BUSINESS ECONOMICS
B.Com (Gen & CA) II Semester (Telugu Medium)

Lesson Writers

Dr.G.B.Franklin
Reader in Economics
VTJM & IVTR Degree College
Mangalagiri

Dr.D.Kailasa Rao
Reader in Economics
Sarada College
Vijayawada

Dr. T.Hanumantha Rao
Lecturer in Economics
Govt. Degree College,
Mandapeta, East Godavari

Dr. T.Venu Gopal
Lecturer in Economics
Govt. Degree College
Mandapeta, East Godavari

Editor
Prof. M.V.Narasimha Sarma,
LLB., M.P.S., M.A., M.A., Ph.D.
Dept. of Economics
Acharya Nagarjuna University
Nagarjuna Nagar-522510

Director
Dr.Nagaraju Battu
M.H.R.M., M.B.A., L.L.M., M.A. (Psy), M.A., (Soc), M.Ed., M.Phil., Ph.D.
Centre for Distance Education
Acharya Nagarjuna University
Nagarjuna Nagar-522510
Phone No.0863-2346208, 0863-2346222, Cell No.9848477441
0863-2346259 (Study Material)
Website: www.anucde.info
e-mail: anucdedirector@gmail.com

B.Com: Business Economics

First Edition: 2021

No. of Copies

©Acharya Nagarjuna University

This book is exclusively prepared for the use of students of B.Com Centre for Distance Education, Acharya Nagarjuna University and this book is mean for limited circulation only

Published by

Dr.Nagaraju Battu

Director

Centre for Distance Education

Acharya Nagarjuna University

Nagarjuna Nagar-522510

Printed at

FOREWORD

Since its establishment in 1976, Acharya Nagarjuna University has been forging ahead in the path of progress and dynamism, offering a variety of courses and research contributions. I am extremely happy that by gaining 'A' grade from the NAAC in the year 2016, Acharya Nagarjuna University is offering educational opportunities at the UG, PG levels apart from research degrees to students from over 443 affiliated colleges spread over the two districts of Guntur and Prakasam.

The University has also started the Centre for Distance Education in 2003-04 with the aim of taking higher education to the door step of all the sectors of the society. The centre will be a great help to those who cannot join in colleges, those who cannot afford the exorbitant fees as regular students, and even to housewives desirous of pursuing higher studies. Acharya Nagarjuna University has started offering B.A., and B.Com courses at the Degree level and M.A., M.Com., M.Sc., M.B.A., and L.L.M., courses at the PG level from the academic year 2003-2004 onwards.

To facilitate easier understanding by students studying through the distance mode, these self-instruction materials have been prepared by eminent and experienced teachers. The lessons have been drafted with great care and expertise in the stipulated time by these teachers. Constructive ideas and scholarly suggestions are welcome from students and teachers involved respectively. Such ideas will be incorporated for the greater efficacy of this distance mode of education. For clarification of doubts and feedback, weekly classes and contact classes will be arranged at the UG and PG levels respectively.

It is my aim that students getting higher education through the Centre for Distance Education should improve their qualification, have better employment opportunities and in turn be part of country's progress. It is my fond desire that in the years to come, the Centre for Distance Education will go from strength to strength in the form of new courses and by catering to larger number of people. My congratulations to all the Directors, Academic Coordinators, Editors and Lesson- writers of the Centre who have helped in these endeavours.

Prof. P. Raja Sekhar
Vice-Chancellor (FAC)
Acharya Nagarjuna University

I Year B Com (Gen & CA)– Semester – II
Course 2B: Business Economics

Learning Outcomes:
At the end of the course, the student will able to;

- ✤ Describe the nature of economics in dealing with the issues of scarcity of resources.
- ✤ Analyze supply and demand analysis and its impact on consumer behaviour.
- ✤ Evaluate the factors, such as production and costs affecting firms behaviour.
- ✤ Recognize market failure and the role of government in dealing with those failures.
- ✤ Use economic analysis to evaluate controversial issues and policies.
- ✤ Apply economic models for managerial problems, identify their relationships, and formulate the decision making tools to be applied for business.

Syllabus
Unit-I: Introduction: Meaning and Definitions of Business Economics - Nature and Scope of Business Economics -Micro and Macro Economics and their Interface.

Unit-II: Demand Analysis: Meaning and Definition of Demand – Determinants to Demand –Demand Function -Law of Demand – Demand Curve – Exceptions to Law of Demand - Elasticity of Demand – Measurements of Price Elasticity of Demand

Unit – III: Production, Cost and Revenue Analysis: Concept of Production Function – Law of Variable Proportion -Law of Returns to Scale - Classification of Costs -Break Even Analysis - Advantages

Unit-IV: Market Structure: Concept of Market – Classification of Markets -Perfect Competition – Characteristics – Equilibrium Price -Monopoly – Characteristics – Equilibrium Under Monopoly.

Unit-V: National Income: Meaning – Definition – Measurements of National Income - Concepts of National Income -Components of National Income-Problems in Measuring National Income

References:
1. Business Economics -S.Sankaran, Margham Publications, Chennai.
2. Business Economics - Kalyani Publications.
3. Business Economics - Himalaya Publishing House.
4. Business Economics - Aryasri and Murthy, Tata McGraw Hill.
5. Business Economics -H.L Ahuja, Sultan Chand & Sons
6. Principles of Economics -Mankiw, Cengage Publications
7. Fundamentals of Business Economics -Mithani, Himalaya Publishing House
8. Business Economics -A.V. R. Chary, Kalyani Publishers, Hyderabad.
9. Business Economics -Dr K Srinivasulu, Seven Hills International Publishers.

Suggested Co-Curricular Activities:

- Assignments
  Student Seminars
  Quiz , JAM
  Study Projects
  Group Discussion
  Graphs on Demand function and demand curves
  Learning about markets
- The oral and written examinations (Scheduled and surprise tests),
  Market Studies
- Individual and Group project reports,
  Annual talk on union and state budget
  Any similar activities with imaginative thinking beyond the prescribed syllabus

BUSINESS ECONOMICS

CONTENTS

	Pg. No
Lesson 1 : Economics –Definitions-Scope	1.1-1.19
Lesson 2 : Business Economics Scope and Importance	2.1-2.9
Lesson 3 : Demand Utility Analysis	3.1-3.10
Lesson 4 : Utility Analysis	4.1-4.16
Lesson 5 : Elasticity of Demand	5.1-5.16
Lesson 6 : Production	6.1-6.14
Lesson 7 : Analysis of Costs	7.1-7.9
Lesson 8 : Supply	8.1-8.10
Lesson 9 : Classification of markets	9.1-9.8
Lesson 10: Perfect Competition	10.1-10.10
Lesson 11 : Monopoly and Discriminating Monopoly	11.1-11.21
Lesson 12: National Income	12.1-12.16

ఉపోద్ఘాతం

భాగం -1 అర్థశాస్త్రం - నిర్వచనాలు - పరిధి

విషయక్రమం

1.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

1.1 అర్థశాస్త్ర పరిచయం

1.2 ఆర్థిక, ఆర్థికేతర కార్యకలాపాలు

1.2.1 ఆర్థిక కార్యకలాపాలు

1.2.2 ఆర్థికేతర కార్యకలాపాలు

1.3 మౌలిక ఆర్థిక సమస్యలు

1.3.1 ఏ ఏ వస్తువులను ఏ ఏ ప్రమాణాల్లో ఉత్పత్తిని చేపట్టాలి.

1.3.2 ఏ ఏ పద్ధతుల్లో ఉత్పత్తిని చేయాలి.

1.3.3 ఎవరి కోసం ఈ ఉత్పత్తి

1.4 అర్థశాస్త్ర నిర్వచనాలు

1.4.1 సంపద నిర్వచనం

1.4.2 శ్రేయస్సు నిర్వచనం

1.4.3 కొరత నిర్వచనం

1.4.4 అభివృద్ధి నిర్వచనం

1.5 అర్థశాస్త్రం, పరిధి

1.5.1 అర్థశాస్త్ర విషయం

1.5.2 అర్థశాస్త్ర స్వభావం

1.5.2(ఎ) అర్థశాస్త్రం శాస్త్రము మరియు కళ

1.5.2(బి) నిశ్చిత శాస్త్రము మరియు ప్రామాణిక శాస్త్రము

1.5.3 అర్థశాస్త్ర పరిమితులు

1.6. సూక్ష్మ, స్థూల అర్థశాస్త్రాలు

1.6.1 సూక్ష్మ అర్థశాస్త్రం

1.6.2 స్థూల అర్థశాస్త్రం

1.6.3 సూక్ష్మ,స్థూల అర్థ శాస్త్రాల పరస్పర సంబంధం

1.7 నిశ్చల అర్థశాస్త్రం, చలన అర్థశాస్త్రం

1.8 ఆర్థిక విశ్లేషణ పద్ధతులు
1.8.1 ఆగమన పద్ధతి
1.8.2 నిగమన పద్ధతి
1.9 అర్థశాస్త్ర ప్రాముఖ్యం
1.10 అర్థశాస్త్రానికి ఇతర శాస్త్రాలతో సంబంధం
1.10.1 అర్థశాస్త్రం - రాజనీతిశాస్త్రం
1.10.2 అర్థశాస్త్రం - చరిత్ర
1.10.3 అర్థశాస్త్రం - న్యాయశాస్త్రం
1.10.4 అర్థశాస్త్రం -నీతిశాస్త్రం
1.10.5 అర్థశాస్త్రం - న్యాయశాస్త్రం
1.10.6 అర్థశాస్త్రం - గణితశాస్త్రం
1.11 సారాంశం
1.12 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు
1.13 పదకోశం
1.14 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు
1.15 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

1.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

అర్ధశాస్త్ర విషయం, నిర్వచనాలు, పరిధి, విశ్లేషణ పద్ధతులు, ఇతర శాస్త్రాలతో గల సంబంధాలను ఈ భాగంలో వివరించడం జరిగింది. ఈ భాగం పూర్తయ్యేసరికి మీరు క్రింది విషయాలను అవగాహన చేసుకుంటారు.

* అర్ధశాస్త్ర విషయం
* అర్థిక, ఆర్థికేతర కార్యకలాపాలు
* మౌలిక ఆర్ధిక సమస్యలు
* అర్ధశాస్త్ర నిర్వచనాలు
* అర్ధశాస్త్ర పరిధి
* సూక్ష్మ, స్థూల అర్ధశాస్త్రాలు
* చలన, నిశ్చల అర్ధశాస్త్రాలు
* ఆర్ధిక విశ్లేషణ పద్ధతులు
* అర్ధశాస్త్ర ప్రాముఖ్యం
* ఇతర శాస్త్రాలతో సంబంధం

1.1 అర్థశాస్త్ర పరిచయం

మానవుని కోర్కెలు అపరిమితం. కాని ఆ కోర్కెలను తీర్చుకోవడానికి ఉన్న వనరులు మాత్రం పరిమితం. మానవుని కోరికల కనుగుణంగా వస్తువులు అపరిమితంగా లభ్యమైతే ఆర్థిక సమస్య ఉత్పన్నం కాదు. అర్థశాస్త్ర అవసరం కూడా లేనట్లే. కాని వాస్తవానికి ఈ పరిస్థితి ఉండదు. కాబట్టి ఆర్థిక సమస్య ఉద్భవించి, అర్థశాస్త్ర అవసరత ఏర్పడింది. అందువల్ల ఉన్న పరిమితమైన వనరులతో తను ఏ ఏ కోర్కెలను తీర్చుకోవాలి అని ఎంపిక చేసుకోవలసి వస్తుంది. ఉదాహరణకు ఒక వ్యక్తి యొక్క నెలసరి ఆదాయం రు 2000/- రూపాయలు అనుకుందాం. ఆ పరిమిత ఆదాయంలోనే అతని నెలసరి కుటుంబ అవసరాలు తీర్చుకోవాలి. అంటే ఇంటి అద్దె, కుటుంబ ఖర్చులు, పిల్లల ఫీజులు, బంధువులొస్తే ఖర్చు మొదలైన వన్నింటినీ తీర్చుకోవాలి. వీటితోపాటు, మరెన్నో కొనాలని, అనేక పనులు చేయాలని అనుకోవచ్చు. కాని అతనికి వచ్చే అదాయం పరిమితం అంటే రెండు వేలే. కాబట్టి ఈ విధంగా అపరిమిత కోర్కెలుండీ, పరిమిత వనరులున్న పరిస్థితులలో అర్థశాస్త్రం ఉపయోగపడుతుంది.

పరిమితమైన వనరులున్న ఒక వ్యక్తి అపరిమితంగా ఉన్నతన కోర్కెలు తీర్చుకోవడానికి ఏ విధంగా ప్రవర్తిస్తాడో అర్థశాస్త్రం చెబుతుంది. కొన్ని వనరులు కొరతగా ఉండడం లేదా పరిమితంగా ఉండటంవల్ల అతనికున్న అన్ని కోర్కెలను తీర్చుకోలేడు. కాబట్టి కొన్ని కోర్కెలను ఎంపిక చేసుకుని తీర్చుకోవాల్సి వస్తుంది. కాబట్టి ఎంపిక సమస్య ప్రారంభమౌతుంది. కొరత స్వభావం పరిశీలించి, ఎంపికను ఏ విధంగా చేసుకోవాలో అర్థశాస్త్రం తెల్పుతుంది. ఎంపిక చేస్తున్నాడంటే కొన్నింటిని పోగొట్టుకుంటున్నాడన్నమాట. ఎంపిక చేసిన ప్రతిసారి దేన్ని వదులుకుంటున్నాడు, దేన్ని పొందుతున్నాడనే విషయాన్ని అర్థం చేసుకోడానికి అర్థశాస్త్రం ఉపయోగపడుతుంది.

ఉన్న పరిమితమైన వనరులతో, ఆర్థిక సంతృప్తి పొందే విషయంలో వ్యక్తుల ప్రవర్తనా తీరు అర్థశాస్త్రం వివరిస్తుంది. ఈ లక్ష్యంతోపాటు ప్రస్తుతం ఆదాయస్థాయి, ఉద్యోగితలో ఏర్పడే ఒడిదుడుకును, పరిశీలించడం, ఆర్థిక స్థిరత్వం పెంపొందించడం, ఆర్థిక వృద్ధి, ఆర్థికాభివృద్ధి మొదలైనవి కూడా అర్థశాస్త్ర లక్ష్యాలుగా ఉన్నాయి. ఈ విధంగా అర్థశాస్త్రం పరిశీలించే అంశాలు నిర్దేశిస్తూ, నిర్దిష్టంగా చెప్పలేము. అందుచేతనే ఒక ప్రఖ్యాత శాస్త్రవేత్త ఆర్థికవేత్త చేసే పనే అర్థశాస్త్రం అన్నాడు.

1.2 ఆర్థిక, ఆర్థికేతర కార్యకలాపాలు

మానవుని కార్యకలాపాలను ఆర్థిక, ఆర్ధికేతర కార్యకలాపాలను రెండు రకాలుగా చెప్పవచ్చును.

1.2.1 ఆర్థిక కార్యకలాపాలు

ఆర్థిక వ్యవస్థకు సంబంధించిన లేదా అర్థశాస్త్రం పరిశీలించే కార్యకలాపాలను ఆర్థిక కార్యకలాపాలు అంటాము. మానవుడు పుట్టిన దగ్గర నుంచి పాలు, బియ్యం, కూరగాయలు, పుస్తకాలు, టి.వి. మొదలైన అనేక వస్తువులను ఉపయోగిస్తాడు. అదే విధంగా వివిధ సేవలు అంటే డాక్టర్లు, లాయర్లు మొదలైన వారి సేవలు వినియోగిస్తుంటాడు. వివిధ వస్తు సేవలను ఉపయోగించి వస్తువులను లేదా సేవలను మార్కెట్‌లో తయారు చెయ్యటాన్ని ఉత్పత్తి అంటారు. అంటే వినియోగదారుని కోసం వివిధ వస్తువులను, సేవలను అందించటం కోసం జరిగే కార్యక్రమాన్ని ఉత్పత్తి అంటాము.

వినియోగం, ఉత్పత్తి అనే ఆర్థిక కార్యకలాపాలు ద్రవ్యంతో లేదా ఆదాయంతో ముడిపడి వుంటాయి.ఈ కార్యకలాపాల వల్ల ఆదాయాన్ని పొందవచ్చు లేదా ఖర్చు జరగవచ్చు. ఉదాహరణకు ఉత్పత్తి కార్యకలాపం పాల్గొంటే ఆదాయం వస్తుంది. వినియోగం చేస్తే ఖర్చు జరుగుతుంది. ప్రపంచంలో ఎవరైనా, ఎక్కడైనా, ఏ సమయంలోనైనా

తన కోర్కెలను తీర్చుకోవడం కోసం, ఆదాయాన్ని సంపాదించే ప్రతి పనినీ ఆర్థిక కార్యకలాపమే అవుతుంది. మానవుని మరియు సమాజంలో జరిగే ఆర్థిక కార్యకలాపాల పరిశీలనే అర్థశాస్త్రం.

1.2.2 ఆర్థికేతర కార్యకలాపాలు

మానవుడు ఆదాయాన్ని పొందే ఉద్దేశం లేకుండా చేసే పనిని ఆర్థికేతర కార్య కలాపం అంటారు. కేవలం తన సంతృప్తి కోసం ఉచితంగా చేసే పనులన్నీ ఆర్థికేతర కార్యకలాపాల క్రిందకు వస్తాయి. కాబట్టి ఉత్పత్తి కార్యకలాపాలో ఆర్థిక ప్రతిఫలాన్ని ఆశించకుండా, ద్రవ్యంతో సంబంధం లేకుండా చేసే కార్యలాపాలన్నీ ఆర్థికేతర కార్యకలాపాలే. ఆర్థికేతర అంశాల జాబితాలోకి ప్రేమ, మానసిక తృప్తి , మానవత్వం, దేశభక్తి మొదలైనవి వస్తాయి. ప్రతిఫలాన్ని ఆశించకుండా తల్లి బిడ్డకు చేసే సేవ, భార్య భర్తకు చేసే సేవ, ప్రతిఫలం ఆశించక దేశభక్తులు, సాంఘీక సేవకులు చేసే సేవలన్నీ ఈ కోవకు చెందినవే. ఆర్థిక అంశం లేని సాంఘీక, సాంస్కృతిక, మతపరమైన కార్యకలాపాలన్నీ ఆర్థికేతర కార్యకలాపాలుగా చెప్పవచ్చు. కాని ఆర్థికేతర కార్యకలాపాలన్నీ ఏదో ఒక సందర్భంలో ఆర్థిక కార్యకలాపాలుగా మారవచ్చు.

1.3 మౌలిక ఆర్థిక సమస్యలు

ఏ ఆర్థిక వ్యవస్థ అయినా మూడు మౌలిక ఆర్థిక సమస్యలు ఎదుర్కొంటుంది. ఏ విధమైన ఆర్థిక వ్యవస్థ నైనా సరే, అది పెట్టుబడిదారీ ఆర్థిక వ్యవస్థ కావచ్చు, సామ్యవాద ఆర్థిక వ్యవస్థ కావచ్చు. మిశ్రమ ఆర్థికవ్యవస్థ కావచ్చు, ఈ సమస్యలే ప్రధానమైన అవుతాయి. అవి :

1. ఏ వస్తువులను ఏ ఏ ప్రమాణాలలో ఉత్పత్తి చేయాలి?
2. ఏ ఏ పద్ధతుల్లో ఉత్పత్తి చేయాలి?
3. ఎవరి కోసం ఉత్పత్తి చేయాలి?

1.3.1 ఏ ఏ వస్తువులను ఏ ఏ ప్రమాణాల్లో ఉత్పత్తిని చేపట్టాలి

వనరులను కొరతగా ఉండటం వల్లనూ, వాటికి ప్రత్యామ్నాయ ప్రయోజనాలుండటం చేత, ఆ వనరులను ఏ ఏ ఉపయోగాలకు ఎంతెంత కేటాయించాలి అనేది ముఖ్య సమస్య. ఉన్న వనరులను వినియోగ వస్తువుల వనరులను ఉత్పత్తికి ఎంత కేటాయించాలి? మూలధన వస్తూత్పత్తికి ఎంత కేటాయించాలి? ఉన్న వనరులలో ఎక్కువ వనరులు వినియోగ వస్తువులకు కేటాయిస్తే, మూల ధన వస్తూత్పత్తిని తగ్గించాల్సి ఉంటుంది. అదే విధంగా ఎక్కువ వనరులు మూలధన వస్తూత్పత్తికి కేటాయిస్తే, వినియోగ వస్తూత్పత్తిని తగ్గించాలి. కాబట్టి ఈ పరిమిత వనరులను ఏ ఏ వస్తూత్పత్తులకు ఎంతెంత పరిమాణంలో కేటాయించాలి. ఎంతెంత ఉత్పత్తి చేయాలి అనేది ఒక ముఖ్యమైన సమస్య.

1.3.2 ఏ ఏ పద్ధతుల్లో ఉత్పత్తిని చేయాలి.

ఏ ఏ వస్తువులను ఏ ఏ పరిమాణంలో ఉత్పత్తి చేయాలనేది నిర్ణయించుకున్న తరువాత, ఉత్పత్తి చేసే పద్ధతుల ఎంపిక సమస్య ఉత్పన్నమౌతుంది. వస్తూత్పత్తి చేయడానికి వివిధ పద్ధతులున్నాయి. స్థూలంగా ఈ పద్ధతులను రెండుగా విభజిస్తే అవి : 1) శ్రమ సాంద్రత సాంకేతిక ఉత్పత్తి పద్ధతి (ఎక్కువ శ్రమ, తక్కువ మూలధనం ఉపయోగించే పద్ధతి) 2) మూల ధన సాంధ్రత సాంకేతిక ఉత్పత్తి పద్ధతి (ఎక్కువ మూల ధనం, తక్కువ శ్రమ ఉపయోగించే పద్ధతి) .

ఈ పద్ధతుల్లో ఏ పద్ధతి ఆర్థికవ్యవస్థకు ఉపయుక్తమైనదో నిర్ణయించి ఉత్పత్తి పద్ధతులు ఎంపిక చేయాలి.

1.3.3. ఎవరి కోసం ఈ ఉత్పత్తి

ఇక చివరిగా ఎవరి కోసం ఉత్పత్తి చేయాలి? అంటే జాతీయోత్పాదనను సమాజంలో వివిధ వర్గాల ప్రజలకు ఏ విధంగా పంపిణి చెయ్యాలి. సమాజంలో ఉన్న వివిధ వర్గాల ప్రజలైన శ్రామికులు, పెట్టుబడిదారులు, భూస్వాములు మొదలైన వర్గాల వారికి ఏ ప్రాతిపదికపై పంపిణీ చెయ్యాలి? ఈ సమస్య పరిష్కారం కోసం ఆడమ్ స్మిత్, రికార్డో మొదలైన ఆర్థిక శాస్త్రవేత్తలు, పంపిణీ సిద్ధాంతానికి ప్రతిపాదనలు చేశారు. సాధారణంగా జాతీయోత్పత్తి పంపిణీ అనేది ఆ దేశ లక్ష్యాలపై ఆధారపడి ఉంటుంది.

పైన పేర్కొన్న మూడు సమస్యలూ ఆర్థిక వ్యవస్థలలో ముఖ్యమైనవి, సాధారణమైనవి. పెట్టబడిదారి ఆర్థికవ్యవస్థలో ఈ సమస్యల పరిష్కారం మార్కెట్ యంత్రాంగం మీద ఆధారపడి ఉంటుంది. సోషలిస్ట్ ఆర్థిక వ్యవస్థల్లో ఈ సమస్యల పరిష్కార భాధ్యత ప్రభుత్వం స్వీకరిస్తుంది. మిశ్రమ ఆర్థిక వ్యవస్థలో పరిస్థితుల కనుగుణంగా కొంత మార్కెట్ యంత్రాంగం పరిష్కరిస్తే, కొంత ప్రభుత్వం స్వీకరించటం జరుగుతుంది.

1.4 అర్థశాస్త్ర నిర్వచనాలు

ఏ శాస్త్రానికైనా ఒక స్పష్టమైన నిర్వచనం అవసరం. నిర్వచనం ఆ శాస్త్రం యొక్క హద్దులను నిర్ణయిస్తుంది. ఆ శాస్త్రం పరిశీలించే విషయాలను నిర్దేశిస్తుంది. నిర్వచనం వల్ల శాస్త్రం యొక్క పరిధి కూడా స్పష్టమౌతుంది. అందువల్లనే అర్థశాస్త్ర నిర్వచనం వల్ల అర్థశాస్త్రం పరిశీలించే విషయాలు, పరిశీలించని విషయాలను తెలుసుకోవచ్చు. కాని స్పష్టమైన, ఖచ్చితమైన నిర్వచనాన్ని ఇవ్వటం అంత సులువైన విషయం కాదు.

త్వరితగతిని మారుతున్న పరిస్థితుల కనుగుణంగా అర్థశాస్త్రానికి ఖచ్చితమైన నిర్వచనం ఇవ్వడం క్లిష్టమైన ప్రక్రియ. అర్థశాస్త్రాన్ని నిర్వచించే క్రమంలో వివిధ శాస్త్రవేత్తలు వివిధ నిర్వచనాలను ఇచ్చారు. కొందరు ప్రముఖ ఆర్థిక శాస్త్రవేత్తలు శాస్త్రీయంగా ఇచ్చిన నిర్వచనాలను నాలుగు రకాలుగా చెప్పవచ్చు.

1. సంపద లేదా ఆడమ్ స్మిత్ నిర్వచనం (18వ శతాబ్దం)
2. శ్రేయస్సు లేదా మార్షల్ నిర్వచనం (19వ శతాబ్దం)
3. కొరత లేదా రాబిన్స్ నిర్వచనం (20వ శతాబ్దం)
4. అభివృద్ధి లేదా శామ్యూల్‌సన్ నిర్వచనం (20వ శతాబ్దం)

1.4.1 సంపద నిర్వచనం

అర్థశాస్త్ర పితామహుడైన ఆడమ్‌స్మిత్, 1776వ సంవత్సరంలో ప్రచురితమైన ' దేశాల సంపద' (Wealth of Nations) అనే తన గ్రంథంలో అర్థశాస్త్రాన్ని నిర్వచించారు. ఆడమ్‌స్మిత్ ప్రకారం ' సంపద గురించిన సూత్రాలను, విషయాలను, కారకాలను అధ్యయనం చేసేది 'అర్థశాస్త్రం'. ఇదే విధమైన అభిప్రాయాన్ని జె.బి.సే. జె.యస్.మిల్, సీనియర్, వాకర్, డేవిడ్ రికార్డో మొదలైన శాస్త్రవేత్తలు కూడా వెలిబుచ్చారు.

ఆడమ్‌స్మిత్ నిర్వచనం గమనిస్తే సంపదను పెంపొందించుటయే అర్థశాస్త్ర లక్ష్యం.

సంపద నిర్వచనంలో ముఖ్యాంశాలు

1. అర్థశాస్త్రం సంపదను గురించి పరిశీలిస్తుంది. (అంటే భౌతికవస్తువులు మాత్రమే)
2. సంపద అంటే భౌతిక వస్తు సముదాయం. ఇవి కొరతగా లభ్యమౌతాయి.

3. సంపదలో వచ్చు పెరుగుదలే ఆర్థికాభివృద్ధి.

సంపద పెంపొందించుట అర్ధశాస్త్రంలో భాగమేకాని, సంపద యొక్క అంతిమధ్యేయం మానవుని శ్రేయస్సు. ఆడమ్‌స్మిత్ అర్ధశాస్త్రం పరిగణించవలసిన అతి ముఖ్యమైన మానవునిశ్రేయస్సుకు ప్రాధాన్యత ఇవ్వక పోవటం వల్లఈ నిర్వచనం అనేక విమర్శలకు గురయ్యింది.

విమర్శలు

1. ఆడమ్‌స్మిత్ సంపదకు అధిక ప్రాముఖ్యత ఇచ్చి మానవ శ్రేయస్సును విస్మరించుట జరిగింది.
2. ఈ నిర్వచనం వల్ల భౌతిక వస్తు సముదాయం ద్వారా వచ్చు సంపద తప్ప, అభౌతిక వస్తువులైన (సేవలు) డాక్టర్లు, లాయర్లు, ఉపాధ్యాయుల సేవలు సంపద గణనలోకి రావు.
3. సంపదకు అధిక ప్రాముఖ్యత ఇవ్వడం అంటే మానవుని స్థాయి తగ్గించుకుంటాయని, ధనార్జన మీద మానవుని దృష్టి కేంద్రీకరించడం అంటే ధన దేవతను పూజించటమేనని కార్లైల్, రస్కిన్, డికెన్స్ అభిప్రాయపడ్డారు.
4. ఈ నిర్వచనం స్వార్థం, నీచ భావనలు పెంపొందిస్తుంది అని కొంత మంది విమర్శించారు.
5. ఈ నిర్వచనం లోపభూయిష్టం, అశాస్త్రీయం మరియు అసంపూర్ణమని అర్ధ శాస్త్రవేత్తలు విమర్శించారు.

1.4.2 శ్రేయస్సు నిర్వచనం

అడమ్‌స్మిత్ నిర్వచనం వల్ల అర్ధశాస్త్రానికి వచ్చిన అపఖ్యాతిని తొలగించుటకై, మార్షల్ శ్రేయస్సు నిర్వచనం ఇచ్చారు. మార్షల్ తన నిర్వచనంలో సంపదే మానవ లక్ష్యం కాదని, అంతకంటే ముఖ్యమైనది మానవ శ్రేయస్సని ప్రకటించాడు. అంటే మానవ శ్రేయస్సుకు ప్రథమ స్థానాన్ని, సంపదకు ద్వితీయ స్థానాన్ని మార్షల్ కల్పించాడు. 1890లో మార్షల్ తన "ప్రిన్సిపుల్స్ ఆప్ ఎకనామిక్స్" అనే గ్రంథంలో అర్ధశాస్త్రాన్ని నిర్వచించాడు. అర్థశాస్త్రం ఒక వైపు సంపదను గూర్చి చర్చ, మరొక ముఖ్యమైన వైపు మానవుని గురించిన పరిశీలనలోని భాగం అని అన్నారు. మార్షల్ ప్రకారం " దైనందిన జీవితంలో మానవుని ప్రవర్తన అధ్యయనమే రాజకీయ అర్థశాస్త్రం. మానవ సంక్షేమం కోసం అవసరమైన సాధన సంపత్తిని సమకూర్చుకోడానికి చేసే ప్రయత్నంలో, మానవుని యొక్క వ్యక్తిగత, సామాజిక ప్రవర్తనా తీరును అర్ధశాస్త్రం పరిశీలిస్తుంది." ఎ.సి.పిగూ, ఎడ్విన్ కానన్, బెవరిడ్జ్ మొదలైన వారు కూడా శ్రేయస్సు ప్రాధాన్యతతో నిర్వచనాలు ఇచ్చారు.

శ్రేయస్సు నిర్వచనంలో ముఖ్యాంశాలు

1. మానవుని జీవనం సాంఘీక, మత, రాజకీయ ఆర్ధిక అంశాలతో సంబంధం కలిగి ఉంటుంది. కాని అర్ధశాస్త్రం మాత్రం కేవలం ఆర్ధిక అంశాలనే పరిశీలిస్తుంది.
2. అర్ధశాస్త్రం సాధారణ మానవుని గురించి మాత్రమే అంటే కుటుంబం కోసం ఆదాయాన్ని ఆర్జించి వాటి ద్వారా గరిష్ట ప్రయోజనం పొందాలని తలంచే వారిని మాత్రమే పరిశీలిస్తుంది.
3. సంఘటిత సమాజంలో ఉన్న (సమాజంలో నివసించే) మానవ కార్యకలాపాలను మాత్రమే పరిశీలిస్తుంది. అంటే మునులు, రాబిన్‌సన్, క్రూసో లాంటి వారి కార్యకలాపాలు పరిశీలించదు.
4. శ్రేయస్సును భౌతిక వస్తువులు మాత్రమే పెంచుతాయని మార్షల్ భావించాడు.
5. మానవ శ్రేయస్సుకు సంపదకన్నా అధిక ప్రాముఖ్యత ఇవ్వడం జరిగింది.

మార్షల్ నిర్వచనం ఆడమ్‌స్మిత్ నిర్వచనం కన్న మెరుగైనది. కాని ఈ నిర్వచనం కూడా అనేక విమర్శలకు గురయ్యింది. దీనిని విమర్శించిన వారిలో ముఖ్యుడు రాబిన్స్.

విమర్శలు

1. శ్రేయస్సును భౌతిక వస్తువులు (కంటికి కనిపించే వస్తువులు) ఆ భౌతిక వస్తువులు (డాక్టర్లు, టీచర్లు మొ॥ వారి సేవలు) పెంచుతాయి. కాని మార్షల్ అభౌతిక వస్తు(సేవలు) శ్రేయస్సును తన నిర్వచనంలో తీసుకోలేదు.
2. కొన్ని భౌతిక వస్తువులైన మత్తు పదార్థాలు లాంటివి శ్రేయస్సును పెంచకపోవచ్చు. కాని వాటి కార్యకలాపాలు కూడా అర్థ శాస్త్ర పరిధిలోకి వస్తాయి. శ్రేయస్సును పెంచే కార్యకలాపాలకు మాత్రమే మార్షల్ అర్థశాస్త్రాన్ని పరిమితం చేశాడు. శ్రేయస్సు పెంచని ఆర్థిక కార్యకలాపాలను పరిగణలోకి తీసుకోలేదు.
3. 'శ్రేయస్సు' భావనే నిర్ధిష్టమైనది కాదు. శ్రేయస్సు మానసిక భావన, దీనిని కొలవలేము. శ్రేయస్సు పై అభిప్రాయం మనిషి మనిషికీ, ఒక కాలానికి మరో కాలానికి, దేశానికి వేరొక దేశానికి మారవచ్చు.
4. శ్రేయస్సు నిర్వచనాన్ని ఆమోదిస్తే, ప్రతిసారి మనం చేసే ఆర్థిక కార్యకలాపం శ్రేయస్సు పెంచుతుందా? లేదా? అని పరిశీలించవలె. కాని వాస్తవానికి అర్థశాస్త్రం తటస్థంగా ఉండాలే తప్ప నిర్ణయంగా మారరాదు.
5. మానవుడు ఒంటరిగా జీవిస్తున్నా, సమాజంలో ఉన్నా, అతనిని అర్థశాస్త్రం పరిశీలించాలి. కాని ఈ నిర్వచనం వల్ల ఒంటరిగా నివసించే మానవుడు అర్థశాస్త్ర పరిధిలోకి రాడు.

శ్రేయస్సు నిర్వచనాన్ని విమర్శించి, అందులో ఉన్న లోపాలను సరిదిద్దుతూ లయొనల్ రాబిన్స్'కొరత' నిర్వచనాన్ని ఇచ్చారు. ఈ నిర్వచనం గత నిర్వచనాల కన్నా భిన్నంగా ఉంటుంది.

1.4.3 కొరత నిర్వచనం

లయొనల్ రాబిన్స్, 1932 సం॥లో "అర్థశాస్త్ర స్వరూపం, ప్రాముఖ్యం", అనే గ్రంథాన్ని ప్రచురించాడు. సంపద, శ్రేయస్సు అనే పదాలను ఉపయోగించకుండా, నూతన శైలిలో రాబిన్స్ అర్థశాస్త్రాన్ని నిర్వచించారు. రాబిన్స్ "మానవుని అపరిమిత కోర్కెలకు, ప్రత్యామ్నాయ ప్రయోజనాలున్న పరిమిత వనరుల పట్ల మానవుని ప్రవర్తన అధ్యయనమే అర్థశాస్త్రం" అని నిర్వచించాడు.

కొరత నిర్వచనంలో ముఖ్యాంశాలు

1. మానవ కోర్కెలు అనంతాలు. ఒక కోర్కె తీరిన వెంటనే మరొక కోర్కె పుట్టుకొస్తుంది. మానవుడు నిరంతరం తన కోర్కెలను తీర్చుకోవడం కోసం ప్రయత్నిస్తూ ఉంటాడు.
2. కోర్కెలను తీర్చే సాధనాలు (వనరులు) పరిమితంగా (కొరతగా) ఉంటాయి.
3. వనరులు పరిమితమే కాక వాటికి ప్రత్యామ్నాయ ప్రయోజనం కూడ ఉంటుంది.
4. ఉన్న పరిమిత వనరులను ఒక కోర్కె తీర్చుకోటానికి ఉపయోగిస్తే మరొక కోర్కె ను వదులుకోవాలి. అంటే ఉన్న కోర్కెలలో ఏ కోరిక తీర్చు కోవాలనే ఎంపిక సమస్య ఏర్పడుతుంది. కాబట్టి ముందుగా ప్రాముఖ్యత కలిగిన తదుపరి తక్కువ ప్రాముఖ్య కలిగిన కోర్కెలను తీర్చుకోవాలి.

రాబిన్స్ నిర్వచనంలో ప్రత్యేకతలు

1. భౌతిక, అభౌతిక వస్తువులని విభజన లేదు. అన్ని ఆర్థిక కార్యకలాపాలనూ అర్థశాస్త్రం పరిశీలిస్తుంది, వివరిస్తుంది.
2. అర్థశాస్త్రాన్ని ఒక విజ్ఞాన శాస్త్రంగా పరిగణించటం జరుగుతుంది. అందువల్లనే ఆర్థిక కార్యకలాపం శ్రేయస్సును పెంపొదిస్తుందా? లేదా? అని కాక, అర్థశాస్త్రం తటస్థంగా ఉంటుందని వివరిస్తుంది.
3. అర్థశాస్త్రానికి సార్వజనీనత లభ్యమైంది. అంటే అపరిమిత కోర్కెలకు, పరిమిత ప్రత్నామ్నాయ సాధనాలకు మధ్య మానవుని ప్రవర్తనే తప్ప ఆ వ్యక్తి సంఘంలో ఉంటున్నాడో లేక ఒంటరిగా నివసిస్తున్నాడా అనే ప్రసక్తే లేదు.
4. " ఎంపిక'' సమస్య ఎక్కడుంటుందో అక్కడికి అర్థశాస్త్రం, విస్తరించబడుతుందని ఈనిర్వచనం తెలియజేస్తుంది. కాబట్టి అర్థశాస్త్ర పరిధిని ఖచ్చితంగా యివ్వడం జరిగింది.
5. మార్షల్ నిర్వచనం వలే కాక అర్థశాస్త్రానికి మూల సమస్యను రాబిన్స్ గుర్తించడం జరిగింది.

గత నిర్వచనాలకన్నా రాబిన్స్ నిర్వచనం శాస్త్రీయంగా ఎన్నో విధాలుగా మెరుగైనది. అయిననూ ఈ నిర్వచనాన్ని కూడా బార్బరావూటన్, బెవరిడ్జ్, లార్డ్ కిన్స్, నైట్ మొదలగు శాస్త్రవేత్తలు విమర్శించారు.

1. శ్రేయస్సు అనే పదాన్ని రాబిన్స్ వ్యతిరేకించినా, అపరిమిత కోర్కెలను తీర్చుకోవడంలో పరిమత వనరులను ఎంపిక చేసుకునేటప్పుడు, ఏ ఎంపిక శ్రేయస్సును పెంపొందిస్తుందనే సమస్య జనిస్తుంది. అంటే శ్రేయస్సు పరోక్షంగా నిర్వచనంలోకి ప్రవేశించదన్నమాట.
2. అర్థశాస్త్రం లాంటి సాంఘీక శాస్త్రాలు మానవ సంక్షేమానికి తోడ్పడేవిగా ఉండాలి. ఈ నిర్వచనం ప్రకారం అర్థశాస్త్రం తటస్థంగా ఉండి, విజ్ఞాన శాస్త్రంగా ఉండాలనే అభిప్రాయాన్ని కొందరు అర్థ శాస్త్రవేత్తలు అంగీకరించ లేదు. అంటే ఈ నిర్వచనం వల్ల అర్థశాస్త్రంలో మానవతా దృక్పథం లోపిస్తుందన్నమాట.
3. రాబిన్స్ తన నిర్వచనంలో వనరుల ఎంపిక, కేటాయింపు తద్వారా ధర నిర్ణయం, మొదలైన సమస్యలను వివరించాడు. అందువల్ల అర్థశాస్త్రం విలువ సిద్ధాంతంగా మారిందనే విమర్శ ఉంది. అంతే కాకుండా సమిష్టి ఆర్థిక కార్యకలాపాలైన జాతీయదాయాం, ఉద్యోగిత మొదలైన సమస్యలు అర్థశాస్త్ర పరిధిలోకి రావు.
4. ఇటీవల కాలంలో ఆర్థిక వృద్ధి, ఆర్థికాభివృద్ధి అనే అంశాలు అర్థశాస్త్రంలో విశేష ప్రాముఖ్యత సంతరించు కొన్నాయి. అయితే ఈ అంశాలకు రాబిన్స్ నిర్వచనంలో స్థానం లేదు.
5. ఆర్థిక సమస్య అనేది వనరులు కొరతగా ఉన్నందు వల్లనే కాక వనరులు అత్యధికంగా లేదా సమృద్ధిగా ఉన్నందు వల్ల కూడా ఏర్పడవచ్చు, ఉదా॥ శ్రామికులు అపారంగా ఉన్నందు వల్ల నిరుద్యోగ సమస్య ఏర్పడుతుంది. ఇలాంటి విషయాన్ని రాబిన్స్ గుర్తించ లేదు.
6. అపరిమిత కోర్కెలు, పరిమిత వనరులు మధ్య ఎంపికలో ఆర్థిక విషయాలే కాక కొన్ని సమయాలల్లో అర్థికేతర విషయాలు కూడా పరిగణించవలసి రావచ్చును.

ఈ విధంగా రాబిన్స్ నిర్వచనం అనేక విమర్శలకు గురయ్యినమా, ఉన్న నిర్వచనాలన్నింటిలో శాస్త్రీయమైనది

అని చెప్పవచ్చు.

1.4.4 అభివృద్ధి నిర్వచనం

కాలానుగుణంగా మారుతున్న సమాజంలో ఎదురయ్యే ఎంపిక సమస్య, ఆర్థికాభివృద్ధి, నిరుద్యోగిత, ప్రణాళికలు మొదలైన అంశాలను పరిగణలోకి తీసుకుని శామ్యూల్‌సన్ అర్థశాస్త్రాన్ని నిర్వచించాడు.

శామ్యూల్‌సన్ ప్రకారం " ప్రజలు, సమాజం ద్రవ్యాన్ని ఉపయోగించి కాని, ఉపయోగించకుండా గాని, ప్రత్నామ్నాయ ప్రయోజనాలుండి కొరతగా ఉండే ఉత్పాదక వనరులను వివిధ వస్తువుల ఉత్పత్తికి, వర్తమానంలో కాని భవిష్యత్తులో కాని, వివిధ వర్గాల మధ్య వినియోగానికి, పంపిణీ చేయటానికి, ఏ విధంగా ఉపయోగించడం జరుగుతుందో అధ్యయనం చేసేదే అర్థశాస్త్రం" అని నిర్వచించారు.

ఈ నిర్వచనంలోని ప్రత్యేకతలు

1 శామ్యూల్‌సన్ కూడా రాబిన్స్ వలే సమాజంలోని పరిమిత వనరులు, వాటి ప్రత్నామ్నాయ ప్రయోజనాలు పరిగణలోకి తీసుకున్నారు.

2. ఉత్పత్తిలో మాత్రమే కాక పంపిణీలో ఎదురయ్యే సమస్యలకు ఈ పరిమిత వనరులు ఏ విధంగా కారణమౌతాయో వివరించటానికి ప్రయత్నించారు.

3. పరిమిత వనరులను ఉపయోగించేటప్పుడు ఆర్థికాభివృద్ధి యొక్క అవసరతను గుర్తించడం జరిగింది.

4. వర్ధమాన సమస్యలే కాక భవిష్యత్ ఆర్థిక సమస్యలను కూడా గుర్తించి, వృద్ధికి అవసరమైన అంశాలను గుర్తించి, విశ్లేషించడం జరిగింది.

5. ద్రవ్య సంబంధమైన మరియు ద్రవ్యసంబంధంలేని ఆర్థిక కార్యకలాపాలను కూడా అర్థ శాస్త్ర పరిధిలోకి తీసుకొని రావడం జరిగింది.

6. కొరత నిర్వచనంలోని అంశాలతోపాటు, వృద్ధిని కూడా జత చేయడం వల్ల ఈ నిర్వచనం రాబిన్స్ కన్న మెరుగైనది.

పైన చెప్పిన ముఖ్యమైన నిర్వచనాలే కాక అనేక మంది అర్థశాస్త్రవేత్తలు వివిధ నిర్వచనాలను ఇచ్చారు. వీటన్నింటిని వివరించి, పరిశీలించి విషయాలను కుదించి క్లుప్తంగా నిర్వచించటం చాలా కష్టమైన విషయం. అందుచేతనే కొన్ని ముఖ్య నిర్వచనాలను మాత్రమే వివరించటం జరిగింది.

1.5 అర్థశాస్త్రం - పరిధి

శాస్త్ర పరిధి అంటే ఆ శాస్త్ర పరిశోధనా క్షేత్రం అని అర్థం. అర్థశాస్త్ర పరిధి అంటే అర్థశాస్త్రం యొక్క హద్దులు,ఈ శాస్త్రం పరిశీలించే ఏరియాను గుర్తించడం. అర్థ శాస్త్ర నిర్వచనాలను పరిశీలిస్తే అర్థశాస్త్ర స్వభావం, పరిధి మనకు కొంత వరకు తెలుస్తుంది. క్రింది అంశాలను పరిశీలిస్తే మనకు అర్థశాస్త్ర పరిధి తేట తెల్లమవుతుంది.

1. అర్థశాస్త్ర విషయం
2. అర్థశాస్త్ర స్వభావము
3. అర్థశాస్త్ర పరిమితులు

1.5.1. అర్థశాస్త్ర విషయం

అడమ్ స్మిత్, జె.యస్. మిల్, జె.బి.సే, డేవిడ్ రికార్డో మొదలైన శాస్త్రవేత్తల దృష్టిలో సంపదను గురించి పరిశీలించే శాస్త్రమే అర్థశాస్త్రం. వీరు కేవలం భౌతిక వస్తువులనే సంపదగా భావించారు. ఆ తరువాత మార్షల్ భౌతిక

వస్తు సంపదతో పాటు వాటి ద్వారా వచ్చు శ్రేయస్సును కూడా తన నిర్వచనంలో జోడించారు. లయోనల్ రాబిన్స్, గత నిర్వచనాలలో ఉన్న సంపద, శ్రేయస్సులతో ముడి పెట్టకుండా, తన నిర్వచనంలో అపరిమిత కోర్కెలకు, పరిమిత ప్రత్యామ్నాయ ప్రయోజనాలున్న వనరుల మధ్య మానవ ప్రవర్తనా తీరు అర్థశాస్త్రంగా నిర్వచించాడు.

రాబిన్స్ నిర్వచనం గమనిస్తే వ్యక్తులు, కుటుంబాలు, వ్యాపార సంస్థలు, ప్రభుత్వాలు వాటి లక్ష్యాల కనుగుణంగా ఉన్న వనరుల పంపిణీ తీరు అర్థశాస్త్ర పరిధిలోకి వస్తుంది. అంటే వినియోగము, ఉత్పత్తి, మారకం, పంపిణీ, ప్రభుత్వ విత్తం, విదేశ వ్యాపారం అనే విభాగాలన్నీ అర్థశాస్త్ర పరిధిలోకి వస్తాయి.

1.5.2. అర్థశాస్త్ర స్వభావం

అర్థశాస్త్ర స్వభావంపై ఆర్థిక శాస్త్రవేత్తలందరికీ ఏకాభిప్రాయం లేదు. కొంత మంది అర్థశాస్త్రాన్ని శాస్త్రం అని మరి కొంత మంది కళ అని భావిస్తారు. ఈ విషయాన్ని పరిశీలించడం వల్ల అర్థశాస్త్రం పరిధిని మరింత అవగాహన చేసుకోవచ్చు. అర్థశాస్త్ర స్వభావాన్ని తెలుసుకోవాలంటే క్రింది విషయాలు తెలుసుకోవాలి.

ఎ) అర్థశాస్త్రం శాస్త్రమా?కళా?

బి) అర్థశాస్త్రం నిశ్చిత శాస్త్రమా ? ప్రామాణిక శాస్త్రమా?

1.5.2(ఎ) అర్థశాస్త్రం శాస్త్రము మరియు కళ

క్రమబద్ధంగా జరిపిన పరిశీలన, ప్రయోగాలద్వారా, కార్యకరణ సంబంధాలను నిరూపించే జ్ఞాన సముదాయాన్ని శాస్త్రం అంటారు. శాస్త్రంలో సాధారణ సూత్రాలు, సిద్ధాంతాలు, కార్యకరణ సంబంధాలు ఉంటాయి. అర్థశాస్త్రాన్ని రాబిన్స్, రాబర్ట్సన్ మొదలైన శాస్త్రవేత్తలు శాస్త్రంగా భావించారు. దేనినైనా శాస్త్రంగా భావించాలంటే అది క్రమబద్ధమైన పరిశీలన, శాస్త్రీయమైన సూత్రాలు కలిగి ఉండి కార్యకరణ సంబంధం తెల్పటం, ప్రయోగాత్మకంగా చూపటం, సార్వజనీనత ఉండాలి. అర్థశాస్త్రం కూడా ఆర్థిక కార్యకలాపాలను క్రమబద్ధంగా పరిశీలించడం, వివిధ ఆర్థిక సూత్రాలు అంటే ఉదా : క్షీణోపాంత ప్రయోజనసూత్రం, చరానుపాతసూత్రం, మొదలైన సూత్రాలను కల్గి ఉండటం. వీటిని ప్రయోగాత్మకంగా నిరూపించుటతో పాటు వీటికి సార్వజనీనత ఉండటం చేత దీనిని శాస్త్రంగా చెప్పవచ్చు. అయినను అర్థశాస్త్రాన్ని శాస్త్రమనడానికి కొన్ని పరిమితులూ లేక పోలేదు. ఉదా : అర్థశాస్త్ర సూత్రాలు "మిగిలిన పరిస్థితుల్లో" మార్పులేనట్లయితే అనే ప్రమేయం పై ఆధార పడడం. సూత్రాల పరిశీలకు పరిశోధన శాలలు లేకపోవటం మొదలైనవి.

ప్రయోగాత్మకంగా శాస్త్రాన్ని నిరూపించుటయే కళ. సూత్ర రూపకల్పన శాస్త్రమైతే వాటిని సమాజంలో ప్రయోగించటం కళ అవుతుంది. అర్థ శాస్త్రంలో రూపొందించ సూత్రాలు లేదా ప్రతిపాదనలను సమాజంలో ప్రయోగించి నిరూపించడం జరుగుతుంది. అందువల్లనే ఆర్థిక శాస్త్రవేత్తలైన మార్షల్, పిగూ, జె.యస్.మిల్ అర్థశాస్త్రాన్ని కళగా భావించారు.

శాస్త్రం కళను కలిగి ఉండాలి. కళకు శాస్త్రీయత ఉండాలి. కావున శాస్త్రం మరియు కళ పరస్పర పూరకాలు. అర్థశాస్త్రం కేవలం శాస్త్రమే కాదు కళ కూడా. ఈ పరిశీలన ద్వారా అర్థశాస్త్ర పరిధి ఏ విధంగా విస్తృతమైందో మనం గమనించవచ్చు.

1.5.2(బి) నిశ్చిత శాస్త్రము మరియు ప్రామాణిక శాస్త్రము

అర్థశాస్త్రం నిశ్చిత శాస్త్రమా? ప్రామాణిక శాస్త్రమా? అనే వాదనను రాబిన్స్ వెలుగులోకి తెచ్చాడు. ఉన్న విషయాన్ని లేదా సిద్ధాంతాన్ని యధాతథంగా వివరించడాన్ని నిశ్చిత శాస్త్రం అంటాం. అయితే ఆ విషయం ఏవిధంగా జరగాలో, లేదా సిద్ధాంతం ఏ విధంగా అయితే ప్రయోజనంగా ఉంటుందో తెలియజేస్తే ప్రమాణ శాస్త్రం అంటాం.

మొదటిది శుద్ధమైన విజ్ఞాన శాస్త్రమైతే, రెండవది నీతి శాస్త్రం.

రాబిన్స్ అర్ధ శాస్త్రాన్ని కేవలం విజ్ఞాన శాస్త్రంగానే భావించాడు. అంటే నిశ్చిత శాస్త్రంగానే భావించాడు. నిశ్చిత శాస్త్రం అనేది ఒక విషయానికి సంబంధించి కార్యకరణ సంబంధం మాత్రమే వివరిస్తుంది. అర్ధశాస్త్రం లక్ష్యాల మధ్య తటస్థంగా ఉండాలే తప్ప లక్ష్యాలు నిర్దేశించ రాదు అని రాబిన్స్ అంటారు. సిద్దాంతాలు రూపొందించటమే అర్ధశాస్త్రం పని. కావున అర్ధశాస్త్రవేత్త సిద్దాంతాలు వివరించాలే కాని నిర్ణయాలు తీసుకో రాదు అని నిశ్చిత అర్ధశాస్త్రం తెల్పుతుంది.

ప్రమాణ శాస్త్ర భావనను పరిశీలిస్తే, అర్ధశాస్త్రం అనేది ఒకసాంఘీక శాస్త్రం, సాంఘీక శాస్త్రాలలో మంచి నిర్ణయాలు, సంక్షేమ నిర్ణయాలు తీసుకోవటం సాంఘీక శాస్త్రవేత్తల భాద్యత. అదే విధంగా అర్ధశాస్త్రంలో కూడా సిద్దాంతాల యొక్క మంచి చెడులను వివరించాల్సిన భాధ్యత అర్ధ శాస్త్రవేత్తలకు ఉంటుంది. నైతిక నిర్ణయాల ఆవశ్యకత వ్యాపార రంగంలో మరింత తప్పనిసరి.

అర్ధశాస్త్రం నిశ్చిత శాస్త్రంగా ఉండి, ఆర్థిక శాస్త్రవేత్తలు ప్రేక్షక పాత్ర వహిస్తే ఆర్ధిక సంక్షేమం సాధ్యం కాదు. దేశంలో పేదరికం, నిరుద్యోగ, ద్రవ్యోల్బణం లాంటి పెను సమస్యలు ఉత్పన్నమైతే పరిష్కారమూ లభించదు. కాబట్టి అర్థశాస్త్రం యొక్క పాత్ర ఈ మధ్య కాలంలో నిశ్చిత శాస్త్రం కన్నా ప్రమాణ శాస్త్రంగానే పెరుగుచున్నది. ఈ పరిశీలన వల్ల అర్ధశాస్త్ర పరిధి మరింత విశదమౌతుంది.

1.5.3. అర్ధశాస్త్ర పరిమితులు

అర్ధశాస్త్రం పరిధి అవగాహన కావాలంటే శాస్త్ర పరిమతులు కూడా తప్పని సరిగా తెలుసుకోవాలి. అర్ధశాస్త్రానికి క్రింది పరిమితులు ఉన్నాయి.

1. మానవుని యొక్క జీవితం అతని మత, సాంస్కృతిక, సాంఘిక, రాజకీయ, ఆర్ధిక కార్యకలాపాలతో ముడిపడి ఉంది. అర్ధశాస్త్రం కేవలం సంపదతో సంబంధం ఉన్న ఆర్ధిక కార్యకలాపాలను మాత్రమే పరిశీలిస్తుంది.
2. అర్ధశాస్త్రం సాధారణ మానవుని గూర్చి పరిశీలిస్తుంది. అసాధారణ వ్యక్తులైన త్రాగుబోతులు, పిసినార్లు, మతిస్థిమితం లేని వారిని పరిశీలించదు.
3. అర్ధశాస్త్రం కొరతగా ఉన్న లేదా పరిమితంగా ఉన్న వనరులను మాత్రమే పరిశీలిస్తుంది.
4. సాధారణమైన వ్యక్తులు అంటే మానవ సంబంధమైన కోరికలు , భావాలు, ప్రేమ మొదలైన లక్షణాలున్న వారినే పరిశీలిస్తుంది. ఊహ లోకంలో తేలియాడే వారిని పరిశీలించదు.
5. అర్ధశాస్త్ర సూత్రాలు శాస్త్రీయమైనవి. ఇవి ఆర్ధిక కార్యకలాపాల కార్యకరణ సంబంధాలను వివరిస్తాయి. కాని భౌతిక సూత్రాలవలే పూర్తి ఖచ్చితమైనవి కావు.

పైన తెలిపిన అర్ధశాస్త్ర విషయం, అర్ధశాస్త్ర స్వభావం నేపధ్యంలో ఆర్ధశాస్త్ర పరిధిని అవగాహన చేసుకోవచ్చు.

1.6 సూక్ష్మ, స్థూల అర్థశాస్త్రాలు

అర్థశాస్త్ర విషయాన్ని 1933లో 'రాగ్నార్‌ఫ్రిష్' అనే శాస్త్రవేత్త రెండు భాగాలుగా విభజించారు.

1.సూక్ష్మ అర్థశాస్త్రం

2.స్థూల అర్థశాస్త్రం

1.6.1 సూక్ష్మ అర్థశాస్త్రం

ఆర్థిక వ్యవస్థలోని వ్యక్తిగత యూనిట్ల (అంటే ఒక వినియోగదారుడు, ఒక కుటుంబం, ఒక సంస్థ మొదలైన) యొక్క ఆర్థిక కార్యకలాపాలను సూక్ష్మ అర్థశాస్త్రం అధ్యయనం చేస్తుంది. (ఈ శాస్త్రాన్ని ధరల సిద్ధాంతం అని కూడా అంటారు.) మార్కెట్‌లో వినియోగదారుని సమతౌల్యం, ఉత్పత్తి సాధనాల ఆదాయం, ఉత్పత్తి చేసిన వస్తువుల ధర నిర్ణయం, ఉత్పత్తిదారుల మరియు వినియోగదారుల ప్రవర్తనా తీరు, సంస్థ సమతౌల్యం మొదలైన విషయాలు ఈ శాస్త్రంలో పరిశీలించ బడతాయి. ఆర్థిక వ్యవస్థలో అతి చిన్న యూనిట్ల పరిశీలన కాబట్టి ఈ శాస్త్రాన్ని సూక్ష్మ అర్థశాస్త్రం అంటారు.

ప్రాముఖ్యత

ఆర్థిక వ్యవస్థలో సూక్ష్మ అర్థశాస్త్రానికి సిద్ధాంతపరంగా కాని, ఆచరణాత్మకంగా కాని అధిక ప్రాముఖ్యత ఉంది.

1. స్వేచ్ఛా వ్యాపార ఆర్థిక వ్యవస్థ (ప్రభుత్వ జోక్యం తక్కువగా ఉన్న) పని చేసే తీరును గూర్చి వివరిస్తుంది.
2. ఆర్థిక వ్యవస్థలో ఉత్పత్తి సామర్థ్యాన్ని, ప్రజా సంక్షేమాన్ని పెంచే విధానపరమైన నిర్ణయాలు తీసుకోవటానికి తోడ్పడుతుంది.
3. అర్థశాస్త్రానికి అనువర్తిత శాఖలైన ప్రభుత్వ విత్తశాస్త్రం (పబ్లిక్ ఫైనాన్స్), అంతర్జాతీయ వ్యాపారం (International Trade) మొదలైన శాస్త్రాలలో ఆర్థిక విశ్లేషణ తోడ్పడుతుంది.

పరిమితులు

సూక్ష్మ అర్థశాస్త్రానికి కొన్ని పరిమితులు ఉన్నాయి.

1. వ్యక్తిగత యూనిట్లు పనిచేసే తీరును వివరిస్తుందే తప్ప ఆర్థిక వ్యవస్థ మొత్తంగా పనిచేసే తీరు వివరించదు.
2. ఈ సిద్ధాంతంలో రూపొందిన సిద్ధాంతాలు కొన్ని అవాస్తవిక ప్రమేయాలు ఉదా॥ సంపూర్ణోద్యోగిత, స్థిరమైన వనరులు మొ॥లైన ఆధారపడి ఉంటాయి.

1.6.2 స్థూల అర్థశాస్త్రం

స్థూల శాస్త్రాన్ని ఆదాయ సిద్ధాంతం అని కూడా పిలుస్తారు. ఆర్థిక వ్యవస్థలోని సమిష్టి యూనిట్లను స్థూల అర్థశాస్త్రం పరిశీలిస్తుంది. ఈ శాస్త్రం ఆర్థికవ్యవస్థ లోని వ్యక్తిగత యూనిట్లు కాకుండా ఆర్థికవ్యవస్థను మొత్తంగా పరిశీలిస్తుంది. ఆర్థికవ్యవస్థ మొత్తానికి సంబంధించిన జాతీయాదాయం, సమిష్టి సప్లయ్, సమిష్టి డిమాండ్ మొదలైన వాటిని ఈ శాస్త్రం పరిశీలిస్తుంది. ఈ సమిష్టి అంశాల స్వరూపం, ప్రవర్తన వాటి పరస్పర సంబంధం, వాటికున్న కారణాలు, వాటిలో ఏర్పడే ఒడుదుడుకులను స్థూల అర్థశాస్త్రం పరిశీలిస్తుంది.

ప్రాముఖ్యత

1. ఆర్థికవ్యవస్థ యొక్క పనితీరును అవగాహన చేసుకొనటానికి ఉపయోగ పడుతుంది.
2. దేశానికి అవసరమైన ఆర్థిక విధానాలు తయారు చేయుటలో ఈ విశ్లేషణ ఉపయోగ పడుతుంది.
3. వెంటనే పరిష్కరించ వలసిన అర్థిక సమస్యలు ఉన్నట్లయితే వాటికి పరిష్కారాలను ఈ శాస్త్రం అందిస్తుంది.

పరిమితులు

1. సమిష్టి కార్య కలాపాలనే తప్ప వ్యక్తిగత యూనిట్ల పరిశీలనను పూర్తిగా వదిలివేస్తుంది.
2. వ్యక్తిగత యూనిట్ల మధ్య తేడాలను వివరించలేదు సగటు ఫలితాలు మాత్రమే తెల్పుతుంది.

1.6.3 సూక్ష్మ, స్థూల అర్థశాస్త్రాల పరస్పర సంబంధం

సూక్ష్మ, స్థూల అర్ధశాస్త్రాల మధ్య ఖచ్చితమైన హద్దులంటూ లేవు. రెంటికీ పరస్పర సంబంధము ఉంది. రెండూ పరస్పరం ఒకదానిపై ఒకటి అధారపడి ఉంటాయి. వ్యక్తిగత యూనిట్లలో వచ్చే మార్పులు, ఆర్థిక వ్యవస్థ మొత్తాన్ని ప్రభావితం చేస్తాయి కదా. ప్రత్యేకంగా స్థూల విశ్లేషణ ఎందుకు? అనిపించవచ్చు. కాని సూక్ష్మ స్థాయిలో నిజమైనది స్థూల స్థాయిలో నిజం కాకపోవచ్చు. ఇలాంటి విషయాలను స్థూల అర్ధశాస్త్ర వైపరీత్యాలు అంటారు. ఉదా॥కు వ్యక్తిగత పొదుపు మంచిదని దేశమంతా పొదుపు చేస్తే దేశంలో వ్యతిరేక ఫలితాలు వస్తాయి. వ్యక్తిగతంగా పొదుపు చేస్తే పిల్లల చదువులకు, గృహనిర్మాణానికి, ముసలితనంలో భద్రతకు ఉపయోగపడుతుంది. కాని దేశమంతా పొదుపు చేస్తే దేశ పొదుపు తగ్గి, మూలధనం తగ్గి, తద్వారా ఉత్పత్తి, ఉద్యోగిత, ఆదాయ స్థాయిలు పడిపోతాయి. ఫలితంగా ఆర్థిక వ్యవస్థ దెబ్బతింటుంది. అందువల్ల స్థూల విశ్లేషణం ప్రత్యేకంగానే ఉండాలి.

1.7 నిశ్చల అర్థశాస్త్రం, చలన అర్థశాస్త్రం

అగస్ట్‌కోమ్ అనే శాస్త్రవేత్త నిశ్చల, చలన అనే భావాలు సమాజ శాస్త్రాలలో ప్రవేశ పెట్టారు. జె.యస్. మిల్ ఈ భావనలను అర్ధశాస్త్రంలో ఉపయోగించారు. ఆర్థిక వ్యవస్థలో జనాభా, మూలధనం, ఉత్పత్తి పద్ధతులు, వ్యవస్థాపన పనితీరు, అలవాట్లు అభిరుచులు మొదలైన అంశాలు స్థిరంగా ఉంటాయని భావించి రూపొందించే విశ్లేషణ నిశ్చల విశ్లేషణ. అంటే కాలానుగుణంగా వచ్చే మార్పులను ప్రాతిపదికగా తీసుకోకుండా జరిపే విశ్లేషణ.

కాని జనాభా, మూలధనం, ఉత్పత్తి పద్ధతులు, వ్యవస్థాపన తీరు, అలవాట్లు, అభిరుచులు అనేవి కాలానుగుణంగా మారుతుంటాయి. ఈ మారుతున్న పరిస్థితులను ఆధారంగా తీసుకొని అంటే కాలాన్ని ప్రాతిపదికగా తీసుకొని జరిపే విశ్లేషణను చలన ఆర్థిక విశ్లేషణ అంటారు.

అర్థశాస్త్రానికి పై రెండు విశ్లేషణలూ అవసరం. ఆర్థిక సమస్యలలో కొన్నింటికి నిశ్చల విశ్లేషణద్వారా పరిష్కారం లభిస్తుంది. మరి కొన్నింటికి చలన విశ్లేషణ ద్వారా పరిష్కరించుకో వలసి ఉంటుంది.

1.8 ఆర్థిక విశ్లేషణ పద్ధతులు

ఆర్థిక సమస్యలను విశ్లేషణ చేసి, సత్యాన్ని కనుగొని అధ్యయనం చేయటానికి అర్థశాస్త్రంలో రెండు ప్రధాన విశ్లేషణ పద్ధతులు ఉన్నాయి.

1. ఆగమన పద్ధతి
2. నిగమన పద్ధతి

1.8.1 ఆగమన పద్ధతి

ఈ పద్ధతిని సాంప్రదాయ, నవ్య సాంప్రదాయ ఆర్థిక శాస్త్రవేత్తలు ఉపయోగించారు. ఈ పద్ధతిలో గతంలోని అనుభవాల ఆధారంగా సత్యాన్ని అన్వేషించడం జరుగుతుంది. ముందుగా సాధారణ విషయాలు పరిశీలించిన తరువాత నిర్దిష్టమైన నిర్ణయానికి రావడం జరుగుతుంది. ఆగమన పద్ధతిలో వివిధ దశలుంటాయి.

మొదట సమస్యను గుర్తించటం. కొన్ని ప్ర మేయాలు చేయటం.

2. ఆ సమస్యకు సంబంధించిన సమాచారాన్ని సేకరించటం.
3. సమాచారాన్ని వివిధ వర్గాలుగా విభజించటం.
4. సమాచారాన్ని విశ్లేషించటం.
5. సూత్ర ప్రతిపాదన చేయటం.

ఆగమన పద్ధతి - సుగుణాలు

1. పరిశీలన జరిపిన తరువాత సూత్రాలను రూపొందించటం జరుగుతుంది. కాబట్టి ఈ పద్ధతి నిర్దిష్టమైనది.
2. ఈ పద్ధతివల్ల రూపొందించిన సూత్రాలకు సార్వ జనీనత ఉంటుంది.
3. ఈ పద్ధతి ద్వారా సాధారణ సూత్రాలు ప్రతిపాదించబడతాయి. ఈ సూత్రాల ద్వారా భవిష్యత్ పరిశోధన సాధ్యమౌతుంది.
4. ప్రభుత్వాలు విధాన నిర్ణయాలు తీసుకోవడానికి ఈ సూత్రాలు తోడ్పడతాయి.

ఆగమన పద్ధతి - లోపాలు

ఈ పద్ధతిలో కొన్ని లోపాలున్నాయి.

1. భౌతిక, జీవశాస్త్రాలలో వలే ప్రయోగశాలలో ప్రయోగాలు చేసి రూపొందించుటకు అవకాశం తక్కువ.
2. ఈ పద్ధతికి ఎక్కువ కాలం అవసరం అవుతుంది. వ్యయ ప్రయాసలు కూడా ఎక్కువే.
3. ఈ పద్ధతిలో పరిశోధకుడు సిద్ధాంతాన్ని రూపొందించేటప్పుడు, తన దురభిమానాలను నిర్వచనంలో చొప్పించులకు అవకాశం ఉంది.
4. సమాచార విశ్లేషణ చేసేటప్పుడు పరిశోధకునకు మరొక పరిశోధకునకు తేడా ఉంటుంది.

1.8.2 నిగమన పద్ధతి

ఈ పద్ధతిలో మొదట ఏవో కొన్ని ముఖ్య ప్రమేయాలతో ప్రారంభించి, కార్యకారణ సంబంధాన్ని తర్కించి, సూత్రాన్ని ప్రతిపాదిస్తారు. ఆ తరువాత ఈ సూత్రాన్ని వాస్తవిక విషయాలతో పోల్చి చూస్తారు అర్థశాస్త్రంలో చాలా సూత్రాలు ఈ పద్ధతి ద్వారా రూపొందించినవే. ఉదా॥కు వినియోగదారుడు ఒక వస్తువును వినియోగిస్తూ ఉంటే ఉపాంత ప్రయోజనం తగ్గుతుంది. ధర తక్కువగా ఉంటే ఎక్కువ సరుకులు కొంటాడు. ఈ పద్ధతి ప్రాచీన శాస్త్రజ్ఞుల రచనలలో తరచుగా కన్పిస్తుంది. ఈ పద్ధతిలో 'ఇతర పరిస్థితులలో మార్పులేనప్పుడు' అనే నిబంధన తో సూత్రాలు ప్రారంభించ బడతాయి.

నిగమన పద్ధతి- సుగుణాలు

1. నిగమన పద్ధతిని ఉపయోగించుటం చాలా సులువు. ఈ పద్ధతిలో విషయాలు ముందుగా సేకరణచేసి విశ్లేషించి సూత్రాలు రూపొందిచాల్సిన అవసరం లేదు. కేవలం ప్రమేయాలపై ఆధారపడి క్లిష్టమైన విశ్లేషణ నైననూ చేయవచ్చు.
2. ఈ పద్ధతిలో సిద్ధాంతాలను రూపొందించటానికి ఏ ప్రయోగశాలల అవసరం లేదు. కేవలం ఆలోచనాత్మకంగా, తర్క విధానం ద్వారా సూత్రాలు ప్రతిపాదించవచ్చు.
3. ఈ పద్ధతిలో తర్కాన్ని, గణితాన్ని కూడా ఉపయోగించవచ్చు. కావున ఫలితాలను ఖచ్చితంగా రాబట్ట వచ్చు.

నిగమన పద్ధతి-లోపాలు

నిగమన పద్ధతిలో కూడా కొన్ని లోపాలు ఉన్నాయి.

1. ఈ పద్ధతిలో రూపొందించే సూత్రాలు కొన్ని ప్రమేయాల పై ఆధారపడి ఉంటాయి. ప్రమేయాలు నిజమైనప్పుడే ఆ సూత్రాలు పని చేస్తాయి. ప్రమేయాలు మారితే పని చేయవు.
2. ఆర్థిక వ్యవస్థలో పరిస్థితులు ఎల్లప్పుడూ మారుతూ ఉంటాయి. ఈ పద్ధతిలో 'మిగిలిన ప్రమేయాలలో మార్పులేనప్పుడు' అనే నిబంధనతో సూత్రం ప్రారంభమవుతుంది. కావున పరిస్థితుల్లో మార్పువస్తే సూత్రం వర్తించదు.
3. వాస్తవానికి దూరంగా ఉండే ప్రమేయాలపై ఆధారపడి సిద్ధాంతాలు రూపొందించ బడతాయి. కాబట్టి సర్వత్ర వీటిని ఉపయోగించ లేము.

1.9 అర్థశాస్త్ర ప్రాముఖ్యం

మానవ జాతి ప్రయోజనమే అన్ని శాస్త్రాలు అభివృద్ధికి మూలం, సమాజ శాస్త్రాలన్నింటికి కేంద్ర బిందువు మానవుడు. సమాజ శాస్త్రాలలో అర్థశాస్త్రం ఒకటి, కాబట్టి ఇతర సమాజ శాస్త్రాలన్నింటితో ఈ శాస్త్రానికి దగ్గర సంబంధం ఉంది. సాంఘీక శాస్త్రాలలో ఆర్థిక శాస్త్రం ఎంతో విలువైనది. సిద్ధాంత పరంగా, ఆచరణాత్మకంగా అర్థశాస్త్రం ఎంతో ప్రాముఖ్యం కలిగినది. అర్థశాస్త్రం ద్వారా అనేక సమస్యలకు పరిష్కారం లభ్యమౌతుంది. అందుకే శ్రీమతి జోన్ రాబిన్ అనేశాస్త్రవేత్త 'అర్థశాస్త్రం పరికరాలపెట్టె' అన్నారు.

1. ఆర్థిక వ్యవస్థ పని తీరును అర్థం చేసుకోవచ్చు. ఆర్థశాస్త్రం ద్వారా ఏ వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయాలి, ఏ విధంగా ఉత్పత్తి చెయ్యాలి, ఎవరి కోసం ఉత్పత్తి చేయాలనే సమస్యలకు పరిష్కారం కనుగొనవచ్చు.
2. ధర యంత్రాంగాన్ని తెలుసుకో వచ్చు. మార్కెట్‌లో వస్తువుల ఉత్పత్తి సాధనాల ధర నిర్ణయం గూర్చి తెలుసుకో వచ్చు. వినియోగం, వినిమయం, పంపిణీలను తెలుసుకోవచ్చు.
3. ఉన్న పరిమిత వనరులను సమర్థవంతంగా ఉపయోగించుకోవటానికి అర్థశాస్త్రం సహాయపడుతుంది.
4. ప్రభుత్వం విధించే పన్నుల విధానంలో ఉన్న లోపాలను తెలుసుకొని, దేశానికి శ్రేయాదాయకమైన పన్నుల విధానం అవలంభించుటకు అర్థశాస్త్రం సూచనలు ఇస్తుంది.
5. వివిధ దేశాల మధ్య వ్యాపారం వల్ల లాభాలు, వ్యాపార చెల్లింపులు, మారకపు రేట్లు మొదలైన అంశాలను విశ్లేషణ చేయటానికి అర్థశాస్త్రం ఉపయోగపడుతుంది.
6. దేశ శ్రేయస్సు గరిష్టంగా ఉండటానికి అవసరమైన పరిస్థితులను గురించి అర్థశాస్త్రం వివరిస్తుంది.
7. దేశ ఆర్థికాభివృద్ధికి అవసరమైన నమూనాలను అర్థశాస్త్రం అందిస్తుంది.
8. దేశ ఆర్థిక స్థితిగతుల కనుగుణంగా ప్రభుత్వం అవలభించగల విధానాలను అర్థశాస్త్రం అందిస్తుంది.
9. దేశ ఆర్థికవ్యవస్థను స్వరూపాన్ని విశ్లేషించటం కోసం అనేక విశ్లేషణ పరికరాలను అర్థశాస్త్రం అందింస్తుంది. ఉదాహరణకు వ్యయ లాభ విశ్లేషణ పరికరాలద్వారా దేశ స్థితి గతులను అంచనా వేసి, ఆర్థిక వ్యవస్థను సరైన మార్గం లోకి మళ్ళించుటకు అవకాశం ఉంది.

1.10 అర్థశాస్త్రానికి ఇతర శాస్త్రాలతో గల సంబంధం

స్థూలంగా శాస్త్రాలను భౌతిక శాస్త్రాలు (Physical Sciences), సాంఘీక శాస్త్రాలు (Social Sciences) అని రెండుగా విభజించవచ్చు. సాంఘీక శాస్త్రాలు మానవుని ప్రవర్తనను అధ్యయనం చేస్తాయి. ఒక మానవునికి మరొక మానవునితో గల సంబంధాన్ని గూర్చి వివరిస్తాయి. అంతే గాక మానవుడు తన చుట్టూ గల సాంఘీక, ఆర్థిక, రాజకీయ, న్యాయ సంస్థలతో సన్నిహిత సంబంధాలు కలిగి ఉంటాడు. అతని ఆర్థిక విషయాలను అర్థశాస్త్రం అధ్యయనం చేయగా, రాజకీయ ప్రవర్తనను రాజకీయ శాస్త్రం, మానసిక విషయాలను మనస్తత్వ శాస్త్రం అధ్యయనం చేస్తాయి. కాబట్టి మానవునికి ఇతర శాస్త్రాలలో సంబంధం ఉన్నట్లే, మానవుని దైనందిన జీవనంలో ముఖ్యమైన అర్థశాస్త్రానికి కూడా ఇతర శాస్త్రాలతో సన్నిహిత సంబంధం ఉంది.

1.10.1 అర్థశాస్త్రం - రాజనీతి శాస్త్రం

మొదట్లో అర్థశాస్త్రాన్ని 'రాజకీయ అర్థశాస్త్రం' అనే వారు. రాజనీతి శాస్త్రానికి, అర్థశాస్త్రానికి అతి సన్నిహిత సంబంధం ఉంది. ఆర్థిక శాస్త్రం మానవ సంపద, సంక్షేమాన్ని పెంపొందించుకొనే ప్రయత్నాల ను వివరిస్తే , రాజనీతి శాస్త్రం, మానవుడు ఏర్పరచిన ప్రభుత్వం, పౌర సంబంధాలను పరిశీలిస్తుంది. అన్ని రాజకీయ సమస్యలకు ఆర్థిక కారణాలు మూలమై ఉంటాయి. ఆర్థిక పరిస్థితులపై రాజకీయ వ్యవస్థల ప్రభావం ఉంటుంది. అట్లాగే రాజకీయ వ్యవస్థల పై కూడా ఆర్థిక ప్రభావాలు ఉంటాయి. ఉదా॥ వలస పాలన వల్ల భారతదేశంలో దారిద్ర్యం, దుస్థితి ఏర్పడింది.

1.10.2 అర్థశాస్త్రం - చరిత్ర

గతంలో జరిగిన సంఘటనల క్రోడీకరణే చరిత్ర. ఒక దేశ చరిత్ర లేదా జాతి చరిత్ర సమకాలీన (అద్యయనం చేసేకాలానికి) సామాజిక, రాజకీయ, ఆర్థిక పరిస్థితులను వివరిస్తుంది. ఈనాటి ఆర్థిక సమస్యలను అవగాహనకు, పరిష్కారానికి గత చరిత్రను తెలుసుకోవడం ఎంతో అవసరం. వివిధ దేశాలను పోల్చటానికి చరిత్రలోని ఆర్థిక విషయాలు ఎంతో ఉపకరిస్తాయి. అందుచేతనే " చరిత్ర లేని అర్థశాస్త్రం వేళ్ళు లేని మొక్క, అర్థశాస్త్రం లేని చరిత్ర ఫలంలేని వృక్షం" అన్నారు.

1.10.3 అర్థశాస్త్రం - సామాజిక శాస్త్రం

మనమూ, మనచుట్టూ ఉండే ప్రజలను సమాజం అనవచ్చును. మన చుట్టూ ఉండే ప్రజల మధ్య సంబంధాలు, సహకారాలు, ఆచారాలు ఇవన్నీ సామాజిక శాస్త్ర పరిధిలోకి వస్తాయి. ఇది మానవునికి సంబంధించిన రాజకీయ, ఆర్థిక, నైతిక విలువల్ని విశ్లేషిస్తుంది. ఈ శాస్త్రం సమాజం లోని మానవ ప్రవృత్తిని తెలియజేస్తుంది. మార్షల్ అభిప్రాయంలో అర్థశాస్త్రం కూడా వ్యక్తిగతంగా, సామాజికంగా మానవ ప్రవర్తన పరిశీలనయే. సమాజ శాస్త్రంలో అర్థశాస్త్రం ఒక భాగం వంటిదే, కాని దీని ప్రత్యేకత దీనికి ఉంది. ఒక శాస్త్రం పై మరియొక శాస్త్రం యొక్క ప్రభావం ఎంతైనా ఉంటుంది. ఉదాహరణకు సామాజిక శాస్త్రంలో ఆచారాలు, సాంప్రదాయాలు మొదలైనవి, అర్థశాస్త్రం విషయాలైన జనాభా, శ్రామికుల గమనశీలత, ఉమ్మడి కుటుంబ వ్యవస్థ, చిన్న కమతాలు మొదలైన వానిపై ప్రభావం చూపిస్తాయి.

1.10.4 అర్థశాస్త్రం - నీతి శాస్త్రం

మానవుని నైతిక విలువలకు సంబంధించిన శాస్త్రమే నీతి శాస్త్రం. నీతి శాస్త్రం ఆత్మవిచారణ శాస్త్రం. మానవుడు నీతిగా, నిజాయితీగా ఉండాలని ఈ శాస్త్రం చెబుతుంది. ఆర్థికాభివృద్ధి జరగాలంటే వ్యక్తులలో నీతి నియమాలు, వ్యక్తిగత శ్రద్ధ ఎంతో అవసరం. శ్రామిక సామర్థ్యం నిర్ణయించడంలో ఈ నీతి నియమాలు ప్రముఖ పాత్ర వహిస్తాయి. అంతేగాక నల్ల బజారు, దొంగ నిల్వలు, పన్నుల ఎగవేత, దొంగనోట్ల ముద్రణ, స్మగ్లింగ్

మొదలైనవన్నీ వ్యక్తులందు నీతి లేకపోవడం వల్లనే జరుగుతున్నాయి. ఇవన్నీ ఆర్థికాభివృద్ధి కుంటు పడటానికి కారణాలే. "నిజాయితీయే ఉత్తమ విధానం"(Honesty is the best policy) అనే సూత్రం నీతి శాస్త్రంలోనిదైనా, ఆర్థికాభివృద్ధికి ఈ సూత్రం ఎంతగానో ఉపయోగపడుతుంది. ఈ విధంగా ఈ రెండు శాస్త్రాలకు సన్నిహిత సంబంధం ఉంది.

1.10.5 అర్థశాస్త్రం - న్యాయశాస్త్రం

ఏది చేయవచ్చునో, ఏది చేయకూడదో తెలియజేసేది న్యాయశాస్త్రం. చట్టం ద్వారా ఈ శాస్త్రం ప్రజలను అదుపులో ఉంచుతుంది. దేశ కాలమాన పరిస్థితులను బట్టి న్యాయశాస్త్రం ప్రజలను అదుపులో ఉంచుతుంది. దేశ కాలమాన పరిస్థితులను బట్టి న్యాయశాస్త్రం కూడా మారుతూ ఉంటుంది. ఏ దేశంలోనైనా చట్టం విధానాలు కొంతవరకు ఆ దేశ సాంఘిక, ఆర్థిక పరిస్థితులపై ఆధారపడి ఉంటాయి.

ఆర్థిక పరమైన విషయాలలో న్యాయశాస్త్రం యొక్క ప్రమేయాన్ని గురించి మనం ఆలోచించాలి. పారిశ్రామిక విప్లవనాంతరం అత్యధిక స్థాయిలో ఉత్పత్తి వల్ల ఉద్యోగ అవకాశాలు పెరిగి, కార్మికుల సంఖ్య కూడా పెరిగింది. వీరి కోసం కార్మిక సంఘాల చట్టాలు, పారిశ్రామిక వివాదాల చట్టం మొదలైనవి వచ్చాయి. సాంఘిక న్యాయం కోసం భూసంస్కరణల చట్టం మొదలైనవి వచ్చాయి. ఉమ్మడి కుటుంబాలు విచ్ఛిన్న మవడంతో వారసత్వపు చట్టాలు ఆర్థికాభివృద్ధికి దోహదం చేస్తే, కొన్నిటి వలన ఇందుకు కొంత నష్టం కూడా కలిగింది. చట్టాల వలన వచ్చిన దుష్ఫలితాల నివారణ కోసం వీటిని సవరిస్తూ కమతాల ఏకీకరణ మొదలైన మరికొన్ని చట్టాలు వచ్చినాయి. ఈ విధంగా న్యాయ శాస్త్రం ఆర్థికాభివృద్ధిని నిర్దేశిస్తూ ఈ రెండు శాస్త్రాల మధ్యగల సన్నిహిత సంబంధాన్ని నిరూపిస్తోంది.

1.10.6 అర్థశాస్త్రం - గణిత శాస్త్రం

ఈ యుగం గణిత శాస్త్ర యుగంగా పేర్కొనవచ్చు. గణిత శాస్త్రం పద్ధతిలో ఆర్థిక సూత్రాలు చెపితే అవి ఖచ్చితంగానూ, నిశ్చయంగానూ ఉంటాయి. అర్థశాస్త్రంలోని మార్కెట్ విలువ సిద్ధాంతాలు, క్రమక్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రము, ద్రవ్యరాశి సిద్ధాంతాలు మొదలైనవి గణిత శాస్త్ర పద్ధతిలోనే చెబుతారు. రేఖా చిత్రాల ద్వారా వివిధ ఉదాహరణకు వివరించడం వల్ల వానిని తేలికగా అర్థం చేసుకో గల్గుతున్నాము. అంతే కాక ఈనాడు ప్రణాళికలలోను, అంతర్జాతీయ వ్యాపార రంగం లోను గణితశాస్త్రాన్ని విరివిగా ఉపయోగిస్తున్నారు. గణిత శాస్త్ర పద్ధతులను ఉపయోగించే అర్థశాస్త్రాన్ని అర్థశాస్త్ర మితి (Econometrics) అంటారు.

1.10.7 అర్థశాస్త్రం - గణాంక శాస్త్రం

గణాంకశాస్త్రం అనేక ఆర్థిక నిర్ణయాలకు, ఆర్థిక సమస్యల పరిష్కారానికి తోడ్పడుతుంది. అర్థశాస్త్రానికి ఇది ఎంతో సహాయకారి. అర్థశాస్త్ర అధ్యయన పద్ధతులలో ముఖ్యమైన ఆగమన పద్ధతికి ఈ శాస్త్రం అవసరం. విషయ సేకరణ, క్రోడీకరణ సమస్యకు తగిన పరిష్కారము మొదలైన క్రియలకు ఈ శాస్త్రం అవసరం. దేశంలోని ఉత్పత్తి, ఉద్యోగిత, ఆదాయం, పన్నులు, పొదుపు, పెట్టుబడి మొదలైన వివరాల సేకరణకు గణాంక శాస్త్రం ఎంతగానో ఉపయోగపడుతుంది. ప్రణాళికలు రూపొందించడానికి కూడా ఈ శాస్త్రం తోడ్పడుతుంది. అందువల్ల అర్థశాస్త్ర అధ్యయనం చేయు విద్యార్థి విధిగా గణాంకశాస్త్రం తెలిసికోవలసి ఉంటుంది.

1.11 సారాంశం

అపరిమిత కోర్కెలకు, పరిమిత ప్రత్యామ్నాయ ప్రయోజనాలున్న వనరుల మధ్య మానవుని ప్రవర్తనను తెలియచేసేదే అర్థశాస్త్రం అర్థశాస్త్ర నిర్వచనాలు ప్రాధానంగా నాలుగు, అవి - సంపద, నిర్వచనం, శ్రేయస్సు నిర్వచనం, కొరత నిర్వచనం, అభివృద్ధి నిర్వచనం.వనరుల కొరత వల్ల ఆర్థిక సమస్య ఏర్పడుతుంది. అర్థశాస్త్రములో ప్రధానమైన సమస్య ఎంపిక.

అర్ధశాస్త్ర పరిధిని తెలుసుకోవాలంటే అర్ధశాస్త్ర విషయం, అర్ధశాస్త్ర స్వభావం,అర్ధశాస్త్ర పరిమితుల అవగాహన అవసరం. వ్యక్తిగత యూనిట్లను పరిశీలిస్తే సూక్ష్మ అర్థశాస్త్రం అని సమిష్టి యూనిట్లను పరిశీలిస్తే స్థూల అర్థశాస్త్రమని అంటారు. ఈ రెండు శాస్త్రాలు పరస్పరం ఆధారితాలు. కాల ప్రాదిపదిక లేకుండా చేసే విశ్లేషణను నిశ్చల ఆర్థిక విశ్లేషణ అని, కాలాన్ని ప్రాతిపదికగా జరిపే విశ్లేషణ చలన ఆర్థిక విశ్లేషణ అని అంటారు. రెండు విశ్లేషణలు ఆర్థిక సమస్యల పరిష్కారానికి ఉపయోగపడుతాయి. అర్ధశాస్త్ర విశ్లేషణ పద్ధతులు రెండు రకాలు :

1) నిగమన పద్ధతి : ఇందులో సూత్రాలను ముందుగా రూపొందించి తరువాత నిగమన తర్క విధానంతో రూపొందిస్తారు.

2) ఆగమన పద్ధతి : ఈ పద్ధతిలో ముందుగా గణాంక విచారణ జరిపి, విశ్లేషించి ఆ తరువాత సూత్రాలను రూపొందిస్తారు.

1.12 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

1. కోర్కెలను తీర్చుకోవటం కోసం కావలసిన ఆదాయాన్ని సంపాందించటం కోసం చేసే ప్రతి పని ఆర్థిక కార్యకలాపమే.
2. మౌలిక ఆర్థిక సమస్యలు ఏవంటే (1) ఏ ఏ వస్తువును ఉత్పత్తి చెయ్యాలి (2) ఏ ఏ పద్ధతుల్లో ఉత్పత్తి చెయ్యాలి (3) ఎవరి కోసం ఉత్పత్తి చెయ్యాలి.
3. అర్ధశాస్త్రానికి ఆడమ్ స్మిత్ సంపద నిర్వచనాన్ని, మార్షల్ శ్రేయస్సు నిర్వచనాన్ని, రాబిన్స్ సంపద నిర్వచనాన్ని, శామ్యూల్సన్ అభివృద్ధి నిర్వచనాన్ని ఇచ్చారు.
4. విజ్ఞానాన్ని అందించేది శాస్త్రం, ప్రయోగాత్మకంగా చేసేది కళ, అర్ధశాస్త్రం మరియు కళ.
5. సిద్ధాంతాన్ని యధాతధంగా వివరించేది నిశ్చితశాస్త్రం. సిద్ధాంతం ఏ విధంగా జరిగితే మంచిదో చెప్పేది ప్రామాణిక శాస్త్రం. అర్ధశాస్త్రం ప్రమాణ శాస్త్రం కన్నా నిశ్చిత శాస్త్రంగానే పెరుగు చున్నది.
6. వ్యక్తిగత ఆర్థిక యూనిట్లను పరిశీలించే శాస్త్రం సూక్ష్మ అర్ధశాస్త్రం. సమిష్టి యూనిట్లు పరిశీలించే శాస్త్రం స్థూల అర్థశాస్త్రం.
7. ఆర్థిక విశ్లేషణలు రెండు రకాలు. (1) ఆగమన పద్ధతి (2) నిగమన పద్ధతి. అర్ధశాస్త్రంలో ఈరెండు పద్ధతుల ద్వారా సూత్రాలు రూపొందించవచ్చు. కాని గుణదోషాల ప్రాతిపదికగా నిగమగన పద్ధతిని ఉపయోగించే అవకాశాలే మెండు.

1.13 పదకోశం

1. ఉత్పత్తి	:	ప్రయోజనాల సృష్టి లేదా వస్తు సేవలను తయారు చేసే ప్రక్రియ.
2. సూక్ష్మ అర్ధశాస్త్రం	:	ఆర్థిక వ్యవస్థలోని వ్యక్తిగత యూనిట్లను పరిశీలించే శాస్త్రం. దీనినే ధరల సిద్ధాంతం అంటారు.
3. స్థూల అర్ధశాస్త్రం	:	ఆర్థిక వ్యవస్థలోని సమిష్టి యూనిట్లను పరిశీలించే శాస్త్రం. ఉదా॥జాతీయాదాయం, సమిష్ఠిధర, సమిష్ట సప్లయ్ మొదలైనవి.
4. నిగమన పద్ధతి	:	సాధారణ విషయాల నుంచి తర్కం ద్వారా సూత్రాలను రూపొందించే పద్ధతి.

5. ఆగమన పద్ధతి	:	విషయాలను పరిశీలించి విశ్లేషించి సూత్రాలను రూపొందించే పద్ధతి.
6. నిశ్చిత శాస్త్రం లేదా ధనాత్మక శాస్త్రం	:	ఉన్న విషయాన్ని యధాతథంగా వివరించే శాస్త్రం.
7. నిర్ణయాత్మక లేక ప్రమాణ శాస్త్రం	:	ఒక విషయం ఏ విధంగా జరగాలో లేదా ఏ విధమైన నిర్ణయం తీసుకోవాలో తెలిపే శాస్త్రం.
8. నిశ్చల అర్ధశాస్త్రం	:	కాలంతో ప్రమేయం లేకుండా ఆర్ధిక సిద్ధాంతాలు విశ్లేషించే శాస్త్రం.
9. చలన అర్ధ శాస్త్రం	:	కాలాన్ని ప్రాతిపదికగా ఆర్ధిక సిద్ధాంతాలు విశ్లేషించే శాస్త్రం.

1.14 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. " అర్ధశాస్త్రం దేన్నయినా పరిశీలించవచ్చు కాని భౌతిక శ్రేయస్సుకు కారణాలు కాదు" వివరించండి.
2. అర్ధశాస్త్రాన్ని నిర్వచించి, పరిధిని వ్రాయుము.
3. ' పోటీపడు కోర్కెలకు, పరిమిత సాధనాల కేటాయింపే అర్ధశాస్త్రం' వివరించుము.
4. అర్ధశాస్త్ర విశ్లేషణకు ఉపకరించు పద్ధతులేవి? వాటి గుణదోషాలు వివరించుము.
5. అర్ధశాస్త్రాన్ని నిర్వచించి, ఇతర శాస్త్రాలతో సంబంధం తెల్పుము.

II. సంక్షిప్త వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. సూక్ష్మ, స్థూల ఆర్ధిక శాస్త్రాల మధ్య విచక్షణ చేయుము.
2. సంపద నిర్వచనాన్ని విమర్శనాత్మకంగా పరిశీలించుము.
3. అర్ధశాస్త్ర పరిధిని వ్రాయుము.
4. శ్రేయస్సు నిర్వచనాన్ని విమర్శనాత్మకంగా పరిశీలింపుము.
5. మౌలిక ఆర్ధిక సమస్యలను గూర్చి వ్రాయుము.

III. సంక్షిప్త ప్రశ్నలు

1. సూక్ష్మ స్థూల అర్ధశాస్త్రాలు.
2. అర్ధశాస్త్రం శాస్త్రమా? కళా?
3. అర్ధశాస్త్రం ప్రమాణ శాస్త్రమా?
4. నిశ్చల, చలన అర్ధశాస్త్రాలు
5. ఆర్ధిక, ఆర్ధికేతర కార్యకలాపాలు.

1.15 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

1. Gould, J.P. and Ferguson, C.E	:	Micro Economic Theory
2. Samuelson P.A & Norhaus W.D	:	Economics
3. Jhingan, M.L.	:	Advancd Economic Theory
4.Dewett, K.K	:	Moderen Economic Theory
5. Ahuja, H.L	:	Principles of Micro Economics
6. తెలుగు అకాడమి	:	అర్థశాస్త్ర సిద్ధాంతం
7. తెలుగు అకాడమి	:	వ్యాపార అర్ధశాస్త్రం

భాగం 2 # వ్యాపార అర్థశాస్త్రం, పరిధి, ప్రాముఖ్యత

విషయక్రమం

2.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

2.1 విషయ పరిచయం

2.2 వ్యాపార అర్థశాస్త్ర నిర్వచనాలు

2.3 వ్యాపార విశ్లేషణలో ఆర్థిక సిద్ధాంతాల అన్వయం

2.3.1 అవకాశ వ్యయాల సూత్రం

2.3.2 ఉపాంత సూత్రం

2.3.3 కాల వ్యవధి సూత్రం

2.3.4 డిస్కౌంట్ సూత్రం

2.3.5 సమోపాంత సూత్రం

2.3.6 అర్థశాస్త్ర సూత్రాల ఉపయోగం

2.4 వ్యాపార అర్థశాస్త్ర పరిధి

2.4.1 డిమాండు విశ్లేషణ, జోస్యం

2.4.2 వ్యయ, ఉత్పత్తి విశ్లేషణ

2.4.3 ధర నిర్ణయం, విధానాలు, ఆచరణ

2..4.4 లాభాల నిర్వహణ

2.4.5 మూలధన నిర్వహణ

2.4.6 ఇతర శాస్త్రాలతో సంబంధం

2.4.6(ఎ) అర్థశాస్త్రంతో సంబంధం

2.4.6(బి) నిర్ణయాలు తీసుకునే సిద్ధాంతంతో సంబంధం

2.4.6(సి) వ్యూహసంబంధమైన పరిశోధనతో సంబంధం

2.4.6(డి) గణాంక శాస్త్రంతో సంబంధం

2.5 వ్యాపార అర్థశాస్త్ర ప్రాముఖ్యత.

2.6 సారాంశం

2.7 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

2.8 పదకోశం

2.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

2.10 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

2.0 ఉద్దేశాలు,లక్ష్యాలు

వ్యాపార అర్ధశాస్త్రం, పరిధి, ఇతరశాస్త్రాలతో సంబంధం ప్రాముఖ్యతలు ఈ భాగంలో వివరించబడ్డాయి. ఈ భాగం పూర్తయ్యేసరికి మీరు క్రింది పాఠ్యాంశాలు నేర్చుకుంటారు.

* వ్యాపార అర్ధశాస్త్ర నిర్వచనాలు.
* వ్యాపార విశ్లేషణకు ఆర్థిక సిద్ధాంతాలు.
* వ్యాపార అర్ధశాస్త్రపరిధి.
* వ్యాపార అర్ధశాస్త్ర ప్రాముఖ్యత.

2.1 విషయ పరిచయం

అర్థ శాస్త్ర స్వభావం, నిర్వచనాలు, పరిధి ఇతర శాస్త్రాలతో సంబంధాలను మొదటి భాగంలో తెలుసుకున్నాం. ఈ భాగంలో వ్యాపార అర్ధశాస్త్ర స్వరూప స్వభావాలు పరిశీలిద్దాం.

అర్ధశాస్త్ర భావనలు, సూత్రాలను వ్యాపార వ్యవహారాల నిర్వహణకు, నిర్ణయాలకు అన్వయించడాన్నే నిర్వహణ అర్ధశాస్త్రం (మేనేజిరియల్ ఎకనామిక్స్) అంటారు. ఈ నిర్వహణ అర్ధశాస్త్రాన్నే వ్యాపార అర్ధశాస్త్రం (బిజినెస్ ఎకనామిక్స్) అని కూడా అంటారు. వ్యాపార అర్థశాస్త్రం అర్థశాస్త్ర సిద్ధాంతాలకు, వ్యాపార నిర్వహణకు వారధిగా పనిచేస్తుంది. వ్యాపార వ్యవహారాల్లో ఎదురయ్యే సమస్యలను వివరించడానికి, సమస్యలకు సంబంధించిన సమాచారాన్ని విశ్లేషించడానికి, పరిష్కార మార్గాలను పోల్చి సరైన నిర్ణయాలు తీసుకోవడానికి, వ్యాపార అర్ధశాస్త్రం దోహదం చేస్తుంది. వ్యాపార అర్ధశాస్త్రం కేవలం వ్యాపార సంస్థలకే కాక ప్రభుత్వం, విశ్వ విద్యాలయాలు మొదలైన ఇతర సంస్థల వనరుల నిర్వహణకు కూడా ఉపయోగ పడుతుంది.

2.2 వ్యాపార అర్ధశాస్త్ర నిర్వచనాలు

అనంతమైన కోర్కెలకు, పరిమిత ప్రత్యామ్నాయ ప్రయోజనాలున్న వనరుల మధ్య మానవుని ప్రవర్తనే అర్ధశాస్త్రం అని గత భాగంలో తెలుసుకున్నాం. అర్ధశాస్త్రంలో ప్రధాన సమస్య ఎంపిక (Choice). అదే విధంగా, వ్యాపార అర్ధశాస్త్రం కూడా ఒక సంస్థ తన వద్ద ఉన్న వనరులను, వ్యాపార వ్యవహారాల్లో పంపిణీ చేసే విధానాన్ని వివరిస్తుంది. కాబట్టి వ్యాపార అర్ధశాస్త్రంలో కూడా ప్రధాన సమస్య ఎంపికే. వ్యాపార అర్ధశాస్త్ర నిర్వచనాలను పరిశీలిస్తే ఈ శాస్త్రంపై అవగాహన వస్తుంది. అందుచేత వివిధ శాస్త్రవేత్తలు ఇచ్చిన నిర్వచనాలను పరిశీలిద్దాం.

1 **వాట్సన్ (Watson) :** వ్యాపార నిర్వాహకులకు ధర సిద్ధాంతం ఏవిధంగా ఉపయోగ పడుతుందో తెలియజేసే శాస్త్రాన్ని నిర్వహణ అర్ధశాస్త్రం అంటారు.

2 **హేగ్ (Hague) :** వ్యాపార నిర్ణయాలు తీసుకోవడంలో ఎదురయ్యే సమస్యలను అర్ధం చేసుకొని, విశ్లేషణ చేయటానికి ప్రయత్నించేది వ్యాపార అర్థశాస్త్రం అని హేగ్ నిర్వచించారు.

3 **స్పెన్సర్ మరియు సిగిల్‌మాన్ (Spencer and Seigelman)** : వ్యాపార రంగంలో నిర్ణయాలు తీసుకోవటానికి, భవిష్యత్ ప్రణాళిక రూపొందించటానికి, అర్థిక సిద్ధాంతాన్ని వ్యాపార నిర్వహణకు జోడించడాన్నే వ్యాపార అర్ధశాస్త్రం అని నిర్వచించారు.

4 **విల్సన్ డార్ (Wilson Darr) :** నిర్వహణ సంభంధమైన నిర్ణయాల తీసుకునే ప్రక్రియలో అర్థిక విశ్లేషణను ఉపయోగించే విధానాన్ని నిర్వహణ అర్ధశాస్త్రం తెయజేస్తుంది.

పై నిర్వచనాలను మనం గమనిస్తే వ్యాపార నిర్వహణలో అనేక సమస్యలు ఉంటాయని, ఆ సమస్యలను విశ్లేషించి సరైన పరిష్కార మార్గాన్ని ఎంచుకోవటానికి కావలసిన నైపుణ్యాలను నిర్వహణ లేదా వ్యాపార అర్థశాస్త్రం అందిస్తుందని తెలుస్తుంది. సంక్షిప్తంగా చెప్పాలంటే వ్యాపార నిర్వహణ కోసం అర్థశాస్త్రాన్ని వర్తింప చేయటమే వ్యాపార అర్థశాస్త్రం.

2.3 వ్యాపార విశ్లేషణలో ఆర్థిక సిద్ధాంతాల అన్వయం

వ్యాపార అర్థశాస్త్రవేత్తలకు ఎంతో ఉపయోగపడే అనేక పరికరాలను (భావనలు, విశ్లేషణ పద్ధతులను) వ్యాపార అర్థశాస్త్రం అందిస్తుంది. ఇవి యదాతథంగా వ్యాపార నిర్వహణ సమస్యల పరిష్కారానికి ఉపయోగ పడవు కాని వ్యాపార ఆర్థిక వేత్త నైపుణ్యాన్ని బట్టి ఆ భావనలను విశ్లేషణ పద్ధతులను ఉపయోగిస్తే ఎంతో మంచి ఫలితాలు వస్తాయి. వ్యాపార అర్థశాస్త్రంలో విస్తృతంగా వాడే కొన్ని ఆర్థిక సూత్రాలను కింద ఇవ్వడం జరిగింది.

2.3.1 అవకాశ వ్యయాల సూత్రం(Oppurtunity Cost)

ఒక వస్తువును లేదా ఉత్పత్తి సాధనాన్ని ఒక ప్రయోజనానికి ఉపయోగిస్తే కోల్పోయే ఇతర అవకాశాల విలువను అవకాశ వ్యయం అంటారు. ఉదాహరణకు ఒక భూభాగంలో వరిని కాని, గోధుమను కాని పండించవచ్చు. వరి కోసం ఉపయోగిస్తే గోధమను పండించడం వదులుకోవాలి. గోధుమను పండిస్తే వరిని వదులుకోవాలి. ఒక వేళ గోధుమను పండించడానికి ఉపయోగిస్తే దాని అవకాశ వ్యయం వరి పండిచటానికయ్యే ఉత్పత్తి వ్యయానికి సమానం. అదే విధంగా వరిని పండిస్తే దాని అవకాశ వ్యయం గోధుమ ఉత్పత్తి వ్యయానికి సమానం. వ్యాపార అర్థశాస్త్రవేత్తలకు ఉత్పత్తి సాధనం యొక్క అవకాశాలెన్ని ఉన్నాయో తెలిస్తే, అధిక ప్రాముఖ్యత కలిగి యున్న అవసరానికే దానిని కేటాయింపు చేస్తారు.

2.3.2 ఉపాంత సూత్రం (Marginal Principle)

ఉపాంత ప్రయోజనం, ఉపాంత ఉత్పత్తి, ఉపాంత ఉత్పాదకత, ఉపాంత వ్యయం, ఉపాంత రాబడి మొదలైన అనేక భావనలకు అర్థశాస్త్రంలో అత్యంత ప్రాముఖ్యత ఉంది. ఆర్థికవేత్తలు కీలక నిర్ణయాలు తీసుకోవడానికి ఉపాంత భావనలు, ఎంతో ఉపకరిస్తాయి. ఉదా॥కు ఉపాంత రాబడి ఉపాంత వ్యయం కన్న ఎక్కువ ఉంటే వస్తూత్పత్తిని పెంచమని ఉపాంత రాబడి ఉపాంత వ్యయానికి సమంగా ఉంటే ఉత్పత్తి ఆపివేయమని అర్థశాస్త్రం తెలియజేస్తుంది. కాబట్టి అర్థశాస్త్రంలోని ఈ ఉపాంత సూత్రం వ్యాపార ఆర్థికవేత్త ఉత్పత్తికి సంబంధించిన నిర్ణయాలు తీసుకోడానికి ఎంతో ఉపయోగ పడుతుంది.

2.3.3 కాల వ్యవధి సూత్రం (Principle of Time Element)

అర్థశాస్త్రంలో ఉత్పత్తి నిర్ణయం, ధర నిర్ణయం, వ్యాపార విస్తరణ మొదలైన విషయాలలో కాల వ్యవధి ఎంతో ప్రాముఖ్య మైనది, కాల వ్యవధి ప్రాముఖ్యాన్ని తెలుసుకోవడానికి కాలాన్ని అతిస్వల్ప కాలం, స్వల్ప కాలం, దీర్ఘ కాలం, అతిదీర్ఘ కాలంగా విభజించారు. కాలానుగుణంగానే వ్యయాలను కూడా స్థిర, చర వ్యయాలుగా గుర్తించారు. అర్థశాస్త్రంలోని కాల వ్యవధి సూత్రం వ్యాపార అర్థశాస్త్రంలో వ్యాపార నిర్ణయాలు తీసుకోవటానికి సహాయపడుతుంది.

2.3.4 డిస్కౌంట్ సూత్రం (Discount Law)

జీవితంలో అతి ముఖ్యమైన సత్యం ఏమిటంటే రేపటి రూపాయి విలువ ఈ రోజు విలువ కన్నా తక్కువగా ఉంటుంది. సాధారణంగా ప్రజలు వచ్చే సంవత్సరంలో వచ్చే 100 రూ॥ల కన్న నేడు వచ్చే 100 రూపాయలే కావాలనుకుంటారు. ఎందుకంటే భవిష్యత్ అనిశ్చితం. సంవత్సరం తరువాత వచ్చే 100 రూపాయల కన్నా ఇప్పుడే

100 రూపాయలు తీసుకుని సంవత్సరం పాటు వడ్డీకి ఇచ్చుకోవడం మంచిదని భావిస్తారు. ఈ విధంగా భవిష్యత్‌లో వచ్చే రాబడి ప్రస్తుత విలువలో ఎంతో తెలుసుకోవడానికి ఉపయోగించే సూత్రమే డిస్కౌంట్ సూత్రం.

2.3.5 సమోపాంత సూత్రం (Equi-Marginal Law)

వినియోగంలో, ఉత్పత్తిలో ఈ సూత్రానికి ఎంతో ప్రాముఖ్యత ఉంది. వినియోగదారుడు తాను కొనుగోలు చేసే వివిధ వస్తువుల ద్వారా గరిష్ట ప్రయోజనాన్ని ఏ విధంగా పొందగలడో ఈ సమోపాంత భావన తెలియజేస్తుంది. ఉదాహరణకు ఒక వినియోగదారుడు తన వద్ద ఉన్న 15రూ॥లతో ఒక్కొక్కటి 5 రూ॥లు ఖరీదు చేసే (A,B,C) వస్తువులను కొన్నట్లయితే, అతడు ఆ కేటాయింపు ద్వారా గరిష్ట ప్రయోజనాన్ని పొందాలంటే (A,B,C) ల ఉపాంత ప్రయోజనం సమంగా ఉండాలి.

ఉత్పత్తి దారుడు వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయుటకు వివిధ ఉత్పత్తి సాధనాలను ఉపయోగిస్తుంటాడు. ఉత్పత్తిదారుడు గరిష్ట లాభాలు పొందాలంటే ఉత్పత్తి సాధనాల ఉపాంత ఉత్పత్తుల, నిష్పత్తులు, ధరల నిష్పత్తులకు సమానంగా ఉండాలి. ఉదాహరణకు సమాన ధరలు కలిగిన (A,B,C) అనే ఉత్పత్తి సాధనాలను ఉత్పత్తి దారుడు ఉపయోగిస్తే, వాటి యొక్క ఉపాంత ఉత్పత్తుల నిష్పత్తులు, వాటి ధరల నిష్పత్తికి సమానమైనప్పుడు అతడు గరిష్ట లాభాలను పొందుతాడు.

2.3.6 అర్ధశాస్త్ర సిద్ధాంతాల ఉపయోగం

వ్యాపార అర్ధశాస్త్రంలో అర్ధశాస్త్ర సిద్ధాంతాల ఉపయోగం చాలా ఎక్కువ. కాని ఈ సిద్ధాంతాలను ఉన్నవి ఉన్నట్లుగా వర్తించలేము. కాబట్టి వ్యాపార సంస్థలకు వర్తించే విధంగా వాటిని మెరుగు పరచి, మార్చి వాడుకోవాల్సి ఉంటుంది. వ్యాపార అర్ధశాస్త్రం అనువర్తిత శాస్త్రం. ఇది శుద్ధ శాస్త్రం కాదు. కావున అర్ధశాస్త్రంలో రూపొందించిన సిద్ధాంతాలకు ఆధారమైన ప్రమేయాలు , ఆ దేశ ఆర్థిక స్థితిగతులను పరిగణలోకి తీసుకుని, వాటిని మన పరిస్థితులకు అనుగుణంగా మలచుకొని వాడుకోవలసి ఉంటుంది.

2.4 వ్యాపార అర్ధశాస్త్ర పరిధి

వ్యాపార అర్ధశాస్త్రం ఈ మధ్యకాలంలో ఉద్భవించి, అభివృద్ధి చెందుతున్న శాస్త్రం. అందుచేత ఈ శాస్త్ర పరిధిని నిర్దిష్టంగా చెప్పటం సాధ్యం కాదు. అభివృద్ధి చెందుచున్న శాస్త్రం కాబట్టి ఈ శాస్త్ర పరిధి, ప్రాముఖ్యతలు శాస్త్రాభివృద్ధికి అనుగుణంగా విస్తరిస్తుంటాయి. ఈ శాస్త్ర పరిధిని అంచనా వేయటానికి క్రింది విభాగాలను పరిశీలన ఉపకరిస్తుంది.

1. డిమాండ్ విశ్లేషణ మరియు జోస్యం (అంచనా)
2. వ్యయ, ఉత్పత్తి విశ్లేషణ
3. ధర నిర్ణయాలు, ఉత్పత్తి విశ్లేషణ
4. లాభాల నిర్వహణ
5. మూలధన నిర్వహణ
6. ఇతర శాస్త్రాలలో సంబంధం

2..4.1 డిమాండ్ విశ్లేషణ, జోస్యం (అంచనా)

వ్యాపార సంస్థలు వివిధ ఉత్పాదక వనరులను ఉపయోగించి, వస్తువులను తయారు చేస్తాయి. ఉత్పత్తి చేసిన వస్తువులన్ని అమ్ముడుపోయి వ్యాపారం లాభదాయకంగా మారాలంటే, ఆ వస్తు డిమాండ్ పరిమాణాన్ని ఊహించాల్సి

ఉంటుంది. అందు కోసం డిమాండును నిర్ణయించే అంశాలు తెలుసుకొని, వస్తు డిమాండును అంచనా వేసుకోవలసి ఉంటుంది. డిమాండ్‌ను అంచనా వేయటం సంస్థ వేసుకునే ప్రణాళికలలో తీసుకునే నిర్ణయాలలో అతి ముఖ్యమైనది.

2.4.2 వ్యయ, ఉత్పత్తి విశ్లేషణ

సంస్థ పొందే లాభాలు ఆ సంస్థ ఉత్పత్తి వ్యయాలపై ఆధారపడి ఉంటాయి. తెలివైన వ్యాపార నిర్వాహకుడు ఉత్పత్తి పరిమాణాల కనుగుణంగా వ్యయాల జాబితాను మొదట తయారు చేసుకోవాలి. అందులో కనీస ఉత్పత్తి వ్యయంతో ఉత్పత్తి చేయగల పరిమాణాన్ని ఎంపిక చేసుకోవాలి. వృధాలను తగ్గించుకోవాలి. సరైన ధరల విధానం అవలంభించాలి. ఈ విధమైన నిర్ణయాలు తీసుకోవడం కోసం వ్యయ భావనలు, వ్యయ- ఉత్పత్తి సంబంధాలు, ఆదాలు, నష్టదాయకాలు మరియు వ్యయ నియంత్రణకు సంబంధించిన విశ్లేషణలు ఉపకరిస్తాయి.

2.4.3 ధర నిర్ణయం, విధానాలు, ఆచరణ

వ్యాపార నిర్వాహకుని భాధ్యతలో అతి ముఖ్యమైనది ధర నిర్ణయం. వ్యాపార సంస్థయొక్క ఆదాయాన్ని, లాభాలను నిర్ణయించే కీలక అంశం ధర నిర్ణయం. ధర విధానాలను అమలు చేయటం, ఆచరణలో ఉంచటం. అనేవి మార్కెట్ స్వభావం, సంస్థ నిర్వహణ తీరుపై ఆధారపడి ఉంటాయి. కాబట్టి అర్థశాస్త్రం మార్కెట్ల విశ్లేషణ, ధరల విధానం, ధరలను గురించిన అంచనాలు మొదలైనవి సంస్థ నిర్వహణకు ఎంతో ఉపయోగపడతాయి.

2.4.4 లాభాల నిర్వహణ

వ్యాపార సంస్థల నిర్వహణోద్దేశం లాభార్జన. దీర్ఘకాలంలో లాభాలు ఆర్జించే సంస్థ విజయవంతమైన సంస్థగా చెప్పవచ్చు. వ్యయాలను, రాబడిని, లాభాలను ఖచ్చితంగా అంచానా వేసి నడిపించే నిర్వాహకుడు విజయవంతమౌతాడు లాభాలకోసం ప్రణాళిక రూపొందించుకోవడం, లాభాలను అంచనావేయటం అనేది వ్యాపార అర్థశాస్త్రంలో సాహసోపేతమైన చర్య.

2.4.5 మూలధన నిర్వహణ

మూలధనాన్ని సమకూర్చుకుని వ్యాపార నిర్వహణ చేయటం నిర్వాహకుని భాధ్యతల్లో సాహసోపేతమైన భాధ్యత. యంత్రాల కోసం పెట్టుబడి, భవనాలు, కాపీరైట్ తీసుకోవటం మొదలైనవి మొత్తం పెట్టుబడిలో ఎక్కువ భాగం ఉంటాయి. పెట్టుబడి నిర్వహణ కోసం అత్యున్నత స్థాయి నిర్ణయాలు అవసరం. మూలధన నిర్వహణలో మూలధన వ్యయం, ప్రతిఫల రేటు, ప్రాజెక్టుల ఎంపిక అనేవి ముఖ్యమైన అంశాలు.

2.4.6 ఇతర శాస్త్రాలతో సంబంధం

ఒక శాస్త్రం యొక్క పరిధి, యితర శాస్త్రాలతో ఉన్న సంబంధాన్ని బట్టి కూడా తెలుసుకోవచ్చు. వ్యాపార అర్థశాస్త్రానికి సూక్ష్మ అర్థశాస్త్రం, స్థూల అర్థశాస్త్రం, వ్యూహసంబంధమైన పరిశోధన పద్ధతులు (Operational Research) నిర్ణయాలు తీసుకునే సిద్ధాంతం (Decission Making Theory), గణాంక శాస్త్రాలతో అతి దగ్గర సంబంధం ఉంది. వ్యాపార అర్థ శాస్త్రంలో నిపుణుడు ఈ శాస్త్రాలలోని భావనలు, పద్ధతులను సమన్వయం చేసి వ్యాపార రంగంలో రాణించగలరు.

2.4.6(ఎ) అర్థశాస్త్రంతో సంబంధం

అర్థశాస్త్రంలోని వివిధ భావనలను, విశ్లేషణలను వ్యాపార అర్థశాస్త్రానికి అన్వయించటం జరిగింది. డిమాండ్ విశ్లేషణ, వ్యయ రాబడి విశ్లేషణ, మార్కెట్ విశ్లేషణ, ధర, ఉత్పత్తి నిర్ణయాలు, కాల భావనలు మొదలైనవి వ్యాపార అర్థశాస్త్రానికి అర్థశాస్త్రం అందించిన వాడియైన పనిముట్లు.

అంతేకాక వివిధ అర్ధశాస్త్ర భాగాలైన వ్యవసాయ అర్ధశాస్త్రం, శ్రామిక అర్ధశాస్త్రం, ఆర్థికాభి వృద్ధి, అంతర్జాతీయ వ్యాపారం, ద్రవ్యం, బాంకింగ్, ప్రభుత్వ విత్త శాస్త్రం, పట్టణ మరియు గ్రామీణ అర్ధశాస్త్రం, సంక్షేమ అర్ధశాస్త్రం, తులనాత్మక అర్ధశాస్త్రాలలోని భావనల ప్రాతిపదికగా వ్యాపార అర్ధశాస్త్రంలో నిర్ణయాలు తీసుకోవడం జరుగుతుంది.

2.4.6(బి) నిర్ణయాలు తీసుకొనే సిద్ధాంతంతో సంబంధం

ఇది ఒక నూతన అధ్యయనాంశం. వ్యాపార నిర్వహణలో అనేక లక్ష్యాలతోపాటు, అనిశ్చితలు కూడా ఉంటాయి. ఈ సిద్ధాంతం వివిధ లక్ష్యాలు, అనిశ్చితలను పరిశీలించి, నిర్ణయాలు తీసుకొనడాన్ని పరిశీలిస్తుంది. కావున కీలకమైన నిర్ణయాలు తీసుకోవడానికి, నిర్ణయాలు తీసుకొను సిద్ధాంతం ఉపయోగ పడుతుంది.

2.4.6(సి) వ్యూహ సంబంధమైన పరిశోధనతో సంబంధం (Operational Research)

రెండవ ప్రపంచ యుద్ధకాలంలో అమెరికా సంయుక్త రాష్ట్రాలు, ఇతర పశ్చిమ దేశాలు కలిసి దేశ రక్షణ, ఇతర కీలక పరిశ్రమలు వనరుల పంపిణీలలో కల వ్యూహ సంబంధమైన సమస్యల సాధన కోసం ప్రయత్నం చేశాయి. అందులో భాగంగా గణిత శాస్త్రజ్ఞులు, గణాంక శాస్త్రవేత్తలు, ఇంజనీర్లు, ఇతర శాస్త్రవేత్తలు కలసి పనిచేసి, సమస్యల పరిష్కారానికి అవసరమైన నమూనాలు, విశ్లేషణ సాధనాలు అభివృద్ధి చేశారు. ఈ నమూనాలు, విశ్లేషణ సాధనాలు తరువాత కాలంలో వ్యూహసంబంధ పరిశోధన అనే క్రొత్త శాస్త్రంగా రూపొందాయి.ఈ శాస్త్రంలో ఉన్న నమూనాలను, విశ్లేషణలను ఉదాహరణకు లీనియర్ ప్రోగ్రామింగ్ (Lenear Programming), ఇన్వెంటరీ నమూనాలు (Inverntary Model), గేమ్ సిద్ధాంతం (Game Theroy) మొదలైనవి వ్యాపార అర్ధశాస్త్రంలో అతి తరచుగా ఉపయోగిస్తున్నారు.

2.4.6(డి) గణాంక శాస్త్రంతో సంబంధం

గణాంక శాస్త్రం అంటే ఏదైనా సత్యాన్ని అన్వేషించటం కోసం గణాంక పద్ధతులైన సమాచార సేకరణ, వర్గీకరణ, విశ్లేషణ మొదలైన వాటిని ఉపయోగించటం. ఈ గణాంక పద్ధతుల ద్వారా వ్యాపార సిద్ధాంతాలను పరీక్షించ వచ్చు, వివిధ చలాంకాల మధ్య సంబందాన్ని తెలుసుకోవచ్చు. వ్యాపార అర్ధశాస్త్రంలో ఈ గణాంక పద్ధతులను ఉపయోగించి తగు నిర్ణయాలను తీసుకోవచ్చు. సంభావ్యతా సిద్ధాంతం, కాల శ్రేణుల విశ్లేషణ, అంతర్నివేశనం లాంటి గణాంక పద్ధతులు వ్యాపార నిర్వహణలో అనిశ్చిత పరిస్థితులలో తెలివైన నిర్ణయాలు తీసుకొవటం కోసం ఉపకరిస్తాయి.

2.5 వ్యాపార అర్ధశాస్త్ర ప్రాముఖ్యత

వ్యాపార అర్ధశాస్త్రం ఈ మధ్యకాలంలో ఉద్భవించిన శాస్త్రమైనా, ఈ శాస్త్రంలో ఉపయోగించే ఆరుదైన పద్ధతుల వల్ల ప్రత్యేక నైపుణ్యాల వల్ల ,ఈ శాస్త్రానికెంతో ప్రాముఖ్యత ఉంది. నేటి వ్యాపార నిర్వహణ పరిమాణం, ఆర్థిక వ్యవస్థ స్వరూపంలో మార్పులు, ఆర్థిక వ్యవస్థలో అనిశ్చితత్వం మొదలైన కారణాల వల్ల ఈ శాస్త్ర ప్రాముఖ్యత క్రమ క్రమంగా పెరుగుతూనే ఉంది. వ్యాపార ఆర్థికవేత్తకు వ్యాపార కార్యక్రమాలలో ఉండే ప్రాముఖ్యత కూడా, ఈ శాస్త్ర ప్రాముఖ్యతను తెల్పుతుంది.

1. పూర్వకాలం సంస్థ యజమానే నిర్వహకుడుగా ఉండే వాడు. కాని ఇప్పుడు వ్యాపార కార్యక్రమాలు విస్తరించటం చేత యజమాని వేరు, నిర్వహకుడు వేరుగా ఉండే పరస్థితి ఏర్పడింది. కావున నిర్వహకులకు వ్యాపార అర్ధశాస్త్రం ఒక ఉపయోగకరమైన శాస్త్రం అయ్యింది.
2. వ్యాపార అర్ధశాస్త్ర పద్ధతులు, విశ్లేషణలోని సాధనాలు తెలిసిన నిర్వహకులు, సంస్థలోని సిబ్బందిలో ప్రముఖ స్థానంలో ఉంటున్నారు.
3. విధి నిర్వహణలో వ్యాపార అర్థిక వేత్త స్థానం, విధాన నిర్ణయాలు తీసుకొనేవారికి దగ్గరగా ఉంటుంది. కాబట్టి

నిర్ణయాల నాణ్యతను పెంచే విధంగా కృషి చేయటమే అతని ముఖ్య కర్తవ్యం.

4. వ్యాపారాన్ని ప్రభావితం చేసే కీలకమైన అంశాల నిర్ణయంలో వ్యాపార అర్ధశాస్త్రవేత్త తనకున్న ప్రత్యేక నైపుణ్యంతో, సున్నితమైన ఆధునిక విశ్లేషణా పద్ధతులతో సంస్థ యజమాన్యానికి తోడ్పడతాడు.
5. అంతర్గత, బహిర్గత అంశాల దృష్ట్యా సంస్థ అమ్మకాలు, పోటి, ఆర్థిక శక్తి, శ్రామిక సంబంధాలు ,లాభదాయికతలలో తన సంస్థ ఏ స్థాయిలో ఉందో వ్యాపార అర్ధశాస్త్ర పరిశోధిస్తాడు.
6. వ్యాపారాన్ని ప్రభావితం చేసే అంశాలను తెలుసుకోవడం కోసం, అవసరమైన సమాచారాన్ని సేకరించి, సంస్థ లక్ష్యాల కనుగుణంగా విశ్లేషణ చేసి, నిర్ణయాలు తీసుకొనటంలో ఏర్పడే సమస్యలను వ్యాపార అర్ధశాస్త్రవేత్త పరిష్కరిస్తాడు.
7. సంస్థలో రోజువారీ కార్యకలాపాల్లో నిర్ణయం తీసుకొనటానికి యజమాన్యానికి సహాయపడతాడు.ఉదాహరణకు వస్తు ధర నిర్ణయం, వస్తు నాణ్యత మెరుగుపర్చటం, కర్మాగార స్థల నిర్ణయం, ఉత్పత్తి పెంచుట లేదా తగ్గించుట, మొదలగునవి.
8. అంచనాలు తయారు చేయటం అనేది వ్యాపార అర్ధశాస్త్ర వేత్త ప్రాధమిక కర్తవ్యం. కావున సంస్థకు అవసరమైన స్వల్పకాల వ్యాపార అంచనాలను, వ్యాపార అర్ధశాస్త్రవేత్త తయారు చేయిస్తాడు. ఈ అంచనాలపై ఆధారపడి అమ్మకాల అంచనాలు, లాభాల అంచనాల తయారు చేస్తాడు.
9. వస్తూత్పత్తి ప్రణాళిక, వస్తువుకు డిజైనింగ్ రూపొందించటంలో, వస్తు నాణ్యతను నిర్ణయించటంలో వ్యాపార అర్ధశాస్త్రవేత్త సంస్థకు తోడ్పడతాడు. వినియోగదారుల ఆదాయాలు, అభిరుచులు, ప్రాధాన్యతలు విశ్లేషణ చేసి సంస్థకు అందిస్తాడు.
10. గతంలో డిమాండ్ ధోరణులు, ప్రస్తుత పరిస్థితులు, భవిష్యత్ అంచనాల దృష్ట్యా సంభావ్య మార్కెట్ పరిమాణాన్ని, దానిలో సంస్థ వాటాను, వ్యాపార అర్ధశాస్త్రవేత్త అంచనావేసి సంస్థ యాజమాన్యానికి అందిస్తాడు.
11. ప్రత్యామ్నయ వ్యూహాల యొక్క ఆర్థిక ప్రభావాలను వ్యాపార అర్ధశాస్త్రవేత్త పరిశీలిస్తాడు. సంస్థయొక్క మానవ, విత్త, సాంకేతిక వనరులు, ముడి సరుకుల అవసరాలు, నిల్వల అంచనాలు తయారు చేస్తాడు.
12. అనవసర విషయాలు తొలగించి, అవసరమైన వాటిని మాత్రం ఉంచి, వాటిని తులనాత్మకంగా పరిశీలించి, తగిన సిఫార్సు చేయటం ద్వారా వ్యాపార నిర్వాహకుల శ్రమ తగ్గిస్తాడు.
13. వ్యాపార అర్ధశాస్త్రవేత్త సంస్థకు సంబంధించిన మార్కెటింగ్, ఉత్పత్తి, ఆర్థికశాఖలలో పరిశోధన, విశ్లేషణలను అధ్యయనం చేయటం జరుగుతుంది.

14) వ్యాపార అర్ధశాస్త్రవేత్తకు సంస్థకు సంబంధించిన, జాతీయ ఆర్థిక వ్యవస్థకు సంబంధించిన, సమగ్ర ఆర్థిక పరిజ్ఞానం ఉంటుంది. కాబట్టి అతనిని సంస్థలోని వివిధ కమిటీలలో సభ్యునిగా నియమించటం జరుగుతుంది.

15) నిర్వహణా నైపుణ్యం, ఆర్థిక పరిజ్ఞానం రెండూ ఉన్న వ్యాపార అర్ధశాస్త్రవేత్తలను, సంస్థ ఉపాధ్యక్షుడి వంటి నిర్వాహక పదవులకు ఎన్నిక చేయటం కూడా జరుగుతుంది.

16) ప్రత్నామ్నాయ చర్యల యొక్క ఫలితాలను తులనాత్మకంగా పరిశీలించటం వ్యాపార అర్ధ శాస్త్రవేత్త ప్రధాన విధి. ఉదా : మైక్రో కంప్యూటర్ పరిశ్రమలో ఉన్న ఒక సంస్థ తన ప్రధాన పోటీ సంస్థ, ప్రస్తుతం మార్కెట్లో ఉన్న వాటి కన్నా మెరుగైన ఒక కొత్త డెస్క్ కంప్యూటర్‌ను ప్రవేశపెట్ట బోతున్నదని తెలుసుకొన్నదనుకుందాం. ఇప్పుడా సంస్థ ఒక నిర్ణయం తీసుకోవాలి. దాని ముందున్న ప్రత్నామ్నాయ మార్గాలు.

ఎ)	ఏమి చేయకుండా ఉండటం

బి)	ప్రస్తుతం ఈ కంపెనీ తయారుచేస్తున్న కంప్యూటర్ల మార్కెటింగ్‌కు సంబంధించి ఒక కొత్త పథకాన్ని ప్రవేశపెట్టడం.

సి)	కంపెనీ ప్రస్తుతం తయారుచేస్తున్న కంప్యూటర్ వ్యయాన్ని లేదా ధరను తగ్గించటం.

డి)	పోటీదారుని కంప్యూటర్‌తో పోటీపడే విధంగా ఒక కొత్త మైక్రో కంప్యూటర్‌ను తయారు చేయటానికి ప్రత్యేక పథకాన్ని చేపట్టటం.

వీటిలో ఏ చర్యను చేపట్టినా సంస్థయొక్క రాబడి, వ్యయం, లాభాలపై ప్రభావాలుంటాయి. వీటిలో ప్రతి చర్య యొక్క ప్రభావాలను తులనాత్మకంగా అధ్యయనం చేసి, యజమాన్యం తీసుకొనవలసిన చర్యను వ్యాపార అర్థశాస్త్రవేత్త తెలియజేస్తాడు. వ్యాపార అర్థశాస్త్రవేత్త విధులను పరిశీలిస్తే, వ్యాపార అర్థశాస్త్ర ప్రాముఖ్యత వెల్లడౌతుంది. వ్యాపార అర్థశాస్త్రం లోని పద్ధతులు వల్ల వ్యాపార అర్థశాస్త్రవేత్త వ్యాపార రంగంలో అతి కీలకమైన నిర్ణయాలు తీసుకోగలడు.

2.6 సారాంశం

వ్యాపార అర్థశాస్త్రం కూడా అర్థశాస్త్రం వలే కొరతగా ఉన్న వనరుల పంపిణీ సమస్యను పరిశీలిస్తుంది. వ్యాపార అర్థశాస్త్రాన్నే నిర్వహణ శాస్త్రం అని కూడా అంటారు. వ్యాపార సంస్థల్లో ఎదురయ్యే సమస్యల పరిష్కారానికి అవసరమైన ప్రత్యామ్నాయ మార్గాలను సూచించుటకు అవసరమైన నైపుణ్యాలను ఈ శాస్త్రం అందచేస్తుంది. సంస్థ లక్ష్యాలు, వ్యయాలు, ధర నిర్ణయం, లాభాల పరిమాణం, మూలధన బడ్జెటింగ్ వంటి అంశాలు ఈ శాస్త్ర పరిధిలో ఉన్నాయి.

ఈ మధ్య కాలంలో ఉద్భవించిన వ్యాపార అర్థశాస్త్రం అభివృద్ధి చెందుతూఉన్న శాస్త్రం. వివిధ శాస్త్రాలైన, అర్థశాస్త్రం, గణాంకశాస్త్రం, నిర్ణయాలు తీసుకునే శాస్త్రం, వ్యూహ సంబంధమైన పద్ధతుల నుంచి వివిధ భావనలను, పద్ధతులను గ్రహించి తన సొంత సూత్రాలు, పద్ధతులను ఈ శాస్త్రం అభివృద్ధి చేసుకొంటున్నది. వ్యాపార రంగంలో త్వరిత గతిని వచ్చు మార్పుల వల్ల ఈ శాస్త్ర ప్రాముఖ్యత బాహుముఖంగా విస్తరిస్తున్నది

2.7 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

1. వ్యాపార అర్థశాస్త్రం అంటే నిర్వహణ అర్థశాస్త్రం.
2. వ్యాపార విశ్లేషణలో అవకాశ వ్యయాల సూత్రం, ఉపాంత సూత్రం, కాలవ్యవధి సూత్రం, డిస్కౌంట్ సూత్రం, సమోపాంత సూత్రాలకు ఎంతో ప్రాముఖ్యత ఉంది.
3. వ్యాపార అర్థశాస్త్రం ఈమధ్య కాలంలో ఉద్భవించింది కాబట్టి ఈ శాస్త్ర పరిధి దిన దిన ప్రవర్ధమానంగా విస్తృతమౌతున్నది.
4. వ్యాపార రంగంలో వ్యాపార అర్థశాస్త్రం అతి ప్రాముఖ్యమైనది, వ్యాపార అర్థశాస్త్ర వేత్తలకు వ్యాపార రంగం అతి ప్రాముఖ్యమైన వ్యక్తిగా గుర్తిస్తున్నారు.

2.8 పదకోశం

1. **ఉపాంత భావన :** ఉపాంతఅంటే అదనంగా ఉపయోగించే యూనిట్‌గా అర్థశాస్త్రంలో ఉపయోగించబడుతుంది.

ఉదా॥కు ఉపాంత ప్రయోజనం అంటే అదనపు వస్తువును ఉపయోగించినందు వల్లవచ్చే ప్రయోజనం. ఉపాంత వ్యయం అంటే అదనంగా వస్తువును తయారుచేయటానికి అయ్యే వ్యయం. ఉపాంత రాబడి అంటే అదనంగా వస్తువును అమ్మినందువల్ల వచ్చు రాబడి.

2. **అవకాశ వ్యయం :** ఒక ఉత్పత్తి సాధనాన్ని అత్యుత్తమ ప్రత్యమ్నాయంగా ఉపయోగించుటకు అయ్యే వ్యయం.
3. **కార్యాకరణ సంబంధం :** ఏ కారణం చేత ఏ విధమైన ఫలితం ఏర్పడుతుందో తెలిపే సంబంధం.

2.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. వ్యాపార అర్థశాస్త్రాన్ని నిర్వచించి,దాని పరిధిని తెలుపుము.
2. వ్యాపార అర్థశాస్త్రం అనగా ఏమి? వ్యాపార అర్థశాస్త్రంలో ఉపయోగించు ఆర్థిక భావనలు తెలుపుము.
3 వ్యాపార అర్థశాస్త్ర స్వభావం, పరిధిని చర్చించుము.
4. వ్యాపార అర్థశాస్త్ర పరిధి, ప్రాముఖ్యత తెలుపుము.

II. సంక్షిప్త వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. వ్యాపార అర్థశాస్త్రం నిర్వచనాలు తెలుపుము
2. ఆర్థిక సూత్రాలను వ్యాపార అర్థశాస్త్రంలో ఏ విధంగా ఉపయోగిస్తారు.
3. వ్యాపార అర్థశాస్త్రానికి ఇతర శాస్త్రాలలో సంబంధం వ్రాయుము.

III. సంక్షిప్త ప్రశ్నలు

1 వ్యాపార అర్థశాస్త్ర ప్రాముఖ్యం
2 అర్థశాస్త్రానికి, వ్యాపార అర్థశాస్త్రానికి సంబంధం
3 వ్యూహ సంబంధమైన పరిశోధనతో, వ్యాపార అర్థశాస్త్రానికి సంబంధం
4 వ్యాపార అర్థశాస్త్రం
5 వ్యాపార అర్థశాస్త్ర పరిధి

2.10 సిఫార్సు చేసినపుస్తకాలు

1. Brigham, Eugene. F. and Pappas, James. L.	:	Managerial Economics
2. Seo, K.K	:	Managerial Economics
3. Sivayya, K.V. Rao and Rao V.S.P	:	Managerial Economics
4. Chopra, P.N	:	Business Economics
5. తెలుగు అకాడమి	:	వ్యాపార అర్థశాస్త్రం.

యూనిట్ - 2

డిమాండు, ప్రయోజన విశ్లేషణ, ఉత్పత్తి సిద్ధాంతాలు

భాగం - 3

డిమాండు సిద్ధాంతం

విషయక్రమం

3.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

3.1 డిమాండు పరిచయం

3.2 డిమాండును నిర్ణయించు అంశాలు

3.3 డిమాండు, డిమాండు సూత్రం

3.4 డిమాండు ఫలం

3.5 డిమాండు పట్టిక

3.6 డిమాండు రేఖ

3.7 డిమాండులో రకాలు

3.8 డిమాండు రేఖ ఎడమ నుండి కుడికి వాలుటకు కారణాలు

3.9 డిమాండు సూత్రానికి మినహాయింపులు

3.10 సారాంశం

3.11 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

3.12 పదకోశం

3.13 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

3.14 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

3.0 ఉద్దేశ్యాలు, లక్ష్యాలు

ఈ భాగంలో డిమాండు అంటే ఏమిటి, డిమాండులోని రకాలు, డిమాండ్ ఆధారపడి ఉన్న అంశాలు, డిమాండు సూత్రం మినహాయింపులను వివరించడం జరిగింది. ఈ భాగం పూర్తయ్యే సరికి మీరు ఈ క్రింది విషయాలను గురించి అవగాహన చేసుకుంటారు.

* డిమాండు అంటే ఏమిటి, దానిలోని రకాలు
* డిమాండు ఫలం, డిమాండును నిర్ణయించే అంశాలు
* డిమాండు సూత్రం
* డిమాండ్ సూత్రానికి మినహాయింపులు

3.1 డిమాండు పరిచయం

వ్యాపార రంగంలో డిమాండ్‌కు ఎంతో ప్రాధాన్యత ఉంది. ఎందుకంటే ఒక వ్యాపార సంస్థ యొక్క అమ్మకాలు, లాభాలు, డిమాండ్ పైనే ఆధారపడి ఉంటాయి. ఒక సంస్థ యొక్క వస్తువులకు మార్కెట్లో డిమాండ్ లేనట్లయితే సంస్థను ఎంత సమర్ధవంతంగా నిర్వహించినా ఆ సంస్థ మనజాలదు. సంస్థ యొక్క జయాపజయములు వస్తువుకు గల డిమాండ్ పై ఆధారపడి ఉంటాయి. భవిష్యత్‌లో వస్తువుకు ఉండబోయే డిమాండ్‌ను అంచనా వేసి, తదనుగుణంగానే, ఏ సంస్థ అయినా అందుకవసరమయ్యే వనరులను సమీకరించుకోవాల్సి ఉంటుంది. కాబట్టి డిమాండ్, డిమాండుకు సంబంధించిన విషయాల అవగాహన వ్యాపార అర్థ శాస్త్రవేత్తలకు ఎంతో అవసరం.

3.2 డిమాండును నిర్ణయించు అంశాలు

ఒక వస్తువు యొక్క డిమాండ్ అనేక అంశాల మీద ఆధారపడి ఉంటుంది.

1. **వస్తువు ధర :** ఒక వస్తువు డిమాండ్ ఆ వస్తువు ధరపై ఆధారపడి ఉంటుంది. ధర మారితే డిమాండ్‌లో కూడ మార్పులు వస్తాయి. ధర పెరిగితే డిమాండ్ తగ్గుతుంది. ధర తగ్గితే డిమాండ్ పెరుగుతుంది.
2. **జనాభా :** సాధారణంగా ఒక వస్తువుకున్న డిమాండ్ ఆ దేశంలో ఉన్న జనాభా మరియు ఆ వస్తువును వాడే వినియోగదారుల సంఖ్య మీద ఆధారపడి ఉంటుంది. జనాభా ఎక్కువగా ఉంటే డిమాండ్ ఎక్కువగా గాను, జనాభా తక్కువగా ఉంటే డిమాండ్ తక్కువగానూ ఉంటుంది.
3. **వినియోగదారుల ఆదాయం, సంపద :** ఒక వస్తువు డిమాండ్ వినియోగదారుల ఆదాయంపై ఆధారపడి ఉంటుంది. ఆదాయాంలో వచ్చే మార్పులు, వస్తువు కొనుగోలు పరిమాణంలో మార్పులను తెస్తాయి.
4. **వినియోగదారుల అభిరుచులు, అలవాట్లు :** వినియోగదార్ల అలవాట్లు మరియు అభిరుచులపై ఒక వస్తువు యొక్క డిమాండ్ ఆధారపడి ఉంటుంది. వినియోగదారులు కొన్నివస్తువుల వాడకానికి అలవాటు పడి ఉంటారు. ఆచారాలను బట్టి కొన్ని వస్తువులను వాడడం జరుగుతుంది. వారి అభిరుచులు, అలవాట్లు మారితే డిమాండ్ మారుతుంది.
5. **ప్రత్యమ్నాయ వస్తువుల ధరలు :** ఒక వస్తువు యొక్క డిమాండ్ ఆ వస్తువుకున్న **ప్రత్యమ్నాయ** వస్తువుల బాధ్యత, మరియు వాటి ధరలపై ఆధారపడి ఉంటుంది. ఒక వస్తువుకు ఎక్కువ ప్రత్యమ్నాయాలు ఉంటే డిమాండ్ తక్కువగా ఉంటుంది. అంతేగాక, వాటి ధరలు కూడా ఆ వస్తువు యొక్క డిమాండ్‌ను ప్రభావితం చేస్తాయి. ఉదాహరణకు కాఫీ ధర, టీ యొక్క డిమాండ్‌ను ప్రభావితం చేస్తుంది. కాఫీ ధర ఎక్కువగా

ఉంటే టీకున్న డిమాండ్ హెచ్చుగా ఉంటుంది. కాఫీ ధర తక్కువగా ఉంటే టీకున్న డిమాండ్ తక్కువగా ఉంటుంది.

6. **పూరక వస్తువుల ధరలు :** పూరక వస్తువు అనగా ఒక వస్తువుకు అనుబంధంగా వాడే వస్తువు. ఒక వస్తువు యొక్క డిమాండ్, దానికి ఉన్న పూరక వస్తువుల యొక్క ధరల మీదగూడ ఆధారపడుతుంది. ఉదాహరణకు సాక్సుల డిమాండ్ బూట్ల యొక్క ధరల మీద ఆధారపడుతుంది.

3.3 డిమాండు, డిమాండు సూత్రం

సాధారణ పరిభాషలో ఒక వస్తువును ఎక్కువగా కొనుగోలు చేస్తే ఆ వస్తువుకు డిమాండ్ ఉందంటాము. కాని అర్థశాస్త్ర పరిభాషలో ఆర్థికంగా కోర్కెను తీర్చుకోగలిగిన శక్తినే డిమాండ్ అంటాము. కోర్కె ఉండి ఆర్థిక శక్తి లేకపోయినా, ఆర్థిక శక్తి ఉండి కోర్కె లేకపోయినా డిమాండ్ కాదు. మరోక విధంగా చెప్పాలంటే ఒక నిర్ణీత సమయంలో, నిర్ణీత ధర వద్ద కొనుగోలు చేసే వస్తుపరిమాణాన్ని ఆ వస్తు డిమాండ్ అంటారు.

ఒక వ్యక్తి కారు కొనాలనే ఆసక్తి లేదా కోరిక ఉన్నా, అతని వద్ద కొంటానికి అవసరమయ్యే డబ్బు (కొనుగోలు శక్తి) లేకపోతే ఆ వస్తువుకు డిమాండ్ ఉండదు. అధే విధంగా కోటీశ్వరుడై ఉండి కొనాలనే కోరిక లేకపోయినా డిమాండ్ కాదు. కనుక వస్తువుకు డిమాండ్ ఏర్పడాలంటే ముఖ్యంగా వినియోగదారులకు దానిపట్ల కోరిక, కొనుగోలు శక్తి రెండూ ఉండాలి.

డిమాండ్ సూత్రం

ఒక వస్తువు ధరకు దాని డిమాండ్‌కు కల సంబంధాన్ని డిమాండ్ సూత్రం తెలుపుతుంది. మిగిలిన పరిస్థితులలో మార్పులేనప్పుడు "ధర తగ్గితే డిమాండ్ పెరుగుతుంది. ధర పెరిగితే డిమాండ్ తగ్గుతుంది" అని డిమాండ్ సూత్రం తెలియజేస్తుంది. ధరకు డిమాండ్‌కు గల సంబంధం విలోమ(వ్యతిరేక) సంబంధం.

3.4 డిమాండ్ ఫలం

ఒక వస్తువు యొక్క ధరకు ఆ వస్తువు డిమాండ్ మధ్యగల సంఖ్యాత్మక సంబంధాన్ని డిమాండ్ ఫలం అంటారు. సాధారణంగా ఒక వస్తువు డిమాండ్, ఆ వస్తువు ధరతో పాటు, ఇతర వస్తువుల ధరలు, వినియోగదార్ల ఆదాయం, వినియోగదార్ల అభిరుచులు, మొదలగు వాటిపై ఆధారపడి ఉంటుంది. దీనిని సాంకేతికంగా క్రింది సమీకరణం ద్వారా చూపించవచ్చు.

$D = f(P, Y, P_r, t)$ ఈ సమీకరణంలో

D = ఒక వస్తువు యొక్క డిమాండ్

P = వస్తువు యొక్క ధర

P_r = ప్రత్యమ్నాయ, పూరక వస్తువుల యొక్క ధరలు

Y = వినియోగదారుని ఆదాయం

Y, P_r, t అనేవి మారవని భావించడం జరుగుతుంది.

కాబట్టి $D = f(P)$

3.5 డిమాండ్ పట్టిక

ధరకు డిమాండ్‌కు గల సంబంధాన్ని పట్టిక రూపంలో చూపితే దానిని డిమాండ్ పట్టిక అంటారు. ఒక వినియోగదారుడు వివిధ ధరల వద్ద కొనుగోలు చేసే వస్తు పరిమాణాన్ని డిమాండ్ పట్టిక తెలియజేస్తుంది.

వాషింగ్ మెషీన్ ధర(రూ.)	వాషింగ్ మిషన్‌కు డిమాండ్
10000	40
11000	35
12000	30
13000	27
14000	22

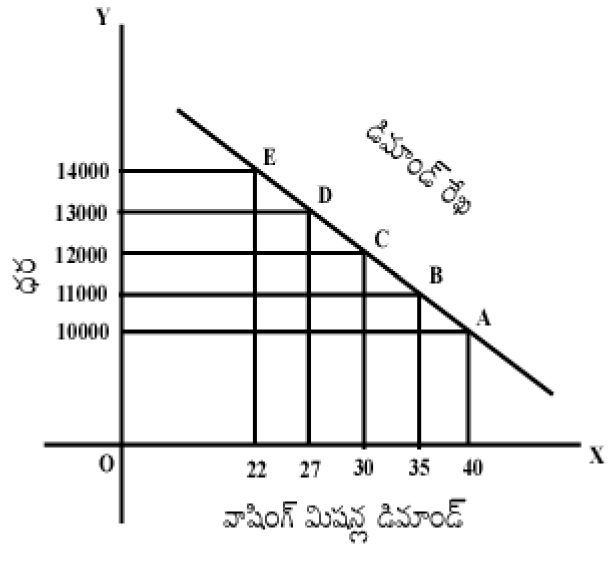
పై పట్టిక వినియోగదారుడు వివిధ ధరల వద్ద వాషింగ్ మెషీన్‌లను ఎంత సంఖ్యలో కొనుగోలు చేస్తున్నాడో తెలియచేస్తుంది. ఈ పట్టికను బట్టి ధరకు, డిమాండ్‌కు విలోమ సంబంధం ఉంది అని చెప్పవచ్చు.

3.6 డిమాండ్ రేఖ

ధరకు, డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధాన్ని తెలియజేసే రేఖను డిమాండ్ రేఖ అని అంటారు.

రేఖా చిత్రం - 3.1

డిమాండ్ రేఖ



పై రేఖా చిత్రం 3.1లో X అక్షంపై వాషింగ్ మెషీన్‌ల డిమాండ్‌ను, Y అక్షంపై వాషింగ్ మిషన్‌ల ధరలను తీసుకున్నాము. పై రేఖాచిత్రంలో గుర్తించిన అంకెలను బట్టి వాషింగ్ మిషన్ ధర 10,000 రూ॥లు ఉన్నప్పుడు 40 వాషింగ్ మిషన్లకు డిమాండ్ ఉంది. ధర 10,000 రూ॥ల నుంచి 11,000 రూ॥లకు పెరిగితే వాటి డిమాండ్ 40 నుండి 35 కు పడిపోయింది. ఈ విధంగా ధర పెరుగుతూ ఉంటే వాషింగ్ మిషన్లకు డిమాండ్ తగ్గుతూ ఉన్నట్లు గమనించవచ్చు. రేఖా చిత్రంలో A B C D E F బిందువుల వద్ద, వివిధ ధరలు ఉన్నప్పుడు ఎంత పరిమాణంలో డిమాండ్ ఉందో తెలియజేస్తాయి. ఈ బిందువులను కలపగా వచ్చే రేఖను డిమాండ్ రేఖ అంటారు. డిమాండ్ రేఖ ఎడమనుండి కుడికి క్రిందికి వాలుతుంది.

3.7 డిమాండులో రకాలు

డిమాండ్ చేసే స్వభావాన్ని బట్టి డిమాండును వివిధ రకాలుగా చెప్పవచ్చు. అందులో కొన్ని ముఖ్యమైన వాటిని మనం పరిశీలిద్దాం.

1. వ్యక్తిగత డిమాండు, మార్కెట్ డిమాండు
2. కంపెనీ డిమాండు, పరిశ్రమ డిమాండు
3. వుత్పన్న డిమాండు, స్వతంత్ర డిమాండు
4 ధర డిమాండ్, ఆదాయ డిమాండు, జాత్యంతర డిమాండు

ప్రస్తుతం వివిధ డిమాండ్‌లను గురించి తెలుసుకుందాం.

1. **వ్యక్తిగత డిమాండు, మార్కెట్ డిమాండు :** ఒక వ్యక్తి వివిధ ధరల వద్ద ఒక వస్తువును ఎంత పరిమాణంలో కొనుగోలు చేస్తున్నాడో ఆ పరిమాణాన్ని వ్యక్తిగత డిమాండ్ అంటారు. మార్కెట్‌లోని వినియోగదారులందరు వివిధ ధరల వద్ద వస్తువును చేసే పరిమాణాన్ని మార్కెట్ డిమాండ్ అంటారు.

2. **కంపెనీ (సంస్థ) డిమాండ్, పరిశ్రమ డిమాండ్ :** ఒకే వస్తువును తయారు చేసే అనేక సంస్థల కలయికను పరిశ్రమ అంటారు. ఈ పరిశ్రమ తయారు చేసే వస్తువులకు ఉండే డిమాండును పరిశ్రమ డిమాండ్ అంటారు. ఉదాహరణకు ఒక దేశంలో సబ్బులకు ఉన్న డిమాండ్‌ను పరిశ్రమ డిమాండ్‌గా భావించవచ్చును. కారణం దేశంలో సబ్బులను తయారు చేయు సబ్బులన్నింటిని కలిపి ఒక పరిశ్రమగా భావించవచ్చు. అనగా ఒకే వస్తువును గాని, సన్నిహిత ప్రత్యామ్నాయాలను గాని ఉత్పత్తి చేసే సంస్థల యొక్క సముదాయాన్ని పరిశ్రమగా నిర్వచించవచ్చు.

   అలాకాక ఒక ప్రత్యేక సంస్థ తయారు చేసిన వస్తువు యొక్క డిమాండ్‌ను కంపెనీ డిమాండ్ అనవచ్చు. ఉదాహరణకు పియర్స్ సబ్బుకున్న డిమాండ్‌ను కంపెనీ డిమాండ్ గా భావించవచ్చు. కారణం, వివిధ సబ్బులు వివిధ కంపెనీల వల్ల లేదా సబ్బుల వల్ల ఉత్పత్తి చేయబడతాయి. ఒక్కొక్క సంస్థ ఉత్పత్తి చేసే వస్తువులు ఒకదానికొకటి ప్రత్యామ్నాయాలు. అందువల్ల ఆ వస్తువులకు అన్నింటికన్నా డిమాండ్‌ను పరిశ్రమ డిమాండ్ అనవచ్చు. పరిశ్రమ మరియు కంపెనీ డిమాండ్‌ను పరిశ్రమ డిమాండ్ అనవచ్చు. పరిశ్రమ మరియు కంపెనీ డిమాండ్‌లను ఒక ఉదాహరణ ద్వారా పరిశీలించవచ్చు.

   ఉదాహరణకు ఒక నిర్ణీత కాలంలో స్నానపు సబ్బులకున్న డిమాండ్ మొత్తం 100 మిలియన్ యూనిట్లు. కాని అందులో సింథాల్ స్నానపు సబ్బుకున్న డిమాండ్ 20 మిలియన్ యూనిట్లు మాత్రమే గనుక మొత్తం డిమాండ్‌లో సింథాల్ వారి డిమాండ్ 20% మాత్రమే.

3. **స్వతంత్ర డిమాండ్, వుత్పన్న డిమాండ్ :** ఏ వస్తువునైనా వినియోగదారులు తమ స్వంత వినియోగం కోసం కోరటం జరిగితే దానిని ప్రత్యక్ష డిమాండ్ లేక స్వతంత్ర డిమాండ్ అంటారు. ఉదాహరణకు ఆహారపధార్థాలు, గృహాలకు ఉండే డిమాండు స్వతంత్ర డిమాండు. కాని వుత్పన్న డిమాండ్ అనేది ప్రత్యక్ష డిమాండ్ నుండి ఉద్భవించడం జరుగుతుంది. ఉదాహరణకు గృహాలకు ఉండే డిమాండ్. ప్రత్యక్ష డిమాండ్ కాని గృహాలను నిర్మించటానికి కావలసిన ఇటుకలు, ఇనుము, సిమెంట్ మొదలైన గృహ నిర్మాణానికి కావలసిన వస్తువులకుండే డిమాండ్‌ను వుత్పన్న డిమాండ్ అంటారు. అంటే గృహ డిమాండు లేదా ప్రత్యక్ష డిమాండ్ కారణంగా ఉద్భవించిన డిమాండును వుత్పన్న డిమాండ్ అంటారు. ఇటుకలు సిమెంటుల డిమాండ్, గృహాలకున్న డిమాండ్ పై ఆధారపడి ఉంటుంది. గృహాలకున్న డిమాండ్ పెరగడం వల్ల ఇటుకలకు

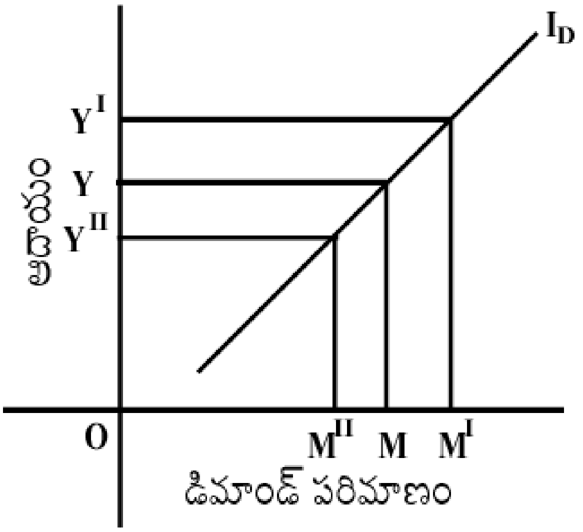
డిమాండ్ పెరుగుతుంది. తగ్గితే తగ్గుతుంది. సాధారణంగా వినియోగ వస్తువులకు ఉన్న డిమాండ్‌ను ప్రత్యక్ష డిమాండ్ గానూ, ఉత్పాదక వస్తువులకు ఉన్న డిమాండ్‌ను పరోక్ష డిమాండ్ లేదా వ్యుత్పన్న డిమాండ్ గాను చెప్పవచ్చు.

4. **ధర డిమాండు, ఆదాయ డిమాండ్, జాత్యంతర డిమాండ్ :** డిమాండు ఆధార పడి ఉన్న అంశాలలో మిగిలిన వాటిలో మార్పులేకుండా, ధరకు డిమాండ్‌కు సంబంధాన్ని పరిశీలిస్తే ధర డిమాండ్ అంటారు. ధరకు డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధం విలోమ లేదా పరోక్ష సంబంధం. మిగిలిన పరిస్థితులలో మార్పు లేకుండా, ఆదాయానికి డిమాండుకు గల సంబంధాన్ని ఆదాయ డిమాండ్ అంటారు. ఆదాయానికి డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధం అనులోమ లేదా ప్రత్యక్ష సంబంధం.

మిగిలిన పరిస్థితులు మారనప్పుడు ప్రత్యామ్నాయ లేదా పూరక వస్తువుల ధరకు ఒక వస్తువు డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధాన్ని ఆదాయ డిమాండ్ తెలియజేస్తుంది. ప్రత్యమ్నాయ వస్తువు ధరకు ఒక వస్తువు డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధం అనులోమ సంబంధమైతే, పూరక వస్తువులకు ఆ వస్తువుకు ఉన్న సంబంధం విలోమ సంబంధం. ధర డిమాండు రేఖను ఇంతకు ముందే చూచాము.

క్రింది రేఖా పటం - 3.2 ఆదాయ డిమాండ్ రేఖను తెలియజేస్తుంది. సాధారణంగా ఆదాయం పెరిగితే డిమాండ్ పెరుగుతుంది. ఆదాయం తగ్గితే డిమాండ్ తగ్గుతుంది.

రేఖా పటం - 3.2



రేఖా పటంలో I_D ఆదాయ డిమాండ్ రేఖ. ఆదాయం OY ఉంటే డిమాండ్ OM. ఆదాయం OY^1 కు పెరిగితే డిమాడ్ కూడా OM^1 కు పెరుగుతుంది. ఆదాయం OY^{11} కు తగ్గితే డిమాండ్ **కూడా OM^{11}** కు తగ్గుతుంది.

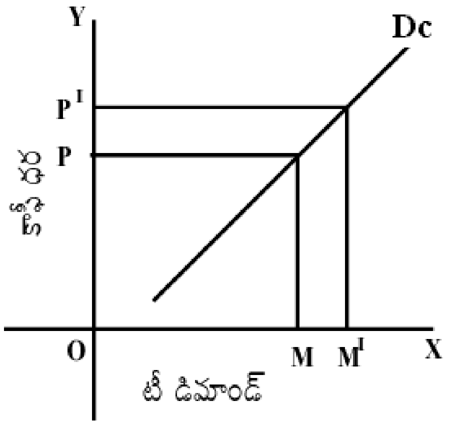
క్రింది రేఖాపటంలో జాత్యంతర డిమాండ్ రేఖలను చూపటం జరిగింది.

ప్రత్యమ్నాయ వస్తువులు కాఫీ, టీ అని జాత్యంతర డిమాండ్ రేఖను పరిశీలిద్దాం. ఈ డిమాండ్‌లో కాఫీ ధరకు, టీ డిమాండ్ సంబంధాన్ని పరిశీలిస్తాం. కాఫీ ధర పెరిగితే, కాఫీ తాగేవారు టీ ని డిమాండ్ చేస్తారు కాబట్టి టీ డిమాండ్ పెరుగుతుంది. కాఫీధర తగ్గితే టీ త్రాగేవారు కూడా కాఫీని డిమాండ్ చేస్తారు. కాబట్టి టీ డిమాండ్ తగ్గుతుంది. అంటే కాఫీ ధరకు టీ డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధం విలోమ సంబంధం. ఈ సంబంధాన్ని క్రింది రేఖా పటం - 3.2(A) పటంలో చూపటం జరిగింది.

బూటుకు, సాక్సు పూరక వస్తువు బూటు ధరకు, సాక్సు డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధం కూడా జాత్యంతర డిమాండ్. బూటు ధర పెరిగితే, బూటును తక్కువ కొంటారు కావున సాక్స్ డిమాండ్ తగ్గుతుంది. బూటు ధర తగ్గితే సాక్స్ డిమాండ్ పెరుగుతుంది. కాబట్టి బూటు ధరకు, సాక్స్ డిమాండ్‌లకు ఉన్న సంబంధం విలోమ సంబంధం, సంబంధాన్ని క్రింది రేఖా పటం - 3.2(B) లో చూపటం జరిగింది.

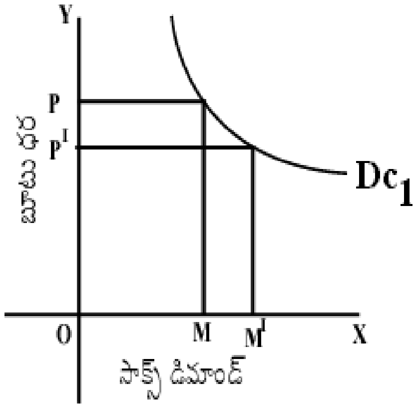
రేఖా పటం - 3.2(A)

ప్రత్యమ్నాయ వస్తువులు



రేఖా పటం - 3.2(B)

పూరక వస్తువులు



ప్రత్యమ్నాయ వస్తువుల జాత్యంతర డిమాండ్ రేఖ Dc కుడినుండి ఎడమకు పైకి వాలుతుంది. పూరక వస్తువు విషయంలో ఎడమ నుండి కుడికి వాలుతుంది.

3.8 డిమాండ్ రేఖ ఎడమ నుంచి కుడికి వాలుటకు కారణాలు

సాధారణంగా డిమాండ్ రేఖ ఎడమ నుంచి కుడికి వాలుతుంది. (Sloping Downwards to Right). దీనికి ఉన్న కారణాలను వివరించడం వల్ల డిమాండ్ సూత్రం పనిచేసే విధానం మరింత స్పష్టంగా తెలుస్తుంది. క్రింది కారణాల వల్ల డిమాండు రేఖ ఎడమ నుంచి కుడికి కిందికి వాలుతుంది.

1. ధరకు, డిమాండ్‌కు విలోమ సంబంధం కాబట్టి విలోమ సంబంధం ఉన్న ఏ రేఖ అయినా ఎడమ నుంచి కుడికి వాలుతుంది.
2. క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం పై ఆధారపడి డిమాండ్ సూత్రం ఉంటుంది. ఈ సూత్రం ప్రకారం ఒక వస్తువును ఎక్కువగా తీసుకొంటూపోతే అదనపు యూనిట్ ప్రయోజనం తగ్గుతూ ఉంటుంది. అందువల్ల వినియోగదారు వస్తువు ధరపడిపోయినప్పుడు వస్తువును అధిక యూనిట్లు కొంటాడు. కొన్ని యూనిట్‌లే అందుబాటులో ఉంటే వాటి నుంచి లభించే ఉపాంత ప్రయోజనం అధికంగా ఉంటుంది. కాబట్టి ఎక్కువ ధర చెల్లించి కొంటాడు. దీన్ని బట్టి తక్కువ ధర వద్ద డిమాండ్ అధికంగా, ఎక్కువగా ధర ఉన్నప్పుడు డిమాండ్ తక్కువగాను ఉంటుంది. ఇందువల్లనే డిమాండ్ రేఖ కిందికి వాలుతూ ఉంటుంది.
3. మార్కెట్‌లో వస్తువు ధర తగ్గితే ప్రస్తుతం కొంటున్న వినియోగదారులే కాకుండా కొత్తగా కొంత మంది వినియోగదారులు కూడా ఆ వస్తువును వాడటం ప్రారంభిస్తారు. ఫలితంగా వస్తువులకున్న డిమాండ్

పెరుగుతుంది. వస్తువు ధర పెరిగినప్పుడు వినియోగదారులు ఆ వస్తువు కొనడాన్ని తగ్గించడం గాని, మానివెయ్యడం గానీ చేస్తారు. దీని ఫలితంగా డిమాండ్ పడిపోతుంది. ఈ కారణం వల్ల డిమాండ్ రేఖ ఎడమ నుంచి కుడికి కిందికి వాలుతుంది.

4. ఆదాయ ప్రభావం, ప్రత్యామ్నాయ ప్రభావాలని కలిపి ధర ప్రభావంగా పేర్కొంటారు. వినియోగదారుల ఆదాయం కూడా డిమాండ్ పరిమాణాన్ని ప్రభావితం చేస్తుంది. దీన్ని ఆదాయ ప్రభావం (Income Effect) అంటారు. వస్తువుల ధరలు తగ్గినప్పుడు వినియోగదారుని వాస్తవ ఆదాయం (Real Income) పెరుగుతుంది. ఇలా ఆదాయం పెరిగినప్పుడు వస్తువు పై వెచ్చించడం జరుగుతుంది. ఉదాహరణకు, పాల ధర పడిపోయినప్పుడు వినియోగదారుడు అదే డబ్బుకి పాలను ఇదివరకటి కంటే ఎక్కువ కొనగలుగుతాడు. అట్లాగే పాలధర పెరిగినప్పుడు వాస్తవిక ఆదాయం తగ్గడం వల్ల పాలు వాడకం తగ్గించుకొంటాడు. ఈ కారణం వల్లే డిమాండ్ రేఖ కిందికి వాలుతూ ఉంటుంది.
5. ప్రత్యామ్నాయ వస్తువుల ధరల మార్పులు కూడా డిమాండ్ పై ప్రభావం చూపుతాయి. దీనినే ప్రత్యామ్నాయ ప్రభావం (Substitution Effect) అంటారు. ఉదాహరణకు కాఫీ ధర పెరిగి, టీ ధర పెరగకుండా నిలకడగా ఉన్నప్పుడు కాఫీ వాడకం తగ్గించుకొని టీని వాడటం జరుగుతుంది. అందువల్ల కాఫీకి డిమాండ్ పడిపోతుంది. కాఫీ, టీలు పరస్పర ప్రత్యామ్నాయాలు. అంటే ఒకదాని బదులు మరోదాన్ని వాడటానికి వీలున్నటువంటి పానీయాలన్నమాట. ఇలాంటి ప్రత్యామ్నాయ ప్రభావం వల్ల కూడా డిమాండ్ రేఖ కిందికి వాలుతూ ఉంటుంది.
6. పైన తెలిపిన ప్రభావాలే కాక వస్తువులకున్న వివిధ రకాల ప్రయోజనాల వల్ల కూడా డిమాండ్ ప్రభావితమవుతూ ఉంటుంది. వస్తువుల ధర పెరిగినప్పుడు వివిధ రకాల ప్రయోజనాలలో అతి ముఖ్యమైన వాటికే ఆ వస్తువును ఉపయోగించడం జరుగుతూ ఉంటుంది. ఉదాహరణకు, కరెంటు చార్జీలు పెరగటం వల్ల ఫాన్ల వాడకం, నీళ్ళు కాచుకోవడానికి విద్యుచ్ఛక్తిని ఉపయోగించడం, వంటకోసం కరెంటు వాడకం వంటి వాటిని మాని కేవలం వెలుతురు అవసరాలకు మాత్రమే వినియోగించటం జరుగుతుంది. కరెంట్ ఛార్జీలు తగ్గిన సందర్భములో పూర్వం మాదిరిగానే కేవలం వెలుతురు కోసం మాత్రమే కాక ఇతరత్రా కూడా వాడటం ప్రారంభమవుతుంది. ఇంతవరకు వివరించిన ప్రభావాల వల్ల డిమాండ్ రేఖ కిందికి వాలుతుందని గ్రహించవచ్చు.

3.9 డిమాండ్ సూత్రానికి మినహాయింపులు

డిమాండ్ సూత్రానికి కొన్ని మినహాయింపులు ఉన్నాయి. డిమాండ్ సూత్రానికి భిన్నంగా జరిగే సందర్భాలను మినహాయింపులుగా చెపుతాము.

1. **గౌరవ సూచక వస్తువులు :** కొన్ని వస్తువులకు ఎక్కువ ధర ఉంటేనే ఎక్కువ డిమాండ్ ఉంటుంది. ధర ఎంత ఎక్కువగా ఉంటే అంత ప్రతిష్టను, గౌరవాన్ని ఆ వస్తువులు పెంచుతాయి. ఉదాహరణకు వజ్రాలు, ఆణిముత్యాలు మొదలైన గౌరవ సూచక వస్తువుల విషయంలో, వినియోగదారుడు వాటి ధరను బట్టి గౌరవాన్ని అంచనా వేస్తారు. అందువల్ల ధర పెరిగితే డిమాండ్ తగ్గటానికి బదులు పెరుగుతుంది. ధర తగ్గితే డిమాండ్ కూడా తగ్గుతుంది.
2. **గిఫెన్ వైపరిత్యం** : సర్ రాబర్ట్ గిఫెన్ అనే శాస్త్రవేత్త నిత్యావసర వస్తువుల విషయంలో ఈ సూత్రం వర్తించదని చెప్పటాన్ని గిఫెన్ వైపరీత్యం అంటారు. నిత్యావసర వస్తువుల ధర పెనిగినందువల్ల డిమాండ్

తగ్గదు. ఉదాహరణకు బియ్యం ధర పెరిగితే, వినియోగదారులు అవసరమైతే ఇతర వస్తువులను కొనడం మాని బియ్యం అదే పరిమాణంలో కొంటారు. కావున ధర తగ్గినా కూడా అదే పరిమాణంలో కొంటారు. కావున బియ్యం ధర పెరిగినా తగ్గినా దాని డిమాండ్ మారదు.

3. **అంచనా వ్యాపారం :** భవిష్యత్‌లో ధరలు ఏ విధంగా ఉంటాయో ఊహించి చేసే వ్యాపారాన్ని అంచనా వ్యాపారం అని అంటారు. భవిష్యత్‌లో ఒక వస్తువు ధర, ప్రస్తుత ధర కంటే తగ్గుతుందని అని భావిస్తే ఆ వస్తువు ధర తగ్గినప్పటికి తక్కువ పరిమాణంలోనే కొంటారు. అదే విధంగా భవిష్యత్‌లో ఒక వస్తువు యొక్క ధర పెరుగుతుంది అని భావిస్తే, ఆ వస్తువును ఎక్కువ పరిమాణంలో కొంటారు. కనుక ధర తగ్గితే డిమాండ్ తగ్గుతుంది. ధర పెరిగితే డిమాండ్ పెరుగుతుంది. కాబట్టి అంచనా వ్యాపారం డిమాండ్ సూత్రానికి మినహాయింపు.

3.10 సారాంశం

డిమాండ్ అంటే ఒక నిర్ణీత ధర వద్ద కొనుగోలు చేసిన వస్తుపరిమాణం. దీనిని కోరిక మరియు కొనుగోలు శక్తి అనురెండు అంశాలు ప్రభావితం చేస్తుంటాయి. ఎక్కువ ధర వద్ద తక్కువ పరిమాణంలోనూ, తక్కువ ధర వద్ద ఎక్కువ పరిమాణంలోనూ వినియోగదారుడు వస్తువులను కొనుగోలు చేస్తాడు. ధరకు డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధం విలోమ సంబంధం. అత్యవసర వస్తువులు గిఫెన్ వస్తువులు, అంచనా వ్యాపారం ఈ సూత్రానికి మినహాయింపులు. ఆదాయానికి డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధాన్ని ఆదాయ డిమాండ్ అంటారు. ప్రత్యమ్నాయ, పూరక వస్తు ధరకు ఒక వస్తువు డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధాన్ని జాత్యంతర డిమాండ్ అంటారు.

3.11 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

1. సాధారణంగా ఏ వస్తువును ఎక్కువ కొనుగోలు చేస్తే ఆ వస్తువుకు డిమాండ్ ఉంది అంటాము. కాని అర్థశాస్త్ర పరిభాషలో కోరిక, కొనుగోలు శక్తి రెండూ ఉన్నప్పుడే డిమాండ్ అవుతుంది.
2. ఒక వస్తువు డిమాండ్ ఆ వస్తు ధర, ఆదాయం, ప్రత్యమ్నాయ మరియు పూరక వస్తు ధరలు, అలవాట్లు, అభిరుచులు, జనాభా, మొదలైన అనేక అంశాలపై ఆధారపడి ఉంటుంది.
3. ధరకు, డిమాండుకు ఉన్న సంబంధాన్ని తెలియచేయు పట్టిక డిమాండ్ పట్టిక అంటారు. ఈ సంబంధాన్ని తెలియజేయు రేఖ డిమాండ్ రేఖ.
4. ధరకు డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధం విలోమ సంబంధం. ఆదాయానికి డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధం అనులోమ సంబంధం. ప్రత్యామ్నాయ వస్తు ధరకు ఒక వస్తువు డిమాండుకు ఉన్న సంబంధం అనులోమ సంబంధం, పూరక వస్తుధరకు ఒకవస్తు డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధం విలోమ సంబంధం.
5. గిఫెన్ వస్తువుల, గౌరవ సూచక వస్తువుల, అంచనా వ్యాపార విషయాలలో డిమాండ్ సూత్రం వర్తించదు. కాని ఇవి డిమాండ్ సూత్రానికి మినహాయింపులు.

3.12 పదకోశం

1. **డిమాండ్ :** ఒక నిర్ణీత ధర వద్ద ఒక వస్తువును కొనుగోలు చేసే పరిమాణంను వస్తువుకు గల డిమాండ్ అంటాము.

2. డిమాండ్ సూత్రం : ఇతర పరిస్థితులలో మార్పులేనప్పుడు డిమాండ్ తగ్గుతుంది. ధర తగ్గితే డిమాండ్ పెరుగుతుంది.

3. ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు : ఒక వస్తువుకు బదులుగా వాడే వస్తువును ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు అంటారు. ఉదా - కాఫీ, టీ, . . .

4. పూరక వస్తువు : ఒక వస్తువుకు అనుబంధంగా వాడే వస్తువులను పూరక వస్తువులు అంటారు. ఉదా - కాఫీలోకి ఉపయోగించే పాలు, పంచదార మొదలగునవి.

5. జాత్యంతర డిమాండ్ : ప్రత్యామ్నాయ లేదా పూరక వస్తువు ధరకు, ఒక వస్తువు డిమాండుకు గల సంబంధం.

3.13 మాదిరి పరీక్ష ప్రశ్నలు

I వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. డిమాండు సూత్రాన్ని వివరించి, మినహాయింపులను వ్రాయుము.

II. సంక్షిప్త వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. డిమాండ్ అనగానేమీ ? వివరింపుము. దానిలోని రకాలను వ్రాయుము.
2. డిమాండ్ సూత్రము వివరింపుము.
3. డిమాండ్ రేఖ ఎడమనుంచి కుడికి ఎందుకు వాలుతుంది.

III. సంక్షిప్త ప్రశ్నలు

1. డిమాండ్ ఫలం
2. వ్యుత్పన్న డిమాండ్
3. వ్యక్తిగత డిమాండ్, మార్కెట్ డిమాండ్
4. కంపెనీ డిమాండ్, పరిశ్రమ డిమాండ్.

3.14 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకములు.

1) Watson : Price Theory and Its Uses
2) K.K. Dewett. : Modern Economic Theory
3) M.L. Jhigan : Advanced Economic Theory
4) P.A. Samuelson : Economics
5) Stonier and Hague : Micro Economic Theory
6) G.E. Ferguson : Micro Economic Theory
7) R.G.D. Allen : Mathematical Analysis for Economists
8) R.A. Bilas : Micro Economic Theory
9) తెలుగు అకాడమి : వ్యాపార అర్థశాస్త్రం

భాగం - 4

ప్రయోజన విశ్లేషణ

విషయక్రమం

4.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు
4.1 విషయ పరిచయం
4.2 ప్రయోజనం - నిర్వచనం
4.3 ప్రయోజనం - రకాలు
4.3.1 ఆకార ప్రయోజనం
4.3.2 స్థాన ప్రయోజనం
4.3.3 కాల ప్రయోజనం
4.3.4 సేవా ప్రయోజనం
4.4 ప్రయోజన విశ్లేషణలు
4.4.1 కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ
4.5 క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం
4.5.1 ప్రమేయాలు
4.5.2 క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం - వివరణ
4.5.3 రేఖా చిత్రం ద్వారా వివరణ
4.5.4 క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం - మినహాయింపులు
4.5.5 విమర్శలు
4.5.6 ప్రాముఖ్యత
4.6 సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం
4.6.1 ప్రమేయాలు
4.6.2 సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం
4.6.3 సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం - వివరణ
4.6.4 రేఖా పటం ద్వారా వివరణ
4.6.5 విమర్శలు
4.6.6 ప్రాముఖ్యత
4.7 వినియోగదారుని మిగులు సిద్ధాంతం
4.7.1 ప్రమేయాలు
4.7.2 వినియోగదారుని మిగులు సూత్రం
4.7.3 వినియోగదారుని మిగులు సిద్ధాంతం - వివరణ
4.7.4 వినియోగదారుని మిగులు పట్టిక

4.7.5 రేఖా పటం ద్వారా వివరణ
4.7.6 వినియోగదారుని మిగులు - విమర్శలు
4.7.7 వినియోగదారుని మిగులు భావన - ప్రాముఖ్యత
4.8 కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణలో లోపాలు
4.9 సారాంశం
4.10 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు
4.11 పదకోశం
4.12 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు
4.13 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

4.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

ప్రయోజన విశ్లేషణలో వినియోగదారుని యొక్క ప్రవర్తనను, అతని సమతౌల్యాన్ని అధ్యయనం చేయడం ఈ భాగం ప్రధాన ఉద్దేశం. దీనితో పాటు ప్రయోజన విశ్లేషణ పై రూపొందించిన సిద్ధాంతాలను కూడా మనం ఈ భాగంలో తెలుసుకుంటాం. ఈ భాగం పూర్తయ్యే సరికి మీరు క్రింది పాఠ్యాంశాలను గురించి అవగాహన చేసుకుంటారు.

* ప్రయోజన నిర్వచనం, రకాలు
* క్షీణోపాంత ప్రయోజన సిద్ధాంతం
* సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం
* వినియోగదారుని మిగులు సిద్ధాంతం

4.1 విషయ పరిచయం

మానవునికి కోర్కెలు అనేకం ఉంటాయి. వాటిని తీర్చుకోవడం కోసం అతడు వస్తు సేవలను వినియోగించు కొంటాడు. ఆ వస్తువులకు అతని కోర్కెలను తీర్చగలిగే శక్తి ఉంటుంది. అంటే ఆ వస్తువుకు ప్రయోజనం ఉందన్నమాట. ప్రయోజనాన్ని అధ్యయనం చేయటానికి మనకు రెండు రకాల విశ్లేషణలు కలవు. అవి :

1. కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ
2. ఆర్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ

కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ వినియోగదారుడు పొందే ప్రయోజనాన్ని కొలవచ్చు అనే ప్రమేయం పై ఆధారపడి రూపొందించబడింది. ప్రయోజనాన్ని కొలవలేము, కాని పోల్చవచ్చు అనే ప్రమేయం పై రూపొందించింది ఆర్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ. మనం ఈ భాగంలో కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణను గురించి తెలుసుకొంటాము. దీనిలో ఉపాంత ప్రయోజన సిద్ధాంతాన్ని, సమోపాంత ప్రయోజన సిద్ధాంతాన్ని మరియు వినియోగదారుని మిగులును గురించి తెలుసుకొంటాము.

4.2 ప్రయోజనం - నిర్వచనం

ప్రయోజనం అనే భావనను మొదటిసారిగా 19వ శతాబ్దంలో జీవాన్స్ మరియు వాల్రాస్ అనే ఆర్థికవేత్తలు ప్రవేశపెట్టారు. అయితే నవ్య సాంప్రదాయక ఆర్థికవేత్త అయిన మార్షల్ దీనిని పూర్తిగా విశ్లేషించారు. ఈ ఆర్థికవేత్తల

ప్రకారం ప్రయోజనం అనగా మానవుని కోర్కెలను తీర్చటానికి ఒక వస్తువుకు ఉండే శక్తి. అంటే కోర్కెలను తీర్చగలిగే శక్తినే ప్రయోజనం అంటారు. అయితే ప్రయోజనం అనే భావన ఊహా సంబంధమైనది. ఒక వస్తువు చిన్న కోరికను తీర్చినా, పెద్దకోరికను తీర్చినా, మంచి కోర్కెను తీర్చినా, చెడ్డ కోర్కెను తీర్చినా ఆ వస్తువుకు ప్రయోజనం ఉందంటాము. ప్రయోజనం నైతికంగా తటస్థమైనది. ఒక వస్తువు మనం అనుకున్న విధంగా ఉపయోగకారి కాకపోయినా దాని కోరికను తీర్చగలిగిన శక్తి ఉంటే దానికి ప్రయోజనం ఉంది అంటాము.

4.3 ప్రయోజనం - రకాలు

ప్రయోజనాన్ని నాలుగు రకాలుగా వర్గీకరించవచ్చును.

4.3.1 ఆకార ప్రయోజనం

ఒక వస్తువు ఆకారం మార్చినందు వల్ల కలిగే ప్రయోజనాన్ని ఆకార ప్రయోజనం అంటారు. ఉదాహరణకు అడవిలో పడి ఉండే కర్రను కుర్చీలు, బల్లలు, మంచాల రూపంలో మార్చడం వల్ల కలిగే ప్రయోజనాన్ని ఆకార ప్రయోజనం అంటాం.

4.3.2 స్థాన ప్రయోజనం

ఒక వస్తువు స్థానాన్ని మార్చినందు వల్ల ప్రయోజనం కలిగితే దాన్ని స్థాన ప్రయోజనం అంటారు. ఉదాహరణకు ఇసుక నదిలో ఉంటే దానికి ప్రయోజనం లేదు. కాని దాని స్థానాన్ని మార్చి భవనాల దగ్గరకు చేర్చడం వల్ల నిర్మాణం చేపట్టే వారికి ప్రయోజనం కలుగుతుంది.

4.3.3 కాల ప్రయోజనం

వస్తువులను నిల్వ చేయడం వల్ల కలిగే ప్రయోజనాన్ని కాల ప్రయోజనం అంటారు. ఉదాహరణకు ద్రాక్ష సారాయిని కొన్ని సంవత్సరాల పాటు నిల్వ చేయడం వల్ల దాని విలువ మరియు రుచి పెరుగుతుంది. దానికి ప్రయోజనం వస్తుంది.

4.3.4 సేవా ప్రయోజనం

సేవల రూపంలో కలిగే ప్రయోజనాన్ని సేవా ప్రయోజనం అని అంటారు. ఉదాహరణకు ఉపాధ్యాయులు, డాక్టర్లు, నర్సులు చేసే సేవలు.

పై విధంగా వినియోగదారుడు పొందే ప్రయోజనం వివిధ రూపాలలో ఉండవచ్చునని స్పష్టంగా తెలుసుకోవచ్చు.

4.4 ప్రయోజన విశ్లేషణలు

ప్రయోజనాన్ని విశ్లేషణ చేయటానికి రెండు పద్ధతులు కలవు. అవి :

1. కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ
2. ఆర్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ

వినియోగదారుడు పొందే ప్రయోజనంను కొలవవచ్చు అనే ప్రమేయం పై కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ ఆధారపడి ఉంది. దీనిని మార్షల్ రూపొందించాడు కాబట్టి మార్షల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ అంటారు.

ఆర్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ ప్రకారం ప్రయోజనాన్ని కొలవలేము కాని పోల్చడం ద్వారా ఒక వినియోగదారుడు పొందే ప్రయోజనాన్ని చెప్పవచ్చు. ఆర్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణలో ఉదాసీన వక్రరేఖ సిద్ధాంతాన్ని ప్రముఖమైనది. ఆర్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ హిక్స్ రూపొందించాడు కాబట్టి హిక్స్ ప్రయోజన విశ్లేషణ అని కూడా అంటారు. ఇప్పుడు కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ, విశ్లేషణలోని ప్రధానమైన సిద్ధాంతాలను దిగువ వివరించడమైనది.

4.4.1 కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ

కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణను నవ్య సంప్రదాయక ఆర్థికవేత్త మార్షల్ ప్రవేశపెట్టాడు. ఈ విశ్లేషణ ప్రకారం ప్రయోజనాన్ని కొలవవచ్చు. కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ క్రింది ప్రమేయాల పై ఆధారపడి ఉంది. అవి :

1. ప్రయోజనాన్ని కొలవవచ్చు.
2. ఒక వస్తువు యొక్క ప్రయోజనం ఆ వస్తు పరిమాణం పైనే ఆధారపడి ఉంటుంది.
3. ద్రవ్య ఉపాంత ప్రయోజనం స్థిరంగా ఉంటుంది.
4. వినియోగదారుడు ఎప్పుడు హేతుబద్దంగా వ్యవహరిస్తాడు. అంటే ఎప్పుడు గరిష్ట ప్రయోజనాన్ని పొందడానికి కృషి చేస్తాడు.

కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ పై ఆధారపడి క్రింది సూత్రాలు రూపొందించబడ్డాయి.

1. క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం
2. సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం
3. వినియోగదారుని మిగులు సిద్ధాంతం

ఈ సిద్ధాంతాలను వివరంగా పరిశీలిద్దాం.

4.5 క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం

వస్తు పరిమాణానికి, దాని నుంచి లభించే ప్రయోజనానికి మధ్య గల సంబంధాన్ని క్షీణోపాంత ప్రయోజన సిద్ధాంతం తెలియజేస్తుంది. ఈ సూత్రం ప్రకారం ఒక వస్తువు పరిమాణం పెరిగిన కొద్ది, అదనపు వస్తువు నుంచి వచ్చే అదనపు ప్రయోజనం తగ్గుతుంది. ఈ భావనను మొదటిసారిగా H.H. గాసెన్ అనే ఫ్రెంచి ఇంజనీర్ తెలియజేస్తే, క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రంగా రూపొందించింది ఆల్ఫ్రెడ్ మార్షల్. అందువల్లనే జీవాన్స్ అనే శాస్త్రవేత్త దీనిని గాసెన్ ప్రథమ సూత్రంగా పేర్కొన్నాడు మార్షల్ ఈ సూత్రాన్ని క్రింది ప్రయోజనాల పై ఆధారపడి రూపొందించాడు.

4.5.1 ప్రమేయాలు

మార్షల్ రూపొందించిన క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం క్రింది ప్రమేయాల పై ఆధారపడి ఉంది.

1. ఉపయోగించే వస్తువులన్నీ సజాతీయంగా ఉండాలి. విభజించుటకు వీలుండాలి.
2. ఒక వస్తువును వివిధ యూనిట్లు తీసుకునేటప్పుడు కాలయాపన ఉండరాదు.
3. వస్తువు యూనిట్లు మరీ చిన్నవిగాని, పెద్దవిగాని ఉండరాదు.

4. వస్తువు యొక్క ధరలో మార్పు ఉండరాదు.
5. వినియోగదారుల అభిరుచులు, అలవాట్లలో మార్పు ఉండరాదు.
6. వినియోగదారుడు హేతుబద్ధంగా అనగా గరిష్ఠ ప్రయోజనాన్ని పొందటం కోసం ప్రయత్నిస్తాడు.
7. ద్రవ్య ఉపాంత ప్రయోజనం స్థిరంగా ఉంటుంది.

4.5.2 క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం - వివరణ

మార్షల్ పైన చెప్పిన ప్రమేయాలపై ఆధారపడి సూత్రాన్ని నిర్వచించాడు. ఇతర పరిస్థితుల్లో మార్పులేనప్పుడు " ఒక వ్యక్తి వద్దనున్న వస్తు పరిమాణం పెరుగుతున్న కొద్దీ, అదనపు వస్తువు వలన లభించే అదనపు ప్రయోజనం క్షీణిస్తూ ఉంటుంది ". ఈ సూత్రాన్ని క్రమక్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం అని కూడా అంటారు.

ఉపాంత ప్రయోజనం : ఒక వస్తువు పరిమాణం పెరిగే కొద్దీ మొత్తం ప్రయోజనంలో కలిగే అదనపు పెరుగుదలను ఉపాంత ప్రయోజనం అంటారు. పెరిగిన వస్తువు లేదా అదనపు వస్తువును ఉపాంత వస్తువు అంటారు. దీనిని తెలుసుకొనుటకు ఈ క్రింది సూత్రాన్ని ఉపయోగిస్తారు.

ఉపాంతప్రయోజనం = n యూనిట్‌ల వల్ల వచ్చిన మొత్తం ప్రయోజనం - (n-1) యూనిట్‌ల వల్ల వచ్చిన మొత్తం ప్రయోజనం

మొత్తం ప్రయోజనం : కొంత పరిమాణంలో (n యూనిట్లు) తీసుకున్నందు వల్ల వచ్చే ప్రయోజనాన్ని మొత్తం ప్రయోజనం అని అంటారు. ఉదాహరణకు ఒక వినియోగదారుడు మూడు మామిడిపండ్లను వినియోగించుకొంటే ఆ మూడు పండ్ల వల్ల వచ్చే ప్రయోజనాన్ని మొత్తం ప్రయోజనం అంటారు.

క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రాన్ని ఒక ఉదాహరణ ద్వారా తేలికగా వివరించవచ్చు. ఒక వ్యక్తి బాగా ఆకలితో ఉన్నాడనుకొందాం. అప్పుడు అతనికి ఒక యాపిల్ పండు యిస్తే చాలా వేగంగా తింటాడు. చాలా సంతృప్తి పొందుతాడు. అతనికి రెండో యాపిల్ యిస్తే దానిని కూడా తింటాడు. మొదటి యాపిల్‌ని తిన్నంత ఆత్రుతతో తినలేడు. ఎందుకంటే అంతకు ముందే అతని ఆకలి కొంత తగ్గింది. కనుక ఈ రెండవ పండు వల్ల లభించే ప్రయోజనం మొదటి యాపిల్ కంటే తక్కువగా ఉంటుంది. ఈ విధంగా యాపిల్ పండ్లను ఉపయోగించే కొద్దీ వాటి నుండి లభించే ప్రయోజనం కూడా తగ్గుతుంది. దీనిని ఈ క్రింది పట్టిక ద్వారా తెలియజేయవచ్చు. మార్షల్ ప్రయోజనాన్ని "యుటిల్స్" అను ఊహాజనిత కొలత సాధనంతో కొలిచాడు.

వస్తు పరిమాణం, మొత్తం ప్రయోజనం, ఉపాంత ప్రయోజనం చూపే పట్టిక.

యాపిల్ పండ్ల సంఖ్య	మొత్తం ప్రయోజనం (యుటిల్స్)	ఉపాంత ప్రయోజనం (యుటిల్స్)
1	30	30
2	45	15
3	55	10
4	60	5
5	60	0 వినియోగదారుని సమతౌల్యం
6	55	-5

పై పట్టికను బట్టి యాపిల్ పండ్ల వినియోగం పెరిగే కొద్ది మొత్తం ప్రయోజనం కూడా పెరుగుతుంది. అయితే ఉపాంత ప్రయోజనం ఎక్కడ శూన్యంగా ఉంటుందో అక్కడ మొత్తం ప్రయోజనం గరిష్టంగా ఉండి, ఆ స్థితిలో వినియోగదారుడు సమతౌల్యంలో ఉంటాడు. మొత్తం ప్రయోజనంలో పెరుగుదల 4వ యాపిల్ వరకు ఉంటుంది. ఆ తరువాత యాపిల్‌లో మార్పు లేకుండా ఉండి తరువాత తగ్గుతుంది. 5వ యాపిల్ వల్ల ఉపాంత ప్రయోజనం శూన్యంగా ఉంది. ఆ తరువాత ఋణాత్మకంగా ఉంది. ఉపాంత ప్రయోజనం శూన్యం అయిన దగ్గర మొత్తం ప్రయోజనం గరిష్టంగా ఉండి, వినియోగదారుడు సమతౌల్యంలో ఉంటాడు.

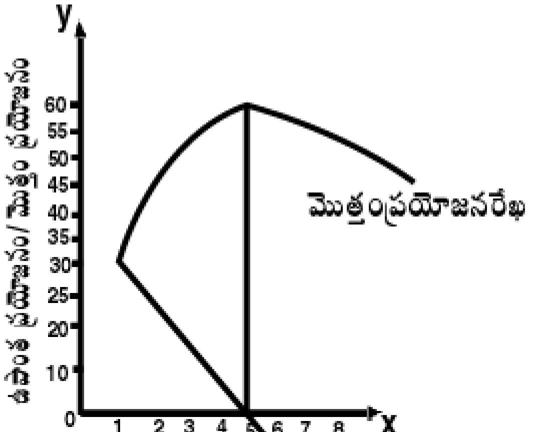
మొత్తం ప్రయోజనం, ఉపాంత ప్రయోజనాల సంబంధం

మొత్తం ప్రయోజనం	ఉపాంత ప్రయోజనం
1. క్షీణిస్తున్న రేటులో పెరుగుతూఉంటే	క్షీణిస్తుంది
2. గరిష్ట స్థాయిలో ఉంటే	సున్నా ఉంటుంది
3. క్షీణిస్తుంటే	ఋణాత్మకం అవుతుంది

4.5.4 రేఖా చిత్రం ద్వారా వివరణ

క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రాన్ని క్రింది రేఖా పటం 4.1 ద్వారా వివరించవచ్చు.

రేఖా పటం - 4.1



పై రేఖా చిత్రం - 4.1లో యాపిల్ పండ్లు తీసుకున్నందు వల్ల వచ్చే మొత్తం ప్రయోజనం, ఉపాంత ప్రయోజనాలను Y అక్షం మీద, ఆపిల్ పండ్లను X అక్షం మీద తీసుకున్నాము. ఉపాంత ప్రయోజన రేఖ 30 యూనిట్ల వద్ద ప్రారంభమై క్రమంగా తగ్గుతూ, ఒక స్థాయి వద్ద X అక్షాన్ని ఖండించుకొని ఋణాత్మకమైంది. ఉపాంత ప్రయోజన రేఖ ఎక్కడ X అక్షాన్ని ఖండించుకొంటుందో అక్కడ మొత్తం ప్రయోజనం గరిష్టంగా ఉంది. కాబట్టి ఉపాంత ప్రయోజనం శూన్యమైన దగ్గర వినియోగదారుడు సమతౌల్యంలో ఉంటాడు.

4.5.4 క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం మినహాయింపులు

ఈ సూత్రం కొన్ని సందర్భాల్లో వర్తించదు కాబట్టి వాటినే మనం మినహాయింపులు అంటాం.

1. **త్రాగుబోతులు :** త్రాగుబోతుల విషయంలో క్షీణోపాంత ప్రయోజన సిద్ధాంతం వర్తించదు. ఎందుకంటే

వారు మద్యం సేవించే కొద్దీ ఎక్కువ సంతృప్తిని పొందుచున్నట్లుగా భావిస్తారు. కాబట్టి అదనంగా మద్యాన్ని తీసుకొనే కొద్దీ ప్రయోజనం తగ్గటానికి బదులుగా పెరుగుతుంది. కాని ఒక స్థాయి దాటిన తరువాత మద్యం తీసుకోలేని పరిస్థితి వస్తుంది. కాబట్టి ఈ సూత్రం ఒక స్థాయి దాటిన తరువాత వర్తిస్తుంది అని కొంతమంది శాస్త్రవేత్తలు అంటారు.

2. **అరుదైన వస్తువుల సేకరణ :** పాత నాణెములు, పోస్టల్ స్టాంపులు వంటి అపూర్వ (అరుదైన) వస్తువుల సేకరణ విషయంలో క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం వర్తించదు. ఎందుకంటే ఒక వ్యక్తి అనేక రకాలైన పాత నాణెములను సేకరిస్తున్నప్పుడు అతనికి అదనంగా ఒక నాణెం లభ్యమైతే అతని సంతృప్తి తగ్గటానికి బదులు పెరుగుతుంది.
3. **పిసినార్లు (లోభి) :** పిసినార్ల విషయంలో కూడా ఈ సూత్రం వర్తించదు. లోభి వద్ద వస్తువుల పరిమాణం పెరిగిన కొద్ది వాటిని ఇంకా ఆర్జించాలని ఆశ పెరుగుతుందే తప్ప తరగదు. కాబట్టి లోభి విషయంలో ఉపాంత ప్రయోజనం పెరుగుతుందే తప్ప తగ్గదు.
4. **ద్రవ్యం :** ద్రవ్యానికి ఈ సూత్రాన్ని వర్తించరాదు. ఎందుకంటే ద్రవ్యం వినిమయ మాధ్యంగా పని చేస్తుంది. కాబట్టి ద్రవ్యం విషయంలో ఈ సూత్రం వర్తించరాదు.
5. **చదవటం :** ఎక్కువగా చదవడం వల్ల ఎక్కువ జ్ఞానం వస్తుంది. జ్ఞాన సమపార్జనకు అంతం లేదు. కొంతమంది ఎక్కువగా జ్ఞానాన్ని ఆర్జించాలన్న కాంక్ష కలవారు ఎక్కువగా చదువుతారు. అలాంటి వారికి అదనంగా చదవటం వల్ల వచ్చే విజ్ఞానం వల్ల ఉపాంత ప్రయోజనం పెరుగుతుందే తప్ప తగ్గదు.

4.5.5 విమర్శలు

క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం సర్వదా ఆమోదం పొందినప్పటికి, ఈ క్రింది విమర్శలకు గురయ్యింది.

1. ప్రయోజనం అనేది మానసికమైన భావన. సంతోషం, దుఃఖం ఏ విధంగానైతే కొలవలేమో అదే విధంగా ప్రయోజనాన్ని కూడా కొలవలేము.
2. ద్రవ్య ఉపాంత ప్రయోజనం స్థిరంగా ఉంటుంది అనే ప్రమేయం కూడా వాస్తవం కాదు. ఎందుకంటే ఇతర వస్తువులు లాగానే ద్రవ్యం కూడా ఒక వస్తువు అని కొంతమంది ఆర్థికవేత్తల అభిప్రాయం. ద్రవ్య పరిమాణం పెరిగే కొద్దీ ద్రవ్య ఉపాంత ప్రయోజనం క్షీణిస్తుంది.
3. విభజించటానికి వీలులేని వస్తువుల విషయంలో వస్తు పరిమాణాల్లో తేడాలున్నట్లయితే ఈ సూత్రం వర్తించదు.
4. ఈ సూత్రం ఆధారపడి ఉన్న ప్రమేయాలు నిజ జీవితంలో కనిపించవు.

4.5.6 ప్రాముఖ్యత

1. ఒకే వస్తువును నిరంతరం ఉపయోగిస్తే వినియోగదారువకు దానిపై విరక్తి కలుగుతుందని ఈ సూత్రం తెలుపుతుంది. దాన్ని ఆధారంగా చేసుకొని ఉత్పత్తిదారులు వస్తువుల ప్యాకేజీలు, రంగులు, ఆకారాలు, నాణ్యతలను ఎప్పటికప్పుడు ఆకర్షణీయంగా మారుస్తూ ఉంటారు.
2. ఆదాయం పెరుగుతూ ఉంటే ద్రవ్యం ఉపాంత ప్రయోజనం క్షీణిస్తుంది కాబట్టి పురోగామి పన్నుల విధానాన్ని అవలంభించటానికి ఈ సూత్రమే ఆధారం.

3. వస్తువు విలువ నిర్ణయ సిద్ధాంతాలలో ఈ సూత్రానికి ఎంతో ప్రాధాన్యత ఉంది.
4. డిమాండ్ రేఖ ఎడమ నుంచి కుడికి కిందికి వాలటానికి కారణం ఉపాంత ప్రయోజనం క్షీణించటమేనని ఈ సూత్రం తెలియజేస్తుంది.
5. డిమాండ్ సూత్రం, సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం, వినియోగదారుని మిగులు సిద్ధాంతాలకు ఈ సూత్రమే ప్రాతిపదిక.

4.6 సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం

సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రాన్నే గరిష్ట ప్రయోజన సిద్ధాంతం అని, ప్రతిస్థాపనా సూత్రం అని, అనుపాత సూత్రమని, గాసెస్ ద్వీతీయ సూత్రం అని కూడా అంటారు. వినియోగదారుడు తన పరిమిత ఆదాయాన్ని వివిధ వస్తువుల పై ఖర్చు చేసేటప్పుడు అతడు ఎప్పుడు గర్టిష్ట ప్రయోజనాన్ని పొందగలడో లేదా ఎప్పుడు సమతౌల్యంలో ఉంటాడో ఈ సూత్రం వివరిస్తుంది.

పరిమిత ఆదాయం గల వినియోగదారుడు తన ఆదాయాన్ని వివిధ వస్తువుల పై ఖర్చు చేసేటప్పుడు హేతుబద్ధంగా వ్యవహరిస్తాడు. అతడు ఒక వస్తువుకు చెల్లించే ధర, ఆ వస్తువు నుండి కలిగే ప్రయోజనానికి సమానం అయ్యే వరకు మాత్రమే ఆ వస్తువును వినియోగించి తరువాత మరొక వస్తువుకు మారతాడు. రెండో వస్తువును కూడా అంతవరకే వినియోగించి మరొక వస్తువుకు మారతాడు. ఈ విధంగా చేయడం వల్ల మాత్రమే వినియోగదారునికి గరిష్టమైన ప్రయోజనం కలుగుతుంది. మార్షల్ కొన్ని ప్రమేయాల పై ఆధారపడి ఈ సూత్రం రూపొందించాడు.

4.6.1 ప్రమేయాలు

సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం క్రింది ప్రమేయాల పై ఆధారపడి ఉంది.

1. ప్రయోజనాన్ని కొలవవచ్చు.
2. వివిధ వస్తువుల వల్ల వచ్చే ప్రయోజనాలు వినియోగదారునకు తెలిసి ఉంటాయి. కాబట్టి తాను ప్రాధాన్యత గల వస్తువులనే కొనుగోలు చేస్తాడు.
3. వినియోగదారుని ఆదాయంలో మార్పు ఉండదు.
4. కొనుగోలు చేసే వస్తువుల ధరలలో మార్పు ఉండదు.
5. వినియోగదారుని అభిరుచులు, అలవాట్లు మారవు.
6. ప్రతి వస్తువు స్వతంత్ర వస్తువు అంటే ఏ వస్తు ప్రయోజనం ఆ వస్తు పరిమాణం పై ఆధారపడి ఉంటుంది.
7. ద్రవ్య ఉపాంత ప్రయోజనం స్థిరంగా ఉంటుంది.
8. వినియోగదారుడు హేతుబద్ధంగా వ్యవహరిస్తాడు.

4.6.2 సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం - వివరణ

మార్షల్ సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రాన్ని ఈ విధంగా చెప్పారు. " ఒక వ్యక్తి తన వద్దనున్న ఆదాయాన్ని వివిధ వస్తువుల పై ఖర్చు చేసేటప్పుడు ఆ వస్తువుల నుంచి వచ్చిన ఉపాంత ప్రయోజనాల నిష్పత్తి, ధరల నిష్పత్తికి సమానంగా ఉన్నప్పుడు అతడు సమతౌల్యంలో ఉంటాడు." ఉదాహరణకు ఒక వినియోగదారుడు తన వద్ద ఉన్న

పరిమిత ఆదాయంతో a, b, c అనే వుస్తువులను కొంటున్నాడు అనుకుందాం. a ధర P_a, b ధర P_b, C ధర Pc. ఈ వస్తువుల నుంచి వచ్చే ఉపాంత ప్రయోజనాలు Mu_a, Mu_b, Mu_c . సమోపాంత ప్రయోజన సిద్ధాంతం ప్రకారం వినియోగదారుని ఉపాంత ప్రయోజనాల నిష్పత్తి, ధరల నిష్పత్తికి సమానంగా ఉంటే వినియోగదారుడు సమతౌల్యంలో ఉంటాడు.

$$\frac{Mu_a}{P_a} = \frac{Mu_b}{P_b} = \frac{Mu_c}{P_c} = Mu_n$$ దీనిలో

P_a, P_b, P_c లు a, b, c వస్తువుల ధరలు

Mu_a = a వస్తువు యొక్క ఉపాంత ప్రయోజనం

Mu_b = b వస్తువు యొక్క ఉపాంత ప్రయోజనం

Mu_c = c వస్తువు యొక్క ఉపాంత ప్రయోజనం

సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రాన్ని ఒక ఉదాహరణ ద్వారా వివరించటం జరిగింది. ఒక వినియోగదారుని వద్ద పరిమితమైన ఆదాయం అంటే రూ. 20 ఉన్నదనుకొందాం. అతను 20 రూపాయలతో రెండు వస్తువులను కొనుగోలు చేసేటప్పుడు ఏ విధంగాప్రవర్తిస్తాడో క్రింది పట్టిక ద్వారా తెలుసుకోవచ్చు. AB అనే రెండు వస్తువుల ధరలు సమానమేనని అవి ఒక్కొక్కటి రూ॥ 4/- అని భావిద్దాం. అంటే అతడు 5 వస్తువులను మాత్రమే తీసుకోగలడు. ఈ 5 వస్తువులను ఏ విధంగా కొనుగోలు చేయగలడో చూద్దాం.

A, B వస్తువుల ఉపాంత ప్రయోజనాలు

ఒక రూపాయి విలువ గల A,B వస్తువుల పరిమాణం (యూనిట్లల్లో)	A వస్తువు ఉపాంత ప్రయోజనం (యుటిల్స్ లో)	B వస్తువు ఉపాంత ప్రయోజనం (యుటిల్స్ లో)
1	30(1)	24(3)
2	25(2)	22(4)
3	21(5)	19
4	17	16
5	14	13
6	13	12

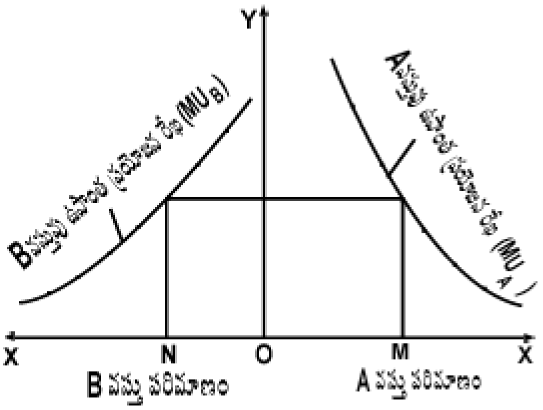
పై పట్టిక ప్రకారం వినియోగదారుడు మొదటి రూపాయిని A వస్తువు పై ఖర్చు చేస్తే 30 యుటిల్స్ ప్రయోజనం వస్తుంది. అదే B వస్తువు పై ఖర్చు చేస్తే, 24 యుటిల్స్ ప్రయోజనాన్ని మాత్రమే పొందగలడు. వినియోగదారుడు మొదటి రూపాయిని A వస్తువు మీద ఖర్చు చేస్తాడు. రెండవ రూపాయిని A వస్తువు పై ఖర్చు చేస్తే, 25 యుటిల్స్ లేదా B వస్తువు పై ఖర్చు చేస్తే, 24 యుటిల్స్ ప్రయోజనం పొందగలడు. కాబట్టి రెండవ రూపాయిని కూడా A వస్తువు మీదనే ఖర్చు చేస్తాడు. మూడవ రూపాయిని A వస్తువు పై ఖర్చు చేస్తే 21 యుటిల్స్ మాత్రమే వస్తుంది. కాని B వస్తువు మీద ఖర్చు చేస్తే 24 యుటిల్స్ వస్తుంది. అందువల్ల మూడో రూపాయి B మీద ఖర్చు చేస్తాడు. 4వ రూపాయిని కూడా B వస్తువు మీద లేదా A వస్తువు మీద ఖర్చు చేయవచ్చు. 4వది B మీద, 5వది A మీద ఖర్చు చేస్తాడు. పట్టికలోని బ్రాకెట్లలో చూపిన సంఖ్య ప్రాధాన్యత సంఖ్యను తెలియజేస్తుంది. ఈ కేటాయింపు వల్ల అంటే

మూడు A వస్తువులు (30+25+22), రెండు B వస్తువులు (24+22) తీసుకున్నందున 123 యుటిల్స్ ప్రయోజనం పొందుతాడు. ఈ కేటాయింపు మరే విధంగా మార్చినా అతని ప్రయోజనం అంత ఉండదు. అందువల్ల ఈ స్థితిలో అతడు సమతౌల్యంలో ఉంటాడు.

4.6.4 రేఖా పటం ద్వారా వివరణ

క్రింది రేఖా చిత్రం - 4.2 లో X అక్షం పై A, B వస్తువుల పరిమాణాలను, Y అక్షం పై A,B వస్తువుల ఉపాంత ప్రయోజనాన్ని తీసుకోవటం జరిగింది. Mu_A, Mu_B లు A,B వస్తువుల ఉపాంత ప్రయోజన రేఖలు.

రేఖా చిత్రం - 4.2



వినియోగదారుని సమతౌల్యం

హేతుబద్ధంగా వ్యవహరించే వినియోగదారుడు తన ప్రయోజనాన్ని గరిష్టం చేసుకోవటానికి ప్రయత్నిస్తాడు. అయితే ఎక్కడైతే ధర, ఉపాంత ప్రయోజనాలు సమానం అవుతాయో ఆ బిందువు వద్ద వినియోగదారుడు సమతౌల్యంలో ఉంటాడు. పై పటం-4.2 లో వినియోగదారుడు OM అనే A పరిమాణాన్ని, ON అనే B వస్తు పరిమాణాన్ని తీసుకున్నప్పుడు ఉపాంత ప్రయోజనాలు సమానంగా ఉంటాయి. కాబట్టి అతడు OM of A + ON of B తీసుకొని గరిష్ట ప్రయోజనాన్ని పొందుచూ సమతౌల్యంలో ఉంటాడు.

4.6.5 విమర్శలు

సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం ఈ క్రింది విమర్శలకు గురి అయ్యింది.

1. ప్రయోజనాన్ని యుటిల్స్‌లలో కొలవటం, కలపటం, తీసివేయడం అనేది సాధ్యం కాదు.
2. ద్రవ్య ఉపాంత ప్రయోజనం స్థిరంగా ఉండదు.
3. ఇతర అంశాలు స్థిరంగా ఉంటాయి. అనే ప్రమేయం పై ఆధారపడి ఈ సూత్రం వివరించబడి ఉంది. అయితే వినియోగదారుని, అభిరుచులు, అలవాట్లు స్థిరంగా ఉండకపోవచ్చు.
4. కొన్ని వస్తువుల ధరలు మరీ హెచ్చుగాను, మరికొన్ని వస్తువుల ధరలు మరీ తక్కువగాను ఉంటాయి. కాబట్టి వాటి ఉపాంత ప్రయోజనాన్ని పోల్చడం వీలుపడకపోవచ్చు.
5. వినియోగదారుడు ఎల్లప్పుడు హేతుబద్ధంగా వ్యవహరించకపోవచ్చు.
6. మార్కెట్టును గురించిన పూర్తి సమాచారం వినియోగదారునకు లభించకపోవచ్చు.

4.6.6 ప్రాముఖ్యత

అర్థశాస్త్రంలో సమోపాంత ప్రయోజన సిద్ధాంతం అనేక విమర్శలకు లోనైనను, అధిక ప్రాముఖ్యత ఉంది.

1. పరిమిత ఆదాయంతో ఏ విధంగా వినియోగదారుడు గరిష్టమైన ప్రయోజనాన్ని పొందగలడో ఈ సూత్రం తెలియజేస్తుంది.
2. ఉత్పత్తి ప్రక్రియలో ఈ సూత్రాన్ని ఉపయోగించి గరిష్ట ఉత్పత్తి పొందవచ్చు. వినియోగదారుడు ఏ విధంగానైతే ధర, ఉపాంత ప్రయోజనాలు సమానం అయ్యేంత వరకు వస్తువును వినియోగిస్తాడో, అదే విధంగా ఉత్పత్తిదారుడు కూడా ఉత్పత్తి కారకాలకు చెల్లించే ధరలు వాటి ఉపాంత ఉత్పాదకతకు సమానం అయ్యేంత వరకు ఉత్పత్తి కారకాలను ఉపయోగిస్తే గరిష్ట లాభాలు పొందగలడు.
3. పంపిణీ సిద్ధాంతాల్లో ఈ సూత్రం ఉపయోగపడుతుంది.
4. పన్నుల విధానం రూపొందించుటలో ఈ సూత్రం ఉపయోగపడుతుంది.
5. సమాజ సంక్షేమం కోసం ప్రభుత్వం చేసే వ్యయం ఏ విధంగా ఉంటే ప్రజాసంక్షేమం పెరుగుతుందో ఈ సూత్రం తెలియజేస్తుంది.

4.7 వినియోగదారుని మిగులు సిద్ధాంతం

వినియోగదారుని మిగులు భావనను మొదటిసారిగా డ్యుపిట్ అనే ఫ్రెంచి ఇంజనీర్ ప్రతిపాదించాడు. ఒక నది పై వంతెన కట్టడం వల్ల ప్రజలు పొందే ప్రయోజనాన్ని అంచనా వేయడంలో ఈ భావనను డ్యుపిట్ ఉపయోగించాడు. కాని ఈ భావనకు అవసరమైన ప్రమేయాలతో ఇతడు వివరించలేదు. ఈ విశ్లేషణ అసంపూర్తిగా ఉండటం వలన మార్షల్ దీనిని విపులీకరించాడు. 1879లో ప్రచురించిన "The Pure Theories of Domestic Values" అనే గ్రంథంలో 'వినియోగదారుని మిగులు' అనే శీర్షిక క్రింద మార్షల్ ఈ సిద్ధాంతాన్ని వివరించాడు.

ఆధునిక సమాజంలో మనం వివిధ రకాలైన వస్తువులను కొంటూ ఉంటాము. వాటిలో కొన్నింటి విషయంలో చెల్లించటానికి యిష్టపడే ధరకు, వాస్తవంగా చెల్లించే ధరకు మధ్య తేడా ఉంటుంది. ఆ తేడాను వినియోగదారుని మిగులుగా భావించవచ్చు. దీనినే బౌల్డింగ్ కొనుగోలుదారుని మిగులుగా అభివర్ణించాడు. దీనినే వినియోగ మిగులు అని మార్షల్ అన్నాడు. మార్షల్ రూపొందించిన వినియోగదారుని మిగులు సిద్ధాంతం ఈ క్రింది ప్రమేయాల పై ఆధారపడి ఉంది.

4.7.1 ప్రమేయాలు

మార్షల్ రూపొందించిన వినియోగదారుని మిగులు సిద్ధాంతం క్రింది ప్రమేయాల పై ఆధారపడి ఉంది.

1. ప్రయోజనాన్ని యుటిల్స్‌లో కొలవచ్చు.
2. ఆదాయం స్థిరంగా ఉంటుంది, వస్తు ధరలు స్థిరంగా ఉంటాయి.
3. ప్రతి వస్తువు స్వతంత్ర వస్తువు. ఒక వస్తువు ప్రయోజనం ఆ వస్తువు పరిమాణం పై ఆధారపడి ఉంటుంది.
4. వస్తువుకు ప్రత్యామ్నాయ, పూరక వస్తువులు ఉండవు. ఒక వేళ ఉన్నా వాటన్నంటిని ఒకే వస్తువుగా పరిగణించాలి.

5. వినియోగదారుని ఆదాయం, అభిరుచులు, అలవాట్లు స్థిరంగా ఉంటాయి.

6. ద్రవ్య ఉపాంత ప్రయోజనం స్థిరంగా ఉంటుంది.

4.7.2 వినియోగదారుని మిగులు సూత్రం

మార్షల్ వినియోగదారుని మిగులును ఈ విధంగా నిర్వచించాడు. మిగిలిన పరిస్థితుల్లో మార్పు లేనప్పుడు " వినియోగదారుడు ఒక వస్తువుకు చెల్లించటానికి ఇష్టపడే ధరకు, వాస్తవంగా చెల్లించే ధరకు మధ్యనున్న తేడాయే వినియోగదారుని మిగులు ". ఈ క్రింది సూత్రం ద్వారా వినియోగదారుని మిగులు కనుక్కోవచ్చు.

వినియోగదారుని మిగులు = చెల్లించటానికి ఇష్టపడే ధర - వాస్తవంగా చెల్లించిన ధర

4.7.3 వినియోగదారుని మిగులు సిద్ధాంతం - వివరణ

వినియోగదారుని మిగులు ఒక ఉదాహరణ ద్వారా తెలుసుకోవచ్చు. ఒక వినియోగదారుడు ఒక కలర్ టి.వి ని కొనటానికి యిష్టపడి దానికి రూ. 15,000/-లు చెల్లించాలని భావించాడు. కాని మార్కెట్‌లో దాని ధర రూ.13,500/- లు మాత్రమే. అప్పుడు పైన తెల్పిన సూత్రం ప్రకారం వినియోగదారుని మిగులు ఈ క్రింది విధంగా ఉంటుంది.

వినియోగదారుని మిగులు = రూ. 15,000 - రూ. 13,500

= రూ. 1,500/-

అత్యవసర వస్తువులైన ఉప్పు, వార పత్రికలు, పోస్టుకార్డులు, అగ్గిపెట్టెలు మొదలగు వాటి విషయంలో వినియోగదారుని మిగులు ఎక్కువగా ఉంటుంది.

4.7.4 వినియోగదారుని మిగులు - పట్టిక

ఈ క్రింది పట్టిక ద్వారా వినియోగదారుని మిగులును వివరించవచ్చును.

వస్తువు పరిమాణం	ఉపాంత ప్రయోజనం (రూ॥ లలో)	చెల్లించిన ధర (రూ॥లలో)	వినియోగదారుని మిగులు (రూ॥లలో)
1	25	5	15
2	19	5	14
3	16	5	11
4	14	5	9
5	13	5	8
6	12	5	7
మొత్తం	99	30	69

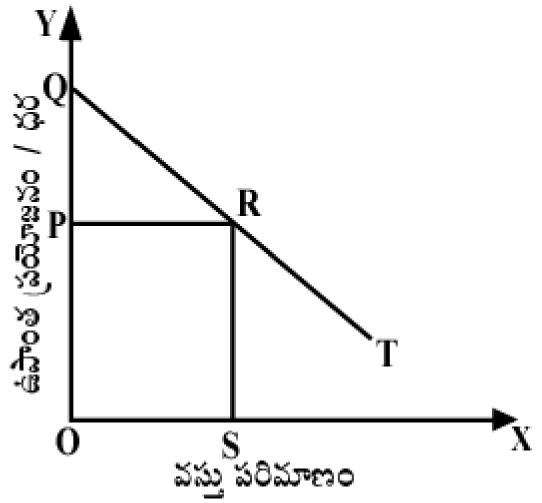
పై పట్టికను మనం గమనిస్తే వినియోగదారుడు కొనే వస్తువు పరిమాణం పెరిగే కొద్ది ఉపాంత ప్రయోజనం తగ్గుతుంది. ఇక్కడ ఉపాంత ప్రయోజనం అంటే వినియోగదారుడు చెల్లించటానికి ఇష్టపడే ధర. దాని నుండి వాస్తవంగా చెల్లించిన ధరను తీసివేయగా వినియోగదారుని మిగులు వస్తుంది. పట్టిక ప్రకారం వినియోగదారుడు ఆ వస్తువుల వల్ల రూ॥99ల ఉపాంత ప్రయోజనం పొందగా అంటే రూ॥99లు చెల్లించుటకు ఇష్టపడగా చెల్లించింది మాత్రం రూ॥ 30లు మాత్రమే. కాబట్టి మిగిలిన రూ॥ 69లు వినియోగదారునికి మిగులు అవుతుంది.

వినియోగదారుని మిగులు = రూ॥ 99 - రూ॥ 30 = 69 రూ॥లు

4.7.5 రేఖా పటం ద్వారా వివరణ

పైన వివరించిన వినియోగదారుని మిగులును ఈ క్రింది రేఖా చిత్రం ద్వారా వివరించవచ్చును.

రేఖా చిత్రం - 4.3



పై రేఖా చిత్రం-4.3 లో OX అక్షం పై వస్తు పరిమాణాన్ని, OY అక్షం పై ఉపాంత ప్రయోజనాన్ని, లేదా ధరను తీసుకోవడమైనది. రేఖా చిత్రం లోని QT ఉపాంత ప్రయోజన రేఖ లేదా డిమాండ్ రేఖ. ఇది ఎడమ నుండి కుడికి క్రిందికి వాలుతుంది. వినియోగదారుడు OS పరిమాణంలో వస్తువుకు OSQR అనే మొత్తాన్ని చెల్లించుటకు ఇష్టపడ్డాడు. కాని మార్కెట్‌లో ఒక్కొక్క వస్తువు OP కి లభ్యమైనందున, అతడు OS ను కొంటాడు కాబట్టి చెల్లించింది OSRP. ఇష్టపడ్డ ధర OSRQ, అయితే చెల్లించింది OSRP. ఈ రెండింటి మధ్య వ్యత్యాసమే వినియోగదారుని మిగులు.

వినియోగదారుని మిగులు = OSQR - OSRP = PQR

వస్తువు ధరకు, వినియోగదారుని మిగులుకు ఉన్న సంబంధం విలోమ సంబంధం. ధర తగ్గితే వినియోగదారుని మిగులు పెరుగుతుంది. ధర పెరిగితే వినియోగదారుని మిగులు తగ్గుతుంది.

4.7.6 వినియోగదారుని మిగులు - విమర్శలు

వినియోగదారుని మిగులు సిద్ధాంతం అనేక విమర్శలకు గురి అయ్యింది. ఈ సిద్ధాంతం అవాస్తవ ప్రమేయాల పై ఆధారపడి ఉందని అనేక మంది ఆర్థికవేత్తలు విమర్శించారు. వారిలో అలెన్, హిక్స్, నికల్సన్ మొదలైన వారు

ముఖ్యులు.

1. ప్రయోజనాన్ని కొలవవచ్చు అనే ప్రమేయం పై ఆధారపడి ఉంది. అయితే ప్రయోజనాన్ని కొలవలేము.
2. ద్రవ్య ఉపాంత ప్రయోజనం స్థిరంగా ఉండదు. వినియోగదారుడు ఖర్చు చేస్తుంటే అతని దగ్గరుండే ద్రవ్యం తగ్గుతుంది. ఒక వ్యక్తి దగ్గర ద్రవ్యం తగ్గే కొద్దీ దాని ఉపాంత ప్రయోజనం పెరుగుతుంది.
3. ఒక వస్తువు యొక్క ప్రయోజనం దాని పరిమాణం మీద మాత్రమే ఆధారపడి ఉండదు. దానితో సంబంధమున్న ప్రత్యామ్నాయ, పూరక వస్తువుల పరిమాణాల పైన కూడా ఆధారపడి ఉంటుంది.
4. ఒక వస్తువుకు ప్రత్యామ్నాయాలుంటే వినియోగదారుని మిగులును నిర్ణయించటం కష్టం.
5. వినియోగదారుని ఆదాయం, అభిరుచులు, అలవాట్లు స్థిరంగా ఉండవు. మారుతూ ఉంటాయి.
6. వినియోగదారుని మిగులు భావన నిత్యావసరాలు, విలాసాల విషయంలో వర్తించలేము.
8. వినియోగదారుని మిగులు భావన ఊహాజనితమైనదని, అవాస్తవికమైనదని నికల్సన్ విమర్శించాడు.
9. వినియోగదారుడు వస్తువు ప్రతి యూనిట్‌కు ఏ ధరను చెల్లించటానికి ఇష్టపడేది తెలుసుకోవడం అసాధ్యం. అందువల్ల వినియోగదారుని మిగులును నిర్ధిష్టంగా కొలవలేము.

4.7.7 వినియోగదారుని మిగులు భావన - ప్రాముఖ్యత

ఈ సిద్ధాంతం అనేక విమర్శలకు గురి అయినా, దీనికి సిద్ధాంత పరంగా ఎంతో ప్రాముఖ్యత ఉంది.

1. ప్రభుత్వం పన్నులు విధించేటప్పుడు వినియోగదారుని మిగులును ఆధారం చేసుకుంటుంది. వినియోగదారుని మిగులు ఎక్కువగా ఉన్న వస్తువుల పై ఎక్కువ పన్ను విధిస్తుంది.
2. గుత్తాధికారి వస్తువుకు ధర నిర్ణయించే విషయంలో ఈ భావన ఎంతో ఉపయోగపడుతుంది. వినియోగదారుడు మిగులు ఉన్న వస్తువుకు ఎక్కువ ధర విధిస్తాడు. తక్కువ మిగులు ఉన్నచో తక్కువ ధర విధిస్తాడు.
3. అంతర్జాతీయ వర్తకం ద్వారా కలిగే లాభాలను పోల్చటానికి (వినియోగదారుని మిగులు పోల్చటం ద్వారా) ఈ భావన ఉపయోగపడుతుంది.
4. ఉపయోగంలో విలువను, వినిమయంలో విలువను తెలియజేయటానికి ఈ భావన ఉపయోగపడుతుంది.
5. రెండు ప్రాంతాలలో, రెండు దేశాలలోని ప్రజల వాస్తవిక తలసరి ఆదాయాలను పోల్చటానికి ఈ భావన ఉపయోగపడుతుంది.

4.8 కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ - లోపాలు

కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణలో ఈ క్రింది లోపాలు ఉన్నాయి.

1. ప్రయోజనాన్ని కొలవవచ్చు అనే ప్రమేయం పై కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ ఆధారపడి ఉంది. అయితే ప్రయోజనం మానసిక భావన, దీన్ని కొలవటం సాధ్యం కాదు.
2. కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణలో ప్రతి వస్తువు స్వంత వస్తువని భావించాము. అందుచేత ప్రత్యామ్నాయ, పూరక వస్తుప్రభావాలను ఇది వివరించలేదు.

3. ఈ ప్రయోజన విశ్లేషణ ద్వారా ఆదాయ, ప్రత్యామ్నాయ ప్రభావాలను వేరు చేసి చూపలేము.
4. ద్రవ్యం యొక్క ఉపాంత ప్రయోజనం స్థిరంగా ఉంటుంది అని ఊహించటం జరిగింది. కాని ద్రవ్యపరిమాణం పెరిగితే ద్రవ్య ఉపాంత ప్రయోజనం కూడా తగ్గుతుంది.

ఈ లోపాలన్నిటి దృష్ట్యా దీనికి ప్రత్యామ్నాయంగా హిక్స్, అలెన్‌లు ఆర్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణను ప్రతిపాదించాల్సిన ఆవశ్యకత ఏర్పడింది.

4.9 సారాంశం

మానవుని కోర్కెను తీర్చగలిగే శక్తిని ప్రయోజనం అంటారు. ప్రయోజనాన్ని విశ్లేషణ చేయటానికి కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ, ఆర్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ అనే రెండు ప్రయోజన విశ్లేషణలు ఉన్నవి. ప్రయోజనాన్ని కొలవవచ్చు అనే ప్రమేయం పై రూపొందించబడిన కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణను మార్షల్ ప్రతిపాదించారు. ప్రయోజనం మానసిక భావన, కొలవలేము. కాని పోల్చవచ్చు అనే ప్రమేయం పై ఆధారపడి ఆర్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణను హిక్స్ మరియు అలెన్ అనే శాస్త్రవేత్తలు ప్రతిపాదించారు. కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ మీద ఆధారపడి రూపొందించిన సిద్ధాంతాలు క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం, సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం, వినియోగదారుని మిగులు సిద్ధాంతం, క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం వినియోగదారుని వద్ద వస్తు పరిమాణం పెరిగే కొద్దీ ఉపాంత ప్రయోజనం క్షీణిస్తూ ఉంటుందని తెలియజేస్తుంది. సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం ఒక వినియోగదారుడు తన వద్ద ఉన్న పరిమిత ఆదాయాన్ని వివిధ వస్తువుల పై ఖర్చు చేసేటప్పుడు ఏ విధంగా గరిష్ట సంతృప్తి పొందుతాడో తెలియజేస్తుంది. ఒక వస్తువుకు చెల్లించడానికి ఇష్టపడ్డధరకు వాస్తవంగా చెల్లించిన ధరకు తేడా వినియోగదారుని మిగులు అంటారు. ఈ సిద్ధాంతాలకు అర్థశాస్త్రంలో ఎంతో ప్రాముఖ్యత ఉంది.

4.10 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

1. ప్రయోజనం అంటే కోర్కెను తీర్చగలిగిన శక్తి.
2. ప్రయోజన విశ్లేషణలు రెండు రకాలు. ప్రయోజనాన్ని కొలవచ్చు అని రూపొందించిన విశ్లేషణ కార్డినల్ విశ్లేషణ, కొలవలేము కాని పోల్చగలమని రూపొందించిన విశ్లేషణ ఆర్డినల్ విశ్లేషణ.
3. కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ పై రూపొందించిన సిద్ధాంతాలు 1) క్షీణోపాంత ప్రయోజన సిద్ధాంతం, 2) సమోపాంత ప్రయోజన సిద్ధాంతం 3) వినియోగదారుని మిగులు సిద్ధాంతం.
4. ఒక వస్తువును వినియోగించేటప్పుడు వినియోగదారుని సమతౌల్యాన్ని క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రం వివరిస్తే, రెండు అంతకు మించిన వస్తువులను ఉపయోగించేటప్పుడు సమతౌల్యాన్ని సమోపాంత ప్రయోజన సూత్రం వివరిస్తుంది.
5. ఒక వినియోగదారుడు ఒక వస్తువును కొంటానికి ఇష్టపడ్డ ధరకు, మార్కెట్‌లో దాన్ని కొన్న ధరకు గల వ్యత్యాసాన్ని వినియోగదారుని మిగులు అంటాము.
6. కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణలో ఉన్న లోపాల వల్ల, దీనికి ప్రత్యామ్నాయంగా రూపొందించిన విశ్లేషణే ఆర్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణ.

4.11 పదకోశం

1. **ప్రయోజనం :** మానవుని కోర్కెను తీర్చగలిగే శక్తి
2. **ఆకార ప్రయోజనం :** ఒక వస్తువుకు ఆకారం లేదా రూపం మార్చటం వల్ల కలిగే ప్రయోజనం. ఉదాహరణకు మట్టిని బొమ్మగా చేయడం వల్ల లభించే ప్రయోజనం.
3. **స్థాన ప్రయోజనం :** వస్తువు స్థానాన్ని మార్చినందు వల్ల కలిగే ప్రయోజనం. ఉదాహరణకు భవనాలు కట్టే స్థలం వద్దకు ఇసుకను మార్చినందున వచ్చే ప్రయోజనం.
4. **సేవా ప్రయోజనం :** సేవల రూపంలో లభించే ప్రయోజనం. ఉదాహరణకు డాక్టర్లు, నర్సులు, ఉపాధ్యాయుల సేవలు.
5. **ఉపాంత ప్రయోజనం :** అదనంగా ఒక వస్తువు తీసుకోవటం వల్ల కలిగే అదనపు ప్రయోజనం.
6. **వినియోగదారుని మిగులు :** వస్తువుకు వినియోగదారుడు చెల్లించటానికి ఇష్టపడే ధరకు, వాస్తవంగా చెల్లించిన ధరకు మధ్య గల తేడా.

4.12 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. సమోపాంత సూత్రాన్ని వివరిస్తూ, దాని ప్రాముఖ్యతను వివరించుము.
2. వినియోగదారుని మిగులు అనగానేమి? వివరించి, దాని ప్రాముఖ్యతను తెలియజేయుము.

II. సంక్షిప్త వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రాన్ని వివరిస్తూ, దాని ప్రాముఖ్యతను వివరించుము.

III. సంక్షిప్త ప్రశ్నలు

1. మొత్తం ప్రయోజనం, ఉపాంత ప్రయోజనం
2. క్షీణోపాంత ప్రయోజన సూత్రానికి గల మినహాయింపులు
3. వినియోగదారుని మిగులు
4. కార్డినల్ ప్రయోజన విశ్లేషణలోని లోపాలు
5. ప్రయోజనంలో రకాలు

4.13 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

1.	R.A. Bilas	:	Micro Economic Theory
2.	M.L. Jhingan	:	Advanced Economic Theory
3.	G.E. Ferguson	:	Economics
4.	K.K. Dewett	:	Modern Economic Theory
5.	తెలుగు అకాడమి	:	వ్యాపార అర్థశాస్త్రం

భాగం - 5

డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం

విషయక్రమం

5.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

5.1 విషయ పరిచయం

5.2 డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం - నిర్వచనం

5.3 డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం - రకాలు

5.4 ధర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం

5.4.1 పూర్తి వ్యాకోచత్వ డిమాండు

5.4.2 పూర్తి అవ్యాకోచత్వమైన డిమాండు

5.4.3 సాపేక్ష వ్యాకోచత్వమైన డిమాండు

5.4.4 సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వమైన డిమాండు

5.4.5 ఏకత్వ వ్యాకోచత్వమైన డిమాండు

5.5 డిమాండు వ్యాకోచత్వాన్ని కొలుచు పద్దతులు

5.5.1 డిమాండు రేఖ వాలు పద్ధతి

5.5.2 శాతం పద్ధతి

5.5.3 బిందు పద్ధతి

5.5.4 మొత్తం ఖర్చు పద్ధతి

5.5.5 ఆర్క్ పద్ధతి

5.6 ఆదాయ డిమాండు వ్యాకోచత్వం

5.7 జాత్యంతర డిమాండు వ్యాకోచత్వం

5.8 డిమాండు వ్యాకోచత్వాన్ని నిర్ణయించు అంశాలు

5.9 డిమాండు వ్యాకోచత్వం - ప్రాముఖ్యం

5.10 సారాంశం

5.11 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

5.12 పదకోశం

5.13 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

5.14 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

5.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

ఒక వస్తువు యొక్క డిమాండ్ దాని ధర పై ఆధారపడి ఉంటుందని ఇదివరలో తెలుసుకున్నాం. వస్తువు ధరలో వచ్చిన మార్పు వల్ల దాని డిమాండ్‌లో వచ్చే మార్పు వేరు వేరు వస్తువులకు ఒకే విధంగా ఉండకపోవచ్చు. ఒకే వస్తువు వేరు వేరు కాలల్లో ఒకే రకంగాను ఉండకపోవచ్చు. ఉదాహరణకు మనం నిత్యం ఉపయోగించే ఉప్పు ధర మారితే దాని డిమాండ్‌లో కలిగే మార్పు, T.V. ధరలో మార్పు వస్తే దాని డిమాండ్‌లో కలిగే మార్పు ఒకటిగా ఉండవు. అదే విధంగా వేసవి కాలంలో, ఉన్ని వస్త్రాల ధర మారినందు వల్ల డిమాండ్‌లో వచ్చే మార్పు, శీతాకాలంలో ధర మారినందు వల్ల డిమాండ్‌లో వచ్చే మార్పు ఒకే విధంగా ఉండవు. ధరలో మార్పు వల్ల డిమాండ్‌లో వచ్చే మార్పులను డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం పరిశీలిస్తుంది. ఈ భాగం పూర్తయ్యేసరికి ఈ క్రింది విషయాలు అవగాహన చేసుకుంటారు.

* డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం.
* డిమాండ్ వ్యాకోచత్వంలోని రకాలు
* డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం కొలుచు పద్ధతులు
* డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని ప్రభావితం చేసే అంశాలు

5.1 విషయ పరిచయం

డిమాండ్ సూత్రం ద్వారా మనం ఒక వస్తువు ధరలో వచ్చిన మార్పు వల్ల డిమాండ్‌లో మార్పు తెలుసుకోగలం. అంటే ధర పెరిగితే లేదా తగ్గితే, డిమాండ్ తగ్గిందా లేదా పెరిగిందా అనే విషయాన్ని మాత్రమే తెలుసుకోగలం. అయితే ధరలో ఎంత మార్పు వస్తే డిమాండ్‌లో ఎంత మార్పు వచ్చింది అనేది తెలుసుకోలేము. డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం మనకు ఈ విషయాన్ని తెలియజేస్తుంది.

కొన్ని వస్తువుల యొక్క ధరలో ఏ కొద్ది మార్పులు వచ్చినా డిమాండ్ ఎక్కువగా మారవచ్చు. కొన్ని వస్తువుల ధరలో ఎక్కువగా మార్పు వస్తే డిమాండ్ మాత్రం స్వల్పంగానే మారవచ్చు. కాబట్టి ధరలో మార్పుల వల్ల డిమాండ్‌లో మార్పులు వస్తాయి. కాబట్టి వ్యాపారస్తుడు తను అమ్మే వస్తువుల పరిమాణాన్ని, ధరను నిర్ణయించటం జరుగుతుంది. ఈ విధంగా ఆ కంపెనీ లేదా సంస్థ లాభ నష్టాలను నిర్ధారించుకుంటుంది. అందువల్ల డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని గురించి తెలుసుకోవలసిన అవశ్యకత ఎంతైన ఉంది.

5.2 డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం - నిర్వచనం

సాధారణ పరిభాషలో వ్యాకోచత్వం అనగా పెరుగుదల అనే అర్థం స్ఫురిస్తుంది. కాని ఆర్థిక పరిభాషలో వ్యాకోచత్వం అనగా పెరుగుదల లేదా తగ్గుదల కావచ్చు. డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం అంటే ధరలో వచ్చిన మార్పుల కనుగుణంగా డిమాండ్‌లో వచ్చే మార్పు రేటు. అంటే ధరలో వచ్చిన తగ్గుదల లేదా పెరుగుదల ఫలితంగా డిమాండ్‌లో వచ్చిన పెరుగుదలను లేదా తగ్గుదలను డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం అంటారు.

5.3 డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం - రకాలు

కిందటి అధ్యాయంలో తెలుసుకున్నట్లు డిమాండ్‌ను నిర్ణయించే అంశాలు అనేకం ఉంటాయి. అందులోని ప్రధాన అంశాలను బట్టి డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని మూడు రకాలుగా విభజించవచ్చు. అవి :

1. ధర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం
2. ఆదాయ డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం
3. జాత్యంతర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం

వీటిని వివరంగా క్రింద వివరించడమైనది.

5.4 ధర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం

యితర పరిస్థితులలో మార్పు లేనప్పుడు "ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో వచ్చిన మార్పు ఫలితంగా డిమాండ్‌లో కలిగిన మార్పు పరిమాణాన్ని ధర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం" అని అంటారు. దీనిని క్రింది సమీకరణం ద్వారా రాబట్ట వచ్చును.

$$\text{ధర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం } (\eta) = \frac{\text{వస్తువు డిమాండ్‌లో వచ్చిన అనుపాతపు మార్పు}}{\text{వస్తువు ధరలో వచ్చిన అనుపాతపు మార్పు}}$$

$$= \frac{\text{డిమాండులో వచ్చిన మార్పు / మొదటి డిమాండు}}{\text{ధరలో వచ్చిన మార్పు / మొదటి ధర}}$$

రేఖా పటం 5.3ను ఆధారంగా చేసుకొని వ్యాకోచత్వాన్ని సంకేతాలుగా చూపటం జరిగింది. ఒక వస్తువు ధర oa ఉంటే డిమాండు ob అనుకొందాం. ధర oa నుంచి oa_1 కి తగ్గితే, డిమాండు ob నుంచి ob_1 కి పెరుగుతుంది. ధరలో మార్పు $(oa-oa_1)$ aa_1 అయితే డిమాండులో వచ్చిన మార్పు bb_1 (ob_1-ob) వీటిని పై సూత్రంలో ప్రతిక్షేపిస్తే

$$\eta = \frac{\mathbf{ob - ob_1}}{\mathbf{ob}} \div \frac{\mathbf{oa - oa_1}}{\mathbf{oa}}$$

$$= \frac{\mathbf{bb_1}}{\mathbf{ob}} \div \frac{\mathbf{aa_1}}{\mathbf{oa}}$$

మార్పును Δతో సూచించవచ్చు. కాబట్టి

$$\eta = \frac{\Delta b}{ob} \div \frac{\Delta a}{oa} \quad \text{లేదా} \quad \frac{\Delta b}{ob} \times \frac{oa}{\Delta a}$$

డిమాండు వ్యాకోచత్వ సూత్రం ద్వారా వచ్చిన విలువను బట్టి వ్యాకోచత్వాన్ని 5 రకాలుగా చెప్పటం జరుగుతుంది. వ్యాకోచత్వం విలువ 1కి సమానమైతే ఏకత్వ వ్యాకోచత్వం అని, 1కన్నా ఎక్కువైతే సాపేక్ష వ్యాకోచత్వమని, 1కన్నా తక్కువైతే సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వం అని, అనంతం (∞)అయితే పూర్తి వ్యాకోచత్వం అని, శూన్యం (0) అయితే పూర్తి వ్యాకోచత్వం అంటాం. ఈ వ్యాకోచత్వంలో వివిధ రకాలను క్రింద వివరించటం జరిగింది.

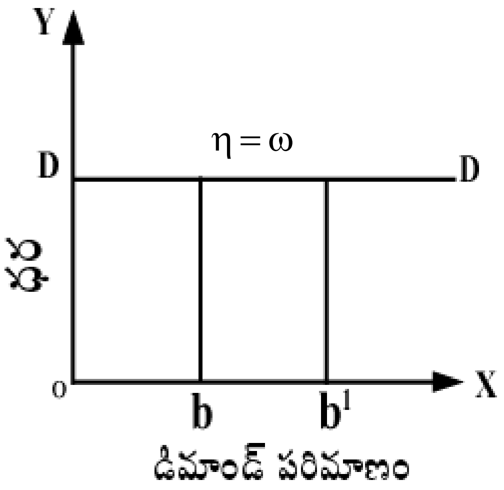
5.4.1. పూర్తి వ్యాకోచత్వ డిమాండు

ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో వచ్చిన అతి స్వల్ప మార్పు కారణంగా లేదా మార్పు లేకపోయినా దాని డిమాండ్‌లో

మార్పు అనంతంగా ఉంటే దానిని పూర్తి వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అని అంటారు. దీనిని ' α ' (ఇన్ఫినిటవ్) అనే అక్షరంతో సూచిస్తారు. పూర్తి డిమాండ్ వ్యాకోచత్వ రేఖ క్రింది రేఖా చిత్రంలో ఉన్నట్లుగా x అక్షానికి సమాంతరంగా ఉంటుంది.

రేఖా పటం 5.1

పూర్తి వ్యాకోచ డిమాండ్



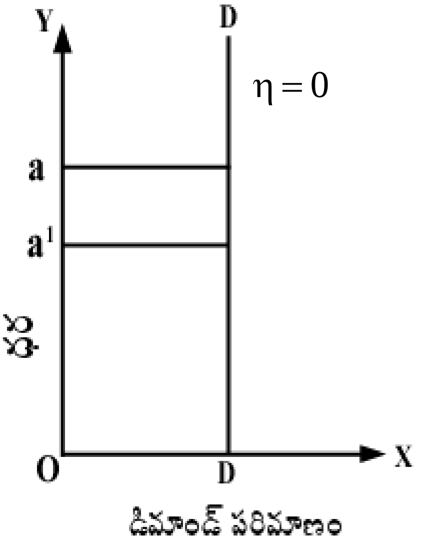
పై రేఖా చిత్రం 5.1లో OX అక్షం పై డిమాండును, OY అక్షం పై ధరను తీసుకోవడం జరిగింది. రేఖా చిత్రంలోని DD అనేది డిమాండ్ రేఖ. పై రేఖా చిత్రంను అనుసరించి ధరలో ఎటువంటి మార్పు లేక పోయినప్పటికి దాని డిమాండ్‌లో వచ్చే మార్పు అనంతంగా ఉంది. అందువల్ల డిమాండ్ రేఖ OX అక్షానికి సమాంతరంగా ఉంది.

5.4.2 పూర్తి అవ్యాకోచత్వ డిమాండు

ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో ఎంత మార్పు వచ్చినా దాని యొక్క డిమాండ్‌లో ఎటువంటి మార్పు లేనట్లయితే దానిని పూర్తి అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అంటారు. అంటే డిమాండ్ వ్యాకోచత్వము విలువ సున్నాకు సమానంగా ఉంటుంది. ఈ రేఖ Y అక్షానికి సమాంతరంగా ఉంటుంది. దానిని ఈ క్రింది రేఖా చిత్రం-5.2 ద్వారా తెలుపవచ్చు.

రేఖా పటం - 5.2

పూర్తి అవ్యాకోచత్వ డిమాండు



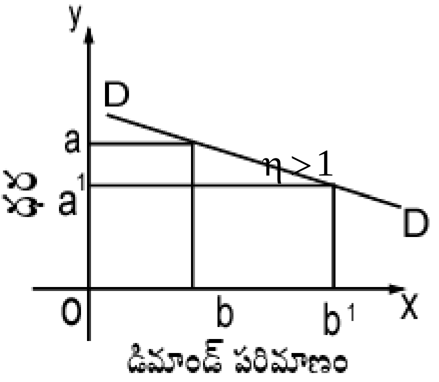
రేఖా చిత్రం - 5.2 లో OX అక్షం పై డిమాండ్‌ను, OY అక్షం పై ధరను తీసుకోవడం జరిగింది. పై రేఖా చిత్రం నుంచి వస్తువు యొక్క ధర Oa నుండి oa^1 కు తగ్గినప్పటికి దాని డిమాండ్‌లో మాత్రం ఎటువంటి మార్పు లేదు. కాబట్టి దీనిని పూర్తి అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అంటారు.

5.4.3 సాపేక్ష వ్యాకోచత్వ డిమాండు

ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో స్వల్పమైన మార్పు వల్ల దాని డిమాండ్‌లో అధిక మార్పు వస్తే దానిని సాపేక్ష వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అంటారు. ఈ రేఖ వాలు తక్కువగా ఉంటుంది. దీనిని ఈ క్రింది రేఖా చిత్రం-5.3లో చూడవచ్చు.

రేఖా చిత్రం - 5.3

సాపేక్షవ్యాకోచత్వ డిమాండు



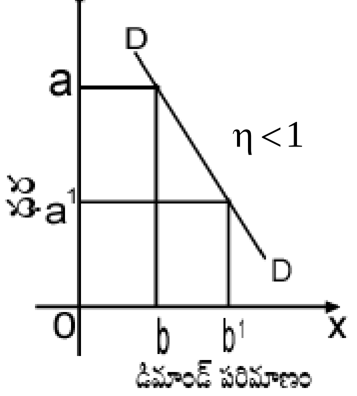
పై రేఖా చిత్రంలో DD రేఖ డిమాండు రేఖ. వస్తువు ధర a నుంచి a^1 కు తగ్గితే డిమాండ్ b నుండి b^1 కు పెరిగింది. అంటే ధరలోని మార్పు (a a^1) కంటే డిమాండ్‌లో వచ్చిన మార్పు (b b^1) ఎక్కువగా ఉంది. అంటే వ్యాకోచత్వం విలువ ఒకటి కన్నా ఎక్కువగా ($\eta >1$) ఉంటుంది.

5.4.4 సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వ డిమాండు

ఒక వస్తువు ధరలో అధిక మార్పు వల్ల దాని డిమాండ్‌లో స్వల్ప మార్పు ఉంటే దానిని సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అంటారు. ఈ రేఖ వాలు ఎక్కువగా ఉంటుంది. ఈ రేఖ వాలు ఎక్కువగా ఉంటుంది. దీనిని ఈ క్రింది రేఖా చిత్రం-5.4 ద్వారా చూపించవచ్చు.

రేఖా చిత్రం - 5.4

సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వ డిమాండు



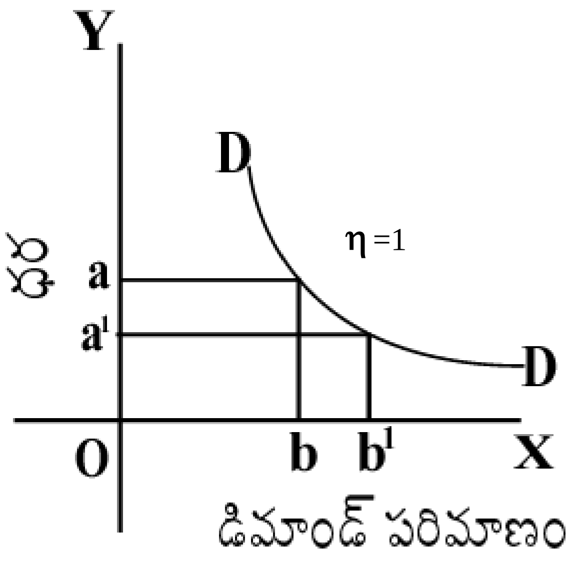
పై రేఖా చిత్రం-5.4 లోని DD అనేది డిమాండ్ రేఖ. ఈ రేఖ పై వస్తువు యొక్క ధర a నుంచి a^1 కు తగ్గితే దాని డిమాండ్ b నుండి b^1 కి పెరిగింది. అంటే ధరలోని మార్పు (aa^1) కంటే డిమాండ్ లోని మార్పు (bb^1) తక్కువగా ఉంది. దీనిని సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అంటారు. దీని యొక్క విలువ ఒకటి కన్నా తక్కువగా ($\eta <1$) ఉంటుంది.

5.4.5 ఏకత్వ వ్యాకోచత్వ డిమాండు

ఒక వస్తువు ధరలో వచ్చిన మార్పు శాతం దాని డిమాండ్‌లో వచ్చిన మార్పు శాతానికి సమానంగా ఉంటే దానిని ఏకత్వ వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అంటారు. ఏకత్వ వ్యాకోచత్వ డిమాండు ద్వారా రేఖ లంబాతి పరావలయ రేఖవలే ఉంటుంది. దీనిని ఈ క్రింది రేఖా చిత్రం-5.5 ద్వారా తెలియజేయవచ్చు.

రేఖా చిత్రం - 5.5

ఏకత్వ వ్యాకోచత్వ డిమాండ్



పై రేఖా చిత్రం-5.5 లో వస్తువు ధరలోని మార్పు డిమాండ్‌లోని మార్పునకు సమానంగా ఉంది. దీనినే ఏకత్వ వ్యాకోచత్వమైన డిమాండ్ అంటారు. వ్యాకోచత్వ విలువ ఒకటికి సమానంగా ($\eta =1$) ఉంటుంది.

5.5 డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని కొలుచు పద్ధతులు

డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని కొలవటానికి అయిదు పద్ధతులు ఉన్నాయి. అవి :

1. డిమాండ్ రేఖ వాలు పద్ధతి
2. శాతం పద్ధతి
3. బిందు పద్ధతి
4. ఆర్క్ పద్ధతి
5. మొత్తం ఖర్చు పద్ధతి

ఈ పద్ధతులను క్రింద వివరించటం జరిగింది.

5.5.1 డిమాండ్ రేఖ వాలు పద్ధతి

డిమాండ్ రేఖ వాలును బట్టి వ్యాకోచత్వాన్ని కొలవడం సాంప్రదాయం. బల్ల పరుపుగా డిమాండ్ రేఖ వాలు ఉంటే ఆ రేఖ తక్కువ వ్యాకోచత్వాన్ని సూచిస్తుంది. వాలు తక్కువగా ఉంటే ఆ రేఖ వ్యాకోచత్వ డిమాండ్‌ను తెలియజేస్తుంది. Y అక్షం నుంచి 45^0 రేఖగా ఉంటే ఏకత్వ వ్యాకోచత్వాన్ని సూచిస్తుంది. కాని ఈ పద్ధతి అంత ఖచ్చితమైనది కాదనే విమర్శ ఉంది. ఎందుకంటే ఒకే డిమాండ్ రేఖ పైన వివిధ బిందువుల వద్ద వివిధ రకాలైన వ్యాకోచత్వాలు ఉండవచ్చు. అంతే కాకుండా ఈ పద్ధతి సరళరేఖాత్మకంగా ఉన్న రేఖల విషయంలోనే ఉపయోగపడుతుంది. వాస్తవానికి ఈ పద్ధతి డిమాండ్ రేఖ వాలును తెలుపుతుందే కాని, వ్యాకోచత్వాన్ని కాదని విమర్శించడం జరిగింది. ఇటువంటి లోపాలను సరి చేయడానికి వివిధ పద్ధతులను రూపొందించటం జరిగింది.

5.5.2 శాతం పద్ధతి

డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని కొలవటానికి ఈ పద్ధతి చాలా సంతృప్తికరమైన పద్ధతి అని భావిస్తారు. ఈ పద్ధతి ప్రకారం డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని కొలవటానికి క్రింది సూత్రాన్ని ఉపయోగిస్తారు.

$$\text{డిమాండ్ వ్యాకోచత్వము } (\eta) = \frac{\text{వస్తు డిమాండ్‌లో వచ్చిన మార్పు శాతం}}{\text{ధరలో వచ్చిన మార్పు శాతం}}$$

$$\frac{\dfrac{\text{డిమాండులో వచ్చిన మార్పు}}{\text{మొదటి డిమాండ్}} \times 100}{\dfrac{\text{ధరలో వచ్చిన మార్పు}}{\text{మొదటి ధర}} \times 100}$$

దీనిని సంకేతాల రూపంలో ఈ క్రింది విధంగా సూచించవచ్చు.

$$\frac{\Delta q}{q} x100 \Big/ \frac{\Delta p}{p} x100$$

పై సమీకరణములోని Δ (డెల్టా) మార్పును, q డిమాండును, p ధరను సూచిస్తాయి.

శాతం పద్ధతి ద్వారా డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని కొలవడాన్ని, ఒక ఉదాహరణ ద్వారా పై సమీకరణం సహాయంతో క్రింద వివరించడమైనది.

ఒక కేజి టమోటల ధర రూ. 10లు ఉన్నప్పుడు వినియోగదారులు 5 కేజీల టమోటాలను కొంటారని అనుకొందాం. యిటువంటి పరిస్థితులలో కేజి ధర రూ. 10ల నుండి రూ. 6లకు తగ్గితే వాటి డిమాండ్ 5 నుండి 6 కేజీలకు పెరిగింది. పై సూత్రం ప్రకారం టమోటాల డిమాండ్ వ్యాకోచత్వంను ఈ క్రింది విధంగా రాబట్టవచ్చును.

$$\frac{\text{డిమాండ్‌లో వచ్చిన శాతం మార్పు}}{\text{ధరలో వచ్చిన శాతం మార్పు}}$$

$$= \frac{\frac{1}{5} x100}{\frac{4}{10} x100} = \frac{20}{40} = 0.5$$ అంటే 1 కన్నా తక్కువ

పై సాధనను అనుసరించి డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం విలువ ఒకటి కన్నా తక్కువగా $(\eta < 1)$ ఉంది కాబట్టి టమోటాల డిమాండ్ అవ్యాకోచత్వముగా ఉన్నట్లు చెప్పవచ్చు.

ప్రస్తుతం టమోటా ధర 10 రూపాయల నుంచి 6 కు తగ్గిందని భావిద్దాం. టమోటా డిమాండు 5 కేజీల నుంచి 10 కేజీలకు పెరిగింది ప్రస్తుతం డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం

$$\eta = \frac{\frac{5}{5} \times 100}{\frac{4}{10} \times 100} = \frac{100}{40} = 2.5(>1)$$

వ్యాకోచత్వ విలువ 2.5 అంటే 1 కన్నా ఎక్కువగా ఉంది కావున సాపేక్ష వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అంటాము. ప్రస్తుతం టమోటాధర 10 రూపాయల నుంచి 6కు తగ్గితే డిమాండు 5 నుంచి 7 కేజీలకు పెరిగింది అనుకుందాం. ఇప్పుడు వ్యాకోచత్వం విలువ

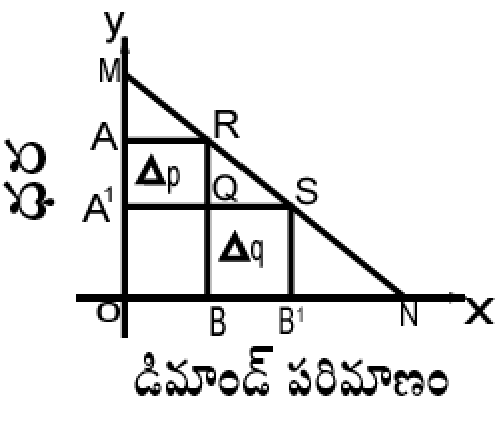
$$\eta = \frac{\frac{2}{5} \times 100}{\frac{4}{10} \times 100} = \frac{40}{40} = 1 \quad , \ \eta = 1$$

కాబట్టి ఏకత్వ వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అని చెప్పవచ్చు.

5.5.3 బిందు పద్ధతి

డిమాండ్ రేఖ మీద ఒక బిందువు వద్ద వ్యాకోచత్వం ఎంత ఉంటుందో కొలవడాన్ని మార్షల్ ప్రవేశపెట్టాడు. ఈ పద్ధతినే రేఖాగణిత పద్ధతి అని కూడా అంటారు. ఈ పద్ధతిలో డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని కొలవడానికి, ఒక సరళరేఖను డిమాండ్ రేఖగా భావించి, అది x, y అక్షములను తాకుతున్నట్లు పొడిగించి, పైన వివరించిన సూత్రం సహాయంతో వివరించడం జరిగింది. ఈ క్రింది రేఖా చిత్రం-5.6 సహాయంతో దీనిని వివరించవచ్చు.

రేఖా పటం - 5.6



పై రేఖా చిత్రం-**5.6**లో ox అక్షం పై డిమాండ్ పరిమాణంను oy అక్షం పై ధరను తీసుకున్నాం. రేఖా చిత్రంలో MN రేఖ డిమాండ్ రేఖ. ఇది x, y అక్షములకు పొడిగింపబడింది. ధర oa ఉంటే డిమాండ్ ob, ధర oa^1 కు తగ్గితే డిమాండు ob^1 కు పెరిగింది.

$$\text{డిమాండు వ్యాకోచత్వ సూత్రం } (\eta) = \frac{\text{డిమాండులో వచ్చిన అనుపాతం మార్పు}}{\text{ధరలో వచ్చిన అనుపాతం మార్పు}}$$

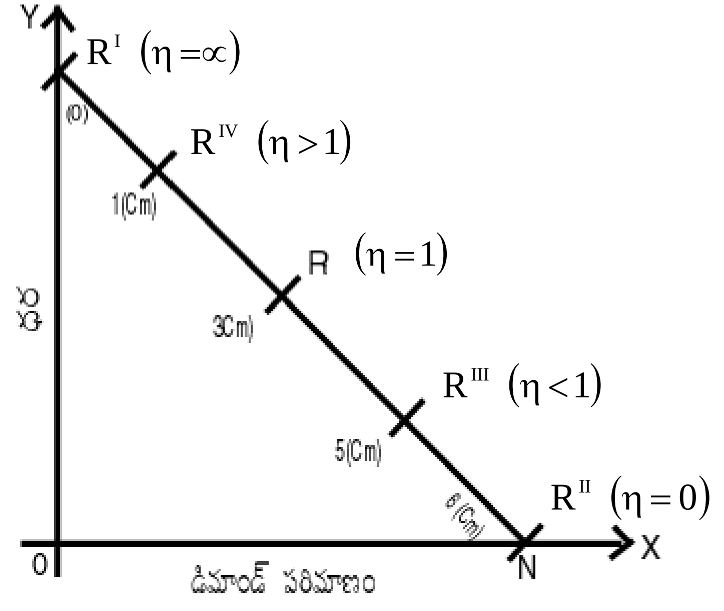
$$= \frac{\text{డిమాండులో వచ్చిన మార్పు / మొదటి డిమాండు}}{\text{ధరలో వచ్చిన మార్పు / మొదటి ధర}}$$

$$= \frac{BB^1}{OB} \Big/ \frac{AA^1}{OA} \quad \text{or} \quad \frac{BB^1}{OB} \times \frac{OA}{AA^1}$$

రేఖా పటం **5.6** లో $BB^1 = QS,\ AA^1 = RQ,\ OA = RB,\ OB = AR$ గా వ్రాసుకోవచ్చు. కావున పై సమీకరణం ఈ విధంగా మారుతుంది. $\eta = \frac{QS}{OB} \cdot \frac{RB}{RQ}$. రేఖాపటంలో $\angle RQS,\ \angle RBN$ సమరూప త్రిభుజాలు కాబట్టి భుజాల నిష్పత్తి సమానంగా ఉంటుంది. అందువల్ల QS=BN, RQ=RB, QS=BN గా వ్రాసుకోవచ్చు ఇప్పుడు సమీకరణం క్రింది విధంగా మారుతుంది.

BN, OB ల నిష్పత్తికి సమానంగా $\frac{BN}{OB} \cdot \frac{\cancel{RB}}{\cancel{RB}} = \frac{BN}{OB}$, డిమాండు రేఖ పై RN, RMల నిష్పత్తికి సమానంగా ఉంటుంది. అందువల్ల $\eta = \frac{RN}{RM} = \frac{\text{క్రింది చాపము}}{\text{పై చాపము}}$ అని చెప్పవచ్చు. అంటే ఏ డిమాండు రేఖ పై నైనా సరే ఒక బిందువు వద్ద వ్యాకోచత్వం ఆ రేఖ క్రింది చాపమును, పై చాపంతో భాగిస్తే వచ్చే విలువకు సమానంగా ఉంటుంది. ఉదాహరణకు ఒక డిమాండు రేఖను తీసికొని దానిపై వివిధ బిందువుల వద్ద వ్యాకోచత్వాలను పరిశీలిద్దాం. డిమాండు రేఖ పొడవు **6** సెంటీ మీటర్లు అనుకుందాం.

రేఖా పటం - 5.7



రేఖా పటం-5.7 పై R బిందువు ఖచ్చితంగా డిమాండు రేఖ మధ్య అయిన AB భాగంలో ఉంది. దీనితో పాటు డిమాండు రేఖ పై వివిధ బిందువులు $R^1, R^{11}, R^{111}, R^{IV}$ లు ఉన్నాయి. ఆ బిందువుల వద్ద వ్యాకోచత్వ పరిమాణాన్ని చూద్దాం.

$$R = \frac{RN}{RM} = \frac{3Cm}{3Cm} = 1$$ (ఏకత్వ వ్యాకోచత్వం)

$$R^{I} = \frac{R^{I}N}{R^{I}M} = \frac{6}{0} = \propto$$ (పూర్తి వ్యాకోచత్వం)

$$R^{II} = \frac{R^{II}N}{R^{II}M} = \frac{0}{6} = 0$$ (పూర్తి అవ్యాకోచత్వం)

$$R^{III} = \frac{R^{III}N}{R^{III}M} = \frac{5}{1} = >1$$ (సాపేక్ష వ్యాకోచత్వం)

$$R^{IV} = \frac{R^{IV}N}{R^{IV}M} = \frac{1}{5} = <1$$ (సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వం)

ఈ విధంగా క్రింది చాపము / పై చాపం ఆధారంగా డిమాండు రేఖ పై వివిధ బిందువుల వద్ద వ్యాకోచత్వాలను కనుక్కోవచ్చు.

5.5.4 మొత్తం ఖర్చు పద్ధతి

డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని కొలిచే మరొక పద్ధతి మొత్తం ఖర్చు పద్ధతి. ధరలో మార్పు వల్ల డిమాండ్‌లో కూడ మార్పు వచ్చి తత్ఫలితంగా వస్తువు పై చేసే మొత్తం ఖర్చులో మార్పు వస్తుంది. ధర మారడానికి ముందు మొత్తం ఖర్చును, తర్వాత మొత్తం ఖర్చును పరిశీలించి డిమాండ్ వ్యాకోచత్వ స్వభావాన్ని తెలుసుకోవచ్చు. ధర మారడం వల్ల డిమాండ్‌లో మార్పు వచ్చి ఆ వస్తువు పై అయ్యే మొత్తం వ్యయం పెరిగితే డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం కలిగినదని, వ్యయంలో ఎట్లాంటి మార్పు లేనట్లయితే ఏకత్వ వ్యాకోచత్వం అని, వ్యయం తగ్గితే అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అని చెప్పవచ్చు, దీనిని ఈ క్రింది పట్టిక ద్వారా నిరూపించవచ్చును.

ధరలో వచ్చిన మార్పుల వల్ల మొత్తం ఖర్చులో వచ్చిన మార్పులను చూపే పట్టిక

వస్తువు ధర రూ॥ లలో	డిమాండ్ పరిమాణం యూనిట్లలలో	మొత్తం వ్యయం రూ॥ లలో (ధర × వస్తు పరిమాణం)	డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం
10 8	500 700	5000 5600	$\eta > 1$ వ్యాకోచత్వ డిమాండ్
10 8	500 625	5000 5000	$\eta = 1$ ఏకత్వ వ్యాకోచత్వ డిమాండ్
10 8	500 600	5000 4800	$\eta < 1$ అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్

ఈ పద్ధతిలో డి మాండ్ వ్యాకోచత్వమైనదా , అవ్యాకోచత్వమైనదా లేదా ఏకత్వ వ్యాకోచత్వమైనదా అనే విషయాన్ని తెలుసుకోవచ్చు గాని వ్యాకోచత్వ పరిమాణాన్ని తెలుసుకొనడానికి వీలు ఉండదు.

5.5.5 ఆర్క్ పద్ధతి

డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని కొలుచుటకు ఉపయోగించే ఇంకొక వద్దతి ఆర్క్ పద్ధతి. ఆర్క్ అంటే ఒక రేఖలో కొంత భాగం అని అర్థం. ఒక డిమాండ్ రేఖలో బిందువుల మధ్య ఉండే వ్యాకోచత్వాన్ని ఆర్క్ వ్యాకోచత్వం అంటారు. దీనిని క్రింది సూత్రం ద్వారా కనుగొంటాము.

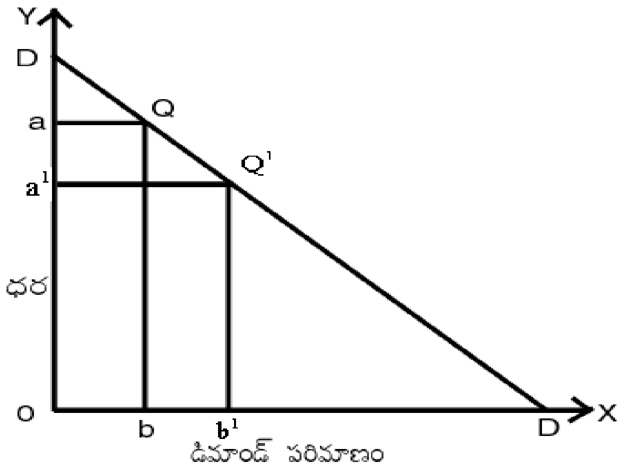
$$\text{ఆర్క్ డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం} = \frac{\text{డిమాండ్‌లో మార్పు}}{\text{మొదటి డిమాండ్} + \text{మారిన డిమాండ్}} \div \frac{\text{ధరలో మార్పు}}{\text{మొదట ధర} + \text{మారిన ధర}}$$

లేదా

$$= \frac{\text{డిమాండులో మార్పు}}{\text{మొదటి డిమాండ్} + \text{మారిన డిమాండ్}} \times \frac{\text{మొదటి ధర} + \text{మారిన ధర}}{\text{ధర లో మార్పు}}$$

ఈ పద్ధతి ద్వారా డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని కొలవడాన్ని ఈ క్రింది రేఖా చిత్రం సహాయంతో తెలుపవచ్చు.

రేఖా పటం - 5.8



పై రేఖా చిత్రం-5.8లో ox అక్షం పై వస్తు డిమాండ్‌ను, oy అక్షం పై వస్తువు ధరను తీసుకొన్నాయి. DD రేఖ డిమాండ్ రేఖ. రేఖాచిత్రం లో oa మొదటి ధర, ob మొదటి డిమాండ్, oa^1, ob^1 నూతన ధర, డిమాండ్‌లను తెలియజేస్తాయి. అప్పుడు పై సూత్రం ప్రకారం డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం క్రింది విధముగా చెప్పవచ్చు.

$$\text{ఆర్క్ డిమాండ్ వ్యాకోచత్వము} = \frac{\dfrac{bb^1}{ob + ob^1}}{\dfrac{aa^1}{oa + oa^1}}$$

ఆర్క్‌వ్యాకోచత్వాన్ని మరో విధంగా చెప్పాలంటే సగటు వ్యాకోచ మనవచ్చు. కారణం ఈ పద్ధతిలో మార్పులకు పూర్వం ఉన్న ధర, మార్పులకు తరువాత ఉన్న ధరను తీసుకోవడం జరుగుతుంది. ఈ విలువన్ను 1 కి సమానమయితే ఏకత్వ వ్యాకోచత్వం అని, >1 అయితే సాపేక్ష వ్యాకోచత్వం అని, < 1 అయితే సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వమని చెప్పవచ్చు.

5.6 ఆదాయ డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం

డిమాండ్‌ను ప్రభావితం చేసే అంశాలలో వినియోగదారుని ఆదాయం కూడా ముఖ్యమైనది. వినియోగదారుని ఆదాయానికి, వస్తువు డిమాండ్‌కు ప్రత్యక్ష సంబంధం ఉంటుంది. అంటే ఆదాయం పెరిగితే వస్తువుకు డిమాండ్ పెరుగుతుంది. ఆదాయం తగ్గితే వస్తువుకు డిమాండ్‌కు తగ్గుతుంది. వినియోగదారుని ఆదాయంలో వచ్చే మార్పు ఫలితంగా వస్తువు డిమాండ్‌లో వచ్చే అనుపాతపు మార్పును ఆదాయ డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం అంటారు. దీనిని ఈ క్రింది సూత్రం సహాయంతో కొలుస్తారు.

$$\text{ఆదాయ డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం} = \frac{\text{వస్తు డిమాండ్‌లో వచ్చిన అనుపాతపు మార్పు}}{\text{వినియోగదారుని ఆదాయంలో వచ్చిన అనుపాతపు మార్పు}}$$

$$= \frac{\text{డిమాండ్‌లో మార్పు}}{\text{మొదటి డిమాండ్}} \Big/ \frac{\text{ఆదాయంలో మార్పు}}{\text{మొదటి ఆదాయం}}$$

ఈ సూత్రం ద్వారా వచ్చిన విలువ 1కి సమానంగా ఉంటే ఏకత్వ వ్యాకోచత్వం అని, 1 కన్నా ఎక్కువైతే సాపేక్ష వ్యాకోచత్వం అని, 1కన్నా తక్కువైతే సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వం అని, అనంతం (α) అయితే సంపూర్ణ వ్యాకోచత్వం అని, 0కి సమానమైతే సంపూర్ణ అవ్యాకోచత్వం అని అంటాము.

5.7 జాత్యంతర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం

ఒక వస్తువుకు ఉన్న డిమాండ్ ఆ వస్తు ధర మీదనే కాక, ప్రత్యామ్నాయ, పూరక వస్తువు ధర పై కూడా ఆధారపడి ఉంటుంది. యితర పరిస్థితులు స్థిరంగా ఉన్నప్పుడు "ఒక వస్తువు యొక్క ప్రత్యామ్నాయ, పూరక వస్తువుల ధరలో వచ్చిన మార్పు వల్ల ఆ వస్తు డిమాండ్‌లో వచ్చే మార్పును జాత్యంతర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం" అని అంటారు. x వస్తువుకు y ప్రత్యామ్నాయ లేక పూరక వస్తువులైతే జాత్యంతర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని క్రింది విధంగా కనుగొంటాము.

$$\text{జాత్యంతర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం} = \frac{\text{x వస్తువు డిమాండ్‌లో వచ్చిన అనుపాతపు మార్పు}}{\text{Y వస్తువు ధరలో వచ్చిన అనుపాతపు మార్పు}}$$

x, y వస్తువులు ప్రత్యమ్నాయ వస్తువులైతే y వస్తు ధరకు x వస్తు డిమాండ్‌కు ఉన్న సంబంధం అనులోమ సంబంధం లేదా ప్రత్యక్ష సంబంధం లేదా y ధర పెరిగితే x డిమాండ్ పెరుగుతుంది, y వస్తు ధర తగ్గితే x డిమాండ్ తగ్గుతుంది.

x, y వస్తువులు పూరక వస్తువులైతే y ధరకు x డిమాండ్ ఉన్న సంబంధం విలోమ సంబంధం. అంటే y ధర పెరిగితే x డిమాండ్ తగ్గుతుంది, y ధర తగ్గితే x డిమాండ్ పెరుగుతుంది.

జాత్యంతర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వ సూత్రం ద్వారా వచ్చిన విలువ 1కి సమానం అయితే ఏకత్వ వ్యాకోచత్వం అని, 1 కన్నా ఎక్కువైతే సాపేక్ష వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అని, 1కన్నా తక్కువైతే సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అని, అనంతం ($\propto$) అయితే పూర్తి వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అని, శూన్యం (0) అయితే పూర్తి అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అని అంటారు.

5.8 డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని నిర్ణయించే అంశాలు

ఒక వస్తువు డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం ఈ క్రింది అంశాల మీద ఆధారపడి ఉంటుంది.

1. **వస్తువు స్వభావం :** డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని ఆ వస్తువు యొక్క స్వభావాన్ని బట్టి చెప్పవచ్చు. అత్యవసర వస్తువు అయితే డిమాండ్ అవ్యాకోచం గానూ, విలాస వస్తువైతే డిమాండ్ వ్యాకోచం గానూఉంటుంది. ఉదాహరణకు ఉప్పు డిమాండ్ అవ్యాకోచమైనది, T.V. డిమాండ్ ఎక్కువ వ్యాకోచత్వాన్ని కలిగి ఉంటుంది.

2. **ఆదాయంలో ఖర్చు పరిమాణం :** డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం వినియోగదారులు తమ ఆదాయంలో ఖర్చు చేసే పరిమాణం పై ఆధారపడి ఉంటుంది. వినియోగదారులు ఒక వస్తువు పై తమ ఆదాయంలో తక్కువ భాగం వ్యయం చేస్తే ఆ వస్తువు యొక్క డిమాండ్ అవ్యాకోచత్వంగా ఉంటుంది. అలా కాకుండా ఎక్కువ భాగం ఖర్చు చేస్తే వ్యాకోచత్వంగా ఉంటుంది. ఉదాహరణకు అగ్గిపెట్టె పై చేసే వ్యయం తక్కువగా ఉంటుంది. కాబట్టి దాని యొక్క డిమాండ్ అవ్యాకోచత్వంగా ఉంటుంది. వస్త్రాల పై సాపేక్షంగా ఎక్కువగా ఖర్చు పెట్టడం జరుగుతుంది. కాబట్టి దాని డిమాండ్ వ్యాకోచత్వంగా ఉంటుంది.

3. **బహుళ ప్రయోజనాలు :** ఒక వస్తువుకు అనేక ఉపయోగాలుంటే డిమాండ్ వ్యాకోచంగా ఉంటుంది. ఎందుకంటే, ధర తగ్గినప్పుడు ఆ వస్తువును మిగిలిన ఉపయోగాలకు కూడా వాడటం జరుగుతుంది. ఉదాహరణకు విద్యుచ్ఛక్తి ధర ఎక్కువగా ఉన్నప్పుడు దానిని కేవలం వెలుతురుకు మాత్రమే ఉపయోగిస్తారు. ధర తగ్గినప్పుడు దానిని బట్టలు ఇస్త్రీ చేయుటకు కూడా ఉపయోగిస్తారు. ఒకే ప్రయోజనానికి ఉపయోగపడితే అవ్యాకోచత్వంగా ఉంటుంది.

4. **వినియోగాన్ని వాయిదా వేయగల అవకాశం :** వస్తువుల వినియోగాన్ని కొంత కాలం వాయిదా వేయటానికి అవకాశం ఉంటే ఆ వస్తువులకు వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ ఉంటుంది. ఉదాహరణకు బట్టలు, సైకిళ్ళు, ఫ్యాన్‌లు మొ॥. వాటి ధరలు పెరిగినప్పుడు వాటిని కొనడం కొంత కాలం వాయిదా వెయ్యటానికి వీలుంటుంది. అలాంటప్పుడు డిమాండ్ వ్యాకోచత్వంగా ఉంటుంది. వాయిదా వేయుటకు అవకాశం లేకుంటే డిమాండ్ అవ్యాకోచత్వంగా ఉంటుంది. ఎందువల్లనంటే ధర పెరిగినా, తప్పనిసరిగా కొనవలసి రావచ్చు. కావున డిమాండ్ వల్ల పెద్దగా మార్పు రాదు.

5. **అభిరుచులు, అలవాట్లు :** ఒక బ్రాండ్ వస్తువులను వినియోగించటానికి వినియోగదారులు అలవాటుపడి ఉంటే డిమాండ్ అవ్యాకోచత్వంగా ఉంటుంది. ఉదాహరణకు వినియోగదారులు బ్రూక్‌బ్రాండ్ కాఫి పొడికే అలవాటు పడినప్పుడు దాని యొక్క ధర మారినా డిమాండ్‌లో మార్పు రాకపోవచ్చు.

6. **ధరల స్థాయి** : ధరల స్థాయి కూడా వ్యాకోచత్వాన్ని ప్రభావితం చేస్తుంది. ధరల స్థాయి అధికంగా ఉంటే ఆ వస్తువుల డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం కలిగి ఉంటుంది. ధరల స్థాయి తక్కువగా ఉన్నప్పుడు వాటికి డిమాండ్ అవ్యాకోచత్వంగా ఉంటుంది.

7. **వస్తువు ఉపయోగించే కాలం :** వస్తువును ఉపయోగించే కాలం డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని ప్రభావితం చేస్తుంది.

కొనుగోలు చేసే కాలం స్వల్పంగా ఉన్నప్పుడు ఆ వస్తువు యొక్క డిమాండ్ అవ్యాకోచత్వంగా ఉంటుంది. ఉదాహరణకు ధూమపానం.

5.9 డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం - ప్రాముఖ్యం

డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం అర్థ శాస్త్రంలో అధిక ప్రాముఖ్యం కలిగిన భావన. అనేక ఆర్థిక నిర్ణయాలు చేయటానికి ఈ భావన దోహదం చేస్తుంది.

1. **ఏకస్వామ్యాల ధర నిర్ణయం :** ఏకస్వామ్యదారుడు తన వస్తువుల ధరను నిర్ణయించేటప్పుడు వాటి డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని పరిగణనలోకి తీసుకొంటాడు. ఆ వస్తువు డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం కలిగినదైతే తక్కువ ధరను నిర్ణయించి, వస్తువుల డిమాండ్ అవ్యాకోచత్వంగా ఉంటే ఎక్కువ ధర విధించి అధికంగా లాభాలు పొందే ప్రయత్నం చేస్తాడు.
2. **విచక్షణాత్మక ఏకస్వామ్యంలో ధర నిర్ణయం :** విచక్షణాత్మక ఏకస్వామ్యంలో, ఏకస్వామ్యదారుడు ఒకే వస్తువును వివిధ మార్కెట్‌లలో అమ్మేటప్పుడు మార్కెట్‌లో ఆ వస్తు డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం పై ఆధారపడి ధరలను నిర్ణయిస్తాడు. వ్యాకోచత్వం కలిగినచో అధిక ధరను విధించి తన వస్తువును అమ్ముకుంటాడు.
3. **ప్రజా ప్రయోజనాల సేవల ధర నిర్ణయం :** ప్రభుత్వం అందించే ప్రజా ప్రయోజనాల సేవల విషయంలో వ్యాకోచత్వ భావన చాలా ఉపయోగపడుతుంది. అవ్యాకోచమైన డిమాండ్ ఉన్న వస్తు సేవల విషయంలో అధిక ధరలను నిర్ణయించడం, వ్యాకోచత్వం ఉన్నట్లయితే తక్కువ ధరను నిర్ణయించడం జరుగుతుంది. ఉదాహరణకు గృహావసరాలకు సరఫరా చేస్తే విద్యుత్ అవ్యాకోచత్వం కాబట్టి యూనిట్‌కు ఎక్కువ రేటు, పరిశ్రమలకు వ్యాకోచత్వంగా ఉంటుంది కాబట్టి తక్కువ రేటు విధించటం జరుగుతూ ఉండేది.
4. **ఉమ్మడి వస్తువుల ధర నిర్ణయం :** ఉమ్మడి వస్తువుల ధర నిర్ణయంలో ఈ వ్యాకోచత్వ భావనకు అధిక ప్రాముఖ్యత ఉంటుంది. వరిధాన్యం - వరిగడ్డి, ఉన్ని - మాంసం, మొదలైన ఉమ్మడి వస్తువుల విషయంలో రెండు వస్తువుల ఉత్పత్తి వ్యయాలను విడివిడిగా తెలుసుకోవడం కష్టం. కాబట్టి వాటి ధరలను వాటి డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని బట్టి నిర్ణయించడం జరుగుతుంది. వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అయితే తక్కువ ధర, అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ కలిగి ఉంటే ఎక్కువ ధర విధించటం జరుగుతుంది.
5. **వేతన నిర్ణయం :** ఒక పరిశ్రమలో శ్రమకు ఉండే డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం కలిగిందైతే, శ్రామికుల వేతనాలు తక్కువగా ఉంటాయి. ఎందుకంటే సమ్మె చేస్తారనే భయం ఉండదు కాబట్టి వేతనాలను పెంచకున్నను ఎలాంటి సమస్యలు ఎదురుకావు. కాని శ్రమకు అవ్యాకోచ డిమాండ్ ఉంటే పరిశ్రమలలో కార్మికుల సమ్మె భయం వల్ల వేతనాలను పెంచవలసిన పరిస్థితి ఏర్పడవచ్చు.
6. **ప్రభుత్వ విధానాలు :** వివిధ రంగాలలో కీలకమైన నిర్ణయాలు ప్రభుత్వం తీసుకోవాలంటే ఈ భావన

ఎంతో ఉపయోగపడుతుంది. ముఖ్యంగా పరిశ్రమల్లో ఉత్పత్తి చేసిన వస్తువుల పై రక్షణ కల్పించటానికిచ్చే గ్రాంట్ల విషయంలో ఆ వస్తువుల వ్యాకోచత్వాన్ని పరిగణనలోకి తీసుకోవడం జరుగుతుంది. అట్లాగే వ్యవసాయ ఉత్పత్తుల కనీస మద్దతు ధరలను నిర్ణయించడంలో కూడా ఈ భావన ఎంతో ఉపయోగపడుతుంది.

7. **అంతర్జాతీయ వ్యాపారం :** అంతర్జాతీయ వ్యాపారానికి సంబంధించిన ఎగుమతులు, దిగుమతుల వినిమయపు రేటు, సుంకాలు, విదేశీ చెల్లింపుల శేషం మొదలైన వాటి పరిష్కారంలో వ్యాకోచత్వం ఎక్కువగా ఉపయోగపడుతుంది. వస్తు వ్యాకోచత్వ స్వభావాలను బట్టి ఎగుమతి ధర నిర్ణయాలు, ఫలితంగా మారకపు రేట్లు, వ్యాపార చెల్లింపుల్లో మార్పులు చోటు చేసుకొంటాయి.

5.10 సారాంశం

మిగిలిన పరిస్థితుల్లో మార్పులేనప్పుడు “ధర తగ్గితే డిమాండ్ పెరుగుతుందని, ధర పెరిగితే డిమాండ్ తగ్గుతుందని” డిమాండ్ సూత్రం తెలియజేస్తుంది. కాని ధరలో ఎంత మార్పు వల్ల డిమాండ్‌లో ఎంత మార్పు వస్తుందనే విషయాన్ని డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం తెలియజేస్తుంది. ధరలో వచ్చే మార్పు కంటే డిమాండ్‌లో వచ్చే మార్పు ఎక్కువగా ఉంటే వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అని, తక్కువగా ఉంటే అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అని, సమానంగా ఉంటే ఏకత్వ వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అని అంటారు. డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని కొలవటానికి, డిమాండ్ రేఖ వాలు పద్ధతి, బిందు పద్ధతి, ఆర్క్ పద్ధతి, మొత్తం ఖర్చు పద్ధతి, శాతం పద్ధతి అనే పద్ధతులు కలవు. డిమాండ్ వ్యాకోచత్వ భావన ఎంతో ప్రాముఖ్యం కలిగినది. ఏకస్వామ్యదారుని ధర నిర్ణయం, ప్రభుత్వ సేవల ధర నిర్ణయం, విదేశ వ్యాపారం, పన్నుల విధానం మొదలైన వాటిని నిర్ణయించటంలో దీని ప్రాముఖ్యత ఎంతైనా ఉంది.

5.11 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

1. డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని ధర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాం అని, ఆదాయ డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం అని, జాత్యంతర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం, అని మూడు విధాలుగా చెప్పవచ్చు.
2. ధర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం 5 రకాలు. పూర్తి వ్యాకోచత్వ($\eta=\infty$), పూర్తి అవ్యాకోచత్వ ($\eta=0$), సాపేక్ష వ్యాకోచత్వ ($\eta>1$), సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వ ($\eta<1$), ఏకోత్వ వ్యాకోచత్వ ($\eta=1$) డిమాండ్‌గా చెప్పవచ్చు.
3. డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని కొలుచుటకు వాలు పద్ధతి, శాతం పద్ధతి, బిందు పద్ధతి, ఆర్క్ పద్ధతి, మొత్తం ఖర్చు పద్ధతి అనే 5 పద్ధతులు కలవు.
4. డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని వివిధ అంశాలు నిర్ణయిస్తాయి. అవి : వస్తు స్వభావం, ఆదాయంలో ఖర్చు పరిమాణం, బహుళ ప్రయోజనాలు, వినియోగాన్ని వాయిదా వెయ్యటం, అలవాట్లు, అభిరుచులు, ఉపయోగించే కాలం.
5. డిమాండ్ వ్యాకోచత్వానికి అర్ధ శాస్త్రంలో అధిక ప్రాముఖ్యత ఉంది. ఏకస్వామ్యదారుని ధర నిర్ణయం ఉమ్మడి వస్తు ధర నిర్ణయం, ప్రభుత్వ ప్రజాప్రయోజనాల ధర నిర్ణయం, వేతన నిర్ణయం, ప్రభుత్వ విధానాలు, అంతర్జాతీయ వ్యాపారంలో ఈ భావన ఎంతగానో ఉపయోగ పడుతుంది.

5.12 పదకోశం

1. **డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం :** ఒక వస్తువు ధరలో వచ్చిన మార్పులకనుగుణంగా దాని యొక్క డిమాండ్‌లో వచ్చిన మార్పు రేటును డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం అంటారు.

2. పూర్తి వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ : ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో అతి స్వల్ప దాని యొక్క డిమాండ్‌లో అనంతంగా మారితే దానిని పూర్తి వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అని అంటారు.

3. పూర్తి అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ : ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో ఎంత మార్పు వచ్చినా దాని డిమాండ్‌లో ఎటువంటి మార్పు లేనట్లయితే పూర్తి అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అంటారు.

3. సాపేక్ష వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ : ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో స్వల్ప మార్పు వల్ల డిమాండ్‌లో అధిక మార్పు ఉంటే దానిని సాపేక్ష వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అంటారు.

4. సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ : ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో అధిక మార్పు వల్ల డిమాండ్‌లో స్వల్ప మార్పు వస్తే దానిని సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అని అంటారు.

5. ఏకత్వ వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ : ఒకే వస్తువు యొక్క ధరలో ఎంత శాతంలో మార్పు వస్తుందో డిమాండ్‌లో కూడా అంతే శాతంలో మార్పు వస్తే దానిని ఏకత్వ వ్యాకోచత్వ డిమాండ్ అంటారు.

6. ఆర్క్ వ్యాకోచత్వం : ఒక డిమాండ్ రేఖలో రెండు బిందువుల మధ్య ఉన్న వ్యాకోచత్వాన్ని ఆర్క్ వ్యాకోచత్వం అంటారు.

5.13 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. డిమాండ్ వ్యాకోచత్వమును కొలుచు పద్ధతులను గురించి వ్రాయుము.

II. సంక్షిప్త వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం అనగానేమి? వివిధ రకాలైన వ్యాకోచత్వాలను వివరించుము.

III. సంక్షిప్త ప్రశ్నలు

1. ధర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం
2. ఆదాయ డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం
3. జాత్యంతర డిమాండ్ వ్యాకోచత్వం
4. శాతం పద్ధతి
5. బిందు పద్ధతి
6. ఆర్క్ పద్ధతి
7. మొత్తం ఖర్చు పద్ధతి

5.14 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

1. Joel Dean	:	Managerial Economics
2. Sundaram K.P.M.	:	Business Economics
3. Dewett K.K.	:	Advanced Economic Theory
4. Ahuja H.L.	:	Principles of Micro Economics
5. తెలుగు అకాడమీ	:	వ్యాపార అర్థశాస్త్రం

భాగం - 6

ఉత్పత్తి

విషయక్రమం

6.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు
6.1 విషయ పరిచయం
6.2 ఉత్పత్తి కారకాలు
6.2.1 భూమి
6.2.2 శ్రమ
6.2.3 మూలధనం
6.2.4 వ్యవస్థాపనం
6.3 ఉత్పత్తి ఫలం
6.3.1 అనుపాతంలో మార్పు - తరహాలో మార్పు
6.4 చరానుపాతాల సూత్రం
6.5 తరహానను సరించి వచ్చే ప్రతిఫలాల సూత్రం
6.6 అంతర్గత, బహిర్గత ఆదాలు
6.6.1 అంతర్గత ఆదాలు
6.6.2 బహిర్గత ఆదాలు
6.7 సారాంశం
6.8 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు
6.9 పదకోశం
6.10 మాదిరి పరీక్ష ప్రశ్నలు
6.11 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

6.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

ఈ భాగంలో ఉత్పత్తి, ఉత్పత్తి సాధనాలు, వివిధ ఉత్పత్తి సిద్ధాంతాలను వివరించటం జరిగింది. ఈ భాగం పూర్తి అయ్యేసరికి మీరు క్రింది విషయాలు అవగాహన చేసుకుంటారు.

* ఉత్పత్తి అంటే ఏమిటి?
* ఉత్పత్తి కారకాలు, వాటి లక్షణాలు
* ఉత్పత్తి ఫలం
* అనుపాతంలో మార్పు, తరహాలో మార్పు
* చరానుపాతాల సూత్రం

* తరహానుసరించి వచ్చే ప్రతిఫలాల సూత్రం
* అంతర్గత, బహిర్గత ఆదాలు

6.1 విషయ పరిచయం

సాధారణంగా ఉత్పత్తి అంటే పదార్థాన్ని సృష్టించడం అనుకొంటాము. అయితే అర్థశాస్త్రంలో ఉత్పత్తి అంటే ప్రయోజనాల సృష్టి. హిక్స్ ప్రకారం మారకం ద్వారా ప్రజల కోరికలను సంతృప్తి పరచటానికి, ఏ చర్య ఉపయోగపడుతుంటే దానిని ఉత్పత్తి అంటారు. మనష్యులు తమ అవసరాలను తీర్చగల గుణం గల వస్తువులను, సేవలను కొనుక్కొంటారు. అటువంటి వస్తు సేవలకు మారకం విలువ ఉంటుంది. అలా మారకం విలువ గల వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయడాన్నే ఉత్పత్తిగా భావించవచ్చు. క్లుప్తంగా చెప్పాలంటే ఆకార ప్రయోజనాన్ని, కాల ప్రయోజనాన్ని, మారకపు ప్రయోజనాన్ని కలిగించడాన్ని అర్థశాస్త్రంలో ఉత్పత్తి అంటారు. అంతేగాక డాక్టర్లు, లాయర్లు, ఉపాధ్యాయులు మొదలగు వారి సేవలను కూడా ఆర్థిక ప్రయోజనాల సృష్టిగా భావించవచ్చు. ఉత్పత్తి చేయబడిన వస్తువు వినియోగదారుని చేరే వరకు మధ్యలో ఉండే రవాణా, పంపిణీ, విక్రయం వంటి ప్రక్రియలు కూడా ఉత్పత్తిలో భాగంగా ఉంటాయి.

ఆర్థిక వ్యవస్థలో ఉండే వినియోగదారులకు ఏఏ వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయాలి, ఎంత పరిమాణంలో ఉత్పత్తి చేయాలి, ఉత్పత్తి ప్రక్రియలో ఏ సాంకేతిక ఉత్పత్తి పద్ధతులను ఉపయోగించాలి, ఆ వస్తువుల ఉత్పత్తికి ఏఏ ఉత్పత్తి కారకాలను ఉపయోగించాలి అనే సమస్యలను ఆర్థికవ్యవస్థ ఎదుర్కొంటుంది. ఇటువంటి సమస్యలను ఏ విధంగా పరిష్కరించుకోవాలి అనేది ఈ పాఠంలో వివరించటం జరుగుతుంది. ఉత్పత్తికి దోహదం చేసే సాధనాలను ఉత్పత్తి కారకాలు అంటాము.

6.2 ఉత్పత్తి కారకాలు

ఉత్పత్తి ప్రక్రియలో సహాయపడే వస్తుసేవలను ఉత్పత్తి కారకాలు అని అంటారు. ఇవి నాలుగు రకాలుగా ఉంటాయి. అవి :

1) భూమి
2) శ్రమ
3) మూలధనం
4) వ్యవస్థాపనం

ఈ నాలుగు ఉత్పత్తి కారకాల లక్షణాలను, వాటి ప్రాధాన్యతలను గురించి ప్రస్తుతం తెలుసుకోబోతున్నాం.

6.2.1 భూమి

సాధారణ పరిభాషలో భూమి అంటే భూమి ఉపరితలం మాత్రమే. కాని అర్థశాస్త్రంలో భూమి అనే పదానికి విస్తృతమైన అర్థం ఉంది. ప్రకృతి ప్రసాదితమైన, వస్తూత్పత్తిలో సహకరించే అడవులు, కొండలు, నదులు, సముద్రాలు, ఖనిజాలు, వాతావరణం, సూర్యరశ్మి మొదలగున్నవన్ని భూమిగానే అర్థశాస్త్రంలో పరిగణిస్తారు. " మానవునికి

భూమిలోను, నీటిలోను, గాలి రూపంగాను, కాంతి రూపంగాను మరియు వేడి రూపంలోను ఉత్పత్తికి సహాయపడుతూ ఉండే ప్రకృతి ప్రసాదితమైన పదార్థాలు మరియు శక్తులనే భూమిగా" మార్షల్ పరిగణించాడు.

భూమి లక్షణాలు

ఇతర ఉత్పత్తి కారకాలకు లేని ప్రత్యేక లక్షణాలు భూమికి మాత్రమే ఉన్నాయి. వాటిని క్రింద తెలియజేయటం జరిగింది.

1. ప్రకృతి ప్రసాదితమైనది భూమి కాబట్టి దాని సప్లయి స్థిరంగా ఉంటుంది.
2. భూమికి నశింపు లేదు. ఒక వేళ దానిలో భూసారం క్షీణిస్తే, రసాయనిక ఎరువులను ఉపయోగించటం ద్వారా దాని ఉత్పాదకతను పెంచవచ్చు.
3. ఇది ప్రకృతి ప్రసాదితమైనది కాబట్టి మానవుడు దానిని మెరుగుపర్చగలడే గాని సృష్టించలేడు.
4. భూమికి భౌగోళిక గమనశీలత లేదు. కాబట్టి దీనిని ఒక ప్రదేశం నుండి మరొక ప్రదేశానికి మార్చలేము.
5. భూసారంలోనూ, అది ఉండే ప్రదేశంలోనూ తేడాలు ఉండుట వల్ల దాని విలువల్లో తేడాలు ఉంటాయి.
6. భూమి క్షీణ ప్రతిఫలాల సూత్రానికి బద్ధమై ఉంటుంది.

భూమి - ప్రాధాన్యత

1. ఒక దేశపు ఆర్థికాభివృద్ధి ఆ దేశం యొక్క భూమి నాణ్యతను బట్టి ఉంటుంది. మంచి సారవంతమైన భూమి ఉన్న దేశంలో ఆర్థికాభివృద్ధి త్వరితంగా జరుగుతుంది.
2. మత్స్య పరిశ్రమ, గనులు, అడవులు, పాడి పరిశ్రమ మొదలగు ప్రాథమిక పరిశ్రమల అభివృద్ధి, భూమి నాణ్యత మీదనే ఆధారపడి ఉంటుంది.
3. రవాణా మరియు కమ్యూనికేషన్ల అభివృద్ధి, భూమి యొక్క ఉపరితలం మీద ఆధారపడి ఉంటుంది. చదునుగా ఉన్న ప్రాంతాల కంటే పర్వత ప్రాంతాలలో రోడ్ల నిర్మాణం, రైల్వే ట్రాక్‌ల నిర్మాణం ఎక్కువ ఖర్చుతో కూడుకొని ఉంటుంది.

ఈ విధంగా ఆర్థికాభివృద్ధిలో భూమికి ప్రత్యేకమైన స్థానం ఉంది.

6.2.2 శ్రమ

ద్రవ్య రూపంలో గాని, వస్తు రూపంలో గాని ప్రతిఫలాన్ని ఆశించి చేపట్టే శారీరకమైన లేక మానసికమైన పనిని శ్రమ అంటాము. మార్షల్ ప్రకారం "తన ఆనందం కోసం కాక, ఏదో ఒక రకమైన ప్రతిఫలం ఆశించి చేసే మానసికమైన లేదా శారీరకమైన పనిని శ్రమ అంటారు".

శ్రమ యొక్క లక్షణాలు

మిగిలిన ఉత్పత్తి కారకాలతో పోల్చినట్లయితే శ్రమ ప్రత్యేక లక్షణాలు కలిగి ఉంది. అవి :

1. శ్రమ నశ్వరమైనది అంటే నశించిపోయేది. కాబట్టి శ్రామికుడు ఏ రోజు పనిచేయక పోతే ఆ రోజు తిరిగిరాదు. కాబట్టి ఆ రోజునతడు పూర్తిగా కోల్పోయినట్లుగానే భావించాలి.
2. యజమానితో పోల్చితే శ్రామికుని బేరమాడే శక్తి తక్కువగా ఉంటుంది.
3. శ్రమ పాల్గొనంత చురుకుగా భూమి, మూలధనం ఉత్పత్తిలో పాల్గొనలేవు. అంతేకాకుండా శ్రమ లేకుండా భూమి, మూలధనాలు ఏమి ఉత్పత్తి చేయనూ లేవు.
4. శ్రమను శ్రామికుని నుండి విడదీయలేము. ఇది శ్రమకు మాత్రమే ఉన్న ప్రత్యేక లక్షణం.

5. శ్రమ ఒక ప్రదేశం నుంచి మరో ప్రదేశానికి గాని లేక ఒక వృత్తి నుండి మరొక వృత్తికి మారగలదు. అంటే శ్రమకు గమనశీలత కలదు. కాని గమనశీలత స్వల్పంగా ఉంటుంది.
6. శ్రమకు అవ్యాకోచ సప్లయి ఉంటుంది. ఎందుకంటే వేతనంలో మార్పు వల్ల శ్రామికుల సంఖ్యను పెంచలేము, తగ్గించలేము.

శ్రమ యొక్క ప్రాధాన్యత

వస్తూత్పత్తిలో శ్రమకు ప్రధాన పాత్ర ఉంటుంది. శ్రమ లేకుండా దేశంలోని సహజవనరులను ఉపయోగించుట కష్టం. అంతేకాకుండా నైపుణ్యం గల శ్రామికులు ఉంటే సహజ వనరులు తగినంత లేకపోయినప్పటికి, ఆ దేశం త్వరితగతిన అభివృద్ధిని సాధిస్తుంది. అందువలనే కారల్ మార్క్స్ శ్రమను ఒక్క దానినే ఉత్పత్తి కారకంగా పేర్కొన్నాడు. కాబట్టి ఆధునిక ఉత్పత్తి విధానంలో శ్రమ మిక్కిలి గణనీయమైన పాత్ర వహిస్తుంది.

6.2.3 మూలధనం

ఉత్పత్తిలో ఉపయోగించే మానవ నిర్మితమైన యంత్రాలు, పనిముట్లు, భవనాలు మొదలగు వాటినన్నింటిని మూలధనం అంటారు. మూలధనాన్ని ఉత్పత్తి చేసిన ఉత్పత్తి కారకం అంటారు. మార్షల్ ఉద్దేశం ప్రకారం మూలధనం అంటే ప్రకృతి ప్రసాదితమైన ఉచిత వస్తువులను కాకుండా, ఆదాయాలను సమకూర్చేది సంపద. అయితే సంపద అంతా మూలధనం కాదు కాని మూలధనం అంతా సంపదే.

మూలధనం లక్షణాలు

ఉత్పత్తి చేసిన ఉత్పత్తి సాధనమైన మూలధనానికి కొన్ని ప్రత్యేక లక్షణాలు ఉన్నాయి. ప్రస్తుతం మూలధన లక్షణాలు తెలుసుకుందాం.

1. దేశ ప్రజలు వారి ఆదాయంలో కొంత భాగాన్ని పొదుపు చేస్తారు. ఈ పొదుపు మొత్తాల నుండి మూలధన సృష్టి జరుగుతుంది. కాబట్టి మూలధనం మానవ నిర్మితమైనది.
2. శ్రమతో చేరకుండా ఉంటే మూలధనానికి సార్థకత లేదు.
3. వస్తువును ఉత్పత్తి చేసేటప్పుడు మూలధనాన్ని తప్పనిసరిగా ఉపయోగించవలసిన ఉత్పత్తి కారకం కాదు.
4. ఉత్పత్తి కారకాలన్నింటి కంటే మూలధనానికి అతి ఎక్కువ గమనశీలత ఉంటుంది.
5. మూలధనానికి వ్యాకోచమైన సప్లయి ఉంటుంది. అంటే మూలధన సప్లయిని పెంచటానికి, తగ్గించటానికి అవకాశం ఉంది.

మూలధనం ప్రాధాన్యత

ఆధునిక ఉత్పత్తి వ్యవస్థలో మూలధనానికి మిక్కిలి ప్రాధాన్యత ఉంది. మూలధనం లేకుండా కేవలం భూమి, శ్రమలు మాత్రమే ఉత్పత్తిని పెద్ద తరహాలో కొనసాగించలేవు. అంతేకాకుండా ఒక దేశంలోని శ్రామిక శక్తి అభిలషణీయంగా వినియోగించుకోవాలంటే మూలధనం యొక్క అవశ్యకత ఎంతైనా ఉంది. ఆధునిక ఉత్పత్తి పద్ధతులు మారే కొద్దీ మూలధనం అవసరత కూడా పెరుగుతూనే ఉంటుంది.

6.2.4 వ్యవస్థాపనం

వ్యవస్థాపకుడు అందించే ఉత్పత్తి సాధనం వ్యవస్థాపనం. వివిధ ఉత్పత్తి సాధనాలను మిళితం చేసి లేదా సంవిధానం ద్వారా ఉత్పత్తిని కొనసాగించేది వ్యవస్థాపకుడు. ఆధునిక కాలంలో ప్రతి ఉత్పత్తి కారకం తన విధిని ప్రత్యేకంగా నిర్వహిస్తూ ఉంది. కావున వ్యవస్థాపకుడు అందించే వ్యవస్థాపనాన్ని ఒక ప్రత్యేక ఉత్పత్తి కారకంగా

పరిగణిస్తాము. వ్యవస్థాపకుడు భూమికి భాటకాన్ని, శ్రమకు వేతనాన్ని, మూలధనానికి వడ్డీని చెల్లించి మిగిలితే లాభంగా పొందుతాడు, తగ్గితే వచ్చే నష్టాన్ని భరిస్తాడు.

వ్యవస్థాపకుని విధులు

వ్యవస్థాపకుడు క్రింది విధులను నిర్వహిస్తాడు.

1. పరిశ్రమ లేదా సంస్థను స్థాపించుట కోసం అవసరమైన ప్రాథమిక కార్యకలాపాలైన సంస్థను స్థాపించుటం, దాని కోసం స్థలాన్ని ఎన్నుకోవటం, ఉత్పత్తి పద్ధతులను ఎంపిక చేసుకోవటం, ఫ్యాక్టరీని రిజిస్టర్ చేయించటం మొదలైన వాటిని వ్యవస్థాపకుడు చేపడతాడు.
2. ఉత్పత్తికి అవసరమైన ఉత్పత్తి కారకాలు కొంత మంది యజమానుల చేతుల్లో ఉంటాయి. కాబట్టి వాటిని తగిన పరిమాణంలో ఒకే చోట చేర్చి, ఉత్పత్తిని కొనసాగిస్తాడు.
3. ఫ్యాక్టరికీ అవసరమైన మూలధనాన్ని సమకూర్చుతాడు.
4. ముడి పదార్థాలను కొనుగోలు చేస్తాడు.
5. ఉత్పత్తి చేయబడిన వస్తువులకు ధరను నిర్ణయించి వాటిని మార్కెట్‌లో విక్రయించటం చేస్తాడు.
6. ఉత్పత్తి ప్రక్రియలో నవకల్పనలను ప్రవేశ పెట్టటం చేస్తాడు.
7. చివరగా నష్ట భయాన్ని భరిస్తాడు.

ఈ విధంగా వ్యవస్థాపకుడు ఉత్పత్తి కార్యకలాపాల్లో మిక్కిలి గణనీయమైన పాత్ర వహిస్తాడు. ఏ దేశపు ఉత్పాదకతా సామర్థ్యం అయినా ఉద్యమదారుల శక్తుల పై ఆధారపడి ఉంటుంది. అందువల్లనే వ్యవస్థాపకుడిని, ఆ పరిశ్రమకు లేదా సంస్థగా ' కెప్టెన్ ' గా పేర్కొంటారు.

మూలధన సంచయనం

నిర్ణీత కాల వ్యవధిలో ఒక దేశంలో నిజ మూలధనంలోని, నికర నిల్వల పెరుగుదలను మూలధన సంచయనం అంటారు. మూలధనంలో మొత్తం పెరుగుదలను స్థూల మూలధన సంచయనం అంటారు. అయితే యంత్రాలు మొదలైన వాటిలో ప్రతి సంవత్సరం తరుగుదల వస్తుంది. తరుగుదలను స్థూల మూలధన సంచయనం నుండి తీసివేయగా వచ్చు దానిని నికర మూలధన సంచయనం అని అంటారు. ఇటువంటి మూలధన సంచయనాన్ని ఆర్థిక సంస్థలు, వడ్డీరేట్లు, పన్నుల విధానం మొదలైనవి నిర్ణయిస్తాయి.

మూలధన సంచయనం మూడు దశల్లో జరుగుతుంది. మొదటి దశలో పొదుపు చేయటం, ఇది దేశ ప్రజల ఆదాయం పై ఆధారపడి ఉంటుంది. చేసిన పొదుపు బ్యాంకులకు తరలించటం అనేది రెండవ దశ. ఇది దేశంలోని బ్యాంకింగ్ రంగం పై ఆధారపడి ఉంటుంది. మూడవది పెట్టుబడి పెట్టటం. పెట్టుబడి పెట్టటం అనేది దేశంలోని వ్యవస్థాపకుల మీద ఆధారపడి ఉంటుంది. ఈ విధంగా మూడు దశల్లో మూలధన సంచయనం జరుగుతుంది.

6.3 ఉత్పత్తిఫలం

భౌతిక ఉత్పాదకాలకు (ఉత్పత్తి సాధనాలకు), భౌతిక ఉత్పత్తికి మధ్య గల సంబంధాన్ని ఉత్పత్తిఫలం అంటారు. ఉత్పత్తిఫలం ఒక ఉత్పత్తి సంస్థకు గాని, ఒక పరిశ్రమకు గాని, ఒక ఆర్థికవ్యవస్థకు గాని ఉన్న సాంకేతిక స్థితిని బట్టి చేయగలిగే ఉత్పత్తి పరిమాణాన్ని వివరిస్తుంది. దీనిని ఒక గణిత సూత్రం ద్వారా తెలుసుకోవచ్చును.

P = f (L, C, N, T)

ఉత్పత్తి ఫలంలో

P = వస్తూత్పత్తి

L = శ్రమ

C = మూలధనం

N = భూమి

T = ఉపయోగించిన సాంకేతిక పరిజ్ఞానం

ఈ ఉత్పత్తి ఫలం ద్వారా భూమి, శ్రమ, మూలధనం, వ్యవస్థాపనాల పై ఆధారపడి ఎంత ఉత్పత్తి జరిగేది, వీటిలో మార్పు వస్తే ఉత్పత్తి ఎంత మారేది తెలియజేస్తుంది.

6.3.1 అనుపాతంలో మార్పు - తరహాలో మార్పు

ఉత్పత్తి ఫలంలో, మిగతా ఉత్పత్తి కారకాలను స్థిరంగా ఉంచి ఏదో ఒక ఉత్పత్తి కారకాన్ని మార్చినప్పుడు వచ్చు మార్పును అనుపాతంలో మార్పు అంటాము. అంటే స్వల్ప కాలంలో అనుపాతాన్ని మార్చవచ్చు. అనుపాతంలో మార్పు ద్వారా రూపొందించిన సూత్రం చరానుపాతాల సూత్రం. ఉత్పత్తి ఫలంలోని, అన్ని ఉత్పత్తి కారకాలను మార్చితే తరహా మార్పు అంటారు. దీనిపై ఆధారపడి రూపొందించిన సిద్ధాంతమే తరహానుసరించి ప్రతిఫలాల సిద్ధాంతం.

6.4 చరానుపాతాల సూత్రం

ఒక సంస్థ చేసే ఉత్పత్తి ఆ సంస్థ ఉపయోగించే ఉత్పత్తి కారకాలైన భూమి, శ్రమ, మూలధనాలపై ఆధారపడి ఉంటుంది. కాబట్టి సంస్థ ఉత్పత్తిని పెంచాలంటే ఉత్పత్తి కారకాలన్నింటిలో గాని లేదా కొన్నింటిని గాని మార్పు చేయాలి. ఉత్పత్తి కారకాలు మిగతా ఉత్పత్తి కారకాల పరిమాణాలను స్థిరంగా ఉంచి, ఏదో ఒక ఉత్పత్తి కారకం పెంచారు అనుకుందాం. ఏ ఉత్పత్తి కారకాన్ని పెంచామో దానిని చర చలాకం అని, వేటిని మార్చకుండా ఉంటామో దానిని స్థిర చలాంకం అని అంటాము.

ఒక చర కారకానికి, ఉత్పత్తికి మధ్య గల సంబంధాన్ని చరానుపాతాల సూత్రం తెలియజేస్తుంది. మిగతా ఉత్పత్తి కారకాలను స్థిరంగా ఉంచి ఒక ఉత్పత్తి కారకాన్ని పెంచుతూ పోతే అదనపు ఉత్పత్తి కారకం నుంచి లభించే అదనపు ఉత్పత్తి లేదా ఉపాంత ఉత్పత్తి క్షీణిస్తూ ఉంటుందని చరానుపాత సూత్రం తెలియజేస్తుంది. చరానుపాతాల సూత్రాన్ని క్షీణ ప్రతిఫల సూత్రంగా కూడా వ్యవహరిస్తారు.

దీనిని సంప్రదాయక, నవ్య సంప్రదాయక ఆర్థికవేత్తలు అభివృద్ధి పరిచారు. స్టిగ్లర్ అనే ఆర్థికవేత్త ప్రకారం "మిగతా ఉత్పత్తి కారకాలను స్థిరంగా ఉంచి ఒక ఉత్పాదక కారకం పరిమాణాన్ని సమానమైన యూనిట్లలో నియమిస్తూ పోతే ఒక దశ దాటిన తరువాత ఉపాంత ఉత్పాదకత క్షీణిస్తుంది". చరానుపాత సూత్రంలోని ముఖ్యమైన ఉత్పత్తి భావనలు ప్రస్తుతం మనం తెలుసుకుందాం.

మొత్తం ఉత్పత్తి

నిర్ణీత కాల వ్యవధిలో వివిధ ఉత్పాదకాలన్ని ఉపయోగించి చేసిన ఉత్పత్తిని మొత్తం ఉత్పత్తి అంటారు. మిగతా ఉత్పత్తి కారకాలను స్థిరంగా ఉంచి, ఒక ఉత్పత్తి కారకాన్ని పెంచితే మొత్తం ఉత్పత్తి కూడా మారుతూ

ఉంటుంది. దీనినే N అనే పరిమాణంలో ఒక ఉత్పత్తి సాధనాన్ని ఉపయోగించినందువల్ల వచ్చే ఉత్పత్తిని మొత్తం ఉత్పత్తి అంటారు.

సగటు ఉత్పత్తి

మొత్తం ఉత్పత్తిని చర ఉత్పత్తి కారకాల సంఖ్యతో భాగిస్తే వచ్చేది సగటు ఉత్పత్తి.

$$\text{సగటు ఉత్పత్తి} = \frac{\text{మొత్తం ఉత్పత్తి}}{\text{చర ఉత్పత్తి కారకం యూనిట్లు}}$$

ఉపాంత ఉత్పత్తి

అదనంగా ఉపయోగించిన ఉత్పతి కారకం వల్ల అదనంగా ఉత్పత్తిని ఉపాంత ఉత్పత్తి అంటారు. దీనిని ఈ క్రింది విధంగా రాబట్టవచ్చును.

$$\text{ఉపాంతఉత్పత్తి} = \frac{\text{మొత్తం ఉత్పత్తిలో వచ్చిన మార్పు}}{\text{చలాంకఉత్పత్తి కారక యూనిట్లలో వచ్చిన మార్పు}}$$

లేదా

N చర ఉత్పత్తి సాధనం వల్ల వచ్చిన మొత్తము ఉత్పత్తి - (n-1) చర ఉత్పత్తి సాధనం వల్ల వచ్చిన మొత్తం ఉత్పత్తి

చరానుపాత సూత్రం - ప్రమేయాలు

చరానుపాత సూత్రం ఈ క్రింది ప్రమేయాల పై ఆధారపడి ఉంది.

1. మిగతా ఉత్పత్తి కారకాలను స్థిరంగా ఉంచి ఒక ఉత్పత్తి కారకాన్ని మాత్రమే మార్చడం జరుగుతుంది. ఈ సిద్ధాంతములో శ్రమను చర ఉత్పత్తి సాధనంగా, మిగిలిన భూమి, మూలధనం మొదలైనవి స్థిర ఉత్పత్తి సాధనాలుగా భావించటం జరిగింది.
2. ఉత్పత్తి సాధనాలను పెంచటానికి, తగ్గించటానికి అవకాశం ఉంది.
3. ఉత్పత్తి సాధనాల యూనిట్లన్నీ సజాతీయాలు.
4. సాంకేతిక పరిజ్ఞానంలో మార్పు ఉండదు.
5. మార్కెట్‌లో సంపూర్ణ పోటీ ఉంటుంది.

చరానుపాతాల సూత్రం - వివరణ

చరానుపాతాల సూత్రం ప్రకారం, మిగతా ఉత్పత్తి సాధనాలను స్థిరంగా ఉంచి ఒక ఉత్పత్తి సాధనాన్ని మార్చటం వల్ల ప్రారంభంలో మొత్తం ఉత్పత్తి, ఉపాంత ఉత్పత్తి, సగటు ఉత్పత్తులు పెరుగుతూ ఉంటాయి. దీనిని మొదటి దశ క్రిందగా చెప్పవచ్చును. అయితే ఒక దశ దాటిన తరువాత మొత్తం ఉత్పత్తి పెరుగుదల రేటు క్షీణిస్తూ ఉంటుంది, సగటు ఉత్పత్తి, ఉపాంత ఉత్పత్తులు క్షీణించడం ప్రారంభించి, ఒక దశలో ఉపాంత ఉత్పత్తి శూన్యం అవుతుంది. ఇది రెండోదశ. ఆ తరువాత కూడా ఉత్పత్తి కారకాన్ని పెంచితే ఉపాంత ఉత్పత్తి ఋణాత్మకం

అవుతుంది. ఇది మూడోదశ. క్రింది పట్టిక చరానుపాత సూత్రాన్ని వివరించటం జరిగింది.

శ్రామికులను పెంచేటప్పుడు ఉత్పత్తిలో మార్పులు

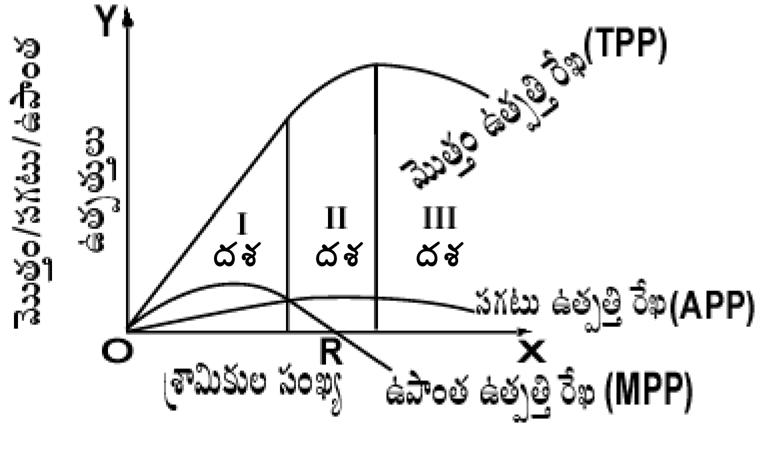
శ్రామికుల సంఖ్య	మొత్తం ఉత్పత్తి యూనిట్లలో	సగటు ఉత్పత్తి యూనిట్లలో	ఉపాంతఉత్పత్తి యూనిట్లలో
1	20	20	20 } మొదటి దశ
2	48	24	28
3	57	19	9 } రెండవ దశ
4	64	16	7
5	70	14	6
6	72	12	2
7	72	10.2	0
8	70	8.7	-2 } మూడవ దశ

పై పట్టికలో శ్రామికులను చర ఉత్పత్తి కారకంగా తీసుకోవడం జరిగింది. మిగతా ఉత్పత్తి కారకాలు అయిన భూమి, మూలధనం, వ్యవస్థాపనలో మార్పులు ఉండదు. పట్టికలో మొదటి శ్రామికున్ని నియమిస్తే మొత్తం ఉత్పత్తి, సగటు ఉత్పత్తి, ఉపాంత ఉత్పత్తులు సమానంగా అంటే 20 యూనిట్లు ఉన్నాయి. శ్రామికుల సంఖ్యను 2కు పెంచినట్లయితే మొత్తం ఉత్పత్తి, సగటు ఉత్పత్తి, ఉపాంత ఉత్పత్తులు పెరిగాయి. కాబట్టి రెండో శ్రామికున్ని ఉపయోగించే వరకు మొదటి దశ.

3వ శ్రామికుని నుంచి 6వ శ్రామికుని వరకు పెంచుతూ ఉంటే మొత్తం ఉత్పత్తి పెరిగింది. అయితే దాని పెరుగుదల రేటు తక్కువగా ఉంది. అందువల్ల సగటు ఉపాంత ఉత్పత్తులు క్షీణిస్తూ ఉన్నాయి. ఈ విధంగా 6వ శ్రామికుని వరకు క్షీణిస్తూ ఉన్నాయి. ఆతరువాత 7వ శ్రామికున్ని నియమిస్తే మొత్తం ఉత్పత్తిలో మార్పులేదు. ఎందుకంటే ఉపాంత ఉత్పత్తి శూన్యం అయింది. 3వ శ్రామికుని నుంచి 7వ శ్రామికున్ని ఉపయోగించే వరకు, అంటే ఉపాంత ఉత్పాదకత శూన్యం అయ్యే వరకు ఉన్న దశను రెండవ దశగా చెప్పవచ్చు. శ్రామికులను ఇంకా పెంచుతూ పోతే ఉపాంత ఉత్పత్తి ఋణాత్మకం అవుతుంది. మొత్తం ఉత్పత్తి తగ్గుతుంది. ఉపాంత ఉత్పత్తి ఋణాత్మకంగా ఉండే దశను మూడవ దశగా చెప్పవచ్చు.

పై పట్టికలో సమాచారం, వివరించిన విషయాలు ఈ క్రింది రేఖా చిత్రం 6.1 ద్వారా వివరించవచ్చు.

రేఖా చిత్రం - 6.1



పై రేఖా చిత్రంలో మొత్తం ఉత్పత్తి రేఖ మొదట దశలో పెరుగుదతున్న రేటుతో పెరుగుతూ ఉంది. సగటు, ఉపాంత ఉత్పత్తి రేఖలు కూడా పెరుగుచున్నాయి. సగటు, ఉపాంత ఉత్పత్తి రేఖలు ఖండించుకున్నంత వరకు మొదటి దశగా చెప్పవచ్చు. రెండవ దశలో మొత్తం ఉత్పత్తి పెరుగుతుంది కాని పెరుగుదల రేటులో తగ్గుదల కన్పిస్తుంది. ఈ దశలో ఉపాంత ఉత్పత్తి రేఖ క్షీణించటం ప్రారంభించింది. ఉపాంత ఉత్పత్తి రేఖ X అక్షమును R వద్ద ఖండించుకున్న వరకు రెండోదశ. R వద్ద ఉపాంత ఉత్పాదకత శూన్యం కావున మొత్తం ఉత్పత్తి గరిష్టంగా ఉంటుంది. మూడోదశలో మొత్తం ఉత్పత్తి, క్షీణించడం మూలంగా ఉపాంత ఉత్పత్తి ఋణాత్మకమై రేఖ OX అక్షమునకు ఖండించుకొని క్రిందకు పోతుంది.

ఎక్కడ ఉపాంత ఉత్పాదకత శూన్యం లేదా సున్నా ఉంటుందో అక్కడ ఉత్పత్తిదారుడు గరిష్ట ఉత్పత్తిని పొందుతాడు. కాబట్టి అక్కడ ఉత్పత్తిదారుడు సమతౌల్యంలో ఉంటాడు.

6.5 తరహానుసరించి వచ్చే ప్రతిఫలాల సూత్రం

మిగతా ఉత్పత్తి కారకాలను స్థిరంగా ఉంచి ఒక ఉత్పత్తి కారకాన్ని మార్చినప్పుడు ఉత్పత్తి ఏ విధంగా మారుతుందో క్షీణ ప్రతిఫల సిద్ధాంతం లేదా చరానుపాత సూత్రం వివరిస్తుంది. అయితే ఇది స్వల్పకాలానికి చెందినది. కాని దీర్ఘకాలంలో అన్ని ఉత్పత్తి కారకాలను పెంచవచ్చు. అన్ని ఉత్పత్తి కారకాలను మార్చినట్లయితే దానిని తరాహాలో మార్పు అంటారు. అన్ని ఉత్పత్తి కారకాలను మార్చినప్పుడు ఉత్పత్తిలో వచ్చే మార్పును అధ్యయనం చేయడాన్ని తరహానుసరించి వచ్చే ప్రతిఫలాలు అంటారు.

తరహానుసరించి వచ్చే ప్రతిఫలాలు

ఉత్పత్తి కారకాలన్నింటిని మారుస్తున్నప్పుడు ప్రతిఫలాలు కూడా మారుతూ ఉంటాయి. తరహానుసరించి ప్రతిఫలాలను మూడు రకాలుగా చెప్పవచ్చు. అవి

1. పెరుగుతున్న ప్రతిఫలాలు
2. స్థిర ప్రతిఫలాలు
3. క్షీణ ప్రతిఫలాలు

తరహాను బట్టి వచ్చే ప్రతిఫలాలు - ప్రమేయాలు

తరహానుసరించి వచ్చే ప్రతిఫలాల సూత్రం ఈ క్రింది ప్రమేయాల పై ఆధారపడి ఉంది.

1. ఉత్పత్తి కారకాలు అన్ని చలాంకాలుగా (మార్చవచ్చు) ఉంటాయి.
2. సాంకేతిక పరమైన మార్పులు ఉండవు.
3. పరిపూర్ణ పోటి మార్కెట్ పరిస్థితులు మార్కెట్‌లో ఉంటాయి.

తరహానుసరించి వచ్చే ప్రతిఫలాల సూత్రం - వివరణ

పై ప్రమేయాలలో మార్పులేనప్పుడు ఉత్పత్తి కారకాలన్నింటిని రెట్టింపు చేస్తే ఉత్పత్తి రెట్టింపు ఉండవచ్చు, రెట్టింపు కన్నా తక్కువ ఉండవచ్చు, రెట్టింపు కన్నా ఎక్కువ ఉండవచ్చు. ఉత్పత్తి కారకాలను ఒక నిర్ణీత నిష్పత్తిలో పెంచినప్పుడు ఉత్పత్తి కూడా అదే నిష్పత్తిలో పెరిగితే దానిని తరహానుసరించి స్థిర ప్రతిఫలాలు అని, ఎక్కువ నిష్పత్తిలో పెరిగితే దానిని పెరుగుచున్న ప్రతిఫలాలు అని, తక్కువ నిష్పత్తిలో పెరిగితే క్షీణ ప్రతిఫలాలు అని అంటాము. వివిధ ప్రతిఫలాలను ఈ క్రింది పట్టిక ద్వారా వివరించటం జరిగింది.

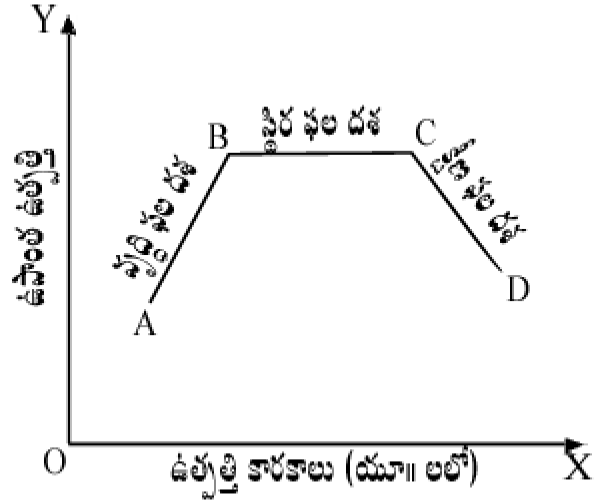
తరహాలో మార్పు, ఉత్పత్తుల్లో మార్పు

ఉత్పత్తి కారకాల సముదాయం/ యూనిట్లలో	మొత్తం ఉత్పత్తి	ఉపాంతఉత్పత్తి	
1	5	5	పెరుగుతున్న ప్రతిఫలాలు
2	12	7	
3	21	9	
4	30	9	స్థిర ప్రతిఫలాలు
5	39	9	
6	45	6	క్షీణ ప్రతిఫలాలు
7	49	4	

పై పట్టికలో ఉత్పత్తి కారకాల సముదాయం అంటే భూమి, శ్రమ, మూలధన సమ్మేళనం. పై పట్టికలో ఉత్పత్తి కారకాల సముదాయం 3 యూనిట్లకు పెరిగినంత వరకు ఉపాంత ఉత్పత్తి పెరుగుతూ ఉంది. అంటే ఉత్పత్తి సాధనాల పెరుగుదల నిష్పత్తి కన్నా మొత్తం ఉత్పత్తి నిష్పత్తి పెరిగింది. కాబట్టి మూడు యూనిట్ల వరకు పెరుగుతున్న ప్రతిఫలాలు వస్తునట్లు చెప్పవచ్చు.

మూడో యూనిట్నుంచి నాలుగు, ఐదో యూనిట్ల వల్ల వచ్చిన ఉపాంత ఉత్పత్తి సమానంగా ఉంది. అంటే ఉత్పత్తి సాధనాల పెరుగుదల నిష్పత్తితో సమానంగా ఉత్పత్తి నిష్పత్తి కూడా ఉంది. కాబట్టి స్థిర ప్రతిఫలాలు వస్తున్నట్లు చెప్పవచ్చు. 5వ యూనిట్ నుంచి 6వ యూనిట్కు పెరిగినందు వల్ల ఉపాంత ఉత్పత్తి క్రమేపి క్షీణిస్తుంది. అంటే ఉత్పత్తి సాధనాల పెరుగుదల నిష్పత్తి కన్నా ఉత్పత్తి పెరుగుదల తగ్గిందన్ని మాట. కాబట్టి క్షీణ ప్రతిఫలాలు వస్తున్నట్లు చెప్పవచ్చు.

దీనిని ఈ క్రింది రేఖా చిత్రం ద్వారా తెలియ జేయవచ్చును.



ఉత్పత్తి కారకాల యూనిట్లను X అక్షం పైన, ఉపాంత ఉత్పత్తిని Y అక్షం పై తీసుకోవటం జరిగింది. ABCD రేఖ తరహానుసరించి ప్రతిఫలాలను తెలియజేయు రేఖ. ఉత్పత్తి కారకాల పరిమాణం పెరుగుతున్న కొద్దీ ఉపాంత ఉత్పత్తి A నుంచి B కి పెరిగింది. కాబట్టి పెరుగుచున్న ప్రతిఫలాలు వస్తున్నాయి. B నుండి C వరకు ఉపాంత ఉత్పత్తి స్థిరంగా ఉంది కాబట్టి స్థిర ప్రతిఫలాలు వస్తున్నాయి. C నుంచి D వరకు ఉపాంత ఉత్పత్తి క్షీణిస్తుంది కాబట్టి క్షీణ ప్రతిఫల దశగా చెప్పవచ్చు.

1. తరహానుసరించి పెరిగే ప్రతిఫలాలు : ఉత్పత్తి కారకాలన్నింటిని ఒక శాతంలో పంచినప్పుడు దాని నుండి వచ్చే ఉత్పత్తి ఒక శాతం కన్నా ఎక్కువగా పెరిగితే, అంటే పెరుగుతున్న ప్రతిఫలాలు రావటానికి కారణాలు 1)ఉత్పాదక సంస్థ పరిమాణంలో మార్పులు రావటం 2)ఉత్పత్తి కారకాల అవిభాజ్యత తొలగిపోవటం 3)శ్రామిక ప్రత్యేకీకరణ ప్రవేశ పెట్టటం మొదలైనవి.

2. తరహానుసరించి స్థిర ప్రతిఫలాలు : ఉత్పత్తి కారకాలను ఒక శాతంలో పెంచినప్పుడు దాని నుండి వచ్చే ఉత్పత్తి కూడా ఒక శాతంగానే పెరిగితే అటువంటి ప్రతిఫలాలను స్థిర ప్రతిఫలాలు అని అంటారు. ఉత్పత్తి కారకాల అవిభాజ్యతలు లేకపోవటం, శ్రమ విభజన పూర్తి స్థాయిలో ప్రవేశ పెట్టటం వల్ల స్థిర ప్రతిఫలాలు లభ్యమౌతాయి.

3. తరహానుసరించి క్షీణ ప్రతిఫలాలు : ఉత్పత్తి కారకాలను ఒక శాతంలో పెంచినప్పుడు దాని నుండి వచ్చే ఉత్పత్తి ఒక శాతం కన్నా తక్కువగా ఉంటే వాటిని తరహానుసరించి క్షీణ ప్రతిఫలాలు అని అంటారు. ఉత్పత్తిలో మరల అవిభాజ్యతలు ఏర్పడటం, తక్కువ నాణ్యత ఉన్న ఉత్పత్తి సాధనాలను ఉపయోగించటం, వనరుల పై ఒత్తిడి పెరగటం వల్ల క్షీణ ప్రతిఫలాలు లభ్యమౌతాయి.

6.6 అంతర్గత, బహిర్గత ఆదాలు

ఆధునిక కాలంలో పెరుగుతున్న అవసరాల దృష్ట్యా ఎక్కువగా ఉత్పత్తి చేయవలసి రావటం లేదా సంస్థ పరిమాణాన్నే పెంచవలసిన అవసరత ఉంది. ఒక సంస్థ ఉత్పత్తి చేసే వస్తు పరిమాణాన్ని పెంచినందు వల్ల వచ్చే ఆదాలను అంతర్గత ఆదాలని, సంస్థ పరిమాణాన్ని పెంచినందు వల్ల సంస్థలకు వచ్చే ఆదాలను బహిర్గత ఆదాలు అంటాము. ఆదాలు అంటే ఉత్పత్తి కార్యకలాపంలో పరోక్షంగా సంస్థ పొందే ప్రయోజనాలు. ఈ రెండు రకాల ఆదాల వల్ల ఉత్పత్తి వ్యయాలు తగ్గుతాయి. ఫలితంగా సంస్థలు లాభాలను పొందుతూ సమర్థవంతగా కొనసాగగలవు.

6.6.1 అంతర్గత ఆదాలు

ఈ మధ్య కాలంలో సంస్థలు ఉత్పత్తి చేసే వస్తు పరిమాణం బాగా పెరగటం, ఉత్పత్తి కూడా భారీగా కొనసాగుతుంది. ఒక సంస్థ ఉత్పత్తిని పెంపొందించినందు వల్ల ఆ సంస్థ పొందే లాభాలను అంతర్గత ఆదాలు అంటాం. సంస్థ ఉత్పత్తి పరిమాణం పెరిగినందు వల్ల సంస్థలకు క్రింది ఆదాలు వస్తాయి.

1. శ్రామిక ఆదాలు : భారీ ఉత్పత్తి చేసే సంస్థలు శ్రమ విభజనను ప్రవేశ పెట్టవచ్చు. శ్రమ విభజన వల్ల ఉత్పత్తి పెరిగి, వ్యయాలు తగ్గుతాయి. ఉత్పత్తి చేసే ప్రతి శాఖలో కూడా నిపుణులను నియమించటానికి అవకాశం ఉంది.

2. సాంకేతికమైన ఆదాలు : సంస్థ పరిమాణం వృద్ధి చెందేటప్పుడు ఆధునిక యంత్రాలను, పనిముట్లు, పరికరాలు ఉపయోగించుకోవచ్చు. అందువల్ల శ్రమ ఉత్పాదకతా శక్తి పెరుగుతుంది. సంస్థ భారీ ఉత్పత్తి కొనసాగితే పరిశోధనలు ప్రవేశపెట్టవచ్చు. ఉత్పత్తిలో వచ్చే వ్యర్థ పదార్థాలను తిరిగి ఉపయోగించుకోవచ్చు. ఉదాహరణకు చక్కెర కర్మాగారంలో వ్యర్థ పదార్థాలైన మొలాసిస్‌ను రసాయనాలు తయారు చేయటానికి, చెరకు పిప్పిని కార్డ్ బోర్డుల తయారీకి వినియోగించుకోవచ్చు.

3. మార్కెటింగ్ ఆదాలు : ఉత్పత్తి భారీగా చేసేటప్పుడు కొనుగోళ్ళు, అమ్మకాలు భారీగా జరుగుతాయి. కాబట్టి ముడి పదార్థాలను బేరమాడి తక్కువ ధరకు కొనవచ్చు. రవాణా సౌకర్యాలైన లారీలు, ట్రక్కులు, రైల్వే వ్యాగన్లను సంపూర్ణంగా ఉపయోగించుకొన వచ్చును. భారీగా ప్రకటనలు చేసి వస్తు డిమాండును పెంచుకొనవచ్చు. ఎందుకంటే అధిక వస్తువులు ఉత్పత్తి చేస్తారు కావున ఒక్కొక్క వస్తువు పై ప్రకటన వ్యయం తక్కువగా ఉంటుంది.

4. నిర్వహణ ఆదాలు : ఉత్పత్తి తక్కువ చేసినా, భారీగా చేసినా సంస్థకు ఒక మేనేజరు, ఒక వాచ్‌మేన్, అదే విధంగా నిర్వాహకులు కూడా కొంత మందే ఉంటారు. ఉత్పత్తి భారీగా జరిగితే వారి సామర్థ్యాన్ని సంపూర్ణంగా ఉపయోగించుకోవచ్చు కాబట్టి అవిభాజ్యతలు తొలగిపోతాయి. తద్వారా వృధాలు తగ్గి, వ్యయాలు తగ్గి, ఉత్పత్తి లాభదాయకంగా ఉంటుంది.

5. విత్త పరమైన ఆదాలు : చిన్న సంస్థలకు విత్త సహాయం (ఉదాహరణకు ఋణ సహాయం) అందించటానికి విత్త సంస్థలు ముందుకు రావు. అదే భారీ ఉత్పత్తి కొనసాగుతుంటే ఋణం సులభంగా లభ్యమౌతాయి, సులభమైన షరతుల పై విత్త సహాయం అందుతుంది. భారీ ఉత్పత్తి చేసే సంస్థలకు ప్రజల్లో విశ్వాసం ఉంటుంది. కాబట్టి ఆ సంస్థలు షేర్లు, డిబెంచర్ల ద్వారా కావలసినంత మొత్తాన్ని పొందగలవు.

6. నిలబడ గల ఆదాలు : చిన్న సంస్థలు మార్కెట్‌లో వచ్చే ఒడిదుడుకులకు తట్టుకో లేవు. భారీ ఉత్పత్తి చేసే సంస్థలకు విస్తృత మార్కెట్ ఉంటుంది. కాబట్టి ఒక మార్కెట్‌లో నష్టాలు వచ్చినా, వాటికి వేరే మార్కెట్‌లు ఉంటాయి కాబట్టి నష్ట భయాన్ని తట్టుకొని నిలబడగలవు.

6.6.2 బహిర్గత ఆదాలు

సంస్థ పరిమాణం పెరిగేటప్పుడు సంస్థలు పొందే ఆదాలను బహిర్గత ఆదాలు అని అంటారు. ఈ ఆదాలను ఒకే సంస్థ కాకుండా పరిశ్రమలో ఉన్న అన్ని సంస్థలు పొందుతాయి. ఒక ప్రదేశంలో నూతనంగా సంస్థ లేదా పరిశ్రమలను ఏర్పాటు చేయడం వల్ల ఆ సంస్థ లేదా పరిశ్రమ గతంలో ఉన్న రవాణా, రోడ్లు, నీటి సౌకర్యం, విద్యుత్ సప్లయి, బ్యాంకింగ్, మార్కెట్ వంటి సౌకర్యాలు ఉపయోగించుకొంటుంది. వీటి వల్ల వచ్చే ప్రయోజనాలను నూతన సంస్థ పొందుతుంది. ఈ విధంగా వచ్చే ఆదాలను కైరన్ క్రాస్ అనే ఆర్థికవేత్త మూడు రకాలుగా వర్గీకరించాడు. అవి: 1) కూడలి వల్ల ఆదాలు 2) సమాచార ఆదాలు 3) ప్రత్యేకీకరణ వల్ల ఆదాలు.

1. కూడలి వల్ల ఆదాలు: ఒక ప్రదేశంలో సంస్థలు గుమిడి గూడినందు వల్ల అక్కడ ఉన్న సంస్థలకు అనేక ప్రయోజనాలు వస్తాయి. ఉదాహరణకు అహ్మదాబాద్‌లో బట్టల మిల్లు ఏర్పాటు చేస్తే దీని వల్ల ఏర్పాటు చేసిన సంస్థకు ప్రయత్నం లేకుండా కొన్ని ప్రయోజనాలు చేకూరతాయి. పరిశ్రమల స్థానికీకరణ వల్ల రోడ్లు, రవాణా, విద్యుచ్ఛక్తి వంటి సౌకర్యాలు కల్పించటం జరిగి ఉంటుంది. అంతే కాకుండా శ్రామికుల లభ్యత, ఋణ సౌకర్యాలు ఉంటాయి. ఈ సంస్థలు ఒక ప్రదేశంలో ఉండటం వల్ల ఈ సదుపాయాలను అన్ని సంస్థలు ఉపయోగించుకొంటాయి. ఈ విధంగా సంస్థ పొందే ఆదాలను కూడలి వల్ల వచ్చే ఆదాలు అంటారు.

2. సమాచార ఆదాలు : పరిశ్రమలు వృద్ధి చెందుతూ ఉన్న ప్రదేశంలో నూతన సంస్థ ప్రవేశిస్తే అవి కొన్ని సమాచార సంబంధమైన ఆదాలు పొందుతాయి. సంస్థలు ఒకటి మరొక సంస్థతో సహకరించుకొంటాయి. ప్రతి సంస్థ దేనికదే ఒంటరిగా పరిశోధన చేయకుండా అన్ని సంస్థలు కలసి, సమిష్టి వృద్ధి కోసం శ్రామికులను సమిష్టిగా నిర్వహించుకోవచ్చు. అంతే కాకుండా అన్ని సంస్థలు తమ వద్ద ఉన్న సమాచారాన్ని పరస్పరం అందించుకొంటాయి. ఈ విధమైన ఆదాయాల వల్ల వ్యయం తగ్గి ఆదాయాలు పెరుగుతాయి.

3. ప్రత్యేకీకరణ వల్ల ఆదాలు : పరిశ్రమ యొక్క పరిమాణం పెరుగుచున్న కొద్దీ వివిధ సంస్థలు వివిధ రకాలు అయిన ప్రత్యేకీకరణలను వస్తూత్పత్తిలో ప్రవేశ పెడతాయి. ప్రత్యేకీకరణ వల్ల ఒక సంస్థ వివిధ వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయకుండా ఒకే రకమైన వస్తువు పై ప్రత్యేకత సాధించవచ్చు. ఉదాహరణకు ఒక సంస్థ వస్త్ర సంబంధమైన షర్టింగ్, పాంటింగ్, కొటింగ్ చీరలు, దుప్పట్లు తయారు చేసే సంస్థ. సంస్థ పరిమాణం పెరగటం వల్ల ఒకే వస్తు

తయారీకి అంటే వస్త్రానికే ఉపక్రమించవచ్చు. మరొక విధంగా ఒక సంస్థ ఒకే వస్తువును ఉత్పత్తి చేసినా, ఆ ఉత్పత్తి వివిధ దశలుగా విభజించి, వివిధ సంస్థలు చేపట్టవచ్చు.

6.7 సారాంశం

ప్రయోజనాలను సృష్టించటమే ఉత్పత్తి. ప్రకృతిలో లభించే వస్తువుల యొక్క ఆకార, స్థల, కాలాలలో మార్పుల వల్ల ప్రయోజనం ఏర్పడుతుంది. వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయాలంటే భూమి, శ్రమ, మూలధనం మరియు వ్యవస్థాపన అనే ఉత్పత్తి కారకాలు అవసరం. ఉత్పాదకాలకు (ఉత్పత్తి కారకాలకు), ఉత్పత్తికి మధ్య గల సంబంధాన్ని ఉత్పత్తి ఫలం తెలియజేస్తుంది. మిగిలిన ఉత్పత్తి సాధనాలను స్థిరంగా ఉంచే ఏదైనా ఉత్పత్తిసాధనాన్ని మార్చుతే అనుపాతంలో మార్పు అంటాము. మిగిలిన ఉత్పత్తి సాధనాల్లో మార్పు లేకుండా ఒక ఉత్పత్తి సాధనాన్ని మారిస్తే ఉత్పత్తిలో వచ్చే మార్పులను క్షీణ ప్రతిఫల సూత్రం లేదా చరానుపాతాల సూత్రం తెలియజేస్తుంది. ఉపయోగించే ఉత్పత్తి సాధనాలన్నింటిని మార్చితే తరహాలో మార్పు అంటాం. తరహాలో మార్పు వల్ల వృద్ధి, స్థిర, క్షీణ ప్రతిఫలాలు లభ్యమౌతాయి. ఒక సంస్థ చేసే ఉత్పత్తి పరిమాణం పెంచినందు వల్ల వచ్చే ఆదాలను అంతర్గత ఆదాలని, సంస్థ యొక్క పరిమాణంలో పెరుగుదల వల్ల వచ్చే ఆదాలను బహిర్గత ఆదాలని అంటాము. ఉత్పత్తి భారీగా సాగేటప్పుడు అంతర్గత, బహిర్గత ఆదాలు వస్తాయి. కాబట్టి వ్యయాలు తగ్గి, ఉత్పత్తి లాభదాయకంగా కొనసాగుతుంది.

6.8 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

1. ఉత్పత్తి అంటే ప్రయోజనాల సృష్టి.
2. ఉత్పత్తి కారకాలు నాలుగు. 1) భూమి 2) శ్రమ 3) మూలధనం 4) వ్యవస్థాపనం.
3. ఉత్పత్తి కారకాలకు, ఉత్పత్తికి ఉన్న సంఖ్యాత్మక సంబంధమే ఉత్పత్తిఫలం.
4. మిగిలిన ఉత్పత్తి కారకాలు స్థిరంగా ఉంచి ఏదైనా ఒక ఉత్పత్తి కారకాన్ని మార్చితే అనుపాతంలో మార్పు అంటాం. అనుపాతపు మార్పును ఆధారంగా చేసుకొని చరానుపాత సూత్రాన్ని రూపొందించటం జరిగింది.
5. ఉత్పత్తి సాధనాలన్నింటిలో మార్పు వస్తే తరహాలో మార్పు అంటాం. తరహాలో మార్పును ఆధారంగా చేసుకొని తరహానుసరించి ప్రతిఫలాల సిద్ధాంతం రూపొందించబడింది.
6. ఉత్పత్తి భారీగా కొనసాగేటప్పుడు సంస్థలు లేదా పరిశ్రమలు అంతర్గత మరియు బహిర్గత ఆదాలను ఆర్జిస్తాయి.

6.9 పదకోశం

1. **ఉత్పత్తి :** ప్రయోజనాల సృష్టి లేదా కోర్కెను తీర్చగలిగే శక్తి గల వస్తువులను తయారు చేయటం.
2. **ఉత్పత్తి కారకాలు :** వస్తూత్పత్తిలో సహాయపడే సాధనాలను ఉత్పత్తి కారకాలు అంటారు.
3. **భూమి :** ప్రకృతిలో లభించే ప్రతి వస్తువు అంటే నీరు, భూమి, గాలి, వాతావరణం మొదలగు వాటినన్నింటిని భూమి అంటారు.
4. **శ్రమ :** ద్రవ్య రూపంలో గాని, వస్తు రూపంలో గాని ప్రతిఫలాన్ని ఆశించి చేసే శారీరకమైన లేదా మానసికమైన పని.
5. **మూలధనం :** ఉత్పత్తి ప్రక్రియలో ఉపయోగించే మానవ నిర్మితమైన యంత్రాలు, భవనాలు, పనిముట్లు

మొదలగు వాటినన్నింటిని మూలధనం అంటారు.

6. **వ్యవస్థాపనం :** వ్యవస్థాపకుడు లేదా ఉద్యమదారుడు నిర్వహించే పనే వ్యవస్థాపనం.
7. **ఉత్పత్తి ఫలం :** ఉత్పత్తికి, ఉత్పాదకాలకు మధ్య గల సంబంధం.
8. **చరానుపాతాల సూత్రం :** మిగతా ఉత్పత్తి కారకాలను స్థిరంగా ఉంచి, ఒక ఉత్పత్తి కారకాన్ని పెంచినప్పుడు మొదట వృద్ధి ప్రతిఫలాలు, తరువాత క్షీణ ప్రతిఫలాలు, ఆ తరువాత ఋణ ప్రతిఫలాలు వస్తాయని తెలియజేస్తుంది.
9. **తరహానుసరించి ప్రతిఫలాల సూత్రం :** అన్ని ఉత్పత్తి కారకాలను పెంచినప్పుడు లేదా తరహా మారినప్పుడు మొదట వృద్ధి, తరువాత స్థిర, ఆ తరువాత క్షీణ ప్రతిఫలాలు వస్తాయని తెలియజేస్తుంది.
10. **అంతర్గత ఆదాలు :** సంస్థ తన ఉత్పత్తి పరిమాణాన్ని పెంచినప్పుడు లభించే ఆదాలను అంతర్గత ఆదాలు అంటారు.
11. **బహిర్గత ఆదాలు :** సంస్థ పరిమాణం పెరిగేటప్పుడు సంస్థ పొందే ఆదాలను బహిర్గత ఆదాలు అని అంటారు.

6.10 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. ఉత్పత్తి అనగా నేమి? ఉత్పత్తి కారకములు ఎన్నో వివరించి, వాటి లక్షణములను వ్రాయుము.
2. చరానుపాత సూత్రాన్ని వివరించుము.

II. సంక్షిప్త వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. తరహానుసరించి వచ్చే ప్రతిఫలాల సూత్రాన్ని వివరించుము.

III. సంక్షిప్త ప్రశ్నలు

1. ఉత్పత్తి ఫలం
2. భూమి, లక్షణాలు
3. శ్రమ లక్షణాలు
4. మూలధన సంచయనం
5. వ్యవస్థాపకుని విధులు
6. బహిర్గత ఆదాయాలు

6.11 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

1. Alfred Marshall : Principles of Economics
2. Stonier and Hague : A Text Book of Economic Theory
3. G.E. Ferguson : Economics
4. M.L. Jhingan : Advanced Economic Theory
5. తెలుగు అకాడమీ : వ్యాపార అర్థశాస్త్రం

భాగం - 7

వ్యయాల విశ్లేషణ

విషయక్రమం

7.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

7.1 వ్యయ పరిచయం

7.2 వ్యయాలు - రకాలు, భావనలు

7.2.1 స్పష్టంగా కనిపించే వ్యయాలు

7.2.2 స్పష్టత లేని లేదా ఊహించబడిన వ్యయాలు

7.2.3 ద్రవ్య వ్యయాలు

7.2.4 వాస్తవిక వ్యయాలు

7.2.5 అవకాశ వ్యయాలు

7.3 సంస్థ ఉత్పత్తి వ్యయాల విశ్లేషణ

7.3.1 స్థిర వ్యయాలు

7.3.2 చర వ్యయాలు

7.3.3 మొత్తం వ్యయం, సగటు వ్యయం, ఉపాంత వ్యయం

7.4 స్వల్పకాలంలో సంస్థ ఉత్పత్తి వ్యయాల పట్టిక

7.5 స్వల్ప కాలిక వ్యయ రేఖలు

7.6 ఉపాంత వ్యయం, సగటు వ్యయం మధ్య సంబంధం

7.7 దీర్ఘకాలిక వ్యయాలు

7.7.1 దీర్ఘకాలిక సగటు వ్యయరేఖ

7.8 సారాంశం

7.9 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

7.10 పదకోశం

7.11 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

7.12 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

7.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

వ్యయాలను గురించి, వివిధ వ్యయాల భావనలను గురించి ఈ భాగంలో వివరించడం జరిగింది. ఈ భాగం పూర్తి అయ్యేసరికి మీరు ఈ క్రింది పాఠ్యాంశాలను అవగాహన చేసుకుంటారు.

* వ్యయం అంటే ఏమిటి ?
* వ్యయాల్లోని రకాలు
* వివిధ వ్యయ భావనలు
* వివిధ వ్యయరేఖలు, వాటి స్వభావాలు

7.1 వ్యయ పరిచయం

వ్యాపార అర్థశాస్త్రంలో వ్యయ విశ్లేషణకు అధిక ప్రాధాన్యత ఉంది. వ్యయాలను బట్టి ఉత్పత్తిదారుడు వస్తువులకు ధరలను నిర్ణయిస్తాడు. అంతే కాకుండా వ్యాపార నిర్ణయాలు తీసుకోవటానికి కూడా వ్యయాలు ఉపయోగపడతాయి. ఉత్పత్తిదారుడు వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయటం కోసం ఉత్పత్తి కారకాలైన భూమి, శ్రమ, మూలధనం, వ్యవస్థాపనలను ఉపయోగించుకుంటాడు. అయితే వాటి సేవలను ఉపయోగించుకున్నందుకుగాను ప్రతిఫలాలను ద్రవ్యరూపంలో చెల్లించవలసి ఉంటుంది. ఈ విధంగా ఉత్పత్తి కారకాలకు ద్రవ్య రూపంలో చెల్లించిన ధరలనే వ్యయాలు లేదా ఉత్పత్తి వ్యయాలు అని అంటారు. సూక్ష్మంగా చెప్పాలంటే వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయటానికి అయ్యే ఖర్చును ఉత్పత్తి వ్యయం అని అంటారు.

7.2 వ్యయాలు - రకాలు, భావనలు

వ్యయాలను వివిధ రకాలుగాను, వివిధ భావనలలో చెప్పటం జరుగుతూ ఉంటుంది. ఈ భావనలు వ్యయ విశ్లేషణలకు, ఉత్పత్తి నిర్ణయాలు తీసుకోవటానికి ఉపయోగపడతాయి. వివిధ వ్యయ భావనలను, రకాలను క్రింద వివరించటం జరిగింది.

7.2.1 స్పష్టంగా కన్పించే వ్యయాలు

ఒక సంస్థ వస్తు సేవలను కొనటానికి ప్రత్యక్షంగా చేసిన వ్యయాలను స్పష్టంగా కన్పించే వ్యయాలు అంటారు. ఉదాహరణకు శ్రామికులకు చెల్లించే వేతనాలు, ముడి సరుకులు కొనటానికి చేసిన వ్యయాలు, విద్యుచ్ఛక్తికి అయిన ఖర్చు మొదలైనవి.

7.2.2 స్పష్టత లేని ఊహించబడిన వ్యయాలు

కొన్ని వ్యయాలను స్పష్టంగా చూడలేం. కాని ఊహించుకోగలం. వాటినే స్పష్టతలేని లేదా ఊహించబడిన వ్యయాలు అని అంటారు. ఉదాహరణకు ఉత్పత్తిదారుని కుటుంబ సభ్యులు స్వంతంగా చేసే పని విలువ, స్వంతంగా లభ్యమైన వనరుల వ్యయం, మొదలైనవి.

7.2.3 ద్రవ్య వ్యయాలు

ఒక సంస్థ వస్తువులను ఉత్పత్తి చేసేటప్పుడు ద్రవ్యాన్ని ఖర్చు చేసి ఉత్పాదక సేవలను కొంటుంది. ఇటువంటి వ్యయాలను ద్రవ్య వ్యయాలు అని అంటారు. ఉదాహరణకు శ్రామికులకు ఇచ్చే వేతనాలు, ముడిసరుకులు, యంత్రాలు, ఇంధనం, తరుగుదల మొదలగు వాటికైన ఖర్చులు.

7.2.4 వాస్తవిక వ్యయాలు

వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయటానికి అయిన త్యాగాలు, ప్రయత్నాలను వాస్తవిక వ్యయాలు అంటారు. ఉదాహరణకు కార్మికులు పనిచేయాలంటే తమ విరామాన్ని తగ్గించుకోవటం. పెట్టుబడిదారులు ఎంతో కష్టంతో పొదుపు చేసి దానిని పెట్టుబడిగా పెట్టటం. ఈ విధంగా సంఘంలో ఉన్న వారెంతోమంది త్యాగాలు చేస్తేగాని ఉత్పత్తి సాగదు. ఈ త్యాగాలనే మార్షల్ వాస్తవిక వ్యయాలు అన్నారు. అయితే వారి త్యాగాలకు విలువ కట్టడం అంత తేలికైన పని కాదు. ఈ వ్యయాలను కొలవటం అంత సులువైన పని కాదు.

7.2.5 అవకాశ వ్యయాలు

డేవన్ ఫోర్ట్ అనే ఆర్థికవేత్త ఈ భావనను వాడుకలోకి తెచ్చాడు. ఉత్పత్తి సాధనాలు ఒకే ఉపయోగం కాకుండా అనేక ఉపయోగాలు కలిగి ఉంటాయి. ఒక ఉత్పత్తి సాధనాన్ని ఒక ఉపయోగానికి వినియోగిస్తే, మిగతా ఉపయోగాలకు అందుబాటులో ఉండదు. ఈ విధంగా ఉపయోగించిన ఉత్పత్తి కారకాలకు చెల్లించే ధరలు వేరొక పని చేసేటప్పుడు వాటికి లభించే ఆదాయం మీద ఆధారపడి ఉంటుంది. ఉదాహరణకు ఒక శ్రామికుడు నూలు వస్త్ర పరిశ్రమ, జనుము పరిశ్రమ, బొగ్గు పరిశ్రమలో పని చేయగల శక్తి ఉందనుకొందాం. ప్రారంభంలో అతడు వస్త్ర పరిశ్రమలో పనిచేస్తున్నాడని అతనికి నెలకి రూ. 1000లు వేతనంగా లభించేదనుకుందాం. ఆ శ్రామికుడ్ని వస్త్ర పరిశ్రమ నుంచి జనుము పరిశ్రమలోకి తరలించాలంటే అతనికి ఆ వేతనానికి సమానంగా లేదా అంతకన్నా ఎక్కువగా చెల్లించాలి. ఈ విధమైన వ్యయాలనే అవకాశ వ్యయాలు అని అంటారు. వీటినే ప్రత్యామ్నాయ వ్యయాలు అని కూడా అంటారు. సంక్షిప్తంగా ఒక ఉత్పత్తి సాధనాన్ని అత్యుత్తమ ప్రత్యామ్నాయంగా ఉపయోగించటానికి అయ్యే వ్యయం.

7.3 సంస్థ ఉత్పత్తి వ్యయాల విశ్లేషణ

సంస్థ ఉత్పత్తి వ్యయాలను రెండు రకాలుగా చెప్పవచ్చు. 1. స్థిర వ్యయాలు 2. చర వ్యయాలు. ఈ వ్యయాలను వివరంగా చూద్దాం.

7.3.1 స్థిర వ్యయాలు (Fixed Costs)

ఉత్పత్తి చేసే వస్తు పరిమాణంలో మార్పులతోపాటు మార్పు చెందని వ్యయాలను స్థిర వ్యయాలు అంటారు. స్థిర ఉత్పత్తి కారకాలైన యంత్రాలు, భవనాలు మొదలగు వాటి పై చేసే వ్యయాలను స్థిర వ్యయాలు అంటారు. యంత్రాలకైన ఖర్చు పై వడ్డీ, భూమికి చెల్లించవలసిన భాటకం, శాశ్వత సిబ్బంది యొక్క జీతాలు, తరుగుదల ఖర్చులు మొదలైన వాటిని స్థిర వ్యయాలుగా చెప్పవచ్చు. స్వల్ప కాలంలో ఉత్పత్తిని నిలుపుదల చేసినప్పటికి సంస్థ ఈ వ్యయాలను భరించవలసి ఉంటుంది. ఈ వ్యయాలనే వ్యవస్థాపన వ్యయాలు అని, అనుబంధపు వ్యయాలు అని కూడా పిలుస్తారు.

కొంత పరిమాణంలో వస్తువులను (ఉదాహరణకు n వస్తువులు) ఉత్పత్తి చేయటానికి అవసరమైన స్థిరవ్యయాన్ని మొత్తం స్థిరవ్యయం అంటాము. మొత్తం స్థిర వ్యయాన్ని ఉత్పత్తి అయిన వస్తు సంఖ్యతో భాగిస్తే సగటు స్థిర వ్యయం వస్తుంది.

$$\text{సగటు స్థిర వ్యయం} = \frac{\text{మొత్తం స్థిర వ్యయం}}{\text{వస్తు సంఖ్య}}$$

7.3.2 చర వ్యయాలు (Variable Costs)

ఉత్పత్తి పరిమాణంతో పాటు మారే వ్యయాలను చర వ్యయాలు అని అంటారు. వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయకపోతే ఈ వ్యయాలు ఉండవు. ముడి సరుకుల కోసం చేసిన వ్యయం, తాత్కాలిక శ్రామికుల వేతనాలు, రవాణా ఖర్చులు మొదలైనవి ఈ వ్యయాలలో ఇమిడి ఉంటాయి. ఈ వ్యయాలను ప్రాథమిక వ్యయాలు అని కూడా అంటారు.

కొంత పరిమాణంలో వస్తువులను (n వ వస్తువులు) ఉత్పత్తి చేయటానికి అయ్యే చరవ్యయాన్ని మొత్తం చర వ్యయం అంటారు. మొత్తం చరవ్యయాన్ని ఉత్పత్తి చేసిన వస్తు సంఖ్యతో భాగిస్తే సగటు చరవ్యయం వస్తుంది.

$$\text{సగటు చర వ్యయం} = \frac{\text{మొత్తం చర వ్యయం}}{\text{వస్తు సంఖ్య}}$$

మొత్తం వ్యయం, సగటు వ్యయం, ఉపాంత వ్యయం

మొత్తం వ్యయంలో స్థిర, చర వ్యయాలు రెండూ ఉంటాయి. కాబట్టి మొత్తం స్థిర వ్యయాన్ని, మొత్తం చర వ్యయాన్ని కలిపినట్లయితే మొత్తం వ్యయం వస్తుంది. ఇంకొక విధంగా ఒక వస్తువును ఉత్పత్తి చేయటం కోసం అయిన ద్రవ్య వ్యయాలన్నింటిని మొత్తం వ్యయం అని అంటారు. ఉదాహరణకు ఒక సంస్థ సబ్బులను తయారు చేయుటకు భవనాలను, భూమిని, ముడిసరుకులను, యంత్రాలు, శ్రామికులకు వేతనాలు మొదలగు వాటి కోసం చేసిన వ్యయాలను మొత్తం వ్యయాలు అని అంటారు.

ఒక్కొక్క యూనిట్ తయారీకి అయిన వ్యయాన్ని సగటు వ్యయం అని అంటారు. మొత్తం వ్యయాన్ని ఉత్పత్తి చేయబడిన యూనిట్ల సంఖ్యతో భాగిస్తే వచ్చే విలువను సగటు వ్యయం అంటారు.

$$\text{సగటు వ్యయం} = \frac{\text{n వస్తువుల ఉత్పత్తికి అయిన వ్యయం}}{\text{n వస్తువుల సంఖ్య}}$$

ఒక అదనపు వస్తు యూనిట్‌ను ఉత్పత్తి చేయుటకు అయిన అదనపు వ్యయాన్ని ఉపాంత వ్యయం అని అంటారు. ఉపాంత వ్యయంలో చరవ్యయాలు మాత్రమే ఉంటాయి. స్థిర వ్యయాలు ఉండవు. ఎందుకంటే స్వల్ప కాలంలో స్థిర వ్యయాలు మారవు కాబట్టి చర వ్యయాలు మాత్రమే మారతాయి కాబట్టి ఉపాంత వ్యయంను చరవ్యయాలు ప్రభావితం చేస్తాయి తప్ప స్థిర వ్యయాలు చేయలేవు. ఉపాంత వ్యయాన్ని తెలుసుకొనుటకు ఈ క్రింది సూత్రంను ఉపయోగిస్తారు.

$$\text{ఉపాంత వ్యయం} = \frac{\text{మొత్తం వ్యయంలో వచ్చిన మార్పు}}{\text{వస్తు పరిమాణంలోని మార్పు}}$$

లేదా

ఉపాంత వ్యయం = n వస్తువు ఉత్పత్తి అయిన మొత్తం వ్యయం - (n-1) వస్తు ఉత్పత్తికి అయిన మొత్తం వ్యయం

7.4 స్వల్ప కాలంలో సంస్థ ఉత్పత్తి వ్యయాల పట్టిక

పైన వివరించిన వివిధ వ్యయ భావనలు అవి ఒక సంస్థ విషయంలో ఏ విధంగా ఉంటాయో ఈ క్రింది పట్టిక ద్వారా తెలుసుకోవచ్చు.

పట్టిక 7.1

ఉత్పత్తి యూనిట్లలో	మొత్తం స్థిరవ్యయం (TFC)	మొత్తం చరవ్యయం (TVC)	మొత్తం వ్యయం (TC)	సగటు స్థిరవ్యయం (AFC)	సగటు చరవ్యయం (AVC)	సగటు మొత్తం వ్యయం (AC)	ఉపాంత వ్యయం (MC)
0	100	-	100	100	-	100	-
1	100	30	130	100	30	130	30
2	100	48	148	50	24	74	18
3	100	62.5	162.5	33.3	20.8	54.1	14.5
4	100	76	176	25	19	44	13.5
5	100	90	190	20	18	39	14.0
6	100	109	209	16.7	18.1	34.8	19
7	100	150	250	14.3	21.4	35.7	41

పట్టిక-7.1ని గమనిస్తే 7 యూనిట్లు వరకు వస్తూత్పత్తి జరిగింది. ఎన్ని వస్తువులను ఉత్పత్తి చేసినా సరే మొత్తం స్థిర వ్యయం మారకుండా ఉంది. మొత్తం చరవ్యయం, మొత్తం వ్యయాలు క్రమక్రమంగా పెరుగుచున్నాయి.

సగటు స్థిరవ్యయాన్ని గమనిస్తే ఉత్పత్తి పెరుగుతూ ఉన్న కొద్దీ క్రమంగా తగ్గుతూ ఉంది. సగటు చరవ్యయం, సగటు వ్యయాలు గమనించినట్లయితే 5వ యూనిట్ వరకు తగ్గి, ఆ తరువాత మరలా పెరుగుతూ ఉన్నాయి. ఉపాంత వ్యయం 4 వరకు తగ్గి, ఆ తరువాత పెరగటం జరిగింది. కాని ఈ పెరుగుదల సగటు చర, సగటు వ్యయాల కన్నా ఎక్కువగా ఉంది.

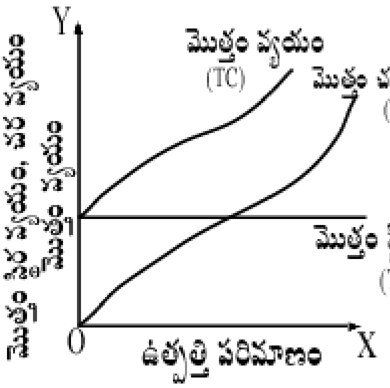
పై పట్టికను గమనిస్తే ఉత్పత్తి పెరిగితే మొత్తం స్థిర వ్యయం తప్ప మిగిలినవన్నీ పెరుగుచున్నాయి. ఉపాంత వ్యయం స్వభావాన్ని బట్టి ఈ పెరుగుదల ప్రభావితం అవుతున్నట్లు గమనించవచ్చు. ఈ వివిధ వ్యయాలను కింది రేఖా పటంలో చూపటం జరిగింది.

7.5 స్వల్పకాలిక వ్యయ రేఖలు

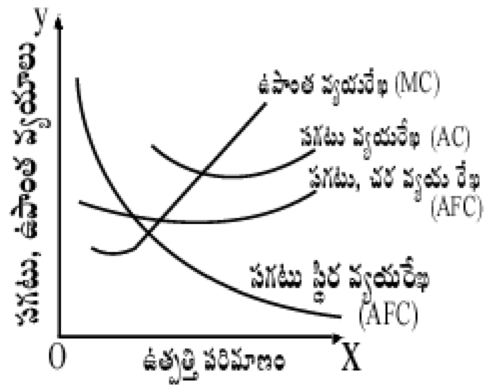
మొత్తం వ్యయాల రేఖలు రేఖాపటం 7.1(A)లో చూపటం జరిగింది. ఉత్పత్తితో పాటు మొత్తం స్థిర వ్యయం మారదు కాబట్టి ఉత్పత్తి పెరిగినా, తగ్గినా అంతే ఉంటుంది. అందువల్ల మొత్తం స్థిర వ్యయం (TFC) రేఖాపటం 7.1 (A) లో వలే X అక్షానికి సమాంతరంగా ఉంటుంది. మొత్తం చర వ్యయాలు ఉత్పత్తి లేకపోతే శూన్యంగా ఉంటుంది. ఉత్పత్తి పెరుగుతూ ఉంటే మొదట తగ్గుతూ ఉన్న స్థితిలో పెరిగి, ఆ తరువాత పెరుగుతూ ఉన్న రేటులో ఉంటుంది. అందువల్ల మొత్తం చరవ్యయరేఖ (TVC) కేంద్రం నుంచి ప్రారంభమై మొదట తగ్గుతూ ఉన్న రేటులో పెరుగుతుంది. మొత్తం వ్యయరేఖ(TC) Y అక్షంపై స్థిర వ్యయ పరిమాణం వద్ద ప్రారంభమై మొదట తగ్గుతున్న రేటులో, తరువాత పెరుగుతున్న రేటులో పెరుగుతూ ఉంటుంది. ఈ రేఖలు పటం- 7.1(A)లో చూపినట్లు ఉంటాయి.

ఇక సగటు స్థిర వ్యయ రేఖ (AFC), ఉత్పత్తి పెరుగుతూ ఉంటే క్రమక్రమంగా తగ్గుతూ దీర్ఘచతురస్రాకార అతిపరావలయ రేఖలా ఉంటుంది. సగటు చర వ్యయరేఖ (AFC) ఉత్పత్తి పెరుగుతూ ఉంటే కొంత పరిమాణం వరకు తగ్గుతూ, ఆ తరువాత పెరుగుతూ 'U' ఆకారంలో ఉంటుంది. సగటు వ్యయ రేఖ (AC) కూడా సగటు చర వ్యయరేఖ (AVC) వలే 'U' ఆకారంలోనే ఉంటుంది కాని AVC పైభాగాన ఉంటుంది. ఉపాంత వ్యయరేఖను (MC) గమనిస్తే ఉత్పత్తి పెరుగుచూ ఉన్న కొలది కొంత పరిమాణం వరకు తగ్గి ఆ తరువాత శీఘ్రగతిని పెరుగుతూ హాకీబాట్ ఆకారంలో ఉంటుంది. ఈ వివిధ రేఖలను క్రింది పటం-7.1(B)లో చూపటం జరిగింది.

రేఖాపటం 7.1(A)



రేఖాపటం 7.1(B)



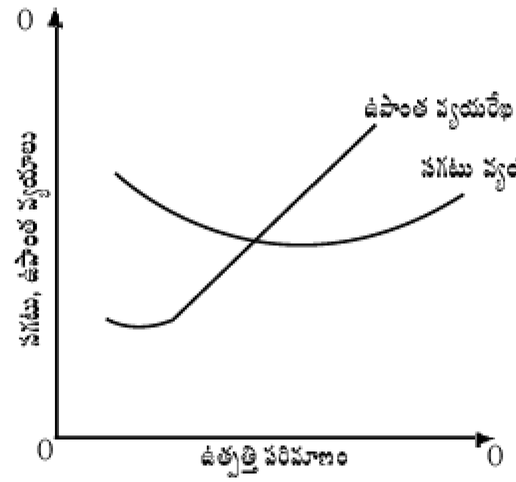
7.6 ఉపాంత వ్యయం, సగటు వ్యయం మధ్య గల సంబంధం

లిప్సె అనే ఆర్థికవేత్త ఉపాంత, సగటు వ్యయాల మధ్య గల సంబంధాన్ని తెలియజేశాడు. పై పట్టికను అనుసరించి ఈ రెంటి మధ్య గల సంబంధంను ఈ క్రింది విధముగా తెలియజేయవచ్చు.

1. ప్రారంభంలో సగటు వ్యయం, ఉపాంత వ్యయం కన్నా ఎక్కువగా ఉంటుంది.
2. ఉపాంత వ్యయం తగ్గుచున్నప్పుడు సగటు వ్యయం కూడా తగ్గుతుంది.
3. ఉపాంత వ్యయం పెరుగుతున్నప్పుడు సగటు వ్యయం కూడా పెరుగుతుంది. అయితే సగటు వ్యయంలోని పెరుగుదల రేటు కన్నా ఉపాంత వ్యయం పెరుగుదల రేటు ఎక్కువగా ఉంటుంది.

పైన వివరించిన అంశాలను రేఖాపటం 7.2లో ఈ క్రింది విధంగా చూపటం జరిగింది.

రేఖాపటం - 7.2



పై రేఖా చిత్రం 7.2లో ఉపాంత, సగటు వ్యయాల మధ్యగల సంబంధమును చూపటం జరిగింది. రేఖా చిత్రంలో ఉపాంత వ్యయం, సగటు వ్యయాలు రెండూ కూడా ప్రారంభంలో తగ్గుతున్నాయి. తరువాత ఉపాంత వ్యయం పెరుగుచున్నప్పుడు సగటు వ్యయం మొదట తగ్గి తరువాత పెరుగుచున్నది. కాని సగటు వ్యయంలోని పెరుగుదల కన్నా ఉపాంత వ్యయంలోని పెరుగుదల ఎక్కువగా ఉంది. ఈ కారణం వల్ల ఉపాంత వ్యయరేఖ, సగటు వ్యయరేఖను క్రింది నుండి ఖండిస్తూ పైకి పోతుంది.

7.7 దీర్ఘకాలిక వ్యయాలు

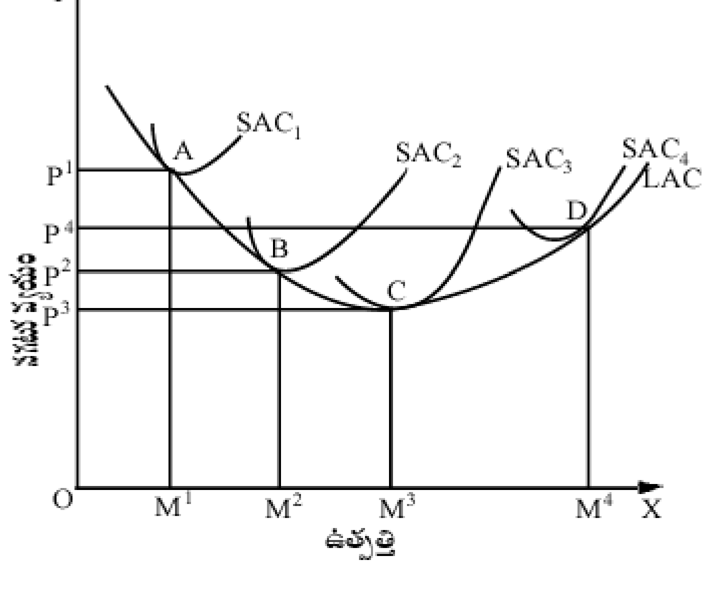
స్వల్పకాలంలో చర ఉత్పత్తి కారకాలను మాత్రమే మార్చగలం. కాని దీర్ఘకాలంలో అన్ని ఉత్పత్తి కారకాలను, అంటే స్థిర ఉత్పత్తి సాధనాలతో సహా మార్చగలం. కాబట్టి దీర్ఘకాలంలో అన్ని ఉత్పత్తి కారకాలూ చర ఉత్పత్తి కారకాలు అవుతాయి. ఈ కాలంలో నూతన భవనాలను నిర్మించడం, క్రొత్త యంత్రాలను కొనుగోలు చేయడం, అవసరమైన అదనపు సిబ్బందిని నియమించడం మొదలగు కార్యక్రమాలను చేపట్టవచ్చు. కాబట్టి దీర్ఘకాలంలో చేసే వ్యయాలను దీర్ఘకాలిక వ్యయాలు అని అంటారు. దీర్ఘకాలిక మొత్తం వ్యయాన్ని వస్తురాశితో భాగించినప్పుడు దీర్ఘకాలిక సగటు వ్యయం వస్తుంది. దీనిని సూత్ర రూపంలో ఈ క్రింది విధంగా వ్రాయవచ్చును.

$$\text{దీర్ఘకాలిక సగటు వ్యయం} = \frac{\text{దీర్ఘకాలిక మొత్తం వ్యయం}}{\text{వస్తు రాశి}}$$

7.7.1 దీర్ఘకాలిక సగటు వ్యయరేఖ

ఏ సంస్థ అయినా ఉత్పత్తిని పెంచేటప్పుడు వ్యయాలను కనిష్టం చేస్తూ, అధిక లాభాలను పొందుటకు ప్రయత్నిస్తుంది. దీర్ఘకాలంలో ఉత్పత్తిని పెంచాలనుకున్నప్పుడు, స్థిర ఉత్పత్తి కారకాలను మార్చవలసి వస్తుంది. అయితే ఒకసారి దీర్ఘకాలంలో మార్చిన కారకాలను, కొంత ఉత్పత్తి పరిమాణం మేరకు మార్చవలసిన అవసరం లేదు. కాని ఈ కాలంలో చర ఉత్పత్తి కారకాలను మార్చచ్చు. ఈ కాలాన్ని స్వల్పకాలం అని అంటారు. మరల ఉత్పత్తి కారకాలు మార్చగలిగే కాలన్ని ధీర్ఘకాలం అంటారు. కాబట్టి దీర్ఘకాలంలో కొన్ని స్వల్పకాలాలలో జరిగిన ఉత్పత్తి మార్పుల ధోరణినీ చెప్పటం జరుగుతుంది. అందువల్ల కొన్ని స్వల్పకాలిక సగటు వ్యయరేఖలను కలపటం ద్వారా దీర్ఘకాలిక సగటు వ్యయరేఖను రాబట్టవచ్చు. ఈ క్రింది రేఖా చిత్రం 7.3 దీర్ఘకాలిక సగటు వ్యయరేఖను తెలియజేస్తుంది.

రేఖాచిత్రం - 7.3



పై రేఖా చిత్రం 7.3లోని SAC_1, SAC_2, SAC_3, SAC_4 లు వివిధ స్వల్పకాలిక సగటు వ్యయరేఖలు. వాటిని కనీస బిందువులను కలుపుతూ గీయబడిన రేఖను దీర్ఘకాలిక సగటు వ్యయరేఖ (LAC) అవుతుంది. దీనినే ఎనవలప్ రేఖ లేదా కప్పి ఉండు రేఖ అంటారు. దీర్ఘకాల వ్యయరేఖ పై M^1, M^2, M^3, M^4 బిందువులు వివిధ ఉత్పత్తి స్థాయిలను P^1, P^2, P^3, P^4 బిందువులు ఆ ఉత్పత్తి చేయటానికి అయిన వ్యయాలను సూచిస్తాయి. వివిధ స్వల్పకాలిక వ్యయరేఖలలో ఉన్న కనీస బిందువులైన A, B, C, D లను కలుపగా వచ్చిన రేఖను దీర్ఘకాలిక వ్యయ రేఖ (LAC) అంటాము. ఈ రేఖ స్వల్పకాలిక వ్యయరేఖలైన SAC, SAC_2, SAC_3 లను కప్పి ఉంటుంది. కాబట్టి దీనిని కప్పి ఉండు రేఖ అంటాము. ధీర్ఘకాలంలో సంస్థ OM^3 ఉత్పత్తి స్థాయి వద్ద, OP^3 స్థాయిలో వ్యయం చేస్తూ అభిలషణీయ స్థాయిలో ఉంటుంది. దీనికి కారణం ఇక్కడ సగటు వ్యయం కనిష్టంగా ఉంది.

7.8 సారాంశం

ఉత్పత్తి కారకాల సేవలను ఉపయోగించుకొన్నందుకు వాటికి ప్రతిఫలాలుగా చెల్లించిన ద్రవ్యం మొత్తాన్ని వ్యయాలు అంటాము. వ్యయాలు వివిధ రకాలుగా ఉంటాయి. వీటిలో కొన్ని స్పష్టంగా కన్పించే వ్యయాలు అయితే మరికొన్ని స్పష్టంగా కన్పించనివి. వ్యయాలలో కొన్ని స్వల్పకాలానికి సంబంధించినవి, మరికొన్ని దీర్ఘకాలానికి సంబంధించినవి. స్వల్పకాలంలో చర ఉత్పత్తి కారకాలనే మాత్రమే మార్చగలం. వాటి మీద చేసిన వ్యయాలు చరవ్యయాలు అవుతాయి. దీర్ఘకాలంలో మార్చగలిగే ఉత్పత్తి కారకాల మీద చేసిన వ్యయాలను స్థిర వ్యయాలు అని అంటాము. స్థిర, చర వ్యయాలను కలిపినట్లయితే సంస్థ యొక్క మొత్తం ఉత్పత్తి వ్యయాలు వస్తాయి. మొత్తం వ్యయన్ని ఉత్పత్తి అయిన వస్తురాశితో భాగించినట్లయితే సగటు వ్యయం వస్తుంది. అదనపు ఉత్పత్తి చేయటానికి అయిన అదనపు వ్యయాన్ని ఉపాంత వ్యయం అంటారు. అయితే దీర్ఘకాలంలో అన్ని ఉత్పత్తి కారకాలను మార్చటానికి అవకాశం ఉంటుంది. కాబట్టి దీర్ఘకాలంలో అన్ని చర ఉత్పత్తి కారకాలు అవుతాయి. కాబట్టి వ్యయాలు అన్ని చర వ్యయాలు అవుతాయి.

7.9 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

1 ఉత్పత్తి ప్రక్రియలో వ్యయ భావనలకు అధిక ప్రాముఖ్యత ఉంది. ఉత్పత్తి దారుడు తీసుకునే నిర్ణయాలకు ఆధారం ఈ వ్యయ భావనలే.

2. వ్యయాన్ని నగదు రూపంలో చెప్పితే ద్రవ్యవ్యయం అని, త్యాగాలు, ప్రయత్నాలు రూపంలో చెప్పితే వాస్తవిక వ్యయం అంటారు.

3. ఉత్పత్తితో పాటు మొత్తం స్థిర వ్యయం మారదు, మొత్తం చర వ్యయం మరియు మొత్తం వ్యయం మారుతుంది.

4. సగటు వ్యయరేఖ, సగటు చర వ్యయ రేఖలు 'U' ఆకారంలో ఉంటాయి. అయితే సగటు వ్యయరేఖ, సగటు చరవ్యయ రేఖ పై భాగాన ఉంటుంది.

5. ఉపాంత వ్యయ రేఖ హాకీ బ్యాట్ ఆకారంలో ఉంటుంది.

6. వివిధ స్వల్పకాలిక సగటు వ్యయరేఖలను కప్పిఉండు రేఖలను ధీర్ఘకాలిక వ్యయరేఖ అంటాము.

7.10 పదకోశం

1. **ఉత్పత్తి వ్యయం** : ఉత్పత్తి చేయటానికి అయ్యే ఖర్చు.
2. **ద్రవ్య వ్యయం** : కరెన్సీ రూపంలో వ్యయాన్ని చెప్పటం.
3. **వాస్తవిక వ్యయం** : వ్యయాన్ని త్యాగాలు, ప్రయత్నాలు రూపంలో చెప్పటం.
4. **మొత్తం వ్యయం** : కొంత పరిమాణంలో వస్తు తయారీకి అయ్యే వ్యయం.
5. **చర వ్యయం** : ఉత్పత్తితో పాటు మారే వ్యయం.
6. **స్థిర వ్యయం** : ఉత్పత్తితో పాటు మారని వ్యయం.
7. **స్వల్పకాలం** : చరవ్యయాలను మార్చి వస్తూత్పత్తి చేయగల కాలం.
8. **దీర్ఘకాలం** : స్థిర వ్యయాలను కూడా మార్చి ఉత్పత్తి చేయగల కాలం
9. **సగటు వ్యయం** : ఉత్పత్తికయిన మొత్తం వ్యయాన్ని వస్తురాశి చే భాగించగా వచ్చు వ్యయాన్ని సగటు వ్యయం అంటారు.
10. **ఉపాంత వ్యయం** : అదనపు వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయటానికి అయిన అదనపు వ్యయాన్ని ఉపాంత వ్యయం అంటారు.

7.11 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. సంక్షిప్త వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. వివిధ రకాల వ్యయ భావనలను చర్చించుము.
2. స్వల్పకాలిక వ్యయరేఖలను గురించి వివరింపుము.
3. దీర్ఘకాలిక వ్యయరేఖను గురించి వివరింపుము.

II. సంక్షిప్త ప్రశ్నలు

1. స్థిర మరియు చర వ్యయాలు
2. ద్రవ్య వ్యయాలు మరియు వాస్తవిక వ్యయాలు
3. స్వల్పకాలిక వ్యయ రేఖలు
4. దీర్ఘకాలిక వ్యయరేఖలు

7.12 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

1. Watson. D.S : Price Theory and Its Uses
2. K.K. Dewett : Modern Economic Theory
3. Ahuja H.L. : Advanced Economic Theory
4. Jhingan M.L. : Advanced Economic Theory
5. తెలుగు అకాడమీ : వ్యాపార అర్థశాస్త్రం

భాగం - 8

సప్లయి

విషయక్రమం

8.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు
8.1 విషయ పరిచయం
8.2 సప్లయి ప్రమేయాలు
8.3 సప్లయి సూత్రం
8.4 సప్లయి ఫలం
8.5 సప్లయి పట్టిక
8.6 సప్లయి రేఖ
8.7 సప్లయి సూత్రానికి మినహాయింపులు
8.8 సప్లయి వ్యాకోచత్వం
8.9 సప్లయి వ్యాకోచత్వంలోని రకాలు
8.10 సప్లయి వ్యాకోచత్వాన్ని నిర్ణయించు అంశాలు
8.11 సప్లయి వ్యాకోచత్వం యొక్క ప్రాధాన్యత
8.12 సారాంశం
8.13 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు
8.14 పదకోశం
8.15 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు
8.16 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

8.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

మార్కెట్ శక్తుల్లో మొదటిది డిమాండ్ అయితే రెండవది సప్లయి. వివిధ ధరల వద్ద అమ్మకపు దారులు ఒక వస్తువును ఎంత పరిమాణంలో అమ్మటానికి ప్రయత్నిస్తారో దానిని ఆ వస్తువు యొక్క సప్లయి అంటారు.

ఉదాహరణకు ఒక సంస్థ ఒక నిర్ణీత ధర వద్ద తాను ఉత్పత్తి చేసిన 10 లక్షల మీటర్ల వస్త్రాన్ని అమ్మజూపదలిస్తే ఆ వస్తువు యొక్క సప్లయి 10 లక్షలు అవుతుంది. ఈ భాగంలో సప్లయిని గురించిన క్రింది విషయాలు వివరించడం జరిగింది. ఈ భాగం పూర్తి అయ్యేసరికి మీరు క్రింది విషయాలను అవగాహన చేసుకుంటారు.

* సప్లయి అంటే ఏమిటి ?
* సప్లయి సూత్రం, సప్లయి పట్టిక, సప్లయి రేఖ
* సప్లయి సూత్రానికి మినహాయింపులు
* సప్లయి వ్యాకోచత్వం

* సప్లయి వ్యాకోచత్వం రకాలు
* సప్లయి వ్యాకోచత్వం యొక్క ప్రాముఖ్యత

8.1 విషయ పరిచయం

ఏ వ్యాపార సంస్థ మనుగడైనా మార్కెట్లో దాని డిమాండ్‌తో పాటు సప్లయి మీద కూడా ఆధారపడి ఉంటుంది. సాధారణంగా మనం ఉత్పత్తిని, సప్లయిని ఒకటిగానే భావిస్తాం. కాని ఈ భావన అన్ని సమయాలలో సరికాదు. ఉత్పత్తిలో కొంత భాగాన్ని తానే ఉపయోగించుకొని మిగులు దానిని మార్కెటుకు తరలించవచ్చు. ఒక వేళ ఉత్పత్తి, నశ్వర వస్తువులు అయితే మార్కెటుకు తరలించే దశలో కొంత చెడిపోవచ్చు లేదా వృధా అయిపోవచ్చు. ఇలాంటి పరిస్థితులలో ఉత్పత్తి, సప్లయిలు ఒకటి కావు. సరఫరా ఒక ప్రవాహం లాంటిది. కాబట్టి సప్లయి అంటే నిర్ణీత కాలంలో, నిర్ణీత ధర వద్ద, ఒక ఉత్పత్తిదారుడు అమ్మజూపే వస్తు పరిమాణం.

8.2 ప్రమేయాలు

సప్లయి సూత్రాన్ని క్రింది ప్రమేయాల పై ఆధారపడి రూపొందించటం జరిగింది. అవి :

1. వస్తువులను ఉత్పత్తి చేసే సంస్థల సంఖ్యలో మార్పు ఉండదు.
2. సాంకేతిక పరిజ్ఞానంలో మార్పు ఉండదు.
3. ఉత్పత్తి, వ్యయంలో మార్పు ఉండదు.
4. ప్రత్యామ్నాయ వస్తువుల ధరలలో మార్పు ఉండదు.
5. ప్రభుత్వ విధానంలో మార్పు ఉండదు.

8.3 సప్లయి సూత్రం

ఇతర పరిస్థితుల్లో మార్పు లేనప్పుడు "ఒక వస్తువు ధర పెరిగితే సప్లయి పెరుగుతుంది, వస్తు ధర తగ్గితే సప్లయి తగ్గుతుంది" అని సప్లయ్ సూత్రం తెలియజేస్తుంది. అంటే వస్తు ధరకు, సప్లయికి అనులోమ సంబంధం ఉంది. అంటే ఒక ఉత్పత్తిదారుడు ఉత్పత్తి చేసే వస్తువులకు ధర అధికంగా ఉంటే ఎక్కువగా సప్లయి చేయుటకు సిద్ధంగా ఉంటాడు. ఎందుకంటే ధర ఎక్కువగా ఉంటే లాభాలు ఎక్కువగా ఉంటాయి. ధర తక్కువగా ఉంటే లాభాలు తక్కువగా ఉంటాయి. కాబట్టి తక్కువగా అమ్మ చూపుతాడు.

8.4 సప్లయి ఫలం

ధర పెరిగితే సప్లయి పెరుగుతుందని, ధర తగ్గితే సప్లయి తగ్గుతుందని యింతకు ముందే మనం తెలుసుకున్నాం. ధరకు సప్లయికి ఉన్న సంఖ్యాత్మక సంబంధాన్ని సప్లయి ఫలం అంటారు. ధరకు సప్లయికి ప్రత్యక్ష సంబంధం ఉంటుంది. అయితే సప్లయి కేవలం ఒక్క ధర మాత్రమే కాకుండా యితర వస్తువుల ధరలు, ఉత్పత్తి కారకాల ధరలు, సాంకేతిక పరిజ్ఞానం, ఇంకా యితర విషయాలు కూడా ప్రభావితం చేస్తాయి. సప్లయి పరిమాణానికి, సప్లయి ఆధారపడి ఉన్న అంశాలకు గల సంఖ్యాత్మక సంబంధాన్ని క్రింది విధంగా చెప్పవచ్చు.

$S_x = f(P_x, T, P_y \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots P_n, F_1, F_2, \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots F_n)$

పై సమీకరణంలో

S_x = x వస్తువు యొక్క సప్లయి పరిమాణం

P_x = x వస్తువు ధర

T = సాంకేతిక పరిజ్ఞానం

$P_{y \ldots\ldots\ldots} P_n$ = ఇతర వస్తువుల ధరలు

$F_1, F_2 \ldots\ldots\ldots F_n$ = ఉత్పత్తి కారకాల ధరలు

ధర తప్ప మిగతా విషయాలన్ని స్థిరంగా ఉంటాయని భావిస్తాము. కాబట్టి వస్తువు యొక్క సప్లయి ఆ వస్తువు ధర పైనే ఆధారపడి ఉంటుంది. అప్పుడు సప్లయి ఫలం దిగువ విధంగా ఉంటుంది.

$$S_x = f(p_x)$$

8.5 సప్లయి పట్టిక

ఒక వస్తువు ధరకు సప్లయి పరిమాణానికి మధ్య గల సంబంధాన్ని తెలియజేయు పట్టికను సప్లయి పట్టిక అంటారు. వివిధ ధరల వద్ద ఒక వస్తువును ఏ ఏ పరిమాణాలలో అమ్మచూపుతారో తెలియజేసేది సప్లయి పట్టిక. ధర, సప్లయ్ సంబంధాన్ని క్రింది పట్టికలో చూపడం జరిగింది.

సప్లయ్ పట్టిక

వస్తువు ధర (రూ॥ లలో)	పరిమాణం (క్వింటాళ్ళల్లో)
10	20
11	30
12	40
13	50
14	60

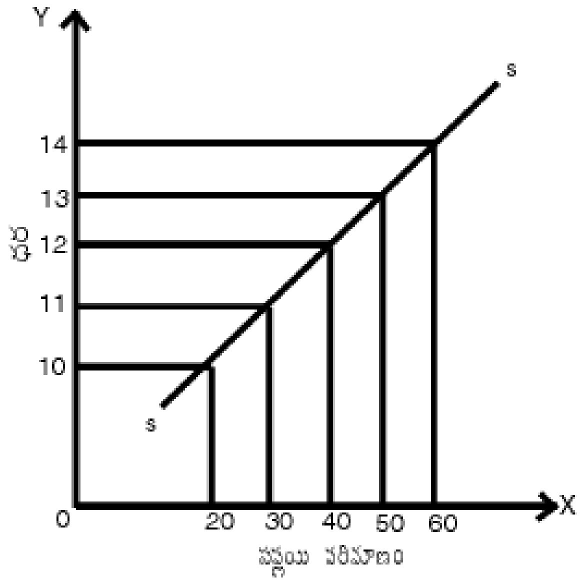
పై పట్టికలో వస్తువు ధర రూ. 10లు ఉన్నప్పుడు సప్లయి 20 క్వింటాళ్ళు ఉంది. వస్తువు ధర రూ. 10ల నుంచి రూ॥ 11లకు పెరిగితే ఆ వస్తు సప్లయి కూడా 20 క్వింటాళ్ళ నుండి 30 క్వింటాళ్ళకు పెరిగింది. ఈ విధంగా వస్తు ధర పెరిగే కొలది వస్తు సప్లయి కూడా పెరుగుతుంది. అంటే వస్తు ధరకు, సప్లయికి ప్రత్యక్ష సంబంధం ఉంది.

8.6 సప్లయి రేఖ

ధరకు, సప్లయికి ఉన్న సంబంధాన్ని తెలియజేయు రేఖను సప్లయి రేఖ అంటారు. క్రింద రేఖా చిత్రం8.1 లో సప్లయి రేఖను చూపించటం జరిగింది.

రేఖా చిత్రం - 8.1

సప్లయి రేఖ



పై రేఖా చిత్రంలో OX అక్షం పై సప్లయిని, OY అక్షం పై ధరను తీసుకున్నాము. రేఖా చిత్రంలో చూపిన విధంగా వస్తు ధర రూ॥ 10లు ఉన్నప్పుడు వస్తు సప్లయి 20 క్వింటాళ్ళు ఉంది. సప్లయి రూ॥ 10 ల నుండి రూ॥ 11 లకు పెరగగానే వస్తు సప్లయి 20 క్వింటాళ్ళ నుండి 30 క్వింటాళ్ళకు పెరిగింది. ఈ విధంగా ధర పెరిగే కొలది వస్తు సప్లయి కూడా పెరుగుతుంది. ధరకు సప్లయ్‌కి ఉన్న సంబంధాన్ని బిందువుతో గుర్తించి, వాటిని కలిపితే వచ్చే రేఖ సప్లయి రేఖ. పై పటంలో SS సప్లయి రేఖ, ఇది ఎడమ నుండి కుడికి పైకి పోతుంది.

8.7 సప్లయి సూత్రానికి మినహాయింపులు

సప్లయి సూత్రం కొన్ని సందర్భాల్లో వర్తించటం జరగదు. ఈ సందర్భాలను సప్లయి సూత్రానికి మినహాయింపులుగా చెప్పటం జరుగుతుంది. అవి :

1. ఉత్పత్తిదారుడు భవిష్యత్తులో ధరలు తగ్గుతాయి అని భావిస్తే, వస్తువుల ధరలు తక్కువగా ఉన్నప్పటికి ఎక్కువ పరిమాణంలో అమ్మటానికి ప్రయత్నిస్తాడు. ఎందుకంటే భవిష్యత్తులో వస్తువులనమ్మితే వచ్చే ఆదాయం ఇంకా తక్కువగా ఉంటుంది.
2. శ్రమ సప్లయి విషయంలో ఈ సూత్రం వర్తించదు. ఉదాహరణకు శ్రామికులు పొందే వేతనం ఒక స్థాయికి మించి పెరిగితే శ్రామికుల వినియోగ అవసరాలు పూర్తిగా తీరి ఉంటాయి కాబట్టి వేతనం పెరిగినా శ్రమ, సప్లయి పెరగదు. అంటే వేతనం పెరిగితే శ్రమ సప్లయి పెరగటానికి బదులు తగ్గుతుంది.

3. ఆర్థిక మాంద్య సమయాలలో వ్యవసాయ వస్తువులకు డిమాండ్ తగ్గటం వల్ల ధరలు పడిపోతాయి. కాని ఉత్పత్తిదార్లు తమ చేసిన వ్యయాలు రాబట్టుకోవటానికి లేదా ఆదాయాలు నిలుపుకొనుటకు ధర తగ్గినా ఎక్కువ అమ్మటానికి ప్రయత్నిస్తారు. కాబట్టి ధరలు తగ్గినప్పటికి వస్తు సప్లయి పెరుగుతుంది.
4. దీర్ఘకాలంలో సప్లయి ధర కన్నా అలవాట్లు, అభిరుచుల్లో మార్పులే ఎక్కువగా ప్రభావితం చేస్తాయి.

8.8 సప్లయి వ్యాకోచత్వం

డిమాండ్ వ్యాకోచత్వానికి ఎంత ప్రాధాన్యత ఉందో, సప్లయి వ్యాకోచత్వానికి కూడా అంతే ప్రాధాన్యత ఉందని చెప్పవచ్చు. ధరలోని మార్పులకు, సప్లయిలోని మార్పులకు మధ్యగల సంబంధాన్ని ఖచ్చితంగా తెలుసుకొనుటకు సప్లయి వ్యాకోచత్వ భావన ఉపయోగపడుతుంది. యితర పరిస్థితులు స్థిరంగా ఉన్నప్పుడు ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో వచ్చిన మార్పుల వల్ల, దాని సప్లయిలో ఎంత మార్పు వస్తుందో సప్లయి వ్యాకోచత్వం తెలియజేస్తుంది. ధర స్వల్పంగా పెరిగిన, సప్లయిలో కూడా పెరుగుదల కన్పించినట్లయితే సప్లయి వ్యాకోచత్వం అంటాము. యిటువంటి సప్లయి వ్యాకోచత్వాన్ని కొలవటానికి ఈ క్రింది సూత్రంను ఉపయోగిస్తారు.

$$\text{సప్లయి వ్యాకోచత్వం } (\eta_s) = \frac{\text{సప్లయిలో వచ్చిన అనుపాతపు మార్పు}}{\text{ధరలో వచ్చిన అనుపాతపు మార్పు}}$$

$$\text{సప్లయిలో అనుపాతపు మార్పు} = \frac{\text{సప్లయిలో మార్పు}}{\text{సప్లయి}} \quad \text{లేదా} \quad \frac{\Delta Q}{Q}$$

$$\text{ధరలో వచ్చిన అనుపాతాల మార్పు} = \frac{\text{ధరలో మార్పు}}{\text{మొదటి ధర}} \quad \text{లేదా} \quad \frac{\Delta P}{P}$$

P = ధర, Q = పరిమాణం, ΔP = ధరలో మార్పు, ΔQ = పరిమాణంలో మార్పు

$$\eta_s = \frac{\Delta Q}{Q} \div \frac{\Delta P}{P}$$

$$\frac{\Delta Q}{Q} \times \frac{P}{\Delta P}$$

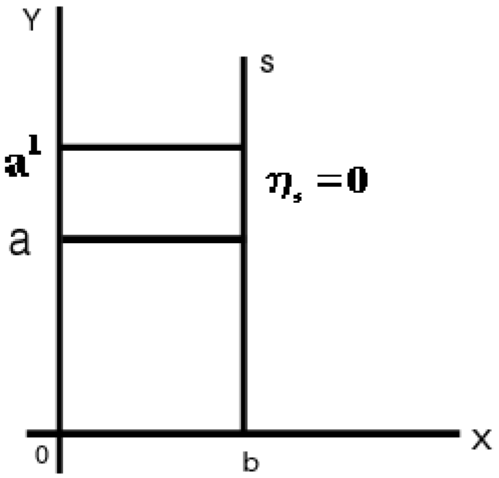
8.9 సప్లయి వ్యాకోచత్వంలోని రకాలు

సప్లయి వ్యాకోచత్వం అయిదు రకాలుగా ఉంటుందని తెలుసుకున్నాము. ప్రస్తుతం ఈ వ్యాకోచత్వాలను గురించి పరిశీలిద్దాం.

వివిధ వ్యాకోచత్వాలున్న సప్లయి రేఖలు

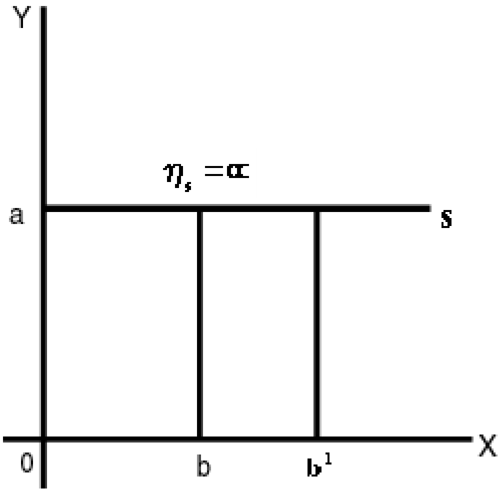
పూర్తి అవ్యాకోచత్వం

రేఖా పటం 8.2 (A)



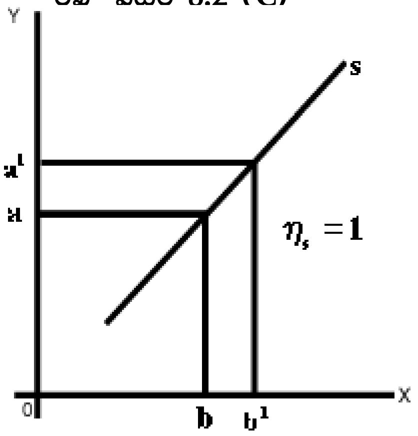
పూర్తి వ్యాకోచత్వం

రేఖా పటం 8.2 (B)



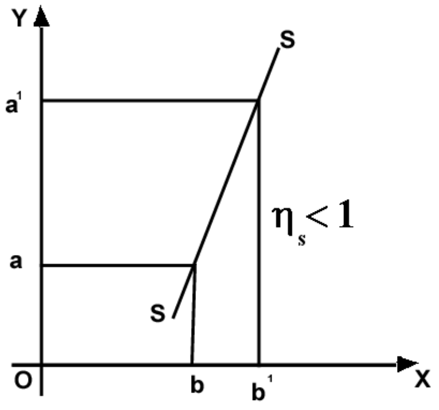
ఏకత్వ వ్యాకోచత్వం

రేఖా పటం 8.2 (C)



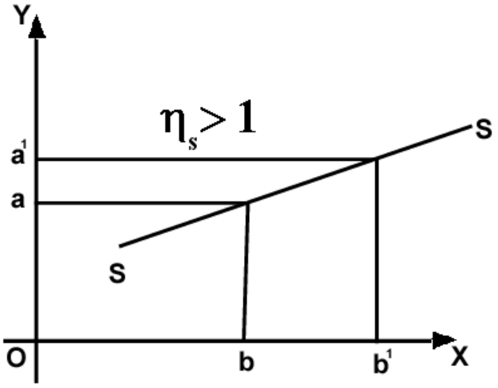
సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వం

రేఖా పటం 8.2 (D)



సాపేక్ష వ్యాకోచత్వం

రేఖా పటం 8.2 (E)



(అన్ని X అక్షాల పై సప్లయ్ పరిమాణం, అన్ని Y అక్షాల పై ధర తీసుకోవడం జరిగింది).

1. **పూర్తి అవ్యాకోచత్వమైన సప్లయి :** ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో ఎంత మార్పు వచ్చినా, సప్లయిలో మార్పు లేకుంటే దానిని సంపూర్ణ అవ్యాకోచత్వమైన సప్లయి అంటారు. సప్లయి వ్యాకోచత్వం విలువ సున్నాకు సమానంగా ఉంటుంది. సప్లయి రేఖ Y అక్షానికి సమాంతరంగా వెళ్ళుతుంది. రేఖా పటం 8.2(A)లో సంపూర్ణ అవ్యాకోచత్వ రేఖ చూపటం జరిగింది. ఆ రేఖ పై ధర oa నుంచి oa^1 కి పెరిగినా సప్లయి మాత్రం ob గానే ఉంది.
2. **పూర్తి వ్యాకోచత్వ సప్లయి :** ఒక వస్తువు ధరలో అతి స్వల్ప మార్పు వల్ల సప్లయిలో అనంతంగా మార్పు వచ్చినట్లయితే దానిని పూర్తి వ్యాకోచత్వ సప్లయి అంటారు. వ్యాకోచత్వం విలువ అనంతంగా ($\eta = \infty$)గా ఉంటుంది. సప్లయి రేఖ X అక్షానికి సమాంతరంగా ఉంటుంది. రేఖా పటం 8.2(B)లో సప్లయి రేఖ అనంత వ్యాకోచత్వ రేఖ. ధరలో అతి స్వల్పమైన మార్పు వల్ల డిమాండ్ ob నుంచి ob^1 కు పెరిగింది.
3. **ఏకత్వ వ్యాకోచత్వమైన సప్లయి :** ఒక వస్తువు ధరలో వచ్చిన అనుపాతాల మార్పు, సప్లయిలో వచ్చిన అనుపాత మార్పుకు సమానంగా ఉంటే ఏకత్వ వ్యాకోచత్వ సప్లయి అంటారు. వ్యాకోచత్వం విలువ ఒకటికి సమానంగా ఉంటుంది ($\eta_s = 1$). రేఖ కేంద్రానికి 45^0 రేఖగా ఉంటుంది. ఈ రేఖను రేఖా పటం 8.2(C)లో చూపటం జరిగింది. ధరలో aa^1 మార్పు వస్తే డిమాండ్‌లో మార్పు $bb^{1.}$ ఈ రెండు మార్పులు సమానంగా ఉన్నాయి.
4. **సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వ సప్లయి :** ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో అధిక మార్పు వల్ల సప్లయిలో స్వల్ప మార్పు వస్తే సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వ సప్లయి అంటారు. వ్యాకోచత్వం విలువ ఒకటి కన్నా తక్కువగా $(\eta_s < 1)$ ఉంటుంది. రేఖా పటం 8.2(D) లోని రేఖ సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వ సప్లయి రేఖ ధరలో మార్పు aa^1 వల్ల సప్లయిలో స్వల్ప మార్పు bb^1 సంభవించింది.
5. **సాపేక్ష వ్యాకోచత్వ సప్లయి :** ఒక వస్తువు ధరలో స్వల్ప మార్పు వల్ల దాని సప్లయిలో అధిక మార్పు వస్తే అటువంటి దానిని సాపేక్ష వ్యాకోచత్వ సప్లయి అంటారు. వ్యాకోచత్వం విలువ ఒకటి కన్నా ఎక్కువగా $(\eta_s > 1)$ ఉంటుంది. రేఖా పటం 8.2(E) లోని సప్లయి రేఖ సాపేక్ష వ్యాకోచత్వాన్ని తెలియజేస్తుంది. ధరలో స్వల్ప మార్పు aa^1 వస్తే సప్లయిలో అధిక మార్పు bb^1 వచ్చింది.

8.10 సప్లయి వ్యాకోచత్వాన్ని నిర్ణయించే అంశాలు

సప్లయి వ్యాకోచత్వాన్ని ఈ క్రింది అంశాలు నిర్ణయిస్తాయి.

1. కావలసిన పరిమాణంలో ఉత్పత్తి కారకాల లభ్యత
2. డిమాండ్ స్థాయికి అనుగుణంగా సప్లయిని చేయటానికి పట్టే కాలం
3. ఉత్పత్తి విధానంలో వచ్చే మార్పులు
4. మార్కెట్ లభ్యత
5. ఉత్పత్తి వ్యయాలలో వచ్చే మార్పులు

8.11 సప్లయి వ్యాకోచత్వం - ప్రాధాన్యత

వ్యాపార అర్థశాస్త్రంలో సప్లయి వ్యాకోచత్వానికి ఎంతో ప్రాధాన్యత ఉంది. ధరకు సప్లయికి, ధరకు డిమాండ్‌ల మధ్య సంబంధం ఉండడంవల్ల ఆర్థిక పరమైన విషయాలలో డిమాండ్‌కు ఎంతటి ప్రాధాన్యత కలదో సప్లయికి కూడా అంతే ప్రాధాన్యత ఉంది. క్రింది విషయాలను పరిశీలించడం ద్వారా సప్లయి ప్రాముఖ్యాన్ని తెలుసుకోవచ్చు.

1. వస్తువు డిమాండులో మార్పులు వస్తే ఆ వస్తువు ధర ఏ విధంగా నిర్ణయించాలనే విషయం సప్లయి వ్యాకోచత్వం పై ఆధారపడి ఉంటుంది.
2. పరోక్ష పన్నుల భారం (అంటే వస్తువుల పై విధించే పన్నుల భారం) ఏ విధంగా ఉండాలనే విశ్లేషణలో సప్లయి వ్యాకోచత్వ భావన ఉపకరిస్తుంది. అనగా పన్నులు విధించేటప్పుడు సప్లయి వ్యాకోచత్వాన్ని పరిగణించవలసి ఉంటుంది.
3. విలువ నిర్ణయ సిద్ధాంతాలలో సప్లయి వ్యాకోచత్వ భావన తోడ్పడుతుంది.

8.12 సారాంశం

ఇతర పరిస్థితులలో మార్పు లేనప్పుడు ఒక నిర్ణీత కాలంలో, నిర్ణీత ధర వద్ద ఒక ఉత్పత్తిదారుడు అమ్మజూపే వస్తు పరిమాణాన్ని సప్లయిగా భావించవచ్చు. సప్లయి సూత్రం ప్రకారం "యితర పరిస్థితులలో మార్పు లేనప్పుడు ధర పెరిగితే సప్లయి పెరుగుతుంది. ధర తగ్గితే సప్లయి తగ్గుతుంది." వివిధ ధరల వద్ద ఎంత పరిమాణంలో సప్లయి ఉంటుందో సప్లయి పట్టిక తెలియజేస్తుంది. ధరకు సప్లయికి ఉన్న సంబంధాన్ని తెలియజేసే రేఖ సప్లయిరేఖ. సాధారణంగా సప్లయి రేఖ ఎడమ నుండి కుడికి పైకి వాలి ఉంటుంది. అందుకు కారణం ధరకు, సప్లయికి మధ్య అనులోమ సంబంధం ఉండటమే. ఒకే వస్తువు యొక్క ధరలో వచ్చిన మార్పుకు అనుగుణంగా సప్లయిలో వచ్చిన మార్పును సప్లయి వ్యాకోచత్వం అంటాము. అంటే సప్లయి వ్యాకోచత్వం ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో మార్పు వచ్చి దాని యొక్క సప్లయిలో ఎటువంటి మార్పు రాకపోతే దానిని పూర్తి అవ్యాకోచత్వమైన సప్లయి అని అంటారు. ధరలో మార్పులు రాకపోయినప్పటికి దాని యొక్క సప్లయిలో అనంత మార్పు వస్తే అటువంటి వ్యాకోచత్వాన్ని పూర్తి వ్యాకోచత్వమైన సప్లయి అని అంటారు. ధరలో వచ్చిన మార్పు కన్నా సప్లయిలో మార్పు తక్కువగా ఉంటే సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వ సప్లయి అని, ఎక్కువగా ఉంటే సాపేక్ష వ్యాకోచత్వమైన సప్లయి అని, సమానంగా ఉంటే ఏకత్వ వ్యాకోచత్వమైన మార్పు అని అంటారు. ఈ సప్లయి వ్యాకోచత్వం అనేక ఆర్థిక పరమైన విషయాలలో ఉపయోగపడుతుంది.

8.13 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

1. ఒక నిర్ణీత ధర వద్ద ఉత్పత్తిదారుడు అమ్మచూపే పరిమాణాన్ని సప్లయి అంటారు.
2. ధరకు, సప్లయికి ఉన్న సంఖ్యాత్మక సంబంధాన్ని సప్లయి ఫలం అంటాము.
3. ధరకి, సప్లయికి గల సంబంధాన్ని తెలిపే పట్టికను సప్లయి పట్టికని, రేఖను సప్లయి రేఖ అంటాము.
4. ధరకు సప్లయికు ఉన్న సంబంధం అనులోమ సంబంధం, రేఖ ఎడమ నుండి కుడికి పైకి పోతూ ఉంటుంది.
5. ధరలో మార్పుల కనుగుణంగా సప్లయిలో వచ్చిన మార్పును సప్లయి వ్యాకోచత్వం అంటాము.
6. వ్యాకోచత్వం అనంతంగా (∞)ఉంటే పూర్తి వ్యాకోచత్వమని, శూన్యం (0) అయితే పూర్తి అవ్యాకోచత్వం అని, ఒకటికి సమానం (=1) అయితే ఏకత్వ వ్యాకోచత్వం అని, ఒకటి కన్నా ఎక్కువగా (>1) ఉంటే సాపేక్ష వ్యాకోచత్వం అని, ఒకటి కన్నా తక్కువ (<1) అయితే సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వం అంటాము.
7. ఆర్థిక వ్యవస్థలోని ఉత్పత్తి కారకాల లభ్యత, కాలం, ఉత్పత్తి విధానంలో మార్పులు, మార్కెట్ లభ్యత, ఉత్పత్తి వ్యయాల్లో మార్పులు మొదలైనవి సప్లయి వ్యాకోచత్వాన్ని నిర్ణయించే అంశాలు .

8. పరోక్ష పన్నుల భారాన్ని విశ్లేషించుట, మూల్య నిర్ణయ సిద్దాంతాల్లో సప్లయి వ్యాకోచత్వం ఎంతగానో ఉపయోగపడుతుంది.

8.14 పదకోశం

1. సప్లయి : ఒక నిర్ణీత కాలంలో, నిర్ణీత ధర వద్ద, ఒక అమ్మకందారుడు అమ్మజూపే వస్తు పరిమాణాన్ని సప్లయి అంటాము.
2. సప్లయి సూత్రం : ఇతర పరిస్థితులలో మార్పు లేనప్పుడు ఒక వస్తువు యొక్క ధర పెరిగితే సప్లయి పెరుగుతుంది. ధర తగ్గితే సప్లయి తగ్గుతుంది.
3. సప్లయి పట్టిక : వివిధ ధరల వద్ద ఒక ఉత్పత్తిదారుడు అమ్మజూపే వస్తు పరిమాణాలను తెలిపే పట్టికను సప్లయి పట్టిక అంటాము.
4. సప్లయి ఫలం : వస్తువు యొక్క ధరకు సప్లయికి ఉన్న సంఖ్యాత్మక సంబంధాన్ని సప్లయి ఫలం అంటాము.
5. సప్లయి వ్యాకోచత్వం : ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో వచ్చిన మార్పుల వల్ల దాని సప్లయిలో వచ్చే మార్పును సప్లయి వ్యాకోచత్వం తెలియజేస్తుంది.
6. పూర్తి అవ్యాకోచమైన సప్లయి : ఒక వస్తువు ధరలో వచ్చిన మార్పు వల్ల సప్లయిలో మార్పు లేనట్లయితే దానిని పూర్తి అవ్యాకోచత్వ సప్లయి అంటారు.
7. పూర్తి వ్యాకోచత్వమైన సప్లయి : ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో ఎటువంటి మార్పు లేకుండా లేదా అతిస్వల్పమైన మార్పు వల్ల అనంతమైన మార్పు వస్తే పూర్తి వ్యాకోచత్వమైన సప్లయి అంటారు.
8. ఏకత్వ వ్యాకోచత్వమైన సప్లయి : ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో వచ్చిన మార్పు నిష్పత్తి దాని సప్లయిలో వచ్చే మార్పు నిష్పత్తికి సమానంగా ఉంటే దానిని ఏకత్వ వ్యాకోచత్వమైన సప్లయి అంటారు.
9. సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వమైన సప్లయి : ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో ఎక్కువ మార్పు వల్ల సప్లయిలో తక్కువ మార్పు ఉంటే దానిని సాపేక్ష అవ్యాకోచత్వమైన సప్లయి అని అంటారు.
10. సాపేక్ష వ్యాకోచత్వమైన సప్లయి : ఒక వస్తువు యొక్క ధరలో స్వల్ప మార్పు వల్ల సప్లయిలో అధిక మార్పు ఉంటే దానిని సాపేక్ష వ్యాకోచత్వమైన సప్లయి అంటారు.

8.15 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. సంక్షిప్త వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. సప్లయి సూత్రాన్ని గురించి వ్రాయుము.
2. సప్లయి వ్యాకోచత్వం అనగా నేమి? దానిలోని రకములను తెలుపుము.
3. సప్లయి వ్యాకోచత్వం అంటే ఏమి? సప్లయి వ్యాకోచత్వ ప్రాధాన్యతను తెలుపుము.

II. లఘు ప్రశ్నలు

1. సప్లయి పట్టిక
2. సప్లయి ఫలం
3. సప్లయి వ్యాకోచత్వం
4. సప్లయి సూత్రానికి మినహాయింపులు
5. సప్లయి వ్యాకోచత్వ ప్రాధాన్యత

8.16 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

1.	Dean Joel	:	Managerial Economics
2.	Sundaram, K.P.M	:	Business Economics
3.	Dewett, K.K	:	Advanced Economic Theory
4.	Ahuja, H.L.	:	Principles of Micro Economics
5.	తెలుగు అకాడమి	:	వ్యాపార అర్థశాస్త్రం

యూనిట్ - 3 మార్కెట్ల స్వరూపం - ధర నిర్ణయం

భాగం - 9 మార్కెట్ నిర్మాణం - ధర నిర్ణయం

విషయక్రమం

9.0 లక్ష్యాలు, ఉద్దేశాలు

9.1 విషయ పరిచయం

9.2 మార్కెట్ - అర్థం

9.3 మార్కెట్ల వర్గీకరణ

9.3.1 విస్తీర్ణాన్ని బట్టి మార్కెట్ల వర్గీకరణ

9.3.2 కాల వ్యవధిని బట్టి మార్కెట్ల వర్గీకరణ

9.3.3 పోటి ఆధారంగా మార్కెట్ల వర్గీకరణ

9.4 ధర నిర్ణయంలో కాల ప్రాముఖ్యత

9.4.1 అతిస్వల్ప కాలం

9.4.2 స్వల్ప కాలం

9.4.3 దీర్ఘ కాలం

9.4.4 అతిదీర్ఘ కాలం

9.5 మార్కెట్ ధర - సహజ ధర

9.6 సారాంశం

9.7 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

9.8 పదకోశం

9.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

9.10 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

9.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

మార్కెట్ అంటే ఏమిటో తెల్పి, మార్కెట్లలోని రకాలను తెలియజేయటం. వివిధ కాలాలలో వస్తువు ధర ఏ విధంగా నిర్ణయం జరుగుతుందో తెలుసుకోవటం, ఈభాగం యొక్క ఉద్దేశం. ఈ భాగాన్ని చదివిన తర్వాత ఈక్రింది విషయాలను మీరు అవగాహన చేసుకుంటారు.

* మార్కెట్ అంటే ఏమిటి?
* మార్కెట్లలోని రకాలు.
* ధర నిర్ణయంలో కాలానికి గల ప్రాముఖ్యత
* మార్కెట్ ధరకు, సహజ ధరకు గల తేడాలు

9.1 విషయ పరిచయం

వస్తువుల అమ్మకాలు, కొనుగోళ్ళు ఒక ప్రదేశంలో జరుగుచున్నట్లయితే ఆ ప్రదేశాన్ని మార్కెట్ అని సాధారణంగా అంటాం. కాని అర్థశాస్త్రంలో మార్కెట్ అంటే కొనుగోలుదార్లు, అమ్మకందార్లు తమ లావాదేవీలు పరిష్కరించుకొంటే మార్కెట్ అంటాం. అంటే మార్కెట్ ఒక ప్రదేశానికే పరిమితం కాదు. ఈ భాగంలో మార్కెట్ నిర్వచనాలు, వివిధ రకాలైన మార్కెట్లు, మార్కెట్లలో ధర నిర్ణయాలను గూర్చి తెలుసుకుంటాం.

9.2 మార్కెట్ - అర్థం

వస్తువు ధర సాధారణంగా మార్కెట్ వ్యవస్థలో మార్కెట్ నిర్మాణంపై ఆధారపడుతుంది. సాధారణ పరిభాషలో వస్తువుల అమ్మకం, కొనుగోలు జరిగే భౌగోళిక ప్రదేశాన్ని మార్కెట్ అంటారు. కాని అర్థశాస్త్రంలో మార్కెట్‌కు విస్తృత అర్థం ఉంది. కొనుగోలుదారులు, అమ్మకందారులు ప్రత్యక్షంగా గాని, పరోక్షంగా గాని వస్తు సేవల క్రయ, విక్రయాల లావాదేవీలు పరిష్కారం చేసుకుంటే దానిని మార్కెట్ అంటాము. మార్కెట్ కేవలం ఒక ప్రాంతానికి మాత్రమే పరిమితం కాదు. వస్తువుల అమ్మకం, కొనుగోళ్ళు దేశ, విదేశాల నుంచి పోస్టుద్వారా, టెలిఫోన్ మొదలగు వాటి ద్వారా కూడా జరుగవచ్చు.

9.3 మార్కెట్ల వర్గీకరణ

కొనుగోళ్ళు, అమ్మకాలు జరిగే భౌగోళిక ప్రాంతాలు, కాల వ్యవధి, పోటీని ఆధారంగా చేసుకుని మార్కెట్లను మూడు విధాలుగా వర్గీకరించడం జరిగింది.

1. విస్తీర్ణాన్ని బట్టి మార్కెట్ల వర్గీకరణ
2. కాల వ్యవధిని బట్టి మార్కెట్ల వర్గీకరణ
3. పోటీ ఆధారంగా మార్కెట్ల వర్గీకరణ

ఈ వివిధ రకాలైన మార్కెట్లను ఇప్పుడు వివరంగా తెలుసుకుందాం.

9.3.1 విస్తీర్ణాన్ని బట్టి మార్కెట్ల వర్గీకరణ

భౌగోళిక ప్రాంతాన్ని బట్టి లేదా ప్రాంతాలను బట్టి మార్కెట్లను మూడు రకాలుగా విభజించవచ్చు. 1. స్థానిక మార్కెట్, 2. జాతీయ మార్కెట్, 3. అంతర్జాతీయ మార్కెట్. ఈ విభజననే భౌగోళిక వర్గీకరణ అని కూడా అంటారు.

1. **స్థానిక మార్కెట్:** కొనుగోళ్ళు, అమ్మకాలు కేవలం ఒక ప్రాంతానికి లేదా ప్రదేశానికి మాత్రమే పరిమితమై ఉంటే దానిని స్థానిక మార్కెట్ అంటారు. ఉదాహరణకు కూరగాయలు, పాలు మొదలైనవి. వీటికి సాధారణంగా ఆ ప్రాంతానికి సంబంధించి డిమాండు ఉంటుంది.

2. **జాతీయ మార్కెట్ :** కొనుగోళ్ళు, అమ్మకాలు ఒక దేశ సరిహద్దుల లోపల ఉంటే దానిని జాతీయ మార్కెట్ అంటారు. ఈ మార్కెట్ లో వస్తువులకు దేశ వ్యాప్తంగా డిమాండ్ ఉంటుంది. ఒకొక్క సారి స్థానిక మార్కెట్‌లో లభించు వస్తువులకు కూడా జాతీయ మార్కెట్ ఉండవచ్చు. ఉదాహరణకు పంచదార, వస్త్రాలు, గోధుమలు మొదలైన వస్తువులకు జాతీయ డిమాండు ఉంటుంది.
3. **అంతర్జాతీయ మార్కెట్** : కొనుగోళ్ళు, అమ్మకాలు ప్రపంచ వ్యాప్తంగా ఉంటే దానిని అంతర్జాతీయ మార్కెట్ అంటారు. అంర్జాతీయ మార్కెట్ ఉండటానికి రవాణా సౌకర్యాల అభివృద్ధి, సాంకేతిక పరిజ్ఞానం పెరగటం, సమాచార సౌకర్యాలు విస్తృతంగా ఉండటం వల్ల కొనుగోలు, అమ్మకాలు వివిధ దేశాల మధ్య జరుగుతుంటాయి.

9.3.2 కాల వ్యవధిని బట్టి మార్కెట్ల వర్గీకరణ

కాలవ్యవధిని బట్టి మార్కెట్లను నాలుగు రకాలుగా వర్గీకరించ వచ్చు 1. అతి స్వల్పకాల మార్కెట్ 2. స్వల్పకాల మార్కెట్ 3. దీర్ఘకాల మార్కెట్ 4. అతిదీర్ఘ కాల మార్కెట్. ఈ వర్గీకరణను మార్షల్ డిమాండ్ కనుగుణంగా సప్లయి మారే స్థితిని బట్టి వర్గీకరించాడు.

1. **అతిస్వల్ప కాల మార్కెట్ :** అతిస్వల్ప కాలాన్నే మార్కెట్ కాలం అని కూడా అంటారు. ఈ మార్కెట్‌లో వస్తు, సప్లయ్ మారదు. అంటే అతిస్వల్ప కాలంలో డిమాండ్‌కు అనుగుణంగా సప్లయిని మార్చడం సాధ్యం కాదు. అందువల్ల ధర నిర్ణయంలో డిమాండ్ ప్రభావం ఎక్కువగా ఉంటుంది.
2. **స్వల్పకాలిక మార్కెట్ :** ఈ మార్కెట్‌లో వస్తు డిమాండ్‌కు అనుగుణంగా కొంత వరకు సప్లయిని మార్చవచ్చు. చర వ్యయాలను మార్చి సప్లయ్‌ని పెంచవచ్చు. కాని పెరిగిన డిమాండ్‌కు అనుగుణంగా సప్లయిని పెంచటం సాధ్యం కాకపోవచ్చు.
3. **దీర్ఘకాలిక మార్కెట్ :** డిమాండ్‌లకు అనుగుణంగా సప్లయిని పెంచటం ఈ మార్కెట్‌లో సాధ్యమవుతుంది. ఎందువల్లనంటే ఈ మార్కెట్ కాలంలో చర వ్యయంతో పాటు, స్థిర వ్యయాన్ని కూడా పెంచవచ్చు. కాబట్టి డిమాండ్‌తో పాటు సప్లయ్‌ని పెంచవచ్చు.
4. **అతిదీర్ఘ కాల మార్కెట్ :** అతిదీర్ఘ కాలంలో ప్రజల అలవాట్లు, అభిరుచులలో మార్పుల వల్ల డిమాండ్, సప్లయ్‌లలో విపరీతమైన మార్పులు ఏర్పడవచ్చు. వీటిని ఖచ్చితంగా గమనించటం కష్టం. కనుక ధర నిర్ణయం ఖచ్చితంగా చెప్పలేము. ఈ కాలాన్నే సెక్యులర్ కాలం అని కూడా అంటారు. అతి దీర్ఘకాలంలో జనాభా మూలధనం, ఉత్పత్తి పద్ధతులు, సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఊహించలేని మార్పులు సంభవించ వచ్చు. మార్కెట్‌లో నూతన వస్తువులు రావచ్చు. గతంలో ఉన్న వస్తువులు కన్పించకపోవచ్చు.

9.3.3 పోటీ ఆధారంగా మార్కెట్ల వర్గీకరణ

పోటీని ఆధారంగా చేసుకుని మార్కెట్లను రెండు విధాలుగా విభజించవచ్చు. 1. పరిపూర్ణ పోటి మార్కెట్, 2. అపరిపూర్ణ పోటి మార్కెట్

1. **పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్ :** పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో అధిక సంఖ్యలో అమ్మకందార్లు, కొనుగోలుదార్లు ఉంటారు. ఈ మార్కెట్‌లో తయారయ్యే వస్తువులన్నీ ఒకే రకంగా వుంటాయి. ఇందు కొత్త సంస్థలు మార్కెట్ లోనికి ప్రవేశించడానికి, ఉన్న సంస్థలు మార్కెట్‌ను విడిచి బయటకు పోవడానికి స్వేచ్ఛ ఉంటుంది. ఉత్పత్తి కారకాలలో సంపూర్ణ గమనశీలత ఉంటుంది. కొనేవారికి, అమ్మేవారికి మార్కెట్‌ను గురించి పూర్తి సమాచారం తెలుస్తుంది. వస్తువుల ధర మార్కెట్ మొత్తం మీద ఒకే విధంగా వుంటుంది.

ఈ విధమైన మార్కెట్‌ను పరిపూర్ణ పోటి లేదా సంపూర్ణ పోటీ మార్కెట్ అంటారు.

2. **అపరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్:** అపరిపూర్ణ పోటి మార్కెట్‌లో అమ్మకందార్లు మధ్య పోటీ అసంపూర్ణంగా ఉంటుంది. మార్కెట్‌కు సంబంధించిన సంపూర్ణ సమాచారం కొనుగోలుదార్లకు, అమ్మకదార్లకు తెలియదు. వస్తువుల ధరలో తేడా ఉంటుంది. అపరిపూర్ణ పోటి మార్కెట్ లో వివిధ రకాలు ఉన్నాయి.

   ఎ) ఏకస్వామ్యం : మార్కెట్‌లో ఒకే ఉత్పత్తి దారుడుండి, అతడు తయారు చేసే వస్తువులకు దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు లేనట్లయితే ఆ మార్కెట్‌ను ఏకస్వామ్య మార్కెట్ అని అంటారు.

   బి) ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్ : మార్కెట్‌లో అనేక మంది ఉత్పత్తి దారులుండి వారు తయారు చేసే వస్తువు మీద కొంత ఏకస్వామ్య శక్తి ఉంటే దానిని ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్ అంటారు.

   సి) ద్విదాధి పత్యం : ఏ మార్కెట్‌లో ఇద్దరే ఉత్పత్తిదారులు ఉంటారో, ఆ మార్కెట్‌ను ద్విదాధిపత్యం అంటారు. ఈ మార్కెట్‌లో ఒకరి విధానాలను మరొకరు అంచనా వేసుకొంటూ తన విధానాలను అవలంభించు కుంటారు.

3. **పరిమిత స్వామ్యం:** ఈ మార్కెట్‌లో ఉత్పత్తి దారులు పరిమిత సంఖ్యలో ఉంటారు. సంస్థలు పరస్పరం ఆధారపడి ఉంటారు. ఈ మార్కెట్‌లో డిమాండ్ అనిశ్చితంగా ఉంటుంది. పరిమిత స్వామ్యం నందు కొంత ఏకస్వామ్య స్వభావం ఉండవచ్చు. ఇందు అమ్మకం వ్యయాల ప్రాముఖ్యం ఉండవచ్చు.

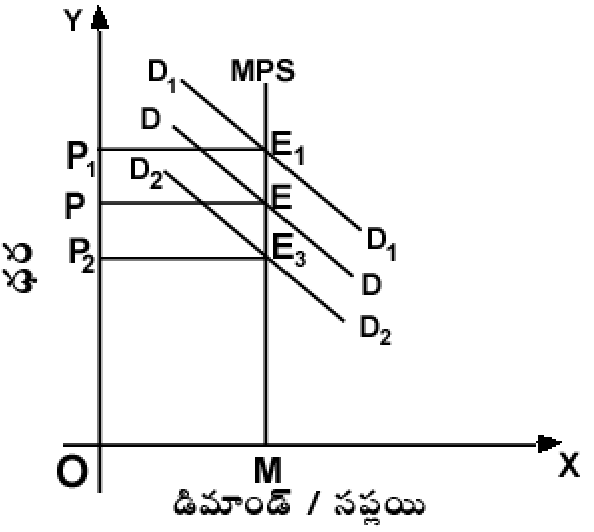
9.4 ధర నిర్ణయంలో కాల ప్రాముఖ్యం

సాదారణంగా ధర నిర్ణయం వస్తు సప్లయి, డిమాండ్‌ల మీద ఆధారపడుతుంది. కాని మార్షల్ అభిప్రాయంలో ధర నిర్ణయానికి సప్లయ్, డిమాండ్‌లతో పాటు, కాలం కూడా ప్రాముఖ్యం కలిగే అంశమే. మార్షల్ కాలాన్ని నాలుగు విధాలుగా విభజించాడు. అవి 1) అతిస్వల్ప కాలం 2) స్వల్ప కాలం 3) దీర్ఘ కాలం 4) అతిదీర్ఘ కాలం.

9.4.1 అతి స్వల్ప కాలం

అతిస్వల్ప కాలన్నే మార్కెట్ కాలమని కూడా అంటారు. అతిస్వల్ప కాలంలో, డిమాండ్‌లోని మార్పులకు అనుగుణంగా సప్లయ్‌ని మార్చలేము. ఈ కాలంలో సప్లయ్ పెంచటం కోసం స్థిర వ్యయాన్ని గాని, చర వ్యయాన్ని గాని మార్చుటకు అవకాశం లేదు. కాబట్టి సప్లయ్ స్థిరంగా ఉంటుంది. అతి స్వల్ప కాలంలో సప్లయ్ డిమాండ్ రేఖలు ఏ విధంగా ఉండేది క్రింది రేఖా పటం - 9.1 తెలియజేస్తుంది.

రేఖా పటం - 9.1

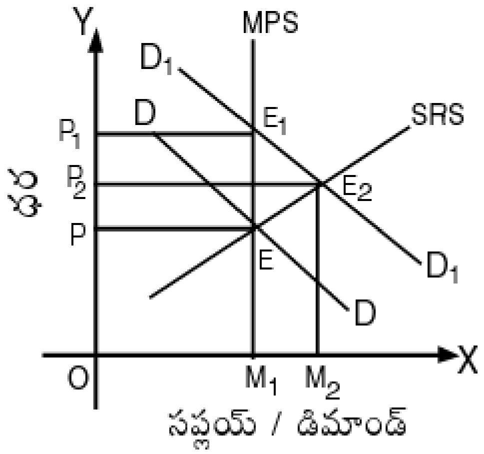


పై రేఖా పటం - 9.1లో X అక్షంపై సప్లయ్ మరియు డిమాండ్, Y అక్షంపై ధరను తీసుకున్నాము. MPS మార్కెట్ కాల సప్లయ్ రేఖ DD డిమాండ్ రేఖ, ఈ రెండు రేఖలు E అనే బిందువు వద్ద ఖండించుకున్నాయి. కనుక ధర OP. డిమాండ్ DD నుంచి D_1D_1 కు పెరిగితే సప్లయ్ స్థిరంగా ఉంది కావున, వస్తువు ధర OP నుంచి OP_1 కుపెరిగింది. డిమాండ్ DD నుంచి D_2D_2కు తగ్గితే ధర OP నుంచి OP_2కు తగ్గింది.

9.4.2 స్వల్ప కాలం

స్వల్ప కాలంలో చర మూలధన్నాన్ని పెంచవచ్చు. కాబట్టి సప్లయ్ పెరుగుతుంది. కాని డిమాండ్ పెరిగిన పరిమాణాంలో పెరగదు. ఈ పరిస్థితుల్లో ధర ఏ విధంగా మారేది రేఖాపటం - 9.2 తెలియజేస్తుంది.

రేఖా పటం - 9.2

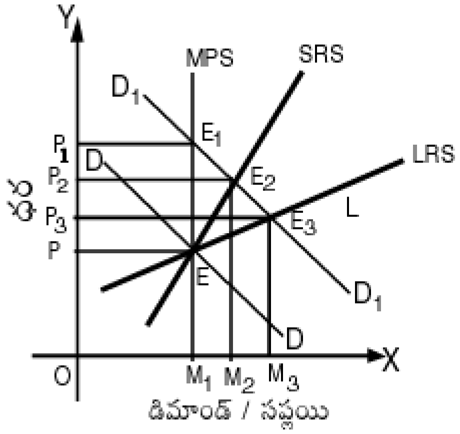


పై రేఖా పటం - 9.2 లో MPS రేఖ అతిస్వల్ప కాలిక సప్లయ్ రేఖ. డిమాండ్ రేఖ DD నుంచి D_1D_1కు పెరిగితే, MPS, D_1D_1రేఖలు E_1 వద్ద సమానమైనవి. కాబట్టి ధర P_1 ఉంటుంది. స్వల్ప కాలంలో సప్లయ్ రేఖ MPS నుంచి SRS కు మారినందున సప్లయ్, డిమాండ్‌లు E_2 దగ్గర ఖండించుకున్నాయి. అందువల్ల ధర OP_1 నుంచి OP_2కు తగ్గింది. ఉత్పత్తి OM_1 నుంచి OM_2కు పెరిగింది. స్వల్ప కాలిక ధర (OP_2) అతి స్వల్ప ధర కంటే (OP_1) తక్కువగా ఉంటుంది. స్వల్ప కాలంలో వస్తు పరిమాణం (OM_2), అతి స్వల్పకాలిక వస్తు పరిమాణం కంటే (OM_1) ఎక్కువగా ఉంటుంది. స్వల్ప కాలంలో వస్తు పరిమాణం ఎక్కువగా ఉండటానికి కారణం చర మూలధనాన్ని పెంచి వస్తువుల సప్లయ్ పెంచవచ్చు.

9.4.3 దీర్ఘ కాలం

దీర్ఘ కాలంలో స్థిర వ్యయం, చర వ్యయాల రెంటినీ మార్చవచ్చు. కాబట్టి సప్లయ్ అవసరమైన మేరకు పెంచుకోవచ్చు.

రేఖా పటం - 9.3



పై రేఖా పటం - 9.3లో డిమాండ్ రేఖ DD నుంచి D_1D_1 కు పెరిగింది. LRS దీర్ఘ కాలిక సప్లయ్ రేఖ. పెరిగిన డిమాండ్ రేఖ D_1D_1, దీర్ఘ కాల సప్లయ్ రేఖ LRS కు E_3 బిందువు వద్ద సమానమైనవి. కాబట్టి ప్రస్తుత ధర OP_3 ఉత్పత్తి OM_3. దీర్ఘకాలిక ధర (OP_3), అతిస్వల్ప కాలిక ధర (OP_1) మరియు స్వల్ప కాలిక ధర (OP_2)ల కన్నా తక్కువగా ఉంటుంది. దీర్ఘకాలంలో జరిగే ఉత్పత్తి (OM_3), అతిస్వల్ప కాలిక ఉత్పత్తి (OM_1) మరియు స్వల్ప కాలిక ఉత్పత్తి కన్నా (OM_2) ఎక్కువగా ఉంటుంది.

9.4.4 అతి దీర్ఘ కాలం

అతి దీర్ఘ కాలంలో సప్లయ్, డిమాండ్‌లలో ఊహించ లేని మార్పులు సంభవిస్తాయి. కనుక ధర, ఉత్పత్తుల నిర్ణయం తెలుసుకొనటం కష్టం. అతిదీర్ఘ కాలన్నే సెక్యులర్ కాలం అని కూడా అంటారు. అతి దీర్ఘ కాలంలో జనాభా, మూలధనం, ఉత్పత్తి పద్ధతులు, సాంకేతిక పరిజ్ఞానం అలవాట్లు, అభిరుచులు మొదలైన వాటన్నిటిలో మార్పులు సంభవిస్తాయి

.

9.5 మార్కెట్ ధర - సహజ ధర

వస్తువు యొక్క విలువను ద్రవ్యరూపంలో ధర అంటారు. ధరను రెండు రకాలుగా విభజించవచ్చు.

1. మార్కెట్ ధర 2. సహజ ధర. మార్కెట్ ధరకు, సహజ ధరకు కొన్ని భేదాలు ఉన్నాయి.

1. మార్కెట్ ధర స్వల్ప కాలిక సమతౌల్య ధర. ఇది స్వల్ప కాలానికి సంబంధించినది. సహజ ధర దీర్ఘకాలిక సమతౌల్య ధర. కనుక ఇది దీర్ఘ కాలానికి సంబందించినది.
2. మార్కెట్ ధర ముఖ్యంగా డిమాండ్‌చే ప్రభావితం చేయబడుతుంది. సహజ ధర సప్లయిచే ప్రభావితం చేయబడుతుంది. డిమాండ్‌లో మార్పుల వల్ల మార్కెట్ ధర మారుతుంది. స్వల్ప కాలంలో సప్లయ్‌లో మార్పులు అంతగా ఉండవు. కాబట్టి సప్లయ్ ప్రభావం మార్కెట్ ధరపై అంతగా ఉండదు.
3. మార్కెట్ ధర ఒక నిర్ణీత కాలంలో నిర్ణయించ బడుతుంది. కాని సహజ ధర విషయంలో ఈ విధంగా ఉండదు. సహజ ధర ఊహాజనితమైనది.
4. ఉత్పత్తి వ్యయానికి మార్కెట్ ధరకు సంబంధం ఉండదు. ఉత్పత్తి వ్యయంలో మార్పులు మార్కెట్ ధరను ప్రభావితం చెయ్యవు. సహజ ధర మాత్రం ఉత్పత్తి వ్యయంచే ప్రభావితం అవుతుంది. ఉత్పత్తి వ్యయంలో మార్పులు వచ్చినట్లయితే సహజ ధరలో కూడా మార్పులు వస్తాయి.
5. మార్కెట్ ధర స్వల్పకాలిక, తాత్కాలికమైన అంశాలవల్ల ప్రభావితం అవుతుంది. కాని సహజ ధర దీర్ఘ కాలిక మరియు శాశ్వితమైన అంశాలచే ప్రభావితం అవుతుంది.
6. అన్ని వస్తువులకు మార్కెట్ ధర ఉంటుంది. కాని సహజ ధర అన్ని వస్తువులకూ ఉండదు. ఏ వస్తువులయితే పునరుత్పత్తికి ఉపయోగపడతాయో వాటికి మాత్రమే సహజ ధర ఉంటుంది. ఉదాహరణకు డైమండ్లకు మార్కెట్ ధర ఉండును గాని సహజ ధర ఉండదు. ఎందువలననగా డైమండ్లు సహాయంతో తిరిగి వస్తువులను తయారు చేయలేము. యంత్రాల సహాయంతో వస్తువులను తయారు చేయవచ్చు కనుక యంత్రాలకు సహజ ధర ఉంటుంది.

9.6 సారాంశం

అర్ధశాస్త్రంలో మార్కెట్‌కు విస్తృతమైన అర్ధం ఉంది. భౌగోళిక ప్రాంతాల పై ఆధారపడి మార్కెట్లను, స్థానిక మార్కెట్, జాతీయ మార్కెట్, అంతర్జాతీయ మార్కెట్ అని విభజిస్తారు. కాలంపై ఆధారపడి మార్కెట్లను అతిస్వల్ప,

స్వల్ప, దీర్ఘ, అతిదీర్ఘ కాలిక మార్కెట్లని వర్గీకరిస్తారు. పోటీని బట్టి పరిపూర్ణ పోటీ, అపరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్లని విభజిస్తారు. ధర నిర్ణయం సాధారణంగా డిమాండ్, సప్లయ్ శక్తులపై ఆధారపడి జరుగుతుంది.

9.7 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

1. సాధారణ పరిభాషలో మార్కెట్ అంటే వస్తువుల అమ్మకం, కొనుగోలు జరిగే ప్రదేశం. కాని అర్థశాస్త్రంలో కొనుగోలుదార్లు అమ్మకందార్లు ప్రత్యక్షంగా కాని, పరోక్షంగా కాని వస్తు సేవల, క్రయ, విక్రయ లావాదేవీలు పరిష్కారం చేసుకుంటే దానిని మార్కెట్ అంటారు.
2. మార్కెట్లను వివిధ రకాలుగా వర్గీకరించవచ్చు.
3. భౌగోళిక ప్రాంతాన్ని బట్టి మార్కెట్లను మూడు రకాలుగా వర్గీకరించవచ్చు. 1. స్థానిక మార్కెట్ 2. జాతీయ మార్కెట్ 3. అంతర్జాతీయ మార్కెట్
4. కాల వ్యవధిని బట్టి మార్కెట్లను నాలుగు విధాలుగా విభజింపవచ్చు. 1. అతిస్వల్ప కాల మార్కెట్ 2. స్వల్పకాల మార్కెట్ 3. దీర్ఘకాల మార్కెట్ 4. అతిదీర్ఘ కాల మార్కెట్
5. పోటీని ఆధారంగా చేసుకుని మార్కెట్లను రెండు విధాలుగా వర్గీకరించ వచ్చు. 1. పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్ 2. అపరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్ (ఏకస్వామ్యం, ఏకస్వామ్య పోటీ, ద్విదాధి పత్యం, పరిమిత స్వామ్యం మొదలైనవి అపరిపూర్ణ పోటీలో ముఖ్యమైనవి).
6. ధర నిర్ణయంలో కాల ప్రాముఖ్యత ఉన్నదని మార్షల్ వివరించాడు.
7. మార్షల్ కాలాన్ని నాలుగు విధాలుగా విభజించాడు. 1. అతిస్వల్ప కాలం. 2. స్వల్ప కాలం. 3. దీర్ఘ కాలం. 4. అతిదీర్ఘకాలం.
8. అతిస్వల్ప కాలాన్నే మార్కెట్ కాలమని అంటారు. ఈ కాలంలో డిమాండు కనుగుణంగా ధర మారుతుంది. సప్లయ్ మాత్రం స్థిరంగా ఉంటుంది.
9. స్వల్ప కాలంలో చర వ్యయాన్ని మార్చి సప్లయ్‌ని కొంత వరకు పెంచవచ్చు.
10. దీర్ఘ కాలంలో స్థిర వ్యయం, చర వ్యయాల రెంటిని మార్చవచ్చు. కాబట్టి డిమాండు కనుగుణంగా సప్లయ్‌ని మార్చవచ్చు.
11. అతిదీర్ఘ కాలాన్నే సెక్యులర్ కాలం అంటారు. ఈ కాలంలో డిమాండ్, సప్లయ్‌లలో మార్పులను అంచనా వెయ్యలేము.
12. అన్ని వస్తువులకు మార్కెట్ ధర ఉంటుంది. కాని తిరిగి ఉత్పత్తికి ఉపయోగపడే వస్తువులకే సహజ ధర ఉంటుంది.
13. ద్రవ్య రూపంలో వస్తు విలువను ధర అని అంటారు.
14. ధరను మార్కెట్ ధర, సహజ ధరలుగా వర్గీకరించవచ్చు.
15. మార్కెట్ ధర స్వల్పకాలిక ధర, సహజ ధర, దీర్ఘకాలిక ధర.
16. మార్కెట్ ధర ఎక్కువగా డిమాండ్‌చే ప్రభావితం చేయబడితే, సహజ ధర సప్లయిచే ప్రభావితం అవుతుంది.
17. మార్కెట్ ధర నిర్ణీత కాలంలో నిర్ణయించ బడుతుంది. కాని సహజ ధర ఊహాజనితమైనది.
18. మార్కెట్ ధర తాత్కాలికమైన అంశాలచే ప్రభావితం చేయబడితే, సహజ ధర శాశ్వత అంశాల వల్ల ప్రభావితం అవుతుంది.
19. ఉత్తత్తి వ్యయానికి, మార్కెట్ ధరకు సంబంధం ఉండదు. కాని సహజ ధర ఉత్పత్తి వ్యయంచే ప్రభావితం చేయబడుతుంది.

9.8 పదకోశం

1. ధర : వస్తు విలువను ద్రవ్యంలో చెప్పడం.

2. చర వ్యయాలు: ఉత్పత్తితో పాటు మారే వ్యయాలు

3. స్థిర వ్యయాలు : ఉత్పత్తితో పాటు మార్పుచెందని వ్యయాలు.

9.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I . సంక్షిప్త వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. అర్థశాస్త్రంలో మార్కెట్ అంటే ఏమిటో వివరించి, మార్కెట్ల వర్గీకరణను వివరించండి.
2. ధర నిర్ణయంలో కాల ప్రాముఖ్యాన్ని తెలపండి.

II సంక్షిప్త ప్రశ్నలు.

1. విస్తీర్ణాన్ని బట్టి మార్కెట్లను ఏ విధంగా విభజించవచ్చును.
2. కాలాన్ని బట్టి మార్కెట్లను ఏ విధంగా వర్గీకరించ వచ్చో తెలియజేయండి.
3. మార్కెట్ ధరకు, సహజ ధరకు గల తేడాలను పరిశీలించండి.

9.10 సిఫార్సుచేసిన పుస్తకాలు

1. Stonier & Hague	:	A Text Book of Economic Theory
2. P.N. Chopra	:	Business Economics
3. తెలుగు ఆకాడమి	:	వ్యాపార అర్థశాస్త్రం

భాగం - 10

పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్

విషయక్రమం

10.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు
10.1 విషయ పరిచయం
10.2 మార్కెట్ అర్ధం
10.3 పరిపూర్ణ పోటీ-నిర్వచనాలు
10.4 పరిపూర్ణ పోటీ లక్షణాలు
10.4.1 అధిక సంఖ్యలో కొనుగోలుదార్లు,అమ్మకందార్లు ఉంటారు
10.4.2 వస్తువులన్నీ ఏకజాతీయాలు
10.4.3 స్వేచ్ఛా ప్రవేశం,స్వేచ్ఛా నిష్క్రమణ
10.4.4 మార్కెట్ గూర్చి పూర్తి సమాచారం
10.4.5 ఉత్పత్తి కారకాలకు పూర్తి గమనశీలత
10.4.6 మార్కెట్ మొత్తం ఒకేధర
10.4.7 రవాణా ఖర్చులు ఉండవు
10.4.8 సంస్థ వేరు, పరిశ్రమ వేరు
10.5 పరిపూర్ణ పోటీలో సంస్థ సమతౌల్యం - నిబంధనలు
10.6 అధిక లాభాలు ఆర్జించే సంస్థ - స్వల్పకాలిక సమతౌల్యం
10.7 నష్టాలు ఆర్జించే సంస్థ - స్వల్పకాలిక సమతౌల్యం
10.8 సంస్థ దీర్ఘకాలిక సమతౌల్యం
10.9 పరిపూర్ణ పోటీలో పరిశ్రమ సమతౌల్యం
10.10 పట్టిక ద్వారా పరిశ్రమ సమతౌల్యం వివరణ
10.11 రేఖా పటం ద్వారా వివరణ
10.12 సప్లయ్ స్థిరంగా ఉండి, డిమాండ్ మారితే ధర నిర్ణయం
10.13 డిమాండ్ స్థిరంగా ఉండి, సప్లయ్ మారితే ధర నిర్ణయం
10.14 సప్లయ్, డిమాండ్‌లు మారినపుడు ధర నిర్ణయం
10.15 సారాంశం
10.16 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు
10.17 పదకోశం
10.18 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు
10.19 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

10.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

ఈ భాగంలో పరిపూర్ణ పోటి మార్కెట్ లక్షణాలు, ధర నిర్ణయం, సంస్థ మరియు పరిశ్రమ సమతౌల్యం గూర్చి వివరించడం జరిగింది. ఈ భాగాన్ని పూర్తి చేసే సరికి మీరు క్రింది విషయాలను గురించి అవగాహన చేసుకుంటారు.

* పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్ లక్షణాలు
* పరిపూర్ణ పోటీలో ధర నిర్ణయం
* పరిపూర్ణ పోటీలో సంస్థ స్వల్పకాలిక, దీర్ఘకాలిక సమతౌల్యం
* పరిపూర్ణ పోటీలో పరిశ్రమ సమతౌల్యం

10.1 విషయ పరిచయం

అర్ధశాస్త్రంలో మార్కెట్‌కు అతి ప్రాముఖ్యమైన స్థానం ఉంది. ఏ వస్తువు యొక్క ధర నిర్ణయమైన మార్కెట్ పైనే ఆధారపడి ఉంటుంది. కొనుగోలుకు సంబంధించి, ఉత్పత్తికి సంబంధించిన నిర్ణయాలు మార్కెట్ పైనే ఆధారపడి ఉంటాయి. ప్రస్తుతం మార్కెట్‌లలోని పరిపూర్ణ పోటిని గురించి తెలుసుకుందాం.

10.2 మార్కెట్ అర్ధం

సాధారణ భాషలో మార్కెట్ అంటే వస్తువులను కొనుగోళ్ళు, అమ్మకాలు జరిగే ప్రదేశం అని అర్ధం. కాని అర్ధశాస్త్ర పరిభాషలో మార్కెట్ విస్తృత పరిధిలో ఉపయోగిస్తారు. కొనుగోలుదార్లు, అమ్మకం దార్లు ప్రత్యక్షంగా కాని, పరోక్షంగా కాని క్రమ, విక్రయ లావాదేవీలు పరిష్కరించు కోవటమే మార్కెట్ . పోటి స్వభావంపై ఆధారపడి మార్కెట్‌ను పరిపూర్ణ పోటి మార్కెట్ అని, అపరిపూర్ణ పోటి మార్కెట్ అని రెండు రకాలుగా విభజించవచ్చు. ప్రస్తుతం మనం పరిపూర్ణ మార్కెట్ గురించి తెలుసుకుందాం.

10.3 పరిపూర్ణ పోటి - నిర్వచనాలు

లిప్ట్ విచ్ (Liftwitch) ప్రకారం, ఏ మార్కెట్ నందైతే అధిక సంస్థలు ఉండి, ఒకే రకమైన వస్తువులను ఉత్పత్తి చేస్తూ, ఒక సంస్థ ప్రభావం మార్కెట్ ధరపై ఉండదో దానిని పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్ అంటారు.

శ్రీమతి జోన్ రాబిన్‌సన్ (Mrs. Joan Robinson) ప్రకారం, ప్రతి ఒక్క ఉత్పత్తిదారుని చేత ఉత్పత్తి చేయబడిన వస్తువులకు పూర్తి వ్యాకోచ డిమాండ్ ఉంటే పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్ ఉందని చెప్పవచ్చు.

10.4 పరిపూర్ణ పోటి లక్షణాలు

పరిపూర్ణ పోటి మార్కెట్ కొన్ని లక్షణాలను కలిగి ఉంటుంది. ఆ విధమైన లక్షణాలు ఉన్నప్పుడే ఆ మార్కెట్‌ను పరిపూర్ణ మార్కెట్ అంటాము. పరిపూర్ణ పోటి లక్షణాలను గురించి తెలుసుకుందాం.

10.4.1 అధిక సంఖ్యలో కొనుగోలుదార్లు, అమ్మకందార్లు

సంపూర్ణ పోటీలో అధిక సంఖ్యలో కొనుగోలుదార్లు అమ్మకందార్లు ఉంటారు. కాబట్టి ఏ ఒక కొనుగోలుదారుని లేదా అమ్మకందారుని ప్రవర్తనలో వచ్చిన మార్పు వల్ల వస్తువు ధర ప్రభావితం కాదు. అంటే ఏ ఒక్క ఉత్పత్తిదారుడు లేదా అమ్మకందారుడు ధరను ప్రభావితం చెయ్యలేడు.

10.4.2 వస్తువులన్నీ ఏక జాతీయాలు

పరిపూర్ణ పోటీలో ఉత్పత్తి అయ్యే వస్తువులు ఏక జాతీయంగా ఉంటాయి. వస్తు పరిమాణంలోను నాణ్యతలోను మార్పు ఉండదు. అందువల్ల కొనుగోలుదారుడు ఎవరి వద్ద కొనుగోలు చేసినా ఒకే విధమైన వస్తువులు లభ్యమవుతాయి.

10.4.3 స్వేచ్ఛా ప్రవేశం,స్వేచ్ఛా నిష్క్రమణ

పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో కొత్త సంస్థలు మార్కెట్‌లోనికి ప్రవేశించటానికి, ఉన్న సంస్థలు మార్కెట్ నుంచి బయటకు వెళ్లటానికి స్వేచ్ఛ ఉంటుంది. ఉన్న సంస్థలు అధిక లాభాలను ఆర్జిస్తుంటే, కొత్త సంస్థలు పరిశ్రమలోనికి ప్రవేశిస్తాయి. సంస్థలకు నష్టాలు వస్తూంటే, ఉన్న సంస్థలు పరిశ్రమను విడిచి పోతాయి. అందువల్ల పరిశ్రమలోని సంస్థలన్నీ దీర్ఘకాలంలో సాధారణ లాభాలను పొందుతూ ఉంటాయి.

10.4.4 మార్కెట్‌ను గూర్చి పూర్తి సమాచారం

మార్కెట్‌ను గూర్చి పూర్తి సమాచారం కొనుగోలుదారులకు అమ్మకందారులకు తెలిసి ఉంటుంది. అంటే కొనుగోలుదారునికి వస్తువు ధర ఎంత? అనే విషయం, అదేవిధంగా అమ్మే వ్యక్తులకు వస్తువులను ఎంతకు అమ్మాలనే విషయం తెలిసి ఉంటుంది.

10.4.5 ఉత్పత్తి కారకములకు పూర్తి గమనశీలత

పరిపూర్ణమైన పోటీలో శ్రమ, మూలధనం మొదలైన ఉత్పత్తి కారకాలు, ఒక పరిశ్రమ నుంచి వేరొక పరిశ్రమకు, ఒక ప్రాంతం నుంచి వేరొక ప్రాంతమునకు తరలి పోవుటకు పూర్తిగా అవకాశం ఉంటుంది. కాబట్టి ఉత్పత్తి కారకాలు తక్కువ ప్రతిఫలం పొందే ప్రాంతాలనుంచి అధిక ప్రతి ఫలం పొందే ప్రాంతాలకు తరలి వెళ్తాయి.

10.4.6 మార్కెట్ మొత్తం ఒకేధర

ఈ పోటీ మార్కెట్‌లో ఉత్పత్తి అయ్యే వస్తువులన్నీ పరిమాణంలోనూ, నాణ్యతలోనూ ఒకేవిధంగా ఉండటం వల్ల, వాటి ధరలు కూడా మార్కెట్ అంతా ఒకే విధంగా ఉంటాయి.

10.4.7 రవాణా ఖర్చులు

వస్తువులను ఒక ప్రాంతం నుంచి వేరొక ప్రాంతానికి తరలించటానికి అయ్యే రవాణా ఖర్చులు ఈ మార్కెట్‌లో ఉండవు. రవాణా ఖర్చులు ఉంటే ఆమేరకు వస్తువుల ధరలు పెరుగుతాయి. కాని పరిపూర్ణ మార్కెట్‌లో వస్తువుల ధరలు ఒకేవిధంగా ఉండాలంటే రవాణా ఖర్చులు ఉండరాదు

10.4.8 సంస్థవేరు, పరిశ్రమ వేరు

పరిపూర్ణ పోటీలో సంస్థవేరు, పరిశ్రమ వేరుగా ఉంటాయి. వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయు యూనిట్‌ను సంస్థ అంటారు. అనేక సంస్థల సమూహాన్ని పరిశ్రమగా చెప్పవచ్చు.

10.5 పరిపూర్ణ పోటీలో సంస్థ సమతౌల్యం - నిబంధనలు

పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో సంస్థ సమతౌల్యంలో ఉండాలంటే ఈ క్రింది నిబంధనలు కలిగి ఉండాలి.

1. సంస్థ యొక్క ఉపాంత వ్యయం, ఉపాంత రాబడికి (MC=MR) సమానంగా ఉండాలి. ఈ రెండు సమానమైన దగ్గర ధర నిర్ణయించబడుతుంది.

2. ఉపాంత వ్యయరేఖ, ఉపాంత రాబడి రేఖను ఎడమవైపు నుంచి లేదా క్రింద వైపునుండి ఖండించుకోవాలి. కనుక ఉపాంత వ్యయ రేఖ పెరిగే దశ నందు సంస్థ సమతౌల్యం పొందుతుంది.

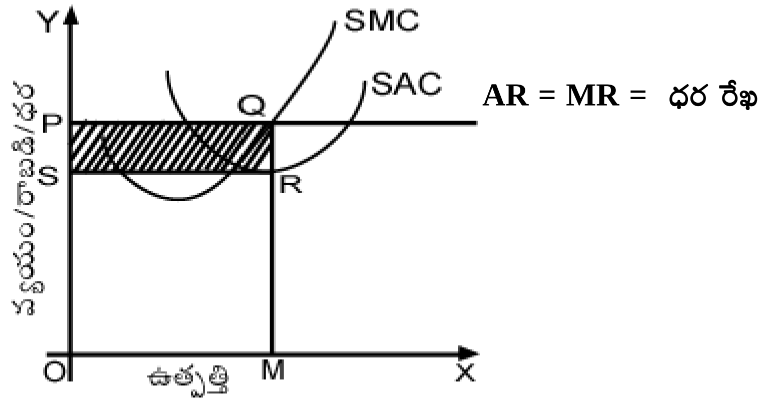
3. ప్రతి సంస్థ యొక్క ఉద్దేశం గరిష్ట లాభార్జన.

10.6. అధిక లాభాల ఆర్జించే సంస్థ- స్వల్పకాలిక సమతౌల్యం

పరిపూర్ణ పోటీలో స్వల్పకాలంలో సంస్థలు అధిక లాభాలను లేదా నష్టాలను లేదా సామాన్య లాభాలనైనా ఆర్జించవచ్చు. స్వల్పకాలంలో అధిక లాభాలను పొందుతూ, సమతౌల్యంలో ఉండే సంస్థను రేఖాపటం 10.1లో చూపటం జరిగింది.

రేఖాపటం - 10.1

అధిక లాభాలు ఆర్జించే సంస్థ



రేఖా పటం - 10.1లో X అక్షంపై ఉత్పత్తిని, Y అక్షంపై వ్యయం, రాబడి, ధరను గుర్తించడమైంది. పరిపూర్ణ పోటీలో సగటు రాబడి (AR) మరియు (MR) ఉపాంతరాబడి సమానంగా ఉంటాయి. ఎందుకంటే వస్తువుల ధర మార్కెట్ మొత్తం మీద ఒకే విధంగా ఉంటుంది. కాబట్టి AR రేఖ, MR రేఖగా ఉండి X అక్షానికి సమాంతరంగా ఉంటుంది. స్వల్ప కాలిక ఉపాంత వ్యయరేఖ (SMC), ఉపాంత రాబడి రేఖ (MR)ను Q బిందువు వద్ద ఖండించుచున్నది. అంటే MC, MRలు సమానంగా ఉన్నవి. సంస్థ Q అనే బిందువు వద్ద సమతౌల్యంలో ఉంది. పై రేఖా పటం 10.1లో OPQM మొత్తం రాబడి కాగా OSRM మొత్తం వ్యయం. మొత్తం రాబడిలో మొత్తం వ్యయం పోగా మిగిలేవి లాభాలు.

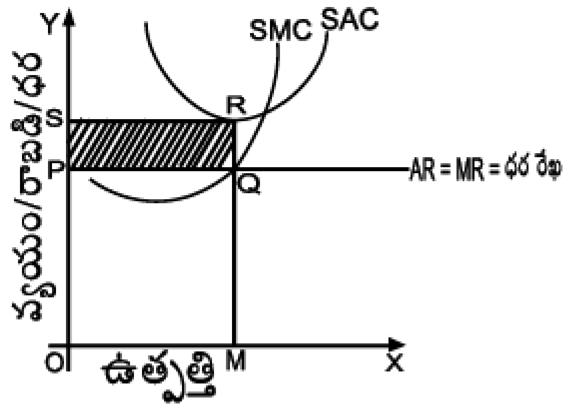
OPQM − OSRM = PQRS = లాభాలు

10. 7 నష్టాలు అర్జించే సంస్థ - స్వల్పకాలిక సమతౌల్యం

స్వల్ప కాలంలో కొన్ని సంస్థలు నష్టాలను పొందవచ్చు. నష్టాలు ఆర్జిస్తూ, సమతౌల్యంలో ఉండే సంస్థను క్రింది రేఖా పటం 10.2 తెలియజేస్తుంది.

రేఖాపటం - 10.2

నష్టాలు ఆర్జించే సంస్థ



రేఖా పటం 10.2లో X అక్షంపైన ఉత్పత్తిని, Y అక్షంపై వ్యయం, రాబడి, ధరను గుర్తించడమైనది. Q బిందువు వద్ద SMC మరియు MR రేఖలు ఖడించుకున్నాయి లేదా సమానమైనాయి. కావున Q బిందువు సమతౌల్యాల బిందువు. ఈ స్థితిలో సగటు వ్యయం (SAC), సగటు రాబడి (AR) కంటే ఎక్కువగా ఉంది. సమతౌల్య ఉత్పత్తి OM, సమతౌల్య ధర OP. సంస్థ మొత్తం రాబడి OPQM కాగా OSRM మొత్తం వ్యయం. మొత్తం రాబడి కంటే మొత్తం వ్యయం ఎక్కువగా ఉంది, కాబట్టి సంస్థ PQRS పరిమాణంలో నష్టాలు ఆర్జిస్తుంది.

OSRM−OPQM=PQRS= నష్టాలు

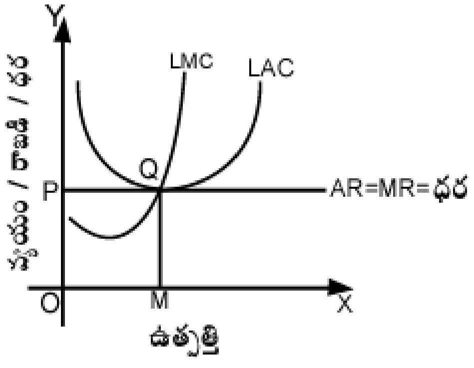
స్వల్పకాలంలో సామాన్య లాభాలను పొందే స్థితిని కూడా వివరించవచ్చు. సంస్థ మొత్తం రాబడి, మొత్తం వ్యయంతో సమానంగా ఉంటే సామాన్య లాభాలను ఆర్జిస్తున్నట్లు చెప్పవచ్చు.

10.8 సంస్థ దీర్ఘకాలిక సమతౌల్యం

పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో, పరిశ్రమలోనికి స్వేచ్ఛా ప్రవేశం, స్వేచ్ఛా నిష్క్రమణ ఉంటుంది. కాబట్టి సంస్థలు దీర్ఘకాలంలో అధిక లాభాలు, నష్టాలు కాకుండా సామాన్య లాభాలు ఆర్జిస్తాయి. సంస్థ దీర్ఘ కాలంలో సగటు వ్యయం, సగటు రాబడికి సమానంగా ఉంటుంది. కాబట్టి సామాన్య లాభాలను పొందుతూ ఉంటాయి. క్రింది రేఖా పటం-10.3లో సంస్థ దీర్ఘకాలిక సమతౌల్యాన్ని చూపడం జరిగింది.

రేఖాపటం - 10.3

సంస్థ దీర్ఘకాలిక సమతౌల్యం



పై రేఖా పటం 10.3 లో X అక్షంపై ఉత్పత్తిని, Y అక్షంపై వ్యయం రాబడి, ధరలను గుర్తించడం జరిగింది. సమతౌల్య బిందువు Q వద్ద సగటు వ్యయం, సగటు రాబడులు సమానంగా ఉన్నాయి. ఈ స్థితిలో సంస్థ మొత్తం వ్యయం మరియు మొత్తం రాబడి కూడా OM PQ గా అంటే సమానంగా ఉన్నాయి. కాబట్టి సంస్థ దీర్ఘకాలంలో సాధారణ లాభాలను మాత్రమే పొందగలదు. ఏ సంస్థ మొత్తం రాబడి మొత్తం వ్యయానికి సమానంగా ఉంటుందో ఆ సంస్థ సామన్య లాభాలు ఆర్జిస్తున్నట్లుగా చెప్పవచ్చు.

10.9 పరిపూర్ణ పోటీలో పరిశ్రమ సమతౌల్యం

సంస్థల కలయికే పరిశ్రమ. సంస్థ సమతౌల్య నిబంధనలు, పరిశ్రమ నిబంధనలు భిన్నంగా ఉంటాయి. ప్రస్తుతం మనం పరిపూర్ణ పోటీలో పరిశ్రమ సమతౌల్య నిబంధనలను గురించి తెలుసుకుందాం.

పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో పరిశ్రమ సమతౌల్యంలో ఉండాలంటే క్రింది నిబంధనలు ఉండాలి.

1. పరిశ్రమలోకి సంస్థలు రావాలని కాని, ఉన్న సంస్థలు బయటకు పోవాలనే ఉద్దేశం ఉండ కూడదు.
2. పరిశ్రమ లోని సంస్థలన్నీ సమతౌల్యంలో ఉండాలి.
3. పరిశ్రమలోని సంస్థలయొక్క సగటు రాబడి = సగటు వ్యయం = ఉపాంతరాబడి = ఉపాంత వ్యయంగా ఉండాలి.అంటే సంస్థలన్నీ సామాన్య లాభాలను ఆర్జిస్తూ సమతౌల్యంలో ఉండాలి.
4. పరిశ్రమ సమతౌల్యం డిమాండు, సప్లయ్ శక్తులపై ఆధారపడి నిర్ణయమవుతుంది.

10.10 పట్టిక ద్వారా పరిశ్రమ సమతౌల్య వివరణ

పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో ధర నిర్ణయం,ఉత్పత్తి నిర్ణయం డిమాండు, సప్లయ్ శక్తులపై ఆధారపడి జరుగుతుంది. డిమాండు, సప్లయ్ పరిమాణాలను తీసుకొని, ధర నిర్ణయం జరిగే విధానాన్ని క్రింది పట్టికలో చూపటం జరిగింది.

వివిధ ధరల వద్ద డిమాండు, సప్లయ్ పరిమాణాలు

ధర (రూ॥లలో)	డిమాండ్	సప్లయ్
5-00	200	600
4-00	300	500
3-00	400	400
2-00	500	300
1-00	600	200

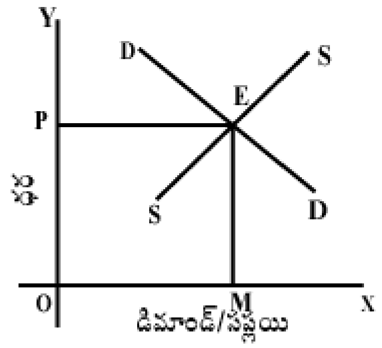
పై పట్టికను బట్టి వస్తుధర పెరుగుతుంటే డిమాండ్ తగ్గుతుందని, వస్తు ధర తగ్గితే డిమాండ్ పెరుగుతుందని, వస్తు ధరకు, డిమాండ్‌కు విలోమ సంబంధం ఉందని తెలుస్తుంది. ధరకు సప్లయ్‌కు గల సంబంధాన్ని పరిశీలిస్తే ధర పెరిగితే సప్లయ్ పెరుగుతుందని, ధర తగ్గితే సప్లయ్, తగ్గుతుందని పట్టిక తెలియజేస్తుంది. అంటే ధరకు, సప్లయ్‌కి గల సంబంధం అనులోమ సంబంధం. ధర రూ॥ 3/- ఉన్నప్పుడు సప్లయ్ డిమాండ్‌లు సమానంగా అంటే 400గా ఉన్నాయి. కావున అక్కడ సమతౌల్యం ఏర్పడుతుంది. ఎందుకంటే ఎక్కడ డిమాండు, సప్లయ్‌లు సమానంగా ఉంటాయో అక్కడ పరిశ్రమ సమతౌల్యంలో ఉంటుంది.

10.11. రేఖా పటం ద్వారా వివరణ

సంపూర్ణ పోటీలో ధర, ఉత్పత్తులు ఏ విధంగా నిర్ణయించ బడతాయో క్రింది రేఖా పటం 10.4 తెలియజేస్తుంది.

రేఖాపటం - 10.4

పరిశ్రమ సమతౌల్యం



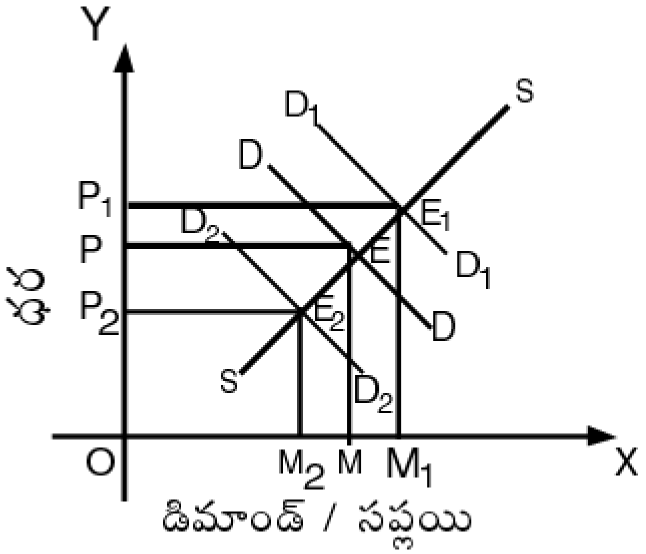
పై రేఖా పటం - 10.4లో X అక్షంపై డిమాండు/సప్లయ్‌లను, Y అక్షం పై ధరను తీసుకోవటం జరిగింది. DD డిమాండ్ రేఖ, SS సప్లయ్ రేఖ. డిమాండ్ మరియు సప్లయ్ రేఖలు E అనే బిందువు వద్ద ఖండించుకున్నాయి. కాబట్టి E బిందువు సమతౌల్య బిందువు. కాబట్టి సమతౌల్య ధర OP, సమతౌల్య ఉత్పత్తి OMగా నిర్ణయమైనది.

10.12 సప్లయ్ స్థిరంగా ఉండి, డిమాండ్ మారితే ధర నిర్ణయం

పరిపూర్ణ పోటీలో సప్లయ్ స్థిరంగా ఉండి, డిమాండ్ పెరిగితే వస్తువు ధర పెరుగుతుంది. డిమాండ్ తగ్గితే వస్తువు ధర తగ్గుతుంది. ఈ విషయాన్ని ఈ క్రింది రేఖా పటం 10.5 ద్వారా వివరించవచ్చు.

రేఖాపటం - 10.5

సప్లయ్ స్థిరం, డిమాండులో మార్పు



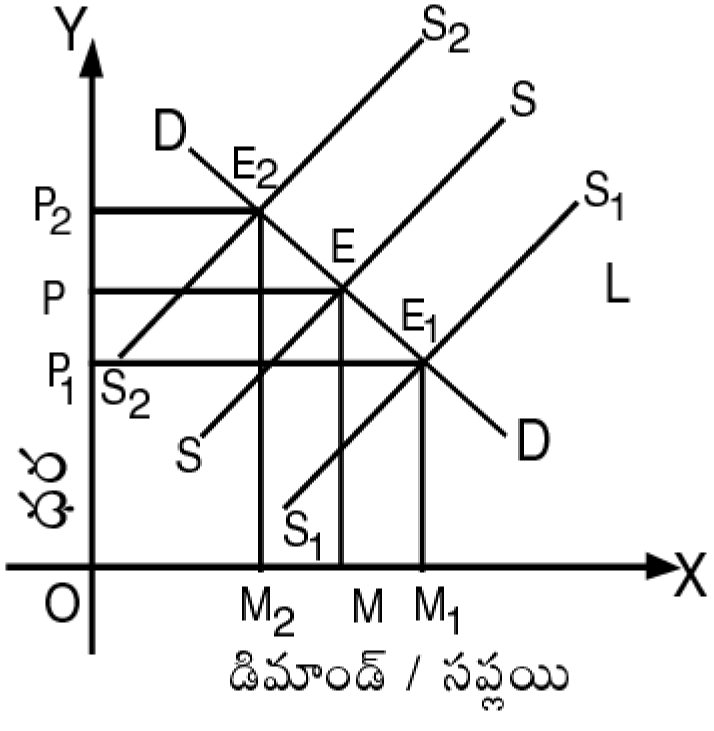
రేఖా పటం-10.5లో డిమాండ్ రేఖ DD నుంచి D_1D_1 కి పెరిగింది. పెరిగిన డిమాండ్ రేఖ, స్థిరంగా ఉన్న S S అనే సప్లయ్ రేఖను E_1 అనే బిందువు వద్ద సమానమైనవి. కాబట్టి ధర OP నుంచి OP_1 కు పెరిగింది. ఉత్పత్తి కూడా OM నుంచి OM_1 కు పెరిగింది. ప్రస్తుతం డిమాండ్ రేఖ DD నుంచి D_2D_2 కు తగ్గిందని భావిస్తే సప్లయ్, డిమాండ్‌లు E_2 బిందువు వద్ద సమానమైనవి. కనుక ధర OP నుంచి OP_2 కు తగ్గింది. ఉత్పత్తి కూడా OM నుంచి OM_2 కు తగ్గింది.

10.13 డిమాండ్ స్థిరంగా ఉండి, సప్లయ్ మారితే ధర నిర్ణయం

పరిపూర్ణ పోటీలో డిమాండ్ స్థిరంగా ఉండి సప్లయ్ పెరిగితే, వస్తువు యొక్క ధర తగ్గుతుంది. సప్లయ్ తగ్గితే వస్తువు ధర పెరుగుతుంది. ఈ విషయాన్ని ఈ క్రింది రేఖా పటం - 10.6 ద్వారా చూపవచ్చు.

రేఖాపటం - 10.6

డిమాండు స్థిరం, సప్లయ్‌లో మార్పు

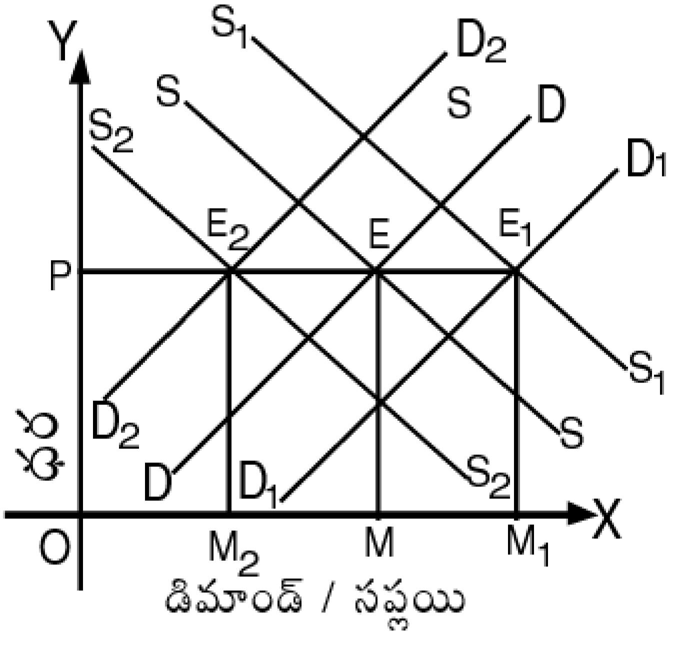


పై రేఖా పటం 10.6లో సప్లయ్ రేఖ SS నుంచి S_1S_1కు పెరిగితే, పెరిగిన సప్లయ్ రేఖ స్థిరంగా ఉన్న డిమాండ్ రేఖను E_1 అనే బిందువు వద్ద ఖండించుకుంది. కాబట్టి ధర OP నుంచి OP_1 తగ్గింది. సప్లయ్ SS నుంచి S_2S_2 కు తగ్గితే సప్లయ్ రేఖ స్థిరంగా ఉన్న డిమాండ్ రేఖ E_2 అనే బిందువు వద్ద సమానం అయినవి. కనుక ధర OP నుంచి OP_2 కు పెరుగుతుంది.

10.14 సప్లయ్, డిమాండ్ల మారితే ధర నిర్ణయం

పరిపూర్ణపోటీ మార్కెట్‌లో సప్లయ్, డిమాండ్‌లు ఒకే విధంగా మారితే ధర స్థిరంగా ఉంటుంది. ఈ విషయాన్ని ఈ క్రింది రేఖా పటం - 10.7 ద్వారా చూపవచ్చు. సప్లయ్, డిమాండ్‌లు రెండూ సమానంగా మారినపుడు ధర నిర్ణయం రేఖా పటం - 10.7 తెలియజేస్తుంది.

రేఖా పటం - 10.7



సప్లయ్, డిమాండ్‌లు రెండూ సమానంగా పెరిగితే, సమతౌల్యం బిందువు $D_1D_1 = S_1S_1$ గా ఉన్న E_1. ఈ స్థితిలో ధర మారదు కాని డిమాండ్ సప్లయ్‌లు OM నుంచి OM_1 కి పెరుగుతాయి. సప్లయ్ డిమాండ్లు రెండూ సమానంగా తగ్గితే, సమతౌల్య బిందువు E_2 ($D_2D_2 = S_2S_2$). ధర మారదు కాని డిమాండు, సప్లయిలు తగ్గుతాయి.

10.15 సారాంశం

పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో ఒక వస్తువు యొక్క ధర మార్కెట్ మొత్తం ఒకే విధంగా ఉంటుంది. సంపూర్ణ పోటీ మిధ్య. మనకు వాస్తవికంగా కన్పించే విషయం కాదు. సంపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో వస్తువు ధర, సగటు రాబడి, ఉపాంత రాబడులు సమానంగా ఉండి, ఈ రేఖలు X అక్షానికి సమాంతరంగా ఉంటాయి. సంస్థ సమతౌల్యం ఉపాంత వ్యయం = ఉపాంత రాబడి అయితే, పరిశ్రమ సమతౌల్యం డిమాండు = సప్లయ్. పరిశ్రమ సమతౌల్యంలో ఉండాలంటే, పరిశ్రమలోని సంస్థలన్నీ సమతౌల్యంలో ఉండాలి.

10.16 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

1. పోటి స్వభావాన్ని బట్టి మార్కెట్లను పరిపూర్ణ పోటి మార్కెట్, అపరిపూర్ణ పోటి మార్కెట్ అని రెండు విధాలుగా వర్గీకరించవచ్చు.

2. పరిపూర్ణ పోటీకి సంబంధించి లిఫ్ట్‌విచ్, జోన్ రాబిన్‌సన్‌లు నిర్వచనాలు ఇచ్చారు.
3. పరిపూర్ణ పోటీలో అధిక సంఖ్యలో అమ్మకందార్లు, కొనుగోలుదార్లు ఉండి, వస్తువులన్నీ ఏకజాతీయంగా ఉంటాయి. ఈ పోటీలో సంస్థల స్వేచ్ఛా ప్రవేశం, నిష్క్రమణ ఉంటుంది. ధర మార్కెట్ మొత్తం ఒకే విధంగా ఉండి, మార్కెట్ సమాచారం పూర్తిగా తెలిసి, ఉత్పత్తి కారకాలలో గమనశీలత ఉంటుంది. ఈ మార్కెట్‌లో సంస్థ వేరు, పరిశ్రమ వేరు.
4. వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయు యూనిట్‌ను సంస్థ అని, సంస్థల సమూహాన్ని పరిశ్రమని అంటారు. నిలకడగా ఉండే స్థితిని సమతౌల్యం అంటారు.
5. పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో సంస్థ సమతౌల్యంలో ఉండటానికి కొన్ని నిబంధనలు ఉండటం. అందులో అతి ముఖ్యమైనది ఉపాంత వ్యయం, ఉపాంత రాబడికి సమానంగా ఉండాలి.
6. సంపూర్ణ పోటి మార్కెట్‌లో సంస్థలు స్వల్పకాలంలో అధిక లాభాలను లేదా నష్టాలను లేదా సామాన్య లాభాలను పొందవచ్చు. కాని దీర్ఘకాలంలో అన్ని సంస్థలు సామాన్య లాభాలను మాత్రమే ఆర్జిస్తాయి.
7. పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో, పరిశ్రమ సమతౌల్యాన్ని పొందటానికి కొన్ని నిబంధనలు ఉండాలి. పరిశ్రమ సామాన్య లాభాలను మాత్రమే పొందును. ఎందుకంటే పరిశ్రమ సమతౌల్యంలో ఉన్నప్పుడు ఉపాంత వ్యయం, ఉపాంత రాబడి, సగటు వ్యయం, సగటు రాబడి సమానంగా ఉంటాయి.

10.17 పదకోశం

1. **ఉత్పత్తి దారుని సమతౌల్యం:** ఉత్పత్తిదారుడు గరిష్ఠలాభాలను ఆర్జించే స్థితి.
2. **అపరిపూర్ణ పోటీ :** పరిపూర్ణపోటీకి భిన్నమైన పరిస్థితి.

10.18 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. పరిపూర్ణ పోటి అనగా ఏమి? ఈ మార్కెట్‌లో ధర ఏ విధంగా నిర్ణయిచబడునో తెల్పుము.
2. సంపూర్ణ పోటి మార్కెట్‌లో సంస్థ, పరిశ్రమ సమతౌల్యాలను గూర్చి పరిశీలించుము.

II. సంక్షిప్త వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. సంపూర్ణ పోటి మార్కెట్ లక్షణాలను పరిశీలించండి.
2. పరిపూర్ణ పోటి మార్కెట్‌లో సంస్థ సమతౌల్యం గూర్చి వ్రాయండి.
3. సంపూర్ణ పోటిలో పరిశ్రమ సమతౌల్యం గూర్చి చర్చించండి.

III. సంక్షిప్త ప్రశ్నలు

1. పరిపూర్ణ పోటి లక్షణాలు
2. పరిపూర్ణ పోటిలో సంస్థ సామాన్య లాభాల స్థితి

10.19 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

1.	Dean Joel	:	Managerial Economics
2.	Stonier & Hague	:	A Text Book of Economic Theory
3.	తెలుగు అకాడమి	:	వ్యాపార అర్ధశాస్త్రం.

భాగం - 11 ఏకస్వామ్యం, ఏకస్వామ్య పోటీ పరిమిత స్వామ్యం

విషయక్రమం

11.0 ఉద్దేశాలు - లక్ష్యాలు
11.1 ఏకస్వామ్యం - అర్థం
11.2 ఏకస్వామ్య లక్షణాలు
11.2.1 ఒక్కడే ఉత్పత్తి దారుడు
11.2.2 దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు ఉండవు
11.2.3 సంస్థ, పరిశ్రమ ఒకటే
11.2.4 స్వేచ్ఛా ప్రవేశం లేదు
11.2.5 ఉత్పత్తి లేదా ధరలో ఒకదానిపై మాత్రమే అధికారం ఉండుట
11.2.6 రాబడి రేఖలు క్రిందకు వాలి ఉండుట
11.3 ధర మరియు ఉత్పత్తి నిర్ణయం - నిబంధనలు
11.4 రేఖా పటం ద్వారా వివరణ
11.5 వ్యయాలు పెరిగేటప్పుడు, స్థిరంగా ఉన్నప్పుడు, తగ్గినప్పుడు ధర నిర్ణయం
11.6 ఏకస్వామ్య ధర - డిమాండు వ్యాకోచం
11.7 ఏకస్వామ్యంలో ధర విచక్షణ
11.8 ధర విచక్షణలోని రకాలు
11.8.1 వ్యక్తిగత ధర విచక్షణ
11.8.2 ప్రాంతాన్నిబట్టి ధర విచక్షణ
11.8.3 వ్యాపార ధర విచక్షణ
11.9 ధర విచక్షణకు ఉండవలసిన నిబంధనలు
11.9.1 ఒకటి కంటే ఎక్కువ మార్కెట్లు
11.9.2 వివిధ డిమాండ్ వ్యాకోచాలు
11.10 విచక్షణాత్మక ఏకస్వామ్యంలో ధర మరియు ఉత్పత్తి నిర్ణయం
11.11 రేఖా పటం ద్వారా వివరణ
11.12 ధర విచక్షణ - A.C. పిగూ వర్గీకరణ

11.13 ధర విచక్షణ వల్ల ప్రయోజనాలు
11.14 ఏకస్వామ్యంలో రకాలు
11.14.1 చట్టబద్ధమైన ఏకస్వామ్యం
11.14.2 సహజమైన ఏకస్వామ్యం
11.14.3 సాంఘిక లేదా ప్రభుత్వ ఏకస్వామ్యం
11.14.4 కృత్రిమ ఏకస్వామ్యం
11.14.5 విచక్షణాత్మక ఏకస్వామ్యం
11.14.6 సాంకేతిక ఏకస్వామ్యం
11.15 పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్, ఏకస్వామ్యానికి తేడాలు
11.16 ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్ (అసంపూర్ణ పోటి మార్కెట్) స్వభావం
11.17 ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్ లక్షణాలు
11.17.1 ఎక్కువ సంఖ్యలో ఉత్పత్తి సంస్థలు
11.17.2 వస్తు భిన్నత్వం
11.17.3 స్వేచ్ఛా ప్రవేశం, నిష్క్రమణ
11.17.4 మిగులు, శక్తి
11.17.5 అమ్మకపు వ్యయాలు
11.18 ఏకస్వామ్య పోటీలో స్వల్పకాలిక సంస్థ సమతౌల్యం
11.19 దీర్ఘకాలిక సమతౌల్యం
11.20 పరిపూర్ణ పోటీకి, ఏకస్వామ్య పోటీకి గల భేధం
11.21 ఏకస్వామ్యానికి, ఏకస్వామ్య పోటీకి గల భేధం
11.22 పరిమిత స్వామ్యం
11.23 పరిమితస్వామ్య లక్షణాలు
11.23.1 పరస్పర ఆధారం
11.23.2 అనిశ్చితంగా ఉండే డిమాండు రేఖ
11.23.3 అమ్మకపు వ్యయాల ప్రాముఖ్యం
11.23.4 ఏకస్వామ్య ప్రవృత్తి
11.23.5 ధర ధృడత్వం
11.24 పరిమితస్వామ్యంలో ధర నిర్ణయం - రకాలు
11.24.1 సంస్థ స్వతంత్రంగా ధర నిర్ణయించటం.

11.24.2 సంస్థలు ఒక అంగీకారం ద్వారా ధర నిర్ణయించటం

11.24.3 ధర నిర్ణయంలో ఒక సంస్థ నాయకత్వం వహించటం

11.25 రేఖా పటం ద్వారా వివరణ

11.26 సారాంశం

11.27 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

11.28 పదకోశం

11.29 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

11.30 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

11.0 ఉద్దేశాలు - లక్ష్యాలు

అసంపూర్ణ పోటీ మార్కెట్ లోని ముఖ్య భాగాలైన ఏకస్వామ్యం, ఏకస్వామ్య పోటీ, పరిమిత స్వామ్యాలను ఈ భాగంలో చర్చించటం జరిగింది. ఏకస్వామ్యం, ఏకస్వామ్యంలో రకాలు, విచక్షణాత్మక ఏకస్వామ్యం, ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్‌లో సంస్థ సమతౌల్యం, పరిమిత స్వామ్యంలో ధర నిర్ణయం మొదలైన అంశాలను ఈ భాగంలో వివరించడం జరిగింది. ఈ భాగం పూర్తయ్యేసరికి మీరు క్రింది అంశాలు అవగాహన చేసుకుంటారు.

* ఏక స్వామ్యం, ఏకస్వామ్య పోటీ, పరిమిత స్వామ్య మార్కెట్లంటే ఏమిటి ?
* ఏకస్వామ్యంలో ధర, ఉత్పత్తి నిర్ణయం
* ఏకస్వామ్యంలో ధర విచక్షణ
* ఏకస్వామ్యంలో గల రకాలు
* పరిపూర్ణ పోటీకి, ఏకస్వామ్యానికి గల తేడాలు
* ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్‌లో సంస్థ సమతౌల్యం
* ఏకస్వామ్య పోటీ, పరిమిత స్వామ్య మార్కెట్ల లక్షణాలు
* పరిమిత స్వామ్యంలో ధర నిర్ణయం

11.1 ఏకస్వామ్యం - అర్థం

సాధారణంగా ఏకస్వామ్యం అంటే ఒకే అమ్మకందారుడు ఉండటం. కాని అర్థశాస్త్రంలో ఒకే ఉత్పత్తి ఉండి తయారు చేసే వస్తువులకు దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు లేనట్లయితే ఏకస్వామ్యం అంటారు. మెక్ కానల్ (Mc Connel) ప్రకారం "శుద్ధ ఏకస్వామ్యం అనగా ఒకే సంస్థ పూర్తి ఉత్పత్తిదారుగా వ్యవహరించి ఆ ఉత్పత్తికి దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు లేకపోవుటం".

11.2 ఏకస్వామ్య లక్షణాలు

ఏకస్వామ్య మార్కెట్ కొన్ని ప్రత్యేక లక్షణాలను కలిగి ఉంటుంది. ఇప్పుడు మనం ఈ ఏకస్వామ్య లక్షణాలను గురించి తెలుసుకుందాం.

11.2.1 ఒక్కడే ఉత్పత్తి దారుడు

ఏకస్వామ్యంలో ఒకే ఉత్పత్తిదారుడు లేదా ఒకే అమ్మకందారుడు ఉంటాడు. అతడు ఒక వ్యక్తి కావచ్చు లేదా కంపెని కావచ్చు లేదా ప్రభుత్వం కావచ్చు. ఏకస్వామ్యదారుడు సప్లయ్ అంతటిని అదుపు చేయగలడు.

11.2.2 దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు ఉండవు

ఏకస్వామ్యంలో వస్తువులకు సన్నిహిత లేదా దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు ఉండవు. అంటే ఏకస్వామ్య దారుడు ఉత్పత్తి చేసే వస్తువులకు దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులను ఏ యితర సంస్థలు ఉత్పత్తి చేయవు.

11.2.3 సంస్థ, పరిశ్రమ ఒకటే

ఏకస్వామ్యంలో సంస్థకు, పరిశ్రమకు తేడా ఉండదు. ఈ మార్కెట్ లో ఒకే ఉత్పత్తి దారుడు ఉంటాడు. కనుక సంస్థే, పరిశ్రమ, పరిశ్రమే సంస్థ అవుతుంది.

11.2.4 స్వేఛ్ఛా ప్రవేశం లేదు

ఏకస్వామ్యంలో పరిపూర్ణ పోటీ వలె స్వేచ్ఛా ప్రవేశం ఉండదు. ఇతర సంస్థలు మార్కెట్ లోనికి ప్రవేశించి, అదే రకమైన వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయుటకు స్వేచ్ఛ ఉండదు. కాబట్టి ఏకస్వామ్యంలో సంస్థ స్వల్పకాలంలో మరియు దీర్ఘకాలంలో అధిక లాభాలను పొందవచ్చు.

11.2.5 ఉత్పత్తి లేదా ధరలో ఒకదానిపై మాత్రమే అధికారం ఉండుట

ఏకస్వామ్యదారుడు ఉత్పత్తిపై గాని లేదా ధరపై గాని నియంత్రణ కలిగి ఉంటాడు. ఈ రెండింటిని నియంత్రణ చేయడం ఒకేసారి సాధ్యం కాదు. ఎందుకంటే ధరను నియంత్రణ చేస్తే, ఉత్పత్తిని మార్కెట్‌కు వదలి వెయ్యాలి. ఒక వేళ ఉత్పత్తిని నియంత్రణ చేస్తే, ధరను మార్కెట్‌కు వదలి వెయ్యాలి.

11.2.6 రాబడి రేఖలు క్రిందకు వాలి ఉండుట

ఏకస్వామ్యంలో సంస్థలు ఉత్పత్తిని పెంచుతూ పోతే సగటు రాబడి, ఉపాంత రాబడి తగ్గుతుంది. కాబట్టి ఈ రేఖలు ఎడమ నుంచి కుడి వైపుకు క్రిందికి వాలి ఉంటాయి. ఏకస్వామ్యదారుడు వస్తువులను ఎక్కువగా, అమ్మదలచిన, ధరను తగ్గించాలి. వస్తువుకు అధిక ధరను నిర్ణయించదలిస్తే, ఏకస్వామ్యదారుడు ఉత్పత్తిని తగ్గించ వలసి ఉంటుంది.

11.3 ధర మరియు ఉత్పత్తి నిర్ణయం - నిబంధనలు

1. ఏకస్వామ్యదారుని ముఖ్యోద్దేశం గరిష్ట లాభాలను సంపాదించటం. కాబట్టి ఏకస్వామ్యదారుడు ఉపాంత వ్యయం, ఉపాంత రాబడికి సమానమైన చోట గరిష్ఠ లాభాలను పొందుతాడు. కావున MC = MR గా ఉన్నప్పుడు సంస్థ సమతౌల్యంలో ఉంటుంది.
2. ఏకస్వామ్యంలో ఉత్పత్తిని పెంచే కొద్దీ సగటు రాబడి, ఉపాంత రాబడి తగ్గుతుంది. ఎందువల్లనంటే ఉత్పత్తి పెరిగే కొద్ది ధర తగ్గుతుంది. కావున రాబడి కూడా తగ్గుతుంది.
3. ఏకస్వామ్యంలో సగటు రాబడి, ధరకు సమానంగా ఉంటుంది. కాబట్టి సగటు రాబడి రేఖను (AR రేఖను) డిమాండ్ రేఖగా పరిగణించ వచ్చు.

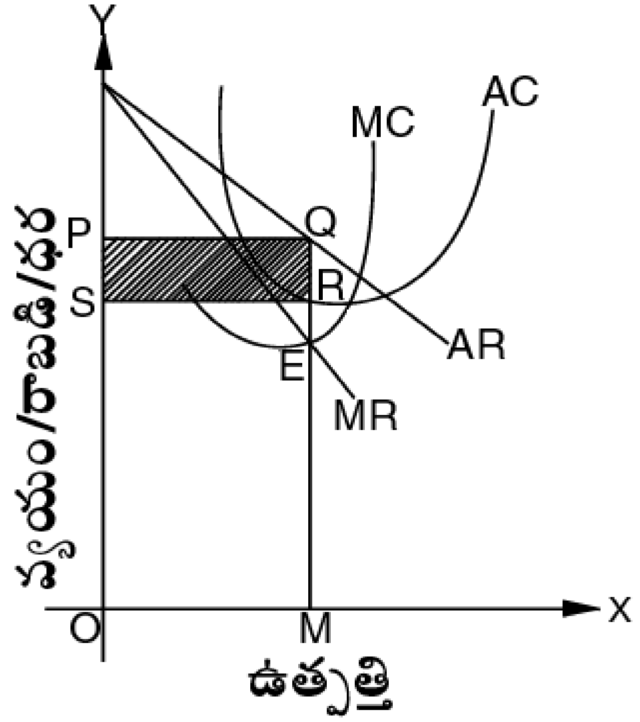
4. ఏకస్వామ్యంలో ఉత్పత్తిని పెంచేకొద్దీ ఉపాంత రాబడి తగ్గుతుంది. అయితే ఈ తగ్గుదల సగటు రాబడి తగ్గుదల కంటే ఎక్కువగా ఉంటుంది.

5. ఏకస్వామ్యంలో ఉపాంత వ్యయం, ఉపాంత రాబడికి సమానమైన దగ్గర ధర, ఉత్పత్తి నిర్ణయం జరుగుతుంది.

11.4 రేఖా పటం ద్వారా వివరణ

ఏకస్వామ్యంలో ధర మరియు ఉత్పత్తి నిర్ణయం ఏ విధంగా జరుగుతుందో రేఖా పటం - 11.1 ద్వారా తెలుసుకొనవచ్చు.

రేఖా పటం - 11.1



రేఖా పటం - 11.1లో X అక్షం పై ఉత్పత్తిని, Y అక్షం పై ధర, వ్యయం, మరియు రాబడిని గుర్తించడం జరిగింది. MC రేఖ ఉపాంత వ్యయ రేఖ. MR రేఖ ఉపాంత రాబడి రేఖ, AC రేఖ సగటు వ్యయ రేఖ, AR రేఖ సగటు రాబడి రేఖ. ఏకస్వామ్యంలో MC, MR లు సమానమైన E దగ్గర సమతౌల్య ఉత్పత్తి OM గాను నిర్ణయించడం జరిగింది. సమతౌల్య ధర QM లేదా OP గాను నిర్ణయించటం జరిగింది.

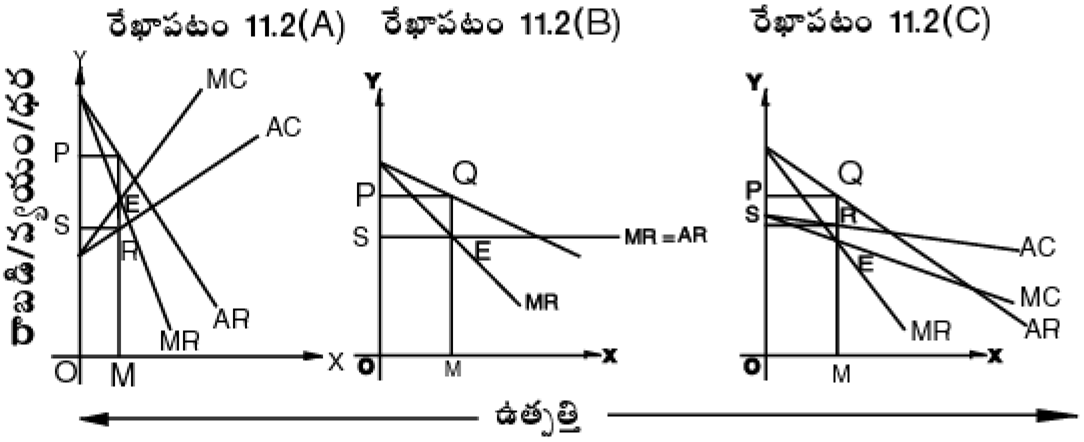
AC మరియు AR ల వ్యత్యాసం QR అనేది ఒక వస్తువును అమ్మటం వల్ల వచ్చే అధిక లాభం మొత్తం రాబడిలో మొత్తం వ్యయాన్ని తీసివేస్తే మొత్తం లాభం వస్తుంది. కనుక

OPQM - OSRM = PQRS = మొత్తం లాభం

కాబట్టి ఏకస్వామ్యంలో ఉత్పత్తిదారుడు OM పరిమాణంలో ఉత్పత్తి చేసి, OP ధరకు అమ్మి అధిక లాభాలను ఆర్జిస్తాడు. OM దాటి ఉత్పత్తి చేసినా, OM కంటే తక్కువ ఉత్పత్తి చేసినా, ఏకస్వామ్యదారుని లాభాలు తగ్గిపోతాయి. ఏకస్వామ్యంలో స్వేచ్ఛా ప్రవేశం లేదు కాబట్టి స్వల్ప మరియు దీర్ఘకాలంలో కూడా ఏకస్వామ్య సంస్థ అధిక లాభాలను పొందుతుంది.

11.5 వ్యయాలు పెరిగేటప్పుడు, స్థిరంగా ఉన్నప్పుడు, తగ్గినప్పుడు ధర నిర్ణయం

పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌కు, ఏకస్వామ్యానికి ఒక ముఖ్యమైన భేధం ఉంది. పరిపూర్ణ పోటీలో వ్యయం లేదా వ్యయ రేఖలు పెరిగే దశ నందు సమతౌల్యం ఏర్పడితే, ఏకస్వామ్యంలో వ్యయం లేదా వ్యయరేఖలు పెరిగే స్థితిలో, స్థిరంగా ఉన్నప్పుడు లేదా తగ్గుతున్న స్థితిలోనైనా సంస్థ సమతౌల్యంలో ఉంటుంది. వివిధ వ్యయ స్థితుల్లో ఉత్పత్తిదారుని సమతౌల్యాలను రేఖా పటాలు 11.2 (A), 11.2 (B), 11.2 (C)లు తెలియజేస్తాయి.



11.2(A) రేఖా పటంలో వ్యయ రేఖలు పెరుగుతున్నాయి. MC మరియు MR లు 'E' అనే బిందువు వద్ద సమానంగా ఉన్నాయి. ఈ స్థితిలో OPQM మొత్తం రాబడి, OSRM మెత్తం వ్యయం PQRS (OPQM-OSRM) అనేది మొత్తం లాభం.

రేఖా పటం 11.2 (B) లో ఉత్పత్తి వ్యయాలు స్థిరంగా ఉన్నాయి. అందువల్ల AC = MC రేఖలు X అక్షానికి సమాంతరంగా ఉన్నాయి. MC, MR లు సమానంగా ఉన్న ‘E’ సమతౌల్య బిందువు. ఈ బిందువును ఆధారంగా చేసుకుంటే మొత్తం రాబడి OMPQ, మొత్తం వ్యయం OMSE, లాభాలు PQSE.

రేఖాపటం 11.2(C) లో MC మరియు MR లు 'E' అనే బిందువు వద్ద సమానం అయినాయి. ఉపాంత వ్యయరేఖ తగ్గుచున్నందున MC రేఖ MR రేఖను 'E' అనే బిందువు వద్ద ఖండించినది. కాబట్టి 'E' బిందువు సమతౌల్య బిందువు, OPQM మొత్తం రాబడి, OSRM అనేది మొత్తం వ్యయం. మొత్తం రాబడిలో మొత్తం వ్యయం పోగా మిగిలేది PQRS (OPQM - OSRM) అనేది మొత్తం లాభం అవుతుంది.

11.6 ఏకస్వామ్య ధర - డిమాండ్ వ్యాకోచం

ఏకస్వామ్యంలో ధర నిర్ణయానికి, డిమాండ్ వ్యాకోచానికి దగ్గర సంబంధం ఉంది. అధిక లాభాలను సంపాదించటం ఏకస్వామ్యదారుడి ముఖ్యోద్దేశం. ఏకస్వామ్యదారుడు అధిక లాభాలు సంపాదించడం కోసం, డిమాండ్ వ్యాకోచాలను బట్టి ధరను నిర్ణయిస్తాడు. అవ్యాకోచ డిమాండ్ ఉన్న వస్తువుకు ఎక్కువ ధరను, వ్యాకోచ డిమాండ్ ఉన్న వస్తువుకు తక్కువ ధరలను నిర్ణయిస్తాడు. ఒక వస్తువుకు అవ్యాకోచ డిమాండ్ ఉన్నప్పుడు ధర పెంచినను డిమాండ్ పెద్దగా తగ్గదు. అందువల్ల అవ్యాకోచ డిమాండ్ గల వస్తువుకు, ఏకస్వామ్యదారుడు అధిక ధరను నిర్ణయిస్తాడు. వ్యాకోచ డిమాండ్ గల వస్తువు విషయంలో, ధరలో కొద్దిపాటి మార్పు వచ్చినా డిమాండ్‌లో ఎక్కువగా మార్పు ఉంటుంది. అందుచేత వ్యాకోచ డిమాండ్ గల వస్తువుకు తక్కువ ధరలను ఏకస్వామ్యదారుడు నిర్ణయిస్తాడు. కాబట్టి డిమాండ్ వ్యాకోచానికి, ఏకస్వామ్య ధరకు దగ్గర సంబంధం ఉంది.

11.7 ఏకస్వామ్యంలో ధర విచక్షణ

ఏకస్వామ్యదారుడు ఒకే విధమైన వస్తువుకు వివిధ ధరలను విధించటాన్నే ధర విచక్షణ అంటారు.

శ్రీమతి జోన్ రాబిన్‌సన్ ప్రకారం " ఒకరి నియంత్రణలో ఉన్న ఒకే రకమైన వస్తువులను, వివిధ కొనుగోలుదార్లకు వివిధ ధరలకు విక్రయించే స్థితినే ధర విచక్షణ అంటారు. " ఏకస్వామ్య మార్కెట్‌లో ధర విచక్షణ చేయడం సాధ్యపడుతుంది.

11.8 ధర విచక్షణలోని రకాలు

ధర విచక్షణ అంటే ఏకస్వామ్యదారుడు ఒకే రకమైన వస్తువులకు వివిధ ధరలు విధించటం అని తెలుసుకున్నాం. ప్రస్తుతం ధర విచక్షణలో ఉన్న వివిధ రకాలను గురించి తెలుసుకుందాం.

11.8.1 వ్యక్తిగత ధర విచక్షణ (Personal Discrimination)

కొనుగోలుదారుల యొక్క ధర చెల్లించే స్థితి లేదా ఆర్థిక స్థోమతను బట్టీ, ఏకస్వామ్యదారుడు వివిధ వ్యక్తులకు వివిధ ధరలను విధించడాన్ని వ్యక్తిగత ధర విచక్షణ అంటారు. ఉదాహరణకు డాక్టరు ధనవంతుని వద్ద ఎక్కువ ఫీజును, పేదవాని దగ్గర తక్కువ ఫీజును తాను చేసే ఒకే రకమైన సేవలకు వసూలు చేయడం.

11.8.2 ప్రాంతాన్నిబట్టి ధర విచక్షణ (Place Discrimination)

ప్రాంతాన్ని బట్టి లేదా వివిధ ప్రాంతాల్లో వివిధ ధరలు విధించటాన్ని, ప్రాంతాన్ని బట్టి ధర విచక్షణ అంటారు. ఏకస్వామ్యదారుడు కొన్ని ప్రాంతాలలో తక్కువ ధరను, కొన్ని ప్రాంతాలలో ఎక్కువ ధరను వసూలు చేయగలడు. 'డంపింగ్' **(Dumping)** అనేది ప్రాంతీయ ధర విచక్షణకు ఉదాహరణ. ఈ విధానంలో ఏకస్వామ్యదారుడు తన ఉత్పత్తిని ఇతర దేశాలలో తక్కువ ధరకు, స్వదేశంలో ఎక్కువ ధరకు అమ్ముతాడు.

11.8.3 వ్యాపార ధర విచక్షణ (Trade Discrimination)

వ్యాపార ధర విచక్షణనే ఉపయోగితా ధర విచక్షణ అని కూడా అంటారు. ఈ విచక్షణలో ఏకస్వామ్యదారుడు, ఒకే రకమైన వస్తువుకు వివిధ ఉపయోగాలున్నట్లయితే, వివిధ ధరలను నిర్ణయిస్తాడు. ఉదాహరణకు విద్యుచ్ఛక్తి యూనిట్ ధర వ్యాపార సంస్థలకు ఎక్కువ, గృహ వినియోగముకైతే తక్కువ.

11.9 ధర విచక్షణకు ఉండవలసిన నిబంధనలు

ఇంత వరకు మనం ధర విచక్షణలో వివిధ రకాలను గురించి తెలుసుకున్నాం. ఇప్పుడు ఏకస్వామ్యదారుడు ధర విచక్షణ చేయాలంటే ఉండవలసిన నిబంధనలను గురించి తెలుసుకుందాం.

11.9.1 ఒకటి కంటే ఎక్కువ మార్కెట్లు

మార్కెట్లు రెండు లేదా అంతకంటే ఎక్కువ ఉన్నప్పుడు మాత్రమే ధర విచక్షణ సాధ్యమౌతుంది ఒకే మార్కెట్ ఉన్న పక్షంలో ధర విచక్షణ సాధ్యం కాదు. ఒక మార్కెట్ నుండి మరొక మార్కెట్‌కు కొనుగోలుదారులు వెళ్ళటానికి మరియు వస్తువుల ప్రవేశం ఉండరాదు.

11.9.2 వివిధ డిమాండ్ వ్యాకోచాలు

వివిధ మార్కెట్లలో ఒకే విధమైన డిమాండ్ వ్యాకోచం ఉంటే ధర విచక్షణ సాధ్యపడదు. ఒక మార్కెట్‌లో డిమాండ్ వ్యాకోచత్వముగా ఉండి, వేరొక మార్కెట్‌లో అవ్యాకోచముగా ఉంటేనే ఏకస్వామ్యదారుడు ధర విచక్షణ

చేయవచ్చు. కాబట్టి డిమాండ్ వ్యాకోచాలలో వ్యత్యాసాల వల్ల, ఒకే రకమైన వస్తువుకు వివిధ ధరలు విధించటానికి అవకాశం ఏర్పడుతుంది.

11.10 విచక్షణాత్మక ఏకస్వామ్యంలో ధర మరియు ఉత్పత్తి నిర్ణయం

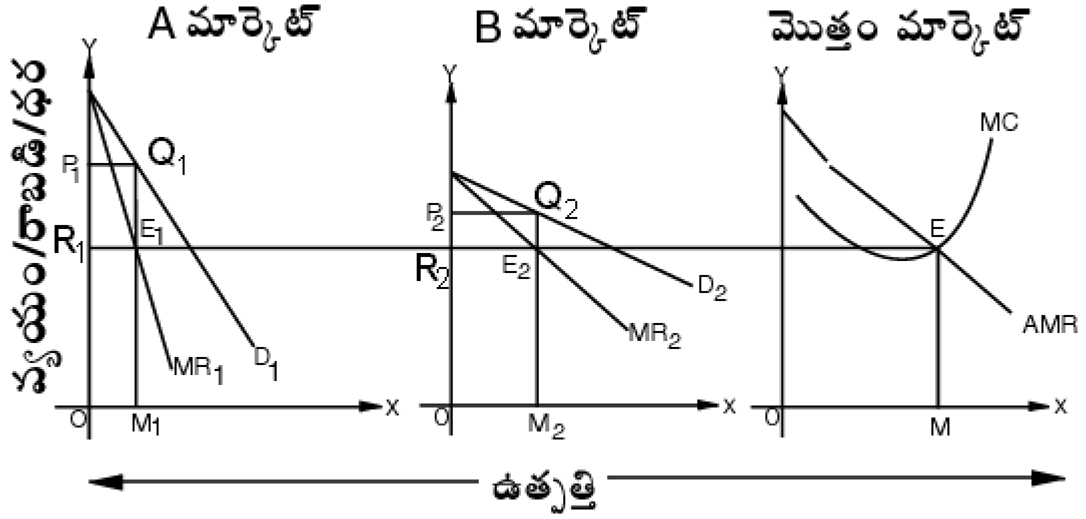
ఏకస్వామ్యదారుడు ధర విచక్షణ చేసే ముఖ్యోద్దేశం గరిష్ట లాభాలను సంపాదించటం. క్రింది నిబంధనలు ఉన్నప్పుడు ఏకస్వామ్యదారుడు గరిష్ట లాభాలను ఆర్జిస్తాడు.

1. అవ్యాకోచ డిమాండ్ ఉన్న మార్కెట్‌లో ఎక్కువ ధరను, వ్యాకోచ డిమాండ్ గల మార్కెట్‌లో తక్కువ ధరను నిర్ణయించాలి.
2. వివిధ మార్కెట్‌లలో ఉపాంత రాబడులు, ఉపాంత వ్యయాలకు సమానంగా ఉండాలి.

11.11 రేఖా పటం ద్వారా వివరణ

ఈ క్రింది రేఖా పటాలు 11.3(A), 11.3(B), 11.3(C)లో రెండు విభిన్న మార్కెట్‌లలో, ఏకస్వామ్యదారుడు ధర విచక్షణను చేయటం, ధర మరియు ఉత్పత్తి నిర్ణయాన్ని గురించి తెలియజేస్తాయి.

రేఖా పటం 11.3(A)　　రేఖా పటం 11.3(B)　　రేఖా పటం 11.3(C)



పై రేఖా పటాల్లో 'A' మార్కెట్‌లో MR_1 ఉపాంత రాబడి రేఖ, D_1 డిమాండ్ రేఖ. ఇదే సగటు రాబడి రేఖ. A మార్కెట్ అవ్యాకోచత్వ డిమాండ్ ఉన్న మార్కెట్. 'B' రేఖా పటంలో MR_2 ఉపాంత రాబడి రేఖ. D_2 రేఖ డిమాండ్ రేఖ లేదా సగటు రాబడి రేఖ. B మార్కెట్ వ్యాకోచ డిమాండ్ ఉన్న మార్కెట్. A మార్కెట్‌లో ధర OP_1, 'B' మార్కెట్‌లో ఉన్న ధర OP_2 కంటే ఎక్కువగా ఉంది. ఈ రెండు మార్కెట్ల రాబడి రేఖలను (MR_1 + MR_2) కలుపగా వచ్చు రేఖ, C పటంలో ఉన్న AMR రేఖ. మొత్తం మార్కెట్‌లో ఉపాంత రాబడి, ఉపాంత వ్యయానికి సమానమైన దగ్గర ఉత్పత్తి OM (OM_1 + OM_2) గా నిర్ణయం అవుతుంది.

ఏకస్వామ్యదారుడు మొత్తం ఉత్పత్తి OM లో, A మార్కెట్‌లో OM_1 వస్తువులను OP అనే ధరకు, B మార్కెట్‌లో OM_2 వస్తువులను OP_2 ధరకు విక్రయం చేసి గరిష్ట లాభాలు పొందుతాడు. అంటే అవ్యాకోచ మార్కెట్‌లో

తక్కువ వస్తువులను ఎక్కువ ధరకు అమ్మి, వ్యాకోచ మార్కెట్‌లో ఎక్కువ వస్తువులను తక్కువ ధరకు అమ్మి సమతౌల్యంలో ఉంటాడు. ఆ విధంగా అమ్మని పరిస్థితుల్లో ఏకస్వామ్యదారుడు గరిష్ట లాభాలను ఆర్జించలేడు.

11.12 ధర విచక్షణ -A.C పిగూ వర్గీకరణ

A.C. పిగూ అనే శాస్త్రవేత్త ధర విచక్షణను మూడు రకాలుగా వర్గీకరించాడు.

మొదటి రకం ధర విచక్షణలో, ఏకస్వామ్యదారుడు వినియోగదారునికి ఎటువంటి మిగులుకు అవకాశం లేకుండా ధర నిర్ణయిస్తాడు. దీనినే సంపూర్ణ ధర విచక్షణ అంటారు.

రెండవ రకం ధర విచక్షణలో, ఏకస్వామ్యదారుడు వివిధ కొనుగోలు దారులకు వివిధ ధరలను నిర్ణయిస్తాడు. ఈ విచక్షణలో ఏకస్వామ్యదారుడు కొంత మేరకు వినియోగదారుని మిగులును పొందగలడు, కాని పూర్తిగా పొందలేడు.

మూడవ రకం ధర విచక్షణలో ఏకస్వామ్యదారుడు, కొనుగోలుదారులను రెండు లేదా అంతే కంటే ఎక్కువ గ్రూపులుగా విభజించి లేదా మార్కెట్‌లుగా విభజించి, వివిధ మార్కెట్లలో వివిధ ధరలను అమ్ముతాడు. ఈ విధమైన విభజన డిమాండ్ వ్యాకోచత్వాన్ని బట్టి ఉంటుంది. ఈ విధమైన ధర విచక్షణే సాధారణంగా జరుగుతూ ఉంటుంది.

11.13 ధర విచక్షణ వల్ల ప్రయోజనాలు

ఏకస్వామ్యదారుడు ధర విచక్షణ చేసినందువల్ల అనేక విధాలుగా ప్రయోజనంను పొందుతాడు. ధర విచక్షణ ఆర్థిక వ్యవస్థలో వివిధ ప్రయోజనాల కోసం కూడా జరుగుతూ ఉంటుంది. ఇప్పుడు ధర విచక్షణ వల్ల ప్రయోజనాలు తెలుసుకుందాం.

1. కొన్ని పరిస్థితుల్లో ధర విచక్షణను తప్పనిసరిగా అనుసరించాల్సి వస్తుంది. ఉదాహరణకు ప్రభుత్వం రైల్వే ఛార్జీలలో వివిధ ధరలను విధించని పక్షంలో రైల్వేలకు నష్టాలు రావచ్చు. కాబట్టి నష్టాలు రాకుండా చూసుకోవాలంటే ధర విచక్షణ తప్పని సరి.
2. ప్రజా సంక్షేమాన్ని పెంపొందించటానికి కొన్ని సమయాల్లో ధర విచక్షణ తప్పని సరి అవుతుంది. ఉదాహరణకు వైద్యుడు పేద ప్రజల దగ్గర తక్కువ ఫీజును, ధనవంతుల దగ్గర ఎక్కువ ఫీజును వసూలు చేసిన పేద ప్రజల సంక్షేమం పెరుగుతుంది.
3. ధర విచక్షణ ప్రవేశపెట్టి ప్రభుత్వం ఆదాయ, సంపదలో ఉన్న వ్యత్యాసాలను కొంత వరకు తగ్గించవచ్చు.
4. ఏకస్వామ్యదారుడు అవ్యాకోచ డిమాండ్ గల వస్తువులకు ఎక్కువ ధరలను, వ్యాకోచ డిమాండ్ గల వస్తువులకు తక్కువ ధరలు నిర్ణయించినచో డిమాండ్ మరియు ఉత్పత్తి పై ఎటువంటి హానికరమైన ప్రభావం ఏర్పడదు.

11.14 ఏకస్వామ్యంలో రకాలు (Kinds of Monopoly)

అర్థశాస్త్రంలో ఒకే ఉత్పత్తిదారుడు లేదా అమ్మకందారుడు ఉండి అతడు ఉత్పత్తి చేసే వస్తువులకు దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు లేనట్లయితే దానిని ఏకస్వామ్యం అంటారు. ఏకస్వామ్యం వివిధ రకాలుగా ఉంటుంది.

11.14.1 చట్టబద్ధమైన ఏకస్వామ్యం

కొన్ని సంస్థలు కాపీ రైట్స్ ద్వారా లేదా ట్రేడ్ మార్కుల ద్వారా ఏకస్వామ్యాలుగా ఏర్పడతాయి. ఈ రకమైన ఏకస్వామ్య సంస్థలు ఒక ప్రత్యేకమైన ట్రేడ్ మార్కుతో వస్తువులను తయారు చేస్తాయి. ఈ సంస్థలు ఉత్పత్తి చేసే వస్తువులను మరే ఇతర సంస్థ ఉత్పత్తి చేయరాదు. చట్టబద్ధమైన ఏకస్వామ్యానికి అమృతాంజన్ ఒక చక్కని ఉదాహరణ. ప్రభుత్వం పేటెంట్ హక్కుల ద్వారా వస్తువును తయారు చేసే సంస్థకు గుత్తాధిపత్యాన్ని ఇస్తుంది.

11.14.2 సహజమైన ఏకస్వామ్యం

కొన్ని ఏకస్వామ్యాలు సహజంగా, ప్రకృతి సిద్ధంగా ఏర్పడతాయి. ఈ ఏకస్వామ్యాలు మానవ కల్పితం కాదు. దక్షిణాఫ్రికాలో ఉన్న వజ్రాల గనులు సహజ ఏకస్వామ్యానికి ముఖ్యమైన ఉదాహరణ.

11.14.3 సాంఘీక లేదా ప్రభుత్వ ఏకస్వామ్యం

దేశంలో ప్రజల శ్రేయస్సు పెంపొందించటానికి సాంఘీక లేదా ప్రభుత్వ ఏకస్వామ్యాలు ఏర్పడతాయి. ఉదాహరణకు రైల్వేలు, నీటి సరఫరా, విద్యుచ్ఛక్తి మొదలైనవి. సాధారణంగా ప్రజలకు ఉపయోగపడే ప్రభుత్వ సేవలన్నీ ప్రభుత్వ ఏకస్వామ్యాలుగానే పరిగణించాలి.

11.14.4 కృత్రిమ ఏకస్వామ్యం

మార్కెట్‌లోని పోటీని తొలగించుకునే ముఖ్యోద్దేశంతో, కొన్ని సంస్థలు ఏర్పరచుకొనే ఒప్పందంతో ఏర్పడే ఏకస్వామ్యం కృత్రిమ ఏకస్వామ్యం. ఈ ఏకస్వామ్య సంస్థలు మానవులచే కల్పించబడినివి. ఉదాహరణకు మన దేశంలో పంచదార, సిమెంట్ మొదలగు పరిశ్రమలు కృత్రిమ ఏకస్వామ్యాలుగా ఏర్పడినాయి. ఈ ఏకస్వామ్యాలు ఒక అంగీకారం ద్వారా ఏర్పడును. సంస్థల కలయిక వల్ల ఏకస్వామ్య అధికారం వస్తుంది.

11.14.5 విచక్షణాత్మక ఏకస్వామ్యం

ఒక ఉత్పత్తిదారుడు, తను ఉత్పత్తి చేసే ఒకే రకమైన వస్తువులను వివిధ ధరలకు అమ్మితే దానిని విచక్షణాత్మక ఏకస్వామ్యం అంటారు. ఏకస్వామ్యదారుడు అధిక లాభాలను పొందటం కోసం డిమాండ్ వ్యాకోచాన్ని బట్టి ధర విచక్షణను అమలు పరుస్తాడు.

11.14.6 సాంకేతిక ఏకస్వామ్యం

సాంకేతిక పరిజ్ఞానం యొక్క ప్రత్యేకతను బట్టి గుత్తాధిపత్యం ఏర్పడుతుంది. ఉత్పత్తి విధానంలో మెరుగైన సాంకేతిక పరిజ్ఞానాన్ని ఉపయోగించే సంస్థ, ఏకస్వామ్య సంస్థగా మారవచ్చు.

11.15 పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్, ఏకస్వామ్యానికి తేడాలు

పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్, ఏకస్వామ్య మార్కెట్ పూర్తి విరుద్ధమైన స్వభావాలు కల్గిన మార్కెట్లు. ఏ మార్కెట్‌లోనైతే అధిక సంఖ్యలో ఉత్పత్తిదారులు ఉండి, ఒకే రకమైన వస్తువులను ఉత్పత్తి చేసి, ఒక ఉత్పత్తిదారుని ప్రవర్తనలో మార్పు ప్రభావం మార్కెట్ ధర పై ఉండదో, దానినే పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్ అంటారు.

మార్కెట్‌లో ఒకే ఉత్పత్తిదారుడు ఉండి, అతడు ఉత్పత్తి చేసే వస్తువులకు దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు ఉండవో దానిని ఏకస్వామ్యం అంటారు.

పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో అధిక సంఖ్యలో అమ్మకందార్లు, కొనుగోలుదార్లు ఉండి, ఒకే రకమైన వస్తువులు

ఉత్పత్తి చేయబడతాయి. ఈ మార్కెట్‌లో సంస్థలకు స్వేచ్ఛా ప్రవేశం, స్వేచ్ఛా నిష్క్రమణ ఉండి, ఉత్పత్తి కారకాలు సంపూర్ణ గమనశీలతను కలిగి ఉంటాయి. సంపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో ధరకు సంబంధించిన సమాచారం అందరికీ అంటే కొనుగోలుదార్లకు, అమ్మకందార్లకు తెలిసి ఉంటుంది. వస్తువుల ధర మార్కెట్ మొత్తం ఒకే విధంగా ఉంటుంది. ఈ పోటి మార్కెట్‌లో రవాణా ఖర్చులు ఉండవు. పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో సంస్థ వేరు, పరిశ్రమ వేరుగా ఉంటాయి.

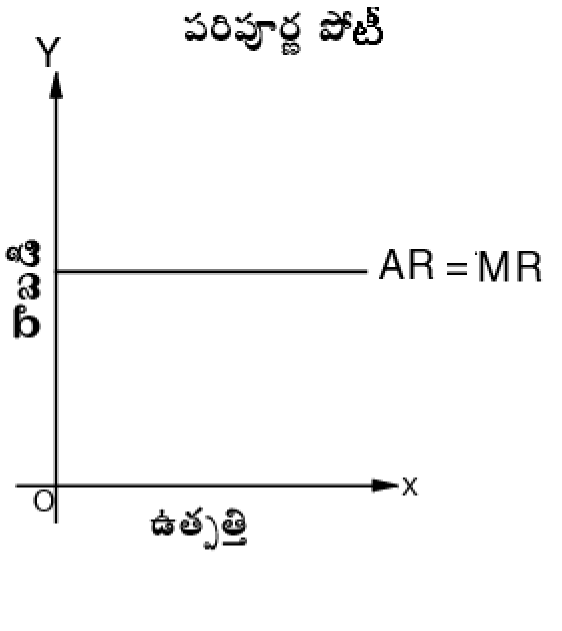
ఏకస్వామ్య మార్కెట్‌లో ఒకే ఉత్పత్తిదారుడు ఉంటాడు. అతడు తయారు చేసే వస్తువుకు దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు ఉండవు. ఈ మార్కెట్‌లో సంస్థే పరిశ్రమ, పరిశ్రమే సంస్థ. అంటే సంస్థకు, పరిశ్రమకు తేడా ఉండదు. క్రొత్త సంస్థలు మార్కెట్‌లో ప్రవేశించటానికి స్వేచ్ఛ ఉండదు. ఏకస్వామ్యదారుడు ఉత్పత్తిని లేదా ధరను మాత్రమే నియంత్రణ చేయగలడు. ఏకస్వామ్యంలో రాబడి రేఖలు ఎడమ నుండి కుడి వైపుకు వాలుతూ ఉంటాయి.

తేడాలు

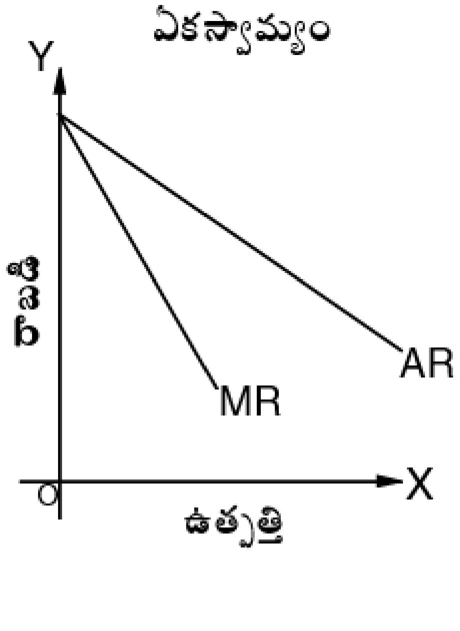
పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌కు, ఏకస్వామ్యానికి ఈ క్రింది తేడాలు కలవు.

1. పరిపూర్ణపోటీ మార్కెట్‌లో అనేక మంది కొనుగోలుదారులు, అమ్మకందారులు ఉండి, ఒకే రకమైన వస్తువులు ఉత్పత్తి చేయబడతాయి. ఏ ఒక్క ఉత్పత్తిదారుడి ప్రవర్తనలో మార్పు వచ్చినా, అది మార్కెట్ ధర పై ప్రభావం చూపదు. కాని, ఏకస్వామ్యంలో ఒకే ఉత్పత్తిదారుడు ఉంటాడు. ఏకస్వామ్య సంస్థచే ఉత్పత్తి చేయబడిన వస్తువులకు దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు ఏ ఇతర సంస్థలచే ఉత్పత్తి చేయబడవు.
2. పరిపూర్ణపోటీలో వస్తువు ధర మార్కెట్ మొత్తం ఒకే విధంగా ఉంటుంది. AR, MR లు సమానంగా ఉంటాయి. ఈ రాబడి (AR, MR) రేఖలు X అక్షానికి సమాంతరంగా ఉంటాయి. కాని ఏకస్వామ్యంలో AR, MR లు భిన్నంగా ఉంటాయి. ఈ రాబడి రేఖలు ఎడమ నుండి కుడి వైపుకు క్రిందకు వాలి ఉంటాయి. ఈ ఏకస్వామ్యదారుడు ఉత్పత్తిని పెంచదలిస్తే, ధరను తగ్గించాల్సి ఉంటుంది. ధరను పెంచదలిస్తే, ఉత్పత్తిని తగ్గించాల్సి ఉంటుంది. ఈ మార్కెట్లలో రాబడి రేఖల స్వభావం ఈ క్రింది రేఖా పటాలు 11.4(A), 11.4(B), లలో చూపడమైనది.

రేఖా పటం - 11.4(A)



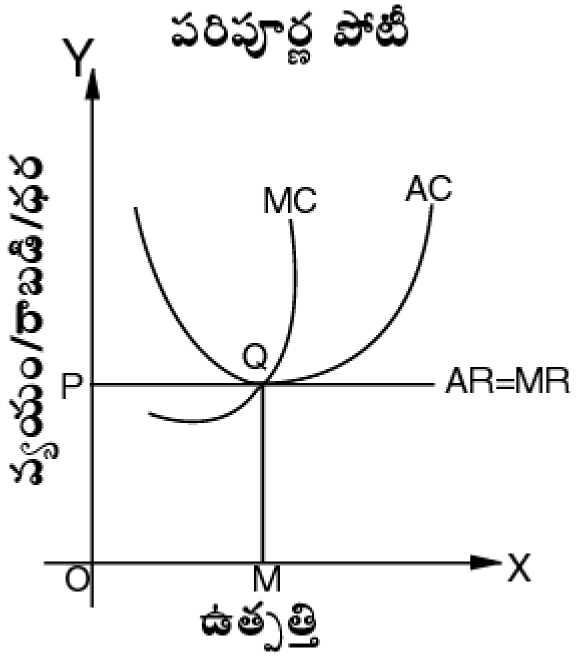
రేఖా పటం 11.4 (B)



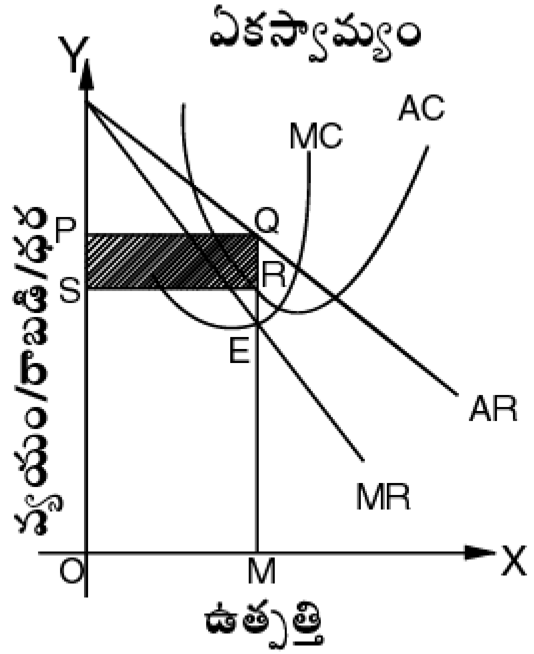
పరిపూర్ణపోటీలో మార్కెట్ మొత్తం మీద ధర ఒకే విధంగా ఉంటుంది. కాబట్టి సగటు రాబడి (AR) = ఉపాంత రాబడి (MR) గా ఉండి, ఈ రేఖ X అక్షానికి సమాంతరంగా ఉంటుంది. ఏకస్వామ్యంలో ఏకస్వామ్యదారునికి ఉత్పత్తి పై గాని, ధర పై గాని ఒక దాని పై మాత్రమే నియంత్రణ కల్గి ఉండటం వల్ల, ఉత్పత్తి పెంచితే ధర తగ్గించాల్సి ఉంటుంది. అందువల్ల AR, MR రేఖలు ఎడమ నుండి కుడికి క్రిందికి వాలి ఉంటాయి.

3. పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో MC, MR లు సమానమైన చోట ఉత్పత్తి, ధరలు నిర్ణయించబడతాయి. కాని ఏకస్వామ్యంలో MC, MR లు సమానమైన దగ్గర కేవలం ఉత్పత్తి మాత్రమే నిర్ణయించబడుతుంది. దీనినాధారంగా చేసుకుని ధరను AR రేఖ పై నిర్ణయించ బడును. ఈ విషయాలను క్రింది రేఖా పటాల ద్వారా చూపవచ్చు.

రేఖా పటం 11.5 (A)



రేఖా పటం 11.5 (B)



పరిపూర్ణపోటీ మార్కెట్‌లో MC, MR లు 'Q' బిందువు దగ్గర సమానమైనవి. ఈ సమతౌల్య బిందువు దగ్గర ఉత్పత్తి OM గాను, ధర OP గాను నిర్ణయించటం జరిగింది. ఏకసామ్యంలో MC, MR లు 'E' అనే బిందువు దగ్గర సమానమైనాయి. ఈ సమతౌల్య బిందువు దగ్గర, ఉత్పత్తిని OM గా నిర్ణయించడమైనది. దీనిని ఆధారంగా ధరను AR రేఖ పై 'Q' బిందువు దగ్గర ధర నిర్ణయించడమైనది. కాబట్టి ధర QM లేదా OP.

4. పరిపూర్ణ పోటిలో కొత్త సంస్థలో మార్కెట్ లోకి ప్రవేశించడానికి స్వేచ్ఛ ఉంటుంది. కాని ఏకస్వామ్యంలో సంస్థ చేత ఉత్పత్తి చేసిన వస్తువును ఏ ఇతర సంస్థలు ఉత్పత్తి చేయవు. కనుక ఏకస్వామ్యంలో స్వేచ్ఛా ప్రవేశం లేదు.
5. ఉపాంత వ్యయం పెరుగుచున్న దశలో పరిపూర్ణ పోటీలో సమతౌల్యం ఏర్పడుతుంది. ఏకస్వామ్య మార్కెట్‌లో ఉపాంత వ్యయం పెరుగుతున్నపుడు లేదా స్థిరంగా ఉన్నప్పుడు లేదా తగ్గుచున్నప్పుడు కూడా సంస్థ సమతౌల్యంలో ఉంటుంది.

6. పరిపూర్ణ పోటీలో సంస్థ వేరు, పరిశ్రమ వేరు. వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయు యూనిట్‌ను సంస్థ అంటారు. ఒకే రకమైన వస్తువులు తయారు చేసే సంస్థల మొత్తాన్ని పరిశ్రమ అంటారు. ఏకస్వామ్యంలో సంస్థ అన్నా పరిశ్రమ అన్న ఒకటే. ఎందుకుంటే ఏకస్వామ్య సంస్థ ఉత్పత్తి చేసే వస్తువులను మరే ఇతర సంస్థ ఉత్పత్తి చేయదు. కనుక ఏకస్వామ్యంలో సంస్థ అన్నా పరిశ్రమ అన్నా ఒక్కటే.
7. స్వల్పకాలంలో పరిపూర్ణ పోటిలో సంస్థ అధికలాభాలను పొందవచ్చును. కాని స్వేచ్ఛా ప్రవేశం ఉన్నందువల్ల దీర్ఘకాలంలో సంస్థన్నీ సామాన్య లాభాలను మాత్రమే పొందుతాయి. ఏకస్వామ్యంలో స్వేచ్ఛా ప్రవేశం లేదు కనుక స్వల్పకాలంలోనే కాక దీర్ఘకాలంలో కూడా అధిక లాభాలను సంస్థ పొందవచ్చును.
8. పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో సమతౌల్య ధర దగ్గర, సగటు వ్యయం కనిష్ఠంగా ఉంటుంది. పై రేఖా పటం-11.5(**A**) లో పరిపూర్ణ పోటీ యందు Q సమతౌల్య బిందువు. ఏకస్వామ్యంలో సమతౌల్య ధర దగ్గర సగటు వ్యయం కనిష్ఠంగా ఉండదు. సగటు వ్యయం కనిష్ఠ బిందువు చేరక ముందే ఏకస్వామ్య సంస్థ సమతౌల్యం పొందును. రేఖా పటం-11.5(**B**)ను గమనిస్తే, ఏకస్వామ్యంలో E సమతౌల్య బిందువు దగ్గర అనగా R దగ్గర, సగటు వ్యయం తగ్గుతున్న దశలో ఉంది.
9. సంపూర్ణ పోటీలో ఉత్పత్తి ఎక్కువగా ఉండి ధర తక్కువగా ఉంటుంది. కాని ఏకస్వామ్యంలో ఉత్పత్తి తక్కువగా ఉండి ధర ఎక్కువగా ఉంటుంది.
10. పరిపూర్ణ పోటీలో మార్కెట్ మొత్తం ఒకే ధర ఉంటుంది. ఎందువల్లనంటే తయారు చేసే వస్తువు నాణ్యతలో మార్పు ఉండకపోవటంతో పాటు రవాణా ఖర్చులను ధరలో కలపరు. కాని ఏకస్వామ్య మార్కెట్‌లో ధర విచక్షణ ఉండవచ్చు. అంటే ఒకే రకమైన వస్తువులకు వివిధ ధరలు ఉంటాయి.

11.16 ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్ (అసంపూర్ణ పోటీ మార్కెట్) - స్వభావం

ఏకస్వామ్య పోటీ అనే భావనను మొదటిసారిగా హార్వర్డ్ యూనివర్శిటికి చెందిన ప్రొఫెసర్ E.H. ఛాంబర్‌లిన్ అభివృద్ధి పరిచారు. ఏకస్వామ్య పోటీని సామూహిక సమతౌల్యం అని కూడా అంటారు. పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌కు ఏకస్వామ్యానికి మధ్యేయ మార్గంగా ఏకస్వామ్య పోటీ ఉంటుంది. ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్‌లో, కొన్ని పోటీ మార్కెట్ లక్షణాలు మరికొన్ని ఏకస్వామ్య మార్కెట్ లక్షణాలు ఉంటాయి.

11.17 ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్ లక్షణాలు

ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్లు కొన్ని ప్రత్యేక లక్షణాలు కలిగి ఉంటాయి. మార్కెట్ లక్షణాలను గురించి ప్రస్తుతం పరిశీలిద్దాం.

11.17.1 ఎక్కువ సంఖ్యలో ఉత్పత్తి సంస్థలు

ఏకస్వామ్య పోటీ మొదటి ముఖ్య లక్షణం ఎక్కువ సంఖ్యలో ఉత్పత్తి సంస్థలు ఉండటం. ఈ మార్కెట్ లో మొత్తం ఉత్పత్తిలో, ఒక ఉత్పత్తి సంస్థ యొక్క ఉత్పత్తి స్వల్పంగా ఉంటుంది. అనేక సంస్థలు ఉండటం వల్ల ప్రతి సంస్థ, ఇతర సంస్థలతో సంబంధం లేకుండా స్వతంత్రంగా వ్యవహరిస్తుంది.

11.17.2 వస్తు భిన్నత్వం

ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్‌లో వస్తు భిన్నత్వం ఉంటుంది. ఈ మార్కెట్‌లో ఉత్పత్తి అయ్యే వస్తువులు, పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్ వలె ఏకజాతీయంగా ఉండవు. ఏకస్వామ్యంలో వలె పూర్తిగా భిన్నంగానూ ఉండవు. ఏకస్వామ్య

పోటీలో ఉత్పత్తి చేసే వస్తువులు ఒకదానికొకటి దగ్గర ప్రత్యమ్నాయాలుగా ఉంటాయి. కాని పూర్తి ప్రత్యామ్నాయాలు మాత్రం కాదు. ఉదాహరణకు బినాకా టూత్ పేస్ట్, కోల్గేట్, క్లోస్-అప్ టూత్‌పేస్టు మొదలైనవి. ఉత్పత్తి దారుడు వస్తు భిన్నత్వాన్ని అనేక రూపాలలో చూపవచ్చు.

(a) వినియోగదార్లకు ప్రత్యేకమైన సౌకర్యములను కల్పించుట ద్వారా వస్తుభిన్నత్వాన్ని చూపవచ్చు. ఉదా : ఋణ ప్రాతిపదికపై వస్తువులను ఇచ్చుట, హోమ్ డెలివరి, ఉచితంగా మరమ్మత్తులు చేయుట మొదలగు ప్రత్యేక సౌకర్యాలను కల్పించడం ద్వారా తన వస్తువు, మిగిలిన వాటికన్నా భిన్నత్వం అని చూపుటకు సంస్థలు ప్రయత్నించవచ్చు.

(b) వస్తువుల నాణ్యత, మన్నిక లేదా ఆకర్షణీయంగా ప్యాక్ చేయటం మొదలైన పద్ధతుల ద్వారా వస్తు భిన్నత్వాన్ని చూపవచ్చు.

(c) వ్యాపార ప్రకటనలు మరియు సమాచారం ద్వారా కూడా వస్తు భిన్నత్వాన్ని చూపవచ్చు. ఈ విధమైన దానిని అమ్మకాల ప్రోత్సాహం(Sales Promotion) అంటారు.

11.17.3 స్వేచ్ఛా ప్రవేశం, నిష్క్రమణ

ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్‌లో, కొత్త సంస్థల మార్కెట్ లోనికి ప్రవేశించటానికి, ఉన్న సంస్థల మార్కెట్ నుంచి నిష్క్రమించటానికి ఎటువంటి ఆటంకాలు ఉండవు. కొత్తగా సంస్థ మార్కెట్‌లో ప్రవేశించాలంటే ఆ వస్తువుకు దగ్గర ప్రత్యమ్నాయ వస్తువును ఉత్పత్తి చేసే సంస్థగా మార్కెట్‌లో చేరవచ్చు.

11.17.4 మిగులు శక్తి (Excess Capacity)

ఏకస్వామ్య పోటీలో సగటు వ్యయ రేఖ తగ్గుతున్న స్థితిలో ఉత్పత్తిని నిలుపు చేయడం జరుగుతుంది. అందువల్ల ఏకస్వామ్య పోటీ యందు మిగులు శక్తి ఉంటుంది. దీర్ఘకాలిక సగటు వ్యయరేఖ కనిష్ఠ స్థితికి చేరకముందే ఉత్పత్తి నిలిపి వేయటం జరుగుతుంది. కనుక ఏకస్వామ్య పోటీలో చేసే ఉత్పత్తి తక్కువగా ఉంటుంది. ఏకస్వామ్య పోటీలో సమతౌల్య ఉత్పత్తికీ, సగటు వ్యయం కనిష్ఠంగా ఉండి జరగగలిగే ఉత్పత్తికి మధ్యగల భేధమే మిగులు శక్తిగా చెప్పవచ్చు.

11.17.5 అమ్మకపు వ్యయాలు

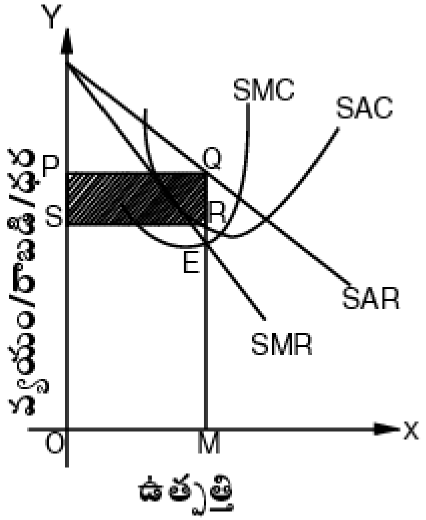
సాధారణంగా వ్యాపార ప్రకటనలపై చేసే వ్యయాన్ని అమ్మకపు వ్యయం అంటారు. చాంబర్‌లిన్ ప్రకారం డిమాండ్ రేఖ కుడివైపుకు జరపటం కోసం చేసే వ్యయాలే అమ్మకపు వ్యయాలు. అంటే అమ్మకపు వ్యయాలు వస్తువుకు ఉండే డిమాండ్‌ను పెంచుతాయి. సాధారణంగా ఉత్పత్తిదారుడు అదనపు రాబడి శూన్యం అయ్యేంత వరకు అమ్మకపు వ్యయాలపై ఖర్చు చేస్తాడు. ప్రతి సంస్థ తన వస్తువుల డిమాండ్‌ను పెంచుకోవడం కోసం నాణ్యతను పెంచటం, ప్రచారం చేయటం లాంటి చర్యలు చేపడుతుంది. వ్యాపార ప్రకటనలు, ఇతర ప్రచార సాధనాల వల్ల వినియోగదారుల అభిరుచులను మార్చవచ్చు.

11.18 ఏకస్వామ్య పోటీలో స్వల్పకాలిక సంస్థ సమతౌల్యం

ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్‌లో సంస్థ స్వల్పకాలిక సమతౌల్యం, ఏకస్వామ్య సమతౌల్యాన్ని పోలి ఉంటుంది. సంస్థ ఉపాంత వ్యయం, ఉపాంత రాబడికి ఎక్కడ సమానమౌతుందో అక్కడ వస్తూత్పత్తి జరిగి, సంస్థ సమతౌల్యంలో ఉంటుంది. MC మరియు MR లు సమానమైనప్పుడు గరిష్ఠ లాభాలు పొందుతుంది. క్రింద రేఖా పటం - 11.6

ద్వారా ఏకస్వామ్య పోటి మార్కెట్‌లో సంస్థ సమతౌల్యాన్ని తెలుసుకోవచ్చు.

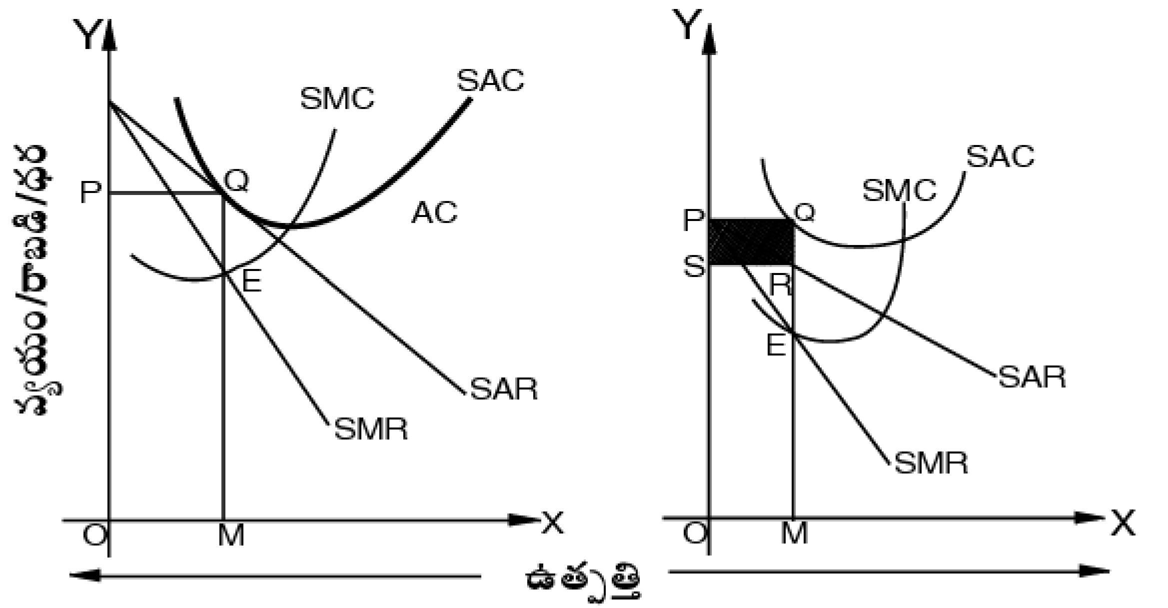
రేఖా పటం - 11.6



రేఖా పటం 11.6 లో SAR స్వల్పకాలిక సగటు రాబడి రేఖ మరియు డిమాండ్ రేఖ, SMR స్వల్పకాలిక ఉపాంత రాబడి రేఖ. SAR క్రింది భాగాన SMR ఉంటుంది. స్వల్పకాలిక సగటు వ్యయ రేఖ SAC, స్వల్పకాలిక ఉపాంత వ్యయరేఖ SMC . SMC రేఖ SMR రేఖను E బిందువు వద్ద ఖండించింది. కాబట్టి సమతౌల్య ఉత్పత్తి OM, సమతౌల్య ధర OP. రేఖా పటం - 11.6లో OPQM మొత్తం రాబడి, OSRM మొత్తం వ్యయం. ఒక వస్తువును అమ్మినందు వల్ల వచ్చే అధిక లాభం QR. OM వస్తువులు అమ్మటంవల్ల సంస్థ PQRS అనే పరిమాణంలో అధిక లాభాలను సంస్థ పొందుతుంది.

స్వల్ప కాలంలో కొన్ని సంస్థలు అధిక లాభాలను ఆర్జిస్తే కొన్ని సంస్థలకు సాధారణ లాభాలు వస్తాయి. మరి కొన్ని సంస్థలకు నష్టాలు వస్తుంటాయి. స్వల్పకాలంలో సాధారణ లాభాలను, నష్టాలను పొందే సంస్థలను రేఖా పటాలు 11.7(A), 11.7(B)లలో చూపటం జరిగింది.

రేఖా పటం - 11.7 (A) రేఖా పటం - 11.7 (B)



రేఖా పటం - 11.7(A) లో ఉన్న సంస్థ, సాధారణ లాభాలను పొందే సంస్థ. సాధారణ లాభాలు ఉత్పత్తి వ్యయంలో కలిసి ఉంటాయి. SMC = SMR గా ఉన్నప్పుడు E బిందువు వద్ద సంస్థ సమతౌల్యంలో ఉంటుంది. సంస్థ సమతౌల్య ఉత్పత్తి OM, సమతౌల్య ధర OP. ధర (OP), సగటు వ్యయానికి సమానం కాబట్టి, సంస్థ మొత్తం రాబడి మరియు మొత్తం వ్యయం కూడా OPQM గానే ఉంటాయి. కాబట్టి సంస్థ కేవలం సాధారణ లాభాలను మాత్రమే ఆర్జిస్తుంది.

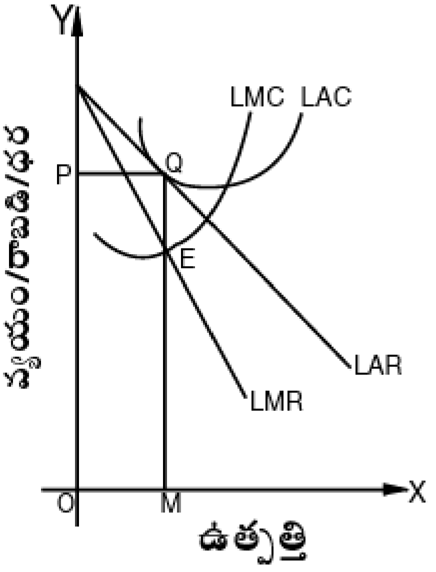
రేఖా పటం - 11.7(B)లో సంస్థ నష్టాలను పొందుచున్నది. సంస్థ సమతౌల్యంలో ఉన్నప్పుడు (SMC = SMR) ఉత్పత్తి OM, ధర OP. ఈ స్థితిలో సగటు వ్యయం OS, ధర OP. అంటే వ్యయమే ధర కన్నా ఎక్కువగా ఉంది. కాబట్టి సంస్థ ఒక వస్తువుని అమ్మటంవల్ల SP లేదా QR పరిమాణంలో నష్టాన్ని పొందుతున్నది. మొత్తం రాబడి OPQM కాగా మొత్తం వ్యయం OSRM. రేఖా పటం - 11.7(B) లో ఉన్న సంస్థ యొక్క మొత్తం రాబడి కంటే మొత్తం వ్యయం ఎక్కువగా ఉంది. కాబట్టి PQRS అనే పరిమాణంలో నష్టాలు వస్తాయి.

OPQM - OSRM = PQRS = నష్టాలు

11.19 దీర్ఘకాలిక సమతౌల్యం

ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్‌లో సంస్థల స్వేచ్ఛా ప్రవేశం మరియు స్వేచ్ఛా నిష్క్రమణ ఉంటుంది. మార్కెట్‌లోని సంస్థలకు అధిక లాభాలు వస్తూంటే, క్రొత్త సంస్థలు మార్కెట్ లోకి ప్రవేశిస్తాయి. నష్టాలు పొందే సంస్థలు మార్కెట్‌ను విడచి బయటకు వెళ్తాయి. అందువల్ల దీర్ఘకాలంలో సంస్థలు సాధారణ లాభాలను మాత్రమే పొందగలరు. ఈ క్రింది రేఖా పటం - 11.8 ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్లో దీర్ఘ కాలిక సమతౌల్యాన్ని తెలియజేస్తుంది.

రేఖా పటం - 11.8



రేఖా పటం - 11.8లో దీర్ఘకాలిక ఉపాంత వ్యయ రేఖ LMC, దీర్ఘకాలిక ఉపాంత రాబడి రేఖ LMR, LAC రేఖ దీర్ఘకాలిక సగటు వ్యయ రేఖ, మరియు LAR రేఖ దీర్ఘకాలిక సగటు రాబడి రేఖ. LMC మరియు LMR రేఖలు E బిందువు వద్ద ఖండించుకున్నాయి. కావున ఉత్పత్తి OM గాను, ధర OP గాను నిర్ణయమౌతుంది. రేఖా పటం - 11.8లో సగటు వ్యయం LAC, సగటు రాబడి LAR కి సమానంగా ఉంది. కాబట్టి సంస్థ కేవలం సాధారణ లాభాలే పొందుతుంది.

11.20 పరిపూర్ణ పోటీకి, ఏకస్వామ్యా పోటీకి గల భేధం

పరిపూర్ణ పోటీలో సంస్థ సమతౌల్యానికి, ఏకస్వామ్యా పోటిలో సంస్థ సమతౌల్యానికి భేధం ఉంది. పరిపూర్ణ పోటీ మార్కెట్‌లో, దీర్ఘకాలంలో, సంస్థ సగటు వ్యయం కనిష్టంగా ఉన్నప్పుడు సమతౌల్యంలో ఉంటుంది. కాని ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్‌లో, దీర్ఘకాలంలో, సగటు వ్యయం తగ్గుతూఉన్న దశలో సంస్థలో సమతౌల్యం ఏర్పడుతుంది. రేఖా పటం 11.8 ని గమనిస్తే దీర్ఘకాలంలో ఏకస్వామ్య పోటిలో Q బిందువు వద్ద సంస్థ సమతౌల్యంలో ఉంది. Q బిందువు వద్ద LAC రేఖను గమనిస్తే వ్యయాలు తగ్గుతున్న దశలో ఉంటాయి. అందువల్ల ఏకస్వామ్య పోటి మార్కెట్‌లో సంస్థకు మిగులు శక్తి (Excess Capacity) ఉంటుంది. పరిపూర్ణ పోటిలో ఈ మిగులు శక్తి ఉండదు.

11.21 ఏకస్వామ్యానికి, ఏకస్వామ్య పోటీకి గల భేధం

ఏకస్వామ్యంలో ఒకే ఉత్పత్తిదారుడు ఉంటే ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్‌లో ఎక్కువ మంది ఉత్పత్తిదారులు ఉంటారు. ఏకస్వామ్యంలో స్వేచ్ఛా ప్రవేశం ఉండదు. కాని ఏకస్వామ్య పోటీలో కొత్త సంస్థలు మార్కెట్‌లోకి ప్రవేశించటానికి స్వేచ్ఛ ఉంటుంది. కాబట్టి ఏకస్వామ్యంలో సంస్థ అధిక లాభాలను పొందవచ్చు. కాని ఏకస్వామ్య పోటీలో సంస్థలు సాధారణ లాభాలనే పొందుతాయి.

11.22 పరిమిత స్వామ్యం

పరిమిత స్వామ్యం అనే పదం "Oligoi" మరియు "Poleein" అనే రెండు గ్రీకు పదాలనుండి ఉద్భవించింది. Oligoi అనగా బహు కొద్ది మంది, Poleein అనగా అమ్మకం. కనుక పరిమిత స్వామ్యం అంటే మార్కెట్‌లో బహు కొద్ది మంది అమ్మకందారులు ఉండటం. పరిమిత స్వామ్యంలో తయారు చేసే వస్తువులన్ని ఒకే విధంగా ఉండవచ్చు లేదా దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు కావచ్చు.

11.23 పరిమితస్వామ్య లక్షణాలు

పరిమితస్వామ్య మార్కెట్ కొన్ని లక్షణాలను కలిగి ఉంటుంది. ఈ మార్కెట్ లక్షణాలను ఇప్పుడు తెలుసుకుందాం.

11.23.1 పరస్పర ఆధారం

పరిమిత స్వామ్యం యొక్క ముఖ్య లక్షణం సంస్థలు పరస్పరం ఆధారపడి ఉండటం. ఒక సంస్థ యొక్క ధర మరియు ఉత్పత్తి నిర్ణయాలను ఇతర సంస్థలు ప్రభావితం చేస్తాయి.

11.23.2 అనిశ్చితంగా ఉండే డిమాండు రేఖ

పరిమితస్వామ్య మార్కెట్‌లో డిమాండు రేఖ స్వభావం తెలుసుకొనటం కష్టం. ఒక సంస్థ ధర తగ్గించటం వల్ల, ఆ సంస్థ యొక్క ఉత్పత్తి, అమ్మకాలు ఎంతమేరకు పెరుగునో ఊహించుట కష్టమైన విషయం.

11.23.3 అమ్మకపు వ్యయాల ప్రాముఖ్యం

పరిమిత స్వామ్యంలో డిమాండు అనిశ్చితంగా ఉంటుంది. కాబట్టి అమ్మకపు వ్యయాల ప్రాముఖ్యం ఎక్కువగా ఉంటుంది. సగటు రాబడి తనకు అనుకూలంగా ఉండేటట్లు చేసుకోడానికి, ప్రతి సంస్థ వ్యాపార ప్రకటనలు చేస్తుంది అందువల్ల పరిమిత స్వామ్యంలో అమ్మకపు వ్యయాల ప్రాముఖ్యం ఎక్కువగా ఉంటుంది.

11.23.4 ఏకస్వామ్య ప్రవృత్తి

పరిమితస్వామ్య మార్కెట్‌లో ఏకస్వామ్య ప్రవృత్తి ఉంటుంది. పరిమిత స్వామ్యంలో ఉన్న ఉత్పత్తి దారులందరు ఒక అంగీకారానికి వస్తే ఏకస్వామ్య వ్యవస్థగా మారుతుంది.

11.23.5 ధర ధృడత్వం

పరిమిత స్వామ్యం యొక్క మరొక ముఖ్య లక్షణం ధర ధృడత్వం. పరిమిత స్వామ్యంలో ఇతర సంస్థల ప్రభావం మరియు ప్రవర్తన వల్ల ధర స్థిరముగా ఉంటుంది. క్రింది కారణాల వల్ల ఈ మార్కెట్‌లో ధర ధృడత్వం ఉంటుంది.

1. ధర తగ్గించటం వల్ల భవిష్యత్‌లో ఏమి జరుగుతుందో ప్రతి సంస్థకు తెలుసు.
2. ధర మార్పు వల్ల వినియోగదారులు అసంతృప్తి చెందుతారు.
3. కొత్త సంస్థలు మార్కెట్‌లోకి ప్రవేశించకుండా ఉండేందుకు ధరను ధృడత్వం ఏర్పడవచ్చు.

11.24 పరిమిత స్వామ్యంలో ధర నిర్ణయం - రకాలు

పరిమితస్వామ్య మార్కెట్‌లో ధర నిర్ణయం 3 రకాలుగా జరుగుతుంది.

1. సంస్థలు స్వతంత్రంగా తాము ఉత్పత్తి చేసే వస్తువులకు ధర నిర్ణయించటం.
2. సంస్థలన్ని ఒక అంగీకారం ద్వారా ధరను నిర్ణయించటం
3. ధర నిర్ణయంలో ఏదో ఒక సంస్థ నాయకత్వం వహించటం.

11.24.1 సంస్థ స్వతంత్రంగా ధరను నిర్ణయించటం

పరిమిత స్వామ్యంలో వస్తు భిన్నత్వం ఉన్న ప్రతి సంస్థ, ఏకస్వామ్య సంస్థ వలే స్వతంత్రంగా ధర నిర్ణయించవచ్చు. ధర నిర్ణయించుకునేటప్పుడు సంస్థ గరిష్ట లాభాలు వచ్చే విధంగా ధర నిర్ణయించుకుంటుంది. కాని వస్తు భిన్నత్వం లేకుంటే, అంటే తయారు చేసే వస్తువులు ఒకే విధమైన వస్తువులైన ఎడల ధర నిర్ణయించటం కష్టం. వివిధ సంస్థలు తమ తమ నిర్ణయాలపై ధరను నిర్ణయించుకున్నను, చివరకు అందరికి అంగీకారమయ్యే ధరను నిర్ణయిస్తాయి. ఒక వేళ స్వల్ప కాలంలో సంస్థ స్వతంత్రంగా ధరను నిర్ణయించినప్పటికి, దీర్ఘకాలంలో స్వతంత్రంగా ధరను నిర్ణయించటం కష్టం.

11.24.2 సంస్థలు ఒక అంగీకారం ద్వారా ధరను నిర్ణయించటం

పరిమిత స్వామ్యంలో సంస్థల మధ్య పోటి పెరిగితే అనిశ్చితకు దారి తీస్తుంది. ఈ స్థితిని నివారించుటకు పరిమిత స్వామ్యంలో ఉన్న సంస్థలు, ఒక ఒప్పందానికి వచ్చి కార్టెల్స్ (Cartels) ఏర్పడవచ్చు. సమిష్టిగా ఏర్పాటు చేసుకున్న కార్టెల్స్ ద్వారా ఏ ఏ సంస్థ ఎంతెంత ఉత్పత్తి చేయాలో నిర్ణయించుకొని, ధరను కూడా నిర్ణయించుకుంటాయి. పరిమిత స్వామ్యంలో ఉన్న సంస్థలన్ని ఒకే విధమైన వస్తువులను ఉత్పత్తి చేసినను, ఈ సంస్థలు ఒప్పందం ప్రకారం మార్కెట్‌ను పంచుకోవచ్చు.

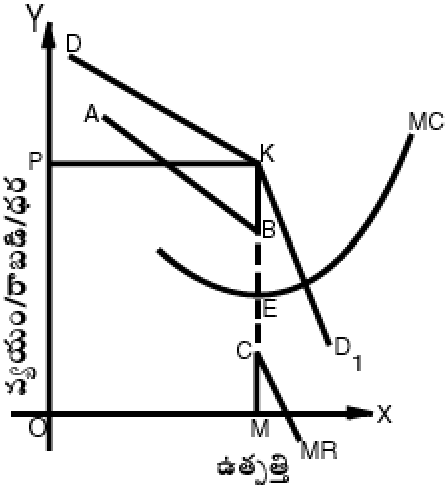
11.24.3 ధర నిర్ణయంలో ఒక సంస్థ నాయకత్వం వహించటం

ఒక సంస్థ నిర్ణయించిన ధరను మిగిలిన సంస్థలన్ని అనుసరిస్తే, ధర నిర్ణయంలో నామకత్వం ఉందంటారు. ధర నిర్ణయంలో నాయకత్వం అనేక రకాలుగా ఉండవచ్చు. ఉన్న సంస్థలలో అతి పెద్ద సంస్థ లేదా తక్కువ ఉత్పత్తి వ్యయంతో ఉత్పత్తి చేసే సంస్థ లేదా చాలా కాలం నుంచి వస్తూత్పత్తిని చేసే సంస్థ ధర నామకత్వం వహించవచ్చు. ధర నాయకత్వాన్ని వహించే సంస్థ నిర్ణయించే ధరను ఇతర సంస్థలు అనుకరిస్తాయి.

11.25 రేఖా పటం ద్వారా వివరణ

క్రింది రేఖా పటం - 11.9 లో పరిమిత స్వామ్యంలో ధర, ఉత్పత్తి ఏ విధంగా నిర్ణయించబడతాయో తెలుసుకోవచ్చు. స్వీజీ (Sweezy) ఇచ్చిన కింకీ డిమాండ్ రేఖ నమూనాను ప్రస్తుతం పరిశీలిస్తున్నాం.

రేఖా పటం - 11.9



రేఖా పటం - 11.9లో DKD_1 డిమాండ్ రేఖ. ఈ రేఖను కింకీ డిమాండ్ రేఖ అంటారు. ఈ రేఖ DK మరియు KD_1 అనే రెండు భాగాలుగా ఉంది. DK భాగం వ్యాకోచత్వం కలిగి ఉండగా, KD_1 భాగం అవ్యాకోచత్వం కలిగి ఉంది. K బిందువు వద్ద కింక్ లేదా వంకర ఏర్పడటానికి వివిధ కారణాలు ఉన్నాయి. పరిమిత స్వామ్యంలో, ఒక సంస్థ ధర పెంచితే ఇతర సంస్థలు అనుసరించవు. కాని ఆ సంస్థ ధర తగ్గిస్తే మాత్రం ఇతర సంస్థలు కూడా ధర తగ్గిస్తాయి. కాబట్టి ఆ ఒక్క సంస్థ మాత్రమే తన అమ్మకాలను పెంచుకోలేదు. అంతే కాకుండా ఏ సంస్థ కూడా ధరను తగ్గించే ప్రయత్నం చేయదు. అందువల్లనే ధర దృఢత్వం ఉంటుంది. ఉపాంత రాబడి రేఖను గమనిస్తే, ఇది B నుంచి C వరకు ఖాళీ ఏర్పడింది. MC రేఖ MR రేఖను ఈ ఖాళీ ప్రాంతంలో 'E' బిందువు వద్ద ఖండించుకుంది. ఈ సమతౌల్యం వద్ద ఉత్పత్తి OM గాను, ధరను OP గాను నిర్ణయించటం జరుగుతుంది.

11.26 సారాంశం

ఏకస్వామ్యం, పరిమిత స్వామ్యం, ఏకస్వామ్య పోటీలను ఈ భాగంలో పరిశీలించటం జరిగింది. ఒకే ఉత్పత్తిదారుడు ఉండి, తయారు చేసే వస్తువుకు దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు లేనట్లయితే ఏకస్వామ్యం అంటాం. ఏకస్వామ్యంలో ఉత్పత్తి దారుడు ఒకే రకమైన వస్తువులకు వివిధ ధరలను విధించటానికి అంటే ధర విచక్షణకు అవకాశం ఉంది. ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్‌లో ఎక్కువ మంది ఉత్పత్తిదారులు ఉంటారు, కొంత ఏకస్వామ్య శక్తి ఉంటుంది. వారు తయారు చేసే వస్తువులు దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు. ఈ మార్కెట్‌లో కొన్ని పోటీ లక్షణాలు ఉంటే మరికొన్ని ఏకస్వామ్య లక్షణాలు ఉంటాయి. పరిమిత స్వామ్యంలో బహు కొద్ది మంది ఉత్పత్తిదారులు ఉంటారు. ధర దృఢత్వం దీని ముఖ్య లక్షణం. ఈ మార్కెట్లను అసంపూర్ణ మార్కెట్లుగా చెబుతాము. ఈ మార్కెట్లే సాధారణంగా మనకు కనిపించే మార్కెట్లు.

11.27 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

1. ఏకస్వామ్యంలో ఒకే ఉత్పత్తిదారుడు ఉండి, తయారుచేసే వస్తువులకు దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు ఉండవు.
2. ఏకస్వామ్యంలో AR, MR రేఖలు ఎడమ నుండి కుడి వైపుకు క్రిందకు వాలి ఉంటాయి.
3. ఒకే రకమైన వస్తువును వివిధ కొనుగోలుదారులకు, వివిధ ధరలకు విక్రయించు పద్ధతినే ధర విచక్షణ అని అంటారు.
4. ధర విచక్షణలో వివిధ రకాలు ఉన్నాయి. 1) వ్యక్తిగత ధర విచక్షణ, 2) ప్రాంతాన్ని బట్టి విచక్షణ లేక ప్రాంతీయ ధర విచక్షణ, 3) వ్యాపార ధర విచక్షణ లేదా ఉపయోగిత ధర విచక్షణ.
5. ఒకటి కంటే ఎక్కువ మార్కెట్‌లు ఉన్నప్పుడు, వస్తువులకు వివిధ డిమాండ్ వ్యాకోచాలు ఉన్నప్పుడు ధర విచక్షణకు అవకాశం ఉంటుంది.
6. వస్తువులకు ధర విధించేటప్పుడు, ఏకస్వామ్యదారుడు అవ్యాకోచ డిమాండ్ గల మార్కెట్‌ల్లో ఎక్కువ ధరను, వ్యాకోచ డిమాండ్ గల మార్కెట్‌లో తక్కువ ధరను నిర్ణయిస్తాడు.
7. A.C. పిగూ ధర విచక్షణ మూడు రకాలుగా వర్గీకరించాడు.
8. ధర విచక్షణ వల్ల వివిధ ప్రయోజనాలు ఉన్నాయి. ప్రజా సంక్షేమాన్ని పెంచడానికి, ఆదాయ అసమానతలను తగ్గించడానికి ధర విచక్షణ ఎంతో ఉపయోగపడుతుంది.
9. ఏకస్వామ్య పోటీని E.H. చాంబర్‌లిన్ అను ఆర్థికవేత్త అభివృద్ధి పరిచాడు.
10. ఏకస్వామ్య పోటీలో అనేక సంస్థలు ఉండి, వస్తు భిన్నత్వం ఉంటుంది. ఈ మార్కెట్‌లో కొత్త సంస్థలు మార్కెట్‌లో ప్రవేశించటానికి, ఉన్న సంస్థలు మార్కెట్ నుంచి బయటకు పోవటానికి స్వేచ్ఛ ఉంటుంది. ఈ మార్కెట్‌లో అమ్మకపు వ్యయాలు ఉంటాయి.
11. ఏకస్వామ్య పోటీలో, స్వల్ప కాలంలో, కొన్ని సంస్థలు అధిక లాభాలను మరియు కొన్ని సంస్థలు సాధారణ లాభాలను లేదా నష్టాలను పొందవచ్చు.
12. స్వేచ్ఛా ప్రవేశం మరియు నిష్క్రమణ వల్ల ఏకస్వామ్య పోటీలో, దీర్ఘకాలంలో, అన్ని సంస్థలు సాధారణ లాభాలనే పొందుతాయి.

11.28 పదకోశం

1. **ఏకస్వామ్యం :** మార్కెట్‌లో ఒకే ఉత్పత్తిదారుడు ఉండి, తయారు చేసే వస్తువుకు దగ్గర ప్రత్యామ్నాయ వస్తువులు లేకపోవటం.
2. **ధర విచక్షణ :** ఒకే రకమైన వస్తువులకు వివిధ ధరలు విధించటం.
3. **అమ్మకం వ్యయాలు :** సంస్థలు తమ వస్తు డిమాండు పెంచుకోవటం కోసం చేసే వ్యయాలు.
4. **ధర దృఢత్వం :** ధర కొంత కాలం మార్పులేకుండా కొనసాగే స్థితి.
5. **అభిలషణీయ సంస్థ :** కనీస వ్యయాలతో ఉత్పత్తి చేస్తూ సమతౌల్యంలో ఉన్న సంస్థ.

11.29 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. ఏకస్వామ్యంలో ధర, ఉత్పత్తి నిర్ణయాన్ని వివరించండి.

2. విచక్షణాత్మక ఏకస్వామ్యంలో ధర, ఉత్పత్తిని గూర్చి తెల్పండి.
3. పరిపూర్ణ పోటీకి, ఏకస్వామ్యానికి గల తేడాలను విచక్షణ చేయుము.
4. ఏకస్వామ్య పోటీ మార్కెట్‌లో సంస్థ సమతౌల్యాన్ని గూర్చి తెల్పండి.
5. పరిమిత స్వామ్యం అనగానేమి ? పరిమిత స్వామ్యంలో ధర నిర్ణయాన్ని గూర్చి విశదీకరించండి.

II. సంక్షిప్త వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. ఏకస్వామ్యం అంటే ఏమిటి? ఏకస్వామ్య రకాలను విశదీకరించండి.
2. ఏకస్వామ్య పోటీ లక్షణాలను తెల్పండి.
3. ధర విచక్షణ రకాలను, ధర విచక్షణకు అవసరమైన నిబంధనలను గూర్చి వ్రాయండి.
4. పరిమిత స్వామ్య లక్షణాలను వివరించండి.
5. పరిమిత స్వామ్యంలో కింకీ డిమాండు రేఖ సహాయంతో ధర నిర్ణయం గూర్చి వ్రాయండి.

III. సంక్షిప్త ప్రశ్నలు

1. ధర విచక్షణ
2. వస్తు విభేధం
3. కింకీ డిమాండు రేఖ
4. ధర ధృడత్వం

11.30 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

1.	Stonier & Hague	:	A Text Book of Economic Theory
2.	Dean Joel	:	Managerial Economics
3.	P.N. Chopra	:	Business Economics
4.	తెలుగు అకాడమి	:	వ్యాపార అర్థశాస్త్రం

భాగం - 12

జాతీయాదాయ విశ్లేషణ

విషయక్రమం

12.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు.
12.1 విషయ పరిచయం
12.2 జాతీయాదాయం - అర్థం - పరిధి
12.3 జాతీయాదాయ భావనలు
12.4 జాతీయాదాయ మదింపు పద్ధతులు
12.5 జాతీయాదాయ అంచనాల వల్ల ప్రయోజనాలు
12.6 జాతీయాదాయ గణనలో ఉన్న ఇబ్బందులు
12.7 జాతీయాదాయంలోని అంతర్భాగాలు.
12.8 సాంఘిక ఖాతాలు
12.9 భారత దేశంలో జాతీయాదాయం
12.10 సారాంశం
12.11 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు
12.12 పదకోశం
12.13 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు
12.14 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

12.0 ఉద్దేశాలు, లక్ష్యాలు

ఈ భాగంలో మనం జాతీయాదాయం యొక్క అర్థాన్ని, పరిధిని, దాని మదింపు పద్ధతులను తెలుసుకొని జాతీయాదాయ మదింపులో ఎదురయ్యే సమస్యలను అవగాహన చేసుకోవడం, జాతీయాదాయ గణనకు ఉపయోగిస్తున్న పద్ధతులను తెలుసుకొని, జాతీయాదాయాం అంచనాల వల్ల ప్రయోజనాలు తెలుసుకుంటాము. ఈ భాగం పూర్తయ్యే సరికి ఈ క్రింది విషయాలను మీరు అవగాహన చేసుకోగలరు.

* జాతీయాదాయం అంటే ఏమిటి? నిర్వచనాలు
* జాతీయాదాయంలోకి వచ్చే అంశాలు
* జాతీయాదాయ భావనలు
* జాతీయాదాయ మదింపు పద్ధతులు
* జాతీయాదాయ లెక్కల వల్ల ప్రయోజనాలు
* జాతీయాదాయాన్ని లెక్కించుటలో గల ఇబ్బందులు

12.1 విషయ పరిచయం

ప్రపంచంలో ఉన్న దేశాలను అభివృద్ధి చెందిన, అభివృద్ధి చెందుచున్న దేశాలుగా వర్గీకరించటం పరిపాటి. కొన్ని దేశాలలో అభివృద్ధి శీఘ్రగతిని జరుగుతుంటే, మరికొన్ని దేశాల్లో మందకొడిగా సాగుతుంది. ఈ విధమైన వర్గీకరణ చేయటానికి కాని, దేశ ఆర్థిక స్థితిలో పెరుగుదల స్వభావాలను పరిశీలించటానికి జాతీయాదాయం ఒక ముఖ్యమైన ప్రమాణం. ఒక సంవత్సర కాలంలో ఒక దేశానికి సంప్రాప్తించే ఆదాయం జాతీయాదాయం. జాతీయాదాయం అనేది కుటుంబ, వ్యాపార, ప్రభుత్వ, విదేశ వ్యాపార రంగాల నుంచి లభ్యమౌతుంది. దేశ ఆర్థిక స్వరూప స్వభావాలను పరిశీలించుటకు జాతీయాదాయ భావనలైన స్థూల జాతీయాదాయం, నికర జాతీయాదాయం, వ్యష్టి ఆదాయం, వ్యయార్హ ఆదాయం, మొదలైనవి ఉపయోగపడతాయి. ఈ భావనల వల్ల దేశ ఆర్థిక స్థితిగతులను అంచనా వేసి తదనుగుణంగా ఆర్థిక విధానాలను రూపొందించుకోవచ్చు. కాబట్టి జాతీయాదాయం, జాతీయాదాయ భావనలకు సంబంధించిన అవగాహన అర్థశాస్త్రం చదివే విద్యార్థులకు ఎంతో అవసరం.

12.2 జాతీయాదాయం - అర్థం - పరిధి

ఒక దేశంలో, ఒక సంవత్సర కాలంలో, ఉత్పత్తి సాధనాల ద్వారా ఉత్పత్తి అయ్యే వస్తుసేవల మొత్తం విలువను ఆ దేశ జాతీయాదాయం అంటారు. జాతీయాదాయం అనేది ప్రవాహం. ఒక సంవత్సర కాలంలో ప్రవాహ రూపంలో ఉత్పత్తి అయిన జాతీయాదాయం, సంవత్సరాంతానికి జాతీయ సంపదలో కలిసిపోతుంది.

ఉన్న వనరులను సద్వినియోగం చేసుకుంటే దేశ జాతీయాదాయం ఎక్కువగా ఉంటుంది. ధనిక దేశాల్లో ఉత్పత్తి వనరులు, ఆ వనరులను ఉపయోగించుకునే శక్తి ఎక్కువ కాబట్టి ఆ దేశాల్లో జాతీయాదాయం హెచ్చుగా ఉంటుంది. పేద దేశాల్లో వనరులు ఉంటాయి. కాని వాటిని అభిలషణీయంగా వాడుకోవాలనుకున్నా ఉత్పత్తి అనుకూలతలు కూడా అంతంత మాత్రమే. అందుకని పేద దేశాల్లో జాతీయాదాయం అల్పంగా ఉంటుంది. జాతీయదాయ స్థాయిని బట్టి దేశాలను సంపన్న దేశాలని పేద దేశాలని వర్గీకరిస్తారు.

జాతీయదాయం ఆర్థికాభివృద్ధికి సూచికగా ఉంటుంది. జాతీయాదాయం అల్పంగా ఉన్న దేశాలను అల్పాభివృద్ధి చెందిన దేశాలని, చాలా ఎక్కువగా ఉన్న దేశాలను అభివృద్ధి చెందిన దేశాలు అని చెప్పవచ్చు. అభివృద్ధి చెందిన సంపన్న దేశాలు ఏ విధంగా అభివృద్ధి చెందాయో తెలుసుకుంటే, అల్పాభివృద్ధి చెందిన దేశాలను పేద దేశాలు అనుకరించవచ్చు. అందుకే జాతీయాదాయం స్థూల ఆర్థిక విశ్లేషణలో ఒక ముఖ్యమైన అధ్యాయంగా చోటు చేసుకుంది.

జాతీయాదాయాన్ని వివిధ శాస్త్రవేత్తలు వివిధ రకాలుగా నిర్వచించారు. మార్షల్ ప్రకారం " ఒక దేశంలో ఒక సంవత్సర కాలంలో శ్రమ, మూలధనాలు కలసి సహజ వనరుల సాయంతో ఉత్పత్తి చేసే వస్తుసేవల యొక్క నికర విలువయే జాతీయాదాయం " ఉత్పత్తి సాధనాలైన భూమి, శ్రమ, మూలధనం మరియు వ్యవస్థాపనలు సహకరించుకొని యేటా కొన్ని వస్తు సేవలను ఉత్పత్తి చేస్తాయి. వాటి నికర విలువను లెక్కిస్తే అది జాతీయాదాయం అవుతుంది. అయితే ఈ నిర్వచనంలో విదేశ వ్యాపార ప్రస్తావన లేదు. ఒక దేశం ఇంకో దేశంతో వ్యాపారం చేస్తూ కూడా ఆదాయం పొందుతుంది కాబట్టి విదేశ వ్యాపారానికి అవకాశం కల్పించాలి. పీగూ అనే ఆర్థికవేత్త ఇలా అంటాడు. "ద్రవ్యమనే కొలమానంతో కొలవ గలిగిన, దేశీయంగా ఉత్పత్తి జరిగిన ఆదాయాలు, విదేశాలనుండి ఆర్జించిన ఆదాయాల మొత్తమే జాతీయాదాయం. " ఫిషర్ " అనే ఆర్థికవేత్త " దేశంలోని ఉత్పాదకత వనరుల

ద్వారా జనితమై యేటా తుది వినియోగదారులకు చేరే వస్తుసేవల మొత్తం నికర విలువను మరియు మూలధనరాశికి జత చెయ్యబడే నికర విలువను జాతీయాదాయం అనాలి " అంటారు.

ఈ నిర్వచనాలన్నింటిని క్రోడీకరించి ముఖ్యాంశాలను ఈ విధంగా పేర్కొనవచ్చు.

1. జాతీయాదాయాన్ని ఒక సంవత్సర కాలానికి లెక్క గట్టాలి.
2. వస్తుసేవల నికర విలువనే తీసుకోవాలి.
3. అన్ని రంగాలలో జరిగిన ఉత్పత్తుల విలువలను తీసుకోవాలి.
4. విదేశ వ్యాపార శేషాన్ని గూడా పరిగణించాలి.
5. ఉత్పత్తి పూర్తయిన తుది వస్తుసేవలనే లెక్కించాలి.
6. ద్రవ్యంతో జరిగే లావా దేవీలనే పరిగణించాలి.

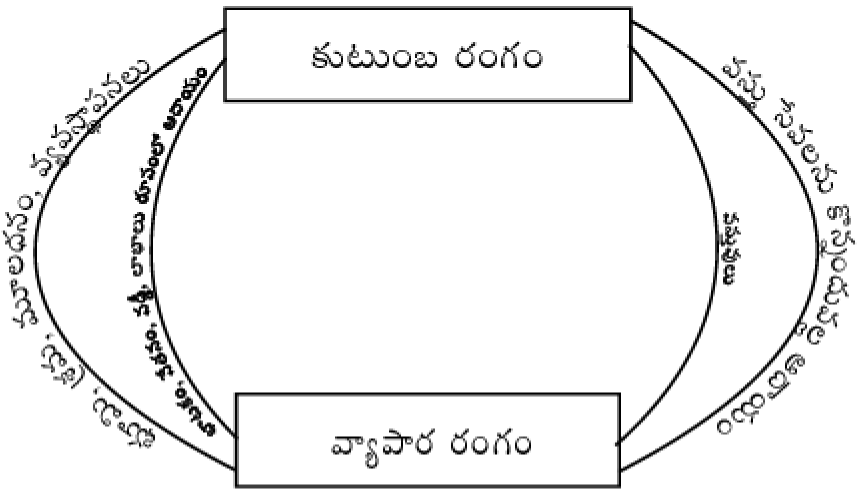
జాతీయాదాయాన్ని ఒక సంవత్సర కాలానికి లెక్క గట్టడంలో ప్రత్యేకమైన ఆంతర్యమేమీ లేదు. సంవత్సర కాలాన్ని ప్రామాణికంగా తీసుకోవడం. బడ్జెట్ కాలం సంవత్సరం కాబట్టి మరియు ఒక సంవత్సరపు ఉత్పత్తి విలువను, ఇంకొక సంవత్సర విలువతో పోల్చడానికి సుకరంగా ఉంటుంది. కాబట్టి సంవత్సర కాలాన్ని పరిగణించడం సబబైనదే.

జాతీయ సంపద నిధి అని, జాతీయాదాయ ప్రవాహం అని అన్నాము. జాతీయ సంపదలో అన్ని రకాల సంపదలు కలిసి ఉంటాయి. అవి : వ్యష్టి సంపద, సాంఘిక సంపద మరియు సహజ సంపద. వీటిని వాడుకొని ఏటా అదనపు సంపదను ఉత్పత్తి చేస్తారు. దీనినే ప్రవాహ రూపకంగా వచ్చిన ఆదాయం అంటాం. ప్రతి సంవత్సరం ఇలాగే జరుగుతుంది. కనుక జాతీయ సంపదను రాశి చంలాకం (నిధి) గాను, జాతీయాదాయం ప్రవాహ చలాంకంగాను ఉంటాయి. వివిధ రంగాల కలయికే ఆర్థిక వ్యవస్థ. ఆర్థిక వ్యవస్థలోని వివిధ రంగాలు పరస్పరం ఆధారపడి వుంటాయి. డిమాండ్ కోసంగాని లేదా సప్లయి కోసంగాని ఒక రంగం మరొక రంగం పైన ఆధారపడక తప్పదు. స్థూలంగా ఆర్థిక వ్యవస్థను నాలుగు రంగాలుగా విభజించవచ్చు. అవి : కుటుంబ రంగం, వినియోగ వస్తువుల రంగం, పెట్టుబడి వస్తువుల రంగం మరియు ప్రభుత్వ రంగం. విదేశ వ్యాపార రంగాన్ని కూడా కలుపుకుంటే అయిదు రంగాలవుతాయి. విదేశ వ్యాపారమంటు లేని నియమిత ఆర్థిక వ్యవస్థలు ఈనాడు ఎక్కడా లేవనే చెప్పాలి. ఉత్పత్తి రంగానికి అవసరమయ్యే శ్రామికులు కుటుంబ రంగానికి చెందినవారే. వారే వినియోగదార్లు కూడాను. ప్రజల కోర్కెలను తీర్చగలిగే వినియోగ వస్తువులకు డిమాండు పెరిగితే, వాటిని తయారుచేసే పెట్టుబడి వస్తువులకు కూడా డిమాండు పెరిగినట్లే. పెట్టుబడులు పెంచనీయకుండా వస్తూత్పత్తి పెరగదు. ప్రైవేటు రంగంలో తగినంత పెట్టుబడిని సమకూర్చ లేకపోతే, ప్రభుత్వమే ఆ లోటును భర్తీ చేయాల్సి ఉంటుంది. ప్రజలకు కావల్సిన కొన్ని సేవలను ప్రైవేటు రంగం పట్టించుకోక పోవచ్చు. రోడ్లు, పార్కులు, స్కూళ్ళు, ఆసుపత్రులులాంటి ప్రయోగకర సేవలను ప్రభుత్వమే ఏర్పాటు చేయాల్సి ఉంటుంది. అధికంగా తయారైన వస్తువులను విదేశీ మార్కెట్లో అమ్ముకోవచ్చు. అలాగే, అవసరమైన కొన్ని వస్తువులను విదేశాలనుండి కొనవచ్చు. ఈ విధంగా ప్రతిరంగం ఇంకొక రంగం మీద ఆధారపడి ఉంటుంది.

చక్రీయ ప్రవాహం ఆర్థిక వ్యవస్థలో చుట్టూ తిరుగుడు ప్రక్రియగా ఆదాయ వ్యయ ప్రవాహముంటుంది. ఉత్పత్తికోసం భూమి, శ్రమ, మూలధనం మరియు వ్యవస్థాపన అనే నాలుగు సాధనాలు. ఉత్తత్తి సాధనాలను అందించే

వారందరు కుటుంబ రంగానికి చెందినవారు. ఉత్పత్తి సాధనాల సేవలను అందించినందు వల్ల కుటుంబ రంగానికి భాటకం, వేతనాలు, వడ్డీ, లాభాలు ఆదాయాలుగా చెల్లించబడతాయి. వీటిని చెల్లించేది వ్యాపార రంగం. వ్యాపార రంగంలో ప్రైవేటు సంస్థలుంటాయి. ప్రభుత్వ రంగ సంస్థలు కూడా ఉంటాయి. ఆదాయాలు రావటం ఆదాయ ప్రవాహమైతే, వ్యయాలు చేయటం వ్యయ ప్రవాహమవుతుంది, సంస్థలు వస్తు సేవలను అమ్మినప్పుడు వాటికి ఆదాయాలు వస్తాయి. వాటిని కొన్నవారు వ్యయాలు చేస్తారు. ఒకరికి ఆదాయం ఇంకొకరు చేసిన వ్యయమే. వ్యయాలన్నీ ఆదాయాలుగానూ, ఆదాయాలన్నీ తిరిగి వ్యయాలుగాను మారతాయి. కనుక స్థూలంగా ఆదాయం మొత్తం వ్యయం మొత్తంతో సమానం అవుతుంది. వస్తుసేవల మొత్తం విలువ అంటే ఒక సంవత్సర కాలంలో ఉత్పత్తి జరిగిన అదనపు విలువ అదనపు ఆదాయం గాను మరియు అదనపు వ్యయం గాను ఉంటుందన్నమాట. కాబట్టి, జాతీయాదాయం ఉత్పత్తి కోణం నుండి గాని లేదా ఆదాయ కోణం నుండి గాని లేదా వ్యయాల కోణం నుండిగాని, ఎటునుంచి చూసినా ఒకే మొత్తాన్ని సూచించుతుంది. పైవివరణను బట్టి మనకు అర్థమయ్యే విషయం ఏమిటంటే, ఆర్థిక వ్యవస్థలోని ఒక్కో రంగంలోని ఆదాయం ఇతర రంగాలకు ప్రవాహంలా వెళ్ళిపోతుంది. దీనిని ఈక్రింది పటంద్వారా చూపవచ్చు. పటం నందు కుటుంబ రంగం, వ్యాపార రంగం అనే రెండు రంగాలు కలిగిన ఆర్థిక వ్యవస్థను ఉదాహరణగా చూపటం జరిగినది.

చక్రరూప ఆదాయ ప్రవాహం



పై పటంలో కుటుంబ రంగం వ్యాపార రంగానికి తన సేవలనందించుట ద్వారా జీతాలు, వేతనాలు, బోనస్‌లు మొదలగు రూపాల్లో ప్రతి ఫలాన్ని పొందుతున్నాయి. అదే విధంగా వ్యాపార రంగం కుటుంబ రంగ సహాయంతో వస్తువులను ఉత్పత్తి చేసి పంపిణీ చేస్తున్నాయి. అనగా కుటుంబరంగ వ్యయము వ్యాపార రంగమునకు ఆదాయంగానూ, వ్యాపార రంగం యొక్క వ్యయం కుటుంబ రంగంనకు ఆదాయం గానూ, ఒక రంగం నుండి మరొక రంగంనకు ద్రవ్య రూపంలోగానీ, వస్తు రూపంలో గానీ నిరంతరం ప్రవహించుతూనే ఉంటుందని చెప్పవచ్చు.

12.3 జాతీయాదాయ భావనలు

జాతీయాదాయం లెక్కలలో అతి తరుచుగా ఈ క్రింది భావనలు మనకు ఎదురౌతాయి.

1. స్థూల జాతీయోత్పత్తి
2. నికర జాతీయోత్పత్తి

3. వ్యష్టి ఆదాయం.

4. వ్యయార్హ ఆదాయం.

5. ఉత్పత్తి కారకాల ఖరీదు దృష్ట్యా జాతీయదాయం.

6. తలసరి ఆదాయం.

1. స్థూల జాతీయోత్పత్తి : స్థూల జాతీయోత్పత్తి అంటే ఒక దేశంలో ఒక సంవత్సర కాలంలో ఉత్పత్తి అయిన అంతిమ వస్తుసేవల మొత్తం విలువ. జాతీయాదాయం లెక్కించేటప్పుడు ఒక సంవత్సరపు విలువను మరల, మరల లెక్కించకుండా జాగ్రత్తపడాలి. జాతీయాదాయాన్ని మరొక విధంగా కూడా లెక్కించ వచ్చు. వినియోగానికి ఉపయోగించే అంతిమ వస్తువుల విలువను (ఉదా॥బట్టలు) మాత్రమే తీసుకుని కలపవచ్చు అంటే అంతిమ ఉత్పత్తిలో ఉపయోగించిన మాధ్యమిక వస్తువులను (సగం తయారీ వస్తువులు ఉదా: నూలు) లెక్కలోకి తీసుకోరాదు. మనం లెక్కించిన అంతిమ వస్తువు విలులో ఈవస్తువు విలువలు ఇమిడి వుంటాయి.కాబట్టి వాటి విలువను మనం మినహాయిస్తాము. సాదారణంగా కొన్ని సందర్భాలలో సంవత్సరాంతానికి అంతిమ వస్తువులోనికి చేరని మాధ్యమిక వస్తువులు ఉంటాయి. ఆ వస్తు నిల్వలను కూడా జాతీయోత్పత్తికి కలప వలసి వుంటుంది.

2. నికర జాతీయోత్పత్తి : దేశంలోని వస్తువులను ఉత్పత్తి చేయటానికి అనేక యంత్రాలను ఉపయోగించటం జరుగుతుంది. ఈ యంత్రాలను నిరంతరం వినియోగించటం చేత అరుగుదల, తరుగుదల ఏర్పడి, వాటి సామర్థ్యం తగ్గి కొంతకాలం తరువాత నిరుపయోగంగా తయారవుతాయి. కాబట్టి ప్రతి సంవత్సరం తరుగుదల సంభవిస్తుంది. స్థూల జాతీయోత్పత్తి నుంచి ఈ తరుగుదలను తీసివేస్తే నికర జాతీయోత్పత్తి వస్తుంది.

నికర జాతీయోత్పత్తి = స్థూల జాతీయోత్పత్తి - తరుగుదల

సాదారణంగా జాతీయాదాయం అంటే నికర జాతీయాదాయమే.

ఉత్పత్తి కారకాల ఖరీదు దృష్ట్యా జాతీయాదాయం: ఉత్పత్తి ప్రక్రియలో పాల్గొన్నందుకు ఉత్పత్తి కారకాలైన భూమి, శ్రమ, మూలధనం, వ్యవస్థాపనలు పొందే ప్రతిఫలాలైన భాటకం, వేతనం, వడ్డీ, లాభాయ మొత్తాన్ని ఉత్పత్తి కారకాల దృష్ట్యా జాతీయాదాయం అంటారు. ఉత్పత్తి కారకములకు చెల్లించే మొత్తం సంస్థల ఉత్పత్తి వ్యయాలు అవుతాయి. దేశంలోని జాతీయాదాయం అంతా ఉత్పత్తి కారకముల మధ్య పంపిణీ కాదు. జాతీయాదాయంలో పరోక్ష పన్నులైన ఎక్సైజ్ సుంకాలు, అమ్మకం పన్నులు, దిగుమతి సుంకాలు మొదలైనవి కలిసి వుంటాయి. కాబట్టి ఇవి మినహాయించాలి. ఇవి ప్రభుత్వానికి చెందుతాయి. కొన్ని ప్రత్యేక పరిస్థితులలో ప్రభుత్వమిచ్చే సబ్సిడీలు ఉత్పత్తి సాధనాలకు ప్రతిఫలంగా వస్తాయి. కాబట్టి వీటిని నికర జాతీయోత్పత్తికి కలపాలి. అంటే నికర జాతీయోత్పత్తికి సబ్సిడీలు కలిపి, పరోక్షపు పన్నులు తీసివేస్తే ఉత్పత్తి కారకాల ఖరీదు దృష్ట్యా జాతీయాదాయాం వస్తుంది.

ఉత్పత్తి కారకాల ఖరీదు దృష్ట్యా జాతీయాదాయం = నికర జాతీయాదాయం – పరోక్షపన్నులు + సబ్సిడీలు

వ్యష్టి ఆదాయం: ఒక సంవత్సర కాలంలో దేశంలోని వ్యక్తులందరు పొందే ఆదాయాల మొత్తాన్ని వ్యష్టి ఆదాయం అంటారు. జాతీయాదాయం మొత్తం ఆ దేశంలో ఉన్న వ్యక్తులందరికి చెందదు. ఎందుకంటే కార్పోరేటు పన్నులు,

పంచని లాభాలు, సాంఘీక సంక్షేమ విరాళాలు సంస్థలోనే మినహాయించ బడతాయి. బదిలీ చెల్లింపుల ద్వారా (పెన్షనను, నిరుద్యోగభృతి, మొదలైనవి) వచ్చే ఆదాయాన్ని కలపాలి. కావున వ్యష్టి ఆదాయాన్ని ఈ క్రింది విధంగా చెప్పవచ్చు.

వ్యష్టి ఆదాయం = నికర జాతీయాదాయం - కార్పొరేటు పన్నులు, పంచిపెట్టని లాభాలు, కంపెనీలు ఇచ్చిన సాంఘిక సంక్షేమ విరాళాలు + బదిలీ చెల్లింపులు (వృద్ధాప్య పింఛనులు, సాంఘిక భద్రత విరాళాలు, ప్రభుత్వ రంగాల పై వడ్డీ మొదలగునవి).

తలసరి ఆదాయం : మొత్తం జాతీయాదాయాన్ని దేశంలో ఉన్న జన సంఖ్యతో భాగించగా వచ్చేది సగటు లేదా తలసరి ఆదాయం. తలసరి ఆదాయం ప్రజల జీవన ప్రమాణాన్ని వ్యక్తం చేసే సూచిక. ఎక్కువ వస్తుసేవలను కొనగలిగితే, ఆ ప్రజల జీవన ప్రమాణం ఎక్కువ అని చెప్పవచ్చు.

$$\text{తలసరి ఆదాయం} = \frac{\text{నికర జాతీయాదాయం}}{\text{జన సంఖ్య}}$$

వ్యయార్హ ఆదాయం: వ్యష్టి ఆదాయం ద్వారా వ్యక్తులు పొందిన ఆదాయం మొత్తాన్ని ఖర్చు చేసుకోవటానికి అవకాశం లేదు. ఎందుకంటే వ్యష్టి ఆదాయంలో నుంచి వ్యష్టి పన్నులను చెల్లించాలి. కాబట్టి వీటిని తీసివేయగా వచ్చు ఆదాయం వ్యయార్హ ఆదాయం అవుతుంది. వ్యయార్హ ఆదాయాన్ని వ్యక్తులు యధేచ్ఛగా ఖర్చు చేసుకోవచ్చు లేదా దాచుకొనవచ్చు (పొదుపు చేసుకొనవచ్చు). వ్యయార్హ ఆదాయం దేశంలోని వ్యక్తుల ఆర్థిక స్థోమతకు ప్రతీక.

వ్యయార్హ ఆదాయం = వ్యష్టి ఆదాయం - వ్యష్టి పన్నులు

లేదా

వ్యయార్హ ఆదాయం = వినియోగ వ్యయం + పొదుపు

12.4 జాతీయాదాయ మదింపు పద్ధతులు

1. ఉత్పత్తి మదింపు పద్ధతి.
2. ఆదాయాల మదింపు పద్ధతి.
3. వ్యయాల మదింపు పద్ధతి.

ఈ మూడు పద్ధతుల్లో ఏ పద్ధతి అవలంభించినా వచ్చే మొత్తం ఒకటే. జాతీయాదాయాన్ని ఉత్పత్తి, పంపిణీ, వ్యయం అనే మూడు దృక్కోణాల నుంచి చెప్పడం జరుగుతుంది. ఆదాయ ప్రవాహం మొత్తం, నికర ఉత్పత్తులు, అంతిమ వ్యయం సమానమేనని ముందే వివరించడమైనది. ఆర్థిక వ్యవస్థ యొక్క వివిధ దశలలో అంటే ఉత్పత్తి (Production), పంపకం(Distribution), వ్యయం(Consumption)లలో ఇవి ఉత్పన్నమవుతాయి.

1) ఉత్పత్తి మదింపు పద్ధతి (Product Method) : ఈ పద్ధతిలో ఒక సంవత్సరం కాలంలో ఉత్పత్తి అయిన

వస్తుసేవల విలువను కనుక్కొని జాతీయాదాయాన్ని నిర్ణయించటం జరుగుతుంది. ఈ పద్ధతిలో జాతీయాదాయాన్ని కనుగొనుట కోసం ఆర్థిక వ్యవస్థను వ్యవసాయం, గనులు, వ్యాపారం, రవాణా సౌకర్యాలు, బాంకింగ్, భీమా మొదలైన రంగాలుగా విభజించారు. ఒక సంవత్సర కాలంలో ఉత్పత్తి అయిన వస్తు సేవల యొక్క నికర విలువలను తీసుకోవలెను. ఇతర రంగాల నుంచి కొన్న వస్తువుల విలువను స్థూల ఉత్పత్తి నుంచి మినహాయించాలి. లేనిచో ఒక వస్తువు రెండుసార్లు లెక్కించినట్లవుతుంది. మధ్యరకమైన వస్తువులను (Intermediary goods) లెక్కలోకి తీసుకోరాదు. ఒక కుర్చీ విలువను లెక్కకట్టినప్పుడు, అందులో కొయ్య విలువకూడా కలిసి ఉంటుంది. కొయ్య మధ్యరకమైన వస్తువు, కుర్చీ అంతిమ వస్తువు (Final Product). కుర్చీని లెక్కగడితే కొయ్యను లెక్కించటం అనవసరం. ఒక సంవత్సరములో ఒక సంస్థ రూ 10,000, విలువ గల ఫర్నిచర్‌ను తయారు చేసింది అనుకొందాం. అయితే కొయ్యసామాగ్రి ఇతరాలు రూ.6,000లకు కొనుగోలు చేసిందనుకొంటే ఆ సంస్థ యొక్క నికర ఉత్పత్తివిలువ రూ 10,000 - 6,000 = 4,000, జాతీయాదాయపు లెక్కలలో ఈ సంస్థ నుంచి రూ, 4,000 విలువ చేరుతుంది. మిగిలిన రూ6,000 ఇతర సంస్థల నుంచి కొనుగోలు చేసింది కదా, ఆ సంస్థల నికర ఉత్పత్తిగా రూ6,000 జాతీయాదాయంలో లెక్కించటం జరుగుతుంది. ఇట్లా వివిధ రంగాలలో ప్రతిసంస్థ నికరుత్పత్తి విలువను మదింపు చేస్తే గాని జాతీయాదాయం తేలదు. అందుకే దీనిని ఉత్పత్తి మదింపు పద్ధతి అన్నారు. జాతీయాదాయానికి విదేశ వ్యాపారం వల్ల వచ్చిన నికరాదాయాన్ని (Net income From international trade) (+ or -) కూడితే స్థూల జాతీయోత్పత్తి వస్తుంది. ఉత్పత్తికి యంత్రాలను, యంత్ర పరికరాలను ఉపయోగిస్తాం కాబట్టి వాటి తరుగుదల సంవత్సరంలో ఎంతో లెక్కకట్టి మినహయిస్తే, నికర జాతీయాదాయం వస్తుంది.

ఈ విధంగా జాతీయాదాయాన్ని లెక్కగట్టడం వల్ల ఏ రంగం నుంచి, ఏ నిష్పత్తిలో ఎంత జాతీయాదాయం వస్తుందో తెలుస్తుంది. దీనినే పారిశ్రామిక మూలంగా జాతీయాదాయం అంటారు. (National Income by Industrial Origin). ఈ పద్ధతివల్ల ఏరంగం యొక్క ప్రాముఖ్యం ఎంతో తెలుస్తుంది.ఈ పద్ధతి జాతీయోత్పత్తి ద్రవ్య రూపంలో (Money value) ఎంతో తెలియజేస్తుంది. ఈ పద్ధతి శాస్త్రీయమైనది. ఎక్కువగా అమలులో ఉన్నది. అన్ని దేశాలు చాలావరకు ఈ పద్ధతితోనే వివిధ రంగాల నికర ఉత్పత్తి విలువను కనుక్కొంటున్నాయి.

2) ఆదాయాల మదింపు పద్ధతి (Income Method)

ఒక సంవత్సరంలో జాతీయాదాయం ప్రజలకు సంస్థలకు. పంపిణీ అవుతుంది. ఈ విధంగా పంపిణీ అయిన తరువాత ఒక్కొక్కరికి వచ్చిన ఆదాయాన్ని తీసుకుని, కలిపితే వచ్చేది మొత్తం జాతీయాదాయం. జాతీయాదాన్ని ఈ పద్ధతి పంపిణీ దృక్కోణం నుంచి తెలియజేస్తుంది. ఉత్పత్తి సాధనాలైన భూమిమీద వచ్చే భాటకం, శ్రమకు వచ్చే వేతనం, మూలధనం మీద వచ్చే వడ్డీ, వ్యవస్థాపనకు వచ్చే లాభాన్ని కలుపుతారు. వీటితో పాటు ఇతరుల దగ్గర పనిచేయకుండా సొంతంగా ఉపాధి కల్పించుకునే వ్యక్తుల ఆదాయాన్ని కూడా కలపవలె (Income from self-employed person). ఈ పద్దతి వల్ల జాతీయాదాయం ఏవర్గం వారికి (భూకామందులు, పనివాళ్ళు, పెట్టుబడిదార్లు) ఎంత నిష్పత్తిలో పంపిణీ జరిగిందో తెలుస్తుంది.

ఈ పద్ధతి ద్వారా జాతీయాదాయం మదింపు చేయుటకు కావలసిన వివరాలు ,ప్రభుత్వ రిపోర్టులు, టాక్స్ రిటరన్లు, కంపెనీల వార్షిక రిపోర్టుల వల్ల సమాచారం లభిస్తుంది. తక్కువ ఆదాయం వచ్చే వ్యక్తుల భోగట్టా ఆదాయపు పన్ను శాఖ వారి వద్ద లభిస్తుంది.తక్కువ ఆదాయం వచ్చే వ్యక్తుల వివరాలు,స్థానిక రిపోర్టులు మొదలైన వాటిద్వారా తెలుసుకోవచ్చు. ఈ పద్ధతి వల్ల జాతీయాదాయాన్ని లెక్కకట్టేటప్పుడు కింది విషయాలు గుర్తుంచుకోవలె.

1. వ్యక్తుల, సంస్థల నికర ఆదాయాన్నే గణనలోకి తీసుకోవలె.
2. బదిలీ చెల్లింపులను ఆదాయంగా పరిగణించరాదు. ఒక వ్యక్తి తన భవనాన్ని అమ్మితే, ఆ వచ్చే ద్రవ్యం ఆదాయం కాదు. దానిని బదిలీ చెల్లింపు అంటారు. దాని వల్ల జాతీయాదాయం పెరగదు. అదే విధంగా బిచ్చగాళ్ళ సంపాదన,నిరుద్యోగుల కిచ్చే ఆర్థిక సహాయం, శరణార్థులకిచ్చే జీవనభృతి ఆదాయంగా లెక్కగట్టరాదు.
3. వ్యవస్థాపకునికి భూమి, మూలధనం వున్నాయనుకొందాం. ఉత్పత్తి ప్రక్రియలో అవి పాల్గొంటే వాటికి ఇవ్వవలసిన భాటకము,వడ్డీ, ఉత్పత్తి వ్యయంలో చేరి ఉన్న మార్కెట్ విలువ ప్రకారం వాటిని కూడా లెక్కలోకి తీసుకోవలె. ద్రవ్యానికి మారకం చెందని వస్తు సేవలను లెక్కించకూడదు. (ఉదాహరణ : భార్య భర్తకు చేసే సేవలు, తోటలో పండిన పండ్లు).
4. సిద్ధాంత రీత్యా ద్రవ్యానికి మారకం చెందని వస్తు సేవలను కూడా జాతీయాదాయంలో చేర్చవలె. కాని అట్లాంటి వస్తు సేవలను ఒక పద్ధతిగా గుణించడం సాధ్యపడదు. కొన్ని సమయాల్లో సంస్థలు లెక్కించిన లాభాలలో కొంత నిధికింద ఉంచుతాయి. అట్లాంటి పంచని లాభాలు జాతీయాదాయంలో చేర్చవలె. ఎందుకంటే ఆ సంవత్సరంలో ఆ అవిభక్త లాభాలు, పంచకపోయినా గడించిన ఆదాయమే అవుతుంది.

3. వ్యయాల మదింపు పద్ధతి (Expenditure Method)

ఈ పద్ధతి వ్యయ దృక్కోణం నుంచి జాతీయాదాయాన్ని తెలియజేస్తుంది. ఒక సంవత్సర కాలంలో ప్రజలు, సంస్థలు వస్తు సేవల మీద వెచ్చించిన మొత్తాలను కలిపితే జాతీయాదాయం వస్తుంది. విదేశాల నికర పెట్టుబడులను కూడా ఇందులో చేర్చవలె. కింద పేర్కొన్న వ్యయాలు కలిపితే స్థూల జాతీయోత్పత్తి తెలుస్తుంది.

1) వినియోగ వ్యయం, (వ్యక్తులు వస్తు సేవలకై చేసిన వ్యయం)
2) స్థూలమైన పెట్టుబడి వ్యయం (నూతన ఉత్పాదక వస్తువులను నిర్మించడానికి అయిన వ్యయం, తరుగుదల నిధులకు చేర్చిన మొత్తాలు, ఇన్వెంటరీలలో పెరుగుదల). వ్యాపార సంస్థలు ఇట్లాంటి పెట్టుబడి వ్యయాన్ని చేస్తాయి.
3) వస్తువు సేవల మీద ప్రభుత్వం చేసే వ్యయం.
4) నికరమైన విదేశీ పెట్టుబడి (విదేశాలకు పంపిన వస్తుసేవలు - విదేశాల నుంచి దిగుమతి అయిన వస్తు సేవలు)

ప్రజల వినియోగ వ్యయము + మొత్తం పొదుపు, ప్రజల మొత్తం ఆదాయానికి సమానం అనే ప్రాతిపదిక మీద ఈ పద్ధతి ఆధారపడి ఉంది. పొదుపు చివరకు పెట్టుబడికి సమానమవుతుంది. ఈ పద్ధతికి అంత ప్రాముఖ్యత లేదు. ఎందుకంటే వ్యయాలకు సంబంధించిన వివరాలను కచ్చితంగా లెక్కకట్టగల అవకాశం లేదు.

సిద్ధాంతరీత్యా మూడు పద్ధతులు శ్రేష్టమైనవే. ఆచరణలో మొదటి రెండు పద్ధతులకు ప్రాముఖ్యం ఎక్కువ. ఒక దేశపు జాతీయాదాయాన్ని లెక్కించటానికి, ఏ ఒక్క పద్ధతిలోనూ పూర్తిగా లెక్కించటం సాధ్యం కాదు. కొన్నింటికి ఉత్పత్తి పద్ధతి, కొన్నింటికి ఆదాయ పద్ధతి, కొన్ని చోట్ల వ్యయాల పద్ధతిని ఉపయోగించవలె. మూడు పద్ధతులూ జాతీయాదాపు ముదింపుకు దోహదం చేసేవే. కాబట్టి ఎక్కడ ఏ పద్ధతి అనువైనదో ఆ పద్ధతిలో కనుక్కుంటే ఖచ్చితమైన గణాంకాలు వస్తాయి.

12.5. జాతీయాదాయ అంచనాల వల్ల ప్రయోజనాలు

జాతీయాదాయ అంచనాలు అనేక విధాలుగా ఉపయోపడతాయి. వాటి ప్రయోజనాలలో కొన్ని ముఖ్యమైన వాటిని తెలుసుకుందాం.

1. ఒక దేశం యొక్క జాతీయాదాయ స్థాయిని బట్టి, దేశం యొక్క ఆర్థికాభివృద్ధిని అంచనా వేయవచ్చు. జాతీయాదాయంలో పెరుగుదల రేటు ఆర్థికాభివృద్ధి రేటును సూచిస్తుంది.
2. జాతీయాదాయ లెక్కల వల్ల దేశ ప్రజల జీవన ప్రమాణ స్థాయి తెలుస్తుంది. కాబట్టి ప్రజల జీవన ప్రమాణ స్థాయి వల్ల ఆర్థిక సంక్షేమం తెలుసుకోవచ్చు.
3. జాతీయాదాయం సహాయంతో దేశ తలసరి ఆదాయాన్ని తెలుసుకోవచ్చు. వివిధ దేశాల తలసరి ఆదాయంలోని వ్యత్యాసాలను బట్టి వివిధ దేశాల అభివృద్ధిని పోల్చవచ్చు.
4. దేశ ఆర్థిక విధానాలు రూపొందించుటకు ఆర్థిక మంత్రికి జాతీయాదాయ అంచనాలు ఎంతో అవసరం. దేశ బడ్జెట్ల తయారీ, పన్నుల విధానాలు మున్నగునవి జాతీయాదాయ లెక్కల ఆధారంతోనే నిర్ణయించబడతాయి. వివిధ రంగాలకు వ్యయ కేటాయింపులను చేసేటప్పుడు వాటి అవసరాలేమిటో తెలుస్తాయి. వ్యష్టి ఆదాయ స్థాయిని బట్టి ప్రజలు పన్నులు చెల్లించగల సామర్థ్యాన్ని అంచనా వేయవచ్చు.
5. జాతీయాదాయాన్ని పంపిణీ కోణం నుండి లెక్కించినప్పుడు, దేశ ఆదాయ, సంపద పంపిణీలో అసమానతలు తెలుస్తాయి. అసమానతలను నివారించే చర్యలు చేపట్టవచ్చు.
6. వివిధ సమాయాల్లో సేకరించిన జాతీయాదాయ లెక్కల సాయంతో ఒక దేశం యొక్క అభివృద్ధి స్థాయిని, వివిధ కాలాల మధ్య పోల్చి చెప్పవచ్చు. నిజ జాతీయాదాయం అనే భావన ఇందుకు ఉపయోగపడుతుంది.
7. దేశ ప్రణాళికలో వృద్ధిరేట్లను, ఇతర అక్ష్యాలకు నిర్ణయించడానికి జాతీయాదాయ అంచనాలు ఉపకరిస్తాయి. దీర్ఘదర్శి ప్రణాళికైతే, వీటి అవసరం మరీ ఎక్కువగా ఉంటుంది.
8. జాతీయాదాయాన్ని రూపొందించుటకు ఉత్పత్తి పద్ధతిలో ధరలో వచ్చే మార్పుల వివరాలు సేకరించటం జరుగుతుంది. ధరల మార్పుల వల్ల ద్రవ్యోల్బణ లేదా ప్రతి ద్రవ్యోల్బణ ధోరణులు కనిపెట్టి, వాటిని అదుపు చేసే చర్యలు తీసుకోవచ్చు.
9. వివిధ రంగాల్లోని అభివృద్ధి రేట్లను గ్రహించి, వాటి మధ్య వ్యత్యాసాలు ఉంటే పరిష్కరించుకోవచ్చు. ఈ విధంగా ప్రాంతీయ సమానత్వం కోసం ప్రయత్నించవచ్చు.
10. భవిష్యత్ అవసరాలను అంచనా వేసి, తగిన విధంగా ఉత్పత్తి ప్రక్రియలను రూపొందించుకోవచ్చు. జాతీయాదాయ అంచనాల ప్రయోజనాలను గూర్చి సూక్ష్మంగా చెప్పాలంటే, ఓడకు చుక్కాని ఎటువంటిదో, దేశ ప్రగతి జాతీయాదాయ అంచనాలు అటువంటివి.

12.6 జాతీయాదాయ గణనలో ఉన్న ఇబ్బందులు

జాతీయాదాయాన్ని లెక్కగట్టేటప్పుడు అనేక సమస్యలు ఎదురవుతాయి. కొన్ని ముఖ్యమైన సమస్యలను కింద ఉదహరించటం జరిగింది.

1) జాతీయాదాయాన్ని ద్రవ్య రూపంలో లెక్కగట్టటం జరుగుతుంది. అనేక సేవలు సంఘానికి ఉపయోగపడతాయి కాని ద్రవ్యానికి మారకం జరగవు. ఉదాహరణకు (1) స్త్రీ తన కుటుంబానికి చేసే సేవలు (2) వ్యక్తి తనకు తాను చేసుకునే సేవలు (3) ప్రభుత్వ, స్థానిక సంస్థల నుంచి లభించే ఉచిత సేవలు- పార్కులు, లైబ్రరీలు

చేసే సేవలు, వ్యవసాయదారు కుటుంబ వినియోగం కోసం నిల్వ చేసుకునే ఆహార పదార్థాలు మొదలైన వాటిని ద్రవ్యరూపంలో విలువగట్టడం సాధ్యం కాదు. వీటికి ఆర్థిక విలువ (economic value) ఉందిగాని, ద్రవ్య విలువ (money value) లేదు. కాని వాటిని మినహాయిస్తే, జాతీయాదాయం తగ్గుతుంది.

2) కొన్ని సందర్భాలలో జాతీయాదాయాన్ని ద్రవ్యరూపంలో కొలిస్తే హాస్యాస్పదమైన ఫలితాలు (queer results) వస్తాయి. ఒక వ్యక్తి తన పిల్లల సంరక్షణ కోసం ఒక నర్సును నియమించి నెలకు రూ.200 జీతం ఇస్తున్నాడనుకుందాం. ఆమె సేవలకు జీతం లభిస్తుంది. కాబట్టి ఆ సేవల విలువ జాతీయాదాయంలో చేరుతుంది. కాని ఆ వ్యక్తి నర్సును వివాహం చేసుకొంటే ఆమె సేవలకు ఆర్థిక విలువ ఉన్నా, ద్రవ్య విలువ లేదు. ఎందుకంటే ఆమె సేవలకు జీతం ఇవ్వడు కాబట్టి, జాతీయాదాయంలో చేరదు.

3. అవినీతి, చట్టవిరుద్ధమైన చర్యల వల్ల చేకూరే ఆదాయం జాతీయాదాపు లెక్కలలో గణించడానికి వీలుపడదు (సారా తయారుచేయడం, జూదం ఆడడం మొదలైన చర్యలు). కాని ఈ చర్యల వల్ల ఉత్పత్తి అయ్యేవి వినియోగదార్లకు విలువైనవి. అట్లాంటి వాటిని మినహాయిస్తే జాతీయాదాయం తగ్గే అవకాశం ఉంది.

4. ప్రభుత్వ వ్యయం, పన్నుల వివరాల గణనలో కొన్ని సమస్యలు ఎదురవుతాయి. సామాన్య అభిప్రాయం ప్రకారం ప్రభుత్వం నిర్వహించే శాఖలు (న్యాయము, రక్షణ) అందజేసే సేవలు అంతిమ సేవలే. అవి సంఘం యావత్తుకూ సంబంధించిన సేవలు. ఒక వ్యక్తికి చేసినవి కావు. ఆ సేవల నందజేయడానికి వెచ్చించిన వేతనాలు, జీతాలు ప్రభుత్వం అందజేసిన సేవల విలువకు సమానం. ప్రభుత్వం మూలధన సంచయం. (Capital Formation) చేస్తే, ఆ వ్యయాన్ని ఏ ఇతర వ్యవస్థ అయినా చేస్తే ఏ విధంగా లెక్క కడుతుందో, అట్లాగే కట్టవలె.

5) విదేశీ సంస్థల విషయాన్ని గమనిస్తే, ఆ సంస్థల ఆదాయం ఆ సంస్థలున్న దేశ జాతీయాదాయంలోకి వస్తుందా లేక ఆ సంస్థ ఏ దేశానికి సంబంధించినదో ఆ దేశపు జాతీయాదాంలోకి వస్తుందా అనే విషయం మీద అభిప్రాయ భేదమున్నది. అంతర్జాతీయ ద్రవ్య సంస్థ అభిప్రాయం ప్రకారం, విదేశీ సంస్థ ఉత్పత్తి, ఆదాయం ఏ ప్రాంతంలో ఉందో, ఆ ప్రాంతానికే జమ చేయవలె. అయితే లాభాలు గడిస్తే వాటిని మూల సంస్థలకు (Parent coneerns) మార్చవలె.

6. గణాంక వివరాలు ఎల్లప్పుడు పూర్తి కచ్చితమైనవి కావు. చాలా అభివృద్ధి చెందిన దేశాలలో లభించే గణాంక వివరాలు ఎక్కువగా ఊహల మీద ఆధారపడి వుంటాయి. అట్లాంటి సమాచారం మీద ఆధారపడి లెక్కించిన జాతీయాదాయము ఖచ్చితమైంది కాకపోవచ్చు.

7. రెండు దేశాల జాతీయాదాయపు లెక్కలు పోల్చి చూడటానికి పనికి రావు. ఎందుకంటే ధరల స్థాయిలోని మార్పులను పరిగణలోకి తీసుకోవాలి. దానికోసం సూచి సంఖ్యలను (index numbers) తయారు చేసుకోవాలి. అయితే సూచీ సంఖ్యలు కూడా ఎల్లప్పుడు ఖచ్చితమైనవి కావు.

8. దేశంలో ఉత్పత్తి అయిన ద్రవ్యానికి మారకం అయ్యే ఆదాయం జాతీయాదాయం, కాని ఆ ఉత్పత్తికి ప్రజలు చేసిన త్యాగం, ప్రయత్నం (Sacrifice and effort) లేదా వాస్తవిక వ్యయం(real cost of producing the output) ఎంతో జాతీయాదాయం చెప్పలేదు. అంతేగాక ప్రకృతి సదుపాయాల వల్ల (వాతావరణం, వర్షం, సూర్యరశ్మి) ఎంత లాభంచేకూరుతుందో తెలియదు. ప్రకృతి సదుపాయాలు అన్ని దేశాలలో సమానంగా ఉండవు కాబట్టి, జాతీయాదాయపు లెక్కలలో ముఖ్యమైన అంశాన్ని చర్చించడం లేదు.

9. జాతీయాదాయం మొత్తం ఎట్లాంటి అర్థాన్ని ఇవ్వదు. ఆ మొత్తం ధరల స్థాయిని, ఉత్పత్తి చేసిన వస్తువులను సేవలను,ప్రజల అవసరాలను లెక్కలోకి తీసుకొన్నప్పుడే అర్థవంత మవుతుంది.

ఉత్పాదక శక్తిని గురించి కాని, భౌతిక శ్రేయస్సును గురించి కాని జాతీయాదాయపు లెక్కలు తెలియజేసేది తక్కువ అనే అభిప్రాయం కొంత మంది అర్థశాస్త్రవేత్తలకు ఉంది. అయితే ఈ అభిప్రాయం జాతీయాదాయ విశ్లేషణలో ఉన్న సాధక బాదకాలవల్ల కావచ్చు.

12.7 జాతీయాదాయంలోని అంతర్భాగాలు

జాతీయాదాంలో నాలుగు అంతర్భాగాలు వుంటాయి. 1. వినియోగ వస్తువుల విలువ 2. పెట్టుబడి వస్తువుల విలువ 3. ప్రభుత్వ సేవల విలువ 4. నికర ఎగుమతుల విలువ. ఈ అంతర్భాగాలను ఒక్కొక్క దానిని గూర్చి పరిశీలించుదాం.

1. వినియోగ వస్తువుల విలువ : వినియోగవస్తువులంటే ప్రజల కోర్కెలను తీర్చటానికి ఉపయోగపడేవి. వినియోగ వస్తువులు రెండు రకములు 1. ఒక్కసారి మాత్రమే ఉపయోగించేవి. ఉదా॥ రొట్టె, పాలు, కాఫీ మొదలగునవి. 2. దీర్ఘకాలం మన్నికగా ఉండేవి. ఉదా॥ కుర్చీ, టి.వీ, గ్యాస్ పొయ్యి మొదలగునవి. ఇవి దీర్ఘకాలం పాటు మానవుని కోర్కెను తీర్చటానికి ఉపయోగపడతాయి.

వినియోగ వస్తువుల మీద చేసే వ్యయం వినియోగ వ్యయం. ఇది వినియోగ వస్తువుల ఉత్పత్తి విలువకు సమానంగా ఉంటుంది. వ్యాపార సంస్థలు వీటిని ఉత్పత్తి చేస్తాయి. కుటుంబాలు వినియోగించు కుంటాయి.

2) పెట్టుబడి వస్తువుల విలువ (I) : పెట్టుబడి వస్తువులంటే ఉత్పత్తికి దోహదం చేసే వస్తువులు, సంవత్సర కాలంలో అదనంగా ఉత్పత్తి అయిన మూలధన వస్తువులను పెట్టుబడి అంటాం. పెట్టుబడి రెండు రకాలు: 1) స్థూలపెట్టుబడి 2) నికర పెట్టుబడి. దేశంలో ఉన్న మొత్తం వస్తువుల ఉత్పత్తి స్థూల పెట్టుబడి అంటారు. గతంలో పని చేసి, అరిగి పోయి, పనికి రాకుండా పోయిన వాటిపై జరిగిన పెట్టుబడి పునఃస్థాపిత పెట్టుబడి అంటారు. స్థూల పెట్టుబడిలోంచి పునఃస్థాపిత పెట్టుబడిని తీసేస్తే నికర పెట్టుబడి వస్తుంది. అంటే నూతన ఉత్పాదక వస్తూత్పత్తి లేక ఉత్పాదక వస్తు సామాగ్రి నిల్వలలో పెరుగుదల. నూతన యంత్రాలు, నూతన పరికరాలు మొదలైన వాటి నిర్మాణం స్థిర పెట్టుబడి. ఇది కాక ముడి పదార్థాల నిల్వలో మధ్య రకం వస్తువుల నిల్వలో పెరుగుదల కూడ పెట్టుబడియే. నూతన నివాస గృహ నిర్మాణం కూడ పెట్టుబడి క్రిందకే వస్తుంది.

3) ప్రభుత్వ సేవల విలువ (G) : ప్రభుత్వం ప్రజల సామూహిక వాంఛలను తీరుస్తుంది. రక్షణకు సైన్యాన్ని పోషిస్తుంది. ఆంతరంగిక పోలీసు దళాలను పోషిస్తుంది. ఇవిగాక రోడ్లు వంతెనలు, పార్కులు నిర్మిస్తుంది. విద్యా సౌకర్యాలు, వైద్య సౌకర్యాలు కల్పిస్తుంది. ఇవన్నీ ప్రభుత్వ సేవలు అయితే ఈ ప్రభుత్వ సేవలను ఎవరికి వారు వ్యక్తిగతంగా ఎంత కావాలంటే అంత కొనుక్కొని ధర ఇవ్వడానికి వీలులేదు.

ప్రభుత్వ సేవలు కూడా ప్రజల కోర్కెలను తీరుస్తాయి. అవి కూడా కొరతగా వుండేవే. అందువల్ల వాటిని కూడా జాతీయోత్పత్తిలో చేరుస్తారు. (కొన్ని దేశాలలో చేర్చరు. ఎందుకంటే అవి ఉత్పత్తికి కావలసిన పరిస్థితులను సమకూరుస్తాయేగాని కోర్కెలను తీర్చే వస్తువులను కాదని వారి అభిప్రాయం). అయితే వీటికి మార్కెట్టు విలువలు లేవు. అందుకని ప్రభుత్వం వాటిమీద ఎంత వ్యయం చేస్తే అదే వాటి విలువగా పరిగణిస్తారు. కాబట్టి ఈ సేవల నివ్వడానికి ప్రభుత్వం వస్తువుల మీద, సేవల మీద ఖర్చు పెట్టిన మొత్తాన్ని జాతీయోత్పత్తిలో చేరుస్తారు.

4) నికర ఎగుమతులు : ఒక దేశం విదేశాలకు కొన్ని వస్తువులు ఎగుమతి చేస్తుంది. వాటిని విదేశీయులు కొన్నందు వల్ల దేశానికి ఆదాయం వస్తుంది. విదేశాల వస్తువులను ఆ దేశం కొన్నందు వల్ల స్వదేశం నుంచి ఆదాయం విదేశాలకు పోతుంది. ఒక దేశ ఎగుమతులకు ఇతర దిగుమతులకు మధ్య తేడాను నికర ఎగుమతులని అంటారు. నికర ఎగుమతులు ధనాత్మకంగా ఉండవచ్చు లేదా ఋణాత్మకంగా ఉండవచ్చు. ఎగుమతులు దిగుమతుల కన్నా ఎక్కువగా ఉంటే నికర ఎగుమతులు ధనాత్మకంగాను, దిగుమతులు మన ఎగుమతులకన్నా ఎక్కువగా ఉంటే ఋణాత్మకంగాను ఉన్నట్లు. నికర ఎగుమతులను జాతీయోత్పత్తికి కలుపుతాము.

12.8 సాంఘిక ఖాతాలు

సాంఘిక ఖాతాలను జాతీయ ఖాతాలని కూడా అంటారు. ఒక వ్యాపారస్తుడి ఖాతాలు అతడి ఆర్థిక స్థితిని తెలియజేస్తాయి. అలాగే సాంఘిక ఖాతాలు జాతీయ ఆర్థిక వ్యవస్థ యొక్క ఆర్థిక స్థితిని చూపిస్తాయి. వ్యక్తులు, సంస్థలు చేసే నిర్ణయాల ఫలితంగా జాతీయాదాయం ఎలా ఉత్పత్తి అవుతున్నదీ, ఎలా వ్యయమౌతున్నదీ తెలియజెప్పే విధంగా జాతీయాదాయ ఖాతాలను తయారు చేస్తారు. ఈ ఖాతాలు ఉత్పత్తి, వినియోగం, పెట్టుబడి నిర్ణయాలను ప్రతిఫలించేటట్టుగా ఉంటాయి.

జాతీయ ఖాతాలు ప్రధానంగా ఈ క్రింది ఏకతాభావనల (identities) మీద ఆధారపడుతాయి. ఎందుకంటే ఆర్థిక కార్యకలాపాలన్నిటినీ ఈ ఏకతాభావనల రూపంలో చూపించవచ్చు.

స్థూల జాతీయోత్పత్తి = వినియోగం+ స్థూల పెట్టుబడి= వినియోగం+ నికరపెట్టుబడి+తరుగుదల

ఆర్థిక వ్యవస్థలో ప్రధాన రంగాలు రెండు అవి కుటుంబాలు, వ్యాపారసంస్థలు అని భావిద్దాం. ఈ రెండు రంగాల మధ్య ఆదాయ, వ్యయ ప్రవాహాలు కదిలిపోతుంటాయని భావిస్తాము. ఉదాహరణకు వ్యాపార సంస్థలు తయారుచేసిన వస్తు సేవలను కుటుంబాలు కొంటాయి. అందువల్ల కుటుంబ రంగం నుంచి ఆదాయం వ్యాపార సంస్థలకు తరలిపోతుంది. అలాగే వ్యాపార సంస్థలు కుటంబాల నుంచి ఉత్పాదక సేవలను కొనుక్కుంటాయి. వాటికి గాను వేతనాలు, వడ్డీలు వగైరా ధరలు చెల్లిస్తాయి. అవే కుటుంబానికి ఆదాయాలౌతాయి. ఇవన్నీ జాతీయ ఖాతాలలో ప్రతిఫలిస్తాయి. అందుకనే ప్రతి వ్యవహారానికి లేక లావాదేవీలకి రెండు పద్దులు వేస్తారు. ఒక ఖాతాలో ఒక పద్దు పడుతుంది. రెండవ ఖాతాలో రెండవ పద్దు పడుతుంది. ఉదాహరణకు వేతనాలు వగైరా వ్యాపార సంస్థల ఖాతాలో చెల్లింపులుగాను, కుటుంబాల ఖాతాల ఆదాయంగాను రెండు పద్దులు కన్పిస్తాయి. ఇలాగే అన్ని సాంఘిక ఖాతాలు జంటపద్దు పద్ధతిలో (Double entry book) ఉంటాయి.

నిజానికి ఆర్థిక వ్యవస్థలో నాలుగు రంగాలు ఉంటాయి. 1) వ్యాపార రంగం, ఇది ఉత్పత్తి రంగం. 2) కుటంబ రంగంలో వినియోగం జరుగుతుంది. 3) ప్రభుత్వ రంగం సామూహికంగా వాంఛలను తీర్చుడానికి సేవలను ఉత్పత్తి చేస్తుంది. వీటికి చెల్లింపులను పన్నుల ద్వారా పొందుతుంది. ఇప్పుడు ఏదీ ఉత్పత్తి చేసి ఇవ్వకపోయినా వృద్ధాప్య పింఛను, నిరుద్యోగభృతి వంటి చెల్లింపులను కుటుంబాలకిస్తుంది. ఇవే బదిలీ ఆదాయాలు లేక బదిలీ చెల్లింపులు ఇవి జాతీయోత్పత్తిలో భాగం కావు. 4) విదేశాలతో వ్యాపార రంగంలో ఎగుమతులు దిగుమతి ఉంటాయి. ఈ రెంటికి తేడాను నికర ఎగుమతులు అంటాము.

ఈ నాలుగు రంగాల మధ్య లావాదేవీలను అనగా ఈ రంగాల మధ్య వ్యయ లేక ఆదాయ ప్రవాహాలను

సాంఘిక ఖాతాలు చూపిస్తాయి. జాతీయోత్పత్తిలో భాగాలివి.

జాతీయోత్పత్తి= వినియోగం+పెట్టుబడి+ ప్రభుత్వ వ్యయం+ నికర ఎగుమతులు

స్థూల జాతీయోత్పత్తి రు. 1000 కోట్లు అనుకొని సాంఘిక ఖాతాలను వ్రాద్దాము. మొట్టమొదటి వ్యాపార సంస్థల ఖాతా చూపిస్తాము. దీనినే జాతీయోత్పత్తి ఖాతా అని అంటారు.

జాతీయోత్పత్తి ఖాతా (వ్యాపార సంస్థల ఖాతా) రూ. కోట్లు

రాబడులు		చెల్లింపులు	
కుటుంబాలకు వినియోగ వస్తువుల అమ్మకాలు	850	కుటుంబాల నుండి ఉత్పాదక సేవలు కొనుగోలు (వేతనాలు, వడ్డీలు, భాటకాలు, డివిడెండ్లు)	900
ప్రభుత్వానికి వస్తుసేవల అమ్మకాలు	150	ప్రత్యక్ష పన్నులు (సంస్థలు)	40
స్థూలపెట్టుబడి (ఇందులో తరుగుదల:20)	100	పరోక్ష పన్నులు	130
ఎగుమతులు	100	పంచిపెట్టని లాభాలు (సంస్థపొదుపులు)	60
తగ్గింపుము			
దిగుమతులు	-70		
	1130		1130

వ్యష్టి ఆదాయ వ్యయ ఖాతా (కుటుంబాల ఖాతా) రూ. కోట్లు

రాబడులు		చెల్లింపులు	
సంస్థలకు ఉత్పాదకసేవల అమ్మకాలు	900	సంస్థల నుంచి వస్తుసేవల కొనుగోలు	850
ప్రభుత్వం నుంచి బదిలీ చెల్లింపులు	50	ప్రత్యక్షపన్నులు(వ్యష్టి)	60
		కుటుంబాల పొదుపు	40
	950		950

జాతీయోత్పత్తి ఖాతాలో కుటుంబాలకు వినియోగ వస్తువుల అమ్మకాలకు, కుటుంబాల నుండి ఉత్పాదక సేవల కొనుగోలుకు ఎదురు పద్దులు వ్యష్టి ఆదాయ ఖాతాలో పడ్డాయి. ఈ ఖాతాలో క్రమంగా సంస్థల నుండి వస్తు సేవల కొనుగోలు, సంస్థలకు ఉత్పాదక సేవల అమ్మకాలు అనే పేర్లతో వున్నాయి. జాతీయోత్పత్తి ఖాతాలో ప్రభుత్వానికి వస్తు సేవల అమ్మకాలు, ప్రత్యక్షపన్నులు, పరోక్షపన్నులు, ఎదురుపద్దులు ప్రభుత్వ ఖాతాలో పడ్డాయి. ఈ ఖాతాలో క్రమంగా సంస్థల నుండి వస్తు సేవల కొనుగోలు, ప్రత్యక్ష పన్నులు, పరోక్ష పన్నులు అనే పేర్లతో ఉన్నాయి. వ్యష్టి ఆదాయ ఖాతాలో ప్రభుత్వం నుంచి బదిలీ చెల్లింపులు, ప్రత్యక్ష పన్నుల ఎదురు పద్దులు కూడా ప్రభుత్వ ఖాతాలోనే పడ్డాయి. అవి కుటుంబాలకు బదిలీ చెల్లింపులు, ప్రత్యక్ష పన్నులు అనే పేర్లతో వున్నాయి. (సంస్థల, కుటుంబాల ప్రత్యక్ష పన్నులను కలిపి ఒకే పద్దు వేసినాము) జాతీయోత్పత్తి ఖాతాలో ఎగుమతులు, దిగుమతులకు ఎదురు పద్దులతో విదేశ ఖాతాలో కూడా ఉంటాయి.

12.9 భారత దేశంలో జాతీయాదాయం

మన దేశానికి స్వాతంత్రం రాక పూర్వం జాతీయాదాయ అంచనా సక్రమంగా జరగలేదు. బ్రిటీషు ప్రభుత్వం యొక్క అలక్ష్యమే అందుకు మూల కారణం. అయితే కొందరు ఔత్సాహికులు చేసిన ప్రయత్నాలు ఉదహరించ తగ్గవి. జాతీయాదాయ అంచనాలను మొట్టమొదట చేసిన వ్యక్తి దాదాభాయి నౌరోజీ. అతడు 1869వ సంవత్సరానికి జాతీయాదాయాన్ని అంచనా వేశాడు. తర్వాత కాలంలో వాడియా జోషి, షిరాస్, వి.కె.ఆర్.వి. రావు మున్నగువారు జాతీయాదాయ అంచనాలను వేసిన వారిలో ప్రముఖంగా చెప్ప దగినవారు. వీరు వ్యవసాయరంగం ఉత్పత్తులకు ప్రాధాన్యతనిచ్చారు. వ్యవసాయేతర రంగాల్లోని ఉత్పత్తుల వివరాల సేకరణ మాత్రం శాస్త్రీయంగా జరగలేదు. అందుకని, వారి అంచనాలకు విశ్వసనీయత లోపించింది.

స్వాతంత్ర్యం సిద్ధించాక, ప్రణాళికాయుతమైన అభివృద్ధిని తలపెట్టాక, పటిష్టంగా జాతీయాదాయ అంచనాలను చేయాల్సిన ఆవశ్యకతను భారత ప్రభుత్వం గుర్తించింది. ప్రభుత్వం 1949వ సంవత్సరంలో మహాల్‌నోబిస్ అధ్యక్షతన ఒక జాతీయాదాయ అంచనాల కమిటీని నియమించింది. ఈ కమిటీలో డి.ఆర్. గాడ్గిల్ మరియు వి.కే.ఆర్.వి.రావు లను సభ్యులుగా నియమించింది. గణాంకాలు సేకరణ పకడ్బందీగా జరపడానికి అవసరమయ్యే శాస్త్రీయమైన పద్ధతులను సూచించే బాధ్యతను ఈ కమిటీకి అప్పగించింది. అప్పటికి లభ్యమవుతున్న వివరాలను మెరుగుపరిచే విధానాలను, క్రొత్తగా సేకరించాల్సిన గణాంకాలను గుర్తించి, ఈ కమిటీ ఒక రిపోర్టును ప్రభుత్వానికి సమర్పించింది. ఈ రిపోర్టు సూచించిన విధంగా గణాంకాల సేకరణ ఆరంభమైనది.

కేంద్ర తరువాత గణాంక సంస్థ (cso) ను స్థాపించి, దానికి జాతీయాదాయ అంచనాల బాధ్యతను అప్పగించింది. ఈ సంస్థ కొద్ది కాలం పాటు జాతీయాదాయ అంచనాల కమిటీ అనుసరించిన సంప్రదాయ సిద్ధమైన మదింపు పద్ధతులనే కొనసాగించింది. 1948-49 నుండి 1964-65 సంవత్సరం వరకు, ప్రతి సంవత్సరానికి జాతీయాదాయ అంచనాలను తయారు చేయటమే కాక, 1948-49 ప్రాతిపదిక సంవత్సరంగా నిలకడ ధరల్లో కూడా నిజ జాతీయాదాయలను తయారుచేశారు. ఈమధ్య కాలంలో కేంద్ర గణాంక సంస్థ నూతన పద్ధతుల కోసం శాస్త్రీయంగా సత్యాన్వేషణ చేస్తూనే ఉంది. దీని కృషి ఫలితంగా 1967 సంవత్సరంలో నూతన మదింపు పద్ధతుల అనుసరణ ఆరంభమైంది. అయితే, 1960-61 సంవత్సరంలో ప్రాతిపదిక సంవత్సరంగా తీసుకుని, నూతన పద్ధతుల్లో అదే సంవత్సరం నుండి సాలుసరి అంచనాలను తయారు చేశారు. అప్పట్నుంచి ఇప్పటిదాకా నూతన పద్ధతులనే కొనసాగిస్తున్నారు. అయితే, ప్రాతిపదిక సంవత్సరాన్ని మాత్రం కాలానుగుణంగా 1960-61 నుండి 1970-71 సంవత్సరానికి తిరిగి 1970-71 నుండి 1980-81 సంవత్సరానికి మార్చడం జరిగింది. పోలికల సౌలభ్యం కోసం 1950-51 సంవత్సరపు నిలకడ ధరల్లో కూడా జాతీయాదాయాలను అంచనా వేయడం మానలేదు. దీని వల్ల ఇప్పుడు ప్రతిసంవత్సరపు జాతీయాదాన్ని 1950-51 ప్రాతిపదిక సంవత్సరంతో పోల్చి చెప్పటానికి వీలవుతుంది.

ప్రస్తుతం కేంద్ర గణాంక సంస్థ అనుసరిస్తున్న పద్ధతులను తెలుసుకుందాం. ఆర్థిక వ్యవస్థలోని కార్యకలాపాలను అన్నింటిని ఆరు ప్రధాన రంగాలుగా వర్గీకరించారు. అవి.

1) **ప్రాథమిక రంగం:** వ్యవసాయం, అడవులు, మత్స్య పరిశ్రమ మరియు గనులు, క్వారీలు అనే నాలుగు రంగాలను చేర్చారు.
2) **ద్వితీయ రంగం:** పరిశ్రమలు (రిజిష్టరు చేసిన పరిశ్రమలు, రిజిష్టరు చేయని పరిశ్రమలు కలిపి) విద్యుచ్ఛక్తి, పెట్రోల్, గ్యాస్, నీటి పారుదల అనే మూడు రంగాలను చేర్చారు.

3) **రవాణా, కమ్యూనికేషన్ మరియు వ్యాపారం:** దీనిలో రవాణా, కమ్యూనికేషన్స్ (రైల్వేలు, ఇతర రవాణా సాధనాలను కలిపి) మరియు వ్యాపారం, హోటళ్లు, రెస్టారెంట్లు అనే రెండు రంగాలను చేర్చారు.
4) **విత్తము, స్థిరాస్తులు :** ఇందులో బాంకులు, భీమా, స్థిరాస్తులు, గృహాల యాజమాన్యం, వ్యాపార సేవలు అనే రెండు రంగాలను చేర్చారు.
5) **సేవల రంగం :** ఇందులో ప్రభుత్వ నిర్వహణలో, దేశ రక్షణ మరియు ఇతర సేవలు అనే రెండు రంగాలను చేర్చారు.
6) **విదేశీ రంగం:** ఇందులో విదేశీ రంగం ఒక్కదానినే చేర్చారు.

మొదటి అయిదు రంగాల్లో నికర ఉత్పత్తుల విలువలను కలుపుకుని, దానిని నికర దేశీయోత్పత్తి అంటారు. ఇది ఉత్పత్తి కారకాల ఖరీదు దృష్ట్యా లెక్కించబడింది. నికర దేశీయోత్పత్తికి, విదేశీ రంగపు వ్యాపార శేషాన్ని కలుపుకుంటే నికర జాతీయాదాయం వస్తుంది.

ఈ అంచనాల ఉత్పత్తిమదింపు పద్దతి మరియు ఆదాయాల మదింపు పద్దతుల రెండింటినీ మన దేశంలో వాడుచున్నారు. ఉత్పత్తి పద్ధతిలో దేశీయోత్పత్తికి వ్యవసాయం, పశువులు, అడవులు, కలప, చేపలు పట్టడం, గనులు మరియు క్వారీలు ద్వారా సమకూరే విలవలను లెక్కగట్టి, ముందుగానే తెలుసుకున్న తరుగుదల స్థూల జాతీయోత్పత్తి నుండి మినహాయిస్తారు. దీని వలన నికర దేశీయోత్పత్తి ఈ రంగాల్లో ఎంతుందో తెలుస్తుంది. కాని ఇదే పద్దతిని నీటిపారుదల నుంచి వచ్చిన ఆదాయాల మదింపుకు వాడే అవకాశం లేదు. అందుచేత నీటి పారుదల కల్పించినందువల్ల ఉత్పన్నమయ్యే కారకాల ఆదాయాలను కూడుకుంటారు. కనుక దాదాపు వ్యవసాయ రంగపు ఆదాయాలన్నీ కూడా ఉత్పత్తి పద్దతిలో లెక్కించబడుతున్నవని చెప్పాలి. ద్వితీయ రంగానికి చెందిన కార్యకలపాల విషయంలో రెండు పద్దతులను వాడుతున్నారు. పరిశ్రమలకు మాత్రమే ఉత్పత్తి పద్దతిని వర్తింప చేసి, మిగతా వాటికి ఆదాయ పద్దతిని ఉపయోగిస్తున్నారు. అంటే ఏ రంగానికి ఏ మదింపు పద్ధతి అనుకూలంగా ఉంటుందో దానిని వర్తింప జేస్తున్నారని మనం గ్రహించవచ్చు. కాలక్రమేణా వివరాల సేకరణ పద్దతులలో అనేక మెళకువలను కని పెట్టినప్పటకి కూడా,పూర్తి సంతృప్తి నిచ్చే విధంగా లేదని చెప్పక తప్పదు.

12.10 సారాంశం

జాతీయాదాయం, నిర్వచనాలు, జాతీయాదాయ భావనలు, జాతీయాదాయ మదింపు పద్ధతులు, జాతీయాదాయ గణన వల్ల ప్రయోజనాలు, ఇబ్బందులను ఈ భాగంలో వివరించటం జరిగింది. దేశ సమిష్టి కార్యకలాపాల వల్ల సంవత్సర కాలంలో ఉత్పన్నమయ్యే ఆదాయం జాతీయాదాయం. జాతీయాదాయ భావనల వల్ల ఆర్థిక వ్యవస్థ స్వరూపం, పోకడ అర్థం చేసుకోవచ్చు. జాతీయాదాయాన్ని ఉత్పత్తి పద్ధతి, ఆదాయ పద్ధతి, వ్యయాల పద్ధతుల ద్వారా మదింపు చేయవచ్చు. జాతీయాదాయ లెక్కింపు కోసం మొదటి రెండు పద్ధతులను ఎక్కువగా ఉపయోగించటం జరుగుతుంది. జాతీయాదాయం వల్ల అనేక ప్రయోజనాలు ఉన్నాయి. కాని జాతీయాదాయాన్ని గణించేటప్పుడు అనేక ఇబ్బందుల వల్ల ఖచ్చితమైన జాతీయాదాయ గణాంకాలు లభ్యంకావు. అందుచేత ఉన్న ఇబ్బందులను అధిగమిస్తూ జాతీయాదాయ గణాంకాలను సేకరిస్తే ఆ దేశ ఆర్థిక స్థితి అంచనాలకు, ఆర్థిక విధానాలకు రూపొందించుటకు అవి ఎంతో ఉపయోగకరంగా ఉంటాయి.

12.11 గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు

1. జాతీయాదాయం ద్వారా దేశ ఆర్థిక వ్యవస్థ తీరుతెన్నులు, దేశం అభివృద్ధి స్థాయిని తెలుసుకోవచ్చు.

2. జాతీయాదాయ భావనలు ఆర్థిక వ్యవస్థ స్వరూప స్వభావాలను తెలియజే స్తాయి. ఈ భావనల ప్రాతిపదికగా ప్రభుత్వం ఆర్థిక విధానాలను రూపొందించుకుంటుంది.
3. జాతీయాదాయ మదింపు పద్ధతులు మూడు 1) ఉత్పత్తి మదింపు పద్ధతి. 2) ఆదాయమదింపు పద్ధతి 3) వ్యయాల మదింపు పద్ధతి. ఈ మూడుంటిలో అతి తరుచుగా వాడే పద్ధతులు మొదటి రెండు.
4. జాతీయాదాయం ప్రవాహ చలాంకం, జాతీయసంపద రాశి చలాంకం.
5. జాతీయాదాయ విశ్లేషణ వల్ల అనేక ప్రయోజనాలున్నాయి. జాతీయాదాయ గణనలో అనేక సమస్యలూ ఉన్నాయి. కాబట్టి ఇబ్బందులను అధిగమిస్తూ ఖచ్చితమైన గణాంకాలు సేకరిస్తే ఈ విశ్లేషణ మరింత ప్రయోజనకరంగా ఉంటుంది.

12.12 పదకోశం

1. **చక్రీయ ప్రవాహం :** ఆర్థిక వ్యవస్థలో కుటుంబ రంగం నుంచి వ్యాపార రంగానికి, వ్యాపార రంగం నుంచి కుటుంబ రంగానికి నిరంతరం ఆదాయం ప్రవహించటం
2. **ఇన్వెంటరీలు :** జాతీయాదాయం లెక్కించే నాటికి ఉన్న సగం తయారీ వస్తువులు ముడి సరుకులు.
3. **నికర ఎగుమతులు :** ఒక దేశ ఎగుమతుల నుంచి దిగుమతులు తీసివేస్తే వచ్చేది నికర ఎగుమతులు.
4. **నిజ జాతీయదాయం :** స్థిర ఆధార ధరలలో లెక్కించే జాతీయాదాయం లేదా వస్తుసేవల రూపంలో జాతీయాదాయాం.

12.13 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I వ్యాసరూప ప్రశ్నలు

1. జాతీయాదాయాన్ని నిర్వచించి,దానిని మదించే పద్ధతులను వివరించండి?
2. జాతీయాదాయపు అంచనాలో ఎదురయ్యే సమస్యలు వివరించుము?
3 జాతీయాదాయంతో సంబంధం ఉన్న వివిధ భావనలను తెలిపి, వాటి వల్ల కల్గు ప్రయోజనాలు వ్రాయుము.

II సంక్షిప్త వ్యాస ప్రశ్నలు

1. జాతీయాదాయం వివిధ నిర్వచనాలు విరింపుము?
2 జాతీయాదాయ గణనలో ఉన్న ప్రయోజనాలు, ఇబ్బందులు తెల్పుము?
3 జాతీయదాయ ప్రవాహ భావనను వివరించుము?

III. సంక్షిప్త ప్రశ్నలు

1. స్థూల జాతీయోత్పత్తి
2. ఉత్పత్తి కారకాల ఖరీదు దృష్ట్యా జాతీయాదాయం
3 వ్యష్టి ఆదాయం, వ్యయార్హ ఆదాయం
4. జాతీయాదాయ విశ్లేషణలో ఉపకరించే భావనలను వివరించండి.
5. జాతీయాదాయ అంతర్భాగాలను గూర్చి వివరింపుము

12.14 సిఫార్సు చేసిన పుస్తకాలు

1. Alfred Marshall : Principles of Economics
2. J.R. Hicks : Social Frame work
3. Paul A Samuelson : Economics of Welfare
4. తెలుగు అకాడమి : వ్యాపార అర్థశాస్త్రం