

## इकाई 17 औद्योगिक प्रतिस्पर्धा और एकाधिकार

### इकाई की रूपरेखा

- 17.0 उद्देश्य
- 17.1 प्रस्तावना
- 17.2 औद्योगिक प्रतिस्पर्धा : सिद्धान्त
  - 17.2.1 पूर्ण और अपूर्ण प्रतियोगिता
  - 17.2.2 प्रवेश में बाधाएँ और एकाधिकार
  - 17.2.3 व्यापार नीति और औद्योगिक प्रतिस्पर्धा
  - 17.2.4 रणनीतिक समझौता, विलय और अधिग्रहण
- 17.3 भारतीय उद्योगों में प्रतिस्पर्धा और केन्द्रीकरण
  - 17.3.1 केन्द्रीकरण का हर्षिण्डाल सूचकांक
  - 17.3.2 भारतीय उद्योगों का केन्द्रीकरण
  - 17.3.3 भारत में संयुक्त उद्यम, विलय और अधिग्रहण
- 17.4 सारांश
- 17.5 शब्दावली
- 17.6 कुछ उपयोगी पुस्तकें एवं संदर्भ
- 17.7 बोध प्रश्नों के उत्तर अथवा संकेत

### 17.0 उद्देश्य

यह इकाई औद्योगिक प्रतिस्पर्धा का विवरण सिद्धान्त रूप एवं भारतीय अर्थ के संदर्भ में प्रस्तुत करती है। इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :

- औद्योगिक प्रतिस्पर्धा के सिद्धान्त को समझ सकेंगे;
- एकाधिकार और रणनीतिक समझौतों के सिद्धान्त के बारे में जान सकेंगे; और
- भारतीय उद्योगों के केन्द्रीकरण के स्वरूप को समझ सकेंगे।

### 17.1 प्रस्तावना

अधिकतम लाभ अर्जित करने के प्रयास में फर्म मूल्य और निर्गत स्तरों के बारे में निर्णय लेती है। कभी-कभी इस तरह के चयन का उद्देश्य इस क्षेत्र में प्रवेश की संभावना रखने वाले फर्मों के प्रवेश को अवरूद्ध कर प्रतिस्पर्धा को समाप्त करना होता है। इससे फर्म बाज़ार में अपना वर्चस्व बनाए रखती है और सामान्य से अधिक लाभ अर्जित करती है। तथापि, इस प्रकार के आचरण के संबंध में प्रौद्योगिकी और उत्पाद की प्रकृति एवं विशेषताओं की महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है। विशेषकर, ये फर्म की बाज़ार शक्ति और फलतः विभिन्न बाज़ार संरचनाओं जैसे पूर्ण प्रतियोगी बाज़ार, एकाधिकारी प्रतियोगी बाज़ार, अल्पाधिकारी बाज़ार और एकाधिकारी बाज़ार को परिभाषित करते हैं।

रणनीतिक समझौते, जैसे संयुक्त उद्यम और अन्य सहकारी व्यवहार भी फर्म के लाभ के उद्देश्य से निर्देशित होते हैं। ये विभिन्न लागत लाभों और बड़े पैमाने की मितव्ययिता द्वारा सामंजस्य फर्मों को लाभ पहुँचाते हैं और इसलिए फर्मों को ऐसे समझौते करने के लिए प्रोत्साहित

करते हैं। विलय, अधिग्रहण और नए प्रवेशियों द्वारा विद्यमान उपक्रमों को खरीद लेना अथवा विदेशी फर्मों या बहुराष्ट्रीय कंपनियों द्वारा प्रत्यक्ष विदेशी निवेश प्रवेश के अन्य रूप हैं।

भारत में 1990 के दशक के आरम्भ में उदार विदेश व्यापार और निवेश नीतियों के शुरू होने के बाद संयुक्त उद्यमों, विलयों और अधिग्रहणों की घटनाओं में अप्रत्याशित रूप से वृद्धि हुई है।

## 17.2 औद्योगिक प्रतिस्पर्धा: सिद्धान्त

इस भाग में हम पूर्ण और अपूर्ण प्रतिस्पर्धा के सिद्धान्त और फर्मों के लिए बाजार शक्ति के स्रोतों के बारे में पढ़ेंगे। विभिन्न प्रकार के प्रवेश बाधाओं जोकि एकाधिकारी को अपना एकाधिकार बनाए रखने में सहायक होती हैं पर उपभाग 17.2.2 में चर्चा की गई है। संरक्षणवादी व्यापार नीति, जो विदेशी प्रतिस्पर्धा को सीमित अथवा समाप्त करती है, भी फर्मों के लिए बाजार शक्ति के स्रोत हैं। उपभाग 17.2.3 में इस पहलू पर ध्यान केन्द्रित किया गया है। अंततः उपभाग 17.2.4 में रणनीतिक समझौतों, विलयों और अधिग्रहणों के लागत और लाभों की विवेचना की गई है।

### 17.2.1 पूर्ण और अपूर्ण प्रतिस्पर्धा

आपने ई ई सी -11 (अर्थशास्त्र के मूल सिद्धान्त) में पूर्ण और अपूर्ण प्रतिस्पर्धा के संबंध में अवश्य पढ़ा होगा। तथापि, आपको स्मरण होगा कि सिद्धान्त और व्यवहार में दो प्रकार की प्रतिस्पर्धा की कल्पना की गई है। जब बड़ी संख्या में विक्रेता एक समान वस्तु का उत्पादन कर रहे हैं एवं उन्हें पूर्ण जानकारी है और बाजार की अपेक्षा उनकी संख्या अत्यन्त कम है और इसलिए जो वस्तु वे बेचते हैं उसके मूल्य को प्रभावित करने की बाजार शक्ति उनके पास नहीं है, और फर्मों को खोलने तथा बंद करने की स्वतंत्रता है, ऐसी स्थिति में हम कह सकते हैं कि यह बाजार पूर्णतः प्रतिस्पर्धी है। दूसरी ओर, अपूर्ण प्रतिस्पर्धा की स्थिति तब उत्पन्न हो सकती है जब फर्म के पास बाजार शक्ति हो जो निम्नलिखित का परिणाम हो सकती है : (i) उत्पाद विभेदीकरण; (ii) बड़े पैमाने की मितव्ययिता लाने वाली प्रौद्योगिकी; (iii) फर्मों की संख्या कम है एवं इनका आकार बड़ा है; और (iv) घरेलू फर्मों और विदेशी फर्मों दोनों के लिए उद्योग में प्रवेश प्रतिबंधित अथवा प्रतिषिद्ध है (अथवा खर्चीला है)।

सिद्धान्त रूप में, अपूर्ण प्रतिस्पर्धा का वर्गीकरण बाजार शक्ति के इन वैकल्पिक स्रोतों के अनुसार एकाधिकारी प्रतिस्पर्धा, अल्पाधिकार और एकाधिकार में किया जाता है। तथापि, चूँकि प्रौद्योगिकी और प्रवेश अनिवार्य रूप से फर्म का आकार और एक उद्योग में फर्मों की संख्या निर्धारित करते हैं, ऐसी स्थिति में ये बाजार शक्ति के सबसे महत्वपूर्ण स्रोत हैं।

एक एकाधिकारी बाजार जिसमें एक ही फर्म कार्यरत होती है, वह अनन्य पेटेंट अधिकार अथवा बड़े पैमाने की मितव्ययिता वाली प्रौद्योगिकी का परिणाम हो सकता है। लेकिन यदि एक वस्तु विभिन्न किस्मों में उत्पादित की जाती है यद्यपि कि बड़े पैमाने की मितव्ययिता फर्म को बृहत् रूप में विकसित होने का अवसर देती है, उस स्थिति में बाजार के अंतर्गत बड़ी संख्या में उत्पादक एवं किस्में होंगी, बशर्ते कि कुछ के लिए प्रवेश प्रतिबंधित हो। ऐसे में फर्म की बाजार शक्ति उन किस्मों की प्रतिस्थापनीयता के अनुसार परिवर्तित होगी। उदाहरणस्वरूप, यदि ये किस्में एक दूसरे के अत्यन्त ही निकट स्थानापन्न हैं, जैसाकि अलग-अलग ब्रांडों के टूथपेस्ट में है, फर्मों के बीच उपभोक्ताओं के बजट के लिए अत्यन्त ही तीव्र प्रतिस्पर्धा होगी। सबसे पहले चैम्बरलेन द्वारा इस परिदृश्य पर विचार किया गया जिसे एकाधिकारी प्रतिस्पर्धा के रूप में जाना जाता है।

दूसरी ओर, यदि प्रवेश कुछ ही फर्मों तक सीमित है और प्रौद्योगिकी ऐसी नहीं है कि एक ही फर्म का काफी बड़े आकार तक विकास हो ताकि वह संपूर्ण बाज़ार पर कब्जा कर सके, बाज़ार को अल्पाधिकारी प्रतिस्पर्धा वाला कहा जाता है। निःसंदेह, इस तरह के बाज़ार की इनके अलावा कुछ विशिष्ट विशेषताएँ होती हैं जो इसे अन्य प्रकार के बाज़ार अपूर्णता से निश्चयायक रूप से अलग करती हैं। हम बाद में इस पर विचार करेंगे।

फर्मों के बीच पूर्ण प्रतिस्पर्धा दीर्घकाल में सीमांत लागत निर्धारण और फर्म के निर्गत को उस बिंदु तक जहाँ औसत लागत न्यूनतम होता है, पहुँचाती है। इस प्रकार प्रत्येक फर्म उत्पादन के कुशल पैमाने को प्राप्त करती है। संतुलन बिंदु पर सभी फर्म शून्य (सामान्य से अधिक) लाभ अर्जित करती हैं। ये दोनों परिणाम मुक्त प्रवेश और एक्जिट (निर्गत) का अनुसरण करते हैं। मान लीजिए, किसी समय विशेष में, प्रत्येक फर्म के लिए बाज़ार मूल्य न्यूनतम औसत लागत से अधिक है (जिनकी समान प्रौद्योगिकी है और फलतः लागत वक्र एक समान है), जिससे उद्योग में प्रत्येक फर्म यथार्थतः सकारात्मक लाभ अर्जित करती है। यह संभावित प्रवेशियों को आकर्षित करती है और चूँकि प्रवेश निर्बाध है, फर्मों की संख्या और उद्योग का कुल उत्पादन निःसंदेह प्रवेश और अधिक उत्पादन के परिणामस्वरूप तब तक बढ़ेगा जब तक कि मूल्य, शून्य न्यूनतम औसत लागत और लाभ तक नहीं गिर जाता है। अतएव, पूर्ण प्रतियोगी बाज़ार में संतुलन बिंदु पर मूल्य न्यूनतम औसत लागत और फलतः सीमांत लागत के तुल्य हो जाता है।

स्वतंत्र प्रवेश और एक्जिट (निर्गत) के कारण भी एकाधिकारी प्रतियोगी बाज़ार में शून्य लाभ तक पहुँच जाता है। इस प्रकार के बाज़ार में, बड़े पैमाने की मितव्ययिता (अथवा पैमाने का वर्द्धमान प्रतिलाभ) के कारण प्रत्येक फर्म वस्तु की भिन्न-भिन्न किस्में प्रस्तुत करती है। यही कारण है कि प्रत्येक फर्म का उत्पाद के अपने किस्म अथवा ब्रांड पर एकाधिकार होता है। इस तरह की एकाधिकार शक्ति के बावजूद भी, वे शून्य अधिसामान्य लाभ से अधिक अर्जित नहीं कर सकते हैं। ऐसा इसलिए कि यदि प्रत्येक फर्म अपने किस्म के लिए औसत लागत से अधिक मूल्य वसूल करता है और सकारात्मक लाभ अर्जित करता है, तो नए फर्म नए किस्मों के साथ बाज़ार में प्रवेश करेंगे। चूँकि सभी किस्म निकट स्थानापन्न हैं, कुछ उपभोक्ता इन नई ब्रांडों, यदि उनका मूल्य विद्यमान ब्रांडों से कम है, को खरीदने लगेगे, परिणामस्वरूप विद्यमान फर्म भी अपनी ब्रांडों का मूल्य कम करते हैं। संतुलन बिन्दु पर, सभी मूल्यों को औसत लागत के बराबर होना चाहिए और परिणामस्वरूप सभी लाभ शून्य होना चाहिए। पूर्ण प्रतियोगी संतुलन से एक मात्र अंतर यह है कि इस मामले में संतुलन मूल्य निश्चित रूप से सीमांत लागत से अधिक होगा। इसका समाज कल्याण पर दूरगामी प्रभाव पड़ता है जिसे कि हम बाद में देखेंगे।

क्या उपर्युक्त चर्चा का अभिप्राय यह है कि प्रतिबंधित प्रवेश से विद्यमान फर्मों को निश्चयात्मक लाभ प्राप्त होगा? यह आवश्यक नहीं है। एक ऐसे बाज़ार पर विचार कीजिए जिसमें आरम्भ में दो एक-से फर्म हैं तथा फर्मों का और प्रवेश निषिद्ध है। यदि विद्यमान फर्म एक-सी वस्तु का उत्पादन करती हैं और मूल्यों में बराबरी करती हैं, तब बाज़ार मूल्य उनके (साझा) सीमांत लागत के बराबर होगा और तदनु रूप दोनों शून्य लाभ अर्जित करेंगी। यह सजातीय-वस्तु बर्ट्रेण्ड द्वयाधिकार (अथवा अल्पाधिकार, यदि दो से अधिक फर्म बाज़ार में हैं) की स्थिति है। उदाहरण के लिए, फर्म-1 प्रति इकाई 20 रु. लेती है और फर्म-2 प्रति इकाई 15 रु. लेती है। चूँकि वे एक-सी वस्तु का ही उत्पादन करते हैं, "सभी" उपभोक्ता फर्म-2 से वस्तु खरीदेंगे। इस प्रकार, फर्म-2 संपूर्ण बाज़ार की आवश्यकता पूरी करती है, बशर्ते कि इसे उस मूल्य पर बाज़ार माँग पूरी करने में कोई क्षमता बाधा नहीं है। तदनु रूप फर्म-1 निश्चयात्मक

राजस्व और लाभ नहीं अर्जित कर सकती है। इतना ही नहीं दोनों ही फर्म का तब तक निश्चयात्मक बाज़ार हिस्सा नहीं हो सकता है जबतक कि वे बराबर मूल्य नहीं लेते हैं। अब मान लीजिए कि सीमांत लागत स्थिर है और दोनों के लिए समान है। मान लीजिए यह 10 रु. है। यदि, जो बराबर मूल्य दोनों लेते हैं वह इससे अधिक है, उनमें से कोई भी एक संपूर्ण बाज़ार की माँग पूरी कर सकती है और अभी भी दूसरे से थोड़ा कम मूल्य लेकर निश्चयात्मक लाभ अर्जित कर सकती है। इस तरह का प्रोत्साहन दोनों के लिए 10 रु. से अधिक किसी भी मूल्य पर विद्यमान है। इसलिए संतुलन मूल्य सीमांत लागत के बराबर होना चाहिए। इस पर फर्मों की संख्या का कोई प्रभाव नहीं पड़ता है। अतएव, एक-सी प्रौद्योगिकी (अर्थात् एक-सी सीमांत लागत), की सहायता से एक-सी वस्तु का उत्पादन कर रही फर्मों के बीच मूल्य प्रतिस्पर्धा पूर्णतः प्रतियोगी समाधान का मार्ग प्रशस्त करता है। इसे 'बर्ट्रैण्ड विरोधाभास' (Bertrand Paradox) के नाम से जाना जाता है। यदि प्रवेश प्रतिबंधित हो और फर्म के पास बाज़ार शक्ति है, प्रत्येक फर्म जो लाभ अर्जित कर सकता है वह अधिक से अधिक शून्य है।

इस परिणाम की तीन विशेषताएँ संभव हैं। पहली, यदि फर्म विभेदित उत्पादों का उत्पादन करते हैं, जैसे आई बी एम और हेवलेट-पैकार्ड द्वारा 'कम्प्यूटर सिस्टम' का उत्पादन किया जाता है, वे अलग-अलग मूल्य, जो उनके सीमांत-लागतों से ऊपर हैं, वसूल कर सकती हैं, और इस पर भी उनका बाज़ार हिस्सा और लाभ निश्चयात्मक हो सकता है। इस बाज़ार संरचना को विभेदित बर्ट्रैण्ड अल्पाधिकार (Differentiated Bertrand Oligopoly) कहा जाता है। निःसंदेह, प्रवेश के अप्रतिबंधित होने पर भी फर्म निश्चित रूप से निश्चयात्मक लाभ अर्जित कर सकती हैं, बशर्ते कि प्रवेश करने वाली फर्म उन किस्मों का उत्पादन करे जो बाज़ार में विद्यमान किस्मों का निकट स्थानापन्न नहीं है।

दूसरा, एक-से उत्पादों के होने पर भी, अल्पाधिकारी फर्मों को निश्चयात्मक लाभ हो सकता है यदि उनकी प्रौद्योगिकी अलग-अलग हो और इस प्रकार सीमांत लागत भी अलग हो। मान लीजिए, हमारे पूर्व उदाहरण में, फर्म-2 की सीमांत लागत कम (स्थिर) है जो 8 रु. के बराबर है। यदि यह फर्म-1 के सीमान्त लागत अर्थात् 10 रु. से थोड़ा कम मूल्य रखे तो फर्म-1 का किसी भी अन्य मूल्य पर निश्चयात्मक बाज़ार हिस्सा नहीं हो सकता है और फलतः यह बंद हो जाती है। इस प्रकार फर्म-2 संपूर्ण बाज़ार पर कब्जा कर लेता है और निश्चित रूप से निश्चयात्मक लाभ अर्जित करती है।

तीसरा, यदि फर्म मूल्य के बदले, निर्गत स्तरों (अथवा बाज़ार हिस्सों) में प्रतियोगिता करता है और अपने कुल उत्पादन तथा पूर्ति के अनुरूप बाज़ार निकासी मूल्य (Market Clearing Price) पर वस्तु बेचती हैं तो दोनों फर्मों को निश्चित रूप से निश्चयात्मक लाभ होता है। निःसंदेह फर्म अपना निर्गत स्तर एक साथ अथवा क्रमिक रूप से चयन कर सकते हैं। अगस्टिन कूर्नो ने 1838 में अल्पाधिकारी बाज़ार का अध्ययन किया जिसमें फर्म अपने निर्गत स्तर का चयन एक साथ करती हैं। यह प्रतिस्पर्धी के निर्गत के दिए गए स्तर के लिए सर्वोत्तम प्रत्युत्तर है। इसी प्रकार प्रतिस्पर्धी भी अपने सर्वोत्तम प्रत्युत्तर पर विचार करता है। दूसरी ओर, जब एक फर्म, प्रतिस्पर्धी फर्म द्वारा निर्गत स्तर के चयन से पहले अपने निर्गत स्तर का चयन कर लेता है, तब हमारे सामने नेता-अनुयायी बाज़ार संरचना होती है। स्टैकेलबर्ग ने यह अध्ययन किया था। किसी भी स्थिति में, चाहे यह कूर्नो प्रतिस्पर्धा हो अथवा स्टैकेलबर्ग का नेता-अनुयायी बाज़ार संरचना, फर्म सदैव ही निश्चित तौर पर निश्चयात्मक लाभ अर्जित करती है। कूर्नो प्रतिस्पर्धा में, फर्मों को यदि वे समानुपातिक हैं, बराबर फायदा होता है और जैसे ही फर्मों की संख्या अनंत की ओर बढ़ती है मूल्य के सीमांत लागत के बराबर होने की

प्रवृत्ति रहती है जबकि स्टैकेलबर्ग के (निर्गत) नेतृत्व मॉडल में, नेता (अर्थात् पहले कदम बढ़ाने वाला) अनुयायी (अर्थात् बाद में कदम बढ़ाने वाला) की अपेक्षा अधिक लाभ अर्जित करता है। इस प्रकार, मात्रा प्रतिस्पर्धा के अन्तर्गत प्रतिबन्धित प्रवेश विद्यमान फर्मों के लिए बाज़ार शक्ति और सकारात्मक लाभ का सृजन करता है।

उपरोक्त चर्चा से यह स्पष्ट होता है कि क्या प्रतिबन्धित प्रवेश का अभिप्राय सीमान्त लागत से ऊपर बाज़ार मूल्य और फर्मों के लिए परिणामी निश्चयात्मक लाभ होगा, यह निम्नलिखित पर निर्भर करता है : (i) उत्पाद की प्रकृति, विभेदित अथवा एक-सा, (ii) प्रतिस्पर्धा की प्रकृति, मूल्य अथवा निर्गत; और (iii) प्रौद्योगिकी का प्रकार।

### 17.2.2 प्रवेश और एकाधिकार पर अवरोध

एक एकाधिकार बाज़ार वह है जिसमें सिर्फ एक फर्म कार्य संचालन करती है। इस तरह की एकाधिकारी शक्ति का स्रोत प्रवेश पर रोक से संबंधित है। आर्थिक सिद्धान्त प्रवेश में बाधाओं को तीन प्रकार में बाँटते हैं :

- i) कृत्रिम अथवा कानूनी अवरोध, जैसे कि पेटेंट
- ii) सहज अवरोध, जैसे कि उच्च नियत लागत
- iii) रणनीतिक अवरोध; जैसे कि सीमित मूल्य निर्धारण

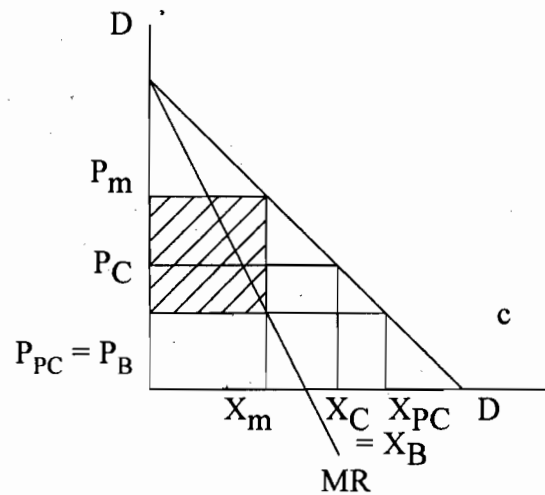
प्रतिबन्धित प्रवेश जैसे नए उत्पाद के पहले आविष्कारक को पेटेंट अधिकार देने अथवा किसी एक वस्तु के उत्पादन और बिक्री के लिए सिर्फ एक ही फर्म को लाइसेन्स देने से एकाधिकारी स्थिति उत्पन्न हो सकती है। कभी-कभी उन स्थानापन्न वस्तुओं के संभावित उत्पादकों से परोक्ष प्रतिस्पर्धा को पहले ही समाप्त कर देने के लिए एकाधिकारी अपने उत्पादन के लिए नहीं अपितु स्थानापन्न उत्पादों के लिए पेटेंट करा सकता है। इन्हें निष्क्रिय पेटेंट कहा जा सकता है। दूसरे ढंग से प्रवेश में कोई कृत्रिम अवरोध नहीं हो सकता है किंतु प्रौद्योगिकी ऐसी हो सकती है जिससे सिर्फ एक फर्म का कार्य संचालन करना और उसके द्वारा गैर नकारात्मक (अधिसामान्य) लाभ अर्जित करना ही संभव हो जिससे कि कोई दूसरा फर्म बाज़ार में प्रवेश नहीं करता है। यह सहज (स्वाभावित) एकाधिकार की स्थिति है। एक फर्म द्वारा बाज़ार में एकाधिकार स्थापित करने का दूसरा तरीका यह है जिसमें फर्म (या तो पहला प्रवेशी अथवा विद्यमान फर्म) स्वयं किसी आक्रामक मूल्य रणनीति द्वारा प्रवेश में अवरोध खड़ा कर देती है।

संकल्पना स्तर पर, रणनीतिक अवरोध का बहुधा दो अन्य प्रकारों से भेद किया जाता है और इसे प्रवेश रोक कहा जाता है। प्रवेश-रोक और प्रवेश अवरोध में भेद समस्या रहित नहीं है। कई मामलों में, यह पता लगाना कठिन हो जाता है कि प्रवेश की दशाएँ फर्म से बाह्य हैं अथवा विद्यमान फर्मों द्वारा सृजित हैं।

आइए हम पेटेंट अधिकार के रूप में प्रवेश में कृत्रिम अथवा कानूनी बाधा के मामले में एकाधिकारी के मूल्य निर्धारण नियम से आरम्भ करते हैं। अनन्य उत्पाद पेटेंट अधिकार के रहने पर, चाहे जिस भी कारण से, एकाधिकारी निश्चयात्मक लाभ द्वारा आकृष्ट, जो वह अर्जित कर सकता है, किसी भी संभावित प्रवेशी के बारे में चिन्तित नहीं होता है। ऐसे प्रवेश अवरोध की स्थिति में, एकाधिकारी उस स्तर पर मूल्य और निर्गत निर्धारित करता है जो उसके लाभ को अधिकतम करता है और इस तरह का स्तर सीमान्त राजस्व और सीमान्त लागत के बीच समानता के अनुरूप होता है। यह देखने के लिए कि इससे लाभ अधिकतम क्यों होता है, यह ध्यान रखिए कि जब एक अतिरिक्त इकाई बेची जाती है तब कुल राजस्व

में हुई वृद्धि सीमान्त राजस्व है जबकि उस अतिरिक्त इकाई के उत्पादन पर आने वाला अतिरिक्त लागत सीमान्त लागत है। यदि सीमान्त राजस्व सीमान्त लागत से अधिक हो जाता है, तो अतिरिक्त इकाई का उत्पादन और बिक्री लाभप्रद है और इस तरह लाभ में वृद्धि होती है। इस प्रकार एकाधिकारी उत्पादन का विस्तार करता है। दूसरी ओर, सीमान्त राजस्व सीमान्त लागत से कम है, तो फर्म को अतिरिक्त इकाई के उत्पादन और बिक्री से घाटा होता है। लाभ में कमी आती है और फर्म अपने उत्पादन में कमी करती है। जब सीमान्त राजस्व और सीमान्त लागत बराबर होते हैं तो लाभ में न तो वृद्धि होती है और न ही कमी और इसलिए एकाधिकारी को निर्गत स्तर में परिवर्तन करने के लिए कोई प्रोत्साहन नहीं होता है। रेखाचित्र 1 में एकाधिकारी के संतुलन को दर्शाया गया है। यह मूल्य को  $P_m$  और निर्गत को  $X_m$  पर निर्धारित करता है, जो उस बिन्दु के समरूप होता है जहाँ सीमान्त राजस्व वक्र सीमान्त लागत वक्र को काटता है। यह जो लाभ अर्जित करता है वह आड़ी रेखा वाला क्षेत्र है।

इसी रेखाचित्र में दूसरी बाज़ार संरचना में भी संतुलन दर्शाया गया है। एक पूर्ण प्रतियोगी उद्योग में और बट्टेण्ड प्रतियोगिता के अन्तर्गत (सजातीय अथवा समान उत्पाद के साथ), मूल्य सीमान्त लागत,  $c$ , के बराबर हो जाता है और उद्योग निर्गत  $X_{pc}$  (अथवा  $X_b$ ) के बराबर हो जाता है। दूसरी ओर निर्गत (अथवा कूर्नों) प्रतियोगिता के अंतर्गत मूल्य निश्चित तौर पर सीमान्त लागत से अधिक किंतु एकाधिकारी मूल्य से कम होता है। इस प्रकार यद्यपि कि फर्म को निश्चयात्मक लाभ होता है, इस तरह के लाभ एकाधिकारी लाभ से कम होते हैं।



रेखाचित्र 1 : अलग-अलग बाज़ार संरचना में संतुलन

M : एकाधिकार; C : कूर्नों;

B : बट्टेण्ड; PC : पूर्ण प्रतियोगिता

MR : सीमान्त राजस्व

रेखाचित्र 1 से पता चलता है कि एकाधिकारी बाज़ार में निर्गत न्यूनतम है। किंतु इस परिणाम के कुछ अपवाद भी हैं, विशेषकर जब एकाधिकारी उपभोक्ताओं अथवा उपर्युक्त समान मूल्य निर्धारण नियम की बजाए खरीदी गई प्रत्येक इकाई में लिए गए मूल्य की दृष्टि से भेद किया जाता है।

अनेक उद्योगों के लिए उत्पादन के कुल लागत में नियत लागत का अनुपात अधिक होता है। दूर संचार और विद्युत उद्योगों में संयंत्रों की स्थापना पर आने वाली लागत, रेल उद्योग के

मामले में रेल पटरियाँ बिछाने, सिग्नल पोस्ट लगाने, स्टेशनों और ऊपरी पुलों के निर्माण पर आने वाली लागत, उत्पादन के अत्यधिक नियत लागत के उदाहरण हैं। ये लागत स्वयं ही प्रवेश के स्वाभाविक अवरोधक हैं और इसलिए एकाधिकारी शक्ति के स्रोत हैं। इस विचार को दृढ़ करने के लिए, एक बाज़ार पर विचार कीजिए जिसमें आरम्भ में एक फर्म थी जो प्रति इकाई 8 रु. के एकाधिकारी मूल्य पर 15 इकाइयों की आपूर्ति कर रही है और 100 रु. के बराबर सकल लाभ (कुल परिवर्ती लागत घटाकर कुल राजस्व) अर्जित कर रही थी। मान लीजिए नियत लागत 80 रु. है। इस प्रकार फर्म 20 रु. शुद्ध लाभ अर्जित करती है। यदि फर्म के पास कोई अनन्य उत्पाद पेटेंट नहीं है और कोई प्रवेश लागत नहीं है, तब इस निश्चयात्मक शुद्ध लाभ से आकृष्ट होकर अन्य फर्म उद्योग में प्रवेश करेंगी। मान लीजिए एक फर्म प्रवेश करने का निर्णय करती है। अब जब यह एक बार बाज़ार में प्रवेश कर जाती है इस स्थिति में मात्रा प्रतियोगिता बाज़ार मूल्य को कम कर देगा और इसलिए प्राप्त होने वाला सकल लाभ 100 रु. से कम हो जाएगा। यदि इस कम सकल लाभ से नियत लागत पूरा हो जाता है (अर्थात् यह 80 रु. से कम नहीं हो जाता है), तो संभावित प्रवेशी प्रवेश करेगा। अन्यथा यह प्रवेश नहीं करेगा और विद्यमान फर्म अप्रतिबंधित और लागत रहित प्रवेश के बावजूद अपनी एकाधिकार स्थिति बनाए रखती है। यह सहज एकाधिकार का मामला है जैसा कि हम दूरसंचार उद्योग में देखते हैं। सहज एकाधिकारी का अर्थ है उच्च नियत लागत अर्थात् निरंतर गिरता हुआ औसत लागत वक्र। मान लीजिए विद्यमान फर्म (I) बड़े पैमाने पर निर्गत उत्पादन कर रही है। (i) यदि प्रवेशी इसकी बराबरी करता है, इसे कम लागत से लाभ होगा किंतु बाज़ार मूल्य गिर जाएगा। (ii) यदि यह छोटे पैमाने पर प्रवेश करता है, बाज़ार मूल्य में अधिक कमी नहीं आएगी किंतु यह लागत हानि से प्रभावित होगी।

किंतु जब मात्रा प्रतियोगिता के पश्चात् प्रवेशी के लिए सकल लाभ 80 रु. से अधिक है तो फर्म प्रवेश करती है। विद्यमान फर्म का शुद्ध लाभ गिरता है और मान लीजिए यह 5 रु. है। प्रवेश के पश्चात् लाभ में ऐसी कमी का पूर्वानुमान करके एकाधिकारी (वास्तव में प्रवेश होने से पूर्व) एकाधिकार मूल्य 8 रु. (जो यह किसी प्रवेश की अनुपस्थिति में ले सकता था) से कम मूल्य ले सकता है। इस तरह का मूल्य अल्पकालिक लाभ अधिकतम करने के व्यवहार के संगत नहीं हो सकता है किंतु निश्चित रूप से एकाधिकार की स्थिति बनाए रखने के दीर्घकालीन लक्ष्य के संगत हो सकता है। उदाहरण के लिए जब एक विद्यमान फर्म 6 रु. मूल्य नियत करता है और प्रवेश से पहले 18 इकाइयाँ बेचता है (इस प्रकार सकल लाभ के रूप में 98 रु. अर्जित करता है) ऐसे में एक फर्म का प्रवेश, मात्रा प्रतियोगिता द्वारा दोनों के लिए सकल लाभ को 80 रु. से कम कर सकता है। इस तरह के मामले में प्रवेशी फर्म का प्रवेश करना लाभप्रद नहीं होता है क्योंकि इससे उसे घाटा होगा। एक बार फिर विद्यमान फर्म को एकाधिकार स्थिति का लाभ मिलता है किंतु अब वह ऐसा मूल्य लेती है जो प्रवेश को निषिद्ध करता है। यह सीमित मूल्य निर्धारण (प्रवेश पर रणनीतिक अवरोध) का मामला है जिसकी चर्चा पहली बार बेन और सायलॉस-लाबिनी द्वारा की गई थी।

### बोध प्रश्न 1

- 1) सही उत्तर पर (✓) निशान लगाइए :
  - क) पूर्ण प्रतियोगी बाज़ार में फर्म को शून्य अधिसामान्य लाभ होता है क्योंकि,
    - i) वे एक-सी वस्तु का उत्पादन करते हैं
    - ii) मुक्त प्रवेश और एक्जिट है
    - iii) (i) और (ii) दोनों
    - iv) बड़े पैमाने की मितव्ययिता

ख) जब दो फर्म विभेदित उत्पादों का उत्पादन करते हैं तथा मूल्यों में प्रतियोगिता करते हैं, वे अर्जित करते हैं :

- i) शून्य लाभ
- ii) निश्चित रूप में निश्चयात्मकलाभ
- iii) उतना ही लाभ
- iv) सकारात्मक और अलग-अलग लाभ

2) विभिन्न प्रकार के प्रवेश अवरोधों की पहचान कीजिए। (एक वाक्य में उत्तर दें)

.....

.....

.....

.....

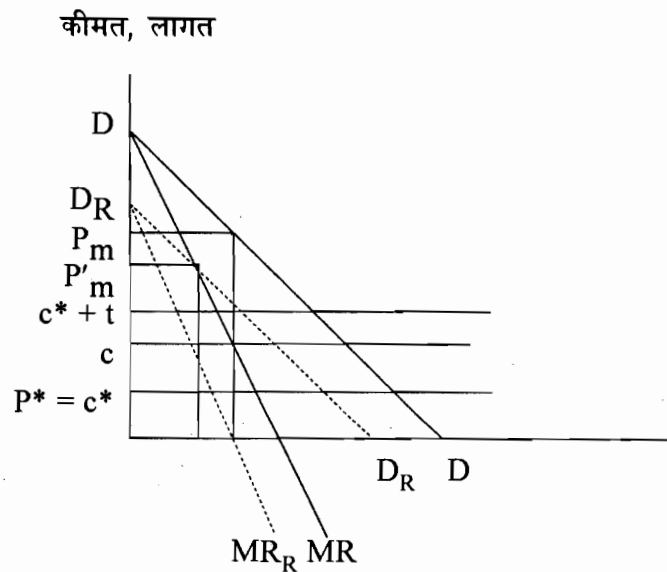
.....

3) बताएँ क्या निम्नलिखित कथन सही हैं या गलत :

- क) प्रथम श्रेणी का भेद मूलक एकाधिकारी उसी स्तर पर निर्गत का उत्पादन करता है जिस पर प्रतियोगी उद्योग। (सही / गलत)
- ख) एक आयात कोटा घरेलू फर्म को एकाधिकारी में परिवर्तित कर देता है। (सही / गलत)

### 17.2.3 व्यापार नीति और औद्योगिक प्रतिस्पर्धा

औद्योगिक नीतियों की भाँति व्यापार नीतियाँ घरेलू फर्मों के लिए बाज़ार शक्ति के स्रोत हैं। प्रतिबंधात्मक व्यापार नीतियाँ अनिवार्य रूप से विदेशी फर्मों, जो तकनीकी दृष्टि से अधिक कुशल हो सकती हैं अथवा जिनके पास प्रस्तुत करने के लिए बेहतर उत्पाद श्रृंखला हो सकती है, से प्रतियोगिता को समाप्त कर सकती है। एक आयात कोटा, जो विदेशी फर्मों अथवा कोटा-लाइसेन्स धारकों को घरेलू बाज़ार में निर्धारित मात्रा से अधिक बिक्री करने की अनुमति नहीं देता है, एक विशिष्ट उदाहरण है। यह रेखाचित्र 2 में दर्शाया गया है।



रेखाचित्र 2 : व्यापार नीति और बाज़ार शक्ति



मान लीजिए, व्यापार से पहले बाज़ार में सिर्फ एक घरेलू फर्म थी जो  $P_m$  मूल्य ले रही थी। मान लीजिए विश्व बाज़ार पूर्ण प्रतियोगी है जिससे विश्व मूल्य विदेशी सीमान्त लागत  $c^*$ , के समतुल्य होता है जो घरेलू फर्म के सीमान्त लागत,  $c$  से कम है। जब विदेशी फर्मों को इस बाज़ार में प्रवेश की अनुमति दी जाती है मूल्य  $p^* = c^*$  तक गिर जाता है, और घरेलू फर्म बंद हो जाती है। किंतु मान लीजिए एक आयात कोटा है जो वस्तु के केवल  $DR_D$  मात्रा को आयात की अनुमति देता है और घरेलू फर्म को पुनः शेष बाज़ार में जिसे जहाँ माँग-वक्र  $DR_{DR}$  द्वारा दर्शाया गया है, जो एकाधिकार की स्थिति का लाभ उठाने का मौका देता है, हालाँकि इसके लाभ में कुछ कमी आती है क्योंकि अब यह पहले से कम मूल्य  $P_m$  ले सकती है।

दूसरी ओर, यह आवश्यक नहीं है कि आयात टैरिफ के कारण एक घरेलू फर्म एकाधिकार बनाए रखे। यह आयात कोटे की तुलना में कम प्रतिबन्धात्मक है। इसका कारण यह है कि आयात के प्रति इकाई आयात टैरिफ में मात्रा सीमान्त लागत से वृद्धि होती है जो  $c^* + t$  हो जाता है (रेखाचित्र 2) किंतु यह बिक्री की वस्तु की मात्रा को सीमित नहीं करता है। इसलिए घरेलू फर्म अधिक से अधिक  $c^* + t$  मूल्य ले सकती है। इससे ऊपर किसी भी मूल्य पर इसका निश्चयात्मक बाज़ार हिस्सा नहीं हो सकता है। निःसंदेह,  $c^* + t$  मूल्य लेकर घरेलू फर्म अभी भी निश्चयात्मक लाभ अर्जित कर सकती है किंतु यह निश्चित रूप से एकाधिकारी लाभ (व्यापार से पूर्व) से कम है जब कि टैरिफ बहुत अधिक नहीं हो ताकि  $c^* + t$  एकाधिकार मूल्य  $P_m$  से अधिक हो जाए।

#### 17.2.4 रणनीतिक समझौते, विलय और अधिग्रहण

जब कोई फर्म बाज़ार में प्रवेश करने का निर्णय लेती है, तो प्रवेश के तरीके का चयन अत्यन्त ही महत्वपूर्ण हो जाता है। इस तरह के चयन में अपना अनुषंगी स्थापित करना और विद्यमान फर्म के साथ कोई रणनीतिक समझौता (जैसे संयुक्त उद्यम) करने का विकल्प सम्मिलित है। कभी-कभी प्रवेशी विद्यमान फर्म के साथ विलय अथवा अधिग्रहण का विकल्प भी चुन सकता है। निःसंदेह, विद्यमान फर्म के सामने इसी प्रकार के चयन की समस्या रहती है जब प्रवेश अवरोध (स्वाभाविक, कृत्रिम अथवा रणनीतिक) या तो अनुपस्थित रहते हैं अथवा निष्प्रभावी रहते हैं : क्या प्रवेशी के साथ प्रतियोगिता की जाए अथवा रणनीतिक समझौता या विलय किया जाए। वस्तुतः, कभी-कभी रणनीतिक समझौता रणनीतिक अवरोधों जैसे सीमित मूल्य निर्धारण की अपेक्षा अधिक लाभप्रद हो सकता है।

रणनीतिक समझौता की परिभाषा मोटे-तौर पर दो या अधिक फर्मों के बीच संबंध के रूप में की जा सकती है। निःसंदेह इस तरह के समझौते में भागीदारी स्वैच्छिक होना चाहिए अर्थात् लाभप्रद होना चाहिए। इस तरह के समझौते में सबसे मुख्य संयुक्त उद्यम है, जिसमें फर्म एक पृथक् अस्तित्व, संयुक्त उद्यम फर्म, के माध्यम से सहमत लक्ष्यों (जैसे अनुसंधान और विकास, उत्पादन और विपणन) के अनुसरण में एकजुट होती हैं किंतु गठबंधन के गठन के पश्चात् दोनों स्वतंत्र इकाइयों के रूप में बनी रहती हैं। साझीदार फर्म समझौता से होने वाले लाभ में हिस्सेदारी करती हैं, और कुछ परस्पर सहमत रीति से निर्दिष्ट कार्यों के कार्यनिष्पादन पर नियंत्रण रखती हैं। फ्रेंचाइजिंग (विशेष बिक्री अधिकारों), पेटेंट और तकनीकी जानकारी लाइसेंसिंग तथा तकनीकी प्रशिक्षण समझौते रणनीतिक समझौते के कुछ अन्य उदाहरण हैं।

रणनीतिक समझौतों के कुछ लाभ हैं। इसमें प्रतियोगिता कम करना, बड़ी मात्रा में उत्पादन के ऊपर उत्पादन की नियत लागत को बाँटकर कम औसत लागत प्राप्त करना और तकनीकी

जानकारी के परस्पर आदान-प्रदान से प्रौद्योगिकीय तालमेल स्थापित करना। इन लाभों के अतिरिक्त, रणनीतिक समझौते बहुधा विदेशी फर्मों के प्रवेश के संबंध में स्थानीय सरकार की नीतियों का भी परिणाम होता है। कभी-कभी सरकारी नीतियों में खुले तौर पर विदेशी फर्मों के लिए कम से कम एक घरेलू साझीदार होना अथवा कम से कम उत्पाद के कुछ घटकों का स्थानीय तौर पर उत्पादन करना ही अपेक्षित रहता है।

रणनीतिक समझौते वे साधन हैं जिसके द्वारा एक फर्म प्रतियोगिता की अपेक्षा सहयोग से लाभ अर्जित करने की आशा करती है। किंतु इसके साथ ही, कई स्थितियों में समझौते से एकपक्षीय विपथन (Deviation) से लाभ होता है। उदाहरण के लिए रेखाचित्र 1 को फिर से देखिए, मान लीजिए एक बाजार में फर्म मूल्य के बारे में साँठ-गाँठ करती हैं जिसके द्वारा उनमें से सभी एकाधिकार मूल्य लेते हैं और तदनुरूपी माँग को बराबर-बराबर बाँट लेती हैं। किंतु, यदि उनमें से कोई इस समझौते से विचलित होता है और एकाधिकार मूल्य से कुछ नीचे मूल्य वसूल करता है और उस मूल्य के तदनुरूपी संपूर्ण माँग पर कब्जा कर लेता है, इससे उसका लाभ बढ़ता है (वास्तव में, यह एकाधिकारी लाभ के बिल्कुल निकट होता है)। अतएव, एक फर्म द्वारा धोखा दिया जाना उसके लिए लाभप्रद होता है। अन्य फर्मों के लिए भी इसी प्रकार का लाभ मौजूद रहता है। यह मानते हुए कि अन्य समझौते का पालन करेंगे, प्रत्येक जितनी जल्दी विपथित होगा, मूल्य प्रतिस्पर्धा शुरू हो जाएगी और मूल्य गिरकर सीमान्त लागत के स्तर तक पहुँच जाएगा। ऐसे में समझौता समाप्त हो जाता है और प्रत्येक को हानि होती है।

इसलिए, रणनीतिक समझौते की कुंजी योजना को इस तरह से तैयार करना है कि समझौते में धोखा देने या इससे विचलित होने के कम से कम लाभ हों। आर्थिक सिद्धान्त यह है कि जब अनंत काल तक फर्मों के बीच बार-बार परस्पर क्रिया की संभावना है दंडात्मक रणनीतियाँ उदाहरणस्वरूप जैसे को तैसा रणनीति (जिसमें एक फर्म द्वारा धोखा दिए जाने पर दूसरों द्वारा असहयोग किया जाता है और सहयोग करने पर सभी का सहयोग मिलता है) और विमोचक (trigger strategy) रणनीति (जिसमें धोखाघड़ी को उसके बाद सदैव असहयोग द्वारा दण्डित किया जाता है) साझीदारों द्वारा सहयोग को सुनिश्चित कर सकता है और इस प्रकार रणनीतिक समझौता लम्बे समय तक चलता है।

संयुक्त उद्यमों की कुछ और समस्याएँ हैं। संयुक्त उद्यम इकाई पर साझीदार फर्मों के स्वामित्व और नियंत्रण की समस्या से बहुधा इस तरह के समझौते से टूट जाते हैं। संयुक्त उपक्रम के परिणाम में साझीदारों की भागीदारी होती है। साझीदारों का वित्तीय दाँव और जोखिमों में हिस्सेदारी होती है। बहुधा यह दलील दी जाती है कि दीर्घकाल में सिर्फ 50 : 50 संयुक्त उद्यम ही चल सकते हैं अन्यथा नियंत्रण के विवाद से इसका पतन हो जाता है। सांस्कृतिक समस्याएँ भी महत्वपूर्ण घटक हैं। स्थानीय साझीदार बहुधा यह आरोप लगाते हैं कि बहुराष्ट्रीय निगम स्थानीय दशाओं और भावनाओं को ध्यान में रखने की इच्छुक नहीं होते हैं और स्थानीय व्यवसायिक प्रथाओं को समझने में विफल रहते हैं। दूसरी ओर स्थानीय साझीदार में बहुधा वह गतिशीलता और नूतनता नहीं होती है जिसकी कि बहुराष्ट्रीय निगम अपेक्षा करते हैं।

विलय और अधिग्रहण भी फर्म, विशेषकर विदेशी फर्म, द्वारा प्रवेश का महत्वपूर्ण साधन है। विलय में, फर्म पृथक् अस्तित्व के रूप में कार्य करना बंद कर देते हैं। विलय, अधिकार में लेना, अधिग्रहण, और एकीकरण शब्द उस स्थिति का वर्णन करते हैं जिसमें स्वतंत्र स्वामित्व में फर्म समान स्वामित्व के अंतर्गत एक दूसरे से मिलते हैं। विलय के मोटे रूप से तीन वर्गीकरण हैं :

- क) समस्तरीय विलय, जिसमें एक ही उद्योग में सदृश अथवा समान उत्पादों का उत्पादन करने वाले फर्म विलय करते हैं।
- ख) विषय स्तरीय विलय, जिसमें एक फर्म जो मध्यवर्ती वस्तु अथवा आदान का उत्पादन कर रही है उस फर्म के साथ विलय करती है जो उस आदान का उपयोग करके अंतिम वस्तु का उत्पादन करती है।
- ग) संचित विलय, जिसमें कम संबंधित उत्पादों का उत्पादन करने वाली फर्म समान स्वामित्व के अन्तर्गत विलय करती हैं।

निःसंदेह, मुख्य रूप से विलय इसलिए होता है कि इससे विलय किए गए फर्मों और उद्योग में अन्य फर्मों के बीच प्रतियोगिता घटती है जिसके द्वारा विलय किए गए फर्मों का लाभ बढ़ता है। ध्यान रखिए कि यदि विलय किए गए फर्मों का लाभ विलय से पूर्व स्थिति में उनके कुल लाभ से अधिक नहीं होता है तब विलय लाभप्रद नहीं है और इसलिए विलय नहीं होना चाहिए। इस तरह की परिस्थितियों में फर्मों के लिए श्रेयस्कर यह होगा कि वे विलय नहीं करें।

## बोध प्रश्न 2

1) संयुक्त उद्यम के लाभ बताइए।

.....

.....

.....

.....

.....

2) विलय का मोटे रूप में वर्गीकरण क्या है? (एक वाक्य में उत्तर दीजिए)

.....

.....

.....

.....

.....

3) संयुक्त उद्यम और विलय के बीच भेद कीजिए। (दो वाक्य में उत्तर दीजिए)

.....

.....

.....

.....

.....

## 17.3 भारतीय उद्योग में प्रतिस्पर्धा और केन्द्रीकरण

इस भाग में, भारत में औद्योगिक प्रतिस्पर्धा की सीमा और प्रकृति पर चर्चा की गई है। विचार के साथ ही हम इसे जो चरणों में विभाजित करते हैं। पहला आर्थिक संयुक्त फर्म अर्थात् और

दूसरा आर्थिक सुधार पश्चात् अवधि। 1990-91 अर्थात् जिस वर्ष आर्थिक सुधार कार्यक्रम शुरू किए गए थे के आसपास इस तरह के विभाजन का कारण यह है कि इस तरह की सुधार नीतियों ने विलय, अधिग्रहण और सीमापार विलयों को सुगम बनाया। परिणामस्वरूप, विगत कुछ वर्षों में विलयों और अधिग्रहणों की घटनाओं में खूब वृद्धि हुई है। 1990 के दशक के आरम्भ तक भारत में लगभग सारा प्रत्यक्ष विदेशी निवेश प्रवाह परियोजनाओं के रूप में हुआ था जबकि इसके पश्चात् निवेश प्रवाह का मुख्य अंश अर्थव्यवस्था में विद्यमान उपक्रमों के अधिग्रहण के रूप में हुआ है।

हम निम्नलिखित उपभागों में औद्योगिक केन्द्रीकरण के अनुभवसिद्ध अनुमान के साथ चर्चा आरम्भ करते हैं और उसके पश्चात् केन्द्रीकरण के संबंध में भारतीय परिदृश्य प्रस्तुत करते हैं। अंततः, अंतिम उपभाग में रणनीतिक समझौतों और विलय तथा अधिग्रहणों के कुछ उदाहरण दिए गए हैं।

### 17.3.1 केन्द्रीकरण का हर्फिण्डाल सूचकांक

केन्द्रीकरण का हर्फिण्डाल सूचकांक बाज़ार हिस्सा के केन्द्रीकरण के स्तर को व्यक्त करने वाली संक्षिप्त सांख्यिकी है। सूचकांक में 0 और 1 के बीच मूल्यों को लिया गया है जिसमें 0 मूल्य फर्मों का केन्द्रीकरण बिल्कुल नहीं होने का सूचक है और मूल्य 1 से एकाधिकार की स्थिति का पता चलता है। यदि एक उद्योग में N फर्म है, तब हर्फिण्डाल सूचकांक इन N फर्मों के बाज़ार हिस्सा का निम्न समीकरण होगा :

$$H = s_1^2 + s_2^2 + \dots + s_N^2$$

हर्फिण्डाल सूचकांक सभी कंपनियों की सूचना का उपयोग करता है न कि कुछ ही कंपनियों तक सीमित होता है जैसा कि वैकल्पिक मापों उदाहरण के लिए N-फर्म केन्द्रीकरण औसत के मामले में होता है।

### 17.3.2 भारतीय उद्योगों का केन्द्रीकरण

नीचे दी गई तालिका 17.1 में भारत में तीन उद्योगों : खाद्य और बीवरेज, इलेक्ट्रॉनिक्स और ऑटोमोबाइल में केन्द्रीकरण माप का हर्फिण्डाल सूचकांक दर्शाया गया है। संदर्भ वर्ष 1992-93 से 1997-1998 है। खाद्य और बीवरेज भारत में विनिर्माण उद्योगों का सबसे बड़ा समूह है जिसका अनुमानित बाज़ार आकार 70,243.5 करोड़ रु. है। शिशु दुग्ध उत्पाद, आइसक्रीम, वेफर्स और ब्रेकफास्ट सेरीअल्स जैसे उद्योग अत्यधिक केन्द्रीकृत हैं। किंतु वनस्पति तेल, चीनी और चाय उद्योगों में घरेलू फर्म अत्यन्त ही बिखरे हुए हैं। सिगरेट उद्योग भी अत्यधिक केन्द्रीकृत है।

तालिका 17.1 : भारत में चयनित उद्योगों में फर्मों का केन्द्रीकरण

उद्योग	हर्फिण्डाल सूचकांक
<b>I. खाद्य और बीवरेज</b>	
वनस्पति तेल	0.003
चीनी	0.002
चाय	0.061
कॉफी	0.028
विनिर्माण	0.119

शिशु दुग्ध आहार	0.669
आइसक्रीम	0.578
ब्रेड	0.528
वेफर्स, आल चिप्स	0.513
ब्रेकफास्ट सेरियल्स	0.442
सिगरेट	0.591
शराब और लिकर	0.080
<b>II. इलैक्ट्रॉनिक्स</b>	
कम्प्यूटर्स और पेरिफेरल्स	0.082
टी वी पिकचर ट्यूब्स	0.173
फोटो कॉपी मशीन	0.785
टेलीफोन उपकरण	0.292
<b>III. ऑटोमोबाइल्स</b>	
पैसेंजर कार	0.589
मोटर साइकिल	0.257
स्कूटर्स	0.336
थ्री व्हीलर्स (तिपहिया)	0.609
मोपेड्स	0.323

स्रोत : सेंटर फॉर मॉनिटरिंग दि इंडियन इकॉनॉमी

भारत में इलैक्ट्रॉनिक्स बाज़ार पर आयात का वर्चस्व है। कुछ मामलों में, आयात का हिस्सा 86 प्रतिशत तक ऊँचा है। फोटोकॉपी मशीन उद्योग को छोड़कर, सामान्यतया घरेलू फर्मों के बीच सामान्य प्रतिस्पर्धा अत्यधिक तीव्र है और केन्द्रीकरण अत्यन्त ही कम है।

दूसरे छोर पर ऑटोमोबाइल उद्योग है। जहाँ आयात से प्रतिस्पर्धा मामूली है। कई नए प्रवेशियों के प्रवेश के बावजूद भी उद्योग में घरेलू फर्म अत्यधिक केन्द्रीकृत हैं और केन्द्रीकरण अनुपात में कोई महत्वपूर्ण वृद्धि नहीं हुई है। दूसरी ओर, मोपेड सेक्टर में काफी हद तक केन्द्रीकरण में वृद्धि हुई है।

### 17.3.3 भारत में संयुक्त उद्यम, विलय और अधिग्रहण

भारतीय उद्योगों में संयुक्त उद्यमों, विशेषकर विदेशी फर्मों के साथ, की बड़ी संख्या रही है। जैसा कि ऊपर उल्लेख किया गया है, बहुधा संयुक्त उद्यम विदेशी फर्म के लिए प्रवेश का सबसे पसंदीदा माध्यम रहा है। तथापि, भारत में यह सरकारी विनियमों द्वारा निर्देशित हुआ है कि लाभप्रदता की अपेक्षा सरकारी अनुबंध ने भारतीय फर्मों के साथ संयुक्त उद्यम में विदेशी फर्मों के प्रवेश को निर्देशित किया है, यह कुछ हद तक इस बात से स्पष्ट है कि उद्यमों की स्थापना के कुछ वर्षों बाद वे टूट जाते हैं।

भारतीय ऑटोमोबाइल उद्योग कुछ सफल संयुक्त उद्यमों का साक्षी रहा है। उदाहरण के

लिए, भारत सरकार और सुजुकी कारपोरेशन, जापान के बीच मारुति उद्योग लिमिटेड, टाटा समूह और जर्मनी की डैमलर बेंज के बीच मर्सिडीज-बेंज इंडिया, डी सी एम और देवू के बीच संयुक्त उद्यम, सिंचानिया के एल एम एल इंडिया और पियाजियो, इटली के बीच एल एम एल-पियाजियो। उपस्नेहक (lubricant) उद्योग भी एक अन्य क्षेत्र है जिसमें संयुक्त उद्यमों का वर्चस्व है हालाँकि इस क्षेत्र में तत्काल काफी लाभ की संभावना नहीं है। इंडियन आयल और मोबिल, एच पी सी एल और रॉयल डच शेल कुछ उल्लेखनीय संयुक्त उद्यम हैं। एक अन्य क्षेत्र जिसमें संयुक्त उद्यम स्थापित किया जा रहा है वह है इलैक्ट्रॉनिक्स। व्हर्लपुल इंडिया और जे.आर. देसाई एवं एसोसिएट्स के बीच 787 करोड़ रु. के संयुक्त उद्यम में, यू एस आधारित व्हर्लपुल कारपोरेशन का 1990 के दशक के मध्य में 56 प्रतिशत हिस्सा था। मोदी और जेरोक्स कारपोरेशन के बीच मोदी-जेरोक्स एक अन्य प्रसिद्ध संयुक्त उद्यम है।

1990 के दशक में नई नीति व्यवस्था ने पूँजी निर्गमन नियंत्रण अधिनियम, एम आर टी पी और कंपनी अधिनियम के अंतर्गत प्रतिबन्धों को हटा कर विलय और अधिग्रहण के माध्यम से औद्योगिक पुनःसंरचना की संभावना को अत्यधिक उदारीकृत किया है। परिणामस्वरूप भारतीय उद्योगों ने अपने कार्य संचालनों को और अधिक दृढ़ करने के लिए विलयों और अधिग्रहणों का अधिक से अधिक उपयोग किया। नई प्रत्यक्ष विदेशी निवेश (DFI) नीति और फेरा विनियमों के उन्मूलन ने भी बहुराष्ट्रीय निगमों द्वारा अधिग्रहण को सुगम बनाया। नई विदेशी फर्मों द्वारा विलयों और अधिग्रहणों के अलावा विदेशी साझेदारों द्वारा पूर्व संयुक्त उद्यमों को अपने अधिकार में भी लिया गया है। उदाहरणस्वरूप, कम्प्यूटर सिस्टम्स और पेरीफेरल्स में टाटा और आई बी एम के बीच संयुक्त उद्यम को 1999 में आई बी एम ने अपने अधिकार में ले लिया था। विदेशी साझेदारों द्वारा संयुक्त उद्यमों को अधिकार में लेने के कुछ अन्य उल्लेखनीय उदाहरण में जनवरी, 2000 में विज्ञापन क्षेत्र की बेट्स वर्ल्डवाइड ने बेट्स क्लैरिऑन को खरीद लिया और अप्रैल, 1996 में प्रकाशन उद्योग में मैकग्रॉ हिल ने टाटा मैक ग्रॉ हिल को खरीद लिया था।

नीचे दी गई तालिका 17.2 से पता चलता है कि 1997-99 के दौरान भारत में लगभग 40 प्रतिशत प्रत्यक्ष विदेशी निवेश विलय और अधिग्रहण के रूप में हुआ है। यह 1990 तक अनुषंगियों के रूप में होने वाले लगभग सभी प्रत्यक्ष विदेशी निवेशों के बिल्कुल प्रतिकूल है।

तालिका 17.2 : भारत में प्रत्यक्ष विदेशी में विलयों और अधिग्रहणों का हिस्सा

वर्ष	प्रत्यक्ष विदेशी निवेश अन्तर्वाह (मिलियन डॉलर)	प्रत्यक्ष विदेशी निवेश में विलय अधिग्रहण का हिस्सा
1997	3200	40.6
1998	2900	34.5
1999*	1400	35.7
<b>योग</b>	<b>7100</b>	<b>39.4</b>

नोट : \* जनवरी-मार्च

स्रोत : इकनॉमिक टाइम्स, जून 1999

दूसरी ओर, नीचे तालिका 17.3 में 1990 के दशक में विलय और अधिग्रहण में वृद्धि दर्शाया गया है।

	विलय	अधिग्रहण	योग
1993-94	4	9	13
1994-95		7	7
1995-96		12	12
1996-97	2	46	48
1997-98	4	61	65
1998-99	9	60	69
1999-00	198	1297	1495
2000-01	-287	1188	1475

स्रोत : कुमार 2000 सी एम आई ई, विभिन्न अंक

यद्यपि कि अधिकांश विलय और अधिग्रहण विनिर्माण के क्षेत्र में हुआ है, हाल के वर्षों में सेवाएँ जैसे बैंकिंग और वित्त, एकाउंटिंग और मैनेजमेंट कन्सल्टिंग, यात्रा संबंधी सुविधाएँ और विज्ञापन अधिक महत्वपूर्ण हो गए हैं। इन क्षेत्रों में, विदेशी कंपनियाँ मुख्यतः अधिग्रहण के माध्यम से व्यवसाय में घुसने का प्रयास कर रही हैं। विनिर्माण क्षेत्र में, विदेशी कंपनियों द्वारा विलय और अधिग्रहण खाद्य और बीवरेज, घरेलू उपकरणों और फार्मास्यूटिकल्स में अत्यधिक केन्द्रीकृत हैं। इसका सबसे ज्वलन्त उदाहरण कोका कोला है जिसने देश में 1993 में पुनः प्रवेश करके पारले का अधिग्रहण किया था जिसका राष्ट्रव्यापी बॉटलिंग और विपणन संजाल (नेटवर्क) था।

### बोध प्रश्न 3

1) बताइए, निम्नलिखित कथन सही हैं या गलत।

क) हर्फिण्डाल सूचकांक उद्योग में फर्मों की संख्या की माप करता है। ( )

ख) भारतीय ऑटोमोबाइल क्षेत्र अत्यधिक केन्द्रीकृत है। ( )

2) भारतीय ऑटोमोबाइल क्षेत्र में स्थापित होने वाले महत्वपूर्ण संयुक्त उद्यम कौन-से हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

3) सही उत्तर पर (✓) निशान लगाइए :

क) 1997-99 के दौरान भारत में प्रत्यक्ष विदेशी निवेश में विलय और अधिग्रहण का हिस्सा था,

i) लगभग 40 प्रतिशत

ii) 20 प्रतिशत

iii) 30 प्रतिशत

iv) 50 प्रतिशत से अधिक

ख) अधिकांश विलय और अधिग्रहण इनमें हुआ,

i) बैंकिंग और वित्त

ii) विनिर्माण क्षेत्र

iii) एकाउंटिंग और मैनेजमेंट कन्सल्टेन्सी

iv) ऑटोमोबाइल सेक्टर

## 17.4 सारांश

प्रौद्योगिकी, उत्पाद के प्रकार और व्यापार तथा औद्योगिक नीतियाँ फर्म की बाजार शक्ति और इस प्रकार विभिन्न बाजार संरचनाओं जैसे पूर्ण प्रतियोगी बाजार, एकाधिकारी प्रतियोगी बाजार, अल्पाधिकारी बाजार और एकाधिकारी बाजार को परिभाषित करती है।

रणनीतिक समझौते (जैसे संयुक्त उद्यम), विलय और अधिग्रहण, अधिकार में लेना, खरीदना आदि फर्म के कुछ अन्य कार्य हैं जिनका आशय प्रतियोगिता को कम करना है। भारतीय बाजार में विदेशी फर्मों विभिन्न प्रदेश स्वरूपों के द्वारा प्रवेश करती है। वस्तुतः 1990 के दशक के आरम्भ में भारत में उदार विदेश व्यापार और निवेश नीतियों के शुरू करने के पश्चात् विदेशी फर्मों द्वारा भारतीय उपक्रमों के विलय और अधिग्रहण की घटनाओं में आश्चर्यजनक रूप से वृद्धि हुई है।

## 17.5 शब्दावली

बड़े पैमाने की मितव्ययिता	:	एक स्थिति जिसमें जब संयंत्र का आकार और निर्गत बढ़ाया जाता है तो उत्पादन की औसत लागत में कमी आती है।
फेरा	:	विदेशी मुद्रा विनियमन अधिनियम (फेरा) भारतीय रिजर्व बैंक को भारत में विदेशी कंपनियों और विदेशी नागरिकों के कार्यकलापों को विनियमित करने का अधिकार प्रदान करता है।
संयुक्त उद्यम	:	संयुक्त उद्यम में, फर्म पृथक् अस्तित्व, उद्यम फर्म, के माध्यम से सहमत लक्ष्यों (जैसे अनुसंधान और विकास, उत्पादन और विपणन) के अनुसरण के लिए एकजुट होती हैं, किंतु गठबंधन बनने के पश्चात् दोनों स्वतंत्र इकाइयों के रूप में रहते हैं।
विलय और अधिग्रहण	:	इससे उस स्थिति का पता चलता है जिसमें स्वतंत्र स्वामित्व वाले फर्म एक ही स्वामित्व के



अन्तर्गत एकजुट होती हैं।

N-फर्म केन्द्रीकरण अनुपात

: मान लीजिए एक उद्योग में M फर्म हैं। इन कंपनियों का उनके बाज़ार हिस्सा के हासमान मूल्य के अनुरूप सूचकांक बनाने के पश्चात्,

$$S_1 > S_2 > S_3 \dots > S_N > S_{N+1} > \dots > S_M$$

जब हम इस क्रम में पहली N फर्मों के बाज़ार हिस्सों का जोड़ लेते हैं, तो हमें N-फर्म का केन्द्रीकरण अनुपात प्राप्त हो जाता है।

मूल्य भेद

: खरीदी गई अलग-अलग इकाइयों के लिए अलग-अलग मूल्य लेना अथवा खरीदी गई सामान इकाइयों के लिए अलग-अलग उपभोक्ताओं से अलग-अलग मूल्य लेना।

रणनीतिक समझौता

: मोटे रूप से इसकी परिभाषा दो या अधिक फर्मों के बीच संबंध के रूप में की जा सकती है।

अधि-सामान्य लाभ

: सभी लेखा लागतों (जैसे श्रमिकों का भुगतान, कच्चे माल की लागत, किराया इत्यादि) और निहित लागतों (जैसे उद्यमिता के अवसर लागत, अपनी पूँजी इत्यादि) से अधिक राजस्व।

## 17.6 कुछ उपयोगी पुस्तकें और संदर्भ

आचार्य, रजत और भास्कर मोइत्रा, संपा., (2001). *इफेक्ट्स ऑफ ग्लोबलाइजेशन ऑन इन्डस्ट्री एण्ड एनवायरन्मेंट*, लान्सर्स बुक्स, नई दिल्ली।

सी.एम.आई.ई., (1999). *इन्डस्ट्री: मार्केट साइज एण्ड शेयर्स*, सेंटर फोर मॉनिटरिंग इंडियन इकनॉमी, अगस्त।

कुमार, नागेश, (2000). "मर्जर्स एण्ड एक्वीजीशन बाई एम एन ई : पैटर्न एण्ड इम्प्लीकेशंस", *इकनॉमिक एण्ड पॉलिटिकल वीकली*, अगस्त 5

ओज शाई, (1995). *इन्डस्ट्रियल ऑर्गेनाइजेशन : थ्योरी एण्ड एप्लिकेशन*, एम आई टी प्रेस।

## 17.7 बोध प्रश्नों के उत्तर अथवा संकेत

बोध प्रश्न 1

1) (क) (iii) (ख) (ii)

- 2) उपभाग 17.2.2 पढ़िए।
- 3) (क) सही (ख) गलत

**बोध प्रश्न 2**

- 1) उपभाग 17.2.4 पढ़िए।
- 2) समस्तरीय विलय, विषम स्तरीय विलय और संचित विलय।
- 3) उपभाग 17.2.4 पढ़िए।

**बोध प्रश्न 3**

- 1) (क) गलत (ख) सही
- 2) उपभाग 17.3.3 पढ़िए।
- 3) (क) (i) (ख) (ii)