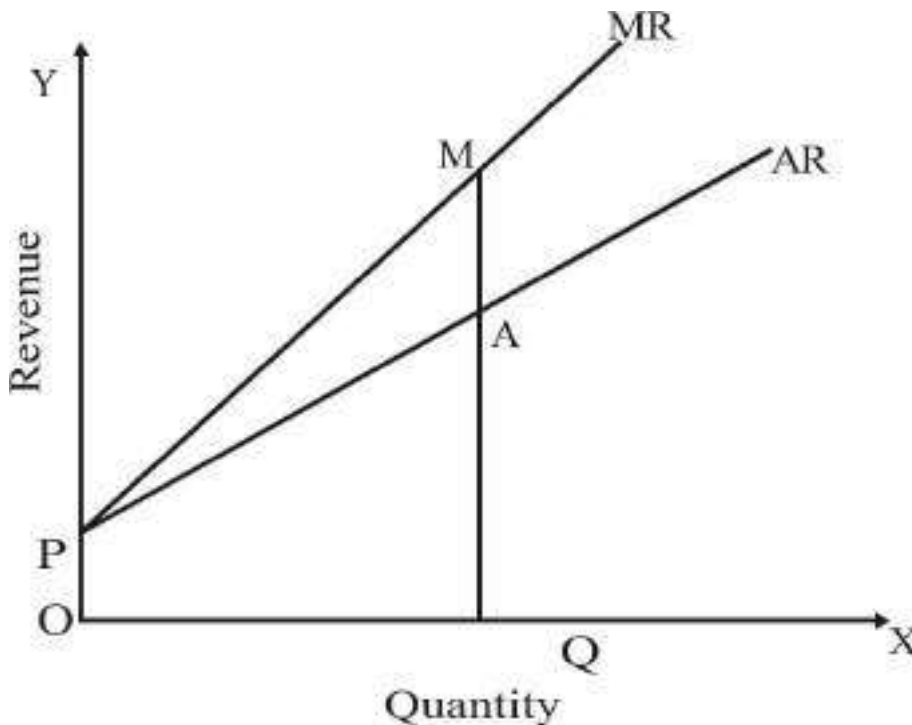
Figure 4

**Table 4: AR, TR, MR at declining price**

| Quantity sold (Q) | Price (P)/ Average Revenue (AR) | Total Revenue (TR) | Marginal Revenue (MR) |
|-------------------|---------------------------------|--------------------|-----------------------|
| 1                 | 10                              | 10                 | -                     |
| 2                 | 9                               | 18                 | 8                     |
| 3                 | 8                               | 24                 | 6                     |
| 4                 | 7                               | 28                 | 4                     |
| 5                 | 6                               | 30                 | 2                     |
| 6                 | 5                               | 30                 | 0                     |
| 7                 | 4                               | 28                 | -2                    |
| 8                 | 3                               | 24                 | -4                    |
| 9                 | 2                               | 18                 | -6                    |
| 10                | 1                               | 10                 | -8                    |

Relationship between AR and MR can be explained as:

- a) **If AR Curve is rising upward from Left to Right:** Then MR curve will also rise upward. This means that MR will be greater than AR. And the revenue curves drawn will show that MR curve



is above AR curve (Fig. 5)

Figure 5

In the above figure, we find that AR and MR starts from the same point P. AR rises upwards from left to right. The MR curve also rises upward and MR curve is above AR curve. It shows

a.  $MQ > AQ$

b. Or  $MR > AQ$

**b. If AR Curve is a Straight-Line Downward Sloping:** Then MR curve will pass through middle of any perpendicular drawn to the Y-axis.

**c. If AR Curve is Convex to the Origin:** It means, as more and more of commodities are sold, convexity of the AR shows that AR falls but at a slower rate. In case of MR, the curve will be again convex to the origin. The convexity of the curve shows that MR falls but at a slower speed. When we compare convex AR with convex MR, MR will be falling faster than AR and MR will be below AR.

**d. If AR Curve is Concave to the Origin:** In that case MR is also concave to the origin. AR curve is concave to the origin, when the curve is sloping downward from left to right, means that AR is falling at a higher rate for additional units, the MR curve will also fall at a higher rate for additional units.

### **6.6 Relationship between AR, MR and TR**

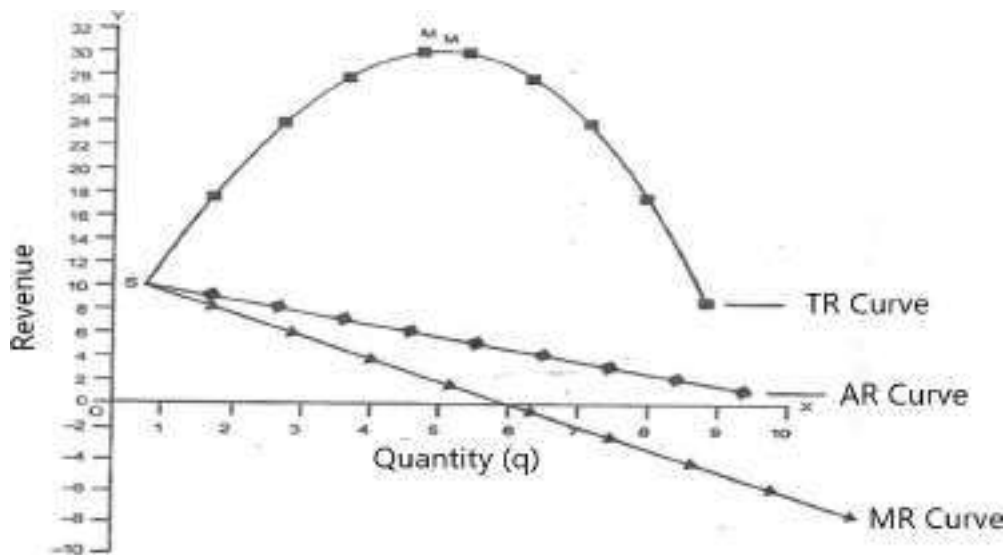
To understand the relationship between AR and MR, let us understand these concepts with the help of a table 5 and figure6.

**Table 5: Relationship between AR, MR and TR**

| Units Sold (q) | AR(P)<br>(TR/q) | TR (Pq) | MR (TR <sub>n</sub> – TR <sub>n-1</sub> ) |
|----------------|-----------------|---------|---|
| 1              | 10              | 10      | 10  |
| 2              | 9               | 18      | 8   |
| 3              | 8               | 24      | 6   |
| 4              | 7               | 28      | 4   |



|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| 5  | 6 | 30 | 2  |
| 6  | 5 | 30 | 0  |
| 7  | 4 | 28 | -2 |
| 8  | 3 | 24 | -4 |
| 9  | 2 | 18 | -6 |
| 10 | 1 | 10 | -8 |



he table shows that as price falls from Rs. 10 to Rs. 1, the output sold increases from 1 to 10. TR increase from 10 to 30, then remains 30 and ultimately falls from 30 to 10. We find that when AR falls, MR falls more than that, i.e., from Rs. 10 to 0 and then becomes negative. TR increases initially at a diminishing rate, it reaches maximum and then starts falling.

Figure 6

The Fig. 1 shows that TR curves starts from S. It is known as initial total revenue.

The TR rises from S to M. At M, TR is maximum. After that, it falls. Thus, TR rises, reaches maximum and then falls. In the same figure, AR and MR start from point S. AR falls, MR also falls but MR is much below AR. MR falls, reaches zero and then it becomes negative. AR falls but remains positive throughout. When average revenue functions are linear (straight lines), the rate of fall of marginal revenue is double the rate of fall of average revenue.

When marginal revenue is positive, total revenue rises, when MR is zero the total revenue becomes maximum. When marginal revenue becomes negative total revenue starts falling. When AR and

MR both are falling, then MR falls at a faster rate than AR.

### **6.7 Relationship between AR, MR, TR and Elasticity of Demand**

The relationship among AR, MR and elasticity of demand (e) is stated as follows.

$$MR = AR (e-1/e)$$

The relationship between the AR curve and MR curve depends upon the elasticity of AR curve (AR = DD = Price).

- a. When price elasticity of demand is greater than one, MR is positive and TR is increasing.
- b. When price elasticity of demand is less than one, MR is negative and TR is decreasing.
- c. When price elasticity of demand is equal to one, MR is equal to zero and TR is maximum and constant.

It is to be noted that, at the output range of 1 to 5 units, the price elasticity of demand is greater than one according to total outlay method. Hence, TR is increasing and MR is positive (Table 6, Fig 7).

At the output range of 5 to 6 units, the price elasticity of demand is equal to one. Hence, TR is maximum and MR equals to zero.

At the output range of 6 units to 10 units, the price elasticity of demand is less than unity. Hence, TR is decreasing and MR is negative.

**Table 6: TR, AR, MR and Elasticity**

| Quantity (Q) | Price (P) | TR | AR | MR | Elasticity |
|--------------|-----------|----|----|----|------------|
| 0            | 11        | 0  | 11 | -  | e > 1      |
| 1            | 10        | 10 | 10 | 10 |            |
| 2            | 9         | 18 | 9  | 8  |            |
| 3            | 8         | 24 | 8  | 6  |            |
| 4            | 7         | 28 | 7  | 4  |            |

|    |   |    |   |     |         |
|----|---|----|---|-----|---------|
| 5  | 6 | 30 | 6 | 2   |         |
| 6  | 5 | 30 | 5 | 0   | $e = 1$ |
| 7  | 4 | 28 | 4 | -2  | $e < 1$ |
| 8  | 3 | 24 | 3 | -4  |         |
| 9  | 2 | 18 | 2 | -6  |         |
| 10 | 1 | 10 | 1 | -8  |         |
| 11 | 0 | 0  | 0 | -10 |         |

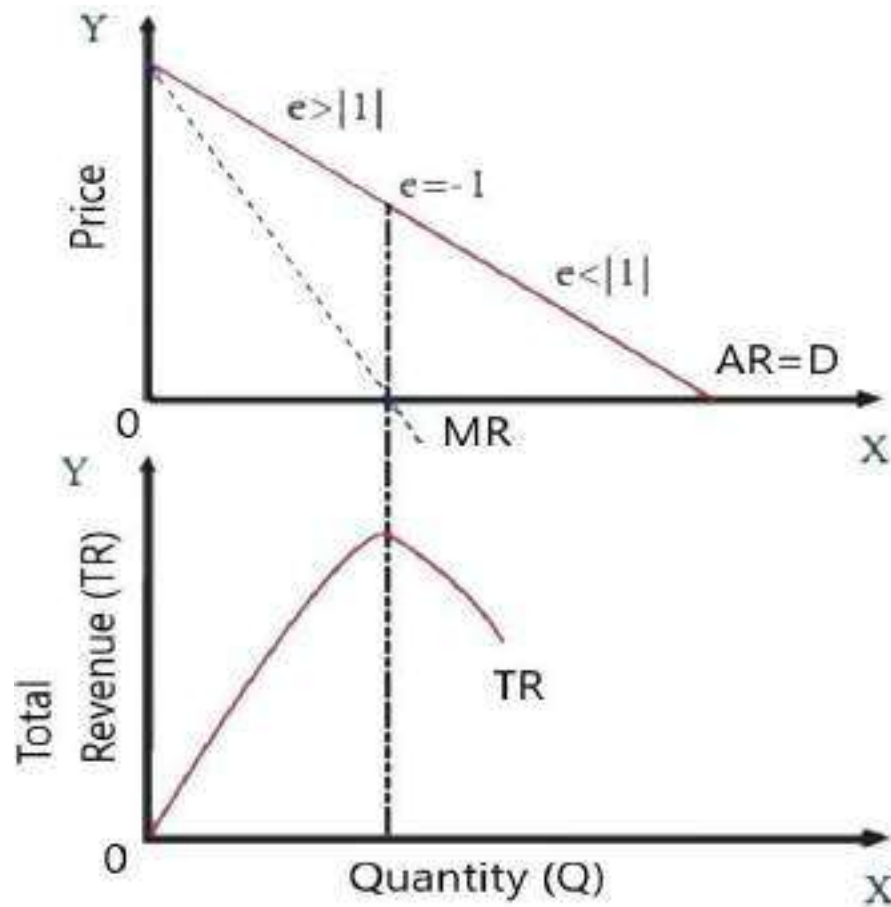


Figure 7

The exception occurs under conditions of perfect competition wherein demand is perfectly elastic because the coefficient of elasticity is infinitely large and the term to be subtracted is infinitely small and may be taken as zero.

Through the application of this formula, it can be seen that MR is always positive at any point where elasticity of AR or demand curve is greater than unity and MR is always negative where elasticity of the AR curve or the demand curve is less than unity.

From this relationship, we can maintain that MR equals price minus the ratio of price to elasticity of demand. It is evident from this relationship that MR is always less than price, with one exception, because it is calculated by subtracting some value, represented by  $P/E$  from price.

### **Check Your Progress-I**

Q1. Define AR and MR?

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q2. Explain the terms between AR and TR.

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## **6.8 Revenue Curves**

Now we will discuss shape of the revenue curves and their relationship in different market forms.

### **6.8.1 Revenue Curves Under Perfect Competition**

Under perfect competition or a Perfectly competitive market, the firm is a price taker. It cannot change the market price as it has to sell its products at the price prevailing in the market. If a firm tries to sell its products at a price above the market price, it can lose its customers in the market. It is because there would be other firms in the market which sell the same products at the price prevailing in the market or at a lower price than the firm's price.

Therefore, under perfect competition, the firm has to accept the price prevailing in the market-determined by market forces such as demand and supply. Hence, it means that the average revenue or the price would remain constant for the firm. Furthermore, constant AR implies constant MR. Thus, it means that under perfect competition,  $AR=MR=Price$ .

If AR is constant, MR will also be constant. In this case AR and MR will be equal. It happens under perfect competition where AR curve and MR curve of the firm will coincide. The curves

drawn will be horizontal i.e., parallel to X-axis. Now, we can show with the help of following table 7 and fig8. As we increase output, price or AR remains the same, i.e. Rs. 10. TR increases but at a constant rate.

MR is also constant i.e., Rs. 10 and it is equal to AR.

**Table 7: Relationship between TR, AR and MR**

| Units Sold | Price (AR) | TR | MR |
|------------|------------|----|----|
| 1          | 10         | 10 | 10 |
| 2          | 10         | 20 | 10 |
| 3          | 10         | 30 | 10 |
| 4          | 10         | 40 | 10 |
| 5          | 10         | 50 | 10 |

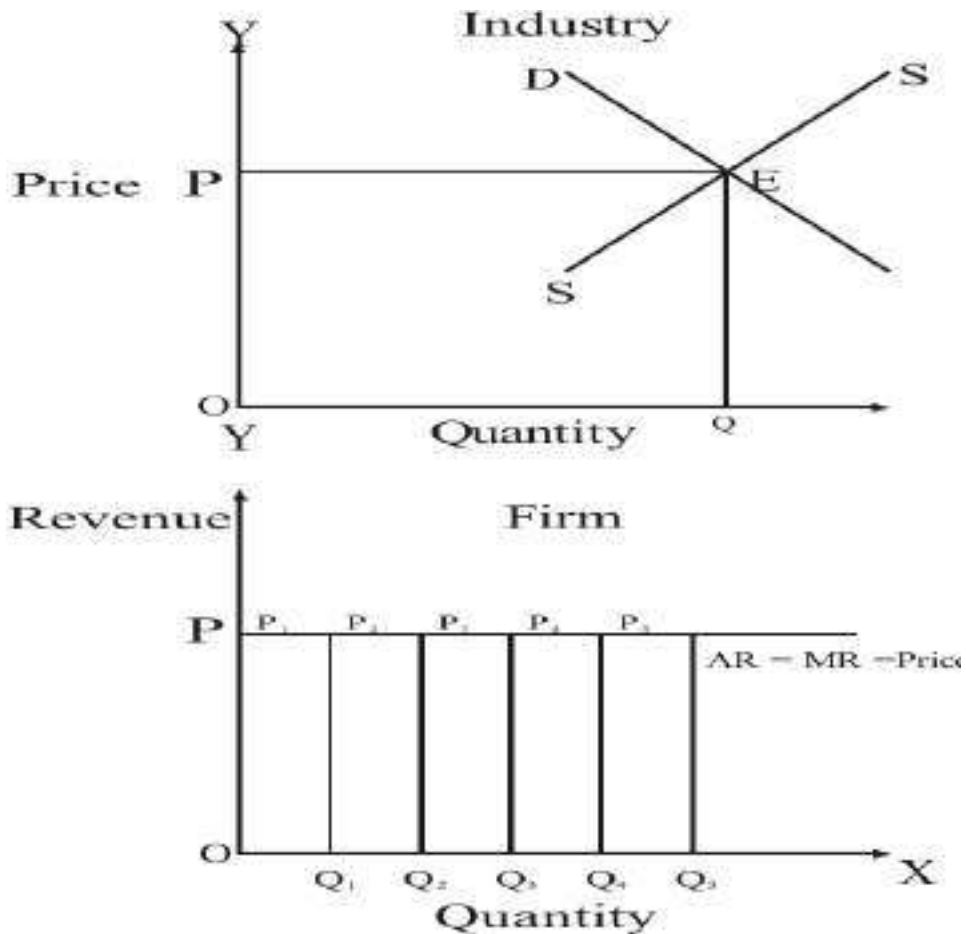


Figure 8

In fig, X-axis shows the output sold and the Y-axis shows the revenue. As shown in Fig. at price, OP, the seller can sell any amount of the commodity. In this case the AR curve is the horizontal line. The MR curve coincides with the AR. It is so because additional units are sold at the same price as before. In that case  $AR = MR$ . A noteworthy point is that OP price is determined by Demand and Supply of industry and the firm only follow.

Here, the horizontal straight line indicates the firm's revenue curve(price line or demand curve). It implies that at Rs.10 per unit, the seller or firm can sell any quantity of output. Therefore, the firm's AR curve is perfectly elastic under perfect competition.

### 6.8.2 Behaviour of AR and MR under Imperfect Competition

If AR falls, MR also and MR falls faster than the AR. In that case MR is below AR. The downward sloping of AR and MR curves is actually found in case of a firm. It can be shown with the help of a table 8 and fig 9.

**Table 8: Relationship between AR, MR and TR**

| Units Sold Price<br>(AR) | Price | TR<br>( $pxq$ ) | AR<br>( $TR/q$ ) | MR<br>( $TR_n - TR_{n-1}$ ) |
|--------------------------|-------|-----------------|------------------|-----------------------------|
| 1                        | 10    | 10              | 10               | 10                          |
| 2                        | 9     | 18              | 9                | 8                           |
| 3                        | 8     | 24              | 8                | 6                           |
| 4                        | 7     | 28              | 7                | 4                           |
| 5                        | 6     | 30              | 6                | 2                           |

The above table shows that as AR or price falls from Rs. 10 to Rs. 6, the TR increases from Rs. 10 to Rs. 30 at a diminishing rate. MR in this case falls from Rs. 10 to Rs. 2. MR is the rate at which TR changes. When we compare AR with MR, we find that AR falls at a slow rate whereas MR

falls at a faster rate.

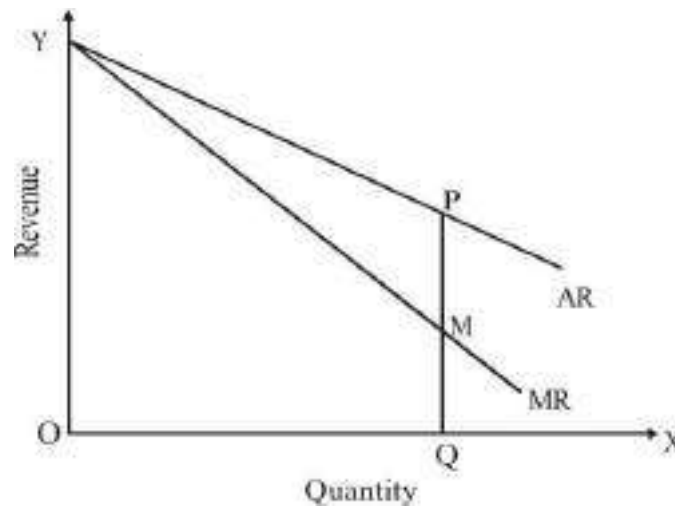


Figure 9 AT OQ output, AR is PQ whereas MR is MQ.

$$PQ > MQ$$

$$AR > MR \text{ (Since } AR = P \text{) or } P > MR$$

### **6.8.3 Revenue Curve Under Monopoly**

Under the Monopoly market, there is a single seller in the market. Thus, a monopolist is a price maker. It implies that if a monopolist firm wants to sell more in the market, it can reduce the price of the product. The demand curve for the monopolist's product is also market demand curve for the product since by definition the monopolist is the only supplier in the industry. As the demand curve of the consumers for a product slope downwards, the monopolist faces a downward sloping demand curve. It thus implies that the monopolist can expand the demand for his product by lowering the price. The market demand curve facing downward the monopolist can expand the demand for his product curve since price is identical with average revenue. Unlike perfect competition, where average revenue curve is a horizontal straight line, average revenue curve of the monopolist is downward sloping. It shows the sales he would be able to have at different prices. Since average revenue curve slopes downwards. Throughout its length marginal revenue curve will also slope downward and lie below average revenue curve. It because marginal revenue falls at a much faster rate than the average revenue. It implies that whenever the monopolist sells a large quantity, the price of his product falls, hence marginal revenue must be less than the price.

Under this type of market, the firm's average revenue curve slopes downward from left to right.

Accordingly, the firm's AR curve or demand curve or price line slopes downward. Also, if the AR curve slopes downward, the MR curve also slopes downward, and faster than the AR curve. So that  $MR < AR$ .

The average revenue and marginal revenue are related to each other through elasticity of AR curve, MR can be known with the help of the following formula:

$$MR = AR[e/e-1]$$

Here AR stands for average revenue and e for elasticity AR can also be known by the following formula:

$$Price = AR = MR[e-1/e]$$

Since elasticity will be less unity, MR will be less than price. The extent to which MR lies below AR depends upon the value of the fraction

It becomes evident from the fig10 (a) that where elasticity of AR curve is greater than unity. MR is always positive. Where it is equal to unity, MR is always Zero. In case the elasticity of AR curve is unit throughout its length like a rectangular hyperbola, the MR curve will coincide with X- axis as shown with dotted line in Figure 10 (b).

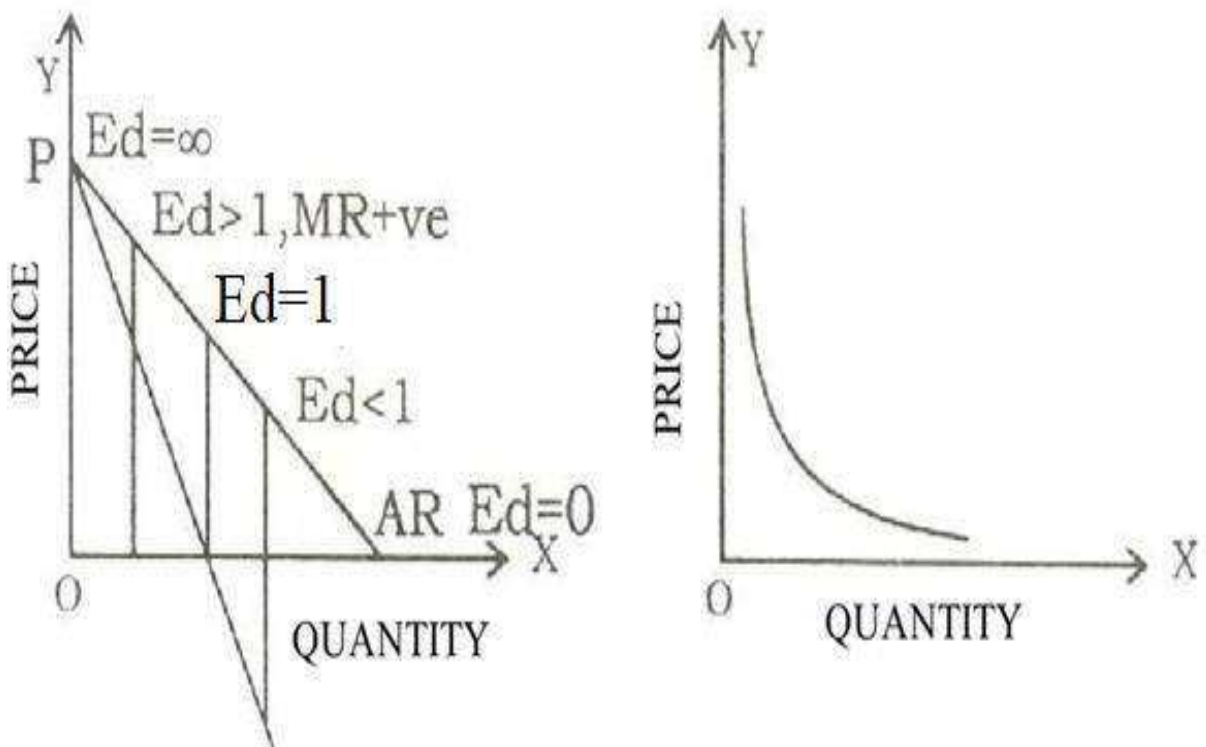




Fig. 10(a)      Fig. 10 (b)

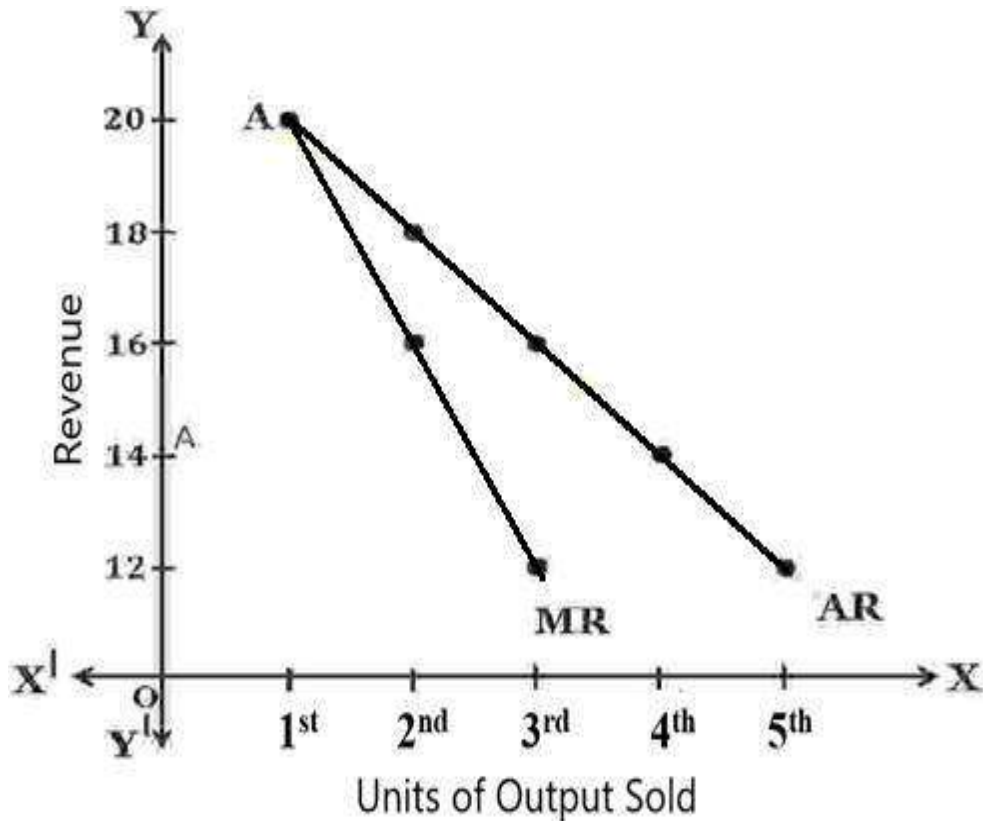
The following schedule illustrates the behaviour of AR, MR and TR in a monopoly market:

**Table 9: Relationship between AR, MR and TR**

| <b>Output/Sales Q<br/>(In units)</b> | <b>Average Revenue AR =<br/>TR/Q = Price (in Rs.)</b> | <b>Total Revenue TR =<br/>AR*Q<br/>(In Rs)</b> | <b>Marginal Revenue MR =<br/>TR<sub>n</sub>– TR<sub>n-1</sub> (In Rs.)</b> |
|--------------------------------------|---|--|--|
| 1                                    | 20  | 1*20=20  | 20   |
| 2                                    | 18  | 2*18=36  | 16   |
| 3                                    | 16  | 3*16=48  | 12   |
| 4                                    | 14  | 4*14=56  | 8  |
| 5                                    | 12  | 5*12=60  | 4  |

The above table 9 shows that the monopolist sells 5 units of a product when the price is Rs.12 per unit. If it increases its price to Rs.14, he can sell only 4 units. Similarly, as he tries to increase the price, the demand for the same would decline.

On the other side, in a monopoly market, if a firm wants to sell more units, it will lower the price of the product. In the table, it is evident that if the firm increases the sales from 1 unit to 2 units, the price would be reduced to Rs.18 from Rs.20. Likewise, the increment in sales to 3,4 and 5 units results in a reduction in prices to Rs.16, Rs.14 and Rs.12 respectively.



**Figure 11**

In fig 11, X-axis shows the output and Y-axis shows the average revenue and marginal revenue. Here, AR shows the average revenue curve and MR shows the marginal revenue curve. The point A indicates equal AR and MR. Furthermore, the AR curve slopes downward showing less price with an increase in sales of output. It represents that a monopoly firm must lower the price or AR of product to sell more of it. Also, If AR falls, MR would also fall but faster than the AR resulting in  $MR < AR$ .

#### **6.8.4 Revenue Curve under Monopolistic Competition**

Under Monopolistic competition, the market involves features of both perfect competition and monopoly. It is more common than in the other two markets. Furthermore, in this type of market, there are a large number of sellers having products with some differentiation to create a monopoly in the market. As a result, there wouldn't be more close substitute and competitive product in the market. It implies that if a monopolist firm wants to sell more in the market, it can reduce the price of the product. Under this type of market, the firm's average revenue curve slopes downward from left to right.

**Table 10: Relationship between AR, MR and TR**

| Output/Sales Q<br>(In units) | Average Revenue<br>AR = TR/Q = Price<br>(in Rs.) | Total Revenue<br>TR = AR*Q<br>(In Rs) | Marginal Revenue<br>MR = TR <sub>n</sub> – TR <sub>n-1</sub><br>(In Rs.) |
|------------------------------|--|---------------------------------------|--|
| 1                            | 20   | 1*20=20                               | 20   |
| 2                            | 19   | 2*19=38                               | 18   |
| 3                            | 18   | 3*18=54                               | 16   |
| 4                            | 17   | 4*17=68                               | 14   |
| 5                            | 16   | 5*16=80                               | 12   |

The above table 10 shows that the monopolistic firm sells 5 units of a product when the price is Rs.16 per unit. If it increases its price to Rs.17, he can sell only 4 units. Similarly, as he tries to increase the price, the demand for the same would decline.

On the other side, in a monopolistic market, if a firm wants to sell more units, it will lower the price of the product. In the table, it is evident that if the firm increases the sales from 1 unit to 2 units, the price would be reduced to Rs.19 from Rs.20. Likewise, the increment in sales to 3,4 and 5 units results in a reduction in prices to Rs.18, Rs.17 and Rs.16 respectively.

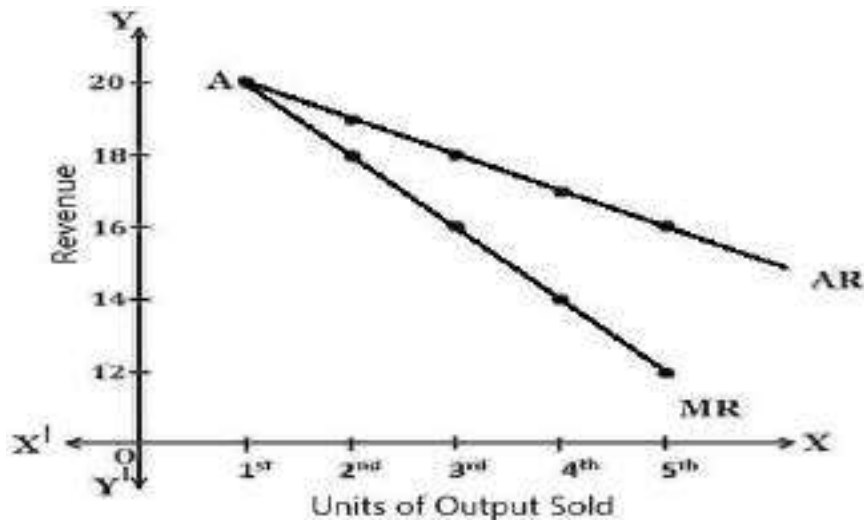


Figure 12

In fig 12, X-axis shows the output and Y-axis shows the average revenue and marginal revenue. Here, AR shows the average revenue curve and MR shows the marginal revenue curve. The point A indicates equal AR and MR. Furthermore, the AR curve slopes downward showing less price with an increase in sales of output. It represents that a monopolistic firm must lower the price or AR of product to sell more of it. Also, If AR falls, MR would also fall but faster than the AR resulting in  $MR < AR$ .

The difference between the monopoly and monopolistic competition is that under monopolistic competition, the AR curve is more elastic. It means that in response to a given change in price, the change in demand will be relatively more for a monopolistic competitive firm than monopoly firm. It is because of the availability of close substitutes in monopolistic competition and there is no close substitute in monopoly.

### **6.9 Significance of Revenue Curves**

The main points of the significance of AR and MR curves are as under:

**A. Estimation of Profits and Losses:** A producer finds out whether he is making supernormal profits, normal profits or sustaining losses. For this purpose, he compares AR with AC:

IF  $AR > AC$ , the firm makes the supernormal profits. IF  $AR = AC$ , the firm earns normal profits.

IF  $AR < AC$ , the firm sustains losses.

**B. Equilibrium:** The other point of importance of AR and MR curves is to know how much a producer should produce. The firm will be in equilibrium at that point where  $MR = MC$ . This is a general condition for the firm under all market situations.

**C. Capacity Utilisation:** It is through revenue curves that we come to know whether a firm is producing to its full capacity or not e.g. under perfect competition, if AR curves are tangent to AC curve at its minimum point, the firm will be producing at its full capacity.

**D. Price Changes:** The concepts of AR and MR are also useful to the factor services (such as rent, wages, interest and profits) in determining their prices. In factor pricing, they become

inverted U-shaped. The AR and MR curves become ARP and MRP (Average Revenue Productivity and Marginal Revenue Productivity).

### **Check Your Progress-II**

Q1. Explain the shape of revenue curves in perfect competition.

Ans. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q2. Explain the shape of revenue curves in imperfect competition.

Ans. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q3. Why AR curve slopes downward in monopoly?

Ans. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### **6.10 Summary**

In the short run, almost all the factors of production are fixed in quantity and the total fixed costs (TFC) include the expenditures of the firm per unit of time for all the fixed inputs. Similarly, the total variable costs (TVC) is the total expenditure incurred by the firm per unit of time for all variable inputs. Total cost equals total fixed cost plus total variable cost. Some other concepts of costs include explicit costs and implicit costs. Explicit cost includes the value of actual inputs used by the firm to produce the product. The value inputs owned by the firm should be estimated from what they could earn in their best alternative use. Cost curves are a useful tool to analyse firm behaviour. In most cases, we can observe three properties of cost curves. The marginal cost curve eventually rises as output increases, the average total cost curve is U-shaped, and the marginal cost curve intersects the average total curve at its bottom.

Revenue refers to the amount received by a firm from the sale of a given quantity of a commodity in the market. Revenue is a very important concept in economic analysis. It is directly influenced by sales level, i.e., as sales increases, revenue also increases. The revenue concepts are concerned with total revenue, average revenue and marginal revenue. When MR falls but is positive, TR increases at a diminishing rate. When MR is zero, TR is at its maximum point. When MR falls and

becomes negative, TR starts falling. Revenue curves have different shapes in different market forms. Revenue curves are important for price as well as for profit determination.

### **6.11 Questions for Practice**

#### **A. Short Answer Type Questions**

Q1. What do you mean by Private and Social Costs?

Q2. Write a short note on:

- Explicit cost
- Opportunity cost
- Money cost

Q3. Explain the concept of fixed and variable cost of traditional theory of cost.

Q4. Define short run average cost curve under traditional theory of cost

Q5. Explain the relationship between AC and MC under short period of traditional cost.

Q6. Discuss short run marginal cost curve under traditional theory of cost

Q7. Explain long run cost curve under modern theory

Q8. Define the terms

- a. Total Revenue
- b. Marginal Revenue

Q9. Discuss the relationship between TR, AR and MR with the help of suitable diagram.

Q10. Why elasticity of AR curve is greater than unity, MR is always positive and where it is equal to unity?

Q11. Explain the short run curves under monopoly.

#### **B. Long Answer Type Questions**

Q1. Explain the relationship among average cost and marginal cost. Why average cost curve is U-shaped?

Q2. Explain short run cost curves in detail under traditional theory of cost.

- Q3. Why LAC curve is also called envelop curve and why it is U-shaped under traditional theory of cost?
- Q4. Discuss the concept of short run cost curves of modern theory of cost with the help of diagrams.
- Q5. Explain the types of revenue curves with the help of table and diagrams.
- Q6. Discuss the relationship between TR, AR, MR and elasticity of demand with the help of suitable table and diagram.
- Q7. Explain the behaviour of AR and MR under monopoly and monopolistic competition.
- Q8. What are the shapes of AR and MR under perfect and imperfect competition and why?
- Q9. What is the effect of elasticity on shape of revenue curves under monopolistic competition?

### **6.12 Suggested Readings**

- Baumol, W.J.: Economic Theory and Operations, Analysis
- Hicks, J.R: Value and Capital, 2nd Edition, Oxford University Press
- Koutsoyiannis: Modern Microeconomics
- Robinson, Joan: The Production Functions
- Samuelson, P.A: Foundation of Economic Analysis
- Stonier A.W. and D.C. Hague: A Text Book of Economic Theory
- H.L. Ahuja: Principles of Microeconomics

**BACHELOR OF ARTS**

**SEMESTER –I**

**COURSE: MICRO ECONOMICS**

---

**UNIT 7: PERFECT COMPETITION: FIRM AND INDUSTRYEQUILIBRIUM**

---

**STRUCTURE**

**7.0 Learning Objectives**

**7.1 Introduction**

**7.2 Perfect Competition and its Features**

**7.3 Price Determination under Perfect Competition**

**7.3.1 Effects of Changes in Supply and Demand on Price**

**7.3.2 Price Determination under Different Time Periods**

**7.3.2.1 Determination of Very Short Period (Market Price)**

**7.3.2.2 Determination of Short-run Price**

**7.3.2.3 Determination of Long-run Price**

**7.4 Equilibrium of Firm and Industry under Perfect Competition**

**7.4.1 Conditions for the Equilibrium of Firm**

**7.4.2 Equilibrium of Firm and Industry under Identical Cost Conditions**

**7.4.2.1 Short-run Equilibrium of Firm**

**7.4.2.2 Short-run Equilibrium of Industry**

**7.4.2.3 Long-run Equilibrium of Firm and Industry**

**7.4.3 Equilibrium of Firm and Industry under Different Cost Conditions**

**7.4.3.1 Short-run Equilibrium of Firm**

**7.4.3.2 Short-run Equilibrium of Industry**

**7.4.3.3 Long-run Equilibrium of Firm and Industry under**

**7.5 Summary**

**7.6 Questions for Practice**

**7.7 Suggested Readings**



## **7.0 Learning Objectives**

At the end of this unit, learner will be able to:

- Explain the concept of perfect competition and its features.
- Identify the effects of changes in demand and supply on price.
- Discuss price determination in market time, short time period and long time.
- Determine equilibrium of firm and industry under identical cost conditions.
- Analyse equilibrium of firm and industry under different cost conditions.

## **7.1 Introduction**

The term ‘market’ is defined as a place where buyers and sellers meet each other for the sale and purchase of commodity. According to Cournot, “Economists understand by the term market not any particular market place in which things are bought and sold but the whole of any region in which buyers and sellers are in such free intercourse with each other that the price of same good tends to equality easily and quickly”. Markets can be divided into two broad parts on the basis of competition i.e. perfect competition and imperfect competition. Further, imperfect competition is divided into four parts i.e. monopoly, monopolistic competition, duopoly and oligopoly. In this unit, perfect competition, its features, price and output determination of firm and industry have been analysed.

## **7.2 Perfect Competition and its Features**

Perfect competition is a market form in which there exists large number of buyers and sellers selling homogenous products. According to Chong Yah, “Perfect competition is a market situation where there is a large number of sellers and buyers, a homogeneous product, free entry of firms into the industry, perfect knowledge among buyers and sellers of existing market conditions and free mobility of factors of production among alternative uses.” The various characteristics or assumptions of perfect competition are as follows:

**A. Large Number of Sellers and Buyers:** In perfect competition, the number of sellers as well as buyers is infinitely large. The presence of large number of buyers implies that demand for various commodities is continuous and intense in nature. The presence of large number of sellers implies that cut throat competition exists between sellers and buyers. Under perfect

competition, presence of large number of sellers indicates that individual seller sells only a small amount of the total demand of the product. Hence, individual seller does not have control over the supply of the given product and cannot influence the price of the same. Therefore, individual firm is considered to be price taker not the price maker. The market forces of demand and supply help to determine the price of the product in this market situation, moreover these conditions are given for an individual firm. An individual firm has to decide whether it want to sell larger amount or the smaller of the product at given prices. Therefore, average revenue curve or demand curve for an individual firm is perfectly elastic i.e. parallel to X axis and marginal revenue curve is also a straight line parallel to X axis which coincides with average revenue curve. Marginal as well as average revenue curves have been shown in figure 1. The quantity and price have been measured on X axis and Y axis, respectively.  $O_p$  is the given price for the individual firm and at this price firm can sell any amount of the commodity. Therefore, average revenue (AR) curve is perfectly elastic i.e., parallel to X axis and marginal revenue (MR) curve coincides with AR curve.

- B. Homogenous Products:** The products are homogenous in nature in perfect competition. Homogenous means same in quality, size, colour, form etc. In the market, products are perfect substitutes for each other and cross elasticity of demand is infinite in case of such products. The price of every unit of product is same as products are identical. If any firm charges slightly higher price for the given product, whole of the demand will shift to the other producers and consequently, firm will have to reduce the price to the original level and vice-versa.
- C. Free Entry and Exit of Firms:** In perfectly competitive market, firms are allowed to freely enter and exit the industry. If there exists supernormal profit in any industry, firm can independently choose to enter the industry but if there exists situation of losses in the industry, firm can leave the industry freely. The free entry and exit of firms imply that there is slight possibility of the emergence of monopoly and single firm cannot control the price and supply of the product.
- D. Perfect Knowledge:** In perfect competition, sellers as well as buyers have perfect knowledge of market conditions i.e. price, demand and supply. If buyers have perfect knowledge of price and supply conditions then it is not possible for sellers to charge higher price from buyers. Hence, same price will be charged for a certain product throughout the market. If sellers have perfect knowledge of demand conditions, then possibility of over-production or shortage does not exist. Moreover, there is no need for the sellers to advertise their products due to homogenous products and perfect knowledge of market conditions.

- E. Perfect Mobility of Factors of Production:** There exists perfect mobility of all the factors of production in the perfectly competitive market. A slight increase in the price of a certain factor will allow the movement of that factor units from other firms or industries to the specific firm or industry. As a result, the price of that factor will come down to the original level in the specific firm or industry. Hence, prices of various factors of production also remain same in the perfect competition.
- F. Absence of Controls:** The controls on the free choice of producers and consumers in form of price controls, rationing etc. do not exist in perfect competition. If government imposes restrictions, then forces of competition cannot perform their work i.e. free and continuous adjustments in the market, efficiently.
- G. Absence of Transport Cost:** In perfect competition, cost for moving the product from one place to another is assumed to be constant. In this market situation, transportation of the products is not required as number of sellers is large, products are homogenous in nature and every commodity is easily available in every locality, village, town and city.

### 7.3 Price Determination under Perfect Competition

In perfectly competitive market, individual firm is not a price maker rather a price taker. Now the question arises, how the price is being determined under perfect competition. Different economists have given different views regarding this issue. According to Jevons and his followers, price of a commodity is always equal to its marginal utility (MU) i.e.  $MU = \text{Price}$ . If price is more than the marginal utility i.e.  $\text{Price} > MU$ , consumer will reduce the purchase of the commodity.

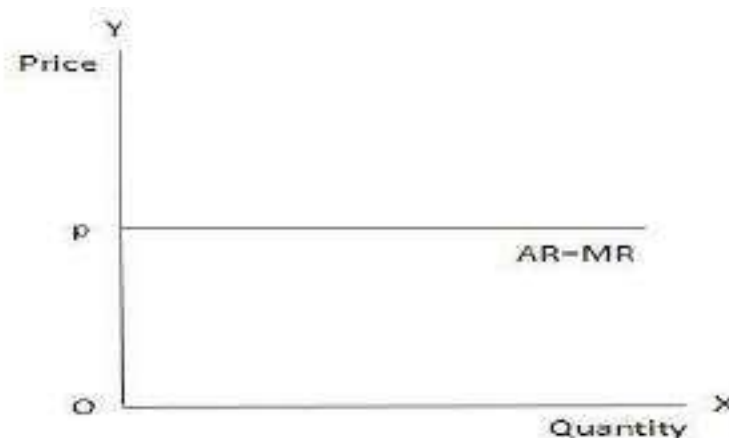


Figure 1: Average Revenue and Marginal Revenue Curves

Consequently, demand of the commodity will decline which will further reduce the price of the commodity and it will become equal to the marginal utility of the commodity. If price is less than the marginal utility i.e.  $\text{Price} < \text{MU}$ , consumer will increase the purchase of the commodity. Consequently, demand of the commodity will increase which will further increase the price of the commodity and it will become equal to the marginal utility of the commodity. Hence, Jevons and his followers has analysed that price of a good is determined by its demand alone. Higher the demand of a commodity, higher will its price and vice-versa. On the other hand, Ricardo, Mill and other economists have propounded the idea that price of a commodity is determined by the supply force only. In short time period, supply curve of the firm is its marginal cost curve. The force behind the supply curve is marginal cost. According to this view, price of a product is equal to its marginal cost (MC) i.e.  $\text{Price} = \text{MC}$ . If  $\text{MC} > \text{Price}$ , then firm will be incurring losses. Hence, the supply of the product will be reduced which further increases the price of the product and it will become equal to its marginal cost. If  $\text{MC} < \text{Price}$ , then firm will be earning profits. Hence, the supply of the product will be increased which further declines the price of the product and it will become equal to the marginal cost. Therefore, price of a commodity is determined by its supply only. Higher the supply of a commodity, lower will be its price and vice-versa.

| <b>Table 1: Price Determination under Perfect Competition</b> |                                  |                                 |                             |
|---|----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Price of Apples (in Rs. per Kilogram)                         | Demand for Apples (in Kilograms) | Supply of Apples (in Kilograms) | Changes in Price            |
| 20  | 120                              | 40                              | D > S,<br>Increase in Price |
| 30  | 100                              | 60                              |                             |
| 40  | 80                               | 80                              | D = S, Equilibrium Price    |
| 50  | 60                               | 100                             | D < S,<br>Decline in Price  |
| 60  | 40                               | 120                             |                             |

According to Marshall, views of Jevons and his followers as well as Ricardo and his followers are not completely right as price of a commodity is determined neither by its demand only nor by its supply alone. The price of a commodity is determined by both its demand as well as supply. This concept has been explained by Marshall with the help of an example of a pair of scissors.

Whenever, a cloth piece is cut by scissors, it seems that only one blade cuts the cloth piece and other remains fixed. If we conclude that one blade of scissors is enough to cut a cloth piece that is totally wrong. If a person is given one blade of scissors to cut a cloth piece then he will not be able to do this. Therefore, both the blades is significant to cut a cloth piece. Hence, price of a commodity cannot be determined either by its demand alone or by its supply alone rather both demand and supply is needed to determine price. If the demand for a product is more than its supply, then it will intensify competition among buyers. Therefore, price has tendency to increase. If the supply of a product is more than its demand, then it will intensify competition among sellers. Therefore, price has tendency to decline. If supply of a commodity is exactly equal to its demand then there will be no competition among buyers as well as sellers.

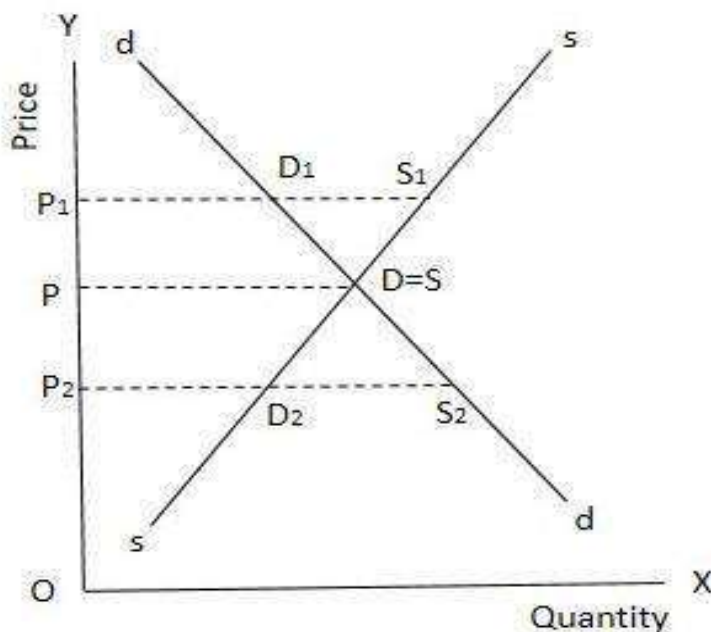


Figure 2: Price Determination

Hence, there is no tendency for the price of a commodity to rise or fall. Therefore, equilibrium price will be determined at a point where there is equality between the demand for and supply of a commodity. This concept has been explained with the help of a table 1. At price Rs. 20, the demand for apples is 120 kg and supply is 40 kg. Excess of demand over supply will intensify competition among buyers which pushes the price to Rs. 30. At price Rs. 30, the demand for apples is 100 kg and supply is 60 kg. Competition among buyers will continue due to excess of demand over supply which further pushes the price to Rs. 40. At price Rs. 60, the demand for apples is 40 kg and supply

is 120 kg. Excess of supply over demand will intensify competition among sellers which reduces the price to Rs. 50. At price Rs. 50, the demand for apples is 60 kg and supply is 100 kg. Competition among sellers will continue due to excess of supply over demand which further reduces the price to Rs. 40. At price Rs. 40, demand for and supply of apples are equal to each other i.e. 80 kg. At this price, there will no competition among buyers as well as sellers and price has no tendency to increase or decrease. Therefore, Rs. 40 is the equilibrium price which is determined by the equality between supply of and demand for apples. The determination of price under perfect competition has been explained with the help of figure 2. In this figure,  $d$  is the demand curve and  $s$  is the supply curve. At price  $OP_1$ , supply is more than demand i.e.  $P_1S_1 > P_1D_1$ . Excess of supply over demand will reduce the price to  $OP$ . At price  $OP_2$ , demand is more than supply i.e.  $P_2S_2 < P_2D_2$ . Excess of demand over supply will increase the price to  $OP$ . At price  $OP$ , demand is exactly equal to supply i.e.  $P_2D_2 = P_2S_2$ . At this price, there will be no competition among buyers or sellers and price has no tendency to increase or decrease. Therefore, equilibrium price is determined by equality between supply of and demand for a commodity.

### **6.3.1 Effects of Changes in Supply and Demand on Price**

The effects of changes in supply and demand on price can be divided into three parts i.e. effects of changes in demand on price, effects of changes in supply on price and effects of simultaneous changes in supply and demand on price.

#### **A. Effects of Changes in Demand on Price**

If supply of a commodity is given, increase in demand for a commodity will cause the price to rise due to excess of demand over supply. If supply of a commodity is given, decrease in demand for a commodity will cause the price to decline due to excess of supply over demand. This phenomenon has been explained with the help of figure 3.

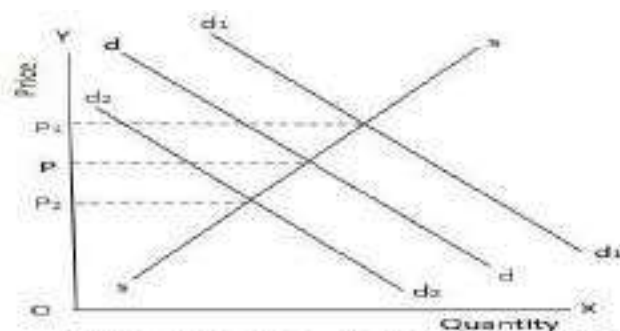


Figure 3: Effects of Change in Demand on Price

In this figure, price is measured on Y axis as well as quantity demanded and supplied on X axis.  $ss$  is the supply curve and  $dd$  is the demand curve. By the intersection of demand curve  $dd$  and supply curve  $ss$ ,  $OP$  price is determined. If supply is given but demand increases to  $d_1d_1$ , there will be intense competition among buyers on price  $OP$ . Therefore, price rises to  $OP_1$  with increase in demand. The price  $OP_1$  is determined by the intersection of demand curve  $d_1d_1$  and supply curve  $ss$ . If supply is given but demand decreases to  $d_2d_2$ , there will be intense competition among sellers on price  $OP$ . Therefore, price declines to  $OP_2$  with decrease in demand. The price  $OP_2$  is determined by the intersection of demand curve  $d_2d_2$  and supply curve  $ss$ .

### B. Effects of Changes in Supply on Price

If demand for a commodity is given, increase in supply of a commodity will cause the price to decline due to excess of supply over demand. If demand for a commodity is given, decrease in supply of a commodity will cause the price to increase due to excess of demand over supply. This phenomenon has been explained with the help of figure 4.

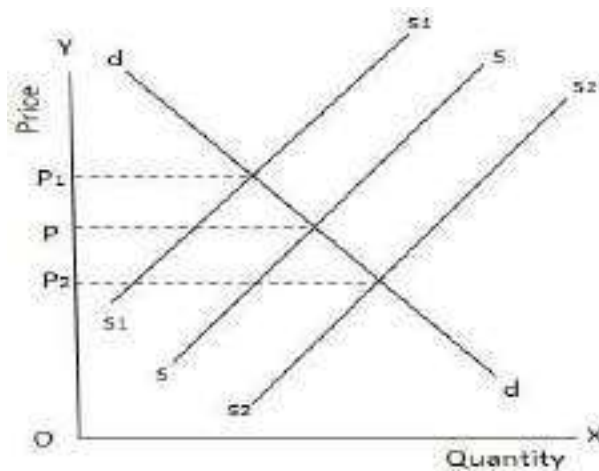


Figure 4: Effects of Change in Supply on Price

In this figure, price is measured on Y axis as well as quantity demanded and supplied on X axis.  $ss$  is the supply curve and  $dd$  is the demand curve. By the intersection of demand curve  $dd$  and supply curve  $ss$ ,  $OP$  price is determined. If demand is given but supply increases to  $s_2s_2$ , there will be intense competition among sellers on price  $OP$ . Therefore, price declines to  $OP_2$  with increase in supply. The price  $OP_2$  is determined by the intersection of demand curve  $dd$  and supply curve  $s_2s_2$ . If demand is given but supply decreases to  $s_1s_1$ , there will be intense competition among buyers on price  $OP$ . Therefore, price increases to  $OP_1$  with decrease in supply. The price  $OP_1$  is

determined by the intersection of demand curve  $dd$  and supply curve  $s_1s_1$ .

### C. Effects of Simultaneous Changes in Supply and Demand on Price

If demand for a commodity rises but its supply declines at the same time, the price of a commodity will increase. If demand for a commodity declines but its supply increases at the same time, the price of a commodity will decrease. This concept has been explained with the help of figure 5 (A). In this figure, price is measured on Y axis as well as quantity demanded and supplied on X axis.  $ss$  is the supply curve and  $dd$  is the demand curve. By the intersection of demand curve  $dd$  and supply curve  $ss$ ,  $OP$  price is determined. If demand for a commodity rises to  $d_1d_1$  but its supply declines to  $s_2s_2$  at the same time, the price of a commodity will

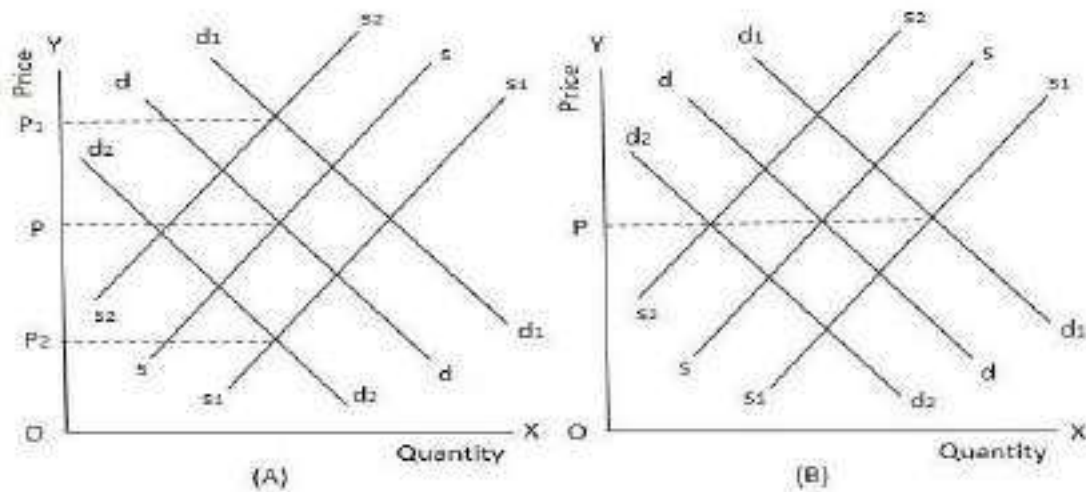


Figure 5: Effects of Simultaneous Changes in Demand and Supply on Price

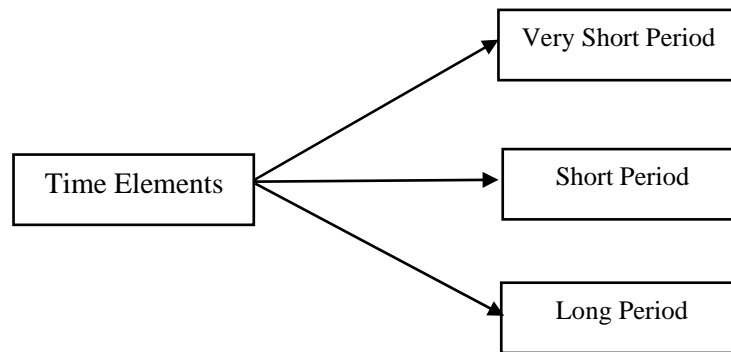
increase to  $OP_1$ . The price  $OP_1$  is determined by the intersection of demand curve  $d_1d_1$  and supply curve  $s_2s_2$ . If demand for a commodity declines to  $d_2d_2$  but its supply increases to  $s_1s_1$  at the same time, the price of a commodity will decrease to  $OP_2$ . The price  $OP_2$  is determined by the intersection of demand curve  $d_2d_2$  and supply curve  $s_1s_1$ . If demand for and supply of a commodity, changes in the same direction and in equal proportion, the equilibrium will remain unchanged. This concept has been explained with the help of figure 5 (B). In this figure, price is measured on Y axis as well as quantity demanded and supplied on X axis.  $ss$  is the supply curve and  $dd$  is the demand curve. By the intersection of demand curve  $dd$  and supply curve  $ss$ ,  $OP$  price is determined. If demand increases to  $d_1d_1$  and supply increases to  $s_1s_1$ , price will remain unchanged at  $OP$ . If demand declines to  $d_2d_2$  and supply decreases to  $s_2s_2$ , price will



remain unchanged at OP. If the rise in demand is more than the rise in supply, the equilibrium price will increase. If the rise in supply is more than the rise in demand, the equilibrium price will decline. It is not only the relative magnitudes of changes in supply and demand which affect the changes in equilibrium prices but relative magnitudes of the elasticities of supply and demand also affect the equilibrium price.

### **6.3.2 Price Determination under Different Time Periods**

According to Marshall, price of a commodity is determined by its demand as well as supply under perfect competition. Now the question arises, is it demand or supply which has greater impact on price of a commodity. Marshall has given answer to this question. According to Marshall, “As a general rule, the shorter the period which we are considering the greater must be the share of our attention which is given to the influence of demand on value, and longer the period, the more important will be the influence of cost of production on value.”



The price of a commodity is affected more by demand or supply is determined by the time element. In short time period, it is very difficult for the sellers to adjust supply in accordance with demand. In long time period, sellers can easily adjust supply in accordance with demand. Therefore, in short time period, the influence of demand is more on price and in long time period, the impact of supply is more on price. To study price determination under perfect competition, time element has been divided into three parts i.e. market time period, short time period and long time period.

#### **6.3.2.1 Determination of Very Short Period (Market Price)**

The market time period is that time period in which supply of a commodity is perfectly inelastic as it is almost impossible to adjust supply according to the demand for a commodity. The market time period is also known as very short time period. Suppose, there is supply of 100 kg apples at

a given place on a particular day. Suddenly, the demand for apples increases to 200 kg. It is not possible to increase supply of apples in very short time period. Increase in demand for apples will rise competition among buyers, consequently there will be increase in the price of apples. The market price is that price which actually prevails in the market at a particular point of time. If there is sudden increase in demand, the market price will also rise instantly. If there is sudden decrease in demand, the market price will also fall instantly. The determination of market price can be discussed in case of perishable goods and non-perishable goods.

#### **(A) Determination of Market Price in case of Perishable Goods**

The perishable commodities are those commodities whose quality deteriorates within market time period or very short time period e.g. milk and milk products, fruits, vegetables etc. The producers want to sell these commodities immediately after their production as it is not possible to store these commodities for longer time period. Therefore, entire production of these commodities is supplied in the market immediately to avoid deterioration in the quality of these commodities. If demand for these commodities increases, it will lead to rise in price as supply of these goods is fixed in market time period. Contrary to it, if demand for these commodities decreases, supply will be more than its demand which will cause the price to decline in order to sell entire stock of these commodities. Therefore, increase in demand will lead to rise in prices and decrease in demand will lead to fall in prices in case of perishable commodities. This phenomenon has been explained with the help of figure 6 (A). In this figure, price is measured on Y axis as well as quantity demanded and supplied on X axis.  $s_{q_0}$  is the supply curve and  $dd$  is the demand curve. By the intersection of demand curve  $dd$  and supply curve  $s_{q_0}$ ,  $OP$  price is determined. If demand for a commodity rises to  $d_1d_1$  but its supply remains fixed at  $s_{q_0}$ , the price of a commodity will instantly increase to  $OP_1$ . The price  $OP_1$  is determined by the intersection of demand curve  $d_1d_1$  and supply curve  $s_{q_0}$ . If demand for a commodity declines to  $d_2d_2$  but again its supply remains fixed at  $s_{q_0}$ , the price of a commodity will instantly decrease to  $OP_2$ . The price  $OP_2$  is determined by the intersection of demand curve  $d_2d_2$  and supply curve  $s_{q_0}$ .

#### **(B) Determination of Market Price in case of Non-perishable Goods**

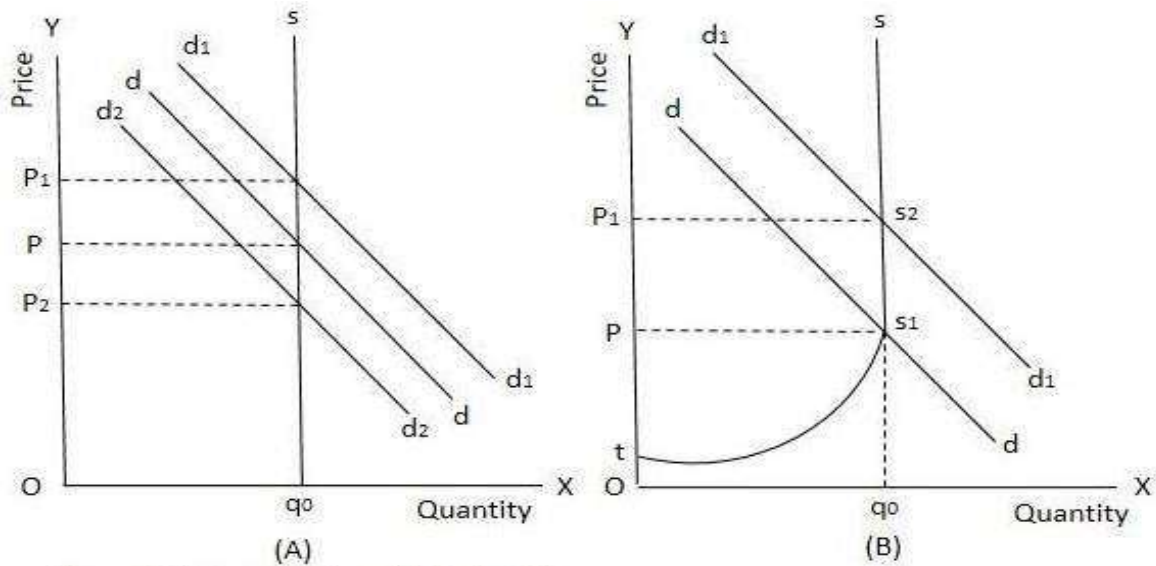


Figure 6: Determination of Market Price

The non-perishable commodities are those commodities that can be stored for a considerable period of time as their quality does not deteriorate within market time period or very short time period e.g. household furniture, shoes, toys, motor cars, cloth, etc. In case of non-perishable commodities, the concept of reserve price exists in the minds of producers.

Reserve price is the minimum price at which producer does not want to sell any amount of the good. If market price of non-perishable commodities declines to reserve price or below it, producer will not sell any amount of the good rather he will store the commodity until price increases more than its reserve price. If price increases above the reserve price, producer will try to sell more and more amount of commodity. The producer is willing to sell the entire existing stock of the commodity at certain maximum level of price. If there is rise in demand after this maximum level, the supply becomes perfectly inelastic. The supply curve of non-perishable commodities in market time period is partly more elastic and partly perfectly inelastic. This concept has been explained with the help of figure 6 (B). In this figure, price is measured on Y axis as well as quantity demanded and supplied on X axis.  $O_t$  is the reserve price at which producer is not willing to sell any amount of a commodity.  $ts_1s$  is the supply curve and  $dd$  is the demand curve. The  $ts_1$  part of supply curve is more elastic and  $s_1s$  part of supply curve is perfectly inelastic. At price  $OP$ , entire existing stock of a good i.e.  $Oq_0$  is available for sale. Beyond this point, supply is perfectly inelastic. If demand increases to  $d_1d_1$ , supply will remain fixed at  $Oq_0$  but price will rise to  $OP_1$  instantly.  $OP_1$  price is determined by the intersection of demand curve  $d_1d_1$  and inelastic part of supply curve  $s_1s$ .

### 6.3.2.2 Determination of Short-run Price

Short time period is that time period in which some factors of production are fixed and others are variable in nature. This time period is longer than the market time period. Hence, supply of a commodity can be increased to some extent by increasing the units of variable factors of production i.e. labour and rawmaterial. Therefore, short runsupply curve is more elastic than perfectly inelastic supply curve of market time period. The supply curve of an industry in short time period is upward sloping from left to right. If there is rise in demand for a commodity, price willincrease but remains lower than the market price and higher than the original price. It is lower than market price as supply can be increased to a limited amount in short run. It is higher than the original price as complete adjustment of supply and demand is not possible in short run. The determination of short run price has been shown in the figure 7.

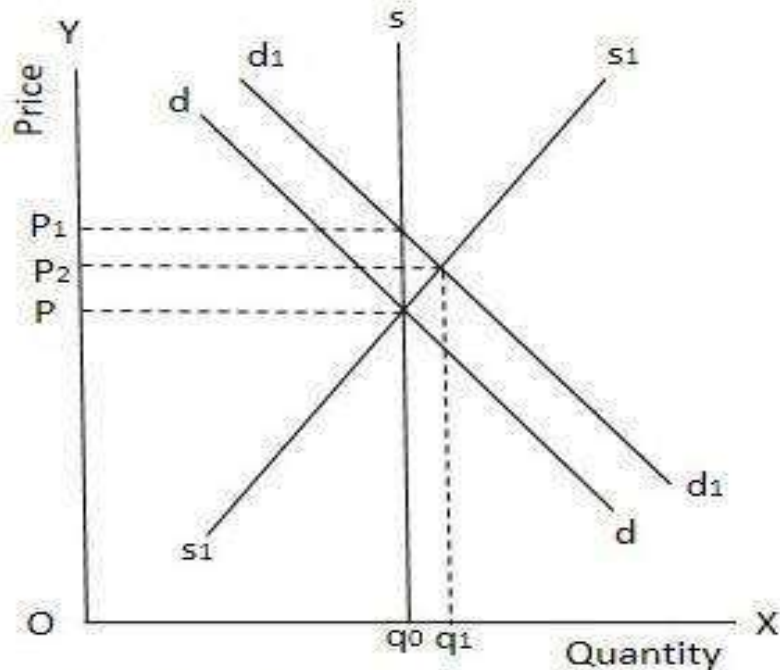


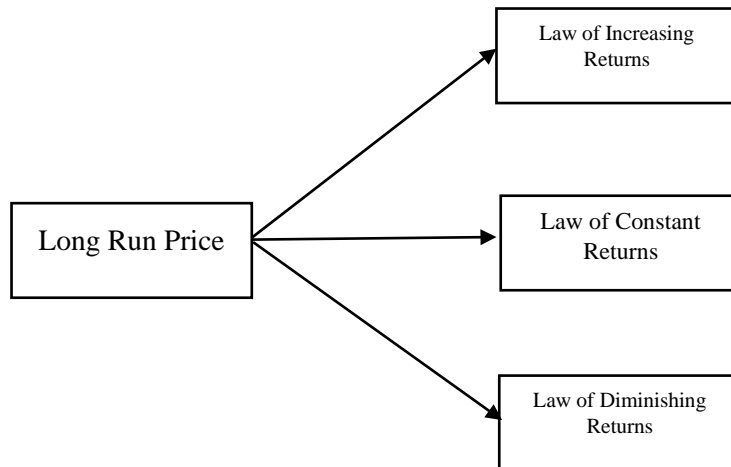
Figure 7: Determination of Short-run Price

In this figure, price is measured on Y axis as well as quantity demanded and supplied on X axis. dd is original demand curve, ss is supply curve in market time period,  $Oq_0$  is the quantity supplied and  $OP$  is the market price. If demand increases to  $d_1d_1$ , the intersection of  $d_1d_1$  and  $ss$  will determine price at higher level  $OP_1$  but quantity supplied will remain fixed at  $Oq_0$ .  $s_1s_1$  is the short run supply curve which is more elastic than  $ss$ . The intersection between  $s_1s_1$  and  $d_1d_1$  determines

short run supply at  $Oq_1$  and short run price at  $OP_2$ . Hence, price  $OP_2$  is higher than original price  $OP$  and lower than market price  $OP_1$ .

### **6.3.2.3 Determination of Long-run Price**

The long time period is not a specific time period. This time period varies from industry to industry. In case of transport industry, iron and steel industry and engineering goods industry, the long time period is of ten years but in case of cotton textile, it is of one year only. The long time period is that time period in which all the factors of production are variable in nature. According to Bober, long time period is “long enough to enable the firm to make adjustment to a changed demand by varying the size of the plant and equipment.”



The long run price has been called normal price by Marshall and natural price by Adam Smith. The normal price is that price which prevails in long time period in the market, when there is complete adjustment among demand for and supply of commodity. Now the basic question is whether the long run price will become equal to original price or not. The answer to this question is that long run price can be more than, equal to and less than the original price based on the law of returns, operative in the given industry. Therefore, long run price can be determined in case of increasing costs industry, constant costs industry and decreasing costs industry.

#### **A. Determination of Normal Price in Increasing Costs Industry**

If the production is governed by law of increasing costs in a given industry, then diseconomies are more than the internal and external economies. In this phase, industry's long run supply curve will be more elastic than short run supply curve. The long run supply curve will slope upward from

left to right. In this situation, normal price will be less than market price as well as short run price but more than the original price. This concept has been explained in the figure 8 (A).

In this figure,  $dd$  is original demand curve,  $sq_0$  is supply curve in market period and the intersection of these two curves determine the market price at  $OP$  and market period supply at  $Oq_0$ . If demand rises to  $d_1d_1$ , its intersection with  $sq_0$  will determine market price at higher level  $OP_1$ .  $s_1s_1$  is the short run supply curve, its intersection with  $d_1d_1$  will determine short run supply at  $Oq_1$  which is higher than market period supply  $Oq_0$  and short run price at  $OP_2$  which is lower than market price  $OP_1$ .  $s_2s_2$  is the long run supply curve, its intersection with  $d_1d_1$  will determine long run supply at  $Oq_2$  and long run price at  $OP_3$ . The long run supply  $Oq_2$  is higher than market period supply  $Oq_0$  as well as short run supply  $Oq_1$ . The long run price  $OP_3$  is lower than market price  $OP_1$  as well as short run price  $OP_2$  but higher than original price  $OP$ .

### B. Determination of Normal Price in Constant Costs Industry

If the production is governed by law of constant costs in a given industry, then diseconomies are exactly equal to the internal and external economies. In this phase,

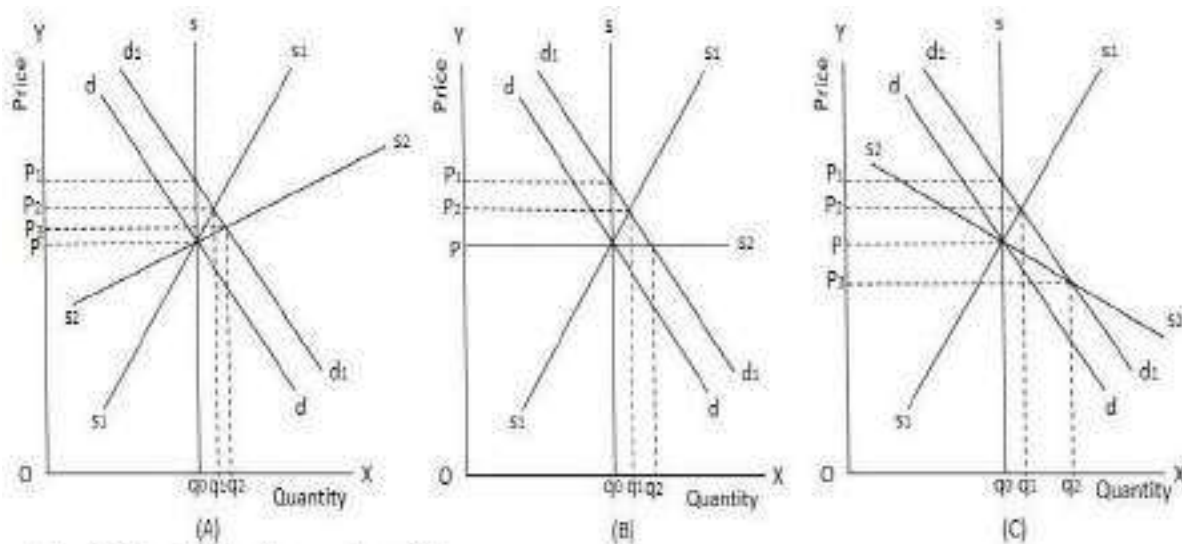


Figure 8: Determination of Long-run Normal Price

industry's long run supply curve will be a straight line parallel to X axis. In this situation, normal price will be less than market price as well as short run price but equal to the original price. This concept has been explained in the figure 8 (B). In this figure,  $dd$  is original demand curve,  $sq_0$  is supply curve in market period and the intersection of these two curves determine the market price at  $OP$  and market period supply at  $Oq_0$ . If demand rises to  $d_1d_1$ , its intersection with  $sq_0$  will

determine market price at higher level  $OP_1$ .  $s_1s_1$  is the short run supply curve, its intersection with  $d_1d_1$  will determine short run supply at  $Oq_1$  which is higher than market period supply  $Oq_0$  and short run price at  $OP_2$  which is lower than market price  $OP_1$ .  $s_2s_2$  is the long run supply curve, its intersection with  $d_1d_1$  will determine long run supply at  $Oq_2$  and long run price at  $OP$ . The long run supply  $Oq_2$  is higher than market period

supply  $Oq_0$  as well as short run supply  $Oq_1$ . The long run price  $OP$  is lower than market price  $OP_1$  as well as short run price  $OP_2$  but equal to original price  $OP$ .

### **C. Determination of Normal Price in Decreasing Costs Industry**

If the production is governed by law of decreasing costs in a given industry then diseconomies are less than the internal and external economies. In this phase, industry's long run supply curve will slope downward from left to right. In this situation, normal price will be less than market price, short run price and original price. This concept has been explained in the figure 8 (C). In this figure,  $dd$  is original demand curve,  $sq_0$  is supply curve in market period and the intersection of these two curves determine the market price at  $OP$  and market period supply at  $Oq_0$ . If demand rises to  $d_1d_1$ , its intersection with  $sq_0$  will determine market price at higher level  $OP_1$ .  $s_1s_1$  is the short run supply curve, its intersection with  $d_1d_1$  will determine short run supply at  $Oq_1$  which is higher than market period supply  $Oq_0$  and short run price at  $OP_2$  which is lower than market price  $OP_1$ .  $s_2s_2$  is the long run supply curve, its intersection with  $d_1d_1$  will determine long run supply at  $Oq_2$  and long run price at  $OP_3$ . The long run supply  $Oq_2$  is higher than market period supply  $Oq_0$  as well as short run supply  $Oq_1$ . The long run price  $OP_3$  is lower than market price  $OP_1$ , short run price  $OP_2$  and original price  $OP$ .

Therefore, it can be said that shorter the time period, more is the influence of demand on price. Longer the time period, more is the influence of supply on price.

### **Check Your Progress-I**

Q1: Explain the concept of perfect competition.

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q2: Define Market price and Normal price.

Ans: \_\_\_\_\_

---

Q3: Discuss the effects of change in demand on price when supply remains the same.

Ans: \_\_\_\_\_

---

## **7.4 Equilibrium of Firm and Industry under Perfect Competition**

An Industry is a collection of various firms producing identical products. A firm is a single unit engaged in production for sale at a profit and with an aim of maximising profit. A firm is in equilibrium when there is no tendency to increase or decrease the output. According to Koutsoyiannis, "A firm is in equilibrium when it maximises its profit." A profit maximising firm will go on increasing its output as long as rise in output provides larger profit to the firm. If a firm knows that reducing the output will provide larger profits, it will tend to reduce its output. If a firm is already earning maximum profit, any increase or decrease in output may lead to decline in profit. In this phase, there is no tendency to expand or contract the output and this state is called the state of equilibrium. When the firm is incurring losses, its main aim is to minimise losses. The firm may increase or decrease its output as long as there is possibility of further decline in loss of the firm. The firm is in state of equilibrium when its losses are minimum. When the position of equilibrium is attained, firm has no tendency to change the level of output.

### **7.4.1 Conditions for the Equilibrium of Firm**

In perfect competition, equilibrium of an individual firm can be explained with the help of two approaches. Firstly, total revenue and total cost approach. Secondly, marginal revenue and marginal cost approach. Both the approaches have been explained as below:

#### **A. Total Revenue and Total Cost Approach**

In total revenue and total cost approach, there are two possibilities for the firm to attain equilibrium i.e. either to earn maximum profit or to incur minimum losses. The firm will be earning profit, if total revenue is more than total cost. The profit will be maximum at a point where the gap between total revenue and total cost is maximum. At this stage, firm has no tendency to increase or decrease its output. Therefore, required condition for attaining equilibrium is firm must earn maximum amount of profit. If firm is incurring losses, its main aim is to minimise losses. The firm will be



incurring losses, if total cost is more than total revenue. The losses will be minimum at a point where the gap between total cost and total revenue is minimum. At this stage, firm has no tendency to increase or decrease its output. Therefore, if firm is incurring losses, required condition for attaining equilibrium is firm must incur minimum amount of losses.

## **B. Marginal Revenue and Marginal Cost Approach**

According to marginal revenue and marginal cost approach, two necessary conditions must be fulfilled by the firm to attain equilibrium level. Firstly, marginal cost (MC) must be equal to marginal revenue (MR). Secondly, marginal cost curve must cut the marginal revenue curve from below.

The equilibrium of firm as well as industry can be studied under two different conditions i.e., identical cost conditions and different cost conditions

### **7.42 Equilibrium of Firm and Industry under Identical Cost Conditions**

Equilibrium of firm and industry under identical cost conditions can be studied under short time period as well as long time period.

#### **7.4.4.1 Short-run Equilibrium of Firm**

The short time period is that time period in which some factors of production are fixed and others are variable in nature. During such a short span of time, it is not possible to establish new firms in the industry. It is also not possible for new firms to enter the industry and old firms to leave the industry within such a limited time. Hence, the number of firms remain fixed during short run. The product as well as factor units are assumed to be homogenous and their price remains same throughout the market under perfect competition. This states that all firms in the industry work under identical cost conditions in which cost curves of all the firms are of same level and shape. In such a situation, price of a commodity is given for an individual firm and equilibrium of every firm will be determined at the same level of output.

**Short-run equilibrium of Firm under Identical Cost Conditions**

- Very Short Period
- Long Period
- Short Period



The equilibrium of a firm in short time period can be attained by fulfilling following two necessary conditions:

- (i)  $MC = MR$
- (ii) MC curve must cut marginal revenue curve from below.

Three situations can exist while attaining short-run equilibrium of a firm under identical cost conditions i.e., super-normal profits, losses and normal profits.

### A. Firm's Equilibrium with Super-normal Profits

In short-run, firm's equilibrium with super-normal profits has been shown in figure 9. SMC and SAC are the short-run marginal cost and average cost curves, respectively. The average variable cost curve is AVC. All the three curves i.e. SMC, SAC and AVC are U-shaped. AR is average revenue curve and MR is marginal revenue curve at given price OP. The firm is in equilibrium at point E as at point E,  $MR=MC$  and MC curve cuts MR curve from below. OQ is the equilibrium level of output.

The total revenue is  $OP \times OQ = OPEQ$ . The total cost is  $LQ \times OQ = LQOK$ .

The firm will be earning super-normal profits as total revenue is more than total cost i.e.  $OPEQ > LQOK$ . The difference between total revenue and total cost is super-normal profit i.e.  $OPEQ - LQOK = KLEP$ . At output OQ, LQ is the average cost out of which MQ is average variable cost and LM is average fixed cost. The price OP or EQ is more than short run average cost LQ by EL. Hence, EL is profit per unit. At the point of equilibrium, total profit will be  $EL \times LK (OQ) = ELKP$ .

B.

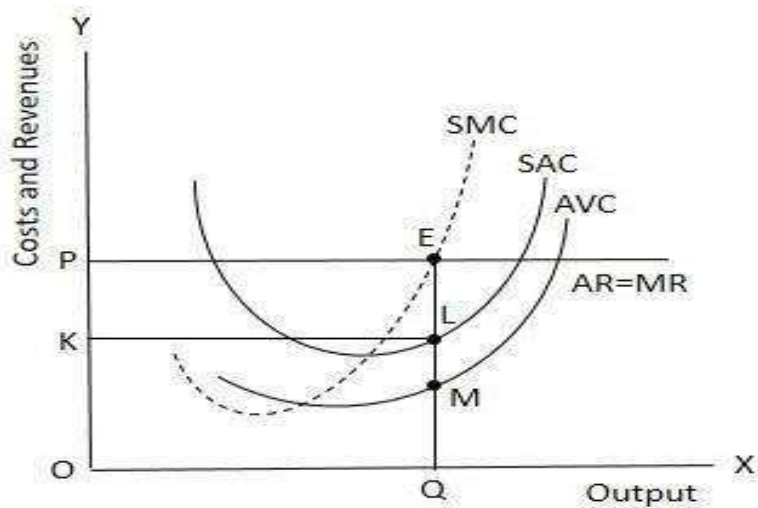


Figure 9: Equilibrium with Super-normal Profits

## B. Firm's Equilibrium with Normal Profits

The firm will be earning normal profits if total revenue is equal to total cost. The firm's equilibrium with normal profits has been explained in figure 11. The firm is in equilibrium at point E as at point E,  $MR=MC$  and MC curve cuts MR curve from below. OQ is the equilibrium level of output. The total revenue is  $OP \times OQ = OPEQ$ . The total cost is  $EQ \times OQ = OPEQ$ .

The firm will be earning normal profits when total cost is equal to total revenue i.e. OPEQ. At output OQ, EQ is the average cost out of which MQ is average variable cost and EM is average fixed cost. The price OP or EQ is equal to average cost which covers both average variable cost MQ and average fixed cost EM. In this phase, firm is in equilibrium with normal profits.

## C. Firm's Equilibrium with Losses

In short-run, firm's equilibrium with losses has been shown in figure 10. The firm is in equilibrium at point E as at point E,  $MR=MC$  and MC curve cuts MR curve from below. OQ is the equilibrium level of output. The total revenue is  $OP \times OQ = OPEQ$ . The total cost is  $LQ \times OQ = LQOK$ . The firm will be incurring losses as total cost is more than total revenue i.e.  $LQOK > OPEQ$ . The difference between total cost and total revenue is losses i.e.  $LQOK - OPEQ = KLEP$ . At output OQ, LQ is the average cost out of which MQ is average variable cost and LM is average fixed cost. The price OP or EQ is less than short run average cost LQ by EL. Hence, EL is loss per unit. At the point of equilibrium, total loss will be  $EL \times EP (OQ) = ELKP$ . If the firm is incurring losses, the question arises whether the producer will continue production or shut down the firm. In this situation, firm's main aim is to minimise losses. Firm will not be shut down as long as firm is able to minimise its loss by continuing production.

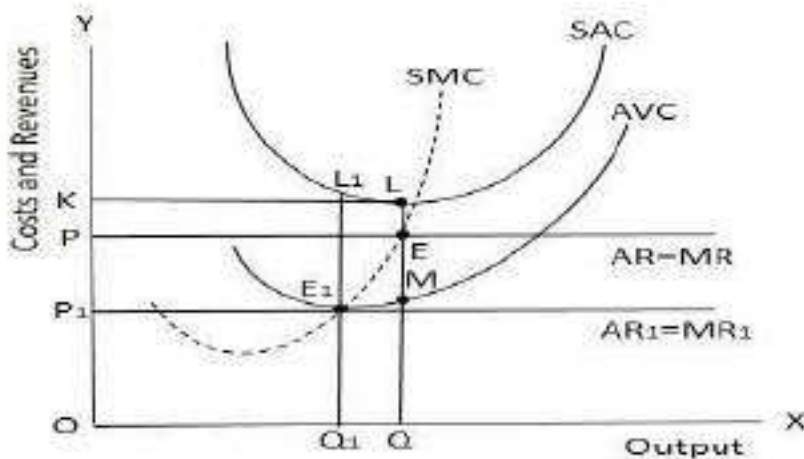


Figure 10: Equilibrium with Losses

In figure 10, firm is incurring losses at equilibrium point E but firm will not be shut down as firm is able to minimise losses at this point. At equilibrium point E, OP is equilibrium price and OQ is equilibrium output. With equilibrium price OP, firm is able to cover entire average variable cost MQ and some part of average fixed cost EM. If firm has been shut down at this point, the entire average fixed cost must have converted into losses. At this point, firm is able to minimise losses by continuing production. Suppose price has declined to  $OP_1$  then firm will be in equilibrium at  $E_1$ . At  $E_1$ ,  $L_1Q_1$  is average cost out of which  $E_1Q_1$  is average variable cost and  $E_1L_1$  is average fixed cost. The price  $OP_1$  covers only average variable cost  $E_1Q_1$ . No part of average fixed cost is being covered. Hence, there is no possibility of minimisation of losses in future. So, firm will be shut down at point  $E_1$ . In short time period, the condition for firm's shut down point is price should be equal to minimum average variable cost i.e. Price = minimum AVC. In figure 10, the condition for firm's shut down point is fulfilled at point  $E_1$ . Therefore,  $E_1$  is the shut-down point of the firm in short-run.

#### **7.4.4.2 Short-run Equilibrium of Industry**

During short time period, it is not possible to establish new firms in the industry. It is also not possible for new firms to enter the industry and old firms to leave the industry within such a limited time. Hence, the number of firms remains fixed during short run. The cost conditions for all the firm are identical and price of product is given. If all the firms of an industry are in equilibrium, then industry will also be in equilibrium. If one firm is in equilibrium with super-normal profits then all the other firms and industry will be in equilibrium with super-normal profits. If a single firm's equilibrium is determined with losses then other firms as well as entire industry will be in equilibrium with losses. If an individual firm's equilibrium is attained with normal profits, then all other firms and whole of the industry will be in equilibrium with normal profits. In short time period, there is very less possibility that industry is in equilibrium with normal profits as the adjustments that are needed to attain normal profits cannot take place within short span of time. Therefore, short-run equilibrium of industry can take place either with super-normal profits or losses.

### 7.4.4.3 Long-run Equilibrium of Firm and Industry

In long run, industry will be in equilibrium when there is no possibility either to expand or contract its output. The changes in the output of an industry can take place because of two reasons. Firstly, when existing firms of an industry either increase or decrease their output. Secondly, the entry of new firms may expand the output of an industry and industry's output may contract because some firms have left the industry. In long-run, for an industry to be in equilibrium, all the existing firms should be in equilibrium. As all the firms have identical cost conditions so if one firm is in equilibrium then all other firms will also be in equilibrium. In long-run, the conditions for firm's equilibrium are:

- $MC=MR$  and
- $MC$  must cut  $MR$  curve from below.

If firm is in equilibrium with super-normal profits in short-run, new firms will enter into the industry which will expand the output of an industry. In this situation, firms are in equilibrium but industry is not in equilibrium. Similarly, if firm is in equilibrium with losses in short-run, some existing firms will leave the industry which will contract the output of an industry. In this situation, firms are in equilibrium but industry is not in equilibrium.

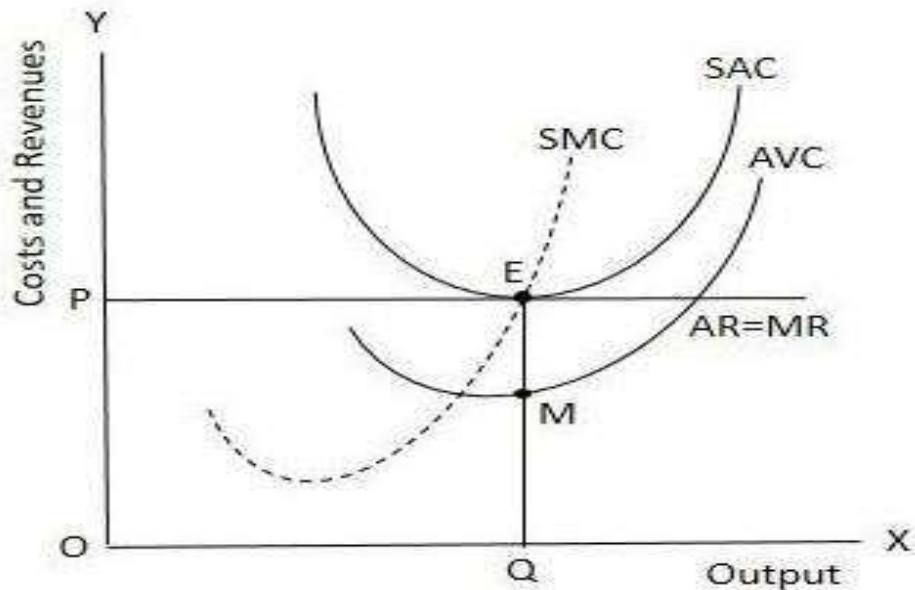


Figure 11: Equilibrium with Normal Profits

For an industry to be in equilibrium in long-run, there are two conditions. Firstly, all the firms of an industry must be in equilibrium. Secondly, the firms must not enter or leave the industry. For existing firms to be in equilibrium, marginal cost must be equal to marginal revenue i.e.  $MR=MC$ . If firms earn normal profit then no firm can enter or leave the industry. For a firm to earn normal profits, average cost must be equal to average revenue i.e.  $AC=AR$ . Therefore, two conditions for long-run equilibrium of firm and industry are

- (i)  $MR=MC$  and
- (ii)  $AC=AR$ . In perfect competition,  $AR=MR$ , so, condition can be written as:

$$\text{Price (AR) = MR = MC = AC}$$

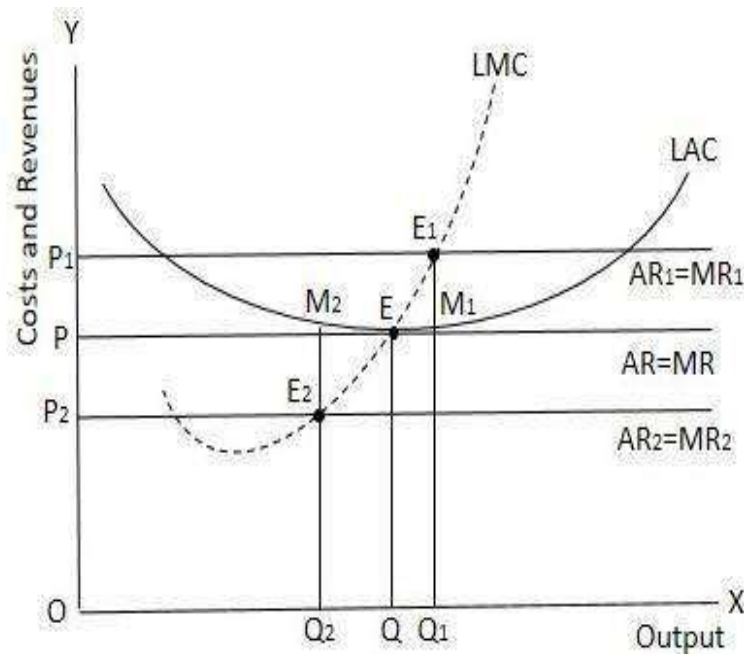


Figure 12: Long-run Equilibrium under Identical Cost Conditions

Marginal cost curve cuts the average revenue curve at lowest point. Therefore, above condition can be restated as:

$$\text{Price (AR) = MR = MC = Minimum AC}$$

The equilibrium of firm as well as industry in long-run under identical cost conditions has been explained in figure 12. LAC is long-run average cost curve and LMC is long-run marginal cost curve. At price  $OP_1$ ,  $AR_1$  and  $MR_1$  are average revenue and marginal revenue curves, respectively.

Equilibrium is attained at  $E_1$  where  $MC=MR$  and  $OQ_1$  is output. At  $E_1$ , price  $OP_1$  is higher than average cost  $M_1Q_1$  by  $E_1M_1$ .  $E_1M_1$  is super-normal profit per unit which leads to entry of new firms in the industry. At  $E_1$ , firms are in equilibrium but industry is not in equilibrium as  $AR>AC$ . At price  $OP_2$ ,  $AR_2$  and  $MR_2$  are average revenue and marginal revenue curves, respectively. Equilibrium is attained at  $E_2$  where  $MC=MR$  and  $OQ_2$  is output. At  $E_2$ , price  $OP_2$  is lower than average cost  $M_2Q_2$  by  $E_2M_2$ .  $E_2M_2$  is per unit loss which will induce some firms to leave the industry. At  $E_2$ , firms are in equilibrium but industry is not in equilibrium as  $AC>AR$ . At price  $OP$ ,  $AR$  and  $MR$  are average revenue and marginal revenue curves, respectively. Equilibrium is attained at  $E$  where  $MC=MR$  and  $OQ$  is output. At  $E$ , price  $OP$  is equal to average cost  $EQ$  i.e.,  $AR=AC$ . At  $E$ , firms as well as industry are in equilibrium as  $MC=MR=AR=$  minimum  $AC$ .

### **7.4.3 Equilibrium of Firm and Industry under Different Cost Conditions**

The equilibrium of firm and industry under different cost conditions can be studied under short time period as well as long time period.

#### **7.4.3.1 Short-run Equilibrium of Firm**

In perfect competition, all the firms may not have same cost conditions rather there can be difference in cost conditions of various firms because of heterogeneity of different factors of production. If all the units of factors of production are homogenous, still the difference in cost conditions exists due to heterogeneity of entrepreneurs. Therefore, some firms will have lower costs as they are more efficient than other firms. With given price and different cost conditions, some firms will be in equilibrium with super-normal profits and other firms will either be having losses or normal profit at the point of equilibrium. In case of different cost conditions, equilibrium of firm in short time period can be attained by fulfilling following two necessary conditions:

- $MC = MR$
- $MC$  curve must cut marginal revenue curve from below.

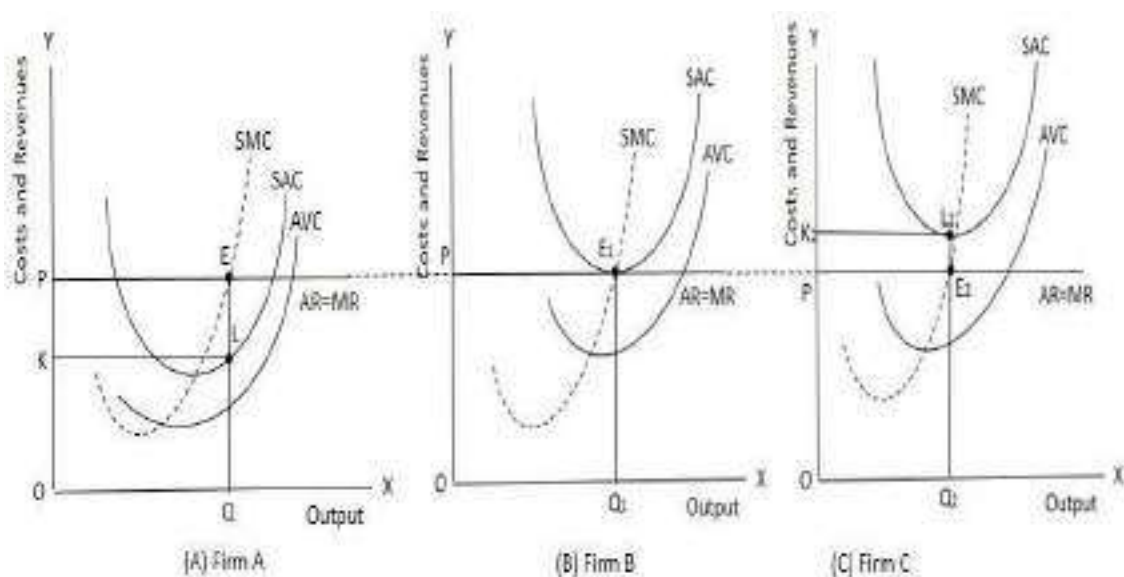


Figure 13: Short-run Equilibrium under Different Cost Conditions

There are three firms in the industry i.e. Firm A, Firm B and Firm C. In short run, there is no tendency for entry and exit of the firms. The most efficient firm is Firm A which has the lowest costs. Firm B is less efficient than Firm A and more efficient than Firm C. The costs of Firm B is higher than Firm A and lower than Firm C. The Firm C is the least efficient and has the highest costs. The short-run equilibrium of firm under different cost conditions has been explained in figure 13. In this figure, output is measured on X axis and costs and revenues on Y-axis. SAC, SMC and AVC are short-run average cost, short-run marginal cost and average variable cost curves, respectively. AR is average revenue curve and MR is marginal revenue curve.

In figure 13 (A), Firm A is most efficient and has the lowest costs. The firm is in equilibrium at point E as at point E,  $MR=MC$  and MC curve cuts MR curve from below.  $OQ$  is the equilibrium level of output. The total revenue is  $OP \times OQ = OPEQ$ . The total cost is  $LQ \times OQ = LQOK$ . The firm will be earning super-normal profits as total revenue is more than total cost i.e.  $OPEQ > LQOK$ . The difference between total revenue and total cost is super-normal profit i.e.  $OPEQ - LQOK = KLEP$ . In figure 13 (B), Firm B is less efficient than Firm A and has costs higher than Firm A. The firm is in equilibrium at point  $E_1$  as at point  $E_1$ ,  $MR=MC$  and MC curve cuts MR curve from below.  $OQ_1$  is the equilibrium level of output. The total revenue is  $OP \times OQ_1 = OPE_1Q_1$ . The total cost is  $E_1Q_1 \times OQ_1 = OPE_1Q_1$ . The firm will be earning normal profits when total cost is equal to total revenue i.e.  $OPE_1Q_1$ . In figure 13 (C), Firm C is less efficient than Firm B and has



costs higher than Firm B. The firm is in equilibrium at point  $E_2$  as at point  $E_2$ ,  $MR=MC$  and  $MC$  curve cuts  $MR$  curve from below.  $OQ_2$  is the equilibrium level of output. The total revenue is  $OP \times OQ_2 = OPE_2Q_2$ . The total cost is  $L_2Q_2 \times OQ_2 = L_2Q_2OK_2$ . The firm will be incurring losses as total cost is more than total revenue i.e.  $L_2Q_2OK_2 > OPE_2Q_2$ . The difference between total cost and total revenue is losses i.e.  $L_2Q_2OK_2 - OPE_2Q_2 = K_2L_2E_2P$ .

Therefore, some firms earn super-normal profit, some other earn normal profits and still others incur losses while attaining short-run equilibrium under different cost conditions.

### **7.4.3.2 Short-run Equilibrium of Industry**

The industry will be in equilibrium in short-run under different cost conditions if all the existing firms of an industry are in equilibrium. In figure 13, at given price  $OP$ , the equilibrium outputs of Firm A, Firm B and Firm C are  $OQ$ ,  $OQ_1$  and  $OQ_2$ , respectively. The industry's equilibrium output will be the summation of output of all the three firms. As different firms earn super-normal profit, normal profit and incur losses, their summation will decide whether industry will be in equilibrium with super-normal profits or losses. Therefore, short-run equilibrium of industry under different cost conditions exists either with super-normal profit or losses.

### **7.4.3.3 Long-run Equilibrium of Firm and Industry**

The various firms operate under different cost conditions in long-run due to heterogeneity of various factors of production. To discuss long-run equilibrium of firm and industry under different cost conditions, the concept of marginal firm is of utmost importance. Marginal firm is the firm which is the least efficient and has the highest costs. This firm will be earning

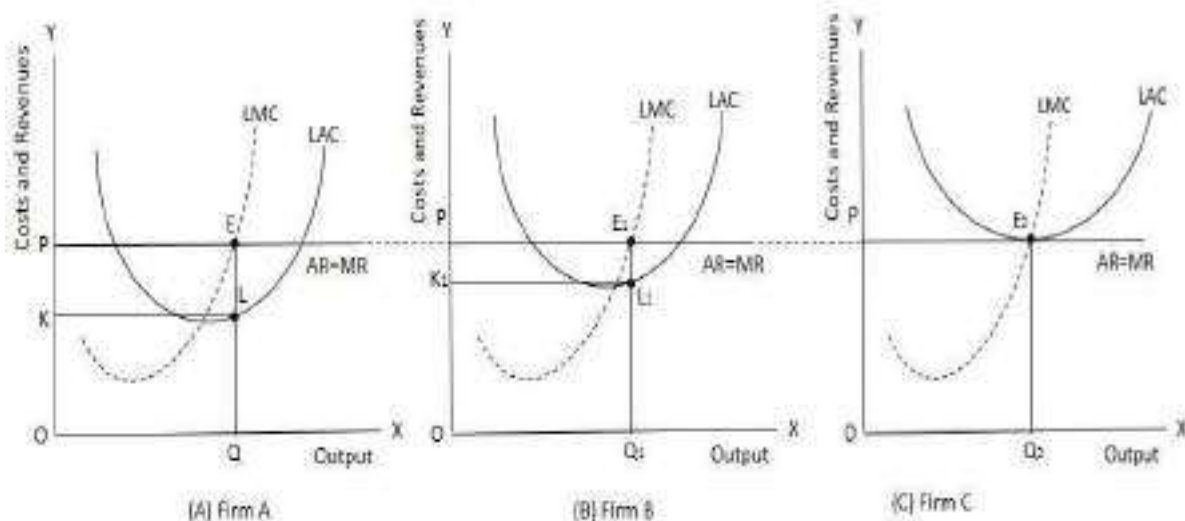


Figure 14: Long-run Equilibrium under Different Cost Conditions

normal profits so whenever there is decline in price, marginal firm will be the first firm to leave the industry. Those firms which are more efficient than marginal firm are regarded as intra marginal firms and will be earning super-normal profit. The two necessary conditions for long-run equilibrium of firm and industry under different cost conditions are (i)  $MR=MC$  of all the firms and (ii) Price (AR) = AC of the marginal firm. There are three firms i.e. Firm A, Firm B and Firm C in a specific industry. Firm A is the most efficient and has the lowest costs. Firm B is less efficient than Firm A and has higher costs than Firm A. Both Firms A and B are regarded as intra marginal firms and earning super-normal profits. The Firm C is the least efficient and has the highest costs. Firm C is regarded as marginal firm and earning normal profit. If there is slight decline in the price, Firm C will be the first to leave the industry. The long-run equilibrium of firm and industry under different cost conditions has been explained in figure 14. In this figure, at price OP, AR is average revenue curve and MR is marginal revenue curve for all the firms. LAC and LMC are long-run average cost and long-run marginal cost curves, respectively. Firm A is the most efficient and has the lowest costs. Firm B is less efficient than Firm A and has higher costs than Firm A. The Firm C is the least efficient and has the highest costs. Firm C is regarded as marginal firm and earning normal profit. In case of Firm C, price is exactly equal to long-run average cost  $E_2Q_2$ . If price declines slightly below OP then Firm C will be the first to leave the industry. Both Firms A and B are regarded as intramarginal firms and earning super-normal profits. In case of Firm A and Firm B, equilibrium is attained at E and  $E_1$ , respectively as at these points  $MC=MR$ . In figure 14 (A), Firm A is most efficient and has the lowest costs. The firm is in equilibrium at point E and OQ is the equilibrium level of output. The total revenue is  $OP \times OQ = OPEQ$ . The total cost is  $LQ \times OQ = LQOK$ . The firm will be earning super-normal profits as total revenue is more than total cost i.e.  $OPEQ > LQOK$ . The difference between total revenue and total cost is super-normal profit i.e.  $OPEQ - LQOK = KLEP$ . In figure 14 (B), the Firm B is in equilibrium at point  $E_1$  and  $OQ_1$  is the equilibrium level of output. The total revenue is  $OP \times OQ_1 = OPE_1Q_1$ . The total cost is  $L_1Q_1 \times OQ_1 = L_1Q_1OK_1$ . The firm will be earning super-normal profits as total revenue is more than total cost i.e.  $OPE_1Q_1 > L_1Q_1OK_1$ . The difference between total revenue and total cost is super-normal profit i.e.  $OPE_1Q_1 - L_1Q_1OK_1 = K_1L_1E_1P$ . In figure 14 (C), Firm C is marginal firm. This firm is in equilibrium at point  $E_2$  and  $OQ_2$  is the equilibrium level of output. The total revenue is  $OP \times OQ_2 = OPE_2Q_2$ . The total cost is  $E_2Q_2 \times OQ_2 = OPE_2Q_2$ . The firm will be earning

normal profits as total revenue is equal to total cost i.e.  $OP_2Q_2$ . Firm A and Firm B, both are earning super-normal profits but super-normal profit is higher in case of more efficient firm i.e. Firm A. Figure 14 has shown that all the firms are in equilibrium. The marginal firm is earning normal profit so there is no tendency for other firms to enter or leave the industry. Therefore, if all the firms i.e. Firm A, Firm B and Firm C are in equilibrium then industry is also in equilibrium. As intra-marginal firms are in equilibrium with super-normal profit then long-run equilibrium of industry under different cost conditions is also attained with super-normal profits.

### **Check Your Progress-II**

Q1. Mention the conditions necessary to attain short-run equilibrium of a firm.

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q2. List the necessary conditions to attain long-run equilibrium of firm and industry.

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### **7.5 Summary**

In this unit, the concept of perfect competition, its features and effects of changes in demand and supply on price have been discussed. The price determination in market time period, short time period and long time period have also been explained. Moreover, the equilibrium of firm and industry under identical as well as different cost conditions have been analysed. Perfect competition is a market situation in which there exists large number of buyers and sellers selling identical products. In this market form, there is free entry and exit of firms, absence of transportation cost, perfect mobility of factors of production and perfect knowledge among buyers and sellers. The two necessary conditions to attain short-run equilibrium of an individual firm are (i)  $MC=MR$  (ii)  $MC$  must cut  $MR$  curve from below. The two necessary conditions to attain long-run equilibrium of firm and industry are (i)  $MC=MR$  (ii)  $AC=AR$ . In short time period, firm can earn super-normal profits, normal profits and incur losses. Super-normal profit exists if firm's average revenue is more than average cost. When average revenue is exactly equal to average cost then firm is earning normal profits. If average cost is more than average revenue then firm must be incurring losses. Under identical cost conditions, industry will be in equilibrium with normal

profits in long-run.

## **7.6 Questions for Practice**

### **A. Short Answer Type Questions**

- Q1. Explain the various features of perfect competition.
- Q2. Describe the effects of simultaneous changes in demand and supply on price.
- Q3. Discuss the price determination in market time period with the help of suitable diagrams.
- Q4. Explain long-run equilibrium of firm and industry under identical cost conditions.
- Q5. Discuss short-run equilibrium of firm and industry under different cost conditions.

### **B. Long Answer Type Questions**

- Q1. Give the meaning of perfect competition. How is price determining under perfect competition?
- Q2. How price and output of a firm is determined in perfect competition.
- Q3. Discuss the price determination in short and long run under perfect competition.
- Q4. Explain Long-run Equilibrium of Firm and Industry under different cost conditions with the help of diagram.
- Q5. Discuss equilibrium of Firm and Industry under Different Cost Conditions for short period.
- Q6. Explain equilibrium of Firm and Industry under Identical Cost Conditions for short and long period.

## **7.7 Suggested Readings**

- H.L. Ahuja: Advanced Economic Theory (Microeconomic Analysis)
- Koutsoyiannis: Modern Microeconomics
- K.N. Verma : Micro Economic Theory

# **BACHELOR OF ARTS**

## **SEMESTER –I**

### **COURSE: MICRO ECONOMICS**

---

#### **UNIT 8: IMPERFECT COMPETITION: MONOPOLY AND MONOPOLISTIC COMPETITION**

---

##### **STRUCTURE**

##### **8.0 Learning Objectives**

##### **8.1 Introduction**

##### **8.2 Monopoly: Meaning and Features**

###### **8.2.1 Nature of Demand and Revenue Under Monopoly**

###### **8.2.2 Determination of Price and Equilibrium Under Monopoly**

###### **8.2.2.1 Total Revenue and Total Cost Approach**

###### **8.2.2.2 Marginal Revenue and Marginal Cost Approach**

###### **8.2.3 Price and Output Equilibrium in Short Run Period**

###### **8.2.4 Price and Output Equilibrium in Long Run Period**

###### **8.2.5 Monopoly Equilibrium and Laws of Cost**

###### **8.2.6 Degree of Monopoly Power**

###### **8.2.7 Price Discrimination/Discrimination Monopoly: Meaning and Types**

###### **8.2.7.1 Degrees and Conditions for Price Discrimination**

###### **8.2.7.2 Price and Output Determination under Price Discrimination**

###### **8.2.7.3 Price Discrimination under Dumping**

##### **8.3 Monopolistic Competition: Meaning and Features**

###### **8.3.1 Nature of Demand and Cost Curves under Monopolistic Competition**

###### **8.3.2 Price and Output under Monopolistic Competition (Individual Equilibrium)**

###### **8.3.3 Price and Output under Monopolistic Competition (Group Equilibrium)**

###### **8.3.4 Selling Cost**

###### **8.3.5 Excess Capacity**

##### **8.4 Comparison between Monopoly and Monopolistic Competition**

##### **8.5 Summary**

## 8.6 Questions for Practice

## 8.7 Suggested Readings

## **8.0 Learning Objectives**

After the completion of this unit, learner will be able to:

- Define the Monopoly and Monopolistic Competition.
- Determine the price and equilibrium under Monopoly and Monopolistic Competition.
- Measure the Monopoly Power
- Determine the price under discriminating Monopoly
- Understand the selling cost and excess capacity
- Compare the Monopoly competition and Monopolistic Competition

## **8.1 Introduction**

In economic terms, imperfect competition is a market situation under which the conditions necessary for perfect competition are not satisfied. The concept of imperfect competition was firstly explained by the Economist Mrs. Joan Robinson in 1933 in her book “Economics of Imperfect Competition”. There are four types of imperfect markets. These markets are: Monopoly (only one seller), Oligopoly (few sellers of goods), Monopolistic competition (many sellers with highly differentiated product) and Monopsony (only one buyer of a product).

## **8.2 Monopoly: Meaning and Features**

The word Monopoly is the combination of two words: Mono (single) and Poly (Control). It means Monopoly is a competition where there is only one or a single/producer seller of the commodity in the market and there is no close substitution of that commodity. For example, in Punjab, there is only one seller of electricity i.e., Punjab State Electricity Board and electricity has no close substitution in the market. In a monopoly, difference between firm and industry does not exist.

According to Koutsoyiannis, “Monopoly is a market situation in which there is a single seller.

There are no close substitutes of the commodity it produces, there are barriers to entry”. As per Ferguson, “A pure monopoly exists when there is only one producer in the market. There are no dire competitions.”

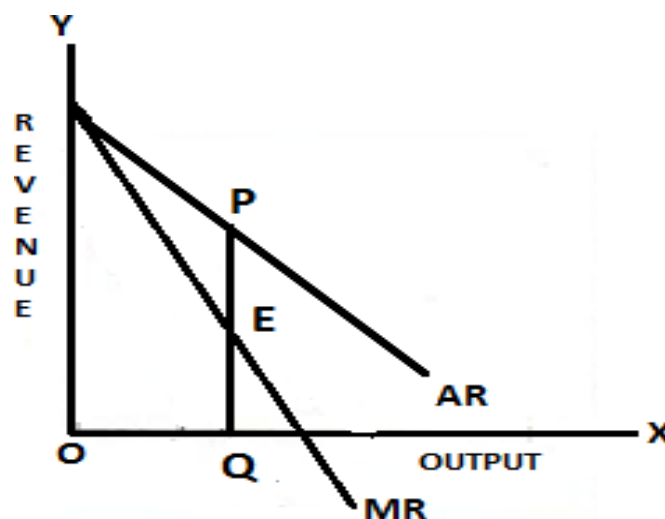
### **Features/Assumptions**

Following are the main features of monopoly competition:

1. Under monopoly, there is a single seller or producer of the commodity but has largenumber of buyers.
2. There no close substitution of the produced commodity in the market.
3. There are some restrictions on the entry of the new firm. These restrictions can be inthe form of natural or artificial.
4. Monopolist is the price maker and has full control on the supply of product. He cancharge different price from different buyer for the same product.
5. There is only one firm and difference between firm and industry does not exist.

#### **8.2.1 Nature of Demand and Revenue Under Monopoly Competition**

Under Monopoly, firm’s demand curve constitutes the industry’s demand curve because there no difference between firm and the industry. In this market, both average revenue (AR) as well as marginal revenue (MR) curves slopes downward from left to right. AR slopes downward, it means if producer fixes high price, then demand will decrease and vice-versa.



**Fig 1**

In Fig. 1, on the X-axis, output and on Y-axis, revenue has been measured. AR is average revenue curve and MR is marginal revenue curve. Both are sloping downward from left to right whereas MR is below the AR curve showing that at OQ output, average revenue (AR) or Price is PQ and marginal revenue (MR) is EQ. In other words,

$$AR > MR \text{ or } PQ > EQ.$$

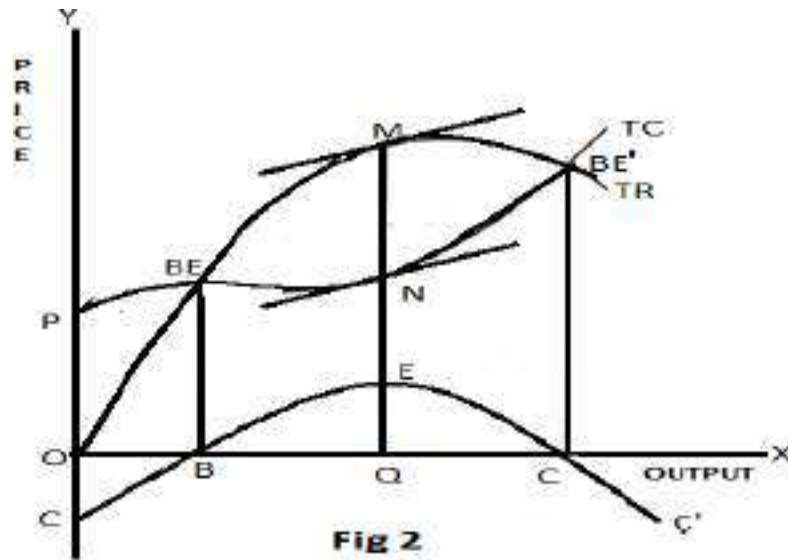
### **8.2.2 Determination of Price and Equilibrium Under Monopoly**

Following are the two approaches to determine the price and equilibrium under monopoly competition:

#### **8.2.2.1 Total Revenue and Total Cost Approach**

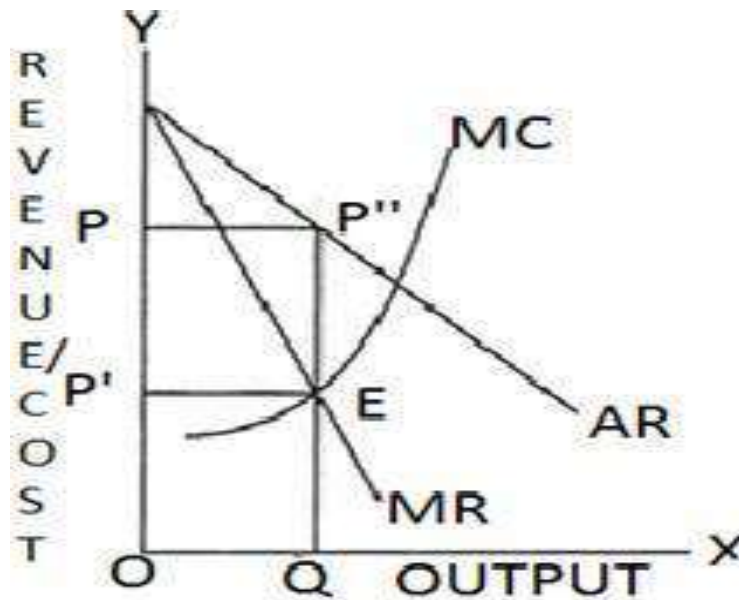
With total revenue and total cost approach, monopolist will get maximum profit where the difference between the TR and TC is maximum and this is an equilibrium situation for him. This approach can be explained the help of figure 2. This shows that TC is total cost curve, TR is total revenue curve and CC' is profit curve. TR curve starts from the origin O (indicates that when output is zero, then TR is also zero) and TC starts from P (indicates that TC includes both FC and VC and if producer discontinues its output, he has to bear the loss of fixed cost). CC' starts from C showing initially producer bears the losses but when producer starts production, TR increases. However, in the beginning, the rate of increase in TR is less than TC. Therefore, BC part of CC' curve shows that producer is incurring losses. At the point BE, total revenue is equal to total cost, it means producer is working on break-even point (Break-even point is that situation where producer has no profit no loss, here his TR=TC). When producer increases his output more than BE point, TR will be more than TC and CC'' slopes upward. It shows that firm is earning profit. When CC' curve will reach its highest point E, then the producer will be earning maximum profits. The amount of output i.e OQ will be called equilibrium output. If the producer will produce the output after equilibrium output, then his profits will go on diminishing and again he will reach at break-even point i.e. BE'. If the producer produces more than BE', then TR will be less than TC and producer will incur loss.





### 8.2.2.2 Marginal Revenue and Marginal Cost

According to this approach, monopolist will be in equilibrium and earn maximum profits when  $MC=MR$  and  $MC$  curve cuts  $MR$  from below. It can be explained with the help of diagram:



In fig 3, output is shown on X-axis and revenue/cost on Y-axis.  $MC$  is marginal cost,  $AR$  average revenue and  $MR$  is marginal revenue curves. At the point  $E$ ,  $MC=MR$  and  $MC$  curve cuts  $MR$  curve from below so this point is an equilibrium point and  $OQ$  is the equilibrium output.

### Check Your Progress - I

Q1. Define Monopoly.

Ans. ....

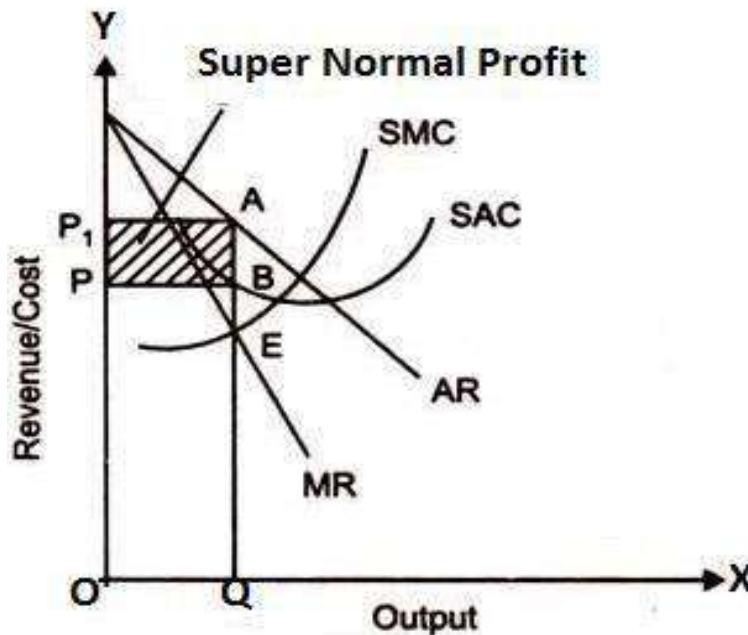
Q2. Give any two features of monopoly.

Ans. ....

#### **8.2.3 Price and Output Equilibrium in Short-run Period**

Short run is that period of time when monopolist/producer cannot change the fixed factors like land, building etc but can change the output with the help of variable factor like labour. Under short run period, monopolist can face following three situations:

**A. Super Normal Profit:** If the price/Average Revenue (AR) of the product is more than its Average Cost (AC), then monopolist will get the super normal profits. In other words: super normal profit =  $AR > AC$ . The producer will produce up to the level where MR (at this point he will be in equilibrium situation).



**Fig 4**

In fig 4, output is measured on X-axis and revenue/price is on Y-axis. SAC and SMC are short run average cost and short run marginal cost curves whereas AR and MR are average revenue and marginal revenue curves respectively. The monopolist is in equilibrium at the point E where  $MC=MR$  and MC cuts MR from below (at this point both conditions are fulfilled so this is an equilibrium point). At this level, monopolist produces OQ output and sells it at AB price which is more than average cost BQ by AB (AQ-BQ). Thus, in this situation monopolist will earn super normal profits i.e. ABPP'.

**B. Normal Profit:** If the price/Average Revenue (AR) of the product is equal to its Average Cost (AC), then monopolist will get the normal profits. In other words: normal profit= $AR=AC$ .

In fig 5, output is measured on X-axis and revenue/price is on Y-axis. SAC and SMC are short run average cost and short run marginal cost curves whereas AR and MR are average revenue and marginal revenue curves respectively. The monopolist is in equilibrium at the point E where  $MC=MR$  and MC cuts MR from below (at this point both conditions are fulfilled so this is an equilibrium point). At this level, monopolist produces OQ output. At this level of output, average cost touches average revenue curve at the point A (it means price OP is equal to the average cost AQ). Therefore, monopolist will earn normal profit at the point.

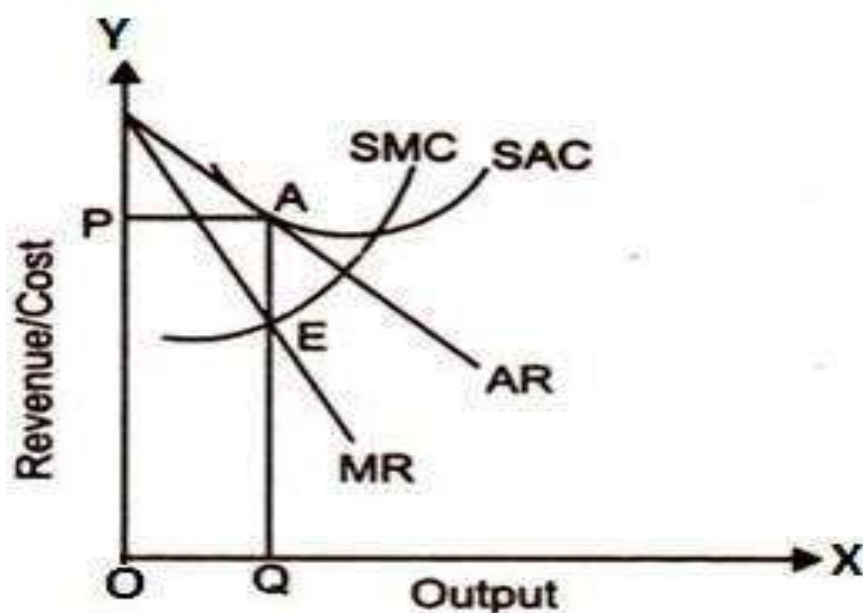
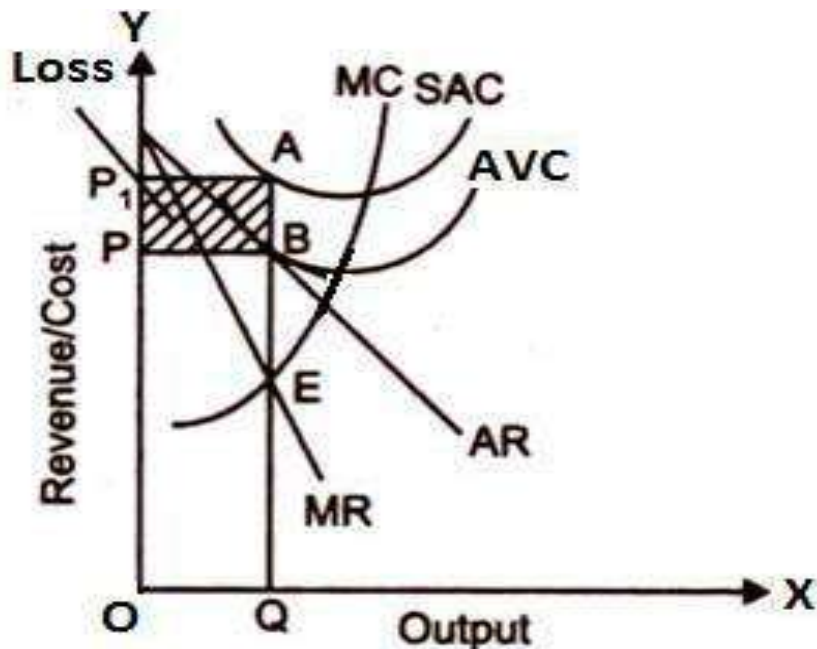


Fig 5

**C. Losses:** The monopolist may have to bear losses in the short run period if the price/Average

Revenue (AR) of the product is less than its Average Variable Cost (AVC). Once the price falls below the AVC, monopolist will stop the production.

In fig 6, output is measured on X-axis and revenue/price is on Y-axis. SAC and SMC are short run average cost and short run marginal cost curves whereas AR and MR are average revenue and marginal revenue curves respectively. The monopolist is in equilibrium at the point E where  $MC=MR$  and MC cuts MR from below. The monopolist will produce OQ level of output and sells it at OP. At OP price, AVC touches the AR curve at point B. It shows that producer will cover only AVC from the prevailing price. At OP point, he will bear loss of fixed cost i.e. AB per unit and total loss ABPP'. If the price decreases below OP, the producer will stop the production.



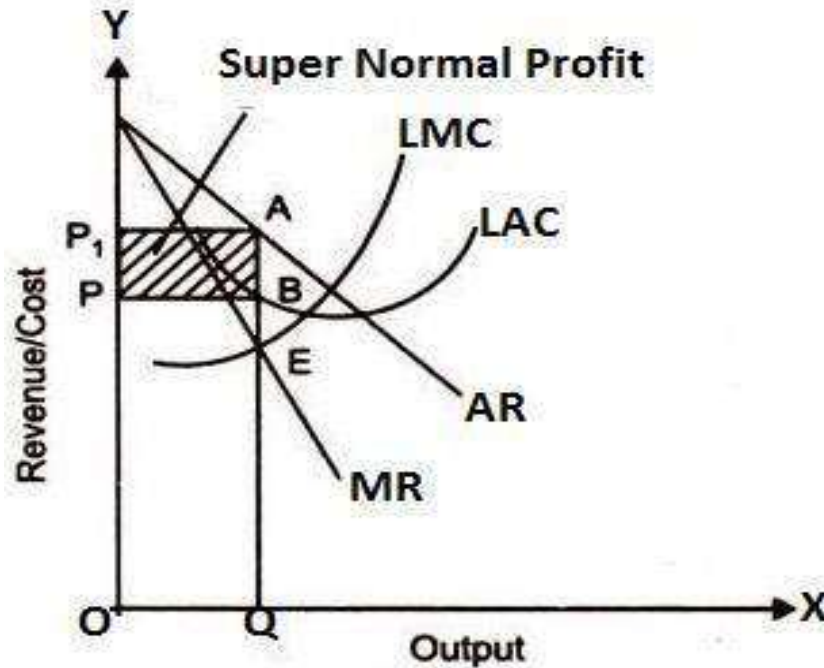
**Fig 6**

#### **8.2.4 Price and Output Equilibrium in Long Run Period**

In long run, monopolist will be in equilibrium when long run marginal cost is equal to marginal revenue. In this situation, he will try to earn super normal profit and fix the price to get it. In other words: Super Normal Profit (Long run) =  $AR > LAC$ .

In fig 7, output is measured on X-axis and revenue/price is on Y-axis. LAC and LMC are long run average cost and long run marginal cost curves whereas AR and MR are average revenue and marginal revenue curves respectively. The monopolist is in equilibrium at the point

E where  $MC=MR$  and  $MC$  cuts  $MR$  from below (at this point both conditions are fulfilled so this is an equilibrium point). At this level, monopolist produces  $OQ$  output and sells it at  $AB$



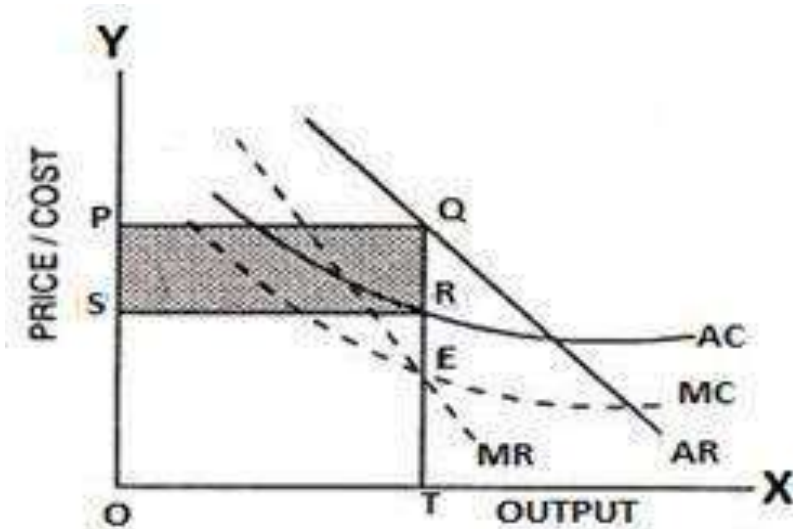
**Fig 7**

price which is more than average cost  $BQ$  by  $AB$  ( $AQ-BQ$ ). Thus, in this situation monopolist will earn super normal profits i.e.  $ABPP'$ .

### **8.2.5 Monopoly equilibrium and Laws of Cost**

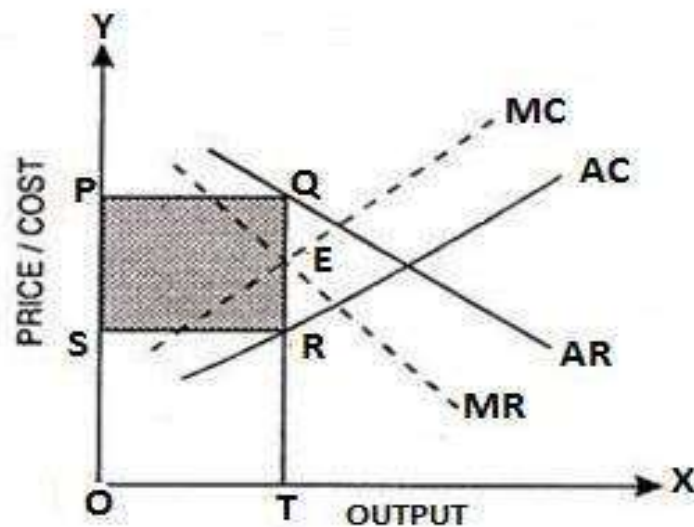
There are three laws of cost i.e., law of diminishing cost, increasing cost and constant cost which effect the price of the product:

**A. Diminishing Cost:** This law is also known as law of increasing return. According to this law, production increases and cost per unit declines. In this situation, producer must sell his product at low price to increase its sales. In Fig 8  $AC$  and  $MC$  are falling. The  $MC$  and  $MR$  cut each other at point  $E$ . So, the monopolist will produce  $OT$  units of commodity and sell the same at  $QT$  Price and gets  $PQRS$  profit.



**Fig 8**

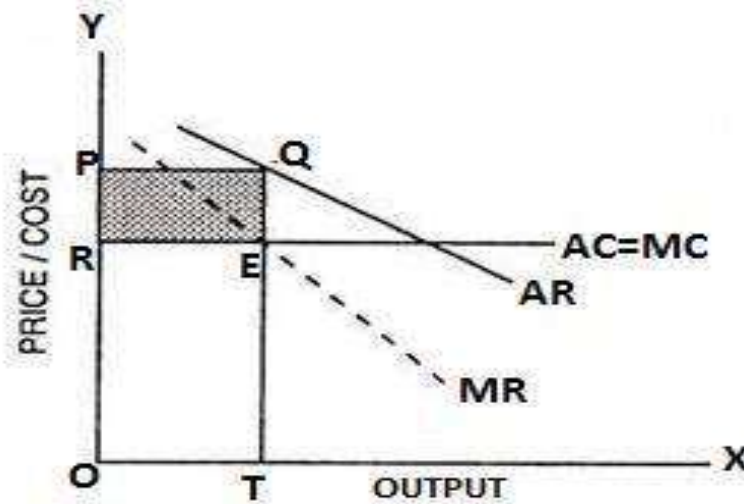
**B. Increasing Costs:** This law is also known as decreasing return to scale, under this situation producer will get the maximum profit at point E (indicated in the fig 9), where marginal revenue marginal costs are equal to each other ( $MR=MC$ ). The producer will produce OT units of the commodity at QT price and will get profits from PQRS.



**Fig 9**

**C. Constant Costs:** In this situation, cost will remain the same whether production is less or more. In the fig 10, the AC curve will be parallel to OX and for all the levels of output AC will be equal to MC. AR and MR represent the average revenue curve and marginal revenue curve

respectively. The equilibrium of firm is at point E where  $MC=MR$  and OT is the equilibrium output with QT Price. The monopoly profit will be equal to PQRE.



**Fig 10**

**8.2.6 Degree of Monopoly Power**

Measurement of monopoly power depends upon various factors but commonly there are two methods for measuring it:

**A. Lerner’s Measure:** According to this, monopoly power is the difference between the price and the marginal cost. It means larger the difference between these two, larger the monopoly power and less the difference between these two, less the monopoly power. Following is the formula for measuring the monopoly power:

$$MP = \frac{\text{Price} - \text{Marginal Cost}}{\text{Price}}$$

**B. J.S.Bain:** According Prof J.S.Bain, monopoly power is the difference between the price and average cost.

**Check Your Progress - II**

Q1. Discuss the determination of price and output under monopoly long period.

Ans. \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Q2. Define Monopoly Power.

Ans. \_\_\_\_\_

---

### **8.2.7 Price Discrimination/Discrimination Monopoly: Meaning and Types**

Price discrimination refers to selling the same commodity or product at different prices to different buyers. In other words, if a monopolist charges different prices from different consumers for the same commodity is called price discrimination or discriminating monopoly. For example, when a producer charges Rs. 1,000 for a chair from X customer and Rs. 800 from customer Y for the same chair, then producer is practicing price discrimination.

According to Robinson, "Price discrimination is charging different prices for the same product or same price for the differentiated product."

According to Stigler, "Price discrimination is the sale of various products at prices which are not proportional to their marginal costs." In the words of Dooley, "Discriminatory monopoly means charging different rates from different customers for the same good or service." **Types:** Price discrimination is of the following kinds:

- A. Personal Price Discrimination:** It refers to charging of different prices from different customers for the same product. For example, if a doctor charges different price/fee of his services from rich and poor patients then it is called personal price discrimination.
- B. According to use:** When different prices are charged for different uses to which the commodity is put, for example, rate of electricity for domestic use is costly than for commercial purposes.
- C. Area-wise Discrimination:** when the monopolist charges different prices at different places for the same product, it is called as area-wise or geographical discrimination. This type of discrimination is also called dumping.

#### **8.2.7.1 Degrees and Conditions of Price Discrimination**

Prof. Pigou has divided the degrees of price discrimination into three categories:

- **First Degrees:** In the first degree of price discrimination, the monopolist can sell each separate unit of product at a different price. The seller charges exactly the price the buyer wants to pay.



This means that the seller does not leave a discount/surplus to the consumer. This type of price discrimination is called perfect discrimination. This is the 'take-it-or-leave-it' price discrimination.

- **Second Degree:** In this degree, the buyers are divided into different categories and from different categories different price is charged which is the lowest demand price of that group.
- **Third Degree:** In this degree, the market is divided into several smaller markets or sub-markets, and from each market different price is charged. The price charged in a small market or sub market depends on production and the conditions of demand for that small market.

Price discrimination is possible when the following conditions exist in the market:

- **Single Seller or Producer of a Commodity:** Price discrimination is only possible under the monopoly market structure where there is a single seller or producer of a commodity or service. In other types of market structure, it is not possible.
- **Two Separate Markets:** There should be two or more than two separate markets in which product or commodity is being sold. They shouldn't be close to each other.
- **Different Elasticity of Demand:** The price difference indicates that the demand in the two markets. The monopolist can set the highest market price where flexibility is less and also the lowest market price where flexibility is more elastic.
- **Nature of the Product:** The nature of the product or service must be such that it cannot be resold. Otherwise, you cannot discriminate on the basis of price.
- **Ignorance of Buyers:** Price discrimination is possible if the buyer is lazy and does not know the market conditions, the monopolist will charge different buyers different prices for their products or services. Sometimes customers are lazy and don't care about the slightest difference in product and service offerings.
- **Sale on Order:** Price discrimination is also possible when a single seller sells his product on order.
- **Legal Acceptance:** When a monopolist has legal sanction from the government to sell its product at different prices then the price discrimination is possible. For example, PSEB has legal sanction from the government to charge different prices for the use of electricity in agricultural sector and industrial sectors.
- **Various uses:** Price differences can also occur when users of a service or product have

different uses. For example, Indian Railways charge different freight rates for coal and silver.

### 8.2.7.2 Price and Output Determination Under Price Discrimination

We know that under price discrimination, monopolist charges different prices from different consumer for the same product. For that purpose, he will divide the entire market into sub-markets on the basis of the elasticity of demand for the product. Only if the elasticity of demand is different, price discrimination will be profitable. After dividing the market, the monopolist has to decide: (1) how much the total output should be produced? (2) How the total output should be distributed between the sub-markets? And (3) what prices should be charged in each of sub-market? In order to explain it, suppose there are two different markets

i.e A and B having different elasticity of demand.

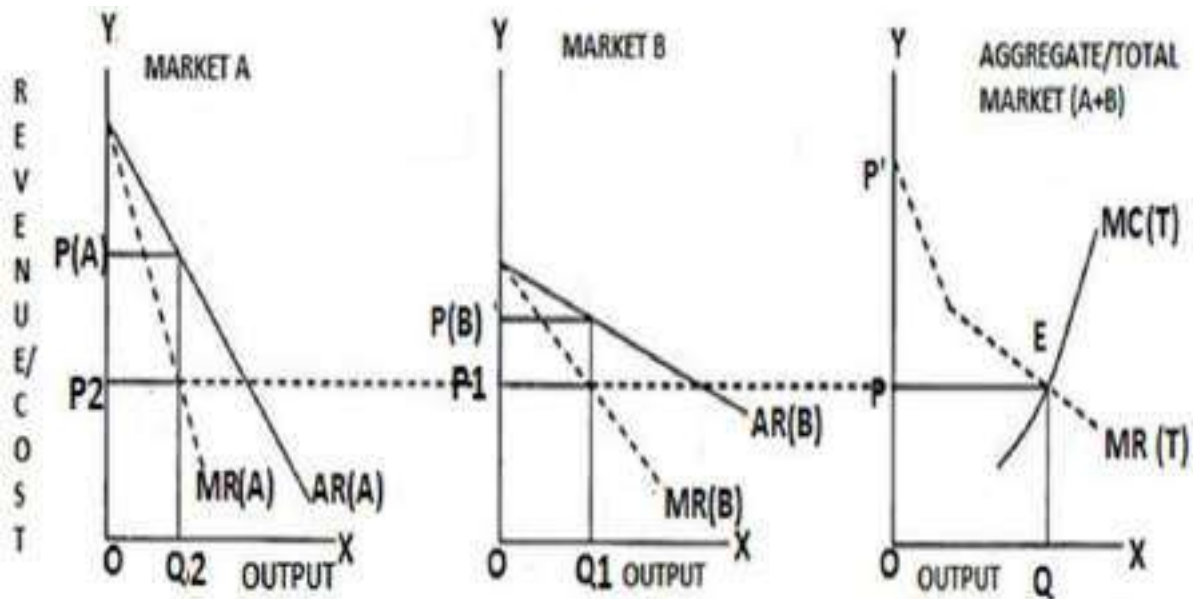


Fig 11

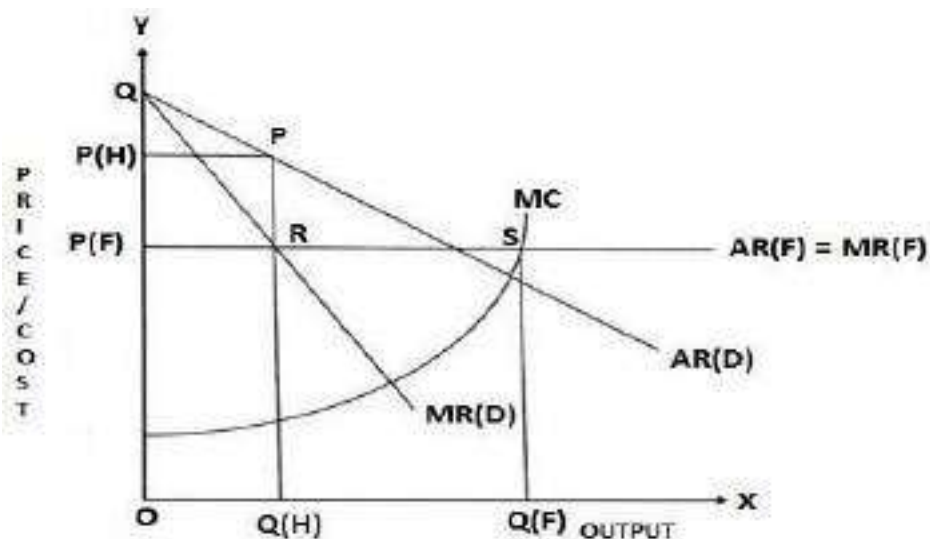
The monopolist has to decide at what level of output he should produce to get maximum profit, hence, he will be in equilibrium at output at which  $MR=MC$  and  $MC$  curve cuts the  $MR$  curve from below. It is assumed that the product is homogenous. In the above fig 11, marginal revenue curve of A market and of B market is expressed by  $MR(A)$  and  $MR(B)$  whereas average revenue curve of A market and of B market is expressed by  $AR(A)$  and  $AR(B)$  respectively. The total

marginal revenue (MC(T)) curve includes marginal cost of market A and market B whereas MR(T) is the combination of marginal revenue of both A and B markets. Thus, the total output is fixed at that point where  $MC(T) = MR(T)$  and MC(T) cuts MR(T) from below. Therefore, the equilibrium of the discriminating monopolist is established at output OQ at which MC(T) cuts MR(T). In other words, he will produce OQ output. For dividing the total output (OQ) into two markets, the discriminating monopolist will distribute it in such a way that marginal revenue in each is equal to the marginal cost of whole output (which is equal to OP). Therefore, he will sell output OQ2 in market A and OQ1 in market B.

The elasticity of demand is different in each market, so monopolist will charge different prices in both the markets. It is also shown that in Market B in which elasticity of demand is greater, the price charged is lower than that in Market A where the elasticity of demand is less. So OQ2 output will be sold at price OP(A) in market A and OQ1 output at OP(B) in market B.

### **8.2.7.3 Price Determination Under Dumping**

Dumping occurs when monopolist sells his product in domestic country at high price and in foreign country at low price. In other words, in this case of price discrimination, producer charges lower price in the foreign market and high price in the domestic country as he enjoys monopoly in domestic country and faces perfect competition in foreign market. The demand curve for the product will be perfectly elastic for him where he faces perfect competition, while demand curve will be sloping downward where he enjoys monopoly. This can be explained with the help of figure



**Fig 12**

In the domestic market in which the producer has a monopoly, average revenue curve AR (D) as well as marginal revenue curve MR(D) are sloping downward. In the foreign market, producer faces perfect competition so AR(F) curve will be a horizontal straight line and the MR(F) curve will coincide with the AR(F) curve. MC is the marginal cost curve of output and the aggregate marginal revenue curve is represented as QRS.

The fig shows that the marginal cost curve MC intersects the MR curve at point S. Therefore, an equilibrium output OQ(F) is determined. The total OQ (F) output is distributed between the foreign and the domestic market in such a manner that the Marginal revenue in each market is equal to each other. The producer will sell OQ(H) output at OP(H) price in domestic country and Q(H)Q(F) output at OP(F) price in the foreign country. Here  $OP(H) > OP(F)$  but marginal revenue in both countries is equal.

### **Check Your Progress – III**

Q1. Define dumping.

Ans. -----  
-----

Q2. What do you mean by price discrimination?

Ans. -----  
-----

### **8.3 Monopolistic Competition: Meaning and Features**

The term monopolistic competition was given by Prof Edward H. Chamberlin of Harvard University in 1933 in his book Theory of Monopolistic Competition. The term monopolistic competition represents the combination of monopoly and perfect competition. Monopolistic competition refers to a market situation in which there are a large number of buyers and sellers of products. However, the product of each seller is different in one aspect or the other and these products have close substitutes. For example, there are many well-known brands in soap like Lux, Rexona, Dettol, Dove, Pears, etc.

According to J.S. Bains, “Monopolistic competition is market structure where there is a large

number of small sellers, selling differentiated but close substitute products.”

According to Baumol, “The term monopolistic competition refers to the market structure in which the sellers do have a monopoly (they are the only sellers) of their own product, but they are also subject to substantial competitive pressures from sellers of substitute products.”

**Features:** Following are the features of monopolistic competition:

- 1. Large Number of Sellers and Buyers:** The size of sellers and buyers is large in monopolistic competition. Each firm follows the independent price policy. The buyers do not have perfect knowledge about all the products, their qualities and prices.
- 2. Differentiated Products:** Under monopolistic competition, the products of sellers are different in many respects, like difference in brand, shape, colour, style, trademarks, durability, and quality. Therefore, buyers can easily differentiate among the available products in more than one way. However, under monopolistic competition, products are close substitutes of each other.
- 3. Free Entry and Exit:** Under monopolistic competition, there are no restrictions imposed on firm for their entry and exit from the market. This is the same condition as prevailing under perfect competition.
- 4. Restricted Mobility of Factors of Production:** Under monopolistic competition, the factors of production as well as goods and services are not perfectly mobile. This is because if a firm/producer is willing to move its factors of production or goods and services, it has to pay heavy transportation cost. This leads to difference in the prices of products.
- 5. Price Policy:** Similar to monopoly, average and marginal revenue curves of an organization also slope downward in case of monopolistic competition. This implies that a firm can sell more only if the prices are low of those products. On the other hand, under monopolistic competition, if the prices of products are higher, then the buyers would switch to other sellers due to close substitutability of products.
- 6. Selling cost:** Each and every firm tries to promote their product by spending on advertisements and publicity. The purpose of this cost is to maximise their profits.

### **7.3.1 Nature of Demand and Cost Curves Under Monopolistic Competition**

Under monopolistic competition due to product differentiation, a firm faces a downward sloping demand curve. It is highly elastic but not perfectly elastic. The reason is that if the firm increases

price of their product, then buyer will stop buying their product and shift to another firm who has not changed his price. On the other hand, if firm decreases the price of product, then he will attract new buyers. Under monopolistic competition, average cost, average variable cost, marginal cost and selling cost are of U-shaped. Due to differences in product, supply curve cannot be drawn. Fig 13 shows average revenue and marginal revenue curve under monopolistic competition.

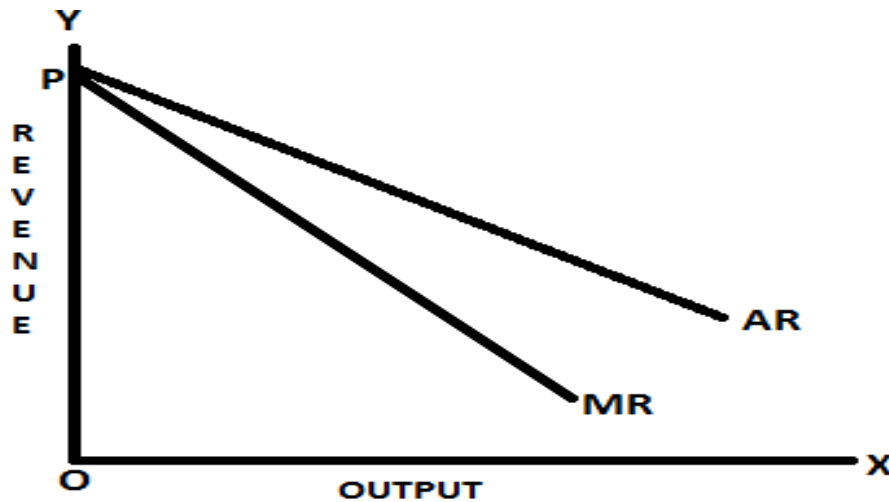


Fig 13

**Check Your Progress – IV**

Q1. Define monopolistic competition.

Ans. -----  
-----

Q2. Give any two features of monopolistic competition.

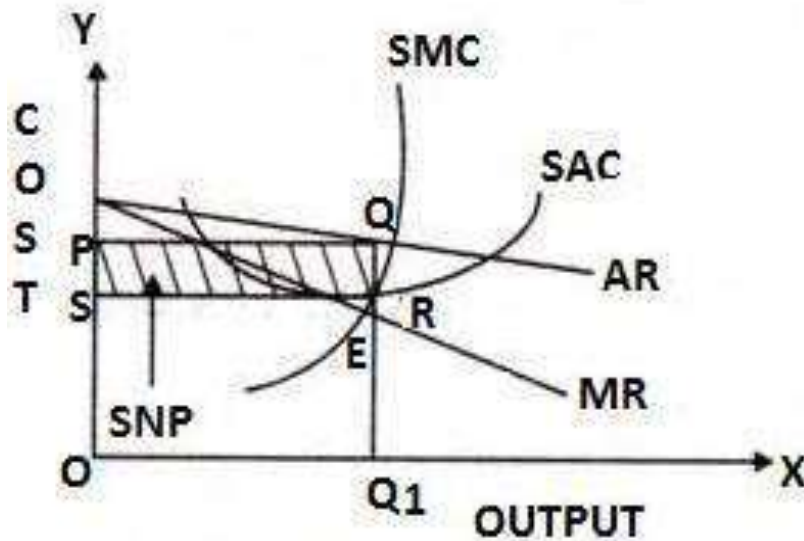
Ans. -----  
-----

**8.3.2 Price and Output Determination Under Monopolistic Competition (Individual Equilibrium)**

**A. Short Run:** The short-run equilibrium of a monopolistic competitive organization is the same as under monopoly. The firm will be in equilibrium at that point where marginal revenue equals

marginal cost and MC cuts MR from below. In short run, a firm can get super normal profits, normal profits and losses:

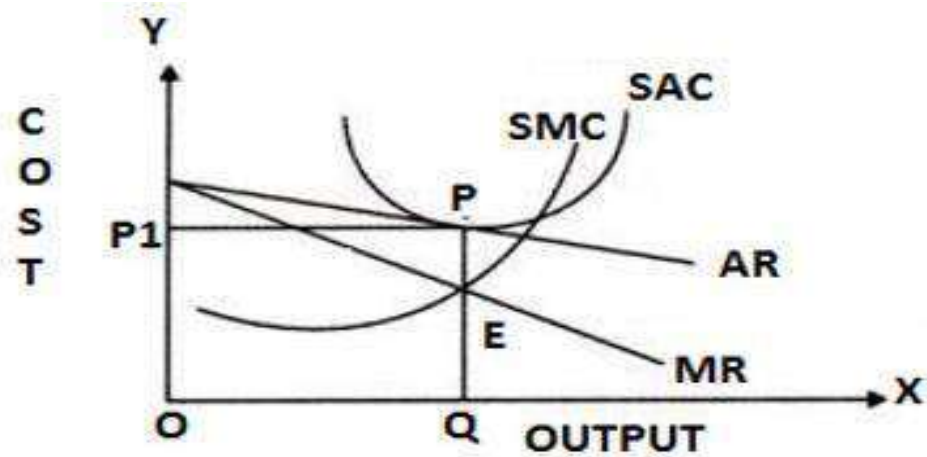
**(i) Super Normal Profit:** Under monopolistic competition, a firm will enjoy the super normal profits where  $MC=MR$  and MC cuts MR from below.



**Fig 14**

In Figure 14, output is measured on X-axis and cost/revenue/price is on Y-axis. AR is the average revenue curve, MR represents the marginal revenue curve, and SAC curve represents the short run average cost curve, while SMC signifies the short run marginal cost. It can be seen that MR intersects SMC at point E (E point is equilibrium point where  $MR=MC$  and MC cut MR from below) which showed output  $OQ_1$  and price is  $OP$  (which is equal to  $QQ_1$ ). Therefore,  $QR$  is the supernormal profit per unit of output as supernormal profit per unit of output is the difference between the average revenue and average cost and supernormal profit would be measured by the area of rectangle  $PQRS$ .

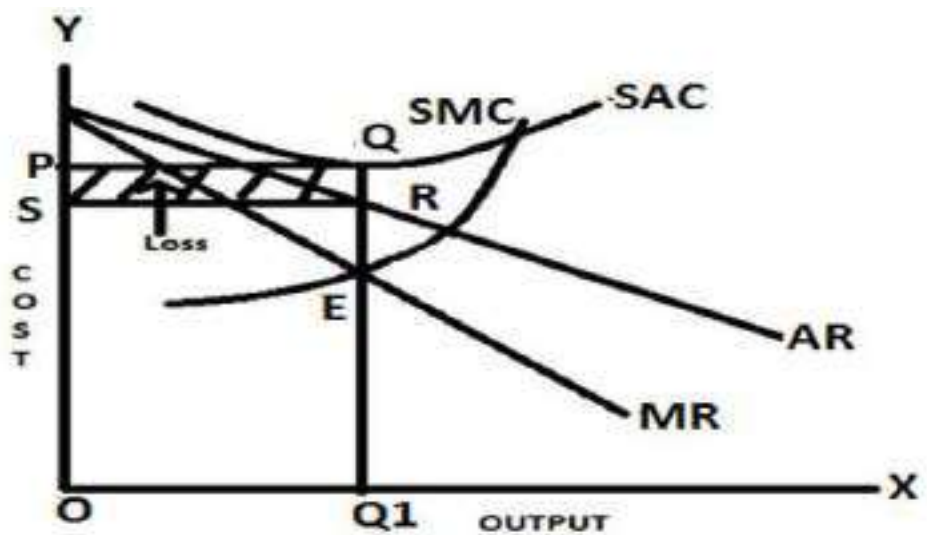
**(ii) Normal Profit:** A firm will earn normal profits when the price of product is equal to average cost of the same product.



**Fig 15**

In Figure 15, output is estimated on X-axis and cost/revenue on Y-axis. SMC indicates short run marginal cost whereas SAC short run average cost. E is the equilibrium point where SMC intersects MR from below and  $SMC=MR$ . At this equilibrium point, the equilibrium output is  $OQ$  and price  $OP1$ . The curve AR touches SAC at point P ( $AR=SAC$ ), thus this P point is normal profit earning point for a firm.

**(iii) Losses:** In short run period when short run average cost is greater than average revenue, a firm will incur losses, as shown in figure 16.



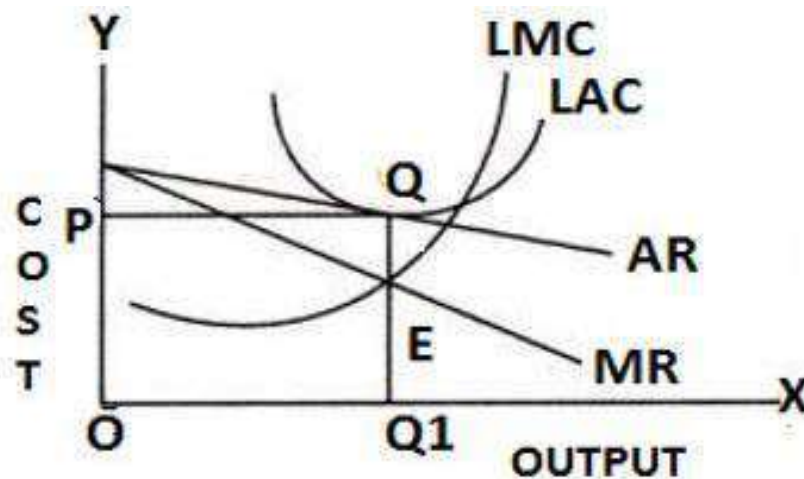
**Fig 16**

Figure 16, output is measured on X-axis and cost/revenue/price is on Y-axis. The firm is in equilibrium at point E, where  $MC=MR$ . At this equilibrium level the output is  $OQ1$  at price  $OP$ .



Corresponding to this, the average cost  $QQ_1$  is greater than average revenue  $RQ_1$ . Hence revenue is less than cost; the firm will incur loss which is  $PQRS$ .

**B. Long Run:** Under monopolistic competition, in long run if existing firms are earning super normal profits, then new firms will enter in the industry. With the entering of new firms, production will increase as a result price will decline. Hence each and every firm will earn normal profit in long run period instead of super normal profits. Now profits are normal only when  $AR = LAC$ . It is further explained with the figure 17:



**Fig 17**

In Figure 17, output is estimated on X-axis and cost/revenue on Y-axis. LMC indicates long run marginal cost whereas LAC long run average cost. E is the equilibrium point where LMC intersects MR from below and  $LMC=MR$ . At this equilibrium point, the equilibrium output is  $OQ_1$  and price  $OP$ . The curve AR touches LAC at point P ( $AR=LAC$ ), thus this Q point is normal profit earning point for a firm.

### **8.3.3 Price and Output Determination Under Monopolistic Competition (Group Equilibrium)**

Generally, group is related with the industry. The industry includes all firms which are producing homogenous product. Whereas under monopolistic competition, group consists of a firm producing differentiated product and have close substitute. For instance, soap making firms like Lux, Dove, and Pears are a group. Following are the assumption of group equilibrium:

- Demand and cost curve of all the firms are identical.

- No firm will affect the price and output of another competitive firm.

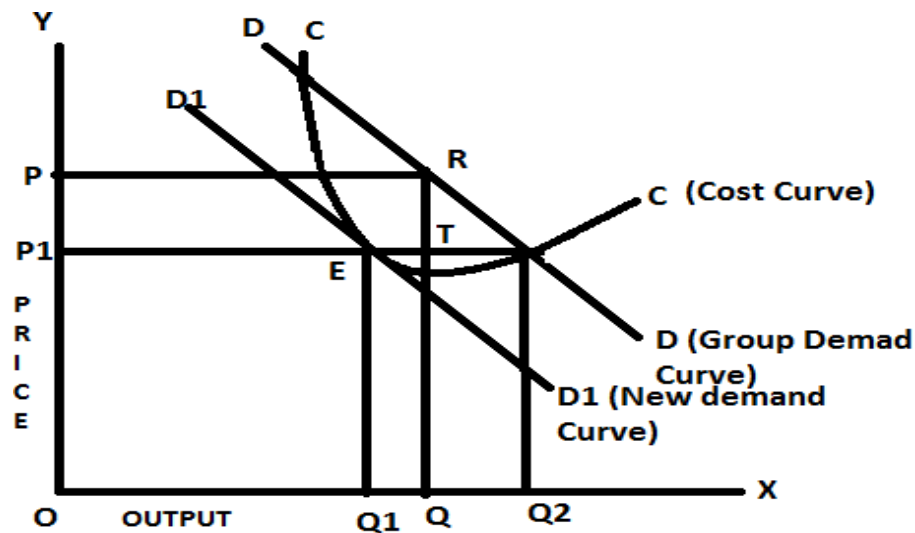


Fig 18

Figure 18, shows output is measured on X-axis and price is on Y-axis. If all firms fix OP price of the product, then they will earn supernormal profit i.e. PRTP1. This supernormal profit will attract the other firms to enter into the market. Then new firms will also start the output as a result production will increase in the market and the firm's new demand curve will be shifted to D1D1. The demand curve is tangent to the cost curve at E point (which is equilibrium point) and all firms will earn normal profits at this situation. Hence the equilibrium price is OP1 and output is OQ1.

### **8.3.4 Selling Cost**

The curve of selling costs was propounded by Prof. Chamberlin. Under monopolistic competition, products are differentiated; therefore, producers have to push up the sales of their product. For this purpose, producers do the publicity regarding the products or try to promote their product. Such a sales promotion expenses are known as selling cost. This cost includes all the promotion expenses like advertisement on television, newspapers, radio and salaries of salespersons incurred by the producers to increase the demand of their product. The selling cost is different from production cost because production cost is related with the expenses incurred by the producer for the production of a product. The production cost includes all the expenses on manufacturing of a product like raw material, electricity, wages of labours and transportation cost (not included in selling cost as this cost do not increase the demand of a product) etc. Like the cost curves, selling cost curve is also U-shaped under the influence of the law of variable proportions.

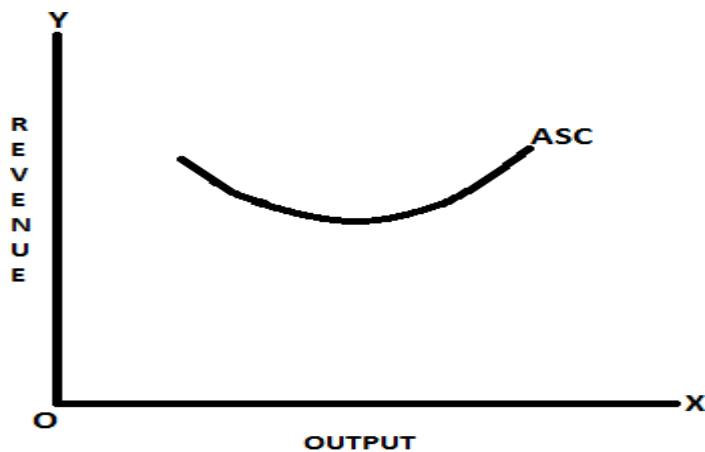


Fig 19

Figure 19, shows the slopes of ASC is average selling cost. In the initial stage, it falls because proportionate increase in sale is more than the increase in selling cost. Later, it starts rising as it indicates that after a point proportionate increase in sale is less than the selling cost.

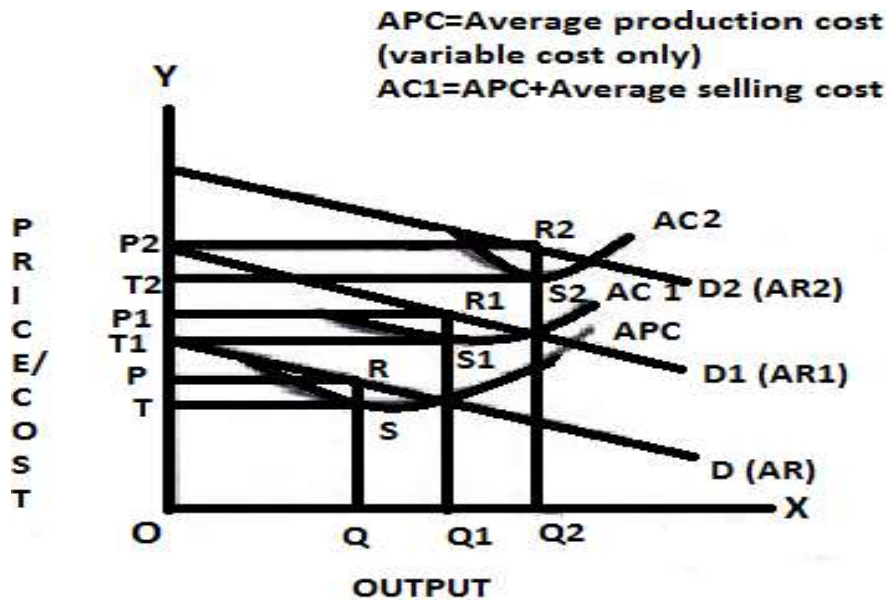


Fig 20

Under monopolistic competition, the selling cost also effect the price-output of a firm. Figure 20 show that output is measured on X-axis and cost/revenue is on Y-axis. APC is initially average production cost and AC1 (average composite curve) includes average production cost and average selling cost whereas AC2 includes average composite cost and additional average selling cost. The initially equilibrium position is when OQ output is sold at OP price. The firm earns PRST super-normal profits. Now, when selling costs are incurred in the first instance, the new equilibrium

position brings T1S1R1P1 profits (after selling cost demand will also increase and new demand curve will be D1 (AR1)) by selling OQ1 output at  $OP_1$  price. Again, if firm increases the selling cost, then demand curve will shift to D2 (AR) and firm will get P2R2S2T2 super normal profits by selling OQ2 output at P2 price. The firm will, however, continue to increase the selling cost to maximize their profits. If the firm spends more on advertisement beyond this level, the addition to revenue will be less than costs.

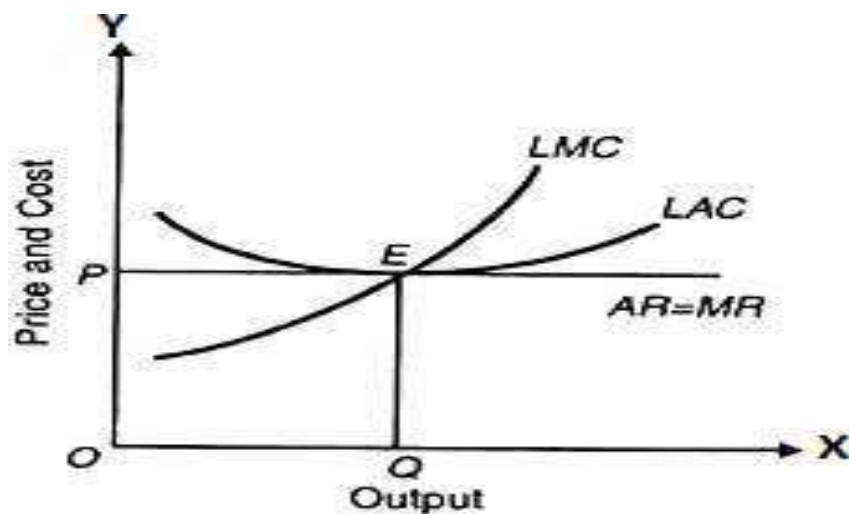
### **8.3.5 Excess Capacity**

Initially, the excess capacity was outlined by Wicksell and Cairnes but later on it was propounded by Chamberlin in a systematic way. The doctrine of excess capacity is concerned with monopolistic competition in the long-run. It is defined as “the difference between ideal (optimum) output and the output actually attained in the long-run.”

Under perfect competition, average revenue/demand curve touches long-run average cost curve (LAC) at its minimum point and two conditions i. e.

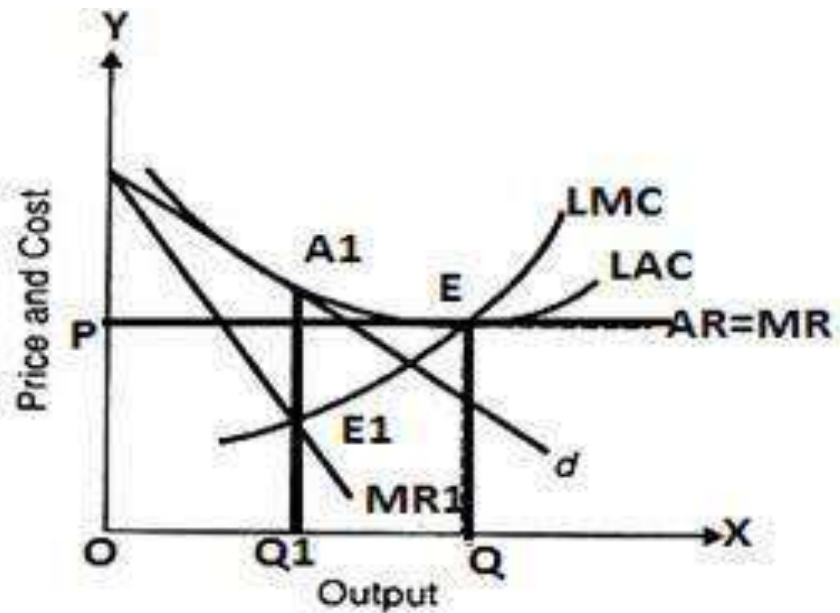
- (i)  $LMC = MR$  and
- (ii)  $AR$  (price) = Minimum LAC are fulfilled.

This means that in the long-run the entry of new firms forces the existing firms to make the best use of their resources to produce at the lowest point of average total costs. Figure 21 show the firm will be in equilibrium situation at the point E (at this point conditions are where OQ is the ideal or optimum output and enjoys profits in long run.



**Fig 21**

Under monopolistic competition, average revenue or demand curve slopes downward and two conditions i. e. (i)  $LMC = MR$  and (ii)  $AR$  (price) = Minimum LAC are not fulfilled. Thus, under this competition, firms work under excess capacity means they are not producing optimum output. Figure 22 show that output is measured on X-axis and price/cost is measured on Y-axis. AR is



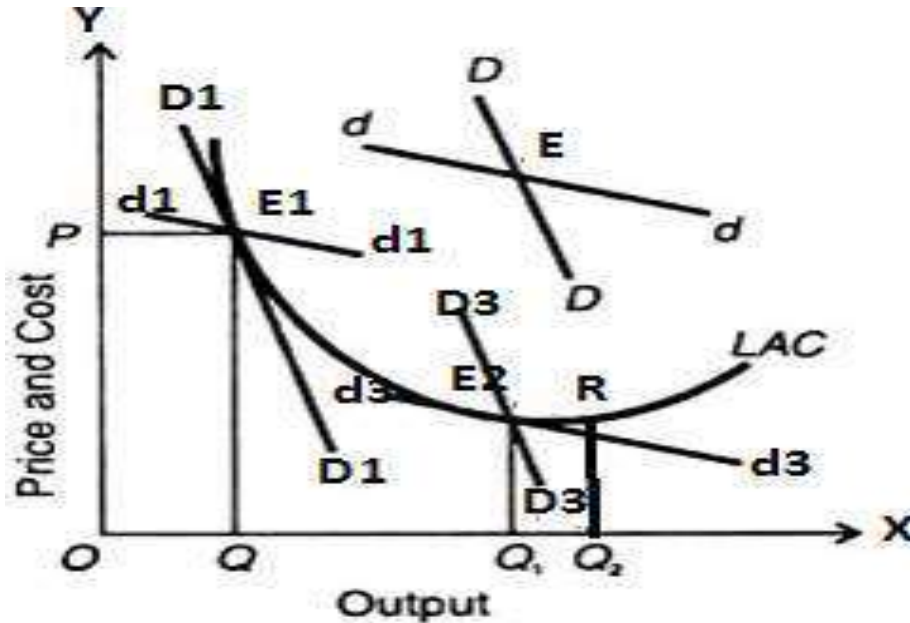
**Fig 22**

average revenue, MR is marginal revenue, LAC is long run average cost and LMC is long run marginal cost. The demand curve is indicated by  $d$  and firm is in equilibrium at the point  $E1$  and output is  $OQ1$  but this is not the ideal output because  $d$  is tangent to  $LAC$  at  $A1$  to the left of  $E$ . If firm want to produce beyond  $OQ1$  then it will incur losses as  $LMC > MR1$ . Hence, excess capacity ( $QQ1$ ) under monopolistic competition cannot be utilise.

**Chamberlin's Excess Capacity:** In previous concepts of excess capacity, it is discussed that under perfect competition, each firm produces at the minimum point on its long run average cost curve and demand curve is tangent to it at that point.

This will be the ideal output and no excess capacity exists in perfect competition. Whereas under monopolistic completion, in long run demand curve slopes downward and equilibrium of the firm is to the left of the minimum point on long run average cost curve. Thus, firm cannot utilise its excess capacity. But according to Prof. Chamberlin under monopolistic competition there is a freedom of entry and price competition, the tangency point between the firm's demand curve and

the long run average cost curve would lead to be the “ideal output” and no excess capacity. Prof Chamberlin assumes (1) there is a large no of firms. (2) Each firm produces similar product (3) there is freedom to enter in the production process. (4) Long-run cost curves are of U-shaped.



**Fig 23**

Figure 23 shows due to no price competition dd curve does not any importance whereas DD is a group demand curve. Further, this fig shows that at E point firms are earning super normal profits in short run period. The super normal profits attract new firm to enter in the market resulting DD shifted to D1D1 where it is touches the LAC at the point E1. At the point E1, firms earn normal profit without price competition and selling OQ output at price OP. According to Chamberlin due to non-price competition under monopolistic competition each firm in the group producing OQ output but OQ1 is the ideal output or the excess capacity.

#### **8.4 Comparison Between Monopoly and Monopolistic Competition**

Following are the main point that shows there is difference between these two competitions:

- 1) **Number of buyers and sellers:** Under monopoly, there is only single producer/seller whereas in monopolistic competition, there are many sellers/producers. Both competitions have many buyers.
- 2) **Product:** Product may or may not be homogenous under monopoly on the other hand; there

is always a product differentiation.

- 3) **Barriers to entry:** Monopoly is characterized by the existence of barriers to entry. There are no barriers to entry in monopolistic competition.
- 4) **Degree of knowledge:** The buyers and sellers have perfect market knowledge; on the other hand, under monopolistic competition, the sellers and buyers have not perfect market knowledge.
- 5) **Revenue curves:** Under monopoly AR and MR curves are less elastic whereas these are more elastic in monopolistic competition.
- 6) **Profits:** Under both competitions in short run period, a firm can earn super normal profits, normal profits and losses whereas in long run period, under monopolistic competition, a firm can earn normal profits and monopolist earn super normal profits.

### Check Your Progress – V

Q1. Define selling cost.

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Q2. Define Excess capacity

Ans: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### 8.5 Summary

In this Unit, monopoly competition as well as monopolistic competition is discussed. Here, Monopoly competition is that competition where there is a single producer of the product and the product has no close substitution; on the other hand, in Monopolistic competition, there are many sellers but product differentiation exists. The monopolist will be in equilibrium and earn maximum profits when two conditions are fulfilled. These conditions are (1)  $MC=MR$  and (2) MC curve cuts MR from below. In the short run, monopolistic earn super normal profit, normal profit and losses whereas are in long run, he enjoy super normal profits. Monopolists can charge different prices for the same product from different consumers under a discriminating monopoly. It may be due to personal, geographical or different uses of product. Price discrimination is possible only if the elasticity of demand in one market is different from elasticity of demand in

other market. Dumping is a special case of price discrimination where monopolistic charge high price in domestic country and low price in foreign country for the same product. The reason behind it is that in domestic country monopolist enjoys a monopoly and in foreign country he faces perfect competition. Under monopolistic competition, average cost, average variable cost, marginal cost and selling cost are of U-shaped. Due to differences in product, a supply curve cannot be drawn. A firm can earn supernormal profits, normal profits and losses in short run period whereas in long run period, it can earn normal profit only.

## **8.6 Questions for Practice**

### **A. Short Answer Type Questions**

- Q1. Define Monopoly. Give its assumptions
- Q2. Explain the term Monopolist is a price maker.
- Q3. Explain the concept of total revenue and total cost under monopoly.
- Q4. What do you mean by price discrimination? Give example
- Q5. Explain the shapes of AR and MR under monopoly and why?
- Q6. Discuss the degrees of Price Discrimination.
- Q7. Explain the concept of excess capacity in detail.
- Q8. Discuss Price and Output Determination Under Monopolistic Competition (Group Equilibrium)
- Q9. Explain the nature of Demand and Cost Curves Under Monopolistic Competition.

### **B. Long Answer Type Questions**

- Q1. Explain the term monopoly and how price determination under short and long period.
- Q2. What is price discrimination? Explain its degrees and conditions.
- Q3. Explain the price and output determination under price discrimination.
- Q4. Explain the meaning and features of monopolistic competition.
- Q5. Explain price and Output Determination Under Monopolistic Competition (Individual Equilibrium).
- Q6. Compare and contrast monopoly and monopolistic competition.



## **8.7 Suggested Readings**

- H.L. Ahuja: Advanced Economic Theory (Microeconomic Analysis)
- Koutsoyiannis: Modern Microeconomics
- K.N. Verma: Micro Economic Theory



ਜਗਤ ਗੁਰੂ ਨਾਨਕ ਦੇਵ  
ਪੰਜਾਬ ਸਟੇਟ ਓਪਨ ਯੂਨੀਵਰਸਿਟੀ  
ਪਟਿਆਲਾ

The Motto of Our University  
(SEWA)

SKILL ENHANCEMENT

EMPLOYABILITY

WISDOM

ACCESSIBILITY

JAGAT GURU NANAK DEV

PUNJAB STATE OPEN UNIVERSITY, PATIALA

(Established by Act No. 19 of 2019 of the Legislature of State of Punjab)

BACHELOR OF ARTS

CORE COURSE (CC): ECONOMICS

SEMESTER- I

BAB31101T:MICRO ECONOMICS

Head Quarter: C/28, The Lower Mall, Patiala-147001

Website: [www.psou.ac.in](http://www.psou.ac.in)

The Study Material has been prepared exclusively under the guidance of Jagat Guru Nanak Dev Punjab State Open University, Patiala, as per the syllabi prepared by Committee of Experts and approved by the Academic Council.

The University reserves all the copyrights of the study material. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form.



**COURSE COORDINATOR AND EDITOR:**

**Dr. Pinky Sra**

**Assistant Professor in Economics**

**School of Social Sciences and Liberal Arts**

**Jagat Guru Nanak Dev Punjab State Open University, Patiala**



**JAGAT GURU NANAK DEV PUNJAB STATE OPEN UNIVERSITY, PATIALA**

**(Established by Act No. 19 of 2019 of the Legislature of State of Punjab)**

## **PREFACE**

Jagat Guru Nanak Dev Punjab State Open University, Patiala was established in December 2019 by Act 19 of the Legislature of State of Punjab. It is the first and only Open University of the State, entrusted with the responsibility of making higher education accessible to all, especially to those sections of society who do not have the means, time or opportunity to pursue regular education.

In keeping with the nature of an Open University, this University provides a flexible education system to suit every need. The time given to complete a programme is double the duration of a regular mode programme. Well-designed study material has been prepared in consultation with experts in their respective fields.

The University offers programmes which have been designed to provide relevant, skill-based and employability-enhancing education. The study material provided in this booklet is self-instructional, with self-assessment exercises, and recommendations for further readings. The syllabus has been divided in sections, and provided as units for simplification.

The University has a network of 110 Learner Support Centres/Study Centres, to enable students to make use of reading facilities, and for curriculum-based counselling and practicals. We, at the University, welcome you to be a part of this institution of knowledge.

Prof. G S Batra  
Dean Academic Affairs

**BACHELOR OF ARTS**  
**CORE COURSE (CC): ECONOMICS**  
**SEMESTER - I**  
**(BAB31101T) MICRO ECONOMICS**

**MAX. MARKS:100**

**EXTERNAL:70**

**INTERNAL:30**

**PASS:40%**

**CREDITS:6**

**OBJECTIVE:**

This course acquaints the students with the basic principles of Microeconomics and economic activities. It will help the students to understand the subject by applying it to their day to day experiences.

**INSTRUCTIONS FOR THE PAPER SETTER/EXAMINER:**

1. The syllabus prescribed should be strictly adhered to.
2. The question paper will consist of three sections: A, B, and C. Sections A and B will have four questions each from the respective sections of the syllabus and will carry 10 marks each. The candidates will attempt two questions from each section.
3. Section C will have fifteen short answer questions covering the entire syllabus. Each question will carry 3 marks. Candidates will attempt any 10 questions from this section.
4. The examiner shall give a clear instruction to the candidates to attempt questions only at one place and only once. Second or subsequent attempts, unless the earlier ones have been crossed out, shall not be evaluated.
5. The duration of each paper will be three hours.

**INSTRUCTIONS FOR THE CANDIDATES:**

Candidates are required to attempt any two questions each from the sections A, and B of the question paper, and any ten short answer questions from Section C. They have to attempt questions only at one place and only once. Second or subsequent attempts, unless the earlier ones have been crossed out, shall not be evaluated.

### **Section - A**

**UNIT 1: Introduction of Economics, Theory of Demand and Supply**

**UNIT 2: Elasticity of Demand**

**UNIT 3: Consumer Behaviour:** Utility analysis;

**Unit 4: Consumer Behaviour:** Indifference curve analysis.

### **Section - B**

**Unit 5: Production Function:** Law of Variable Proportions and Returns to Scale

**Unit 6: Concepts of Cost and Revenue:** types, and shapes of cost curves in short and long periods; shapes of revenue curves in different market forms; relationship of AR, MR and Elasticity.

**Unit 7:** Perfect Competition: Firm and Industry Equilibrium

**Unit 8: Imperfect Competition:** Monopoly and Monopolistic Competition.

### **Suggested Readings:**

1. A. Koutsoyiannis: Modern Microeconomics, Palgrave Macmilan.
2. N. Gregory Mankiw, Economics: Principles and Applications, India edition by South Western, a part of Cengage Learning, Cengage Learning India Private Limited, 4th edition, 2007.
3. Salvatore. D (2006) Theory and Problems of Microeconomic Theory. (3<sup>rd</sup> ed.) Tata McGraw-Hill Publishing Company Ltd.
4. Samuelson, Paul A and Nordhaus, William D: Economics, 18th Edition, Tata McGraw Hill Publishing Company Limited, New Delhi, 2006



**JAGAT GURU NANAK DEV PUNJAB STATE OPEN UNIVERSITY, PATIALA**

**(Established by Act No. 19 of 2019 of the Legislature of State of Punjab)**

**BACHELOR OF ARTS**

**CORE COURSE (CC): ECONOMICS**

**SEMESTER -I**

**BAB31101T: MICRO ECONOMICS**

**COURSE COORDINATOR AND EDITOR: DR. PINKY SRA**

**SECTION A**

| <b>UNIT NO:</b> | <b>UNIT NAME</b>  |
|-----------------|---|
| Unit 1          | <b>Introduction of Economics, Theory of Demand and Supply</b> |
| Unit 2          | <b>Elasticity of Demand</b>                                   |
| Unit 3          | <b>Consumer Behaviour:</b> Utility analysis;                  |
| Unit 4          | <b>Consumer Behaviour:</b> Indifference curve analysis        |

**SECTION B**

| <b>UNIT NO:</b> | <b>UNIT NAME</b>   |
|-----------------|--|
| Unit 5          | <b>Production Function:</b> Law of Variable Proportions and Returns to Scale |
| Unit 6          | <b>Concepts of Cost and Revenue</b>  |
| Unit 7          | Perfect Competition: Firm and Industry Equilibrium                           |
| Unit 8          | <b>Imperfect Competition:</b> Monopoly and Monopolistic Competition.         |



ਬੈਚਲਰ ਆਫ਼ ਆਰਟਸ (ਲਿਬਰਲ ਆਰਟਸ)

ਸਮੈਸਟਰ-I

ਕੋਰਸ: ਵਿਅਕਤੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ

---

ਯੂਨਿਟ 1: ਅਰਥ, ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਅਤੇ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦਾ ਘੇਰਾ

(Meaning, Nature and Scope of Economics)

---

ਸੰਰਚਨਾ

1.0 ਉਦੇਸ਼

1.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

1.2 ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਦਾ ਅਰਥ

1.3 ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਅਤੇ ਦਾਇਰੇ

1.4 ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀਆਂ ਬੁਨਿਆਦੀ ਧਾਰਨਾਵਾਂ

1.5 ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੀਆਂ ਬੁਨਿਆਦੀ ਆਰਥਿਕ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ

1.6 ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਵਿਧੀ

1.6.1 ਕਟੌਤੀ ਵਿਧੀ

1.6.2 ਪ੍ਰੋਰਕ ਵਿਧੀ

1.7 ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੀ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

1.8 ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ

1.9 ਮੰਗ ਦਾ ਮਤਲਬ

1.10 ਮੰਗ ਫੰਕਸ਼ਨ

1.11 ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ

1.11.1 ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ

1.11.2 ਮੰਗ ਕਰਵ ਢਲਾਨ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਕਿਉਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ

### 1.11.3 ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਅਪਵਾਦ

1.12 ਮੰਗ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕ

1.13 ਇੱਕ ਮੰਗ ਕਰਵ ਦੇ ਨਾਲ ਅੰਦੋਲਨ ਅਤੇ ਮੰਗ ਕਰਵ ਵਿੱਚ ਸ਼ਿਫਟ

1.14 ਸੰਖੇਪ

1.15 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ

1.16 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ

## 1.0 ਉਦੇਸ਼ (Objectives)

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਨੂੰ ਪੜ੍ਹਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਇਹ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ਜਾਵੇਗਾ:

- ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਅਤੇ ਦਾਇਰੇ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਨ
- ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੀਆਂ ਬੁਨਿਆਦੀ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ
- ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਕਾਰਜਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣ
- ਆਰਥਿਕ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੀ ਬਾਰੇ ਜਾਣਨ
- ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ
- ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਵਸਤੂ ਪ੍ਰਤੀ ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਨ
- ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ
- ਮੰਗ ਵਕਰ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਕਰ ਵਿੱਚ ਅੰਦੋਲਨ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ

## 1.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿਸ਼ਾ ਇਸ ਗੱਲ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਹੈ ਕਿ ਸਮਾਜ ਆਪਣੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਿਵੇਂ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਸੀਮਤ ਹਨ। ਇਹ ਮਨੁੱਖ ਦੀਆਂ ਆਰਥਿਕ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਦਾ ਵੀ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਹਰ ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਸੀਮਤ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਚੋਣ ਕਰਨੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਜੋ ਉਹ ਉਹਨਾਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਣ। ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਕਿਵੇਂ ਵਿਅਕਤੀ, ਫਰਮਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਇਸ ਬਾਰੇ ਫੈਸਲੇ

ਲੈਂਦੀਆਂ ਹਨ ਕਿ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਦੀ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਇਹ ਵਸਤੂਆਂ ਕਿਵੇਂ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਕਿਸ ਨੂੰ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਸੀਮਤ ਸਰੋਤਾਂ ਨਾਲ ਖਪਤ ਲਈ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਕਿੰਨਾ ਹਿੱਸਾ ਮਿਲਦਾ ਹੈ।

## 1.2 ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦਾ ਅਰਥ (Meaning of Economics)

ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੇ ਪਿਤਾਮਾ Adam Smith (1776) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ, " ਕਿਸੇ ਕੌਮ ਦੀ ਦੌਲਤ ਦੇ ਸੁਭਾਅ ਅਤੇ ਕਾਰਨਾਂ ਦੀ ਜਾਂਚ" ਹੈ (an inquiry into the nature and causes of the wealth of a nation)। ਆਪਣੀ ਮਸ਼ਹੂਰ ਰਚਨਾ, "ਰਾਸ਼ਟਰਾਂ ਦੀ ਦੌਲਤ" ਵਿੱਚ, ਉਹ ਇਹਨਾਂ ਵਿਚਾਰਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਗਟਾਵਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉਸਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰ ਉਹਨਾਂ ਕਾਰਨਾਂ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿਸੇ ਦੇਸ਼ ਦੀ ਦੌਲਤ ਅਤੇ ਵਿਕਾਸ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਅਨੁਸਾਰ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦਾ ਵਿਸ਼ਾ ਵਸਤੂ ਦੌਲਤ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਅਤੇ ਵਿਸਤਾਰ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਰਿਕਾਰਡੋ ਨੇ ਦੌਲਤ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਤੋਂ ਦੌਲਤ ਦੀ ਵੰਡ ਵੱਲ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕੀਤਾ।

ਉਸਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਕਿਰਤ, ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ ਦੀ ਸੰਯੁਕਤ ਵਰਤੋਂ ਦੁਆਰਾ ਇਸ ਦੀ ਸਤਹ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਧਰਤੀ-ਸਭ ਦੀ ਉਪਜ ਭਾਈਚਾਰੇ ਦੀਆਂ ਤਿੰਨ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡੀ ਗਈ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਜ਼ਮੀਨ ਦਾ ਮਾਲਕ, ਪੂੰਜੀ ਦੇ ਸਟਾਕ ਦਾ ਮਾਲਕ ਇਸ ਦੀ ਕਾਸ਼ਤ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਅਤੇ ਮਜ਼ਦੂਰਾਂ ਦੁਆਰਾ ਜਿਸ ਦੀ ਉਦਯੋਗ ਦੁਆਰਾ ਇਸ ਦੀ ਕਾਸ਼ਤ (Cultivation) ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ"। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ Adam Smith ਅਤੇ Ricardo ਨੇ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਨੂੰ 'ਦੌਲਤ ਦਾ ਵਿਗਿਆਨ' ਮੰਨਿਆ। ਹਾਲਾਂਕਿ, Marshall ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਦੌਲਤ ਸਿਰਫ਼ ਇੱਕ ਸੈਕੰਡਰੀ ਵਿਚਾਰ ਹੈ; ਆਰਥਿਕ ਅਧਿਐਨ ਦਾ ਮੁੱਖ ਫੋਕਸ ਮਨੁੱਖ ਅਤੇ ਉਸ ਦੀਆਂ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਦੀਆਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ 'ਤੇ ਹੈ। Alfred Marshall (1922) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਜੀਵਨ ਦੇ ਆਮ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਮਨੁੱਖਜਾਤੀ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਹੈ; ਇਹ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਅਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੇ ਉਸ ਹਿੱਸੇ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਅਤੇ ਤੰਦਰੁਸਤੀ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਦੀ ਸਮੱਗਰੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਸਭ ਤੋਂ ਨੇੜਿਓਂ ਜੁੜਿਆ ਹੋਇਆ ਹੈ।

Marshall ਨੇ ਆਪਣੀ ਕਿਤਾਬ "ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ" ਵਿੱਚ ਇਸਨੂੰ "ਭੌਤਿਕ ਭਲਾਈ" ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸਮਝਿਆ ਹੈ ਭੌਤਿਕ ਵਸਤੂਆਂ ਉਹ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਛੂਹਿਆ ਅਤੇ ਦੇਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕੁਰਸੀਆਂ, ਕਿਤਾਬਾਂ ਆਦਿ ਅਤੇ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਜੀਵਨ ਵਿੱਚ ਮਨੁੱਖ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਹਨ, ਪਰ Robinson ਨੇ Marshall ਦੇ ਸੰਕਲਪ ਦੀ ਆਲੋਚਨਾ ਕੀਤੀ। ਉਸ ਦਾ ਮੰਨਣਾ ਹੈ ਕਿ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦਾ ਭੌਤਿਕ ਨਾਲ ਕੋਈ ਸਬੰਧ ਨਹੀਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਇਸ ਗੱਲ 'ਤੇ ਜ਼ੋਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਅਸੀਂ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਕੇਵਲ ਪਦਾਰਥਕ ਹੀ ਨਹੀਂ, ਸਗੋਂ ਅਭੌਤਿਕ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦਾ ਵੀ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦੇ ਹਾਂ। ਉਸਨੇ ਕਿਹਾ ਕਿ ਇਸ ਦੇ ਤਹਿਤ ਅਸੀਂ ਇਹ ਵੀ ਜਾਂਚ ਕਰਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਸੰਗੀਤਕਾਰਾਂ ਵਰਗੀਆਂ ਅਭੌਤਿਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਕਿਵੇਂ ਹਨ। ਅਭਿਨੇਤਾ ਅਤੇ ਅਭਿਨੇਤਰੀਆਂ, ਡਾਂਸਰ ਅਤੇ ਹੋਰ, ਇਹ ਕੀਮਤ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਵਿਸ਼ੇ ਹਨ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, Robinson ਨੇ ਨਾ ਸਿਰਫ਼ Marshall ਦੇ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਅਤੇ ਹੋਰ ਕਲਿਆਣਕਾਰੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾਵਾਂ ਦੇ ਵਿਚਾਰ ਦੀ ਆਲੋਚਨਾ ਕੀਤੀ, ਸਗੋਂ ਇੱਕ ਨਵੀਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਵੀ ਪ੍ਰਸਤਾਵਿਤ ਕੀਤੀ

ਜਿਸਨੂੰ ਉਹ ਵਧੇਰੇ ਵਿਗਿਆਨਕ ਮੰਨਦਾ ਸੀ। 1931 ਵਿੱਚ, ਉਸਨੇ "ਆਰਥਿਕ ਵਿਗਿਆਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਅਤੇ ਮਹੱਤਵ ਬਾਰੇ ਇੱਕ ਲੇਖ" ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇਹ ਵਰਣਨ ਸ਼ਾਮਲ ਸੀ। ਉਸ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰ ਉਹਨਾਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਹੈ ਜੋ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਘਾਟ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਵਾਪਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਕੁਦਰਤ ਨੇ ਆਪਣੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਜਾਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਮਨੁੱਖਤਾ ਨੂੰ ਲੋੜੀਂਦੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਨਹੀਂ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਪੈਸੇ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਿਵੇਂ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਹੜੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

Robinson ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰ ਉਹ ਵਿਗਿਆਨ ਹੈ ਜੋ ਮਨੁੱਖੀ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਸਿਰਿਆਂ ਅਤੇ ਦੁਰਲੱਭ ਸਰੋਤਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਵਜੋਂ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਵਿਕਲਪਕ ਵਰਤੋਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।" ਇਹ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਤਿੰਨ ਤੱਥਾਂ 'ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ ਹੈ:

1. ਮਨੁੱਖ ਦੀਆਂ ਇੱਛਾਵਾਂ ਅਸੀਮਤ ਹਨ ਅਤੇ ਸਾਰੀਆਂ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀ ਤੀਬਰਤਾ ਦੀਆਂ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਕੁਝ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਤੀਬਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ; ਇਸ ਲਈ, ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਜਿਆਦਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਅਤੇ ਘੱਟ ਜ਼ਰੂਰੀ ਇੱਛਾਵਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਚੋਣ ਕਰਨ ਲਈ ਮਜਬੂਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
2. ਇਸ ਤੱਥ ਦੇ ਬਾਵਜੂਦ ਕਿ ਇੱਛਾਵਾਂ ਬੇਅੰਤ ਹਨ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਕਰਨ ਦੇ ਸਾਧਨ ਬਹੁਤ ਸੀਮਤ ਹਨ। ਇੱਥੇ ਇਹ ਨੋਟ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਇੱਛਾਵਾਂ ਵਰਗੇ ਸਾਧਨ ਅਸੀਮਤ ਹਨ ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਆਰਥਿਕ ਸਮੱਸਿਆ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗੀ ਕਿਉਂਕਿ ਸਾਰੀਆਂ ਇੱਛਾਵਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਨੋਟ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇਸ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਅਨੁਸਾਰ ਇੱਥੇ ਕੁਦਰਤੀ ਉਤਪਾਦਕ ਵਸੀਲੇ, ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂਆਂ, ਮਨੁੱਖ ਦੁਆਰਾ ਬਣਾਈਆਂ ਪੂੰਜੀ ਵਸਤੂਆਂ, ਮਨੁੱਖ ਕੋਲ ਉਪਲਬਧ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਵਿੱਤੀ ਸਾਧਨਾਂ ਆਦਿ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ।
3. ਤੀਜਾ ਤੱਥ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਦੁਰਲੱਭ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਲਪਕ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਲਗਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇੱਥੇ ਵਿਕਲਪਕ ਵਰਤੋਂ ਦੁੱਧ ਦੀ ਉਦਾਹਰਨ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਦੁੱਧ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਦਹੀਂ, ਮੱਖਣ ਅਤੇ ਪਨੀਰ ਆਦਿ। ਇਹ ਵਿਕਲਪਿਕ ਵਰਤੋਂ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਮਹੱਤਵ ਦੇ ਹਨ, ਕੁਝ ਹੋਰਾਂ ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਨ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਸਾਨੂੰ ਉਹ ਵਰਤੋਂ ਚੁਣਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਲਈ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਵਰਤਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਚੋਣ ਦੀ ਸਮੱਸਿਆ ਆਉਂਦੀ ਹੈ।

Robinson ਦੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਤੋਂ ਇਹ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਚੋਣ ਦਾ ਵਿਗਿਆਨ ਹੈ। ਭਾਵੇਂ ਰਾਬਿਨ ਦੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਉਪਰੋਕਤ ਤਿੰਨ ਤੱਥਾਂ ਕਾਰਨ ਉੱਤਮ ਮੰਨੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਪਰ ਇਸਨੂੰ ਸੰਪੂਰਨ ਨਹੀਂ ਕਿਹਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ। ਇਸ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਇਸਦੀ ਆਲੋਚਨਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਆਮਦਨੀ ਅਤੇ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਨਿਰਧਾਰਨ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਆਰਥਿਕ ਵਿਕਾਸ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਨੂੰ ਕਵਰ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ,

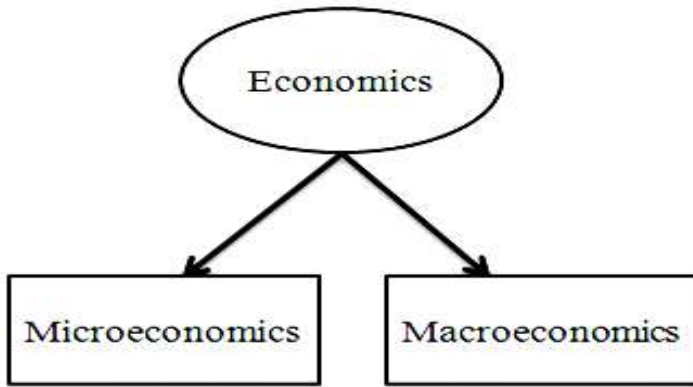
ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੇ ਤਿੰਨੋਂ ਜ਼ਰੂਰੀ ਵਿਸ਼ਿਆਂ, ਅਰਥਾਤ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਵੰਡ, ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ ਅਤੇ ਆਰਥਿਕ ਵਿਕਾਸ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਨੂੰ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਸਹੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨਾ ਲਾਜ਼ਮੀ ਹੈ। ਪ੍ਰੋ. ਸੈਮੂਅਲਸਨ (Samuelson) ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ, "ਇਸ ਗੱਲ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਿ ਕਿਵੇਂ ਸਮਾਜ ਕੀਮਤੀ ਵਸਤੂਆਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲੋਕਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਣ ਲਈ ਦੁਰਲੱਭ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹਨ" । ਇਸ ਪ੍ਰਕਾਰ, ਇਸ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਇੱਕ ਸਮਾਜ ਦੇ ਲੋਕਾਂ ਵਿੱਚ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਘਾਟ ਅਤੇ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਚੋਣ ਅਤੇ ਵੰਡ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਹੈ।

### **1.3 ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਅਤੇ ਦਾਇਰੇ (Nature and Scope of Economics)**

ਇੱਕ ਵਿਸ਼ੇ ਵਜੋਂ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਨਿਰੰਤਰ ਵਿਕਾਸ ਦਾ ਅਨੁਭਵ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੇ ਦਾਇਰੇ 'ਤੇ ਚਰਚਾ ਵਿੱਚ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ, ਕੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਇੱਕ ਕਲਾ ਹੈ ਜਾਂ ਇੱਕ ਵਿਗਿਆਨ? ਅਤੇ ਕੀ ਇਹ ਇੱਕ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਜਾਂ ਆਦਰਸ਼ ਵਿਗਿਆਨ ਹੈ?

ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਅਸਲ ਦਾਇਰੇ ਜਾਂ ਇਸਦੇ ਵਿਸ਼ਾ-ਵਸਤੂ ਬਾਰੇ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਵਿਵਾਦ ਹੋਇਆ ਹੈ। ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੇ ਵਿਸ਼ੇ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ Adam Smith ਨੇ ਇਸਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਹੈ, ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਰਾਸ਼ਟਰਾਂ ਦੀ ਦੌਲਤ ਦੇ ਸੁਭਾਅ ਅਤੇ ਕਾਰਨਾਂ ਬਾਰੇ ਪੁੱਛਗਿੱਛ ਕਰਦਾ ਹੈ । Ricardo ਨੇ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ, "ਧਰਤੀ ਦੀ ਉਪਜ ਕਿਵੇਂ ਵੰਡੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ" , ਜੋ ਕਿ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਦੌਲਤ ਦੀ ਵੰਡ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਹੈ। AC Pigou ਕਹਿੰਦਾ ਹੈ, "ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਸਮਾਜ ਭਲਾਈ ਦੇ ਉਸ ਹਿੱਸੇ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਸਿੱਧੇ ਜਾਂ ਅਸਿੱਧੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪੈਸੇ ਦੀ ਮਾਪਣ ਵਾਲੀ ਡੰਡੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਲਿਆਂਦਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ" । ਜਦੋਂ ਕਿ Gustav Cassel ਨੇ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਨੂੰ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ, ਕੀਮਤਾਂ ਅਤੇ ਬਜ਼ਾਰ ਦੇ ਵਟਾਂਦਰੇ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ। Robbins ਨੇ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਨੂੰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਾਲੇ ਸਿਰੇ ਜਾਂ ਵਰਤੋਂ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਦੁਰਲੱਭ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਵੰਡ ਦੇ ਅਧਿਐਨ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੇ ਦਾਇਰੇ ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਗਿਆ ਹੈ: ਵਿਅਕਤੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਅਤੇ ਸਮਸ਼ਟੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਅਤੇ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਵਿਗਿਆਨ ਅਤੇ ਆਦਰਸ਼ ਵਿਗਿਆਨ।

ਚਿੱਤਰ 1.1 ਤੋਂ ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਮਾਜਿਕ ਵਿਗਿਆਨ ਵਜੋਂ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀਆਂ ਦੋ ਮੁੱਖ ਸ਼ਾਖਾਵਾਂ ਹਨ।



ਚਿੱਤਰ 1.1

(a) ਵਿਅਸ਼ਟੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ (Micro Economics)

ਮਾਈਕਰੋ ਸ਼ਬਦ ਯੂਨਾਨੀ ਸ਼ਬਦ ਮਿਕਰੋਸ (Micros) ਤੋਂ ਆਉਂਦਾ ਹੈ, ਜਿਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ "ਛੋਟਾ"। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇਹ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੀਆਂ ਛੋਟੀਆਂ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਇਕਾਈਆਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਪਤਕਾਰਾਂ, ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਫਰਮਾਂ ਅਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਉਦਯੋਗਾਂ ਅਤੇ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਵਰਗੀਆਂ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਇਕਾਈਆਂ ਦੇ ਛੋਟੇ ਸਮੂਹਾਂ ਦੇ ਅਧਿਐਨ 'ਤੇ ਕੇਂਦਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਹੋਰ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਕਹਿਣ ਲਈ, ਮਾਈਕ੍ਰੋਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਇਸ ਗੱਲ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਹੈ ਕਿ ਕਿਵੇਂ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਪਤਕਾਰ ਇਹ ਚੁਣਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹ ਕਿਹੜੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਖਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਸਮੁੱਚੀ ਭਲਾਈ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨ ਲਈ ਉਹ ਉਹਨਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਸੀਮਤ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸਾਂਝਾ ਕਰਦੇ ਹਨ।

K.E. Boulding ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਸੂਖਮ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਖਾਸ ਫਰਮਾਂ, ਖਾਸ ਘਰਾਂ, ਖਾਸ ਘਰਾਂ, ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਕੀਮਤਾਂ, ਉਜਰਤਾਂ, ਆਮਦਨੀ, ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਉਦਯੋਗਾਂ ਅਤੇ ਖਾਸ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਹੈ" Prof. Lerner ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਸੂਖਮ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਆਰਥਿਕਤਾ ਨੂੰ ਵਿਅਸ਼ਟੀਸਕੋਪ ਰਾਹੀਂ ਦੇਖਣਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਇਹ ਸੀ, ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਕਿ ਸਰੀਰ ਦੇ ਲੱਖਾਂ ਸੈੱਲ ਆਰਥਿਕ, ਵਿਅਕਤੀ ਜਾਂ ਘਰੇਲੂ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਵਜੋਂ ਕਿਵੇਂ ਹਨ, ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕ ਵਜੋਂ ਵਿਅਕਤੀ ਜਾਂ ਫਰਮਾਂ ਸਮੁੱਚੇ ਆਰਥਿਕ ਜੀਵ ਦੇ ਕੰਮ ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਕਿਵੇਂ ਨਿਭਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ।

ਮਾਈਕਰੋ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੇ ਕੁਝ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਭਾਗ ਹਨ:

- 1) ਇਹ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਆਪਣੀ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਉਪਯੋਗਾਂ ਲਈ ਕਿਵੇਂ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕੇ। ਇਹ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮੰਗ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਵਿਪਰੀਤ ਸੰਬੰਧ ((inverse relationship) ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਦਾ ਨਤੀਜਾ ਹੈ।

- 2) ਇਹ ਇਸ ਗੱਲ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਕ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਨਾ ਹੈ, ਕਿਵੇਂ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿੰਨਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਕ ਦਾ ਮੁੱਖ ਮਨੋਰਥ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਹੈ।
- 3) ਇਹ ਇਸ ਗੱਲ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਪਲਾਈ ਅਤੇ ਮੰਗ ਸ਼ਕਤੀਆਂ ਦੇ ਆਪਸੀ ਤਾਲਮੇਲ ਰਾਹੀਂ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਕਿਵੇਂ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।

ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਸੂਖਮ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ (Micro Economics) ਆਰਥਿਕ ਨੀਤੀਆਂ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦਗਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਸਮਾਜ ਦੀ ਭਲਾਈ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨ। ਇਹ ਸਾਨੂੰ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਕਿਵੇਂ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀਆਂ ਅਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲੋਕਾਂ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਜਾਂ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿਧੀ ਰਾਹੀਂ ਖਪਤ ਲਈ ਕਿਵੇਂ ਵੰਡੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।

### **(b) ਸਮਸ਼ਟੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ (Macro Economics)**

ਮੈਕਰੋ ਸ਼ਬਦ ਯੂਨਾਨੀ ਸ਼ਬਦ Macro ਤੋਂ ਆਇਆ ਹੈ, ਜਿਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ "ਵੱਡਾ"। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਸਮਸ਼ਟੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾ ਦੇ ਸਮੁੱਚੇ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਇਹ ਕੁੱਲ ਰੁਜ਼ਗਾਰ, ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਆਮਦਨੀ ਅਤੇ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੇ ਸਮੁੱਚੇ ਮੁੱਲ ਪੱਧਰ ਵਰਗੇ ਵੱਡੇ ਸਮੂਹਾਂ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। K.E. Boulding ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਮੈਕਰੋ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਸਗੋਂ ਉਹਨਾਂ ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਦੇ ਸਮੂਹਾਂ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਹੈ; ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਆਮਦਨ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਸਗੋਂ ਸਮੂਹਿਕ ਆਮਦਨ ਨਾਲ; ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਕੀਮਤਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਸਗੋਂ ਕੀਮਤਾਂ ਦੇ ਸਮੂਹਾਂ ਨਾਲ; ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਬਲਕਿ ਸਮੂਹਿਕ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨਾਲ"।

ਇੱਥੇ ਇਹ ਦੱਸਣਾ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਉੱਪਰ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਹਰੇਕ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਅਧੂਰੀ ਅਤੇ ਅਢੁੱਕਵੀਂ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੇ ਅਸਲ ਦਾਇਰੇ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਾ-ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਇਹ ਇੱਕ ਵਿਵਾਦਸੰਪੂਰਨ ਵਿਸ਼ਾ ਹੈ ਕਿ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਇੱਕ ਵਿਗਿਆਨ ਹੈ ਜਾਂ ਇੱਕ ਕਲਾ ਜਾਂ ਦੋਵੇਂ।

### **(c) ਇੱਕ ਵਿਗਿਆਨ ਵਜੋਂ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ (Economics as a Science)**

ਵਿਗਿਆਨ ਗਿਆਨ ਦੇ ਇੱਕ ਵਿਵਸਥਿਤ ਢਾਂਚੇ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਕਾਰਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਹੈ। ਇਹ ਅਸੂਲਾਂ ਜਾਂ ਕਾਨੂੰਨਾਂ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸਾਧਾਰਨੀਕਰਨ ਨੂੰ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਸਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਕੁਝ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਨੂੰ ਵਿਗਿਆਨ ਮੰਨਦੇ ਸਨ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਗਿਆਨ ਦਾ ਇੱਕ ਵਿਵਸਥਿਤ ਸਮੂਹ ਹੈ ਜੋ ਆਰਥਿਕ ਅੰਕੜਿਆਂ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਵਜੋਂ, ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ, ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ, ਜੇਕਰ ਹੋਰ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਸਥਿਰ ਰੱਖਿਆ ਹੋਵੇ ਤਾਂ, ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਵੱਲ ਲੈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਤੋਂ ਇਹ ਸਮਝਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਜਾਂ ਕਮੀ ਕਾਰਨ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਜਾਂ ਵਾਧਾ ਉਸੇ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਹੈ।

ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਇੱਕ ਵਿਗਿਆਨ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਦੇ ਸਿਧਾਂਤ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ (Law of demand) ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ (Marginal Utility) ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਨਿਯਮ, ਸਰਵ ਵਿਆਪਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸੱਚ ਹੈ। ਕੁਝ ਲੋਕ ਕਹਿੰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿਗਿਆਨ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਵਿਗਿਆਨ ਵਿੱਚ ਅਸੀਂ ਪ੍ਰਯੋਗ ਕਰ ਰਹੇ ਹਾਂ; ਹਾਲਾਂਕਿ, ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਕਿਸਮ ਦੇ ਪ੍ਰਯੋਗ ਦੀ ਕੋਈ ਗੁੰਜਾਇਸ਼ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਵਿਗਿਆਨ ਵਿੱਚ ਅਸੀਂ ਤੱਥਾਂ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕਰ ਰਹੇ ਹਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਯੋਗਾਂ ਦੁਆਰਾ ਪਰੀਖਿਆ ਲਈ ਪਾ ਰਹੇ ਹਾਂ। ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਖੋਜ ਲਈ ਅੰਕੜਾਤਮਕ, ਮਾਤਰਾਤਮਕ ਅਤੇ ਅਰਥਮਿਤੀ ਵਿਧੀਆਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਪਰ ਉਹ ਆਰਥਿਕ ਨਿਯਮਾਂ ਅਤੇ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਦੀ ਸਹੀ ਵੈਧਤਾ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਸਿੱਟੇ ਵਜੋਂ, ਸਹੀ ਮਾਤਰਾਤਮਕ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਅਵਿਵਹਾਰਕ ਹੈ। ਆਰਥਿਕ ਵਰਤਾਰੇ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਸਮਾਜ ਦੇ ਸਵਾਦ, ਆਦਤਾਂ, ਸਮਾਜਿਕ ਅਤੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਤਰਕਹੀਣ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਵਿਅਕਤੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਹਮੇਸ਼ਾ ਕਮੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ, ਸਗੋਂ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਕੁਝ ਹੋਰ ਕਾਰਕ ਵੀ ਹਨ ਜੋ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਸੁਆਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖ ਦੀਆਂ ਉਮੀਦਾਂ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ (Consumer) ਇਹ ਉਮੀਦ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ ਕਿ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕਮੀ ਹੋਵੇਗੀ ਤਾਂ ਮੌਜੂਦਾ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਉਹ ਮੰਗ ਵਧਾ ਦੇਣਗੇ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਆਰਥਿਕ ਵਰਤਾਰੇ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਖਪਤਕਾਰ ਤਰਕਹੀਣ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਉਪਰੋਕਤ ਤੋਂ ਅਸੀਂ ਇਹ ਨਹੀਂ ਕਹਿ ਸਕਦੇ ਕਿ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਇੱਕ ਵਿਗਿਆਨ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕ ਸਮਾਜਿਕ ਵਿਗਿਆਨ ਹੈ ਜੋ ਮਨੁੱਖਾਂ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਹੈ।

ਹੁਣ ਉਪਰੋਕਤ ਚਰਚਾ ਤੋਂ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਸਵਾਲ ਉੱਭਰ ਕੇ ਸਾਹਮਣੇ ਆਇਆ ਹੈ, ਕੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਇੱਕ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਵਿਗਿਆਨ ਹੈ ਜਾਂ ਇੱਕ ਆਦਰਸ਼ ਵਿਗਿਆਨ। Prof. Robbin's ਅਤੇ Freight-men ਨੇ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਨੂੰ ਇੱਕ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਵਿਗਿਆਨ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸੋਚਿਆ, ਜਦੋਂ ਕਿ Prof. Pigou ਅਤੇ Marshall ਨੇ ਇਸਨੂੰ ਇੱਕ ਆਦਰਸ਼ ਵਿਗਿਆਨ ਵਜੋਂ ਸੋਚਿਆ।

**1) ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਵਿਗਿਆਨ (Positive Science):** ਇਹ ਕੀ ਹੈ, ਕੀ ਸੀ ਅਤੇ ਕੀ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਇਸ ਬਾਰੇ ਵਿਵਸਥਿਤ ਗਿਆਨ ਦੇ ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਵਿਗਿਆਨ ਅਤੀਤ, ਵਰਤਮਾਨ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਆਰਥਿਕ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਤੱਥਾਂ ਅਤੇ ਅੰਕੜਿਆਂ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਆਰਥਿਕ ਸਥਿਤੀਆਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰ ਰਹੇ ਹਾਂ। ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਬਿਆਨਾਂ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ:

- I. ਇਹ ਆਰਥਿਕ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਅਤੇ ਹੱਦ ਨੂੰ ਉਜਾਗਰ ਕਰਦੇ ਹਨ।
- II. ਇਹ ਅਤੀਤ, ਵਰਤਮਾਨ ਜਾਂ ਭਵਿੱਖ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਤੱਥਾਂ ਅਤੇ ਅੰਕੜਿਆਂ 'ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ ਹਨ।



III. ਇਹ ਜ਼ਰੂਰੀ ਨਹੀਂ ਕਿ ਇਹ ਬਿਆਨ ਸੱਚਾਈ 'ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ ਹੋਣ। ਇਹ ਸੱਚ ਜਾਂ ਝੂਠ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ ਪਰ ਸੱਚਾਈ ਲਈ ਪ੍ਰਮਾਣਿਤ ਹਨ।

IV. ਇਹ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਦੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਮੁੱਲ ਨਿਰਣੇ ਜਾਂ ਰਾਏ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ।

ਇੱਕ ਉਦਾਹਰਣ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਨੂੰ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਵਿਗਿਆਨ ਸਮਝੀਏ। ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਇਹ ਕਹਿੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਭਾਰਤ ਦੀ ਆਬਾਦੀ ਚੀਨ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਇੱਕ ਹਾਂ-ਪੱਖੀ ਬਿਆਨ ਹੈ, ਪਰ ਆਬਾਦੀ ਦੇ ਅੰਕੜਿਆਂ ਅਨੁਸਾਰ ਇਹ ਆਬਾਦੀ ਵੱਧਨ ਗਲਤ ਹੈ।

**2. ਆਦਰਸ਼ਕ ਵਿਗਿਆਨ (Normative Science):** ਇਹ ਆਰਥਿਕ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਲਈ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਦੀ ਰਾਏ ਜਾਂ ਮੁੱਲ ਨਿਰਣੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਆਰਥਿਕ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਹੱਲ ਕਰਨਾ ਹੈ ਇਸ ਬਾਰੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਦੀ ਵੱਖੋ-ਵੱਖ ਰਾਏ ਹੈ। ਇਹ ਰਾਏ ਮੁੱਲ ਨਿਰਣੇ 'ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ ਹੈ। ਇਹ 'ਕੀ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ' ਦੇ ਸਵਾਲ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀ ਆਦਰਸ਼ਕ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਸਮੱਸਿਆ ਦਾ ਹੱਲ ਸੁਝਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਇਸਨੂੰ ਵਿਗਿਆਨਕ ਨਿਯਮਾਂ ਅਤੇ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਦੀ ਬਜਾਏ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਨੈਤਿਕਤਾ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸਾਂ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਹੱਲ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਆਦਰਸ਼ਕ ਕਥਨਾਂ ਦੀਆਂ ਕੁਝ ਜ਼ਰੂਰੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਵੀ ਹਨ:

- I. ਇਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਰਾਏ ਜਾਂ ਮੁੱਲ ਨਿਰਣਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- II. ਇਹ ਬਿਆਨ ਵਿਵਾਦ ਅਤੇ ਬਹਿਸ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।
- III. ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਬਿਆਨ ਵਿਚਾਰਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹਨ, ਇਸ ਲਈ ਸੱਚਾਈ ਦੀ ਪੁਸ਼ਟੀ ਕਰਨਾ ਅਸੰਭਵ ਹੈ।
- IV. ਇਹ ਬਿਆਨ ਕਿਸੇ ਆਰਥਿਕ ਮੁੱਦੇ ਦੇ ਹੱਲ ਵਜੋਂ 'ਕੀ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ' ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹਨ।

ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ, ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਇਹ ਕਹੇ ਕਿ ਸਰਕਾਰ ਨੂੰ ਸਿਹਤ ਸੰਭਾਲ 'ਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਖਰਚ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਫਿਰ ਇਹ ਕੇਵਲ ਇੱਕ ਰਾਏ ਜਾਂ ਮੁੱਲ ਨਿਰਣਾ ਹੈ।

#### **(d) ਇੱਕ ਕਲਾ ਵਜੋਂ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ (Economics as an Art)**

Prof. Pigou ਅਤੇ Marshall ਅਨੁਸਾਰ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਇੱਕ ਕਲਾ ਹੈ। ਕਲਾ ਨੂੰ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਗਿਆਨ ਦੇ ਵਿਹਾਰਕ ਅਮਲ ਵਜੋਂ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਕਲਾ ਇੱਕ ਕਿਰਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਵਿਗਿਆਨਕ ਨਿਯਮਾਂ ਨੂੰ ਅਭਿਆਸ ਵਿੱਚ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਕ ਕਲਾ ਹੈ। ਕਲਾ ਦੇ ਇੱਕ ਰੂਪ ਵਜੋਂ, ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾ ਵਿੱਚ ਪੈਦਾ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਆਰਥਿਕ ਮੁੱਦਿਆਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਉਪਯੋਗੀ ਹੈ। ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਨੂੰ ਇੱਕ ਕਲਾ ਵੀ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਅਤੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਟੇਬਲ, ਗ੍ਰਾਫ਼, ਅੰਕੜੇ ਅਤੇ ਸਮੀਕਰਨਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਧਾਰਨਾਵਾਂ

(assumptions) ਦੀ ਵੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਹਾਲਤਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦਗਾਰ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਹਨਾਂ ਦੇ ਤਹਿਤ ਆਰਥਿਕ ਵੇਰੀਏਬਲਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸਿਧਾਂਤ, ਨਿਯਮ ਅਤੇ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਉਪਰੋਕਤ ਚਰਚਾ ਤੋਂ ਅਸੀਂ ਕਹਿ ਸਕਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਨੂੰ ਇੱਕ ਵਿਗਿਆਨ (ਸਮਾਜਿਕ ਵਿਗਿਆਨ) ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਇੱਕ ਕਲਾ ਵੀ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ- I

ਪ੍ਰਸ਼ਨ.1 ਰੇਬਿਨ ਦੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦਿਓ। ਇਹ ਮਾਰਸਲ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਤੋਂ ਕਿਵੇਂ ਉੱਤਮ ਹੈ?

ਉੱਤਰ:-----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ.2 ਵਿਅਸ਼ਟੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦਿਓ।

ਉੱਤਰ:-----  
-----

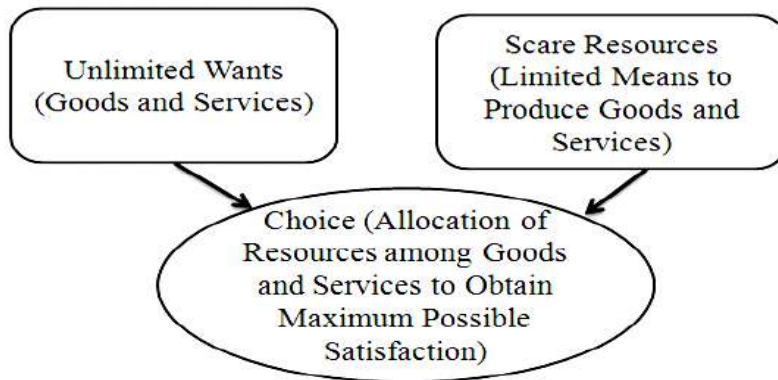
### 1.4 ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀਆਂ ਬੁਨਿਆਦੀ ਆਰਥਿਕ ਧਾਰਨਾਵਾਂ (Basic Economic Concepts of Economics)

**A. ਕਮੀ (Scarcity):** ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੀ ਹੋਂਦ ਦੇ ਬੁਨਿਆਦੀ ਤੱਥਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ। ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਲਈ, ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਲਈ ਮਨੁੱਖੀ ਇੱਛਾਵਾਂ ਅਸੀਮਤ ਹਨ; ਫਿਰ ਵੀ, ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਰੋਤ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਹਨ। ਅਸੀਂ ਜੋ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਾਂ ਉਸ ਨੂੰ ਪੈਦਾ ਕਰਕੇ ਅਸੀਂ ਆਪਣੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਇੱਛਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਕਿਉਂਕਿ ਸਾਡੀਆਂ ਇੱਛਾਵਾਂ ਅਸੀਮਤ ਹਨ ਅਤੇ ਸਰੋਤ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਹਨ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਦੁਰਲੱਭ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨੀ ਹੈ।

**B. ਚੋਣ (Choice):** ਕਿਉਂਕਿ ਸੀਮਤ ਸਾਧਨਾਂ ਨਾਲ ਸਾਰੀਆਂ ਇੱਛਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਅਸੰਭਵ ਹੈ, ਇਸ ਲਈ ਹਰੇਕ ਸਮਾਜ ਨੂੰ ਇਹ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਢੰਗ ਤੈਅ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਹੜੀ ਇੱਛਾ ਪੂਰੀ ਕਰਨੀ ਹੈ। ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਇਸ ਲਈ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਸਾਡੇ ਕੋਲ ਸੀਮਤ ਉਤਪਾਦਕ ਸਰੋਤ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਜ਼ਮੀਨ, ਕੱਚਾ ਮਾਲ, ਹਨਰਮੰਦ ਮਜ਼ਦੂਰ, ਪੂੰਜੀ ਉਪਕਰਣ ਆਦਿ। ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਸਰੋਤ ਸੀਮਤ ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਹਨ, ਇਸ ਲਈ ਉਹ ਜੋ ਵਸਤਾਂ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਉਹ ਵੀ ਸੀਮਤ ਹਨ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉਤਪਾਦਕ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਘਾਟ ਕਾਰਨ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਘਾਟ ਹੈ। ਸਾਡੇ ਕੋਲ ਜੋ ਵੀ ਹੈ ਉਸ ਦਾ ਸਾਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਭ ਉਠਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਸਾਡੇ ਵਸੀਲੇ ਸਾਡੀਆਂ ਇੱਛਾਵਾਂ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਸੀਮਤ ਹਨ।

ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਸੋਚਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਮਨੁੱਖ ਆਪਣੇ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਵਿੱਚ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਹੈ; ਭਾਵ, ਜੇਕਰ ਇੱਕ ਆਦਮੀ ਨੂੰ ਦੋ ਵਿਕਲਪਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਨੀ ਪਵੇ, ਤਾਂ ਉਹ ਹਮੇਸ਼ਾ ਉਸ ਨੂੰ ਚੁਣੇਗਾ ਜੋ ਹੋਰ ਉਪਲਬਧ ਵਿਕਲਪਾਂ

ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰੇਗਾ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਫਰਮ ਨੂੰ ਇੱਕ ਜਾਂ ਦੂਜੇ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਚੋਣ ਕਰਨੀ ਪਵੇ, ਤਾਂ ਇਹ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰੇਗੀ। ਚੋਣ ਦਾ ਪੈਮਾਨਾ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਰੂਰੀ ਤੋਂ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਜ਼ਰੂਰੀ ਤੱਕ ਦੀਆਂ ਇੱਛਾਵਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਪਹਿਲਾਂ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਰੂਰੀ ਲੋੜ ਨੂੰ ਫਿਰ ਦੂਜੀ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਰੂਰੀ ਲੋੜ ਨੂੰ ਸੂਚੀਬੱਧ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

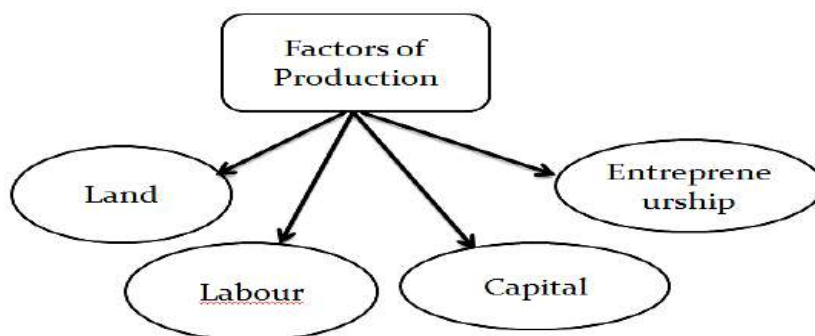


### ਚਿੱਤਰ 1.2 ਆਰਥਿਕ ਸਮੱਸਿਆ

ਚਿੱਤਰ 1.2 ਚੋਣ ਦੀ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜਿਸਦਾ ਨਤੀਜਾ ਇੱਕ ਪਾਸੇ ਅਸੀਮਤ ਇੱਛਾਵਾਂ (Unlimited Wants) ਅਤੇ ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ ਸੀਮਤ ਸਰੋਤਾਂ (Scare Resources) ਤੋਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਸਾਨੂੰ ਸਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਸੀਮਤ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਅਤੇ ਵੰਡ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨੀ ਹੈ।

ਇੱਥੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੇ ਸਰੋਤ ਹਨ ਜੋ ਚੀਜ਼ਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਸਾਡੀ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਚਾਰ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਦੇ ਹਨ।

ਚਿੱਤਰ 1.3 ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕ ਚਾਰ ਕਿਸਮ ਦੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਸੀਮਤ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਇਹ ਸੀਮਤ ਸਾਧਨ ਪੈਦਾ ਕੀਤੇ ਜਾ ਸਕਣ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ 'ਤੇ ਪਾਬੰਦੀਆਂ ਵਿੱਚ ਪਾ ਦਿੱਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।



### ਚਿੱਤਰ 1.3 ਸਰੋਤਾਂ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ

- a. **ਜ਼ਮੀਨ (Land):** ਇਹ ਸਾਰੇ ਕੁਦਰਤੀ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕੁਦਰਤ ਦੁਆਰਾ ਇੱਕ ਮੁਫਤ ਤੋਹਫ਼ਾ ਹਨ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਸਿਰਫ਼ ਖੇਤੀ ਵਾਲੀ ਮਿੱਟੀ ਹੀ ਨਹੀਂ, ਸਗੋਂ ਹੋਰ ਕੁਦਰਤੀ ਸਰੋਤ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਖਣਿਜ, ਪਾਣੀ, ਜਲਵਾਯੂ ਅਤੇ ਜੰਗਲ ਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ।
- b. **ਕਿਰਤ (Labour):** ਸਰੀਰਕ ਅਤੇ ਮਾਨਸਿਕ ਦੋਵੇਂ ਹੁਨਰ ਜੋ ਵਿਅਕਤੀ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਉਪਲਬਧ ਕਰਵਾ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਨੂੰ ਕਿਰਤ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- c. **ਪੂੰਜੀ (Capital):** ਇਹ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਮਨੁੱਖ ਦੁਆਰਾ ਬਣਾਏ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਮਸ਼ੀਨਰੀ, ਫੈਕਟਰੀ- ਇਮਾਰਤਾਂ, ਵੱਖ-ਵੱਖ ਐਜ਼ਾਰ ਅਤੇ ਯੰਤਰ, ਸੜਕਾਂ, ਡੈਮ, ਟਰਾਂਸਪੋਰਟ ਬੱਸਾਂ ਅਤੇ ਟਰੱਕ ਆਦਿ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਅਕਸਰ ਪੂੰਜੀ ਵਸਤੂਆਂ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਵਾਧੂ ਵਸਤਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੇ ਹਨ।
- d. **ਉੱਦਮਤਾ (Entrepreneurship):** ਉੱਦਮਤਾ ਇੱਕ ਵਿਲੱਖਣ ਮਨੁੱਖੀ ਪੂੰਜੀ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉੱਦਮੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇੱਕ ਮੁਕਤ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੀ ਆਰਥਿਕਤਾ ਵਿੱਚ, ਉੱਦਮੀ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਨਿਭਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਹੋਰ ਸਾਧਨਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਿਰਤ, ਜ਼ਮੀਨ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ ਨੂੰ ਜੋੜ ਕੇ, ਉਹ ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਅਤੇ ਵਿਵਸਥਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉੱਦਮੀ ਕਈ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਨੀਤੀਗਤ ਫੈਸਲੇ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਹ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਅਸਫਲਤਾ ਦੇ ਜੋਖਮ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਦੇ ਹਨ।

### 1.5 ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੀਆਂ ਬੁਨਿਆਦੀ ਆਰਥਿਕ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ (Basic Economic Problems of an Economy)

ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪਿਛਲੇ ਪੰਨਿਆਂ ਵਿੱਚ ਜ਼ਿਕਰ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਮਨੁੱਖੀ ਇੱਛਾਵਾਂ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਘਾਟ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਬੁਨਿਆਦੀ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ, ਚਿੰਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਸਵਾਲਾਂ ਵੱਲ ਲੈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਇਸਨੇ ਆਪਣੇ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪੂਰਤ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਬੁਨਿਆਦੀ ਆਰਥਿਕ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੀਆਂ ਕੇਂਦਰੀ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਮੁੱਦਿਆਂ ਵਿੱਚ ਸਮਾਜਕ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਨੂੰ ਪੰਜ ਬੁਨਿਆਦੀ ਸਵਾਲਾਂ ਦਾ ਜਵਾਬ ਦੇਣਾ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ:

#### (a) ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਵੰਡ ਦੀ ਸਮੱਸਿਆ (The Problem of Allocation of Resources)

ਆਰਥਿਕਤਾ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਪਹਿਲੀ ਅਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਡੀ ਬੁਨਿਆਦੀ ਸਮੱਸਿਆ ਇਹ ਹੈ ਕਿ "ਕੀ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਹੈ" ਤਾਂ ਜੋ ਲੋਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ। ਇਹ ਸਮੱਸਿਆ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਕਮੀ ਤੋਂ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਕਿਹੜੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿੰਨੀ ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸਰੋਤ ਸਨ। ਅਸਲ ਵਿੱਚ, ਇਹ

ਸਮੱਸਿਆ ਪੈਦਾ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਕਿ ਕਿਹੜੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਣੀਆਂ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਸਾਨੂੰ ਉਹ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਸੀ ਜੋ ਅਸੀਂ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਾਂ ਅਤੇ ਲੋੜੀਂਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵੀ, ਪਰ ਕਿਉਂਕਿ ਸਰੋਤ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਮਨੁੱਖੀ ਇੱਛਾਵਾਂ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਹਨ, ਇੱਕ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਨੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਸਮਾਜ ਇੱਕ ਖਾਸ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਵੱਡੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸਨੂੰ ਹੋਰ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਤੋਂ ਕੁਝ ਸਰੋਤ ਵਾਪਸ ਲੈਣੇ ਪੈਣਗੇ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ ਸਮਰਪਿਤ ਕਰਨਾ ਪਏਗਾ ਜੋ ਜਿਆਦਾ ਮਾਤਰਾ ਵਿਚ ਲੋੜੀਂਦੀਆਂ ਹਨ।

### **(b) ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿਧੀ ਦੀ ਚੋਣ (Choice of a Production Method)**

ਇਹ ਸਵਾਲ 'ਕਿਵੇਂ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਹੈ' ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ ਜਿਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਸਮਾਜ ਦੁਆਰਾ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ ਕਿਹੜੀ ਤਕਨੀਕ ਜਾਂ ਵਿਧੀ ਵਰਤੀ ਜਾਵੇਗੀ। ਇੱਥੇ ਸਮੱਸਿਆ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇਨਪੁਟਸ ਦੇ ਸਰਵੋਤਮ ਸੁਮੇਲ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇ (ਭਾਵ ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ), ਤਾਂ ਕਿ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੋ ਸਕੇ। ਇਹ ਸਮੱਸਿਆ ਵੀ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਘਾਟ ਕਾਰਨ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਇਨਪੁਟਸ ਬੇਅੰਤ ਮਾਤਰਾ ਵਿਚ ਉਪਲੱਬਧ ਹੋਣ ਤਾਂ ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ ਦੀ ਕਿਸੇ ਵੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਜੋੜਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਸਰੋਤ ਬੇਅੰਤ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਉਪਲਬਧ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਤਾਂ, ਇੱਕ ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਨਾ ਜੋ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕੁਸ਼ਲ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੀ ਹੈ ਇੱਕ ਲੋੜ ਬਣ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਵਿਕਲਪਿਕ ਤਕਨੀਕਾਂ ਉਪਲਬਧ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਨਿਰਧਾਰਤ ਮਾਤਰਾ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਸਮਾਜ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇਹ ਚੁਣਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਵਿਕਲਪਕ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਵੇ। ਹਰੇਕ ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਸਰੋਤਾਂ ਦੇ ਇੱਕ ਵੱਖਰੇ ਸੁਮੇਲ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਰਹੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਹੈਂਡਲੂਮ ਨਾਲ ਕੱਪੜਾ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਵਧੇਰੇ ਮਜ਼ਦੂਰੀ ਅਤੇ ਘੱਟ ਪੂੰਜੀ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਆਟੋਮੈਟਿਕ ਲੂਮਾਂ ਵਿੱਚ ਵਧੇਰੇ ਪੂੰਜੀ ਅਤੇ ਘੱਟ ਮਜ਼ਦੂਰੀ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਹੈਂਡਲੂਮ ਦੇ ਨਾਲ ਕੱਪੜੇ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਇੱਕ ਲੇਬਰ-ਸਹਿਤ ਤਕਨੀਕ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਆਟੋਮੈਟਿਕ ਲੂਮਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਇੱਕ ਪੂੰਜੀ-ਸਹਿਤ ਤਕਨੀਕ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਇੱਕ ਸਮਾਜ ਨੂੰ ਇਹ ਚੁਣਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਕਿਰਤ-ਸੰਬੰਧੀ ਢੰਗਾਂ ਨਾਲ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਪੂੰਜੀ-ਸਹਿਤ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ। ਇੱਥੇ ਇਹ ਦੱਸਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਦੀ ਤਕਨੀਕ ਦੀ ਚੋਣ ਵਿੱਚ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇੱਕ ਸਮਾਜ ਨੂੰ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਉਹ ਕਿਰਤ-ਸਹਿਤ ਜਾਂ ਪੂੰਜੀ-ਸੰਬੰਧੀ ਢੰਗਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਵਸਤੂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਨੋਟ ਕਰਨਾ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਤਕਨੀਕ ਦੀ ਚੋਣ ਵਿੱਚ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਨਿਭਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ।

**(c) ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਵੰਡ ਦੀ ਸਮੱਸਿਆ (The Problem of Distribution of National Product)**

ਇਹ ਸਮੱਸਿਆ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਵੰਡ ਨਾਲ ਜੁੜੀ ਹੋਈ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਸਮਾਜ ਦੇ ਮੈਂਬਰਾਂ ਵਿੱਚ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਵੰਡਿਆ ਜਾਣਾ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਉਤਪਾਦਕ ਸਰੋਤ ਅਤੇ ਇਹਨਾਂ ਸਾਧਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਗਈ ਪੈਦਾਵਾਰ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਹੈ, ਅਸੀਂ ਸਮਾਜ ਦੇ ਸਾਰੇ ਲੋਕਾਂ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅਸਮਰੱਥ ਹਾਂ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇਹ ਸਮਾਜ ਦੁਆਰਾ ਤੈਅ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸ ਨੂੰ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦਨ ਤੋਂ ਕਿੰਨਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਮੁਕਤ ਬਾਜ਼ਾਰ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾ ਵਿੱਚ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਕਿੰਨਾ ਹਿੱਸਾ ਲੋਕਾਂ ਦੀ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਕੌਣ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ? ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨ ਜਿੰਨੀ ਵੱਧ ਹੋਵੇਗੀ, ਉਹ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚੋਂ ਉਨੀਆਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖਰੀਦ ਸਕੇਗਾ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉੱਚ ਆਮਦਨੀ ਵਾਲੇ ਲੋਕ ਘੱਟ ਆਮਦਨੀ ਵਾਲੇ ਲੋਕਾਂ ਨਾਲੋਂ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਵੱਡਾ ਹਿੱਸਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਵੱਧ ਆਮਦਨ ਦੀ ਬਰਾਬਰ ਵੰਡ ਹੋਵੇਗੀ, ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਬਰਾਬਰ ਵੰਡ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਵੱਧ ਹੋਵੇਗੀ।

ਇਹ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਪੈਸਾ ਕਮਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ, ਇਸ ਨੂੰ ਕੰਮ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਭਾਵ, ਆਪਣੀ ਕਿਰਤ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵੇਚ ਕੇ। ਇਸ ਤਹਿਤ ਸ਼ਾਮਲ ਤਨਖਾਹਾਂ ਅਤੇ ਤਨਖਾਹਾਂ ਰਾਹੀਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਣ ਵਾਲੀ ਆਮਦਨ। ਦੂਜਾ, ਜਾਇਦਾਦ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਜ਼ਮੀਨ, ਕਾਰਖਾਨੇ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ ਦੇ ਹੋਰ ਸਰੋਤ ਵੀ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨ ਬਣਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਕਿਰਾਇਆ, ਵਿਆਜ ਅਤੇ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਜਾਇਦਾਦ ਤੋਂ ਹੋਣ ਵਾਲੀ ਆਮਦਨ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਹਨ। ਇੱਕ ਮੁਕਤ ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਆਰਥਿਕਤਾ ਵਿੱਚ, ਜਾਇਦਾਦ ਦੀ ਮਾਲਕੀ ਵਿੱਚ ਭਿੰਨਤਾਵਾਂ ਸੰਪਤੀ ਤੋਂ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਵੱਲ ਲੈ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।

ਆਰਥਿਕਤਾ ਵਿੱਚ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਵੰਡ ਹਮੇਸ਼ਾ ਹੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦਾ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਵਿਸ਼ਾ ਰਿਹਾ ਹੈ। Karl Marx ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ "ਹਰ ਇੱਕ ਤੋਂ ਉਸਦੀ ਯੋਗਤਾ ਅਨੁਸਾਰ, ਹਰੇਕ ਨੂੰ ਉਸਦੀ ਲੋੜ ਅਨੁਸਾਰ" ਦੇ ਅਧਾਰ 'ਤੇ ਵੰਡਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਹੋਰ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਹਰੇਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਉਸਦੇ ਯੋਗਦਾਨ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਮੁਆਵਜ਼ਾ ਦਿੱਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

**(d) ਆਰਥਿਕ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਦੀ ਸਮੱਸਿਆ (The Problem of Economic Efficiency)**

ਇਹ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਜਾਂ ਭਲਾਈ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮੱਸਿਆ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੇ ਸਾਧਨ ਸੀਮਤ ਹਨ, ਇਸ ਲਈ ਇਹਨਾਂ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਕੋਈ ਬਰਬਾਦੀ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗੀ। ਪਿਛਲੇ ਪੰਨਿਆਂ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਹੈ ਕਿ ਆਰਥਿਕਤਾ ਵਿੱਚ 'ਕੀ ਅਤੇ ਕਿਵੇਂ' ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਅਸੀਂ ਇਹ ਵੀ ਅਧਿਐਨ ਕੀਤਾ ਹੈ ਕਿ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਕਿਵੇਂ ਵੰਡਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਹੁਣ, ਜੇ ਸਵਾਲ ਉਭਰਿਆ ਹੈ ਉਹ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਇੱਕ ਅਰਥਚਾਰੇ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਅਤੇ ਵੰਡ ਦੇ ਫੈਸਲੇ ਕੁਸ਼ਲ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦਕ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਕੀਤੀ ਜਾਵੇ ਕਿ ਇੱਕ ਚੰਗੇ ਗੁਣਾਂ ਨੂੰ ਹੋਰ ਵਧੀਆ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕੋਈ ਕੁਰਬਾਨੀ ਨਹੀਂ ਦਿੱਤੀ ਜਾਵੇਗੀ, ਤਾਂ ਅਸੀਂ ਕਹਿ

ਸਕਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ। ਇਸਦੇ ਲਈ, ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ ਕੋਈ ਬਦਲਾਅ ਕਰਦੇ ਹਾਂ ਤਾਂ ਸਾਨੂੰ ਲਾਗਤ ਲਾਭ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵਰਤੋਂ ਤੋਂ ਦੂਜੀ ਵਰਤੋਂ ਵਿੱਚ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਤਬਦੀਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਇਸ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਲਾਗਤ ਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਵੇਗੀ। ਜੇਕਰ ਲਾਗਤ ਦੀ ਸਮੂਲੀਅਤ ਇਸ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਲਾਭਾਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਤਾਂ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਤਬਦੀਲ ਕਰਨਾ ਕੋਈ ਲਾਭਦਾਇਕ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਸਰੋਤ ਸੀਮਤ ਹਨ, ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਜਿੰਨਾ ਸੰਭਵ ਹੋ ਸਕੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਰਤਣਾ ਬਿਹਤਰ ਹੈ।

### **(e) ਆਰਥਿਕ ਵਿਕਾਸ ਦੀ ਸਮੱਸਿਆ (The Problem of Economic Growth)**

ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਅਰਥਚਾਰੇ ਦੇ ਸਾਰੇ ਦੁਰਲੱਭ ਵਸੀਲਿਆਂ ਦੀ ਵਰਤਮਾਨ ਖਪਤ (ਉਪਭੋਗਤਾ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ) ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਪੂੰਜੀਗਤ ਵਸਤੂਆਂ ਲਈ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਕੋਈ ਵਿਵਸਥਾ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਸ ਲਈ, ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੀ ਉਤਪਾਦਕ ਸਮਰੱਥਾ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਵਧੇਗੀ। ਸਿੱਟੇ ਵਜੋਂ ਲੋਕਾਂ ਦਾ ਜੀਵਨ ਪੱਧਰ ਜਾਂ ਆਮਦਨ ਨਹੀਂ ਵਧੇਗੀ। ਆਰਥਿਕ ਵਿਕਾਸ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਸਰੋਤਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਹਿੱਸਾ ਪੂੰਜੀ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਅਤੇ ਖੋਜ ਅਤੇ ਵਿਕਾਸ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੋ ਤਕਨੀਕੀ ਤਰੱਕੀ ਲਿਆਏਗਾ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਪੂੰਜੀ ਇਕੱਤਰ ਕਰਨ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕੀ ਤਰੱਕੀ ਲਈ ਪ੍ਰਬੰਧ, ਵਰਤਮਾਨ ਖਪਤ ਦੀ ਕੁਝ ਕੁਰਬਾਨੀ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇੱਕ ਸਮਾਜ ਨੂੰ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਭਵਿੱਖ ਦੀ ਆਰਥਿਕ ਤਰੱਕੀ ਲਈ ਕਿੰਨੀ ਬਚਤ ਅਤੇ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਉਪਰੋਕਤ ਤੋਂ ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੈ, ਕਿ ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਅਰਥਚਾਰੇ ਦੀ ਉਤਪਾਦਕ ਸਮਰੱਥਾ ਵਧ ਰਹੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ, ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਜੀਵਨ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੋਵੇਗਾ।

ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਅਸੀਂ ਕਹਿ ਸਕਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਇਹ ਸਿਰਫ ਆਰਥਿਕ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਘਾਟ ਹੈ ਜੋ ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ ਬੁਨਿਆਦੀ ਸਵਾਲਾਂ ਦੇ ਪਿੱਛੇ ਲੁਕੀ ਹੋਈ ਹੈ। ਇਹ ਪੰਜ ਸਵਾਲ ਸਿਰਫ ਦੁਰਲੱਭ ਵਸੀਲਿਆਂ ਅਤੇ ਅਸੀਮਤ ਲੋੜਾਂ ਦੀ ਬੁਨਿਆਦੀ ਆਰਥਿਕ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਤੋੜਦੇ ਹਨ। ਨਾਲ ਹੀ, ਇਹਨਾਂ ਸਵਾਲਾਂ ਦਾ ਆਪਸੀ ਸਬੰਧ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੈ, ਇਸਲਈ ਉਹ ਇੱਕੋ ਸਮੇਂ ਇਲਾਜ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਅਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਸੁਤੰਤਰ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇਲਾਜ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ।

### **1.6 ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਵਿਧੀ (Methodology of Economics)**

ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰ ਨੂੰ ਖੋਜ ਦੇ ਇੱਕ ਉਦੇਸ਼ ਅਤੇ ਨਿਰਪੱਖ ਵਿਸ਼ੇ ਵਜੋਂ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਲਈ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਢੁਕਵੇਂ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਸਾਡੀਆਂ ਖੋਜਾਂ ਤਰਕਸੰਪੂਰਨ, ਸਹੀ ਅਤੇ ਭਰੋਸੇਯੋਗ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ। ਅਸੀਂ ਇਸ ਭਾਗ ਵਿੱਚ ਦੋ ਤਰੀਕਿਆਂ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰਾਂਗੇ, ਅਰਥਾਤ ਕਟੌਤੀ ਅਤੇ ਪ੍ਰੋਰਕ ਵਿਧੀਆਂ।

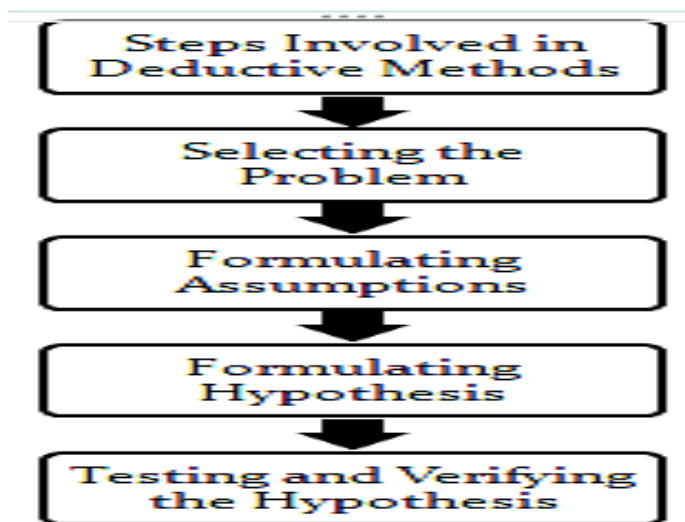
### 1.6.1 ਕਟੈਤੀ ਵਿਧੀ (Deductive Method)

ਇਹ ਪਹੁੰਚ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਲਾਸੀਕਲ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਸੀ। ਇਸਨੂੰ ਪ੍ਰਾਇਰੀ, ਕਲਪਨਾਤਮਕ ਜਾਂ ਆਰਥਿਕ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਇੱਕ ਅਮੂਰਤ ਪਹੁੰਚ ਵਜੋਂ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਆਮ ਸਵੈ-ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਸਿੱਟੇ 'ਤੇ ਪਹੁੰਚਣ ਦਾ ਇੱਕ ਤਰੀਕਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿਧੀ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਤਰਕ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਕੇ ਤੱਥਾਂ ਦੇ ਸੰਗ੍ਰਹਿ ਤੋਂ ਸਿੱਟੇ ਕੱਢ ਸਕਦੇ ਹਾਂ, ਜੋ ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਕਾਰਵਾਈ ਦੇ ਕਾਰਨਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਸਥਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਸਟੀਕ ਹੋਣ ਲਈ, ਕਟੈਤੀ ਨੂੰ ਆਮ ਪਰਿਸਰ ਤੋਂ ਖਾਸ ਸਿੱਟਿਆਂ ਤੱਕ ਤਰਕ ਵਜੋਂ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੀਮਿਸ (Premises) ਉਹ ਕਥਨ ਹਨ ਜੋ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਮੁੱਦੇ 'ਤੇ ਸਹੀ ਅਤੇ ਲਾਗੂ ਹੋਣ ਲਈ ਮੰਨੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਹੀ ਫੈਸਲੇ ਸਹੀ ਤਰਕ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਹੋਣਗੇ।

#### ਕਟੈਤੀ ਵਿਧੀ ਦੇ ਗੁਣ (Merits of Deductive Method)

- A. ਇਹ ਆਮ ਸਿਧਾਂਤਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਘੱਟਦੀ ਰਿਟਰਨ ਦਾ ਕਾਨੂੰਨ; ਇਸਲਈ, ਇਹ ਵਿਧੀ ਉਹਨਾਂ ਅਨੁਮਾਨਾਂ ਨੂੰ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਉਪਯੋਗੀ ਹੈ ਜਿਹਨਾਂ ਦੀ ਸਰਵ ਵਿਆਪਕ ਵੈਧਤਾ ਹੈ।
- B. ਜਦੋਂ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਵਿਧੀ ਖੋਜ ਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਤਕਨੀਕ ਹੈ। ਇਹ ਪਹੁੰਚ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਨਤੀਜੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 1.3

- C. ਤਰਕ ਦਾ ਸਿਧਾਂਤ ਇੱਥੇ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਅਤੇ ਕਟੈਤੀਵਾਦੀ ਪਹੁੰਚ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਨਤੀਜੇ ਸਰਲ, ਸਹੀ ਅਤੇ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਥਾਪਿਤ ਹਨ।



D. ਇਸ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ ਆਸਾਨ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਕੇਸ ਲਈ ਅੰਕੜਾ ਸਬੂਤਾਂ ਦੀ ਡੂੰਘਾਈ ਨਾਲ ਜਾਂਚ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇਸ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਨਤੀਜੇ ਨਿਰਪੱਖ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਜਾਂਚ ਕਰਤਾ ਦੇ ਨਿੱਜੀ ਵਿਸ਼ਵਾਸਾਂ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

E. ਇਸ ਵਿਧੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਆਰਥਿਕ ਰੁਝਾਨਾਂ ਦੀ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਕਰਨ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

### **ਕਟੌਤੀ ਵਿਧੀ ਦੇ ਨੁਕਸਾਨ (Demerits of Deductive Method)**

ਕਟੌਤੀ ਵਿਧੀ ਦੇ ਕਈ ਨੁਕਸਾਨ ਹਨ:

A. ਕਟੌਤੀਵਾਦੀ ਪਹੁੰਚ ਨਾਲ ਸਮੱਸਿਆ ਹੋਰ ਵੀ ਬਦਤਰ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਗੈਰ-ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ ਕਾਨੂੰਨਾਂ ਨੂੰ ਵਿਸ਼ਵਵਿਆਪੀ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਅਕਸਰ ਗੈਰ-ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਇਸ ਵਿਧੀ ਨੂੰ ਸਥਿਰ ਵਿਧੀ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

B. ਕੁਝ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਦਾ ਇਹ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਹੈ ਕਿ ਕਟੌਤੀ 'ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ ਕਾਨੂੰਨ ਕਾਲਪਨਿਕ ਅਤੇ ਅਵਾਸਤਕ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਤਕਨਾਲੋਜੀ, ਰਾਜਨੀਤਿਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ, ਸਮਾਜਿਕ ਰੀਤੀ-ਰਿਵਾਜ ਅਤੇ ਧਰਮ ਆਦਿ ਵਰਗੇ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਜੋ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਬਦਲਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਆਰਥਿਕ ਤੱਥਾਂ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।

C. ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ, ਨਿਰੀਖਣ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਸਿਧਾਂਤਾਂ, ਸਾਧਾਰਨੀਕਰਨਾਂ ਅਤੇ ਨਿਯਮਾਂ ਦੀ ਪੁਸ਼ਟੀ ਕਰਨ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਸਹੀ ਨਿਰੀਖਣ ਲਈ ਸਹੀ ਅਤੇ ਲੋੜੀਂਦੇ ਡੇਟਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਅਗਰ ਪਰਿਕਲਪਨਾ ਗਲਤ ਡੇਟਾ ਤੋਂ ਲਿਆ ਗਿਆ ਹੈ, ਥਿਊਰੀ ਤੱਥ ਨਾਲ ਮੇਲ ਨਹੀਂ ਖਾਂਦੀ ਅਤੇ ਗਲਤ ਸਾਬਤ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ।

D. ਕਟੌਤੀ ਵਾਲੀ ਪਹੁੰਚ ਬਹੁਤ ਹੀ ਅਮੂਰਤ ਹੈ, ਅਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਥਾਂਵਾਂ ਤੋਂ ਅਨੁਮਾਨ ਲਗਾਉਣ ਲਈ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮੁਹਾਰਤ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇੱਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਇੱਕ ਤਜਰਬੇਕਾਰ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀ ਦੇ ਕਬਜ਼ੇ ਵਿੱਚ, ਇਸ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ ਅਜਿਹੇ ਆਰਥਿਕ ਮੁੱਦਿਆਂ ਦੀਆਂ ਜਟਿਲਤਾਵਾਂ ਦੇ ਕਾਰਨ ਮੁਸ਼ਕਲ ਹੈ।

### **1.6.2 ਪ੍ਰੇਰਕ ਵਿਧੀ (Inductive Method)**

ਇਸ ਮੁਤਾਬਕ, ਕਿਸੇ ਥੋੜੇ ਹਿੱਸੇ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਸਮੁੱਚੇ ਹਿੱਸੇ ਤੱਕ, ਵੇਰਵਿਆਂ ਤੋਂ ਜਨਰਲ ਤੱਕ, ਜਾਂ ਇਕਾਈ ਤੋਂ ਸਰਵ ਵਿਆਪਕ ਤੱਕ ਤਰਕ ਦੀ ਵਿਧੀ ਨੂੰ ਪ੍ਰੇਰਕ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। Bacon ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਇਹ "ਇੱਕ ਚੜ੍ਹਦੀ ਕਾਰਵਾਈ" ਹੈ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਤੱਥਾਂ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਕ੍ਰਮਬੱਧ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਫਿਰ ਆਮ ਸਿੱਟੇ ਕੱਢੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

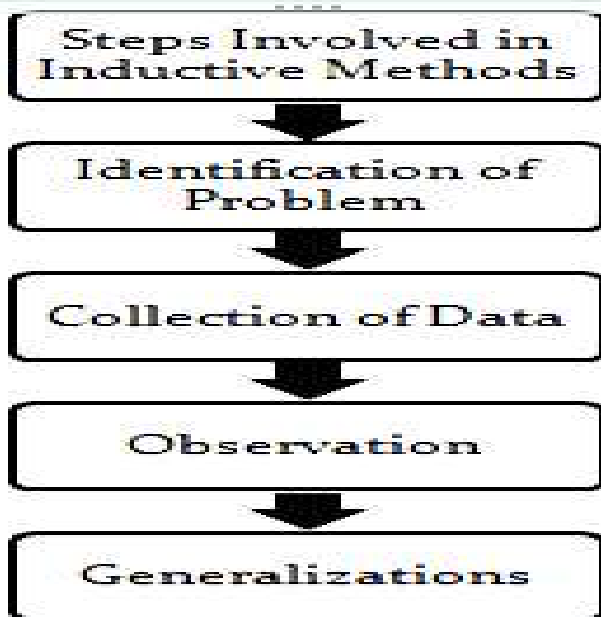
ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ, ਜਰਮਨ ਇਤਿਹਾਸਕ ਸਕੂਲ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰੇਰਕ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਗਈ ਸੀ, ਜਿਸਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਇਤਿਹਾਸਕ ਅਧਿਐਨ ਦੁਆਰਾ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸੁਧਾਰਣਾ ਸੀ। ਇਤਿਹਾਸਕ ਜਾਂ ਪ੍ਰੇਰਕ ਪਹੁੰਚ ਇਹ

ਮੰਨਦੀ ਹੈ ਕਿ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀ ਲਾਜ਼ਮੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇੱਕ ਆਰਥਿਕ ਇਤਿਹਾਸਕਾਰ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾਂ ਡੇਟਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਸਾਧਾਰਨੀਕਰਨ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਬਾਅਦ ਦੀਆਂ ਘਟਨਾਵਾਂ ਲਈ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਸਿੱਟਿਆਂ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ, ਅਸੀਂ ਕਿਸੇ ਵੀ ਆਰਥਿਕ ਮੁੱਦੇ ਦਾ ਅਸਲ ਹੱਲ ਲੱਭਣ ਲਈ ਅੰਕੜਾਤਮਕ ਢੰਗਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਰਹੇ ਹਾਂ। ਕਿਉਂਕਿ ਅਸੀਂ ਬਦਲਦੇ ਹਾਲਾਤਾਂ ਨੂੰ ਸਾਰੇ ਕੋਣਾਂ ਤੋਂ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਵਿਚਾਰ ਕੇ ਹੀ ਸਿੱਟਾ ਕੱਢਦੇ ਹਾਂ, ਇਸ ਪਹੁੰਚ ਨੂੰ ਠੋਸ, ਤਰਕਸੰਪੂਰਨ ਅਤੇ ਕਾਰਜਸ਼ੀਲ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

### ਪ੍ਰੋਰਕ ਵਿਧੀ ਦੇ ਗੁਣ (Merits of Inductive Method)

ਹੇਠਾਂ ਇਸ ਵਿਧੀ ਦੇ ਗੁਣ ਹਨ:

- 1) ਇਸ ਵਿਧੀ ਨੂੰ ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਨ੍ਹਾਂ ਬਦਲਦੇ ਆਰਥਿਕ ਵਰਤਾਰਿਆਂ ਦਾ ਸਹੀ ਤਜਰਬੇ ਨਾਲ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਇਸ ਲਈ, ਉਚਿਤ ਸਿੱਟੇ ਕੱਢੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜੋ ਆਰਥਿਕ ਸਮੱਸਿਆ ਦੇ ਢੁਕਵੇਂ ਹੱਲ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਲਈ ਹੋਰ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੋਣਗੇ।



ਚਿੱਤਰ 1.4

- 2) ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਇਹ ਤੱਥਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ, ਇਸ ਲਈ ਇਹ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਵਧੇਰੇ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਹੈ।
- 3) ਇਹ ਵਿਧੀ ਭਵਿੱਖ ਦੀ ਪੁੱਛਗਿੱਛ ਵਿੱਚ ਵੀ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ।
- 4) ਉਪਰੋਕਤ ਗੁਣਾਂ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਇਹ ਵਿਅਸ਼ਟੀ ਅਤੇ ਸਮਸ਼ਟੀ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਆਰਥਿਕ ਨੀਤੀਆਂ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਸਰਕਾਰ ਲਈ ਮਦਦਗਾਰ ਹੈ।

### ਪ੍ਰੋਰਕ ਵਿਧੀ ਦੇ ਨੁਕਸਾਨ (Demerits of Inductive Method)

- 1) ਕਟੌਤੀ ਵਿਧੀ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ, ਇਸ ਵਿਧੀ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ ਕਾਫ਼ੀ ਮੁਸ਼ਕਲ ਹੈ, ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਅੰਕੜਾ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦਾ ਢੁਕਵਾਂ ਗਿਆਨ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਇਸ ਵਿਧੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਇਸ ਵਿਧੀ ਵਿੱਚ ਜਾਂਚਕਰਤਾ ਦੇ ਵਿਸ਼ਾਲ ਗਿਆਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।
- 2) ਇਹ ਤਰੀਕਾ ਬਹੁਤ ਮਹਿੰਗਾ ਅਤੇ ਸਮਾਂ ਲੈਣ ਵਾਲਾ ਹੈ।
- 3) ਸਟੀਕ ਨਤੀਜੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨੂੰ ਸਰਵ ਵਿਆਪਕ ਬਣਾਉਣ ਲਈ, ਨਿਰੀਖਣ ਅਤੇ ਪ੍ਰਯੋਗ ਦਾ ਖੇਤਰ ਵਿਸ਼ਾਲ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਪ੍ਰੇਰਕ ਵਿਧੀ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਉਪਰੋਕਤ ਚਰਚਾ ਤੋਂ, ਇਹ ਕਿਹਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਦੋਵੇਂ ਵਿਧੀਆਂ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਵਿਰੋਧੀ ਨਹੀਂ ਹਨ, ਪਰ ਢੁਕਵੇਂ ਨਤੀਜੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਇਹਨਾਂ ਦੋਵਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਪੂਰਕ ਵਜੋਂ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨ ਵੇਲੇ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀ ਇਹਨਾਂ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਕੱਲੇ ਜਾਂ ਸੁਮੇਲ ਵਿੱਚ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਇਹ ਸਮੱਸਿਆ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਸਮੱਸਿਆ ਦੀ ਕਿਸਮ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਆਰਥਕ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਕ ਅਤੇ ਕਟੌਤੀ ਵਿਧੀਆਂ ਬਰਾਬਰ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਦੋਵਾਂ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦਾ ਸੁਮੇਲ ਆਰਥਿਕ ਪੁੱਛਗਿੱਛ ਵਿੱਚ ਸੱਚੀ ਤਰੱਕੀ ਵੱਲ ਅਗਵਾਈ ਕਰੇਗਾ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ-II

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਕਮੀ ਸਾਰੀਆਂ ਆਰਥਿਕ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦੀ ਮਾਂ ਹੈ। ਇਸ 'ਤੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਕਟੌਤੀ ਅਤੇ ਪ੍ਰੇਰਣਾਤਮਕ ਤਰੀਕਿਆਂ ਵਿੱਚ ਫਰਕ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 1.7 ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੀ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Role of Assumptions in Economic Theory)

ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ, ਹਾਲਾਂਕਿ, ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪਰ ਇਹਨਾਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਨਿਭਾਈ ਗਈ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਤੋਂ ਕੋਈ ਇਨਕਾਰ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦਾ। ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ ਇਹਨਾਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੀਆਂ ਕਈ ਲਾਭਦਾਇਕ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਵਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਹੈ:

1. ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਕਿਸੇ ਵਿਚਾਰ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਨ ਜਾਂ ਪੇਸ਼ ਕਰਨ ਦਾ ਇੱਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਤਰੀਕਾ ਹੈ।

2. ਆਰਥਿਕ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕ ਅਤੇ ਕਈ ਚੀਜ਼ਾਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਹਰ ਇੱਕ ਆਦਮੀ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਨਾ ਇੱਕ ਚੁਣੌਤੀਸੰਪੂਰਨ ਕੰਮ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਅਨੇਕ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਪੁਰਸ਼ਾਂ ਅਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਅਸੀਂ ਸਮੁੱਚੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਬਾਰੇ ਸਾਧਾਰਨੀਕਰਨ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਾਂ। ਸਾਡੇ ਮਾਡਲਾਂ ਵਿੱਚ, ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਅਸੀਂ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦੱਸਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਸਿਰਫ਼ ਦੋ ਚੀਜ਼ਾਂ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਇਹ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਅਸੀਂ ਅਸਲ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਸਿਰਫ਼ ਦੋ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਪੈਦਾ ਕਰਦੇ ਹਾਂ; ਇਸ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਅਸੀਂ ਦੋ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪੂੰਜੀਗਤ ਵਸਤੂਆਂ ਜਾਂ ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਦੇ ਹਾਂ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਅਸੀਂ ਸਿਰਫ਼ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਕੇ ਆਪਣੇ ਅਧਿਐਨ ਨੂੰ ਸਰਲ ਬਣਾ ਸਕਦੇ ਹਾਂ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਅਸੀਂ ਇਹ ਸਿੱਟਾ ਕੱਢ ਸਕਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦਾ ਨਤੀਜਾ ਸਰਲੀਕਰਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
3. ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਹਾਲਤਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਣ ਦਾ ਇੱਕ ਸੁਵਿਧਾਜਨਕ ਤਰੀਕਾ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਹਨਾਂ ਦੇ ਤਹਿਤ ਇੱਕ ਸਿਧਾਂਤ ਦੀ ਵੈਧਤਾ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
4. ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਅਸਲ ਆਰਥਿਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ ਸਥਿਰ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ; ਇਹ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਬਦਲਣਯੋਗ ਹੈ। ਇਸ ਕਰਕੇ, ਅਸੀਂ ਆਪਣੇ ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲਾਂ ਵਿੱਚ ਇੰਨੀ ਜਲਦੀ ਤਬਦੀਲੀ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਜੋ ਸਾਡੇ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨੂੰ ਅਯੋਗ ਬਣਾ ਦੇਵੇ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਮੰਗ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ ਅਸੀਂ 'Ceteris Paribus' ਦੀ ਉਦਾਹਰਣ ਲੈਂਦੇ ਹਾਂ (ਭਾਵ, ਹੋਰ ਕੁਝ ਨਹੀਂ ਬਦਲਦਾ)। ਇਹ ਸਾਡੇ ਅਧਿਐਨ ਨੂੰ ਸਰਲ ਬਣਾ ਦੇਵੇਗਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਇਸਦੀ ਵੈਧਤਾ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
5. ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਤਰਕਸ਼ੀਲਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਰਹੇ ਹਾਂ। ਇੱਥੇ ਇਹ ਦੱਸਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਆਪਣੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਆਪਣੇ ਪੱਖਪਾਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਹਨਾਂ ਸਾਰਿਆਂ ਦਾ ਵੱਖਰੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇਲਾਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅਜਿਹਾ ਕਰਨ ਲਈ, ਸਾਨੂੰ ਇਹ ਮੰਨਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਇੱਕ ਖਾਸ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਬਜਾਏ ਔਸਤ ਆਦਮੀ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਇਸਦੇ ਕਾਰਨ, ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇੱਕ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਜੀਵ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇੱਕ ਔਸਤ ਅਤੇ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਆਦਮੀ ਮੰਨ ਕੇ, ਅਸੀਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੇ ਆਰਥਿਕ ਕਾਨੂੰਨਾਂ ਦੇ ਅਪਵਾਦਾਂ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰ ਦਿੰਦੇ ਹਾਂ।

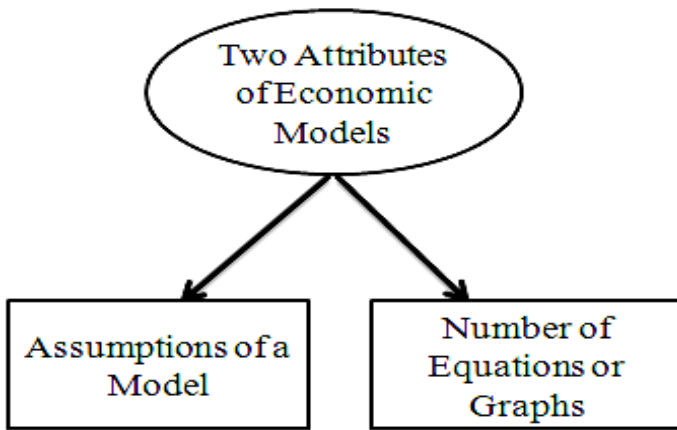
ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ, ਹਰ ਨਿਯਮ ਅਤੇ ਸਾਧਾਰਨੀਕਰਨ ਕੁਝ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਹੁਣ ਚਿੰਤਾ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਇਹ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ ਜਾਂ ਸਹੀ ਆਰਥਿਕ ਨਿਯਮ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਨਹੀਂ। ਇੱਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਆਰਥਿਕ ਨਿਯਮ, ਜੇਕਰ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਜਾਇਜ਼ ਅਤੇ ਉਪਯੋਗੀ ਹੋਣਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹਨਾਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੋ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਹਨ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇਸ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਗੈਰ-ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਉਲੀਕਣਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਨਿਯਮ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨਾ, ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਅਯੋਗ ਬਣਾ

ਦੇਵੇਗਾ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, Prof. Milton Friedman, ਆਪਣੇ ਮਸ਼ਹੂਰ ਪੇਪਰ, "ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਵਿਧੀ" ਵਿੱਚ ਇਹੀ ਦਲੀਲ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਦਾਅਵਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀਆਂ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀਆਂ ਨੂੰ ਅਨੁਭਵੀ ਸਬੂਤਾਂ ਨਾਲ ਜਾਂਚਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਕਿ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਆ ਜਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਉਹ ਦਾਅਵਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਸਿਰਫ਼ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨੂੰ ਸਰਲ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਬਣਾਈਆਂ ਗਈਆਂ ਹਨ।

### **1.8 ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ (Economic Models)**

ਇੱਕ ਮਾਡਲ ਇੱਕ ਸਿਧਾਂਤ ਦਾ ਇੱਕ ਸਰਲ ਰੂਪ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਮਾਡਲ ਥਿਊਰੀ ਦਾ ਇੱਕ ਹਿੱਸਾ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਖਾਸ ਆਰਥਿਕ ਵਰਤਾਰੇ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਕਾਰਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਸੰਕਲਪਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਗਟ ਕਰਨ ਲਈ ਅਕਸਰ ਸ਼ਬਦਾਂ, ਚਿੱਤਰਾਂ ਅਤੇ ਗਣਿਤਿਕ ਸਮੀਕਰਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਮਾਡਲ ਅਤੇ ਥਿਊਰੀ ਸ਼ਬਦ ਅਕਸਰ ਪਰਿਵਰਤਨਯੋਗ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਦੋਵੇਂ ਵੇਰੀਏਬਲਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਇੱਕ ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ, ਇੱਕ ਸਿਧਾਂਤ ਦਾ ਇੱਕ ਰਸਮੀ ਬਿਆਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸਮੀਕਰਨਾਂ ਜਾਂ ਗ੍ਰਾਫਾਂ ਦੀ ਇੱਕ ਲੜੀ ਵਜੋਂ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ ਸਹੀ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕੀਤੇ ਬਿਨਾਂ ਵੇਰੀਏਬਲਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਆਮ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ "ਆਮ" ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਮੰਗ ਦਾ ਇੱਕ ਆਮ ਮਾਡਲ ਹੈ ਜੋ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਿਵੇਂ ਇੱਕ ਚੰਗੇ ਵਾਧੇ ਦੀ ਕੀਮਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਘਟਦੀ ਹੈ। ਮਾਤਰਾਤਮਕ ਮਾਡਲ ਉਹ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਵੇਰੀਏਬਲਾਂ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਮਾਤਰਾਤਮਕ ਸਬੰਧ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਆਰਥਿਕ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਕਰਨ ਲਈ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਮਾਡਲ ਬਣਾਏ ਗਏ ਹਨ। ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਨੇ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਪਤਕਾਰ, ਉਤਪਾਦਕ ਜਾਂ ਸਮੁੱਚੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਕਰਨ ਲਈ ਗਣਿਤਿਕ ਢੰਗਾਂ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਮਾਡਲ ਕਈ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦਾ ਬਣਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਸਿੱਟੇ ਜਾਂ ਨਤੀਜੇ ਕੱਢਣ ਲਈ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣਾਤਮਕ ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ ਬਾਰੇ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਲਈ ਦੋ ਨੁਕਤੇ ਹਨ। ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ, ਇੱਕ ਮਾਡਲ ਹਮੇਸ਼ਾ ਅਸਲੀਅਤ ਤੋਂ ਵੱਖ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਦੂਜਾ, ਇੱਕ ਅਨੁਭਵੀ ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ ਸਮੀਕਰਨਾਂ ਜਾਂ ਗ੍ਰਾਫਾਂ ਦੇ ਸੰਗ੍ਰਹਿ ਤੋਂ ਬਣਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਾਰਨ-ਅਤੇ-ਪ੍ਰਭਾਵ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 1.5 ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ ਦੇ ਇਹਨਾਂ ਦੋ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਗੁਣਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ।



### ਚਿੱਤਰ 1.5 ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲਾਂ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ

- 1) **ਇੱਕ ਮਾਡਲ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ (Assumptions of a Model):** ਇੱਕ ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ ਅਕਸਰ ਕੁਝ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਅਸਲ-ਸੰਸਾਰ ਦੀਆਂ ਆਰਥਿਕ ਸਥਿਤੀਆਂ ਨੂੰ ਸਹੀ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਦਰਸਾਉਂਦੇ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਇੱਕ ਮਾਡਲ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਵਰਤੀਆਂ ਜਾਣ ਵਾਲੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਵਿਆਖਿਆ ਕੀਤੀ ਜਾ ਰਹੀ ਸਥਿਤੀ ਦੀ ਕਿਸਮ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਅਸਲ-ਸੰਸਾਰ ਸਥਿਤੀ ਦੀ ਸਹੀ ਪ੍ਰਤੀਰੂਪ ਨਹੀਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਆਧੁਨਿਕ ਆਰਥਿਕ ਸੰਸਾਰ ਦੇ ਸਿਰਫ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਪਹਿਲੂਆਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਮਾਡਲ ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਅਸਲ ਵਿੱਚ, ਅਸਲ ਸੰਸਾਰ ਇੰਨਾ ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਹੈ ਕਿ ਇਸ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਲਈ ਅਮੂਰਤਤਾ ਅਤੇ ਸਰਲਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਅਸਲੀਅਤ ਦੀਆਂ ਕਿਸੇ ਵੀ ਲਾਭਦਾਇਕ ਅਤੇ ਵਿਹਾਰਕ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਬਾਹਰ ਲਿਆਉਣ ਲਈ, ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਇਸ ਤੋਂ ਕੁਝ ਹੱਦ ਤੱਕ ਅਮੂਰਤ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਕਈ ਪੱਖਾਂ ਤੋਂ, ਇੱਕ ਮਾਡਲ ਹਕੀਕਤ ਤੋਂ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਅਮੂਰਤ ਨਹੀਂ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਹਕੀਕਤ ਦੇ ਕੁਝ ਪਹਿਲੂਆਂ ਨੂੰ ਕੇਂਦਰ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ ਜੋ ਆਰਥਿਕ ਇਕਾਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਕ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਲਈ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਅਤੇ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹਨ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਇਸ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਸਾਵਧਾਨੀ ਵਰਤੀ ਜਾਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਸਾਨੂੰ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਰਲ ਬਣਾਉਣ ਤੋਂ ਬਚਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਅਸੀਂ ਜੋ ਮਾਡਲ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਾਂ ਉਹ ਅਸਲ-ਸੰਸਾਰ ਦੇ ਵਰਤਾਰੇ ਦੀ ਇੱਕ ਤਿੱਖੀ ਪ੍ਰਤੀਨਿਧਤਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਨਾ ਕਰੇ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲਾਂ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਬਣਾਇਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਿਰਫ ਅਪ੍ਰਸੰਗਿਕ ਅਤੇ ਮਾਮੂਲੀ ਵਿਚਾਰਾਂ ਅਤੇ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਨਜ਼ਰਅੰਦਾਜ਼ ਕਰੇ।
- 2) **ਸਮੀਕਰਨਾਂ ਜਾਂ ਗ੍ਰਾਫ਼ ਅਤੇ ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ (Equations or Graphs and Economic Models):** ਇੱਕ ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸਮੀਕਰਨਾਂ ਜਾਂ ਗ੍ਰਾਫ਼ਾਂ ਦੀ ਇੱਕ ਲੜੀ ਤੋਂ ਬਣਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਜਾਂਚ ਅਧੀਨ ਸਮੱਸਿਆ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਵੇਰੀਏਬਲਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਪ੍ਰਗਟ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਹਰੇਕ ਸਮੀਕਰਨ ਇੱਕ ਸਿੰਗਲ ਵੇਰੀਏਬਲ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਸਮਝਾਉਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਉਸ ਵੇਰੀਏਬਲ ਲਈ ਇੱਕ ਕਾਰਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਸਬੰਧ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਹੁਣ ਇੱਕ ਮੁੱਖ ਸਵਾਲ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀ ਮਾਡਲਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਦਿਲਚਸਪੀ ਕਿਉਂ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਲਈ ਬਣਾਏ ਗਏ ਹਨ। ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਤੋਂ ਇਹ ਸੰਕੇਤ ਮਿਲਦਾ ਹੈ ਕਿ ਅਸੀਂ ਆਰਥਿਕ ਇਕਾਈ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਿਵੇਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਾਂ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਪੂਰਵ-ਅਨੁਮਾਨ, ਅਰਥਵਿਵਸਥਾ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਮਾਪਾਂ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਦੀ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਮਾਡਲ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਮਾਡਲ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਇਸਦੀ ਵਿਆਖਿਆਤਮਕ ਜਾਂ ਪੂਰਵ-ਅਨੁਮਾਨੀ ਸ਼ਕਤੀ, ਇਸ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੇ ਯਥਾਰਥਵਾਦ ਜਾਂ ਇਸਦੀ ਲਾਗੂ ਹੋਣ ਦੇ ਦਾਇਰੇ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। Milton Friedman ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਇੱਕ ਮਾਡਲ ਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਇਸਦੀ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ ਜਾਂ ਇਹ ਇੱਕ ਆਰਥਿਕ ਇਕਾਈ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਕਿੰਨੀ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। Paul Samuelson ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਇੱਕ ਪ੍ਰਮਾਣਿਕ ਅਤੇ ਸੰਤੋਸ਼ਜਨਕ ਮਾਡਲ ਦੀਆਂ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ, ਆਰਥਿਕ ਏਜੰਟਾਂ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਨ ਲਈ ਅਨੁਮਾਨਾਂ ਦਾ ਯਥਾਰਥ ਅਤੇ ਮਾਡਲ ਦੀ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣਾਤਮਕ ਸ਼ਕਤੀ ਹਨ।

ਇਹ ਯਾਦ ਰੱਖਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇਹ ਮੰਨਦੇ ਹਨ ਕਿ ਇੱਕ ਮਾਡਲ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਗੁਣ ਇਸਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਹੈ, ਭਾਵ ਇਹ ਕੀ ਮਾਡਲ ਨਿਰਮਾਤਾ ਇਸਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਿਸੇ ਵੇਰੀਏਬਲ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਦੀ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਕਰਨ ਲਈ ਜਾਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਵਰਣਨ ਕਰਨ ਲਈ ਕਰਦਾ ਹੈ।

**ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ-III**

ਪ੍ਰਸ਼ਨ.1 ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ ਕੀ ਹਨ? ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀ ਆਰਥਿਕ ਮਾਡਲ ਕਿਉਂ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ?

ਉੱਤਰ: -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ.2 ਆਰਥਿਕ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੇ ਮਹੱਤਵ ਉੱਤੇ ਇੱਕ ਨੋਟ ਲਿਖੋ?

ਉੱਤਰ: -----  
-----

**1.9 ਮੰਗ ਦਾ ਅਰਥ (Meaning of Demand)**

ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਉਸ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਦਿੱਤੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ, ਮੰਗ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਨਿਭਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਲਈ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਸਾਰੀਆਂ ਆਰਥਿਕ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਦੇ ਪਿੱਛੇ ਪ੍ਰੇਰਕ ਸ਼ਕਤੀ ਹੈ। ਉਤਪਾਦਕ ਉਤਪਾਦਨ

ਲਾਈਨਾਂ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਿੱਥੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਮੰਗ ਨਾ ਸਿਰਫ ਉੱਚੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਬਲਕਿ ਇਕਸਾਰ ਵੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਉਹ ਵਧੇਰੇ ਲਾਭ ਕਮਾ ਸਕਣ।

ਫਰਗੂਸਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, " ਮੰਗ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਖਪਤਕਾਰ ਇੱਕ ਦਿੱਤੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਹਰ ਸੰਭਵ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਖਰੀਦਣ ਲਈ ਸਮਰੱਥ ਅਤੇ ਤਿਆਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਹੋਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। " ਸਿਲਰ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, " ਮੰਗ ਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਇੱਛਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ ਵਿਕਲਪਕ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਇੱਕ ਚੰਗੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਖਰੀਦਣ ਲਈ "

ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਮੰਗ ਦੇ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ, ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮੰਗ ਹੈ ਇਸ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਲੋਕਾਂ ਦੀਆਂ ਇੱਛਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੁਆਰਾ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੇ ਸੇਵਨ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਉਪਯੋਗਤਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਇੱਛਾ-ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਸ਼ਕਤੀ ਨੂੰ ਉਪਯੋਗਤਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਦਾ ਇੱਕ ਜ਼ਰੂਰੀ ਨਿਰਧਾਰਕ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਲਈ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਇੱਛਾ ਉਸ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਉਹ ਇਸ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਜਾਣ ਵਾਲੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਤੋਂ ਵੱਧ ਉਮੀਦ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਸ਼ਰਾਬ ਅਤੇ ਸਿਗਰਟ ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਇੱਛਾ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਹਾਨੀਕਾਰਕ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਪਰ ਇਹ ਉਹਨਾਂ ਲਈ ਇੱਕ ਮਕਸਦ ਪੂਰਾ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਉਹ ਇੱਛਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਅੱਗੋਂ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਮੰਗੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਵਿਚਕਾਰ ਫਰਕ ਕਰਨਾ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ। ਮੰਗ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਖਪਤਕਾਰ ਇੱਕ ਸਮੇਂ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਜਦੋਂ ਕਿ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਖਪਤਕਾਰ ਇੱਕ ਖਾਸ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਇੱਥੇ ਇਹ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਨੋਟ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਹਮੇਸ਼ਾ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੁਆਰਾ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਖਰੀਦੀ ਗਈ ਰਕਮ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਮੰਗੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਅਕਸਰ ਉਪਲਬਧ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਖਰੀਦੀ ਗਈ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਇਸਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਵਰਣਨ ਯੋਗ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕਈ ਕਾਰਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਲਈ ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ, ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਆਦਿ।

### **1.10 ਮੰਗ ਫੰਕਸ਼ਨ (Demand Function)**

ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਲਈ ਮੰਗ ਫੰਕਸ਼ਨ ਉਸ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੰਗ ਉਸ ਦੀ ਕੀਮਤ, ਉਸ ਦੀ ਆਮਦਨ, ਸਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ, ਉਸ ਦੇ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕ ਦੁਆਰਾ ਉਸ ਵਸਤੂ 'ਤੇ ਕੀਤੇ ਗਏ



ਇਸਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਖਰਚੇ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਲਈ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੰਗ ਫੰਕਸ਼ਨ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

$$Q_d = f(P_x, Y, P_r, T, A)$$

ਇੱਥੇ,  $P_x$  = ਵਸਤੂ X ਦੀ ਆਪਣੀ ਕੀਮਤ (Price of the commodity)

$Y$  = ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨ (Income)

$P_r$  = ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ (Price of the related commodities)

$T$  = ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ (Taste of the consumers)

$A$  = ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਉਸ ਵਸਤੂ 'ਤੇ ਕੀਤੇ ਇਸਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਖਰਚੇ (Advertisement)

ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਕਈ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨ, ਹੋਰ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਅਤੇ ਉਸਦੇ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ ਵਰਗੇ ਹੋਰ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦੇ ਹੋਏ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਅਤੇ ਉਸਦੀ ਆਪਣੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧਾਂ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਨਾ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ। ਇਸਦੇ ਨਾਲ, ਅਸੀਂ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਮੰਗ ਫੰਕਸ਼ਨ ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਲਿਖ ਸਕਦੇ ਹਾਂ।

$$Q_d = f(P_x)$$

ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਚੰਗੇ X ਲਈ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਉਸਦੀ ਆਪਣੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਇੱਕ ਫੰਕਸ਼ਨ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਬਾਕੀ ਸਾਰੇ ਨਿਰਧਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਸਥਿਰ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਉਲਟ ਸਬੰਧ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

#### (a) ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ (Demand schedule)

ਇੱਕ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਖਰੀਦਦਾਰ ਇੱਕ ਦਿੱਤੇ ਸਮੇਂ 'ਤੇ ਉਸ ਚੰਗੀਆਂ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਭਾਵਿਤ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਖਰੀਦਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੈ। ਇਸ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

A. ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ

B. ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ

**A. ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ (Individual Demand Schedule):** ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ ਇੱਕ TABLE ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਦਿੱਤੀ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਪਤਕਾਰ ਇੱਕ

ਦਿੱਤੇ ਸਮੇਂ 'ਤੇ ਹਰ ਸੰਭਵ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ ਨੂੰ ਇੱਕ TABLE ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਇਸ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ ਤੋਂ ਇਹ ਦੇਖਿਆ ਜਾਵੇਗਾ ਕਿ ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਉਸ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਘਟਦੀ ਜਾਵੇਗੀ। ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਰੁ. 10, ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ ਦੇ 50 ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ 50 ਰੁਪਏ ਤੱਕ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਖਪਤਕਾਰ ਨੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਘਟਾ ਦਿੱਤਾ ਹੈ ਭਾਵ, 10 ਯੂਨਿਟ।

**Table 1 ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ**

| ਕੀਮਤ (ਰੁਪਏ) | ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ (ਇਕਾਈਆਂ) |
|-------------|-------------------------|
| 10          | 50                      |
| 20          | 40                      |
| 30          | 30                      |
| 40          | 20                      |
| 50          | 10                      |

**B. ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ (Market Demand Schedule):** ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੁੱਲ ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਦੇ ਆਕਾਰ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਮੰਗ (ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ, ਉਸਦੀ ਆਮਦਨ, ਸਬੰਧਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ, ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ) ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕਾਂ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਮੰਗ ਇੱਕ ਵਾਧੂ ਕਾਰਕ ਭਾਵ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਕਿਸੇ ਖੇਤਰ ਜਾਂ ਸ਼ਹਿਰ ਦੀ ਆਬਾਦੀ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜੇ ਉਸ ਵਸਤੂ ਦਾ ਸੇਵਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਹਰ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੇ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਹ ਸਮਾਂ-TABLE ਜੋ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੇ ਸਾਰੇ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੁਆਰਾ ਇਸ ਦੀਆਂ ਵੱਖੋ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਸਮੂਹਿਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਮੰਗੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ, ਨੂੰ ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। Liebhafsky ਦੁਆਰਾ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, "ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ ਨੂੰ ਇੱਕ ਦਿੱਤੀ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਸਨੂੰ ਸਾਰੇ ਖਪਤਕਾਰ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸਮੇਂ 'ਤੇ ਹਰ ਸੰਭਵ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਖਰੀਦਣਗੇ।"

ਸੰਤਰੇ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ ਨੂੰ ਇੱਕ TABLE 2 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਉਸ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਜੋੜ ਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੋ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਪਤਕਾਰ ਹਰ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਖਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਮੰਨ ਲਓ, ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੇ ਤਿੰਨ ਖਪਤਕਾਰ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, 5 ਰੁਪਏ ਦੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵਿਅਕਤੀ A, 100 ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ; ਵਿਅਕਤੀਗਤ B, 75 ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਇੱਛਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ; ਵਿਅਕਤੀ C ਸੰਤਰੇ ਦੇ 25 ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਸੰਤਰੇ ਦੀ ਕੁੱਲ ਮਾਤਰਾ ਜਿਸ ਨੂੰ ਤਿੰਨ ਵਿਅਕਤੀ ਰੁਪਏ ਦੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾ ਰਹੇ ਹਨ। 5 ਇਸ ਲਈ  $100 + 75 + 25 = 200$  ਹੈ। ਹੁਣ ਕੀਮਤ ਘਟ ਕੇ 1 ਰੁਪਏ ਹੋ ਗਈ ਹੈ। ਵਿਅਕਤੀ A, 800 ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਇੱਛਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ; ਵਿਅਕਤੀ B, 450 ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਇੱਛਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ; ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀ C ਸੰਤਰੇ ਦੇ 250 ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਸੰਤਰੇ ਦੀ ਕੁੱਲ ਮਾਤਰਾ ਜਿਸ ਨੂੰ ਤਿੰਨ ਵਿਅਕਤੀ ਰੁਪਏ ਦੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾ ਰਹੇ ਹਨ। 1 ਇਸ ਲਈ  $800+450+250 = 1500$  ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਵਸਤੂ ਪ੍ਰਤੀ ਸਾਰੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀ ਕੁੱਲ ਮੰਗ ਹੈ।

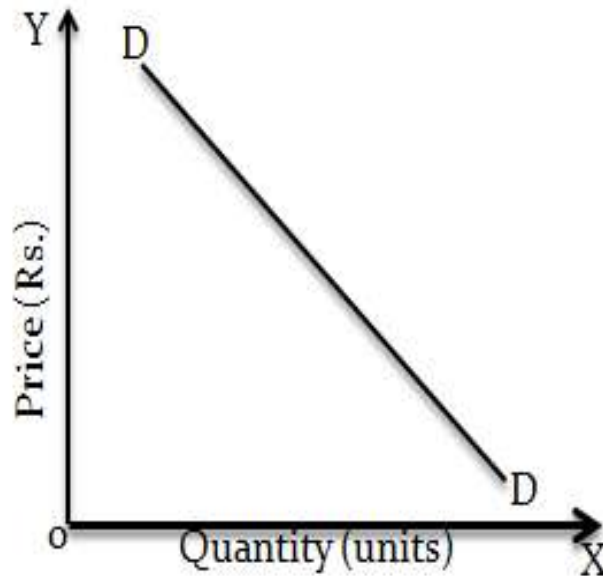
**Table 2 ਸੰਤਰੇ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ**

| ਕੀਮਤ (ਰੁਪਏ) | A ਦੀ ਮੰਗ | B ਦੀ ਮੰਗ | C ਦੀ ਮੰਗ | ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮੰਗ (ਇਕਾਈਆਂ)<br>A+B+C |
|-------------|----------|----------|----------|--------------------------------|
| 5           | 100      | 75       | 25       | 200                            |
| 4           | 200      | 150      | 50       | 400                            |
| 3           | 400      | 200      | 100      | 700                            |
| 2           | 550      | 300      | 150      | 1,000                          |
| 1           | 800      | 450      | 250      | 1,500                          |

**(b) ਮੰਗ ਕਰਵ (Demand Curve)**

ਇੱਕ ਮੰਗ ਕਰਵ ਇੱਕ ਗ੍ਰਾਫ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਭਾਵਿਤ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। Leftwitsch ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਡਿਮਾਂਡ ਕਰਵ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਸਮੇਂ ਦੀ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਖਪਤਕਾਰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਲੈਣਗੇ"। ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ ਦੀ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਮੰਗ ਕਰਵ ਦੇ ਵੀ ਦੋ ਪਹਿਲੂ ਹਨ: ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੰਗ ਕਰਵ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਡਿਮਾਂਡ ਕਰਵ

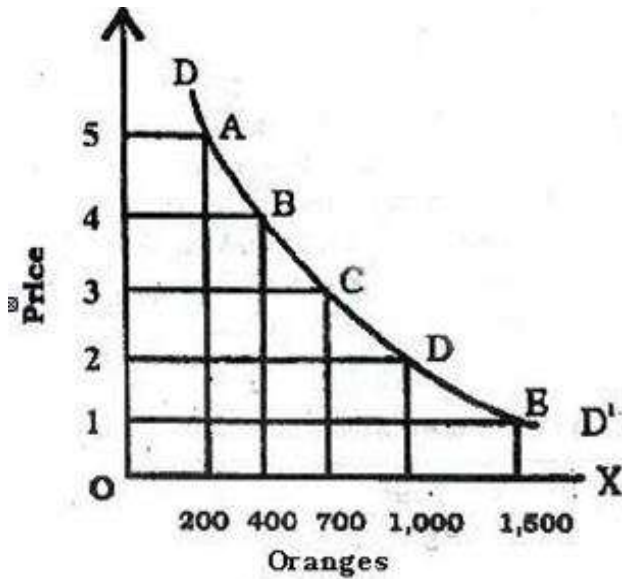
**A. ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੰਗ ਕਰਵ (Individual Demand Curve):** ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੰਗ ਕਰਵ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਪਤਕਾਰ ਦੁਆਰਾ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਮੰਗੀ ਗਈ ਚੰਗੀ ਮੰਗ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੰਗ ਅਨੁਸੂਚੀ ਨੂੰ ਇੱਕ ਚਿੱਤਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 1 ਵਿੱਚ, ਮੰਗੀ ਗਈ X-ਯੁਗੀ ਮਾਤਰਾ 'ਤੇ ਅਤੇ Y-ਯੁਗੇ 'ਤੇ, ਕੀਮਤ ਦਿਖਾਈ ਗਈ ਹੈ। DD ਮੰਗ ਕਰਵ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 1

ਇਸ ਮੰਗ ਕਰਵ 'ਤੇ ਹਰੇਕ ਬਿੰਦੂ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਮੰਗ ਕਰਵ ਦੀ ਢਲਾਨ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਣ ਵਾਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਉਲਟ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ।

**B. ਮਾਰਕੀਟ ਡਿਮਾਂਡ ਕਰਵ (Market Demand Curve):** ਵਸਤੂ ਲਈ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਸਾਰੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਚੰਗੀਆਂ ਮੰਗੀਆਂ ਗਈਆਂ ਰਕਮਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹੋਏ ਸਾਰੇ ਬਿੰਦੂਆਂ ਨੂੰ ਜੋੜ ਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜੇ ਅਸੀਂ ਮੰਨ ਲਈਏ ਕਿ ਇੱਕ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਤਿੰਨ ਵਿਅਕਤੀ ਹਨ, ਫਿਰ ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਇਹਨਾਂ ਤਿੰਨ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਕਰਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਲੇਟਵੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਦਾ ਕਰਵ ਵੀ ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਯੋਗ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਨਵੇਂ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਨੂੰ ਇੱਕ ਚਿੱਤਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 2 ਵਿੱਚ, ਸੰਤਰੇ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ X-ਯੁਗੇ 'ਤੇ ਅਤੇ Y-ਯੁਗੇ 'ਤੇ ਕੀਮਤ ਦਿਖਾਈ ਗਈ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੰਗ ਵਕਰਾਂ ਦਾ ਹਰੀਜੱਟਲ ਜੋੜ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਇਹ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਵੀ ਢਲਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 2

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ-IV

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਆਰਥਿਕ ਵਿੱਚ ਮਿਆਦ ਦੀ ਮੰਗ ਦਾ ਕੀ ਅਰਥ ਹੈ? ਇਹ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਇੱਛਾ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾ ਤੋਂ ਕਿਵੇਂ ਵੱਖਰਾ ਹੈ?

ਉੱਤਰ:-----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਮੰਗ ਫੰਕਸ਼ਨ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 1.11 ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ (Law of Demand)

ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਨਿਯਮ ਹੈ ਜੋ ਮੰਗ ਬਾਰੇ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਕਾਰਜਸ਼ੀਲ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਮੰਗ ਦੇ ਇਸ ਨਿਯਮ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਏ ਗਏ ਹਨ। ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਅਨੁਸਾਰ, ਬਾਕੀ ਚੀਜ਼ਾਂ ਬਰਾਬਰ ਹੋਣ ਕਰਕੇ, ਜੇ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਅਤੇ ਜੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਘਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਮੰਗ ਦੱਸਦੀ ਹੈ ਕਿ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਉਲਟ ਸਬੰਧ ਹੈ ਅਤੇ ਬਾਕੀ ਸਾਰੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਸਥਿਰ ਹਨ। ਹੋਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਜਿਹੜੀਆਂ ਸਥਿਰ ਮੰਨੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ। ਜੇਕਰ ਉੱਪਰ ਦੱਸੇ ਗਏ

ਕਾਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਤਬਦੀਲੀ ਆਈ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਮੰਗ ਵਿਚਕਾਰ ਉਲਟਾ ਸਬੰਧ ਠੀਕ ਨਹੀਂ ਰਹਿ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਣ ਲਈ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਮੰਗ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ:

$$D_x = f(P_x, P_r, Y, T, E)$$

ਇੱਥੇ,  $D_x$  = ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ-X (demand of X commodity),  $P_x$  = ਵਸਤੂ ਦੀ ਆਪਣੀ ਕੀਮਤ-X (Price of X commodity),

$P_r$  = ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ (Price of related commodity),  $Y$  = ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨ (Income),

$T$  = ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਸੁਆਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ (Taste) ਅਤੇ  $E$  = ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਉਮੀਦ (Expectations)

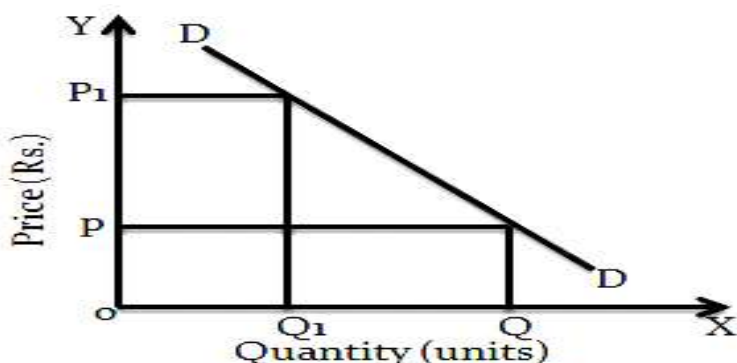
ਪ੍ਰੋ. ਸੈਮੂਅਲਸਨ (Samuelson) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਲੋਕ ਘੱਟ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਵਧੇਰੇ ਖਰੀਦਣਗੇ ਅਤੇ ਉੱਚੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਘੱਟ ਖਰੀਦਣਗੇ, *ceteris paribus* ਜਾਂ ਹੋਰ ਸਮਾਨ ਬਾਕੀ ਰਹਿਣ।" Prof. Marshall ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਮੰਗ ਕੀਮਤੀ ਰਕਮ, ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਨਾਲ ਵਧਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਹੋਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਬਰਾਬਰ ਹੋਣ 'ਤੇ ਮੰਗ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।"

### 1.11.1 ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ (Assumptions of Law of Demand)

ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਉਦੋਂ ਚੰਗਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ "ਹੋਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਰਹਿੰਦੀਆਂ ਹਨ"। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕ, ਵਸਤੂ ਦੀ ਆਪਣੀ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਸਥਿਰ ਮੰਨੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

- 1) ਸਬੰਧਤ ਸਮਾਨ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਬਦਲਾਅ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ।
- 2) ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਬਦਲਾਅ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ।
- 3) ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਬਦਲਾਅ ਨਹੀਂ ਹੈ।
- 4) ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਬਦਲਾਅ ਦੀ ਉਮੀਦ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਆਪਣੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਉਸਦੀ ਮੰਗ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਉਲਟ ਸਬੰਧ ਹੁੰਦਾ ਹੈ; ਹਾਲਾਂਕਿ ਇਹ ਰਿਸ਼ਤਾ ਅਨੁਪਾਤਕ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇੱਥੇ ਇਹ ਨੋਟ ਕਰਨਾ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ



### ਚਿੱਤਰ 3

ਆਪਣੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੀ ਦਿਸ਼ਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿਚਕਾਰ ਉਲਟ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ ਨੰਬਰ 3 ਵਿੱਚ ਦੇਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਚਿੱਤਰ ਤੋਂ ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ X-ਧੁਰੇ ਮਾਤਰਾ 'ਤੇ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ ਅਤੇ ਵਸਤੂ ਦੀ Y-ਧੁਰੇ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਲਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। DD ਮੰਗ ਕਰਵ ਹੈ, ਜੋ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਉਲਟ ਸਬੰਧ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ OP ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ OQ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਹੁਣ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕੀਮਤ OP1 ਤੱਕ ਵਧ ਗਈ ਹੈ, ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ OQ1 ਤੱਕ ਘਟ ਗਈ ਹੈ।

#### 1.11.2 ਡਿਮਾੰਡ ਕਰਵ ਢਲਾਣ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਕਿਉਂ ਹੈ (Why Demand Curve Downward Sloping)

ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਉਲਟ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਭਾਵ ਜਦੋਂ ਵਸਤੂ ਦੀ ਆਪਣੀ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਇਸਦੀ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਇਹ ਵਧਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਇਸਦੀ ਮੰਗ ਘਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਦੇ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਕਾਰਨ ਹਨ:

**A. ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਨਿਯਮ (Law of Diminishing Marginal Utility) :** ਖਪਤਕਾਰ ਦੁਆਰਾ ਮੰਗੀ ਜਾਂਦੀ ਹਰ ਵਸਤੂ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਉਪਯੋਗਤਾ ਇਸ ਦੀਆਂ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ, ਹਰੇਕ ਲਗਾਤਾਰ ਯੂਨਿਟ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਕਹਿ ਸਕਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਨਿਯਮ ਉਸ ਦੀ ਖਪਤ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਨਿਯਮ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮਾਮੂਲੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਸ ਵਸਤੂ ਦਾ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਖਪਤਕਾਰ ਦੁਆਰਾ ਖਰੀਦਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਖਰੀਦ ਕਰੇਗਾ ਜਦੋਂ ਉਸਨੂੰ ਇਸਦੇ ਲਈ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਅਦਾ ਕਰਨੀ ਪਵੇਗੀ। ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਖਪਤਕਾਰ ਆਪਣੀ ਖਰੀਦ ਉਸ ਸਮੇਂ ਬੰਦ ਕਰ ਦੇਵੇਗਾ ਜਿੱਥੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਇਸਦੇ ਲਈ ਅਦਾ ਕੀਤੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ।

**B. ਆਮਦਨੀ ਪ੍ਰਭਾਵ (Income Effect):** ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਲੋਕ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਇਸ ਵਸਤੂ ਦੀ ਪਹਿਲਾਂ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਹੈ, ਉਹ ਉਸ ਵਸਤੂ ਦੇ ਹੋਰ ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਨਗੇ ਕਿਉਂਕਿ ਕੀਮਤ ਡਿੱਗ ਗਈ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਦੇ ਨਾਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀ ਅਸਲ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਇਸਲਈ, ਉਪਯੋਗਤਾ ਉਸ ਵਸਤੂ ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਮੰਗ ਕਰੇਗਾ। ਅਸਲ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨ ਦੀ ਖਰੀਦ ਸ਼ਕਤੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਪੈਸੇ ਦੀ ਖਰੀਦ ਸ਼ਕਤੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੋਇਆ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾਂ ਖਰਚ ਕੀਤੇ ਗਏ ਪੈਸੇ ਦੀ ਸਮਾਨ ਰਕਮ ਲਈ ਸਮਾਨ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਹੋਰ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

**C. ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ (Substitution Effect):** ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਹੋਰ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਘੱਟ ਮਹਿੰਗੀ ਹੋ ਗਈ ਹੈ। ਉਹਨਾਂ ਵਿਕਲਪਾਂ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਜਿਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਨਹੀਂ ਆਈ ਹੈ, ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਇਹ ਕਮੀ ਇਸਨੂੰ ਹੋਰ ਆਕਰਸ਼ਕ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਲੋਕ ਇਸਨੂੰ ਹੋਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਲਈ ਬਦਲਦੇ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਚਾਹ ਅਤੇ ਕੋਫੀ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਬਦਲ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਚਾਹ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਖਪਤਕਾਰ ਚਾਹ ਦੀ ਥਾਂ ਕੋਫੀ ਨੂੰ ਬਦਲ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਹਾਲਾਂਕਿ ਕੋਫੀ ਦੀ ਕੀਮਤ ਪਹਿਲਾਂ ਵਾਂਗ ਹੀ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਚਾਹ ਦੀ ਮੰਗ ਘਟ ਗਈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧ ਕਾਰਨ ਇਹ ਹੋਰ ਮਹਿੰਗੀ ਹੋ ਰਹੀ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ ਜੇਕਰ ਚਾਹ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਖਪਤਕਾਰ ਚਾਹ ਦੀ ਥਾਂ ਕੋਫੀ ਦੀ ਥਾਂ ਲੈਣਗੇ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਘੱਟ ਮਹਿੰਗੀ ਹੁੰਦੀ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਚਾਹ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧ ਗਈ ਹੈ।

ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਦੋ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਵਧੇਰੇ ਮਜ਼ਬੂਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਖਰੀਦਦਾਰ ਅਕਸਰ ਵਧੇਰੇ ਮਹਿੰਗੀ ਵਸਤੂ ਲਈ ਸਸਤੇ ਨੂੰ ਬਦਲ ਦੇਵੇਗਾ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਹਾਲਾਂਕਿ ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿਚ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਹਮੇਸ਼ਾ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਆਮਦਨੀ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਕੁਝ ਮਾਮਲਿਆਂ ਵਿੱਚ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਅਤੇ ਦੂਜਿਆਂ ਵਿੱਚ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਆਮਦਨੀ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਵਸਤੂ ਘਟੀਆ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਕਿਉਂਕਿ ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਆਪਣੀ ਆਮਦਨ ਦਾ ਸਿਰਫ ਇੱਕ ਛੋਟਾ ਜਿਹਾ ਹਿੱਸਾ ਇੱਕ ਇੱਕ ਵਸਤੂ 'ਤੇ ਖਰਚ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਆਮਦਨੀ ਪ੍ਰਭਾਵ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਨਾਂਹ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਬਦਲ ਪ੍ਰਭਾਵ ਹਮੇਸ਼ਾ ਇੰਨਾ ਮਜ਼ਬੂਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸ਼ੁੱਧ ਨਤੀਜਾ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

### **1.11.3 ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਅਪਵਾਦ (Exceptions to the Law of Demand)**

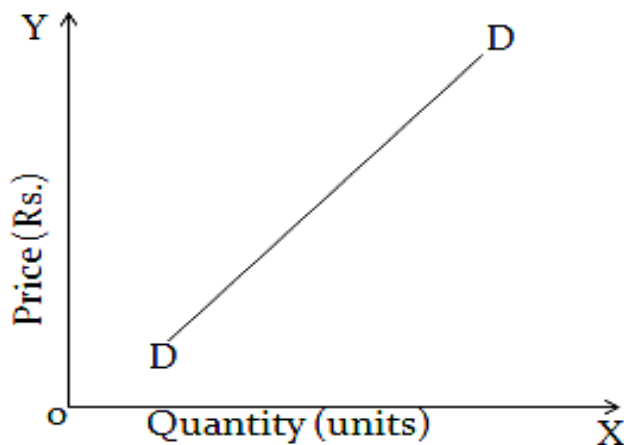
ਇਹ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਜਾਇਜ਼ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਵਿੱਚ, ਹਾਲਾਂਕਿ, ਕਈ ਅਪਵਾਦ ਹਨ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਕੁਝ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਬਾਜ਼ਾਰ ਉਦੋਂ ਵਧਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ ਵਧਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਸੰਕੁਚਿਤ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਅਜਿਹੇ ਮਾਲ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਮੰਗ ਕਰਵ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਢਲਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

- 1) ਜਦੋਂ ਲੋਕ ਉਮੀਦ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧੇਗੀ, ਤਾਂ ਉਹ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਤੋਂ ਬਚਣ ਲਈ, ਇੱਕ ਉੱਚ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੀ, ਇਸਦੀ ਹੋਰ ਖਰੀਦ ਕਰਨਗੇ। ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਜੰਗ ਦੇ ਸਮੇਂ ਦੇਖੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਬੁਨਿਆਦੀ ਲੋੜਾਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ।
- 2) ਵੇਬਲੇਨ (Veblen) ਇਫੈਕਟ ਇੱਕ ਵਰਤਾਰੇ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਣ ਵਾਲਾ ਇੱਕ ਸ਼ਬਦ ਹੈ ਜੋ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀ ਥੋਰਸਟਾਈਨ ਵੇਬਲੇਨ ਦੇ ਨਾਮ ਨਾਲ ਵਾਪਰਦਾ ਹੈ, ਜਿਸਨੇ ਸਪਸ਼ਟ ਖਪਤ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਦਾ ਪ੍ਰਸਤਾਵ ਕੀਤਾ ਸੀ, ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਇੱਕ ਅਪਵਾਦ ਦਾ ਸਮਾਨਾਰਥੀ ਹੈ। ਵੇਬਲੇਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਕੁਝ ਖਪਤਕਾਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਸਿਰਫ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਭਾਵ, ਜਿੰਨੀ ਉੱਚੀ



ਕੀਮਤ ਹੋਵੇਗੀ, ਉਪਯੋਗਤਾ ਉਨੀ ਹੀ ਉੱਚੀ ਹੋਵੇਗੀ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਬਾਜ਼ਾਰ ਹੀਰੇ ਅਤੇ ਗਹਿਣਿਆਂ ਵਰਗੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਸਮਾਜਿਕ ਰੁਤਬੇ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਕ ਹਨ ਅਤੇ ਧਾਰਕ ਨੂੰ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਇਸ ਨਿਯਮ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਕਿਉਂਕਿ ਅਜਿਹੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਉੱਚ ਕੀਮਤ ਦੇ ਕਾਰਨ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧਣ ਦੇ ਨਾਲ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

- 3) ਗਿਫਨ ਵਸਤੂਆਂ(Giffen's Goods) (ਉਨੀਵੀਂ ਸਦੀ ਦੇ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀ ਸਰ ਰੌਬਰਟ ਗਿਫਨ ਦੇ ਨਾਂ 'ਤੇ ਰੱਖਿਆ ਗਿਆ) ਉਹ ਘਟੀਆ ਵਸਤੂਆਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਘਟਦੀ ਹੈ ਭਾਵੇਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਇਹ ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਉਲੰਘਣਾ ਕਰਦੇ ਹੋਏ। ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ, ਸਮਾਜ ਦੇ ਗਰੀਬ ਤਬਕੇ ਕਣਕ ਵਰਗੀਆਂ ਵਧੀਆ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਅਨਾਜ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਨਹੀਂ ਰੱਖਦੇ ਅਤੇ ਉਹ ਮੱਕੀ ਵਰਗੀਆਂ ਘਟੀਆ ਕਿਸਮਾਂ ਖਰੀਦਣ ਲਈ ਮਜਬੂਰ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ ਜਦੋਂ ਮੱਕੀ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਅਸਲ ਆਮਦਨ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉਹ ਉਨੀ ਮੱਕੀ ਨਹੀਂ ਖਰੀਦਦੇ ਜਿੰਨਾ ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਲੋੜ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਸ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਉਹ ਮੱਕੀ ਦੀ ਥਾਂ ਕਣਕ ਵਰਗੀਆਂ ਉੱਤਮ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਦੇ ਰਹਿਣਗੇ।
- 4) ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਚੀਜ਼ ਫੈਸ਼ਨ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸ ਦੀ ਮੰਗ ਨਹੀਂ ਵਧਦੀ, ਭਾਵੇਂ ਕੀਮਤ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਉਲਟ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਪ੍ਰਸਿੱਧੀ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਲੋਕ ਇਸ ਨੂੰ ਹੋਰ ਖਰੀਦਣਗੇ, ਭਾਵੇਂ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧਦੀ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਹਰੇਕ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਟੁੱਟ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।



#### ਚਿੱਤਰ 4

ਹਾਲਾਂਕਿ, ਇਹ ਅਪਵਾਦ ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਅਯੋਗ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ, ਜੋ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਵੇਚੀਆਂ ਗਈਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਕੁਝ ਵਿਅਕਤੀ ਕੁਝ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਇਸ ਨਿਯਮ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਵਿਵਹਾਰ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ, ਪਰ ਇੱਥੇ ਇਹ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਯੋਗ ਹੈ ਕਿ ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ।

### 1.12 ਮੰਗ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕ (Factors Determining Demand)

ਭਾਵੇਂ ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਦੱਸਦੇ ਹੋਏ, ਅਸੀਂ ਹੁਣ 'ਹੋਰ ਚੀਜ਼ਾਂ' ਵੱਲ ਆਉਂਦੇ ਹਾਂ ਜੋ ਸਥਿਰ ਰਹਿਣ ਲਈ ਮੰਨੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇਹ ਜ਼ਰੂਰੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਸਿਰਫ਼ ਕੀਮਤ ਹੀ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਲਿਆਵੇਗੀ। ਹੋਰ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਹੇਠਾਂ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ, ਦਾ ਉਹੀ ਪ੍ਰਭਾਵ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ:

- 1) **ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ (Price of a Commodity):** ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਉਸ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਕਾਰਕ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਬਾਅਦ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਬਾਅਦ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿਚਕਾਰ ਕਾਰਜਸ਼ੀਲ ਸਬੰਧਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- 2) **ਆਮਦਨੀ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ (Change in Income):** ਇਸ ਸ਼ਿਫਟ ਦਾ ਮੰਗ 'ਤੇ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸਦੀ ਖਰਚ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਵੀ ਵਧਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ ਪਹਿਲਾਂ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਸਮਾਜ ਦੇ ਗਰੀਬ ਵਰਗਾਂ ਦੇ ਹੱਕ ਵਿੱਚ ਆਮਦਨੀ ਦੀ ਵੰਡ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਖਰੀਦ ਸ਼ਕਤੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਖਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜੀਵਨ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਲਈ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਵਧਣਾ ਲਾਜ਼ਮੀ ਹੈ।
- 3) **ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ (Change in Tastes and Fashion):** ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨਾਲ ਮੰਗ ਵੀ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸੂਤੀ ਕੱਪੜਿਆਂ ਦੀ ਵਧਦੀ ਪ੍ਰਸਿੱਧੀ ਨੇ ਸਿੰਥੈਟਿਕਸ ਦੀ ਮੰਗ ਘਟਾਈ ਹੈ। ਚਾਹ ਦੀ ਲੋਕਪ੍ਰਿਅਤਾ ਘਟ ਗਈ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਕੋਫੀ ਦੀ ਪ੍ਰਸਿੱਧੀ ਵਧੀ ਹੈ।
- 4) **ਜਨਸੰਖਿਆ ਦੇ ਆਕਾਰ ਅਤੇ ਬਣਤਰ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ (Change in Size and Composition of Population):** ਕਿਸੇ ਦੇਸ਼ ਦੀ ਆਬਾਦੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦਾ ਮੰਗ 'ਤੇ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਭੋਜਨ ਖਾਣ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਜਿੰਨੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੋਵੇਗੀ, ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਲੋੜ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵੱਧ ਹੋਵੇਗੀ। ਨਾ ਸਿਰਫ਼ ਮੰਗ ਦਾ ਆਕਾਰ, ਸਗੋਂ ਮੰਗ ਦੀ ਰਚਨਾ ਵੀ ਆਬਾਦੀ ਦੀ ਉਮਰ ਦੇ ਢਾਂਚੇ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
- 5) **ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ (Prices of Substitutes):** ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਕਸਰ ਬਦਲ ਦੀ ਉਪਲਬਧਤਾ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਲੋਕ ਉਸ ਚੀਜ਼ ਦੇ ਬਦਲ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਗੇ ਜੇ ਘੱਟ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਉਪਲਬਧ ਹੈ ਜੇਕਰ ਪਹਿਲਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਨਾਲ ਸਾਬਕਾ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਘਟੇਗੀ ਜਦਕਿ ਬਦਲ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧੇਗੀ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਜੇਕਰ ਚਾਹ ਦੀ ਕੀਮਤ ਕੋਫੀ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਲੋਕ ਕੋਫੀ ਪੀਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰ ਦੇਣਗੇ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ ਚਾਹ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਨਾਲ ਕੋਫੀ ਦੀ ਮੰਗ ਘਟ ਸਕਦੀ ਹੈ।

- 6) **ਤਕਨੀਕੀ ਤਰੱਕੀ (Technical Progress):** ਤਕਨੀਕੀ ਤਰੱਕੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ਾਲ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ, ਜੋ ਪੁਰਾਣੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਘਟਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ ਦੀ ਕਾਢ, ਰੇਡੀਓ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਘਟਾ ਦਿੱਤਾ।
- 7) **ਭਵਿੱਖ ਦੀ ਕੀਮਤ ਬਾਰੇ ਉਮੀਦ (Expectation about Future Price):** ਜੇਕਰ ਲੋਕਾਂ ਵਿੱਚ ਆਮ ਭਾਵਨਾ ਹੈ ਕਿ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤਾਂ ਵਧਣਗੀਆਂ, ਤਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਮੰਗ ਹੋਵੇਗੀ ਅਤੇ ਹਰ ਕੋਈ ਆਪਣੀ ਆਮ ਲੋੜ ਤੋਂ ਵੱਧ ਖਰੀਦੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤਾਂ ਦੇ ਹੇਠਾਂ ਜਾਣ ਦੀ ਉਮੀਦ ਹੈ, ਤਾਂ ਲੋਕ ਆਪਣੀਆਂ ਖਰੀਦਾਂ ਨੂੰ ਮੁਲਤਵੀ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਨਗੇ ਅਤੇ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਦੀ ਉਡੀਕ ਕਰਨਗੇ। ਇਸ ਨਾਲ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮੌਜੂਦਾ ਮੰਗ ਕਾਫੀ ਹੱਦ ਤੱਕ ਘੱਟ ਜਾਵੇਗੀ।
- 8) **ਮੌਸਮ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ (Change in Season):** ਕੁਝ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮੰਗ ਸੀਜ਼ਨ ਬਦਲਣ ਦੇ ਨਾਲ ਬਦਲ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਸਰਦੀਆਂ ਵਿੱਚ, ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਉਨੀ ਕੱਪੜਿਆਂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਗਰਮੀਆਂ ਦੌਰਾਨ ਠੰਡੇ ਪੀਣ ਵਾਲੇ ਪਦਾਰਥਾਂ ਦੀ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮੰਗ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ -V

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਮੰਗ ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਣ ਵਾਲਾ ਕਿਉਂ ਹੈ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਉਹ ਕਿਹੜੇ ਕਾਰਕ ਹਨ ਜੋ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

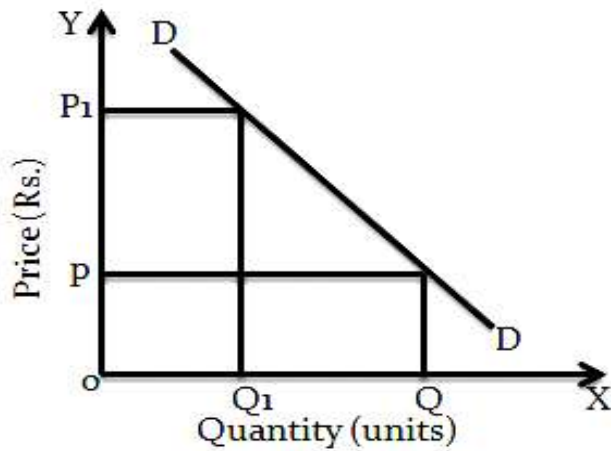
### 1.13 ਇੱਕ ਡਿਮਾਂਡ ਕਰਵ ਦੇ ਨਾਲ ਅੰਦੋਲਨ ਅਤੇ ਡਿਮਾਂਡ ਕਰਵ ਵਿੱਚ ਸਿਫਟ (Movement along a Demand Curve and Shifts in Demand Curve)

A. ਮੰਗ ਕਰਵ ਐਕਸਟੈਂਸ਼ਨ (Extension) ਦੇ ਨਾਲ ਅੰਦੋਲਨ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਸੰਕੁਚਨ ਇਸਦੇ ਆਪਣੇ ਮੁੱਲ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਕਾਰਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ (Movement along a Demand Curve)

(i) **ਮੰਗ ਦਾ ਵਿਸਤਾਰ (Extension of Demand):** "ਮੰਗ ਦਾ ਵਿਸਤਾਰ" ਸ਼ਬਦ ਵਸਤੂ ਦੀ ਆਪਣੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਹੋਰ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ। ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਿਸਤਾਰ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ ਨੰਬਰ 5 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਅੰਕੜੇ ਤੋਂ ਸਪੱਸ਼ਟ

ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਮੰਗ  $OQ_1$  ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਹੁਣ  $OP_1$  ਤੋਂ  $OP$  ਤੱਕ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਨਾਲ  $OQ_1$  ਤੋਂ  $OQ$  ਤੱਕ ਮੰਗੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਨੂੰ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਿਸਥਾਰ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

(ii) **ਮੰਗ ਦਾ ਸੰਕੁਚਨ (Contraction of Demand):** ਮੰਗ ਦਾ ਸੰਕੁਚਨ ਵਸਤੂ ਦੀ ਆਪਣੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਹੋਰ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ। ਚਿੱਤਰ 5 ਵਿੱਚ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ  $OP$  ਹੈ, ਤਾਂ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ  $OQ$  ਹੈ। ਹੁਣ  $OP$  ਤੋਂ  $OP_1$  ਤੱਕ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੋਇਆ ਹੈ, ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ  $OQ$  ਤੋਂ  $OQ_1$  ਤੱਕ ਘੱਟ ਜਾਵੇਗੀ। ਇਸ ਨੂੰ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਸੰਕੁਚਨ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।



### ਚਿੱਤਰ 5

ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਅਸੀਂ ਅਧਿਐਨ ਕੀਤਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਉਸ ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਕੁਝ ਹੋਰ ਕਾਰਕਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ ਆਦਿ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ ਡਿੱਗਣ ਕਾਰਨ ਮੰਗ ਵਧਦੀ ਹੈ ਜਾਂ ਕੀਮਤ ਵਧਣ ਕਾਰਨ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਇਸ ਨੂੰ ਮੰਗ ਦਾ ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਵਿਸਤਾਰ ਅਤੇ ਸੰਕੁਚਨ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਹੋਰ ਕਾਰਕਾਂ ਦੇ ਕਾਰਨ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਹੋਣ ਕਾਰਨ ਸਮੁੱਚੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਤਬਦੀਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

### B. ਡਿਮਾਂਡ ਕਰਵ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ (Shifts in Demand Curve)

(i) **ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ (Increase in Demand) :** ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਵਸਤੂ ਲਈ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇਹਨਾਂ ਵੇਰੀਏਬਲਾਂ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵੀ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਮੰਗ ਕਰਵ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਤਬਦੀਲੀ ਹੋਵੇਗੀ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਜੇਕਰ ਮਜ਼ਦੂਰਾਂ ਅਤੇ ਤਨਖਾਹਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਹਰੇਕ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਹੋਰ ਚੰਗੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਨਗੇ। ਮੰਗ ਵਧਣ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਵਸਤੂ ਦੀ ਹੋਰ ਸਮਾਨ ਦੀ ਉਸੇ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਮੰਗ

ਕੀਤੀ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ, ਜਾਂ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸਮਾਨ ਮਾਤਰਾ ਉੱਚੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਮੰਗੀ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਹੁਣ ਇੱਕ ਨਵੀਂ ਮੰਗ ਕਰਵ 'ਤੇ ਹਾਂ ਜੋ ਪੁਰਾਣੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਦੇ ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ ਹੈ।

### **ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਕਾਰਨ (Causes of Increase in Demand)**

ਇਸ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਹਨ:

- 1) ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਵਧਦੀ ਹੈ।
- 2) ਜਦੋਂ ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
- 3) ਜਦੋਂ ਪੂਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
- 4) ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ ਵਸਤੂ ਦੇ ਹੱਕ ਵਿੱਚ ਬਦਲ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।
- 5) ਨੇੜਲੇ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੀ ਉਮੀਦ।
- 6) ਆਬਾਦੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ।

**(ii) ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਕਮੀ (Decrease in Demand):** ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਬਦਲਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਮੰਗ ਘਟ ਜਾਵੇਗੀ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਮੰਗ ਕਰਵ ਵਿੱਚ ਖੱਬੇ ਪਾਸੇ ਤਬਦੀਲੀ ਆਵੇਗੀ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਜੇਕਰ ਟੈਕਸਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਘੱਟ ਮੰਗ ਕਰਨਗੇ। ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਸਮਾਨ ਦੀ ਘੱਟ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਉਸੇ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਘੱਟ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵਧੇਰੇ ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਇੱਕ ਨਵੀਂ ਮੰਗ ਕਰਵ 'ਤੇ ਹਾਂ, ਜੋ ਪੁਰਾਣੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਦੇ ਖੱਬੇ ਪਾਸੇ ਹੈ।

### **ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਕਾਰਨ (Causes of Decrease in Demand)**

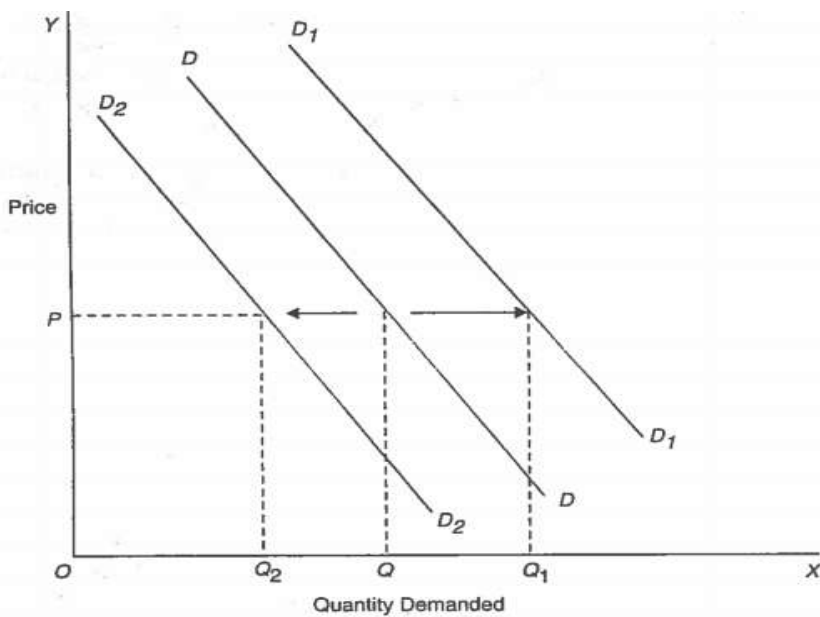
ਹੇਠਾਂ ਲਿਖੇ ਕਾਰਨਾਂ ਕਰਕੇ ਮੰਗ ਘਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਾਂ ਮੰਗ ਕਰਵ ਪਿੱਛੇ ਵੱਲ ਬਦਲ ਜਾਂਦੀ ਹੈ

- 1) ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਘਟਦੀ ਹੈ।
- 2) ਜਦੋਂ ਬਦਲੀ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
- 3) ਜਦੋਂ ਪੂਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
- 4) ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਵਿਰੁੱਧ ਬਦਲ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਜਾਂ ਮੌਸਮ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਕਾਰਨ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

5) ਨੇੜਲੇ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਦੀ ਉਮੀਦ।

6) ਆਬਾਦੀ ਵਿੱਚ ਕਮੀ।

ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਨੂੰ ਇੱਕ ਚਿੱਤਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਚਿੱਤਰ 6 ਤੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾਵੇਗਾ ਕਿ ਕੀਮਤ 'ਤੇ  $OP$ ,  $OQ$  ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਕਰਵ  $D_1 D_1$  ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਸੇ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ  $OQ$  ਤੋਂ  $OQ_1$  ਤੱਕ ਵਧ ਗਈ ਹੈ। ਕਰਵ  $D_2 D_2$  ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਸੇ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ  $OQ$  ਤੋਂ  $OQ_2$  ਤੱਕ ਘਟ ਗਈ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 6

### 1.14 ਸੰਖੇਪ (Summary)

ਇਸ ਇਕਾਈ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਸਿੱਖਿਆ ਹੈ ਕਿ ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਉਹਨਾਂ ਕਾਨੂੰਨਾਂ ਅਤੇ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੇ ਸੰਚਾਲਨ ਅਤੇ ਇਸਦੇ ਕਈ ਹਿੱਸਿਆਂ ਨੂੰ ਨਿਯੰਤ੍ਰਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੀ ਹੋਂਦ ਦੇ ਬੁਨਿਆਦੀ ਤੱਥਾਂ 'ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ ਹੈ। ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਲਈ ਮਨੁੱਖੀ ਇੱਛਾਵਾਂ ਅਸੀਮਤ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕ ਸਰੋਤ ਸੀਮਤ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ, ਇੱਕ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀ ਨੂੰ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਮਾਜ ਦੇ ਮੈਂਬਰਾਂ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨ ਲਈ ਕੁਝ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਕਿਵੇਂ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀਆਂ ਦੋ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਸ਼ਾਖਾਵਾਂ ਹਨ ਜੋ ਵਿਅਕਤੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਅਤੇ ਸਮਸ਼ਟੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਹਨ। ਵਿਅਕਤੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾ ਦੀ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਇਕਾਈ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਦਾ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਸਮਸ਼ਟੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਸਮੁੱਚੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਦੋ ਪਹਿਲੂਆਂ ਨੂੰ ਸਮਝਦਾ ਹੈ ਅਰਥਾਤ, ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਵਿਗਿਆਨ ਅਤੇ ਆਦਰਸ਼ ਵਿਗਿਆਨ। ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਵਿਗਿਆਨ ਇਹ ਕੀ ਹੈ ਦੇ ਮਾਪਦੰਡਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਇੱਕ ਯੋਜਨਾਬੱਧ ਗਿਆਨ ਹੈ

ਅਤੇ ਆਦਰਸ਼ ਵਿਗਿਆਨ ਇੱਕ ਵਿਵਸਥਿਤ ਗਿਆਨ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਕੀ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਦੇ ਮਾਪਦੰਡ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵੀ ਕਾਰਜ-ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਦੋ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨੂੰ ਮੰਨਦਾ ਹੈ, ਭਾਵ ਪ੍ਰੋਰਕ ਵਿਧੀ ਅਤੇ ਕਟੋਤੀ ਵਿਧੀ। ਪ੍ਰੋਰਕ ਵਿਧੀ ਆਮ ਸਿੱਟੇ ਤੋਂ ਖਾਸ ਨਤੀਜਿਆਂ ਤੱਕ ਤਰਕ ਦੀ ਇੱਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕਟੋਤੀ ਵਿਧੀ ਖਾਸ ਤੱਥਾਂ ਤੋਂ ਆਮ ਸਿੱਟਿਆਂ ਤੱਕ ਤਰਕ ਕਰਨ ਦਾ ਇੱਕ ਤਰੀਕਾ ਹੈ।

ਅਸੀਂ ਵਸਤੂ ਦੀ ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਕੀਮਤ ਪ੍ਰਤੀ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਵਿਹਾਰ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਮੰਗ (ਜੋ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦੀ ਹੈ) ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਮੰਗ (ਜੋ ਦੋ ਜਾਂ ਦੋ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦੀ ਹੈ) ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਉਲਟ ਸਬੰਧ ਹੈ, ਬਾਕੀ ਸਾਰੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਬਰਾਬਰ ਹਨ। ਹੋਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਜੋ ਸਥਿਰ ਮੰਨੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਉਹ ਹਨ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨ, ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਆਦਿ। ਇਹਨਾਂ ਪਹਿਲੂਆਂ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਦਾ ਆਕਾਰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ

### **1.15 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ (Questions for Practice)**

#### **A. ਛੋਟੇ ਉੱਤਰਾਂ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ**

- Q1. ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਮਤਲਬ ਹੈ?
- Q2. ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਵੰਡ ਦੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ?
- Q3. ਤਕਨੀਕਾਂ ਦੀ ਚੋਣ ਦੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ?
- Q4. ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਅਤੇ ਦਾਇਰੇ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- Q5. ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਅਤੇ ਆਦਰਸ਼ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਫਰਕ ਕਰੋ।
- Q6. ਕਟੋਤੀ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q7. ਪ੍ਰੋਰਕ ਤਰੀਕਿਆਂ 'ਤੇ ਇੱਕ ਨੋਟ ਲਿਖੋ?
- Q8. ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੀ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ
- Q9. ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਮਤਲਬ ਹੈ?
- Q10. ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਦੇ ਮੁੱਖ ਨਿਰਧਾਰਕ ਕੀ ਹਨ?
- Q11. ਇੱਕ ਚਿੱਤਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੰਗ ਕਰਵ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਮੰਗ ਕਰਵ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਦਾ ਹੈ।

- Q12. ਤੁਸੀਂ ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੁਆਰਾ ਕੀ ਸਮਝਦੇ ਹੋ?
- Q13. ਮੰਗ ਕਰਵ ਢਲਾਣ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਕਿਉਂ ਜਾਂਦੀ ਹੈ?
- Q14. ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਅਪਵਾਦਾਂ ਦਾ ਜ਼ਿਕਰ ਕਰੋ।
- Q15. ਮੰਗ ਦੇ ਵਿਸਤਾਰ ਅਤੇ ਮੰਗ ਦੇ ਸੰਕੁਚਨ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਫਰਕ ਕਰੋ।
- Q16. ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਫਰਕ ਕਰੋ।

### B. ਲੰਬੇ ਉੱਤਰਾਂ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

- Q1. ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦਿਓ। ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਅਤੇ ਦਾਇਰੇ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰ ਨਾਲ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q2. ਕਿਸੇ ਵੀ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੀਆਂ ਪੰਜ ਬੁਨਿਆਦੀ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- Q3. ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰੇਰਕ ਅਤੇ ਕਟੌਤੀ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਖੁਬੀਆਂ ਅਤੇ ਕਮੀਆਂ ਦਾ ਵੀ ਜ਼ਿਕਰ ਕਰੋ।
- Q4. ਮੰਗ ਦਾ ਕੀ ਅਰਥ ਹੈ? ਉਹਨਾਂ ਕਾਰਕਾਂ ਦਾ ਜ਼ਿਕਰ ਕਰੋ ਜੋ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।
- Q5. ਮੰਗ ਕਰਵ ਅਤੇ ਮੰਗ ਫੰਕਸ਼ਨ ਵਿਚਕਾਰ ਫਰਕ ਕਰੋ। ਉਹ ਕਾਰਕ ਕੀ ਹਨ ਜੋ ਮੰਗ ਕਰਵ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦਾ ਕਾਰਨ ਬਣਦੇ ਹਨ?
- Q6. ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਡਿਮਾਂਡ ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ ਕਿਉਂ ਢਲ ਜਾਂਦੀ ਹੈ?
- Q7. ਵਿਚਕਾਰ ਅੰਤਰ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ
- Q8. ਮੰਗ ਦਾ ਵਿਸਤਾਰ ਅਤੇ ਮੰਗ ਦਾ ਸੰਕੁਚਨ
- Q9. ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਕਮੀ.
- Q10. ਮੰਗ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦਾ ਆਲੋਚਨਾਤਮਕ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰੋ।
- Q11. 'ਵੇਬਲੇਨ ਪ੍ਰਭਾਵ' ਅਤੇ ਗਿਫਨ ਪੈਰਾਡੌਕਸ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਕੀ ਮੰਗ ਦਾ ਆਮ ਨਿਯਮ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਲਾਗੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ?

### 1.16 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ

- H. L. Ahuja, Principles of Microeconomics, S. Chand & Company Ltd. New Delhi
- D.N. Diwedi, Microeconomics, Theory and Application, Vikas Publishing House, New Delhi.
- Gregory, N. M, Principles of Microeconomics, second edition.
- Perloff, J. M, Microeconomics, Theory and Application with Calculus, Pearson Addison Wesley.
- Koutsoyiannis, A, Modern Microeconomics, The Macmillan Press Ltd.



## ਬੈਚਲਰ ਆਫ਼ ਆਰਟਸ

### ਸਮੈਸਟਰ-I

#### ਕੋਰਸ: ਵਿਅਕਤੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ

---

#### ਯੂਨਿਟ 2: ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ

(Elasticity of Demand)

---

#### ਸੰਰਚਨਾ

#### 2.0 ਉਦੇਸ਼

#### 2.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

#### 2.2 ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ: ਅਰਥ

#### 2.3 ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ

#### 2.4 ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਡਿਗਰੀ

#### 2.5 ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਮਾਪ

#### 2.6 ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕ

#### 2.7 ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ

#### 2.8 ਸੰਖੇਪ

#### 2.9 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ

#### 2.10 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ

#### 2.0 ਉਦੇਸ਼

ਇਸ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਸਿਖਿਆਰਥੀ ਇਹ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ਜਾਵੇਗਾ:

- ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੇ ਸੰਕਲਪਾਂ 'ਤੇ ਚਰਚਾ ਕਰਨ

- ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀਆਂ ਡਿਗਰੀਆਂ
- ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਦੇ ਮਾਪਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ

## 2.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

ਪਿਛਲੇ ਪੰਨਿਆਂ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਅਧਿਐਨ ਕੀਤਾ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਚੰਗੇ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੰਗੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਮੰਗ ਦਾ ਕਾਨੂੰਨ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਜਵਾਬ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੀ ਦਿਸ਼ਾ ਹੀ ਮੰਗ ਦੇ ਇਸ ਨਿਯਮ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਇਹ ਕਾਨੂੰਨ ਸਾਨੂੰ ਇਹ ਨਹੀਂ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਜਵਾਬ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਕਿੰਨੀ ਜਾਂ ਕਿਸ ਹੱਦ ਤੱਕ ਬਦਲ ਜਾਵੇਗੀ। ਇਹ ਜਾਣਕਾਰੀ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਕਿੰਨੀ ਜਾਂ ਕਿਸ ਹੱਦ ਤੱਕ ਬਦਲ ਜਾਵੇਗੀ, ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

## 2.2 ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ (Elasticity of Demand)

ਪਿਛਲੇ ਪੰਨਿਆਂ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਅਧਿਐਨ ਕੀਤਾ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਜਵਾਬ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੀ ਦਿਸ਼ਾ ਹੀ ਮੰਗ ਦੇ ਇਸ ਨਿਯਮ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਇਹ ਨਿਯਮ ਸਾਨੂੰ ਇਹ ਨਹੀਂ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਜਵਾਬ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਕਿੰਨੀ ਜਾਂ ਕਿਸ ਹੱਦ ਤੱਕ ਬਦਲ ਜਾਵੇਗੀ। ਸਗੋਂ ਇਹ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਕਿੰਨੀ ਜਾਂ ਕਿਸ ਹੱਦ ਤੱਕ ਬਦਲ ਜਾਵੇਗੀ, ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

J.S. Mill and Cournot ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀ ਸਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੱਤਾ। ਪਰ ਇਸ ਸੰਕਲਪ ਨੂੰ ਡਾ: ਮਾਰਸ਼ਲ ਨੇ ਆਪਣੀ ਮਸ਼ਹੂਰ ਕਿਤਾਬ "ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ" ਵਿੱਚ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤਾ ਸੀ। ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਲਈ ਮੰਗੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਦੀ ਡਿਗਰੀ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੇ ਤਿੰਨ ਸੰਕਲਪ ਹਨ: ਕੀਮਤ ਦੀ ਲਚਕਤਾ (Price elasticity), ਆੜੀ ਲਚਕਤਾ (Cross elasticity) ਅਤੇ ਆਮਦਨੀ ਲਚਕਤਾ (Income elasticity)। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਲਈ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਦੀ ਡਿਗਰੀ ਨੂੰ ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਸਬੰਧਤ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਲਈ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਦੀ ਡਿਗਰੀ, ਜੇ ਕਿ ਇਸਦਾ ਬਦਲ ਜਾਂ ਪੂਰਕ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਨੂੰ ਮੰਗ ਦੀ ਆੜੀ ਲੇਚ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ

ਤਬਦੀਲੀ ਲਈ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਸੰਵੇਦਨਸ਼ੀਲਤਾ ਨੂੰ ਮੰਗ ਦੀ ਆਮਦਨੀ ਲਚਕਤਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

### 2.3 ਲਚਕੀਲੇਪਨ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ (Kinds of Elasticity)

ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਦੇ ਤਿੰਨ ਸੰਕਲਪ ਹਨ, ਭਾਵ, ਆਮਦਨੀ ਲਚਕੀਲੇਪਣ, ਕਰਾਸ ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ।

1. **ਮੰਗ ਦੀ ਆਮਦਨ ਲਚਕਤਾ (Income Elasticity):** ਜਦੋਂ ਹੋਰ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ, ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਅਤੇ ਖਪਤਕਾਰ ਦਾ ਸੁਆਦ ਆਦਿ, ਤਾਂ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨੀ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਦੇ ਬਦਲਾਅ ਕਾਰਨ ਕਿਸੇ ਚੀਜ਼ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਨੂੰ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਮੰਗ ਦੀ ਆਮਦਨ ਲਚਕਤਾ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ, ਵਾਟਸਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਮੰਗ ਦੀ ਆਮਦਨੀ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਦਾ ਅਨੁਪਾਤ।"

ਆਮਦਨੀ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਫਾਰਮੂਲੇ ਦੁਆਰਾ ਮਾਪਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

$$E_y = \frac{\text{Percentage change in quantity demanded}}{\text{Percentage change in income}}$$

ਆਮਦਨੀ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਬਦਲਦੀ ਹੈ। ਆਮਦਨੀ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਸਾਰੀਆਂ ਆਮ ਵਸਤਾਂ ਲਈ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੈ, ਕਿਉਂਕਿ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨੀ ਵਧਣ ਦੇ ਨਾਲ, ਉਸ ਦੀ ਆਮ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧੇਗੀ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਘਟੀਆ ਵਸਤੂਆਂ ਜਾਂ ਗਿਫ਼ਨ ਵਸਤਾਂ ਲਈ ਆਮਦਨ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੈ। ਘਟੀਆ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨ ਵਧੇਗੀ ਤਾਂ ਇਹਨਾਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਘਟੇਗੀ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨ ਘਟੇਗੀ ਤਾਂ ਇਹਨਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮੰਗ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਧੇਗੀ।

#### ਮੰਗ ਦੀ ਆਮਦਨ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਮਹੱਤਵ (Importance of Income elasticity of demand)

**A. ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦਗਾਰ (Helpful in Business Decision Making):** ਇਹ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਵਿੱਚ ਵਪਾਰਕ ਫਰਮਾਂ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗਾਂ ਦੇਵਾਂ ਲਈ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਵਿੱਚ ਉੱਚ ਆਮਦਨੀ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵਧ ਰਹੀ ਆਰਥਿਕਤਾ ਵਿੱਚ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨ ਦੀ ਬਹੁਤ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ। ਇਹ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਯੋਗ ਹੈ ਕਿ ਐਸੋ-ਆਰਾਮ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਬਹੁਤ ਆਮਦਨੀ ਲਚਕਦਾਰ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਵਪਾਰਕ ਚੱਕਰਾਂ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪੜਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਲਗਜ਼ਰੀ ਦੀ ਮੰਗ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਉਤਰਾਅ-ਚੜ੍ਹਾਅ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਬੁਮ ਪੀਰੀਅਡਾਂ ਦੌਰਾਨ ਐਸੋ-ਆਰਾਮ ਦੀ ਮੰਗ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਮੰਦੀ ਦੇ ਦੌਰ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਘਟਦੀ ਹੈ।

**B. ਇੱਕ ਫਰਮ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਨੂੰ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦਗਾਰ (Helpful in Designing Marketing Strategies of a Firm):** ਇਹ ਫਰਮਾਂ ਦੀਆਂ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਨੂੰ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਕਰਨ ਵਿੱਚ

ਵੀ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਮੰਗ ਸੰਕਲਪਾਂ ਵਿੱਚ ਸਿੱਖਿਆ ਕਿ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਆਮਦਨ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਦਾ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਨਿਰਧਾਰਕ ਹੈ; ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਫਰਮਾਂ ਜੋ ਮੰਗ ਦੀ ਉੱਚ ਆਮਦਨੀ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨਾਲ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ, ਉਹਨਾਂ ਸ਼ਹਿਰਾਂ ਜਾਂ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਵਿਕਰੀ ਆਊਟਲੇਟਾਂ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿੱਥੇ ਲੋਕਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਵੱਧ ਰਹੀ ਹੈ।

**C. ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੀ ਦੁਰਦਸ਼ਾ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦਗਾਰ (Helpful to Understand the Plight of Farmers):** ਇਹ ਧਾਰਨਾ ਇਹ ਦਰਸਾਉਣ ਲਈ ਬਹੁਤ ਉਪਯੋਗੀ ਹੈ ਕਿ ਕਿਉਂ ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਸ਼ਹਿਰੀ ਲੋਕਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨੀ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਨਹੀਂ ਵਧੇਗੀ ਜੇ ਨਿਰਮਾਣ ਉਦਯੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ। ਇਸਦੇ ਪਿੱਛੇ ਵੱਡਾ ਕਾਰਨ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਅਨਾਜ ਦੀ ਮੰਗ ਦੀ ਆਮਦਨੀ ਲਚਕਤਾ ਇੱਕ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ; ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇਹ ਬਹੁਤ ਮੁਸ਼ਕਲ ਹੈ ਕਿ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਤੋਂ ਕਿਸਾਨਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਵਧ ਰਹੀ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਆਮਦਨ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਵਧੇਗੀ।

## 2. ਮੰਗ ਦੀ ਆੜੀ ਲੋਚ (Cross Elasticity of Demand)

ਦੋ ਸਬੰਧਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦਾ ਆਪਸੀ ਸਬੰਧ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਚੀਜ਼ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮੰਗ ਵੀ ਬਦਲ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਚਾਹ ਅਤੇ ਕੋਫੀ ਦੋ ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਜਦੋਂ ਚਾਹ ਦੀ ਕੀਮਤ ਬਦਲਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੋਫੀ ਦੀ ਮੰਗ ਵੀ ਬਦਲ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਸਧਾਰਨ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਮੰਗ ਦੀ ਆੜੀ ਲਚਕਤਾ ਵਸਤੂ-Y ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦਾ ਮਾਪ ਹੈ, ਵਸਤੂ-X ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ। ਫਰਗੂਸਨ (Ferguson) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਮੰਗ ਦੀ ਕਰਾਸ ਲਚਕੀਲਾਤਾ ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂ Y ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੇ ਅਨੁਸਾਰੀ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਮੰਗੀ ਗਈ ਵਸਤੂ-X ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਤਬਦੀਲੀ ਹੈ।" ਇਸ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਮਾਪਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

$$E_c = \frac{\text{Percentage change in quantity demanded of good-X}}{\text{Percentage change in the price of good-Y}}$$

ਇੱਥੇ ਇਹ ਨੋਟ ਕਰਨਾ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਬਦਲ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਤਾਂ ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦੀ ਅੰਤਰ-ਲਚਕੀਤਾ ਚਾਹ ਅਤੇ ਕੋਫੀ ਦੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਚਾਹ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧਣ ਨਾਲ ਕੋਫੀ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਰੋਟੀ ਅਤੇ ਮੱਖਣ ਵਰਗੀਆਂ ਪੂਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮੰਗ ਦੀ ਅੰਤਰ-ਲਚਕੀਤਾ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੈ, ਕਿਉਂਕਿ ਇੱਕ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਦੂਜੇ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਘਟਾਉਂਦਾ ਹੈ।

## ਮੰਗ ਦੀ ਆੜੀ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਮਹੱਤਵ (Importance of Cross Elasticity of Demand)

**A. ਮੁੱਲ ਦੀ ਰਣਨੀਤੀ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ (For Formulating Price Strategy):** ਇਹ ਸੰਕਲਪ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਇਹ ਇੱਕ ਸਹੀ ਕੀਮਤ ਰਣਨੀਤੀ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਗੱਲ ਆਉਂਦੀ ਹੈ। ਬਹੁ-ਉਤਪਾਦਕ ਫਰਮਾਂ ਅਕਸਰ ਦੂਜੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਮੰਗ 'ਤੇ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਲਈ ਇਸ ਵਿਧੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।

**B. ਇੱਕ ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਸੀਮਾ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਲਈ (For Defining the Boundaries of an Industry):** ਇਹ ਵੀ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਸੀਮਾ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਆਪਸੀ ਸੰਬੰਧ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਇਹ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਯੋਗ ਹੈ ਕਿ, ਫਰਮਾਂ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗਾਂ ਦੀ ਅੰਤਰ-ਨਿਰਭਰਤਾ ਦੇ ਕਾਰਨ, ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਮੰਗ ਦੀ ਕਰਾਸ ਕੀਮਤ-ਲਚਕਤਾ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਅਤੇ ਮਜ਼ਬੂਤ ਹੈ; ਸਮਾਨ ਉਦਯੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਰੀ ਗੁਆਏ ਬਿਨਾਂ ਕੋਈ ਵੀ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨਹੀਂ ਵਧਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

### 3. ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ (Price Elasticity of Demand)

ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਲਈ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਦੀ ਡਿਗਰੀ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ, ਹੋਰ ਕਾਰਕ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ, ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਜੋ ਮੰਗ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਉਹ ਸਥਿਰ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਬਦਲਾਅ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਘਟਾਓ (-) ਚਿੰਨ੍ਹ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ ਜਿਵੇਂ:

$$e_d = (-) \frac{\text{Percentage change in quantity demanded}}{\text{Percentage change in price}}$$

ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ 5 ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਦੀ ਗਿਰਾਵਟ ਨਾਲ ਮੰਗ ਵਿੱਚ 10 ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵਾਧਾ ਹੋਵੇਗਾ ਤਾਂ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕੀਲੀਤਾ ਹੋਵੇਗੀ।

$$e_d = (-) \frac{10\%}{-5\%} = (-) - 2 = 2$$

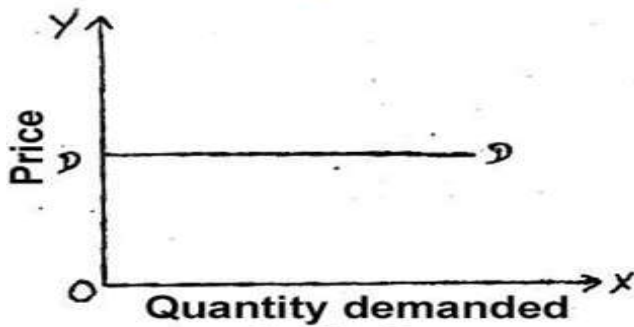
ਇੱਥੇ ਇਹ ਦੱਸਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਘਟਾਓ (-) ਚਿੰਨ੍ਹ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਗੁਣਾ ਦੇ ਕਾਰਨ, ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਚਿੰਨ੍ਹ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਵਿੱਚ ਬਦਲ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

Prof. Marshall ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕੀਲਾਤਾ ਨੂੰ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਨਾਲ ਵੰਡਣ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।" ਅਨੁਸਾਰ ਏ.ਐਲ. ਮੇਅਰਜ਼ (A.L. Meyers), "ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਸਾਪੇਖਿਕ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਜਵਾਬ ਵਿੱਚ ਖਰੀਦੀ ਗਈ ਰਕਮ ਵਿੱਚ ਸਾਪੇਖਿਕ ਤਬਦੀਲੀ ਦਾ ਇੱਕ ਮਾਪ ਹੈ।"

### 2.4 ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਡਿਗਰੀ (Degrees of Price Elasticity of Demand)

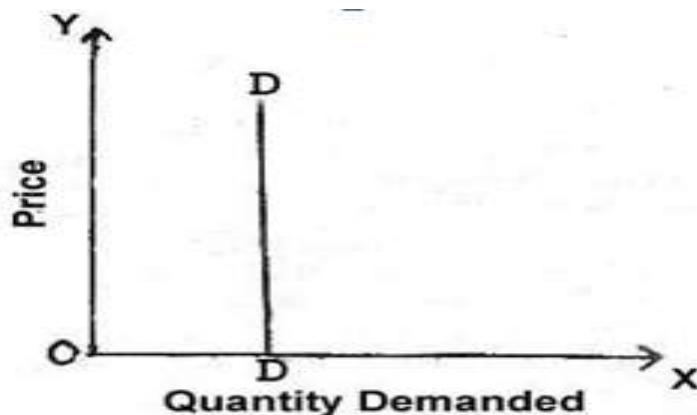
ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੀ ਗੱਲ ਆਉਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਕੁਝ ਮਾਮਲਿਆਂ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਜਵਾਬ ਮਾਮੂਲੀ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਦੂਜਿਆਂ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ 0 ਤੋਂ ਅਨੰਤਤਾ ਤੱਕ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਪੰਜ ਸਭ ਤੋਂ ਮਸ਼ਹੂਰ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ ਦਾ ਹੇਠਾਂ ਜ਼ਿਕਰ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ।

1. **ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਚਕੀਲਾ ਮੰਗ ਕਰਵ (Perfectly Elastic Demand Curve)** : ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਚਕੀਲਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਜੇਕਰ ਉਸੇ ਕੀਮਤ 'ਤੇ, ਖਰੀਦਦਾਰ ਜਿੰਨਾ ਉਹ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਖਰੀਦ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਥੋੜ੍ਹੀ ਜਿਹੀ ਉੱਚ ਕੀਮਤ 'ਤੇ, ਉਹ ਬਿਲਕੁਲ ਵੀ ਨਹੀਂ ਖਰੀਦਣਗੇ। ਇਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਮੌਜੂਦਾ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਮੰਗ ਬੇਅੰਤ ਹੈ। ਇਸ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਕਰਵ X-ਧੁਰੇ ਦੇ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ



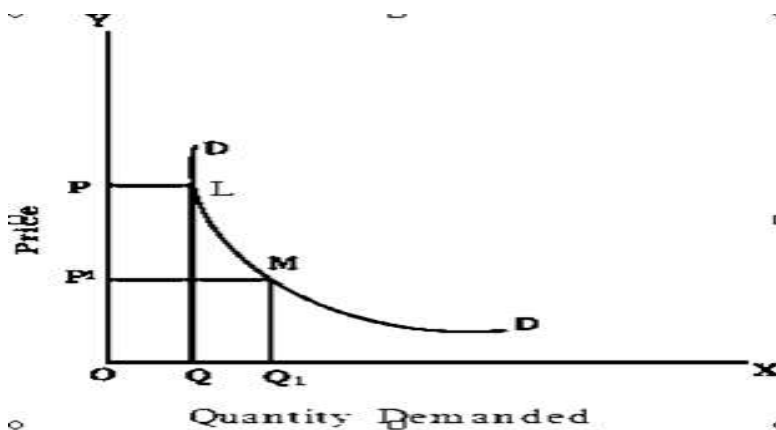
ਚਿੱਤਰ 7

2. **ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਅਸਥਿਰ ਮੰਗ (Perfectly Inelastic Demand)** : ਮੰਗੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਅਸਥਿਰ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਬਦਲਾਅ ਦੇ ਨਾਲ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਵਾਧਾ ਜਾਂ ਕਮੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸੂਗਰ ਦੇ ਰੇਗੀ ਦੁਆਰਾ ਇਨਸੁਲਿਨ ਦੀ ਮੰਗ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਅਸਥਿਰ ਮੰਗ ਦੀ ਉੱਤਮ ਉਦਾਹਰਣ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਚਿੱਤਰ ਨੰਬਰ 8 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਕਰਵ Y-ਧੁਰੇ ਦੇ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਇੱਕ ਲੰਬਕਾਰੀ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਹੈ। ਇਸ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਜ਼ੀਰੋ ਹੈ।



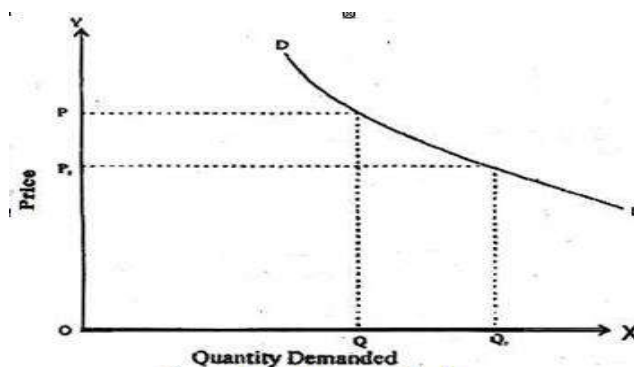
ਚਿੱਤਰ 8

3. **ਇਕਸਾਰ ਲਚਕਦਾਰ ਮੰਗ (Unitary Elastic Demand):** ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਏਕਤਾ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਉਦੋਂ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤਤਾ ਤਬਦੀਲੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਏਕਤਾ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦੁੱਗਣੀ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਮੰਗੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਅੱਧੇ ਤੱਕ ਘਟਾ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਮੰਗ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਵਿਚ ਉਲਟੇ ਸੰਬੰਧ ਕਾਰਨ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਇੱਕਸਾਰ ਹੈ। ਇਹ ਚਿੱਤਰ 9 ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।



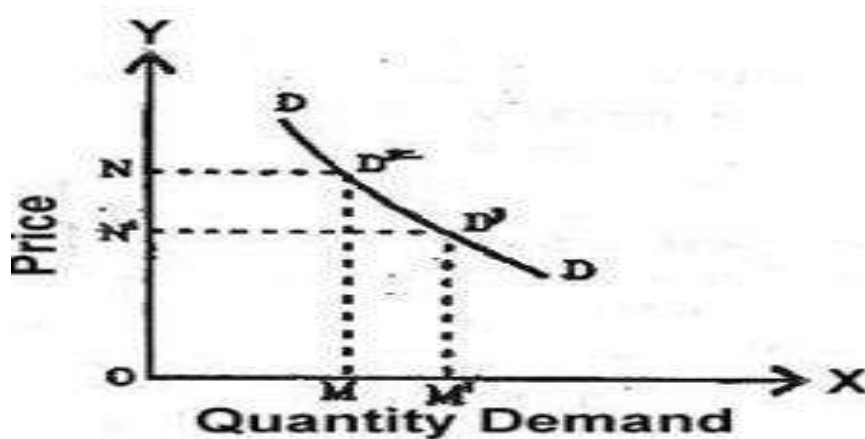
ਚਿੱਤਰ 9

4. **ਯੂਨੀਟਰੀ ਲਚਕੀਲੇ ਮੰਗ ਤੋਂ ਵੱਧ (Greater than Unitary Elastic Demand):** ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਇੱਕ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਨੋਟ ਕਰਨਾ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਵਸਤੂ ਦੀ ਆਪਣੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਜਵਾਬ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਵਧੇਰੇ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਵਸਤੂ 'ਤੇ ਕੁੱਲ ਖਰਚਾ ਵਧਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਦੇ ਉਲਟ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਰੰਗੀਨ ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨਾਂ ਅਤੇ ਏਅਰ ਕੰਡੀਸ਼ਨਰਾਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਮਾਮੂਲੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਜਵਾਬ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਵਾਧਾ ਦੇਖਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਹ ਚਿੱਤਰ 10 ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।



## ਚਿੱਤਰ 10

5. ਯੂਨੀਟਰੀ ਲਚਕੀਲੇ ਮੰਗ ਤੋਂ ਘੱਟ (Less than Unitary Elastic Demand): ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਏਕਤਾ ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਮੰਗ ਕੀਮਤ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਮਾਮਲਾ ਜੀਵਨ ਦੀਆਂ ਬਹੁਤੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਨਮਕ, ਕਣਕ, ਚਾਵਲ ਅਤੇ ਚੀਨੀ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਹੈ। ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਵਸਤੂ 'ਤੇ ਕੁੱਲ ਖਰਚਾ ਘਟਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ ਵਧਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਵਧਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਚਿੱਤਰ 11 ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।



## ਚਿੱਤਰ 11

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ -I

ਪ੍ਰਸ਼ਨ.1 ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਬਾਰੇ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਦੱਸੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਤੋਂ ਕੀ ਭਾਵ ਹੈ? ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਡਿਗਰੀਆਂ ਕੀ ਹਨ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 2.5 ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਮਾਪ (Measurement of Price Elasticity of Demand)

- ਕੁੱਲ ਖਰਚ ਜਾਂ ਕੁੱਲ ਖਰਚ ਦਾ ਤਰੀਕਾ (Total Expenditure Method)
- ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵਿਧੀ (Proportionate of Percentage Method)
- ਪੁਆਇੰਟ (ਬਿੰਦੂ) ਵਿਧੀ (Point Method)
- ਚਾਪ ਲਚਕਤਾ ਵਿਧੀ (Arc Elasticity Method)



ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਮਾਪਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਤਰੀਕੇ ਹਨ:

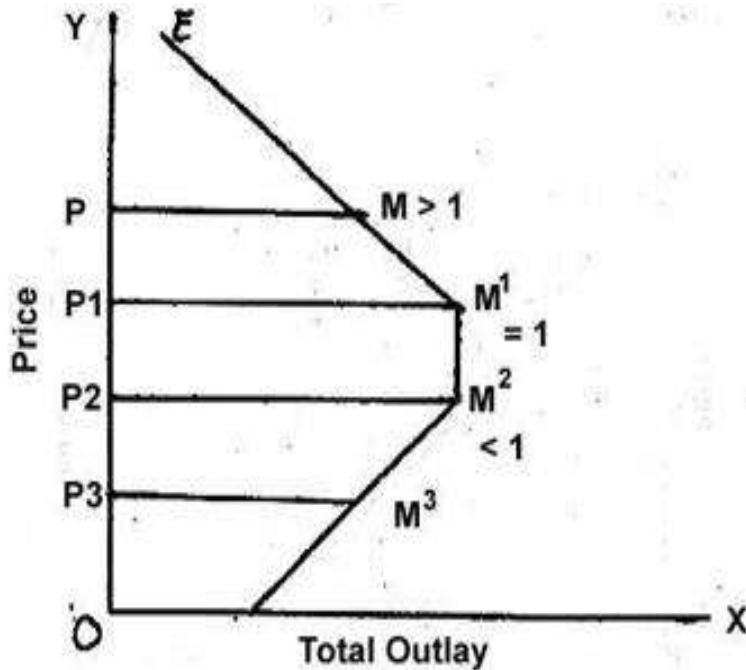
1. **ਕੁੱਲ ਖਰਚ ਜਾਂ ਕੁੱਲ ਖਰਚ ਦਾ ਤਰੀਕਾ (Total Expenditure Method):** ਮਾਰਸ਼ਲ (Marshall) ਨੇ ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਆਪਣੀ ਕਿਤਾਬ "ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ" (Principles of Economics) ਵਿੱਚ ਇਸ ਵਿਧੀ ਦਾ ਜ਼ਿਕਰ ਕੀਤਾ। ਮਾਰਸ਼ਲ (Marshall) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਕੁੱਲ ਖਰਚੇ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਕੁੱਲ ਖਰਚੇ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਆਉਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਜਾਂ ਵਾਧੇ ਦੇ ਕਾਰਨ, ਜੇਕਰ ਕੁੱਲ ਖਰਚਾ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਏਕਤਾ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਖਰਚਾ ਵਧਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਖਰਚਾ ਘਟਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਬਰਾਬਰ ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਹੈ। ਨੋਟ ਕਰੋ ਕਿ, ਇਸ ਵਿਧੀ ਦੇ ਤਹਿਤ ਅਸੀਂ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਕਾਰਨ ਕੁੱਲ ਖਰਚੇ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਕੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਮਾਪਦੇ ਹਾਂ। ਕੀਮਤ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਖਰਚੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਟੇਬਲ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਵੀ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

**Table 3 ਕੀਮਤ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਖਰਚੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ**

| ਕੀਮਤ ਤਬਦੀਲੀ      | ਇੱਕ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਚਕਤਾ<br>( $E_d > 1$ ) | ਇੱਕ ਤੋਂ ਘੱਟ ਲਚਕਤਾ<br>( $E_d < 1$ ) | ਇੱਕ ਦੇ ਬਰਾਬਰ<br>ਲਚਕਤਾ ( $E_d = 1$ ) |
|------------------|------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| ਕੀਮਤ ਡਿੱਗਦੀ ਹੈ   | TE ਵਧਦਾ ਹੈ                         | TE ਘਟਦਾ ਹੈ                         | TE ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਬਦਲਾਅ ਨਹੀਂ ਹੈ           |
| ਕੀਮਤ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ | TE ਘਟਦਾ ਹੈ                         | TE ਵਧਦਾ ਹੈ                         | TE ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਬਦਲਾਅ ਨਹੀਂ ਹੈ           |

ਅਸੀਂ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਚਿੱਤਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਉਪਰੋਕਤ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝ ਸਕਦੇ ਹਾਂ। ਚਿੱਤਰ 13 'ਤੇ ਗੌਰ ਕਰੋ। ਇਸ ਵਿੱਚ, X-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਕੁੱਲ ਆਊਟਲੇ ਅਤੇ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਕੀਮਤ ਦਿਖਾਈ ਗਈ ਹੈ। OP ਕੀਮਤ 'ਤੇ, ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨ PM ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ OP ਤੋਂ  $OP^1$  ਤੱਕ ਡਿੱਗਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੁੱਲ ਖਰਚਾ PM ਤੋਂ  $P^1 M^1$  ਤੱਕ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਏਕਤਾ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ  $OP^1$  ਅਤੇ  $OP^2$  ਤੋਂ ਘਟਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੁੱਲ ਖਰਚਾ  $P^2 M^2$  ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ  $P^1 M^1$  ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਏਕਤਾ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ

ਦੀ ਕੀਮਤ  $OP^2$  ਤੋਂ  $OP^3$  ਤੱਕ ਘਟਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੁੱਲ ਖਰਚਾ  $P^2M^2$  ਤੋਂ  $P_3M_3$  ਤੱਕ ਘਟਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਏਕਤਾ ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਹੈ।

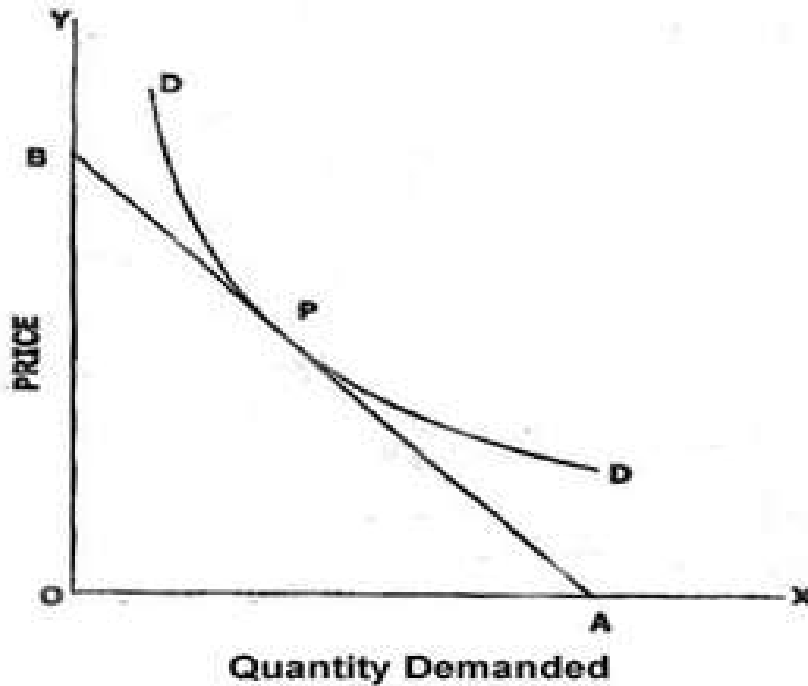


ਚਿੱਤਰ 13

**2. ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵਿਧੀ (Proportionate of Percentage Method):** ਇਹ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਗਣਨਾ ਕਰਨ ਦਾ ਦੂਜਾ ਤਰੀਕਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿਧੀ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਗਣਨਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਤਬਦੀਲੀ ਨੂੰ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਤਬਦੀਲੀ ਨਾਲ ਵੰਡਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੋ. ਮਾਰਸ਼ਲ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤਤਾ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਜਾਂ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਬਰਾਬਰ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵਾਧਾ ਜਾਂ ਗਿਰਾਵਟ ਆਉਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਏਕਤਾ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਾਂ ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ 5% ਗਿਰਾਵਟ ਜਾਂ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ 5% ਵਾਧਾ ਜਾਂ ਗਿਰਾਵਟ, ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਏਕਤਾ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਲਈ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

$$e_d = \frac{\text{Percentage change in quantity demanded}}{\text{Percentage change in price}}$$

**3. ਪੁਆਇੰਟ (ਬਿੰਦੂ) ਵਿਧੀ (Point Method):** ਅਸੀਂ ਕਦੇ-ਕਦਾਈਂ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਵਿੱਚ ਦਿਲਚਸਪੀ ਰੱਖਦੇ ਹਾਂ ਕਿਉਂਕਿ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਡਿਗਰੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਹਿੱਸਿਆਂ 'ਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 14

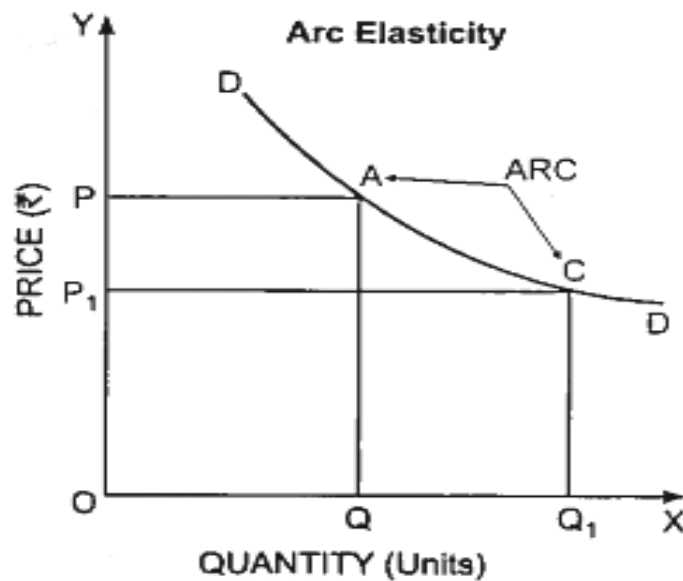
ਚਿੱਤਰ 14 ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਮੰਗ ਕਰਵ 'ਤੇ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਗਣਨਾ ਕਿਵੇਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ P ਮੰਗ ਕਰਵ DD 'ਤੇ ਕੋਈ ਬਿੰਦੂ ਹੈ। P 'ਤੇ, ਇਸ ਕਰਵ ਵੱਲ ਇੱਕ ਸਪਰਸ਼ ਖਿੱਚਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ X-ਧੁਰੇ ਨੂੰ A ਅਤੇ Y-ਧੁਰੇ ਨੂੰ B 'ਤੇ ਛੂਹਦਾ ਹੈ। ਅਨੁਪਾਤ PA/PB P 'ਤੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ PA/PB ਤੋਂ ਲੰਬਾ ਹੈ, ਇਸ ਲਈ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ P ਇੱਕ ਤੋਂ ਵੱਡਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਦਿੱਤੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਗਣਨਾ ਕਰਨ ਲਈ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਫਾਰਮੂਲੇ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ:

$$e_d = \frac{\text{Lower Segment}}{\text{Upper Segment}}$$

ਇੱਥੇ ਇਹ ਵਰਣਨਯੋਗ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਬੇਅੰਤ ਛੋਟੀ ਤਬਦੀਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੰਗ ਕਰਵ ਉੱਤੇ ਇੱਕ ਦਿੱਤੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਗਣਨਾ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵਿਧੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ; ਹਾਲਾਂਕਿ, ਜੇਕਰ ਬਦਲਾਅ ਕਾਫ਼ੀ ਹਨ ਤਾਂ ਇਹ ਫਾਰਮੂਲਾ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਉਪਯੋਗੀ ਹੋਵੇਗਾ।

4. **ਚਾਪ ਲਚਕਤਾ ਵਿਧੀ (Arc Elasticity Method):** ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵਿਧੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ, ਸਾਨੂੰ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਦੀ ਗਣਨਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਕੀਮਤ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨੀ ਹੈ ਜਾਂ ਇੱਕ ਦਿੱਤੇ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਦੇ ਜਵਾਬ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਦੀ ਗਣਨਾ ਕਰਨ ਲਈ ਅਧਾਰ ਵਜੋਂ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨੀ ਹੈ। ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਇਸ ਮੁਸ਼ਕਲ ਤੋਂ ਬਚਣ ਲਈ, ਅਸੀਂ ਚਾਪ ਲਚਕਤਾ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਕੀਮਤ ਜਾਂ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤਬਦੀਲੀ ਦੀ ਗਣਨਾ ਕਰਦੇ ਹਾਂ, ਜੋ ਕਿ ਅਧਾਰ ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕ੍ਰਮਵਾਰ

ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਅਤੇ ਅੰਤਮ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਮੱਧ ਬਿੰਦੂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਚਾਪ ਲਚਕਤਾ ਇੱਕ ਮੰਗ ਕਰਵ 'ਤੇ ਦੇ ਬਿੰਦੂਆਂ ਵਿਚਕਾਰ ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਦਾ ਮਾਪ ਹੈ। ਵਾਟਸਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਚਾਪ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਇੱਕ ਮੰਗ ਕਰਵ ਦੇ ਇੱਕ ਚਾਪ ਦੇ ਮੱਧ-ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਹੈ।" ਦੋ ਬਿੰਦੂਆਂ A ਅਤੇ C ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਚਿੱਤਰ 15 ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਏ ਗਏ ਮੰਗ ਕਰਵ DD ਦੇ ਹਿੱਸੇ ਨੂੰ ਚਾਪ ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਅੰਕੜੇ ਤੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾਵੇਗਾ ਕਿ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ OP ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੰਗੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ OQ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ OP<sub>1</sub> 'ਤੇ ਆ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਮੰਗੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ OQ<sub>1</sub> ਹੋਵੇਗੀ।



### ਚਿੱਤਰ 15

ਇਸ ਗੱਲ 'ਤੇ ਜ਼ੋਰ ਦਿੱਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਦਾ ਇਹ ਤਰੀਕਾ ਵੱਡੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਬਦਲਾਅ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

### 2.6 ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕ (Factors Affecting Elasticity of Demand)

ਅਸੀਂ ਉਪਰੋਕਤ ਚਰਚਾ ਤੋਂ ਅਧਿਐਨ ਕੀਤਾ ਹੈ ਕਿ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਸਤੂਆਂ ਲਈ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਵੱਖਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੈ:

1. ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਜੀਵਨ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ (ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਭੋਜਨ, ਕੱਪੜੇ, ਨਮਕ, ਮਿੱਟੀ ਦਾ ਤੇਲ ਅਤੇ ਤੇਲ ਆਦਿ) ਦੀ ਮੰਗ ਅਸਥਿਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਲਗਜ਼ਰੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਲਚਕੀਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਇਸ ਤੱਥ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੈ ਕਿ ਮਨੁੱਖੀ ਬਚਾਅ ਲਈ ਇਹਨਾਂ ਲੋੜਾਂ ਦੀ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਖਪਤ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਕੋਈ ਵੀ ਇਨ੍ਹਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ ਨਹੀਂ ਰਹਿ ਸਕਦਾ, ਭਾਵੇਂ ਇਹ ਕਿੰਨੀਆਂ ਵੀ ਮਹਿੰਗੀਆਂ ਹੋਣ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਜੇਕਰ ਐਸ਼ੋ-ਆਰਾਮ ਦੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਇੱਕ ਖਾਸ ਪੱਧਰ ਤੋਂ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਘੱਟ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇੱਕ ਲੋੜ ਹਮੇਸ਼ਾ ਜੀਵਨ ਜਾਂ

- ਮੌਤ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਵਸਤੂ ਦਾ ਸੇਵਨ ਕਰਨ ਦੀ ਆਦਤ ਪੈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਉਸਦੇ ਖਪਤ ਦੇ ਪੈਟਰਨ ਦਾ ਇੱਕ ਲਾਜ਼ਮੀ ਹਿੱਸਾ ਬਣ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਅਤੇ ਉਸਦੀ ਇਸਦੀ ਮੰਗ ਅਸਥਿਰ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇੱਕ ਨਸ਼ੇੜੀ ਲਈ, ਅਲਕੋਹਲ ਦੀ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਏਕਤਾ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ।
2. ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਉਹਨਾਂ ਵਿਕਲਪਾਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ ਦੁਆਰਾ ਵੀ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਲਈ ਇੱਕ ਦਿੱਤੀ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਰੱਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਚੀਜ਼ ਦੀ ਮੰਗ ਲਚਕੀਲੀ ਹੋਵੇਗੀ ਜੇਕਰ ਇਸਦੇ ਕਈ ਉਪਯੋਗ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਕੋਲਾ ਵਰਕਸ਼ਾਪਾਂ, ਰੇਲਵੇ, ਫੈਕਟਰੀਆਂ ਅਤੇ ਇੱਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਘਰ ਵਿੱਚ ਵੀ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੋਲੇ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸਦੀ ਵਰਤੋਂ ਉਹਨਾਂ ਥਾਵਾਂ 'ਤੇ ਕੀਤੀ ਜਾਣੀ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ ਜਿੱਥੇ ਅਜਿਹਾ ਕਰਨਾ ਪਹਿਲਾਂ ਗੈਰ-ਆਰਥਿਕ ਸੀ। ਇਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਵਸਤੂਆਂ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਹੈ, ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਮਾਮਲਿਆਂ ਵਿੱਚ ਅਸਥਿਰ ਮੰਗ ਮੌਜੂਦ ਹੈ।
  3. ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਉਪਲਬਧਤਾ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਅਜਿਹੇ ਮਾਲ ਦੀ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਲਚਕੀਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ ਜੇਕਰ ਕੋਫੀ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਖਪਤਕਾਰ ਚਾਹ ਵੱਲ ਸਵਿਚ ਕਰਨਗੇ, ਅਤੇ ਕੋਫੀ ਦੀ ਖਪਤ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਜਾਵੇਗੀ।
  4. ਵਸਤੂ 'ਤੇ ਖਰਚ ਕੀਤੀ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨ ਦਾ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵੀ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਖਪਤਕਾਰ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਵਸਤੂ 'ਤੇ ਆਪਣੀ ਆਮਦਨ ਦਾ ਸਿਰਫ਼ ਇੱਕ ਛੋਟਾ ਜਿਹਾ ਹਿੱਸਾ ਖਰਚ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਮੰਗੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ 'ਤੇ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਵੇਗੀ। ਇਸ ਨੂੰ ਹੋਰ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਕਹਿਣ ਲਈ, ਅਜਿਹੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਸਥਿਰ ਹੈ।
  5. ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਵਸਤੂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨੂੰ ਮੁਲਤਵੀ ਕਰਨ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਵੀ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕੀਤਾ। ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਮੰਗਾਂ, ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਖਪਤ ਨੂੰ ਮੁਲਤਵੀ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਲਚਕੀਲੀ ਮੰਗ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਦੀ ਮੰਗ, ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਮੁਲਤਵੀ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ, ਉਹ ਅਸਥਿਰ ਹੈ।
  6. ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਪੱਧਰ ਦੁਆਰਾ ਵੀ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਉਦੋਂ ਘੱਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਵਸਤੂ ਦਾ ਮੁੱਲ ਪੱਧਰ ਘੱਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਵਸਤੂ ਦੀ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਨਾਲ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਤਬਦੀਲੀ ਮਾਮੂਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
  7. ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨੀ ਦੇ ਪੱਧਰ ਦੁਆਰਾ ਵੀ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਨਹੀਂ ਕਰਨਗੇ। ਇਸ ਲਈ, ਉਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨੀ ਦਾ ਪੱਧਰ ਘੱਟ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਉੱਚ ਹੋਵੇਗੀ।

## 2.7 ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਮਹੱਤਵ (Importance of Elasticity of Demand)

ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵ ਰੱਖਦੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਹੇਠਾਂ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ:

1. ਸਰਕਾਰ ਇਸ ਸੰਕਲਪ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਆਪਣੀਆਂ ਟੈਕਸ ਨੀਤੀਆਂ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਕਰੇਗੀ। ਜੇਕਰ ਸਰਕਾਰ ਅਸਿੱਧੇ ਟੈਕਸਾਂ ਤੋਂ ਆਮਦਨ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਟੈਕਸ ਸਿਰਫ਼ ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਸਤਾਂ 'ਤੇ ਲਗਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਸਥਿਰ ਹੈ ਤਾਂ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕੀਲਾਤਾ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਸਾਧਨ ਹੈ।
2. ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਮਾਰਕੀਟ ਢਾਂਚੇ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਕ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨ ਲਈ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਮਦਦਗਾਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਅਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰਵਾਦੀ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਇਹ ਸੰਕਲਪ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਮਾਰਗਦਰਸ਼ਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਸਥਿਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇੱਕ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਉੱਚ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੇਗਾ ਕਿਉਂਕਿ ਉਸਨੂੰ ਲਗਭਗ ਨਿਸ਼ਚਤ ਹੈ ਕਿ ਉਸਦਾ ਉਤਪਾਦ ਵਿਕ ਜਾਵੇਗਾ। ਇੱਥੇ ਇਹ ਦੱਸਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਅਜਾਰੇਦਾਰ ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਪਹਿਲਾਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਵੇਖਦਾ ਹੈ।
3. ਇਹ ਇਸ ਹੱਦ ਤੱਕ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਵੀ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਕਾਰਕ ਇਸ ਦੇ ਮਿਹਨਤਾਨੇ ਨੂੰ ਕਿਸ ਹੱਦ ਤੱਕ ਵਧਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਕਿਰਤ ਦੀ ਮੰਗ ਅਸਥਿਰ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਹੋਰ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ ਨੂੰ ਅਦਾ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਮਜ਼ਦੂਰਾਂ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵੱਧ ਉਜਰਤ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।
4. ਦੋ ਦੇਸ਼ਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਵਪਾਰ ਦੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਦੇ ਨਿਰਧਾਰਨ ਲਈ ਇਹ ਸੰਕਲਪ ਵੀ ਬਹੁਤ ਉਪਯੋਗੀ ਹੈ। ਵਪਾਰ ਦੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇਸ਼ਾਂ ਦੇ ਹੱਕ ਵਿੱਚ ਹੋਣਗੀਆਂ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਤੁਲਨਾਤਮਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਧੇਰੇ ਲਚਕੀਲੀ ਹੈ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ -II

ਪ੍ਰਸ਼ਨ.1 ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ?

ਉੱਤਰ -----

-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ.2 ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਦੇ ਨਿਰਧਾਰਕ ਕੀ ਹਨ?

ਉੱਤਰ -----

-----

## 2.8 ਸੰਖੇਪ (Summary)

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਵਸਤੂ ਦੀ ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਕੀਮਤ ਪ੍ਰਤੀ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਵਿਹਾਰ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਮੰਗ (ਜੋ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦੀ ਹੈ) ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਮੰਗ (ਜੋ ਦੋ ਜਾਂ ਦੋ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦੀ ਹੈ) ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਉਲਟ ਸਬੰਧ ਹੈ, ਬਾਕੀ ਸਾਰੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਬਰਾਬਰ ਹਨ। ਹੋਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਜੋ ਸਥਿਰ ਮੰਨੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਉਹ ਹਨ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨ, ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਸਵਾਦ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਆਦਿ। ਇਹਨਾਂ ਪਹਿਲੂਆਂ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਦਾ ਆਕਾਰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਅਸੀਂ ਕੀਮਤ-ਫੈਸਲੇ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਤੋਂ ਇੱਕ ਹੋਰ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਪਹਿਲੂ ਦਾ ਵੀ ਅਧਿਐਨ ਕੀਤਾ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ, ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਲਈ ਬਾਜ਼ਾਰ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਨੂੰ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀਆਂ ਤਿੰਨ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ, ਮੰਗ ਦੀ ਆਮਦਨੀ ਲਚਕਤਾ ਅਤੇ ਮੰਗ ਦੀ ਅੰਤਰ ਲਚਕਤਾ। ਇਸ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਲਚਕੀਲੇਪਨ ਦੀਆਂ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਅਤੇ ਇਸ ਦੀਆਂ ਡਿਗਰੀਆਂ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਚਕੀਲਾ, ਬਿਲਕੁਲ ਅਸਥਿਰ, ਯੂਨੀਟਰੀ ਲਚਕਤਾ, ਯੂਨੀਟਰੀ ਲਚਕਤਾ ਤੋਂ ਵੱਧ ਅਤੇ ਯੂਨੀਟਰੀ ਲਚਕਤਾ ਤੋਂ ਘੱਟ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਕੁੱਲ ਖਰਚ ਵਿਧੀ, ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵਿਧੀ, ਬਿੰਦੂ ਵਿਧੀ ਅਤੇ ਚਾਪ ਵਿਧੀ ਵਰਗੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਮਾਪ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

## 2.9 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ (Questions for Practice)

### A. ਛੋਟੇ ਉੱਤਰਾਂ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

- Q1. ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਮਤਲਬ ਹੈ?
- Q2. ਉਹਨਾਂ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ ਜੋ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।
- Q3. ਮੰਗ ਦੀ ਕਰਾਸ ਲਚਕਤਾ (Cross Elasticity) ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਮਤਲਬ ਹੈ?
- Q4. ਮੰਗ ਦੀ ਕਰਵ ਲਚਕਤਾ ਕੀ ਹੈ?
- Q5. ਮੰਗ ਦੀ ਆਮਦਨੀ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

### B. ਲੰਬੇ ਉੱਤਰਾਂ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

- Q1. ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਕਾਂ ਦਾ ਜ਼ਿਕਰ ਕਰੋ।

Q2. ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਕੀ ਹੈ? ਇਸ ਦੀਆਂ ਡਿਗਰੀਆਂ ਅਤੇ ਮਾਪਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

Q3. ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਕੀ ਹੈ? ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਲਈ ਚਾਪ ਅਤੇ ਬਿੰਦੂ ਵਿਧੀ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

Q4. ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ 'ਤੇ ਇੱਕ ਨੋਟ ਲਿਖੋ:

- a. ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ
- b. ਮੰਗ ਦੀ ਆਮਦਨ ਲਚਕਤਾ
- c. ਮੰਗ ਦੀ ਕ੍ਰਾਸ (Cross) ਲਚਕਤਾ

### **2.10 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ**

- H. L. Ahuja, Principles of Microeconomics, S. Chand & Company Ltd. New Delhi
- D.N. Diwedi, Microeconomics, Theory and Application, Vikas Publishing House, New Delhi.
- Perloff, J. M, Microeconomics, Theory and Application with Calculus, Pearson Addison Wesley.
- Koutsoyiannis, A, Modern Microeconomics, The Macmillan Press Ltd.
- Varian, H. R, Intermediate Microeconomics, W. W. Norton & Company, New York, London.



## ਬੈਚਲਰ ਆਫ਼ ਆਰਟਸ

### ਸਮੈਸਟਰ-I

#### ਕੋਰਸ: ਵਿਅਕਤੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ

---

#### ਯੂਨਿਟ 3: ਖਪਤਕਾਰ ਵਿਵਹਾਰ: ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ

#### (Consumer Behaviour: Cardinal Utility Analysis)

---

#### ਸੰਰਚਨਾ

#### 3.0 ਉਦੇਸ਼

#### 3.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

#### 3.2 ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ

##### 3.2.1 ਕਾਰਡੀਨਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ

##### 3.2.2 ਕਾਰਡੀਨਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਨਿਯਮ

##### 3.2.2.1 ਘਟਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਜਾਂ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨਿਯਮ

##### 3.2.2.2 ਸਮ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨਿਯਮ

##### 3.2.3 ਕਾਰਡੀਨਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੁਆਰਾ ਖਪਤਕਾਰ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ

##### 3.2.3.1 1 ਇਕ ਵਸਤੂ ਦੇ ਨਾਲ ਖਪਤਕਾਰ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ

##### 3.2.3.2 ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਨਾਲ ਖਪਤਕਾਰ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ

##### 3.2.4 ਕਾਰਡੀਨਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਆਲੋਚਨਾ

#### 3.3 ਸੰਖੇਪ

#### 3.6 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ

#### 3.7 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ

#### 3.0 ਉਦੇਸ਼ (Objectives)

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ, ਸਿਖਿਆਰਥੀ ਇਹ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਵੇਗਾ:

- ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ
- ਕ੍ਰਮਵਾਦ ਅਤੇ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਕਰਨ
- ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਤਹਿਤ ਸਿੰਗਲ ਵਸਤੂ ਅਤੇ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਨਾਲ ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣ

### 3.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

ਖਪਤਕਾਰ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀ ਸਿਧਾਂਤ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਅਤੇ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਸਥਾਪਨਾ ਦੇ ਕਾਰਨਾਂ ਨੂੰ ਉਜਾਗਰ ਕਰਕੇ ਜਾਂਚ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਲਈ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਕਈ ਸਿਧਾਂਤ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੇ ਗਏ ਹਨ। ਮੰਗ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਪੁਰਾਣਾ ਸਿਧਾਂਤ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਇੱਕ ਚੰਗੇ ਲਈ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਇਹ ਉਜਾਗਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਅਤੇ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਉਲਟ ਸਬੰਧ ਹੈ।

### 3.2 ਕਾਰਡੀਨਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ (Cardinal Utility Analysis)

ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ ਲਈ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨੂੰ ਕਲਾਸੀਕਲ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਐਡਮ ਸਮਿਥ, ਗੋਸੇਨ, ਵਾਲਰਾਸ, ਡੂਪੁਇਟ, ਜੇਵੇਨਸ, ਜੇਐਸ ਮਿੱਲ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਨਵ-ਕਲਾਸੀਕਲ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਭਾਵ ਮਾਰਸ਼ਲ ਅਤੇ ਪਿਗੂ ਦੁਆਰਾ ਸਮਰਥਨ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ (Adam Smith, Gossen, Walras, Dupuit, Jevons, J.S. Mill as well as neo-classical economists i.e. Marshall and Pigou)। ਇਸ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਖਪਤਕਾਰ ਇਸਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਕਾਰਨ ਕੁਝ ਖਾਸ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ। ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਮੁੱਖ ਸੰਖਿਆਵਾਂ ਅਰਥਾਤ 1, 2, 3, ਆਦਿ ਵਿੱਚ ਮਾਪਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਫਿਸ਼ਰ ਨੇ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਲਈ ਇੱਕ ਇਕਾਈ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ 'Util' ਸ਼ਬਦ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਰੱਖਿਆ ਹੈ। ਅਸਲ ਵਿੱਚ, ਉਪਯੋਗਤਾ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਵਿੱਚ ਉਹ ਗੁਣ ਹੈ ਜਿਸ ਨਾਲ ਸਾਡੀਆਂ ਇੱਛਾਵਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਜੋਨ ਰੋਬਿਨਸਨ (Mrs. Joan Robinson) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਸਤੂਆਂ ਵਿੱਚ ਗੁਣ ਹੈ ਜੋ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਖਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ।" ਉਪਯੋਗਤਾ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਤੋਂ ਵੱਖਰੀ ਹੈ। ਉਪਯੋਗਤਾ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦਾ ਉਹ ਗੁਣ ਹੈ ਜੋ ਸਾਡੀਆਂ ਇੱਛਾਵਾਂ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸਾਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀਆਂ ਕਈ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਹਨ।

1. ਉਪਯੋਗਤਾ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਮਾਨਸਿਕ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਦੀ ਹੈ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਿਅਕਤੀ ਇੱਕੋ ਵਸਤੂ ਤੋਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।

2. ਉਪਯੋਗਤਾ ਸਾਪੇਖਿਕ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਕਦੇ ਵੀ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀ ਨਹੀਂ ਰਹਿੰਦੀ ਅਤੇ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਸਥਾਨ ਦੇ ਨਾਲ ਬਦਲਦੀ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ।
3. ਇਹ ਜ਼ਰੂਰੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਉਪਯੋਗਤਾ ਹਮੇਸ਼ਾ ਉਪਯੋਗੀ ਹੋਵੇ। ਕਈ ਵਾਰ, ਚੰਗੀ ਹੋਣ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਲਾਭਦਾਇਕ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ, ਨਸ਼ੇ ਮਨੁੱਖ ਦੀ ਸਿਹਤ ਲਈ ਨੁਕਸਾਨਦੇਹ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਪਰ ਨਸ਼ੇੜੀ ਲਈ ਉਸਦੀ ਇੱਛਾ ਪੂਰੀ ਕਰਨ ਲਈ ਇਹਨਾਂ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
4. ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਨੈਤਿਕਤਾ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਸਬੰਧ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਦੋਵੇਂ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਤੋਂ ਸੁਤੰਤਰ ਹਨ। ਸਿਗਰਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨੈਤਿਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਤੋਂ ਚੰਗੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਪਰ ਸਿਗਰਟ ਪੀਣ ਵਾਲੇ ਲਈ ਇਸਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਉਸਦੀ ਇੱਛਾ ਪੂਰੀ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਤਿੰਨ ਸੰਕਲਪ ਹਨ ਅਰਥਾਤ, ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਉਪਯੋਗਤਾ, ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ। ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਉਹ ਉਪਯੋਗਤਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿਸੇ ਚੰਗੇ ਦੀ ਪਹਿਲੀ ਇਕਾਈ ਦੀ ਖਪਤ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਹਮੇਸ਼ਾ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦਾ ਸਾਰ ਹੈ।

$$TU_x = f(Q_x)$$

ਜਿੱਥੇ  $TU_x =$  ਚੰਗੇ X ਤੋਂ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ  $Q_x =$  ਚੰਗੇ X ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ।

| Table 1: ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ |                                   |                                 |
|--|-----------------------------------|---------------------------------|
| ਸੇਬਾਂ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ                                    | ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ<br>(ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਵਿੱਚ) | ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਸਹੂਲਤ<br>(ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ) |
| 1  | 12                                | 12                              |
| 2  | 20                                | 8                               |
| 3  | 24                                | 4                               |
| 4  | 24                                | 0                               |
| 5  | 20                                | -4                              |

ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਇੱਕ ਹੋਰ ਯੂਨਿਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿੱਚ ਕੀਤੀ ਗਈ ਜੇੜ ਹੈ। ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਮਾਪਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

$$MU_n = TU_n - TU_{n-1}$$

ਜਿੱਥੇ  $MU_n = n$  ਇਕਾਈ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ,  $TU_n = n$  ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ  $TU_{n-1} = (n-1)$  ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ।

ਜੇਕਰ 10 ਅੰਬਾਂ ਦੀ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ 200 ਹੈ ਅਤੇ 9 ਅੰਬਾਂ ਤੋਂ 192 ਹੈ, ਤਾਂ 10<sup>ਵੇਂ</sup> ਅੰਬਾਂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਹੈ।

$$MU_n = TU_n - TU_{n-1} = 200 - 192 = 8$$

ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਇਕਾਈ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਕਾਰਨ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਬਦਲਾਅ ਦੀ ਦਰ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕ ਦਿੱਤੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਕਰ ਦੀ ਢਲਾਨ ਨੂੰ ਮਾਪਦਾ ਹੈ। ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਵੀ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਮਾਪਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

$$MU = d(TU) / dQ$$

ਜੇਵੇਂ ਦੁਆਰਾ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਰੱਖਿਆ ਗਿਆ

ਹੈ। ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਸਕਾਰਾਤਮਕ, ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਜਾਂ ਜ਼ੀਰੋ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੋਵੇਗੀ ਕਿਉਂਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਦੇ ਕਾਰਨ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਧਦੀ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੋਣ 'ਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਜ਼ੀਰੋ ਹੋਵੇਗੀ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਨਾਲ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੋਵੇਗੀ। Table 1 ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪਹਿਲਾਂ ਸੇਬ ਖਾਧਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ 12 ਉਪਯੋਗਤਾ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ 20 ਤੱਕ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਦੂਜਾ ਸੇਬ ਖਾਧਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਤੀਜੇ ਸੇਬ ਦੇ ਸੇਵਨ ਨਾਲ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਹੋਰ ਵਧ ਕੇ 24 ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਚੌਥਾ ਸੇਬ ਖਾਧਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ 24 ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ 'ਤੇ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ ਪਰ ਪੰਜਵੇਂ ਸੇਬ ਖਾਣ ਤੇ ਉਹ ਘੱਟ ਕੇ 20 ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਰਹਿ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਧਦੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਖਪਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਪਰ ਇੱਕ ਸੀਮਾ ਤੱਕ। ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ

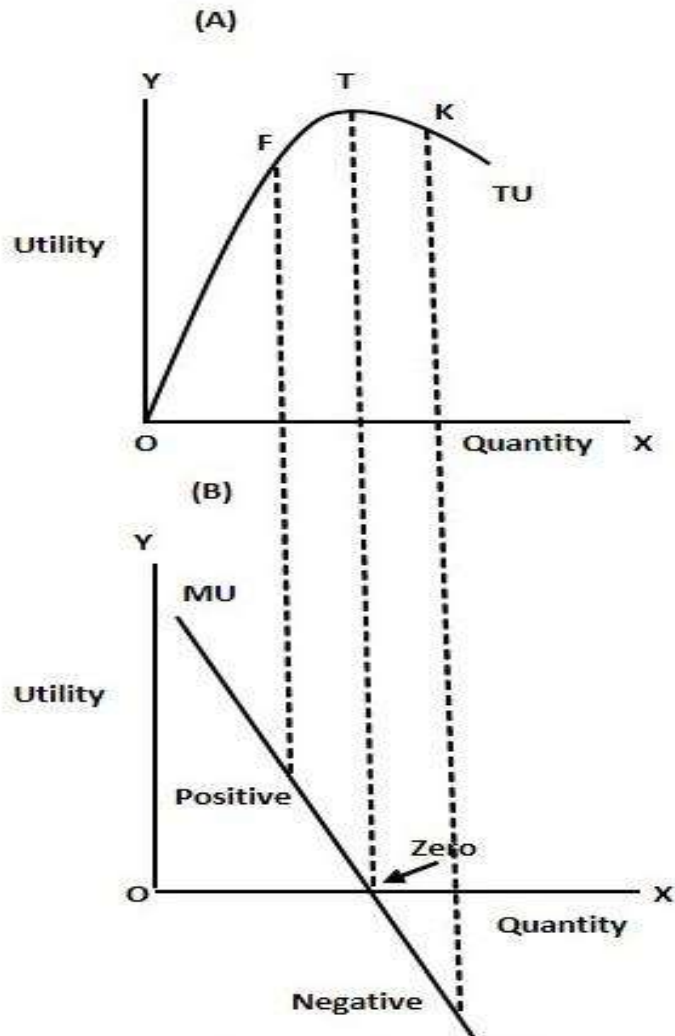


Figure 1: Relation between total utility and marginal utility

ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੈ ਅਤੇ ਤਿੰਨ ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਖਪਤ ਦੌਰਾਨ ਘਟ ਰਹੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਧ ਰਹੀ ਹੈ। ਚੌਥੇ ਸੇਬ ਦੀ ਖਪਤ ਦੌਰਾਨ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਜ਼ੀਰੋ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਪੰਜਵੇਂ ਸੇਬ ਦਾ ਸੇਵਨ ਕਰਨ ਨਾਲ, ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਘਟਣੀ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਬਣ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਭਾਵ- 4, ਚਿੱਤਰ 1 ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਭਾਗ (A) ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਕਰ ਭਾਵ TU ਅਤੇ ਭਾਗ (B) ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਕਰ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਭਾਵ MU ਭਾਗ (A) ਅਤੇ ਭਾਗ (B) ਵਿੱਚ, ਚੰਗੀਆਂ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ OX ਧੁਰੇ ਉੱਤੇ ਅਤੇ ਉਪਯੋਗਤਾ OY ਧੁਰੇ ਉੱਤੇ ਦਿਖਾਈਆਂ ਗਈਆਂ ਹਨ। ਬਿੰਦੂ F 'ਤੇ, ਜਿੱਥੇ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਧ ਰਹੀ ਹੈ, ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਅਤੇ ਘਟ ਰਹੀ ਹੈ। ਬਿੰਦੂ T 'ਤੇ, ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਧਿਕਤਮ ਹੈ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਜ਼ੀਰੋ ਹੈ। ਬਿੰਦੂ K 'ਤੇ, ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਘਟ ਰਹੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੈ।

### **3.2.1 ਕਾਰਡੀਨਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ (Assumptions of Cardinal Utility Analysis)**

ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕੁਝ ਬੁਨਿਆਦੀ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹਨ:

- 1) ਖਪਤਕਾਰ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਆਮਦਨ ਤੋਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਆਪਣੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- 2) ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਕਾਰਡੀਨਲ ਨੰਬਰ ਵਿੱਚ ਮਾਪਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਭਾਵ, 1,2,3...
- 3) ਹਰੇਕ ਵਸਤੂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਸੁਤੰਤਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਵਸਤੂ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਸਿਰਫ ਉਸ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਹੋਰ ਵਸਤੂਆਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਸਮਾਨ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਨਹੀਂ ਕਰਦੀ।
- 4) ਪੈਸੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ।
- 5) ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਲਗਾਤਾਰ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਘਟਦੀ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ।
- 6) ਵਸਤੂਆਂ ਛੋਟੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।
- 7) ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਇੱਕੋ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
- 8) ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਅਤੇ ਆਕਾਰ ਇਕਸਾਰ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
- 9) ਫੈਸ਼ਨ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਮਾਨਸਿਕ ਸਥਿਤੀ ਅਤੇ ਵਸਤੂਆਂ ਜਾਂ ਇਸ ਦੇ ਬਦਲ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿਚ ਕੋਈ ਤਬਦੀਲੀ ਨਹੀਂ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ।

### 3.2.2 ਕਾਰਡੀਨਲ ਉਪਯੋਗਤਾ (Laws of Cardinal Utility Analysis)

ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਦੋ ਮੁੱਖ ਨਿਯਮ ਹਨ।

- ਘੱਟਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਤੁਸਟੀਗੁਣ ਜਾਂ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨਿਯਮ
- ਸਮ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨਿਯਮ

#### 3.2.2.1 ਘੱਟਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਜਾਂ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨਿਯਮ (Law of Diminishing Marginal Utility)

ਗੋਸੇਨ, ਬੇਂਥਮ, ਵਾਲਰਾਸ, ਜੇਵੇਨਸ, ਮੇਂਜਰ ਅਤੇ ਮਾਰਸ਼ਲ (Gossen, Bentham, Walras, Jevons, Menger and Marshall) ਵਰਗੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਨੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਇਆ ਹੈ। ਇਸ ਨਿਯਮ ਨੂੰ "ਗੋਸੇਨ ਦਾ ਪਹਿਲਾ ਨਿਯਮ" ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਮਾਰਸ਼ਲ (Marshall) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਚੀਜ਼ ਦੇ ਦਿੱਤੇ ਸਟਾਕ ਤੋਂ ਜੇ ਵਾਧੂ ਲਾਭ ਮਿਲਦਾ ਹੈ, ਉਹ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਹਰ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ ਘੱਟ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੇ ਉਸ ਕੋਲ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਹੈ।" ਪ੍ਰੋ. ਬੋਲਡਿੰਗ (Boulding) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਕਿਸੇ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਖਪਤ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਬਾਕੀ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਨੂੰ ਨਿਰੰਤਰ ਰੱਖਦੇ ਹੋਏ, ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਘਟਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।"

ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਘੱਟਦੀ ਦਾ ਨਿਯਮ ਕਿਸੇ ਵੀ ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਜੀਵਨ ਦੇ ਅਨੁਭਵ 'ਤੇ ਅਧਾਰਿਤ ਹੈ। ਮਨੁੱਖ ਦੀਆਂ ਇੱਛਾਵਾਂ ਬੇਅੰਤ ਹਨ ਪਰ ਹਰੇਕ ਖਾਸ ਇੱਛਾ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਘਟਦੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇੱਕ ਬਿੰਦੂ ਉਦੋਂ ਆਉਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਹੋਰ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਕਿਉਂਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਜ਼ੀਰੋ ਹੋ ਗਈ ਹੈ। ਇਹ ਉਹ ਬਿੰਦੂ ਹੈ ਜਿਸ 'ਤੇ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਇੱਛਾ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸੰਤੁਸ਼ਟ

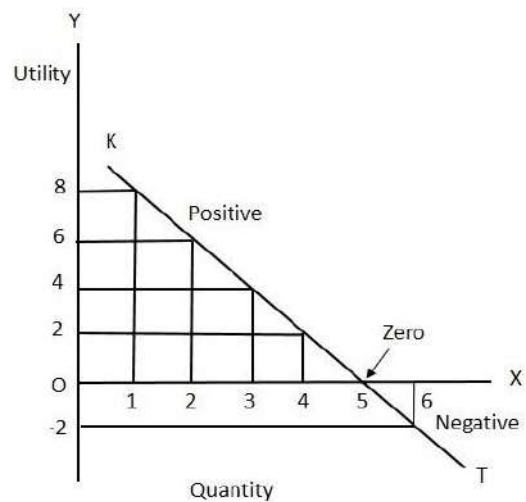


Figure 2: Diminishing Marginal Utility

| ਚਾਰ ਦੇ ਕੱਪ | ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ |
|------------|----------------|
| 1          | 8              |
| 2          | 6              |
| 3          | 4              |
| 4          | 2              |
| 5          | 0              |
| 6          | -2             |

ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਅਜੇ ਵੀ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੇ ਹੋਰ ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਖਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਸੀਮਾਂਤ

ਉਪਯੋਗਤਾ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ। ਇਸ ਨਿਯਮ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਅਸੀਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਲਗਾਤਾਰ ਇਕਾਈਆਂ ਤੋਂ ਘੱਟ ਅਤੇ ਘੱਟ ਉਪਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹਾਂ ਕਿਉਂਕਿ ਅਸੀਂ ਇਸ ਦੀ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਖਪਤ ਕਰਦੇ ਹਾਂ। ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ TABLE 2 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਚਾਹ ਦੇ ਪਹਿਲੇ ਕੱਪ ਦੇ ਸੇਵਨ ਨਾਲ 8 ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਮਿਲਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਦੂਜੇ, ਤੀਜੇ ਅਤੇ ਚੌਥੇ ਕੱਪ ਚਾਹ ਤੋਂ ਕ੍ਰਮਵਾਰ 6, 4 ਅਤੇ 2 ਉਪਯੋਗਤਾ ਮਿਲਦੀਆਂ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਪੰਜਵਾਂ ਕੱਪ ਖਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਜ਼ੀਰੋ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੇ ਇੱਕ ਬਿੰਦੂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜਿਸ 'ਤੇ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀ ਮੰਗ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ ਦੀ ਛੇਵੀਂ ਇਕਾਈ ਦੀ ਖਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਭਾਵ -2, ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਘਟਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 2 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਮਾਤਰਾ ਭਾਵ ਚਾਹ ਦੇ ਕੱਪ ਨੂੰ X ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਅਤੇ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ Y ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। KT ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਣ ਵਾਲੇ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਕਰ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਚਾਹ ਦੇ ਪਹਿਲੇ ਕੱਪ ਦਾ ਸੇਵਨ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀਆਂ 8 ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਦੂਜਾ ਕੱਪ 6 ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦਿੰਦਾ ਹੈ, ਤੀਜਾ ਕੱਪ 4 ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਚੌਥਾ ਕੱਪ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀਆਂ 2 ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਚਾਹ ਦੇ ਪੰਜਵੇਂ ਕੱਪ ਦੀ ਖਪਤ ਨਾਲ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਜ਼ੀਰੋ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ X ਧੁਰੇ ਨੂੰ ਛੂੰਹਦੀ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਹੀ ਚਾਹ ਦਾ ਛੇਵਾਂ ਕੱਪ ਪੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ -2 ਬਣ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਕਰ X ਧੁਰੇ ਤੋਂ ਪਾਰ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਘੱਟਣ ਦਾ ਨਿਯਮ ਦੇ ਕਈ ਅਪਵਾਦ ਹਨ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਦੁਰਲੱਭ ਅਤੇ ਉਤਸੁਕ ਚੀਜ਼ਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਲੇਖ, ਕਵਿਤਾ ਜਾਂ ਚੰਗੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ, ਨਸ਼ਾ, ਜਨਤਕ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਉਪਰੋਕਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਜਾਂ ਸੰਗ੍ਰਹਿ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਧਦੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਸਟਾਕ ਵਧਦਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨਿਯਮ ਦੀ ਸਿਧਾਂਤਕ ਅਤੇ ਵਿਹਾਰਕ ਮਹੱਤਤਾ ਹੈ।

ਇਹ ਨਿਯਮ ਤਿੰਨ ਖਪਤ ਕਾਨੂੰਨਾਂ ਲਈ ਆਧਾਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ, ਮੰਗ ਦਾ ਨਿਯਮ ਸਮ-ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨਿਯਮ ਅਤੇ ਖਪਤਕਾਰ ਸਰਪਲੱਸ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਇਹ ਨਿਯਮ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਜ਼ੀਰੋ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਖਪਤਕਾਰ ਦੂਜੀ ਵਸਤੂ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਇਸ ਲਈ ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਪੈਦਾ ਕਰਨੀਆਂ ਪੈਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਵੈਲਯੂ-ਇਨ-ਯੂਜ਼ ਅਤੇ ਵੈਲਯੂ-ਇਨ-ਐਕਸਚੇਂਜ ਵਿਚਕਾਰ ਅੰਤਰ ਨੂੰ ਘੱਟਦੀ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਪਾਣੀ, ਹਵਾ ਆਦਿ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਹੈ ਅਤੇ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਵਸਤੂਆਂ ਵੱਡੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਉਪਲਬਧ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਵੱਡੇ ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਵਰਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਸਿੱਟੇ ਵਜੋਂ, ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵੀ ਡਿੱਗ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਹੀਰਾ, ਸੋਨਾ ਆਦਿ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਮੁੱਲ-ਵਟਾਂਦਰਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉੱਚ ਕੀਮਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਵਸਤੂਆਂ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਦੁਰਲੱਭ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਇਹਨਾਂ ਦੀ ਸੀਮਤ

ਉਪਯੋਗਤਾ ਹੌਲੀ ਹੌਲੀ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇਹਨਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਉੱਚੀ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਨੀਯਮ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਖਪਤਕਾਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸਿਰਫ਼ ਉਹੀ ਮਾਤਰਾ ਹੀ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਉਸ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਸਮ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਹੋਵੇ। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਵਿਕਰੇਤਾ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਹੋਰ ਯੂਨਿਟਾਂ ਵੇਚਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸਨੂੰ ਉਸ ਸਮਾਨ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣਾ ਪਵੇਗਾ ਕਿਉਂਕਿ ਵਧੇਰੇ ਯੂਨਿਟਾਂ ਘੱਟ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਘੱਟ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਵਧੇਰੇ ਖਰੀਦ ਕਰਨਗੇ ਅਤੇ ਇਸਦੇ ਉਲਟ, ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਕਈ ਬਿੰਦੂਆਂ 'ਤੇ ਆਲੋਚਨਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਮੁੱਖ ਮਾਪ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਪੈਸੇ ਦੀ ਨਿਰੰਤਰ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਤਬਦੀਲੀ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਮਾਨਸਿਕ ਸਥਿਤੀ ਅਤੇ ਚੰਗੇ ਜਾਂ ਇਸਦੇ ਬਦਲ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਰਗੀਆਂ ਵੱਖ ਵੱਖ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀ ਗਣਨਾ ਕੇਵਲ ਵਿਭਾਜਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਪਰ ਅਸਲ ਵਿੱਚ, ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਵਸਤੂਆਂ ਵਿਭਾਜਿਤ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਹਰੇਕ ਵਸਤੂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਸੁਤੰਤਰ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਸਗੋਂ ਕਿਸੇ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਮਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੂਜੇ ਵਸਤੂਆਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

### 3.2.2.2 ਸਮ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨਿਯਮ (Law of Equi-Marginal Utility)

ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦਾ ਦੂਜਾ ਨਿਯਮ ਸਮ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨਿਯਮ ਹੈ। ਇਹ ਨਿਯਮ ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਗੋਸਨ (Gossen) ਦੁਆਰਾ ਪੇਸ਼ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਸੀ। ਇਸ ਲਈ, ਇਸਨੂੰ "ਗੋਸਨ ਦਾ ਦੂਜਾ ਨਿਯਮ" ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਨੇ ਇਸ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਨਾਮ ਦਿੱਤੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ "ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਨਿਯਮ", "ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਖਪਤਕਾਰ ਦਾ ਨਿਯਮ", "ਸਥਾਪਨਾ ਦਾ ਨਿਯਮ" ਅਤੇ "ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ ਦਾ ਨਿਯਮ"।

ਮਾਰਸ਼ਲ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ (Marshall), "ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਕੋਲ ਕੋਈ ਚੀਜ਼ ਹੈ ਜਿਸਨੂੰ ਉਹ ਕਈ ਉਪਯੋਗਾਂ ਲਈ ਪਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਇਸਨੂੰ ਇਹਨਾਂ ਉਪਯੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਵੰਡੇਗਾ ਕਿ ਇਸਦੀ ਸਭ ਵਿੱਚ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਹੈ।" ਪ੍ਰੋ. ਲਿਪਸੀ (Lipsey) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਪਰਿਵਾਰ ਦੀ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਉਪਯੋਗਤਾ ਆਪਣੇ ਖਰਚੇ ਨੂੰ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਵੰਡ ਦੇਵੇਗੀ ਕਿ ਹਰੇਕ 'ਤੇ ਖਰਚ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਆਖਰੀ ਪੈਸਾ ਬਰਾਬਰ ਹੈ।" ਪ੍ਰੋ. ਸੈਮੂਅਲਸਨ (Samuelson) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਉਦੋਂ ਮਿਲਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦਾ ਅਨੁਪਾਤ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।"

ਇਹ ਨਿਯਮ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਆਪਣੀ ਸੀਮਤ ਆਮਦਨ ਦੇ ਖਰਚੇ ਤੋਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਉਪਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਹਰੇਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਇੰਨੀ ਮਾਤਰਾ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਹਰੇਕ 'ਤੇ ਖਰਚ ਕੀਤੇ ਗਏ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਖਰੀ ਇਕਾਈ ਉਸ ਨੂੰ ਉਹੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ 'ਤੇ ਖਰਚੇ



ਗਏ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਖਰੀ ਇਕਾਈ ਦੇ ਖਰਚੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਦਿੱਤੀ ਵਸਤੂ ਦੇ ਖਰਚੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਅਨੁਪਾਤ ਹੈ। ਵਸਤੂ A ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਖਰਚੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਮਾਪਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

$$MU_E = MU_A / P_A$$

ਵਸਤੂ B ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਖਰਚੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਮਾਪਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

$$MU_E = MU_B / P_B$$

ਇਸ ਲਈ, ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਉਪਯੋਗਤਾ ਸੰਤੁਲਨ ਕਦੋਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਜਾਵੇਗਾ

$$MU_E = MU_A / P_A = MU_B / P_B$$

ਜੇਕਰ ਦੋਵਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਬਰਾਬਰ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਉਪਰੋਕਤ ਸਮੀਕਰਨ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਿਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

$$MU_E = MU_A = MU_B$$

ਜਿੱਥੇ  $MU_E$  = ਖਰਚੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ,  $MU_A$  = ਵਸਤੂ A ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ,  $MU_B$  = ਵਸਤੂ B ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ,  $P_A$  = ਵਸਤੂ A ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ  $P_B$  = ਵਸਤੂ B ਦੀ ਕੀਮਤ।

Table 3 ਸਮ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਰੁ. 42 ਖਰਚ ਕਰਨ ਲਈ. ਇਹ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਕੀਮਤ ਰੁਪਏ ਹੈ। 6 ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀ ਕੀਮਤ ਰੁਪਏ ਹੈ। 4. ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ, ਵਸਤੂ A ਦੀਆਂ 5 ਇਕਾਈਆਂ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀਆਂ 2 ਇਕਾਈਆਂ, ਖਰਚੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ 4 ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗੀ।

$$MU_E = MU_A / P_A = MU_B / P_B = 4$$

| Table 3: ਬਰਾਬਰੀ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨਿਯਮ (Law of Equi-Marginal Utility) |  |   |                           |                           |
|---|--|---|---------------------------|---------------------------|
| ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ<br>ਇਕਾਈਆਂ   | ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ<br>ਉਪਯੋਗਤਾ<br>( $MU_A$ ) | ਕੇਲੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ<br>ਉਪਯੋਗਤਾ<br>( $MU_B$ ) | $MU_A / P_A$<br>$P_A = 6$ | $MU_B / P_B$<br>$P_B = 4$ |
| 1   | 48                                       | 24                                      | 8                         | 6                         |
| 2   | 42                                       | 20                                      | 7                         | 5                         |
| 3   | 36                                       | 16                                      | 6                         | <b>4</b>                  |
| 4   | 30                                       | 12                                      | 5                         | 3                         |
| 5   | 24                                       | 8                                       | <b>4</b>                  | 2                         |
| 6   | 18                                       | 4                                       | 3                         | 1                         |

ਸਮ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 3 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ ਦਾ ਭਾਗ A ਸੇਬ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਖਰਚੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਭਾਗ B ਨੂੰ ਕੇਲੇ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਖਰਚੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ। ਖਰਚਿਆਂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਕ੍ਰਮਵਾਰ X ਧੁਰੇ ਅਤੇ Y ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਸੇਬ ਦੀ  $OQ_1$  ਯੂਨਿਟ ਅਤੇ ਕੇਲੇ ਦੇ  $OQ_4$  ਯੂਨਿਟ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੁਆਰਾ ਖਰੀਦੇ ਜਾਣਗੇ ਜਿੱਥੇ  $MU_E = U_1$  ਹੈ। ਇੱਥੇ,  $MU_E = MU_A/P_A = MU_B/P_B = U_1$ , ਇਸ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਮਿਲੇਗੀ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਸੇਬ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਾਤਰਾ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $Q_1 Q_2$ , ਉਹ ਕੇਲੇ ਦੀ ਮਾਤਰਾ  $Q_3 Q_4$  ਤੋਂ ਘੱਟਾ ਦੇਵੇਗਾ। ਉਹ ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਧਾ ਕੇ  $Q_1 Q_2$   $K_2 K_1$  ਉਪਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀ  $Q_3 Q_4 T_4 T_3$  ਮਾਤਰਾ ਘੱਟਾ ਦੇਵੇਗਾ। ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨੁਕਸਾਨ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਲਾਭ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ, ਇਸ ਲਈ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਖਰਚਿਆਂ ਦੀ ਪੁਨਰ ਵਿਵਸਥਾ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿੱਚ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋਵੇਗਾ। ਹੁਣ, ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੈ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਖਰਚੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਖਪਤ, ਉਤਪਾਦਨ, ਵਟਾਂਦਰਾ, ਵੰਡ ਅਤੇ ਜਨਤਕ ਵਿੱਤ ਦੇ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਸਮ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨਿਯਮ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ। ਖਪਤ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਮਿਲੇਗੀ ਜਦੋਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਸਤੂਆਂ 'ਤੇ ਖਰਚੇ ਗਏ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਖਰੀ ਇਕਾਈ ਉਸ ਨੂੰ ਬਰਾਬਰ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ, ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਭ ਉਦੋਂ ਮਿਲੇਗਾ ਜਦੋਂ ਹਰੇਕ ਕਾਰਕ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗੀ।

ਵਟਾਂਦਰੇ ਦੇ ਦੌਰਾਨ, ਖਪਤਕਾਰ ਘੱਟ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਨਾਲ ਵਧੇਰੇ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਬਦਲਦਾ ਰਹੇਗਾ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਬਰਾਬਰ ਨਹੀਂ ਹੋ ਜਾਂਦੀ।

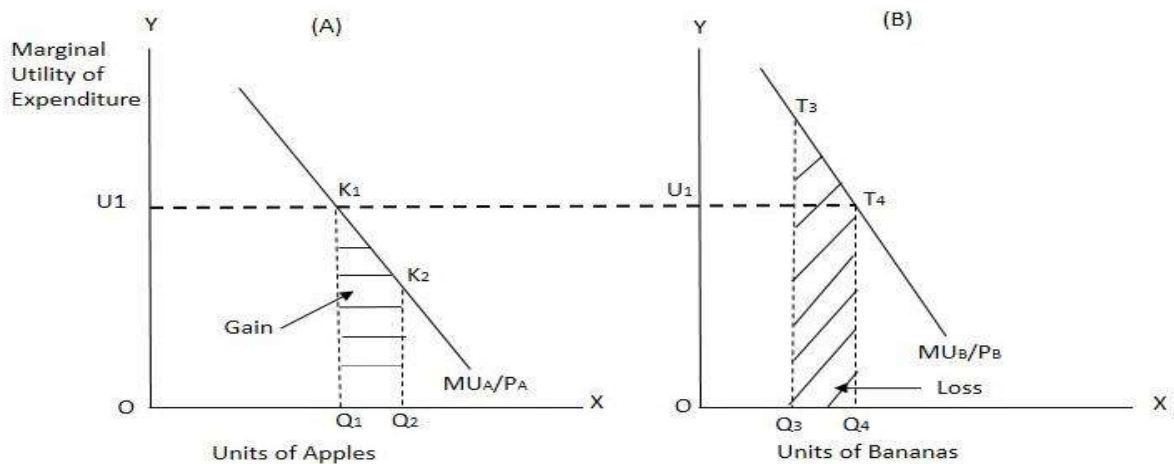


Figure 3: Law of Equi-Marginal Utility

ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਕੁਲ ਆਮਦਨ ਦੀ ਵੰਡ ਅਜਿਹੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਕਿ ਹਰੇਕ ਕਾਰਕ ਨੂੰ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਉਸਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਉਸਦਾ ਹਿੱਸਾ ਮਿਲਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਜਨਤਕ ਵਿੱਤ ਦੇ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ, ਟੈਕਸ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਲਗਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਕਿ ਸਾਰੇ ਟੈਕਸ ਦੇਣ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਕੁਰਬਾਨੀ ਬਰਾਬਰ ਹੋ ਜਾਵੇ।

#### **ਆਲੋਚਨਾਵਾਂ (Criticisms):**

1. ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਮੁੱਖ ਮਾਪ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ।
2. ਪੈਸੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਤਬਦੀਲੀ ਨਾ ਹੋਣਾ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਮਾਨਸਿਕ ਸਥਿਤੀ ਅਤੇ ਵਸਤੂ ਜਾਂ ਇਸਦੇ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਰਗੀਆਂ ਵੱਖ ਵੱਖ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਨਹੀਂ ਹਨ।
3. ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀ ਗਣਨਾ ਕੇਵਲ ਵਿਭਾਜਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਪਰ ਅਸਲ ਵਿੱਚ, ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਵਸਤੂਆਂ ਵਿਭਾਜਿਤ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।
4. ਹਰੇਕ ਵਸਤੂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਸੁਤੰਤਰ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਸਗੋਂ ਕਿਸੇ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੂਜੇ ਵਸਤੂਆਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
5. ਇਹ ਨਿਯਮ ਮੰਨਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਪਯੋਗਤਾ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਹੈ ਪਰ ਖਪਤਕਾਰ ਅਸਲੀਅਤ ਵਿੱਚ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਅਜਿਹੀਆਂ ਗਣਨਾਵਾਂ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ ਹਨ।
6. ਇਹ ਨਿਯਮ ਪੂਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਚੰਗਾ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹਨਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਉਪਯੋਗ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
7. ਇਹ ਨਿਯਮ ਕੁਝ ਸਮੇਂ ਤੱਕ ਟਿਕਨ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਤੇ ਲਾਗੂ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

#### **3.2.3 ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੁਆਰਾ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ (Consumer's Equilibrium through Cardinal Utility Analysis)**

ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਉਹ ਆਪਣੇ ਮੌਜੂਦਾ ਖਰਚਿਆਂ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਬਦਲਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਆਪਣੀ ਸੀਮਤ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚੋਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਟਾਈਬਰ ਸਾਇਟੋਵੋਸਕੀ (Scitovsky) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਉਦੋਂ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਉਹ ਆਪਣੇ ਅਸਲ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਹਾਲਾਤਾਂ ਵਿੱਚ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਸੰਭਵ ਸਮਝਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਹਾਲਾਤ ਬਦਲਦੇ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ, ਆਪਣੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਦੀ ਕੋਈ ਇੱਛਾ ਮਹਿਸੂਸ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ" ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੁਆਰਾ ਖਪਤਕਾਰ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

- a. ਇਕ ਵਸਤੂ ਨਾਲ ਖਪਤਕਾਰ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ

b. ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਨਾਲ ਖਪਤਕਾਰ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ

### 3.2.3.1 ਇਕ ਵਸਤੂ ਦੇ ਨਾਲ ਖਪਤਕਾਰ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ (Consumer's Equilibrium with Single Commodity)

ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਉਹ ਸੇਬ ਦੀ ਵੱਧ ਜਾਂ ਘੱਟ ਮਾਤਰਾ ਨਹੀਂ ਖਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਜਦੋਂ

ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਸਾਰੀ ਆਮਦਨ

ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਭਾਵ ਸੇਬਾਂ 'ਤੇ ਖਰਚ

ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਕ ਹੀ ਵਸਤੂ

ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿਚ, ਖਪਤਕਾਰ ਦਾ

ਸੰਤੁਲਨ ਉਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ

ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ ਜਿੱਥੇ ਵਸਤੂ ਦੀ

ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਇਸਦੀ

ਕੀਮਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ

4 ਇਕ ਹੀ ਵਸਤੂ ਦੇ ਨਾਲ

ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ

ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ

ਵਿੱਚ ਸੇਬਾਂ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ

X ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ

ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ

ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ Y ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

TK ਸੇਬਾਂ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗੀ ਵਕਰ ਹੈ।

ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ OP ਹੈ, ਤਾਂ

ਖਪਤਕਾਰ ਸੇਬਾਂ ਦੀ OQ<sub>1</sub> ਮਾਤਰਾ

ਖਰੀਦੇਗਾ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸ ਸਮੇਂ ਸੇਬਾਂ ਦੀ

ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ

ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਸੇਬਾਂ ਦੀ

OQ<sub>1</sub> ਯੂਨਿਟਾਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਗਈ,

ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ OQ<sub>1</sub> ET ਅਧਿਕਤਮ

ਹੈ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਸੇਬ ਦੀ ਇੱਕ ਹੋਰ

ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ

Y<sub>1</sub> Q<sub>2</sub> ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ OP ਤੋਂ

ਘੱਟ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਉਹ ਸੇਬਾਂ ਦੀ

ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ OQ<sub>1</sub> ਤੱਕ ਘਟਾ ਦੇਵੇਗਾ।

ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਸੇਬ ਦੀ ਇੱਕ ਘੱਟ

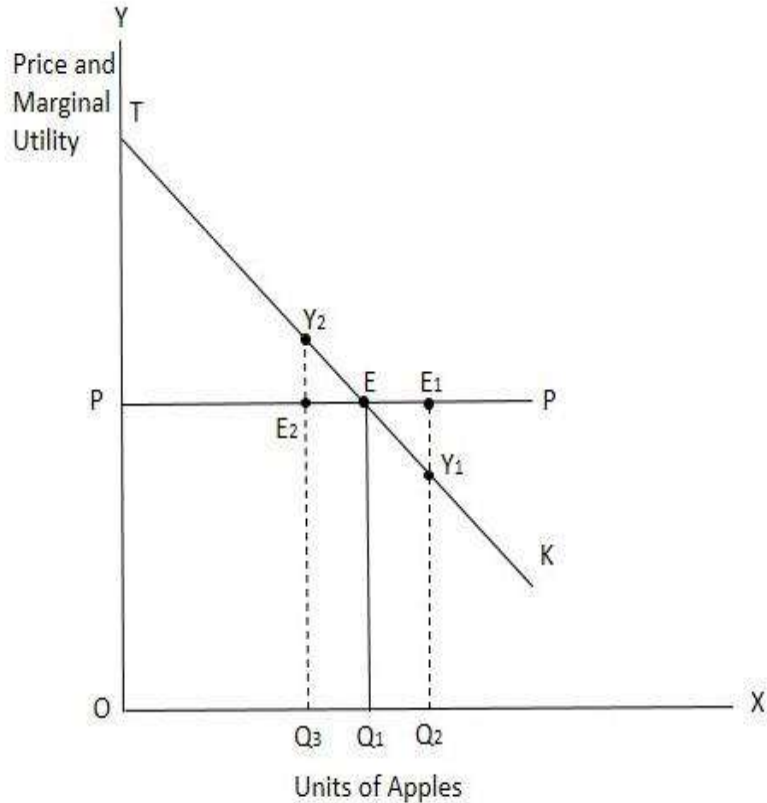


Figure 4: Consumer's Equilibrium with Single Commodity

ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ Y ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। TK ਸੇਬਾਂ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗੀ ਵਕਰ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ OP ਹੈ, ਤਾਂ

ਖਪਤਕਾਰ ਸੇਬਾਂ ਦੀ OQ<sub>1</sub> ਮਾਤਰਾ ਖਰੀਦੇਗਾ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸ ਸਮੇਂ ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ

ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਸੇਬਾਂ ਦੀ OQ<sub>1</sub> ਯੂਨਿਟਾਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਗਈ, ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ OQ<sub>1</sub> ET ਅਧਿਕਤਮ

ਹੈ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਸੇਬ ਦੀ ਇੱਕ ਹੋਰ ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ Y<sub>1</sub> Q<sub>2</sub> ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ OP ਤੋਂ

ਘੱਟ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਉਹ ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ OQ<sub>1</sub> ਤੱਕ ਘਟਾ ਦੇਵੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਸੇਬ ਦੀ ਇੱਕ ਘੱਟ

ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ Y<sub>2</sub>Q<sub>3</sub> ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਸੇਬਾਂ ਦੀ

ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ OQ<sub>1</sub> ਤੱਕ ਵਧਾ ਦੇਵੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ, ਉਪਯੋਗਤਾ OQ<sub>1</sub> ਤੋਂ ਵੱਧ ਜਾਂ ਘੱਟ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਸੇਬ ਨਹੀਂ ਖਰੀਦਦਾ

ਹੈ। ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ, ਸੰਤੁਲਨ ਲਈ ਸ਼ਰਤ MU=P (ਕੀਮਤ) ਪੂਰੀ ਹੋ ਗਈ ਹੈ ਅਤੇ ਇੱਥੇ ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ

ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਮਿਲ ਰਹੀ ਹੈ।

### 3.2.3.2 ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਨਾਲ ਖਪਤਕਾਰ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ (Consumer's Equilibrium with Two Commodities)

ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਆਪਣੀ ਪੂਰੀ ਆਮਦਨ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵਸਤੂ A ਅਤੇ ਵਸਤੂ B 'ਤੇ ਖਰਚ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਸਮ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਿਯਮ ਅਨੁਸਾਰ ਕੰਮ ਕਰੇਗਾ। ਖਪਤਕਾਰ ਘੱਟ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇਣ ਵਾਲੀ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਉੱਚ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇਣ ਵਾਲੀ ਵਸਤੂ ਨਾਲ ਬਦਲਦਾ ਰਹੇਗਾ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਦੋਵਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਬਰਾਬਰ ਨਹੀਂ ਹੋ ਜਾਂਦੀਆਂ ਇਹ ਮੰਨ ਕੇ ਕਿ ਦੋਵਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਇੱਕੋ ਹਨ। ਇਸ ਬਿੰਦੂ ਤੋਂ ਪਰੇ, ਉਪਯੋਗਤਾ ਆਪਣੀਆਂ ਖਰੀਦਾਂ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਬਦਲਾਅ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਜੇਕਰ ਦੋਵਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਹਨ, ਤਾਂ ਸੰਤੁਲਨ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਿਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

$$MU_A = MU_B$$

ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਨਾਲ ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 5 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਖਰਚੇ ਗਏ ਪੈਸੇ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ X ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੀਮਤ

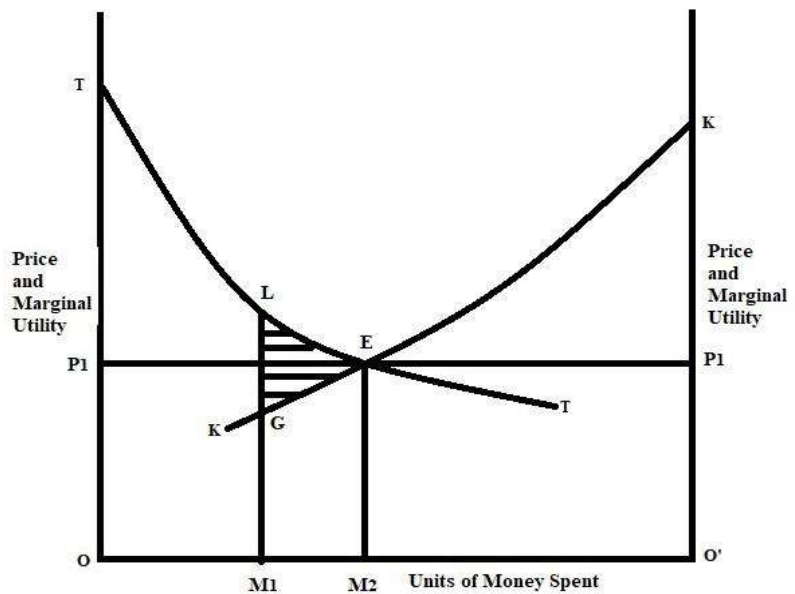


Figure 5: Consumer's Equilibrium with Two Commodities

ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ Y ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। TT ਅਤੇ KK ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਵਸਤੂ A ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗੀ ਵਕਰ ਹਨ। ਦੋਨੋ ਪਦਾਰਥ ਦੀ ਕੀਮਤ ਭਾਵ  $P_1$  ਅਤੇ  $O'P_1$  ਬਰਾਬਰ ਹਨ। ਦਿੱਤੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ, ਸੰਤੁਲਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਹਰੇਕ ਵਸਤੂ  $EM_2$  ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਭਾਵ  $EM_2 = OP_1 = O'P_1$ , ਸੰਤੁਲਨ ਦੇ ਇਸ ਮੌਕੇ 'ਤੇ, ਉਪਯੋਗਤਾ O ਖਰਚ ਕਰੇਗਾ 2 ਵਸਤੂ ਇੱਕ 'ਤੇ ਪੈਸੇ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਅਤੇ  $O'M_2$  ਇਸ ਲਈ ਵਸਤੂ B 'ਤੇ, ਕੁੱਲ ਸੀਮਾਂਤ ਸਹੂਲਤ  $O_2$  ਅਤੇ  $+ O'M_2 EK$  ਦੋਨੋ ਪਦਾਰਥ ਤੱਕ ਲਿਆ ਵੱਧ ਹੈ। ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਖਰਚਿਆਂ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਵੀ ਹੋਰ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਆਵੇਗੀ। ਮੰਨ ਲਓ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ B 'ਤੇ ਪੈਸੇ ਦੀ ਇੱਕ ਹੋਰ ਯੂਨਿਟ ਅਤੇ ਵਸਤੂ A 'ਤੇ ਇੱਕ ਘੱਟ ਯੂਨਿਟ ਖਰਚ ਕਰੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ A 'ਤੇ  $OM_1$  ਯੂਨਿਟ ਪੈਸੇ ਖਰਚਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ  $M_1 M_2 EL$  ਦੁਆਰਾ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋਵੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ B 'ਤੇ ਪੈਸੇ ਦੀ  $O'M_1$  ਯੂਨਿਟ ਖਰਚ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸਨੂੰ  $M_1 M_2 EG$  ਦੁਆਰਾ ਉਪਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਵੇਗੀ। ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿੱਚ ਘਾਟਾ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿੱਚ ਲਾਭ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਜਿਸਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ  $LGE$  ਦੁਆਰਾ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਸ਼ੁੱਧ ਨੁਕਸਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਇੱਕ ਵਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਪ੍ਰਾਪਤ

ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਖਪਤਕਾਰ ਆਪਣੇ ਖਰਚ ਨੂੰ ਬਦਲਣਾ ਨਹੀਂ ਚਾਹੁੰਦਾ ਕਿਉਂਕਿ ਸੰਤੁਲਨ ਦੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ, ਉਸਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਉਪਯੋਗਤਾ ਮਿਲਦੀ ਹੈ।

### **3.2.4 ਕਾਰਡੀਨਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਆਲੋਚਨਾ (Criticism of Cardinal Utility Analysis)**

ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਕਈ ਆਧਾਰਾਂ 'ਤੇ ਆਲੋਚਨਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਇਹ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹਨ:

- 1) ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਮਨੁੱਖਾਂ ਦੇ ਮਨੋਵਿਗਿਆਨ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਪਰ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀ ਮੰਗ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਇਸ ਤੱਥ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ ਕਿ ਉਪਯੋਗਤਾ ਉਦੇਸ਼ ਹੈ।
- 2) ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਮੁੱਖ ਮਾਪ ਅਰਥਾਤ 1, 2, 3 ਆਦਿ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਇਕਾਈਆਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਜੋੜਨਾ ਜਾਂ ਘਟਾਉਣਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ।
- 3) ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਹਰੇਕ ਵਸਤੂ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਸੁਤੰਤਰ ਹੈ ਪਰ ਅਸਲ ਵਿੱਚ, ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਵਸਤੂ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੂਜੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ।
- 4) ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਸੰਕਲਪ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ ਪਰ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀ ਗਣਨਾ ਸਿਰਫ ਵਿਭਾਜਿਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਅਸਲ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ, ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਵਸਤੂਆਂ ਗੈਰ-ਵਿਭਾਜਯੋਗ ਹਨ।
- 5) ਪੈਸੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਸਥਿਰ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਕੋਲ ਪੈਸੇ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਘਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਜੇਕਰ ਪੈਸੇ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
- 6) ਫੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਤਬਦੀਲੀ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਮਾਨਸਿਕ ਸਥਿਤੀ ਅਤੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਜਾਂ ਇਸ ਦੇ ਬਦਲ ਵਰਗੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਵਾਸਤਵਿਕ ਨਹੀਂ ਹਨ।
- 7) ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕੀਮਤ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਦੂਜੀ ਵਸਤੂ ਨਾਲ ਬਦਲਨ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਅਤੇ ਆਮਦਨ ਪ੍ਰਭਾਵ ਵਿੱਚ ਵੰਡਣ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਇਹ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਇਹ ਨਹੀਂ ਦੱਸਦਾ ਕਿ ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਨਾਲ ਮੰਗ ਬਦਲਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਅਸਲ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਨਾਲ ਕਿੰਨੀ ਮੰਗ ਬਦਲ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਮਹਿੰਗੀ ਵਸਤੂ ਦੇ ਬਦਲੇ ਸਸਤੀ ਵਸਤੂ ਦੇ ਬਦਲ ਨਾਲ ਕਿੰਨੀ ਮੰਗ ਬਦਲ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
- 8) ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਗਿਫੇਨ ਪੈਰਾਡੋਕਸ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਇਹ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਇਸ ਗੱਲ ਦੀ ਕੋਈ ਵਿਆਖਿਆ ਨਹੀਂ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀਮਤ ਵਧਣ ਨਾਲ ਮੰਗ ਕਿਉਂ ਵਧਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਗਿਫੇਨ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਨਾਲ ਮੰਗ ਕਿਉਂ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

### **ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ- I**

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਘਟਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਜਾਂ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਬਰਾਬਰੀ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ-----

### **3.3 ਸੰਖੇਪ (Summary)**

ਇਸ ਪਾਠ ਵਿੱਚ, ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਉਜਾਗਰ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਅਤੇ ਸਮ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਨਾਲ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਉਹ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਵੱਧ ਜਾਂ ਘੱਟ ਮਾਤਰਾ ਨਹੀਂ ਖਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਸਾਰੀ ਆਮਦਨ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਉੱਤੇ ਖਰਚ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਆਪਣੀ ਸਾਰੀ ਆਮਦਨ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ 'ਤੇ ਖਰਚ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਘੱਟ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇਣ ਵਾਲੀ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਉੱਚ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇਣ ਵਾਲੀ ਵਸਤੂ ਦੇ ਨਾਲ ਬਦਲਦਾ ਰਹੇਗਾ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਦੋਵਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਇਹ ਮੰਨ ਕੇ ਬਰਾਬਰ ਨਹੀਂ ਹੋ ਜਾਂਦੀਆਂ ਕਿ ਦੋਵਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਹਨ।

### **3.4 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ (Questions for Practice)**

#### **A. ਛੋਟੇ ਉੱਤਰ ਕਿਸਮ ਦੇ ਸਵਾਲ**

- Q1. ਰੇਖਾ-ਚਿੱਤਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਕੁੱਲ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q2. ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਬਣਾਓ।
- Q3. ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਮਤਲਬ ਹੈ?
- Q4. ਉਦਾਹਰਨ ਦਿਓ ਅਤੇ ਸਮ-ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਿਯਮ ਲਈ ਇੱਕ ਚਿੱਤਰ ਬਣਾਓ
- Q5. ਉਦਾਹਰਨ ਦੁਆਰਾ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੇ ਨਾਲ ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q6. ਦੁਕਵੀਂ ਉਦਾਹਰਣ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

#### **B. ਲੰਬੇ ਉੱਤਰ ਕਿਸਮ ਦੇ ਸਵਾਲ**

Q1. ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਿਯਮ ਕੀ ਹਨ? ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦਿਓ।

Q2. ਢੁਕਵੇਂ ਚਿੱਤਰਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਅਧੀਨ ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

Q3. ਆਲੋਚਨਾਤਮਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਾਰਡੀਨਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰੋ।

Q4. ਬਜਟ ਲਾਈਨ 'ਤੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

### **3.5 ਸਹਾਇਕ ਪਸਤਕ ਸੂਚੀ (Suggested Readings)**

- H.L. Ahuja: Advanced Economic Theory (Microeconomic Analysis).
- A. Koutsoyiannis: Modern Microeconomics.
- K.N. Verma: Micro Economic Theory.



## ਬੈਚਲਰ ਆਫ਼ ਆਰਟਸ

### ਸਮੈਸਟਰ-I

#### ਕੋਰਸ: ਵਿਅਸ਼ਟੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ

---

ਯੂਨਿਟ 4: ਖਪਤਕਾਰ ਵਿਵਹਾਰ: ਅਸਮਾਨਤਾ (ਤੱਟਸਥਤਾ) ਕਰਵ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ

(Consumer Behaviour: Indifference Curve Analysis)

---

#### ਸੰਰਚਨਾ

#### 4.0 ਉਦੇਸ਼

#### 4.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

#### 4.2 ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ

##### 4.2.1 ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ

##### 4.2.2 ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦਾ ਅਰਥ

##### 4.2.3 ਅਸਮਾਨਤਾ ਦਾ ਨਕਸ਼ਾ

##### 4.2.4 ਸੀਮਾਂਤ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦਰ

#### 4.3 ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੇ ਗੁਣ

#### 4.4 ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ

#### 4.5 ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ

#### 4.6 ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਆਲੋਚਨਾ

#### 4.7 ਕਾਰਡੀਨਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਤੁਲਨਾ

#### 4.8 ਸੰਖੇਪ

#### 4.9 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ

#### 4.10 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ

## 4.0 ਉਦੇਸ਼

- ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਅਧੀਨ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ
- ਕਾਰਡੀਨਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨਾਲੋਂ ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਉੱਤਮਤਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ

## 4.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਇਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਪੱਧਰ. ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਆਲੋਚਨਾ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਿਧਾਂਤ ਆਂ ਸਥਾਪਿਤ ਕੀਤੀਆਂ ਗਈਆਂ ਹਨ ਅਰਥਾਤ ਤੱਟਸਥਤਾ ਕਰਵ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ, ਸੈਮੂਅਲਸਨ ਦੀ ਰੀਵੀਲਡ ਪ੍ਰੈਫਰੈਂਸ ਸਿਧਾਂਤ (Samuelson's Revealed Preference Theory), ਅਤੇ ਹਿੱਕ ਦੀ ਲਾਜ਼ੀਕਲ ਕਮਜ਼ੋਰ ਆਰਡਰਿੰਗ ਸਿਧਾਂਤ (Hick's Logical Weak Ordering Theory) ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚ, ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਤੱਟਸਥਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ।

## 4.2 ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ (Indifference Curve Analysis)

ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਈ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਆਲੋਚਨਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਇਹ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀਆਂ ਕਮੀਆਂ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੈ ਕਿ ਕ੍ਰਮਵਾਰਕ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਸੀ। ਕ੍ਰਮਵਾਰਕ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਸਤੂਆਂ ਲਈ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਤਰਜੀਹ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਪਹਿਲੇ, ਦੂਜੇ, ਤੀਜੇ ਆਦਿ ਵਰਗੀਆਂ ਦਰਜਾਬੰਦੀਆਂ ਦਿੱਤੀਆਂ ਜਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ 1881 ਵਿੱਚ ਐਜਵਰਥ ਦੁਆਰਾ ਵਿਕਸਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਸੀ। ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ, ਇਸ ਸੰਕਲਪ ਨੂੰ 1906 ਵਿੱਚ ਪੈਰੇਟੋ (Pareto), 1913 ਵਿੱਚ ਡਬਲ ਯੂਈ ਜੌਹਨਸਨ (W.E. Johnson) ਅਤੇ 1915 ਵਿੱਚ ਸਲਸਟਕੀ (Slusky) ਦੁਆਰਾ ਵਿਕਸਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਸੀ। ਇਸ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਹਿਕਸ ਅਤੇ ਐਲਨ ਦੁਆਰਾ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਜੇ ਆਰ ਹਿਕਸ (J.R. Hicks) ਨੇ ਆਪਣੀ ਕਿਤਾਬ, "ਵੈਲਯੂ ਐਂਡ ਕੈਪੀਟਲ" (Value and Capital) ਵਿੱਚ ਕ੍ਰਮਵਾਰਕ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਵਿਸਤ੍ਰਿਤ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਸਨੇ ਵਿਗਿਆਨਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕੀਤੀ ਹੈ।

### 4.2.1 ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ (Assumptions of Indifference Curve Analysis)

ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਈ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ। ਇਹ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹਨ:

1. ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਭਾਅ ਵਿੱਚ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਆਪਣੀ ਸੀਮਤ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚੋਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ।

2. ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਸਤੂਆਂ ਲਈ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਤਰਜੀਹ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਕ੍ਰਮਵਾਰਕ ਨੰਬਰਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪਹਿਲੇ, ਦੂਜੇ, ਤੀਜੇ ਆਦਿ ਵਿੱਚ ਦਰਜਾ ਦਿੱਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
3. ਇਹ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਇਸ ਧਾਰਨਾ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ ਕਿ ਸੀਮਾਂਤ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦਰ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਨਾਲ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਘਟਦੀ ਦਰ 'ਤੇ ਉਸ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਵਸਤੂ ਨਾਲ ਬਦਲ ਦੇਵੇਗਾ।
4. ਖਪਤਕਾਰ ਕਦੇ ਵੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਪੱਧਰ ਤੱਕ ਨਹੀਂ ਪਹੁੰਚਦਾ। ਉਹ ਹਮੇਸ਼ਾ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਘੱਟ ਮਾਤਰਾ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਮਾਤਰਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਸੰਜੋਗ X ਵਿੱਚ ਸੇਬ ਦੀਆਂ 3 ਇਕਾਈਆਂ ਅਤੇ ਅੰਬਾਂ ਦੀਆਂ 5 ਇਕਾਈਆਂ ਅਤੇ ਸੰਜੋਗ Y ਵਿੱਚ ਸੇਬ ਦੀਆਂ 3 ਇਕਾਈਆਂ ਅਤੇ ਅੰਬਾਂ ਦੀਆਂ 3 ਇਕਾਈਆਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। X ਦਾ ਮਿਸ਼ਰਨ Y ਨਾਲੋਂ ਵਧੀਆ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ X ਵਿੱਚ ਅੰਬਾਂ ਦੀਆਂ ਹੋਰ ਇਕਾਈਆਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।
5. ਇਹ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਇਕਸਾਰਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ ਜਿਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਉਪਭੋਗਤਾ ਕਿਸੇ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ (time period) ਵਿੱਚ X ਤੋਂ Y ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ (Prefer) ਦਿੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ Y ਤੋਂ X ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਨਹੀਂ ਦੇਵੇਗਾ, ਸਗੋਂ ਸਿਰਫ X ਤੋਂ Y ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦੇਵੇਗਾ।
6. ਇਸ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ transitivity ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਜੇਕਰ ਉਪਭੋਗਤਾ ਸੰਜੋਗ Y ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ X ਅਤੇ ਸੁਮੇਲ Y ਨੂੰ Z ਲਈ ਸੁਮੇਲ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਯਕੀਨੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਮਿਸ਼ਰਨ Z ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ X ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦੇਵੇਗਾ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਜੇਕਰ ਉਪਭੋਗਤਾ X ਅਤੇ Y ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਉਦਾਸੀਨ ਹੈ। Y ਅਤੇ Z, ਉਹ ਯਕੀਨੀ ਤੌਰ 'ਤੇ X ਅਤੇ Z ਦੇ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਉਦਾਸੀਨ ਹੋਵੇਗਾ।
7. ਇਸ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਤਰਜੀਹ ਦਾ ਪੈਮਾਨਾ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਆਮਦਨ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਸੁਤੰਤਰ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਤਰਜੀਹ ਦਾ ਪੈਮਾਨਾ ਦੂਜੇ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਤਰਜੀਹ ਦੇ ਪੈਮਾਨੇ ਤੋਂ ਸੁਤੰਤਰ ਹੋਵੇਗਾ।
8. ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨਿਰੰਤਰਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ। ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਜੋਗ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੋ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਇਹਨਾਂ ਸੰਜੋਗਾਂ ਪ੍ਰਤੀ ਉਦਾਸੀਨ ਹੈ।

#### 4.2.2 ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦਾ ਅਰਥ (Meaning of Indifference Curve)

| Table 4: ਅਸਮਾਨਤਾ ਅਨੁਸੂਚੀ |               |                |   |
|--------------------------|---------------|----------------|---|
| ਸੰਜੋਗ (Combinations)     | ਅੰਬ (Mangoes) | ਕੀਵੀਜ਼ (Kiwis) | ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ<br>(Marginal Rate of Substitution) |

|   |   |    |     |
|---|---|----|-----|
| V | 1 | 20 | -   |
| W | 2 | 14 | 6:1 |
| X | 3 | 9  | 5:1 |
| Y | 4 | 5  | 4:1 |
| Z | 5 | 2  | 3:1 |

ਇੱਕ ਵੱਕਰ ਉਹਨਾਂ ਸਾਰੇ ਬਿੰਦੂਆਂ ਦਾ ਟਿਕਾਣਾ ਹੈ ਜੋ ਦੇ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਸਮਾਨ ਪੱਧਰ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇਣ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ। ਜੇਕਰ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੇ ਸਾਰੇ ਸੰਜੋਗ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਇੱਕੋ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਉਹ ਉਪਲਬਧ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਉਦਾਸੀਨ ਹੋਵੇਗਾ। Leftwich ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਇੱਕ ਸਿੰਗਲ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ X ਅਤੇ Y ਦੇ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਬਰਾਬਰ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ।" ਅਸਮਾਨਤਾ ਅਨੁਸੂਚੀ ਇੱਕ TABLE ਹੈ ਜੋ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰੇਗੀ। TABLE 4 ਅਸਮਾਨਤਾ ਅਨੁਸੂਚੀ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਅੰਬ

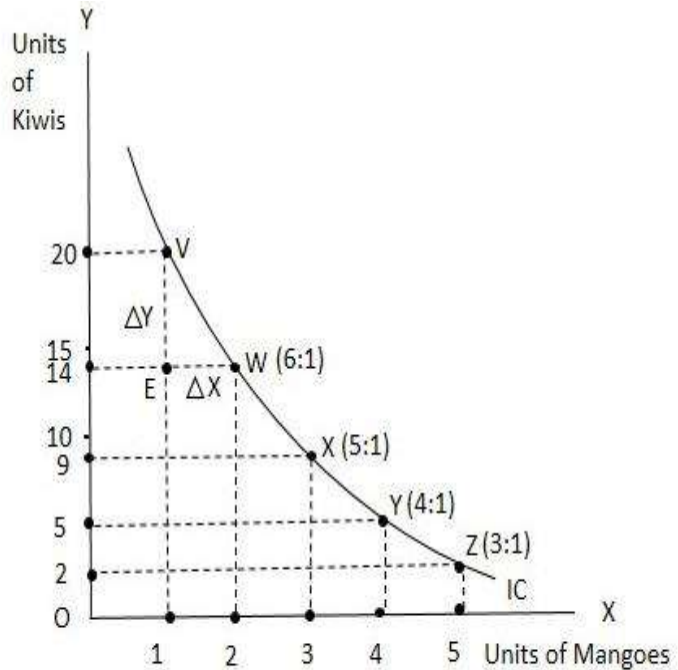


Figure 6: Indifference Curve

ਅਤੇ ਕੀਵੀ ਦੇ ਪੰਜ ਸੰਜੋਗ ਦਿਖਾਏ ਗਏ ਹਨ। ਪੰਜ ਸੰਜੋਗ V, W, X, Y ਅਤੇ Z ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਸੰਜੋਗ V ਵਿੱਚ 1 ਅੰਬ ਅਤੇ 20 ਕੀਵੀ, ਸੰਜੋਗ W ਵਿੱਚ 2 ਅੰਬ ਅਤੇ 14 ਕੀਵੀ, ਸੰਜੋਗ X ਵਿੱਚ 3 ਅੰਬ ਅਤੇ 9 ਕੀਵੀ, ਮਿਸ਼ਰਨ Y ਵਿੱਚ 4 ਅੰਬ ਅਤੇ 5 ਕੀਵੀ ਅਤੇ ਮਿਸ਼ਰਨ Z ਵਿੱਚ 5 ਅੰਬ ਅਤੇ 2 ਕੀਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਇੱਥੇ, ਇੱਕ ਹੋਰ ਅੰਬ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਉਪਭੋਗਤਾ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਉਸੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਰਹਿਣ ਲਈ ਕੀਵੀ ਦੀਆਂ ਕੁਝ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਬਲੀ ਦੇ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 6 ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਅੰਬਾਂ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਅਤੇ ਕੀਵੀ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ ਕ੍ਰਮਵਾਰ X ਧੁਰੇ ਅਤੇ Y ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। IC ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਹੈ। ਪੰਜ ਸੰਜੋਗ ਭਾਵ, V (1 ਅੰਬ ਅਤੇ 20 ਕੀਵੀ), W (2 ਅੰਬ ਅਤੇ 14 ਕੀਵੀ), X (3 ਅੰਬ ਅਤੇ 9 ਕੀਵੀ), Y (4 ਅੰਬ ਅਤੇ 5 ਕੀਵੀ) ਅਤੇ Z (5 ਅੰਬ ਅਤੇ 2 ਕੀਵੀ)। ਅੰਬ ਅਤੇ ਕੀਵੀ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਸਮਾਨ ਪੱਧਰ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਇਹਨਾਂ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨੂੰ ਜੋੜ ਕੇ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਖਿੱਚਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਅਤੇ ਉਤਪਤੀ ਤੱਕ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਣ ਵਾਲਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

### 4.2.3 ਅਸਮਾਨਤਾ ਦਾ ਨਕਸ਼ਾ (Indifference Map)

ਇਹ ਵੱਕਰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਸਮਾਨ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ, ਉਪਭੋਗਤਾ ਇਹਨਾਂ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਉਦਾਸੀਨ ਹੋਵੇਗੇ। ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਉੱਚ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਪਲਬਧ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨਾਲੋਂ ਉੱਚ ਪੱਧਰ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ

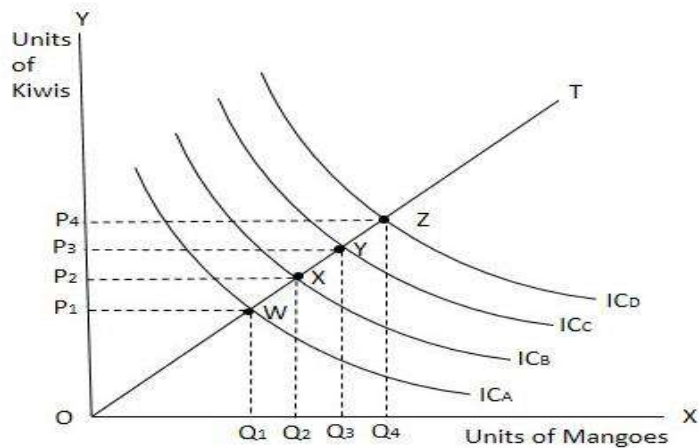


Figure 7: Indifference Map

ਵਾਲਾ ਸੁਮੇਲ ਉਸੇ ਵਕਰ 'ਤੇ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ, ਸਗੋਂ ਇਹ ਕੁਝ ਉੱਚ ਵਕਰ 'ਤੇ ਪਿਆ ਹੋਵੇਗਾ।

ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਹੇਠਲੇ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਪਲਬਧ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨਾਲੋਂ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਹੇਠਲੇ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਸੁਮੇਲ ਉਸੇ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ 'ਤੇ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ, ਸਗੋਂ ਇਹ ਕੁਝ ਹੇਠਲੇ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ 'ਤੇ ਪਿਆ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ, ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਣ ਵਾਲੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰਾਂ ਦੇ ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਨੂੰ ਅਸਮਾਨਤਾ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਨੁਸੂਚੀਆਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਣ ਵਾਲੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪੱਧਰਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਨੂੰ ਤੱਥਤਥਤਾ ਨਕਸ਼ਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਵੱਕਰ ਜਿੰਨਾ ਉੱਚਾ ਹੋਵੇਗਾ, ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਪੱਧਰ ਉੱਚਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਵੱਕਰ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰੋਗੇ, ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਪੱਧਰ ਘੱਟ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਹ ਦਾ ਨਕਸ਼ਾ ਚਿੱਤਰ 7 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ, ਅੰਬਾਂ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਅਤੇ ਕੀਵੀ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ ਕ੍ਰਮਵਾਰ X ਯੂਰੇ ਅਤੇ Y ਯੂਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ  $IC_A$ ,  $IC_B$ ,  $IC_C$  ਅਤੇ  $IC_D$  ਅਸਮਾਨਤਾ ਨਕਸ਼ੇ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਇੱਕ ਸਿੱਧੀ-ਰੇਖਾ OT ਥੀਸਸ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਲੰਘਦੀ ਹੈ। ਸੰਜੋਗ W, X, Y ਅਤੇ Z ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ  $IC_A$ ,  $IC_B$ ,  $IC_C$  ਅਤੇ  $IC_D$  'ਤੇ ਸਥਿਤ ਹਨ। ਮਿਸ਼ਰਨ W ਵਿੱਚ  $OQ_1$  ਅੰਬ ਅਤੇ  $OP_1$  ਕੀਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਸੰਜੋਗ X ਵਿੱਚ  $OQ_2$  ਅੰਬ ਅਤੇ  $OP_2$  ਕੀਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸੰਜੋਗ X ਵਿੱਚ ਅੰਬਾਂ ਅਤੇ ਕੀਵੀਜ਼ ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਮਾਤਰਾ W ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ, ਸੰਜੋਗ X ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ W ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਉੱਚ ਪੱਧਰ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰੇਗਾ। ਸੁਮੇਲ Y ਵਿੱਚ  $OQ_3$  ਅੰਬ ਅਤੇ  $OP_3$  ਕੀਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਸੁਮੇਲ Z ਵਿੱਚ  $OQ_4$  ਅੰਬ ਅਤੇ  $OP_4$  ਕੀਵੀ। ਕਿਉਂਕਿ ਮਿਸ਼ਰਨ Z ਵਿੱਚ ਮਿਸ਼ਰਨ Y ਨਾਲੋਂ ਅੰਬ ਅਤੇ ਕੀਵੀ ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਮਾਤਰਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਸੁਮੇਲ Z ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ Y ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਉੱਚ ਪੱਧਰ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰੇਗਾ। ਇਸਲਈ, ਉੱਚ

ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ 'ਤੇ ਸੁਮੇਲ ਉੱਚ ਪੱਧਰ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਹੇਠਲੇ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ 'ਤੇ ਸੁਮੇਲ ਘੱਟ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ।

#### 4.2.4 ਸੀਮਾਂਤ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦਰ (Marginal Rate of Substitution)

ਖਪਤਕਾਰ ਵਿਕਲਪਕ ਸੰਜੋਗਾਂ ਤੋਂ ਉਸੇ ਪੱਧਰ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਅੰਬਾਂ ਦੀ ਵਧੀ ਹੋਈ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਕਾਰਨ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕੀਵੀ ਦੀ ਘੱਟ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਕਾਰਨ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਦੁਆਰਾ ਪੂਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। Y ਦੇ ਬਦਲੇ X ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦਰ ਨੂੰ Y ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਪਭੋਗਤਾ X ਦੀ ਇੱਕ ਹੋਰ ਯੂਨਿਟ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਉਸੇ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖਣ ਲਈ ਛੱਡਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੈ। ਜੇ ਆਰ ਹਿਕਸ (J.R. Hicks) ਨੇ Y ਵਸਤੂ ਲਈ X ਵਸਤੂ ਦੇ ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਨੂੰ "Y ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਹੈ ਜੇ ਸਿਰਫ਼ X ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਇਕਾਈ ਦੇ ਨੁਕਸਾਨ ਲਈ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਮੁਆਵਜ਼ਾ ਦੇਵੇਗੀ।" TABLE 4 ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਮਿਸ਼ਰਨ V (1 ਅੰਬ ਅਤੇ 20 ਕੀਵੀ) ਉਸੇ ਪੱਧਰ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਿਸ਼ਰਨ W (2 ਅੰਬ ਅਤੇ 14 ਕੀਵੀ) ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਖਪਤਕਾਰ ਨੇ 1 ਅੰਬ ਨਾਲ 6 ਕੀਵੀ ਬਦਲੇ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ, ਕੀਵੀ ਲਈ ਅੰਬਾਂ ਦੇ ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ 6:1 ਹੋਵੇਗੀ। ਸੰਜੋਗ ਵਿੱਚ 3 ਅੰਬ ਅਤੇ 9 ਕੀਵੀ ਹਨ। ਖਪਤਕਾਰ ਨੇ ਸੰਜੋਗ W ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਰਹਿਣ ਲਈ 1 ਅੰਬ ਦੇ ਨਾਲ 5 ਕੀਵੀ ਬਦਲ ਦਿੱਤੇ ਹਨ। ਇਸਲਈ, ਕੀਵੀ ਲਈ ਅੰਬਾਂ ਦੀ ਥਾਂ ਲੈਣ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ 5:1 ਹੋਵੇਗੀ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, Y ਅਤੇ Z ਦੇ ਸੰਜੋਗਾਂ ਲਈ ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਕ੍ਰਮਵਾਰ 4:1 ਅਤੇ 3:1 ਹੋਵੇਗੀ। Y ਦੇ ਬਦਲੇ X ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਨੂੰ Y ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਅਤੇ X ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਵਜੋਂ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

$$MRS_{XY} = - \Delta Y / \Delta X$$

ਜਿੱਥੇ  $MRS_{XY} = Y$  ਦੇ ਬਦਲੇ X ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ,  $\Delta Y = Y$  ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਅਤੇ  $\Delta X = X$  ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ

ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ Y ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ X ਦੀ ਇੱਕ ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਇਕਾਈ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਅਸਵੀਕਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਵਕਰ ਦੀ ਢਲਾਣ ਨੂੰ ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਦੁਆਰਾ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਇਸ ਲਈ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ ਢਲਾਨ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 6 ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਉਦਾਸੀਨ ਕਰਵ IC 'ਤੇ ਅੰਬ ਅਤੇ ਕੀਵੀ ਦੇ ਦੋ ਸੰਜੋਗ V ਅਤੇ W ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਖਪਤਕਾਰ ਅੰਬਾਂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਮਾਤਰਾ EW ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕੀਵੀ ਦੀ VE ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਬਲੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

$$MRS_{XY} = VE/EW$$

ਪ੍ਰੋ. ਲਰਨਰ (Lerner) ਦੁਆਰਾ ਬਦਲੀ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਦਰ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਨਿਯਮ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਨਿਯਮ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਉਪਭੋਗਤਾ X ਦੀਆਂ ਲਗਾਤਾਰ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ Y ਦੀਆਂ ਛੋਟੀਆਂ ਅਤੇ

ਛੋਟੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ ਛੱਡਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੋਵੇਗਾ। ਫਰਗੂਸਨ (Ferguson) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਸਥਾਪਨਾ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਨਿਯਮ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਿਵੇਂ ਕਿ X ਨੂੰ Y ਦਾ ਬਦਲ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਉਸੇ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ 'ਤੇ ਛੱਡਣ ਲਈ, Y ਲਈ X ਦੇ ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।" Table 4 ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰ ਦੂਜਾ ਅੰਬ ਲੈਣ ਲਈ 6 ਕੀਵੀ, ਤੀਜਾ ਅੰਬ ਲੈਣ ਲਈ 5 ਕੀਵੀ, ਚੌਥਾ ਅੰਬ ਲੈਣ ਲਈ 4 ਕੀਵੀ ਅਤੇ ਪੰਜਵਾਂ ਅੰਬ ਲੈਣ ਲਈ 3 ਕੀਵੀ ਦੀ ਬਲੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀਵੀ ਲਈ ਅੰਬਾਂ ਦੇ ਬਦਲੇ ਜਾਣ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦਰ ਘਟਦੀ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 6 ਵਿੱਚ, ਇਹ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ V ਤੋਂ W ਤੱਕ ਸੁਮੇਲ ਵੱਲ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਇੱਕ ਹੋਰ ਅੰਬ ਲੈਣ ਲਈ 6 ਕੀਵੀ ਦੀ ਬਲੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਕੀਵੀ ਲਈ ਅੰਬਾਂ ਦੇ ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ 6:1 ਹੈ। ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰ W ਤੋਂ X ਤੱਕ ਸੁਮੇਲ ਵੱਲ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਇੱਕ ਹੋਰ ਅੰਬ ਲੈਣ ਲਈ 5 ਕੀਵੀ ਦੀ ਬਲੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਕਿਵੀਜ਼ ਲਈ ਅੰਬਾਂ ਦੀ ਬਦਲੀ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ 5:1 ਹੈ। ਦੋ ਸੰਜੋਗਾਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ Y ਅਤੇ Z, ਕੀਵੀ ਲਈ ਅੰਬਾਂ ਦੇ ਬਦਲਣ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਕ੍ਰਮਵਾਰ 4:1 ਅਤੇ 3:1 ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਅੰਬਾਂ ਦੀ ਖਪਤ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਅੰਬ ਦੀ ਹਰ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਉਹ ਕ੍ਰਮਵਾਰ 6:1, 5:1, 4:1 ਅਤੇ 3:1 ਕਿਵੀ ਦੀ ਘੱਟ ਅਤੇ ਘੱਟ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਤਿਆਗ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਬਦਲ ਦੀ ਘਟਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਦੇ ਕਾਰਨਾਂ ਕਰਕੇ ਘਟਦੀ ਹੈ। ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਖਾਸ ਇੱਛਾ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਖਪਤਕਾਰ ਕੋਲ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਗੁਣਾਂ ਦੀਆਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਇਕਾਈਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਇਸ ਲਈ ਉਸ ਦੀ ਵੱਧ ਮਾਤਰਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਘੱਟ ਤੀਬਰ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਕਿਸੇ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਚੰਗੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਇਕਾਈ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਹੋਰ ਚੰਗੀਆਂ ਦੀਆਂ ਘੱਟ ਯੂਨਿਟਾਂ ਦਾ ਬਲੀਦਾਨ ਦੇਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਦੂਜਾ, ਵਸਤੂਆਂ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਅਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲ ਹਨ। Y ਦੇ ਬਦਲੇ X ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਉਦੋਂ ਘਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ X ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਚੀਜ਼ਾਂ ਅਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਵਸਤੂਆਂ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਲਈ ਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲ ਹਨ, ਤਾਂ ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਸਮਾਨ ਮੰਨਿਆ ਜਾਵੇਗਾ। ਇੱਕ ਜਾਂ ਦੂਜੇ ਚੰਗੇ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਵੀ ਤਬਦੀਲੀ ਉਸੇ ਹੀ ਚੰਗੇ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਮੰਨੀ ਜਾਵੇਗੀ। ਇਸ ਲਈ, ਸੀਮਾਂਤ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦਰ ਉਹੀ ਰਹੇਗੀ। ਇਸ ਲਈ, ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਦਾ ਕਾਰਨ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਅਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲ ਹੋਣ ਕਰਕੇ ਮੰਨਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਨਿਯਮ ਸੰਪੂਰਨ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਅਤੇ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਫਤ ਵਸਤੂਆਂ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ- II

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਸੀਮਾਂਤ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦਰ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 4.3 ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ ਦੇ ਗੁਣ (Properties of Indifference Curve)

ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਇਸ ਪ੍ਰਕਾਰ ਹਨ:

1) ਇਸ ਦੀ ਕਰਵ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਵੱਲ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਨ (An indifference Curve Slopes Downwards from Left to Right): ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਸੰਜੋਗ ਜੇ ਇੱਕੋ ਹੀ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ 'ਤੇ ਸਥਿਤ ਹਨ, ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਸਮਾਨ ਪੱਧਰ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਤਾਂ ਹੀ ਸੰਭਵ ਹੈ ਜੇਕਰ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਵਸਤੂ B ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਨਾਲ ਹੋਵੇ ਕਿਉਂਕਿ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਵਸਤੂ B ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਦੁਆਰਾ ਭਰਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਵੱਲ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਸਾਰੇ ਸੰਜੋਗ ਇਸ ਵਕਰ 'ਤੇ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਸਮਾਨ ਪੱਧਰ ਦੇਵੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੀ ਸ਼ਕਲ ਇੱਕ ਲੇਟਵੀਂ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ, ਲੰਬਕਾਰੀ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਅਤੇ ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਢਲਾਣ ਵਾਲੀ ਵਕਰ ਹੈ, ਤਾਂ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਵਿੱਚ ਮੁਆਵਜ਼ਾ ਦੇਣ ਵਾਲੀ ਪਰਿਵਰਤਨ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗੀ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਇਹਨਾਂ ਵਕਰਾਂ 'ਤੇ ਪਏ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਉਦਾਸੀਨ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ।

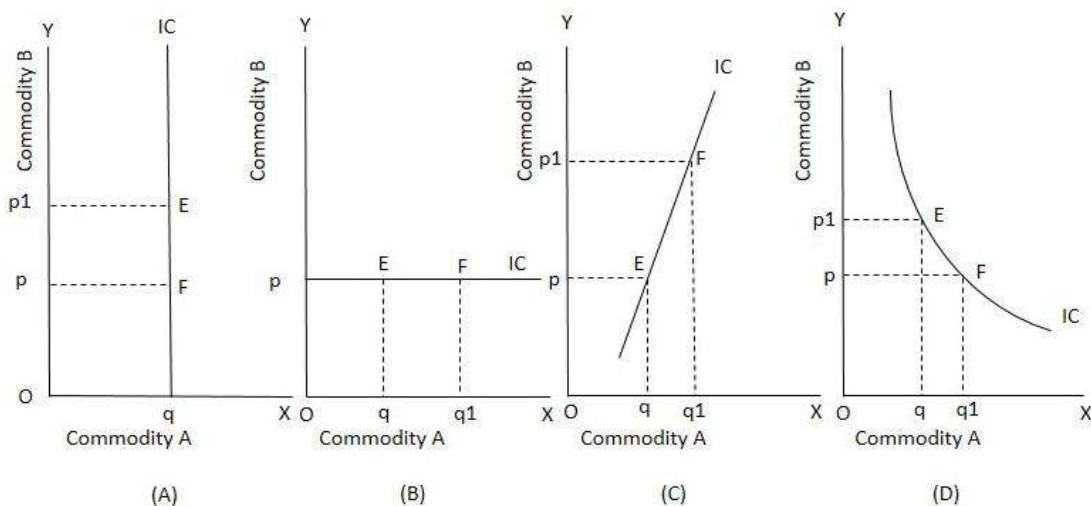


Figure 8: Slope of Indifference Curve

ਚਿੱਤਰ 8 ਵਿੱਚ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ ਦੀ ਢਲਾਣ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਅੰਕੜੇ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਹਿੱਸਿਆਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ A, B, C ਅਤੇ D ਵਿੱਚ, ਵਸਤੂ A ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਨੂੰ ਕ੍ਰਮਵਾਰ X ਧੁਰੇ ਅਤੇ Y ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 8 (A) ਵਿੱਚ, ਦੋ ਸੰਜੋਗ E ਅਤੇ F ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ IC ਉੱਤੇ ਪਏ ਹਨ। ਸੁਮੇਲ E ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ B ਦਾ  $Oq$  ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦਾ  $Op_1$  ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਸੁਮੇਲ F ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦਾ  $Oq$  ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦਾ  $Op$  ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। E ਅਤੇ F ਦੋਨਾਂ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਇੱਕੋ ਮਾਤਰਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸੁਮੇਲ E ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ B ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਮਾਤਰਾ



ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਸੁਮੇਲ F ਨਾਲੋਂ। ਇਸਲਈ, ਸੁਮੇਲ E ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ E ਅਤੇ F ਦੇ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਅਸਮਾਨਤਾ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦਾ। ਇਸ ਲਈ, ਵਕਰ ਇੱਕ ਲੰਬਕਾਰੀ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀ। ਚਿੱਤਰ 8 (B) ਵਿੱਚ, ਦੋ ਸੰਜੋਗ E ਅਤੇ F ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ IC ਉੱਤੇ ਪਏ ਹਨ। ਸੁਮੇਲ E ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦਾ  $O_q$  ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦਾ  $O_p$  ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਸੁਮੇਲ F ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦਾ  $O_{q1}$  ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦਾ  $O_p$  ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। E ਅਤੇ F ਦੋਨਾਂ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ B ਦੀ ਇੱਕੋ ਮਾਤਰਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਸੁਮੇਲ F ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਮਾਤਰਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਸੁਮੇਲ E ਨਾਲੋਂ। ਇਸ ਲਈ, ਮਿਸ਼ਰਨ F ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ E ਅਤੇ F ਦੇ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਉਦਾਸੀਨ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦਾ। ਇਸ ਲਈ, ਇਹ ਕਰਵ ਇੱਕ ਲੇਟਵੀਂ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀ।

ਚਿੱਤਰ 8 (C) ਵਿੱਚ, ਦੋ ਸੰਜੋਗ E ਅਤੇ F ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ IC ਉੱਤੇ ਪਏ ਹਨ। ਸੁਮੇਲ E ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦਾ  $O_q$  ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦਾ  $O_p$  ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਸੁਮੇਲ F ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦਾ  $O_{q1}$  ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦਾ  $O_{p1}$  ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਸੁਮੇਲ F ਵਿੱਚ ਮਿਸ਼ਰਨ E ਨਾਲੋਂ ਵਸਤੂ A ਅਤੇ B ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਮਾਤਰਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਸੁਮੇਲ F ਵਧੇਰੇ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਖਪਤਕਾਰ ਲਈ ਅਤੇ ਉਹ E ਅਤੇ F ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦਾ। ਇਸ ਲਈ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਇੱਕ ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਢਲਾਣ ਵਾਲੀ ਕਰਵ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀ।

ਚਿੱਤਰ 8 (D) ਵਿੱਚ, ਦੋ ਸੰਜੋਗ E ਅਤੇ F ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ IC ਉੱਤੇ ਪਏ ਹਨ। ਸੁਮੇਲ E ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦਾ  $O_q$  ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦਾ  $O_{p1}$  ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਸੁਮੇਲ F ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦਾ  $O_{q1}$  ਅਤੇ  $O_p$  ਵਸਤੂ B ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਸੁਮੇਲ E ਵਿੱਚ ਮਿਸ਼ਰਨ F ਨਾਲੋਂ ਵਸਤੂ B ਦਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਅਤੇ ਵਸਤੂ A ਦਾ ਘੱਟ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਵਿੱਚ ਲਾਭ ਵਸਤੂ B ਵਸਤੂ A ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਦੁਆਰਾ ਐਂਫਸੈਂਟ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਸੰਜੋਗ E ਅਤੇ F ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਹ E ਅਤੇ F ਦੇ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਉਦਾਸੀਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਸਿਰਫ ਇੱਕ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਢਲਾਣ ਵਾਲਾ ਕਰਵ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੇ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ।

**2) ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ ਮੂਲ ਬਿੰਦੂ ਵਲ ਉਨਤ ਦਰ (An indifference is Convex to the Origin):** ਇੱਕ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਮੂਲ ਦੇ ਬਿੰਦੂ ਤੱਕ ਕਨਵੈਕਸ ਹੈ। ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੀ ਇਹ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦੀ ਸੀਮਤ ਦਰ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ। ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦੀ ਸੀਮਤ ਦਰ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਇੱਕ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀ ਅਤੇ ਮੂਲ ਤੱਕ ਅਵਤਲ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਨਾ ਕਿ ਇਹ ਸਿਰਫ ਉਤਪੱਤੀ ਤੋਂ ਉਤਪੱਤੀ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੀ ਇਸ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 9 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਚਿੱਤਰ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਹਿੱਸਿਆਂ

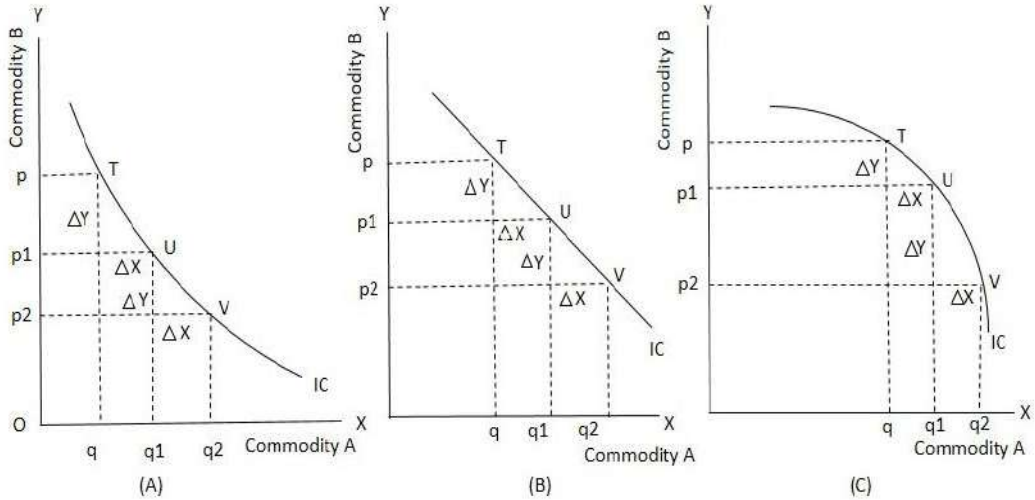


Figure 9: Shape of Indifference Curve

ਜਿਵੇਂ  
ਕਿ

A, B ਅਤੇ C, ਵਸਤੂ A ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਨੂੰ ਕ੍ਰਮਵਾਰ X ਧੁਰੇ ਅਤੇ Y ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 9 (B) ਵਿੱਚ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ IC ਇੱਕ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਹੈ ਜੋ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਵਸਤੂ B ਲਈ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦੀ ਦਰ ਸਥਿਰ ਹੈ। ਇਹ ਇਸ ਲਈ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ, ਵਸਤੂ A ਦੀ  $q_1$  ਮਾਤਰਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ B ਦੀ  $p_1$  ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਤਿਆਗ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਵਸਤੂ A ਦੀ  $q_1$   $q_2$  ਮਾਤਰਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ B ਦੀ  $p_1$   $p_2$  ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਘਟਾ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਵਸਤੂ A ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਹੈ। ਵਸਤੂ B ਦੀ ਸਮਾਨ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਤਿਆਗ ਦੇਣਾ ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $p_1 = p_2$ । ਇਹ ਕੇਵਲ ਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲ (substitutes) ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਹੀ ਸੰਭਵ ਹੈ।

ਚਿੱਤਰ 9 (C) ਵਿੱਚ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ IC ਮੂਲ ਤੱਕ ਅਵਤਲ ਹੈ ਜੋ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਸਤੂ B ਲਈ ਵਸਤੂ A ਦੇ ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਵਧ ਰਹੀ ਹੈ। ਇਹ ਇਸ ਲਈ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ, ਵਸਤੂ A ਦੀ  $q_1$  ਮਾਤਰਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ B ਦੀ  $p_1$  ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਕੁਰਬਾਨ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਵਸਤੂ A ਦੀ  $q_1$   $q_2$  ਮਾਤਰਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ B ਦੀ  $p_1$   $p_2$  ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਘਟਾ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਵਸਤੂ A ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਹੈ। ਵਸਤੂ B ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਬਲੀ ਦੇਣਾ ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $p_1 < p_2$ । ਇਸ ਤੋਂ ਪਤਾ ਲੱਗਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਖਪਤ ਵਧ ਰਹੀ ਹੈ, ਤਿਉਂ-ਤਿਉਂ ਇਸ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਵੀ ਵਧ ਰਹੀ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਅਸਲੀਅਤ ਵਿੱਚ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 9 (A) ਵਿੱਚ, ਇਹ ਕਰਵ IC ਮੂਲ ਤੋਂ ਉਪਰ ਹੈ ਜੋ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਸਤੂ B ਲਈ ਵਸਤੂ A ਦੇ ਬਦਲ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦਰ ਘੱਟ ਰਹੀ ਹੈ। ਇਹ ਇਸ ਲਈ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ, ਵਸਤੂ A ਦੀ  $q_1$  ਮਾਤਰਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ B ਦੀ  $p_1$  ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਤਿਆਗ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਵਸਤੂ A ਦੀ  $q_1$   $q_2$  ਮਾਤਰਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ B ਦੀ  $p_1$   $p_2$  ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਵਸਤੂ A ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਹੈ। ਵਸਤੂ B ਦੀ ਘੱਟ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਕੁਰਬਾਨੀ ਦੇਣਾ ਭਾਵ  $p_1 > p_2$ , ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ

ਵਸਤੂ A ਦੀ ਖਪਤ ਵਧ ਰਹੀ ਹੈ, ਇਸਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਘਟਦੀ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ ਜੋ ਅਸਲ ਸੰਸਾਰ ਨਾਲ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਫਿੱਟ ਬੈਠਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਮੂਲ ਤੋਂ ਉਪਰ ਹੈ।

**3) ਅਸਮਾਨਤਾ ਉੱਚਾ, ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਪੱਧਰ ਉੱਚਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ (Higher the Indifference Curve, Higher is**

**the Level of Satisfaction and Vice-**

**Versa):** ਅਸਮਾਨਤਾ ਨਕਸ਼ੇ ਵਿੱਚ, ਉੱਚ ਵਕਰ 'ਤੇ ਸਾਰੇ ਸੰਜੋਗ ਹੇਠਲੇ ਵਕਰ ਦੇ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨਾਲੋਂ ਉੱਚ ਪੱਧਰ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਗੇ। ਚਿੱਤਰ 10 ਵਿੱਚ, ਵਸਤੂ A ਨੂੰ X ਧੁਰੇ ਉੱਤੇ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਨੂੰ Y ਧੁਰੇ ਉੱਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਇੱਥੇ ਤਿੰਨ ਸੰਜੋਗ W, X ਅਤੇ Y ਹਨ ਜੋ ਕ੍ਰਮਵਾਰ  $IC_T$ ,  $IC_S$  ਅਤੇ  $IC_R$ , ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰਾਂ 'ਤੇ ਸਥਿਤ ਹਨ। ਸੁਮੇਲ W ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦੀ  $OQ_1$  ਰਕਮ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B

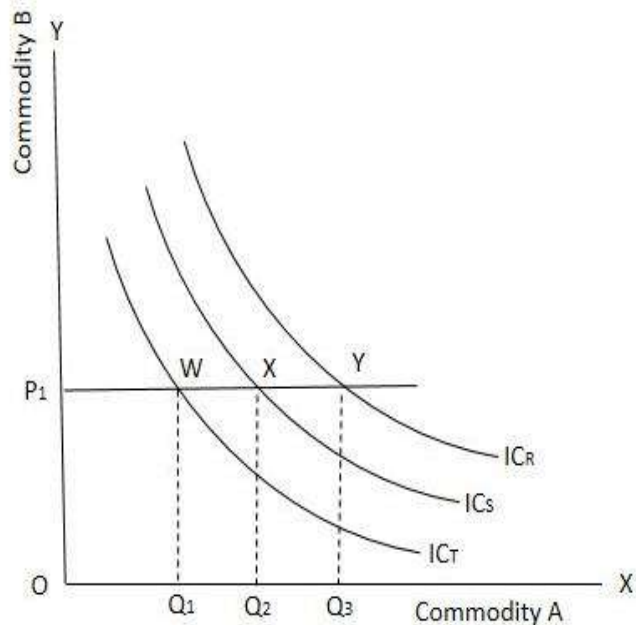


Figure 10: Indifference Map

ਦੀ  $OP_1$  ਰਕਮ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ, X ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦੀ  $OQ_2$  ਰਕਮ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀ  $OP_1$  ਰਕਮ ਅਤੇ Y ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦੀ  $OQ_3$  ਰਕਮ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀ  $OP_1$  ਰਕਮ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਸਾਰੇ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ B ਦੀ ਸਮਾਨ ਮਾਤਰਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸੰਜੋਗ Y ਵਿੱਚ X ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸੰਜੋਗ X ਵਿੱਚ W ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਭਾਵ  $OQ_3 > OQ_2 > OQ_1$ । ਇਸ ਲਈ, ਸੰਜੋਗ Y X ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ X W ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵੱਧ, ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਪੱਧਰ ਉੱਚਾ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਇਸਦੇ ਉਲਟ।

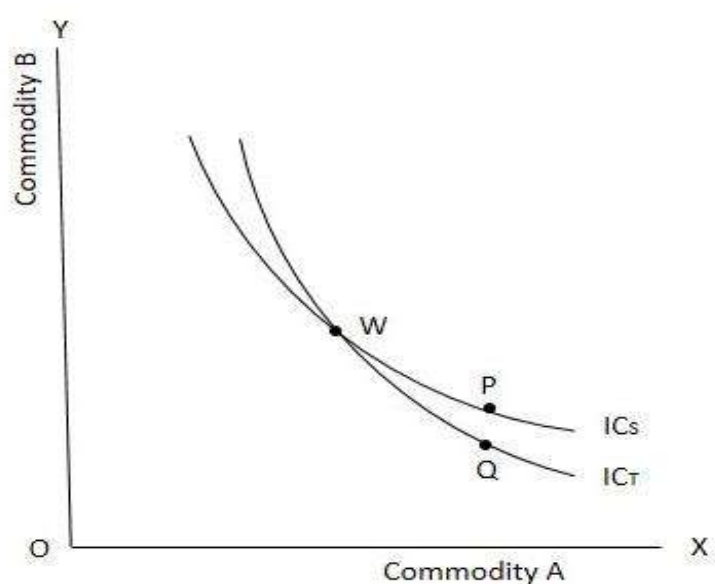


Figure 11: Indifference Curves

**4) ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਕੱਟ ਸਕਦੇ (Indifference Curves Cannot Intersect Each Other):**

ਹਰੇਕ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਉਹ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨੂੰ ਕੱਟ ਨਹੀਂ ਸਕਦੇ। ਇਸ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 11 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ

ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਦੋ ਵਕਰ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨੂੰ ਕੱਟ ਰਹੇ ਹਨ। ਵਸਤੂ A ਨੂੰ X ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਨੂੰ Y ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। W ਅਤੇ P ਸੰਜੋਗ  $IC_S$  ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ 'ਤੇ ਸਥਿਤ ਹਨ ਜੋ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਦੋਵੇਂ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਸਮਾਨ ਪੱਧਰ ਦਿੰਦੇ ਹਨ ਭਾਵ  $W=P$ , ਸੰਜੋਗ W ਅਤੇ Q  $IC_T$  ਵਕਰ ਉੱਤੇ ਸਥਿਤ ਹਨ ਜਿਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਦੋਵੇਂ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਬਰਾਬਰ ਪੱਧਰ ਦਿੰਦੇ ਹਨ ਅਰਥਾਤ  $W=Q$ । ਇਸ ਲਈ, P ਅਤੇ Q ਸੰਜੋਗ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਸਮਾਨ ਪੱਧਰ ਦਿੰਦੇ ਹਨ ਭਾਵ  $P=Q$ । ਪਰ, ਇਹ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ P ਉੱਚ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ 'ਤੇ ਸਥਿਤ ਹੈ ਅਤੇ Q ਹੇਠਲੇ

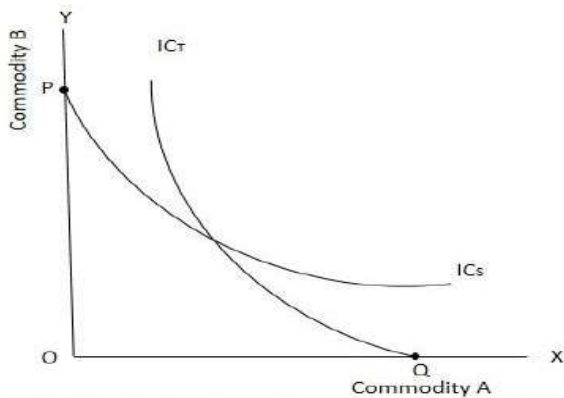


Figure 12: Indifference Curve never touches X axis and Y axis

ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ 'ਤੇ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਇਹ ਵਕਰ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨੂੰ ਕੱਟ ਨਹੀਂ ਸਕਦੇ ਹਨ।

**5) ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ ਨਾ ਤਾਂ ਹਰੀਜ਼ੋਂਟਲ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਵਰਟੀਕਲ ਧੁਰੇ ਨੂੰ ਛੂਹ ਸਕਦਾ ਹੈ (Indifference Curve Can Neither Touch Horizontal Nor Vertical Axis):**

ਇੱਕ ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ ਕਦੇ ਵੀ X ਧੁਰੇ ਅਤੇ Y ਧੁਰੇ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਛੂਹ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਵਕਰ ਦੀ ਇਸ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 12 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਨੂੰ X ਧੁਰੇ ਉੱਤੇ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਨੂੰ Y ਧੁਰੇ ਉੱਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਸੀਨ ਕਰਵ  $IC_T$  Q 'ਤੇ X ਧੁਰੇ ਨੂੰ ਛੂਹਦਾ ਹੈ ਅਤੇ Q ਦੇ ਸੁਮੇਲ 'ਤੇ, ਖਪਤਕਾਰ ਕੋਲ ਵਸਤੂ A ਦੀ OQ ਮਾਤਰਾ ਹੈ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀ ਜ਼ੀਰੋ ਮਾਤਰਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਸਹੀ ਸੁਮੇਲ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਪਭੋਗਤਾ ਇਕਲੀ ਵਸਤੂ ਖਰੀਦ ਰਿਹਾ ਹੈ।

ਇਸ ਲਈ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ X ਧੁਰੇ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਛੂਹ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਕਰਵ  $IC_S$  P 'ਤੇ Y ਧੁਰੇ ਨੂੰ ਛੂਹਦਾ ਹੈ ਅਤੇ P ਦੇ ਸੁਮੇਲ 'ਤੇ, ਖਪਤਕਾਰ ਕੋਲ ਵਸਤੂ B ਦੀ OP ਮਾਤਰਾ ਅਤੇ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਜ਼ੀਰੋ ਮਾਤਰਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਸਹੀ ਸੁਮੇਲ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਪਭੋਗਤਾ ਇਕਲੂ ਵਸਤੂ ਖਰੀਦ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਇਹ ਵਕਰ Y ਧੁਰੇ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਛੂਹ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਇਹ ਵਕਰ ਨਾ ਤਾਂ ਲੇਟਵੇਂ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਲੰਬਕਾਰੀ ਧੁਰੇ ਨੂੰ ਛੂਹ ਸਕਦਾ ਹੈ।

**6) ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਾਂ ਨਹੀਂ ਵੀ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ (Indifference Curves May or May Not be Parallel):**

ਇਹ ਜ਼ਰੂਰੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਵਕਰ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਹੋਣ, ਸਗੋਂ ਉਹ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਾਂ ਨਹੀਂ ਵੀ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਵਕਰ ਦੀ ਇਹ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਦੋ ਵਕਰਾਂ ਦੇ ਬਦਲ ਦੀ

ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਦੋ ਵਕਰਾਂ 'ਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਬਿੰਦੂਆਂ ਦੇ ਬਦਲਣ ਦੀ ਸੀਮਤ ਦਰ ਸਥਿਰ ਦਰ 'ਤੇ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਦੋਵੇਂ ਵਕਰ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਹੋਣਗੇ, ਨਹੀਂ ਤਾਂ, ਦੋਵੇਂ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਨਹੀਂ ਹੋਣਗੇ।

7) ਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲਵਾਂ ਅਤੇ ਸੰਪੂਰਨ ਤਾਰੀਫ਼ਾਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰਾਂ ਦੀਆਂ ਆਕਾਰ (Shapes of

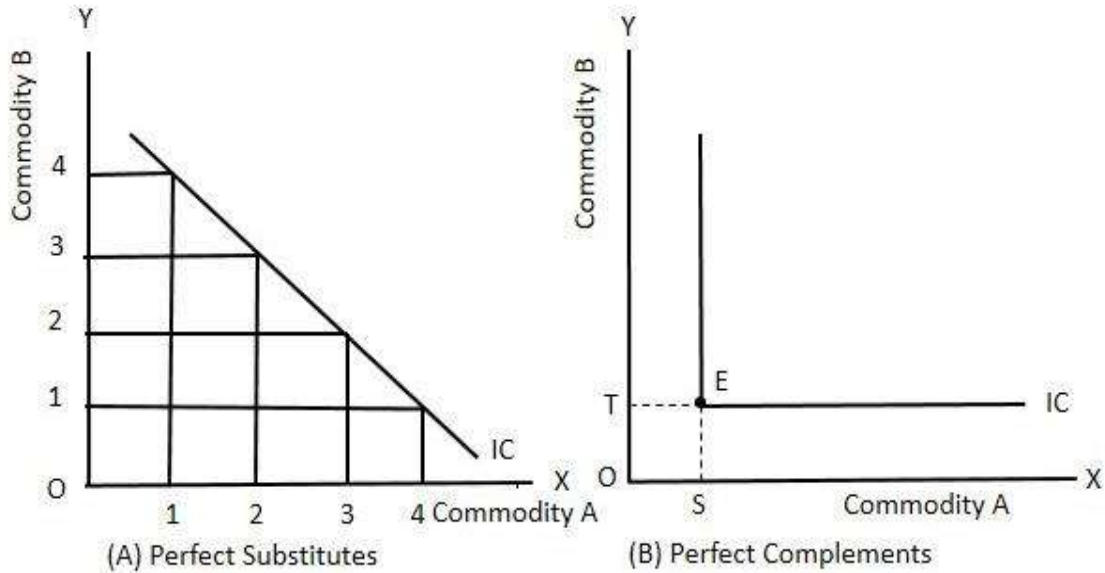


Figure 13: Shape of Indifference Curve

**Indifference Curves in Case of Perfect Substitutes and Perfect Compliments):** ਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲਾਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਇੱਕ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਣ ਵਾਲੀ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਹੋਵੇਗੀ ਅਤੇ ਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਵਕਰ ਇੱਕ ਸੱਜੇ-ਕੋਣ ਵਾਲਾ ਵਕਰ ਹੋਵੇਗਾ।

ਚਿੱਤਰ 13 (A) ਵਿੱਚ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ IC ਇੱਕ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਹੈ ਜੋ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਵਸਤੂ B ਲਈ ਵਸਤੂ A ਦੇ ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਸਥਿਰ ਹੈ। ਇਹ ਇਸ ਲਈ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ, ਵਸਤੂ A ਦੀ ਪਹਿਲੀ ਇਕਾਈ ਖਰੀਦਣ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ B ਦੀ ਇੱਕ ਇਕਾਈ ਦੀ ਬਲੀ ਦੇ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਵਸਤੂ A ਦੀ ਦੂਜੀ ਇਕਾਈ ਖਰੀਦਣ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ B ਦੀ ਇੱਕ ਹੋਰ ਇਕਾਈ ਦੀ ਬਲੀ ਦੇ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਵਸਤੂ A ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਹੈ। ਵਸਤੂ ਦੀ ਸਮਾਨ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਕੁਰਬਾਨੀ ਦੇਣਾ। ਇਹ ਕੇਵਲ ਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਹੀ ਸੰਭਵ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 14 (B) ਵਿੱਚ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ IC ਇੱਕ ਸੱਜੇ ਕੋਣ ਵਾਲਾ ਕਰਵ ਹੈ ਜੋ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੁਆਰਾ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ A ਅਤੇ B ਦੋਵੇਂ ਵਸਤੂਆਂ ਖਰੀਦੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਪੁਆਇੰਟ E 'ਤੇ, ਖਪਤਕਾਰ ਨੇ ਵਸਤੂ A ਦੇ OS ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੇ OT ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਸੁਮੇਲ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕੀਤਾ ਹੈ।

8) ਦੋ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ (Indifference Curve Becomes Complex in Case of More than Two Commodities): ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰ ਦੋ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਸਤੂਆਂ

ਭਾਵ, 3 ਵਸਤੂਆਂ, 4 ਵਸਤੂਆਂ ਆਦਿ ਦਾ ਸੁਮੇਲ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਸਾਨੂੰ ਇੱਕ ਤਿੰਨ-ਅਯਾਮੀ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਬਣਾਉਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਖਿੱਚਣਾ ਬਹੁਤ ਮੁਸ਼ਕਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

#### 4.4 ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ (Price Line)

ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਉਹਨਾਂ ਸਾਰੇ ਸੰਜੋਗਾਂ ਦਾ ਟਿਕਾਣਾ ਹੈ ਜੋ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਸਮਾਨ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਹੁਣ, ਸਵਾਲ ਉੱਠਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਖਪਤਕਾਰ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ

| TABLE 5: A ਅਤੇ B ਦੇ ਸੰਭਾਵੀ ਸੰਜੋਗ |                 |                 |
|----------------------------------|-----------------|-----------------|
| ਸੰਜੋਗ                            | ਵਸਤੂ A (6 ਰੁਪਏ) | ਵਸਤੂ B (3 ਰੁਪਏ) |
| P                                | 0               | 10              |
| Q                                | 1               | 8               |
| R                                | 2               | 6               |
| S                                | 3               | 4               |
| T                                | 4               | 2               |
| U                                | 5               | 0               |

ਕੁਝ ਸੰਜੋਗ ਖਰੀਦੇ ਜਾਂ ਨਹੀਂ

ਇਹ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਉਹਨਾਂ ਸਾਰੇ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੁਆਰਾ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਦਿੱਤੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਨਾਲ ਖਰੀਦੀਆਂ ਜਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਫਰਗੂਸਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਉਹਨਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਖਰੀਦੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜੇਕਰ ਸਾਰੀ ਆਮਦਨੀ ਖਰਚ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।" ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ ਨੂੰ ਬਜਟ ਲਾਈਨ ਅਤੇ ਮੌਕਾ ਲਾਈਨ ਵਜੋਂ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦੇ ਸਮੀਕਰਨ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਿਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

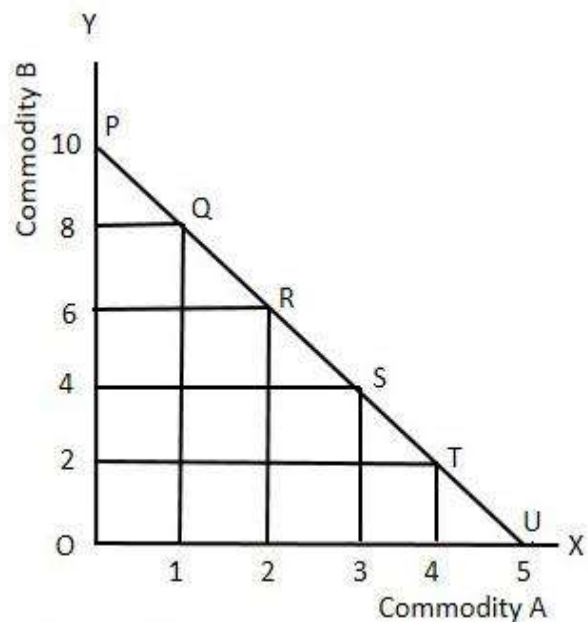


Figure 14: Price Line

$$M = P_A \cdot A + P_B \cdot B$$

ਜਿੱਥੇ  $M =$  ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨ,  $P_A =$  ਵਸਤੂ A ਦੀ ਕੀਮਤ,  $A =$  ਵਸਤੂ A ਦੀ ਮਾਤਰਾ,  $P_B =$  ਵਸਤੂ B ਦੀ ਕੀਮਤ,  $B =$  ਵਸਤੂ B ਦੀ ਮਾਤਰਾ।

TABLE 5 ਵਸਤੂਆਂ A ਅਤੇ B ਦੇ ਸੰਭਾਵੀ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਖਪਤਕਾਰ ਦਿੱਤੀ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੀਮਤਾਂ ਨਾਲ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਮੰਨ ਲਓ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰ ਕੋਲ ਰੁ. ਉਸਦੇ ਨਾਲ 30 ਅਤੇ ਵਸਤੂ ਏ ਅਤੇ ਬੀ ਦੀ ਕੀਮਤ ਰੁਪਏ ਹੈ। 6 ਅਤੇ ਰੁ. 3, ਕ੍ਰਮਵਾਰ. ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਸਿਰਫ ਵਸਤੂ A ਖਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ 5 ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਹਰੇਕ ਦੀ ਕੀਮਤ ਰੁਪਏ ਹੈ। 6, ਪੂਰੀ ਆਮਦਨ ਦੇ ਨਾਲ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਸਿਰਫ ਬੀ ਦੀ ਵਸਤੂ ਖਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ 10 ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਹਰੇਕ ਦੀ ਕੀਮਤ ਰੁਪਏ ਹੈ। 3, ਪੂਰੀ ਆਮਦਨ ਦੇ ਨਾਲ। ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਲਈ ਉਪਲਬਧ ਹੋਰ ਸੰਜੋਗ ਹਨ Q (ਵਸਤੂ A ਦੀ 1 ਇਕਾਈ + ਵਸਤੂ B ਦੀਆਂ 8 ਇਕਾਈਆਂ), R (ਵਸਤੂ A ਦੀਆਂ 2 ਇਕਾਈਆਂ + ਵਸਤੂ B ਦੀਆਂ 6 ਇਕਾਈਆਂ), S (ਵਸਤੂ A ਦੀਆਂ 3 ਇਕਾਈਆਂ + ਵਸਤੂ B ਦੀਆਂ 4 ਇਕਾਈਆਂ) ਅਤੇ T (ਵਸਤੂ A ਦੀਆਂ 4 ਯੂਨਿਟਾਂ + ਵਸਤੂ B ਦੀਆਂ 2 ਇਕਾਈਆਂ) ਜਿਸ ਨੂੰ ਉਹ ਦਿੱਤੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਦਿੱਤੀ ਆਮਦਨ ਨਾਲ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 14 ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ 'ਤੇ ਸਥਿਤ ਹਨ। ਵਸਤੂ A ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਨੂੰ ਕ੍ਰਮਵਾਰ X ਧੁਰੇ ਅਤੇ Y ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। PU ਇੱਕ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਹੈ ਜੋ P, Q, R, S, T ਅਤੇ U ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਉਹ ਆਪਣੀ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਆਮਦਨ ਨਾਲ ਦਿੱਤੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਅਜਿਹਾ ਮਿਸ਼ਰਨ ਹੈ ਜੋ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਲਈ ਸਹੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਖਪਤਕਾਰ ਉਸ ਨੂੰ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ। ਜੇਕਰ, ਕੋਈ ਵੀ ਸੰਜੋਗ ਹੈ ਜੋ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਵਿੱਚ ਛੱਡ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਉਸਨੂੰ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ ਪਰ ਉਸਦੀ ਸਾਰੀ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨ ਖਰਚ ਨਹੀਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ। ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦੀ ਢਲਾਨ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ A ਅਤੇ B।

ਮੁੱਲ ਰੇਖਾ ਦੀ ਢਲਾਨ  $= P_A / P_B$

ਜਿੱਥੇ  $P_A =$  ਵਸਤੂ A ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ  $P_B =$  ਵਸਤੂ B ਦੀ ਕੀਮਤ

ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਅਤੇ ਢਲਾਨ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ

- (i) ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਆਮਦਨ
- (ii) ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰਤਾ

ਇਹਨਾਂ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ:

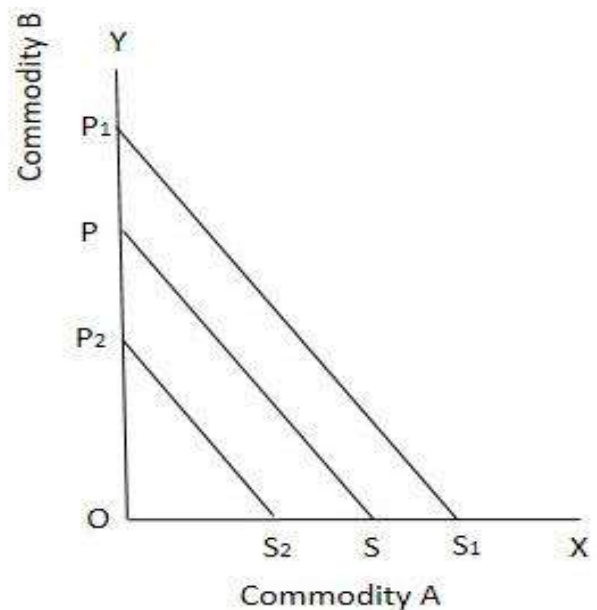


Figure 15: Effects of change in Income

1) **ਆਮਦਨੀ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ: (Effect of Change in Income)** ਜੇਕਰ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਰਹਿੰਦੀਆਂ ਹਨ ਪਰ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨੀ ਬਦਲਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਕੇਵਲ ਮੁੱਲ ਰੇਖਾ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਬਦਲੇਗੀ ਢਲਾਨ ਨਹੀਂ। ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ ਆਮਦਨ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦੇ ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ ਸ਼ਿਫਟ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਜਿਵੇਂ ਹੀ ਆਮਦਨ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦਿੱਤੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਮੂਲ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦੇ ਖੱਬੇ ਪਾਸੇ ਸ਼ਿਫਟ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ 'ਤੇ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਅ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 15 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ PS ਹੈ। ਆਮਦਨ ਵਿਚ ਵਾਧਾ ਦੇ ਨਾਲ, ਮਤ ਲਾਈਨ P ਨੂੰ PS ਤੱਕ ਤਬਦੀਲ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ,  $S_1$  ਅਤੇ ਆਮਦਨ ਵਿਚ ਕਮੀ ਦੇ ਨਾਲ, PS ਤੱਕ P ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ ਵਾਰੀ  $S_2$  'ਤੇ PS, ਵੱਧ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰ ਖਰੀਦ ਸਕਦੇ ਹੋ ਵਸਤੂ ਇੱਕ ਦਾ OS ਦੀ ਰਕਮ ਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀ OP ਮਾਤਰਾ।  $P_1 S_1$  'ਤੇ ਖਪਤਕਾਰ ਜਿੰਨੇ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ ਉਹ ਵਸਤੂ A ਦੀ  $OS_1$  ਰਕਮ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀ  $OP_1$  ਰਕਮ ਹੈ ਜੋ ਕਿ PS ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ 'ਤੇ ਦੋਵਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਅਧਿਕਤਮ ਰਕਮ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ।  $P_2 S_2$  'ਤੇ ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ A ਦੀ  $OS_2$  ਰਕਮ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀ  $OP_2$  ਰਕਮ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ PS ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ 'ਤੇ ਦੋਵਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਅਧਿਕਤਮ ਰਕਮ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ।

2) **ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ (Effect of change in Price):** ਜੇਕਰ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਆਮਦਨ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਸਾਰੀਆਂ ਮੁਦਰਾ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਤਬਦੀਲੀ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਨੂੰ ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦੇ ਖੱਬੇ ਪਾਸੇ ਅਤੇ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਨਾਲ ਮੂਲ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦੇ ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ ਵੱਲ ਤਬਦੀਲ ਕਰ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 16 (A) ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ PS ਹੈ।

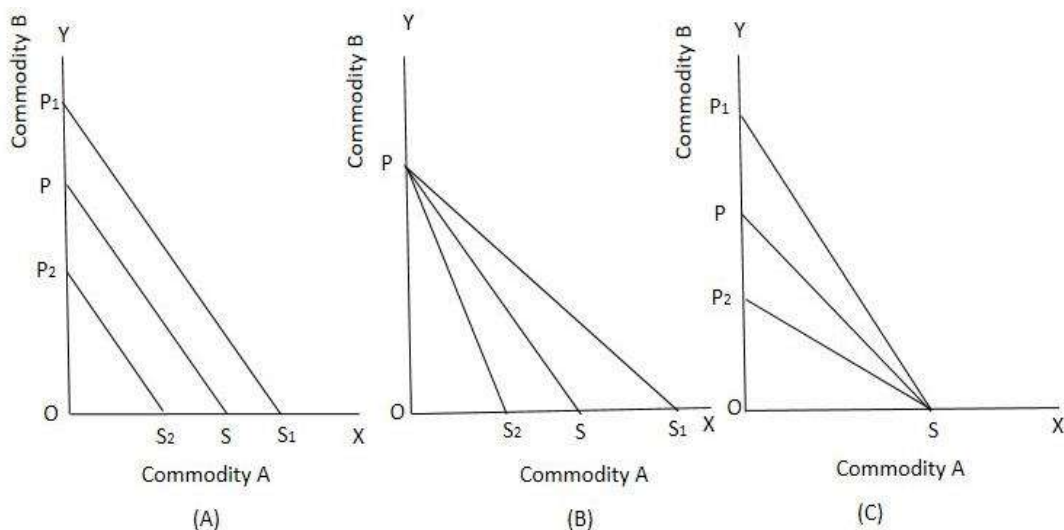


Figure 16: Effects of change in price

ਇਹ ਲਾਈਨ P ਨੂੰ PS ਤੱਕ ਤਬਦੀਲ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ  $S_1$  ਅਤੇ ਭਾਅ ਵਿਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ, PS ਤੱਕ P ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ ਵਾਰੀ  $S_2$  'ਤੇ PS, ਵੱਧ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰ ਖਰੀਦ ਸਕਦੇ ਹੋ ਵਸਤੂ ਇੱਕ ਦਾ OS ਦੀ ਰਕਮ ਦਾ ਹੈ ਅਤੇ



ਵਸਤੂ B ਦੀ OP ਮਾਤਰਾ  $P_1 S_1$  ਤੇ ਖਪਤਕਾਰ ਜਿੰਨੇ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ ਉਹ ਵਸਤੂ A ਦੀ  $OS_1$  ਰਕਮ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀ  $OP_1$  ਰਕਮ ਹੈ ਜੋ ਕਿ PS ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ 'ਤੇ ਦੋਵਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਅਧਿਕਤਮ ਰਕਮ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ।  $P_2 S_2$  'ਤੇ, ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ A ਦੀ  $OS_2$  ਰਕਮ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀ  $OP_2$  ਰਕਮ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ PS ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ 'ਤੇ ਦੋਵਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਅਧਿਕਤਮ ਰਕਮ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ।

ਜੇਕਰ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਭਾਵ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਕੀਮਤ ਬਦਲਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦਾ ਇੱਕ ਸਿਰਾ ਜਿੱਥੇ ਅਸੀਂ ਵਸਤੂ B ਨੂੰ ਮਾਪਦੇ ਹਾਂ ਉਸੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਰਹੇਗਾ ਅਤੇ ਦੂਜੇ ਸਿਰੇ 'ਤੇ ਜਿੱਥੇ ਅਸੀਂ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਮਾਪਦੇ ਹਾਂ A ਤਬਦੀਲੀ ਨਾਲ ਬਦਲਦਾ ਹੈ। ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਏ। ਇਸ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 16 (B) ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ PS ਹੈ। ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਨਾਲ, ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ PS ਤੋਂ  $PS_1$  ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ ਅਤੇ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ, ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ PS ਤੋਂ  $PS_2$  ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ।  $PS_1$  'ਤੇ, ਉਪਭੋਗਤਾ ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ PS ਭਾਵ,  $OS_1$  ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਮਾਤਰਾ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ।  $OS_1 > PS_1$  'ਤੇ, ਖਪਤਕਾਰ ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ PS ਭਾਵ,  $OS_2 < OS_1$  ਤੋਂ ਘੱਟ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ A ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਭਾਵ ਵਸਤੂ B ਬਦਲਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਵਸਤੂ A ਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨ ਵੀ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦਾ ਇੱਕ ਸਿਰਾ ਜਿੱਥੇ ਅਸੀਂ ਵਸਤੂ A ਨੂੰ ਮਾਪਦੇ ਹਾਂ ਉਸੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਰਹੇਗਾ ਅਤੇ ਦੂਜੇ ਸਿਰੇ 'ਤੇ ਜਿੱਥੇ ਅਸੀਂ ਵਸਤੂ B ਨੂੰ ਮਾਪਦੇ ਹਾਂ ਤਬਦੀਲੀ ਨਾਲ ਬਦਲਦਾ ਹੈ। ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ B. ਇਸ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 16 (C) ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ PS ਹੈ। ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਨਾਲ, ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ PS ਤੋਂ  $P_1 S_1$  ਵਿੱਚ ਸਿਫਟ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ, ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ PS ਤੋਂ  $P_2 S_2$  ਵਿੱਚ ਸਿਫਟ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ।  $P_1 S_1$  'ਤੇ, ਖਪਤਕਾਰ ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ PS ਯਾਨੀ  $OP_1 > OP$  ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਾਤਰਾ 'ਚ ਵਸਤੂ B ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ।  $P_2 S_2$  'ਤੇ, ਉਪਭੋਗਤਾ ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ PS ਭਾਵ  $OP_2 < OP$  ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ B ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦੀ ਢਲਾਨ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਨਾਲ ਬਦਲ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਦੂਜੀ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨੀ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ।

#### 4.5 ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ (Consumer Equilibrium)

ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰ ਦਿੱਤੀ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੀਮਤਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਸੁਮੇਲ ਨੂੰ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨਾਲ ਉਸਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਮਿਲਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ ਆਪਣੇ ਖਰਚ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਤਬਦੀਲੀ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ।

**ਧਾਰਨਾਵਾਂ (Assumptions)** ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਅਧੀਨ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹਨ:

- 1) ਖਪਤਕਾਰ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਆਪਣੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- 2) ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਸਥਿਰ ਰਹਿਣਗੀਆਂ।
- 3) ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਮਦਨ ਸਥਿਰ ਰਹੇਗੀ।
- 4) ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਬਾਰੇ ਗਿਆਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- 5) ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ ਮੌਜੂਦ ਹੈ।
- 6) ਵਸਤੂਆਂ ਵਿਭਾਜਿਤ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।
- 7) ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਅਸਮਾਨਤਾ ਦੇ ਨਕਸ਼ੇ ਬਾਰੇ ਪੂਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੈ।
- 8) ਆਮਦਨੀ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੁਆਰਾ ਥੋੜ੍ਹੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਖਰਚ ਕੀਤੀ ਜਾਵੇਗੀ।

ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਅਧੀਨ ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਦੋ ਮੁੱਖ ਸ਼ਰਤਾਂ ਹਨ। ਇਹ

- (i) ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਲਈ ਸਪਰਸ਼ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
- (ii) ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਸਪਰਸ਼ਤਾ ਦੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਉਤਪੰਨ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਲਈ ਪਹਿਲੀ ਸ਼ਰਤ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਲਈ ਸਪਰਸ਼ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜੋ ਚਿੱਤਰ 17 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਈ ਗਈ ਹੈ।

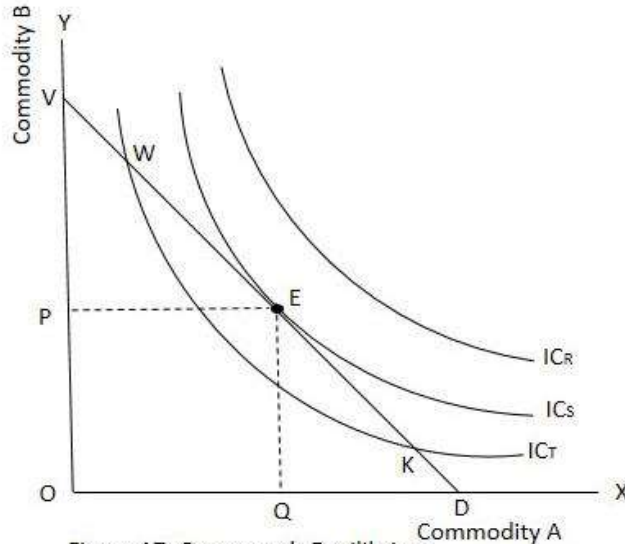


Figure 17: Consumer's Equilibrium

ਚਿੱਤਰ 17 ਵਿੱਚ,  $VD$  ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਹੈ ਅਤੇ  $IC_R$ ,  $IC_S$  ਅਤੇ  $IC_T$  ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਹਨ। ਖਪਤਕਾਰ ਕੋਈ ਵੀ ਮਿਸ਼ਰਨ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $E$ ,  $W$  ਅਤੇ  $K$  ਪਰ ਉਹ  $IC_R$  'ਤੇ ਕੋਈ ਵੀ ਮਿਸ਼ਰਨ ਨਹੀਂ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ  $VD$  ਤੋਂ ਦੂਰ ਹੈ।  $E$ ,  $W$  ਅਤੇ  $K$  ਤੋਂ ਬਾਹਰ, ਖਪਤਕਾਰ ਇਸ ਬਿੰਦੂ ਦੀ ਤਰ੍ਹਾਂ  $E$  ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ

ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗਾ। ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਉੱਚ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ  $IC_s$  ਲਈ ਸਪਰਸ਼ ਹੈ। ਪੁਆਇੰਟ E 'ਤੇ, ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ A ਦੀ OQ ਰਕਮ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀ OP ਰਕਮ ਖਰੀਦੇਗਾ ਜੇ ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਪੁਆਇੰਟ W ਅਤੇ K 'ਤੇ, ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਨਹੀਂ ਮਿਲੇਗੀ ਕਿਉਂਕਿ ਦੋਵੇਂ ਬਿੰਦੂ ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ  $IC_T$  'ਤੇ ਸਥਿਤ ਹਨ। ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੀ ਢਲਾਨ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਮੇਲ ਖਾਂਦੀ ਹੈ। ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੀ ਢਲਾਨ ਵਸਤੂ B ( $MRS_{XY}$ ) ਲਈ ਵਸਤੂ A ਦੇ ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦੀ ਢਲਾਣ ਵਸਤੂ A ( $P_X$ ) ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ( $P_Y$ ) ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਅਨੁਪਾਤ ਹੈ। ਸੰਤੁਲਨ ਦੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੀ ਢਲਾਨ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦੀ ਢਲਾਨ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਿਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

$$MRS_{XY} = P_X / P_Y$$

ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਲਈ ਦੂਜੀ ਸ਼ਰਤ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਸਪਰਸ਼ਤਾ ਦੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਉਤਪੱਤੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜੋ ਚਿੱਤਰ 18 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਈ ਗਈ ਹੈ।

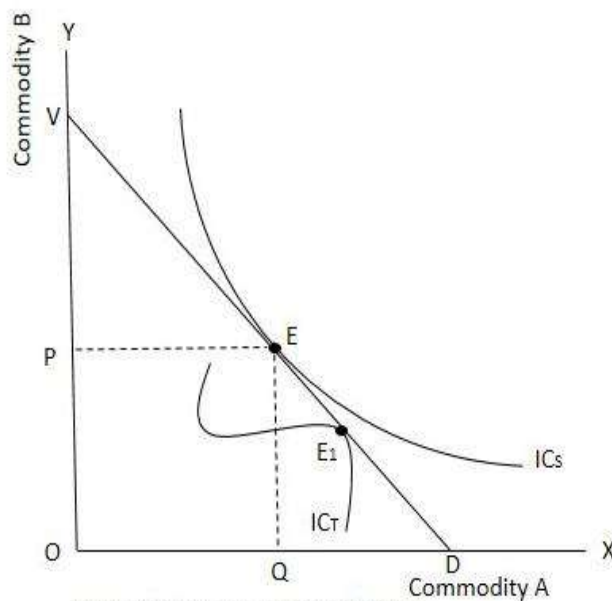


Figure 18: Consumer's Equilibrium

ਚਿੱਤਰ 18 ਵਿੱਚ, VD ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਹੈ ਅਤੇ  $IC_s$  ਅਤੇ  $IC_T$  ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਹਨ। ਖਪਤਕਾਰ ਕੋਈ ਵੀ ਮਿਸ਼ਰਨ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ E ਅਤੇ  $E_1$ ।  $E_1$  'ਤੇ, ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਲਈ ਸਪਰਸ਼ ਹੈ ਪਰ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਸਪਰਸ਼ਤਾ ਦੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਉਤਪੱਤੀ ਤੱਕ ਉਤਪੱਤੀ ਹੈ ਜੋ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਸੰਤੁਲਨ ਲਈ ਦੂਜੀ ਸ਼ਰਤ ਪੂਰੀ ਨਹੀਂ ਹੋਈ ਹੈ ਅਤੇ ਬਿੰਦੂ  $E_1$  ਹੇਠਲੇ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ  $IC_T$  'ਤੇ ਸਥਿਤ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਖਪਤਕਾਰ ਬਿੰਦੂ  $E_1$  'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ, ਨਾ ਕਿ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ। ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ, ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਲਈ ਦੋਵੇਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ A ਦੀ OQ ਰਕਮ ਅਤੇ ਵਸਤੂ B ਦੀ OP ਰਕਮ ਖਰੀਦੇਗਾ ਜੇ ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

#### 4.6 ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਆਲੋਚਨਾ (Criticism of Indifference Curve Analysis)

- 1) ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਗੈਰ-ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਖਪਤਕਾਰ, ਪੈਮਾਨੇ ਦਾ ਸੰਪੂਰਨ ਗਿਆਨ, ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਵੰਡਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ। ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਦਾ ਖਰਚ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਆਦਤਾਂ, ਫੈਸ਼ਨ ਅਤੇ ਰੀਤੀ-ਰਿਵਾਜਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਵਿਵਹਾਰ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ। ਇਹ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਉਸਦੀ ਅਸਮਾਨਤਾ ਦੇ ਨਕਸ਼ੇ ਦੀ ਪੂਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੋਵੇ। ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਵੰਡ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ ਅਤੇ ਸੰਪੂਰਨ ਸੰਪੂਰਨਤਾ ਇੱਕ ਹਕੀਕਤ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਸਗੋਂ ਇਹ ਇੱਕ ਮਿੱਥ ਹੈ।
- 2) ਪ੍ਰੋ. ਡੀ.ਐਚ. ਰੋਬਰਟਸਨ (D.H. Robertson) ਨੇ ਉਜਾਗਰ ਕੀਤਾ ਹੈ ਕਿ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਸਿਰਫ "ਨਵੀਂ ਬੋਤਲ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਪੁਰਾਣੀ ਵਾਈਨ ਹੈ।" ਇਹ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਸਮਾਨ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸਨੇ ਪੁਰਾਣੇ ਸੰਕਲਪਾਂ ਨੂੰ ਸਿਰਫ ਨਵੇਂ ਨਾਮ ਦਿੱਤੇ ਹਨ। 'ਉਪਯੋਗਤਾ' ਸ਼ਬਦ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦੇ ਪੈਮਾਨੇ ਨਾਲ ਬਦਲ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਘਟਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਘਟਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਬਦਲ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਮੁੱਖ ਸੰਖਿਆਵਾਂ ਭਾਵ 1, 2, 3 ਆਦਿ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਨੰਬਰਾਂ ਭਾਵ I ਕਿਹਾ ਗਿਆ ਹੈ। , II, III, ਆਦਿ। ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦਾ ਅਨੁਪਾਤ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਭਾਵ

$$A/MU \text{ ਦਾ } B = P_A/P_B \text{ ਦਾ } MU$$

ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ B ਦੇ ਬਦਲੇ A ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਭਾਵ

$$MRS_{AB} = P_A / P_B$$

ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਦਰ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦਾ ਅਨੁਪਾਤ ਹੈ I E  $MRS_{AB} = MU_A / MU_B$

ਇਸ ਲਈ,  $A/MU \text{ ਦਾ } B = P_A/P_B \text{ ਦਾ } MU$

ਇਸ ਲਈ, ਦੋਵਾਂ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣਾਂ ਵਿੱਚ ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਹਨ।

- 3) ਪ੍ਰੋ. ਡਬਲਯੂ.ਈ. ਆਰਮਸਟ੍ਰਾਂਗ (W.E. Armstrong) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਵਿਕਲਪਕ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਉਦਾਸੀਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਦੋਵਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਨਹੀਂ ਲੱਭ ਸਕਦਾ। ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਵਿਕਲਪਕ ਸੰਜੋਗਾਂ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ, ਇਸਲਈ, ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਜੋਗ ਜੇ ਇੱਕੋ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ 'ਤੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ। ਜੇਕਰ

- ਆਰਮਸਟ੍ਰਾਂਗ ਦੀ ਦਲੀਲ ਨੂੰ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇੱਕੋ ਹੀ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ 'ਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਜੋਗ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਗੈਰ-ਸੰਕ੍ਰਿਅਤਮਕ ਬਣ ਜਾਵੇਗਾ।
- 4) ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਇਹ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਪਭੋਗਤਾ ਕਿਵੇਂ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਉਸਨੂੰ ਵਿਕਲਪਕ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਚੋਣ ਕਰਨੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਜੋਖਮ ਜਾਂ ਉਮੀਦ ਦੀ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਅਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਚੋਣ ਕਰਨ ਲਈ, ਇਹ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਮਾਤਰਾਤਮਕ ਮਾਪ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ, ਉਪਯੋਗਤਾ ਦਾ ਮੁੱਖ ਮਾਪ ਉਪਭੋਗਤਾ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦਗਾਰ ਸਾਬਤ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।
  - 5) ਇਹ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਬੇਤੁਕੇ ਅਤੇ ਗੈਰ ਯਥਾਰਥਕ ਸੰਜੋਗਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਜੋਗਾਂ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੁਝ ਸੰਜੋਗ ਅਰਥਹੀਣ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਅਸਲ ਜੀਵਨ ਵਿੱਚ ਥੀਸਿਸ ਸੰਜੋਗਾਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ।
  - 6) ਇਹ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਪਰ ਜਦੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਸਤੂਆਂ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
  - 7) ਸ਼ੂਮਪੀਟਰ ਨੇ ਕਿਹਾ ਹੈ ਕਿ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਅਸਲ ਜੀਵਨ ਦੇ ਅਨੁਭਵਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਨਾ ਕਿ ਕਾਲਪਨਿਕ ਸੰਜੋਗਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ। ਹਰ ਵਾਰ, ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਲਈ ਗਣਨਾ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਕੰਪਿਊਟਰ ਦੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਕਿ ਉਹ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਕਿਹੜਾ ਸੁਮੇਲ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ।
  - 8) ਇਹ ਦੇ ਨਕਸ਼ੇ ਨੂੰ ਕਾਲਪਨਿਕ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਦੇਖਿਆ ਗਿਆ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿਵਹਾਰ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਹ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਵਿੱਚ ਬਾਹਰਮੁਖੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਸਗੋਂ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਬਾਹਰਮੁਖੀ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ ਫੰਕਸ਼ਨਾਂ ਅਤੇ ਵਕਰਾਂ ਨੂੰ ਸਥਾਪਤ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਬਾਹਰਮੁਖੀ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਤਾਂ ਹੀ ਸੰਭਵ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜੇਕਰ ਮਾਤਰਾਤਮਕ ਡੇਟਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਸੰਭਵ ਹੋਵੇ। ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਤਾਰਕਿਕ ਬਣਤਰ ਅਜਿਹੀ ਹੈ ਕਿ ਗਿਣਾਤਮਕ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰਾਂ ਨੂੰ ਮਾਪਣਾ ਲਗਭਗ ਅਸੰਭਵ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਦੇ ਯਤਨ ਕੀਤੇ ਗਏ ਹਨ ਪਰ ਸਫਲ ਨਹੀਂ ਹੋਏ।
  - 9) ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਮਜ਼ੋਰ ਕ੍ਰਮਵਾਦ ਪਰਿਕਲਪਨਾ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ, ਭਾਵ, ਇੱਕ ਖਪਤਕਾਰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਉਦਾਸੀਨ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਪਰ, ਪ੍ਰੋ. ਸੈਮੂਅਲਸਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਅਸਲ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਅਸਮਾਨਤਾ ਦੀਆਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਕਮਜ਼ੋਰ ਕ੍ਰਮ ਇਸ ਨੂੰ ਸੁਭਾਅ ਵਿੱਚ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਪਰ ਕ੍ਰਮਵਾਦ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨਾਲੋਂ ਬਿਹਤਰ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਘੱਟ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ।

#### 4.7 ਕਾਰਡੀਨਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵੱਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਤੁਲਨਾ (Comparison of Cardinal Utility Analysis and Indifference Curve Analysis)

ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਸਮਾਨਤਾਵਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਅਸਮਾਨਤਾਵਾਂ ਵੀ ਹਨ।

##### ਸਮਾਨਤਾਵਾਂ (Similarities)

- 1) ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਇਸ ਧਾਰਨਾ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹਨ ਕਿ ਉਪਭੋਗਤਾ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਆਪਣੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- 2) ਦੋਵੇਂ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਸੰਕਲਪ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹਨ। ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਉਹਨਾਂ ਸਾਰੀਆਂ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦਾ ਸਾਰ ਹੈ ਜੋ ਉਪਭੋਗਤਾ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਖਪਤ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਗਈ ਕੁੱਲ ਉਪਯੋਗਤਾ ਸੀਮਾਂਤ ਦੀਆਂ ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਉਪਭੋਗਤਾ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਖਪਤ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- 3) ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦਾ ਅਨੁਪਾਤ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਭਾਵ

$$A/MU \text{ ਦਾ } B = P_A/P_B \text{ ਦਾ } MU$$

ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ B ਦੇ ਬਦਲੇ A ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਭਾਵ

$$MRS_{AB} = P_A / P_B$$

ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦਾ ਅਨੁਪਾਤ ਹੈ ਭਾਵ

$$MRS_{AB} = MU_A / MU_B$$

$$\text{ਇਸ ਲਈ } A/MU \text{ ਦਾ } B = P_A/P_B \text{ ਦਾ } MU$$

ਇਸ ਲਈ, ਦੋਵਾਂ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣਾਂ ਵਿੱਚ ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਹਨ।

- 4) ਦੋਵੇਂ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹਨ। ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਨਿਯਮ ਲਾਗੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਸੰਤੁਲਨ ਲਈ ਦੂਜੀ ਸ਼ਰਤ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਸਪਰਸ਼ਤਾ ਦੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਉਤਪੱਤੀ ਹੋਈ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜੋ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਸੰਤੁਲਨ ਦੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦਰ ਘੱਟ ਰਹੀ ਹੈ।

### ਅਸਮਾਨਤਾਵਾਂ (Dissimilarities)

- 1) ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਵਧੇਰੇ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਕ੍ਰਮਵਾਦ ਮਾਪ ਉੱਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪਹਿਲਾ, ਦੂਜਾ ਆਦਿ। ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਮੁੱਖ ਮਾਪ ਅਰਥਾਤ 1, 2, 3 ਆਦਿ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਉੱਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਵਿੱਚ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਅਸਲ ਸੰਸਾਰ.
- 2) ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਪੈਸੇ ਦੀ ਨਿਰੰਤਰ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਅਵਾਸਤਵਕ ਹੈ। ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਇਸ ਧਾਰਨਾ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਨਹੀਂ ਹੈ।
- 3) ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਘੱਟ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਵਧੇਰੇ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- 4) ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਪੈਸੇ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਸਥਿਰ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਇਸਲਈ ਕੀਮਤ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਆਮਦਨ ਪ੍ਰਭਾਵ ਅਤੇ ਬਦਲੀ ਪ੍ਰਭਾਵ ਵਿੱਚ ਵੰਡਣਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ ਪਰ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਕੀਮਤ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਆਮਦਨ ਪ੍ਰਭਾਵ ਅਤੇ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਪ੍ਰਭਾਵ ਵਿੱਚ ਵੰਡਣਾ ਸੰਭਵ ਹੈ। ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਮੰਗ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਵਿਆਪਕ ਵਿਆਖਿਆ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- 5) ਗਿਫ਼ਨ ਦੇ ਪੈਰਾਡੋਕਸ ਨੂੰ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ ਪਰ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਰਿਹਾ।
- 6) ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦੀ ਸੁਤੰਤਰਤਾ ਦੀ ਗੈਰ-ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਧਾਰਨਾ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ ਪਰ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਇਸ ਤੋਂ ਮੁਕਤ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਉਜਾਗਰ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ ਵਿਕਲਪਕ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਸੰਸਾਯੋਗ ਵਸਤੂਆਂ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੀਆਂ ਉਪਯੋਗਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਨ ਦੇ ਸਮਰੱਥ ਹਨ।
- 7) ਹਾਲਾਂਕਿ ਦੋਵੇਂ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਇੱਕੋ ਸੰਤੁਲਨ ਸਥਿਤੀ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹਨ, ਫਿਰ ਵੀ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨਾਲੋਂ ਉੱਤਮ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਘੱਟ ਗੈਰ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ।
- 8) ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੀ ਭਲਾਈ 'ਤੇ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਉਜਾਗਰ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉਪਯੋਗਤਾ ਹੇਠਲੇ ਤੋਂ ਉੱਚੀ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵੱਲ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸਦੀ ਭਲਾਈ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- 9) ਦੋਵੇਂ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਵਿੱਚ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਹਨ ਪਰ ਦੋ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਭੌਤਿਕ ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਦੇ ਅਧਾਰ 'ਤੇ ਤਰਜੀਹੀ ਸਮਾਂ-TABLE ਦਾ ਨਿਰਮਾਣ ਅਤੇ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਘਟਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਾਲ ਪ੍ਰਤੀਸਥਾਪਨ ਦੀ ਘੱਟਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਸੀਮਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਦਾ ਸੰਕੇਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਇਸ ਵੱਲ ਲੈ ਜਾ ਰਿਹਾ ਹੈ ਵਧੇਰੇ ਨਿਰਪੱਖਤਾ ਅਤੇ ਵਿਵਹਾਰਵਾਦ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ -III

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਕਿਉਂ ਢਲ ਜਾਂਦਾ ਹੈ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੀਆਂ ਕੋਈ ਵੀ ਦੋ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦਿਓ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

#### 4.8 ਸੰਖੇਪ (Summary)

ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਸੰਕਲਪਾਂ ਅਰਥਾਤ, ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ, ਬਦਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਦਰ, ਬਜਟ ਲਾਈਨ ਅਤੇ ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ, ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਖਪਤਕਾਰ ਦੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਸੁਮੇਲ ਨੂੰ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ ਜੋ ਉਸਨੂੰ ਦਿੱਤੀ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੀਮਤਾਂ ਨਾਲ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਉਹ ਆਪਣੇ ਮੌਜੂਦਾ ਖਰਚ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਬਦਲਾਅ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਅਸਲ ਜੀਵਨ ਦੇ ਕੁਝ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਪਰ, ਉਸੇ ਸਮੇਂ, ਦੋਵੇਂ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਈ ਸੀਮਾਵਾਂ ਤੋਂ ਵੀ ਪੀੜਤ ਹਨ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਹਾਲਾਂਕਿ ਦੋਵਾਂ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣਾਂ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਸਮਾਨਤਾਵਾਂ ਹਨ, ਫਿਰ ਵੀ ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨਾਲੋਂ ਉੱਤਮ ਹੈ।

#### 4.9 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ (Questions for Practice)

##### **A. ਛੋਟੇ ਉੱਤਰ ਕਿਸਮ ਦੇ ਸਵਾਲ**

- Q1. ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਮਤਲਬ ਹੈ?
- Q2. ਖਪਤਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q3. ਅਸਮਾਨਤਾ ਵਕਰ ਦੇ ਅਧੀਨ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਦਾ ਕੀ ਅਰਥ ਹੈ?

##### **B. ਲੰਬੇ ਉੱਤਰ ਕਿਸਮ ਦੇ ਸਵਾਲ**

- Q1. ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ ਦੀਆਂ ਵਿਭਿੰਨ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੇ ਅਧੀਨ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਗੰਭੀਰਤਾ ਨਾਲ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q2. ਅਸਮਾਨਤਾ ਕਰਵ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗਤਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨਾਲੋਂ ਉੱਤਮ ਕਿਉਂ ਹੈ?



#### **4.10 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ (Suggested Readings)**

- H.L. Ahuja: Advanced Economic Theory (Microeconomic Analysis).
- A. Koutsoyiannis: Modern Microeconomics.
- K.N. Verma: Micro Economic Theory.

## ਬੈਚਲਰ ਆਫ਼ ਆਰਟਸ

### ਸਮੈਸਟਰ-I

ਕੋਰਸ: ਕੋਰਸ: ਵਿਅਸ਼ਟੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ

---

ਯੂਨਿਟ 5: ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ: ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਨਿਯਮ ਅਤੇ ਸਕੇਲ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ

(Production Function: Law of Variable Proportions and Returns to Scale)

---

#### ਸੰਰਚਨਾ

#### 5.0 ਉਦੇਸ਼

#### 5.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

#### 5.2 ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦਾ ਮਤਲਬ

#### 5.3 ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ

#### 5.4 ਉਤਪਾਦਨ ਕਾਰਜ ਦੇ ਨਿਯਮ

#### 5.4.1 ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਨਿਯਮ

#### 5.4.1.1 ਨਿਯਮ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ

#### 5.4.1.2 ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਪੜਾਅ

#### 5.4.1.3 ਸੀਮਾਂਤ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ

#### 5.4.1.4 ਸੀਮਾਂਤ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਮੁਲਤਵੀ ਕਰਨਾ

#### 5.4.2 ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਪੈਮਾਨੇ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਾ ਨਿਯਮ

#### 5.5 ਸੰਖੇਪ

#### 5.6 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ

#### 5.7 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ

#### 5.0 ਉਦੇਸ਼ (Objectives)

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਸਿਖਿਆਰਥੀ ਇਹ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ਜਾਵੇਗਾ:

- ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦੇ ਅਰਥ ਦਾ ਵਰਣਨ
- ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦੀਆਂ ਵੱਖ ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ
- ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਅਤੇ ਸਕੇਲ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਦੇ ਨਿਯਮ ਵਿਚਕਾਰ ਅੰਤਰ ਕਰਨ

### 5.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਇਸਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਲਾਗਤ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਜੋ ਬਦਲੇ ਵਿੱਚ ਇਨਪੁਟਸ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਇਨਪੁਟ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸਰੀਰਕ ਸਬੰਧਾਂ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਲਾਗਤ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ, ਇਨਪੁਟਸ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਭੌਤਿਕ ਸਬੰਧ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਸਿਧਾਂਤ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਨਿਯੰਤ੍ਰਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਭੌਤਿਕ ਨਿਯਮਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਸਿਧਾਂਤ, ਮੰਗ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਵਾਂਗ, ਇਹ ਜਾਂਚ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਵੇਂ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਕ ਜਾਂ ਫਰਮ ਆਪਣੀ ਪੂੰਜੀ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਰਤ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ:

- (ੳ) ਇੱਕ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਕੀ ਪੈਦਾ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ?
- (ਅ) ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਕਿਵੇਂ ਪੈਦਾ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
- (ੲ) ਫਰਮ ਕਿੰਨੀ ਅਤੇ ਕਿਸ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚਦੀ ਹੈ?
- (ੳ) ਫਰਮ ਲਈ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕਰਨ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਤਰੀਕਾ ਕੀ ਹੈ?

ਇਹ ਫੈਸਲੇ ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਫਰਮ ਦੇ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਪੰਨਿਆਂ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਇਹਨਾਂ ਪਹਿਲੂਆਂ ਦਾ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਅਧਿਐਨ ਕਰਾਂਗੇ।

### 5.2 ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦਾ ਮਤਲਬ (Meaning of Production Function)

ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਭੌਤਿਕ ਸਾਧਨਾਂ ਨੂੰ ਭੌਤਿਕ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਬਦਲਣਾ। ਕਿਸੇ ਫਰਮ ਦੇ ਭੌਤਿਕ ਇਨਪੁਟਸ ਅਤੇ ਭੌਤਿਕ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿਚਕਾਰ ਕਾਰਜਸ਼ੀਲ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਿਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

$$Y = f(N, K, L, E)$$

ਮੂਲ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪੈਦਾਵਾਰ ਦੇ ਚਾਰ ਕਾਰਕ ਹਨ ਅਰਥਾਤ ਜ਼ਮੀਨ, ਕਿਰਤ, ਪੂੰਜੀ ਅਤੇ ਉੱਦਮੀ। ਉਪਰੋਕਤ ਸਮੀਕਰਨ ਤੋਂ ਇਸਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪੜ੍ਹਿਆ ਜਾਵੇਗਾ: ਉਤਪਾਦਨ (Y) ਕਿਰਤ (N), ਪੂੰਜੀ (K), ਜ਼ਮੀਨ (L) ਅਤੇ ਉਦਯੋਗਪਤੀ (E) ਦਾ ਇੱਕ ਫੰਕਸ਼ਨ (f) ਹੈ। ਕਾਉਟਸੋਯਾਨਿਸ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਉਤਪਾਦਨ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਇੱਕ ਤਕਨੀਕੀ ਸਬੰਧ ਹੈ ਜੋ

ਕਾਰਕ ਇਨਪੁਟਸ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਜੋੜਦਾ ਹੈ।" ਵਾਟਸਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ "ਕਿਸੇ ਫਰਮ ਦੇ ਭੌਤਿਕ ਉਤਪਾਦਨ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਪਦਾਰਥਕ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।"

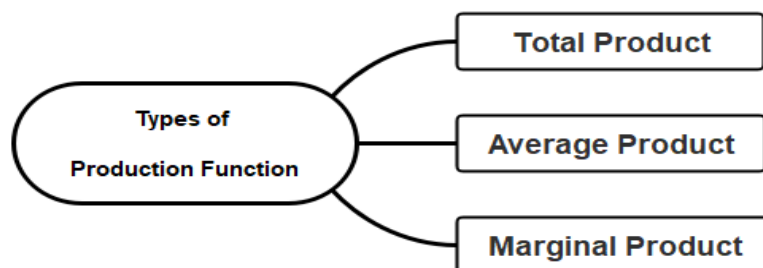
### 5.3 ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ (Types of Production Function)

ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਅਨੁਸਾਰ, ਅਸੀਂ ਦੋ ਕਿਸਮ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਕਾਰਜ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ, ਜਦੋਂ ਕੁਝ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਸਥਿਰ ਰੱਖੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇੱਕ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਦਾ ਬਦਲਾਵ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਨੂੰ ਮਾਮੂਲੀ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨ ਦਾ ਨਿਯਮ ਜਾਂ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਕਾਰਕ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਦਾ ਨਿਯਮ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਨੋਟ ਕਰਨਾ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕਾਂ ਲਈ ਵਾਪਸੀ ਥੋੜ੍ਹੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਢੁਕਵੀਂ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਥੋੜ੍ਹੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਕਾਰਕ ਜਿਵੇਂ ਕਿ, ਪੂੰਜੀ ਉਪਕਰਣ, ਮਸ਼ੀਨਾਂ ਅਤੇ ਜ਼ਮੀਨ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਲੇਬਰ ਅਤੇ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਵਰਗੇ ਕਾਰਕ ਵਧਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਦੂਜਾ, ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦੋ ਜਾਂ ਦੋ ਤੋਂ ਵੱਧ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕਾਂ ਨਾਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਸਕੇਲ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਦਾ ਨਿਯਮ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਅਲਪ ਕਾਲ (ਲਘੂ ਕਾਲ) ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਿਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ

$$Q = f(L, K)$$

ਇਸ ਵਿੱਚ Q ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਆਉਟਪੁੱਟ, L ਦਾ ਮਤਲਬ ਲੇਬਰ ਅਤੇ K ਦਾ ਅਰਥ ਪੂੰਜੀ ਹੈ ਜੋ ਥੋੜ੍ਹੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਕਿਸੇ ਕਾਰਕ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਇਸ ਅਧਿਐਨ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਲੇਬਰ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਕਿਵੇਂ ਬਦਲਦੀ ਹੈ।

ਇਸ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਲਈ, ਪਹਿਲਾਂ ਅਸੀਂ ਭੌਤਿਕ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਕੁਝ ਸੰਕਲਪਾਂ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਾਂਗੇ ਜੋ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਿਸੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਦੇ ਅਧਿਐਨ ਲਈ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਕਾਰਕਾਂ ਦੇ ਭੌਤਿਕ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਸੰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਤਿੰਨ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਹਨ:



A. **ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ (Total Product):** ਇੱਕ ਵੇਰੀਏਬਲ ਫੈਕਟਰ ਦਾ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਵੇਰੀਏਬਲ ਫੈਕਟਰ ਦੀ ਇੱਕ ਦਿੱਤੀ ਮਾਤਰਾ ਦੁਆਰਾ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਹੈ, ਹੋਰ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪੂੰਜੀ ਸਥਿਰ ਰੱਖਣਾ।

**B. ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ (Average Product):** ਇੱਕ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ (ਲੇਬਰ) ਦਾ ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤੇ ਗਏ ਨਿਸ਼ਚਤ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਇੱਕ ਦਿੱਤੀ ਮਾਤਰਾ ਨਾਲ ਨਿਯੁਕਤ ਕੀਤੇ ਗਏ ਕਿਰਤ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਦੁਆਰਾ ਵੰਡਿਆ ਗਿਆ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਤੀਕ ਰੂਪ ਵਿੱਚ,

$$AP = \frac{Q}{L}$$

ਇੱਥੇ, AP = ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ, Q = ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ, L = ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਫੈਕਟਰ (ਲੇਬਰ) ਦੀਆਂ ਕੁੱਲ ਇਕਾਈਆਂ। ਇਹ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ ਵੇਰੀਏਬਲ ਕਾਰਕ ਦੀ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਦਾ ਸੂਚਕ ਹੈ।

**Table 1 ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ, ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ, ਅਤੇ ਕਿਰਤ ਦਾ ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ**

| ਲੇਬਰ<br>(ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀ<br>ਗਿਣਤੀ) | ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ (TP) | ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ<br>(AP = Q/L) | ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ<br>(MP = $\Delta Q/\Delta L$ ) |
|---------------------------------|-----------------|-------------------------|---|
| 1                               | 20              | 20                      | 20  |
| 2                               | 36              | 18                      | 16  |
| 3                               | 48              | 16                      | 12  |
| 4                               | 56              | 14                      | 8   |
| 5                               | 60              | 12                      | 4   |
| 6                               | 60              | 10                      | 0   |
| 7                               | 56              | 8                       | -4  |

**C. ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ (Marginal Product):** ਇੱਕ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਇੱਕ ਕਾਰਕ ਦੀ ਇੱਕ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈ ਦੇ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਦੁਆਰਾ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਜੋੜ ਹੈ।

ਪ੍ਰਤੀਕ ਰੂਪ ਵਿੱਚ,

$$MP = \frac{\Delta Q}{\Delta L}$$

MP = ਕਿਰਤ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ,

$\Delta Q$  = ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ,

$\Delta L$  = (ਤਬਦੀਲੀ) ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ (ਮਜਦੂਰ)।

ਇਹ ਨੋਟ ਕਰਨਾ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਕਾਰਕ ਦੇ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪੱਧਰਾਂ 'ਤੇ ਕਿਸੇ ਕਾਰਕ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਬਦਲਦਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਕਾਰਕ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਵਧਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸਦਾ ਜ਼ਿਆਦਾ

ਹਿੱਸਾ ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ (TP), ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ (MP) ਅਤੇ ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਨੂੰ TABLE 1 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ-I

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦਾ ਕੀ ਅਰਥ ਹੈ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

#### **5.4 ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਨਿਯਮ (Laws of Production Function)**

ਪਿਛਲੇ ਪੰਨਿਆਂ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਅਧਿਐਨ ਕੀਤਾ ਹੈ ਕਿ ਥੋੜ੍ਹੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਘੱਟ-ਵੱਧ ਫੈਕਟਰ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਧਾ ਕੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਧਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਸਥਿਰ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ ਸਥਿਰ ਰੱਖਦੇ ਹੋਏ, ਇੱਕ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਫੈਕਟਰ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਲਈ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਕਰਮ ਨੂੰ ਇੱਕ ਕਾਰਕ ਵੱਲ ਵਾਪਸੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾ ਕੇ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੇ ਆਕਾਰ ਜਾਂ ਪੈਮਾਨੇ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਲਈ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਸਕੇਲ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਦੋ ਨਿਯਮ ਹਨ:

(A) ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਜਾਂ ਸਾਧਨਾਂ ਦੇ ਘੱਟ-ਵੱਧਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਾ ਨਿਯਮ ਅਤੇ

(B) ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਾ ਨਿਯਮ

##### **5.4.1 ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਨਿਯਮ (Law of Variable Proportions)**

ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ, ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਨਿਯਮ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਸਥਾਨ ਰੱਖਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਨਿਯਮ ਦੂਜੇ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਸਥਿਰ ਰੱਖਦੇ ਹੋਏ, ਇੱਕ ਸਾਧਨ ਵੱਧ-ਘੱਟ ਦੇ ਨਾਲ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਸਾਧਨ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਧਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਦੂਜੇ ਸਾਧਨ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਤਬਦੀਲੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਸਥਿਰ ਅਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਅਨੁਪਾਤ ਬਦਲ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਨਿਯਮ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਿਵੇਂ ਹੀ ਕਾਰਕਾਂ ਦਾ ਅਨੁਪਾਤ ਬਦਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦਨ ਪਹਿਲਾਂ ਅਨੁਪਾਤ ਤੋਂ ਵੱਧ, ਫਿਰ ਬਰਾਬਰ ਅਨੁਪਾਤਕ ਅਤੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਕਲਾਸੀਕਲ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਨੇ ਇਸ ਨੂੰ ਘਟਣ

ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਾ ਨਿਯਮ ਕਿਹਾ। ਇਸਨੂੰ ਹੁਣ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਨਿਯਮ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੀਮਾਂਤ ਵਾਪਸੀ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਨਿਯਮ ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

G.J. Stigler, ਲਿਖਦਾ ਹੈ, “ਜਿਵੇਂ ਇੱਕ ਇੰਪੁੱਟ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਵਾਧੇ ਨੂੰ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ; ਹੋਰ ਉਤਪਾਦਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਇਨਪੁਟਸ ਨੂੰ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਬਿੰਦੂ ਤੋਂ ਪਰੇ ਸਥਿਰ ਰੱਖਿਆ ਜਾ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਵਾਧੇ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਆਵੇਗੀ, ਭਾਵ, ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਘੱਟ ਜਾਵੇਗਾ।”

Leftwich ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, “ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਨਿਯਮ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਇੱਕ ਸਰੋਤ ਦੀ ਇਨਪੁਟ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਵਾਧੇ ਨਾਲ ਵਧਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਦੂਜੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦੇ ਇਨਪੁਟ ਨੂੰ ਸਥਿਰ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਧੇਗੀ, ਪਰ ਕੁਝ ਬਿੰਦੂ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਨਤੀਜਾ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਧਦਾ ਹੈ। ਛੋਟੇ ਅਤੇ ਛੋਟੇ ਹੁੰਦੇ ਜਾਣਗੇ।”

Samuelson ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, “ਦੂਜੇ ਸਥਿਰ ਇਨਪੁਟਸ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਕੁਝ ਇਨਪੁਟਸ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ, ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਦੀ ਇੱਕ ਦਿੱਤੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਦਾ ਕਾਰਨ ਬਣੇਗਾ; ਪਰ ਇੱਕ ਬਿੰਦੂ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਵਾਧੂ ਇਨਪੁਟਸ ਦੇ ਸਮਾਨ ਜੋੜਾਂ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਵਾਧੂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਘੱਟ ਅਤੇ ਘੱਟ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ” ।

#### **5.4.1.1 ਨਿਯਮ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ (Assumptions of the Law)**

ਘੱਟਦੇ-ਵੱਧਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਨਿਯਮ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੇ ਅਧੀਨ ਹੈ:

- A. ਸਰੋਤਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਵੇਰੀਏਬਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਬਾਕੀ ਸਾਰੇ ਸਰੋਤ ਸਥਿਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
- B. ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਸਮਰੂਪ (Homogeneous) ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।
- C. ਟੈਕਨਾਲੋਜੀ ਨੂੰ ਸਥਿਰ ਮੰਨਿਆ ਗਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਬਦਲਿਆ ਨਹੀਂ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਪਰ ਜੇਕਰ ਟੈਕਨਾਲੋਜੀ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਅ ਹੋਵੇਗਾ ਤਾਂ AP ਅਤੇ MP ਘਟਣ ਦੀ ਬਜਾਏ ਵਧ ਸਕਦੇ ਹਨ।
- D. ਇਹ ਨਿਯਮ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਹੋਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਜੋੜਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, 1 ਮਜ਼ਦੂਰ ਨਾਲ 2 ਹੈਕਟੇਅਰ ਜ਼ਮੀਨ; ਜਾਂ 4 ਮਜ਼ਦੂਰਾਂ ਵਾਲੀ 2 ਹੈਕਟੇਅਰ ਜ਼ਮੀਨ। ਇੱਥੇ ਇਹ ਦੱਸਣਾ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਨਿਯਮ ਉਹਨਾਂ ਮਾਮਲਿਆਂ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਜਿੱਥੇ ਉਤਪਾਦ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

#### **5.4.1.2 ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਪੜਾਅ (Stages of Law of Variable Proportion)**

ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਸਰੋਤ ਦੀ ਇੱਕ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਦੂਜੇ ਦੀ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਮਾਤਰਾ ਨਾਲ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਤਿੰਨ ਪੜਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ TABLE (Table No.2) ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

Table 2 ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਤਿੰਨ ਪੜਾਅ

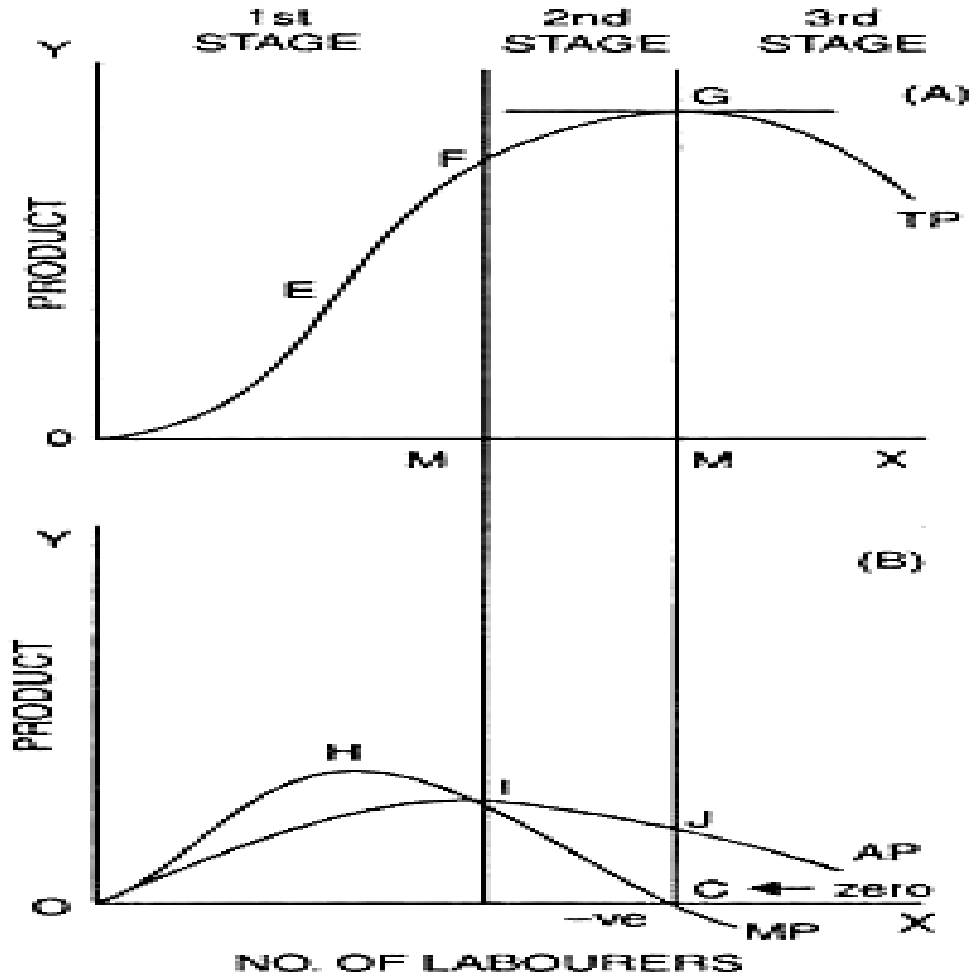
| ਜ਼ਮੀਨ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ (ਹੈਕਟੇਅਰ) | ਲੇਬਰ (ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ) | ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ (TP) | ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ (AP = Q/L) | ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ (MP = $\Delta Q/\Delta L$ ) | ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਤਿੰਨ ਪੜਾਵਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ                              |
|-----------------------------|---------------------------|-----------------|----------------------|--|--|
| 1                           | 1                         | 2               | 2                    | 2  | <b>ਪੜਾਅ 1</b><br>ਇੱਕ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਰੋਤ ਕਰਕੇ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿਚ ਵਾਧਾ |
| 1                           | 2                         | 5               | 2.5                  | 3  |  |
| 1                           | 3                         | 9               | 3                    | 4  |  |
| 1                           | 4                         | 12              | 3                    | 3  | <b>ਪੜਾਅ 2</b><br>ਘਟਣਾ ਇੱਕ ਵੇਰੀਏਬਲ ਕਾਰਕ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਕਰਦਾ ਹੈ   |
| 1                           | 5                         | 14              | 2.8                  | 2  |  |
| 1                           | 6                         | 15              | 2.5                  | 1  |  |
| 1                           | 7                         | 15              | 2.1                  | 0  | <b>ਪੜਾਅ 3</b><br>ਇੱਕ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ 'ਤੇ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਵਾਪਸੀ   |
| 1                           | 8                         | 14              | 1.7                  | -1                                       |  |

ਇਹ ਚਿੱਤਰ 1 ਤੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾਵੇਗਾ ਕਿ ਇਸਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਜਵਾਬ ਵਿੱਚ ਵੇਰੀਏਬਲ ਕਾਰਕ ਦੇ ਕੁੱਲ, ਔਸਤ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਵਿਹਾਰ ਨੂੰ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਤਿੰਨ ਪੜਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

**A. ਪਹਿਲੀ ਅਵਸਥਾ (Stage 1):** ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਇਸ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਬਿੰਦੂ ਤੱਕ ਵਧਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਦਾ ਹੈ। ਪੜਾਅ 1 ਦੇ ਦੌਰਾਨ, ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਵਧਣਾ ਜਾਰੀ ਰੱਖਦਾ ਹੈ, ਪਰ ਇਸਦੀ ਢਲਾਣ ਘਟਦੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਜਿਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਬਿੰਦੂ E ਤੋਂ G ਤੱਕ, ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਘੱਟਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਦਾ ਹੈ (ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਵਕਰ ਇਸ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਕੋਵ ਹੈ), ਭਾਵ, ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ ਪਰ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ। ਬਿੰਦੂ E ਜਿੱਥੇ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਵਧਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਣਾ ਬੰਦ ਕਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਘੱਟਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਨੂੰ ਪੁਆਇੰਟ ਆਫ਼ ਇਨਫਲੈਕਸ਼ਨ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ ਵਕਰ ਪੜਾਅ 1 ਦੇ ਅੰਤ 'ਤੇ ਆਪਣੇ ਅਧਿਕਤਮ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਪਹੁੰਚ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਯੋਗ ਹੈ ਕਿ ਇਸ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਵਧਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ, ਪਰ ਇਹ ਪੜਾਅ 1 ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ ਤੋਂ ਉੱਚਾ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ, ਜਿਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ ਜਾਰੀ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ। ਉੱਪਰ ਉਠਣਾ।



## ਚਿੱਤਰ 1



- B. **ਦੂਜੀ ਅਵਸਥਾ (Stage 2):** ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਇਸ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ ਘੱਟਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਦਾ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਇਹ ਆਪਣੇ ਅਧਿਕਤਮ ਬਿੰਦੂ G ਤੱਕ ਨਹੀਂ ਪਹੁੰਚ ਜਾਂਦਾ, ਜਿੱਥੇ ਦੂਜਾ ਪੜਾਅ ਖਤਮ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਉਤਪਾਦ ਦੇ AP ਅਤੇ MP ਦੋਵੇਂ ਇਸ ਪੜਾਅ 'ਤੇ ਘੱਟ ਰਹੇ ਹਨ, ਪਰ ਉਹ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਰਹੇ ਹਨ। ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਦੂਜੇ ਪੱਧਰ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਜ਼ੀਰੋ ਹੈ, ਭਾਵ ਬਿੰਦੂ C ਉੱਤੇ।
- C. **ਤੀਜੀ ਅਵਸਥਾ (Stage 3):** : ਇਸ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਘਟ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਵਕਰ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਝੁਕ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਵਕਰ X-ਧੁਰੇ ਤੋਂ ਹੇਠਾਂ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

**ਉਪਰੋਕਤ ਚਿੱਤਰ ਤੋਂ AP ਅਤੇ MP ਦੇ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।**

- a. AP ਪੜਾਅ 1 ਵਿੱਚ ਵੱਧ ਰਿਹਾ ਹੈ। MP ਪਹਿਲਾਂ ਚੜ੍ਹਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਫਿਰ ਡਿੱਗਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਯੋਗ ਹੈ ਕਿ ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ AP ਵਧਦਾ ਹੈ, MP ਦੀ ਗਿਣਤੀ AP ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

- b. ਪੜਾਅ 2 ਵਿੱਚ AP ਘਟਦਾ ਹੈ। MP ਉਦੋਂ ਤੱਕ ਘਟਦਾ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਇਹ ਬਿੰਦੂ C 'ਤੇ ਜ਼ੀਰੋ ਤੱਕ ਨਹੀਂ ਪਹੁੰਚ ਜਾਂਦਾ। MP, AP ਤੋਂ ਹੇਠਾਂ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਤੱਕ AP ਘਟ ਰਿਹਾ ਹੈ।
- c. ਸਟੇਜ 3 ਵਿੱਚ MP ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕਿ AP ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਜਾਰੀ ਹੈ, ਇਹ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਯਾਦ ਰੱਖਣਾ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਭਾਵੇਂ MP ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੈ, AP ਨੂੰ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਰਹਿਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

**MP ਅਤੇ TP ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਵੀ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।**

- a. ਜਦੋਂ ਤੱਕ MP ਵਧਦਾ ਹੈ, ਪੜਾਅ 1 ਵਿੱਚ TP ਵੱਧਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਦਾ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ MP ਘਟਦਾ ਹੈ, TP ਘਟਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਦਾ ਹੈ।
- b. ਪੜਾਅ 2 ਦੇ ਦੌਰਾਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ MP ਘਟਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, TP ਘੱਟਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਦਾ ਹੈ।  $MP = 0$  ਹੋਣ 'ਤੇ TP ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਵਾਧਾ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ।
- c. ਜਦੋਂ ਸਟੇਜ 3 ਵਿੱਚ MP ਨੈਗੇਟਿਵ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, TP ਘਟਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

**ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਫੈਸਲਿਆਂ ਦਾ ਪੜਾਅ ਜਾਂ ਉੱਚਿਤ ਨਿਰਣੈ ਦੀ ਅਵਸਥਾ (The Stage of Rational Decisions)**

ਹੁਣ ਇੱਕ ਮੁੱਖ ਸਵਾਲ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਉਤਪਾਦਕ ਕਿਸ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੇਗਾ। ਇੱਕ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਉਤਪਾਦਕ ਕਦੇ ਵੀ ਪੜਾਅ 3 ਵਿੱਚ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਨਹੀਂ ਕਰੇਗਾ, ਜਿੱਥੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਪੜਾਅ 2 ਦੇ ਅੰਤ 'ਤੇ ਰੁਕ ਜਾਵੇਗਾ, ਜਦੋਂ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਜ਼ੀਰੋ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਤਪਾਦਕ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੂਜੇ ਪੜਾਅ ਦੇ ਅੰਤਮ ਬਿੰਦੂ C 'ਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦੀ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਰਤੋਂ ਕਰੇਗਾ, ਜਿੱਥੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਜ਼ੀਰੋ ਹੈ। ਫਰਗੂਸਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਭਾਵੇਂ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਇਨਪੁਟ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਮੁਫਤ ਸਨ, ਇੱਕ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਉਤਪਾਦਕ ਜ਼ੀਰੋ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਨਹੀਂ ਦੇਵੇਗਾ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਆਉਂਦੀ ਹੈ।"

ਇੱਕ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਉਤਪਾਦਕ ਪੜਾਅ 1 ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਚਾਹੇਗਾ, ਜਿੱਥੇ ਸਥਿਰ ਕਾਰਕ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਪੜਾਅ 1 ਵਿੱਚ ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਦੀ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਰਤੋਂ ਨਹੀਂ ਕਰੇਗਾ, ਅਤੇ ਉਹ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਵਧਾ ਕੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਦੇ ਮੌਕਿਆਂ ਦਾ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸ਼ੋਸ਼ਣ ਨਹੀਂ ਕਰੇਗਾ, ਜਿਸਦਾ ਐਸਤ ਉਤਪਾਦ ਪੜਾਅ 1 ਦੌਰਾਨ ਵਧਦਾ ਰਹੇਗਾ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇੱਕ ਵਾਜਬ ਉਤਪਾਦਕ ਪੜਾਅ 1 'ਤੇ ਨਹੀਂ ਰੁਕੇਗਾ, ਪਰ ਅੱਗੇ ਵਧੇਗਾ। ਉਪਰੋਕਤ ਤੋਂ, ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਉਤਪਾਦਕ ਕਦੇ ਵੀ ਪੜਾਵਾਂ 1 ਅਤੇ 3 ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਦਾ ਨਹੀਂ ਪਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਵਿੱਚ

ਪੜਾਅ 1 ਅਤੇ 3 ਗੈਰ-ਆਰਥਿਕ ਖੇਤਰਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ, ਇੱਕ ਵਾਜਬ ਉਤਪਾਦਕ ਅਕਸਰ ਪੜਾਅ 2 ਵਿੱਚ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰੇਗਾ, ਜਿੱਥੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਅਤੇ ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ ਘੱਟ ਰਿਹਾ ਹੈ।

### **I. ਵਧਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੇ ਕਾਰਨ (Causes of Increasing Marginal Returns to a Variable Factor)**

- A. **ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਦੀ ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਵਰਤੋਂ (Effective utilization of the Fixed Factor):** ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ, ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਭਰਪੂਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਜਦੋਂ ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਦੀ ਸਥਿਰ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦੀਆਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਇਕਾਈਆਂ ਜੋੜੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਤਾਂ ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਤੀਬਰਤਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਯਾਨੀ, ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਦੀ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਵਧਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦੀਆਂ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਕੀਤਾ ਗਿਆ। ਇਸ ਕਾਰਨ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਵਧਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਦਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਦੀ ਕੁਝ ਮਾਤਰਾ ਅਣਵਰਤੀ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਮੁਕਾਬਲਤਨ ਛੋਟਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- B. **ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦੀ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ (Increase in Efficiency of the variable factor) :** ਕਿਉਂਕਿ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦੀਆਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਯੂਨਿਟਾਂ ਨੂੰ ਕੰਮ ਵਿੱਚ ਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ; ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਦੀ ਵੰਡ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਵੇਰੀਏਬਲ ਇਨਪੁਟ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵੱਧ ਹੋਵੇਗੀ, ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਲਈ ਵਧੇਰੇ ਗੁੰਜਾਇਸ਼ ਜੋ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਮਦਦ ਕਰੇਗੀ।
- C. **ਕਾਰਕਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਬਿਹਤਰ ਤਾਲਮੇਲ (Better Coordination between the Factors):** ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਦੀ ਘੱਟ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦੀ ਵਾਧੂ ਵਰਤੋਂ ਸਥਿਰ ਅਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਤਾਲਮੇਲ ਦੀ ਡਿਗਰੀ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਧਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਦੀ ਹੈ।

### **II. ਘੱਟਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੇ ਕਾਰਨ (Causes of Diminishing Marginal Returns to a Factor):-**

ਇਹ ਘਟਦੀ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਪੜਾਅ ਹੈ। ਇਸ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੇ ਮੁੱਖ ਕਾਰਨ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਹਨ:

- 1) **ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਦੀ ਕਮੀ (Scarcity of the Fixed Factor):** ਜਦੋਂ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦੇ ਵਧਣ ਨਾਲ ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਜ਼ਿਆਦਾ ਤੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਦੁਰਲੱਭ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ

ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਵਧੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਤੋਂ ਘੱਟ ਅਤੇ ਘੱਟ ਸਹਾਇਤਾ ਮਿਲਦੀ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਫੈਕਟਰ ਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਅਤੇ ਔਸਤ ਉਤਪਾਦ ਘਟਦੇ ਹਨ।

- 2) **ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਅਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲਯੋਗਤਾ (Imperfect Substitutability of the Factors):** ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਅਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਿਰਤ ਵਾਧੂ ਪੂੰਜੀ ਦੀ ਥਾਂ 'ਤੇ ਲਗਾਤਾਰ ਨਹੀਂ ਵਰਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ। ਇਸ ਅਨੁਸਾਰ, ਕਾਰਕ ਵੱਲ ਵਾਪਸੀ ਘਟਣਾ ਲਾਜ਼ਮੀ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- 3) **ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਦੀ ਅਵਿਭਾਜਨਯੋਗਤਾ (Indivisibility of the Fixed Factor):** ਜੇਕਰ ਕਾਰਕ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਵਿਭਾਜਿਤ ਹੁੰਦੇ, ਤਾਂ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਸਥਿਰ ਸਾਧਨ ਦੀ ਵੱਡੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਦੂਜੇ ਸਾਧਨ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਜੋੜਨ ਦੀ ਕੋਈ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਸੀ। ਜ਼ਿਕਰਯੋਗ ਗੱਲ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਕਾਰਕ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਵੰਡੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਸਨ, ਤਾਂ ਕਾਰਕ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਹੋਣ ਦਾ ਮਸਲਾ ਪੈਦਾ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਅਤੇ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕਿਸੇ ਕਾਰਕ ਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਵਾਪਸੀ ਦੇ ਵਧਣ ਅਤੇ ਘਟਣ ਦੀ ਘਟਨਾ ਨਹੀਂ ਵਾਪਰਦੀ।
- 4) **ਕਾਰਕਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਮਾੜਾ ਤਾਲਮੇਲ (Poor Coordination between the factors):** ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਬਿੰਦੂ ਤੋਂ ਉੱਪਰ ਸਥਿਰ ਕਾਰਕ (ਆਂ) ਦੇ ਨਾਲ ਵੇਰੀਏਬਲ ਫੈਕਟਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ ਆਦਰਸ਼ ਕਾਰਕ ਅਨੁਪਾਤ ਸੀਮਾ ਨੂੰ ਪਾਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਸਿੱਟੇ ਵਜੋਂ, ਸਥਿਰ ਅਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ ਵਿਚਕਾਰ ਤਾਲਮੇਲ ਖਰਾਬ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

### **III ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਸੀਮਾਂਤ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੇ ਕਾਰਨ (Causes of Negative Marginal Returns)**

ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦ ਘਟਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਨੈਗੇਟਿਵ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਸਥਿਰ ਕਾਰਕ ਦੀ ਸਥਿਰ ਮਾਤਰਾ ਤੱਕ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨ ਵੱਲ ਨੈਗੇਟਿਵ ਸੀਮਾਂਤ ਦੀ ਵਾਪਸੀ ਦਾ ਵਰਤਾਰਾ ਉਦੋਂ ਵਾਪਰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਸਥਿਰ ਕਾਰਕ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਰਾਹ ਵਿੱਚ ਆਉਂਦੇ ਹਨ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦਨ ਵਧਣ ਦੀ ਬਜਾਏ ਘਟਦਾ ਹੈ। ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ, ਜਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਥਿਰ ਫੈਕਟਰ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਪਹਿਲੇ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ ਇਸਦੀ ਬਹੁਤਾਤ ਦੇ ਕਾਰਨ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਸੀ, ਉਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਵੇਰੀਏਬਲ ਫੈਕਟਰ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਤੀਜੇ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ ਇਸਦੀ ਬਹੁਤਾਤ ਦੇ ਕਾਰਨ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

### **IV ਘੱਟਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਆਮ ਵਰਤੋਂਯੋਗਤਾ (General Applicability of the Law of Diminishing Returns)**

ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਨਿਯਮ, ਜੋ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸੀਮਾਂਤ ਭੌਤਿਕ ਉਤਪਾਦ ਆਖਰਕਾਰ ਘਟਦਾ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਇਹ ਪਹਿਲਾਂ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਪਹਿਲਾਂ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਜਾ ਚੁੱਕੀ ਹੈ। ਮਾਰਸ਼ਲ ਤੱਕ, ਇਹ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਸੀ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਤਿੰਨ ਨਿਯਮ ਵੱਖਰੇ ਹਨ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਆਧੁਨਿਕ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀ ਮੰਨਦੇ ਹਨ ਕਿ ਘਟਣਾ, ਨਿਰੰਤਰ ਅਤੇ ਵਧਣਾ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਤਿੰਨ ਵੱਖ-

ਵੱਖ ਨਿਯਮ ਦੀ ਬਜਾਏ ਇੱਕ ਆਮ ਨਿਯਮ ਦੇ ਤਿੰਨ ਪੜਾਅ ਹਨ ਭਾਵ, ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਨਿਯਮ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਮਾਰਸ਼ਲ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ, ਇਹ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਸੀ ਕਿ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਅਤੇ ਨਿਰਮਾਣ ਉਦਯੋਗਾਂ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਘੱਟ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਾ ਨਿਯਮ ਨਿਰੰਤਰ ਜਾਂ ਵਧਦੀ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਸੀ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਇਹ ਹੁਣ ਅਜਿਹਾ ਨਹੀਂ ਹੈ; ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀਆਂ ਐਪਲੀਕੇਸ਼ਨਾਂ ਦੀ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ਾਲ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਹੈ। ਇਹ ਨਿਯਮ ਉਦਯੋਗਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਨੂੰ ਵੀ ਕਵਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉਦਯੋਗਾਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਨਿਰਮਿਤ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨ ਲਈ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਇਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਨਿਰਮਾਣ ਉਦਯੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਜ਼ਮੀਨ ਨਾਲੋਂ ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ ਵਧੇਰੇ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹਨ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਥੋੜ੍ਹੇ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਕਾਮਿਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਵਧਾਉਣ ਦਾ ਪਿੱਛਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਪੂੰਜੀ ਦੀ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਮਾਤਰਾ 'ਤੇ ਵਧੇਰੇ ਕਿਰਤ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਿਰਤ ਦਾ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਘਟਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕਿ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਵਿੱਚ ਲਾਗੂ ਹੋਣ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਖੇਤੀ ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ ਨੂੰ ਲੋੜੀਂਦੀ ਹੱਦ ਤੱਕ ਵਧਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ ਹਨ, ਪਰ ਜ਼ਮੀਨ ਨਹੀਂ, ਜੋ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਾਰਕ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਜਦੋਂ ਕਿਰਤ ਜਾਂ ਪੂੰਜੀ ਦੀਆਂ ਵਧਦੀਆਂ ਖੁਰਾਕਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਮੀਨ ਦੀ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਵਾਪਸੀ ਘਟਣੀ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਅਤੇ ਘਟਦੀ ਵਾਪਸੀ ਦਾ ਨਿਯਮ ਕਾਰਜਸ਼ੀਲ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

### **ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਸੈਕਟਰ ਵਿੱਚ ਇਸ ਨਿਯਮ ਦੇ ਲਾਗੂ ਹੋਣ ਦੇ ਕਾਰਨ (Causes for the Application of this Law to Agriculture Sector)**

ਇਹ ਨਿਯਮ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਖੇਤਰ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਹੋਣ ਦੇ ਕਈ ਕਾਰਨ ਹਨ।

- A. ਖੇਤੀ ਵਿੱਚ ਕੁਦਰਤ ਦੀ ਅਹਿਮ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਕੁਦਰਤੀ ਕਾਰਕ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮੀਂਹ ਦਾ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਉਤਪਾਦਨ 'ਤੇ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਮੀਂਹ ਦੇ ਪਾਣੀ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਲੈ ਕੇ ਕਾਫੀ ਚਿੰਤਾ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਵਾਪਸੀ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਨਿਯਮ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਲਾਗੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- B. ਲਗਾਤਾਰ ਖੇਤੀ ਨਾਲ ਜ਼ਮੀਨ ਦੀ ਉਪਜਾਊ ਸ਼ਕਤੀ ਲਗਾਤਾਰ ਘਟਦੀ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਸੀਮਾਂਤ ਵਾਪਸੀ ਘਟਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸ ਵਿੱਚ ਕਿਰਤ ਜਾਂ ਪੂੰਜੀ ਦੀਆਂ ਹੋਰ ਇਕਾਈਆਂ ਜੋੜੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।
- C. ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਦੀਆਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਜ਼ਮੀਨ ਦੇ ਵਿਸ਼ਾਲ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਫੈਲੀਆਂ ਹੋਈਆਂ ਹਨ, ਘੱਟ ਨਿਗਰਾਨੀ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇਸਦੀ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਨਾਲ ਨਿਗਰਾਨੀ ਨਹੀਂ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ। ਸਿੱਟੇ ਵਜੋਂ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਲਾਗਤ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
- D. ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਨੂੰ ਮੌਸਮੀ ਕਿੱਤਾ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਖੇਤੀ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਮਜ਼ਦੂਰਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੁਝ ਮਹੀਨਿਆਂ ਲਈ ਹੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਬਾਕੀ ਸਮਾਂ ਉਹ ਵਿਹਲੇ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ, ਜਿਸ ਕਾਰਨ ਉਤਪਾਦਨ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

E. ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਮੁਹਾਰਤ ਦੀ ਵੰਡ ਦੀ ਘੱਟ ਡਿਗਰੀ ਦੇ ਕਾਰਨ, ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਘੱਟਦੀ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਵਰਤੋਂ ਦਾ ਅਨੁਭਵ ਕਰਦੀ ਹੈ।

F. ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਜ਼ਮੀਨ ਦੇ ਸਾਰੇ ਟੁਕੜੇ ਇੱਕੋ ਤਰ੍ਹਾਂ ਉਪਜਾਊ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੇ। ਜਦੋਂ ਜ਼ਮੀਨ ਦੀ ਮੰਗ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਘੱਟ ਉਪਜਾਊ ਜ਼ਮੀਨ ਦੀ ਖੇਤੀ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਘੱਟ ਸੀਮਾਂਤ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਅਤੇ ਉੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਲਾਗਤਾਂ ਦਾ ਅਨੁਵਾਦ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਸਰਵ ਵਿਆਪਕ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਸਾਰੇ ਖੇਤਰਾਂ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

#### **V ਸੀਮਾਂਤ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ (Importance of the Law of Diminishing Marginal Returns)**

A. ਮਾਲਬਸ ਨੇ ਆਪਣੀ ਆਬਾਦੀ ਸਿਧਾਂਤ ਨੂੰ ਇਸ ਨਿਯਮ 'ਤੇ ਆਧਾਰਤ ਕੀਤਾ। ਉਸਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਅਨਾਜ ਉਤਪਾਦਨ ਆਬਾਦੀ ਦੇ ਵਾਧੇ ਤੋਂ ਪਛੜ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਘੱਟ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਅਧੀਨ ਹੈ।

B. ਇਹ ਨਿਯਮ ਰਿਕਾਰਡੇ ਦੇ ਕਿਰਾਏ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਦੀ ਨੀਂਹ ਹੈ। ਜ਼ਮੀਨ ਲਈ ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ ਦੀ ਪਹਿਲੀ ਖੁਰਾਕ ਦੂਜੀ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਪਹਿਲੀ ਅਤੇ ਦੂਜੀ ਖੁਰਾਕ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਨੂੰ 'ਕਿਰਾਇਆ' ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

C. ਇਸ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਵੰਡ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਦਾ ਆਧਾਰ ਵੀ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਵੰਡ ਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕ ਦੀਆਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ ਲਗਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਇਸਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਘਟਦੀ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਇਹ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਹਿੱਸਾ ਘਟਦਾ ਹੈ।

#### **VI ਸੀਮਾਂਤ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਮੁਲਤਵੀ ਕਰਨਾ (Postponement of the Law of Diminishing Marginal Returns)**

ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਦੋ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ, ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਮੁਲਤਵੀ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

A. ਜੇਕਰ ਤਕਨੀਕੀ ਤਰੱਕੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਵਿੱਚ ਦੇਰੀ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ, ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਵਿੱਚ ਤਰੱਕੀ ਦੇ ਨਾਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਨਿਯਮ ਬੇਅਸਰ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਅਤੇ ਘੱਟ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

B. ਇਸ ਨਿਯਮ ਦੀ ਕਾਰਵਾਈ ਉਦੋਂ ਵੀ ਮੁਲਤਵੀ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

## ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ II

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਨਿਯਮ ਕੀ ਹੈ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. TP ਅਤੇ MP ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 5.4.2 ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਪੈਮਾਨੇ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਾ ਨਿਯਮ (Law of Returns to Scale)

ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਦੋ ਕਾਰਕਾਂ ਦੇ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਪੈਮਾਨੇ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ ਦੀ ਇੱਕ ਦਿੱਤੀ ਮਾਤਰਾ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਦੋਵਾਂ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਤਬਦੀਲੀ ਪੈਮਾਨੇ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਲਿਆਉਂਦੀ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਵਿਵਹਾਰ ਜਦੋਂ ਸਾਰੇ ਇਨਪੁਟਸ ਇੱਕੋ ਅਨੁਪਾਤ ਨਾਲ ਵੱਖ-ਵੱਖਰੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਨੂੰ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਲਾਗੂ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਸਕੇਲ ਲਈ ਵਾਪਸੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਲੰਮੀ ਮਿਆਦ ਉਹ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਅਸੀਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਾਂ ਜਦੋਂ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੇ ਆਕਾਰ ਨੂੰ ਬਦਲਣਾ ਸੰਭਵ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਅਸੀਂ ਇਹਨਾਂ ਸਕੇਲਾਂ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੇ ਜਵਾਬ ਵਿੱਚ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਵਿਹਾਰ ਨੂੰ ਸਮਝਾਉਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਪੈਮਾਨੇ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵੀ ਤਬਦੀਲੀ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਸਾਰੇ ਇੰਪੁੱਟ ਜਾਂ ਕਾਰਕ ਇੱਕੋ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਬਦਲੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। Koutsoyiannis ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਪੈਮਾਨੇ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਸ਼ਬਦ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਇੱਕੋ ਅਨੁਪਾਤ ਨਾਲ ਬਦਲਦੇ ਹਨ।"

ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ, ਇੱਕੋ ਅਨੁਪਾਤ ਜਾਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾ ਕੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਧਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਾ ਨਿਯਮ ਉਸੇ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਅਜਿਹੇ ਵਾਧੇ ਨੂੰ ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਆਉਟਪੁੱਟ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕੋ ਅਨੁਪਾਤ ਦੁਆਰਾ ਜਾਂ ਵੱਖਰੇ ਅਨੁਪਾਤ ਦੁਆਰਾ ਬਦਲ ਕੇ ਵਧਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਆਓ ਇਨਪੁਟਸ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਪੱਧਰ ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰੀਏ:

$$P = f(L, K)$$

ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਦੋਵੇਂ ਕਾਰਕ, ਭਾਵ, ਕਿਰਤ (L) ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ (K) ਨੂੰ ਉਸੇ ਅਨੁਪਾਤ (k) ਵਿੱਚ ਵਧਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੁਬਾਰਾ ਲਿਖਿਆ ਜਾਵੇਗਾ:

$$P^* = f(kL, kK)$$

ਜੇਕਰ  $P^*$ , ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਸਮਾਨ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ,  $\frac{P^*}{P} = m$ , ਤਾਂ ਅਸੀਂ ਕਹਿੰਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਸਕੇਲ ਵਿੱਚ ਲਗਾਤਾਰ ਵਾਪਸੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਜੇਕਰ  $P^*$ , ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਵਾਧੇ ਤੋਂ ਘੱਟ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਭਾਵ,  $\frac{P^*}{P} < m$ , ਤਾਂ ਸਾਡੇ ਕੋਲ ਸਕੇਲ

ਵਿੱਚ ਵਾਪਸੀ ਘਟਦੀ ਹੈ।

ਜੇਕਰ  $P$ , ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਵਾਧੇ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ,  $\frac{P^*}{P} > m$ , ਸਾਡੇ ਕੋਲ ਸਕੇਲ

ਵਿੱਚ ਵਾਪਸੀ ਵਧਦੀ ਹੈ।

### **A ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਪੈਮਾਨੇ ਦੇ ਵੱਧਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਾ ਨਿਯਮ (Increasing Returns to Scale)**

ਪੈਮਾਨੇ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ ਉਦੋਂ ਵਾਪਰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਇਨਪੁਟਸ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਦੇ ਵਾਧੇ ਕਾਰਨ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਜੇਕਰ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਇਨਪੁਟਸ (ਲੇਬਰ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ) ਵਿੱਚ 100% ਵਾਧਾ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ 150% ਵਾਧੇ ਦਾ ਕਾਰਨ ਬਣਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਸਕੇਲ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਨੂੰ ਵਾਧਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਪਰੋਕਤ ਤੋਂ, ਇਹ ਕਿਹਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੇ ਵਾਧੇ ਨਾਲੋਂ ਉੱਚੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਦੀ ਹੈ।

### **ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਪੈਮਾਨੇ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੇ ਵੱਧਣ ਦੇ ਕਾਰਨ (Causes of Increasing Returns to Scale)**

ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਾਰਨ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਕਾਰਨ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ ਫਰਮ ਨੂੰ ਵੱਧ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਆ ਰਿਹਾ ਹੈ:

**A. ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਅਵਿਵਹਾਰਕਤਾ (Indivisibility of Factors):** ਕੁਝ ਕਾਰਕ ਵੱਡੀਆਂ ਅਤੇ ਗੰਢੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਵਿੱਚ ਉਪਲਬਧ ਹਨ ਅਤੇ ਇਸਲਈ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਕੁਝ ਅਵਿਭਾਜਨਯੋਗ ਅਤੇ ਗੰਢੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਜਦੋਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਇੱਕ ਛੋਟੇ ਪੱਧਰ ਤੋਂ ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ ਤੱਕ ਵਧਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਅਵਿਭਾਜਕ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਬਿਹਤਰ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਲਈ ਵਧਦੀ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

**B. ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਦੀਆਂ ਵੱਡੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ (Greater Possibilities of Specialisation of Labour and Machinery):** ਪੈਮਾਨੇ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ, ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਫਰਮ ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਡਿਗਰੀ ਪੇਸ਼ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਵੀ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਤਕਨੀਕੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਧੇਰੇ ਕੁਸ਼ਲ ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਸਥਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ।



ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਵੱਡੇ ਪੈਮਾਨੇ ਵਿੱਚ, ਆਮ ਹੋਣ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਕਾਮੇ ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਖਾਸ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਾਹਰ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਇਹ ਕਿਹਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਪੈਮਾਨਾ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਕਿਰਤ, ਮਸ਼ੀਨਾਂ, ਕਿਰਤ ਦੀ ਵੰਡ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਵਰਗੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਅਵਿਭਾਜਨਤਾ ਕਾਰਨ ਅਤੇ ਫਰਮ ਨੂੰ ਕਈ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀਆਂ ਆਰਥਿਕਤਾਵਾਂ ਉਪਲਬਧ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹਨਾਂ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਕਾਰਨ, ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਵਾਧਾ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਵਾਧੇ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਇਹ ਸਾਰੀਆਂ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਸਿਰਫ ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਸਬੰਧਤ ਫਰਮ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਪੈਮਾਨੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹਨ।

### **B ਸਮਾਨ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਾ ਨਿਯਮ (Constant Returns to Scale)**

ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਨਿਰੰਤਰ ਵਾਪਸੀ ਉਦੋਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਇਨਪੁਟਸ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵਾਧੇ ਕਾਰਨ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਬਰਾਬਰ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਜੇਕਰ ਅਸੀਂ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਦੁੱਗਣਾ ਜਾਂ ਤਿੱਗਣਾ ਕਰ ਰਹੇ ਹਾਂ ਤਾਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵੀ ਉਸੇ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਜਵਾਬ ਦੇਵੇਗੀ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਜੇਕਰ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਇਨਪੁਟਸ ਵਿੱਚ 100% ਵਾਧਾ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ 100% ਵਾਧੇ ਦਾ ਕਾਰਨ ਬਣਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਸਕੇਲ 'ਤੇ ਲਗਾਤਾਰ ਵਾਪਸੀ ਦਾ ਮਾਮਲਾ ਹੈ। ਗਣਿਤ ਵਿੱਚ, ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਲਗਾਤਾਰ ਵਾਪਸੀ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਨੂੰ ਲੀਨੀਅਰ ਸਮਰੂਪ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਜਾਂ ਪਹਿਲੀ ਡਿਗਰੀ ਦੇ ਸਮਰੂਪ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਨਿਰੰਤਰ ਵਾਪਸੀ ਉਦੋਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕੁੱਲ ਉਤਪਾਦਨ ਉਸੇ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਦਾ ਹੈ ਜਿਸ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਵਧੇ ਹਨ। ਇਹ ਸਥਿਤੀ ਉਦੋਂ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਪੱਧਰ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਪੈਮਾਨੇ ਦੀਆਂ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਪੈਮਾਨੇ ਦੀਆਂ ਅਸਥਿਰਤਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਤੀ-ਸੰਤੁਲਿਤ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ ਨੂੰ ਬਰਾਬਰ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਵਧਾਇਆ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਉਤਪਾਦਨ ਵੀ ਉਸੇ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਵਧੇਗਾ। ਕੋਬ ਅਤੇ ਡਗਲਸ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਇਸ ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ।

### **C ਘੱਟਦੇ ਪੈਮਾਨੇ ਦਾ ਪ੍ਰਤੀਫਲ (Decreasing Returns to Scale)**

ਘੱਟਦੇ ਪੈਮਾਨੇ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਾ ਨਿਯਮ ਉਦੋਂ ਵਾਪਰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਇਨਪੁਟਸ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵਾਧੇ ਕਾਰਨ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਘੱਟ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਇਨਪੁਟਸ ਵਿੱਚ 100% ਵਾਧਾ ਕਾਰਨ ਬਣਦਾ ਹੈ, ਕਹੋ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਸਿਰਫ 80% ਵਾਧਾ, ਇਹ ਸਕੇਲ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਘੱਟਦੇ ਦਾ ਮਾਮਲਾ ਹੈ। ਕੁਝ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਘੱਟਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੇ ਸੰਚਾਲਨ ਦਾ ਮੂਲ ਕਾਰਨ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਅਸਥਿਰਤਾ ਪੈਮਾਨੇ ਦੀਆਂ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪਾਰ ਕਰ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਅਯੋਗ ਅਤੇ ਘੱਟ ਉਤਪਾਦਕ ਬਣਨਾ

ਅਵਿਭਾਜਿਤ ਕਾਰਕ, ਵੱਡੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੇ ਕਾਰਨ ਨਿਯੰਤਰਣ ਦੀਆਂ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਅਤੇ ਕਠੋਰਤਾ, ਹੁਨਰਮੰਦ ਮਜ਼ਦੂਰਾਂ ਦੀ ਉੱਚ ਕੀਮਤ, ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਦੀ ਉੱਚ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਉੱਚ ਟਰਾਂਸਪੋਰਟ ਖਰਚੇ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ ਇੱਕ ਕੰਪਨੀ ਆਕਾਰ ਵਿੱਚ ਵਧਦੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਉਸਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਢਾਂਚਾ ਹੋਰ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਹੁੰਦਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਲਾਗਤ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਅਨੁਕੂਲ ਹੋਣ ਵਿੱਚ ਅਸਮਰੱਥ ਹੈ। ਕਾਰਕਾਂ ਦੇ ਵਿਸਤਾਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਬਿੰਦੂ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਪੈਮਾਨੇ ਦੀਆਂ ਅਸਥਿਰਤਾਵਾਂ ਵਾਪਰਦੀਆਂ ਹਨ, ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਸਕੇਲ ਵਿੱਚ ਵਾਪਸੀ ਘਟਦੀ ਹੈ। ਇੱਥੇ ਇਹ ਦੱਸਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਸਕੇਲ 'ਤੇ ਘੱਟ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਹੈ।

ਪਹਿਲਾ ਸੰਗਠਨ ਦੀਆਂ ਵਧਦੀਆਂ ਗੁੰਝਲਾਂ ਦੇ ਕਾਰਨ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਬਾਅਦ ਵਾਲਾ ਇੱਕ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ ਦੀਆਂ ਵਧਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ ਸਥਿਰ ਕਾਰਕਾਂ ਲਈ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। Table 3 ਸਕੇਲ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਇੱਕੋ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਵਧੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਤਾਂ ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਦਰਾਂ 'ਤੇ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਕਰਦੀ ਹੈ ਭਾਵ, ਵਧਦੀ, ਨਿਰੰਤਰ ਅਤੇ ਘਟਦੀ।

**Table 3 ਸਕੇਲ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਦਾ ਨਿਯਮ**

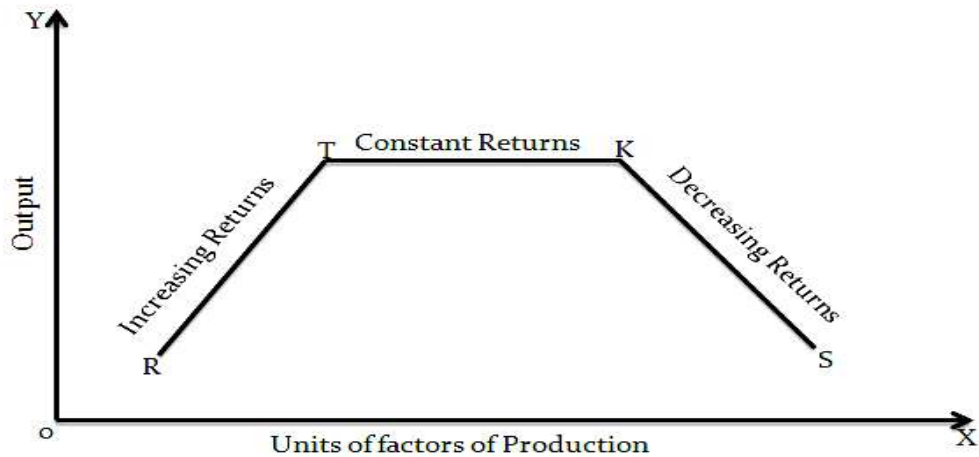
| ਵਰਤੇ ਗਏ ਸਾਰੇ<br>ਇਨਪੁਟਸ ਦੀਆਂ<br>ਇਕਾਈਆਂ | ਕੁੱਲ<br>ਵਾਪਸੀ<br>(ਕੁਇੰਟਲ) | ਔਸਤ ਰਿਟਰਨ<br>(ਕੁਇੰਟਲ)<br>(Average<br>Return) | ਸੀਮਾਂਤ ਪ੍ਰਤੀਫਲ<br>(ਕੁਇੰਟਲ)<br>(Marginal<br>Return) | ਸਕੇਲ<br>(Scale)            |
|---------------------------------------|---------------------------|--|--|----------------------------|
| 1                                     | 10                        | 10   | 10   | ਵਧ ਰਿਹਾ ਹੈ<br>(Increasing) |
| 2                                     | 22                        | 11   | 12   |                            |
| 3                                     | 35                        | 11.66  | 13   |                            |
| 4                                     | 60                        | 15   | 25   | ਨਿਰੰਤਰ<br>(Constant)       |
| 5                                     | 85                        | 17   | 25   |                            |
| 6                                     | 102                       | 17   | 17   | ਘਟ ਰਿਹਾ ਹੈ<br>(Decreasing) |
| 7                                     | 114                       | 16.28  | 12   |                            |

ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਨੂੰ ਇੱਕ ਚਿੱਤਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਚਿੱਤਰ 2 ਤੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾਵੇਗਾ ਕਿ ਜਦੋਂ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ ਵਧਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਉੱਚ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਵਧਦੀ ਹੈ।

ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਯੂਨਿਟਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਪਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਸੀਮਾਂਤ ਉਤਪਾਦ ਸਥਿਰ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵਾਧਾ ਇਨਪੁਟਸ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵਾਧੇ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਅਸੀਂ ਇਨਪੁਟਸ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ ਹੋਰ ਵਧਾਉਂਦੇ ਹਾਂ ਤਾਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਘਟਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਜਾਵੇਗਾ।

ਇਸ ਅੰਕੜੇ ਵਿੱਚ, ਉਤਪਾਦ ਵਕਰ R ਤੋਂ T ਤੱਕ ਵਧਦੀ ਰਿਟਰਨ, T ਤੋਂ K ਤੱਕ ਲਗਾਤਾਰ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਅਤੇ K ਤੋਂ S ਤੱਕ ਘੱਟਦੀ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ।

### ਚਿੱਤਰ 2



ਉਪਰੋਕਤ ਚਰਚਾ ਤੋਂ, ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ ਇੱਕੋ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਵਧਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਦਰਾਂ 'ਤੇ ਵਧਦੀ ਹੈ ਭਾਵ, ਵਧਦੀ, ਸਥਿਰ ਅਤੇ ਘਟਦੀ ਹੈ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ -III

ਪ੍ਰਸ਼ਨ.1 ਪੈਮਾਨੇ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਾ ਨਿਯਮ ਕੀ ਹੈ? ਇਸ ਨਿਯਮ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪੜਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ-----  
 -----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਪੜਾਅ ਕਿਹੜਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਉਂ?

ਉੱਤਰ -----  
 -----

### 5.5 ਸੰਖੇਪ (Summary)

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਹੈ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਇੱਕ ਭੌਤਿਕ ਸਬੰਧਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਸਨੂੰ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਇੱਕ ਖਾਸ ਪੱਧਰ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕੁਸ਼ਲ ਸਰੋਤ ਸੁਮੇਲ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਇਨਪੁਟਸ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਨਾਲ ਜੋੜਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇੰਪੁੱਟ-ਆਉਟਪੁੱਟ ਸਬੰਧ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਦੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ, ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਜਦੋਂ ਕੁਝ ਇਨਪੁਟਸ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਸਥਿਰ ਰੱਖੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇੱਕ ਇਨਪੁਟ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਨਿਯਮ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਦੂਜਾ, ਸਾਰੇ ਇਨਪੁਟਸ

ਨੂੰ ਅਨੁਪਾਤਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਰਕੇ ਇਨਪੁਟ-ਆਉਟਪੁੱਟ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਸਕੇਲ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦਾ ਨਿਯਮ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਜਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸੰਜੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਸਭ ਦੀ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਉਤਪਾਦਨ ਇੱਕ ਆਰਥਿਕਤਾ ਵਿੱਚ ਹੋਣ ਵਾਲੀ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਗਤੀਵਿਧੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਕੀ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਵੇਂ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਹੈ ਇਸ ਬਾਰੇ ਫੈਸਲੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਆਰਥਿਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਲਈ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

## 5.6 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ (Questions for Practice)

### A. ਛੋਟੇ ਉੱਤਰ ਸਵਾਲ

- Q1. ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਕੀ ਹੈ?
- Q2. ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਸਥਿਰ ਅਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਫਰਕ ਕਰੋ?
- Q3. ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦਾ ਜ਼ਿਕਰ ਕਰੋ।
- Q4. ਕਿਸੇ ਕਾਰਕ ਲਈ ਵਾਪਸੀ ਵਧਾਉਣ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q5. ਤੁਸੀਂ ਪੈਮਾਨੇ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੇ ਨਿਯਮ ਬਾਰੇ ਕੀ ਸਮਝਦੇ ਹੋ?
- Q6. ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
- Q7. TP, AP ਅਤੇ MP ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
- Q8. ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਸਥਿਰ ਅਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਫਰਕ ਕਰੋ।
- Q9. ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਤਿੰਨ ਪੜਾਵਾਂ ਦਾ ਜ਼ਿਕਰ ਕਰੋ।
- Q10. ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਕ ਕਦੇ ਪੜਾਅ 1 ਵਿੱਚ ਬੰਦ ਕਰ ਦੇਵੇਗਾ ਸ਼੍ਰੀਟ ਅਤੇ 3<sup>rd</sup> ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ?
- Q11. ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਪੜਾਅ ਕਿਹੜਾ ਹੈ?
- Q12. ਘਟ ਰਹੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਅਤੇ ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਵਧ ਰਹੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਕੀ ਹਨ?

### B. ਲੰਬੇ ਉੱਤਰ ਸਵਾਲ

- Q1. ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਇੱਕ TABLE (Table) ਅਤੇ ਚਿੱਤਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਇਸ ਨਿਯਮ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪੜਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

- Q2. ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਬਿਆਨ ਕਰੋ ਅਤੇ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਇਹ ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਦੇ ਨਿਯਮ ਤੋਂ ਕਿਵੇਂ ਵੱਖਰਾ ਹੈ?
- Q3. ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਤਿੰਨ ਪੜਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਅਤੇ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਵਿੱਚ, ਜੋ ਕਿ ਪੜਾਅ 'ਇੱਕ ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਨਿਰਮਾਤਾ ਨੂੰ ਸੰਚਲਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ?
- Q4. ਘਟਦੀ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਅਤੇ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਇਹ ਨਿਯਮ ਕਿਉਂ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ? ਕੀ ਇਹ ਸਿਰਫ ਖੇਤੀਬਾੜੀ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ?
- Q5. ਉਹਨਾਂ ਹਾਲਾਤਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ ਜਿਹਨਾਂ ਦੇ ਤਹਿਤ ਇੱਕ ਕਾਰਕ ਦੀ ਵੱਧ ਰਹੀ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਕੰਮ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਕੀ ਇਹ ਹਮੇਸ਼ਾ ਉਦਯੋਗ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ?
- Q6. ਪੈਮਾਨੇ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਫਲ ਦੁਆਰਾ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਸਮਝਦੇ ਹੋ? ਸਕੇਲ ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਦੀਆਂ ਤਿੰਨ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

### 5.7 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ

- L. Ahuja, Principles of Microeconomics, S. Chand & Company Ltd. New Delhi
- D.N. Diwedi, Microeconomics, Theory and Application, Vikas Publishing House, New Delhi.
- Perloff, J. M, Microeconomics, Theory and Application with Calculus, Pearson Addison Wesley.
- Koutsoyiannis, A, Modern Microeconomics, The Macmillan Press Ltd.

## ਬੈਚਲਰ ਆਫ਼ ਆਰਟਸ

### ਸਮੈਸਟਰ I

#### ਕੋਰਸ: ਵਿਅਕਤੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ

---

#### ਯੂਨਿਟ 6: ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਲਾਗਤ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ

---

#### ਢਾਂਚਾ

#### 6.0 ਉਦੇਸ਼

#### 6.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

#### 6.2 ਲਾਗਤਾਂ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ

#### 6.3 ਲਾਗਤ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ

##### 6.3.1 ਲਾਗਤਾਂ ਦਾ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ

6.3.1.1 ਸਥਿਰ ਅਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤਾਂ

6.3.1.2 ਥੋੜ੍ਹੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਐਸਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ

6.3.1.3 ਛੋਟੀ ਮਿਆਦ ਦੇ ਸੀਮਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ

6.3.1.4 ਐਸਤ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ

6.3.1.5 ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੀ ਐਸਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ

6.3.1.6 ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਸੀਮਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ

##### 6.3.2 ਲਾਗਤ ਦਾ ਆਧੁਨਿਕ ਸਿਧਾਂਤ

6.3.2.1 ਅਲਪ-ਕਾਲ ਐਸਤ ਲਾਗਤ

6.3.2.2 ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਸੀਮਤ ਲਾਗਤ

6.3.2.3 ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਐਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ

6.3.2.4 ਦੀਰਘ ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ

#### 6.4 ਆਮਦਨ ਸੰਕਲਪ

6.4.1 ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ (TR)

6.4.2 ਐਸਟ ਆਮਦਨ (AR)

6.4.3 ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ (MR)

6.5 AR ਅਤੇ MR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ

6.6 AR, MR ਅਤੇ TR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ

6.7 AR, MR, TR ਅਤੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ

6.8 ਆਮਦਨ ਕਰਵ

6.8.1 ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ

6.8.2 ਅਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ

6.8.3 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਅਧੀਨ ਆਮਦਨ ਕਰਵ

6.8.4 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ

6.9 ਆਮਦਨ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ

6.10 ਸੰਖੇਪ

6.11 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ

6.12 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ

## 6.0 ਉਦੇਸ਼ (Objectives)

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ, ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਇਹ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਵੇਗਾ:

- ਸਥਿਰ ਅਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਦਾ ਅਰਥ ਨਿਰਧਾਰਨ ਕਰਨ
- ਲਾਗਤ ਦੇ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਤਹਿਤ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਜਾਣਨ
- ਲਾਗਤ ਦੇ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਤਹਿਤ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਨ
- ਆਧੁਨਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਤਹਿਤ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਨ

- ਆਮਦਨ ਵਕਰਾਂ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਅਤੇ ਆਕਾਰਾਂ ਬਾਰੇ ਜਾਣਨ
- AR, MR ਅਤੇ TR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਨ
- ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ AR ਅਤੇ MR ਵਕਰਾਂ ਦੇ ਆਕਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਨੂੰ ਵਿਸਤ੍ਰਿਤ ਕਰਨ

### **6.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)**

ਉਤਪਾਦਨ ਕਿਸੇ ਵੀ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੀਆਂ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ। ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਚਾਰ ਸ੍ਰੋਤ ਹਨ ਅਰਥਾਤ ਜ਼ਮੀਨ, ਕਿਰਤ, ਪੂੰਜੀ ਅਤੇ ਉੱਦਮ। ਉਤਪਾਦਨ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇਨਪੁਟਸ ਨੂੰ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਬਦਲਣਾ ਹੈ। ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਲਈ, ਜਦੋਂ ਇਹਨਾਂ ਸ੍ਰੋਤਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹਨਾਂ ਸਾਧਨਾਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਲਈ ਕੁਝ ਮਿਹਨਤਾਨਾ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਕੀਤੀ ਅਦਾਇਗੀ ਉਤਪਾਦਨ ਯੂਨਿਟ ਲਈ ਲਾਗਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਨਪੁਟਸ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਲਈ ਕੀਤੀ ਗਈ ਅਦਾਇਗੀ ਨੂੰ ਲਾਗਤ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਆਧੁਨਿਕ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਲਾਗਤਾਂ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਨੂੰ ਨਜ਼ਰਅੰਦਾਜ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਲਾਗਤ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਸਾਧਨਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ ਜੋ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਆਕਾਰ ਅਤੇ ਗੁਣਵੱਤਾ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਲਾਗਤਾਂ ਸਮਾਜ ਵਿੱਚ ਸਪਲਾਈ ਅਤੇ ਮੰਗ ਦੇਵਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਕੀਮਤ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਲਾਗਤ ਇੱਕ ਫਰਮ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਨ ਜਾਂ ਨਾ ਕਰਨ ਦੀ ਸਲਾਹ ਦਿੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦਨ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਦੇ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।

### **6.2 ਲਾਗਤਾਂ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ (Types of Costs)**

ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਲਾਗਤ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਨਿਯੰਤ੍ਰਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਸ਼ਕਤੀ ਹੈ। ਇੱਥੇ ਇਹ ਦੱਸਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਹਰੇਕ ਪੱਧਰ ਲਈ, ਫਰਮ ਸਾਧਨਾਂ ਦੇ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਲਾਗਤ ਸੁਮੇਲ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਲਾਗਤਾਂ ਦੀਆਂ ਕਈ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਆਧੁਨਿਕ ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ ਵਰਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਹੇਠਾਂ ਵਿਆਖਿਆ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਅਸੀਂ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਉਤਪੱਤੀ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦੇ ਹਾਂ।

ਕੀਮਤ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ ਵਰਤੀਆਂ ਜਾਣ ਵਾਲੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ ਹਨ, ਇਹ ਪੈਸੇ ਦੀ ਲਾਗਤ, ਸਪੱਸ਼ਟ ਲਾਗਤਾਂ, ਅਪ੍ਰਤੱਖ ਲਾਗਤਾਂ, ਅਸਲ ਲਾਗਤਾਂ, ਮੌਕੇ (ਅਵਸਰ) ਦੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ, ਨਿੱਜੀ ਅਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਲਾਗਤਾਂ ਆਦਿ ਹਨ।

1. **ਪੈਸੇ ਦੀ ਲਾਗਤ (Money Cost):** ਇਹ ਇੱਕ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਇਸਦੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ 'ਤੇ ਪੈਸਾ ਖਰਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਕ ਉਤਪਾਦਾਂ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੇ ਇਨਪੁਟਸ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ



ਸਿਰਫ ਪੈਸੇ ਦੀ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਮੰਨਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਦੀ ਖਰੀਦ, ਕਿਰਾਇਆ, ਮਜ਼ਦੂਰੀ ਅਤੇ ਮਜ਼ਦੂਰਾਂ ਨੂੰ ਅਦਾ ਕੀਤੀਆਂ ਤਨਖਾਹਾਂ, ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਦੀ ਖਰੀਦ ਅਤੇ ਮੁਰੰਮਤ, ਬਿਜਲੀ, ਈਧਨ, ਆਵਾਜਾਈ, ਬੀਮਾ ਅਤੇ ਟੈਕਸ ਭੁਗਤਾਨ ਆਦਿ ਲਈ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਭੁਗਤਾਨ ਹਨ। ਪੈਸੇ ਦੀ ਲਾਗਤ ਮੁਦਰਾ (Money) ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਈ ਗਈ ਉਤਪਾਦਨ ਲਾਗਤ ਹੈ।

2. **ਸਪੱਸ਼ਟ ਲਾਗਤ (Explicit Cost):** ਇਹ ਉਹਨਾਂ ਸਾਰੇ ਖਰਚਿਆਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ ਜੋ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਮਾਲ ਖਰੀਦਣ ਲਈ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਦੀ ਖਰੀਦ, ਘਟਾਉ ਖਰਚ (Depreciation charges) ਈਧਨ, ਬਿਜਲੀ ਦੇ ਬਿੱਲ, ਆਵਾਜਾਈ ਦੀ ਲਾਗਤ ਆਦਿ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ, ਇਸ ਲਈ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਏਜੰਟਾਂ ਨੂੰ ਦਿੱਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਲੇਖਾ ਖਰਚੇ ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
3. **ਅਪ੍ਰਤੱਖ ਲਾਗਤ ਜਾਂ ਅਣਦੇਖੀ ਲਾਗਤ (Implicit Cost):** ਇਹ ਅਪ੍ਰਤੱਖ ਜਾਂ ਅਣਦੇਖੀ ਲਾਗਤਾਂ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਅਪ੍ਰਤੱਖ ਲਾਗਤਾਂ ਸਵੈ-ਮਾਲਕੀਅਤ ਜਾਂ ਸਵੈ-ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ ਹਨ। ਇਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਉਸਦੀ ਆਪਣੀ ਜ਼ਮੀਨ ਦਾ ਕਿਰਾਇਆ, ਉਸਦੀ ਆਪਣੀ ਪੂੰਜੀ ਤੇ ਅਦਾ ਕੀਤਾ ਵਿਆਜ ਅਤੇ ਉਸਦੀ ਆਪਣੀ ਮਜ਼ਦੂਰੀ ਦੀ ਤਨਖਾਹ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਲੇਖਾ-ਜੋਖਾ ਲਾਗਤਾਂ ਜਾਂ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦੀ ਨਕਦ ਅਦਾਇਗੀ, ਜੋ ਕਿ ਫਰਮ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਾਧਨਾਂ ਨੂੰ ਖਰੀਦਣ ਜਾਂ ਕਿਰਾਏ 'ਤੇ ਲੈਣ ਲਈ ਮਾਲਕੀ ਵਾਲੇ ਹੋਰ ਸਾਧਨਾਂ ਲਈ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਨੂੰ ਸਪੱਸ਼ਟ ਲਾਗਤਾਂ ਵਜੋਂ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਹੋਰ ਸਾਧਨਾਂ ਲਈ ਪੈਸੇ ਦੇ ਇਨਾਮ ਜੋ ਉੱਦਮੀ ਖੁਦ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਰਮ ਵਿੱਚ ਨੈਕਰੀ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਨੂੰ ਅੰਤਰੀਵ ਲਾਗਤ ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀ ਸਪੱਸ਼ਟ ਅਤੇ ਅਪ੍ਰਤੱਖ ਦੋਵਾਂ ਲਾਗਤਾਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦੇ ਹਨ।

$$\begin{aligned} \text{ਆਰਥਿਕ ਲਾਗਤ} &= \text{ਲੇਖਾ-ਜੋਖਾ ਖਰਚੇ} + \text{ਅਪ੍ਰਤੱਖ ਖਰਚੇ} \\ &= \text{ਸਪੱਸ਼ਟ ਲਾਗਤ} + \text{ਅਪ੍ਰਤੱਖ ਲਾਗਤ} \end{aligned}$$

4. **ਅਸਲ ਲਾਗਤ (Real Cost):** ਉਤਪਾਦਕ ਕੇਵਲ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਆਪਣੀ ਨਿੱਜੀ ਲਾਗਤ ਦੀ ਗਣਨਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ ਉਹਨਾਂ ਲਾਗਤਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ ਜੋ ਸਮਾਜ ਦੁਆਰਾ ਉਠਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਨੂੰ ਅਸਲ ਲਾਗਤ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਮਿੱਲ ਮਾਲਕ ਆਪਣੇ ਪੈਸੇ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਹੀ ਗਿਣੇਗਾ ਅਤੇ ਆਸ-ਪਾਸ ਰਹਿਣ ਵਾਲੇ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਦੁੱਖਾਂ ਜਾਂ ਕੁਰਬਾਨੀਆਂ ਨੂੰ ਨਜ਼ਰਅੰਦਾਜ਼ ਕਰੇਗਾ, ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਚਿਮਨੀਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਨਿਕਲਣ ਵਾਲੇ ਧੂੰਏਂ ਜਾਂ ਮਿੱਲ ਵਿੱਚੋਂ ਨਿਕਲਣ ਵਾਲੇ ਪਾਣੀ ਦੀ ਰਹਿੰਦ-ਖੂੰਹਦ ਕਾਰਨ ਵਧੇ ਹੋਏ ਮੈਡੀਕਲ ਬਿੱਲਾਂ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ।
5. **ਅਵਸਰ ਲਾਗਤ (Opportunity Costs):** ਅਜੋਕੇ ਆਰਥਿਕ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ ਮੌਕੇ ਦੀ ਲਾਗਤ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਇੱਕ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਸਥਾਨ ਰੱਖਦੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੌਕੇ ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਗਲਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਵਿਕਲਪ ਹੈ ਜੋ ਬਲੀਦਾਨ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੋ. ਬੇਨਰੈਮ ਮੌਕੇ ਦੀ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, "ਕਿਸੇ ਵੀ

ਚੀਜ਼ ਦੀ ਅਵਸਰ ਦੀ ਲਾਗਤ ਅਗਲਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਵਿਕਲਪ ਹੈ ਜੇ ਸਮਾਨ ਸਾਧਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਜਾਂ ਸਾਧਨਾਂ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਸਮੂਹ ਦੁਆਰਾ ਪੈਦਾ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਉਸੇ ਰਕਮ ਦੀ ਲਾਗਤ ਨਾਲ"।

ਮੌਕੇ ਦੀ ਲਾਗਤ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਪਹਿਲਾਂ ਦੇ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਨੁਕਤੇ ਰੱਖਦੀ ਹੈ, ਕਿਸੇ ਵੀ ਚੀਜ਼ ਦੀ ਅਵਸਰ ਦੀ ਲਾਗਤ ਸਿਰਫ ਅਗਲਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਵਿਕਲਪ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਇੱਕ ਚੰਗੀ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਅਵਸਰ ਦੀ ਲਾਗਤ ਕੋਈ ਹੋਰ ਵਿਕਲਪਿਕ ਚੰਗੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਜੇ ਸਮਾਨ ਸਾਧਨਾਂ ਨਾਲ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਇਹ ਸਿਰਫ ਸਭ ਤੋਂ ਕੀਮਤੀ ਕੋਈ ਹੋਰ ਚੰਗੀ ਚੀਜ਼ ਹੈ, ਜੋ ਉਹੀ ਕਾਰਕ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਦੂਜਾ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਯੋਗ ਕਾਰਕ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਹਨ। ਇੱਕ ਚੀਜ਼ ਉਹੀ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀ ਜੋ ਅਗਲੇ ਵਧੀਆ ਵਿਕਲਪਕ ਚੰਗੇ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੀ ਹੈ।

ਇਸ ਲਈ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਅਵਸਰ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਅਗਲੀ-ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਵਿਕਲਪਕ ਚੰਗੀ ਚੀਜ਼ ਵਜੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੋ ਘੱਟ ਜਾਂ ਘੱਟ ਇੱਕੋ ਜਿਹੇ ਸਾਧਨਾਂ ਦੇ 'ਸਮਾਨ ਮੁੱਲ' ਨਾਲ ਪੈਦਾ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਯੂਨਿਟ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਗਏ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਸਾਧਨਾਂ ਦੇ ਮੁੱਲ ਲਈ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕਿਸੇ ਵੀ ਇਕਾਈ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਲਪਿਕ ਲਾਗਤਾਂ ਜਾਂ ਟ੍ਰਾਂਸਫਰ ਲਾਗਤਾਂ ਵਜੋਂ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਫੈਕਟਰੀ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੇ ਸਰੋਤਾਂ ਨਾਲ ਵਾਸ਼ਿੰਗ ਮਸ਼ੀਨਾਂ ਅਤੇ ਫਰਿੱਜਾਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਸਿਰਫ ਦੋ ਲੱਖ ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਾਸ਼ਿੰਗ ਮਸ਼ੀਨਾਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਇਸ ਲਈ ਫਰਿੱਜ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਲੱਖ ਰੁਪਏ ਹੈ।

**6. ਨਿੱਜੀ ਅਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਲਾਗਤਾਂ (Private and Social Costs):** ਕੁਝ ਖਾਸ ਲਾਗਤਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਫਰਮ ਦੇ ਕੰਮ ਦੇ ਕਾਰਨ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਪਰ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਪਾਰਕ ਫੈਸਲਿਆਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਅਜਿਹੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ ਫਰਮਾਂ ਦੁਆਰਾ ਸਪੱਸ਼ਟ ਤੌਰ 'ਤੇ ਅਦਾ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਕੁਝ ਅਜਿਹੇ ਖਰਚੇ ਸਮਾਜ ਦੁਆਰਾ ਅਦਾ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਫਰਮ ਦੇ ਫੈਸਲੇ ਦੁਆਰਾ ਪੈਦਾ ਹੋਈ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਦੋ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

- a) ਫਰਮਾਂ ਦੁਆਰਾ ਅਦਾ ਕੀਤੇ ਜਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੇ ਗਏ ਅਤੇ 'ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਲਾਗਤਾਂ' ਵਜੋਂ ਜਾਣੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ,
- b) ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਫਰਮਾਂ ਦੁਆਰਾ ਅਦਾ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਮੁਫਤ ਉਪਲਬਧ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਪੈਦਾ ਹੋਈ ਅਯੋਗਤਾ ਅਤੇ 'ਸਮਾਜਿਕ ਲਾਗਤਾਂ' ਵਜੋਂ ਜਾਣੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਨਿੱਜੀ ਖਰਚੇ ਉਹ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਜਾਂ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਬਜ਼ਾਰ ਤੋਂ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਖਰੀਦ 'ਤੇ ਖਰਚੇ ਜਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਇੱਕ ਫਰਮ ਲਈ, ਸਾਰੀਆਂ ਅਸਲ ਲਾਗਤਾਂ, ਸਪੱਸ਼ਟ ਅਤੇ ਅਪ੍ਰਤੱਖ ਦੋਵੇਂ, ਨਿੱਜੀ ਖਰਚੇ ਹਨ। ਨਿੱਜੀ ਲਾਗਤਾਂ ਨੂੰ ਇਸ ਅਰਥ ਵਿੱਚ ਅੰਦਰੂਨੀ ਬਣਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ 'ਸਰੋਤ ਦੀ ਵਰਤੋਂ

ਕਰਨ ਦਾ ਅਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਫਰਮ ਨੂੰ ਮਾਲਕੀ ਵਾਲੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦਾ ਮੁਆਵਜ਼ਾ ਦੇਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਸਿਰਫ ਅੰਦਰੂਨੀ ਲਾਗਤ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਫਰਮ ਦੀ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਸਮਾਜਿਕ ਲਾਗਤ ਉਸ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਸਮਾਜ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਨ ਸਹਿਣ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਸਮਾਜਿਕ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ 'ਨਿੱਜੀ ਲਾਗਤ' ਅਤੇ 'ਬਾਹਰੀ ਲਾਗਤ' ਦੋਵੇਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਬਾਹਰੀ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ (a) 'ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਲਾਗਤ ਜਿਸ ਲਈ ਫਰਮ ਨੂੰ ਕੋਈ ਕੀਮਤ ਅਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਮਜਬੂਰ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ', ਜਿਵੇਂ ਕਿ, ਵਾਯੂਮੰਡਲ, ਨਦੀਆਂ, ਝੀਲਾਂ ਅਤੇ ਜਨਤਕ ਉਪਯੋਗੀ ਸੇਵਾਵਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਰੋਡਵੇਜ਼, ਡਰੇਨੇਜ ਸਿਸਟਮ ਆਦਿ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਅਤੇ (b) ਹਵਾ, ਪਾਣੀ ਅਤੇ ਸ਼ੇਰ ਪ੍ਰਦੂਸ਼ਣ ਆਦਿ ਦੁਆਰਾ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਅਯੋਗਤਾ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਲਾਗਤ। ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੁਆਰਾ ਪੈਦਾ ਕੀਤੇ ਗਏ ਕਈ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਸਿਹਤ ਖਤਰਿਆਂ ਤੋਂ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਅਤੇ ਜਨਤਾ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਕੀਤੇ ਗਏ ਖਰਚੇ ਦੀ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਸਮਾਜਿਕ ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਅਨੁਮਾਨ ਵਿੱਚ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

### **ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ- I**

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਸਪਸ਼ਟ ਅਤੇ ਅਪ੍ਰਤੱਖ ਲਾਗਤਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਅਵਸਰ ਲਾਗਤ ਕੀ ਹੈ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

### **6.3 ਲਾਗਤ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ (Theories of Cost)**

ਹੁਣ, ਅਸੀਂ ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਅਤੇ ਆਧੁਨਿਕ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਸ਼ਕਲ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਾਂਗੇ।

#### **6.3.1 ਲਾਗਤ ਦਾ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ (Traditional Theory of Cost)**

ਕੁਝ ਕਾਰਕ ਹਨ ਜੋ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨਾਲ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਐਡਜਸਟ ਕੀਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਕਾਰਕ ਕਿਰਤ, ਕੱਚਾ ਮਾਲ ਆਦਿ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਕੁਝ ਕਾਰਕ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪੂੰਜੀ ਉਪਕਰਣ, ਇਮਾਰਤਾਂ ਆਦਿ ਜੋ ਇੰਨੇ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਭਿੰਨ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੇ। ਇਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਭਿੰਨਤਾਵਾਂ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਮੁਕਾਬਲਤਨ ਲੰਬਾ ਸਮਾਂ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਕੱਚੇ ਮਾਲ, ਲੇਬਰ ਆਦਿ ਵਰਗੇ ਕਾਰਕ, ਜੋ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਨਾਲ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਭਿੰਨ ਹੋ ਸਕਦੇ

ਹਨ, ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨਾਂ ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਪੂੰਜੀ ਉਪਕਰਣ ਅਤੇ ਇਮਾਰਤਾਂ ਵਰਗੇ ਕਾਰਕ ਜੋ ਇੰਨੇ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਭਿੰਨ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੇ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਸਥਿਰ ਕਾਰਕ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ ਅਤੇ ਸਥਿਰ ਸਾਧਨਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਇਸ ਅੰਤਰ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀ ਅਲਪ ਕਾਲ ਅਤੇ ਦੀਰਘ ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਮਿਆਦ ਉਹ ਸਮਾਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸਿਰਫ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਲੇਬਰ, ਕੱਚਾ ਮਾਲ ਆਦਿ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਬਦਲ ਕੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਧਾਇਆ ਜਾਂ ਘਟਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਸਥਿਰ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪੂੰਜੀ ਉਪਕਰਣ, ਫੈਕਟਰੀ ਬਿਲਡਿੰਗ ਆਦਿ ਬਦਲਿਆ ਨਹੀਂ ਜਾ ਸਕਦਾ, ਭਾਵ ਸਥਿਰ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਬਦਲੀ ਨਹੀਂ ਰਹਿੰਦੀ।

ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੀ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਲਗਭਗ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤਾਂ (TFC) ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਇਨਪੁਟਸ ਲਈ ਸਮੇਂ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਫਰਮ ਦੇ ਖਰਚੇ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤਾਂ (TVC) ਸਾਰੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਇਨਪੁਟਸ ਲਈ ਸਮੇਂ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੇ ਗਏ ਕੁੱਲ ਖਰਚੇ ਹਨ। ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕੁੱਲ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਕੁਝ ਹੋਰ ਸੰਕਲਪਾਂ ਵਿੱਚ ਸਪੱਸ਼ਟ ਲਾਗਤਾਂ ਅਤੇ ਅਪ੍ਰਤੱਖ ਲਾਗਤਾਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਸਪੱਸ਼ਟ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਵਰਤੇ ਗਏ ਅਸਲ ਇਨਪੁਟਸ ਦਾ ਮੁੱਲ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਫਰਮ ਦੀ ਮਲਕੀਅਤ ਵਾਲੇ ਮੁੱਲ ਇਨਪੁੱਟ ਦਾ ਅੰਦਾਜ਼ਾ ਇਸ ਗੱਲ ਤੋਂ ਲਗਾਇਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਆਪਣੀ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਵਿਕਲਪਕ ਵਰਤੋਂ ਵਿੱਚ ਕੀ ਕਮਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।

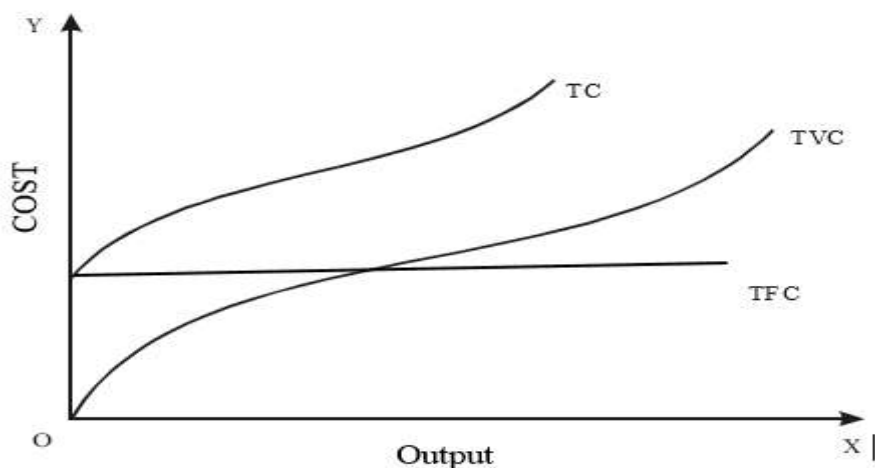
### **6.3.1.1 ਸਥਿਰ ਲਾਗਤਾਂ ਅਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤਾਂ (Fixed Costs and Variable Costs)**

ਸਥਿਰ ਲਾਗਤਾਂ ਉਹ ਲਾਗਤਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਆਉਟਪੁੱਟ ਤੋਂ ਸੁਤੰਤਰ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਭਾਵ ਉਹ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਬਦਲਦੀਆਂ। ਇਹ ਲਾਗਤਾਂ ਇੱਕ 'ਸਥਿਰ' ਰਕਮ ਹਨ ਜੋ ਕਿ ਇੱਕ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਥੋੜੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਖਰਚੇ ਜਾਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ ਭਾਵੇਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵੱਡਾ ਹੋਵੇ ਜਾਂ ਛੋਟਾ। ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਬੰਦ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਵੀ ਇਹ ਖਰਚਾ ਉਸ ਨੂੰ ਝੱਲਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਸਥਾਈ ਲਾਗਤਾਂ ਨੂੰ 'ਓਵਰਹੈੱਡ ਲਾਗਤਾਂ' ਵਜੋਂ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਠੇਕੇ ਦਾ ਕਿਰਾਇਆ, ਬੀਮਾ ਫੀਸ, ਰੱਖ-ਰਖਾਅ ਦੇ ਖਰਚੇ, ਨਿਵੇਸ਼ ਕੀਤੀ ਪੂੰਜੀ 'ਤੇ ਵਿਆਜ, ਸੰਪੱਤੀ ਟੈਕਸ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਖਰਚੇ ਆਦਿ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤਾਂ ਉਹ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸਾਧਨਾਂ ਨੂੰ ਕਿਰਾਏ 'ਤੇ ਲੈਣ ਲਈ ਖਰਚ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਜਿਸਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਬਦਲਿਆ ਨਹੀਂ ਜਾ ਸਕਦਾ।

ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤਾਂ, ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ ਉਹ ਲਾਗਤਾਂ ਹਨ, ਜੋ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨਾਂ ਦੇ ਰੁਜ਼ਗਾਰ 'ਤੇ ਖਰਚੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਉਤਪਾਦਨ ਵਧਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਘਟਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਬਦਲਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਕੁਝ ਸਮੇਂ ਲਈ ਬੰਦ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਹੀਂ ਕਰੇਗੀ ਅਤੇ ਇਸਲਈ, ਫਰਮ ਕੋਈ ਵੀ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਖਰਚੇ ਨਹੀਂ ਚੁੱਕੇਗੀ। ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤਾਂ ਨੂੰ 'ਪ੍ਰਾਈਮ ਲਾਗਤ' ਜਾਂ 'ਸਿੱਧੀ ਲਾਗਤ' ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਜੋੜ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ OX ਧੁਰੀ ਤੋਂ ਲੇਟਵੀਂ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਹੈ ਜੋ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਜੇ ਵੀ ਹੋਵੇ ਉਹੀ ਭਾਵ ਲਾਗਤ ਸਥਿਰ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਜੀਰੋ ਆਉਟਪੁੱਟ ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਹੌਲੀ-ਹੌਲੀ ਅਤੇ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਤੇਜ਼ ਰਫ਼ਤਾਰ ਨਾਲ ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਢਲਾ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਕੁੱਲ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ (TFC) ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ (TVC) ਦੇ ਲੰਬਕਾਰੀ ਜੋੜ ਦੀ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ। ਕਿਉਂਕਿ TFC ਸਥਿਰ ਹੈ TC ਅਤੇ TFC ਵਿਚਕਾਰ ਅੰਤਰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਇੱਕੋ ਜਿਹਾ ਰਹੇਗਾ।

ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੀ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਇਸ ਦੀਆਂ ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤਾਂ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤਾਂ ਦਾ ਜੋੜ ਹੈ।

- TC = TFC+TVC
- ਜਿੱਥੇ TC = ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ
- TFC = ਕੁੱਲ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤਾਂ
- TVC = ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤਾਂ



ਚਿੱਤਰ 1

ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਇੱਕ ਜਾਂ ਵੱਧ ਕਾਰਕ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਕੁੱਲ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ (TFC), ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ (TVC) ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ (TC) ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

ਕਿਉਂਕਿ ਕੁੱਲ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਪੱਧਰ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ, ਕੁੱਲ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਕਰਵ X-ਧੁਰੇ ਦੇ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਹੈ। ਇਹ ਚਿੱਤਰ 1 ਵਿੱਚ ਦੇਖਿਆ ਗਿਆ ਹੈ, ਕਿ ਕੁੱਲ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਇੱਕ ਬਿੰਦੂ ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਮਤਲਬ ਕਿ ਕੁੱਲ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਖਰਚੀ ਜਾਵੇਗੀ ਭਾਵੇਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਜ਼ੀਰੋ ਹੋਵੇ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (TVC) ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਵਧਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨਾਲ ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤਾਂ ਵੀ ਵਧਦੀਆਂ ਹਨ। ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ TVC ਮੂਲ ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੇ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਜ਼ੀਰੋ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਵੀ ਜ਼ੀਰੋ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਵੀ ਨੋਟ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ TC ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਇੱਕ ਫੰਕਸ਼ਨ ਹੈ।

$$TC = f(Q)$$

ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (TC) ਲੰਬਕਾਰੀ ਕੁੱਲ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਨੂੰ ਜੋੜ ਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, TVC ਅਤੇ TC ਵਿਚਕਾਰ ਲੰਬਕਾਰੀ ਦੂਰੀ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਥਿਰ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (TC) ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ (TVC) ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇੱਕੋ ਲੰਬਕਾਰੀ ਦੂਰੀ ਹਮੇਸ਼ਾ ਦੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਨੂੰ ਵੱਖ ਕਰਦੀ ਹੈ।

### 6.3.1.2 ਅਲਪ-ਕਾਲ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (Short-Run Average Cost Curve)

ਅਲਪ-ਕਾਲ ਉਹ ਸਮਾਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸਿਰਫ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਲੇਬਰ, ਕੱਚਾ ਮਾਲ ਆਦਿ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਬਦਲ ਕੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਧਾਇਆ ਜਾਂ ਘਟਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅਲਪ-ਕਾਲ (ਥੋੜ੍ਹੇ ਸਮੇਂ) ਵਿੱਚ, ਸਥਿਰ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪੂੰਜੀ ਉਪਕਰਣ, ਫੈਕਟਰੀ ਬਿਲਡਿੰਗ ਆਦਿ ਨੂੰ ਬਦਲਿਆ ਨਹੀਂ ਜਾ ਸਕਦਾ, ਭਾਵ ਸਥਿਰ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਬਦਲੀ ਨਹੀਂ ਰਹਿੰਦੀ।

ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ ਵਧੇਰੇ ਅਕਸਰ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕੁੱਲ ਪੈਦਾਵਾਰ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ ਨਾਲ ਵੰਡੀ ਗਈ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

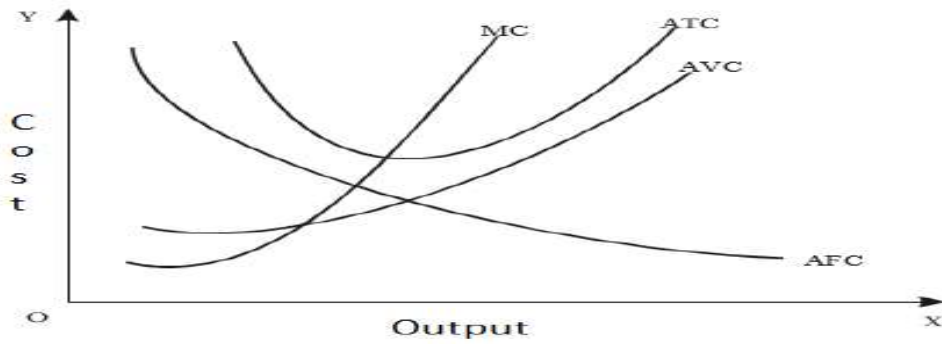
$$AC = TC/TQ$$

#### A. ਔਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ Average Fixed Cost (AFC)

ਔਸਤ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤ ਕੁੱਲ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਲਾਗਤ ਹੈ ਜੋ ਪੈਦਾ ਕੀਤੇ ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ ਨਾਲ ਭਾਗ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ,

$$AFC = TFC/TQ$$

ਜਿੱਥੇ TQ ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਚਿੱਤਰ 2 ਤੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਔਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਲਗਾਤਾਰ ਘਟਦੀ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 2

ਔਸਤ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਇੱਕ ਹੋਰ ਸੰਪੱਤੀ ਰੱਖਦਾ ਹੈ; ਜੇਕਰ ਅਸੀਂ (AFC) ਕਰਵ 'ਤੇ ਕੋਈ ਬਿੰਦੂ ਚੁੱਕਦੇ ਹਾਂ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਅਨੁਸਾਰੀ ਮਾਤਰਾ ਨਾਲ ਗੁਣਾ ਕਰਦੇ ਹਾਂ, ਤਾਂ ਉਤਪਾਦ ਇੱਕੋ ਜਿਹਾ ਹੋਵੇਗਾ ਕਿਉਂਕਿ ਕੁੱਲ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤ ਸਾਰੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ।

### B. ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤਾਂ Average Variable Costs (AVC)

ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ ਨਾਲ ਵੰਡਿਆ ਗਿਆ ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ

$$AVC = TVC/TQ$$

ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਘਟੇਗੀ ਕਿਉਂਕਿ ਵਧਦੀ ਰਿਟਰਨ ਦੀ ਮੌਜੂਦਗੀ ਦੇ ਕਾਰਨ ਆਉਟਪੁੱਟ ਜ਼ੀਰੋ ਤੋਂ ਆਮ ਸਮਰੱਥਾ ਆਉਟਪੁੱਟ ਤੱਕ ਵਧਦੀ ਹੈ। ਪਰ ਆਮ ਸਮਰੱਥਾ ਆਉਟਪੁੱਟ ਤੋਂ ਪਰੇ ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਘਟਦੀ ਰਿਟਰਨ ਦੇ ਸੰਚਾਲਨ ਦੇ ਕਾਰਨ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਵਧੇਗੀ।

ਔਸਤ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ATC ਜਾਂ AC, ਔਸਤ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਜਿਸਨੂੰ ਸਿਰਫ਼ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ ਨਾਲ ਵੰਡਿਆ ਗਿਆ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਹੈ।

ਔਸਤ ਲਾਗਤ = ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ/ਆਉਟਪੁੱਟ

$$AC = TC/TQ$$

ਕਿਉਂਕਿ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਦਾ ਜੋੜ ਹੈ, ਔਸਤ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਔਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਦਾ ਜੋੜ ਵੀ ਹੈ।

$$TC = TVC + TFC$$

$$AC = AVC + AFC$$

ਐਸਤ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਦਾ ਆਕਾਰ ਐਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਐਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰੇਗਾ। ਅਸੀਂ ਚਿੱਤਰ 2 ਵਿੱਚ ਪਾਉਂਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ, AVC ਅਤੇ AFC ਕਰਵ ਦੇਵੇਂ ਡਿੱਗਦੇ ਹਨ, ATC ਕਰਵ, ਇਸਲਈ, ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ AVC ਵਧਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਪਰ AFC ਕਰਵ ਬਹੁਤ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਡਿੱਗ ਰਿਹਾ ਹੈ, ATC ਕਰਵ ਡਿੱਗਣਾ ਜਾਰੀ ਹੈ। ਪਰ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ ਹੋਰ ਵਧਦੀ ਹੈ, AVC ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਤਿੱਖੀ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ AFC ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ATC ਕਰਵ ਇੱਕ ਬਿੰਦੂ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਵੱਧਦਾ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਐਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (ACC) ਜਿਵੇਂ AVC ਕਰਵ ਪਹਿਲਾਂ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ, ਇਸਦੇ ਨਿਊਨਤਮ ਮੁੱਲ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਵੱਧਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਐਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਲਗਭਗ 'U' ਆਕਾਰ ਦਾ ਹੈ।

### 6.3.1.3 ਅਲਪ-ਕਾਲ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (Short Run Marginal Cost Curve)

ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਆਰਥਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਸਥਾਨ ਰੱਖਦਾ ਹੈ। ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਇੱਕ ਹੋਰ ਯੂਨਿਟ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਨਾਲ ਹੋਣ ਵਾਲੀ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ 'ਵਾਧਾ' ਹੈ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ  $n-1$  ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਬਜਾਏ  $n$  ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਦਾ ਜੋੜ ਹੈ ਜਿੱਥੇ  $n$  ਇੱਕ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਸੰਖਿਆ ਹੈ।

$$MC = TC - TC_{n-1}$$

ਕਿਉਂਕਿ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਹੈ, ਇਸ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਵੀ ਲਿਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta TQ}$$

ਜਿੱਥੇ  $\Delta TC$  ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਤਬਦੀਲੀ ਹੈ ਅਤੇ  $\Delta TQ$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਛੋਟਾ ਬਦਲਾਅ ਹੈ।

MC ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਸੁਤੰਤਰ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤਾਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਬਦਲਦੀਆਂ ਹਨ, ਜਦੋਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਧਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੋਈ ਸੀਮਾਂਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤਾਂ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।

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

$$TC = TVC + TFC$$

$$= TVC_n + TFC - TVC_{n-1} - TFC$$

$$= TVC_n - TVC_{n-1}$$

ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਸੁਤੰਤਰ ਹੈ ਅਤੇ, ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਲਈ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ



$$MC = \frac{\Delta TVC}{\Delta TQ}$$

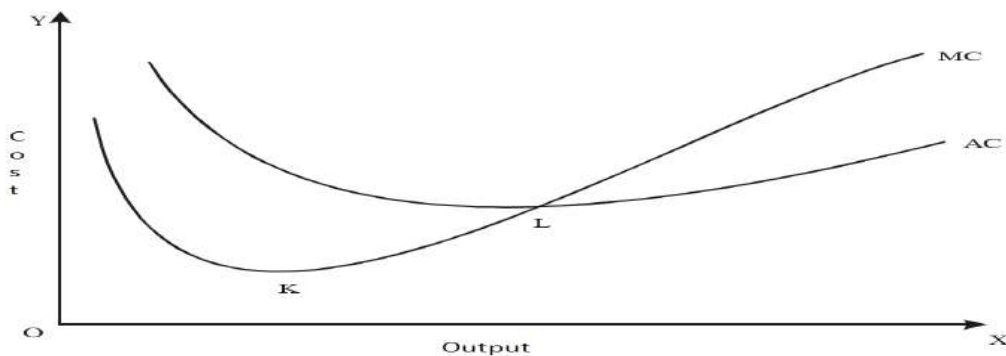
### 6.3.1.4 ਔਸਤ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ (Relation Between Average and Marginal Cost Curves)

ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਕਿਸੇ ਵੀ ਹੋਰ ਸੀਮਾਂਤ ਔਸਤ ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਮਾਨ ਹੈ। ਇਸਨੂੰ TABLE ਨੰ.1 ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਏ ਗਏ ਨਿਮਨਲਿਖਤ ਉਦਾਹਰਣ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

TABLE 1: ਔਸਤ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ

| ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ | ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ (ਰੁਪਏ) | ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ (ਰੁ.) | ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ (ਰੁ.) | ਔਸਤ ਲਾਗਤ (ਰੁ.) | ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ (ਰੁ.) |
|---------------------|------------------|------------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| 1                   | 42               | 60                     | 102             | 102            |                   |
| 2                   | 42               | 110                    | 152             | 76             | 50                |
| 3                   | 42               | 150                    | 192             | 64             | 40                |
| 4                   | 42               | 210                    | 252             | 63             | 60                |
| 5                   | 42               | 310                    | 352             | 70.4           | 100               |
| 6                   | 42               | 540                    | 552             | 97             | 230               |

ਚਿੱਤਰ 3 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਔਸਤ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਪਰ ਜਦੋਂ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਘਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ। ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਦਾ ਨਿਊਨਤਮ ਬਿੰਦੂ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਦੇ ਨਿਊਨਤਮ ਬਿੰਦੂ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਆਉਂਦਾ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 3: ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ

ਇਹ ਜ਼ਰੂਰੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਡਿੱਗ ਰਿਹਾ ਹੋਵੇ, ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਵੀ ਡਿੱਗ ਰਿਹਾ ਹੋਵੇ, ਜੋ ਯਕੀਨੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਿਹਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ, ਜਦੋਂ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਡਿੱਗ ਰਿਹਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ, ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਤੋਂ ਹੇਠਾਂ ਨੂੰ ਹੋਵੇਗਾ।

### **ਔਸਤ ਲਾਗਤ (AC) ਕਰਵ U-ਆਕਾਰ ਵਾਲਾ (Average Cost (AC) Curve U-shaped)**

ਮੂਲ ਰੂਪ ਵਿੱਚ (AC) ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਸੰਚਾਲਨ ਦੇ ਕਾਰਨ ਆਕਾਰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਵਿੱਚ, ਸਥਿਰ ਸਾਧਨਾਂ ਦਾ ਅਨੁਪਾਤ ਮੁਕਾਬਲਤਨ ਵੱਡਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹਨਾਂ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਵਿੱਚ ਘੱਟ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ AC ਡਿੱਗ ਜਾਵੇਗਾ। ਜਦੋਂ ਸਥਿਰ ਅਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਅਨੁਪਾਤ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਫਾਇਦੇਮੰਦ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ AC ਆਪਣੇ ਨਿਊਨਤਮ ਨੂੰ ਛੂਹ ਲੈਂਦਾ ਹੈ। ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ, ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਾਧਨਾਂ ਦਾ ਅਨੁਪਾਤ ਮੁਕਾਬਲਤਨ ਵੱਡਾ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ, ਇਸਲਈ, AC ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਝੁਕਦਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਜਾਣਦੇ ਹਾਂ ਕਿ AC ਜੇ ਕਿ AFC ਅਤੇ AVC ਦਾ ਜੋੜ ਹੈ। ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਵਿੱਚ AFC ਅਤੇ AVC ਦੋਵੇਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ ਡਿੱਗਦੇ ਹਨ, ਇਸਲਈ, AC ਨੂੰ ਘਟਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਜ਼ਿਆਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। AC ਜ਼ਰੂਰੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉੱਪਰ ਨਹੀਂ ਜਾਂਦਾ ਕਿਉਂਕਿ AVC ਵਧਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸ ਮਿਆਦ ਦੇ ਦੌਰਾਨ AFC ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ AVC ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਹੀ ਜਦੋਂ AVC ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ AFC ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ AC ਉੱਪਰ ਜਾਵੇਗਾ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, AC ਦਾ ਇੱਕ ਵੱਡੇ ਆਉਟਪੁੱਟ 'ਤੇ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਬਿੰਦੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ AVC ਘੱਟ ਆਉਟਪੁੱਟ 'ਤੇ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਵਿਗਾੜਾਂ ਦੀ ਉਪਲਬਧਤਾ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਦੇ U-ਆਕਾਰ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਵੀ ਪੇਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਘਟਦੀ ਰਿਟਰਨ (ਜਾਂ ਵਧਦੀ ਲਾਗਤ) ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਲਾਗੂ ਹੋਣ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੈ ਕਿ AVC ਕਰਵ ਵਧਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਇਹ U ਆਕਾਰ ਦਾ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

### **ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ-II**

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

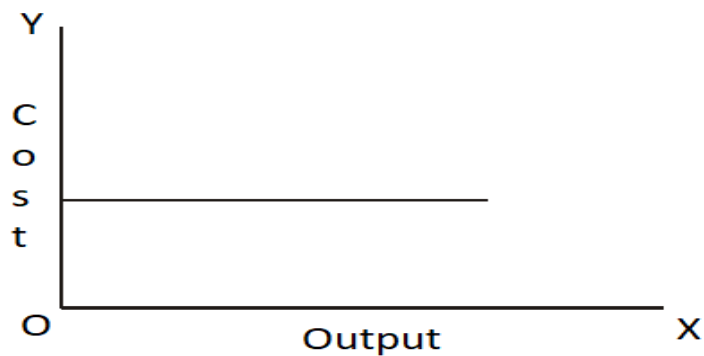
ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਔਸਤ ਲਾਗਤ (AC) ਕਰਵ U-ਆਕਾਰ ਦਾ ਕਿਉਂ ਹੈ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

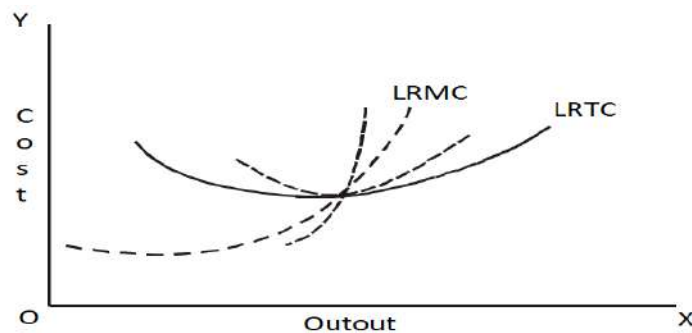
### **6.3.1.5 ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਲਈ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (Long-run Average Cost Curve)**

ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਇਨਪੁਟਸ ਨੂੰ ਸੁਤੰਤਰ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਨਾਈਟ, ਜੋਨ ਰੈਬਿਨਸਨ ਅਤੇ ਕਾਲਡੇਰ ਵਰਗੇ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਏ ਗਏ ਇੱਕ ਵਿਚਾਰ ਹਨ ਕਿ ਜੇਕਰ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਸੁਤੰਤਰ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਹਨ ਅਤੇ ਵਸਤੂ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਵੰਡਣਯੋਗ ਹੈ, ਤਾਂ ਇੱਕ ਵੱਡੀ ਫਰਮ ਨੂੰ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਇੱਕ ਛੋਟੀ ਫਰਮ ਉੱਤੇ ਕੋਈ ਫਾਇਦਾ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਲਈ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਸਾਰੀਆਂ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਵਿਗਾੜਾਂ ਨੂੰ ਅਵਿਭਾਗੀ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਹੋਂਦ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਮੰਨਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇੱਥੇ ਕੋਈ ਸੁਤੰਤਰ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਜਾਂ ਪੈਮਾਨੇ ਦੀਆਂ ਵਿਗਾੜਾਂ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਕਿਸੇ ਫਰਮ ਦਾ ਪੈਮਾਨਾ ਉਸ ਅਨੁਸਾਰ ਵਧਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਇਸਦੇ ਸਾਰੇ ਸਾਧਨਾਂ ਦੇ ਇਨਪੁਟਸ ਨੂੰ ਇੱਕੋ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਇਕੱਠਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਉਹ ਅਨੁਪਾਤ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਉਹੀ ਰਹੇ। ਕੁਦਰਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਫਿਰ ਫਰਮ (LAC ਅਤੇ LMC) ਦੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਲੇਟਵੇਂ ਹੋਣਗੇ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਹੇਠਾਂ ਚਿੱਤਰ 4 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ:



ਚਿੱਤਰ 4

ਪਰ ਚੈਂਬਰਲਿਨ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਇੱਕ ਉਲਟ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਹੈ, ਜਿਸ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਸੁਤੰਤਰ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਪੈਮਾਨੇ ਦੀਆਂ ਵਿਗਾੜਾਂ ਵੀ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਅਸੀਂ ਇਸ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਨਾਲ ਸਹਿਮਤ ਹਾਂ, ਤਾਂ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਲਾਗਤ ਦੇ ਕਰਵ ਵੀ U-ਆਕਾਰ ਦੇ ਹੋਣਗੇ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਹੇਠਾਂ ਚਿੱਤਰ 5 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ:

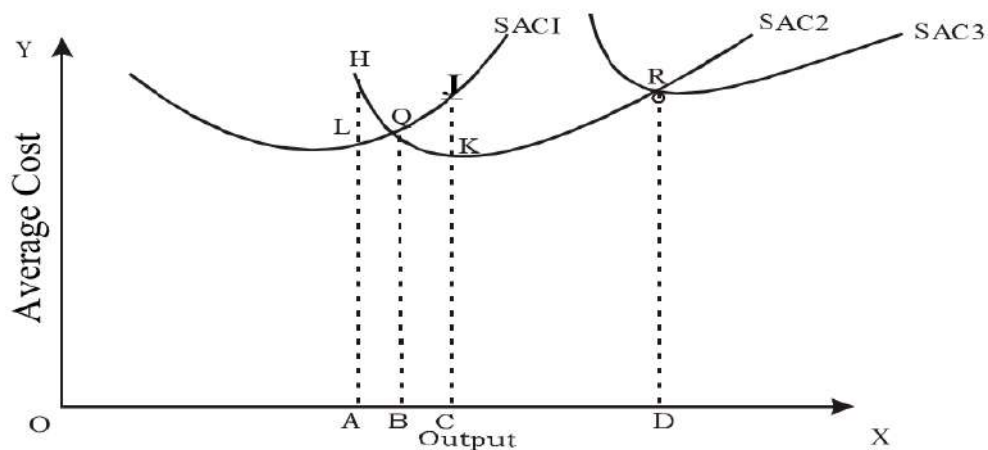


ਚਿੱਤਰ 5

ਹਾਲਾਂਕਿ, ਉਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਕਾਰਨ ਕਰਕੇ ਛੋਟੀ-ਅਵਧੀ ਦੀ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਨਾਲੋਂ ਚਾਪਲੂਸ ਹੋਣਗੇ ਕਿ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਕਾਰਕ ਅਨੁਪਾਤ ਨੂੰ ਢੁਕਵੇਂ ਢੰਗ ਨਾਲ ਅਨੁਕੂਲ ਕਰਨਾ ਸੰਭਵ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਉਸ ਦਰ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣਾ ਹੈ ਜਿਸ 'ਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਫਰਮਾਂ ਦੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਬਦਲਦੀ ਹੈ।

ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਕੋਈ ਵੀ ਕਾਰਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਸਾਰੇ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ, ਇਸਲਈ, ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਫਰਮ ਦੀ ਕੋਈ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇੱਕ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਆਉਟਪੁੱਟ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਲਾਗਤ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਕਾਰਜਸ਼ੀਲ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਸਾਰੇ ਸੰਭਾਵੀ ਪੱਧਰ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਸੰਭਾਵਿਤ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ।

ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਦੀ ਉਤਪੱਤੀ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਲਈ, ਅਸੀਂ ਚਿੱਤਰ 6 ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਏ ਗਏ ਤਿੰਨ ਛੋਟੀਆਂ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਦੇ ਹਾਂ। ਇਹਨਾਂ ਛੋਟੀਆਂ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਨੂੰ ਪਲਾਂਟ (Plant) ਕਰਵ ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਪਲਾਂਟ ਦੇ ਆਕਾਰ ਨੂੰ ਦੇਖਦੇ ਹੋਏ, ਫਰਮ ਕਿਸੇ ਵੀ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ OB ਮਾਤਰਾ ਤੱਕ, ਫਰਮ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ SAC<sub>1</sub> 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰੇਗੀ ਹਾਲਾਂਕਿ ਇਹ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਵੀ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ।



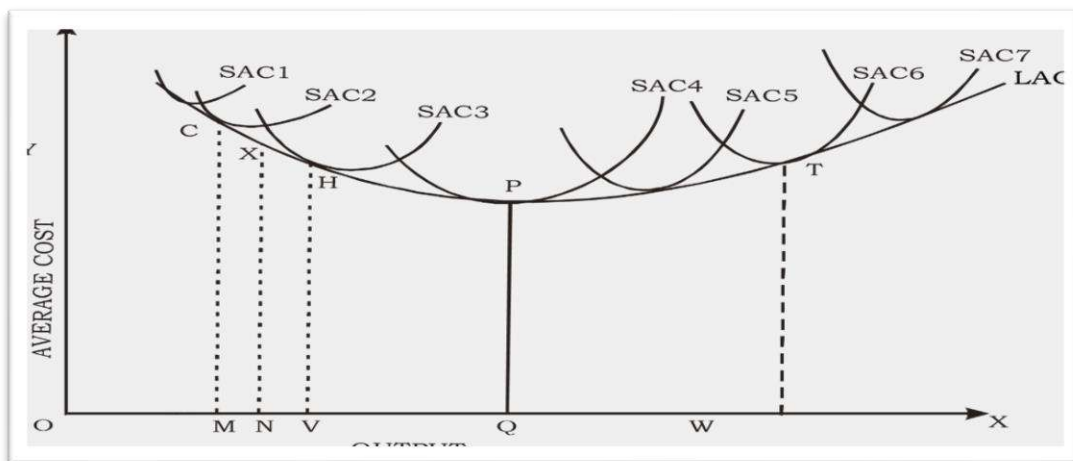
ਚਿੱਤਰ 6

ਇਹ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ OB ਮਾਤਰਾ ਤੱਕ, ਫਰਮ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ SAC<sub>1</sub> 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰੇਗੀ ਹਾਲਾਂਕਿ ਇਹ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ SAC<sub>2</sub> ਦੇ ਨਾਲ ਵੀ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ SAC<sub>1</sub> ਕਰਵ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ OB ਮਾਤਰਾ ਤੱਕ ਘੱਟ ਲਾਗਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ SAC<sub>2</sub> ਨਾਲੋਂ ਜੇਕਰ ਆਉਟਪੁੱਟ OA ਦਾ ਪੱਧਰ SAC<sub>1</sub> ਨਾਲ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ AL ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਹੋਵੇਗੀ ਅਤੇ ਜੇਕਰ

ਇਹ SAC<sub>2</sub> ਨਾਲ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ AH ਹੋਵੇਗੀ। ਇਹ ਅੰਕੜੇ ਤੋਂ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੈ ਕਿ AL AH ਤੋਂ ਛੋਟਾ ਹੈ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, OB ਤੱਕ ਦੇ ਹੋਰ ਸਾਰੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੱਧਰ ਵੱਡੇ ਪਲਾਂਟ SAC<sub>2</sub> ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਛੋਟੇ ਪਲਾਂਟ SAC<sub>1</sub> ਨਾਲ ਵਧੇਰੇ ਆਰਥਿਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪੈਦਾ ਕੀਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੈ ਕਿ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਫਰਮ ਇੱਕ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੈਦਾ ਕਰੇਗੀ ਜੋ OB (ਪਰ OD ਤੋਂ ਘੱਟ) ਤੋਂ ਵੱਡਾ ਹੈ, ਜਿੰਨਾ ਕਿ SAC<sub>1</sub> 'ਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਨਾ ਕਿਫ਼ਾਇਤੀ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਹ ਅੰਕੜੇ ਤੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾਵੇਗਾ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ OB ਤੋਂ ਵੱਡੀ ਹੈ ਪਰ OD ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ, SAC<sub>1</sub> ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ SAC<sub>2</sub> 'ਤੇ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਘੱਟ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਆਉਟਪੁੱਟ OC ਜੇਕਰ SAC<sub>2</sub> 'ਤੇ ਪੈਦਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ CK ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਇਸ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ। CJ ਜੋ ਕਿ SAC<sub>1</sub> 'ਤੇ ਪੈਦਾ ਹੋਣ 'ਤੇ ਖਰਚੀ ਗਈ ਲਾਗਤ ਹੈ।

ਇਸ ਲਈ, ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਆਉਟਪੁੱਟ OB ਅਤੇ OD ਵਿਚਕਾਰ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾ ਰਹੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ SAC<sub>2</sub> ਦੇ ਅਨੁਸਾਰੀ ਪਲਾਂਟ ਨੂੰ ਨਿਯੁਕਤ ਕਰੇਗੀ। ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਨੂੰ ਇੱਕ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਹੈ ਜੋ OD ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ, ਤਾਂ SAC<sub>2</sub> ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ SAC<sub>3</sub> ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਲਾਗਤ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਘੱਟ ਹੋਵੇਗੀ।

ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੈ ਕਿ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਫਰਮ ਕੋਲ ਇੱਕ ਪਲਾਂਟ ਦੇ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵਿਕਲਪ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਹ ਉਸ ਪਲਾਂਟ ਨੂੰ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਦੇਵੇਗੀ ਜੋ ਇੱਕ ਦਿੱਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸੰਭਵ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਯੂਨਿਟ ਲਾਗਤ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪੱਧਰਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਸੰਭਵ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਪੌਦੇ ਦੇ ਆਕਾਰ ਸਮੇਤ ਸਾਰੇ ਸਾਧਨਾਂ ਨੂੰ ਐਡਜਸਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 7: ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ

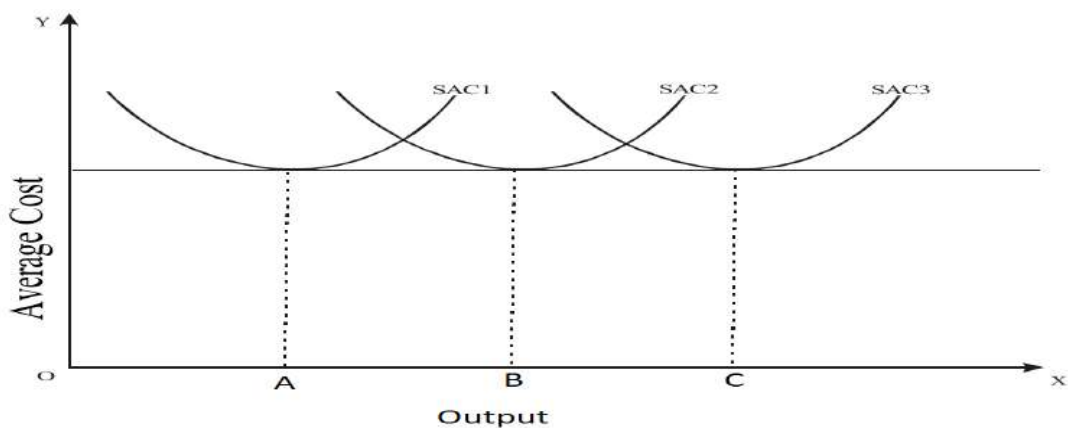
ਮੰਨ ਲਓ ਕਿ ਹੁਣ ਫਰਮ ਕੋਲ ਵਿਕਲਪਕ ਪੌਦਿਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੈ। ਫਿਰ ਹਰੇਕ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੇ AC ਲਈ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ਾਲ ਖੇਤਰ ਹੋਣ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਹੁਣ LAC ਕੋਲ ਹਰੇਕ SAC ਤੋਂ ਇੱਕ ਬਿੰਦੂ, ਟੈਂਜੈਂਸੀ LAC ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਿਤ

SAC ਦਾ ਇੱਕ ਬਿੰਦੂ ਹੋਵੇਗਾ। LAC ਫਿਰ SACs ਨੂੰ ਘੇਰ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਇਸਲਈ ਇਸਨੂੰ 'ਲਿਫਾਫਾ'(Envelop) ਕਰਵਾ ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਲੈਫਟਵਿਚ ਲਿਖਦਾ ਹੈ 'ਕਿਸੇ ਵੀ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਆਉਟਪੁੱਟ ਲਈ ਟੈਂਜੈਂਸੀ ਦੇ ਬਿੰਦੂ ਨੂੰ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਲਾਗਤ 'ਤੇ ਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਫਰਮ ਨੂੰ ਪਲਾਂਟ ਦੇ ਪੈਮਾਨੇ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜਿਸਦੀ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਉਸ ਆਉਟਪੁੱਟ 'ਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਲਈ ਸਪਰਸ਼ ਹੈ।

LAC ਬਾਅਦ ਵਾਲੇ ਦੇ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਸਿਰਫ ਸਭ ਤੋਂ ਹੇਠਲੇ SAC ਲਈ ਸਪਰਸ਼ ਹੈ। ਉਹਨਾਂ ਸਾਰੇ ਪੌਦਿਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਜੇ ਪਹਿਲਾਂ ਆਉਂਦੇ ਹਨ ਟੈਂਜੈਂਸੀ ਦਾ ਬਿੰਦੂ SAC ਦੇ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਬਿੰਦੂ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਵੱਡਾ ਪੌਦਾ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਘਟਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਪਰ ਹੇਠਲੇ SAC ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਪੌਦਿਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਟੈਂਜੈਂਸੀ ਦੇ ਬਿੰਦੂ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ SACs ਦੇ ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਜਿਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਵੱਡੇ ਪਲਾਂਟ ਦੇ ਨਿਰਮਾਣ ਦੀ ਬਜਾਏ ਇੱਕ ਛੋਟੇ ਪਲਾਂਟ ਦੀ ਵੱਧ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਲਾਗਤ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਐਲਏਸੀ ਉਹਨਾਂ ਸਾਰੇ ਬਿੰਦੂਆਂ ਦਾ ਟਿਕਾਣਾ ਹੈ ਜੋ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੱਧਰਾਂ ਲਈ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਲਾਗਤ ਦੇ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ। LAC ਨੂੰ ਲਿਫਾਫਾ ਕਰਵ ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

**ਸਥਾਈ ਲਾਗਤ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਲੰਮੀ-ਚੱਲਣ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (Long- Run Average Cost Curve in Constant Cost Case)**

ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦਨ ਫੰਕਸ਼ਨ ਰੇਖਿਕ ਅਤੇ ਸਮਰੂਪ ਹੈ ਅਤੇ ਇਨਪੁਟਸ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਵੀ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਤਾਂ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਸਾਰੇ ਪੱਧਰਾਂ 'ਤੇ ਸਥਿਰ ਰਹੇਗੀ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਅੰਜੀਰ ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।



**ਚਿੱਤਰ 8: ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ**

ਇਹ ਨੋਟ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ ਕਿ ਸਾਰੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਜਿਵੇਂ ਕਿ SAC<sub>1</sub>, SAC<sub>2</sub> ਅਤੇ SAC<sub>3</sub> ਦੀ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਇਸ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਪਲਾਂਟ ਦਾ ਆਕਾਰ ਜੋ ਵੀ ਹੋਵੇ, ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ

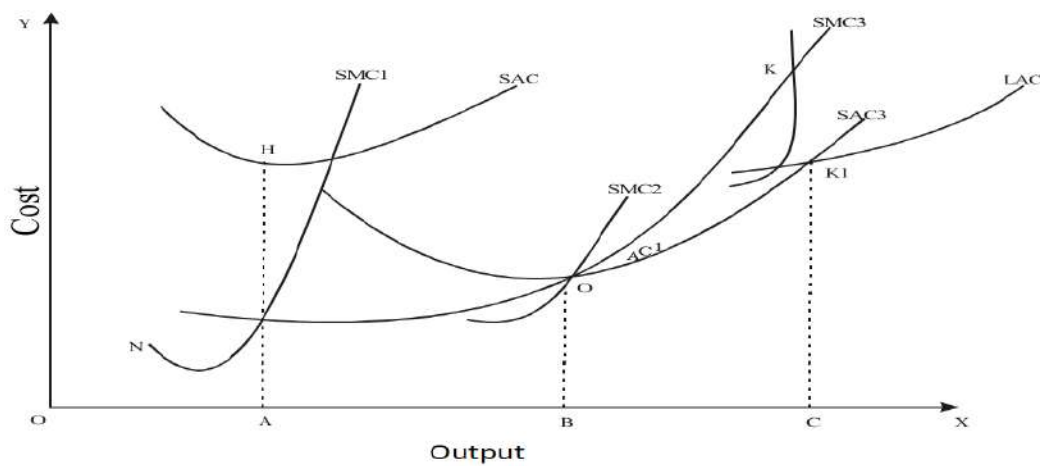
ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਸਾਰੇ ਸਾਧਨਾਂ ਨੂੰ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਐਡਜਸਟ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਅਨੁਪਾਤ ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਸਰਵੋਤਮ ਰਹੇ।

### 5.3.1.6 ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (Long-run Marginal Cost Curve)

ਲੰਮੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਨੂੰ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਤੋਂ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਲਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਉਸ ਪੱਧਰ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰੀ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਦੀ ਢਲਾਨ ਦੁਆਰਾ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਚਿੱਤਰ 9 ਵਿੱਚ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਜੋ U-ਆਕਾਰ ਵਾਲਾ ਹੈ। ਇਹ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਯੋਗ ਹੈ ਕਿ ਲੰਮੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ (LMC) ਕਰਵ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਨਾਲੋਂ ਲੇਟਵੀਂ ਹੈ।

ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਉਹੀ ਹੈ ਜੋ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਅਤੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਸੀਮਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਵਿਚਕਾਰ ਹੈ। ਇਹ ਵੀ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਜਿਸ 'ਤੇ ਇੱਕ ਖਾਸ SAC ਕਰਵ LAC ਕਰਵ ਨਾਲ ਸਪਰਸ਼ ਹੈ, ਸੰਬੰਧਿਤ SMC ਕਰਵ LMC ਕਰਵ ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿਚ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਜਿੱਥੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਅਨੁਸਾਰੀ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵੀ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 9 ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ- III

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਨੂੰ ਲਿਫ਼ਾਫ਼ਾ ਕਰਵ ਕਿਉਂ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

### **6.3.2 ਲਾਗਤ ਦਾ ਆਧੁਨਿਕ ਸਿਧਾਂਤ (Modern Theory of Cost)**

ਲਾਗਤ ਦੇ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ ਦੀ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਵਿਦਵਾਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਆਲੋਚਨਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੇ ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਨਵੇਂ ਸਿਧਾਂਤ ਦਿੱਤੇ ਹਨ। ਇਸ ਨਵੀਂ ਪਹੁੰਚ ਦੇ ਲੇਖਕ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜੀ. ਸਟਿਗਲਰ, ਸਾਰਜੈਂਟ ਫਲੋਰੈਂਸ, ਸੀ.ਏ. ਸਮਿਥ, ਕੇ.ਜੇ. ਐਰੋ ਆਦਿ ਸਨ, ਇਹ 1939 ਵਿੱਚ ਜੀ. ਸਟਿਗਲਰ ਨੇ ਇਸ ਵਿਚਾਰ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵਧਾਇਆ ਕਿ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਐਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਦਾ ਇੱਕ ਸਮਤਲ ਫੈਲਾਅ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸਨੂੰ ਸਾਸਰ (Saucer)-ਆਕਾਰ ਦੀ ਸ਼ਾਰਟ ਰਨ ਐਸਤ ਵੇਰੀਏਬਲ ਲਾਗਤ (SAVC) ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਵੀ ਦਲੀਲ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਸਮਤਲਤਾ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇਸ ਤੱਥ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੈ ਕਿ ਫਰਮ ਵਾਧੂ ਉਤਪਾਦਕ ਸਮਰੱਥਾ ਲਈ ਕੁਝ ਪ੍ਰਬੰਧਾਂ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਅਚਾਨਕ ਮੰਗ ਦੇ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ 'ਰਿਜ਼ਰਵ ਸਮਰੱਥਾ' ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

#### **6.3.2.1 ਅਲਪ-ਕਾਲ ਐਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (Short run Average Cost Curves)**

- A. ਐਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ
- B. ਐਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ
- C. ਐਸਤ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ

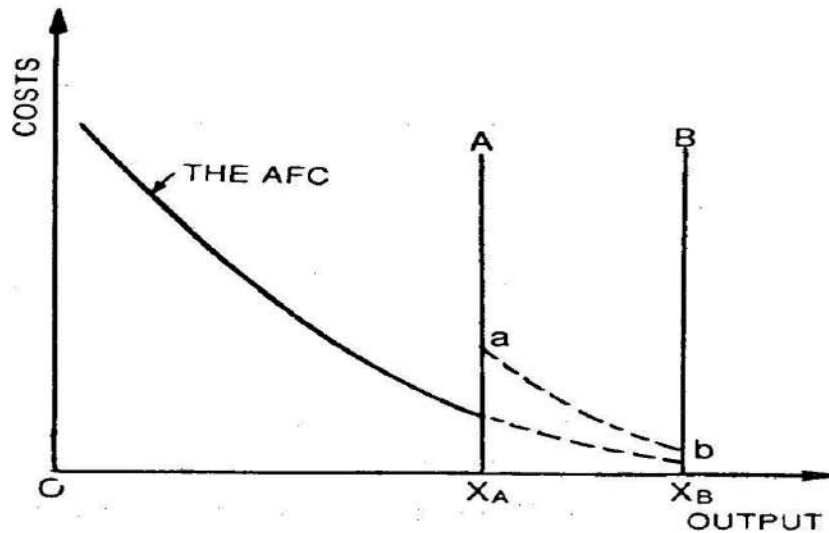
**A. ਐਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (Average Fixed Cost Curve):** ਐਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ (AFC) ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਬਦਲਾਅ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੇ ਗਏ ਹਨ। ਅਸਲ ਵਿੱਚ, ਇਸ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਫਰਮ ਦੇ ਭੌਤਿਕ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਸੰਗਠਨ ਦੀ ਲਾਗਤ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਭਾਵ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਇੱਕ;

- a) ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਨਿਯੁਕਤ ਸਟਾਫ਼ ਦੀਆਂ ਤਨਖਾਹਾਂ ਅਤੇ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਮਿਆਦ ਦੇ ਅਧਾਰ 'ਤੇ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- b) ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਦੀ ਖਰਾਬੀ।
- c) ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਅਮਲੇ ਦੀਆਂ ਤਨਖਾਹਾਂ ਅਤੇ ਖਰਚੇ।
- d) ਇਮਾਰਤਾਂ ਦੇ ਰੱਖ-ਰਖਾਅ/ਮੁਰੰਮਤ ਦੇ ਖਰਚੇ।
- e) ਜ਼ਮੀਨ ਦੀ ਸਾਂਭ-ਸੰਭਾਲ ਦਾ ਖਰਚਾ।



AFC ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪਲਾਂਟ ਦਾ ਆਕਾਰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉੱਦਮੀ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਪੱਧਰ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਉਹ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਅਤੇ ਲਚਕਦਾਰ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਅਜਿਹੇ ਪਲਾਂਟ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਦੇ 'ਉਮੀਦ ਐਸਤ' ਪੱਧਰ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸਮਰੱਥਾ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਹ ਇਸ ਲਈ ਹੈ ਕਿ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਕੁਝ ਕਾਰਨਾਂ ਕਰਕੇ ਕੁਝ 'ਰਿਜ਼ਰਵ ਸਮਰੱਥਾ' ਰੱਖਣ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਅਸਲ ਵਿੱਚ, ਉਹ ਆਪਣੀ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਮੌਸਮੀ ਅਤੇ ਚੱਕਰੀ ਉਤਰਾਅ-ਚੜ੍ਹਾਅ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਦੂਜਾ, ਰਿਜ਼ਰਵ ਸਮਰੱਥਾ ਉਸਦੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਅਚਾਨਕ ਵਾਧਾ ਹੋਣ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਉਸਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਧੇਰੇ ਆਜ਼ਾਦੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰੇਗੀ। ਤੀਸਰਾ, ਰਿਜ਼ਰਵ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਪਲਾਂਟ ਦੇ ਨਿਰੰਤਰ ਚੱਲਣ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕੀਤੇ ਬਿਨਾਂ ਮੁਰੰਮਤ ਲਈ ਸਮੇਂ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਚੌਥੇ ਸਥਾਨ 'ਤੇ, ਕਿਸੇ ਕਿਸਮ ਦੀ ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਨੂੰ ਰਿਜ਼ਰਵ ਸਮਰੱਥਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸਨੂੰ ਵਾਰ-ਵਾਰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਚਲਾਉਣਾ ਬਹੁਤ ਮੁਸ਼ਕਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇੱਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਸੰਗਠਨਾਤਮਕ ਅਤੇ ਪ੍ਰਸ਼ਾਸਕੀ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਵੀ ਫਰਮ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਕਾਰਜਾਂ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਵਾਧਾ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਸਟਾਫ ਨੂੰ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਦੇਣ ਲਈ ਕੁਝ ਰਿਜ਼ਰਵ ਸਮਰੱਥਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਚਿੱਤਰ 10 ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਫਰਮ ਕੋਲ ਮਸ਼ੀਨਾਂ ਦੀਆਂ ਕੁਝ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਡੀ-ਸਮਰੱਥਾ ਵਾਲੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਹਨ ਜੋ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਸੰਪੂਰਨ ਸੀਮਾ B ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਦਾ ਕਾਰਨ ਬਣਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਫਰਮ ਕੋਲ ਛੋਟੀ ਯੂਨਿਟ ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਹੈ ਜੋ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਸੀਮਾ (A) ਤੱਕ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਵਿਸਥਾਰ ਨੂੰ ਸੀਮਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਪਰ ਇਹ ਇੱਕ ਸੰਪੂਰਨ ਸੀਮਾ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਫਰਮ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਸੰਪੂਰਨ ਸੀਮਾ B ਤੱਕ ਵਧਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਜਾਂ ਤਾਂ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਤੱਕ ਕੰਮ ਕਰਨ ਲਈ ਸਿੱਧੇ ਮਜ਼ਦੂਰਾਂ ਨੂੰ ਓਵਰਟਾਈਮ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਕੇ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ AFC ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ ਬਿੰਦੀਆਂ ਵਾਲੀ ਲਾਈਨ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ ਜਾਂ ਇਸ ਸੀਮਾ ਨੂੰ ਕੁਝ ਵਾਧੂ ਛੋਟੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀਆਂ ਮਸ਼ੀਨਾਂ ਖਰੀਦ ਕੇ ਵਧਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ AFC ਕਰਵ ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਸ਼ਿਫਟ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਪਰ ਫਿਰ ਤੋਂ ਘਟਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

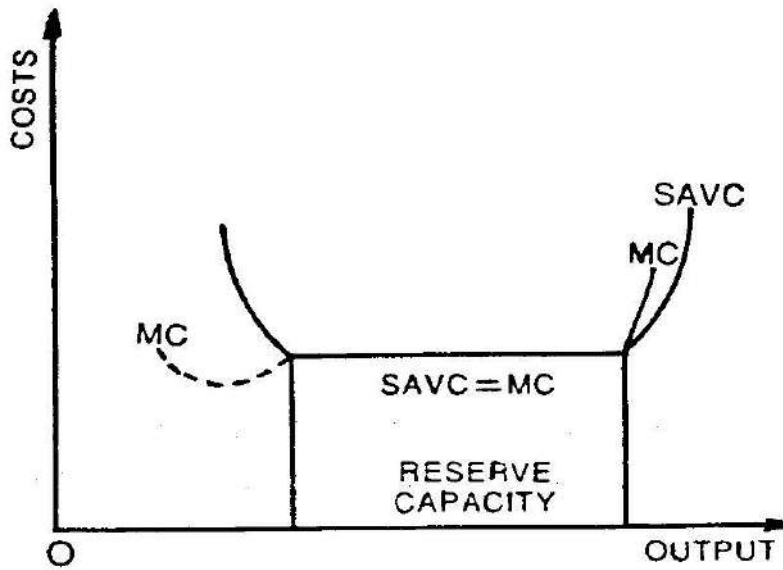


ਚਿੱਤਰ 10

### B. ਐਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (Average Variable Cost Curve)

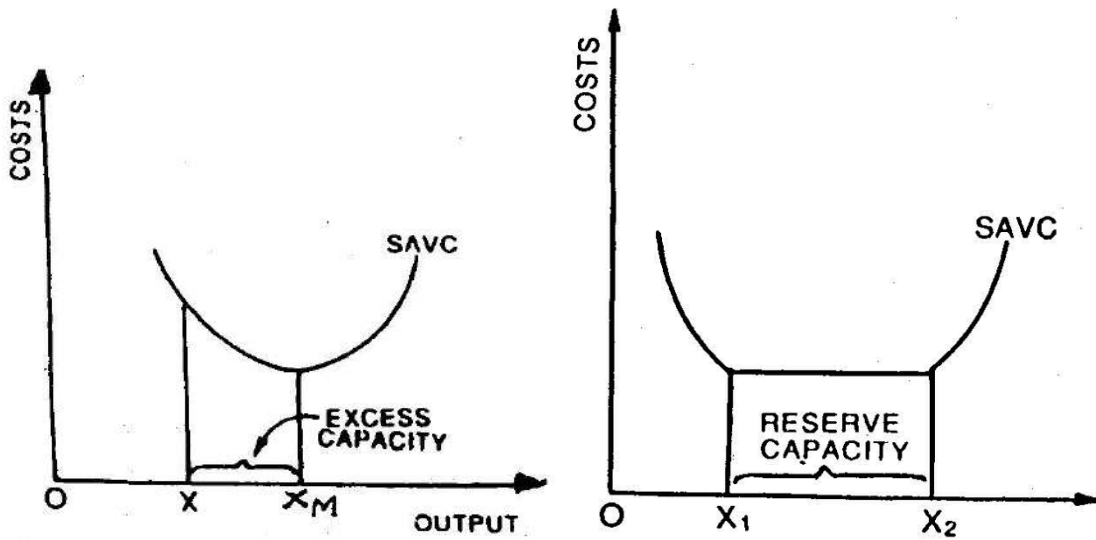
ਲਾਗਤ ਦੇ ਆਧੁਨਿਕ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਵਿੱਚ, P.W.S Androw's ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਐਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਮਾਨਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ। ਉਸਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ ਲਾਗਤ (i) ਕੱਚਾ ਮਾਲ (ii) ਸਿੱਧੀ ਕਿਰਤ ਜੋ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਨਾਲ ਬਦਲਦੀ ਹੈ ਅਤੇ (iii) ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਦੀਆਂ ਚੱਲ ਰਹੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ।

ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਐਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਲਗਭਗ U ਆਕਾਰ ਵਰਗੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਪਰ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਵਾਜਬ ਰੋਜ਼ ਦੇ ਉੱਪਰ ਇੱਕ ਸਮਤਲ ਖਿਚਾਅ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਚਿੱਤਰ 6 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਹ ਸਮਤਲ ਸਟ੍ਰੈਚ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ SAVC, MC ਨਾਲ ਮੇਲ ਖਾਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕਿ ਸਟ੍ਰੈਚ ਦੀ ਇਸ ਰੋਜ਼ ਦੇ ਖੱਬੇ ਪਾਸੇ MC, SAVC ਤੋਂ ਹੇਠਾਂ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ ਪਰ ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ MC, SAVC ਤੋਂ ਉੱਪਰ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ। SAVC ਦਾ ਘਟਦਾ ਹਿੱਸਾ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਬਿਹਤਰ ਵਰਤੋਂ ਦੇ ਕਾਰਨ ਲਾਗਤਾਂ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ ਭਾਵ ਕਿਰਤ ਦੇ ਹੁਨਰ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਦੇਵਾਂ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੈ। ਇਹ ਬਿਹਤਰ ਹੁਨਰ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਆਦਿ ਦੀ ਸਹੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਹੋਰ ਘਟਾਉਂਦਾ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 11

ਪਰ SAVC ਦਾ ਵਧ ਰਿਹਾ ਹਿੱਸਾ ਲੇਬਰ ਦੀ ਘਟਦੀ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਦੇ ਲਗਾਤਾਰ ਟੁੱਟਣ ਕਾਰਨ ਇਸਦੇ ਵੱਧ ਰਹੇ ਖਰਚੇ, ਓਵਰਟਾਈਮ ਭੁਗਤਾਨਾਂ ਦੇ ਕਾਰਨ ਮਜ਼ਦੂਰੀ ਦੀ ਵਧਦੀ ਲਾਗਤ, ਆਦਿ। ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਤੁਰੰਤ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਫਰਮ ਦੀ ਰਾਖਵੀਂ ਸਮਰੱਥਾ। ਰਿਜ਼ਰਵ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 12 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ:



ਚਿੱਤਰ 12

ਪਰ ਇਹ ਉਸ ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਤੋਂ ਵੱਖਰਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੇ ਗਏ U ਆਕਾਰ ਦੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਨਾਲ ਵਧਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ ਇੱਕ ਤਰ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਇਹ ਧਾਰਨਾ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਹਰੇਕ ਪਲਾਂਟ ਬਿਨਾਂ ਕਿਸੇ ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਦੇ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਹ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ ਅਨੁਕੂਲ ਉਤਪਾਦਨ ਸਿਰਫ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਇੱਕ ਪੱਧਰ ( ਚਿੱਤਰ 12 ਵਿੱਚ  $X_m$  ) ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਫਰਮ ਆਉਟਪੁੱਟ

X ਪੈਦਾ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜੇ ਕਿ  $X_m$   $X_1$  ਤੋਂ ਛੋਟੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਭਾਵ  $XX_1$  ਦੇ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਅਣਚਾਹੇ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਉੱਚ ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਲਾਗਤ ਵੱਲ ਲੈ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

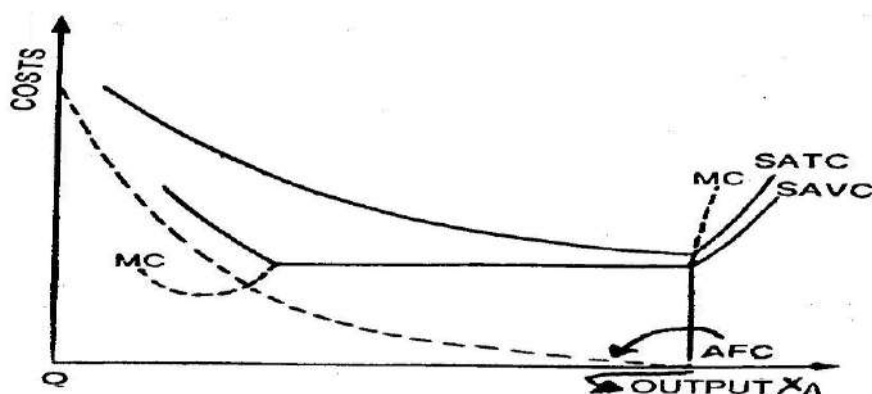
ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਆਧੁਨਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ, ਚਿੱਤਰ 12 ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਏ ਗਏ ਆਉਟਪੁੱਟ  $X_1$   $X_2$  ਦੀ ਰੱਜ ਯੋਜਨਾਬੱਧ ਰਿਜ਼ਰਵ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਲਾਗਤਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਨਹੀਂ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਫਰਮ ਆਪਣੇ ਪਲਾਂਟ ਨੂੰ ਕਈ ਵਾਰ  $X_1$  ਦੇ ਨੇੜੇ ਅਤੇ ਹੋਰ  $X_2$  ਦੇ ਨੇੜੇ ਵਰਤਣ ਦੀ ਉਮੀਦ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਔਸਤਨ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਆਪਣੇ ਪਲਾਂਟ ਨੂੰ  $X_1$   $X_2$  ਦੀ ਰੱਜ ਵਿੱਚ ਚਲਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਫਰਮਾਂ ਪਲਾਂਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੇ 'ਆਮ' ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਦੇ ਦੋ-ਤਿਹਾਈ ਅਤੇ ਤਿੰਨ-ਚੌਥਾਈ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ  $X_2$  ਅਤੇ  $X_1$  ਦੇ ਨੇੜੇ ਇੱਕ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

### C. ਔਸਤ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (Average Total Cost Curve)

ਆਧੁਨਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਵਿੱਚ, ਔਸਤ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਦੀ ਸ਼ਕਲ ਨੂੰ ਜਾਣਨਾ ਫਾਇਦੇਮੰਦ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਖਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜਦੋਂ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਦੀ ਇੱਕ ਸਾਸਰ ਕਿਸਮ ਦੀ ਸ਼ਕਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਚਿੱਤਰ ਨੰ. 13 ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

#### 6.3.2.2 ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (Short run Marginal Cost Curve)

ATC ਕਰਵ ਆਉਟਪੁੱਟ ( $X_A$ ) ਦੇ ਕੁਝ ਪੱਧਰ ਤੱਕ ਘਟਣਾ ਜਾਰੀ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਸਮੇਂ ਰਿਜ਼ਰਵ ਸਮਰੱਥਾ ਖਤਮ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਇਸ ਪੱਧਰ 'ਤੇ MC ਔਸਤ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਨੂੰ ਇਸਦੇ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਆਉਟਪੁੱਟ  $X_A$  ਦੇ ਪੱਧਰ ਦੇ ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਜਿੱਥੇ SAVC ਦਾ ਫਲੈਟ ਹਿੱਸਾ ਇਸਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਆਉਂਦਾ ਹੈ।



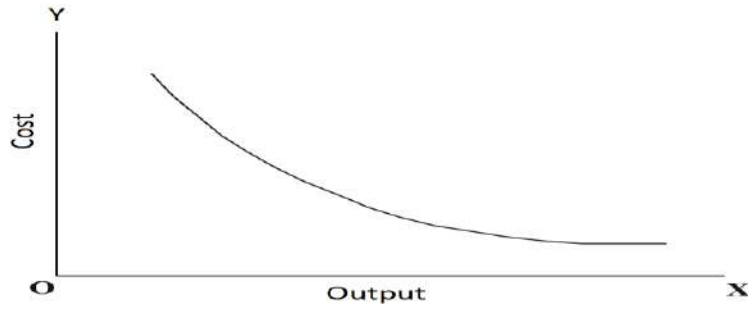
ਚਿੱਤਰ 13

### 6.3.2.3 ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (L-ਆਕਾਰ ਦੀ ਲਾਗਤ ਕਰਵ) Long Run Average Costs Curve (L-Shaped Cost Curve)

ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਸਾਰੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ ਨੂੰ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤਾਂ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਲਾਗਤਾਂ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਲਾਗਤ ਨੂੰ L-ਆਕਾਰ ਬਣਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹਨਾਂ ਲਾਗਤਾਂ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਉਤਪਾਦਨ ਲਾਗਤਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲਾਗਤਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਵੱਡੇ ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ, ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲਾਗਤਾਂ ਵਧ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ ਪਰ ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਉਤਪਾਦਨ ਦੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਵਾਧੇ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਘਟਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਇਸ ਤੱਥ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੈ ਕਿ ਕੁੱਲ LAC ਕਰਵ ਸਕੇਲ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ ਘਟਦਾ ਹੈ।

ਉਤਪਾਦਨ ਦੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਅਤੇ ਫਿਰ ਹੌਲੀ ਹੌਲੀ ਘਟਦੀਆਂ ਹਨ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਪੈਮਾਨਾ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਉਤਪਾਦਨ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਦਾ L-ਆਕਾਰ ਵੱਡੇ ਪੈਮਾਨੇ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀਆਂ ਤਕਨੀਕੀ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜੇ ਵੱਡੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਨਵੀਆਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਪੇਸ਼ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ, ਤਾਂ ਉਹ ਚਲਾਉਣ ਲਈ ਸਸਤੀਆਂ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਮੌਜੂਦਾ ਜਾਣੀ-ਪਛਾਣੀ ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਦੇ ਨਾਲ ਵੀ ਕੁਝ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਵੱਡੇ ਆਉਟਪੁੱਟ 'ਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਹੋਰ ਵਿਕੇਂਦਰੀਕਰਣ, ਹੁਨਰ ਸੁਧਾਰ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਦੂਜਾ, ਮੁਰੰਮਤ ਦੀ ਘੱਟ ਲਾਗਤ ਕਿਉਂਕਿ ਫਰਮ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਆਕਾਰ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਦੀ ਹੈ, ਅਤੇ ਤੀਜਾ ਇੱਕ ਬਹੁ-ਉਤਪਾਦਕ ਫਰਮ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਕੁਝ ਸਮੱਗਰੀ ਜਾਂ ਉਪਕਰਣਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਜਿਸਦੀ ਇਸਨੂੰ ਹੋਰਾਂ ਤੋਂ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਬਜਾਏ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਫਰਮ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਖਰਚੇ, ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪੱਧਰ ਮੌਜੂਦ ਹਨ, ਹਰ ਇੱਕ ਆਪਣੀ ਢੁਕਵੀਂ ਕਿਸਮ ਦੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦੇ ਨਾਲ। ਇੱਥੇ ਛੋਟੇ ਪੈਮਾਨੇ ਅਤੇ ਵੱਡੇ ਪੈਮਾਨੇ ਦੀਆਂ ਸੰਗਠਨਾਤਮਕ ਤਕਨੀਕਾਂ ਹਨ, ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀਆਂ ਵੱਖੋ ਵੱਖਰੀਆਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਹਨ ਜੋ ਕੁਝ ਪੌਦੇ ਦੇ ਆਕਾਰ ਤੱਕ ਆਉਂਦੀਆਂ ਹਨ ਪਰ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਬਹੁਤ ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਖਰਚੇ ਵਧ ਸਕਦੇ ਹਨ ਪਰ ਬਹੁਤ ਹੌਲੀ ਦਰ ਨਾਲ। ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ, ਉਤਪਾਦਨ ਲਾਗਤ ਵੱਡੇ ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਸੁਚਾਰੂ ਢੰਗ ਨਾਲ ਘਟਦੀ ਹੈ ਪਰ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲਾਗਤ ਬਹੁਤ ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਹੌਲੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧ ਸਕਦੀ ਹੈ।

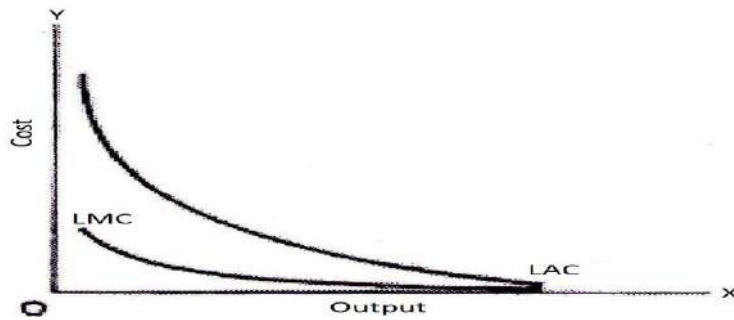
ਅੱਜ, ਆਧੁਨਿਕ ਵਿਦਵਾਨ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਸੰਭਾਵੀ ਵਾਧੇ ਨਾਲੋਂ ਤਕਨੀਕੀ ਲਾਗਤਾਂ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਦੇ ਜਾਪਦੇ ਹਨ, ਇਸੇ ਕਰਕੇ LRAC ਕਰਵ ਬਹੁਤ ਵੱਡੇ ਪੈਮਾਨੇ ਦੇ ਆਉਟਪੁੱਟ 'ਤੇ ਸੁਚਾਰੂ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ। LAC ਦਾ ਮਤਲਬ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਹਰੇਕ ਅਲਪ-ਕਾਲ SRAC ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ, ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲਾਗਤਾਂ, ਹੋਰ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤਾਂ ਅਤੇ ਆਮ ਲਾਭ ਲਈ ਭੱਤਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। LAC ਕਰਵ ਨੂੰ SATC ਕਰਵ 'ਤੇ ਬਿੰਦੂਆਂ ਨੂੰ ਜੋੜ ਕੇ ਖਿੱਚਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੋ ਹਰ ਪੌਦੇ ਦੇ ਆਕਾਰ ਦੀ ਪੂਰੀ ਸਮਰੱਥਾ ਦੇ ਦੋ ਤਿਹਾਈ ਹਿੱਸੇ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਹੈ। ਇਹ ਚਿੱਤਰ 14 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ



ਚਿੱਤਰ 14

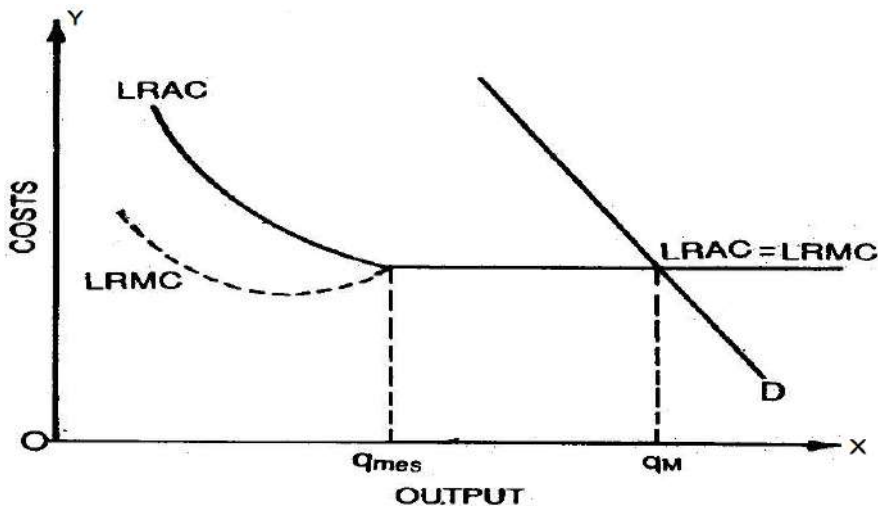
**6.3.2.4 ਦੀਰਘ ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ (Long Run Marginal Cost Curve)**

ਜੇਕਰ LAC ਲਗਾਤਾਰ ਘਟਦਾ ਹੈ ਤਾਂ LMC ਸਾਰੇ ਪੈਮਾਨਿਆਂ 'ਤੇ LAC ਤੋਂ ਹੇਠਾਂ ਹੋਵੇਗਾ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਚਿੱਤਰ 15 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 15

ਪਲਾਂਟ ਦਾ ਇੱਕ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਅਨੁਕੂਲ ਪੈਮਾਨਾ ਹੈ (ਚਿੱਤਰ 15 ਵਿੱਚ) ਜਿਸ 'ਤੇ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਸਾਰੇ ਸੰਭਵ ਸਕੇਲਾਂ ਦਾ ਆਨੰਦ ਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਪਰ ਉਹਨਾਂ ਪੈਮਾਨਿਆਂ ਤੋਂ ਪਰੇ LAC ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ। ਇੱਥੇ LMC LAC ਦੇ ਹੇਠਾਂ ਹੈ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਅਨੁਕੂਲ ਪੈਮਾਨਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਨਹੀਂ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਅਤੇ ਚਿੱਤਰ 16 ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਏ ਗਏ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਉਸ ਪੱਧਰ ਤੋਂ ਪਰੇ LAC ਨਾਲ ਮੇਲ ਖਾਂਦਾ ਹੈ।



## ਚਿੱਤਰ 16

ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਉਪਰੋਕਤ U ਆਕਾਰ ਵਾਲੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਹਨ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ-IV

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਲਾਗਤ ਦੇ ਆਧੁਨਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਮਤਲਬ ਹੈ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 3. ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 6.4 ਆਮਦਨ ਸੰਕਲਪ (Revenue Concepts)

ਤਿੰਨ ਮੂਲ ਆਮਦਨ ਸੰਕਲਪ ਹਨ: ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ, ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ



ਚਿੱਤਰ 1

#### 6.4.1 ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ (Total Revenue) TR

ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਇਸਦੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਆਮਦਨ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਹੈ। ਇਹ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਵੇਚੀਆਂ ਗਈਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ ਨਾਲ ਗੁਣਾ ਕਰਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਫਰਮ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਆਪਣਾ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵੇਚਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਜੇ ਆਮਦਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਉਸਨੂੰ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ = ਕੀਮਤ x ਦੀ ਵੇਚੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ

$$TR = P \times Q$$

ਜਿੱਥੇ, TR ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ, P ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ Q ਵੇਚੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਇੱਕ ਕੈਲਕੁਲੇਟਰ ਕੰਪਨੀ ਨੇ 100 ਕੈਲਕੁਲੇਟਰ ਰੁਪਏ ਦੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚੇ 500 ਹਰੇਕ। TR ਰੁਪਏ ਹੈ। 50,000 (TR = 500 × 100 = 50,000)

**TABLE 1: ਸਥਿਰ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ (Total Revenue at Constant Prices)**

| ਵੇਚੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ (Q) | ਕੀਮਤ (P) | ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ (TR) |
|-------------------|----------|----------------|
| 1                 | 5        | 5              |
| 2                 | 5        | 10             |
| 3                 | 5        | 15             |
| 4                 | 5        | 20             |
| 5                 | 5        | 25             |
| 6                 | 5        | 30             |

ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ ਸਥਿਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ TR ਦਾ ਵਿਵਹਾਰ P=5 ਮੰਨਦੇ ਹੋਏ, TABLE 1 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

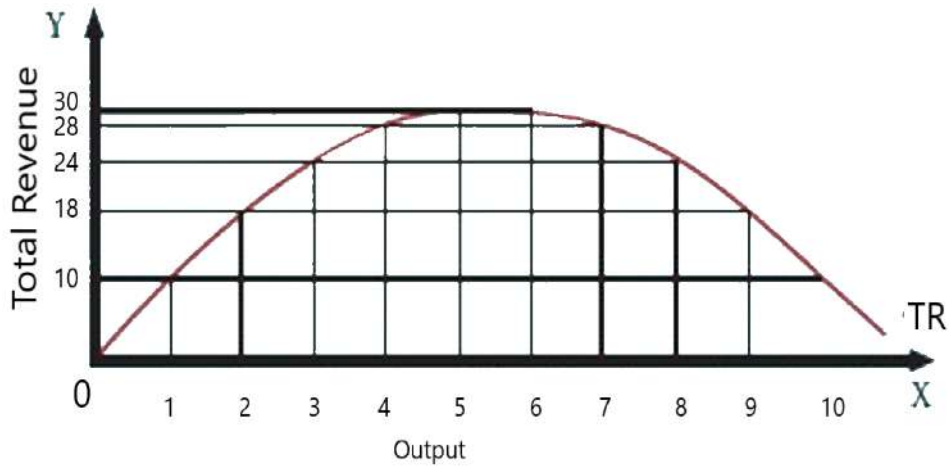
ਜਦੋਂ P= 5; TR = PQ ਅਤੇ TR=5x1=5

ਜਦੋਂ ਵਿਕਰੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ ਕੀਮਤ ਘਟ ਰਹੀ ਹੈ। (ਉਦਾਹਰਣ ਲਈ, ਮਾਲ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ 'ਤੇ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ) TR ਦਾ ਵਿਵਹਾਰ Table 2 ਅਤੇ ਚਿੱਤਰ 2 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

**TABLE 2: ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ ਘਟ ਰਹੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ (Total Revenue at Increasing Prices)**

| ਵੇਚੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ (Q) | ਕੀਮਤ (P) | ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ (TR) |
|-------------------|----------|----------------|
| 1                 | 10       | 10             |
| 2                 | 9        | 18             |
| 3                 | 8        | 24             |
| 4                 | 7        | 28             |
| 5                 | 6        | 30             |
| 6                 | 5        | 30             |
| 7                 | 4        | 28             |
| 8                 | 3        | 24             |
| 9                 | 2        | 18             |
| 10                | 1        | 10             |





ਚਿੱਤਰ 2

TR = PQ, ਜਦੋਂ P = 1, Q = 10, TR = 1 × 10 = 10

ਜਦੋਂ P = 3, Q = 8, TR = 24

ਜਦੋਂ P = 10, Q = 1, TR = 10

#### 6.4.2 ਔਸਤ ਆਮਦਨ Average Revenue (AR)

ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਵੇਚੀ ਗਈ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਆਮਦਨ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜੋ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਵੇਚੀਆਂ ਗਈਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ ਨਾਲ ਵੰਡ ਕੇ ਪਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੋ. ਲੀਭਾਫਸਕੀ (Liebhafsky) ਦੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, “ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਵੇਚੀਆਂ ਗਈਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ ਨਾਲ ਵੰਡਿਆ ਗਿਆ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਹੈ। ਔਸਤ ਆਮਦਨ, ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਸਿਰਫ਼ ਇੱਕ ਹੋਰ ਸ਼ਬਦ ਹੈ ਜਿਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ।”

ਔਸਤ ਆਮਦਨ (AR) = ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ/ਸੰਖਿਆ। ਵੇਚੀਆਂ ਗਈਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਦਾ

ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਵੇਚੀ ਗਈ ਵਸਤੂ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਆਮਦਨ ਹੈ। ਇਹ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ (TR) ਨੂੰ ਵੇਚੀਆਂ ਗਈਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ (Q) ਨਾਲ ਵੰਡ ਕੇ ਗਿਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

$$AR = TR / Q;$$

$$\text{ਜੇਕਰ } TR = PQ,$$

$$AR = PQ/Q = P$$

AR ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ; TR ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ Q ਵੇਚੀ ਗਈ ਇਕਾਈ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਜੇਕਰ 5 ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਤੋਂ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ 30 ਰੁਪਏ ਹੈ, ਤਾਂ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਹੈ (AR= 30/5 = 6)

ਗੌਰਤਲਬ ਹੈ ਕਿ AR ਕੀਮਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ।

$$AR=TR/Q = PQ/Q=P$$

ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕੀਮਤ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ, ਇਹ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਜਾਂ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਵੀ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜਿਸ 'ਤੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਇਕਾਈਆਂ ਵੇਚੀਆਂ ਜਾ ਰਹੀਆਂ ਹਨ, ਕਿਉਂਕਿ ਖਰੀਦਦਾਰ ਦੁਆਰਾ ਅਦਾ ਕੀਤੀ ਕੀਮਤ ਵਿਕਰੇਤਾ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਤੋਂ ਆਮਦਨ ਦਾ ਗਠਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦਾ ਖਰਚਾ ਦੂਜੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਆਮਦਨ ਹੈ।

### 5A.2.3 ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ Marginal Revenue (MR)

ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਉਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਇੱਕ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਦੁਆਰਾ ਕੁੱਲ ਮਾਲੀਏ ਵਿੱਚ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। MC ਕੇਨਲ ਦੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, "ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਜੋੜ ਹੈ ਜੋ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਇੱਕ ਹੋਰ ਯੂਨਿਟ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।" ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਈ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ

$$\begin{aligned} MR &= TR_n - TR_{n-1} \\ \text{ਇੱਥੇ, MR} &= \text{ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ} \\ TR_n &= n \text{ ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ} \\ TR_{n-1} &= (n-1) \text{ ਯੂਨਿਟਾਂ ਦਾ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ} \end{aligned}$$

ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਣ ਲਈ, ਇਹ 10 ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਦੁਆਰਾ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ (TR) ਰੁਪਏ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। 1000 ਅਤੇ 11 ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਨਾਲ, ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ (TR<sub>n-1</sub>) ਵਧ ਕੇ 1100 ਰੁਪਏ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਫਿਰ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਰੁਪਏ ਹੈ। 100 (ਰੁਪਏ 1100 ਅਤੇ 1000 ਰੁਪਏ ਵਿਚਕਾਰ ਅੰਤਰ ਹੋਣ ਕਰਕੇ)।

### 6.5 AR ਅਤੇ MR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ (Relationship between AR and MR)

ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਫਰਮ ਉਸੇ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਵੇਚਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ, ਤਾਂ AR ਅਤੇ MR ਸਥਿਰ ਅਤੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਣਗੇ। ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਸਿਰਫ ਕੀਮਤ ਘਟਾ ਕੇ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਵੇਚਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ AR ਅਤੇ MR ਦੋਵੇਂ ਡਿੱਗਣਗੇ ਅਤੇ ਵੱਖਰੇ ਹੋਣਗੇ।

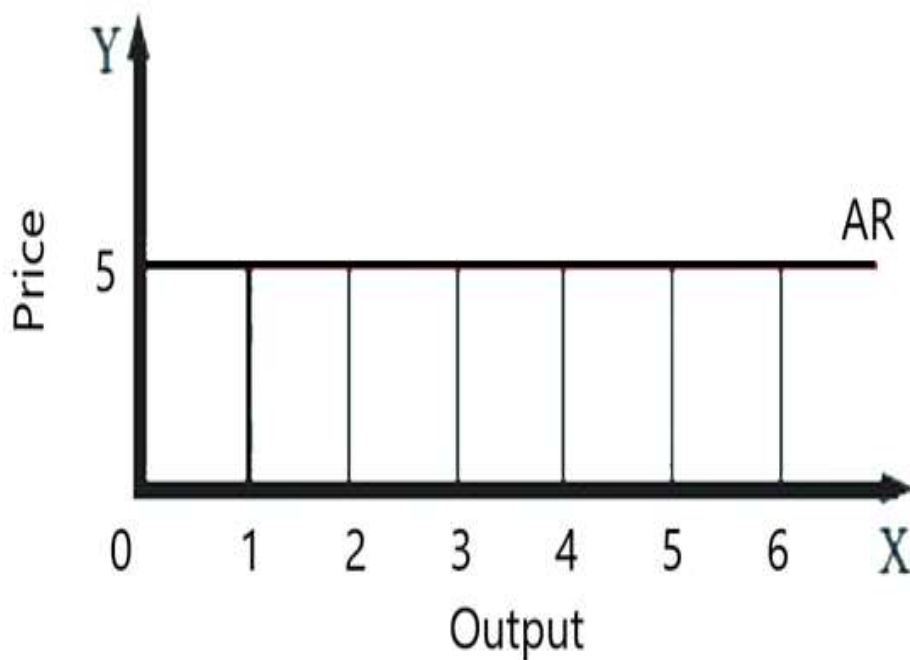
#### A. ਸਥਿਰ AR ਅਤੇ MR (ਸਥਿਰ ਕੀਮਤ 'ਤੇ) Constant AR and MR (at constant Price)

ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ ਸਥਿਰ ਜਾਂ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ MR ਵੀ ਸਥਿਰ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ AR ਨਾਲ ਮੇਲ ਖਾਂਦਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕਿਉਂਕਿ ਕੀਮਤ ਇਕਸਾਰ ਅਤੇ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਹੈ, AR, MR ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਸ਼ਕਲ

X-ਧੁਰੀ ਦੀ ਲੇਟਵੀਂ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਹੋਵੇਗੀ। ਸਥਿਰ ਕੀਮਤ ਦੇ ਅਧੀਨ AR ਅਤੇ MR ਅਨੁਸੂਚੀ TABLE 3 ਅਤੇ ਚਿੱਤਰ 3 ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਹੈ।

**TABLE 3: ਸਥਿਰ ਕੀਮਤ 'ਤੇ TR, AR, MR**

| ਮਾਤਰਾ ਵਿਕਦੀ ਹੈ<br>(Q) | ਕੀਮਤ<br>(P) | ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ<br>(TR) | ਅੰਸਤ ਆਮਦਨ<br>(AR) | ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ<br>(MR) |
|-----------------------|-------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| 1                     | 5           | 5                 | 5                 | 5                   |
| 2                     | 5           | 10                | 5                 | 5                   |
| 3                     | 5           | 15                | 5                 | 5                   |
| 4                     | 5           | 20                | 5                 | 5                   |
| 5                     | 5           | 25                | 5                 | 5                   |
| 6                     | 5           | 30                | 5                 | 5                   |

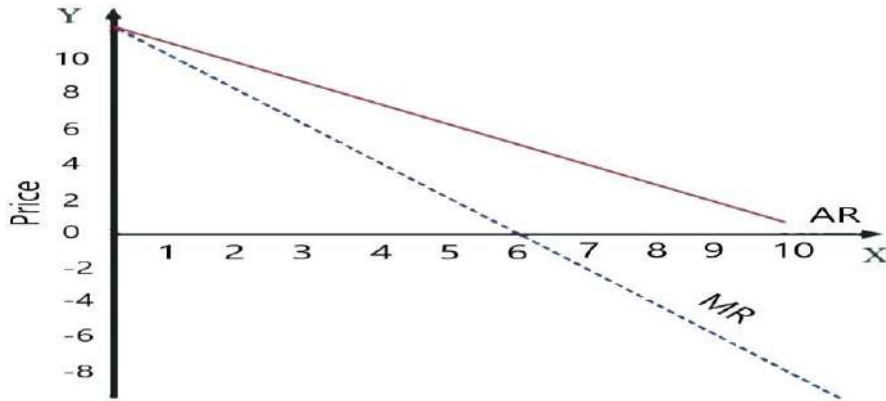


ਚਿੱਤਰ 3

**B. ਗਿਰਾਵਟ AR ਅਤੇ MR (ਘਟਦੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ) Declining AR and MR (at Declining Price)**

ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਫਰਮ ਘੱਟ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਵੱਡੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵੇਚਦੀ ਹੈ ਤਾਂ AR ਅਤੇ MR ਦੋਵੇਂ ਡਿੱਗਣਗੇ ਪਰ MR ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ AR ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਤੇਜ਼ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਹ ਨੋਟ ਕਰਨ ਯੋਗ ਹੈ ਕਿ 4 ਅਤੇ TABLE 4 ਕਿ MR AR ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੋਵੇਗਾ। AR ਅਤੇ MR ਦੋਵੇਂ ਸਿੱਧੇ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਝੁਕਣਗੇ। MR ਕਰਵ AR ਕਰਵ ਅਤੇ Y ਧੁਰੇ

ਵਿਚਕਾਰ ਦੂਰੀ ਨੂੰ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹਿੱਸਿਆਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਦਾ ਹੈ। AR ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਇੱਕ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਜਾਂ ਰੇਖਿਕ ਨਹੀਂ ਹੋਈ ਚਾਹੀਦੀ। ਜੇਕਰ ਵੇਚੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ ਕੀਮਤਾਂ ਘਟ ਰਹੀਆਂ ਹਨ, ਤਾਂ AR ਗੈਰ-ਲੀਨੀਅਰ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਉਤਪੱਤੀ ਦਾ ਆਕਾਰ ਲੈਂਦੀ ਹੈ।



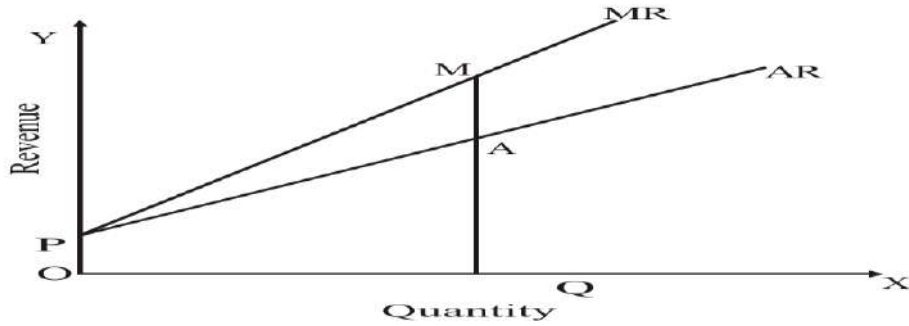
ਚਿੱਤਰ 4

TABLE 4: ਘਟਦੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ AR, TR, MR

| ਮਾਤਰਾ ਵਿਕਦੀ ਹੈ<br>(Q) | ਕੀਮਤ (P)/ ਔਸਤ ਆਮਦਨ<br>(AR) | ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ<br>(TR) | ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ<br>(MR) |
|-----------------------|----------------------------|-------------------|---------------------|
| 1                     | 10                         | 10                | -                   |
| 2                     | 9                          | 18                | 8                   |
| 3                     | 8                          | 24                | 6                   |
| 4                     | 7                          | 28                | 4                   |
| 5                     | 6                          | 30                | 2                   |
| 6                     | 5                          | 30                | 0                   |
| 7                     | 4                          | 28                | -2                  |
| 8                     | 3                          | 24                | -4                  |
| 9                     | 2                          | 18                | -6                  |
| 10                    | 1                          | 10                | -8                  |

AR ਅਤੇ MR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

- a. ਜੇਕਰ AR ਕਰਵ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਵੱਧ ਰਿਹਾ ਹੈ (If AR Curve is rising upward from Left to Right) ਤਾਂ MR ਕਰਵ ਵੀ ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਵਧੇਗਾ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ MR, AR ਤੋਂ ਵੱਡਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਅਤੇ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਦਰਸਾਏਗਾ ਕਿ MR ਕਰਵ AR ਕਰਵ ਤੋਂ ਉੱਪਰ ਹੈ (ਚਿੱਤਰ 5)



ਚਿੱਤਰ 5

ਉਪਰੋਕਤ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਦੇਖਦੇ ਹਾਂ ਕਿ AR ਅਤੇ MR ਇੱਕੋ ਬਿੰਦੂ P ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। AR ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਵਧਦਾ ਹੈ। MR ਕਰਵ ਵੀ ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਵਧਦਾ ਹੈ ਅਤੇ MR ਕਰਵ AR ਕਰਵ ਤੋਂ ਉੱਪਰ ਹੈ। ਇਹ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ

- a.  $MQ > AQ$
- b. ਜਾਂ  $MR > AR$
- b. ਜੇਕਰ AR ਕਰਵ ਇੱਕ ਸਿੱਧੀ-ਰੇਖਾ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਣ ਵਾਲੀ ਹੈ (If AR Curve is a Straight-Line Downward Sloping) ਤਾਂ MR ਕਰਵ Y-ਪੁਰੇ ਵੱਲ ਖਿੱਚੇ ਗਏ ਕਿਸੇ ਲੰਬਕਾਰ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰੋਂ ਲੰਘੇਗਾ।
- c. ਜੇਕਰ AR ਕਰਵ ਮੂਲ ਤੋਂ ਉਤਪੱਤੀ ਹੈ (If AR Curve is Convex to the Origin): ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਸਤੂਆਂ ਵੇਚੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ, AR ਦੀ ਉਤਸੁਕਤਾ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ AR ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ ਪਰ ਹੌਲੀ ਦਰ ਨਾਲ। MR ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਕਰਵ ਮੁੜ ਤੋਂ ਉਤਪੱਤੀ ਵੱਲ ਉੱਤਲ ਹੋਵੇਗਾ। ਕਰਵ ਦੀ ਉਤਸੁਕਤਾ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ MR ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ ਪਰ ਇੱਕ ਧੀਮੀ ਗਤੀ ਨਾਲ। ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ ਕਨਵੈਕਸ MR ਨਾਲ ਕਨਵੈਕਸ AR ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਕਰਦੇ ਹਾਂ MR, AR ਨਾਲੋਂ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਡਿੱਗ ਰਿਹਾ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ MR, AR ਤੋਂ ਹੇਠਾਂ ਹੋਵੇਗਾ।
- d. ਜੇਕਰ AR ਕਰਵ ਮੂਲ ਤੱਕ ਅਵਤਲ ਹੈ (If AR Curve is Concave to the Origin): ਉਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ MR ਵੀ ਮੂਲ ਤੱਕ ਅਵਤਲ ਹੈ। AR ਕਰਵ ਮੂਲ ਤੱਕ ਅਵਤਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਰਵ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾ ਰਿਹਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਮਤਲਬ ਕਿ AR ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਲਈ ਉੱਚੀ ਦਰ 'ਤੇ ਡਿੱਗ ਰਿਹਾ ਹੈ, MR ਕਰਵ ਵੀ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਲਈ ਉੱਚੀ ਦਰ 'ਤੇ ਡਿੱਗੇਗਾ।

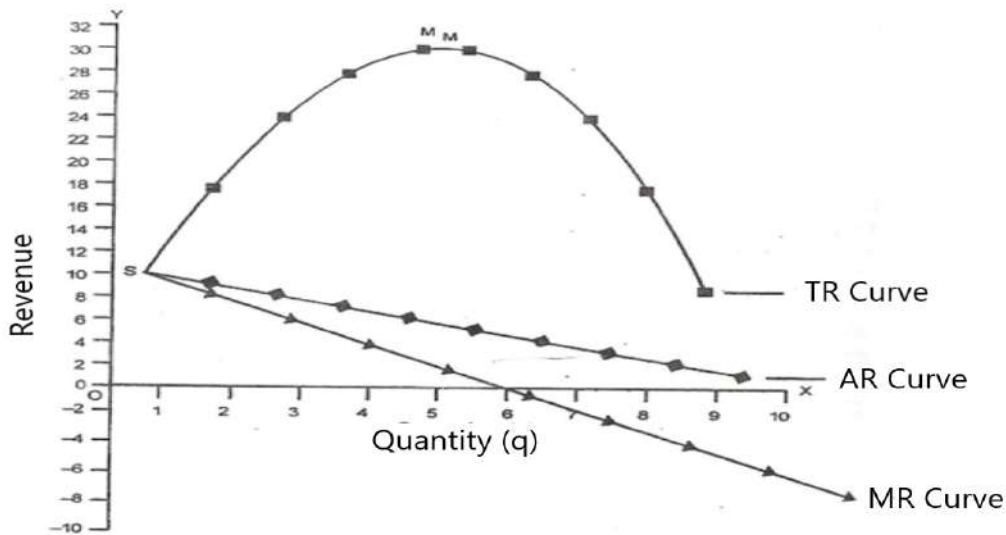
#### 6.6 AR, MR ਅਤੇ TR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ (Relationship between AR, MR and TR)

AR ਅਤੇ MR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਲਈ, ਆਓ TABLE 5 ਅਤੇ ਚਿੱਤਰ 6 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਇਹਨਾਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝੀਏ।

TABLE 5: AR, MR ਅਤੇ TR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ

| ਯੂਨਿਟ ਵੇਚੇ ਗਏ<br>(q) | AR(P)<br>(TR/q) | TR<br>(Pq) | MR<br>(TR <sub>n</sub> - TR <sub>n-1</sub> ) |
|----------------------|-----------------|------------|--|
| 1                    | 10              | 10         | 10   |
| 2                    | 9               | 18         | 8  |
| 3                    | 8               | 24         | 6  |
| 4                    | 7               | 28         | 4  |
| 5                    | 6               | 30         | 2  |
| 6                    | 5               | 30         | 0  |
| 7                    | 4               | 28         | - 2  |
| 8                    | 3               | 24         | - 4  |
| 9                    | 2               | 18         | - 6  |
| 10                   | 1               | 10         | - 8  |

ਉਹ TABLE 5 ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀਮਤ ਰੁਪਏ ਤੋਂ ਘਟਦੀ ਹੈ। 10 ਤੋਂ ਰੁ. 1, ਵੇਚਿਆ ਆਉਟਪੁੱਟ 1 ਤੋਂ 10 ਤੱਕ ਵਧਦਾ ਹੈ। TR 10 ਤੋਂ 30 ਤੱਕ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਫਿਰ 30 ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ 30 ਤੋਂ 10 ਤੱਕ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਦੇਖਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਜਦੋਂ AR ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ, MR ਉਸ ਤੋਂ ਵੱਧ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ, ਭਾਵ, ਰੁਪਏ ਤੋਂ 10 ਤੋਂ 0 ਅਤੇ ਫਿਰ ਨੈਗੇਟਿਵ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। TR ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਘੱਟਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਦਾ ਹੈ, ਇਹ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਪਹੁੰਚਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਡਿੱਗਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 6

ਚਿੱਤਰ 1 ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ TR ਕਰਵ S ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸਨੂੰ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। TR, S ਤੋਂ M ਤੱਕ ਵਧਦਾ ਹੈ। M ਤੇ, TR ਅਧਿਕਤਮ ਹੈ। ਉਸ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਇਹ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, TR ਵੱਧਦਾ ਹੈ, ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਪਹੁੰਚਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ। ਉਸੇ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ, AR ਅਤੇ MR ਬਿੰਦੂ S ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। AR ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ, MR ਵੀ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ ਪਰ MR, AR ਤੋਂ ਬਹੁਤ ਹੇਠਾਂ ਹੈ। MR ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ, ਜ਼ੀਰੋ 'ਤੇ ਪਹੁੰਚ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ

ਫਿਰ ਇਹ ਨੈਗੇਟਿਵ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। AR ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ ਪਰ ਪੂਰੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਔਸਤ ਸੀਮਾਂਤ ਫੰਕਸ਼ਨ ਰੇਖਿਕ (ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾਵਾਂ) ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਦੀ ਗਿਰਾਵਟ ਦੀ ਦਰ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਦੀ ਗਿਰਾਵਟ ਦੀ ਦਰ ਨਾਲੋਂ ਦੁੱਗਣੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਜਦੋਂ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਜਦੋਂ MR ਜ਼ੀਰੋ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਘਟਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ AR ਅਤੇ MR ਦੋਵੇਂ ਡਿੱਗ ਰਹੇ ਹਨ, ਤਾਂ MR AR ਨਾਲੋਂ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ।

### **6.7 AR, MR, TR ਅਤੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ (Relationship between AR, MR, TR and Elasticity of Demand)**

AR, MR ਅਤੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ (e) ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਦੱਸਿਆ ਗਿਆ ਹੈ।

$$MR = AR (e-1/e)$$

AR ਕਰਵ ਅਤੇ MR ਕਰਵ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ AR ਕਰਵ (AR = DD = ਕੀਮਤ) ਦੀ ਲਚਕਤਾ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ।

- ਜਦੋਂ ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਇੱਕ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ MR ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ TR ਵੱਧ ਰਿਹਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- ਜਦੋਂ ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਇੱਕ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ MR ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ TR ਘਟ ਰਿਹਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- ਜਦੋਂ ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਇੱਕ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, MR ਜ਼ੀਰੋ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ TR ਅਧਿਕਤਮ ਅਤੇ ਸਥਿਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

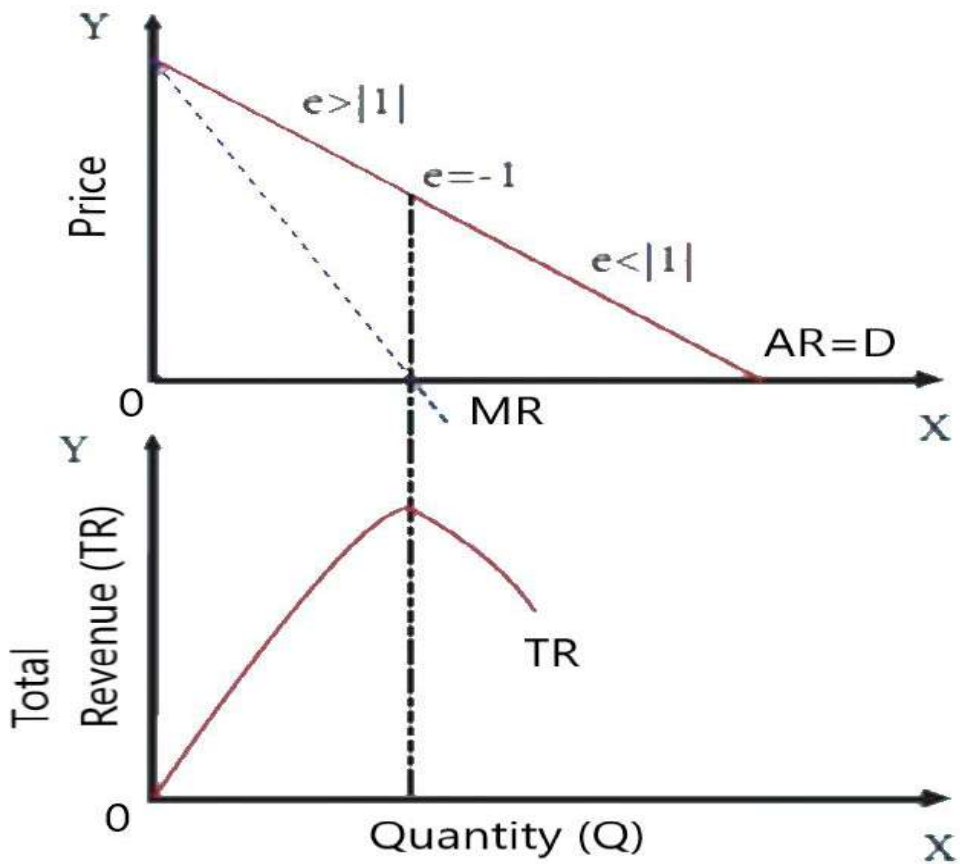
ਇਹ ਨੋਟ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ, 1 ਤੋਂ 5 ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਆਉਟਪੁੱਟ ਰੋਜ 'ਤੇ, ਕੁੱਲ ਆਉਟਲੇ ਵਿਧੀ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਇੱਕ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, TR ਵੱਧ ਰਿਹਾ ਹੈ ਅਤੇ MR ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੈ (TABLE 6, ਚਿੱਤਰ 7)

5 ਤੋਂ 6 ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਆਉਟਪੁੱਟ ਰੋਜ 'ਤੇ, ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਇੱਕ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, TR ਅਧਿਕਤਮ ਹੈ ਅਤੇ MR ਜ਼ੀਰੋ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। 6 ਯੂਨਿਟਾਂ ਤੋਂ 10 ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਆਉਟਪੁੱਟ ਰੋਜ 'ਤੇ, ਮੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਲਚਕਤਾ ਏਕਤਾ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, TR ਘਟ ਰਿਹਾ ਹੈ ਅਤੇ MR ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਹੈ।

**TABLE 6: TR, AR, MR ਅਤੇ ਲਚਕਤਾ**

| ਮਾਤਰਾ (Q) | ਕੀਮਤ (P) | TR | AR | MR | ਲਚਕੀਲੇਪਨ (Elasticity) |
|-----------|----------|----|----|----|-----------------------|
| 0         | 11       | 0  | 11 | -  | $e > 1$               |

|    |    |    |    |     |         |
|----|----|----|----|-----|---------|
| 1  | 10 | 10 | 10 | 10  |         |
| 2  | 9  | 18 | 9  | 8   |         |
| 3  | 8  | 24 | 8  | 6   |         |
| 4  | 7  | 28 | 7  | 4   |         |
| 5  | 6  | 30 | 6  | 2   |         |
| 6  | 5  | 30 | 5  | 0   | $e = 1$ |
| 7  | 4  | 28 | 4  | -2  |         |
| 8  | 3  | 24 | 3  | -4  |         |
| 9  | 2  | 18 | 2  | -6  |         |
| 10 | 1  | 10 | 1  | -8  |         |
| 11 | 0  | 0  | 0  | -10 |         |



ਚਿੱਤਰ 7

ਅਪਵਾਦ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਚਕੀਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਬੇਅੰਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਦਾ ਗੁਣਾਂਕ ਅਨੰਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵੱਡਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਘਟਾਏ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਸ਼ਬਦ ਅਨੰਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਛੋਟੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਇਸਨੂੰ ਜ਼ੀਰੋ ਵਜੋਂ ਲਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।



ਇਸ ਫਾਰਮੂਲੇ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੁਆਰਾ, ਇਹ ਦੇਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ MR ਹਮੇਸ਼ਾ ਕਿਸੇ ਵੀ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ AR ਜਾਂ ਮੰਗ ਕਰਵ ਦੀ ਲਚਕੀਲਾਤਾ ਇਕਸਾਰ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ MR ਹਮੇਸ਼ਾ ਨੈਗੇਟਿਵ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ AR ਕਰਵ ਜਾਂ ਮੰਗ ਕਰਵ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਇਕਸਾਰ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਇਥੇ, ਅਸੀਂ ਇਹ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖ ਸਕਦੇ ਹਾਂ ਕਿ MR ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਨੂੰ ਘਟਾਓ। ਇਸ ਰਿਸ਼ਤੇ ਤੋਂ ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ MR ਹਮੇਸ਼ਾ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਇੱਕ ਅਪਵਾਦ ਦੇ ਨਾਲ, ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਕੀਮਤ ਤੋਂ P/E ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਏ ਗਏ ਕੁਝ ਮੁੱਲ ਨੂੰ ਘਟਾ ਕੇ ਗਿਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ-I

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. AR ਅਤੇ MR ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. AR ਅਤੇ TR ਵਿਚਕਾਰ ਸ਼ਰਤਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 6.8 ਆਮਦਨ ਕਰਵ (Revenue Curves)

ਹੁਣ ਅਸੀਂ ਆਮਦਨ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਸ਼ਕਲ ਅਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਮਾਰਕੀਟ ਰੂਪਾਂ ਵਿੱਚ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਸਬੰਧਾਂ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰਾਂਗੇ।

#### 6.8.1 ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ (Revenue Curves Under Perfect Competition)

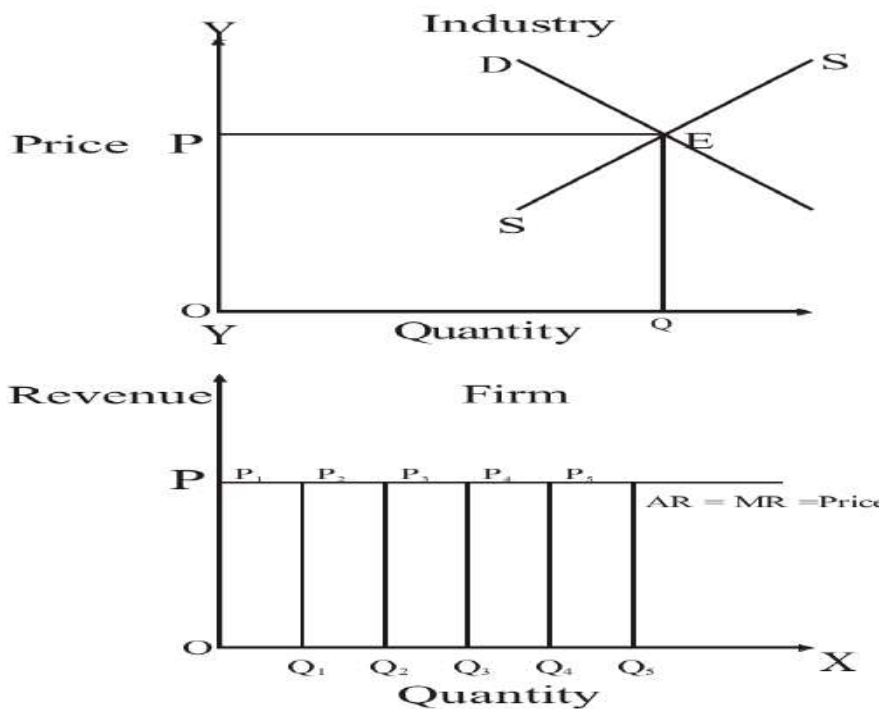
ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਜਾਂ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਫਰਮ ਇੱਕ ਕੀਮਤ ਲੈਣ ਵਾਲੀ ਹੈ। ਇਹ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਬਦਲ ਸਕਦਾ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚਣੇ ਪੈਂਦੇ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਫਰਮ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਗੁਆ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਇਸ ਲਈ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਫਰਮਾਂ ਹੋਣਗੀਆਂ ਜੋ ਉਹੀ ਉਤਪਾਦ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਜਾਂ ਫਰਮ ਦੀ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚਦੀਆਂ ਹਨ।

ਇਸ ਲਈ, ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਫਰਮ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀਆਂ ਸ਼ਕਤੀਆਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਐਸਤ ਆਮਦਨ ਜਾਂ ਕੀਮਤ ਫਰਮ ਲਈ ਸਥਿਰ ਰਹੇਗੀ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਸਥਿਰ AR ਦਾ ਅਰਥ ਸਥਿਰ MR ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ,  $AR=MR=P$

ਜੇਕਰ AR ਸਥਿਰ ਹੈ, ਤਾਂ MR ਵੀ ਸਥਿਰ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਕੇਸ ਵਿੱਚ AR ਅਤੇ MR ਬਰਾਬਰ ਹੋਣਗੇ। ਇਹ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਫਰਮ ਦਾ AR ਕਰਵ ਅਤੇ MR ਕਰਵ ਮੇਲ ਖਾਂਦਾ ਹੈ। ਖਿੱਚੇ ਗਏ ਕਰਵ ਲੇਟਵੇਂ ਹੋਣਗੇ ਭਾਵ, X-ਧੁਰੇ ਦੇ ਸਮਾਨਾਂਤਰ। ਹੁਣ, ਅਸੀਂ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ Table 7 ਅਤੇ ਚਿੱਤਰ 8 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਦਿਖਾ ਸਕਦੇ ਹਾਂ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਅਸੀਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਧਾਉਂਦੇ ਹਾਂ, ਕੀਮਤ ਜਾਂ AR ਉਹੀ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ, ਭਾਵ 10 ਰੁਪਏ TR ਵਧਦਾ ਹੈ ਪਰ ਇੱਕ ਸਥਿਰ ਦਰ 'ਤੇ। MR ਵੀ ਸਥਿਰ ਹੈ ਭਾਵ, ਰੁਪਏ 10 ਅਤੇ ਇਹ AR ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ।

**TABLE 7: TR, AR ਅਤੇ MR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ**

| ਯੂਨਿਟ ਵੇਚੇ ਗਏ | ਕੀਮਤ (AR) | TR | MR |
|---------------|-----------|----|----|
| 1             | 10        | 10 | 10 |
| 2             | 10        | 20 | 10 |
| 3             | 10        | 30 | 10 |
| 4             | 10        | 40 | 10 |
| 5             | 10        | 50 | 10 |



ਚਿੱਤਰ 8

ਚਿੱਤਰ 8 ਵਿੱਚ, X-ਧੁਰਾ ਵੇਚਿਆ ਗਿਆ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ Y-ਧੁਰਾ ਆਮਦਨ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ, ਕੀਮਤ 'ਤੇ, OP, ਵਿਕਰੇਤਾ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕਿਸੇ ਵੀ ਰਕਮ ਨੂੰ ਵੇਚ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ AR ਕਰਵ ਹਰੀਜੱਟਲ ਰੇਖਾ ਹੈ। MR ਕਰਵ AR ਨਾਲ ਮੇਲ ਖਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਇਸ ਲਈ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਵਾਧੂ ਇਕਾਈਆਂ ਪਹਿਲਾਂ ਵਾਂਗ ਹੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਉਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ  $AR = MR$ , ਇੱਕ ਧਿਆਨ ਦੇਣ

ਯੋਗ ਨੁਕਤਾ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਓਪੀ ਕੀਮਤ ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਫਰਮ ਸਿਰਫ ਇਸਦਾ ਪਾਲਣ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਇੱਥੇ, ਹਰੀਜੱਟਲ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਫਰਮ ਦੀ ਆਮਦਨ ਕਰਵ (ਕੀਮਤ ਲਾਈਨ ਜਾਂ ਮੰਗ ਕਰਵ) ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਇਹ ਹੈ ਕਿ 10 ਰੁਪਏ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ, ਵਿਕਰੇਤਾ ਜਾਂ ਫਰਮ ਕਿਸੇ ਵੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵੇਚ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਫਰਮ ਦਾ AR ਕਰਵ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਬਿਲਕੁਲ ਲਚਕੀਲਾ ਹੈ।

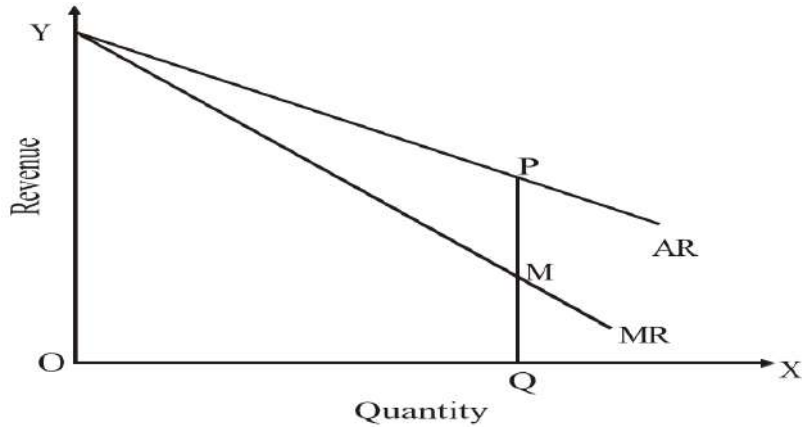
### 6.8.2 ਅਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ (Behaviour of AR and MR under Imperfect Competition)

ਜੇਕਰ AR ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ MR ਵੀ ਅਤੇ MR AR ਨਾਲੋਂ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ। ਉਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ MR AR ਤੋਂ ਹੇਠਾਂ ਹੈ। AR ਅਤੇ MR ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਝੁਕਣਾ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਫਰਮ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਪਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ TABLE 8 ਅਤੇ ਅੰਜੀਰ 9 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

TABLE 8: AR, MR ਅਤੇ TR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ

| ਯੂਨਿਟਾਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਕੀਮਤ<br>(AR) | ਕੀਮਤ | TR<br>(pxq) | AR<br>(TR/q) | MR<br>(TR <sub>n</sub> - TR <sub>n-1</sub> ) |
|-------------------------------|------|-------------|--------------|--|
| 1                             | 10   | 10          | 10           | 10   |
| 2                             | 9    | 18          | 9            | 8  |
| 3                             | 8    | 24          | 8            | 6  |
| 4                             | 7    | 28          | 7            | 4  |
| 5                             | 6    | 30          | 6            | 2  |

ਉਪਰੋਕਤ TABLE 8 ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਜਿਵੇਂ ਕਿ AR ਜਾਂ ਕੀਮਤ (P) = 10 ਰੁਪਏ ਤੋਂ ਘਟਦੀ ਹੈ ਰੁ. 6, ਤੇ TR 10 ਤੋਂ 30 ਵਧਦਾ ਹੈ, ਇਸ ਕੇਸ ਵਿੱਚ MR ਰੁਪਏ ਤੋਂ ਘਟਦਾ ਹੈ। 10 ਤੋਂ ਰੁ. 2 MR ਉਹ ਦਰ ਹੈ ਜਿਸ 'ਤੇ TR ਬਦਲਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ MR ਨਾਲ AR ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਕਰਦੇ ਹਾਂ, ਤਾਂ ਅਸੀਂ ਦੇਖਦੇ ਹਾਂ ਕਿ AR ਧੀਮੀ ਦਰ 'ਤੇ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ ਜਦਕਿ MR ਤੇਜ਼ ਦਰ 'ਤੇ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 9

AT OQ ਆਉਟਪੁੱਟ, AR PQ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ MR MQ ਹੈ।

$$PQ > MQ$$

$$AR > MR \text{ (ਕਿਉਂਕਿ } AR = P) \text{ ਜਾਂ } P > MR$$

### 6.8.3 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਅਧੀਨ ਆਮਦਨ ਕਰਵ (Revenue Curve Under Monopoly)

ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਅਧੀਨ, ਮੰਡੀ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਹੀ ਵਿਕਰੇਤਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਇੱਕ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਇੱਕ ਕੀਮਤ ਨਿਰਮਾਤਾ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਫਰਮ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਵਧੇਰੇ ਵੇਚਣਾ ਚਾਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਮੰਗ ਕਰਵ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਵੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਅਨੁਸਾਰ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਹੀ ਇੱਕ ਸਪਲਾਇਰ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਣ ਵਾਲੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਅਜਾਰੇਦਾਰ ਕੀਮਤ ਘਟਾ ਕੇ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਵਧਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਉਸ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਕਰਵ ਦੀ ਮੰਗ ਦਾ ਵਿਸਤਾਰ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਕੀਮਤ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਦੇ ਸਮਾਨ ਹੈ। ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਉਲਟ, ਜਿੱਥੇ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਇੱਕ ਲੇਟਵੀਂ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੀ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਣ ਵਾਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਉਹ ਵਿਕਰੀ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਉਹ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਵੇਗਾ। ਕਿਉਂਕਿ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਨ ਹੈ। ਇਸਦੀ ਲੰਬਾਈ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਵੀ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾ ਜਾਵੇਗਾ ਅਤੇ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਤੋਂ ਹੇਠਾਂ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਹ ਕਿਉਂਕਿ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਨਾਲੋਂ ਬਹੁਤ ਤੇਜ਼ ਦਰ 'ਤੇ ਅਸਫਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਵੀ ਇਜਾਰੇਦਾਰ ਵੱਡੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵੇਚਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸਦੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਡਿੱਗ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਇਸਲਈ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

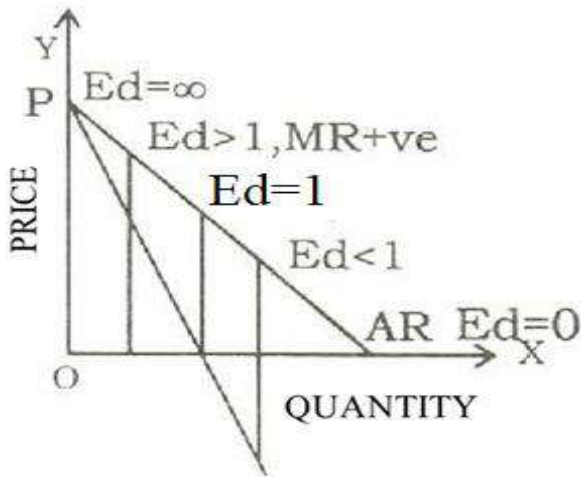
ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਫਰਮ ਦੀ ਔਸਤ ਆਮਦਨੀ ਕਰਵ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਨ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਅਨੁਸਾਰ, ਫਰਮ ਦਾ AR ਕਰਵ ਜਾਂ ਮੰਗ ਕਰਵ ਜਾਂ ਕੀਮਤ ਰੇਖਾ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਨ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਨਾਲ ਹੀ, ਜੇਕਰ AR ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਨੂੰ ਢਲਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ MR ਕਰਵ ਵੀ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ AR ਕਰਵ ਨਾਲੋਂ ਤੇਜ਼ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਤਾਂ ਜੋ  $MR < AR$ .

ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ AR ਕਰਵ ਦੀ ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਦੁਆਰਾ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਹਨ, MR ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਫਾਰਮੂਲੇ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਜਾਣਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:  $MR = AR[e/e-1]$

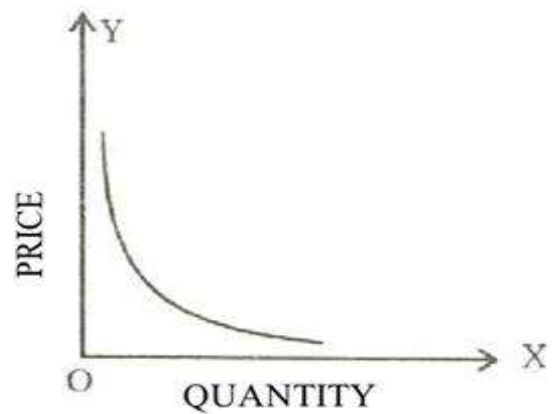
ਇੱਥੇ AR ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਲਈ ਹੈ ਅਤੇ e ਲਈ ਲਚਕੀਲੇਪਣ AR ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਫਾਰਮੂਲੇ ਦੁਆਰਾ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:  $ਕੀਮਤ = AR = MR[e-1/e]$

ਤੋਂ ਲਚਕਤਾ ਘੱਟ ਏਕਤਾ ਹੋਵੇਗੀ, MR ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੋਵੇਗੀ। ਜਿਸ ਹੱਦ ਤੱਕ MR AR ਤੋਂ ਹੇਠਾਂ ਹੈ, ਫਰੈਕਸ਼ਨ ਦੇ ਮੁੱਲ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ

ਇਹ ਚਿੱਤਰ 10 (a) ਤੋਂ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਿੱਥੇ AR ਕਰਵ ਦੀ ਲਚਕੀਲਾਤਾ ਇਕਸਾਰ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। MR ਹਮੇਸ਼ਾ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜਿੱਥੇ ਇਹ ਏਕਤਾ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ, MR ਹਮੇਸ਼ਾ ਜ਼ੀਰੋ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ AR ਕਰਵ ਦੀ ਲਚਕੀਲਾਤਾ ਇੱਕ ਆਇਤਾਕਾਰ ਹਾਈਪਰਬੋਲਾ ਵਾਂਗ ਇਸਦੀ ਲੰਬਾਈ ਵਿੱਚ ਇਕਾਈ ਹੈ, ਤਾਂ MR ਕਰਵ X- ਧੁਰੇ ਨਾਲ ਮੇਲ ਖਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਚਿੱਤਰ 10 (b) ਵਿੱਚ ਬਿੰਦੀ ਵਾਲੀ ਰੇਖਾ ਨਾਲ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 10 (a)



ਚਿੱਤਰ 10 (b)

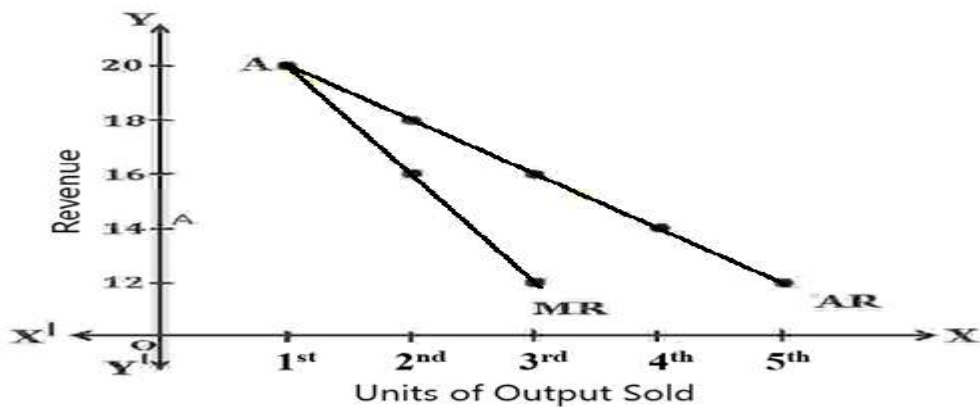
ਨਿਮਨਲਿਖਤ ਅਨੁਸੂਚੀ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ AR, MR ਅਤੇ TR ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ:

**TABLE 9: AR, MR ਅਤੇ TR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ**

| ਆਉਟਪੁੱਟ/ਵਿਕਰੀ<br>(ਯੂਨਿਟਾਂ ਵਿੱਚ) | ਔਸਤ ਆਮਦਨ<br>$AR = TR/Q =$ ਕੀਮਤ<br>(ਰੁਪਏ ਵਿੱਚ) | ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ<br>$TR = AR*Q$<br>(ਰੁਪਏ ਵਿੱਚ) | ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ<br>$MR = TR_n - TR_{n-1}$<br>(ਰੁਪਏ ਵਿੱਚ) |
|---------------------------------|---|---|--|
| 1                               | 20  | $1*20=20$                               | 20   |
| 2                               | 18  | $2*18=36$                               | 16   |
| 3                               | 16  | $3*16=48$                               | 12   |
| 4                               | 14  | $4*14=56$                               | 8  |
| 5                               | 12  | $5*12=60$                               | 4  |

ਉਪਰੋਕਤ TABLE 9 ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ 5 ਯੂਨਿਟਾਂ ਵੇਚਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ 12 ਰੁਪਏ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ 14 ਤੱਕ ਇਸ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਵਧਾ, ਜੇ, ਉਸ ਨੇ ਸਿਰਫ 4 ਯੂਨਿਟ ਨੂੰ ਵੇਚ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਸੇ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਅਗਰ ਉਹ ਦੇ ਭਾਅ ਵਧਾਉਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੰਗ ਇਨਕਾਰ ਕੀਤੀ ਜਾਵੇਗੀ।

ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਇੱਕ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ, ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਫਰਮ ਵਧੇਰੇ ਯੂਨਿਟ ਵੇਚਣਾ ਚਾਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਾ ਦੇਵੇਗੀ। TABLE ਵਿੱਚ, ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ 1 ਯੂਨਿਟ ਤੋਂ 2 ਯੂਨਿਟ ਤੱਕ ਵਧਾ ਦਿੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੀਮਤ 20 ਰੁਪਏ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕੇ 18 ਰੁਪਏ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ 3,4 ਅਤੇ 5 ਯੂਨਿਟਾਂ ਤੱਕ ਵਧਾਏ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਕ੍ਰਮਵਾਰ 16 ਰੁਪਏ, 14 ਰੁਪਏ ਅਤੇ 12 ਰੁਪਏ ਦੀ ਕਮੀ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 11

ਚਿੱਤਰ 11 ਵਿੱਚ, X-ਧੁਰਾ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ Y-ਧੁਰਾ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇੱਥੇ, AR ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ MR ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਬਿੰਦੂ A ਬਰਾਬਰ AR ਅਤੇ MR ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, AR ਕਰਵ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਦਿਖਾਉਂਦੇ ਹੋਏ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਣਾ ਹੈ। ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਫਰਮ ਨੂੰ ਇਸਦੇ ਹੋਰ

ਵੇਚਣ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਜਾਂ AR ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਨਾਲ ਹੀ, ਜੇਕਰ AR ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ MR ਵੀ ਡਿੱਗੇਗਾ ਪਰ AR ਨਾਲੋਂ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ  $MR < AR$  ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

#### 6.8.4 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ (Revenue Curve under Monopolistic Competition)

ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੋਵਾਂ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਦੂਜੇ ਦੇ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਆਮ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ, ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਕੁਝ ਵਿਭਿੰਨਤਾ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ ਰੱਖਣ ਵਾਲੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਵਿਕਰੇਤਾ ਹਨ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਵਧੇਰੇ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲ ਅਤੇ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਉਤਪਾਦ ਨਹੀਂ ਹੋਣਗੇ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਫਰਮ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਵਧੇਰੇ ਵੇਚਣਾ ਚਾਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਫਰਮ ਦੀ ਐਸਤ ਆਮਦਨੀ ਕਰਵ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਨ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

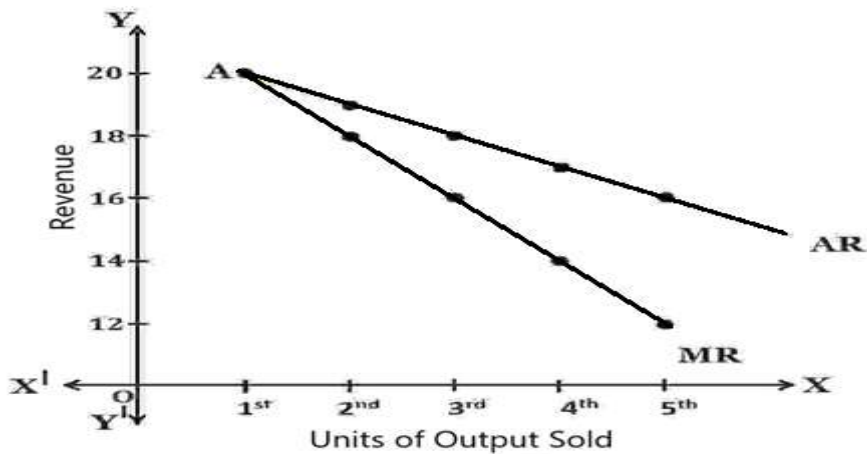
**TABLE 10: AR, MR ਅਤੇ TR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ**

| ਆਉਟਪੁੱਟ/ਵਿਕਰੀ<br>(ਯੂਨਿਟਾਂ ਵਿੱਚ) | ਐਸਤ ਆਮਦਨ<br>$AR = TR/Q =$ ਕੀਮਤ<br>(ਰੁਪਏ ਵਿੱਚ) | ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ<br>$TR =$<br>$AR * Q$<br>(ਰੁਪਏ ਵਿੱਚ) | ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ<br>$MR = TR_n - TR_{n-1}$<br>(ਰੁਪਏ ਵਿੱਚ) |
|---------------------------------|---|--|--|
| 1                               | 20  | $1 * 20 = 20$                                  | 20   |
| 2                               | 19  | $2 * 19 = 38$                                  | 18   |
| 3                               | 18  | $3 * 18 = 54$                                  | 16   |
| 4                               | 17  | $4 * 17 = 68$                                  | 14   |
| 5                               | 16  | $5 * 16 = 80$                                  | 12   |

ਉਪਰੋਕਤ TABLE 10 ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਫਰਮ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਦੇ 5 ਯੂਨਿਟ ਵੇਚਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ 16 ਰੁਪਏ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਇਹ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧਾ ਕੇ 17 ਰੁਪਏ ਕਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ ਸਿਰਫ਼ 4 ਯੂਨਿਟ ਹੀ ਵੇਚ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ ਉਹ ਕੀਮਤ ਵਧਾਉਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰੇਗਾ, ਉਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਘਟ ਜਾਵੇਗੀ।

ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਇੱਕ ਏਕਾਧਿਕਾਰਵਾਦੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ, ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਫਰਮ ਵਧੇਰੇ ਯੂਨਿਟਾਂ ਵੇਚਣਾ ਚਾਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਾ ਦੇਵੇਗੀ। Table ਵਿੱਚ, ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ 1 ਯੂਨਿਟ ਤੋਂ 2 ਯੂਨਿਟ

ਤੱਕ ਵਧਾ ਦਿੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੀਮਤ 20 ਰੁਪਏ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕੇ 19 ਰੁਪਏ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ 3,4 ਅਤੇ 5 ਯੂਨਿਟਾਂ ਤੱਕ ਵਧਾਏ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਕ੍ਰਮਵਾਰ 18 ਰੁਪਏ, 17 ਰੁਪਏ ਅਤੇ 16 ਰੁਪਏ ਦੀ ਕਮੀ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 12

ਚਿੱਤਰ 12 ਵਿੱਚ, X-ਧੁਰਾ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ Y-ਧੁਰਾ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇੱਥੇ, AR ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ MR ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਬਿੰਦੂ A ਬਰਾਬਰ AR ਅਤੇ MR ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, AR ਕਰਵ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਵਧਾਏ ਦੇ ਨਾਲ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਦਿਖਾਉਂਦੇ ਹੋਏ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਣਾ ਹੈ। ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਵਾਲੀ ਫਰਮ ਨੂੰ ਇਸਦੇ ਹੋਰ ਵੇਚਣ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਜਾਂ AR ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਨਾਲ ਹੀ, ਜੇਕਰ AR ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ MR ਵੀ ਡਿੱਗੇਗਾ ਪਰ AR ਨਾਲੋਂ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ  $MR < AR$  ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, AR ਕਰਵ ਵਧੇਰੇ ਲਚਕੀਲਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਬਦਲਾਅ ਦੇ ਜਵਾਬ ਵਿੱਚ, ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਫਰਮ ਨਾਲੋਂ ਇੱਕ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਫਰਮ ਲਈ ਮੁਕਾਬਲਤਨ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਹ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲ ਦੀ ਉਪਲਬਧਤਾ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੈ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲ ਨਹੀਂ ਹੈ।

### 6.9 ਆਮਦਨ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ (Significance of Revenue Curves)

AR ਅਤੇ MR ਕਰਵ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਦੇ ਮੁੱਖ ਨੁਕਤੇ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹਨ:

- A. **ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਅਤੇ ਨੁਕਸਾਨ ਦਾ ਅਨੁਮਾਨ (Estimation of Profits and Losses):** ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਕ ਇਹ ਪਤਾ ਲਗਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਉਹ ਅਲੈਕਿਕ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਆਮ ਲਾਭ ਜਾਂ ਨੁਕਸਾਨ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਇਸ ਉਦੇਸ਼ ਲਈ, ਉਹ AC ਨਾਲ AR ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਕਰਦਾ ਹੈ:



IF  $AR > AC$ , ਫਰਮ ਅਲੈਕਿਕ ਲਾਭ ਕਮਾਉਂਦੀ ਹੈ।

IF  $AR = AC$ , ਫਰਮ ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾਉਂਦੀ ਹੈ।

ਜੇਕਰ  $AR < AC$ , ਫਰਮ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

- B. ਸੰਤੁਲਨ (Equilibrium):** AR ਅਤੇ MR ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਦਾ ਦੂਜਾ ਬਿੰਦੂ ਇਹ ਜਾਣਨਾ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਕਿੰਨਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਫਰਮ ਉਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗੀ ਜਿੱਥੇ  $MR = MC$ . ਇਹ ਸਾਰੀਆਂ ਮਾਰਕੀਟ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਫਰਮ ਲਈ ਇੱਕ ਆਮ ਸਥਿਤੀ ਹੈ।
- C. ਸਮਰੱਥਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ (Capacity Utilisation):** ਇਹ ਆਮਦਨ ਵਕਰਾਂ ਦੁਆਰਾ ਅਸੀਂ ਜਾਣਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਕੀ ਕੋਈ ਫਰਮ ਆਪਣੀ ਪੂਰੀ ਸਮਰੱਥਾ ਅਨੁਸਾਰ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰ ਰਹੀ ਹੈ ਜਾਂ ਨਹੀਂ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ, ਜੇਕਰ AR ਕਰਵ ਆਪਣੇ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ AC ਕਰਵ ਨਾਲ ਟੈਂਜੈਂਟ ਹਨ, ਤਾਂ ਫਰਮ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਮਰੱਥਾ ਨਾਲ ਕਰੇਗੀ।
- D. ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ (Price Changes):** AR ਅਤੇ MR ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਕਾਰਕ ਸੇਵਾਵਾਂ (ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਿਰਾਇਆ, ਮਜ਼ਦੂਰੀ, ਵਿਆਜ ਅਤੇ ਲਾਭ) ਲਈ ਵੀ ਉਪਯੋਗੀ ਹਨ। ਕਾਰਕ ਮੁੱਲ ਵਿੱਚ, ਉਹ ਉਲਟ U-ਆਕਾਰ ਦੇ ਬਣ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। AR ਅਤੇ MR ਕਰਵ ARP ਅਤੇ MRP (ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਉਤਪਾਦਕਤਾ) ਬਣ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ-II

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1 ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਆਮਦਨ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਸ਼ਕਲ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਅਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਆਮਦਨ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਸ਼ਕਲ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 3. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਵਿੱਚ AR ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਕਿਉਂ ਢਲ ਜਾਂਦਾ ਹੈ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 6.10 ਸੰਖੇਪ (Summary)

ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਲਗਭਗ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤਾਂ (TFC) ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਇਨਪੁਟਸ ਲਈ ਸਮੇਂ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਫਰਮ ਦੇ ਖਰਚੇ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤਾਂ (TVC) ਸਾਰੇ ਵੇਰੀਏਬਲ ਇਨਪੁਟਸ ਲਈ ਸਮੇਂ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੇ ਗਏ ਕੁੱਲ ਖਰਚੇ ਹਨ। ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕੁੱਲ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਕੁਝ ਹੋਰ ਸੰਕਲਪਾਂ ਵਿੱਚ ਸਪੱਸ਼ਟ ਲਾਗਤਾਂ ਅਤੇ ਅਪ੍ਰਤੱਖ ਲਾਗਤਾਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਸਪੱਸ਼ਟ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਵਰਤੇ ਗਏ ਅਸਲ ਇਨਪੁਟਸ ਦਾ ਮੁੱਲ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਫਰਮ ਦੀ ਮਲਕੀਅਤ ਵਾਲੇ ਮੁੱਲ ਇਨਪੁੱਟ ਦਾ ਅੰਦਾਜ਼ਾ ਇਸ ਗੱਲ ਤੋਂ ਲਗਾਇਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਆਪਣੀ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਵਿਕਲਪਕ ਵਰਤੋਂ ਵਿੱਚ ਕੀ ਕਮਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਫਰਮ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨ ਲਈ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਇੱਕ ਉਪਯੋਗੀ ਸਾਧਨ ਹਨ। ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਮਾਮਲਿਆਂ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਦੀਆਂ ਤਿੰਨ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦੇਖ ਸਕਦੇ ਹਾਂ। ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਧਣ ਦੇ ਨਾਲ ਵੱਧਦਾ ਹੈ, ਐਸਤ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕਰਵ U-ਆਕਾਰ ਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਇਸਦੇ ਹੇਠਲੇ ਹਿੱਸੇ ਵਿੱਚ ਐਸਤ ਕੁੱਲ ਕਰਵ ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ।

ਆਮਦਨ ਉਸ ਰਕਮ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿਸੇ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਆਮਦਨ ਆਰਥਿਕ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਧਾਰਨਾ ਹੈ। ਇਹ ਵਿਕਰੀ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਭਾਵ, ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ ਵਿਕਰੀ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਆਮਦਨ ਵੀ ਵਧਦਾ ਹੈ। ਆਮਦਨ ਧਾਰਨਾ TR ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹਨ ਆਮਦਨ, ਐਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਦਰਮਿਆਨੇ ਆਮਦਨ, ਜਦੋਂ MR ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ ਪਰ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ TR ਘੱਟਦੀ ਦਰ ਨਾਲ ਵਧਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ MR ਜ਼ੀਰੋ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, TR ਇਸਦੇ ਅਧਿਕਤਮ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ MR ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਨੈਗੇਟਿਵ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ TR ਡਿੱਗਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਬਜ਼ਾਰ ਰੂਪਾਂ ਵਿੱਚ ਆਮਦਨ ਵਕਰਾਂ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਆਕਾਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਕੀਮਤ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਲਾਭ ਨਿਰਧਾਰਨ ਲਈ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹਨ।

## 6.11 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ (Questions for Practice)

### A. ਛੋਟੇ ਉੱਤਰ ਦੇ ਸਵਾਲ

Q1. ਨਿੱਜੀ ਅਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਲਾਗਤਾਂ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਮਤਲਬ ਹੈ?

Q2. ਇਸ 'ਤੇ ਇੱਕ ਛੋਟਾ ਨੋਟ ਲਿਖੋ:

- ਸਪੱਸ਼ਟ ਲਾਗਤ
- ਅਵਸਰ (ਮੈਕੋ) ਲਾਗਤ
- ਪੈਸੇ ਦੀ ਲਾਗਤ

- Q3. ਲਾਗਤ ਦੇ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ ਦੀ ਸਥਿਰ ਅਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q4. ਲਾਗਤ ਦੇ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਤਹਿਤ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ
- Q5. ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਲਾਗਤ ਦੀ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੇ ਤਹਿਤ AC ਅਤੇ MC ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q6. ਲਾਗਤ ਦੇ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਤਹਿਤ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ 'ਤੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ
- Q7. ਆਧੁਨਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਅਧੀਨ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਲਾਗਤ ਕਰਵ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q8. ਸ਼ਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ
- a. ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ
  - b. ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ
- Q9. ਢੁਕਵੇਂ ਚਿੱਤਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ TR, AR ਅਤੇ MR ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- Q10. AR ਕਰਵ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਏਕਤਾ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਕਿਉਂ ਹੈ, MR ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਏਕਤਾ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਕਿੱਥੇ ਹੁੰਦਾ ਹੈ?
- Q11. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਅਧੀਨ ਥੋੜ੍ਹੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

## B. ਲੰਬੇ ਜਵਾਬ ਸਵਾਲ

- Q1. ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਕਰਵ U-ਆਕਾਰ ਦਾ ਕਿਉਂ ਹੈ?
- Q2. ਲਾਗਤ ਦੇ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਤਹਿਤ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਨੂੰ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਸਮਝਾਓ।
- Q3. LAC ਕਰਵ ਨੂੰ ਲਿਫ਼ਾਫ਼ਾ ਕਰਵ ਵੀ ਕਿਉਂ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਲਾਗਤ ਦੇ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਤਹਿਤ ਇਹ U-ਆਕਾਰ ਕਿਉਂ ਹੈ?
- Q4. ਚਿੱਤਰਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਆਧੁਨਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- Q5. TABLE ਅਤੇ ਚਿੱਤਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਦੀ ਕਿਸਮ ਸਮਝਾਓ।
- Q6. ਢੁਕਵੀਂ TABLE ਅਤੇ ਚਿੱਤਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ TR, AR, MR ਅਤੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- Q7. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ AR ਅਤੇ MR ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q8. ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ AR ਅਤੇ MR ਦੇ ਆਕਾਰ ਕੀ ਹਨ ਅਤੇ ਕਿਉਂ?

Q9. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਆਮਦਨ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਸ਼ਕਲ 'ਤੇ ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਦਾ ਕੀ ਪ੍ਰਭਾਵ ਹੁੰਦਾ ਹੈ?

**6.12 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ (Suggested readings)**

- Baumol, W.J.: Economic Theory and Operations, Analysis
- Hicks, J.R: Value and Capital, 2nd Edition, Oxford University Press
- Koutsoyiannis: Modern Microeconomics
- Robinson, Joan: The Production Functions
- Samuelson, P.A: Foundation of Economic Analysis
- Stonier A.W. and D.C. Hague: A Text Book of Economic Theory

## ਬੈਚਲਰ ਆਫ਼ ਆਰਟਸ

### ਸਮੈਸਟਰ-I

#### ਕੋਰਸ: ਵਿਅਕਤੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ

---

ਯੂਨਿਟ 6: ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨਿਰਧਾਰਣ

(PERFECT COMPETITION: FIRM AND INDUSTRY EQUILIBRIUM)

---

#### ਸੰਰਚਨਾ

#### 7.0 ਉਦੇਸ਼

#### 7.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

#### 7.2 ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ ਅਤੇ ਇਸ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ

#### 7.3 ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ

##### 7.3.1 ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਸਪਲਾਈ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਅ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ

##### 7.3.2 ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ

##### 7.3.2.1 ਬਹੁਤ ਛੋਟੀ ਮਿਆਦ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ (ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ)

##### 7.3.2.2 ਅਲਪ ਸਮੇਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ

##### 7.3.2.3 ਦੀਰਘ ਸਮੇਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ

#### 7.4 ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ

##### 7.4.1 ਫਰਮ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਲਈ ਸ਼ਰਤਾਂ

##### 7.4.2 ਸਮਾਨ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ

##### 7.4.2.1 ਫਰਮ ਦਾ ਛੋਟਾ-ਚਾਲੂ ਸੰਤੁਲਨ

##### 7.4.2.2 ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਥੋੜ੍ਹੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਸੰਤੁਲਨ

##### 7.4.2.3 ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ

##### 7.4.3 ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ

#### 7.4.3.1 ਫਰਮ ਦਾ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ

#### 7.4.3.2 ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਸੰਤੁਲਨ

#### 7.4.3.3 ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ

### 7.5 ਸੰਖੇਪ

### 7.6 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ

### 7.7 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ

## 7.0 ਉਦੇਸ਼ (Objectives)

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ, ਸਿਖਿਆਰਥੀ ਇਹ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਵੇਗਾ:

- ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਅਤੇ ਇਸ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ
- ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਿਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ
- ਮਾਰਕੀਟ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ, ਅਲਪ-ਕਾਲ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ
- ਸਮਾਨ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਨਿਰਧਾਰਤ
- ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਹਾਲਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ

## 7.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

'ਮਾਰਕੀਟ' ਸ਼ਬਦ ਨੂੰ ਇੱਕ ਅਜਿਹੀ ਥਾਂ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਖਰੀਦਦਾਰ ਅਤੇ ਵਿਕਰੇਤਾ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਖਰੀਦ ਲਈ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨੂੰ ਮਿਲਦੇ ਹਨ। ਕੋਰਨੋਟ (Cournot) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀ ਮਾਰਕੀਟ ਸ਼ਬਦ ਦੁਆਰਾ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਮਾਰਕੀਟ ਸਥਾਨ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਸਮਝਦੇ ਹਨ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖਰੀਦੀਆਂ ਅਤੇ ਵੇਚੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਬਲਕਿ ਕਿਸੇ ਵੀ ਪੂਰੇ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਸਮਝਦੇ ਹਨ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਖਰੀਦਦਾਰ ਅਤੇ ਵੇਚਣ ਵਾਲੇ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨਾਲ ਇੰਨੇ ਸੁਤੰਤਰ ਸੰਭੋਗ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਸਮਾਨ ਸਮਾਨ ਦੀ ਕੀਮਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸਮਾਨਤਾ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਅਤੇ ਜਲਦੀ।" ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਨੂੰ ਦੋ ਵੱਡੇ ਹਿੱਸਿਆਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਰਥਾਤ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ (Perfect Competition) ਅਤੇ ਅਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ (Imperfect Competition)। ਇਸ ਤੋਂ ਅੱਗੇ, ਅਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ (Imperfect Competition) ਨੂੰ ਚਾਰ ਭਾਗਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਗਿਆ ਹੈ ਅਰਥਾਤ ਏਕਾਧਿਕਾਰ

(Monopoly), ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ (Monopolistic Competition), ਡੂਓਪੋਲੀ (Duopoly) ਅਤੇ ਅਲੀਗੋਪੋਲੀ (Oligopoly)। ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚ, ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ, ਇਸ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ, ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨਿਰਧਾਰਨ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ।

## 7.2 ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ ਅਤੇ ਇਸ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ (Perfect Competition and its Features)

ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ ਇੱਕ ਮਾਰਕੀਟ ਰੂਪ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸਮਾਨ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਣ ਵਾਲੇ ਖਰੀਦਦਾਰ ਅਤੇ ਵੇਚਣ ਵਾਲੇ ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਮੌਜੂਦ ਹਨ। ਚੌਗ ਯਾਹ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ ਇੱਕ ਮਾਰਕੀਟ ਸਥਿਤੀ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੇਤਾ ਅਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਇੱਕ ਸਮਾਨ ਉਤਪਾਦ, ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਫਰਮਾਂ ਦਾ ਮੁਫਤ ਦਾਖਲਾ, ਮੌਜੂਦਾ ਮਾਰਕੀਟ ਸਥਿਤੀਆਂ ਅਤੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਮੁਫਤ ਗਤੀਸ਼ੀਲਤਾ ਦੇ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਅਤੇ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸੰਪੂਰਨ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਵਿਕਲਪਕ ਵਰਤੋਂ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ। ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀਆਂ ਵਿਭਿੰਨ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਜਾਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹਨ:

### A. ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਦੀ ਵੱਡੀ ਸੰਖਿਆ (Large Number of Sellers and Buyers):

ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ, ਵੇਚਣ ਵਾਲਿਆਂ ਅਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਬੇਅੰਤ ਵੱਡੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਦੀ ਮੌਜੂਦਗੀ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਵੱਖ ਵੱਖ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਨਿਰੰਤਰ ਅਤੇ ਤੀਬਰ ਹੈ। ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਦੀ ਮੌਜੂਦਗੀ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਗਲਾ ਕੱਟ ਮੁਕਾਬਲਾ ਮੌਜੂਦ ਹੈ। ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਦੀ ਮੌਜੂਦਗੀ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਵਿਕਰੇਤਾ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੁੱਲ ਮੰਗ ਦਾ ਸਿਰਫ ਇੱਕ ਛੋਟਾ ਜਿਹਾ ਹਿੱਸਾ ਵੇਚਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਵਿਕਰੇਤਾ

ਦਾ ਦਿੱਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸਪਲਾਈ 'ਤੇ ਨਿਯੰਤਰਣ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਫਰਮ ਨੂੰ ਕੀਮਤ ਸਵਿਕਾਰ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਨਾ ਕਿ ਕੀਮਤ ਨਿਰਮਾਤਾ। ਮੰਗ

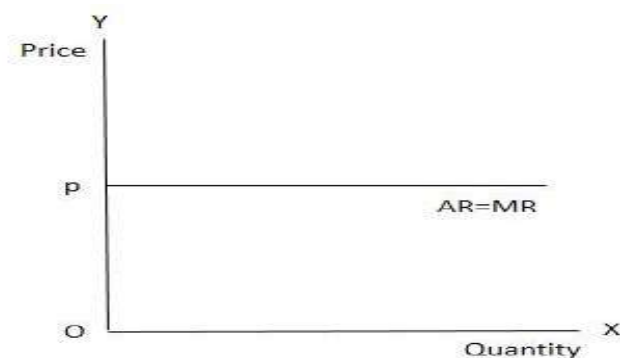


Figure 1: Average Revenue and Marginal Revenue Curves

ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਦੀਆਂ ਮਾਰਕੀਟ ਸ਼ਕਤੀਆਂ ਇਸ ਮਾਰਕੀਟ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ, ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਇਹ ਸ਼ਰਤਾਂ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਫਰਮ ਲਈ ਦਿੱਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਫਰਮ ਨੂੰ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਉਹ ਦਿੱਤੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਵੱਡੀ ਰਕਮ ਨੂੰ ਵੇਚਣਾ ਚਾਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਾਂ ਘੱਟ। ਇਸਲਈ, ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਫਰਮ ਲਈ ਔਸਤ ਆਮਦਨ

ਕਰਵ ਜਾਂ ਮੰਗ ਵਕਰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਚਕੀਲਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਭਾਵ X ਧੁਰੇ ਦੇ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਵੀ X ਧੁਰੇ ਦੇ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਇੱਕ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਹੈ ਜੋ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਵਕਰ ਨਾਲ ਮੇਲ ਖਾਂਦਾ ਹੈ। ਸੀਮਾਂਤ ਅਤੇ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵਸ਼ਵੇਵ ਚਿੱਤਰ 1 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਮਾਤਰਾ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਕ੍ਰਮਵਾਰ X ਧੁਰੇ ਅਤੇ Y ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਉਪ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਫਰਮ ਲਈ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਕੀਮਤ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਫਰਮ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕਿਸੇ ਵੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਵੇਚ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਔਸਤ ਆਮਦਨ (AR) ਕਰਵ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਚਕੀਲਾ ਹੈ ਭਾਵ, X ਧੁਰੇ ਦੇ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ (MR) ਕਰਵ AR ਵਕਰ ਨਾਲ ਮੇਲ ਖਾਂਦਾ ਹੈ।

- B. ਇਕਸਾਰ ਉਤਪਾਦ (Homogenous Products):** ਉਤਪਾਦ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਇੱਕੋ ਜਿਹੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਕਸਾਰ ਦਾ ਅਰਥ ਗੁਣਵੱਤਾ, ਆਕਾਰ, ਰੰਗ, ਰੂਪ ਆਦਿ ਵਿੱਚ ਇੱਕੋ ਜਿਹਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ, ਉਤਪਾਦ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਸੰਪੂਰਨ ਬਦਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਅਜਿਹੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦੀ ਅੰਤਰ ਲਚਕਤਾ ਬੇਅੰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਹਰੇਕ ਇਕਾਈ ਦੀ ਕੀਮਤ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਤਪਾਦ ਇੱਕੋ ਜਿਹੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਵੀ ਫਰਮ ਦਿੱਤੇ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਥੋੜ੍ਹਾ ਵੱਧ ਕੀਮਤ ਵਸੂਲਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਸਾਰੀ ਮੰਗ ਦੂਜੇ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਨੂੰ ਭੇਜ ਦਿੱਤੀ ਜਾਵੇਗੀ ਅਤੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਫਰਮ ਨੂੰ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਅਸਲ ਪੱਧਰ ਤੱਕ ਘਟਾਉਣਾ ਪਵੇਗਾ ਅਤੇ ਇਸਦੇ ਉਲਟ ਕਰਨਾ ਪਵੇਗਾ।
- C. ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਸੁਤੰਤਰ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਅਤੇ ਛੱਡਣਾ (Free Entry and Exit of Firms):** ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ, ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਸੁਤੰਤਰ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲ ਹੋਣ ਅਤੇ ਬਾਹਰ ਨਿਕਲਣ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਅਲੈਕਿਕ ਲਾਭ ਮੌਜੂਦ ਹੈ, ਤਾਂ ਫਰਮ ਸੁਤੰਤਰ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲ ਹੋਣ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ ਪਰ ਜੇਕਰ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਘਾਟੇ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਮੌਜੂਦ ਹੈ, ਤਾਂ ਫਰਮ ਉਦਯੋਗ ਨੂੰ ਆਜ਼ਾਦ ਤੌਰ 'ਤੇ ਛੱਡ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਫਰਮਾਂ ਦੇ ਮੁਫਤ ਦਾਖਲੇ ਅਤੇ ਨਿਕਾਸ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਉਭਾਰ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਕ ਫਰਮ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਨਿਯੰਤਰਿਤ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੀ।
- D. ਸੰਪੂਰਨ ਗਿਆਨ (Perfect Knowledge):** ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ, ਵੇਚਣ ਵਾਲਿਆਂ ਅਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਬਜ਼ਾਰ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕੀਮਤ, ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਦਾ ਸੰਪੂਰਨ ਗਿਆਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਦਾ ਸੰਪੂਰਨ ਗਿਆਨ ਹੈ ਤਾਂ ਵੇਚਣ ਵਾਲਿਆਂ ਲਈ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕੀਮਤ ਵਸੂਲਣਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਪੂਰੇ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਇੱਕੋ ਕੀਮਤ ਵਸੂਲੀ ਜਾਵੇਗੀ। ਜੇਕਰ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਮੰਗ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਦਾ ਸੰਪੂਰਨ ਗਿਆਨ ਹੈ, ਤਾਂ ਵੱਧ-ਉਤਪਾਦਨ ਜਾਂ ਘਾਟ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਮੌਜੂਦ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਮਾਨ ਉਤਪਾਦਾਂ



ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਸਥਿਤੀਆਂ ਦੇ ਸੰਪੂਰਨ ਗਿਆਨ ਕਾਰਨ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਮਸ਼ਹੂਰੀ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਈ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ।

**E. ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਸੰਪੂਰਨ ਗਤੀਸ਼ੀਲਤਾ (Perfect Mobility of Factors of Production):** ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਸੰਪੂਰਨ ਗਤੀਸ਼ੀਲਤਾ ਮੌਜੂਦ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਕਾਰਕ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਮਾਮੂਲੀ ਵਾਧਾ ਉਸ ਕਾਰਕ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ ਹੋਰ ਫਰਮਾਂ ਜਾਂ ਉਦਯੋਗਾਂ ਤੋਂ ਖਾਸ ਫਰਮ ਜਾਂ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਜਾਣ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦੇਵੇਗਾ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉਸ ਕਾਰਕ ਦੀ ਕੀਮਤ ਖਾਸ ਫਰਮ ਜਾਂ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਮੂਲ ਪੱਧਰ ਤੱਕ ਹੇਠਾਂ ਆ ਜਾਵੇਗੀ। ਇਸ ਲਈ, ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਵੀ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਰਹਿੰਦੀਆਂ ਹਨ।

**F. ਨਿਯੰਤਰਣਾਂ ਦੀ ਅਣਹੋਂਦ (Absence of Controls):** ਕੀਮਤ ਨਿਯੰਤਰਣ, ਰਾਸ਼ਨਿੰਗ ਆਦਿ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਅਤੇ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਮੁਫਤ ਚੋਣ 'ਤੇ ਨਿਯੰਤਰਣ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਮੌਜੂਦ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਸਰਕਾਰ ਪਾਬੰਦੀਆਂ ਲਾਉਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀਆਂ ਤਾਕਤਾਂ ਆਪਣਾ ਕੰਮ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੀਆਂ, ਭਾਵ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਸੁਤੰਤਰ ਅਤੇ ਨਿਰੰਤਰ ਸਮਾਯੋਜਨ, ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਨਾਲ।

**G. ਟਰਾਂਸਪੋਰਟ ਲਾਗਤ ਦੀ ਅਣਹੋਂਦ (Absence of Transport Cost):** ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ, ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਇੱਕ ਥਾਂ ਤੋਂ ਦੂਜੀ ਥਾਂ 'ਤੇ ਲਿਜਾਣ ਦੀ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਸਥਿਰ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਢੇਆ-ਢੁਆਈ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੈ, ਉਤਪਾਦ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਇਕੋ ਜਿਹੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਹਰ ਵਸਤੂ ਹਰ ਇਲਾਕੇ, ਪਿੰਡ, ਕਸਬੇ ਅਤੇ ਸ਼ਹਿਰ ਵਿੱਚ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਉਪਲਬਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

### **7.3 ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ (Price Determination under Perfect Competition)**

ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ, ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਫਰਮ ਇੱਕ ਕੀਮਤ ਨਿਰਮਾਤਾ ਨਹੀਂ ਹੈ ਸਗੋਂ ਇੱਕ ਕੀਮਤ ਲੈਣ ਵਾਲੀ ਹੈ। ਹੁਣ ਸਵਾਲ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਕਿਵੇਂ ਤੈਅ ਕੀਤੀ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ। ਇਸ ਮੁੱਦੇ 'ਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਨੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਿਚਾਰ ਦਿੱਤੇ ਹਨ। ਜੇਵੇਨਸ ਅਤੇ ਉਸਦੇ ਪੈਰੋਕਾਰਾਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਇਸਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ (MU) ਭਾਵ  $MU = P(\text{ਕੀਮਤ})$  ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਭਾਵ  $P(\text{ਕੀਮਤ}) > MU$ , ਤਾਂ ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ ਦੀ ਖਰੀਦ ਘਟਾ ਦੇਵੇਗਾ। ਸਿੱਟੇ ਵਜੋਂ, ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਘਟੇਗੀ ਜਿਸ ਨਾਲ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਹੋਰ ਘਟੇਗੀ ਅਤੇ ਇਹ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ। ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਭਾਵ  $P(\text{ਕੀਮਤ}) < MU$  ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ, ਤਾਂ ਖਪਤਕਾਰ ਵਸਤੂ ਦੀ ਖਰੀਦ ਵਧਾਏਗਾ। ਸਿੱਟੇ ਵਜੋਂ, ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧੇਗੀ ਜਿਸ ਨਾਲ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਹੋਰ ਵਧੇਗੀ ਅਤੇ ਇਹ ਵਸਤੂ

ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਉਪਯੋਗਤਾ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ। ਇਸ ਲਈ, ਜੇਵੇਨਸ ਅਤੇ ਉਸਦੇ ਪੈਰੋਕਾਰਾਂ ਨੇ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕੀਤਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਸਿਰਫ਼ ਇਸਦੀ ਮੰਗ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੋਵੇਗੀ, ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਵੱਧ ਹੋਵੇਗੀ ਅਤੇ ਇਸ ਦੇ ਉਲਟ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਰਿਕਾਰਡੇ, ਮਿੱਲ ਅਤੇ ਹੋਰ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰੀਆਂ ਨੇ ਇਹ ਵਿਚਾਰ ਪੇਸ਼ ਕੀਤਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਸਿਰਫ਼ ਸਪਲਾਈ ਬਲ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਫਰਮ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਇਸਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਹੈ। ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਦੇ ਪਿੱਛੇ ਬਲ ਮਾਮੂਲੀ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਇਸ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਉਸਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ (MC) ਭਾਵ  $P(\text{ਕੀਮਤ}) = MC$  ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਜੇਕਰ  $MC > P(\text{ਕੀਮਤ})$  ਹੈ, ਤਾਂ ਫਰਮ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ, ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਘਟੇਗੀ ਜਿਸ ਨਾਲ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਹੋਰ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਇਸਦੀ ਮਾਮੂਲੀ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋ ਜਾਵੇਗਾ। ਜੇਕਰ  $MC < P(\text{ਕੀਮਤ})$  ਹੈ, ਤਾਂ ਫਰਮ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾ ਰਹੀ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਸ ਲਈ, ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵਧਾਈ ਜਾਵੇਗੀ ਜੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਹੋਰ ਘਟਾਉਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ। ਇਸ ਲਈ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਸਿਰਫ਼ ਇਸਦੀ ਸਪਲਾਈ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਜਿੰਨੀ ਵੱਧ ਹੋਵੇਗੀ, ਉਸਦੀ ਕੀਮਤ ਘੱਟ ਹੋਵੇਗੀ ਅਤੇ ਇਸਦੇ ਉਲਟ।

**TABLE 1: ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ**

| ਸੇਬ ਦੀ ਕੀਮਤ<br>(ਰੁਪਏ ਪ੍ਰਤੀ ਕਿਲੋਗ੍ਰਾਮ ਵਿੱਚ) | ਸੇਬ ਦੀ ਮੰਗ<br>(ਕਿਲੋਗ੍ਰਾਮ ਵਿੱਚ) | ਸੇਬ ਦੀ ਸਪਲਾਈ<br>(ਕਿਲੋਗ੍ਰਾਮ ਵਿੱਚ) | ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਅ            |
|--|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------|
| 20   | 120                            | 40                               | D > S,<br>ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ   |
| 30   | 100                            | 60                               |                            |
| 40   | 80                             | 80                               | D=S, ਸੰਤੁਲਨ ਕੀਮਤ           |
| 50   | 60                             | 100                              | D < S,<br>ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ |
| 60   | 40                             | 120                              |                            |

ਮਾਰਸ਼ਲ (Marshall) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਜੇਵੇਨਸ ਅਤੇ ਉਸਦੇ ਪੈਰੋਕਾਰਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਰਿਕਾਰਡੇ ਅਤੇ ਉਸਦੇ ਪੈਰੋਕਾਰਾਂ ਦੇ ਵਿਚਾਰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਹੀ ਨਹੀਂ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨਾ ਤਾਂ ਸਿਰਫ ਉਸਦੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਇਸਦੀ ਸਪਲਾਈ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਉਸਦੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਦੋਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਮਾਰਸ਼ਲ ਨੇ ਕੈਚੀ ਦੇ ਜੋੜੇ ਦੀ ਉਦਾਹਰਣ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਵੀ, ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਟੁਕੜੇ ਨੂੰ ਕੈਚੀ ਨਾਲ ਕੱਟਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਲਗਦਾ ਹੈ ਕਿ

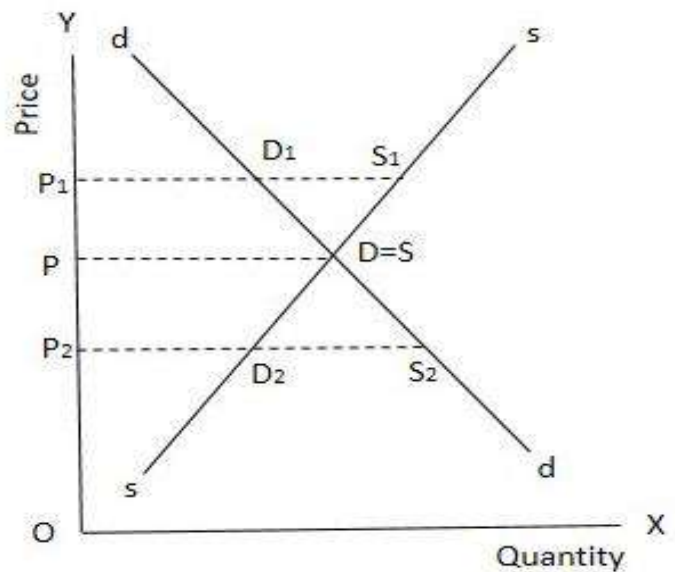


Figure 2: Price Determination

ਸਿਰਫ ਇੱਕ ਬਲੇਡ ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਟੁਕੜੇ ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਦੂਜਾ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਅਸੀਂ ਇਹ ਸਿੱਟਾ ਕੱਢਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਟੁਕੜੇ ਨੂੰ ਕੱਟਣ ਲਈ ਕੈਚੀ ਦਾ ਇੱਕ ਬਲੇਡ ਕਾਫ਼ੀ ਹੈ ਜੇ ਬਿਲਕੁਲ ਗਲਤ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਟੁਕੜੇ ਨੂੰ ਕੱਟਣ ਲਈ ਕੈਚੀ ਦਾ ਇੱਕ ਬਲੇਡ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ ਅਜਿਹਾ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ, ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਟੁਕੜੇ ਨੂੰ ਕੱਟਣ ਲਈ ਦੋਵੇਂ ਬਲੇਡ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਇਕੱਲੀ ਮੰਗ ਜਾਂ ਇਕੱਲੇ ਸਪਲਾਈ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਨਹੀਂ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ, ਸਗੋਂ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਮੰਗ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਦੋਵਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੇ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਇਸਦੀ ਸਪਲਾਈ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲਾ ਤੇਜ਼ ਕਰੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ, ਕੀਮਤ ਵਧਣ ਦਾ ਰੁਝਾਨ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਇਸਦੀ ਮੰਗ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਮੁਕਾਬਲਾ ਤੇਜ਼ ਕਰੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ, ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਦਾ ਰੁਝਾਨ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਉਸ ਦੀ ਮੰਗ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ ਤਾਂ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਅਤੇ ਵੇਚਣ ਵਾਲਿਆਂ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਮੁਕਾਬਲਾ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ।

ਇਸ ਲਈ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧਣ ਜਾਂ ਘਟਣ ਦੀ ਕੋਈ ਪ੍ਰਵਿਰਤੀ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਸੰਤੁਲਨ ਮੁੱਲ ਉਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ ਜਿੱਥੇ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਿਚਕਾਰ ਸਮਾਨਤਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਸੰਕਲਪ ਨੂੰ TABLE 1 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਰੁਪਏ 20, ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਮੰਗ 120 ਕਿਲੋ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ 40 ਕਿਲੋ ਹੈ। ਸਪਲਾਈ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਮੰਗ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਮੁਕਾਬਲਾ ਤੇਜ਼ ਕਰੇਗੀ ਜੋ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਰੁਪਏ ਤੱਕ ਧੱਕਦੀ ਹੈ। 30. ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਰੁ. 30, ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਮੰਗ 100 ਕਿਲੋ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ 60 ਕਿਲੋ ਹੈ। ਸਪਲਾਈ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਮੰਗ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੋਣ ਕਾਰਨ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲਾ ਜਾਰੀ ਰਹੇਗਾ ਜੋ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਹੋਰ ਰੁਪਏ ਤੱਕ ਧੱਕਦਾ ਹੈ। 40. ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਰੁ. 60, ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਮੰਗ 40 ਕਿਲੋ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ 120 ਕਿਲੋ ਹੈ। ਮੰਗ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਸਪਲਾਈ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਮੁਕਾਬਲਾ

ਤੇਜ਼ ਕਰੇਗੀ ਜਿਸ ਨਾਲ ਕੀਮਤ ਘਟ ਕੇ ਰੁਪਏ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। 50. ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਰੁ. 50, ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਮੰਗ 60 ਕਿਲੋ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ 100 ਕਿਲੋ ਹੈ। ਮੰਗ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਸਪਲਾਈ ਦੇ ਕਾਰਨ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਮੁਕਾਬਲਾ ਜਾਰੀ ਰਹੇਗਾ ਜੋ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਹੋਰ ਘਟਾ ਕੇ ਰੁਪਏ ਕਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। 40. ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਰੁ. 40, ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਇਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ ਭਾਵ 80 ਕਿਲੋਗ੍ਰਾਮ। ਇਸ ਕੀਮਤ 'ਤੇ, ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਕੋਈ ਮੁਕਾਬਲਾ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਵਧਾਉਣ ਜਾਂ ਘਟਾਉਣ ਦੀ ਕੋਈ ਪ੍ਰਵਿਰਤੀ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਰੁ. 40 ਸੰਤੁਲਨ ਕੀਮਤ ਹੈ ਜੋ ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਿਚਕਾਰ ਸਮਾਨਤਾ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਦੇ ਨਿਰਧਾਰਨ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 2 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ,  $d_d$  ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ ਅਤੇ  $SS$  ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਹੈ।  $OP_1$  ਦੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ, ਸਪਲਾਈ ਮੰਗ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਭਾਵ  $P_1 S_1 > P_1 D_1$ । ਮੰਗ ਨਾਲੋਂ ਸਪਲਾਈ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕੀਮਤ ਓਪੀ ਨੂੰ ਘਟਾ ਦੇਵੇਗੀ।  $OP_2$  ਦੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ, ਮੰਗ ਸਪਲਾਈ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਭਾਵ  $P_2 S_2 > P_2 D_2$ । ਪੂਰਤੀ ਨਾਲੋਂ ਮੰਗ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੋਣ ਨਾਲ  $OP$  ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧ ਜਾਵੇਗੀ। ਕੀਮਤ  $OP$  'ਤੇ, ਮੰਗ ਸਪਲਾਈ ਦੇ ਬਿਲਕੁਲ ਬਰਾਬਰ ਹੈ ਭਾਵ  $PD = PS$ । ਇਸ ਕੀਮਤ 'ਤੇ, ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਜਾਂ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਕੋਈ ਮੁਕਾਬਲਾ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਵਧਾਉਣ ਜਾਂ ਘਟਾਉਣ ਦੀ ਕੋਈ ਪ੍ਰਵਿਰਤੀ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਸਲਈ, ਸੰਤੁਲਨ ਮੁੱਲ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਿਚਕਾਰ ਸਮਾਨਤਾ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

### **7.3.1 ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਸਪਲਾਈ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਅ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ (Effects of Changes in Supply and Demand on Price)**

ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਸਪਲਾਈ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਨੂੰ ਤਿੰਨ ਹਿੱਸਿਆਂ ਵਿਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਭਾਵ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਮੰਗ ਵਿਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ, ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਿਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਅਤੇ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਸਪਲਾਈ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿਚ ਇਕੋ ਸਮੇਂ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ।

#### **A. ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਅ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ (Effects of Changes in Demand on Price)**

ਜੇ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧਣ ਨਾਲ ਸਪਲਾਈ ਨਾਲੋਂ ਮੰਗ ਵੱਧ ਹੋਣ ਕਾਰਨ ਕੀਮਤ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਘਟਣ ਨਾਲ

ਮੰਗ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਸਪਲਾਈ ਦੇ ਕਾਰਨ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਆਵੇਗੀ। ਇਸ ਵਰਤਾਰੇ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 3 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ, ਕੀਮਤ ਨੂੰ Y ਧੁਰੇ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ X ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮੰਗੀ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। SS ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਹੈ ਅਤੇ dd ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ। ਮੰਗ ਵਕਰ dd ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ SS ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ, OP ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ

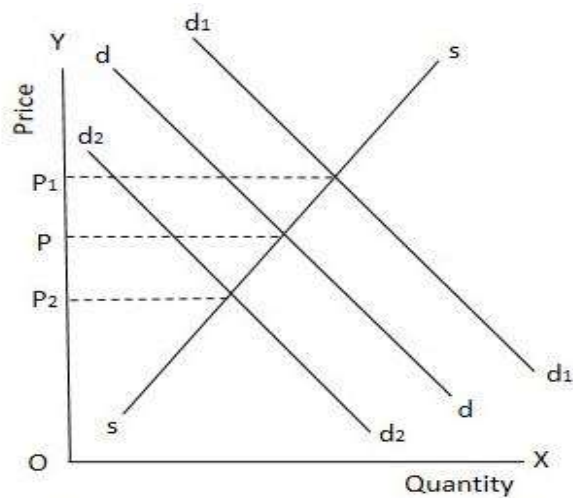


Figure 3: Effects of Change in Demand on Price

ਸਪਲਾਈ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਪਰ ਮੰਗ ਵਧ ਕੇ  $d_1$   $d_1$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੀਮਤ OP 'ਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਤਿੱਖਾ ਮੁਕਾਬਲਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ, ਮੰਗ ਵਧਣ ਦੇ ਨਾਲ ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਤੱਕ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਮੰਗ ਵਕਰ  $d_1$   $d_1$  ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ SS ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਸਪਲਾਈ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਪਰ ਮੰਗ ਘਟ ਕੇ  $d_2$   $d_2$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੀਮਤ OP 'ਤੇ ਵੇਚਣ ਵਾਲਿਆਂ ਵਿਚਕਾਰ ਤਿੱਖਾ ਮੁਕਾਬਲਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ, ਕੀਮਤ OP ਨੂੰ ਠੁਕਰਾ, ਕੀਮਤ OP ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਨਾਲ ਮੰਗ ਕਰਵ  $d_2$  ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਕਰਦੀ ਹੈ SS ਨਾਲ।

### B. ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਅ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ (Effects of Changes in Supply on Price)

ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਮੰਗ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਸਪਲਾਈ ਦੇ ਕਾਰਨ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਦਾ ਕਾਰਨ

ਬਣੇਗਾ। ਜੇ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਕਮੀ, ਸਪਲਾਈ ਨਾਲੋਂ ਮੰਗ ਦੇ ਵੱਧ ਹੋਣ ਕਾਰਨ ਕੀਮਤ ਵਧਣ ਦਾ ਕਾਰਨ ਬਣਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਵਰਤਾਰੇ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 4 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ, ਕੀਮਤ ਨੂੰ Y ਧੁਰੇ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ X ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮੰਗੀ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ

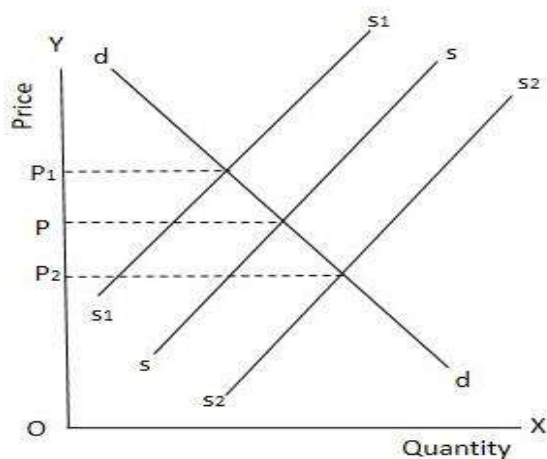


Figure 4: Effects of Change in Supply on Price

ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। SS ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਹੈ ਅਤੇ dd ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ। ਮੰਗ ਵਕਰ dd ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ SS ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ, OP ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਪਰ ਸਪਲਾਈ ਵਧ ਕੇ  $S_2 S_2$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੀਮਤ OP ' ਤੇ ਵੇਚਣ ਵਾਲਿਆਂ ਵਿਚਕਾਰ ਤਿੱਖਾ ਮੁਕਾਬਲਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ, ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ ਕੀਮਤ  $OP_2$  ਤੱਕ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਕੀਮਤ  $OP_2$  ਮੰਗ ਵਕਰ dd ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ  $S_2 S_2$  ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਪਰ ਸਪਲਾਈ ਘਟ ਕੇ  $S_1 S_1$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੀਮਤ OP ' ਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਤਿੱਖਾ ਮੁਕਾਬਲਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ, ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੇ ਨਾਲ ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਤੱਕ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਮੰਗ ਵਕਰ dd ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ  $S_1 S_1$  ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

**C. ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਸਪਲਾਈ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ (Effects of Simultaneous Changes in Supply and Demand on Price)**

ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਘਟਦੀ ਹੈ ਪਰ ਉਸੇ ਸਮੇਂ ਇਸਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 5 (A) ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਅੰਕੜੇ ਵਿੱਚ, ਕੀਮਤ ਨੂੰ Y ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ X ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮੰਗੀ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧਦੀ ਹੈ ਪਰ ਉਸੇ ਸਮੇਂ ਇਸਦੀ ਸਪਲਾਈ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧਦੀ ਹੈ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ (A) SS ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਹੈ ਅਤੇ dd ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ। ਮੰਗ ਵਕਰ dd ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ SS ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ, OP ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ  $d_1 d_1$  ਤੱਕ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਪਰ ਉਸੇ ਸਮੇਂ ਇਸਦੀ ਸਪਲਾਈ ਘਟ ਕੇ  $S_2 S_2$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਤੱਕ ਵਧ ਜਾਵੇਗੀ।

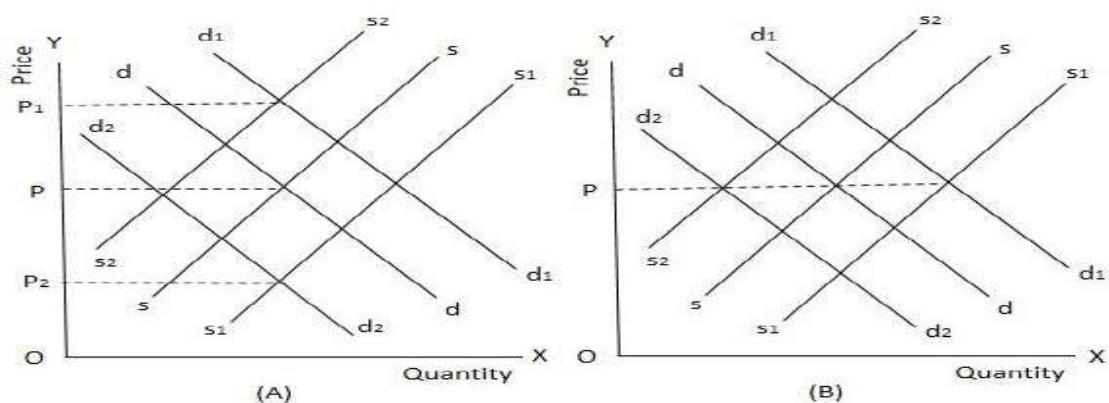


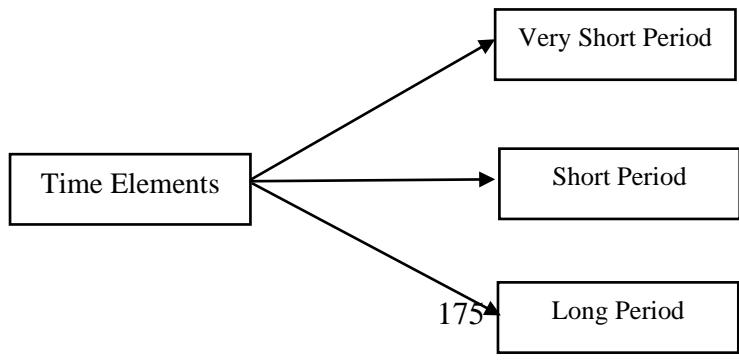
Figure 5: Effects of Simultaneous Changes in Demand and Supply on Price

ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧਦੀ ਹੈ ਪਰ ਉਸੇ ਸਮੇਂ ਇਸਦੀ ਸਪਲਾਈ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧਦੀ ਹੈ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ (A) SS ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਹੈ ਅਤੇ dd ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ। ਮੰਗ ਵਕਰ dd ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ SS ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ, OP ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ  $d_1 d_1$  ਤੱਕ ਵਧ ਜਾਂਦੀ

ਹੈ ਪਰ ਉਸੇ ਸਮੇਂ ਇਸਦੀ ਸਪਲਾਈ ਘਟ ਕੇ  $S_2 S_2$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਤੱਕ ਵਧ ਜਾਵੇਗੀ। ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਮੰਗ ਵਕਰ  $d_1 d_1$  ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ  $S_2 S_2$  ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਘਟ ਕੇ  $d_2 d_2$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਪਰ ਉਸੇ ਸਮੇਂ ਇਸਦੀ ਪੂਰਤੀ  $S_1 S_1$  ਤੱਕ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ  $OP_2$  ਤੱਕ ਘਟ ਜਾਵੇਗੀ। ਕੀਮਤ  $OP_2$  ਮੰਗ ਵਕਰ  $d_2 d_2$  ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ  $S_1 S_1$  ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ, ਉਸੇ ਦਿਸ਼ਾ ਵਿੱਚ ਅਤੇ ਬਰਾਬਰ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿੱਚ ਬਦਲਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਸੰਤੁਲਨ ਬਦਲਿਆ ਨਹੀਂ ਰਹੇਗਾ। ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 5 (B) ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਅੰਕੜੇ ਵਿੱਚ, ਕੀਮਤ ਨੂੰ  $Y$  ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ  $X$  ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮੰਗੀ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ।  $SS$  ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਹੈ ਅਤੇ  $dd$  ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ। ਮੰਗ ਵਕਰ  $dd$  ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ  $SS$  ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ,  $OP$  ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਵਧ ਕੇ  $d_1 d_1$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ  $S_1 S_1$  ਤੱਕ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੀਮਤ  $OP$  'ਤੇ ਕੋਈ ਬਦਲਾਵ ਨਹੀਂ ਰਹੇਗੀ। ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਘਟ ਕੇ  $d_2 d_2$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਘਟ ਕੇ  $S_2 S_2$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੀਮਤ  $OP$  'ਤੇ ਬਦਲੀ ਨਹੀਂ ਰਹੇਗੀ। ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ, ਤਾਂ ਸੰਤੁਲਨ ਕੀਮਤ ਵਧੇਗੀ। ਜੇਕਰ ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ, ਤਾਂ ਸੰਤੁਲਨ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਆਵੇਗੀ। ਇਹ ਨਾ ਸਿਰਫ ਸਪਲਾਈ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੀਆਂ ਸਾਪੇਖਿਕ ਮਾਪਦੰਡਾਂ ਹਨ ਜੋ ਸੰਤੁਲਨ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਬਲਕਿ ਸਪਲਾਈ ਅਤੇ ਮੰਗ ਦੀਆਂ ਲਚਕੀਲੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰੀ ਮਾਪ ਵੀ ਸੰਤੁਲਨ ਮੁੱਲ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।

### 7.3.2 ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ (Price Determination under Different Time Periods)

ਮਾਰਸ਼ਲ (Marshall) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਉਸਦੀ ਮੰਗ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਸਪਲਾਈ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਹੁਣ ਸਵਾਲ ਇਹ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਇਹ ਮੰਗ ਜਾਂ ਸਪਲਾਈ ਹੈ ਜਿਸ ਦਾ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਅਸਰ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਸਵਾਲ ਦਾ ਜਵਾਬ ਮਾਰਸ਼ਲ (Marshall) ਨੇ ਦਿੱਤਾ ਹੈ। ਮਾਰਸ਼ਲ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਆਮ ਨਿਯਮ ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਜਿੰਨੀ ਛੋਟੀ ਮਿਆਦ ਜਿਸ ਬਾਰੇ ਅਸੀਂ ਵਿਚਾਰ ਕਰ ਰਹੇ ਹਾਂ, ਓਨਾ ਹੀ ਸਾਡੇ ਧਿਆਨ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੋ ਮੁੱਲ 'ਤੇ ਮੰਗ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਲੰਮੀ ਮਿਆਦ, ਪ੍ਰਭਾਵ ਓਨਾ ਹੀ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੋਵੇਗਾ।"



ਮੁੱਲ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਲਾਗਤ। ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਮੰਗ ਜਾਂ ਸਪਲਾਈ ਦੁਆਰਾ ਵਧੇਰੇ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਸਮੇਂ ਦੇ ਤੱਤ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਲਈ ਮੰਗ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਅਨੁਕੂਲ ਕਰਨਾ ਬਹੁਤ ਮੁਸ਼ਕਲ ਹੈ। ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਵਿਕਰੇਤਾ ਮੰਗ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਅਨੁਕੂਲ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ, ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਮੰਗ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਕੀਮਤ ਉੱਤੇ ਵਧੇਰੇ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਸਪਲਾਈ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਕੀਮਤ ਉੱਤੇ ਵਧੇਰੇ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਸੰਸਪ੍ਰਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਨ ਲਈ, ਸਮੇਂ ਦੇ ਤੱਤ ਨੂੰ ਤਿੰਨ ਭਾਗਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਗਿਆ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਸਮਾਂ ਮਿਆਦ, ਛੋਟੀ ਸਮਾਂ ਮਿਆਦ ਅਤੇ ਲੰਮੀ ਸਮਾਂ ਮਿਆਦ।

### **7.3.2.1 ਬਹੁਤ ਛੋਟੀ ਮਿਆਦ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ (ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ) Determination of Very Short Period (Market Price)**

ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮਿਆਦ ਉਹ ਸਮਾਂ ਮਿਆਦ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਅਸਥਿਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਅਨੁਕੂਲ ਕਰਨਾ ਲਗਭਗ ਅਸੰਭਵ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਮਾਰਕੀਟ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਸਮਾਂ ਮਿਆਦ ਵਜੋਂ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਮੰਨ ਲਓ, ਇੱਕ ਖਾਸ ਦਿਨ 'ਤੇ ਇੱਕ ਦਿੱਤੇ ਸਥਾਨ 'ਤੇ 100 ਕਿਲੋ ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਅਚਾਨਕ, ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਮੰਗ 200 ਕਿਲੋਗ੍ਰਾਮ ਤੱਕ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵਧਾਉਣਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧਣ ਨਾਲ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਵਿਚ ਮੁਕਾਬਲਾ ਵਧੇਗਾ, ਸਿੱਟੇ ਵਜੋਂ ਸੇਬਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿਚ ਵਾਧਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਬਜ਼ਾਰ ਕੀਮਤ ਉਹ ਕੀਮਤ ਹੈ ਜੋ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਸਮੇਂ 'ਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਮੰਗ 'ਚ ਅਚਾਨਕ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵੀ ਇਕਦਮ ਵਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਮੰਗ 'ਚ ਅਚਾਨਕ ਕਮੀ ਆਉਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵੀ ਤੁਰੰਤ ਡਿੱਗ ਜਾਵੇਗੀ। ਨਾਸ਼ਵਾਨ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਦੇ ਨਿਰਧਾਰਨ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

### **A. ਨਾਸ਼ਵਾਨ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ (Determination of Market Price in case of Perishable Goods)**

ਨਾਸ਼ਵਾਨ ਵਸਤੂਆਂ ਉਹ ਵਸਤੂਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਮਾਰਕੀਟ ਸਮੇਂ ਜਾਂ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਵਿਗੜ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਦੁੱਧ ਅਤੇ ਦੁੱਧ ਤੋਂ ਬਣੇ ਉਤਪਾਦ, ਫਲ, ਸਬਜ਼ੀਆਂ ਆਦਿ। ਉਤਪਾਦਕ ਇਨ੍ਹਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਨ ਤੋਂ ਤੁਰੰਤ ਬਾਅਦ ਵੇਚਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਇਨ੍ਹਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਸਟੋਰ ਕਰਨਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਇਹਨਾਂ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਦੇ ਵਿਗੜਨ ਤੋਂ ਬਚਣ ਲਈ ਇਹਨਾਂ ਦਾ ਸਮੁੱਚਾ ਉਤਪਾਦਨ ਤੁਰੰਤ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਸਪਲਾਈ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਇਹਨਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸ ਨਾਲ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੋਵੇਗਾ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹਨਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਮਾਰਕੀਟ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਦੇ ਉਲਟ, ਜੇਕਰ ਇਹਨਾਂ ਵਸਤੂਆਂ



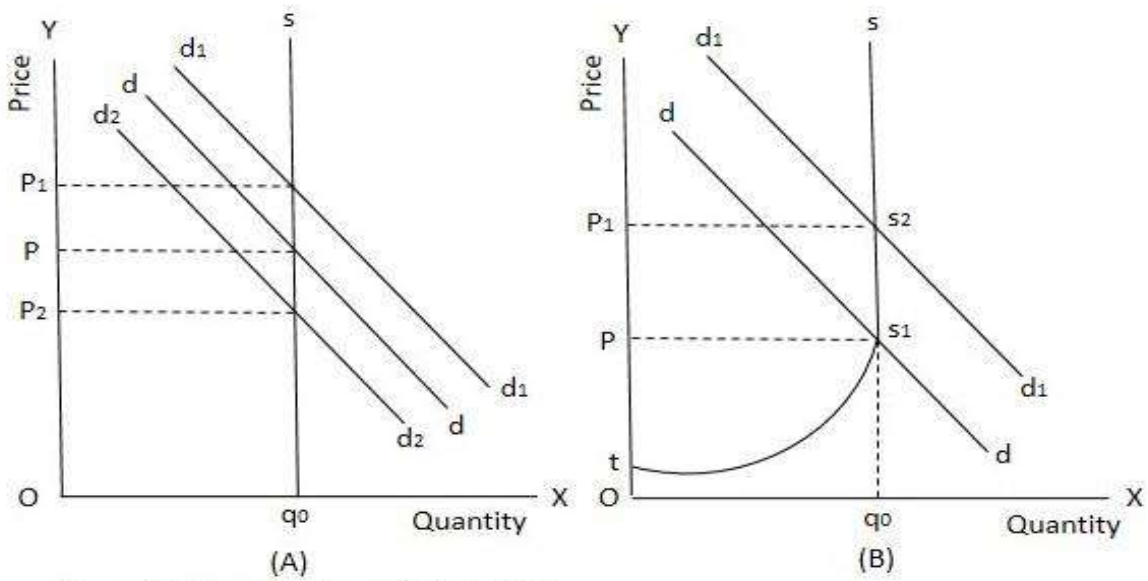


Figure 6: Determination of Market Price

ਦੀ ਮੰਗ ਘਟਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਸਪਲਾਈ ਇਸਦੀ ਮੰਗ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੋਵੇਗੀ, ਜਿਸ ਕਾਰਨ ਇਹਨਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਪੂਰਾ ਸਟਾਕ ਵੇਚਣ ਲਈ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਆਵੇਗੀ। ਇਸ ਲਈ, ਮੰਗ ਵਧਣ ਨਾਲ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਮੰਗ ਘਟਣ ਨਾਲ ਨਾਸ਼ਵਾਨ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਆਵੇਗੀ। ਇਸ ਵਰਤਾਰੇ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 6 (A) ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ, ਕੀਮਤ ਨੂੰ Y ਧੁਰੇ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ X ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ (A) ਵਿੱਚ SS ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਹੈ ਅਤੇ dd ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ। ਮੰਗ ਵਕਰ dd ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਵਰਗ  $sq_0$  ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ, OP ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧ ਕੇ  $d_1 d_1$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਪਰ ਇਸ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵਰਗ  $s_0$  'ਤੇ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਤੁਰੰਤ  $OP_1$  ਤੱਕ ਵਧ ਜਾਵੇਗੀ। ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਮੰਗ ਵਕਰ  $d_1 d_1$  ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਵਰਗ  $sq_0$  ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਘਟ ਕੇ  $d_2 d_2$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਪਰ ਦੁਬਾਰਾ ਇਸਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵਰਗ  $s_0$  'ਤੇ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਤੁਰੰਤ ਘਟ ਕੇ  $OP_2$  ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ। ਕੀਮਤ  $OP_2$  ਮੰਗ ਵਕਰ  $d_2 d_2$  ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਵਰਗ  $sq_0$  ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

**(B) ਗੈਰ-ਨਾਸ਼ਵਾਨ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ (Determination of Market Price in case of Non-perishable Goods)**

ਗੈਰ-ਨਾਸ਼ਵਾਨ ਵਸਤੂਆਂ ਉਹ ਵਸਤੂਆਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਕਾਫ਼ੀ ਸਮੇਂ ਲਈ ਸਟੋਰ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਮਾਰਕੀਟ ਸਮੇਂ ਜਾਂ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਸਮੇਂ ਦੇ ਅੰਦਰ ਨਹੀਂ ਵਿਗੜਦੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਘਰੇਲੂ ਫਰਨੀਚਰ, ਜੁੱਤੇ, ਖਿਡੌਣੇ,

ਮੇਟਰ ਕਾਰਾਂ, ਕੱਪੜਾ ਆਦਿ। ਗੈਰ-ਨਾਸ਼ਵਾਨ ਵਸਤੂਆਂ, ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਦੇ ਮਨ ਵਿੱਚ ਰਾਖਵੀਂ ਕੀਮਤ ਦਾ ਸੰਕਲਪ ਮੌਜੂਦ ਹੈ। ਰਿਜ਼ਰਵ ਕੀਮਤ ਉਹ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਹੈ ਜਿਸ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦਕ ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਵੇਚਣਾ ਨਹੀਂ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਗੈਰ-ਨਾਸ਼ਵਾਨ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਰਾਖਵੀਂ ਕੀਮਤ ਜਾਂ ਇਸ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਤਪਾਦਕ ਚੰਗੀ ਕੀਮਤ ਦੀ ਕੋਈ ਵੀ ਮਾਤਰਾ ਨਹੀਂ ਵੇਚੇਗਾ, ਸਗੋਂ ਉਹ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਉਦੋਂ ਤੱਕ ਸਟੋਰ ਕਰੇਗਾ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਕੀਮਤ ਇਸਦੀ ਰਾਖਵੀਂ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਨਹੀਂ ਵਧ ਜਾਂਦੀ। ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ ਰਾਖਵੀਂ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਤਪਾਦਕ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਵੇਚਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰੇਗਾ। ਉਤਪਾਦਕ ਵਸਤੂ ਦੇ ਮੌਜੂਦਾ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਅਧਿਕਤਮ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਵੇਚਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਇਸ ਅਧਿਕਤਮ ਪੱਧਰ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਸਪਲਾਈ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਅਸਥਿਰ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਮਾਰਕੀਟ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ ਗੈਰ-ਨਾਸ਼ਵਾਨ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਅੰਸ਼ਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਧੇਰੇ ਲਚਕੀਲਾ ਅਤੇ ਅੰਸ਼ਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਅਸਥਿਰ ਹੈ। ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 6 (B) ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਅੰਕੜੇ ਵਿੱਚ, ਕੀਮਤ ਨੂੰ  $Y$  ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ  $X$  ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ। ਉਹ ਰਾਖਵੀਂ ਕੀਮਤ ਹੈ ਜਿਸ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦਕ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕਿਸੇ ਵੀ ਰਕਮ ਨੂੰ ਵੇਚਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ।  $s_1$  ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਹੈ ਅਤੇ  $d$  ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ। ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਦਾ  $s_1$  ਹਿੱਸਾ ਵਧੇਰੇ ਲਚਕੀਲਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਦਾ  $s_1$  ਹਿੱਸਾ ਬਿਲਕੁਲ ਅਸਥਿਰ ਹੈ। ਕੀਮਤ  $OP$  'ਤੇ, ਇੱਕ ਚੰਗੇ ਭਾਵ  $Oq_0$  ਦਾ ਪੂਰਾ ਮੌਜੂਦਾ ਸਟਾਕ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਉਪਲਬਧ ਹੈ। ਇਸ ਬਿੰਦੂ ਤੋਂ ਪਰੇ, ਸਪਲਾਈ ਬਿਲਕੁਲ ਅਸਥਿਰ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਵਧ ਕੇ  $d_1$   $d_1$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਸਪਲਾਈ  $Oq_0$  'ਤੇ ਸਥਿਰ ਰਹੇਗੀ ਪਰ ਕੀਮਤ ਤੁਰੰਤ  $OP_1$  ਤੱਕ ਵਧ ਜਾਵੇਗੀ।  $OP_1$  ਕੀਮਤ ਮੰਗ ਵਕਰ  $d_1$   $d_1$  ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ  $s_1$  ਦੇ ਅਸਥਿਰ ਹਿੱਸੇ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

### 6.3.2.2 ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ (Determination of Short-run Price)

ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਮਿਆਦ ਉਹ ਸਮਾਂ ਮਿਆਦ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕੁਝ ਕਾਰਕ ਸਥਿਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕੁਝ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਸਮਾਂ ਮਿਆਦ ਮਾਰਕੀਟ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਨਾਲੋਂ ਲੰਮੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕਾਂ ਭਾਵ ਕਿਰਤ ਅਤੇ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਦੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ ਵਧਾ ਕੇ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਕੁਝ ਹੱਦ ਤੱਕ ਵਧਾਇਆ ਜਾ

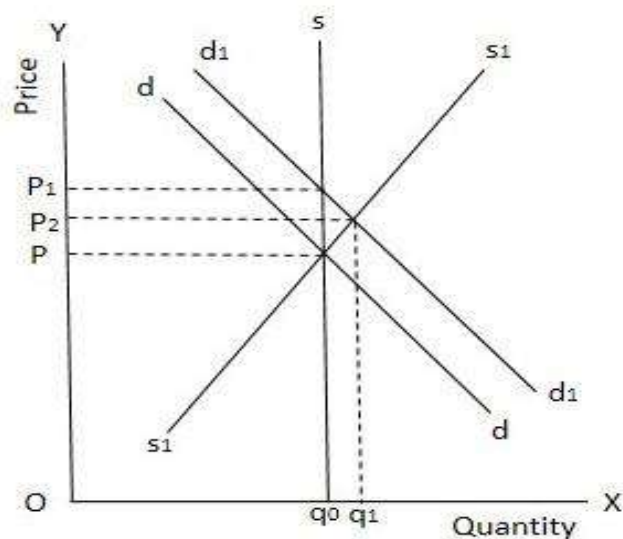


Figure 7: Determination of Short-run Price

ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਮਾਰਕੀਟ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਦੇ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਅਸਥਿਰ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਲਚਕੀਲਾ ਹੈ। ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਢਲਾਣ ਵਾਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੀਮਤ ਵਧੇਗੀ ਪਰ ਬਜ਼ਾਰ ਮੁੱਲ ਤੋਂ ਘੱਟ ਅਤੇ ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਰਹੇਗੀ। ਇਹ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਸੀਮਤ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵਧਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਸਪਲਾਈ ਅਤੇ ਮੰਗ ਦਾ ਪੂਰਾ ਸਮਾਯੋਜਨ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਛੋਟੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ ਚਿੱਤਰ 7 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ, ਕੀਮਤ ਨੂੰ  $Y$  ਧੁਰੇ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ  $X$  ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ।  $dd$  ਅਸਲ ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ,  $ss$  ਮਾਰਕੀਟ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਹੈ,  $Oq_0$  ਸਪਲਾਈ ਕੀਤੀ ਮਾਤਰਾ ਹੈ ਅਤੇ  $OP$  ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਵਧ ਕੇ  $d_1$   $d_1$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ,  $d_1$   $d_1$  ਅਤੇ  $ss$  ਦਾ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਉੱਚ ਪੱਧਰ  $OP_1$  'ਤੇ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੇਗਾ ਪਰ ਸਪਲਾਈ ਕੀਤੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ  $Oq_0$  'ਤੇ ਸਥਿਰ ਰਹੇਗੀ।  $s_1$   $s_1$  ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਹੈ ਜੋ  $ss$  ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਲਚਕੀਲਾ ਹੈ।  $s_1$   $s_1$  ਅਤੇ  $d_1$   $d_1$  ਵਿਚਕਾਰ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ  $Oq_1$  'ਤੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਸਪਲਾਈ ਅਤੇ  $OP_2$  'ਤੇ ਘੱਟ ਸਮੇਂ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਕੀਮਤ  $OP_2$  ਅਸਲ ਕੀਮਤ  $OP$  ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ।

### **7.3.2.3 ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ (Determination of Long-run Price)**

ਇਹ ਸਮਾਂ ਉਦਯੋਗ ਤੋਂ ਉਦਯੋਗ ਤੱਕ ਵੱਖਰਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਟਰਾਂਸਪੋਰਟ ਉਦਯੋਗ, ਲੋਹਾ ਅਤੇ ਸਟੀਲ ਉਦਯੋਗ ਅਤੇ ਇੰਜਨੀਅਰਿੰਗ ਸਮਾਨ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਲੰਬਾ ਸਮਾਂ ਦਸ ਸਾਲ ਦਾ ਹੈ ਪਰ ਸੂਤੀ ਟੈਕਸਟਾਈਲ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਇੱਕ ਸਾਲ ਦਾ ਹੈ। ਲੰਮਾ ਸਮਾਂ ਉਹ ਸਮਾਂ ਮਿਆਦ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਬੋਬਰ (Bober) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਮਿਆਦ "ਫਰਮ ਨੂੰ ਪੈਂਦੇ ਅਤੇ ਸਾਜ਼-ਸਾਮਾਨ ਦੇ ਆਕਾਰ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਰਕੇ ਬਦਲੀ ਹੋਈ ਮੰਗ ਨੂੰ ਅਨੁਕੂਲ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਕਾਫ਼ੀ ਲੰਬਾ ਹੈ।" ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਮਾਰਸ਼ਲ (Marshall) ਦੁਆਰਾ ਆਮ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਐਡਮ ਸਮਿਥ ਦੁਆਰਾ ਕੁਦਰਤੀ ਕੀਮਤ ਕਿਹਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਸਾਧਾਰਨ ਕੀਮਤ ਉਹ ਕੀਮਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਵਸਤੂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਵਿੱਚ ਪੂਰਾ ਸਮਾਯੋਜਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਹੁਣ ਮੂਲ ਸਵਾਲ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਲੰਬੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ ਜਾਂ ਨਹੀਂ। ਇਸ ਸਵਾਲ ਦਾ ਜਵਾਬ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਰਿਟਰਨ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਵੱਧ, ਬਰਾਬਰ ਅਤੇ ਘੱਟ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਵਧਦੀ ਲਾਗਤ ਉਦਯੋਗ, ਨਿਰੰਤਰ ਲਾਗਤ ਉਦਯੋਗ ਅਤੇ ਘਟਦੀ ਲਾਗਤ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

**A. ਵਧਦੀ ਲਾਗਤ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਸਧਾਰਣ ਕੀਮਤ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ (Determination of Normal Price in Increasing Costs Industry)**

ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦਨ ਕਿਸੇ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਵਧਦੀ ਲਾਗਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੁਆਰਾ ਨਿਯੰਤਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਅਸਥਿਰਤਾ ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਤੇ ਬਾਹਰੀ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ, ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਲੰਬੀ ਦੌੜ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਛੋਟੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਲਚਕੀਲੀ ਹੋਵੇਗੀ। ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਢਲਾਵੇਗੀ। ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਸਧਾਰਣ ਕੀਮਤ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਸ਼ਾਰਟ ਰਨ (Short Run) ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੋਵੇਗੀ ਪਰ ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 8 (A) ਵਿੱਚ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

ਇਸ ਚਿੱਤਰ 8 ਵਿੱਚ,  $d_1$  ਅਸਲ ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ, ਵਰਗ  $q_0$  ਮਾਰਕੀਟ ਪੀਰੀਅਡ ਵਿੱਚ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹਨਾਂ ਦੇ ਵਕਰਾਂ ਦਾ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ  $OP$  ਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਅਤੇ  $Oq_0$  ਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਪੀਰੀਅਡ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।

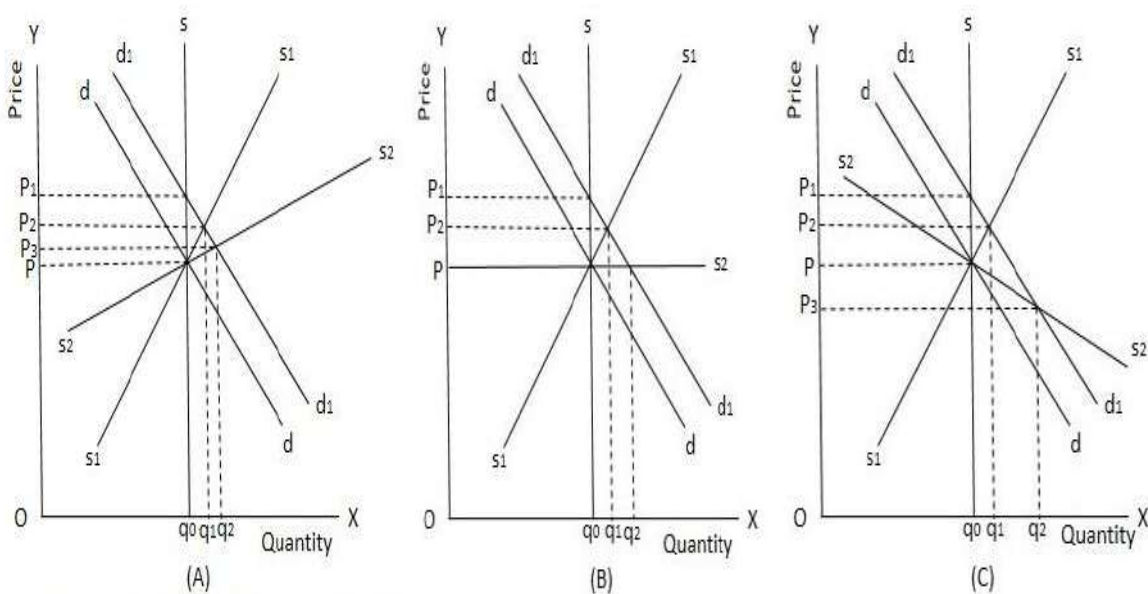


Figure 8: Determination of Long-run Normal Price

ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਵਧ ਕੇ  $d_1$   $d_2$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ,  $s_{q_0}$  ਦੇ ਨਾਲ ਇਸਦਾ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਉੱਚ ਪੱਧਰ  $OP_1$  'ਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੇਗਾ।  $s_1$   $s_2$  ਘੱਟ ਸਮਾਂ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਹੈ,  $d_1$   $d_2$  ਦੇ ਨਾਲ ਇਸਦਾ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ  $Oq_1$  'ਤੇ ਘੱਟ ਸਮਾਂ ਸਪਲਾਈ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੇਗਾ ਜੇ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਪੀਰੀਅਡ ਸਪਲਾਈ  $Oq_0$  ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਅਤੇ  $OP_2$  'ਤੇ ਸ਼ਾਰਟ ਰਨ ਕੀਮਤ ਜੇ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ।  $s_2$   $s_2$  ਦੀ ਲੰਬੀ ਦੌੜ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ,  $d_1$   $d_1$  ਨੂੰ ਦੇ ਨਾਲ ਇਸ ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਹੈ,  $Oq_2$  'ਤੇ ਲੰਬੀ ਦੌੜ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਤੈਅ ਕਰਨਗੇ ਤੇ ਹੈ ਅਤੇ ਲੰਬੀ ਦੌੜ ਦੀ ਕੀਮਤ  $OP_3$ , ਲੰਬੀ ਦੌੜ ਦੀ ਸਪਲਾਈ  $Oq_2$  ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵੱਧ ਹੈ  $Oq_0$  ਨਾਲ ਨਾਲ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਸਪਲਾਈ

$O_{q_1}$  ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ। ਲੰਬੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਕੀਮਤ  $OP_3$  ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਛੋਟੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਕੀਮਤ  $OP_2$  ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ ਪਰ ਅਸਲ ਕੀਮਤ  $OP$  ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ।

**B. ਸਥਾਈ ਲਾਗਤ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਸਧਾਰਣ ਕੀਮਤ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ (Determination of Normal Price in Constant Costs Industry)**

ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਦਿੱਤੇ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਨਿਰੰਤਰ ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੁਆਰਾ ਨਿਯੰਤਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਅਸਥਿਰਤਾਵਾਂ ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਤੇ ਬਾਹਰੀ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਬਿਲਕੁਲ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ, ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਲੰਬੀ ਦੌਰ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ  $X$  ਧੁਰੇ ਦੇ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਇੱਕ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਆਮ ਕੀਮਤ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਘੱਟ ਸਮਾਂ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੋਵੇਗੀ ਪਰ ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 8 (B) ਵਿੱਚ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ,  $d_0$  ਅਸਲ ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ,  $d_1$  ਮਾਰਕੀਟ ਪੀਰੀਅਡ ਵਿੱਚ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹਨਾਂ ਦੇ ਵਕਰਾਂ ਦਾ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ  $OP$  ਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਅਤੇ  $O_{q_0}$  ਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਪੀਰੀਅਡ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਵਧ ਕੇ  $d_1$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ,  $s_{q_0}$  ਦੇ ਨਾਲ ਇਸਦਾ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਉੱਚ ਪੱਧਰ  $OP_1$  'ਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੇਗਾ।  $s_1$  ਸ਼ਾਰਟ ਰਨ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਹੈ,  $d_1$  ਦੇ ਨਾਲ ਇਸਦਾ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ  $O_{q_1}$  'ਤੇ ਘੱਟ ਸਮੇਂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੇਗਾ ਜੋ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਪੀਰੀਅਡ ਸਪਲਾਈ  $O_{q_0}$  ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਅਤੇ  $OP_2$  'ਤੇ ਘੱਟ ਸਮੇਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਜੋ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ।  $s_2$  ਲੰਮੀ ਰਨ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਹੈ,  $d_1$  ਦੇ ਨਾਲ ਇਸਦਾ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ  $O_{q_2}$  ਤੇ ਲੰਬੀ ਪੂਰਤੀ ਅਤੇ  $OP$  'ਤੇ ਲੰਬੀ ਚੱਲਣ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੇਗਾ। ਲੰਬੀ ਦੌਰ ਦੀ ਸਪਲਾਈ  $O_{q_2}$  ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਸਪਲਾਈ  $O_{q_0}$  ਵੱਧ ਹੈ ਦੇ ਨਾਲ ਨਾਲ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਰਨ ਦੀ ਸਪਲਾਈ  $O_{q_1}$ , ਲੰਬੀ ਦੌਰ ਕੀਮਤ  $OP$  ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਵੱਧ ਘੱਟ ਹੈ ਦੇ ਨਾਲ ਨਾਲ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਰਨ ਕੀਮਤ  $OP_2$  ਪਰ ਅਸਲੀ ਕੀਮਤ  $OP$  ਕਰਨ ਦੇ ਤੁੱਲ ਹੈ।

**C. ਘਟਦੀ ਲਾਗਤ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਸਧਾਰਣ ਕੀਮਤ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ (Determination of Normal Price in Decreasing Costs Industry)**

ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦਨ ਕਿਸੇ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਘਟਦੀ ਲਾਗਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੁਆਰਾ ਨਿਯੰਤਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਅਸਥਿਰਤਾ ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਤੇ ਬਾਹਰੀ ਆਰਥਿਕਤਾਵਾਂ ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ, ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਲਈ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾ ਜਾਵੇਗਾ। ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਆਮ ਕੀਮਤ, ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ, ਸ਼ਾਰਟ ਰਨ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਅਸਲ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 8 (C) ਵਿੱਚ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ,  $d_0$  ਅਸਲ ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ,  $d_1$  ਮਾਰਕੀਟ ਪੀਰੀਅਡ ਵਿੱਚ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹਨਾਂ ਦੇ ਵਕਰਾਂ ਦਾ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ  $OP$  ਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਅਤੇ  $O_{q_0}$  ਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਪੀਰੀਅਡ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦਾ

ਹੈ। ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਵਧ ਕੇ  $d_1 d_1$  ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ,  $s_{q_0}$  ਦੇ ਨਾਲ ਇਸਦਾ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਉੱਚ ਪੱਧਰ  $OP_1$  'ਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੇਗਾ।  $s_1 s_1$  ਸ਼ਾਰਟ ਰਨ ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਹੈ,  $d_1 d_1$  ਦੇ ਨਾਲ ਇਸਦਾ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ  $Oq_1$  'ਤੇ ਘੱਟ ਸਮਾਂ ਸਪਲਾਈ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੇਗਾ ਜੋ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਪੀਰੀਅਡ ਸਪਲਾਈ  $Oq_0$  ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਅਤੇ  $OP_2$  'ਤੇ ਸ਼ਾਰਟ ਰਨ ਕੀਮਤ ਜੋ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ।  $s_2 s_2$  ਦੀ ਲੰਬੀ ਦੌੜ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵਕਰ,  $d_1 d_1$  ਨੂੰ ਦੇ ਨਾਲ ਇਸ ਦੇ ਇੰਟਰਸੈਕਸ਼ਨ ਹੈ  $Oq_2$  'ਤੇ ਲੰਬੀ ਦੌੜ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਤੈਅ ਕਰਨਗੇ ਤੇ ਹੈ ਅਤੇ  $OP_3$  ਲੰਬੀ ਦੌੜ ਦੀ ਕੀਮਤ, ਲੰਬੀ ਦੌੜ ਦੀ ਸਪਲਾਈ  $Oq_2$  ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵੱਧ ਹੈ,  $Oq_0$  ਨਾਲ ਨਾਲ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਸਪਲਾਈ  $Oq_1$  ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ। ਲੰਬੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਕੀਮਤ  $OP_3$  ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ  $OP_1$ , ਛੋਟੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਕੀਮਤ  $OP_2$  ਅਤੇ ਅਸਲ ਕੀਮਤ  $OP$  ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ।

ਇਸ ਲਈ, ਇਹ ਕਿਹਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਮਾਂ ਘੱਟ ਹੋਣ ਨਾਲ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਮੰਗ ਦਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਲੰਬਾ ਸਮਾਂ, ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਸਪਲਾਈ ਦਾ ਵਧੇਰੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ-I

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1: ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2: ਮਾਰਕੀਟ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਮ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 3: ਜਦੋਂ ਸਪਲਾਈ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 7.4 ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ (Equilibrium of Firm and Industry under Perfect Competition)

ਇੱਕ ਉਦਯੋਗ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਫਰਮਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਸੰਗ੍ਰਹਿ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਸਮਾਨ ਉਤਪਾਦ ਤਿਆਰ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇੱਕ ਫਰਮ ਇੱਕ ਮੁਨਾਫੇ 'ਤੇ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਅਤੇ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਮੁਨਾਫੇ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਰੁੱਝੀ ਇੱਕ ਇਕੱਲੀ ਯੂਨਿਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇੱਕ ਫਰਮ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਜਾਂ ਘਟਾਉਣ ਦੀ ਕੋਈ ਪ੍ਰਵਿਰਤੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਕਾਉਟਸੋਯਾਨਿਸ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਇੱਕ ਫਰਮ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਇਹ ਆਪਣੇ ਲਾਭ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਦੀ ਹੈ।" ਇੱਕ ਮੁਨਾਫਾ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਫਰਮ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਉਦੋਂ ਤੱਕ ਆਪਣਾ ਉਤਪਾਦਨ

ਵਧਾਉਂਦਾ ਰਹੇਗਾ। ਫਰਮ ਨੂੰ ਵੱਡਾ ਲਾਭ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਫਰਮ ਜਾਣਦੀ ਹੈ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਨਾਲ ਵੱਡਾ ਮੁਨਾਫਾ ਮਿਲੇਗਾ, ਤਾਂ ਇਹ ਇਸਦੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਵੱਲ ਰੁਝਾਨ ਕਰੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾ ਰਹੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਵਾਧਾ ਜਾਂ ਕਮੀ ਲਾਭ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਦਾ ਕਾਰਨ ਬਣ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਫੈਲਾਉਣ ਜਾਂ ਸੰਕੁਚਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਈ ਪ੍ਰਵਿਰਤੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਅਵਸਥਾ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਅਵਸਥਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਫਰਮ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸਦਾ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਨੁਕਸਾਨ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਫਰਮ ਆਪਣੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਧਾ ਜਾਂ ਘਟਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਫਰਮ ਦੇ ਨੁਕਸਾਨ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਗਿਰਾਵਟ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ। ਫਰਮ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਇਸਦਾ ਨੁਕਸਾਨ ਘੱਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਫਰਮ ਵਿੱਚ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਦੀ ਕੋਈ ਪ੍ਰਵਿਰਤੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

#### **7.4.1 ਫਰਮ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਲਈ ਸ਼ਰਤਾਂ (Conditions for the Equilibrium of Firm)**

ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਫਰਮ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨੂੰ ਦੋ ਤਰ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਪਹਿਲਾਂ, ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਦੂਜਾ, ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ। ਦੋਨਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਹੈ:

##### **A. ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ (Total Revenue and Total Cost Approach)**

ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ, ਫਰਮ ਲਈ ਸੰਤੁਲਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਦੋ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਹਨ ਭਾਵ ਜਾਂ ਤਾਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਭ ਕਮਾਉਣਾ ਜਾਂ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਨੁਕਸਾਨ ਕਰਨਾ। ਜੇਕਰ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਤਾਂ ਫਰਮ ਲਾਭ ਕਮਾਏਗੀ। ਲਾਭ ਉਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੋਵੇਗਾ ਜਿੱਥੇ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਵਿਚਕਾਰ ਫਰਕ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਇਸ ਪੜਾਅ 'ਤੇ, ਫਰਮ ਨੂੰ ਇਸਦੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਜਾਂ ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਕੋਈ ਰੁਝਾਨ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਸੰਤੁਲਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੀ ਸ਼ਰਤ ਪੱਕੀ ਹੈ ਕਿ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸਦਾ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਨੁਕਸਾਨ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਫਰਮ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋਵੇਗਾ। ਘਾਟੇ ਉਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਹੋਵੇਗੇ ਜਿੱਥੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਵਿਚਕਾਰ ਅੰਤਰ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਪੜਾਅ 'ਤੇ, ਫਰਮ ਨੂੰ ਇਸਦੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਜਾਂ ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਕੋਈ ਰੁਝਾਨ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਸੰਤੁਲਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੀ ਸ਼ਰਤ ਫਰਮ ਨੂੰ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਘਾਟੇ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

##### **B. ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਆਧਾਰ ਤੇ (Marginal Revenue and Marginal Cost Approach)**

ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਪਹੁੰਚ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਸੰਤੁਲਨ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਦੋ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ। ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ, ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ (MC) ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ (MR) ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਦੂਜਾ, ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਨੂੰ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਵਕਰ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਫਰਮ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਸਮਾਨ ਲਾਗਤ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਅਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ।

#### **7.4.2 ਸਮਾਨ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ (Equilibrium of Firm and Industry under Identical Cost Conditions)**

ਸਮਾਨ ਲਾਗਤ ਸਥਿਤੀਆਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ ਵੀ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

##### **7.4.2.1 ਫਰਮ ਦਾ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ (Short-run Equilibrium of Firm)**

ਅਲਪ-ਕਾਲ ਉਹ ਸਮਾਂ ਮਿਆਦ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕੁਝ ਕਾਰਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕੁਝ ਕੁਦਰਤ ਵਿੱਚ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇੰਨੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੌਰਾਨ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਨਵੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਸਥਾਪਨਾ ਕਰਨਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਹ ਵੀ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਨਵੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦਾ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲਾ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਪੁਰਾਣੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦਾ ਇੰਨੇ ਸੀਮਤ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਉਦਯੋਗ ਛੱਡਣਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੌਰਾਨ ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ। ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਕਾਰਕ ਇਕਾਈਆਂ ਨੂੰ ਸਮਰੂਪ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਪੂਰੇ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਦਯੋਗ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਲਾਗਤ ਹਾਲਤਾਂ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਇੱਕੋ ਪੱਧਰ ਅਤੇ ਆਕਾਰ ਦੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਅਜਿਹੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਫਰਮ ਲਈ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਹਰੇਕ ਫਰਮ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਉਸੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ।

ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਫਰਮ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਦੋ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸ਼ਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

- (i)  $MC = MR$
- (ii) MC ਕਰਵ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ MR ਕਰਵ ਨੂੰ ਕੱਟਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਸਮਾਨ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਦੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੌਰਾਨ ਤਿੰਨ ਸਥਿਤੀਆਂ ਮੌਜੂਦ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ, ਅਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ, ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ ਅਤੇ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹਾਨੀ।



### A. ਅਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ (Super-Normal Profits)

ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫ਼ਿਆਂ ਦੇ ਨਾਲ ਫਰਮ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਚਿੱਤਰ 9 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। SMC ਅਤੇ SAC ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਛੋਟੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਐਸਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਹਨ। ਐਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਵਕਰ AVC ਹੈ।

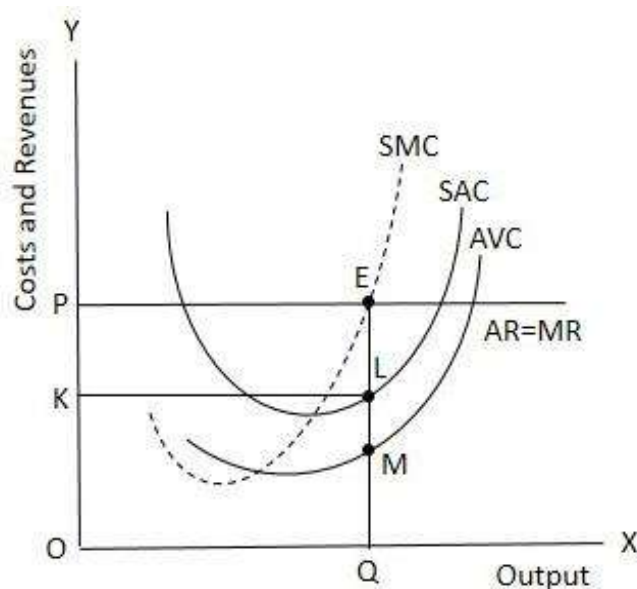


Figure 9: Equilibrium with Super-normal Profits

ਸਾਰੇ ਤਿੰਨ ਵਕਰ ਅਰਥਾਤ SMC, SAC ਅਤੇ AVC U-ਆਕਾਰ ਦੇ ਹਨ। AR ਐਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹੈ ਅਤੇ MR ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਕੀਮਤ OP 'ਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹੈ। ਫਰਮ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ, MR=MC ਅਤੇ MC ਕਰਵ MR ਕਰਵ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। OQ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਪੱਧਰ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ  $OP \times OQ = OPEQ$  ਹੈ। ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ  $LQ \times OQ = LQOK$  ਹੈ। ਫਰਮ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾਏਗੀ ਕਿਉਂਕਿ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਭਾਵ  $OPEQ > LQOK$ । ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $OPEQ - LQOK = KLEP$ । ਆਉਟਪੁੱਟ OQ 'ਤੇ, LQ ਐਸਤ ਲਾਗਤ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚੋਂ MQ ਐਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਹੈ ਅਤੇ LM ਐਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਕੀਮਤ OP ਜਾਂ EQ EL ਦੁਆਰਾ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਐਸਤ ਲਾਗਤ LQ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, EL ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਲਾਭ ਹੈ। ਸੰਤੁਲਨ ਦੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ, ਕੁੱਲ ਲਾਭ  $EL \times LK (OQ) = ELKP$  ਹੋਵੇਗਾ।

B. **ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ (Normal Profit)** ਜੇਕਰ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ ਤਾਂ ਫਰਮ ਆਮ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾ ਰਹੀ ਹੋਵੇਗੀ। ਆਮ ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਦੇ ਨਾਲ ਫਰਮ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 11 ਵਿੱਚ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

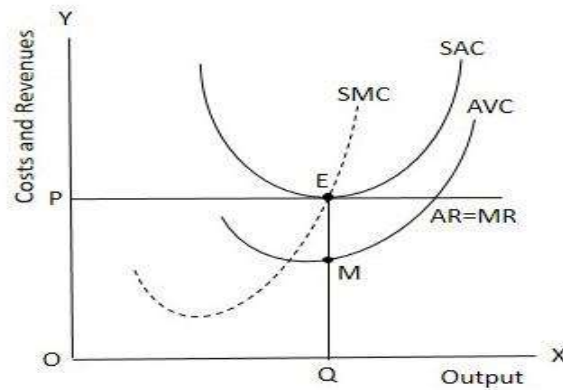


Figure 11: Equilibrium with Normal Profits

ਫਰਮ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਿੰਦੂ E,  $MR=MC$  ਅਤੇ MC ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ MR ਕਰਵ ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। OQ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਪੱਧਰ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ  $OP \times OQ = OPEQ$  ਹੈ। ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ  $EQ \times OQ = OPEQ$  ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਭਾਵ OPEQ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗੀ ਤਾਂ ਫਰਮ ਆਮ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾ ਰਹੀ ਹੋਵੇਗੀ। ਆਉਟਪੁੱਟ OQ 'ਤੇ, EQ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚੋਂ MQ ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਹੈ ਅਤੇ EM ਔਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਕੀਮਤ OP ਜਾਂ EQ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ ਜੋ ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ MQ ਅਤੇ ਔਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ EM ਦੇਵਾਂ ਨੂੰ ਕਵਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ, ਫਰਮ ਸਾਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ।

### C. ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹਾਨੀ (Minimum loss)

ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਨੁਕਸਾਨ ਦੇ ਨਾਲ ਫਰਮ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਚਿੱਤਰ 10 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

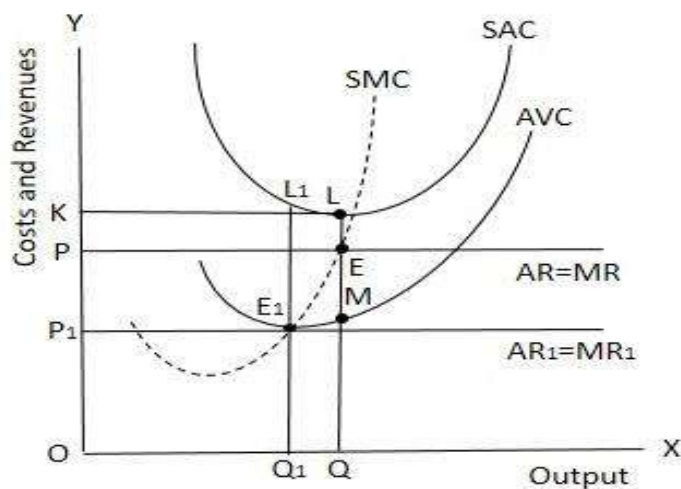


Figure 10: Equilibrium with Losses

ਫਰਮ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਿੰਦੂ E,  $MR=MC$  ਅਤੇ MC ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ MR ਕਰਵ ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। OQ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਪੱਧਰ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ  $OP \times OQ = OPEQ$  ਹੈ। ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ  $LQ \times OQ = LQOK$  ਹੈ। ਫਰਮ ਨੂੰ ਘਾਟਾ ਸਹਿਣਾ ਪਏਗਾ ਕਿਉਂਕਿ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $LQOK > OPEQ$ । ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਵਿਚਕਾਰ ਅੰਤਰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $LQOK - OPEQ = KLEP$ । ਆਉਟਪੁੱਟ OQ 'ਤੇ, LQ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚੋਂ MQ ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਹੈ ਅਤੇ LM ਔਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਕੀਮਤ OP ਜਾਂ EQ EL ਦੁਆਰਾ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਔਸਤ ਲਾਗਤ LQ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, EL ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਘਾਟਾ ਹੈ। ਸੰਤੁਲਨ ਦੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ, ਕੁੱਲ ਨੁਕਸਾਨ  $EL \times EP$  ( $OQ$ ) =  $ELKP$  ਹੋਵੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਸਵਾਲ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਉਤਪਾਦਕ ਉਤਪਾਦਨ ਜਾਰੀ ਰੱਖੇਗਾ ਜਾਂ ਫਰਮ ਨੂੰ ਬੰਦ ਕਰੇਗਾ। ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਫਰਮ ਦਾ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਨੁਕਸਾਨ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਫਰਮ ਨੂੰ ਉਦੋਂ ਤੱਕ ਬੰਦ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਫਰਮ ਉਤਪਾਦਨ ਜਾਰੀ ਰੱਖ ਕੇ ਆਪਣੇ ਨੁਕਸਾਨ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 10 ਵਿੱਚ, ਫਰਮ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੈ ਪਰ ਫਰਮ ਨੂੰ ਬੰਦ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ ਕਿਉਂਕਿ ਫਰਮ ਇਸ ਸਮੇਂ ਘਾਟੇ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ। ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ, OP ਸੰਤੁਲਨ ਮੁੱਲ ਹੈ ਅਤੇ OQ ਸੰਤੁਲਨ ਆਉਟਪੁੱਟ ਹੈ। ਸੰਤੁਲਨ ਕੀਮਤ OP ਦੇ ਨਾਲ, ਫਰਮ ਪੂਰੀ ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ MQ ਅਤੇ ਔਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ EM ਦੇ ਰੁਝ ਹਿੱਸੇ ਨੂੰ ਕਵਰ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਇਸ ਮੌਕੇ 'ਤੇ ਫਰਮ ਨੂੰ ਬੰਦ ਕਰ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ, ਤਾਂ ਪੂਰੀ ਔਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਘਾਟੇ ਵਿੱਚ ਬਦਲ ਗਈ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਸ ਸਮੇਂ, ਫਰਮ ਉਤਪਾਦਨ ਜਾਰੀ ਰੱਖ ਕੇ ਨੁਕਸਾਨ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ। ਮੰਨ ਲਓ ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਤੱਕ ਘਟ ਗਈ ਹੈ ਤਾਂ ਫਰਮ  $E_1$  'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗੀ।  $E_1$  'ਤੇ,  $L_1 Q_1$  ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚੋਂ  $E_1 Q_1$  ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਹੈ ਅਤੇ  $E_1 L_1$  ਔਸਤ ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਸਿਰਫ ਔਸਤ ਵੇਰੀਏਬਲ ਲਾਗਤ  $E_1 Q_1$  ਨੂੰ ਕਵਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਔਸਤ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤ ਦਾ ਕੋਈ ਹਿੱਸਾ ਕਵਰ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਨੁਕਸਾਨ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਈ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਫਰਮ ਨੂੰ ਪੁਆਇੰਟ  $E_1$  'ਤੇ ਬੰਦ ਕਰ ਦਿੱਤਾ ਜਾਵੇਗਾ। ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਫਰਮ ਦੇ ਸਟਡਾਊਨ ਪੁਆਇੰਟ ਲਈ ਸ਼ਰਤ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਕੀਮਤ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਔਸਤ ਵੇਰੀਏਬਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਭਾਵ ਕੀਮਤ = ਘੱਟੋ-ਘੱਟ AVC। ਚਿੱਤਰ 10 ਵਿੱਚ, ਫਰਮ ਦੇ

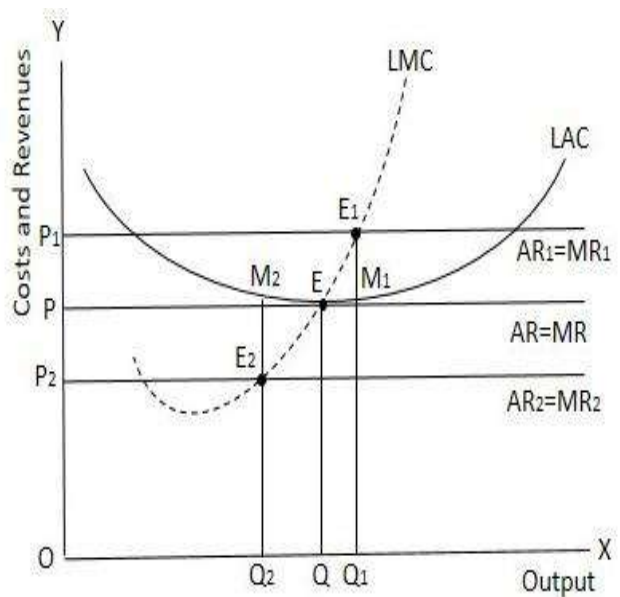


Figure 12: Long-run Equilibrium under Identical Cost Conditions

ਬੰਦ ਪੁਆਇੰਟ ਦੀ ਸ਼ਰਤ ਪੁਆਇੰਟ  $E_1$  'ਤੇ ਪੂਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ,  $E_1$  ਥੋੜੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਫਰਮ ਦਾ ਬੰਦ-ਡਾਊਨ ਪੁਆਇੰਟ ਹੈ।

#### **7.4.2.2 ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਸੰਤੁਲਨ (Short-run Equilibrium of Industry)**

ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੌਰਾਨ, ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਨਵੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਸਥਾਪਨਾ ਕਰਨਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਹ ਵੀ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਨਵੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦਾ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲਾ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਪੁਰਾਣੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦਾ ਇੰਨੇ ਸੀਮਤ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਉਦਯੋਗ ਛੱਡਣਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੌਰਾਨ ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਸਥਿਰ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ। ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮ ਲਈ ਲਾਗਤ ਦੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਉਦਯੋਗ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹਨ, ਤਾਂ ਉਦਯੋਗ ਵੀ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਇੱਕ ਫਰਮ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫੇ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਤਾਂ ਬਾਕੀ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫੇ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਣਗੇ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਇੱਕ ਫਰਮ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਘਾਟੇ ਦੇ ਨਾਲ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਹੋਰ ਫਰਮਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਸਾਰਾ ਉਦਯੋਗ ਘਾਟੇ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਫਰਮ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਸਾਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫੇ ਨਾਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਹੋਰ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਅਤੇ ਸਾਰਾ ਉਦਯੋਗ ਆਮ ਮੁਨਾਫਿਆਂ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗਾ। ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਇਸ ਗੱਲ ਦੀ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ ਕਿ ਉਦਯੋਗ ਆਮ ਮੁਨਾਫੇ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਆਮ ਮੁਨਾਫੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੇ ਸਮਾਯੋਜਨ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ, ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਜਾਂ ਤਾਂ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ-ਆਮ ਲਾਭ ਜਾਂ ਘਾਟੇ ਨਾਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

#### **7.4.2.3 ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਤੱਕ ਚੱਲਣ ਵਾਲਾ ਸੰਤੁਲਨ (Long-run Equilibrium of Firm and Industry)**

ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਉਦਯੋਗ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਰਹੇਗਾ ਜਦੋਂ ਇਸਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਜਾਂ ਸੰਕੁਚਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਈ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੇ ਕਾਰਨਾਂ ਕਰਕੇ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ, ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਉਦਯੋਗ ਦੀਆਂ ਮੌਜੂਦਾ ਫਰਮਾਂ ਜਾਂ ਤਾਂ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦੀਆਂ ਜਾਂ ਘਟਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਦੂਜਾ, ਨਵੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੇ ਦਾਖਲੇ ਨਾਲ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਵਿਸਤਾਰ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਆਉਟਪੁੱਟ ਸੰਕੁਚਿਤ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਕੁਝ ਫਰਮਾਂ ਨੇ ਉਦਯੋਗ ਛੱਡ ਦਿੱਤਾ ਹੈ। ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਉਦਯੋਗ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਲਈ, ਸਾਰੀਆਂ ਮੌਜੂਦਾ ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਲਾਗਤ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਇਸ ਲਈ ਜੇਕਰ ਇੱਕ ਫਰਮ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਤਾਂ ਬਾਕੀ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਵੀ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਣਗੀਆਂ। ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਫਰਮ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਲਈ ਹਾਲਾਤ ਹਨ:

(i)  $MC=MR$  ਅਤੇ

(ii)  $MC$  ਨੂੰ  $MR$  ਕਰਵ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਸੁਪਰ-ਆਮ ਮੁਨਾਫੇ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ, ਤਾਂ ਨਵੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲ ਹੋਣਗੀਆਂ ਜੋ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਵਿਸਤਾਰ ਕਰਨਗੀਆਂ। ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਫਰਮਾਂ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹਨ ਪਰ ਉਦਯੋਗ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਘਾਟੇ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੁਝ ਮੌਜੂਦਾ ਫਰਮਾਂ ਉਦਯੋਗ ਨੂੰ ਛੱਡ ਦੇਣਗੀਆਂ ਜੋ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਸੰਕੁਚਿਤ ਕਰਨਗੀਆਂ। ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਫਰਮਾਂ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹਨ ਪਰ ਉਦਯੋਗ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਇੱਕ ਉਦਯੋਗ ਨੂੰ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਲਈ, ਦੋ ਸ਼ਰਤਾਂ ਹਨ। ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ, ਕਿਸੇ ਉਦਯੋਗ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਦੂਜਾ, ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲ ਜਾਂ ਛੱਡਣਾ ਨਹੀਂ ਚਾਹੀਦਾ। ਮੌਜੂਦਾ ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਲਈ, ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $MR=MC$ । ਜੇਕਰ ਫਰਮਾਂ ਆਮ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ ਤਾਂ ਕੋਈ ਵੀ ਫਰਮ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲ ਜਾਂ ਛੱਡ ਨਹੀਂ ਸਕਦੀ। ਇੱਕ ਫਰਮ ਲਈ ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ ਕਮਾਉਣ ਲਈ, ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਭਾਵ  $AC=AR$ । ਇਸ ਲਈ, ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਲਈ ਦੋ ਸ਼ਰਤਾਂ ਹਨ

(i)  $MR=MC$  ਅਤੇ

(ii)  $AC=AR$ । ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ,  $AR=MR$ ,

ਇਸ ਲਈ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਿਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ: ਕੀਮਤ  $(AR) = MR = MC = AC$

ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਸਭ ਤੋਂ ਹੇਠਲੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਨੂੰ ਘਟਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਉਪਰੋਕਤ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੁਬਾਰਾ ਕਿਹਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

ਕੀਮਤ  $(AR) = MR = MC =$  ਨਿਊਨਤਮ  $AC$

ਸਮਾਨ ਲਾਗਤ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਚਿੱਤਰ 12 ਵਿੱਚ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ।  $LAC$  ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਲਈ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਹੈ ਅਤੇ  $LMC$  ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਲਈ ਸੀਮਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਹੈ। ਕੀਮਤ 'ਤੇ  $OP_1$ ,  $AR_1$  ਅਤੇ  $MR_1$  ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹਨ। ਸੰਤੁਲਨ  $E_1$  'ਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ  $MC=MR$  ਅਤੇ  $OQ_1$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਹੈ।  $E_1$  'ਤੇ, ਕੀਮਤ  $OP_1$  ਔਸਤ ਲਾਗਤ  $M_1 Q_1$  ਤੋਂ  $E_1 M_1$  ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ।  $E_1 M_1$  ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਸੁਪਰ-ਆਮ ਮੁਨਾਫਾ ਹੈ ਜੋ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਨਵੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੇ ਦਾਖਲੇ ਵੱਲ ਅਗਵਾਈ ਕਰਦਾ ਹੈ।  $E_1$  'ਤੇ, ਫਰਮਾਂ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹਨ ਪਰ ਉਦਯੋਗ  $AR > AC$  ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਕੀਮਤ 'ਤੇ  $OP_2$ ,  $AR_2$  ਅਤੇ  $MR_2$  ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹਨ। ਸੰਤੁਲਨ  $E_2$  'ਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ  $MC=MR$  ਅਤੇ  $OQ_2$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਹੈ।  $E_2$  'ਤੇ, ਕੀਮਤ  $OP_2$  ਔਸਤ ਲਾਗਤ  $M_2 Q_2$  ਤੋਂ  $E_2 M_2$  ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ।  $E_2 M_2$  ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਘਾਟਾ ਹੈ ਜੋ ਕੁਝ ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਉਦਯੋਗ ਛੱਡਣ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ

ਕਰੇਗਾ।  $E_2$  'ਤੇ, ਫਰਮਾਂ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹਨ ਪਰ ਉਦਯੋਗ  $AC > AR$  ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਕੀਮਤ 'ਤੇ  $OP$ ,  $AR$  ਅਤੇ  $MR$  ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਐਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹਨ। ਸੰਤੁਲਨ  $E$  'ਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ  $MC = MR$  ਅਤੇ  $OQ$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਹੈ।  $E$  'ਤੇ, ਕੀਮਤ  $OP$  ਐਸਤ ਲਾਗਤ  $EQ$  ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ ਭਾਵ,  $AR = AC$ ,  $E$  'ਤੇ, ਫਰਮਾਂ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ  $MC = MR = AR =$  ਨਿਊਨਤਮ  $AC$  ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹਨ।

### 7.4.3 ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ (Equilibrium of Firm and Industry under Different Cost Conditions)

ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਅੰਤਰਗਤ ਵੀ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

#### 7.4.3.1 ਫਰਮ ਦਾ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਸੰਤੁਲਨ (Short-run Equilibrium of Firm)

ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ, ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਲਾਗਤ ਦੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਸਗੋਂ ਉਤਪਾਦਨ

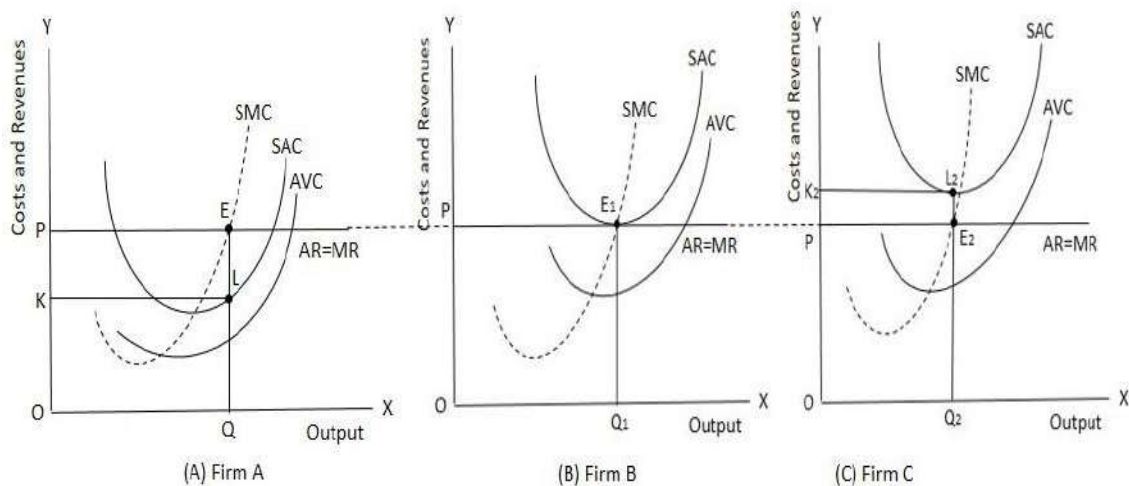


Figure 13: Short-run Equilibrium under Different Cost Conditions

ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਵਿਭਿੰਨਤਾ ਦੇ ਕਾਰਨ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਫਰਮਾਂ ਦੀਆਂ ਲਾਗਤ ਹਾਲਤਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਤਾਂ ਵੀ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦੀ ਵਿਭਿੰਨਤਾ ਦੇ ਕਾਰਨ ਲਾਗਤ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਮੌਜੂਦ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਕੁਝ ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਲਾਗਤ ਘੱਟ ਹੋਵੇਗੀ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਹੋਰ ਫਰਮਾਂ ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਕੁਸ਼ਲ ਹਨ। ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਦੇ ਨਾਲ, ਕੁਝ ਫਰਮਾਂ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫੇ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਣਗੀਆਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਦੇ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਨੁਕਸਾਨ ਜਾਂ ਆਮ ਲਾਭ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਫਰਮ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਦੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸ਼ਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

- (i)  $MC = MR$
- (ii)  $MC$  ਕਰਵ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਮਾਮੂਲੀ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਨੂੰ ਕੱਟਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਤਿੰਨ ਫਰਮਾਂ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਫਰਮ A, ਫਰਮ B ਅਤੇ ਫਰਮ C । ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਫਰਮਾਂ ਦੇ ਦਾਖਲੇ ਅਤੇ ਬਾਹਰ ਜਾਣ ਦਾ ਕੋਈ ਰੁਝਾਨ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਸਭ ਤੋਂ ਕੁਸ਼ਲ ਫਰਮ ਫਰਮ A ਹੈ ਜਿਸਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਫਰਮ B ਫਰਮ A ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਅਤੇ ਫਰਮ C ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ। ਫਰਮ B ਦੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ ਫਰਮ A ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਅਤੇ ਫਰਮ C ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਹਨ। ਫਰਮ C ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ ਅਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਗਤਾਂ ਹਨ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਹਾਲਤਾਂ ਦੇ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਦੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 13 ਵਿੱਚ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ X ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਅਤੇ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਲਾਗਤਾਂ ਅਤੇ ਆਮਦਨੀ ਨੂੰ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। SAC, SMC ਅਤੇ AVC ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ, ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਹਨ। AR ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹੈ ਅਤੇ MR ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹੈ।

ਚਿੱਤਰ 13 (A) ਵਿੱਚ, ਫਰਮ A ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਫਰਮ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ,  $MR=MC$  ਅਤੇ MC ਕਰਵ MR ਕਰਵ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। OQ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਪੱਧਰ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ  $OP \times OQ = OPEQ$  ਹੈ। ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ  $LQ \times OQ = LQOK$  ਹੈ। ਫਰਮ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਏਗੀ ਕਿਉਂਕਿ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਭਾਵ  $OPEQ > LQOK$ । ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $OPEQ - LQOK = KLEP$ । ਚਿੱਤਰ 13 (B) ਵਿੱਚ, ਫਰਮ B ਫਰਮ A ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਫਰਮ A ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਫਰਮ ਬਿੰਦੂ  $E_1$  'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਿੰਦੂ  $E_1$ ,  $MR=MC$  ਅਤੇ MC ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ MR ਕਰਵ ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ।  $OQ_1$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਪੱਧਰ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ  $OP \times OQ_1 = OPE_1Q_1$  ਹੈ। ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ  $E_1Q_1 \times OQ_1 = OPE_1Q_1$  ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗੀ ਤਾਂ ਫਰਮ ਆਮ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾ ਰਹੀ ਹੋਵੇਗੀ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $OPE_1Q_1$ , ਚਿੱਤਰ 13 (C) ਵਿੱਚ, ਫਰਮ C ਫਰਮ B ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਦੀ ਕੀਮਤ ਫਰਮ B ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਫਰਮ ਬਿੰਦੂ  $E_2$  'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਿੰਦੂ  $E_2$ ,  $MR=MC$  ਅਤੇ MC ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ MR ਕਰਵ ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ।  $OQ_2$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਪੱਧਰ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ  $OP \times OQ_2 = OPE_2Q_2$  ਹੈ। ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ  $L_2Q_2 \times OQ_2 = L_2Q_2OK_2$  ਹੈ। ਫਰਮ ਨੂੰ ਘਾਟਾ ਸਹਿਣਾ ਪਏਗਾ ਕਿਉਂਕਿ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਭਾਵ  $L_2Q_2OK_2 > OPE_2Q_2$ । ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $L_2Q_2OK_2 - OPE_2Q_2 = K_2L_2E_2P$

ਇਸ ਲਈ, ਕੁਝ ਫਰਮਾਂ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਲਾਭ ਕਮਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਕੁਝ ਹੋਰ ਸਾਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਫਿਰ ਵੀ ਕਈਆਂ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਹਾਲਤਾਂ ਵਿੱਚ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਸੰਤੁਲਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਨੁਕਸਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

### 7.4.3.2 ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਸੰਤੁਲਨ (Short-run Equilibrium of Industry)

ਉਦਯੋਗ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਹਾਲਤਾਂ ਵਿੱਚ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗਾ ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਉਦਯੋਗ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਮੌਜੂਦਾ ਫਰਮਾਂ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹਨ। ਚਿੱਤਰ 13 ਵਿੱਚ, ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਕੀਮਤ  $OP$  'ਤੇ, ਫਰਮ A, ਫਰਮ B ਅਤੇ ਫਰਮ ਕੇਅਰ  $OQ$ ,  $OQ_1$  ਅਤੇ  $OQ_2$  ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਆਉਟਪੁੱਟ ਕ੍ਰਮਵਾਰ। ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਆਉਟਪੁੱਟ ਤਿੰਨੋਂ ਫਰਮਾਂ ਦੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਸਾਰ ਹੋਵੇਗਾ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਫਰਮਾਂ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਲਾਭ, ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ ਕਮਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਨੁਕਸਾਨ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ, ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਸਾਰ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰੇਗਾ ਕਿ ਉਦਯੋਗ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਲਾਭ ਜਾਂ ਘਾਟੇ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਰਹੇਗਾ ਜਾਂ ਨਹੀਂ। ਇਸ ਲਈ, ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਹਾਲਤਾਂ ਦੇ ਅਧੀਨ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਜਾਂ ਤਾਂ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ-ਆਮ ਲਾਭ ਜਾਂ ਘਾਟੇ ਨਾਲ ਮੌਜੂਦ ਹੈ।

### 7.4.3.3 ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਤੱਕ ਚੱਲਣ ਵਾਲਾ ਸੰਤੁਲਨ (Long-run Equilibrium of Firm and Industry)

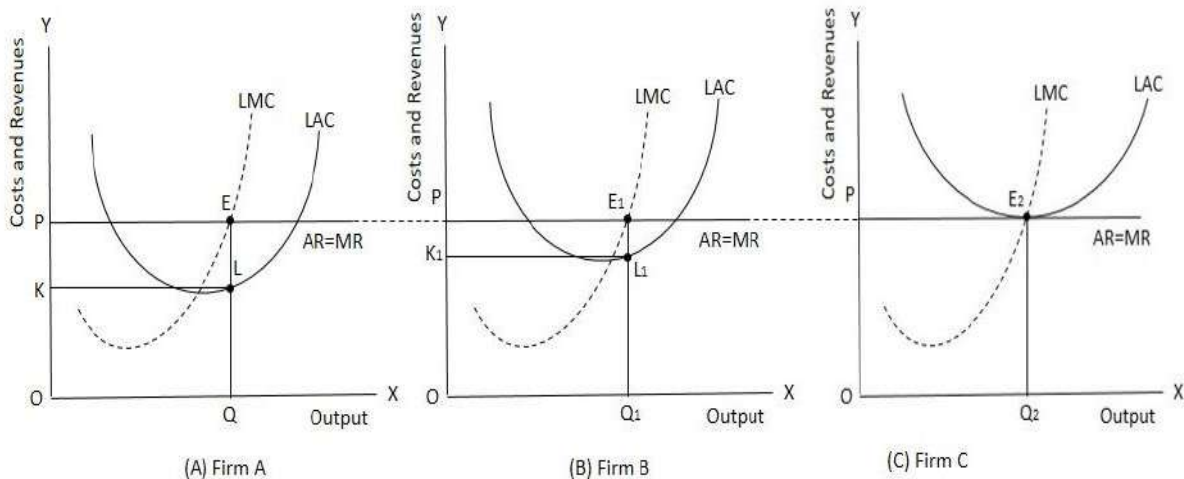


Figure 14: Long-run Equilibrium under Different Cost Conditions

ਵੱਖ-ਵੱਖ ਫਰਮਾਂ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਵਿਭਿੰਨਤਾ ਦੇ ਕਾਰਨ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਹਾਲਤਾਂ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰਨ ਲਈ, ਸੀਮਾਂਤ ਫਰਮ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਸੰਪੂਰਨ ਹੈ। ਮਾਰਜਿਨਲ ਫਰਮ ਉਹ ਫਰਮ ਹੈ ਜੋ ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ ਅਤੇ ਜਿਸਦੀ ਲਾਗਤ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਇਹ ਫਰਮ ਆਮ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾ ਰਹੀ ਹੋਵੇਗੀ ਇਸ ਲਈ ਜਦੋਂ ਵੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਗਿਰਾਵਟ ਆਵੇਗੀ, ਸੀਮਾਂਤ ਫਰਮ ਉਦਯੋਗ ਛੱਡਣ ਵਾਲੀ ਪਹਿਲੀ ਫਰਮ ਹੋਵੇਗੀ। ਜਿਹੜੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਸੀਮਾਂਤ ਫਰਮਾਂ ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਕੁਸ਼ਲ ਹਨ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਅੰਤਰ-ਸੀਮਾਂਤ ਫਰਮਾਂ ਵਜੋਂ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਅਤਿ-ਆਮ ਮੁਨਾਫਾ (Super Normal Profit) ਕਮਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਲਈ ਦੋ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸ਼ਰਤਾਂ ਹਨ (i) ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੀ  $MR=MC$  ਅਤੇ (ii) ਕੀਮਤ  $(AR) =$  ਸੀਮਾਂਤ ਫਰਮ ਦੀ  $AC$ । ਇੱਕ ਖਾਸ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਤਿੰਨ ਫਰਮਾਂ ਹਨ ਅਰਥਾਤ ਫਰਮ A, ਫਰਮ B



ਅਤੇ ਫਰਮ C. ਫਰਮ A ਸਭ ਤੋਂ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਫਰਮ B ਫਰਮ A ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ ਅਤੇ ਫਰਮ A ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਲਾਗਤਾਂ ਹਨ। ਫਰਮ A ਅਤੇ B ਦੇਵਾਂ ਨੂੰ ਅੰਤਰ ਸੀਮਾਂਤ ਫਰਮਾਂ ਵਜੋਂ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਫਰਮ C ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਦੀ ਲਾਗਤ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਫਰਮ C ਨੂੰ ਮਾਮੂਲੀ ਫਰਮ ਅਤੇ ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾਉਣ ਵਾਲੀ ਫਰਮ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਮਾਮੂਲੀ ਗਿਰਾਵਟ ਆਉਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਫਰਮ ਸੀ ਉਦਯੋਗ ਛੱਡਣ ਵਾਲੀ ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਹੋਵੇਗੀ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਚਿੱਤਰ 14 ਵਿੱਚ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਇਸ ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ, ਕੀਮਤ OP 'ਤੇ, AR ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹੈ ਅਤੇ MR ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਲਈ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹੈ। LAC ਅਤੇ LMC ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਹਨ। ਫਰਮ A ਸਭ ਤੋਂ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਫਰਮ B ਫਰਮ A ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ ਅਤੇ ਫਰਮ A ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਲਾਗਤਾਂ ਹੈ। ਫਰਮ C ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ ਅਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਗਤਾਂ ਹਨ। ਫਰਮ C ਨੂੰ ਮਾਮੂਲੀ ਫਰਮ ਅਤੇ ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾਉਣ ਵਾਲੀ ਫਰਮ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਫਰਮ C ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਕੀਮਤ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ  $E_2 Q_2$  ਦੇ ਬਿਲਕੁਲ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੀਮਤ OP ਤੋਂ ਥੋੜ੍ਹੀ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਫਰਮ C ਉਦਯੋਗ ਨੂੰ ਛੱਡਣ ਵਾਲੀ ਪਹਿਲੀ ਹੋਵੇਗੀ। ਦੋਵੇਂ ਫਰਮਾਂ A ਅਤੇ B ਨੂੰ ਅੰਤਰ-ਸੀਮਾਂਤ ਫਰਮਾਂ ਅਤੇ ਅਤਿ-ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾਉਣ ਵਾਲੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਵਜੋਂ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਫਰਮ A ਅਤੇ ਫਰਮ B ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਕ੍ਰਮਵਾਰ E ਅਤੇ  $E_1$  'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਇਹਨਾਂ ਬਿੰਦੂਆਂ 'ਤੇ  $MC=MR$ । ਚਿੱਤਰ 14 (A) ਵਿੱਚ, ਫਰਮ A ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕੁਸ਼ਲ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਫਰਮ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਅਤੇ OQ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਪੱਧਰ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ  $OP \times OQ = OPEQ$  ਹੈ। ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ  $LQ \times OQ = LQOK$  ਹੈ। ਫਰਮ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਏਗੀ ਕਿਉਂਕਿ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਭਾਵ  $OPEQ > LQOK$  ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $OPEQ - LQOK = KLEP$ । ਚਿੱਤਰ 14 (B) ਵਿੱਚ, ਫਰਮ B ਬਿੰਦੂ  $E_1$  'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਅਤੇ  $OQ_1$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਪੱਧਰ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ  $OP \times OQ_1 = OPE_1 Q_1$  ਹੈ। ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ  $L_1 Q_1 \times OQ_1 = L_1 Q_1 OK_1$  ਹੈ। ਫਰਮ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਏਗੀ ਕਿਉਂਕਿ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਭਾਵ  $OPE_1 Q_1 > L_1 Q_1 OK_1$ । ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ  $OPE_1 Q_1 - L_1 Q_1 OK_1 = K_1 L_1 E_1 P$ । ਚਿੱਤਰ 14 (C) ਵਿੱਚ, ਫਰਮ C ਮਾਮੂਲੀ ਫਰਮ ਹੈ। ਇਹ ਫਰਮ ਬਿੰਦੂ  $E_2$  'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਅਤੇ  $OQ_2$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਪੱਧਰ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ  $OP \times OQ_2 = OPE_2 Q_2$  ਹੈ। ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ  $E_2 Q_2 \times OQ_2 = OPE_2 Q_2$  ਹੈ। ਫਰਮ ਆਮ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾ ਰਹੀ ਹੋਵੇਗੀ ਕਿਉਂਕਿ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ ਭਾਵ  $OPE_2 Q_2$ । ਫਰਮ A ਅਤੇ ਫਰਮ B, ਦੋਵੇਂ ਹੀ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾ ਰਹੀਆਂ ਹਨ ਪਰ ਵਧੇਰੇ ਕੁਸ਼ਲ ਫਰਮ ਭਾਵ ਫਰਮ A ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਲਾਭ ਵੱਧ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 14 ਨੇ ਦਿਖਾਇਆ ਹੈ ਕਿ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹਨ। ਸੀਮਾਂਤ ਫਰਮ ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾ ਰਹੀ

ਹੈ ਇਸਲਈ ਹੋਰ ਫਰਮਾਂ ਲਈ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲ ਹੋਣ ਜਾਂ ਛੱਡਣ ਦਾ ਕੋਈ ਰੁਝਾਨ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਜੇਕਰ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਅਰਥਾਤ ਫਰਮ A, ਫਰਮ B ਅਤੇ ਫਰਮ C ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹਨ ਤਾਂ ਉਦਯੋਗ ਵੀ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਅੰਤਰ-ਸੀਮਾਂਤ ਫਰਮਾਂ ਅਤਿ-ਆਮ ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਤਾਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਹਾਲਤਾਂ ਵਿੱਚ ਉਦਯੋਗ ਦਾ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਤੱਕ ਚੱਲਣ ਵਾਲਾ ਸੰਤੁਲਨ ਵੀ ਅਤਿ-ਆਮ ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਨਾਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ-II

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਫਰਮ ਦੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸ਼ਰਤਾਂ ਦਾ ਜ਼ਿਕਰ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸ਼ਰਤਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਬਣਾਓ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 7.5 ਸੰਖੇਪ (Summary)

ਇਸ ਇਕਾਈ ਵਿੱਚ, ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਧਾਰਨਾ, ਇਸ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਥੋੜੇ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ, ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਮਿਆਦ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ ਦੀ ਵੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਬਰਾਬਰ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਹਾਲਤਾਂ ਦੇ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ ਇੱਕ ਮਾਰਕੀਟ ਸਥਿਤੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇੱਕੋ ਜਿਹੇ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਣ ਵਾਲੇ ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਖਰੀਦਦਾਰ ਅਤੇ ਵਿਕਰੇਤਾ ਮੌਜੂਦ ਹਨ। ਇਸ ਮਾਰਕੀਟ ਫਾਰਮ ਵਿੱਚ, ਫਰਮਾਂ ਦਾ ਮੁਫਤ ਦਾਖਲਾ ਅਤੇ ਨਿਕਾਸ, ਆਵਾਜਾਈ ਦੀ ਲਾਗਤ ਦੀ ਅਣਹੋਂਦ, ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਸੰਪੂਰਨ ਗਤੀਸ਼ੀਲਤਾ ਅਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਅਤੇ ਵੇਚਣ ਵਾਲਿਆਂ ਵਿੱਚ ਸੰਪੂਰਨ ਗਿਆਨ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਫਰਮ ਦੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਦੋ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸ਼ਰਤਾਂ ਹਨ (i)  $MC=MR$  (ii)  $MC$  ਨੂੰ  $MR$  ਕਰਵਾਉਣ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਦੋ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸ਼ਰਤਾਂ ਹਨ (i)  $MC=MR$  (ii)  $AC=AR$ । ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਫਰਮ ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਲਾਭ, ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ ਅਤੇ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਨੁਕਸਾਨ ਕਮਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਸੁਪਰ-ਸਧਾਰਨ ਲਾਭ ਮੌਜੂਦ ਹੈ ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਦੀ ਐਸਤ ਆਮਦਨ ਐਸਤ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ( $AR > AC$ ) ਜਦੋਂ ਐਸਤ ਆਮਦਨੀ ( $AR = AC$ ) ਐਸਤ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਫਰਮ ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾ ਰਹੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਐਸਤ ਲਾਗਤ ਐਸਤ ਆਮਦਨ

ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਤਾਂ ਫਰਮ ਨੂੰ ਘਾਟਾ ਪੈਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਸਮਾਨ ਲਾਗਤ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ, ਉਦਯੋਗ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਆਮ ਮੁਨਾਫੇ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਰਹੇਗਾ।

## 7.6 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ (Questions for Practice)

### A. ਛੋਟੇ ਉੱਤਰ ਦੇ ਸਵਾਲ

- Q1. ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀਆਂ ਵਿਭਿੰਨ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q2. ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਇੱਕੋ ਸਮੇਂ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- Q3. ਢੁਕਵੇਂ ਚਿੱਤਰਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਮਾਰਕੀਟ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- Q4. ਸਮਾਨ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q5. ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਹਾਲਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

### B. ਲੰਬੇ ਉੱਤਰ ਦੇ ਸਵਾਲ

- Q1. ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦਾ ਅਰਥ ਦੱਸੋ। ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਕਿਵੇਂ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ?
- Q2. ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਫਰਮ ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਕਿਵੇਂ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
- Q3. ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਥੋੜ੍ਹੇ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- Q4. ਡਾਇਗ੍ਰਾਮ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਹਾਲਤਾਂ ਦੇ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q5. ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਾਗਤ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- Q6. ਅਲਪ-ਕਾਲ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਲਈ ਸਮਾਨ ਲਾਗਤ ਦੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਧੀਨ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

## 7.7 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ

- H.L. Ahuja: Advanced Economic Theory (Microeconomic Analysis)
- A. Koutsoyiannis: Modern Microeconomics
- K.N. Verma: Micro Economic Theory

## ਬੈਚਲਰ ਆਫ਼ ਆਰਟਸ

### ਸਮੈਸਟਰ-I

#### ਕੋਰਸ: ਵਿਅਸ਼ਟੀ ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ

---

ਯੂਨਿਟ 8: ਅਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ: ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲਾ

(Imperfect Competition: Monopoly and Monopolistic Competition)

---

ਸੰਰਚਨਾ

8.0 ਉਦੇਸ਼

8.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

8.2 ਏਕਾਧਿਕਾਰ: ਅਰਥ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ

8.2.1 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਧੀਨ ਮੰਗ ਅਤੇ ਆਮਦਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ

8.2.2 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਅਧੀਨ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ

8.2.2.1 ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ

8.2.2.2 ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ

8.2.3 ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਸੰਤੁਲਨ

8.2.4 ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਸੰਤੁਲਨ

8.2.5 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਅਤੇ ਲਾਗਤ ਦੇ ਨਿਯਮ

8.2.6 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸ਼ਕਤੀ ਦੀ ਡਿਗਰੀ

8.2.7 ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰਾ/ਭੇਦਭਾਵ ਏਕਾਧਿਕਾਰ: ਅਰਥ ਅਤੇ ਕਿਸਮ

8.2.7.1 ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਲਈ ਡਿਗਰੀਆਂ ਅਤੇ ਸ਼ਰਤਾਂ

8.2.7.2 ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨਿਰਧਾਰਨ

8.2.7.3 ਡਿੱਪਿੰਗ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰਾ

8.3 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲਾ: ਅਰਥ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ

8.3.1 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਮੰਗ ਅਤੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ

8.3.2 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ (ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸੰਤੁਲਨ) ਦੇ ਅਧੀਨ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ

8.3.3 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ (ਸਮੂਹ ਸੰਤੁਲਨ)

8.3.4 ਵੇਚਣ ਦੀ ਲਾਗਤ

8.3.5 ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ

8.4 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿਚਕਾਰ ਤੁਲਨਾ

8.5 ਸੰਖੇਪ

8.6 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ

8.7 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ

## 8.0 ਉਦੇਸ਼ (Objectives)

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਦੇ ਪੂਰਾ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਸਿੱਖਿਆਰਥੀ ਇਹ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ਜਾਵੇਗਾ:

- ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ
- ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣ
- ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸ਼ਕਤੀ ਨੂੰ ਮਾਪਨ
- ਵਿਤਕਰੇ ਵਾਲੀ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ
- ਵੇਚਣ ਦੀ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਸਮਝਨ
- ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਕਰਨ।

## 8.1 ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

ਆਰਥਿਕ ਰੂਪ ਵਿੱਚ, ਅਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲਾ ਇੱਕ ਮਾਰਕੀਟ ਸਥਿਤੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਅਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀ Mrs. Joan Robinson ਦੁਆਰਾ 1933 ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਕਿਤਾਬ "ਅਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰ (Economics of Imperfect Competition)" ਵਿੱਚ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਸੀ। ਅਸੰਪੂਰਨ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਚਾਰ ਕਿਸਮਾਂ ਹਨ। ਇਹ

ਬਾਜ਼ਾਰ ਹਨ: ਏਕਾਧਿਕਾਰ Monopoly (ਸਿਰਫ਼ ਇੱਕ ਵਿਕਰੇਤਾ), ਓਲੀਗੋਪੋਲੀ Oligopoly (ਮਾਲ ਦੇ ਕੁਝ ਵਿਕਰੇਤਾ), ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲਾ Monopolistic competition (ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਵਿਕਰੇਤਾ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਭਿੰਨ ਉਤਪਾਦ ਹਨ) ਅਤੇ ਮੋਨੋਪਸੀ (Monopoly) (ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਦਾ ਸਿਰਫ਼ ਇੱਕ ਖਰੀਦਦਾਰ)।

## 8.2 ਏਕਾਧਿਕਾਰ: ਅਰਥ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ (Monopoly: Meaning and Features)

ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸ਼ਬਦ ਦੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਦਾ ਸੁਮੇਲ ਹੈ: Mono (ਸਿੰਗਲ) ਅਤੇ Poly (ਕੰਟਰੋਲ)। ਇਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਉਹ ਮੁਕਾਬਲਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਮੰਡੀ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ ਦਾ ਸਿਰਫ਼ ਇੱਕ ਜਾਂ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਕ ਵਿਕਰੇਤਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸ ਵਸਤੂ ਦਾ ਕੋਈ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਪੰਜਾਬ ਵਿੱਚ, ਬਿਜਲੀ ਦਾ ਇੱਕ ਹੀ ਵਿਕਰੇਤਾ ਹੈ, ਭਾਵ, ਪੰਜਾਬ ਰਾਜ ਬਿਜਲੀ ਬੋਰਡ ਅਤੇ ਬਿਜਲੀ ਦਾ ਮੰਡੀ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਵਿੱਚ, ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਮੌਜੂਦ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਕੋਟਸੋਯਾਨਿਸ (Koutsoyiannis) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਇੱਕ ਮਾਰਕੀਟ ਸਥਿਤੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਸਿੰਗਲ ਵਿਕਰੇਤਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਦੁਆਰਾ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਵਸਤੂ ਦਾ ਕੋਈ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਦਾਖਲੇ ਲਈ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਹਨ"। ਫਰਗੂਸਨ (Ferguson) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਇੱਕ ਸ਼ੁੱਧ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੌਜੂਦ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਸਿਰਫ਼ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਕੋਈ ਸਖ਼ਤ ਮੁਕਾਬਲੇ ਨਹੀਂ ਹਨ।"

### ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ/ਧਾਰਨਾਵਾਂ (Features/Assumptions)

ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀਆਂ ਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀਆਂ ਗਈਆਂ ਹਨ:

1. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਅਧੀਨ, ਵਸਤੂ ਦਾ ਇੱਕ ਸਿੰਗਲ ਵਿਕਰੇਤਾ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਪਰ ਇਸਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਖਰੀਦਦਾਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
2. ਮੰਡੀ ਵਿੱਚ ਪੈਦਾ ਹੋਈ ਵਸਤੂ ਦਾ ਕੋਈ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲ ਨਹੀਂ ਹੈ।
3. ਨਵੀਂ ਫਰਮ ਦੇ ਦਾਖਲੇ 'ਤੇ ਕੁਝ ਪਾਬੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਪਾਬੰਦੀਆਂ ਕੁਦਰਤੀ ਜਾਂ ਨਕਲੀ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ।
4. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਕੀਮਤ ਨਿਰਮਾਤਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸਪਲਾਈ 'ਤੇ ਪੂਰਾ ਨਿਯੰਤਰਣ ਰੱਖਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਇੱਕੋ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਖਰੀਦਦਾਰ ਤੋਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤ ਵਸੂਲ ਸਕਦਾ ਹੈ।
5. ਸਿਰਫ਼ ਇੱਕ ਫਰਮ ਹੈ ਅਤੇ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਮੌਜੂਦ ਨਹੀਂ ਹੈ।

### 8.2.1 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਮੰਗ ਅਤੇ ਆਮਦਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ (Nature of Demand and Revenue Under Monopoly Competition)

ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਫਰਮ ਦੀ ਮੰਗ ਵਕਰ ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਮੰਗ ਵਕਰ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਅੰਤਰ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ, ਔਸਤ ਆਮਦਨ (AR) ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ (MR) ਕਰਵ ਦੇਵੇਂ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। AR ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਨ ਹੈ, ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦਕ ਉੱਚ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੰਗ ਘਟੇਗੀ ਅਤੇ ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦਕ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੰਗ ਵਧੇਗੀ।

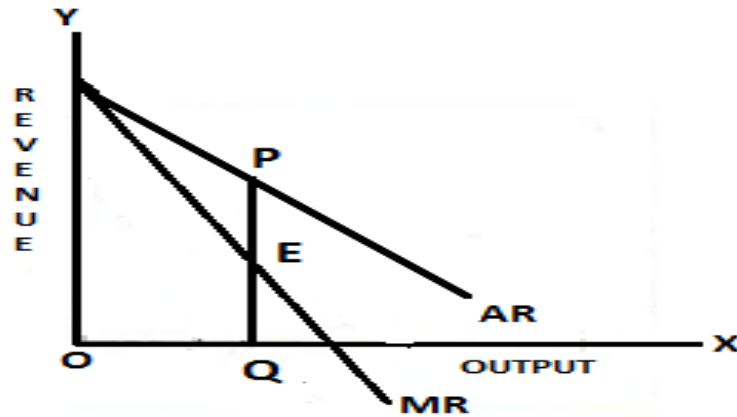


Fig 1

ਚਿੱਤਰ 1 ਵਿੱਚ, X-ਧੁਰੇ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਅਤੇ Y-ਧੁਰੇ ਉੱਤੇ, ਆਮਦਨ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। AR ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹੈ ਅਤੇ MR ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹੈ। ਦੇਵੇਂ ਖੱਬੇ ਤੋਂ ਸੱਜੇ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਝੁਕ ਰਹੇ ਹਨ ਜਦੋਂ ਕਿ MR AR ਕਰਵ ਤੋਂ ਹੇਠਾਂ ਹੈ ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ OQ ਆਉਟਪੁੱਟ 'ਤੇ, ਔਸਤ ਆਮਦਨ (AR) ਜਾਂ ਕੀਮਤ PQ ਹੈ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ (MR) EQ ਹੈ। ਹੋਰ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ,

$$AR > MR \text{ ਜਾਂ } PQ > EQ$$

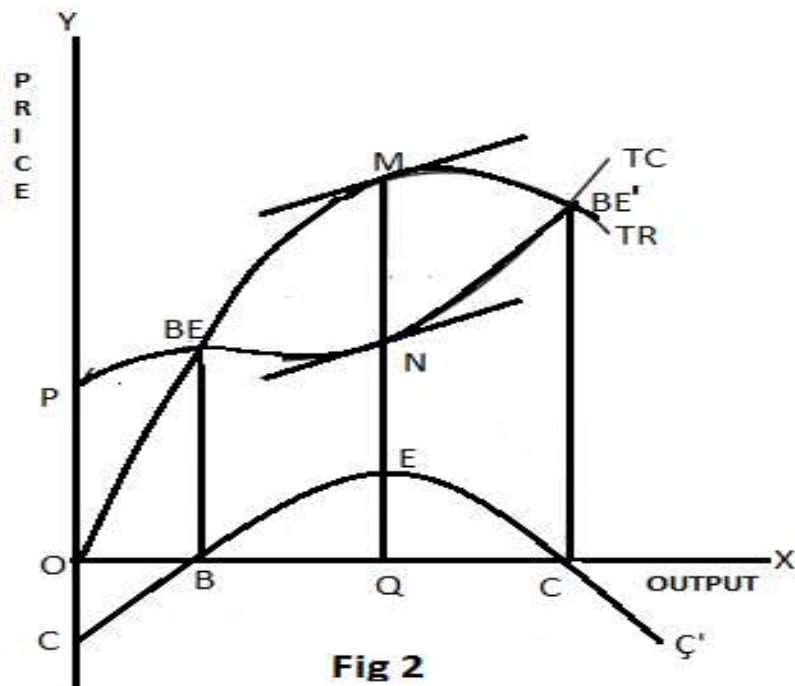
### 8.2.2 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਅਧੀਨ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਨ (Determination of Price and Equilibrium Under Monopoly)

ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਦੋ ਤਰੀਕੇ ਹਨ:

#### 8.2.2.1 ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ (Total Revenue and Total Cost Approach)

ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਪਹੁੰਚ ਦੇ ਨਾਲ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਭ ਮਿਲੇਗਾ ਜਿੱਥੇ TR ਅਤੇ TC ਵਿਚਕਾਰ ਅੰਤਰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਉਸਦੇ ਲਈ ਇੱਕ ਸੰਤੁਲਨ ਸਥਿਤੀ ਹੈ। ਇਸ ਪਹੁੰਚ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 2 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ TC ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਹੈ, TR ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹੈ ਅਤੇ 'CC' ਲਾਭ ਵਕਰ ਹੈ। ਮੂਲ O ਤੋਂ TR ਕਰਵ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਆਉਟਪੁੱਟ ਜ਼ੀਰੋ ਹੈ, ਤਾਂ TR ਵੀ ਜ਼ੀਰੋ ਹੈ ਅਤੇ

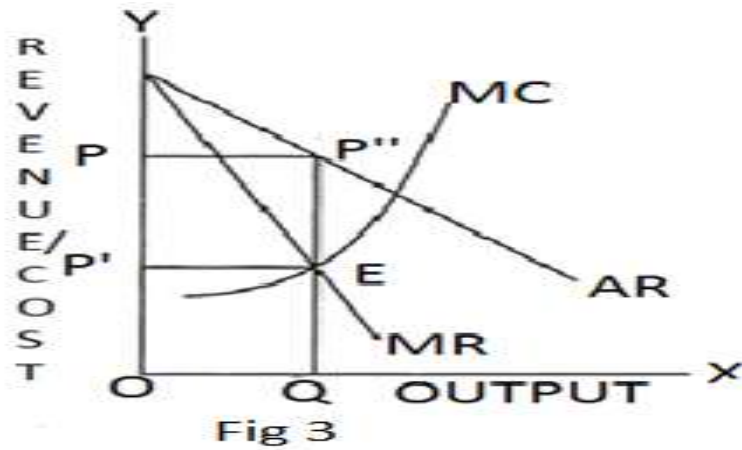
TC P ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ (ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ TC ਵਿੱਚ FC ਅਤੇ VC ਦੋਵੇਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ ਅਤੇ ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦਕ ਇਸਦਾ ਆਉਟਪੁੱਟ ਬੰਦ ਕਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸਨੂੰ ਸਥਿਰ ਦਾ ਨੁਕਸਾਨ ਝੱਲਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਲਾਗਤ)। CC' C ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦਕ ਘਾਟੇ ਨੂੰ ਸਹਿਣ ਕਰਦਾ ਹੈ ਪਰ ਜਦੋਂ ਉਤਪਾਦਕ ਉਤਪਾਦਨ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦਾ ਹੈ, TR ਵਧਦਾ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਵਿੱਚ, TR ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੀ ਦਰ TC ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ। ਇਸਲਈ, CC' ਕਰਵ ਦਾ BC ਹਿੱਸਾ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਬਿੰਦੂ BE 'ਤੇ, ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਉਤਪਾਦਕ ਸਮ-ਵਿਛੇਦ ਬਿੰਦੂ (Break even point) 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ (ਉਹ ਸਥਿਤੀ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਕੋਈ ਲਾਭ ਨਹੀਂ, ਨੁਕਸਾਨ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ, ਇੱਥੇ ਉਸਦਾ  $TR=TC$ ) ਜਦੋਂ ਉਤਪਾਦਕ ਆਪਣੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ BE ਪੁਆਇੰਟ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ TR TC ਅਤੇ CC' ਢਲਾਣਾਂ ਤੋਂ ਉੱਪਰ ਵੱਲ ਵੱਧ ਜਾਵੇਗਾ। ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਫਰਮ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾ ਰਹੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ CC' ਕਰਵ ਆਪਣੇ ਉੱਚੇ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਪਹੁੰਚ ਜਾਵੇਗਾ, ਤਦ ਉਤਪਾਦਕ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਭ ਕਮਾ ਰਿਹਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਭਾਵ OQ ਨੂੰ ਸੰਤੁਲਨ ਆਉਟਪੁੱਟ ਕਿਹਾ ਜਾਵੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦਕ ਸੰਤੁਲਨ ਆਉਟਪੁੱਟ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸਦਾ ਮੁਨਾਫਾ ਘੱਟਦਾ ਜਾਵੇਗਾ ਅਤੇ ਦੁਬਾਰਾ ਉਹ Break even point ਭਾਵ BE' 'ਤੇ ਪਹੁੰਚ ਜਾਵੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਨਿਰਮਾਤਾ BE' ਤੋਂ ਵੱਧ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ TR TC ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋਵੇਗਾ।



### 8.2.2.2 ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ (Marginal Revenue and Marginal Cost)

ਇਸ ਪਹੁੰਚ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਭ ਕਮਾਏਗਾ ਜਦੋਂ  $MC=MR$  ਅਤੇ  $MC$  ਕਰਵ  $MR$  ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:





ਚਿੱਤਰ 3 ਵਿੱਚ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ X-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ ਅਤੇ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਆਮਦਨ/ਕੀਮਤ ਦਿਖਾਈ ਗਈ ਹੈ। MC ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਹੈ, AR ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ MR ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਵਕਰ ਹੈ। ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ,  $MC=MR$  ਅਤੇ MC ਕਰਵ MR ਵਕਰ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਦਾ ਹੈ ਇਸਲਈ ਇਹ ਬਿੰਦੂ ਇੱਕ ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ ਹੈ ਅਤੇ OQ ਸੰਤੁਲਨ ਆਉਟਪੁੱਟ ਹੈ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ - I

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦਿਓ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੀਆਂ ਕੋਈ ਦੋ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦੱਸੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 8.2.3 ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਸੰਤੁਲਨ (Price and Output Equilibrium in Short-run Period)

ਅਲਪ-ਕਾਲ ਉਹ ਸਮਾਂ ਹੈ ਜਦੋਂ ਏਕਾਧਿਕਾਰ/ਉਤਪਾਦਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਾਰਕਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਜ਼ਮੀਨ, ਇਮਾਰਤ ਆਦਿ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਬਦਲ ਸਕਦਾ ਪਰ ਲੇਬਰ ਵਰਗੇ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਕਾਰਕ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਬਦਲ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਮਿਆਦ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਤਿੰਨ ਸਥਿਤੀਆਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ:

- A. **ਸੁਪਰ ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ (Super Normal Profit):** ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ/ਔਸਤ ਆਮਦਨ (AR) ਇਸਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ (AC) ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ, ਤਾਂ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਨੂੰ ਸੁਪਰ ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ ਮਿਲੇਗਾ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ: ਸੁਪਰ ਆਮ ਲਾਭ =  $AR > AC$ । ਨਿਰਮਾਤਾ ਉਸ ਪੱਧਰ ਤੱਕ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰੇਗਾ ਜਿੱਥੇ MR (ਇਸ ਸਮੇਂ ਉਹ ਸੰਤੁਲਨ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗਾ)

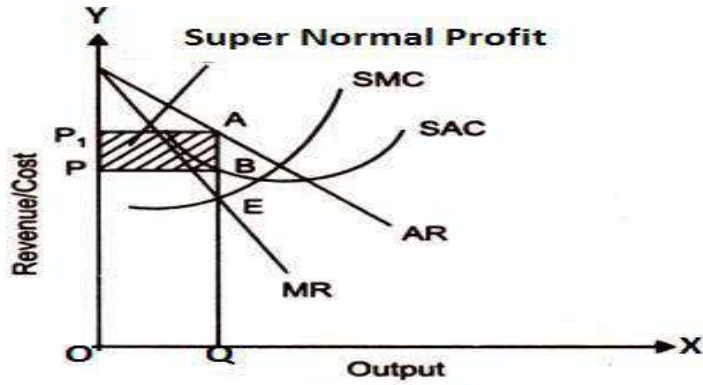


Fig 4

ਚਿੱਤਰ 4 ਵਿੱਚ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ X-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਮਦਨ/ਕੀਮਤ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। SAC ਅਤੇ SMC ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਹਨ ਜਦੋਂ ਕਿ AR ਅਤੇ MR ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹਨ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ  $MC=MR$  ਅਤੇ  $MC$   $MR$  ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਦਾ ਹੈ (ਇਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਦੋਵੇਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਇਸਲਈ ਇਹ ਇੱਕ ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ ਹੈ)। ਇਸ ਪੱਧਰ 'ਤੇ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ OQ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਨੂੰ AB ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚਦਾ ਹੈ ਜੋ AB (AQ-BQ) ਦੁਆਰਾ ਔਸਤ ਲਾਗਤ BQ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸੁਪਰ ਸਾਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾਏਗਾ ਭਾਵ ABPP'।

**B. ਸਧਾਰਣ ਲਾਭ (Normal Profit):** ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ/ਔਸਤ ਆਮਦਨ (AR) ਇਸਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ (AC) ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ, ਤਾਂ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਵਾਲੇ ਨੂੰ ਆਮ ਲਾਭ ਮਿਲੇਗਾ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ: ਆਮ ਲਾਭ =  $AR=AC$

ਚਿੱਤਰ 5 ਵਿੱਚ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ X-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਮਦਨ/ਕੀਮਤ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। SAC ਅਤੇ SMC ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਹਨ ਜਦੋਂ ਕਿ AR ਅਤੇ MR ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹਨ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ  $MC=MR$  ਅਤੇ  $MC$   $MR$  ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਦਾ ਹੈ (ਇਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਦੋਵੇਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਇਸਲਈ ਇਹ ਇੱਕ ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ ਹੈ)। ਇਸ ਪੱਧਰ 'ਤੇ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ OQ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਇਸ ਪੱਧਰ 'ਤੇ, ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਬਿੰਦੂ A 'ਤੇ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਨੂੰ ਛੂੰਹਦੀ ਹੈ (ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਕੀਮਤ OP ਔਸਤ ਲਾਗਤ AQ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾਏਗਾ।

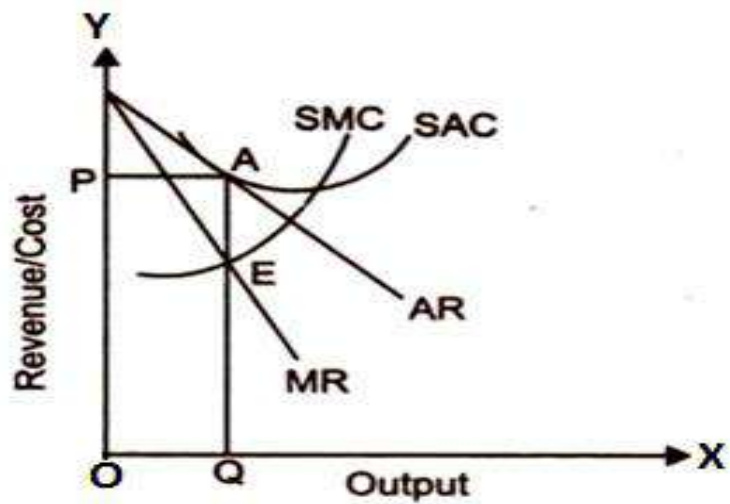


Fig 5

C. ਘੱਟ ਨੁਕਸਾਨ (Losses): ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਨੂੰ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਨੁਕਸਾਨ ਝੱਲਣਾ ਪੈ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ/ਔਸਤ ਆਮਦਨ (AR) ਇਸਦੀ ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ (AVC) ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ। ਇੱਕ ਵਾਰ ਜਦੋਂ ਕੀਮਤ AVC ਤੋਂ ਹੇਠਾਂ ਆ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਰੋਕ ਦੇਵੇਗਾ।

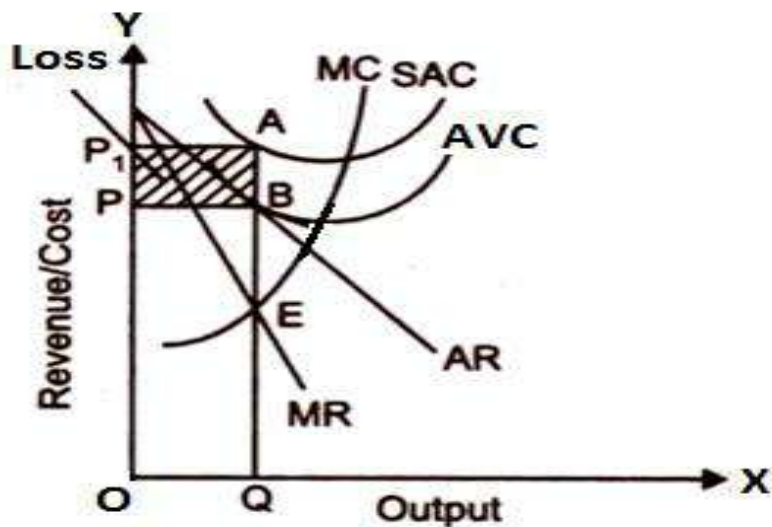


Fig 6

ਚਿੱਤਰ 6 ਵਿੱਚ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ X-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਮਦਨ/ਕੀਮਤ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। SAC ਅਤੇ SMC ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਲਈ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਹਨ ਜਦੋਂ ਕਿ AR ਅਤੇ MR ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹਨ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ  $MC=MR$  ਅਤੇ MC MR ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ OQ ਪੱਧਰ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ ਇਸਨੂੰ OP 'ਤੇ ਵੇਚੇਗਾ। OP ਕੀਮਤ 'ਤੇ, AVC ਬਿੰਦੂ B 'ਤੇ AR ਕਰਵ ਨੂੰ ਛੂਹਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ

ਨਿਰਮਾਤਾ ਮੌਜੂਦਾ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਸਿਰਫ਼ AVC ਨੂੰ ਕਵਰ ਕਰੇਗਾ। OP ਪੁਆਇੰਟ 'ਤੇ, ਉਹ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਲਾਗਤ ਭਾਵ AB ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਨੁਕਸਾਨ ABPP' ਦਾ ਨੁਕਸਾਨ ਝੱਲੇਗਾ। ਜੇ ਕੀਮਤ OP ਤੋਂ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਤਪਾਦਕ ਉਤਪਾਦਨ ਬੰਦ ਕਰ ਦੇਵੇਗਾ।

### 8.2.4 ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਸੰਤੁਲਨ (Price and Output Equilibrium in Long Run Period)

ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗਾ ਜਦੋਂ ਲੰਮੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਉਹ ਸੁਪਰ ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ ਕਮਾਉਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕੀਮਤ ਤੈਅ ਕਰੇਗਾ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ: ਸੁਪਰ ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ =  $AR > LAC$

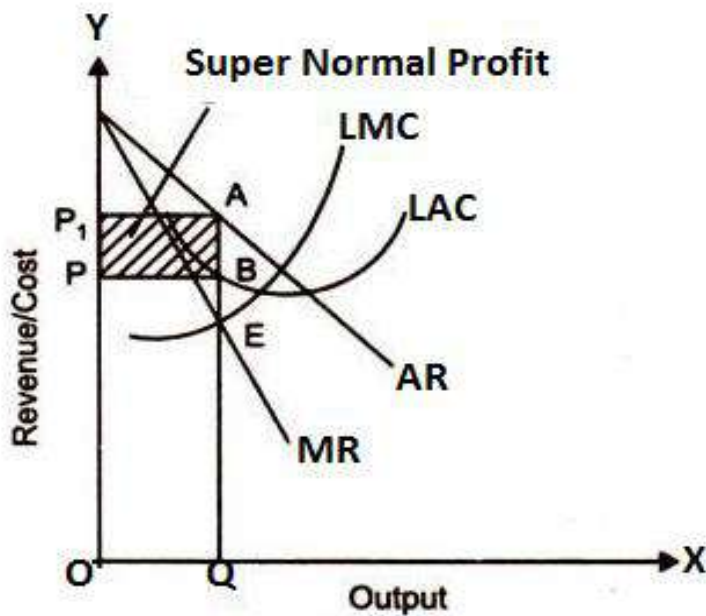


Fig 7

ਚਿੱਤਰ 7 ਵਿੱਚ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ X-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਮਦਨ/ਕੀਮਤ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। LAC ਅਤੇ LMC ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਲੰਮੀ ਮਿਆਦ ਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਹਨ ਜਦੋਂ ਕਿ AR ਅਤੇ MR ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹਨ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ  $MC=MR$  ਅਤੇ MC MR ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਦਾ ਹੈ (ਇਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਦੋਵੇਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਇਸਲਈ ਇਹ ਇੱਕ ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ ਹੈ)। ਇਸ ਪੱਧਰ 'ਤੇ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ OQ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਨੂੰ AB ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚਦਾ ਹੈ ਜੋ AB (AQ-BQ) ਦੁਆਰਾ ਔਸਤ ਲਾਗਤ BQ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸੁਪਰ ਸਾਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾਏਗਾ ਭਾਵ ABPP'।

### 8.2.5 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਅਤੇ ਲਾਗਤ ਦੇ ਨਿਯਮ (Monopoly equilibrium and Laws of Cost)

ਲਾਗਤ ਦੇ ਤਿੰਨ ਨਿਯਮ ਹਨ ਅਰਥਾਤ, ਘਟਦੀ ਲਾਗਤ ਦਾ ਨਿਯਮ, ਵਧਦੀ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਨਿਰੰਤਰ ਲਾਗਤ ਜੋ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦੇ ਹਨ:

- A. **ਘੱਟਦੀ ਲਾਗਤ (Diminishing Cost):** ਇਸ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਵਧਦੀ ਵਾਪਸੀ ਦੇ ਨਿਯਮ ਵਜੋਂ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨਿਯਮ ਅਨੁਸਾਰ ਉਤਪਾਦਨ ਵਧਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਲਾਗਤ ਘਟਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਆਪਣੀ ਵਿਕਰੀ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 8 ਵਿੱਚ AC ਅਤੇ MC ਡਿੱਗ ਰਹੇ ਹਨ। MC ਅਤੇ MR ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨੂੰ ਕੱਟਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ OT ਇਕਾਈਆਂ ਪੈਦਾ ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ ਉਸ ਨੂੰ QT ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚੇਗਾ ਅਤੇ PQRS ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰੇਗਾ।

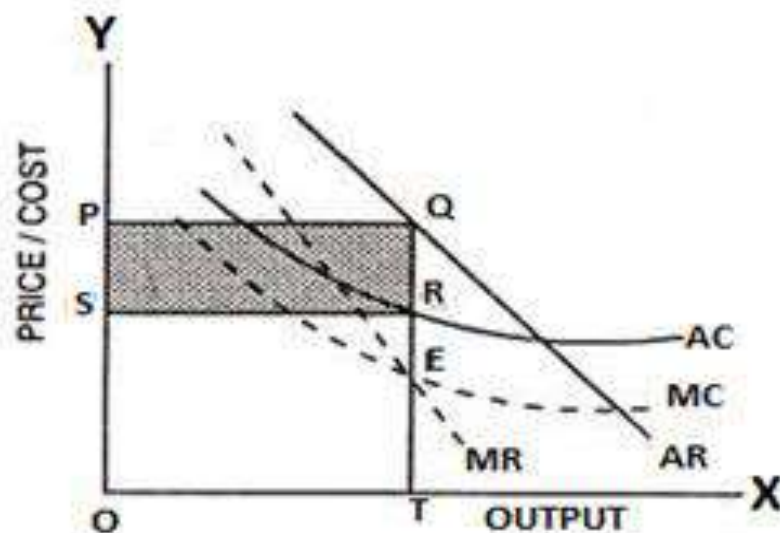


Fig 8

- B. **ਲਾਗਤਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ (Increasing Costs):** ਇਸ ਨਿਯਮ ਨੂੰ ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਵਾਪਸੀ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਵਜੋਂ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਦੇ ਤਹਿਤ ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਬਿੰਦੂ E (ਚਿੱਤਰ 9 ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਏ ਗਏ) 'ਤੇ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਭ ਮਿਲੇਗਾ, ਜਿੱਥੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤਾਂ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹਨ ( $MR=MC$ )। ਉਤਪਾਦਕ QT ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ OT ਯੂਨਿਟਾਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ PQRS ਦਾ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰੇਗਾ।

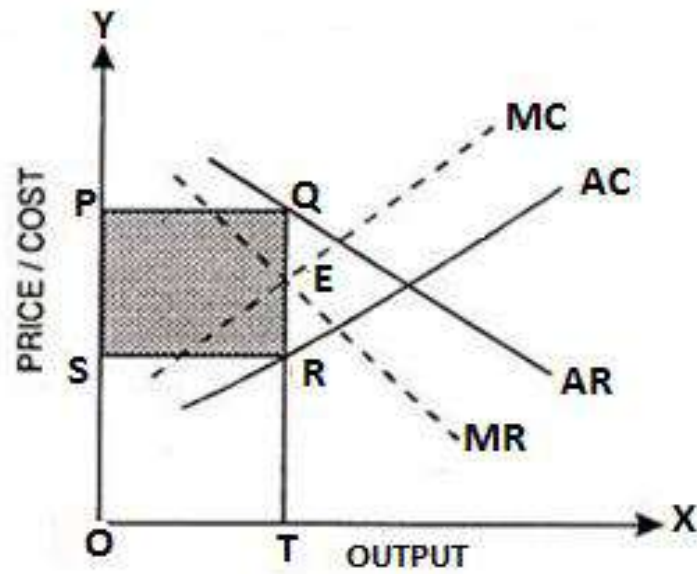


Fig 9

C. **ਸਥਿਰ ਲਾਗਤ (Constant Costs):** ਇਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਲਾਗਤ ਇੱਕ ਹੀ ਰਹੇਗੀ ਭਾਵੇਂ ਉਤਪਾਦਨ ਘੱਟ ਹੋਵੇ ਜਾਂ ਵੱਧ। ਚਿੱਤਰ 10 ਵਿੱਚ, AC ਕਰਵ OX ਦੇ ਸਮਾਨਾਂਤਰ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਸਾਰੇ ਪੱਧਰਾਂ ਲਈ AC MC ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗਾ। AR ਅਤੇ MR ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਅਤੇ ਸੀਮਾਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਫਰਮ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਹੈ ਜਿੱਥੇ  $MC=MR$  ਅਤੇ OT QT ਕੀਮਤ ਦੇ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਆਉਟਪੁੱਟ ਹੈ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਲਾਭ PQRE ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗਾ।

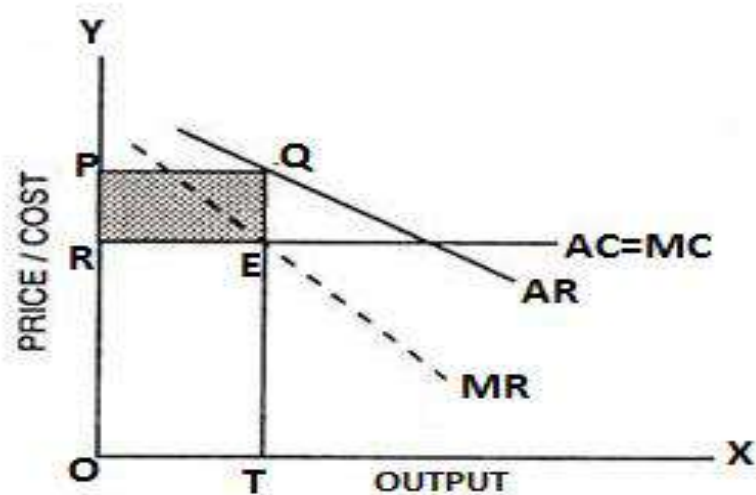


Fig 10

### 8.2.6 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸ਼ਕਤੀ ਦੀ ਡਿਗਰੀ (Degree of Monopoly Power)

ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸ਼ਕਤੀ ਦਾ ਮਾਪ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਕਾਂ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਪਰ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਲਈ ਦੋ ਤਰੀਕੇ ਹਨ:

- A. **ਲਰਨਰ ਦਾ ਮਾਪ (Lerner's Measure):** ਇਸਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸ਼ਕਤੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਇਹਨਾਂ ਦੋਨਾਂ ਵਿੱਚ ਵੱਡਾ ਅੰਤਰ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸ਼ਕਤੀ ਦਾ ਵੱਡਾ ਅਤੇ ਇਹਨਾਂ ਦੋਨਾਂ ਵਿੱਚ ਘੱਟ ਅੰਤਰ, ਇਜ਼ਾਰੇਦਾਰੀ ਸ਼ਕਤੀ ਘੱਟ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸ਼ਕਤੀ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਲਈ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਫਾਰਮੂਲੇ ਹਨ:

$$MP = \frac{\text{Price-Marginal Cost}}{\text{Price}}$$

- B. **J S Bain:** ਪ੍ਰੋ. J S Bain ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸ਼ਕਤੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਐਸਤ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਹੈ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ - II

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੀ ਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਅਧੀਨ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੇ ਨਿਰਧਾਰਨ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸ਼ਕਤੀ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 8.2.7 ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰਾ/ਭੇਦਭਾਵ ਏਕਾਧਿਕਾਰ: ਅਰਥ ਅਤੇ ਕਿਸਮਾਂ (Price Discrimination/Discrimination Monopoly: Meaning and Types)

ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰਾ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਇੱਕੋ ਵਸਤੂ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਵੇਚਣ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਜੇਕਰ ਇੱਕ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਇੱਕ ਹੀ ਵਸਤੂ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਤੋਂ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੀ ਕੀਮਤ ਵਸੂਲਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰਾ ਜਾਂ ਵਿਤਕਰਾ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਨਿਰਮਾਤਾ ਰੁਪਏ ਲੈਂਦਾ ਹੈ। X ਗਾਹਕ ਤੋਂ ਕੁਰਸੀ ਲਈ 1,000 ਅਤੇ ਰੁ. ਉਸੇ ਕੁਰਸੀ ਲਈ ਗਾਹਕ Y ਤੋਂ 800, ਫਿਰ ਉਤਪਾਦਕ ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਦਾ ਅਭਿਆਸ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ।

ਰੇਬਿਨਸਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਕੀਮਤ ਭੇਦਭਾਵ ਇੱਕੋ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਜਾਂ ਵਿਭਿੰਨ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਇੱਕੋ ਕੀਮਤ ਚਾਰਜ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ।"

ਸਟਿਗਲਰ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਕੀਮਤ ਭੇਦਭਾਵ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਉਹਨਾਂ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਵਿਕਰੀ ਹੈ ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤਾਂ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤੀ ਨਹੀਂ ਹਨ।" ਡੂਲੇ ਦੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, "ਭੇਦਭਾਵ ਵਾਲੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਇੱਕੋ ਸਮਾਨ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਗਾਹਕਾਂ ਤੋਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਦਰਾਂ ਵਸੂਲਣਾ।"

**ਕਿਸਮਾਂ (Types):** ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰਾ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦਾ ਹੈ:

**A. ਨਿੱਜੀ ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰਾ (Personal Price Discrimination):** ਇਹ ਇੱਕੋ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਗਾਹਕਾਂ ਤੋਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ ਵਸੂਲਣ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਡਾਕਟਰ ਅਮੀਰ ਅਤੇ ਗਰੀਬ ਮਰੀਜ਼ਾਂ ਤੋਂ ਆਪਣੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤ/ਫੀਸ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਇਸ ਨੂੰ ਨਿੱਜੀ ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

**B. ਵਰਤੋਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ (According to use):** ਜਦੋਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ ਵਸੂਲੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਸ ਲਈ ਵਸਤੂ ਰੱਖੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਘਰੇਲੂ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਬਿਜਲੀ ਦੀ ਦਰ ਵਪਾਰਕ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨਾਲੋਂ ਮਹਿੰਗੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

**C. ਖੇਤਰ-ਵਾਰ ਵਿਤਕਰਾ (Area-wise Discrimination):** ਜਦੋਂ ਅਜਾਰੇਦਾਰ ਇੱਕੋ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਥਾਵਾਂ 'ਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ ਵਸੂਲਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸ ਨੂੰ ਖੇਤਰ-ਵਾਰ ਜਾਂ ਭੂਗੋਲਿਕ ਵਿਤਕਰਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੇ ਵਿਤਕਰੇ ਨੂੰ ਡਿੱਪਿੰਗ ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

#### **8.2.7.1 ਮੁੱਲ ਭੇਦਭਾਵ ਦੀਆਂ ਡਿਗਰੀਆਂ ਅਤੇ ਸ਼ਰਤਾਂ (Degrees and Conditions of Price Discrimination)**

ਪ੍ਰੋ. ਪਿਗੂ ਨੇ ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਦੀਆਂ ਡਿਗਰੀਆਂ ਨੂੰ ਤਿੰਨ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਹੈ:

**A. ਪਹਿਲੀ ਡਿਗਰੀਆਂ (First Degrees):** ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਦੀ ਪਹਿਲੀ ਡਿਗਰੀ ਵਿੱਚ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਹਰੇਕ ਵੱਖਰੀ ਇਕਾਈ ਨੂੰ ਇੱਕ ਵੱਖਰੀ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਵੇਚਣ ਬਿਲਕੁਲ ਮਤ ਖਰੀਦਦਾਰ ਤਨਖਾਹ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਚਾਰਜ. ਇਹ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ, ਜੇ ਕਿ ਵੇਚਣ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਨਾ ਕਿ ਇੱਕ ਨੂੰ ਛੱਡ ਛੂਟ / ਸਰਪਲਸ ਕਰਨ ਲਈ ਖਪਤਕਾਰ. ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੇ ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਨੂੰ ਸੰਪੂਰਨ ਵਿਤਕਰਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

**B. ਦੂਜੀ ਡਿਗਰੀ (Second Degree):** ਇਸ ਡਿਗਰੀ ਵਿੱਚ, ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ ਤੋਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤ ਵਸੂਲੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਉਸ ਸਮੂਹ ਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਮੰਗ ਕੀਮਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।



**C. ਤੀਜਾ ਡਿਗਰੀ (Third Degree):** ਇਸ ਡਿਗਰੀ ਵਿੱਚ, ਮਾਰਕੀਟ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਅਤੇ ਸਬ-ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਹੋਇਆ ਹੈ। ਹਰ ਇਕ ਬਾਜ਼ਾਰ ਅਲੱਗ ਕੀਮਤ ਚਾਰਜ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਛੋਟੇ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਅਤੇ ਸਬ-ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਅੰਤਰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਉਤਪਾਦਨ ਅਤੇ ਮੰਗ ਦੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਮਾਰਕਿਟ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਮੌਜੂਦ ਹੋਣ ਤਾਂ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਿਤਕਰਾ ਸੰਭਵ ਹੈ:

1. **ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਦਾ ਇੱਕਲਾ ਵਿਕਰੇਤਾ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਕ (Single Seller or Producer of a Commodity):** ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਿਤਕਰਾ ਕੇਵਲ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮਾਰਕੀਟ ਢਾਂਚੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਹੀ ਸੰਭਵ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਇੱਕ ਵਸਤੂ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਦਾ ਇੱਕ ਵਿਕਰੇਤਾ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਮਾਰਕੀਟ ਢਾਂਚੇ ਦੀਆਂ ਹੋਰ ਕਿਸਮਾਂ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ।
2. **ਦੋ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਬਾਜ਼ਾਰ (Two Separate Markets):** ਦੋ ਜਾਂ ਦੋ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਮੰਡੀਆਂ ਹੋਈਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਵਸਤੂ ਵੇਚੀ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ। ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਨੇੜੇ ਨਹੀਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ।
3. **ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਲਚਕਤਾ Different Elasticity of Demand):** ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੇ ਮਾਰਕਿਟ ਦੀਆਂ ਅਲੱਗ ਅਲੱਗ ਮੰਗਾਂ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਕ ਏਕਾਧਿਕਾਰੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਕੀਮਤ ਉੱਥੇ ਉੱਚ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਜਿੱਥੇ ਲਚਕਤਾ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਉਹ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਮਾਰਕਿਟ ਵਿੱਚ ਲਚਕਤਾ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਉੱਥੇ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।
4. **ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੁਦਰਤ (Nature of the Product):** ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਦਾ ਸੁਭਾਅ ਇਹੋ ਜਿਹਾ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਦੁਬਾਰਾ ਨਾ ਵੇਚੀ ਜਾ ਸਕੇ। ਨਹੀਂ ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਕੀਮਤ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਵਿਤਕਰਾ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ।
5. **ਖਰੀਦਦਾਰ ਦੀ ਅਗਿਆਨਤਾ (Ignorance of Buyers):** ਅਗਰ ਖਰੀਦਦਾਰ ਆਲਸੀ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ ਮੁੱਲ ਦਾ ਵਿਤਕਰਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਏਕਾਧਿਕਾਰੀ ਇਸ ਹਾਲਤ ਵਿੱਚ ਖਰੀਦਦਾਰ ਤੋਂ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ ਲੈ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਪਭੋਗਤਾ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਵਿਭਿੰਨਤਾ ਲਈ ਜਾਗਰੂਕ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੇ।
6. **ਆਰਡਰ 'ਤੇ ਵਿਕਰੀ (Sale on Order):** ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਸਿੰਗਲ ਵਿਕਰੇਤਾ ਆਰਡਰ 'ਤੇ ਆਪਣਾ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਿਤਕਰਾ ਵੀ ਸੰਭਵ ਹੈ।
7. **ਕਾਨੂੰਨੀ ਸਵੀਕ੍ਰਿਤੀ (Legal Acceptance):** ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਅਜਾਰੇਦਾਰ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ 'ਤੇ ਆਪਣਾ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਣ ਲਈ ਸਰਕਾਰ ਤੋਂ ਕਾਨੂੰਨੀ ਮਨਜ਼ੂਰੀ ਮਿਲਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਿਤਕਰਾ ਸੰਭਵ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, PSEB ਨੂੰ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਸੈਕਟਰ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗਿਕ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਬਿਜਲੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ ਵਸੂਲਣ ਲਈ ਸਰਕਾਰ ਤੋਂ ਕਾਨੂੰਨੀ ਮਨਜ਼ੂਰੀ ਹੈ।

8. ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਰਤੋਂ (Various Uses): ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਉਦੋਂ ਵੀ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਸੇਵਾ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਉਪਭੋਗਤਾਵਾਂ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਉਪਯੋਗ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਭਾਰਤੀ ਰੇਲਵੇ ਕੋਲੋਂ ਅਤੇ ਚਾਂਦੀ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਭਾੜੇ ਦੀਆਂ ਦਰਾਂ ਵਸੂਲਦਾ ਹੈ।

**8.2.7.2 ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨਿਰਧਾਰਨ (Price and Output Determination Under Price Discrimination)**

ਅਸੀਂ ਜਾਣਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਇੱਕੋ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਤੋਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ ਵਸੂਲਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਮੰਤਵ ਲਈ, ਉਹ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਪੂਰੇ ਬਾਜ਼ਾਰ ਨੂੰ ਉਪ-ਮਾਰਕੀਟਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਵੱਖਰੀ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਹੀ ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰਾ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੋਵੇਗਾ। ਮਾਰਕੀਟ ਨੂੰ ਵੰਡਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਨੂੰ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ: (1) ਕੁੱਲ ਕਿੰਨੀ ਪੈਦਾਵਾਰ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ? (2) ਉਪ-ਮਾਰਕੀਟਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਵੰਡਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ? ਅਤੇ (3) ਹਰੇਕ ਸਬ-ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਵਸੂਲੀਆਂ ਜਾਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ? ਇਸਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ ਲਈ, ਮੰਨ ਲਓ ਕਿ ਇੱਥੇ ਦੋ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਬਾਜ਼ਾਰ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ A ਅਤੇ B ਦੀ ਮੰਗ ਦੀ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਲਚਕਤਾ ਹੈ।

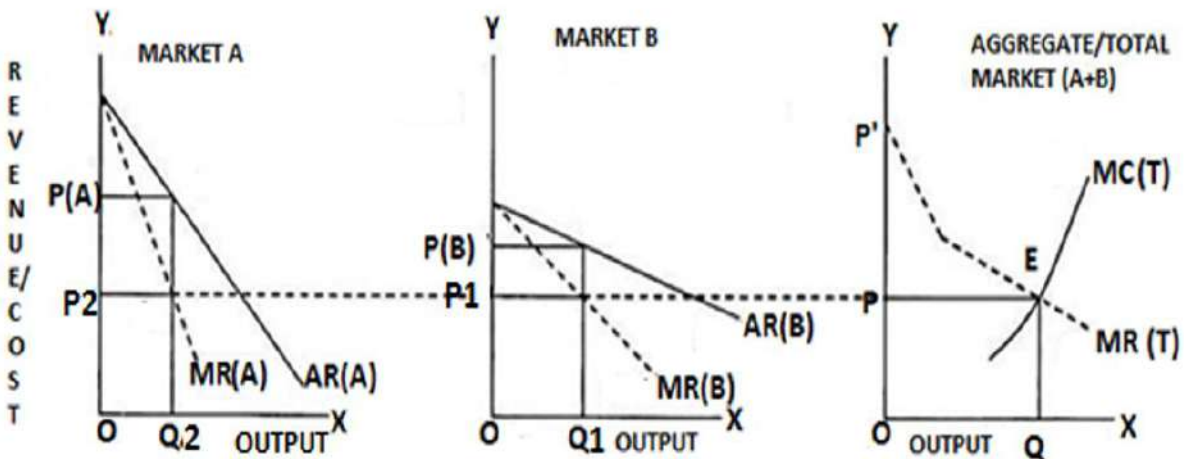


Fig 11

ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਸਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਸ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੈਦਾ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ, ਇਸਲਈ, ਉਹ ਆਉਟਪੁੱਟ 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗਾ ਜਿਸ 'ਤੇ  $MR=MC$  ਅਤੇ  $MC$  ਕਰਵ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ  $MR$  ਕਰਵ ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਤਪਾਦ ਸਮਰੂਪ ਹੈ। ਉਪਰੋਕਤ ਚਿੱਤਰ 11 ਵਿੱਚ, A ਬਾਜ਼ਾਰ ਅਤੇ B ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਵਕਰ ਨੂੰ  $MR(A)$  ਅਤੇ  $MR(B)$  ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ A ਬਾਜ਼ਾਰ ਅਤੇ B ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੀ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ  $AR(A)$  ਅਤੇ  $AR(B)$  ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਈ ਗਈ ਹੈ। ਕੁੱਲ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ( $MC(T)$ ) ਵਕਰ ਵਿੱਚ ਮਾਰਕੀਟ A ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ B ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਸ਼ਾਮਲ

ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ  $MR(T)$  A ਅਤੇ B ਦੇਵਾਂ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਦੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਦਾ ਸੁਮੇਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ਉਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਫਿਕਸ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਿੱਥੇ  $MC(T)=MR(T)$  ਅਤੇ  $MC(T) < MR(T)$  ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਵਿਤਕਰਾ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਆਉਟਪੁੱਟ  $OQ$  'ਤੇ ਸਥਾਪਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਸ 'ਤੇ  $MC(T) = MR(T)$  ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਉਹ  $OQ$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੈਦਾ ਕਰੇਗਾ। ਕੁੱਲ ਆਉਟਪੁੱਟ ( $OQ$ ) ਨੂੰ ਦੋ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਣ ਲਈ, ਵਿਤਕਰਾ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਇਸ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਵੰਡੇਗਾ ਕਿ ਹਰੇਕ ਵਿੱਚ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਪੂਰੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ (ਜੋ ਬਰਾਬਰ ਹੈ)। ਇਸਲਈ, ਉਹ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਆਉਟਪੁੱਟ  $OQ_2$  ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ B ਵਿੱਚ  $OQ_1$  ਵੇਚੇਗਾ।

ਹਰੇਕ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਵੱਖਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਇਸਲਈ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇਵਾਂ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਵਸੂਲ ਕਰੇਗਾ। ਇਹ ਵੀ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ B ਵਿੱਚ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਮਾਰਕੀਟ B ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਕੀਮਤ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ  $OQ_2$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ A ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ  $OP(A)$  ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ B ਵਿੱਚ  $OP(B)$  ਉੱਤੇ  $OQ_1$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਵੇਚਿਆ ਜਾਵੇਗਾ।

### **8.2.7.3 ਡੰਪਿੰਗ ਅਧੀਨ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ (Price Determination Under Dumping)**

ਡੰਪਿੰਗ ਉਦੋਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਘਰੇਲੂ ਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ ਉੱਚ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਅਤੇ ਵਿਦੇਸ਼ੀ ਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ ਘੱਟ ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚਦਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਦੇ ਇਸ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ, ਉਤਪਾਦਕ ਵਿਦੇਸ਼ੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਘਰੇਲੂ ਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ ਉੱਚ ਕੀਮਤ ਵਸੂਲਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਘਰੇਲੂ ਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦਾ ਆਨੰਦ ਮਾਣਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਵਿਦੇਸ਼ੀ ਮੰਡੀ ਵਿੱਚ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਮੰਗ ਵਕਰ ਉਸ ਲਈ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਚਕੀਲਾ ਹੋਵੇਗਾ ਜਿੱਥੇ ਉਸ ਨੂੰ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਝੁਕਦਾ ਹੋਵੇਗਾ ਜਿੱਥੇ ਉਹ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦਾ ਆਨੰਦ ਲੈਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 12 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਘਰੇਲੂ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਕ ਦਾ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਹੈ, ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ  $AR(D)$  ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ  $MR(D)$  ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਨੂੰ ਢਲਾ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਵਿਦੇਸ਼ੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ, ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਇਸਲਈ  $AR(F)$  ਕਰਵ ਇੱਕ ਲੇਟਵੀਂ ਸਿੱਧੀ ਰੇਖਾ ਹੋਵੇਗੀ ਅਤੇ  $MR(F)$  ਕਰਵ  $AR(F)$  ਕਰਵ ਨਾਲ ਮੇਲ ਖਾਂਦਾ ਹੈ।  $MC$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਹੈ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਨੂੰ  $QRS$  ਵਜੋਂ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

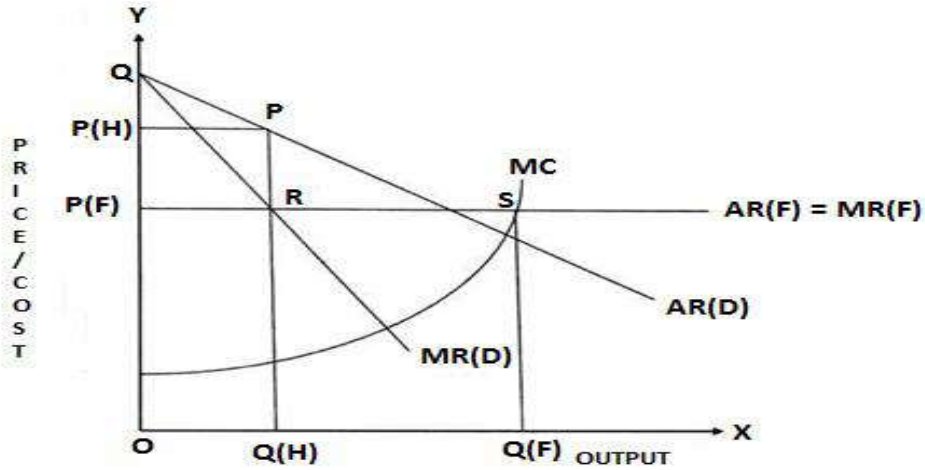


Fig 12

ਚਿੱਤਰ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ MC ਬਿੰਦੂ S 'ਤੇ MR ਕਰਵ ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। ਇਸਲਈ, ਇੱਕ ਸੰਤੁਲਨ ਆਉਟਪੁੱਟ  $OQ(F)$  ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੁੱਲ  $OQ(F)$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵਿਦੇਸ਼ੀ ਅਤੇ ਘਰੇਲੂ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿਚਕਾਰ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਵੰਡਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਹਰੇਕ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇ। ਉਤਪਾਦਕ ਘਰੇਲੂ ਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ  $OP(H)$  ਕੀਮਤ 'ਤੇ  $OQ(H)$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਅਤੇ ਵਿਦੇਸ਼ੀ ਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ  $OP(F)$  ਕੀਮਤ 'ਤੇ  $Q(H) Q(F)$  ਆਉਟਪੁੱਟ ਵੇਚੇਗਾ। ਇੱਥੇ  $OP(H) > OP(F)$  ਪਰ ਦੋਵਾਂ ਦੇਸ਼ਾਂ ਵਿੱਚ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਬਰਾਬਰ ਹੈ।

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ - III

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਡੰਪਿੰਗ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਮਤਲਬ ਹੈ?

ਉੱਤਰ -----  
-----

### 8.3 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲਾ: ਅਰਥ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ (Monopolistic Competition: Meaning and Features)

ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲਾ ਸ਼ਬਦ ਨੂੰ Harvard University ਦੇ Prof Edward H. Chamberlin ਨੇ 1933 ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਕਿਤਾਬ Theory of Monopolistic Competition ਵਿੱਚ ਦਿੱਤਾ ਸੀ। ਅਜਾਰੇਦਾਰੀ ਮੁਕਾਬਲਾ ਸ਼ਬਦ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਤੇ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਸੁਮੇਲ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਇੱਕ ਮਾਰਕੀਟ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਖਰੀਦਦਾਰ ਅਤੇ ਵੇਚਣ ਵਾਲੇ ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਹਾਲਾਂਕਿ,

ਹਰੇਕ ਵਿਕਰੇਤਾ ਦਾ ਉਤਪਾਦ ਇੱਕ ਜਾਂ ਦੂਜੇ ਪਹਿਲੂ ਵਿੱਚ ਵੱਖਰਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹਨਾਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਇੱਥੇ ਸਾਬਣ ਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਮਸ਼ਹੂਰ ਬ੍ਰਾਂਡ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ Lux, Rexona, Dettol, Dove, Pears, ਆਦਿ।

ਜੇ.ਐਸ. ਬੈਂਸ (J.S. Bains) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਏਕਾਧਿਕਾਰਵਾਦੀ ਮੁਕਾਬਲਾ ਮਾਰਕੀਟ ਦਾ ਢਾਂਚਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਛੋਟੇ ਵਿਕਰੇਤਾ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਪਰ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਦੇ ਹਨ।"

Baumol ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, "ਅਜਾਰੇਦਾਰੀ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਦੀ ਮਿਆਦ ਉਸ ਮਾਰਕੀਟ ਢਾਂਚੇ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਕੋਲ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦਾ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ (ਉਹ ਕੇਵਲ ਵਿਕਰੇਤਾ ਹੁੰਦੇ ਹਨ), ਪਰ ਉਹ ਬਦਲਵੇਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਾਲੇ ਦਬਾਅ ਦੇ ਅਧੀਨ ਵੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।"

**ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ (Features):** ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀਆਂ ਗਈਆਂ ਹਨ:

- 1. ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਦੀ ਵੱਡੀ ਸੰਖਿਆ (Large Number of Sellers and Buyers):** ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣ ਵਾਲਿਆਂ ਅਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਦਾ ਆਕਾਰ ਵੱਡਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਹਰੇਕ ਫਰਮ ਸੁਤੰਤਰ ਕੀਮਤ ਨੀਤੀ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਸਾਰੇ ਉਤਪਾਦਾਂ, ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਗੁਣਾਂ ਅਤੇ ਕੀਮਤਾਂ ਬਾਰੇ ਪੂਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
- 2. ਵਿਭਿੰਨ ਉਤਪਾਦ (Differentiated Products):** ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਕਈ ਮਾਮਲਿਆਂ ਵਿੱਚ ਵੱਖਰੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬ੍ਰਾਂਡ, ਸ਼ਕਲ, ਰੰਗ, ਸੈਲੀ, ਟ੍ਰੈਡਮਾਰਕ, ਟਿਕਾਊਤਾ ਅਤੇ ਗੁਣਵੱਤਾ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ। ਇਸ ਲਈ, ਖਰੀਦਦਾਰ ਇੱਕ ਤੋਂ ਵੱਧ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਉਪਲਬਧ ਉਤਪਾਦਾਂ ਵਿੱਚ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਵੱਖ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਏਕਾਧਿਕਾਰਵਾਦੀ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਉਤਪਾਦ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲ ਹਨ।
- 3. ਮੁਫਤ ਦਾਖਲਾ ਅਤੇ ਨਿਕਾਸ (Free Entry and Exit):** ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਫਰਮ 'ਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਦਾਖਲੇ ਅਤੇ ਬਾਜ਼ਾਰ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਨਿਕਲਣ ਲਈ ਕੋਈ ਪਾਬੰਦੀਆਂ ਨਹੀਂ ਲਗਾਈਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਉਹੀ ਸਥਿਤੀ ਹੈ ਜੋ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਹੈ।
- 4. ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਤਿਬੰਧਿਤ ਗਤੀਸ਼ੀਲਤਾ (Restricted Mobility of Factors of Production):** ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕਾਰਕ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਮੋਬਾਈਲ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਇਹ ਇਸ ਲਈ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਫਰਮ/ਨਿਰਮਾਤਾ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਨ ਜਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਤਬਦੀਲ ਕਰਨ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸ ਨੂੰ ਭਾਰੀ ਆਵਾਜਾਈ ਲਾਗਤ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨਾਲ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

5. **ਕੀਮਤ ਨੀਤੀ (Price Policy):** ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਸਮਾਨ, ਇੱਕ ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਔਸਤ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਵਕਰ ਵੀ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਝੁਕ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਇਸਦਾ ਅਰਥ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਫਰਮ ਸਿਰਫ ਤਾਂ ਹੀ ਵਧੇਰੇ ਵੇਚ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜੇਕਰ ਉਹਨਾਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਘੱਟ ਹੋਣ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਏਕਾਧਿਕਾਰੀ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਤਾਂ ਖਰੀਦਦਾਰ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲੀ ਦੇ ਕਾਰਨ ਦੂਜੇ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਵੱਲ ਬਦਲ ਜਾਣਗੇ।

6. **ਵੇਚਣ ਦੀ ਲਾਗਤ (Selling cost):** ਹਰੇਕ ਫਰਮ ਇਸਤਿਹਾਰਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚਾਰ 'ਤੇ ਖਰਚ ਕਰਕੇ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਾਗਤ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਮੁਨਾਫੇ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨਾ ਹੈ।

### 8.3.1 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਮੰਗ ਅਤੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ (Nature of Demand and Cost Curves Under Monopolistic Competition)

ਉਤਪਾਦ ਭਿੰਨਤਾ ਦੇ ਕਾਰਨ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਇੱਕ ਫਰਮ ਨੂੰ ਇੱਕ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਢਲਾਣ ਵਾਲੀ ਮੰਗ ਵਕਰ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਲਚਕੀਲਾ ਹੈ ਪਰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਚਕੀਲਾ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਕਾਰਨ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਧਾਉਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਖਰੀਦਦਾਰ ਆਪਣਾ ਉਤਪਾਦ ਖਰੀਦਣਾ ਬੰਦ ਕਰ ਦੇਵੇਗਾ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਫਰਮ ਵਿੱਚ ਸ਼ਿਫਟ ਹੋ ਜਾਵੇਗਾ ਜਿਸ ਨੇ ਆਪਣੀ ਕੀਮਤ ਨਹੀਂ ਬਦਲੀ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਾਉਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਨਵੇਂ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰੇਗੀ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਔਸਤ ਲਾਗਤ, ਔਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ, ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਲਾਗਤ U-ਆਕਾਰ ਦੇ ਹਨ। ਉਤਪਾਦ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੇ ਕਾਰਨ, ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਖਿੱਚਿਆ ਨਹੀਂ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 13 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਵਕਰ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ।

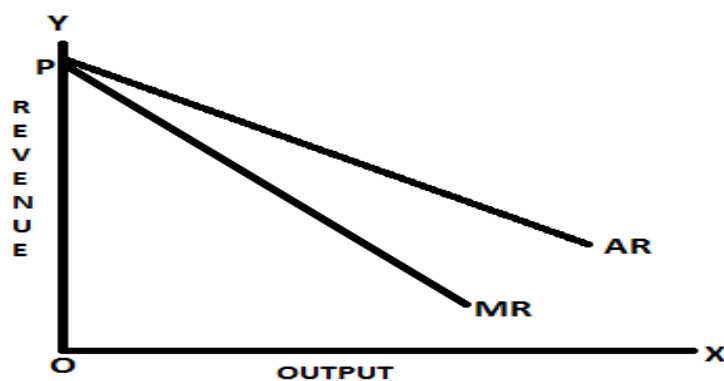


Fig 13

### ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ - IV

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦਿਓ।

ਉੱਤਰ -----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀਆਂ ਕੋਈ ਦੋ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦੱਸੋ।

ਉੱਤਰ -----

### 8.3.2 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਿਤਾ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨਿਰਧਾਰਨ (ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸੰਤੁਲਨ)

#### (Price and Output Determination Under Monopolistic Competition (Individual Equilibrium))

A. ਅਲਪ-ਕਾਲ ਜਾਂ ਥੋੜਾ ਸਮਾਂ (Short Run): ਇੱਕ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਸੰਸਥਾ ਦਾ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਅਧੀਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਫਰਮ ਉਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗੀ ਜਿੱਥੇ ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ MC MR ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਘਟਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਫਰਮ ਬਹੁਤ ਆਮ ਲਾਭ, ਆਮ ਲਾਭ ਅਤੇ ਨੁਕਸਾਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ:

i. ਸੁਪਰ ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ (Super Normal Profit): ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਇੱਕ ਫਰਮ ਸੁਪਰ ਸਾਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫ਼ਿਆਂ ਦਾ ਆਨੰਦ ਲਵੇਗੀ ਜਿੱਥੇ  $MC=MR$  ਅਤੇ MC MR ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਘਟਾਉਂਦੇ ਹਨ।

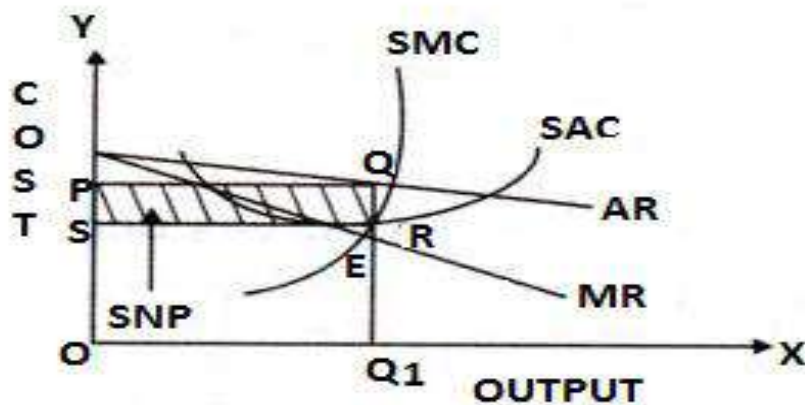


Fig 14

ਚਿੱਤਰ 14 ਵਿੱਚ, ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ X-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਗਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਲਾਗਤ/ਆਮਦਨ/ਕੀਮਤ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਹੈ। AR ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਹੈ, MR ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਕਰਵ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ SAC ਵਕਰ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ SMC ਅਲਪ-ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਦੇਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ MR SMC at ਪੁਆਇੰਟ E ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ (E ਬਿੰਦੂ ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ ਹੈ ਜਿੱਥੇ  $MR=MC$  ਅਤੇ MC MR ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਦਾ ਹੈ) ਜੋ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ OQ1 ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੀਮਤ OP ਹੈ (ਜੋ ਕਿ QQ1 ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ)। ਇਸ ਲਈ, QR ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਅਲੈਕਿਕ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀ

ਯੂਨਿਟ ਅਲੇਕਿਕ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਹੈ ਅਤੇ ਅਲੇਕਿਕ ਲਾਭ ਨੂੰ PQRS ਦੇ ਖੇਤਰ ਦੁਆਰਾ ਮਾਪਿਆ ਜਾਵੇਗਾ।

ii. **ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ (Normal Profit):** ਇੱਕ ਫਰਮ ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾਏਗੀ ਜਦੋਂ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਉਸੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

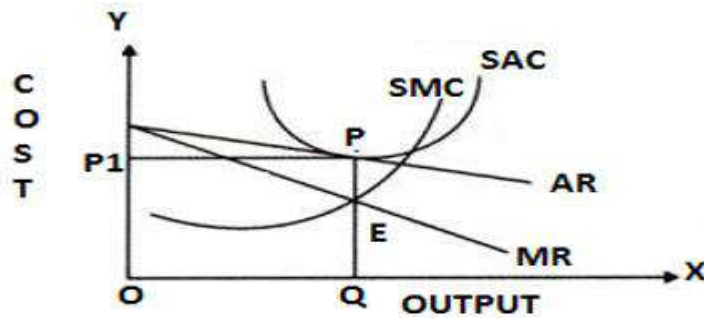


Fig 15

ਚਿੱਤਰ 15 ਵਿੱਚ, X-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਅਤੇ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਲਾਗਤ/ਆਮਦਨ ਦਾ ਅਨੁਮਾਨ ਲਗਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। SMC ਅਲਪ-ਕਾਲ ਸਮੇਂ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ SAC ਅਲਪ-ਕਾਲ ਸਮੇਂ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ। E ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ ਹੈ ਜਿੱਥੇ SMC MR ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਅਤੇ  $SMC=MR$  ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ, ਸੰਤੁਲਨ ਆਉਟਪੁੱਟ OQ ਅਤੇ ਕੀਮਤ OP1 ਹੈ। ਕਰਵ AR ਬਿੰਦੂ P ( $AR=SAC$ ) 'ਤੇ SAC ਨੂੰ ਛੂਹਦਾ ਹੈ, ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਇਹ P ਪੁਆਇੰਟ ਕਿਸੇ ਫਰਮ ਲਈ ਆਮ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾਉਣ ਵਾਲਾ ਬਿੰਦੂ ਹੈ।

iii. **ਨੁਕਸਾਨ (Losses):** ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਜਦੋਂ ਛੋਟੀ ਮਿਆਦ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਇੱਕ ਫਰਮ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋਵੇਗਾ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਚਿੱਤਰ 16 ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

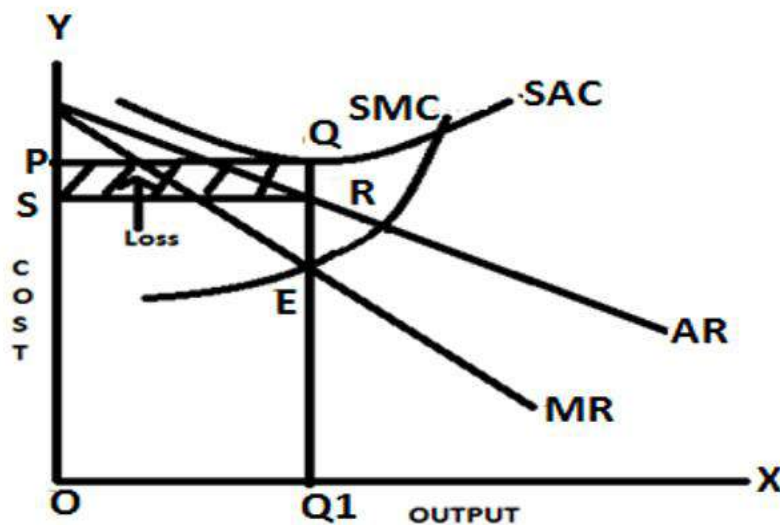


Fig 16



ਚਿੱਤਰ 16, ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ X-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਲਾਗਤ/ਆਮਦਨ/ਕੀਮਤ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਫਰਮ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ, ਜਿੱਥੇ  $MC=MR$ । ਇਸ ਸੰਤੁਲਨ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਕੀਮਤ OP 'ਤੇ OQ1 ਹੈ। ਇਸਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਔਸਤ ਲਾਗਤ QQ1 ਔਸਤ ਆਮਦਨ RQ1 ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਆਮਦਨ ਲਾਗਤ ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਹੈ; ਫਰਮ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋਵੇਗਾ ਜੇ ਕਿ PORS ਹੈ।

**B. ਲੰਬਾ ਸਮਾਂ ਜਾਂ ਦੀਰਘ ਸਮਾਂ (Long Run):** ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਜੇਕਰ ਮੌਜੂਦਾ ਫਰਮਾਂ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਆਮ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾ ਰਹੀਆਂ ਹਨ, ਤਾਂ ਨਵੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲ ਹੋਣਗੀਆਂ। ਨਵੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੇ ਦਾਖਲ ਹੋਣ ਨਾਲ, ਉਤਪਾਦਨ ਵਧੇਗਾ ਅਤੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਕੀਮਤ ਘਟੇਗੀ। ਇਸ ਲਈ ਹਰੇਕ ਫਰਮ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਸੁਪਰ ਸਾਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫੇ ਦੀ ਬਜਾਏ ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾਏਗੀ। ਹੁਣ ਮੁਨਾਫਾ ਆਮ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ  $AR = LAC$ । ਇਸ ਨੂੰ ਚਿੱਤਰ 17 ਨਾਲ ਅੱਗੇ ਸਮਝਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ:

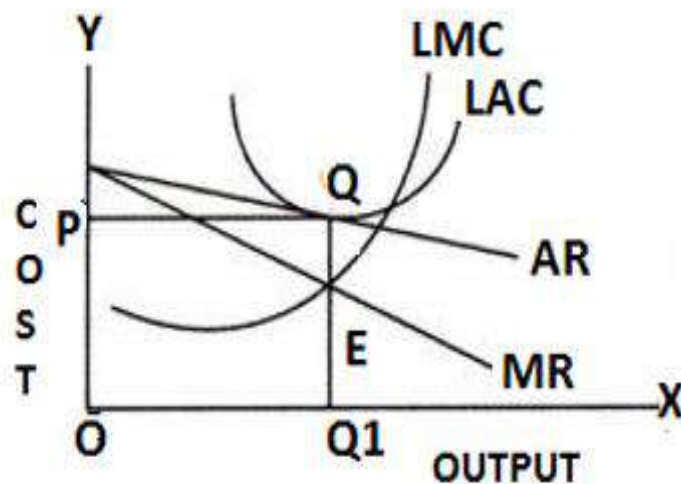


Fig 17

ਚਿੱਤਰ 17 ਵਿੱਚ, X-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਅਤੇ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਲਾਗਤ/ਆਮਦਨ ਦਾ ਅਨੁਮਾਨ ਲਗਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। LMC ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਤ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ LAC ਲੰਮੇ ਸਮੇਂ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ। E ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ ਹੈ ਜਿੱਥੇ  $LMC=MR$  ਨੂੰ ਰੇਠਾਂ ਤੋਂ ਅਤੇ  $LMC=MR$  ਨੂੰ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ, ਸੰਤੁਲਨ ਆਉਟਪੁੱਟ OQ1 ਅਤੇ ਕੀਮਤ OP ਹੈ। ਕਰਵ AR ਪੁਆਇੰਟ P ( $AR=LAC$ ) 'ਤੇ LAC ਨੂੰ ਛੂਹਦਾ ਹੈ, ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਇਹ Q ਬਿੰਦੂ ਕਿਸੇ ਫਰਮ ਲਈ ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾਉਣ ਵਾਲਾ ਬਿੰਦੂ ਹੈ।

### 8.3.3 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ (ਸਮੂਹ ਸੰਤੁਲਨ) ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨਿਰਧਾਰਨ (Price and Output Determination Under Monopolistic Competition (Group Equilibrium))

ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਸਮੂਹ ਉਦਯੋਗ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਉਹ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਸਮਾਨ ਉਤਪਾਦ ਤਿਆਰ ਕਰ ਰਹੀਆਂ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਕਿ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਿਤਾ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਸਮੂਹ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਫਰਮ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਵਿਭਿੰਨ ਉਤਪਾਦ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਦਾ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਸਾਬਣ ਬਣਾਉਣ ਵਾਲੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ Lux, Dove, ਅਤੇ Pears ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਹਨ। ਸਮੂਹ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਹੈ:

- A. ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਇੱਕੋ ਜਿਹੇ ਹਨ।
- B. ਕੋਈ ਵੀ ਫਰਮ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਫਰਮ ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਨਹੀਂ ਕਰੇਗੀ।

ਚਿੱਤਰ 18, ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ X-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪੀ ਗਈ ਹੈ ਅਤੇ ਕੀਮਤ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਉਤਪਾਦ ਦੀ OP ਕੀਮਤ ਤੈਅ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ, ਤਾਂ ਉਹ ਅਲੌਕਿਕ ਲਾਭ ਕਮਾਉਣਗੀਆਂ ਭਾਵ PRTP1। ਇਹ ਅਲੌਕਿਕ ਮੁਨਾਫਾ ਦੂਜੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲ ਹੋਣ ਲਈ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰੇਗਾ।

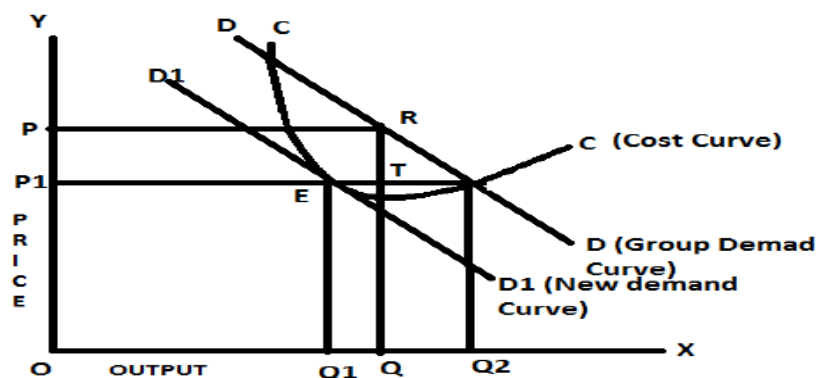


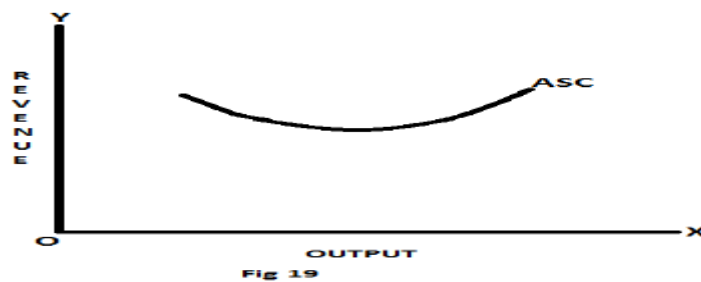
Fig 18

ਫਿਰ ਨਵੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਵੀ ਆਉਟਪੁੱਟ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਗੀਆਂ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ ਵਧੇਗਾ ਅਤੇ ਫਰਮ ਦੀ ਨਵੀਂ ਮੰਗ ਕਰਵ ਨੂੰ D1D1 ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲ ਕਰ ਦਿੱਤਾ ਜਾਵੇਗਾ। ਮੰਗ ਵਕਰ E ਬਿੰਦੂ (ਜੋ ਕਿ ਸੰਤੁਲਨ ਬਿੰਦੂ ਹੈ) ਅਤੇ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਨਾਲ ਸਪਰਸ਼ ਹੈ। ਇਸ ਸਥਿਤੀ 'ਤੇ ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾਏਗਾ। ਇਸ ਲਈ ਸੰਤੁਲਨ ਮੁੱਲ OP1 ਹੈ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ OQ1 ਹੈ।

### 8.3.4 ਵੇਚਣ ਦੀ ਲਾਗਤ (Selling Cost)

ਵੇਚਣ ਦੀ ਲਾਗਤ ਦਾ ਵਕਰ ਪ੍ਰੋ. ਚੈਂਬਰਲਿਨ ਦੁਆਰਾ ਪੇਸ਼ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਸੀ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਵੱਖ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ; ਇਸ ਲਈ, ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਮੰਤਵ ਲਈ, ਉਤਪਾਦਕ ਉਤਪਾਦਾਂ ਬਾਰੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਾਂ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਅਜਿਹੇ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਖਰਚਿਆਂ ਨੂੰ ਵਿਕਰੀ ਲਾਗਤ ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ

ਪ੍ਰਮੇਸ਼ਨ ਖਰਚੇ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ, ਅਖਬਾਰਾਂ, ਰੇਡੀਓ 'ਤੇ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਕੀਤੇ ਗਏ ਸੇਲਜ਼ਪਰਸਨ ਦੀਆਂ ਤਨਖਾਹਾਂ। ਵੇਚਣ ਦੀ ਲਾਗਤ ਉਤਪਾਦਨ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਵੱਖਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਲਾਗਤ ਉਤਪਾਦਕ ਦੁਆਰਾ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ ਕੀਤੇ ਗਏ ਖਰਚਿਆਂ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਤਪਾਦਨ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਨਿਰਮਾਣ ਦੇ ਸਾਰੇ ਖਰਚੇ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕੱਚਾ ਮਾਲ, ਬਿਜਲੀ, ਮਜ਼ਦੂਰਾਂ ਦੀ ਮਜ਼ਦੂਰੀ ਅਤੇ ਆਵਾਜਾਈ ਦੀ ਲਾਗਤ (ਵੇਚਣ ਦੀ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਨਹੀਂ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਲਾਗਤ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਵਧਾਉਂਦੀ) ਆਦਿ। ਵੇਰੀਏਬਲ ਅਨੁਪਾਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਅਧੀਨ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਵੀ U- ਆਕਾਰ ਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।



ਚਿੱਤਰ 19, ASC ਦੀਆਂ ਢਲਾਣਾਂ ਨੂੰ ਔਸਤ ਵਿਕਰੀ ਲਾਗਤ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਡਿੱਗਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਅਨੁਪਾਤਕ ਵਾਧਾ ਵਿਕਰੀ ਲਾਗਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਵਧਣਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਬਿੰਦੂ ਅਨੁਪਾਤਕ ਵਾਧਾ ਵਿਕਰੀ ਲਾਗਤ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੈ।

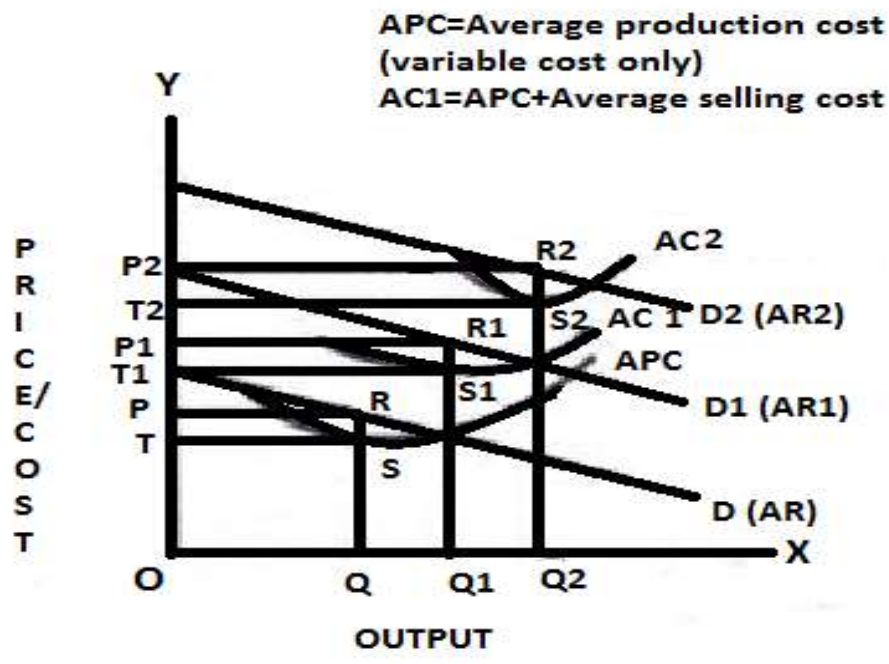


Fig 20

ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਵੇਚਣ ਦੀ ਲਾਗਤ ਇੱਕ ਫਰਮ ਦੀ ਕੀਮਤ-ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ ਵੀ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 20 ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ X-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਲਾਗਤ/ਆਮਦਨ Y-ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਹੈ। APC ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਔਸਤ ਉਤਪਾਦਨ ਲਾਗਤ ਹੈ ਅਤੇ AC1 (ਔਸਤ ਕੰਪੇਜ਼ਿਟ ਕਰਵ) ਵਿੱਚ ਔਸਤ ਉਤਪਾਦਨ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਔਸਤ ਵਿਕਰੀ ਲਾਗਤ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ AC2 ਵਿੱਚ ਔਸਤ ਮਿਸ਼ਰਿਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਵਾਧੂ ਔਸਤ ਵਿਕਰੀ ਲਾਗਤ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਸਥਿਤੀ ਉਦੋਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ OQ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ OP ਕੀਮਤ 'ਤੇ ਵੇਚਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਫਰਮ PRST ਸੁਪਰ-ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਹੁਣ, ਜਦੋਂ ਪਹਿਲੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣ ਦੀ ਲਾਗਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਨਵੀਂ ਸੰਤੁਲਨ ਸਥਿਤੀ T1S1R1P1 ਲਾਭ ਲਿਆਉਂਦੀ ਹੈ (ਵੇਚਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਲਾਗਤ ਦੀ ਮੰਗ ਵੀ ਵਧੇਗੀ ਅਤੇ ਨਵੀਂ ਮੰਗ ਕਰਵ D1 (AR1) ਹੋਵੇਗੀ) OP<sub>1</sub> ਕੀਮਤ 'ਤੇ OQ<sub>1</sub> ਆਉਟਪੁੱਟ ਵੇਚ ਕੇ। ਦੁਬਾਰਾ, ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਵੇਚਣ ਦੀ ਲਾਗਤ ਵਧਾਉਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਮੰਗ ਵਕਰ D2 (AR) ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲ ਹੋ ਜਾਵੇਗਾ ਅਤੇ ਫਰਮ ਨੂੰ P2 ਕੀਮਤ 'ਤੇ OQ<sub>2</sub> ਆਉਟਪੁੱਟ ਵੇਚ ਕੇ P2R2S2T2 ਸੁਪਰ ਆਮ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਵੇਗਾ। ਫਰਮ, ਹਾਲਾਂਕਿ, ਆਪਣੇ ਮੁਨਾਫੇ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨ ਲਈ ਵੇਚਣ ਦੀ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ ਜਾਰੀ ਰੱਖੇਗੀ। ਜੇਕਰ ਫਰਮ ਇਸ ਪੱਧਰ ਤੋਂ ਪਰੇ ਇਸਤਿਹਾਰਾਂ 'ਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਖਰਚ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਲਾਗਤਾਂ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੋਵੇਗਾ।

### 8.3.5 ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ (Excess Capacity)

ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ, ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਦੀ ਰੂਪਰੇਖਾ ਵਿਕਸੇਲ ਅਤੇ ਕੋਰਨੇਸ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਈ ਗਈ ਸੀ ਪਰ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਇਸਨੂੰ ਚੈਂਬਰਲਿਨ ਦੁਆਰਾ ਇੱਕ ਯੋਜਨਾਬੱਧ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਪੇਸ਼ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਸੀ। ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਦਾ ਸਿਧਾਂਤ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਇਸਨੂੰ "ਆਦਰਸ਼ (ਅਨੁਕੂਲ) ਆਉਟਪੁੱਟ ਅਤੇ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ" ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ।

ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਔਸਤ ਆਮਦਨ/ਮੰਗ ਕਰਵਟ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ (LAC) ਨੂੰ ਇਸਦੇ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਬਿੰਦੂ ਅਤੇ ਦੋ ਸ਼ਰਤਾਂ 'ਤੇ ਟਚ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ

(i)  $LMC = MR$  ਅਤੇ

(ii)  $AR$  (ਕੀਮਤ) = ਘੱਟੋ-ਘੱਟ LAC ਪੂਰੇ ਹਨ।

ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਨਵੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਐਂਟਰੀ ਮੌਜੂਦਾ ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਔਸਤ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਨ ਲਈ ਆਪਣੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਲਈ ਮਜਬੂਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਚਿੱਤਰ 21 ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਫਰਮ ਬਿੰਦੂ E 'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗੀ (ਇਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਸਥਿਤੀਆਂ ਉਹ ਹਨ ਜਿੱਥੇ OQ ਆਦਰਸ਼ ਜਾਂ ਸਰਵੋਤਮ ਆਉਟਪੁੱਟ ਹੈ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਮੁਨਾਫੇ ਦਾ ਆਨੰਦ ਮਾਣਦੀ ਹੈ।

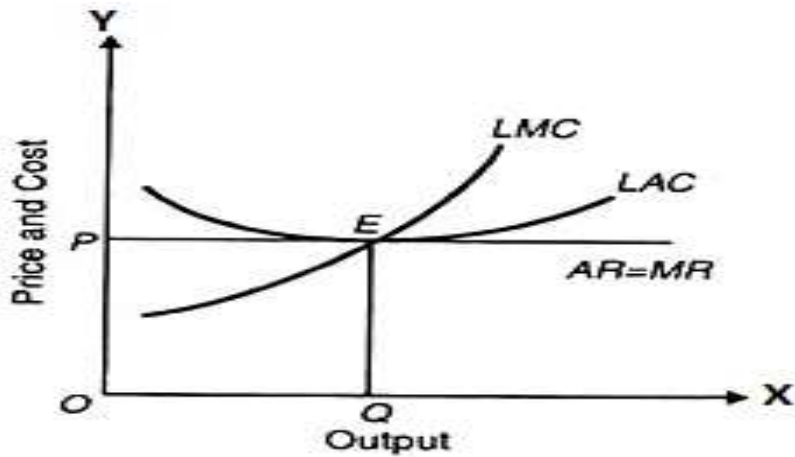


Fig 21

ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਜਾਂ ਮੰਗ ਵਕਰ ਢਲਾਨ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਦੋ ਸਰਤਾਂ ਜਿਵੇਂ (i)  $LMC = MR$  ਅਤੇ (ii)  $AR$  (ਕੀਮਤ) = ਘੱਟੋ-ਘੱਟ  $LAC$  ਪੂਰੀਆਂ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਇਸ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਫਰਮਾਂ ਵੱਧ ਸਮਰੱਥਾ ਦੇ ਅਧੀਨ ਕੰਮ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਭਾਵ ਉਹ ਸਰਵੋਤਮ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੈਦਾ ਨਹੀਂ ਕਰ ਰਹੀਆਂ ਹਨ।

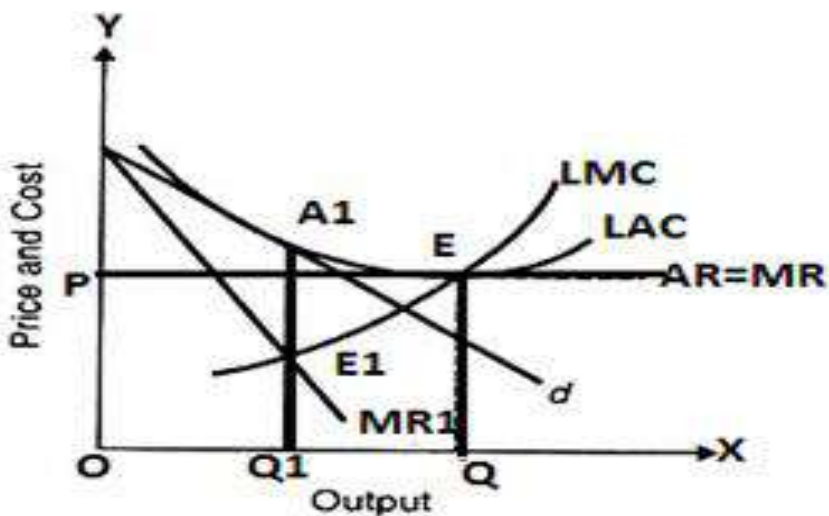


Fig 22

ਚਿੱਤਰ 22 ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨੂੰ  $X$ -ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੀਮਤ/ਕੀਮਤ ਨੂੰ  $Y$ -ਧੁਰੇ 'ਤੇ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।  $AR$  ਔਸਤ ਆਮਦਨ ਹੈ,  $MR$  ਸੀਮਾਂਤ ਆਮਦਨ ਹੈ,  $LAC$  ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਹੈ ਅਤੇ  $LMC$  ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਹੈ। ਡਿਮਾਂਡ ਕਰਵ  $d$  ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਫਰਮ ਬਿੰਦੂ  $E1$  'ਤੇ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੈ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ  $OQ1$  ਹੈ ਪਰ ਇਹ ਆਦਰਸ਼ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ  $d$   $E$  ਦੇ ਖੱਬੇ ਪਾਸੇ  $A1$  'ਤੇ  $LAC$  ਲਈ ਟੈਂਜੈਂਟ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਫਰਮ  $OQ1$  ਤੋਂ ਅੱਗੇ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ  $LMC > MR1$  ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ( $QQ1$ ) ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਹੀਂ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ।

**ਚੈਂਬਰਲਿਨ ਦੀ ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ (Chamberlin's Excess Capacity):** ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਦੇ ਪਿਛਲੇ ਸੰਕਲਪਾਂ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ ਕਿ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਹਰੇਕ ਫਰਮ ਆਪਣੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ 'ਤੇ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਮੰਗ ਵਕਰ ਉਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ ਇਸਦੇ ਲਈ ਸਪਰਸ਼ ਹੈ।

ਇਹ ਆਦਰਸ਼ ਆਉਟਪੁੱਟ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਸੰਪੂਰਨ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਨਹੀਂ ਨਿਕਲਦੀ। ਜਦੋਂ ਕਿ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸੰਪੂਰਨ ਤਾ ਦੇ ਅਧੀਨ, ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਵ ਵਿੱਚ ਢਲਾਨ ਹੇਠਾਂ ਵੱਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਰਮ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ 'ਤੇ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਬਿੰਦੂ ਦੇ ਖੱਬੇ ਪਾਸੇ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਫਰਮ ਆਪਣੀ ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੀ। ਪਰ ਪ੍ਰੋ. ਚੈਂਬਰਲਿਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਦਾਖਲੇ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਆਜ਼ਾਦੀ ਹੈ, ਫਰਮ ਦੀ ਮੰਗ ਵਕਰ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਔਸਤ ਲਾਗਤ ਵਕਰ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਟੈਂਜੈਂਸੀ ਬਿੰਦੂ "ਆਦਰਸ਼ ਆਉਟਪੁੱਟ" ਬਣ ਜਾਵੇਗਾ ਅਤੇ ਕੋਈ ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗੀ। ਪ੍ਰੋ. ਚੈਂਬਰਲਿਨ ਮੰਨਦਾ ਹੈ ਕਿ (1) ਫਰਮਾਂ ਦੀ ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਹੈ। (2) ਹਰੇਕ ਫਰਮ ਸਮਾਨ ਉਤਪਾਦ ਪੈਦਾ ਕਰਦੀ ਹੈ (3) ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲ ਹੋਣ ਦੀ ਆਜ਼ਾਦੀ ਹੈ। (4) ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੀ ਲਾਗਤ ਦੇ ਕਰਵ U- ਆਕਾਰ ਦੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

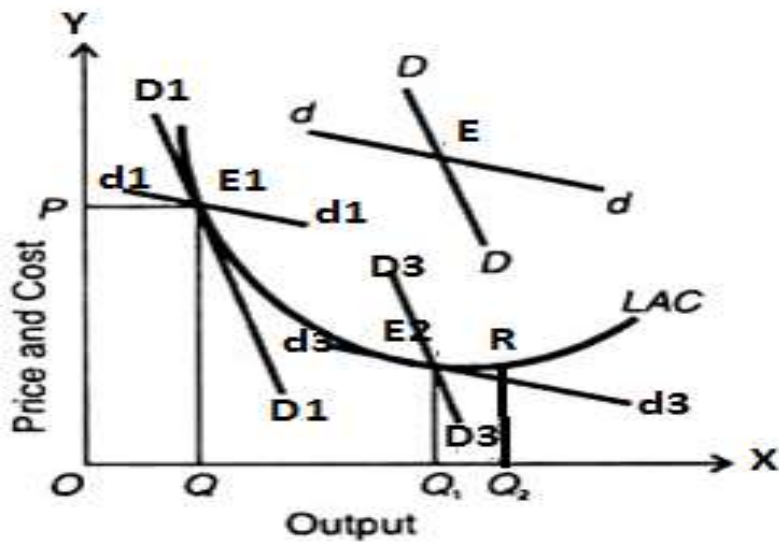


Fig 23

ਕੋਈ ਕੀਮਤ ਮੁਕਾਬਲਾ ਨਾ ਹੋਣ ਕਾਰਨ ਚਿੱਤਰ 23 ਵਿੱਚ dd ਵਕਰ ਦਾ ਕੋਈ ਮਹੱਤਵ ਨਹੀਂ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ DD ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਮੰਗ ਵਕਰ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਇਹ ਅੰਕੜਾ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਈ ਪੁਆਇੰਟ 'ਤੇ ਫਰਮਾਂ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾ ਰਹੀਆਂ ਹਨ। ਸੁਪਰ ਸਾਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫੇ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲ ਹੋਣ ਲਈ ਨਵੀਂ ਫਰਮ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ DD D1D1 ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਇਹ ਬਿੰਦੂ E1 'ਤੇ LAC ਨੂੰ ਛੂਹਦਾ ਹੈ। ਬਿੰਦੂ E1 'ਤੇ, ਫਰਮਾਂ ਕੀਮਤ ਮੁਕਾਬਲੇ ਅਤੇ ਕੀਮਤ OP 'ਤੇ OQ ਆਉਟਪੁੱਟ ਵੇਚ ਕੇ ਆਮ ਲਾਭ

ਕਮਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਚੈਂਬਰਲਿਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਗੈਰ-ਕੀਮਤ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਕਾਰਨ ਸਮੂਹ ਵਿੱਚ ਹਰੇਕ ਫਰਮ OQ ਆਉਟਪੁੱਟ ਪੈਦਾ ਕਰਦੀ ਹੈ ਪਰ OQ1 ਆਦਰਸ਼ ਆਉਟਪੁੱਟ ਜਾਂ ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਹੈ।

#### **8.4 ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿਚਕਾਰ ਤੁਲਨਾ (Comparison Between Monopoly and Monopolistic Competition)**

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਮੁੱਖ ਨੁਕਤੇ ਹਨ ਜੋ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ ਕਿ ਇਹਨਾਂ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲਿਆਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਹੈ:

- 1) **ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਅਤੇ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ (Number of buyers and sellers):** ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਅਧੀਨ ਸਿਰਫ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਕ/ਵਿਕਰੇਤਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ, ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਵਿਕਰੇਤਾ/ਉਤਪਾਦਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਦੋਵਾਂ ਮੁਕਾਬਲਿਆਂ ਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਖਰੀਦਦਾਰ ਹਨ।
- 2) **ਉਤਪਾਦ (Product):** ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਅਧੀਨ ਉਤਪਾਦ ਸਮਰੂਪ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਨਹੀਂ ਵੀ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ; ਹਮੇਸ਼ਾ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਭਿੰਨਤਾ ਹੈ।
- 3) **ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਲਈ ਰੁਕਾਵਟਾਂ (Barriers to entry):** ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਲਈ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਦੀ ਮੌਜੂਦਗੀ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲੇ ਲਈ ਕੋਈ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਨਹੀਂ ਹਨ।
- 4) **ਗਿਆਨ ਦੀ ਡਿਗਰੀ (Degree of knowledge):** ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਅਤੇ ਵੇਚਣ ਵਾਲਿਆਂ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਬਾਰੇ ਸੰਪੂਰਨ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੈ; ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਬਾਰੇ ਪੂਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨਹੀਂ ਹੈ।
- 5) **ਆਮਦਨ ਵਕਰ (Revenue curves):** ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਅਧੀਨ AR ਅਤੇ MR ਵਕਰ ਘੱਟ ਲਚਕੀਲੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਦੋਂ ਕਿ ਇਹ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਵਧੇਰੇ ਲਚਕੀਲੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
- 6) **ਮੁਨਾਫੇ (Profits):** ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਦੋਨਾਂ ਮੁਕਾਬਲਿਆਂ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਇੱਕ ਫਰਮ ਬਹੁਤ ਆਮ ਲਾਭ, ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ ਅਤੇ ਘਾਟਾ ਕਮਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਏਕਾਧਿਕਾਰਵਾਦੀ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਇੱਕ ਫਰਮ ਆਮ ਲਾਭ ਕਮਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸੁਪਰ ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ ਕਮਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

#### **ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ – IV**

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1. ਵੇਚਣ ਦੀ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ -----  
-----

ਪ੍ਰਸ਼ਨ 2. ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ

### 8.5 ਸੰਖੇਪ (Summary)

ਇਸ ਇਕਾਈ ਵਿੱਚ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਇੱਥੇ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲਾ ਉਹ ਮੁਕਾਬਲਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਉਤਪਾਦ ਦਾ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦਾ ਕੋਈ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਬਦਲ (Substitute) ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ; ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਏਕਾਧਿਕਾਰਵਾਦੀ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਵਿਕਰੇਤਾ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਪਰ ਉਤਪਾਦ ਵਿਭਿੰਨਤਾ ਬਾਹਰ ਆ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਦੋ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੋਣ 'ਤੇ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾਏਗਾ। ਇਹ ਸਥਿਤੀਆਂ ਹਨ (1)  $MC=MR$  ਅਤੇ (2)  $MC$  ਕਰਵ  $MR$  ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਤੋਂ ਕੱਟਦਾ ਹੈ। ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਸੁਪਰ ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ, ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ ਅਤੇ ਘੱਟ ਹਾਨੀ ਕਮਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਉਹ ਸੁਪਰ-ਸਾਧਾਰਨ ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਦਾ ਆਨੰਦ ਲੈਂਦਾ ਹੈ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਵਿਤਕਰੇ ਵਾਲੀ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੇ ਤਹਿਤ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਤੋਂ ਇੱਕੋ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤ ਵਸੂਲ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਨਿੱਜੀ, ਭੂਗੋਲਿਕ ਜਾਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਰਤੋਂ ਕਾਰਨ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਿਤਕਰਾ ਤਾਂ ਹੀ ਸੰਭਵ ਹੈ ਜੇਕਰ ਇੱਕ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦੂਜੇ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਨਾਲੋਂ ਵੱਖਰੀ ਹੋਵੇ। ਡੰਪਿੰਗ ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਦਾ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਮਾਮਲਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਇੱਕੋ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਘਰੇਲੂ ਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ ਉੱਚ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਵਿਦੇਸ਼ੀ ਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਦਾ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਚਾਰਜ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਦਾ ਕਾਰਨ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਦੇਸ਼ੀ ਮੁਲਕਾਂ ਵਿੱਚ ਏਕਾਧਿਕਾਰੀ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦਾ ਆਨੰਦ ਮਾਣਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬਾਹਰਲੇ ਮੁਲਕਾਂ ਵਿੱਚ ਉਸ ਨੂੰ ਮੁਕੰਮਲ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਿਤਾ ਦੇ ਤਹਿਤ, ਐਸਤ ਲਾਗਤ, ਐਸਤ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਲਾਗਤ, ਸੀਮਾਂਤ ਲਾਗਤ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਲਾਗਤ U-ਆਕਾਰ ਦੇ ਹਨ। ਉਤਪਾਦ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੇ ਕਾਰਨ, ਸਪਲਾਈ ਕਰਵ ਖਿੱਚਿਆ ਨਹੀਂ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਫਰਮ ਅਲਪ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ ਸੁਪਰ-ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ, ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ ਅਤੇ ਘੱਟ ਹਾਨੀ ਕਮਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਸਿਰਫ ਸਾਧਾਰਨ ਲਾਭ ਕਮਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

### 8.6 ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਵਾਲ (Questions for Practice)

#### A. ਛੋਟੇ ਉੱਤਰਾਂ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

- Q1. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦਿਓ। ਇਸ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦਿਓ
- Q2. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਇੱਕ ਕੀਮਤ ਨਿਰਮਾਤਾ ਸ਼ਬਦ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q3. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਧੀਨ ਕੁੱਲ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਕੁੱਲ ਲਾਗਤ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q4. ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਮਤਲਬ ਹੈ? ਉਦਾਹਰਣ ਦਿਓ



- Q5. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਧੀਨ AR ਅਤੇ MR ਦੀਆਂ ਆਕਾਰਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ ਅਤੇ ਕਿਉਂ?
- Q6. ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਦੀਆਂ ਡਿਗਰੀਆਂ 'ਤੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- Q7. ਵਾਧੂ ਸਮਰੱਥਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਦੱਸੋ।
- Q8. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ (ਸਮੂਹ ਸੰਤੁਲਨ) ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨਿਰਧਾਰਨ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ
- Q9. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਧੀਨ ਮੰਗ ਅਤੇ ਲਾਗਤ ਵਕਰਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

### B. ਲੰਬੇ ਜਵਾਬ ਕਿਸਮ ਦੇ ਸਵਾਲ

- Q1. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਦੀ ਮਿਆਦ ਤਹਿਤ ਥੋੜ੍ਹੇ ਅਤੇ ਦੀਰਘ-ਕਾਲ ਦੇ ਅਧੀਨ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q2. ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰਾ ਕੀ ਹੈ? ਇਸ ਦੀਆਂ ਡਿਗਰੀਆਂ ਅਤੇ ਸ਼ਰਤਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q3. ਕੀਮਤ ਵਿਤਕਰੇ ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨਿਰਧਾਰਨ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q4. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੇ ਅਰਥ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q5. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ (ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸੰਤੁਲਨ) ਦੇ ਤਹਿਤ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਆਉਟਪੁੱਟ ਨਿਰਧਾਰਨ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- Q6. ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਅਤੇ ਏਕਾਧਿਕਾਰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਕਰੋ ਅਤੇ ਵਿਖਰੀਤ ਕਰੋ।

### 8.7 ਸਹਾਇਕ ਪੁਸਤਕ ਸੂਚੀ (Suggested Readings)

- H.L. Ahuja: Advanced Economic Theory (Microeconomic Analysis)
- Koutsoyiannis: Modern Microeconomics
- K.N. Verma: Micro Economic Theory