

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲತೆ

ಬೇಡಿಕೆ ಅಥವಾ ಪೂರೈಕೆಯು ಬದಲಾವಣೆಯಾದಾಗ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಹೇಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ರವಾನಿಸುತ್ತವೆ.

ಲೇಖನದಲ್ಲಿ ನೀವು ಈ ಕೆಳಕಂಡ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಕಲಿಯುತ್ತೀರಿ:

- ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಬೇಡಿಕೆ ಅಥವಾ ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಸಮತೋಲಿತ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣದ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಗೆ ಹೇಗೆ ದಾರಿಯಾಗುತ್ತವೆ.
- ಆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಗಳು ಸರಕುಗಳ ಸಾಪೇಕ್ಷ ಕೊರತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸಂದೇಶಗಳಾಗಿ ವ್ಯಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಡುವೆ ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು.
- ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ಮತ್ತು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಸಮತೋಲನದ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸ.
- ಹಣಕಾಸು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ಧರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವು ನಿಮಿಷದಿಂದ ನಿಮಿಷಕ್ಕೆ ಹೇಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ.
- ಬೆಲೆಯ ಗುಳ್ಳೆ(ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆ)ಗಳು ಹೇಗೆ ಸಂಭವಿಸುತ್ತವೆ.
- ಕೆಲವು ಬೆಲೆಗಳು ಏಕೆ ಬದಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಕೆಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಏಕೆ ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿಲ್ಲ.

ಅಮೇರಿಕಾದ ಅಂತರ್ ಯುದ್ಧದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣದ ಒಕ್ಕೂಟ ರಾಜ್ಯಗಳ ಸೋಲು ಆ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಹತ್ತಿ ಮತ್ತು ಇತರ ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಇದ್ದಂತಹ ಗುಲಾಮಗಿರಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಕೊನೆಗೊಳಿಸಿತು ಎಂಬುದನ್ನು ಇತಿಹಾಸದ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ತಿಳಿದಿರುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರದ ಪಾಠವೂ ಇದೆ.

ಅಧ್ಯಕ್ಷರಾಗಿದ್ದ ಅಬ್ರಹಾಂ ಲಿಂಕನ್‌ರವರು ಯುದ್ಧವು ಪ್ರಾರಂಭವಾದಾಗ, ಅಂದರೆ 12ನೇ ಏಪ್ರಿಲ್ 1861ರಂದು ಅಮೇರಿಕಾದ ನೌಕಾಪಡೆಗೆ ಒಕ್ಕೂಟ ರಾಜ್ಯಗಳ ಬಂದರುಗಳನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸಲು ಆದೇಶಿಸಿದರು. ಗುಲಾಮಗಿರಿಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಸಂರಕ್ಷಿಸಲು ತಾವು ಅಮೇರಿಕದ ಸುಪರ್ದಿನಲ್ಲಿಲ್ಲದ ಸ್ವತಂತ್ರ ರಾಜ್ಯಗಳೆಂಬುದಾಗಿ ಈ ರಾಜ್ಯಗಳು ಘೋಷಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದವು.

ನೌಕಾ ದಿಗ್ವಂಧನದ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ, ಇಂಗ್ಲೆಂಡ್‌ನ ಲಂಕಾಷೈರ್‌ನ ಜವಳಿ ಗಿರಣಿಗಳಿಗೆ ಪೂರೈಕೆಯಾಗುತ್ತಿದ್ದ ಅಮೇರಿಕದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದ ಕಚ್ಚಾ ಹತ್ತಿಯು ವಾಸ್ತವಿಕವಾಗಿ ಸ್ಥಗಿತಗೊಂಡಿತು. ಇದು ನಿರ್ಣಾಯಕ ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳ ಪೂರೈಕೆಯ ಮುಕ್ತಾಳು ಭಾಗವನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕಿತು. ರಾತ್ರಿಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನೌಕಾಯಾನ

ಮಾಡುತ್ತಾ ಕೆಲವು ದಿಗ್ಬಂಧನ-ಚಾಲಿತ ಹಡಗುಗಳು ಲಿಂಕನ್‌ರವರ ಗಸ್ತು ತಪ್ಪಿಸಿದವಾದರೂ, ಒಂದು ಸಾವಿರ ಹಡಗುಗಳನ್ನು ನಾಶಪಡಿಸಲಾಯಿತು ಅಥವಾ ಅವುಗಳನ್ನು ಸೆರೆಹಿಡಿಯಲಾಯಿತು.

ಬಂದರುಗಳ ದಿಗ್ಬಂಧನದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕಚ್ಚಾ ಹತ್ತಿಯ ಪೂರೈಕೆಯು ನಾಟಕೀಯ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಇಳಿಕೆಯಾಯಿತು. ಬೇಡಿಕೆಯು ಅಧಿಕ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿತ್ತು. ಅಂದರೆ, ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿದ್ದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಕಚ್ಚಾ ಹತ್ತಿಯ ಬೇಡಿಕೆಯು ಪೂರೈಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕವಾಯಿತು. ಇದನ್ನು ಮನಗಂಡ ಕೆಲವು ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಸರಕುಗಳಿಗೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿ ಹೆಚ್ಚು ಲಾಭ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮುಂದಾದರು. ಅಂತಿಮವಾಗಿ, ಹತ್ತಿಯು ಯುಧಕ್ಕಿಂತ ಮೊದಲು ಇದ್ದ ಬೆಲೆಗಿಂತಲೂ ಆರು ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಗೆ ಮಾರಾಟವಾಯಿತು. ಇದು ಹತ್ತಿಯ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಒಂದು ವರವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿತು. ಅಂದರೆ ಬಂದರುಗಳ ದಿಗ್ಬಂಧನವು ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಒಂದು ರೀತಿಯ ಅದೃಷ್ಟದ ದಿಗ್ಬಂಧನವಾಯಿತು.

ಆದರೆ ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆಯಿಂದಾಗಿ ಗಿರಣಿ ಮಾಲಿಕರ ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚ (marginal cost) ಅಧಿಕವಾಯಿತು. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಗಿರಣಿ ಮಾಲಿಕರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಯುಧ ಪೂರ್ವದ ಅರ್ಥದಷ್ಟು ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಕಡಿತಗೊಳಿಸಿದರು. ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, ನೂರಾರು ಸಾವಿರ ಜನರನ್ನು ಕೆಲಸದಿಂದ ಹೊರಹಾಕಿದರು. ತಮ್ಮ ಲಾಭದಲ್ಲಿನ ಕುಸಿತದಿಂದಾಗಿ ಕೆಲವು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ವಿಫಲವಾದವು ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮವನ್ನು ತೊರೆದವು. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಗಿರಣಿ ಮಾಲಿಕರು ಅಮೆರಿಕದ ಕಚ್ಚಾ ಹತ್ತಿಗೆ ಪರ್ಯಾಯವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲು ಭಾರತದತ್ತ ಮುಖ ಮಾಡಿದರು. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹತ್ತಿಯ ಬೇಡಿಕೆ ಬಹಳಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಯಿತು. ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾರತೀಯ ಹತ್ತಿಯ ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳವು ಕೆಲವು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಂಡು ಲಾಭ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡಿತು. ಇದು ಭಾರತೀಯ ಹತ್ತಿಯ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಿ ಅದು ಸರಿಸುಮಾರು ಅಮೆರಿಕದ ಹತ್ತಿಯ ಬೆಲೆಯಷ್ಟೆ ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಏರಿತು.

ಹತ್ತಿಯನ್ನು ಬೆಳೆಯುವುದರಿಂದ ಈಗ ದೊರೆಯುವ ಆದಾಯದಿಂದಾಗಿ, ಭಾರತೀಯ ರೈತರು ಇತರ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ತ್ಯಜಿಸಿ, ಅದಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗಿ ಹತ್ತಿಯನ್ನು ಬೆಳೆದರು. ಬ್ರಸಿಲ್‌ನೊಳಗೊಂಡಂತೆ ಹತ್ತಿಯನ್ನು ಬೆಳೆಯಬಹುದಾದ ಎಲ್ಲ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಹತ್ತಿಯ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒಲವು ವ್ಯಕ್ತವಾಯಿತು. ಈಜಿಪ್ಟ್‌ನಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಬೆಲೆಯ ಹೆಚ್ಚಳದಿಂದ ಪ್ರೇರಿತರಾದ ಅಲ್ಲಿನ ರೈತರು ಹತ್ತಿಯ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿದರು. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಅವರು ಉಪ-ಸಹಾರನ್ ಆಫ್ರಿಕಾದಲ್ಲಿ ಸೆರೆಹಿಡಿಯಲ್ಪಟ್ಟ ಗುಲಾಮರನ್ನು (ಲಿಂಕನ್‌ರವರು ದಾಸ್ಯದಿಂದ ಮುಕ್ತರನ್ನಾಗಿಸಲು ಹೋರಾಡುತ್ತಿದ್ದ ಅಮೆರಿಕದ ಗುಲಾಮರಂತಹ) ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರು.

ಆದರೆ ಇಲ್ಲೊಂದು ಸಮಸ್ಯೆ ಎದುರಾಯಿತು. ಅದೇನೆಂದರೆ, ಅಮೆರಿಕದ ಹತ್ತಿಯ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಸರಿದೂಗಿಸುವ ಏಕೈಕ ಸ್ರೋತವು ಭಾರತದಲ್ಲಿದ್ದು. ಆದರೆ ಭಾರತೀಯ ಹತ್ತಿಯು ಅಮೆರಿಕನ್ ಹತ್ತಿಗಿಂತ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿದ್ದು, ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬೇರೆ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕರಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿತ್ತು. ಅಮೆರಿಕನ್ ಹತ್ತಿಯಿಂದ ಭಾರತೀಯ ಹತ್ತಿಗೆ ಸ್ಥಳಾಂತರಗೊಂಡ ತಿಂಗಳೊಳಗೆ ಹತ್ತಿಯಿಂದ ಬೀಜವನ್ನು ಬೇರ್ಪಡಿಸಲು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಡಿಂಗ್‌ಗಾಗಿ ಹೊಸ ಯಂತ್ರೋಪಕರಣಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲಾಯಿತು.

ಈ ಹೊಸ ಯಂತ್ರೋಪಕರಣಗಳ ಬೇಡಿಕೆ ಗಗನಕ್ಕೇರತೊಡಗಿದಂತೆ, ಜವಳಿ ಯಂತ್ರೋಪಕರಣಗಳ (ಇದರ ಮಾರಾಟದ ವಿಸ್ತೃತ ದಸ್ತಾವೇಜುಗಳು ನಮ್ಮಲ್ಲಿವೆ) ಬೃಹತ್ ತಯಾರಿಕಾ ಸಂಸ್ಥೆಯಾದ ಡಾಬ್ಲನ್ ಮತ್ತು ಬಾರ್ಲೋ ಹೆಚ್ಚು ಲಾಭವನ್ನು ಗಳಿಸಿತು. ಸಂಸ್ಥೆಯು ಈ ಹೊಸ ಯಂತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಇತರ ಸಲಕರಣೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿ, ಇದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿತು. ಹೊಸ ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದಕ್ಕೋಸ್ಕರ ಹಳೆಯ ಯಂತ್ರ, ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕಿ ಹೊಸವನ್ನು ಜೋಡಿಸುವ ಅಥವಾ ಹಳೆಯ ಯಂತ್ರೋಪಕರಣಗಳನ್ನು ಹೊಸ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೊಳಿಸುವ ಧಾವಂತದಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಗಿರಣಿಯು ಹಿಂದೆ ಉಳಿಯಲಿಲ್ಲ. ಇದು ಬಂಡವಾಳದ ವ್ಯಾಪಕ ಹೂಡಿಕೆಗೆ ದಾರಿಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿತಲ್ಲದೆ, ಬಹುತೇಕ ಹೊಸದೊಂದು ಉದ್ಯಮವೇ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಯಿತು.

ಲಿಂಕನ್ ದಿಗ್ಬಂಧನವನ್ನು ಆದೇಶಿಸಿದನಾದರೂ, ನಂತರದಲ್ಲಿ ಹತ್ತಿ ಬೆಲೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಿದ ರೈತರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಈ ಆದೇಶಕ್ಕೆ ಸ್ಪಂದಿಸಲಿಲ್ಲ. ಜವಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಕಡಿತೆಗೊಳಿಸಿದ ಮತ್ತು ಗಿರಣಿ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ವಜಾಗೊಳಿಸಿದ ಗಿರಣಿ ಮಾಲೀಕರು ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳ ಹೊಸ ಮೂಲಗಳನ್ನು ತೀವ್ರವಾಗಿ ಹುಡುಕಲಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಕೆಲವು ಗಿರಣಿ ಮಾಲೀಕರು ಹೊಸ ಯಂತ್ರಗಳಿಗೆ ಆದೇಶವಿತ್ತ ಹಾಗೂ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಉದ್ಯೋಗಗಳ ಸೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಕರ್ಷವನ್ನು ತಂದ ಗಿರಣಿಯ ಮಾಲೀಕರು ಯಾರ ಆದೇಶಕ್ಕೂ ಸ್ಪಂದಿಸಲಿಲ್ಲ.

ಕೆಲವು ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿಯೇ ಲಕ್ಷಾಂತರ ಜನರು ಈ ರೀತಿಯ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಂಡರು. ಅವರಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನವರು ಒಬ್ಬರಿಗೊಬ್ಬರು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಅಪರಿಚಿತರಾಗಿದ್ದು, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರೂ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಹೊಸ ಆರ್ಥಿಕ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿದ್ದರು.

ಯಾರೂ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ಆದೇಶಿಸದಿದ್ದರೂ ಕೂಡ ಅವು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾಗಿದ್ದವು. ಈಗ ಅಮೇರಿಕನ್ ಹತ್ತಿಯು ವಿರಳವಾಯಿತಲ್ಲದೆ, ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರದ ಹತ್ತಿ ಹೊಲಗಳಿಂದ ಮೊದಲುಗೊಂಡು, ನೈಲ್ ಡೆಲ್ಟಾ, ಬ್ರಸಿಲ್ ಮತ್ತು ಲಂಕಾಶೈರ್ ಗಿರಣಿಗಳವರೆಗೆ ಜನರು ಇದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದರು.

ಹತ್ತಿಯ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಯು ವಿಶ್ವದ ಹತ್ತಿ ಮತ್ತು ಜವಳಿ ಉತ್ಪಾದನಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಮಾರ್ಪಡಿಸಿತು ಎಂಬುದನ್ನು ಅರಿಯಲು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದರಿಂದ ನಿರ್ಧರಿಸಲ್ಪಡುವ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಸಂದೇಶಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಆಲೋಚಿಸಿ. ಅಮೇರಿಕದ ಹತ್ತಿಯ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳವು ಹೀಗೆ ಕೂಗಿ ಹೇಳಿತು: “ಇತರೆ ಮೂಲಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ಅವುಗಳ ಬಳಕೆಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಿ.” ಅದೇ ರೀತಿ, ಪೆಟ್ರೋಲ್ ಬೆಲೆ ಏರಿದಾಗ ಕಾರಿನ ಮಾಲೀಕರಿಗೆ “ರೈಲು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ” ಎಂಬ ಸಂದೇಶವನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. “ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈಲು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಹೆಚ್ಚು ಲಾಭವನ್ನು ಗಳಿಸಬಹುದು” ಎಂಬುದಾಗಿ ರೈಲಿನ ಆಪರೇಟರ್‌ಗೆ ಸಂದೇಶವು ರವಾನೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ವಿದ್ಯುಚ್ಛಕ್ತಿಯ ಬೆಲೆ ಹೆಚ್ಚಾದಾಗ ಸಂಸ್ಥೆ ಅಥವಾ ಕುಟುಂಬಕ್ಕೆ “ಭಾವನೆಯ ಮೇಲೆ ಪೋಟೋ-ವೋಲ್ಟಾಯಿಕ್ ಕೋಶಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸುವ ಬಗ್ಗೆ ಆಲೋಚಿಸಿ” ಎಂದು ತಿಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಏಪ್ರಿಲ್ 12, 1861ರಂದು ಲಿಂಕನ್‌ರವರ ಮೇಜಿನಿಂದ ಆರಂಭಗೊಂಡ ಘಟನೆಗಳ ಸರಮಾಲೆಯಂತೆ ಸಂದೇಶಗಳು ಅನೇಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೆ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಸಮಾಜಕ್ಕೂ

ಹೆಚ್ಚು ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾಗಿವೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಯಾವುದೇ ವಸ್ತುವು ಹೆಚ್ಚು ದುಬಾರಿಯಾದರೆ ಹೆಚ್ಚು ಜನರು ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಬೇಡಿಕೆಯಿಡುತ್ತಿರಬಹುದು ಅಥವಾ ಅದರ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ಕೂಡ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರಬಹುದು ಅಥವಾ ಈ ಎರಡೂ ಕಾರಣಗಳಿರಬಹುದು. ಆಗ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಇದಕ್ಕೆ ಪರ್ಯಾಯವನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯುವ ಮೂಲಕ ಹಣವನ್ನು ಉಳಿಸುತ್ತಾನೆ ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಸಂರಕ್ಷಿಸುತ್ತಾನೆ. ಏಕೆಂದರೆ (ವಿಭಾಗ 8ರಲ್ಲಿರುವಂತೆ) ಕೆಲವು ಷರತ್ತುಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಳು ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಕೊರತೆಯ ನಿಖರವಾದ ಮಾಪನವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತವೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಇರುವ ಒಂದು ಅದ್ಭುತವಾದ ಸಂಗತಿ ಯಾವುದೆಂದರೆ, ಅವು ನೀಡುವ ಸಂದೇಶಗಳು ಯಾವುದೇ ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯಿಂದ ನಿರ್ಧರಿಸಲ್ಪಡುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಕಳುಹಿಸಲ್ಪಡುವುದಿಲ್ಲ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಇದು ಲಕ್ಷಾಂತರ ಜನರ ಪರಸ್ಪರ ಕ್ರಿಯೆಯ ಫಲಿತಾಂಶವಾಗಿದೆ. ಅವರಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕರು ಅಪರಿಚಿತರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಇವರೆಲ್ಲರೂ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯಿಂದ ನಿಯಂತ್ರಿಸಲ್ಪಡುತ್ತಾರೆ. ಇದರ ಭಾಗಶಃ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಯಾವಾಗ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳು ಬದಲಾಗುತ್ತವೆಯೋ ಆಗ ಬ್ರೆಡ್ ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಅಗ್ಗದ ಮಾರ್ಗ ದೊರೆಯುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಯಾರೂ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಬೇಕಾಗಿಲ್ಲ (“ಇಂದು ರಾತ್ರಿ ಮೇಜಿನ ಮೇಲೆ ಆಲೂಗಡ್ಡೆ ಬದಲಿಗೆ ಬ್ರೆಡ್ ಇರಿಸಿ”). ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಯಿಂದ ಬೆಲೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಕಡಿಮೆಯಾದ ಬ್ರೆಡ್‌ನ ಬೆಲೆ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಹೇಳುತ್ತದೆ.

ಸೋವಿಯತ್ ಯೂನಿಯನ್ ಮತ್ತು ಇತರ ಮಧ್ಯ ಮತ್ತು ಪೂರ್ವ ಯೂರೋಪಿಯನ್ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಯೋಜಿತ ಆರ್ಥಿಕತೆಗಳಲ್ಲಿ 1990ರ ದಶಕದ ಮೊದಲು (ನಾವು ಅವುಗಳನ್ನು ವಿಭಾಗ - 1ರಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಿದ್ದೇವೆ) ಯಾವ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಯಾವ ಬೆಲೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಹೊತ್ತಿದ್ದ ಸರ್ಕಾರಿ ತಜ್ಞರಿಂದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಉತ್ಪಾದಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಉದ್ದೇಶಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಕಳುಹಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ನಾವು ವಿಭಾಗ-6ರಲ್ಲಿ ನೋಡಿದಂತೆ ಇದು ನಿಜವಾಗಿದೆ. ಜನರಲ್ ಮೋಟಾರ್ಸ್‌ನಂತಹ ದೊಡ್ಡ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಲ್ಲಿನ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು ಯಾವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಯಾರು ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕೆಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞ ಫ್ರೆಡ್ರಿಕ್ ಹಯೆಕ್‌ರವರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಗಳಿಂದಾಗುವ ಸಾಪೇಕ್ಷ ಕೊರತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯ ವಿಕೇಂದ್ರೀಕೃತ ಸಂಕೇತವನ್ನು ಕೇಂದ್ರ ಯೋಜನೆಯ ಅಸಮರ್ಥತೆಯೊಂದಿಗೆ ವ್ಯತಿರಿಕ್ತಗೊಳಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಹಿಂದಿನ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು

ಫ್ರೆಡ್ರಿಕ್ ಹಯೆಕ್

1930ರ ದಶಕದಲ್ಲಿ ಸಂಭವಿಸಿದ ಮಹಾ ಆರ್ಥಿಕ ಮುಗ್ಗಟ್ಟು ಯೂರೋಪ್ ಮತ್ತು ಉತ್ತರ ಅಮೇರಿಕಾದ ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ಧ್ವಂಸಗೊಳಿಸಿತು ಮತ್ತು ಅಮೇರಿಕದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸದಿಂದ ಕಾಲು ಭಾಗದಷ್ಟು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳನ್ನು ಹೊರಹಾಕಿತು. ಅದೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಸೋವಿಯತ್ ಒಕ್ಕೂಟದ ಕೇಂದ್ರೀಯ ಯೋಜಿತ ಆರ್ಥಿಕತೆಯು ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ ಅನುಕ್ರಮವಾಗಿ ವೇಗವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿತ್ತು. ಸಮಾಜವಾದದ ಕಟ್ಟಾ ವಿರೋಧಿಯಾಗಿದ್ದ ಜೋಸೆಫ್ ಶುಂಪೀಟರ್ ಕೂಡ ಇದನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಈ ರೀತಿ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. “ಸಮಾಜವಾದವು ಕೆಲಸ ಮಾಡಬಹುದೇ? ಖಂಡಿತ ಅದು ಮಾಡಬಹುದು... ಸಮಾಜವಾದದ ಶುದ್ಧ ಸಿದ್ಧಾಂತದಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ತಪ್ಪಿಲ್ಲ.”

ಆದರೆ ಫ್ರೆಡ್ರಿಕ್ ಹಯಕ್ ಹಾಗೆ ಯೋಚಿಸಲಿಲ್ಲ. 1899ರಲ್ಲಿ ವಿಯನ್ನಾದಲ್ಲಿ ಜನಿಸಿದ ಫ್ರೆಡ್ರಿಕ್ ಹಯಕ್‌ರವರು ಆಸ್ಟ್ರಿಯನ್ (ನಂತರ ಬ್ರಿಟಿಷ್) ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞ ಮತ್ತು ತತ್ವಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರಾಗಿದ್ದರು. ಸಮಾಜದ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲತೆಯಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರವು ಕನಿಷ್ಠ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸಬೇಕು ಎಂದು ಭಾವಿಸಿದ್ದ ಇವರು ಸಾಮಾಜಿಕ ನ್ಯಾಯದ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಆದಾಯವನ್ನು ಮರುಹಂಚಿಕೆ ಮಾಡುವ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಯತ್ನಗಳ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿದ್ದರು. ಹಯಕ್‌ರವರು, ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಅಸ್ಥಿರತೆ ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗದ ಅಭದ್ರತೆಯನ್ನು ಮಿತಗೊಳಿಸಲು ಜಾನ್ ಮೇನಾರ್ಡ್ ಕೇನ್ಸ್‌ರವರು ರೂಪಿಸಿ, ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ ನೀತಿಗಳ ವಿರೋಧಿಯೂ ಕೂಡ ಆಗಿದ್ದರು.

ಹಯಕ್ ಅವರ ರೋಡ್ ಟು ಸೆರ್ವೆಡಮ್ ಎಂಬ ಪುಸ್ತಕವನ್ನು ಎರಡನೆಯ ಮಹಾಯುದ್ಧದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬರೆಯಲಾಗಿದೆ. ಆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಜರ್ಮನ್ ಮತ್ತು ಜಪಾನಿನ ಫ್ಯಾಸಿಸ್ಟ್ ಆಡಳಿತಗಳು ಹಾಗೂ ಮಿತ್ರರಾಷ್ಟ್ರಗಳ ಕಡೆಯಿಂದ ಸೋವಿಯತ್ ಕಮ್ಯುನಿಸ್ಟ್ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಬ್ರಿಟಿಷ್ ಹಾಗೂ ಅಮೇರಿಕನ್ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಆರ್ಥಿಕ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದವು. ಸದುದ್ದೇಶದ ಯೋಜನೆಯು ಅನಿವಾರ್ಯವಾಗಿ ಸರ್ವಾಧಿಕಾರದ ಹೊರಹೊಮ್ಮುವಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹಯಕ್‌ರವರ ವಾದಿಸಿದರು.

ಹಯಕ್‌ರವರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು ಹೇಗೆ ಯೋಚಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತಮ್ಮ ಪ್ರಮುಖ ಕಲ್ಪನೆಯ ಮೂಲಕ ಪ್ರಚುರಪಡಿಸಿದರು. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಬೆಲೆಗಳು ಸಂದೇಶಗಳಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಅವು ಯೋಜಕರ ನಿರ್ಧಾರಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗಿ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯಿಂದ ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಮುಕ್ತವಾಗಿದ್ದರೆ ಮಾತ್ರ

ಕೊರತೆಯ ಸರಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅಮೂಲ್ಯವಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತವೆ.

ಹಯಕ್‌ರವರ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿಯ ಪ್ರಯೋಜನವೆಂದರೆ, ಅದು ಸರಿಯಾದ ಜನರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಅವರು 1945ರಲ್ಲಿ 'ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಜ್ಞಾನದ ಬಳಕೆ' ಎಂಬ ವಿಷಯವಾಗಿ ಬರೆದರು.

ಕೇಂದ್ರಿಸಿದ ಯೋಜನೆ ಅಥವಾ ಸ್ಪರ್ಧೆಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವುದು ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು, ಇವುಗಳಲ್ಲಿನ ಯಾವುದು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಜ್ಞಾನದ ಸಂಪೂರ್ಣ ಬಳಕೆಯನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿದೆ. ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ಇದು ನಾವು ಬಳಸಬಹುದಾದ ಎಲ್ಲಾ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಒಂದೇ ಕೇಂದ್ರ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದ ವಿಲೇವಾರಿಗೆ ಹಾಕುವಲ್ಲಿ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಜ್ಞಾನವು ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ನಡುವೆ ಹರಡುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಅವರ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಇತರರ ಯೋಜನೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೊಂದಿಸಲು ಅವರಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕೊಡುತ್ತದೆ" ಎಂಬುದಾಗಿ ಹಯಕ್‌ರವರು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ.

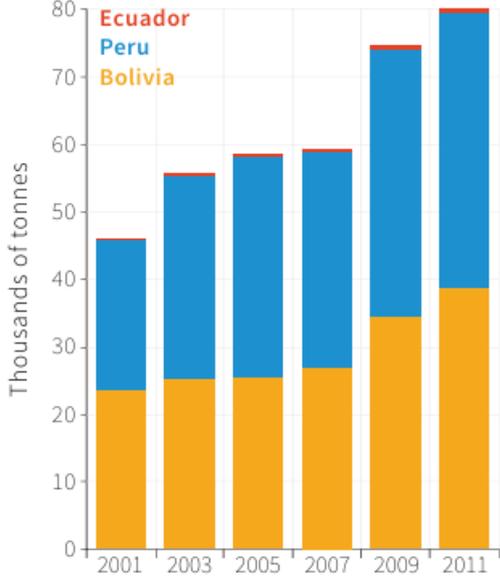
ಈಗಾಗಲೇ ನಾವು ವಿಭಾಗ-8ರಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಮತೋಲನದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಿದ್ದೇವೆ. ಒಂದು ವಸ್ತುವಿನ ಖರೀದಿದಾರರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕ್ರಮಗಳು ಆ ವಸ್ತುವಿನ ಬೆಲೆ ಅಥವಾ ವ್ಯಾಪಾರದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುವ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಮತೋಲನವಾಗಿದೆ. ಅಂದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸಮತೋಲನವನ್ನು ತಲುಪಿದಾಗ ಪೂರೈಕೆ ಅಥವಾ ಬೇಡಿಕೆಯ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳಲ್ಲಿ

ಬದಲಾವಣೆಯಾಗದ ಹೊರತು ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣವು ಬದಲಾಗದೆ ಉಳಿಯುತ್ತವೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದರೆ, ಸಮತೋಲನ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರ ಬೇಡಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಸರಬರಾಜು ಮಾಡಿದ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ ನಿಖರವಾಗಿ ಸಮವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಅಂಶ ನಮಗೆ ಗೊತ್ತಿದೆ. ಅಂದರೆ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗಳು ಸಮತೋಲನ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ಸಮವಾಗಿರುತ್ತವೆ.

ಈ ವಿಭಾಗವು ಬೆಲೆಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣಗಳು ಹೇಗೆ ಮತ್ತು ಏಕೆ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ ಎಂಬುದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಯಾದರೆ, ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಪುನಃಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಒಲವು ತೋರುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣಗಳ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯನ್ನು ನಾವು ನೋಡುತ್ತೇವೆಯೇ? ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಯು ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳ ಕೊರತೆಯ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆಯೇ? ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಯು ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೆ ಮಾಡುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆಯೇ? ಫಲಿತಾಂಶವು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆಯೇ ಅಥವಾ ನ್ಯಾಯಯುತವಾಗಿರುತ್ತದೆಯೇ? ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳು ವೇಗವಾಗಿ ಬದಲಾಗುವ ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ನಾವು ನೋಡುತ್ತೇವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಹಣಕಾಸು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮತ್ತು ಇತರವುಗಳು ಬೆಲೆಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ. ಕೊನೆಯದಾಗಿ ಕೆಲವು ಪ್ರಕರಣಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಬೆಲೆಯು ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ಸಮನಾಗಿಸದಿರುವುದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ, ಇದು ಹೇಗೆ ಸಂಭವಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ದಕ್ಷತೆ ಹಾಗೂ ನ್ಯಾಯೋಚಿತತೆಯ ಪರಿಣಾಮಗಳು ಯಾವುವು? ಮೊದಲಾದವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನಾವು ಪರಿಶೀಲನೆ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ.

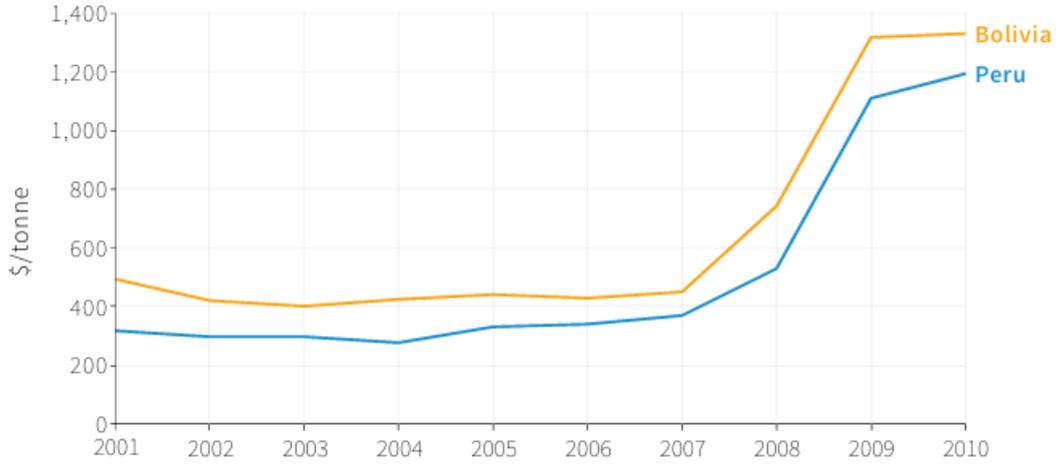
9.1 ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವ ಬೆಲೆಗಳು: ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳು

QUINOA (ಕೀನ್ವ ಎಂದು ಉಚ್ಚರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ) ಎಂಬುದು ದಕ್ಷಿಣ ಅಮೆರಿಕಾದ ಆಂಡಿಸ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ಎತ್ತರದ ಬಂಜರು ಪ್ರಸ್ಥಭೂಮಿಯಾದ ಆಲ್ಟಿಪ್ಲಾನೊದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಧಾನ್ಯವಾಗಿದೆ. ಪೆರು ಮತ್ತು ಬೊಲಿವಿಯಾದಲ್ಲಿ ಇದು ಪಾರಂಪರಿಕ ಪ್ರಧಾನ ಆಹಾರವಾಗಿದೆ. ಅದರ ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳಿಂದಾಗಿ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಯುರೋಪ್ ಮತ್ತು ಉತ್ತರ ಅಮೆರಿಕಾದ ಹೆಚ್ಚು ಆರೋಗ್ಯ ಪ್ರಜ್ಞೆಯಿರುವ ಜನರಿಂದ ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಡಿಕೆಯಿದೆ. ಕೀನ್ವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಹೇಗೆ ಬದಲಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಚಿತ್ರ-1ಎ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. 2001 ಮತ್ತು 2011ರ ನಡುವೆ ಬೆಲೆ ಮೂರು ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವುದನ್ನು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಸುಮಾರು ದ್ವಿಗುಣಗೊಂಡಿರುವುದನ್ನು ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಮೂಲಕ ಚಿತ್ರ-1ಎ ಮತ್ತು ಚಿತ್ರ-1ಬಿಯಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಚಿತ್ರ 1C, ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳದ ತೀವ್ರತೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ: ಕೇವಲ \$2.4mರಷ್ಟಿದ್ದ ಕೀನ್ವ ಆಮದಿನ ಖರ್ಚು ಹತ್ತು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ \$43.7mರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಯಿತು.



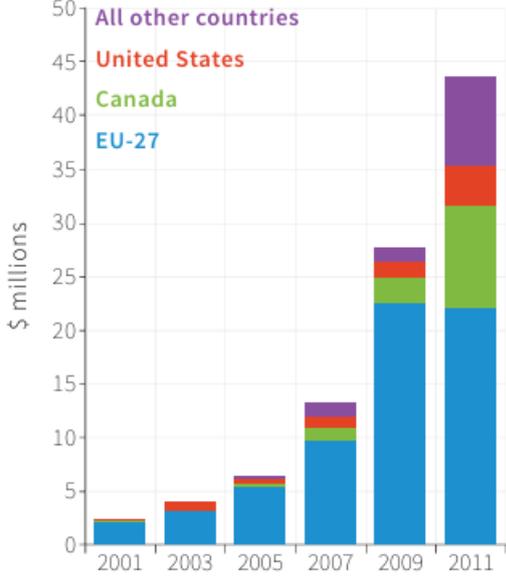
ಚಿತ್ರ - 1ಎ, ಕೀನ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

ಮೂಲ: Reyes, J. 2013. Quinoa: the little cereal that could. World Bank Group blog. Underlying data from the Food and Agricultural Organization of the United Nations (FAOSTAT) database.



ಚಿತ್ರ - 1ಬಿ, ಕೀನ್ಯ ಉತ್ಪಾದಕರ ಬೆಲೆಗಳು

ಮೂಲ: Reyes, J. 2013. Quinoa: the little cereal that could. World Bank Group blog. Underlying data from the Food and Agricultural Organization of the United Nations (FAOSTAT) database.



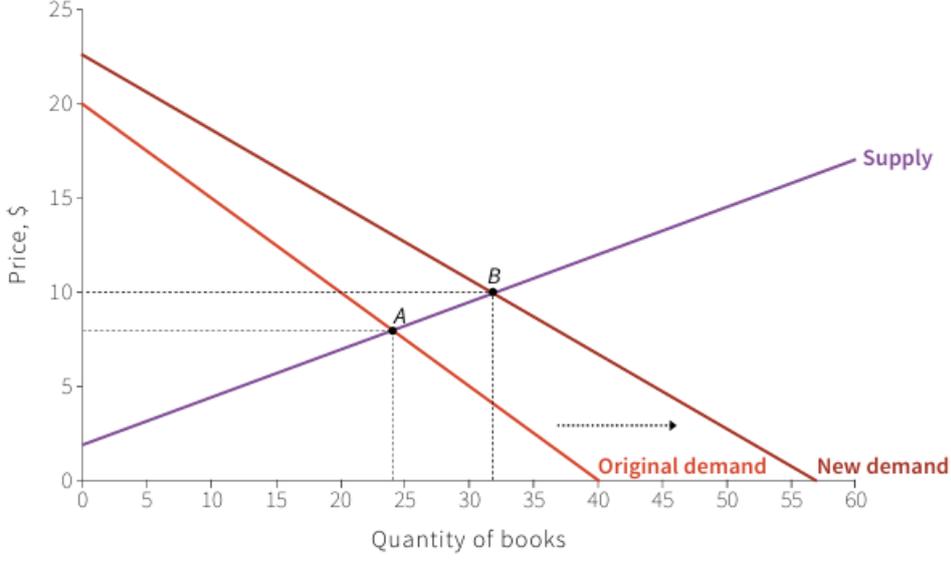
ಚಿತ್ರ - 1 ಸಿ, ಕೀನ್ವ ಧಾನ್ಯದ ಜಾಗತಿಕ ಆಮದು ಬೇಡಿಕೆ

ಮೂಲ: Reyes, J. 2013. Quinoa: the little cereal that could. World Bank Group blog. Underlying data from the Food and Agricultural Organization of the United Nations (FAOSTAT) database.

ಕೀನ್ವ ಉತ್ಪಾದಕ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಿಗೆ ಈ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಮಿಶ್ರಿತ ವರದಾನವಾಗಿದೆ: ಕಡು ಬಡವರೆನಿಸಿದ ರೈತರು ರಫ್ತು ಮಾರಾಟದ ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಹೆಚ್ಚು ಲಾಭ ಪಡೆದರೆ, ಬಡ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅವರ ಮುಖ್ಯ ಆಹಾರವು ದುಬಾರಿಯಾಯಿತು. ಇಂದು ಇತರ ದೇಶಗಳು ಕೀನ್ವವನ್ನು ವಿವಿಧ ವಾತಾವರಣಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಬಹುದೇ ಎಂಬ ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ಚಿಂತನೆ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಫ್ರಾನ್ಸ್ ಮತ್ತು ಅಮೆರಿಕ ಗಣನೀಯ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಕೀನ್ವವನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿವೆ.

ಕೀನ್ವದ ನೈಜಪ್ರಪಂಚದ ಪ್ರಕರಣಕ್ಕೆ ಹಿಂದಿರುಗುವ ಮೊದಲು, ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಕೀನ್ವದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ತ್ವರಿತ ಹೆಚ್ಚಳವನ್ನು ನಾವು ಹೇಗೆ ವಿವರಿಸಬಹುದು? ಎಂಬುದನ್ನು ವಿಭಾಗ-8ರಲ್ಲಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸರಳ ಉದಾಹರಣೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ, ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳ ಪರಿಣಾಮಗಳನ್ನು ನಾವು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುತ್ತೇವೆ.

ವಿಭಾಗ-8ರಲ್ಲಿನ ಉದಾಹರಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸೆಕೆಂಡ್ ಹ್ಯಾಂಡ್ ಪಠ್ಯಪುಸ್ತಕಕ್ಕೆ ಕೋರ್ಸ್‌ಗೆ ದಾಖಲಾಗುವ ಹೊಸ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಂದ ಬೇಡಿಕೆ ಬರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಈ ಪುಸ್ತಕಗಳು ಹಿಂದಿನ ವರ್ಷದ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಂದ ಪೂರೈಸಲ್ಪಟ್ಟಿವೆ. ಇದನ್ನು ಕೆಳಗಿನ ರೇಖಾಚಿತ್ರದ ಮೂಲಕ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.



ಚಿತ್ರ - 2, ಪುಸ್ತಕಗಳ ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳ

ಈ ಮೇಲಿನ ರೇಖಾಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಿತ್ತಳೆ ಮತ್ತು ನೇರಳೆ ಬಣ್ಣದ ಗೆರೆಗಳು ಪುಸ್ತಕದ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತವೆ. ದಾಖಲಾಗುವ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ವರ್ಷಕ್ಕೆ 40ರಂತೆ ಸ್ಥಿರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಚಿತ್ರ 2ರ A ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿರುವಂತೆ, ಸಮತೋಲನದ ಬೆಲೆ \$8 ಮತ್ತು 24 ಪುಸ್ತಕಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಒಂದು ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯಕ್ರಮವು ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯವಾದರೆ ಏನಾಗುತ್ತದೆ?

ಪುಸ್ತಕಗಳ ಬೇಡಿಕೆಯು ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿ ಸಂಭವನೀಯ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಖರೀದಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ಇದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಚಿತ್ರ 2ರಲ್ಲಿನ ಕಂದು ಬಣ್ಣದ ರೇಖೆಯಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿರುವಂತೆ ಬಲಕ್ಕೆ ಸ್ಥಳಾಂತರಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

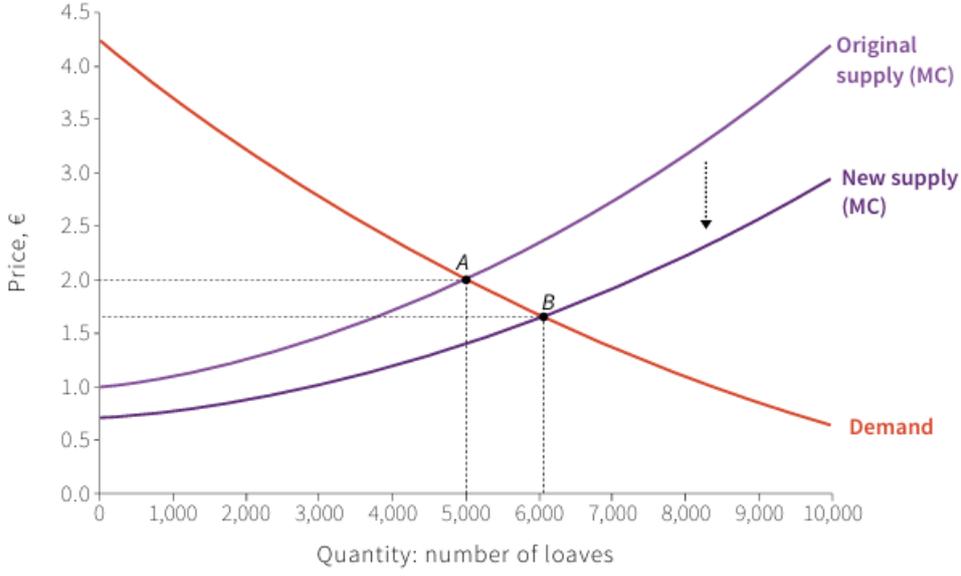
ಆಗ ಹೊಸ ಸಮತೋಲನ ಬೆಲೆ \$10. ಈ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ 32 ಪುಸ್ತಕಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹೇಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ? \$8ರ ಮೂಲ ಬೆಲೆಯಿರುವಾಗ ಗ್ರಾಹಕರು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿರುತ್ತಾರೆ. ಅಂದರೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಬೇಡಿಕೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಈ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಗಮನಿಸಿ ತಮ್ಮ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. \$8ಕ್ಕೆ ತಮ್ಮ ಪುಸ್ತಕಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡದ ಕೆಲವು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಈಗ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ಆಗ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು $P = \$10$ ಆಗುವವರೆಗೂ ಪೂರೈಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಏರಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತದೆ. \$10ನ ಈ ಸಮತೋಲನ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ 32 ಪುಸ್ತಕಗಳು ಮಾರಾಟಗೊಂಡು, B ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಸಮತೋಲನ ಏರ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ ಮೂಲ ಬೆಲೆ \$8ಕ್ಕೆ ಖರೀದಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಹೊಸ ಸಮತೋಲನದಲ್ಲಿ ಪುಸ್ತಕವನ್ನು ಖರೀದಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಮರೆಯಬಾರದು. ಅವರಲ್ಲಿ ಕೆಲವರು ಇನ್ನು ಮುಂದೆ \$10ರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸಲು ಬಯಸುವುದಿಲ್ಲ. ಬೇಡಿಕೆಯ ವಕ್ರರೇಖೆಯ ಭಾಗದಿಂದ ತೋರಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಇವರು \$8 ಮತ್ತು \$10ರ ಬೆಲೆಯ ನಡುವೆ ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳಲು ಸಿದ್ಧರಿರುತ್ತಾರೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಹೇಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ವಿವರಿಸಿದ್ದರೂ, ನಾವು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯ ಮಾದರಿಯು ಸಮತೋಲನದ ಕಡೆ ಹೆಚ್ಚು ಗಮನವನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತದೆ. ಅದು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಸಮತೋಲನದಿಂದ ಮತ್ತೊಂದು ಸಮತೋಲನಕ್ಕೆ ಚಲಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಏನಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಮಗೆ ನಿಖರವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಕೆಲವು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಇತರರಿಗಿಂತ ಮೊದಲು ತಮ್ಮ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಊಹಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮೇಲುನೋಟಕ್ಕೆ ಸರಿಯಿರಬಹುದೆಂದು ತೋರುತ್ತದೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ತಾತ್ಕಾಲಿಕವಾಗಿ ಸಮತೋಲನದಿಂದ ಹೊರಗಿರುವಾಗ ಅವರು ಬೆಲೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಯಾವುದೇ ನಿರ್ಬಂಧವನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲದೆ ಇರುವುದರಿಂದ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಬೇಡಿಕೆಯ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳದೆ ತಮ್ಮ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ.

ಬೇಡಿಕೆಯ ಹೆಚ್ಚಳದಂತಹ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸುವಾಗ ನಾವು ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಎಂದು ಹೇಳಿದಾಗ, ಪ್ರತಿ ಸಂಭವನೀಯ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂದು ನಾವು ಅರ್ಥೈಸುತ್ತೇವೆ: ಅಂದರೆ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಸ್ಥಾನಾಂತರಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.. ಈ ಸ್ಥಾನಾಂತರಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಸರಬರಾಜು ಮಾಡಿದ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ರೇಖಾಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಈ ಬದಲಾವಣೆಯು ಪೂರೈಕೆ ರೇಖೆಯ ಉದ್ದಕ್ಕೂ ಒಂದು ಚಲನೆಯಾಗಿದೆ. ಪೂರೈಕೆ ರೇಖೆಯು ಸ್ಥಾನಾಂತರಗೊಂಡಿರುವುದಿಲ್ಲ (ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಮೀಸಲು ಬೆಲೆಗಳು ಬದಲಾಗಿಲ್ಲ). ಆದ್ದರಿಂದ ನಾವು ಇದನ್ನು ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಎಂದು ಕರೆಯುವುದಿಲ್ಲ.

ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳದ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ ನಾವು ವಿಭಾಗ-8ರಲ್ಲಿ ಈಗಾಗಲೇ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ ನಗರವೊಂದರ ಬ್ರೆಡ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕುರಿತು ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಯೋಚಿಸೋಣ. ನಾವು ಪೂರೈಕೆ ರೇಖೆಯು ಬ್ರೆಡ್ ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೆನಪಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಬೇಕರಿಗಳು ಬ್ರೆಡ್‌ನ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವೊಂದನ್ನು ಆವಿಷ್ಕರಿಸಿ, ಅದು, ಪ್ರತಿ ಕೆಲಸಗಾರನಿಗೆ ಬ್ರೆಡ್ ಅನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ವೇಗವಾಗಿ ಮಾಡಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆಂದು ಭಾವಿಸೋಣ. ಇದು ಪ್ರತಿ ಹಂತದ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗಾತ್ರದ ಬ್ರೆಡ್‌ನ ತುಂಡಿನ (loaf) ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿನ ಕುಸಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಬೇರೆ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಪ್ರತಿ ಬೇಕರಿಯ ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚದ ರೇಖೆಯು ಕೆಳಗಿಳಿಯುತ್ತದೆ.

ಇದನ್ನು ನಾವು ಚಿತ್ರ-3 ರಲ್ಲಿ ನೋಡಬಹುದು. ಎ ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ನಗರದ ಬೇಕರಿಗಳು 5,000 ಲೋಫ್‌ಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಲಾರಂಭಿಸಿ, ಪ್ರತಿಯೊಂದನ್ನು ₹2ರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿನ ಕುಸಿತದಿಂದಾಗಿ ಪೂರೈಕೆ ರೇಖೆಯು ನಂತರ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ನೀವು ಇದನ್ನು ಎರಡು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಯೋಚಿಸಬಹುದು. ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರತಿ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದ್ದು, ಇದರಿಂದಾಗಿ ಪೂರೈಕೆಯ ಬೆಲೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಪೂರೈಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಕೆಳಹಂತಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಇದಕ್ಕೆ ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿ ನೀವು ಪೂರೈಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಬಲಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಬ್ರೆಡ್‌ನ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚಗಳು ಕುಸಿದಿರುವುದರಿಂದ, ಪ್ರತಿ ಬೆಲೆಗೆ ಬೇಕರಿಗಳು ಪೂರೈಸುವ ಪ್ರಮಾಣವು ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ, ಪೂರೈಕೆಯ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿದೆ.



ಚಿತ್ರ-3, ಬ್ರೆಡ್ ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ (ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿನ ಕುಸಿತ)

ಆದ್ದರಿಂದ ಬ್ರೆಡ್ ತಯಾರಿಕೆಯ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿನ ಸುಧಾರಣೆಯ ಪರಿಣಾಮದಿಂದಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಮೂಲ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರು ಬಯಸುವುದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬ್ರೆಡ್ ಇದೆ (ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಪೂರೈಕೆ). ಬೇಕರಿಗಳು ತಮ್ಮ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಪೂರೈಕೆಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು ಬ್ರೆಡ್ ಮಾರಾಟವಾಗುವ B ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಹೊಸ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ತಲುಪುತ್ತದೆ. ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಬದಲಾಗಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಬೆಲೆಯ ಕುಸಿತವು ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯ ಉದ್ದಕ್ಕೂ ಬೇಡಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಕ್ಯಾಲ್ಕುಲಸ್ ಅನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಯ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು LEIBNIZ 18ನಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಚರ್ಚೆ: 1: ಬ್ರೆಡ್, ಬೆಲೆಗಳು, ಆಫಾತಗಳು ಮತ್ತು ಕ್ರಾಂತಿ

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಇತಿಹಾಸಕಾರರು 1848ರಲ್ಲಿ ಯುರೋಪಿನಾದ್ಯಂತ ನಡೆದಂತಹ ಕ್ರಾಂತಿಗಳ ಅಲೆಗೆ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಸಾಮಾಜಿಕ-ಆರ್ಥಿಕ ಅಂಶಗಳು ಮತ್ತು ಉಗ್ರ ಸುಧಾರಣಾ ವಿಚಾರಗಳ ಶೀಘ್ರ ಹೆಚ್ಚಳವು ಕಾರಣವೆಂದು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ 1845ರಲ್ಲಿನ ಕಳಪೆ ಗೋಧಿಯ ಕೊಯ್ಲು, ಆಹಾರದ ಕೊರತೆಗೆ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಯುರೋಪಿಯನ್ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬಂದ ತೀವ್ರತರದ ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆ, ಬೆಲೆ ಆಫಾತಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಯಿತು. ಆರ್ಥಿಕ ಇತಿಹಾಸಕಾರರಾದ ಹೆಲ್ಮ್ ಬರ್ಗರ್ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಕ್ ಸ್ಪೋರರ್, ಈ

ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ಆರ್ಥಿಕ ಅಂಶಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ರಾಜಕೀಯ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿಯೇ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಪರಿಶೀಲಿಸಿದರು.

ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯ ವಕ್ರ ರೇಖೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಕಳಪೆ ಗೋಧಿ ಕೊಯ್ಲು, ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆ ಮತ್ತು ಆಹಾರದ ಕೊರತೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

ಮುಂದಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು 1838 ಮತ್ತು 1845ರ ನಡುವಿನ ಯುರೋಪಿಯನ್ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿನ ಗೋಧಿಯ ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಬೆಲೆಯನ್ನು ದೇಶಗಳಾದ್ಯಂತ ಬೆಳ್ಳಿಯ ಬೆಲೆಗೆ ಹೋಲಿಸಿ ಅಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಕೋಷ್ಟಕವು ಆಹಾರದ ಕೊರತೆಯ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತಲುಪಿದ ಗರಿಷ್ಠಮಟ್ಟದ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಸಹ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಮೂರು ಗುಂಪುಗಳಿವೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ, ಹಿಂಸಾತ್ಮಕ ಕ್ರಾಂತಿಗಳು ನಡೆದ ದೇಶಗಳು, ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಹಿಂಸಾಚಾರವಿಲ್ಲದೆ 1848ರಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಬದಲಾವಣೆಯಾದ ದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಕ್ರಾಂತಿ ಸಂಭವಿಸದ ದೇಶಗಳು.

1. ಬೆಲೆಗಳ ಮಟ್ಟಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಬೆಲೆ ಆಘಾತದ ಗಾತ್ರವು (ಅಂದರೆ, ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿನ ಹಠಾತ್ ಬದಲಾವಣೆ) ಕ್ರಾಂತಿಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ ಎಂದು ತೋರಿಸಲು ದತ್ತಾಂಶವನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಲು ಒಂದು ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಿ. ಇದು ಕ್ರಾಂತಿಗೆ ತೋರಿಕೆಯ ವಿವರಣೆ ಎಂದು ನೀವು ಭಾವಿಸುತ್ತೀರಾ?
2. ಏಪ್ರಿಲ್ 2011ರಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯಪ್ರಾಚ್ಯ ಮತ್ತು ಉತ್ತರ ಆಫ್ರಿಕಾದಲ್ಲಿ 2010ರ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾದ ಅರಬ್ ವಸಂತದಲ್ಲಿ ಇದೇ ರೀತಿಯ ಅಂಶಗಳು ಪಾತ್ರವಹಿಸಿರಬಹುದು ಎಂದು ಸೂಚಿಸಲಾಯಿತು. ಈ ಆಧಾರಕಲ್ಪನೆಯ (hypothesis) ಬಗ್ಗೆ ನಿಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯವೇನು?

ಹಿಂಸಾತ್ಮಕ ಕ್ರಾಂತಿಗಳು	ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆ	ಗರಿಷ್ಠ ಬೆಲೆ
1848	1838-45	1845-48
ಆಸ್ಟ್ರಿಯಾ	52.9	10.40
ಬಡೆನ್	77.0	136.6
ಬವೆರಿಯಾ	70.0	127.3
ಬೊಹೆಮಿಯಾ	61.5	101.2
ಫ್ರಾನ್ಸ್	93.8	149.2
ಹರ್ಮೆಬರ್ಗ್	67.1	108.7

ಹೆಸೆ-ದರ್ಮಸ್ವಾದ್	76.7	119.7
ಹಂಗರಿ	39.0	92.3
ಲೊಂಬಾರ್ಡಿ	88.3	119.1
ಮೆಕ್ಲೆನ್ ಬರ್ಗ್-ಚ್ವೇರಿನ್	72.9	110.9
ಪಪಲ್ ಸ್ವೇಟ್ಸ್	74.0	105.1
ಪೃಷಿಯಾ	71.2	110.7
ಸಕ್ಸನಿ	73.3	125.2
ಸ್ವಿಟ್ಜರ್ಲೆಂಡ್	87.9	146.7
ವುಟೇಂಬರ್ಗ್	75.9	128.7
ತತ್ಕ್ಷಣದ ಸಾಂವಿಧಾನಿಕ ಬದಲಾವಣೆ 1848	ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆ 1838-45	ಗರಿಷ್ಠ ಬೆಲೆ 1845-48
ಬೆಲ್ಜಿಯಮ್	93.8	140.1
ಬ್ರೆಮೆನ್	76.1	109.5
ಬ್ರೂನ್ಸ್‌ವಿಕ್	62.3	100.3
ಡೆನ್‌ಮಾರ್ಕ್	66.3	81.5
ನೆದರ್ಲ್ಯಾಂಡ್	82.6	136.0
ಓಲ್ಡೆನ್ಬರ್ಗ್	52.1	79.3
ಯಾವುದೇ ಕ್ರಾಂತಿಯಿಲ್ಲ 1848	ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆ 1838-45	ಗರಿಷ್ಠ ಬೆಲೆ 1845-48
ಇಂಗ್ಲೆಂಡ್	115.3	134.7
ಫಿನ್‌ಲ್ಯಾಂಡ್	73.6	73.7
ನಾರ್ವೆ	89.3	119.7
ರಷಿಯಾ	50.7	44.1

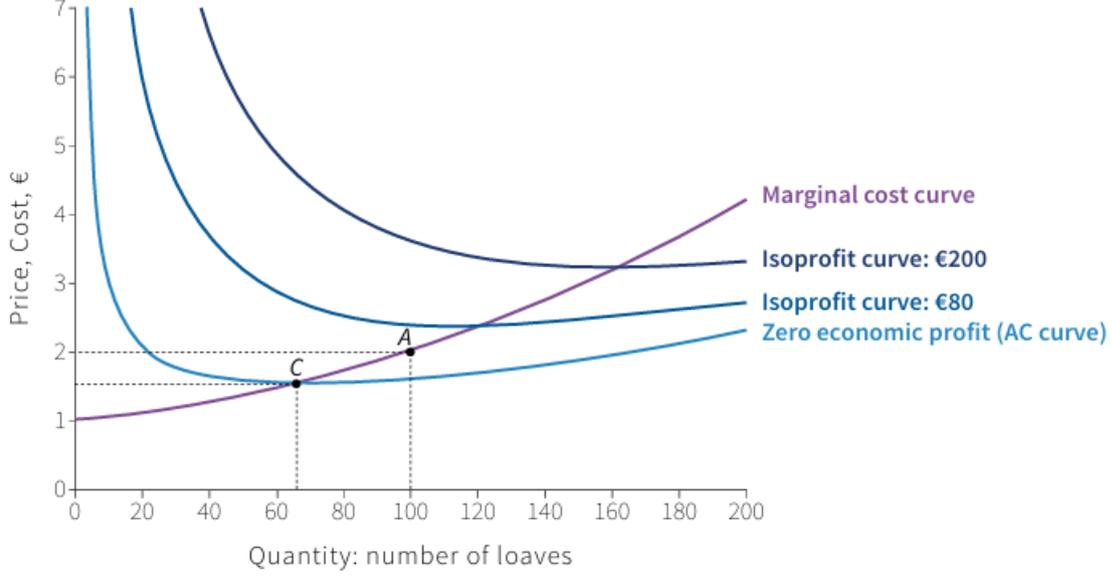
ಸ್ಟೇನ್	105.3	141.3
ಸ್ವೀಡನ್	75.8	81.4

ಮೂಲ: Berger, H. and Spoerer, M. 2001. Economic crises and the European revolutions of 1848. The Journal of Economic History, 61(02), ಪುಟಗಳು. 293-326

9.2 ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಪ್ರವೇಶ

ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪ್ರವೇಶ ಅಥವಾ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ನಿರ್ಗಮನವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಪೂರೈಕೆಯ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಮತ್ತೊಂದು ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗಿನ ಬ್ರೆಡ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ನಮ್ಮ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ನಾವು 50 ಬೇಕರಿಗಳಿವೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸಿದ್ದೇವೆ. ಆದರೆ, ನಾವು ವಿಭಾಗ-8ರಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಿದಂತೆ, ಬೇಕರಿಗಳ ಲಾಭವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುವ ಲಾಭಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದರೆ, ಇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಬೇಕರಿ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಬಯಸಬಹುದು. ಒಂದು ವೇಳೆ ಇದಕ್ಕೆ ವ್ಯತಿರಿಕ್ತವಾಗಿ ಲಾಭದಾಯಕತೆಯು ಕಡಿಮೆಯಾದರೆ, ಬಹುಶಃ ಬೇಡಿಕೆಯ ಕುಸಿತದ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಆರ್ಥಿಕ ಲಾಭಗಳು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಬಹುದು. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಕೆಲವು ಬೇಕರಿಗಳು ಮುಚ್ಚಲ್ಪಡುತ್ತವೆ.

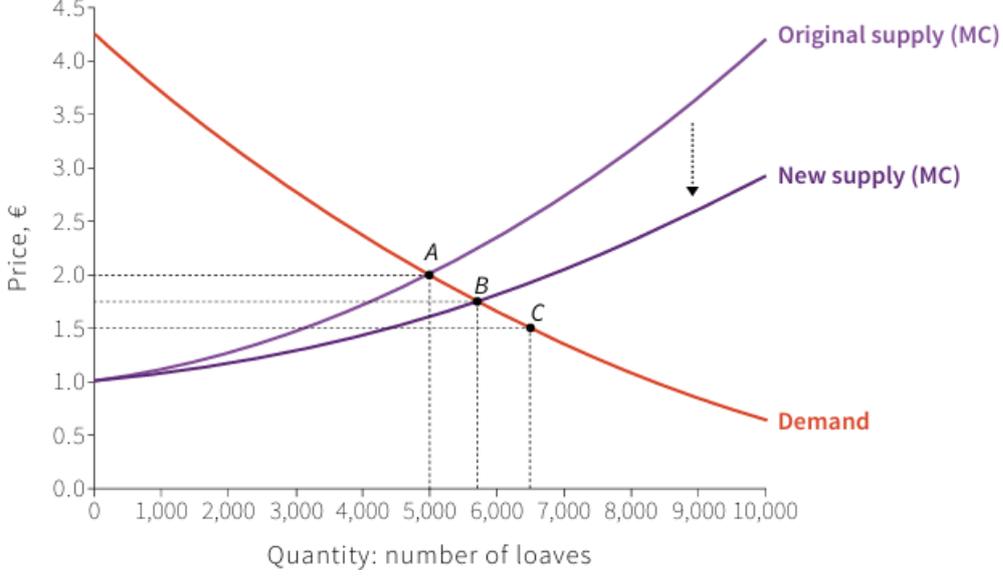
ಈಗ ನಾವು ಬ್ರೆಡ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಮೂಲ ಸಮತೋಲನದಿಂದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಮತ್ತೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸೋಣ. ಇಲ್ಲಿ 50 ಬೇಕರಿಗಳಿದ್ದು, ಅವೆಲ್ಲವೂ ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸೋಣ: ಈ ಬೇಕರಿಗಳಿಂದ ಸುಮಾರು 5000 ಲೋವ್ಸ್‌ಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಯೊಂದನ್ನು €2ರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂದಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳೋಣ. ಸಮವೆಚ್ಚದ ರೇಖೆಗಳು ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚದ ರೇಖೆಗಳನ್ನು ಚಿತ್ರ-4ರಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚವು ಬೆಲೆಗಿಂತ ಕಡಿಮೆಯಿರುವಲ್ಲಿ, ಸಮಲಾಭದ ರೇಖೆಗಳು ಇಳಿಜಾರಾಗಿವೆಯೆಂಬುದನ್ನು ನೆನಪಿಡಿ. ಏಕೆಂದರೆ ಬೆಲೆಯು ಕಡಿಮೆಯಾಗುವವರೆಗೂ ಮತ್ತೊಂದು ಲೋಫ್ ಅನ್ನು ತಯಾರಿಸುವುದರಿಂದ ಲಾಭವು ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. ಅದೇ ರೀತಿ, ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚವು ಬೆಲೆಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವಲ್ಲಿ, ಅವು ಮೇಲ್ಮುಖವಾಗಿ ಸಾಗುತ್ತವೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕವಾಗಿರುವುದರಿಂದ, ಪ್ರತಿ ಬೇಕರಿಯು 100 ಲೋವ್ಸ್‌ಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಬೆಲೆಯು €2ಕ್ಕೆ ಸಮನಾಗಿರುವ, ತನ್ನದೇ ಆದ ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚದ ರೇಖೆಯ ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ತಿಳಿ ನೀಲಿ ಸಮಲಾಭದ ರೇಖೆಯ ಆರ್ಥಿಕ ಲಾಭಗಳು ಶೂನ್ಯವಾಗಿರುವ ಬಿಂದುಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತಿದೆ (ಬೆಲೆಯು ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ ಸಮನಾಗಿದ್ದು, ಕಂಪನಿಯು ವಾಡಿಕೆಯ ಲಾಭಗಳನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತಿರುತ್ತದೆ). ಬೆಲೆಯು €2ಕ್ಕೆ ಸಮನಾಗಿದ್ದು, ಪ್ರಮಾಣವು 100ಕ್ಕೆ ಸಮನಾಗಿರುವಾಗ, ಬೇಕರಿಯು A ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ, ವಕ್ರರೇಖೆಗಿಂತಲೂ ಮೇಲಿರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ, ಅದು ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಆರ್ಥಿಕ ಲಾಭವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿದೆ.



ಚಿತ್ರ-4, ಬೇಕರಿಯ ಸಮಲಾಭದ ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚದ ರೇಖೆಗಳು

ಈ ನಗರದಲ್ಲಿ ಬ್ರೆಡ್ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾನ್ಯ ಲಾಭಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಲಾಭವನ್ನು ಗಳಿಸಲು ಅವಕಾಶವಿರುವುದರಿಂದ ಇತರ ಬೇಕರಿಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸಬಹುದು. ಅವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಬೇಕಾದರೆ ಪ್ರವೇಶಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕೆಲವು ವೆಚ್ಚಗಳಿರುತ್ತವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಸ್ಥಳವನ್ನು ತನ್ನದಾಗಿ ಪಡೆಯಲು ಮತ್ತು ಸಜ್ಜುಗೊಳಿಸಲು ತಗಲುವ ವೆಚ್ಚಗಳು. ಇದು ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚಿಗೆಯಿರುವಂತಿಲ್ಲ (ಒಂದು ವೇಳೆ ಅಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮವು ಸಫಲವಾಗುವಾಗದಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಅದರ ಆವರಣ ಮತ್ತು ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಮಾರುವಂತಿರಬೇಕು) ಆಗ ಮಾತ್ರ ಅದರ ಕಾರ್ಯಾನ್ವಯವು ಸೂಕ್ತವಾದುದು.

ಬೇಕರಿಗಳು ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಿದಾಗ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯ ಪ್ರತಿ ಹಂತದಲ್ಲೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬ್ರೆಡ್‌ನ್ನು ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪೂರೈಕೆ ಹೆಚ್ಚಳದ ಕಾರಣ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿದ್ದರೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಮತೋಲನದ ಮೇಲೆ ಆಗುವ ಪರಿಣಾಮವು ಒಂದೇ ಆಗಿರುತ್ತದೆ: ಬೆಲೆ ಕುಸಿತ ಮತ್ತು ಬ್ರೆಡ್ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿನ ಏರಿಕೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುವ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸಮತೋಲನದ ಮೇಲೆ ಬೀರುವ ಪರಿಣಾಮಗಳನ್ನು ಚಿತ್ರ-5ರಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿರುವಂತೆ ಬೇಕರಿಗಳು ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ A ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ 5000 ಲೋವ್‌ಗಳನ್ನು €2ರ ಬೆಲೆಯಂತೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಹೊಸ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪ್ರವೇಶವು ಪೂರೈಕೆ ರೇಖೆಯನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಬ್ರೆಡ್ ಪೂರೈಕೆಯಾಗಿದೆ. ಮೊದಲಿನಂತೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪೂರೈಕೆಯಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಬ್ರೆಡ್ ಮಾರಾಟದೊಂದಿಗೆ B ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಸಮತೋಲನಕ್ಕೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.



ಚಿತ್ರ-5, ಬ್ರೆಡ್ ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ (ಹೆಚ್ಚು ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪ್ರವೇಶ)

ಹೊಸ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಬೇಕರಿಗಳು ಸ್ವಾಗತಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯಿಲ್ಲ. ಅವರ ವೆಚ್ಚಗಳು ಬದಲಾಗಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯು €1.75ಕ್ಕೆ ಕುಸಿದಿದೆ. ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಅವು ಕಡಿಮೆ ಲಾಭವನ್ನು ಪಡೆಯಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಚಿತ್ರ 4ನ್ನು ಮತ್ತೆ ನೋಡಿದಾಗ, ಅವು ಮೊದಲಿಗಿಂತಲೂ ಕಡಿಮೆ ಉತ್ಪಾದಿಸಿ, ಕೆಳ ಮಟ್ಟದ ಸಮಲಾಭದ ವಕ್ರರೇಖೆಯಲ್ಲಿರುವುದನ್ನು ನೀವು ಕಾಣಬಹುದು. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಲಾಭವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾ, ಅವಿನ್ನೂ ತಿಳಿ ನೀಲಿ ವಕ್ರರೇಖೆಯಿಂದ ಮೇಲಕ್ಕೇ ಇವೆ - ಬಹುಶಃ ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಮತ್ತಷ್ಟು ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು.

ಚಿತ್ರ-5ರಲ್ಲಿನ A ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿರುವ ಮೂಲ ಬ್ರೆಡ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಅಲ್ಪಾವಧಿ ಸಮತೋಲನ ಎಂದು ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ನಾವು ಯಾವುದನ್ನಾದರೂ ಸ್ಥಿರವಾಗಿ ಹಿಡಿದಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದೇವೆ ಎಂದು ಸೂಚಿಸಲು ಅಲ್ಪಾವಧಿ ಎಂಬ ಪದವನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಪಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಸ್ಥಿರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ A ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಏರ್ಪಟ್ಟಿರುವ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ನಾವು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಸಮತೋಲನ ಎಂದು ಅರ್ಥೈಸುತ್ತೇವೆ. ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ತೊರೆಯಬಹುದು ಅಥವಾ ಪ್ರವೇಶಿಸಬಹುದು. ಇದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಹೊಸ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಮುಚ್ಚಲು ಅಥವಾ ತೆರೆಯಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಸಮಯ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಇದು ತಕ್ಷಣವೇ ಸಂಭವಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಲಾಭಗಳು ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದರೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಪ್ರವೇಶಿಸುವುದನ್ನು ನಾವು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತೇವೆ. ಅದೇ ರೀತಿ ಬೇಡಿಕೆಯ ಕುಸಿತದಿಂದಾಗಿ ನಷ್ಟ ಸಂಭವಿಸಿದರೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ನಿರ್ಗಮಿಸುತ್ತವೆ.

ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸುವುದರಿಂದ ಅಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯ ಲಾಭವನ್ನು ಮಾತ್ರ ಗಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆಯೇ ವಿನಃ ಅದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಲಾಭವನ್ನು ಗಳಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ನಾವು

ನಿರೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು. ಏಕೆಂದರೆ, ಬ್ರೆಡ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಡುವ ಲಾಭವು ಸಂಭಾವ್ಯ ಬೇಕರಿ ಮಾಲೀಕರು ತಮ್ಮ ಸ್ವತ್ತುಗಳನ್ನು ಬೇರೆಡೆ ಬಳಸಿ ಮಾಡುವ ಲಾಭಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗೂ, ಯಾವುದೇ ಬೇಕರಿ ಮಾಲೀಕರು ತಮ್ಮ ಜಾಗವನ್ನು ಬೇರೆ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೆ ಬಳಸಿ, (ಅಥವಾ ಅವುಗಳನ್ನು ಮಾರಿ, ಬೇರೆ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಅವನ್ನು ಹೂಡುವುದರಿಂದ) ತಮ್ಮ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಉತ್ತಮಗೊಳಿಸಿದಲ್ಲಿ, ಅವರು ಹಾಗೆ ಮಾಡುವುದನ್ನು ನಾವು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತೇವೆ. ಇಲ್ಲಿ ಯಾರೂ ಸಾಮಾನ್ಯ ಲಾಭಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಗಳಿಸುವುದಿಲ್ಲವಾದರೂ, ಯಾರೂ ಸಾಮಾನ್ಯ ಲಾಭಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಗಳಿಸಬಾರದು.

ಆದ್ದರಿಂದ ಲೋಫ್‌ನ ಬೆಲೆಯು ಅದನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಸರಾಸರಿ ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ (ಬಂಡವಾಳದ ಅವಕಾಶ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ) ಸಮಾನವಾಗಿರುವವರೆಗೂ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸುವುದನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸುತ್ತವೆ, ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತವೆ (ಬಂಡವಾಳದ ಅವಕಾಶದ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ)..

ನಮ್ಮ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಬೇಕರಿಗಳು ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ವೆಚ್ಚದ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ ಎಂದು ನಾವು ಭಾವಿಸುತ್ತೇವೆ. ಬೆಲೆ ನಿಖರವಾಗಿ €1.52 ಆಗಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿ ಬೇಕರಿಯು 66 ಲೋವ್ಸ್ ಅನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತಿರುವಾಗ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ತಲುಪಲಾಗುತ್ತದೆ. ಚಿತ್ರ-4 ರಲ್ಲಿ ಇದು C ಬಿಂದುವಾಗಿದೆ. ಈ ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚದ ರೇಖೆಯು ಸರಾಸರಿ ವೆಚ್ಚದ ರೇಖೆಯನ್ನು ಛೇದಿಸಿದೆ. ಈ ಹಂತವನ್ನು ತಲುಪಿದಾಗ ಬ್ರೆಡ್‌ನ ಬೆಲೆ ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಸರಾಸರಿ ವೆಚ್ಚ ಎರಡಕ್ಕೂ ಸಮನಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿ ಬೇಕರಿಯು ಆರ್ಥಿಕ ಲಾಭವು ಶೂನ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಸಮತೋಲನದಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಬೇಕರಿಗಳು ಇರುತ್ತವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಬಹುದು. ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಸಮತೋಲನ ಬೆಲೆಯು €1.52 ಆಗಿರಬೇಕು ಎಂಬುದು ನಮಗೆ ತಿಳಿದಿದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಅಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ಮತ್ತು ಸರಾಸರಿ ವೆಚ್ಚಗಳು ಸಮಾನವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಚಿತ್ರ-5ರಲ್ಲಿನ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯಲ್ಲಿ ಈ ಬೆಲೆಗೆ ಮಾರಾಟವಾದ ಬ್ರೆಡ್‌ನ ಪ್ರಮಾಣವು 6,500 ಲೋವ್ಸ್ ಎಂದು ನಾವು ಊಹಿಸಬಹುದು. ಪ್ರತಿ ಬೇಕರಿಯು 66 ಲೋವ್ಸ್ ಅನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ, 6,500ನ್ನು 66ರಿಂದ ಭಾಗಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ 98 ಬೇಕರಿಗಳಿವೆ ಎಂದು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಬಹುದು.

ಚರ್ಚೆ - 2: ಕೀನ್ಸ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

ಕೀನ್ಸ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ನಾವು ಏನು ಹೇಳಬಹುದು? ಚಿತ್ರ-1ರಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿರುವ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ನಾವು ಕಳೆದ ಎರಡು ವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿದ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ, ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳೆಂದು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬಹುದು.

ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಕಂಡುಬಂದಿದೆ. ನಂತರ ಏನಾಯಿತು?

ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಗಳ ಗ್ರಾಫ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ, ಏನಾಯಿತು ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ.

1. 2000ರ ದಶಕದ ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಕೀನ್ಯ ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಅನಿರೀಕ್ಷಿತ ಹೆಚ್ಚಳ ಕಂಡುಬಂದಿದೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸೋಣ. ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣ ಏನಾಗಬಹುದು ಎಂದು ನೀವು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತೀರಿ?
2. ಮುಂದಿನ ಕೆಲವು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಲೇ ಇದೆ ಎಂದು ಊಹಿಸಿ, ರೈತರು ಹೇಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ನೀವು ಯೋಚಿಸುತ್ತೀರಿ?
3. 2007ರವರೆಗೆ ಬೆಲೆ ಏಕೆ ಸ್ಥಿರವಾಗಿತ್ತು?
4. 2008 ಮತ್ತು 2009ರ ತ್ವರಿತ ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ನೀವು ಹೇಗೆ ಲೆಕ್ಕ ಹಾಕುತ್ತೀರಿ?
5. ಬೆಲೆಯು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಅದರ ಮೂಲ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಕುಸಿಯುತ್ತದೆ ಎಂದು ನೀವು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತೀರಾ?

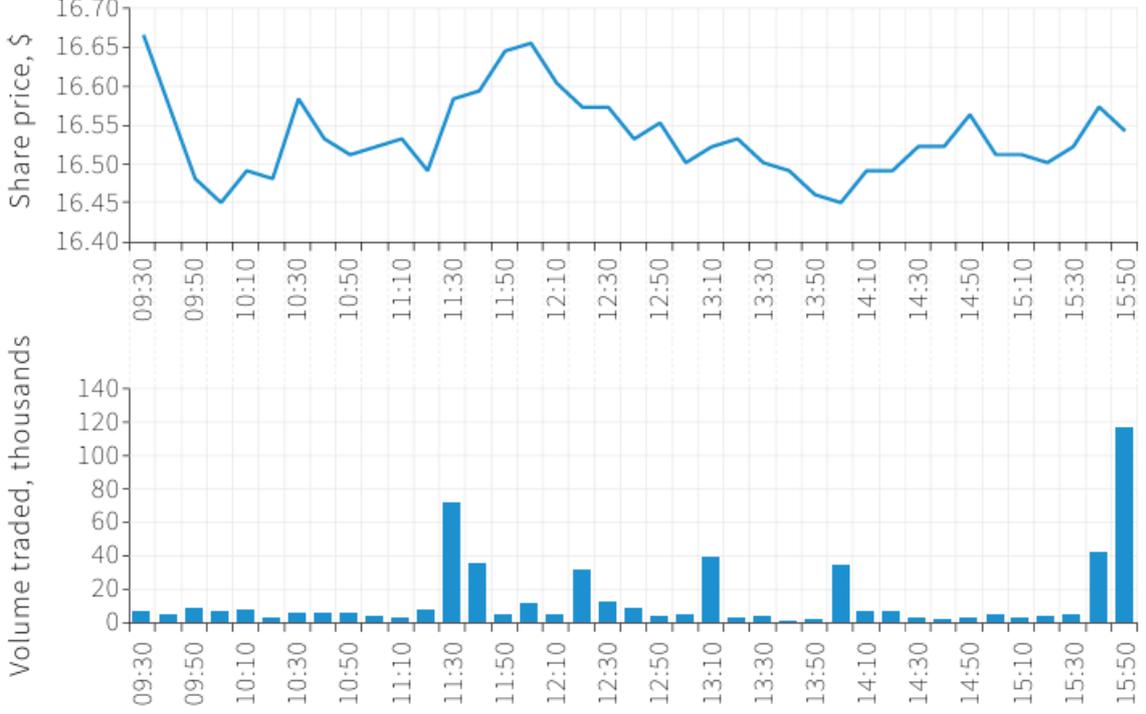
ಚಿತ್ರ-1ರಲ್ಲಿನ ಗ್ರಾಫ್‌ಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ಬ್ಲಾಗ್‌ನಿಂದ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಅದು ನಿಮಗೆ ಕೀನ್ಯ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನದನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

9.3 ಹಣಕಾಸು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯ ಬದಲಾವಣೆ

ಕೆಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುತ್ತವೆ. ಚಿತ್ರ-6ರಲ್ಲಿನ ಗ್ರಾಫ್‌ನಲ್ಲಿ ನಾಸ್ಡಾಕ್ ಸ್ಟಾಕ್ ಎಕ್ಸ್‌ಚೇಂಜ್‌ನಲ್ಲಿ ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್‌ನ ಷೇರಿನ ಬೆಲೆಯು ಮೇ 2014ರಲ್ಲಿ ಒಂದು ದಿನದಲ್ಲಿ ಹೇಗೆ ಏರಿಳಿತವಾಯಿತು ಎಂಬುದನ್ನು ಮತ್ತು ಕೆಳಗಿನ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ, ಪ್ರತಿ ಹಂತದಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಾರವಾಗುವ ಷೇರುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಬೆಳಿಗ್ಗೆ 9.30ಕ್ಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತೆರೆದ ಕೂಡಲೇ ಪ್ರತಿ ಷೇರಿನ ಬೆಲೆ \$16.66 ಆಗಿತ್ತು. ಹೂಡಿಕೆದಾರರು ದಿನವಿಡೀ ಷೇರುಗಳ ಖರೀದಿ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿದ ಕಾರಣ ಬೆಲೆಯು ಬೆಳಿಗ್ಗೆ 10 ಗಂಟೆ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಾಹ್ನ 2 ಗಂಟೆಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ \$16.45ರ ನಿಮ್ಮ ಹಂತವನ್ನು ತಲುಪಿತು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಮುಚ್ಚುವ ಹೊತ್ತಿಗೆ, \$16.54ರ ಬೆಲೆಯೊಂದಿಗೆ ಸುಮಾರು 556000 ಷೇರುಗಳ ವಹಿವಾಟು ನಡೆದಿದೆ.

ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವಿಭಾಗ-6ನ್ನು ನೆನಪು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳೋಣ, ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಷೇರುಗಳ ಸ್ವಾಮಿತ್ವವನ್ನು (ಸಾಮಾನ್ಯ ಸ್ಟಾಕ್ ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ) ಹೊಂದಿರುವುದು ಅವರ ಒಟ್ಟಾರೆ ಷೇರುಗಳ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಲಾಭದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಬಡ್ಡಿ ಮತ್ತು ತೆರಿಗೆಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸಿದ ನಂತರದ ಲಾಭ. ಲಾಭದ ಒಂದು ಅಂಶವನ್ನು ಡಿವಿಡೆಂಡ್ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಷೇರುದಾರರಿಗೆ ಪಾವತಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉಳಿದಿದ್ದನ್ನು ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಲಾಭಗಳಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಲು ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮರುಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ಷೇರುದಾರರು ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದರ ಷೇರುಗಳನ್ನು ಕೊಳ್ಳುವ ಮೊದಲು ಆ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಭವಿಷ್ಯದ ಲಾಭದಾಯಕತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಚಿಸುತ್ತಾರೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಷೇರುದಾರರು ಷೇರುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಅಥವಾ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಸಿದ್ಧರಿರುವ ಬೆಲೆಯು ಷೇರುದಾರರು ಕಂಪನಿಯ ಭವಿಷ್ಯದ ಲಾಭದಾಯಕತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಇಟ್ಟಿರುವ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಜೊತೆಗೆ, ಅವರು ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಷೇರುಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಯಸಬಹುದಾದ ಕಾರಣ, ಬೆಲೆಯು ಹೇಗೆ

ಬದಲಾಗಬಹುದು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಯೋಚಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಇದು, ಭವಿಷ್ಯದ ಲಾಭಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಇತರ ಜನರು ಯಾವ ರೀತಿಯ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

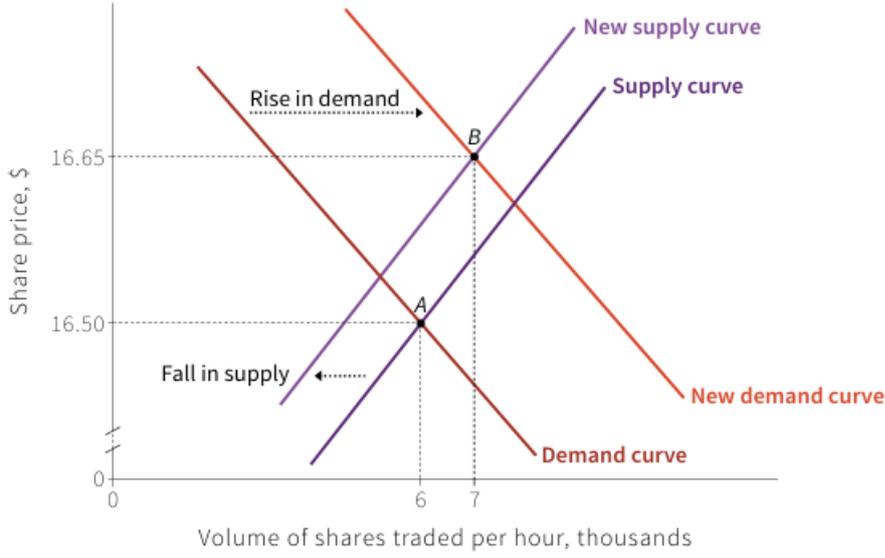


ಚಿತ್ರ-6, ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್‌ನ ಷೇರು ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ವಹಿವಾಟಿನ ಪ್ರಮಾಣ
ಮೂಲ: ಬ್ಲೂಮ್‌ಬರ್ಗ್ ಎಲ್.ಪಿ., 28 ಮೇ 2014

ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್‌ನಲ್ಲಿನ ಷೇರುಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ, ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಷೇರುದಾರರು ಮೀಸಲು ಬೆಲೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಷೇರುದಾರರು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಇಚ್ಛೆಯುಳ್ಳವರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಇತರರು ಷೇರುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಸ್ವೀಕಾರಾರ್ಹ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವವರೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುತ್ತಾರೆ. ಚಿತ್ರ-7, ಒಂದು ಗಂಟೆಯ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿನ ಸಂಭಾವ್ಯ ಖರೀದಿದಾರರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಯ ರೇಖೆಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ರೇಖೆಗಳು ಗಂಟೆಯ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಬೆಲೆಯ ನಿಟ್ಟಿನ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡುವ ಷೇರುಗಳ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತವೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಮತೋಲನವು ಆರಂಭದಲ್ಲಿ A ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿದೆ: ಪ್ರತಿ ಗಂಟೆಗೆ 6,000 ಷೇರುಗಳನ್ನು \$16.50ರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್‌ನ ಭವಿಷ್ಯದ ಲಾಭದಾಯಕತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಕೆಲವು ಒಳ್ಳೆಯ ಸುದ್ದಿಗಳಿದ್ದರೆ, ಇದು ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಗಳನ್ನು ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಬದಲಾಯಿಸುತ್ತದೆ. ಆಗ ಅಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಖರೀದಿದಾರರುರುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಸಿದ್ಧರಿರುವ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಎರಡೂ ಪರಿಣಾಮಗಳು ಬೆಲೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತವೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ನಾವು ವಹಿವಾಟಿನ ಪ್ರಮಾಣವು ಹೆಚ್ಚು ಬದಲಾಗದಿದ್ದರೂ ಸಹ ಷೇರು ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು

ನೋಡುತ್ತೇವೆ. ಹೊಸ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಮತೋಲನವು B ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿದೆ; ಬೆಲೆಯು \$16.50ರಿಂದ \$16.65ಕ್ಕೆ ಏರಿಕೆಯಾಗಿದ್ದು, ಬೇಡಿಕೆಯು ಪೂರೈಕೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಬದಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಆದ್ದರಿಂದ ಪ್ರಮಾಣವು ಕೂಡ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿ ಅಲ್ಲಿ ಕೆಲವೇ ವಹಿವಾಟುಗಳು ನಡೆದಾಗ ಷೇರುಗಳಂತಹ ಹಣಕಾಸಿನ ಸ್ವತ್ತುಗಳ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಆಗಬಹುದು.



ಷೇರುಗಳ ವಹಿವಾಟಿನ ಪ್ರಮಾಣ (ಪ್ರತಿ ಗಂಟೆಗೆ), ಸಾವಿರಗಳಲ್ಲಿ

ಚಿತ್ರ 7. ಲಾಭದಾಯಕತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಒಳ್ಳೆಯ ಸುದ್ದಿ

ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ಷೇರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಕೇವಲ ಒಂದು ಗಂಟೆಯಂತಹ ನಿಗದಿತ ಅವಧಿಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ನಾವು ಚಿತ್ರ-6ರಲ್ಲಿ ನೋಡಿದಂತೆ, ವ್ಯಾಪಾರವು ನಿರಂತರವಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳು ಯಾವಾಗಲೂ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುತ್ತವೆ. ಬೆಲೆಗಳು ಹೇಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ನಾವು ನಿರಂತರ ದ್ವಿ ಹರಾಜು ಎಂದು ಕರೆಯಲ್ಪಡುವ ವ್ಯಾಪಾರದ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ಈಗ ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಯೋಣ. ಷೇರುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಬಯಸುವ ಯಾರೇ ಆದರೂ ಮಿತಿ ಆದೇಶ (limit order) ಎಂದು ಕರೆಯಲ್ಪಡುವ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣದ ಸಂಯೋಜನೆಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಷೇರಿಗೆ \$16.50ರ ದರದಲ್ಲಿ 100 ಷೇರುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಮಿತಿ ಆದೇಶವು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಎಲ್ಲಿಯವರೆಗೆ ಪ್ರತಿ ಷೇರಿಗೆ \$16.50ರ ಬೆಲೆಯಂತೆ ಕೊಳ್ಳುವ ಅವಕಾಶವಿರುವುದೋ ಅಲ್ಲಿಯವರೆಗೆ ಅವರು 100 ಷೇರುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಬದ್ಧರಾಗುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ, ಷೇರಿನ ಬೆಲೆಯು ಇದಕ್ಕಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅವರಿಗೆ ಕೊಳ್ಳುವ ಬದ್ಧತೆಯಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಅಂತೆಯೇ, ಮಿತಿ ಮಾರಾಟದ ಆದೇಶವು (limit sell order) ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರಮಾಣದ ಷೇರುಗಳ ಬೆಲೆಯು ಎಲ್ಲಿಯವರೆಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟಪಡಿಸಿದ ಮೊತ್ತಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆಯಿರುವುದಿಲ್ಲವೋ ಅಲ್ಲಿಯವರೆಗೆ ಅವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಬದ್ಧತೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ,

ಮಿತಿ ಖರೀದಿ ಆದೇಶ(limit buy order)ವಿದ್ದಾಗ, ಎರಡು ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಸಂಭವಿಸಬಹುದು. ಅದೇನೆಂದರೆ, ಒಂದು ವೇಳೆ ಈ ಹಿಂದೆ ಮಂಡಿಸಿದ್ದ ಮಿತಿ ಮಾರಾಟದ ಆದೇಶವು ಇನ್ನೂ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿದ್ದು, ಖರೀದಿದಾರರು ಸೂಚಿಸಿದ ಮೊತ್ತದ (ಅಥವಾ ಅದಕ್ಕಿಂತಲೂ ಕಡಿಮೆ) ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಷೇರುಗಳನ್ನು ಅದು ಒದಗಿಸಿದಲ್ಲಿ, ಆಗ ವ್ಯಾಪಾರವು ಚಾಲಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಅಂತಹ ಯಾವುದೇ ಆದೇಶ ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ಮಿತಿ ಆದೇಶವನ್ನು ಆದೇಶ ಪುಸ್ತಕದಲ್ಲಿ ಇರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬರುವ ಹೊಸ ಮಾರಾಟದ ಆದೇಶಗಳ ವಿರುದ್ಧ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಲು ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಖರೀದಿಸುವ ಆದೇಶಗಳನ್ನು “ಬಿಡ್‌ಗಳು” ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಆದೇಶಗಳನ್ನು “ಕೇಳಿಕೆ (asks)”/ (ಬೇಡಿಕೆ) ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದೇಶ ಪುಸ್ತಕವು ಬೆಲೆಯ ಇಳಿಕೆಯ ಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಬಿಡ್‌ಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಏರಿಕೆಯ ಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಕೇಳುತ್ತದೆ. 8ನೇ ಮೇ 2014ರಂದು ಮಧ್ಯಾಹ್ನದ ಸುಮಾರಿಗೆ ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಷೇರುಗಳಿಗಾಗಿ ಇಟ್ಟಿದ್ದ ಪುಸ್ತಕದ ಮೇಲ್ಭಾಗವು ಚಿತ್ರ-8ರಂತೆ ಕಾಣುತ್ತದೆ.

ಬಿಡ್		ಕೇಳಿಕೆ	
ಬೆಲೆ(\$)	ಗಾತ್ರ	ಬೆಲೆ(\$)	ಗಾತ್ರ
16.56	400	16.59	500
16.55	400	16.60	700
16.54	400	16.61	800
16.33	600	16.62	500
16.52	200	16.63	500

ಚಿತ್ರ-8, ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್ (NWS) ಷೇರುಗಳಿಗೆ ಬಿಡ್ ಮತ್ತು ಕೇಳಿಕೆ ಬೆಲೆಗಳು

ಮೂಲ: ಯಾಹೂ! ಹಣಕಾಸು, 8ನೇ ಮೇ 2014

ಈ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ, \$16.56ರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ 100 ಷೇರುಗಳ ಖರೀದಿ ಆದೇಶವು ಭರ್ತಿಯಾಗದೆ ಉಳಿಯುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಪುಸ್ತಕದ ಕೊಗುಬೆಲೆ(bid)ಯ ಕಾಲಮ್‌ನ ಮೇಲ್ಭಾಗದಲ್ಲಿ ನಮೂದಾಗುತ್ತದೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ \$16.60ರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ 600 ಷೇರುಗಳಿಗೆ ಬಿಡ್ ಅನ್ನು ತಕ್ಷಣವೇ ಭರ್ತಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಇದನ್ನು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಮಿತಿ ಮಾರಾಟದ ಆದೇಶ(limit sell order)ಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಸಬಹುದು. ಪ್ರತಿ ಷೇರಿಗೆ \$16.59ರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ 500 ಷೇರುಗಳನ್ನು ಮತ್ತು \$16.60ರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ 100 ಷೇರುಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಖರೀದಿ ಆದೇಶವನ್ನು ತಕ್ಷಣವೇ ಭರ್ತಿ ಮಾಡಿದಾಗ, ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆಯ ವಹಿವಾಟು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಅದೇ ರೀತಿ ಕೇಳುವ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಆದೇಶವನ್ನು ಮಂಡಿಸಿ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಆದೇಶಗಳಿಂದ ತಕ್ಷಣವೇ ಭರ್ತಿ ಮಾಡಿದರೆ ಮಾರಾಟಗಾರನಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ವಹಿವಾಟು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಚರ್ಚೆ-3: ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್ ಆದೇಶ ಪುಸ್ತಕ

ಚಿತ್ರ-8ರಲ್ಲಿನ ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್‌ಗಾಗಿ ಆದೇಶ ಪುಸ್ತಕವನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ, ಕೆಳಗಿನ ಆದೇಶಗಳು ಅನುಕ್ರಮವಾಗಿ ಬಂದರೆ ಯಾವ ವಹಿವಾಟುಗಳು (ಯಾವುದಾದರೂ ಇದ್ದರೆ) ಯಾವ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಭವಿಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಪುಸ್ತಕವು ಹೇಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಿ: \$16.59 ನಲ್ಲಿ 650 ಷೇರುಗಳಿಗೆ ಮಿತಿ ಖರೀದಿ ಆದೇಶ (limit buy order), ನಂತರ \$16.55ನಲ್ಲಿ 600 ಷೇರುಗಳಿಗೆ ಮಿತಿ ಮಾರಾಟ ಆದೇಶ (limit sell order).

ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಳು ಕಾಲಾಂತರದಲ್ಲಿ ಹೇಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ಈಗ ನೋಡಬಹುದು. ಒಂದು ವೇಳೆ ಯಾರಿಗಾದರೂ ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್ ಕುರಿತು ನಕಾರಾತ್ಮಕ ಸುದ್ದಿಯು ದೊರೆತರೆ, ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಮಂಡಳಿಯ ಪ್ರಮುಖ ಸದಸ್ಯರೊಬ್ಬರು ರಾಜೀನಾಮೆ ನೀಡಲಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬ ವದಂತಿ. ಮತ್ತು ಈ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಇನ್ನೂ ಬೆಲೆಗೆ ಸೇರಿಸಲಾಗಿಲ್ಲವೆಂದು ಅವರು ಭಾವಿಸಿದರೆ, ಆ ವ್ಯಕ್ತಿಯು \$16.56ಗಿಂತಲೂ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಗೆ ದೊಡ್ಡ ಮಾರಾಟದ ಆದೇಶವನ್ನು ನೀಡಬಹುದು. ಅದು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಬಿಡ್‌ಗಳ ವಿರುದ್ಧ ತಕ್ಷಣವೇ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತದೆ. ಈ ವಹಿವಾಟುಗಳು ಚಾಲಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದಂತೆಯೇ, ಆದೇಶ ಪುಸ್ತಕದಿಂದ ಬಿಡ್‌ಗಳನ್ನು ತೆಗೆದು ಹಾಕಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಷೇರಿನ ಬೆಲೆ ಕುಸಿಯುತ್ತದೆ. ಅದೇ ರೀತಿ, ಕಡಿಮೆ ಬೇಡಿಕೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸುವ ಆದೇಶಗಳು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಮಾರಾಟ ಆದೇಶಗಳ ವಿರುದ್ಧ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ವಹಿವಾಟುಗಳು ಅನುಕ್ರಮವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಚಾಲಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ.

ಬೆಲೆ ಏರಿಳಿತವಾಗುವುದರಿಂದ, ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸಮತೋಲನದಲ್ಲಿದೆ ಎಂದು ಯೋಚಿಸುವುದು ಸುಲಭವಲ್ಲ. ಆದರೆ ಅದೇನೇ ಇದ್ದರೂ ಬೆಲೆ ಯಾವಾಗಲೂ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಮನ್ವಯಗೊಳಿಸಲು ಸರಿಹೊಂದಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸ್ಥಿರಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಅರ್ಥದಲ್ಲಿ ಅದು ಯಾವಾಗಲೂ ಸಮತೋಲನದಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ - ಸಮತೋಲನವು ಬದಲಾಗುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತದೆಯಷ್ಟೇ.

ಚರ್ಚೆ-4

ಚಿತ್ರ-8ರಲ್ಲಿನ ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್‌ನ ಆದೇಶ ಪುಸ್ತಕದ ದತ್ತಾಂಶವನ್ನು ಬಳಸಿ ಷೇರುಗಳಿಗೆ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯ ವಕ್ರರೇಖೆಗಳನ್ನು ರಚಿಸಿ, ಎರಡು ವಕ್ರರೇಖೆಗಳು ಏಕೆ ಪರಸ್ಪರ ಭೇದಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

9.4 ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆಗಳು

ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್‌ನಲ್ಲಿನ ಷೇರುಗಳ ಉದಾಹರಣೆಯು ಸ್ಟಾಕ್ ಬೆಲೆಗಳ ನಮ್ಯತೆಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಬಾಂಡ್‌ಗಳು, ಅಸ್ಥಿರ ವಿನಿಮಯ ದರಗಳ ನಿಟ್ಟಿನ ಕರೆನ್ಸಿಗಳಂತಹ ಇತರೆ ಸ್ವತ್ತುಗಳ ಹಾಗೂ ಚಿನ್ನ, ಕಚ್ಚಾ ತೈಲ, ಜೋಳದಂತಹ ಸರಕುಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಈ ನಮ್ಯತೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ವಹಿವಾಟಿನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಸುಗಮವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿದಾಗ, ಆಸ್ತಿಯ ಅಂತರ್ನಿಹಿತ (underlying) ಮೌಲ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ಹೊಸ ಮಾಹಿತಿಯು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಮತ್ತು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಂಸ್ಥೆಯ ಭವಿಷ್ಯದ ಗಳಿಕೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಅಥವಾ ಅಸ್ಥಿರತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ನಂಬಿಕೆಗಳಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಅದರ ಷೇರು ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ವಾಸ್ತವಿಕವಾಗಿ ತ್ವರಿತ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತವೆ. ಪೇಟಿಂಟ್‌ಗಳು ಅಥವಾ ಮೊಕದ್ದಮೆಗಳ ಬಗೆಗಿನ ಒಳ್ಳೆಯ ಮತ್ತು ಕೆಟ್ಟ ಸುದ್ದಿಗಳು, ಪ್ರಮುಖ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳ ಅನಾರೋಗ್ಯ ಅಥವಾ ನಿರ್ಗಮನ, ಗಳಿಕೆಯ ಆಶ್ಚರ್ಯಗಳು ಅಥವಾ ವಿಲೀನಗಳು ಮತ್ತು ಸ್ವಾಧೀನಗಳು ಎಲ್ಲವೂ ಸಕ್ರಿಯ ವಹಿವಾಟು ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ತ್ವರಿತ ಚಲನೆಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.

ಬೆಲೆಯ ಚಲನೆಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಾಸ್ಥ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಮುಖ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತವೆ. ಅಂದರೆ ಈ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರದ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಬೆಲೆ ಚಲನೆಯಿಂದ ಅದನ್ನು ತರ್ಕಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬಹುದು. ಈ ರೀತಿಯ ವ್ಯಾಪಾರ ತಂತ್ರಗಳು ಚಲನೆಗಾಗಿ ಅನುಗುಣವಾದ ವಹಿವಾಟು(momentum trading)ನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು, ಅಸ್ಥಿರತೆಯ ಸಂಭವವಿರುತ್ತದೆ, ಇದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಸಂಪತ್ತಿನ ಮೌಲ್ಯದ ಬೆಲೆಯ ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಹಠಾತ್ ಬೆಲೆ ಕುಸಿತಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಹುಸಿ-ನಂಬಿಕೆಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತವೆ. ಇದನ್ನು ಕ್ರಾಶ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆ ಎಂಬ ಪದವು ಸಂಪತ್ತಿನ ಮೌಲ್ಯವು ತನ್ನ ಆಂತರಿಕ ಅಥವಾ ಮೂಲಭೂತ ಮೌಲ್ಯದ ಕೆಲವು ಕಲ್ಪನೆಗಳಿಂದ ನಿರಂತರ ಮತ್ತು ಗಮನಾರ್ಹವಾಗಿ ನಿರ್ಗಮನಗೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ಷೇರುಗಳ ಮೂಲಭೂತ ಮೌಲ್ಯವು, ಲಾಭಾಂಶಗಳ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಹರಿವನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಮೌಲ್ಯವಾಗಿದೆ. EINSTEIN-1ರಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ಹೇಗೆ ಲೆಕ್ಕ ಹಾಕಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ತೋರಿಸಿದ್ದೇವೆ. ಆದರೆ, ಬಹುತೇಕ ಸ್ವತ್ತುಗಳಿಗೆ ನೈಜ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಅಂತಹ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ಣಯಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಯಾವುದೇ ಒಮ್ಮತವಿಲ್ಲದ ಕಾರಣ, ನಾವು ಸಂಪತ್ತಿನ ಮೌಲ್ಯದ ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದೇವೆಯೇ ಎಂಬ ಬಗ್ಗೆ ಯಾವಾಗಲೂ ಚರ್ಚೆ ಇರುತ್ತದೆ.

ಐನ್ಸ್ಟೈನ್ 1

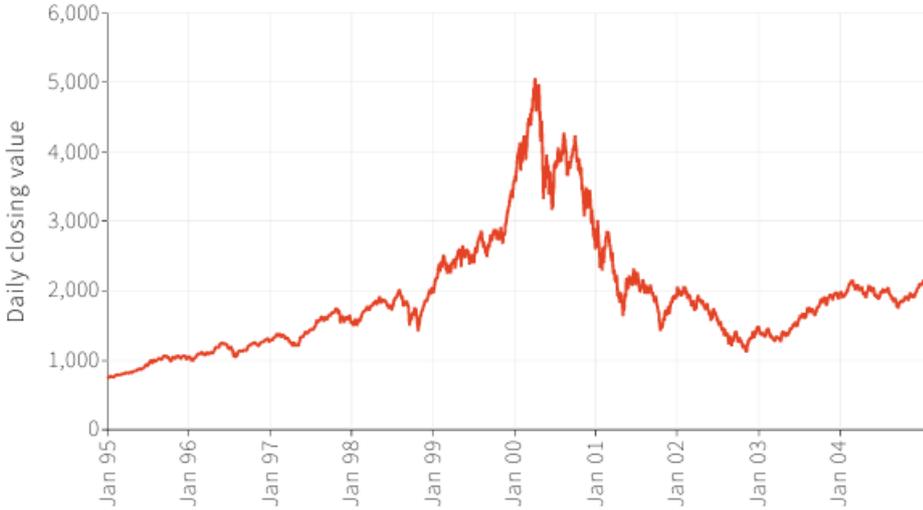
ಸಂಪತ್ತಿನ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುವುದು: ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಲಾಭಾಂಶವನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವ ಷೇರಿಗೆ ನೀವು ಪಾವತಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಿರುವ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯ ಎಂದು ನೀವು ಆಶ್ಚರ್ಯ ಪಡಬಹುದು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ನೀವು ಒಂದು ವರ್ಷದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ \$100ನ್ನು ನೀಡುವ ಸಂಪತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವ ತಯಾರಿಯಲ್ಲಿದ್ದೀರಿ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಇತರ ಲಾಭಾಂಶಗಳಿಲ್ಲ ಎಂದು ಭಾವಿಸೋಣ. ಪರ್ಯಾಯ ಹೂಡಿಕೆಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸದೆ ನೀವು ಬಹುಶಃ \$100ನ್ನು ಪಾವತಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, 3% ವಾರ್ಷಿಕ ಬಡ್ಡಿಯಲ್ಲಿ ಉಳಿತಾಯ ಖಾತೆಯಲ್ಲಿ ಈಗ \$100 ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವುದು ನೀವು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬಹುದಾದ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸೋಣ. ನಂತರ ನೀವು ಒಂದು ವರ್ಷದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ $\$100 \times 1.03 = \103 ಅನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತೀರಿ. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಆರಂಭಿಕ \$100ನ ಉತ್ತಮ ಉಪಯೋಗವಾಗಿದೆ.

ಆದರೆ ಈ ತಾರ್ಕಿಕ ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ, ನೀವು ಉಳಿತಾಯ ಖಾತೆಯಲ್ಲಿ $\$100/1.03 = \97.09 ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಿದರೆ, ಒಂದು ವರ್ಷದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ನೀವು \$100 ಅನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತೀರಿ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಪ್ರಸ್ತುತ

ಬಡ್ಡಿದರವು 3% ಆಗಿದ್ದರೆ, ಒಂದು ವರ್ಷದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ \$100 ಅನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಆಸ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ಈಗ \$97.09 ಅನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಕ್ಕೆ ಸಮನಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಈ ಸ್ವತ್ತಿನ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮೌಲ್ಯವು \$97.09 ಎಂದು ನಾವು ಹೇಳುತ್ತೇವೆ. ನಿಮಗೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಪರ್ಯಾಯಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ, ಅದನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ನೀವು ಗರಿಷ್ಠ \$97.09 ಪಾವತಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಿದ್ದೀರಿ.

ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಹಣ ನೀಡಬಹುದಾದ ಯಾವುದೇ ಆಸ್ತಿಯ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲು ತಾತ್ವಿಕವಾಗಿ ನೀವು ಈ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು - ಪ್ರತಿ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಪಾವತಿಯ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಿ. ಅದು ಅದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಪರ್ಯಾಯ ಹೂಡಿಕೆಗಳ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯದ ದರವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಅವುಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟಿಗೆ ಸೇರಿಸಿ. ಆಸ್ತಿಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಕಷ್ಟಕರವಾದ ಸಮಸ್ಯೆಯೆಂದರೆ ನೀವು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವ ಲಾಭಾಂಶವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವುದಾಗಿದೆ.

ಆಸ್ತಿ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿನ ಚಂಚಲತೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು, ಚಿತ್ರ-9 ಅನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ, ಇದು 1995 ಮತ್ತು 2004ರ ನಡುವಿನ ನಾಸ್ಡಾಕ್ ಸಂಯುಕ್ತ ಸೂಚ್ಯಂಕ(composite index)ದ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಸೂಚ್ಯಂಕವು ಸ್ಟಾಕ್‌ಗಳ ಸಮುಚ್ಚಯವೊಂದರ ಬೆಲೆಗಳ ಸರಾಸರಿಯಾಗಿದ್ದು, ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ಅವುಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬಂಡವಾಳೀಕರಣ ಅನುಪಾತದಲ್ಲಿ ತುಲನೆಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ನಾಸ್ಡಾಕ್ ಸ್ಟಾಕ್‌ಗಳು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ವೇಗವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯ ನಿರ್ಧಾರಣವು ಕಠಿಣವೆನಿಸಿದ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿವೆ.



ಚಿತ್ರ 9. ಟೆಕ್ ಬಬಲ್: 1995 ಮತ್ತು 2004ರ ನಡುವಿನ ನಾಸ್ಡಾಕ್ ಸಂಯುಕ್ತ ಸೂಚ್ಯಂಕ ಮೂಲ: ಯಾಹೂ! ಹಣಕಾಸು, 14 ಜನವರಿ 2014

ಸೂಚ್ಯಂಕವು 750ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಐದು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ 5000ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ. ಸೂಚ್ಯಂಕವು 1995 ಮತ್ತು 2000ರ ನಡುವೆ ಸುಮಾರು 45%ರಷ್ಟು ಗಮನಾರ್ಹ ವಾರ್ಷಿಕ ದರದ ಲಾಭದೊಂದಿಗೆ ಆರು ಪಟ್ಟಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ (ಇದನ್ನು ಐನ್ಸ್ಟೈನ್ 2ರಲ್ಲಿ ಹೇಗೆ ಲೆಕ್ಕ ಹಾಕಬೇಕೆಂದು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಿರಿ).

ನಂತರ ಅದು ಒಂದು ವರ್ಷದೊಳಗೆ ಅದರ ಮೌಲ್ಯದ ಮೂರನೇ ಎರಡರಷ್ಟನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡಿತಲ್ಲದೆ, ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಸುಮಾರು 1100ಕ್ಕೆ ಕ್ಷೀಣಿಸಿದ್ದು, ಅದರ ಗರಿಷ್ಠ ಮಟ್ಟ, ಬಹುತೇಕ 80%ಕ್ಕಿಂತಲೂ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ. ಈ ಪ್ರಸಂಗವನ್ನು ಟಿಕ್ ಬಬಲ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಐನ್ಸೈನ್ 2

ಸಂಯುಕ್ತ ವಾರ್ಷಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರಗಳು (CAGRs) ಮತ್ತು ಸೂಚ್ಯಂಕಗಳನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುವುದು: ಕೇವಲ ಐದು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ನಾಸ್ಡಾಕ್ ಸಂಯುಕ್ತ ಸೂಚ್ಯಂಕವು 750ರಿಂದ 5000ಕ್ಕೆ ಏರಿತು. ಸಂಯುಕ್ತ ವಾರ್ಷಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ನಾವು ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ನಾಸ್ಡಾಕ್‌ನ ಸರಾಸರಿ ವಾರ್ಷಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಲೆಕ್ಕ ಹಾಕಬಹುದು. ಈ ಮಾಪನವು ಕಳೆದ ವರ್ಷದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಈ ವರ್ಷದ ಬೆಳವಣಿಗೆ ನಿರ್ಧಾರವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಅಂಶವನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಒಂದು ಸ್ಟಾಕ್‌ಗೆ \$10 ಬೆಲೆಯಿದ್ದು, ಮುಂದಿನ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಅದು ಶೇ. 10ರಷ್ಟು ಏರಿಕೆಯಾದರೆ, ಅದು ವರ್ಷದ ಕೊನೆಗೆ \$11ಕ್ಕೆ ತಲುಪಿ \$1ನಷ್ಟು ಲಾಭದ ಗಳಿಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಆ ಸ್ಟಾಕ್ ನಂತರ ಮುಂದಿನ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಮತ್ತೆ ಶೇ. 10ರಷ್ಟು ಏರಿದರೆ, ಅದು \$12.10ಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತದೆ ಮತ್ತು \$1.10ರಷ್ಟು ಲಾಭ ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಸ್ಟಾಕ್ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾದ ಕಾರಣ ಅದೇ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ದರವು ಎರಡನೇ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡ ಬೆಲೆಯ ಲಾಭವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ನಾವು ನೋಡಬಹುದು. ಎರಡು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಟಾಕ್‌ನ ಸಂಯುಕ್ತ ವಾರ್ಷಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಶೇ. 10ರಷ್ಟಿದೆಯಾದರೂ, ಇದು ಅದರ ಮೂಲ ಬೆಲೆಗಿಂತ ಶೇ. 21ರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ.

ಸಂಯುಕ್ತ ವಾರ್ಷಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವನ್ನು (CAGR) ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುವ ಸೂತ್ರ ಈ ರೀತಿ ಇದೆ.

$$CAGR = (\text{ಅಂತಿಮ ಮೌಲ್ಯ} / \text{ಆರಂಭಿಕ ಮೌಲ್ಯ})^{(1/n)} - 1$$

ಇಲ್ಲಿ n ಎಂಬುದು ಬೆಳವಣಿಗೆಯು ನಡೆದ ವರ್ಷಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ. ನಮ್ಮ ಉದಾಹರಣೆಯಲ್ಲಿ, ವರ್ಷಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಐದು.

ಆದ್ದರಿಂದ 1995 ಮತ್ತು 2000ರ ನಡುವಿನ ನಾಸ್ಡಾಕ್‌ನ ಸಂಯುಕ್ತ ವಾರ್ಷಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ ಕೆಳಕಂಡಂತಿದೆ.

$$CAGR = (5000/750)^{(1/5)} - 1 = 46.14\%$$

ಸೂಚ್ಯಂಕವನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ನಾವು ಕೆಲವು ಸರಳ ಗಣಿತವನ್ನು ಸಹ ಬಳಸಬಹುದು. ಒಂದು ಸೂಚ್ಯಂಕವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಒಂದು ಸರಣಿಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ವರ್ಷಕ್ಕೆ 100ರ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ನಿಗದಿಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಂತರ ಸರಣಿಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಅನ್ಯ ವರ್ಷವು ಆ ವರ್ಷದ ತುಲನೆಯಲ್ಲಿ ಹೇಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ನಾವು 1995ರಲ್ಲಿ ನಾಸ್ಡಾಕ್ ಸ್ಟಾಕ್ ಸೂಚ್ಯಂಕವನ್ನು 100ರಲ್ಲಿ ಪುನಃ ಆಧಾರಿತಗೊಳಿಸಿದರೆ ಅನ್ಯ ವರ್ಷಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ತುಲನೆಮಾಡಲಾಯಿತು ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ನೋಡಬಹುದು. ಸೂಚ್ಯಂಕದಲ್ಲಿ 200ರ ಮೌಲ್ಯವು ನಾಸ್ಡಾಕ್ 750ರಿಂದ 1500ಕ್ಕೆ ದ್ವಿಗುಣಗೊಂಡಿದೆ ಎಂದು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಸರಣಿಯನ್ನು ಪುನಃ ಆಧಾರಿತಗೊಳಿಸುವುದು ಸರಳವಾಗಿದೆ. ಮೊದಲು ನೀವು ಸಂಬಂಧಿತ ವರ್ಷವನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ 100ರ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಿ. ನಂತರ ಸರಣಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಅನ್ಯ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ನೀವು ಈ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರವನ್ನು ಬಳಸಿ:

$$(ಈ\ ವರ್ಷದ\ ಸರಣಿಯ\ ಮೌಲ್ಯ/ಸಂಬಂಧಿತ\ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ\ ಸರಣಿಯ\ ಮೌಲ್ಯ) \times 100$$

ನಮ್ಮ ಉದಾಹರಣೆಯಲ್ಲಿ, ನಾವು ಎರಡು ದತ್ತಾಂಶ ಬಿಂದುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೇವೆ: 1995ರಲ್ಲಿ 750 ಮತ್ತು 2000ರಲ್ಲಿ 5000. ನಾವು 1995ಅನ್ನು ಸಂಬಂಧಿತ ವರ್ಷವಾಗಿ ಹೊಂದಿಸಿದ್ದೇವೆ. ಆದ್ದರಿಂದ 2000ರಲ್ಲಿ ಸೂಚ್ಯಂಕದ ಮೌಲ್ಯ ಕೆಳಗಿನಂತೆ ಇರುತ್ತದೆ:

$$(5000/750) \times 100 = 666.66$$

ಇದರಿಂದ ನಾಸ್ಡಾಕ್, 1995 ಮತ್ತು 2000ರ ನಡುವೆ ಆರು ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ ಎಂದು ನಾವು ಸುಲಭವಾಗಿ ನೋಡಬಹುದು.

CAGR ಮತ್ತು ಸೂಚ್ಯಂಕಗಳೆರಡನ್ನೂ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ನಲ್ಲಿನ ಸ್ಟ್ರಿಡ್‌ಶೀಟ್ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂನಲ್ಲಿನ ದತ್ತಾಂಶದ ಸಮುಚ್ಚಯವೊಂದರಿಂದ ಸುಲಭವಾಗಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಬಹುದು.

ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು ಒಪ್ಪದಿದ್ದಾಗ (When Economists disagree)

ಗುಳ್ಳೆಗಳು (ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆಗಳು) ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿವೆಯೇ? (Do bubbles exist?)

ಚಿತ್ರ 9(ಮತ್ತು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ರ 12ರಲ್ಲಿ)ರಲ್ಲಿನ ಬೆಲೆಯ ಚಲನೆಯನ್ನು ನೋಡಿದಾಗ, ಆಸ್ತಿಯ ಬೆಲೆಗಳು ದೊಡ್ಡ ಏರಿಳಿತಗಳಿಗೆ ಒಳಪಟ್ಟಿರುತ್ತವೆ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಮೂಡುತ್ತದೆ. ಜೊತೆಗೆ ಅದು ಆದಾಯದ ಹರಿವಿನೊಂದಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಅದು ಅವುಗಳನ್ನು ಹಿಡಿದಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸಮಂಜಸವಾಗಿ ನಿರೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು.

ಆದರೆ ಗುಳ್ಳೆಗಳು (ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆಗಳು) ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿವೆಯೇ ಅಥವಾ ಅವು ಕೇವಲ ಹಿನ್ನೋಟವನ್ನು ಆಧರಿಸಿದ ಭ್ರಮೆಯೇ? ಬೇರೆ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಕುಸಿಯುವ ಮೊದಲು ಭ್ರಮೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿಯಬಹುದೇ? ಬಹುಶಃ ಹಣಕಾಸು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದತ್ತಾಂಶದೊಂದಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಯನ್ನು ಒಪ್ಪುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬುದು ಆಶ್ಚರ್ಯಕರ. ಇವರಲ್ಲಿ, 2013ರ ನೊಬೆಲ್ ಪ್ರಶಸ್ತಿಯನ್ನು ಪಡೆದ ಮೂವರಲ್ಲಿ ಇಬ್ಬರಾದ ಯುಜೀನ್ ಫಾಮಾ ಮತ್ತು ರಾಬರ್ಟ್ ಶಿಲ್ಡರ್ ಸೇರಿದ್ದಾರೆ.

ಬಬಲ್ ಎಂಬ ಪದವು ಯಾವುದೇ ಉಪಯುಕ್ತ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಫಾಮಾ ನಿರಾಕರಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಅವರ ಮಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, “ಈ ಪದಗಳು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿವೆ. ಆದರೆ ಅವುಗಳಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಅರ್ಥವಿಲ್ಲ ಎಂದು ನಾನು ಭಾವಿಸುತ್ತೇನೆ... ಬೆಲೆಗಳು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿವೆ ಎಂದು ಹೇಳುವುದು ಸುಲಭ, ಅದು ವಾಸ್ತವದ ನಂತರದ ಭ್ರಮೆಯಾಗಿರಬಹುದು. ಹೆಚ್ಚಿನ ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆಗಳು ಇಪ್ಪತ್ತು-ಇಪ್ಪತ್ತರ ತರುವಾಯದರಿವು (hindsight) ಎಂದು ನಾನು ಭಾವಿಸುತ್ತೇನೆ. ಈಗ ವಾಸ್ತವದ ನಂತರ ನೀವು ಯಾವಾಗಲೂ ಜನರು ವಾಸ್ತವಕ್ಕಿಂತ ಮೊದಲು ಬೆಲೆಗಳು ತುಂಬಾ ಹೆಚ್ಚು ಎಂದು ಹೇಳುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಬೆಲೆ ಜಾಸ್ತಿಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ಜನ ಸದಾ ಹೇಳುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ಹೇಳಿದ್ದು ಸರಿಯೆಂದು ಸಾಬೀತಾದಾಗ, ನಾವು ಅವರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಮನ್ನಣೆ ಕೊಡುತ್ತೇವೆ ಮತ್ತು ಅವರು ಹೇಳಿದ್ದು ತಪ್ಪೆಂದು ಸಾಬೀತಾದಾಗ, ಅವರನ್ನು ನಿರ್ಲಕ್ಷಿಸುತ್ತೇವೆ. ಅವರು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಅರ್ಥದಷ್ಟು ಬಾರಿ ಸರಿ ಮತ್ತು ತಪ್ಪನ್ನೆಸಗಿರುತ್ತಾರೆ.”

ಇದು ಸಮರ್ಥ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಉಹೆ(hypothesis)ಯ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಯಾಗಿದೆ, ಇದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಾಸ್ತವಿಕವಾಗಿ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ತಕ್ಷಣವೇ ಸಂಯೋಜಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಭವಿಷ್ಯದ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಉಹಿಸಲು ಅಸಾಧ್ಯವಾಗಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತದೆ. ಈ ವಾದದ ತರ್ಕವನ್ನು 2009ರಲ್ಲಿ, ಆರ್ಥಿಕ ಬಿಕ್ಕಟ್ಟಿನ ಮಧ್ಯದಲ್ಲಿ, ಫಾಮಾ ಶಿಬಿರದಲ್ಲಿ ದೃಢವಾಗಿದ್ದ ಇನ್ನೊಬ್ಬ ನೊಬೆಲ್ ಪ್ರಶಸ್ತಿ ವಿಜೇತರಾದ ರಾಬರ್ಟ್ ಲ್ಯೂಕಾಸ್ ಕೆಳಕಂಡಂತೆ ವಿವರಿಸಿದರು.

“ನಾವು ಈಗ ಅಥವಾ ಎಂದೆಂದಿಗೂ ಹೊಂದಿರದ ಒಂದು ವಿಷಯವೆಂದರೆ, ಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್‌ನಲ್ಲಿ ಲೆಹ್ಮನ್ ಬ್ರದರ್ಸ್ ವೈಫಲ್ಯದ ನಂತರದ ಕುಸಿತದಂತಹ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ವತ್ತುಗಳ ಮೌಲ್ಯದಲ್ಲಿನ ಹಠಾತ್ ಕುಸಿತವನ್ನು ಮುನ್ನೂಚಿಸುವ ಮಾದರಿಗಳ ಸಮುಚ್ಚಯ. ಇದೇನೂ ಹೊಸದಲ್ಲ. ಇದು 40 ವರ್ಷಗಳಿಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಕಾಲದಿಂದಲೂ ಪರಿಚಿತವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಯುಜೀನ್ ಫಾಮಾ ಅವರ ಸಮರ್ಥ-ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಉಹೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಪರಿಣಾಮಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು ಒಂದು ವಾರದ ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ಬಿಕ್ಕಟ್ಟುಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲಾಸಾರ್ಹವಾಗಿ ಮುನ್ನೂಚಿಸುವ ಸೂತ್ರವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ, ಆ ಸೂತ್ರವು ಲಭ್ಯವಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯ ಭಾಗವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳು ಒಂದು ವಾರಕ್ಕೆ ಮೊದಲೇ ಕುಸಿಯುತ್ತವೆ.”

ಈ ವಾದದ ತರ್ಕವು ಅಪ್ರತಿರೋಧ್ಯವಾಗಿದ್ದರೂ, ಇದು ನಿರ್ವಿವಾದಿತವಲ್ಲ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಆಸ್ತಿಯ ಬೆಲೆಗಳು ಅವುಗಳ ಸ್ವಾಭಾವಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ತುಂಬಾ ಹೆಚ್ಚಿವೆ ಎಂಬ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಂಡರೂ ಮತ್ತು ಭವಿಷ್ಯದ ಒಂದು ಹಂತದಲ್ಲಿ ಕುಸಿತ ಸಂಭವಿಸಬಹುದು ಎಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಿದರೂ, ಕುಸಿತವು ಯಾವಾಗ ಸಂಭವಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಂತರದಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಳು ಎಷ್ಟು ಏರಿಕೆ ಕಾಣಬಹುದು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಅವರು ಅನಿಶ್ಚಿತರಾಗಿರಬಹುದು. ಇದಕ್ಕೆ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಆಸ್ತಿಯು ಸಮನ್ವಿತವಾಗಿ ಮಾರಾಟವಾದಾಗ ಕುಸಿತ ಸಂಭವಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ವ್ಯಕ್ತಿಗಿಂತ ಹೂಡಿಕೆದಾರರ ಅಥವಾ ವ್ಯಾಪಾರಿಯ ಕ್ರಿಯೆಗಳಿಂದ ಈ ಸಮನ್ವಯವನ್ನು ಸಾಧಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಲ್ಯೂಕಾಸ್‌ಗೆ ನೀಡಿದ ಉತ್ತರದಲ್ಲಿ, ಮಾರ್ಕಸ್ ಬ್ರೂನರ್ಮಿಯರ್ ಈ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಕೆಳಗಿನಂತೆ ವಿವರಿಸುತ್ತಾರೆ:

“ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ, ಬಾರ್ಬ್ ಲ್ಯೂಕಾಸ್ ಗಮನಿಸಿದಂತೆ, ಮುಂದಿನ ವಾರ ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆಯೆಂಬ ನೀರ್ಗುಳ್ಳೆ ಸಿಡಿಯುತ್ತದೆ ಎಂದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಹೂಡಿಕೆದಾರರಿಗೆ ತಿಳಿದಿರುವಾಗ, ಅವರು ಇಂದು ಅದನ್ನು ಚುಚ್ಚುತ್ತಾರೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ವ್ಯಾವಹಾರಿಕವಾಗಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಹೂಡಿಕೆದಾರರಿಗೆ ಇತರ ಹೂಡಿಕೆದಾರರು ಯಾವಾಗ

ಗುಳ್ಳೆ(ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆ)ಯ ವಿರುದ್ಧ ವಹಿವಾಟನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ತಿಳಿದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಅನಿಶ್ಚಿತತೆಯು ಗುಳ್ಳೆಯು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಒಡೆದುಹೋಗುವವರೆಗೆ ತಾನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಸಾಕಷ್ಟು ಕಾಲದವರೆಗೆ ಹೊರಗುಳಿಯಬಹುದೆಂದು ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಹೂಡಿಕೆದಾರನು ಆತಂಕಗೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ, ಪ್ರತಿ ಹೂಡಿಕೆದಾರರು ಸಂದರ್ಭದ ವಿರುದ್ಧ ಒಲವು ತೋರಲು ಹಿಂಜರಿಯುತ್ತಾರೆ. ವಾಸ್ತವವಾಗಿ, ಹೂಡಿಕೆದಾರರು ಬೆಲೆಯ ತಿದ್ದುಪಡಿಗಳು ದೀರ್ಘ ವಿಳಂಬದ ನಂತರ ಮತ್ತು ಆಗಾಗ್ಗೆ ಥಟ್ಟನೆ ಸಂಭವಿಸಲು ಅನುವಾಗುವಂತೆ, ದೀರ್ಘಕಾಲದವರೆಗೆ ನೀರ್ಗುಳ್ಳೆಯನ್ನು ಸವಾರಿ ಮಾಡಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ಸ್ಟಾಕ್ ಬೆಲೆ ಮುನ್ನೂಚನೆಯ ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಸಂಶೋಧನೆಯು ಈ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ, ವಿತ್ತವೋಷಣ (funding) ಘರ್ಷಣೆಗಳು ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆ ಚಟುವಟಿಕೆಯನ್ನು ಮಿತಿಗೊಳಿಸುವುದರಿಂದ, ನೀವು ಹಣವನ್ನು ಗಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂಬ ಅಂಶವು 'ಬೆಲೆ ಸರಿಯಾಗಿದೆ' ಎಂಬುದನ್ನು ಸೂಚಿಸುವುದಿಲ್ಲ."

ಈ ರೀತಿಯ ಆಲೋಚನಾ ವಿಧಾನವು ಭವಿಷ್ಯದ ಆರ್ಥಿಕ ಸಂರಚನೆಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ವಿಭಿನ್ನವಾದ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಕೇಂದ್ರೀಯ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ನಿಯಂತ್ರಕರು ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರಬೇಕು ಹಾಗೂ ಗುಳ್ಳೆ(ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆ)ಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗಮನಹರಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಸ್ವತ್ತಿನ ಬೆಲೆಯ ಗುಳ್ಳೆ(ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆ)ಗಳ ವಿರುದ್ಧ ತಮ್ಮ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಮೇಳೈಸುವಂತೆ ಮಾಡಲು ಹೂಡಿಕೆದಾರರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಬೇಕು. ಪ್ರಸ್ತುತ ಪ್ರಕರಣವು ತೋರಿಸಿದಂತೆ, ಗುಳ್ಳೆ ಒಡೆದ ನಂತರ ಸ್ವಚ್ಛಗೊಳಿಸುವುದು ಪರ್ಯಾಪ್ತವಾಗುವುದಿಲ್ಲ, ಆದರೆ ಮೊದಲ ಆದ್ಯತೆಯಲ್ಲಿ ಗುಳ್ಳೆಯು ರೂಪುಗೊಳ್ಳುವುದರ ವಿರುದ್ಧ ಒಲವು ತೋರುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

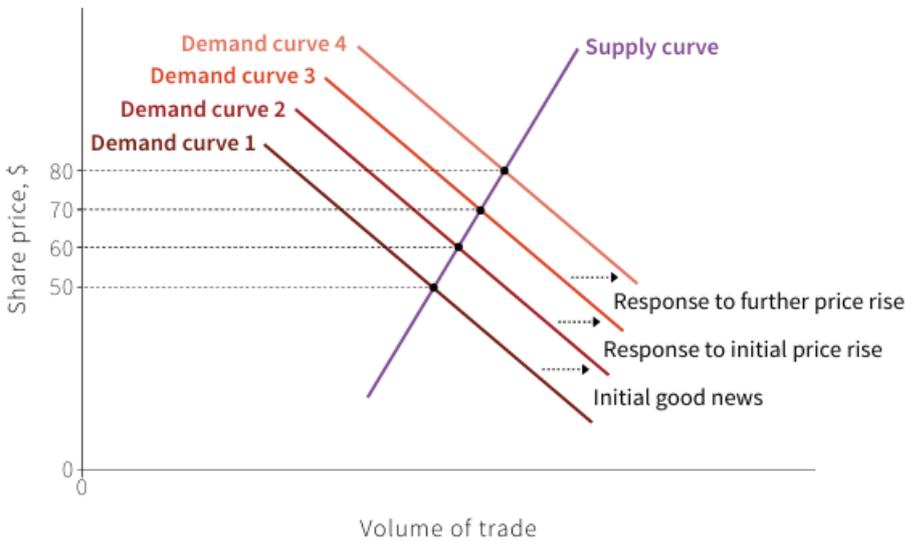
ವಾಸ್ತವಿಕ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಗುಳ್ಳೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಪ್ರತಿ ಷೇರಿನ ಗಳಿಕೆಗೆ ಸ್ಟಾಕ್ ಬೆಲೆಗಳ ಅನುಪಾತದಂತಹ ತುಲನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಸರಳ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕವಾಗಿ ಗಮನಿಸಬಹುದಾದ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದೆಂದು ಶಿಲ್ಲರ್ ವಾದಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಮಾನದಂಡದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಅಗ್ಗವಾಗಿರುವ ಸ್ವತ್ತುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವುದು ಮತ್ತು ದುಬಾರಿಯಾದವುಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು ಅಲ್ಪಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ನಷ್ಟವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡಬಹುದು, ಆದರೆ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಲಾಭ ದೊರೆಯುತ್ತದೆಯಲ್ಲದೆ, ಶಿಲ್ಲರ್ ಅವರ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ, ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಅಪಾಯದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳೊಂದಿಗೆ ಭದ್ರತೆಗಳ ವೈವಿಧ್ಯಮಯತೆಯಲ್ಲಿ ಸರಳವಾಗಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ದೊರೆಯುವ ಆದಾಯಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ..

ಬಾಕ್ಸೆಲ್ಸ್ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನ ಸಹಯೋಗದೊಂದಿಗೆ, ಶಿಲ್ಲರ್ ತನ್ನ ಸಿದ್ಧಾಂತಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಬಳಸಬಹುದಾದ ವಿನಿಮಯ ವಹಿವಾಟಿನ ನೋಟು (Exchange traded note (ETN) ಎಂಬ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಸ್ವತ್ತು ಆವರ್ತಕವಾಗಿ ಸರಿಹೊಂದಿಸಲಾದ ಬೆಲೆಯಿಂದ ಮೊದಲೊಂದು ಗಳಿಕೆಗಳವರೆಗೆ (cyclically adjusted price-to-earnings - CAPE) ಅನುಪಾತದ ಮೌಲ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿದೆ, ಇದು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭವಿಷ್ಯದ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಮುನ್ನೂಚಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಶಿಲ್ಲರ್ ನಂಬುತ್ತಾರೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಈ ಒಬ್ಬ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞನು ವಾಸ್ತವತೆಯ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ವರ್ತಿಸಿದ್ದಾನೆ.

ಹೀಗಾಗಿ, ಟೆಕ್ ಗುಳ್ಳೆಯ ಎರಡು ವಿಭಿನ್ನ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳಿದ್ದು, ಅವು ಅನುಕ್ರಮವಾಗಿ ಫಾಮಾ ಮತ್ತು ಶಿಲ್ಲರ್‌ಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿವೆ. ಪ್ರಸಂಗದಾದ್ಯಂತ ಸ್ವತ್ತಿನ ಬೆಲೆಗಳು ಆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಉತ್ತಮ

ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿವೆ ಹಾಗೂ ಕಂಪನಿಗಳ ಭವಿಷ್ಯದ ಕುರಿತಾದ ಮಾಹಿತಿಯು ತೀವ್ರವಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣ ಅವು ಏರಿಳಿತವನ್ನು ಕಂಡಿವೆ ಎಂಬುದು ಫಾಮಾ ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ವ್ಯತಿರಿಕ್ತವಾಗಿ, 1990ರ ದಶಕದ ಉತ್ತರಾರ್ಧದಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಳು ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಾಗಬಹುದು ಎಂಬ ನಿರೀಕ್ಷೆಯಿಂದ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂಬುದು ಶಿಲ್ಬರ್ ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವಾಗಿದೆ. ಅವರು ಇದನ್ನು ಹೂಡಿಕೆದಾರರಲ್ಲಿನ ತರ್ಕಹೀನ ಉತ್ಸಾಹ ಎಂದು ಕರೆದರು.

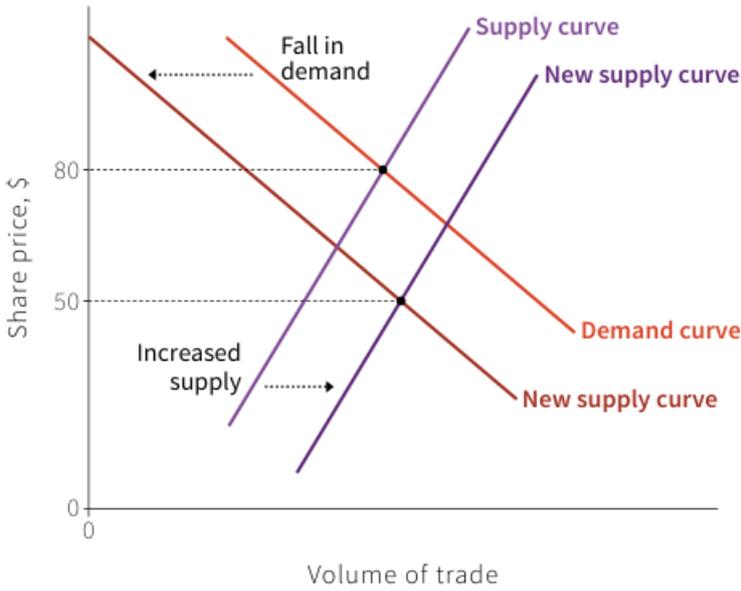
ತರ್ಕಹೀನ ಅಭಾಗಲಬ್ಧ ಉತ್ಸಾಹವು ಹೇಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೋಡಲು, ಚಿತ್ರ 10 ಅನ್ನು ಗಮನಿಸಿ. ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಷೇರಿನ ಬೆಲೆಯು ಗಾಢ ಕಂಪಿನ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯಲ್ಲಿ \$50 ಆಗಿದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಸಂಭಾವ್ಯ ವಹಿವಾಟುದಾರರು ಮತ್ತು ಹೂಡಿಕೆದಾರರು ಭವಿಷ್ಯದ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಲಾಭದಾಯಕತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಒಳ್ಳೆಯ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದರೆ ಆಗ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಬಲಕ್ಕೆ ಸ್ಥಳಾಂತರಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆ \$60ಗೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. (ಸರಳತೆಗಾಗಿ ನಾವು ಪೂರೈಕೆಯ ರೇಖೆ ಚಲಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಭಾವಿಸುತ್ತೇವೆ). ಆದರೆ ಈಗ ಸಂಭಾವ್ಯ ಖರೀದಿದಾರರು, ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸುತ್ತ, ಅದನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ಒಳ್ಳೆಯ ಸುದ್ದಿ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸೋಣ. ತಾವು ಕೇಳಿಲ್ಲದ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಇತರ ಜನರು ಸ್ವೀಕರಿಸಿರುವುದರಿಂದ ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ನಂಬಬಹುದು ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಉದ್ವೇಗಮುಖವಾಗಿ ಸರಿಹೊಂದಿಸಬಹುದು. ಅಥವಾ ಉಹಾಪೋಹಗಳಿಗೆ ಅವಕಾಶವಿದೆ ಎಂದು ಅವರು ಭಾವಿಸಬಹುದು: ಈಗ ಅವರು ಷೇರುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಬಹುದು. ಏಕೆಂದರೆ ಮುಂದೆ ಅವರು ಲಾಭದಲ್ಲಿ ಇತರ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಯಾವುದೇ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. ಬೆಲೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಮೇಲ್ಮುಖವಾಗಿ ಸಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆ ಮತ್ತೆ \$70ಗೆ ಏರುತ್ತದೆ. ಈ ಮತ್ತಷ್ಟು ಏರಿಕೆಯು ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತೊಂದು ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು, ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಬಹುದು.



ಚಿತ್ರ 10. ಗುಳ್ಳೆಯ ಆರಂಭ

ಸ್ವಾಕ್‌ನ ಮೂಲಭೂತ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಮೀರಿ ಬೆಲೆಯು ಗಮನಾರ್ಹವಾಗಿ ಏರಿದರೆ ಅದನ್ನು ಗುಳ್ಳೆ (ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆ) ಎಂದು ವಿವರಿಸಬಹುದು - ಸಂಸ್ಥೆಯ ಉತ್ತಮ ತಿಳುವಳಿಕೆಯುಳ್ಳ ವೀಕ್ಷಕರಿಂದ ಸಮಂಜಸವಾಗಿ ನಿರೀಕ್ಷಿಸಬಹುದಾದ ಲಾಭದ ಮೌಲ್ಯ.

ಸಂಭಾವ್ಯ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಬೆಲೆ ಕುಸಿಯುವ ಅಪಾಯವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಿದಾಗ ಗುಳ್ಳೆ ಸಿಡಿಯುತ್ತದೆ. ನಂತರ ಬೇಡಿಕೆ ತೀವ್ರವಾಗಿ ಕುಸಿಯುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಷೇರುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವವರು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಮುಗಿಬೀಳುತ್ತಾರೆ. ಏನಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಚಿತ್ರ-11 ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಗುಳ್ಳೆಯ ಮೇಲ್ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಷೇರುಗಳು \$80ನಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಲ್ಪಟ್ಟಿವೆ. ಯಾವಾಗ ಗುಳ್ಳೆ ಒಡೆಯುತ್ತದೆಯೋ ಆಗ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯ ವಕ್ರರೇಖೆಗಳೆರಡೂ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯು \$80ರಿಂದ \$50ಕ್ಕೆ ಕುಸಿಯುತ್ತದೆ. ಬೆಲೆಯು \$80 ಇದ್ದಾಗ ಷೇರುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದವರು ದೊಡ್ಡ ನಷ್ಟವನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಾರೆ. ಸ್ವಾಕ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಗುಳ್ಳೆಯ ಹೊರಹೊಮ್ಮುವಿಕೆಯನ್ನು ಬೀಜಗಣಿತದ ಪ್ರಕಾರ ಹೇಗೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ಲೈಬ್ನಿಜ್ (LEIBNIZ) 19 ನಿಮಗೆ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.

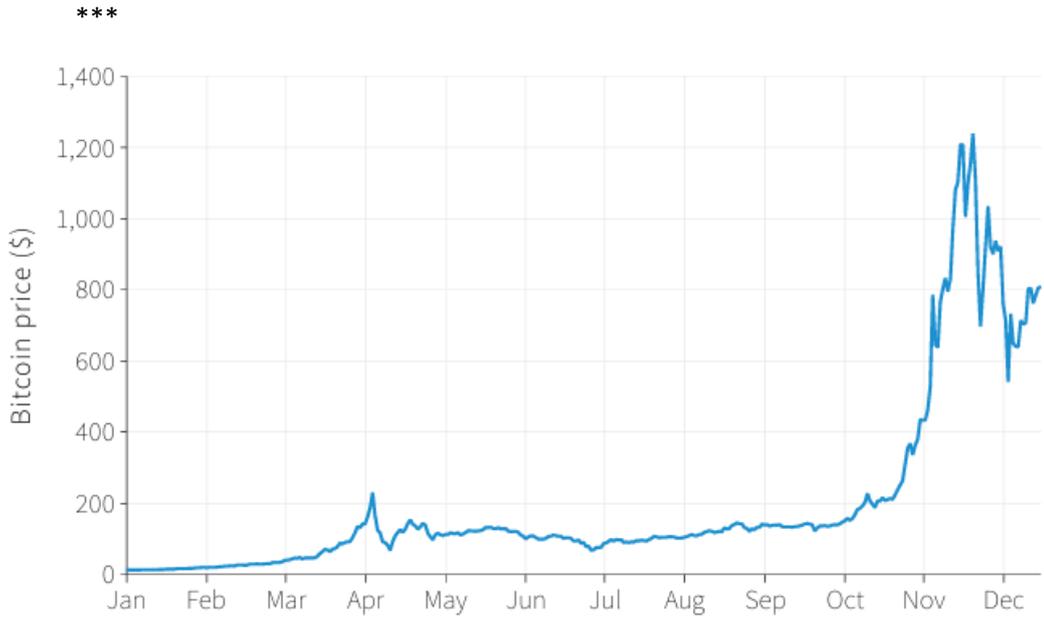


ಚಿತ್ರ 11. ಷೇರು ಬೆಲೆಯ ಕುಸಿತ.

ಬಿಟ್‌ಕಾಯಿನ್ ಎಂಬ ವರ್ಚುವಲ್ ಕರೆನ್ಸಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಭವನೀಯ ಗುಳ್ಳೆಯ ಆಸಕ್ತಿದಾಯಕ ಸಮಕಾಲೀನ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಬಿಟ್‌ಕಾಯಿನ್ ಅನ್ನು 2009ರಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಾಂಶದ ಅಭಿವರ್ಧಕರ ಸಮೂಹವೊಂದರಿಂದ ಪರಿಚಯಿಸಲಾಯಿತು. ಇದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿರುವ ಕಡೆಗಳಲ್ಲಿ, ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳಿಗಾಗಿ ಮಾಡುವ ಪಾವತಿಯ ರೂಪದಲ್ಲಿ, ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯಿಂದ ಮತ್ತೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸಬಹುದು.

ಇದು ಇತರ ಕರೆನ್ಸಿಗಳಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿದ್ದು, ಸೆಂಟ್ರಲ್ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನಂತಹ ಒಂದೇ ಘಟಕದಿಂದ ನಿಯಂತ್ರಿಸಲ್ಪಡುವುದಿಲ್ಲ, ಬದಲಿಗೆ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಖಾತೆ ಪುಸ್ತಕದಲ್ಲಿ ಬಿಟ್‌ಕಾಯಿನ್ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು

ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಮತ್ತು ದಾಖಲಿಸಲು ತಮ್ಮ ಕಂಪ್ಯೂಟಿಂಗ್ ಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ನೀಡಲು ಸಿದ್ಧರಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಂದ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. 2013ರ ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಬಿಟ್‌ಕಾಯಿನ್ ಅನ್ನು ಸುಮಾರು \$13ಗೆ ಖರೀದಿಸಬಹುದಿತ್ತು. 4ನೇ ಡಿಸೆಂಬರ್ 2013ರಂದು ಅದರ ಉತ್ತುಂಗದಲ್ಲಿ ಅದೇ ಸ್ವತ್ತು, \$1200ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ದರದಲ್ಲಿ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿತ್ತು. 2013ರ ಅಂತ್ಯದ ವೇಳೆಗೆ ಸುಮಾರು \$800ಕ್ಕೆ ಚೇತರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೊದಲು ಅದು ಎರಡು ವಾರಗಳಲ್ಲಿ ಅರ್ಧಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡಿತು. ಬೆಲೆಯ ಈ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಚಿತ್ರ 12ರಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ.



ಚಿತ್ರ 12. 2013ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬಿಟ್‌ಕಾಯಿನ್‌ನ ಮೌಲ್ಯ

ಮೂಲ: Bitcoincharts.com, 14 ಜನವರಿ 2014

ಒಂದು ವೇಳೆ ತಾರ್ಕಿಕವಾಗಿರದ ಲವಲವಿಕೆಯಿಂದ ಸ್ವತ್ತಿನ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿದ್ದರೆ, ಮೌಲ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿರುವವರು ತಮ್ಮ ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ ಮಾಹಿತಿಯಿಂದ ಲಾಭ ಪಡೆಯುವ ಅವಕಾಶಗಳಿರಬೇಕು. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನಾಸ್ಡಾಕ್ ಸೂಚ್ಯಂಕದಲ್ಲಿನ ಏರಿಕೆಯು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಒಂದು ಗುಳ್ಳೆಯಾಗಿದ್ದರೆ, ಅದನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದವರು ಏಕೆ ಪ್ರಮುಖ ಬೆಲೆ ಕುಸಿತದ ಮೇಲೆ ಬೃಹತ್ ಪಣಗಳನ್ನೊಡ್ಡುವ ಮೂಲಕ ಲಾಭ ಗಳಿಸಲು ವಿಫಲರಾದರು? ಇದಕ್ಕೆ ಉತ್ತರವೆಂಬಂತೆ, ಬೆಲೆ ಕುಸಿತ ಸಂಭವಿಸಿದಾಗ, ವಾಲ್ ಸ್ಟ್ರೀಟ್‌ನ ಕೆಲವು ಪ್ರಸಿದ್ಧ ನಿಧಿ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ಅನೇಕ ದೊಡ್ಡ ಕೂಡಿಕೆದಾರರು ಅಂತಹ ಪಣಗಳನ್ನೊಡ್ಡಿದರು. ಗುಳ್ಳೆ ಒಡೆದ ಮೇಲೆ ಈ ಪಣಗಳನ್ನು ಡ್ಡುವ ವಿಧಾನವೆಂದರೆ ಸಣ್ಣ ಅಥವಾ ಚಿಕ್ಕದಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು: ಅಂದರೆ ಬೆಲೆ ಕುಸಿತದ ನಂತರ ಅದನ್ನು ಮರಳಿ ಖರೀದಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ (ಮಾಲೀಕರಿಗೆ ಹಿಂತಿರುಗಿಸಲು) ಸ್ಟಾಕ್ ಅನ್ನು ಎರವಲು ಪಡೆದು ತಕ್ಷಣವೇ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು, ಇದು ಅತ್ಯಂತ ಅಪಾಯಕಾರಿ ತಂತ್ರವಾಗಿದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಇದಕ್ಕೆ ಬೆಲೆ ಕುಸಿತದ

ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನಿಖರತೆಯ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳು ಏರುತ್ತಲೇ ಇದ್ದರೆ, ನಷ್ಟಗಳು ಅಸಹನೀಯವಾಗಬಹುದು.

ಬಿಟ್‌ಕಾಯಿನ್ ಹೊಂದಿರುವವರಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಆಂತರಿಕ ಪ್ರಯೋಜನವು ದೊರೆಯುವುದಿಲ್ಲ. ಏಕೆಂದರೆ, ಬಿಟ್ ಕಾಯಿನ್‌ನ ಮೂಲಭೂತ ಮೌಲ್ಯವು ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಅದನ್ನು ಬಳಸುವುದರಿಂದ ಬರುತ್ತದೆ (2014ರಲ್ಲಿ, ಈ ಸ್ಥಳಗಳು ಕೆಲವೇ ಕೆಲವಿದ್ದು, ದೂರ ದೂರದವರೆಗಿದ್ದವು). ಭವಿಷ್ಯದ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಇತರ ಆಸ್ತಿಗಳಂತೆ ಅದನ್ನು ಬೇರೆಯವರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯೂ ಇದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಇದು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಅಂಗೀಕರಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಜಾಗತಿಕ ಕರೆನ್ಸಿಯಾಗಿ ಹೊರಹೊಮ್ಮುತ್ತದೆ ಎಂಬ ದೂರದ ಸಾಧ್ಯತೆಯ ಮೇಲಿನ ನಂಬಿಕೆಯು ಅದರ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ, ಮೌಲ್ಯದಲ್ಲಿನ ಕುಸಿತದ ಮೇಲೆ ಬಾಜಿ ಕಟ್ಟುವಿಕೆಯ ತೊಂದರೆಯಿಂದಾಗಿ ಬೆಲೆಯು ಸಹ ಸುಸ್ಥಿರಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಏಕೆಂದರೆ, 2013ರಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳದ ಮೇಲೆ ಬಾಜಿ ಕಟ್ಟುವ ಹೂಡಿಕೆದಾರರು ಅಸಾಧಾರಣ ಲಾಭಗಳನ್ನು ಗಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಆಸ್ತಿಯನ್ನು ಎರವಲು ಪಡೆಯಲು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿದ್ದರೂ (ಅಂದರೆ, ಕಡಿಮೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು) ಉತ್ತಮ ವಿತ್ತವೋಷಿತ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಸಮೂಹಕ್ಕೆ ಅದರ ಬೆಲೆ ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಶೂನ್ಯಕ್ಕೆ ಕುಸಿಯುತ್ತದೆ ಎಂದು ಖಚಿತವಾಗಿತ್ತು, ಕುಸಿತದ ಮೇಲೆ ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಬಾಜಿ ಕಟ್ಟುವುದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಪಾಯಗಳಿಗೆ ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಅವರು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಸರಿ ಎಂದು ಸಾಬೀತಾದರೂ ಸಹ, ಅವರು ಸನ್ನಿವೇಶವನ್ನು ತಪ್ಪಾಗಿ ಗ್ರಹಿಸಿದರೆ ಭಾರೀ ನಷ್ಟವನ್ನು ಅನುಭವಿಸಬಹುದು.

ವಾಸ್ತವವಾಗಿ, ಆಸ್ತಿಯನ್ನು ಖರೀದಿಸುವವರಲ್ಲಿ ಹಲವರಿಗೆ ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಕುಸಿತದ ಬಗ್ಗೆ ಮನವರಿಕೆ ಆಗಬಹುದು, ಆದರೆ ಅದು ಸಂಭವಿಸುವ ಮೊದಲು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ನಿರ್ಗಮಿಸಲು ಅವರು ಆಶಿಸುತ್ತಾರೆ. ಫಿಫಿಬಿಲಿಯನ್ ಕ್ವಾಂಟಮ್ ಫಂಡ್‌ನ ಮ್ಯಾನೇಜರ್ ಆಗಿದ್ದ ಸ್ಟಾನ್ಲಿ ಡ್ಯುಕೆನ್‌ಮಿಲ್ಲರ್ ಅವರು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಕಂಪನಿಗಳಲ್ಲಿ ಷೇರುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾಗ ಟೆಕ್ ಬಬಲ್ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿಯ ಪ್ರಕರಣ ಸಂಭವಿಸಿತು. ಅವುಗಳ ಮೌಲ್ಯವು ಅಧಿಕವೆಂಬುದು ಅವರಿಗೆ ತಿಳಿದಿತ್ತು. ಬೆಲೆಗಳು ಕುಸಿದು, ಫಂಡ್‌ಗೆ ಗಮನಾರ್ಹ ನಷ್ಟ ಉಂಟಾದಾಗ, ಅವರು ತಮ್ಮ ದೋಷವನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ಬೇಸ್‌ಬಾಲ್ ರೂಪಕವನ್ನು ಬಳಸಿದರು ಹಾಗೂ “ಇದು ಎಂಟನೇ ಇನ್ನಿಂಗ್ ಎಂದು ನಾವು ಭಾವಿಸಿದ್ದೆವು, ಆದರೆ ಇದು ಒಂಬತ್ತನೇ ಇನ್ನಿಂಗ್ ಆಗಿದೆ ಮತ್ತು ನಾನು ನನ್ನ ಕೈಯಾರೆ ಅತಿಯಾಗಿ ಆಡಿದ್ದೇನೆ” ಎಂದು ಅವರು ವಿವರಿಸಿದರು,

ಚರ್ಚೆ 5: ರತ್ನಗಳಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು

ವಿಶ್ವಾದ್ಯಂತ ಇರುವ ಕ್ಷೀರಸ್ಫಟಿಕ (opal), ನೀಲಮಣಿಗಳು ಮತ್ತು ಪಚ್ಚೆಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ರತ್ನಗಳ ಹೊಸ ಮೂಲಗಳ ಆವಿಷ್ಕಾರಗಳಿಂದ ಹೇಗೆ ಪ್ರಭಾವಿತವಾಗಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಲೇಖನ ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ: ಸಂಪರ್ಕ: <https://www.nytimes.com/2014/03/17/fashion/on-the-origins-of-gems.html>

1. ಇಥಿಯೋಪಿಯಾದಲ್ಲಿ ಕ್ಷೀರಸ್ಫಟಿಕಗಳ ಆವಿಷ್ಕಾರದ ಬಗ್ಗೆ ಆಸ್ಟ್ರೇಲಿಯಾದ ವಿತರಕರು ಏಕೆ ಅತ್ಯಪ್ಪರಾಧಿಗಳು? ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ವಿವರಿಸಿ.

2. ರತ್ನಗಳಿಗೆ ಪಾವತಿಸುವ ಇಚ್ಛೆಯನ್ನು ಯಾವುದು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ? ಮಡಗಾಸ್ಕರ್ ನೀಲಮಣಿಗಳು ತುಲನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಏಷ್ಯನ್ ನೀಲಮಣಿಗಳಿಗಿಂತಲೂ ಏಕೆ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಗಳಿಗೆ ದೊರೆಯುತ್ತವೆ?

3. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಪ್ರಾಪ್ತವಾದ ರತ್ನಗಳ ಖ್ಯಾತಿಯು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಏಕೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ. ಒಂದು ಕಲ್ಲಿಗೆ ನೀವು ಎಷ್ಟು ಪಾವತಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಿದ್ದೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಅದನ್ನು ಎಷ್ಟು ಇಷ್ಟಪಡುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದರ ಮೂಲಕ ನೀವು ನಿರ್ಣಯಿಸಬೇಕಲ್ಲವೇ?

4. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮೂಲಗಳ ರತ್ನಗಳ ಹೆಚ್ಚಿನ ಖ್ಯಾತಿಯು ಗುಣಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ನಿಜವಾದ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ನೀವು ಭಾವಿಸುತ್ತೀರಾ? ರತ್ನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ನಾವು ಗುಳ್ಳೆಗಳನ್ನು ನೋಡಬಹುದೇ?

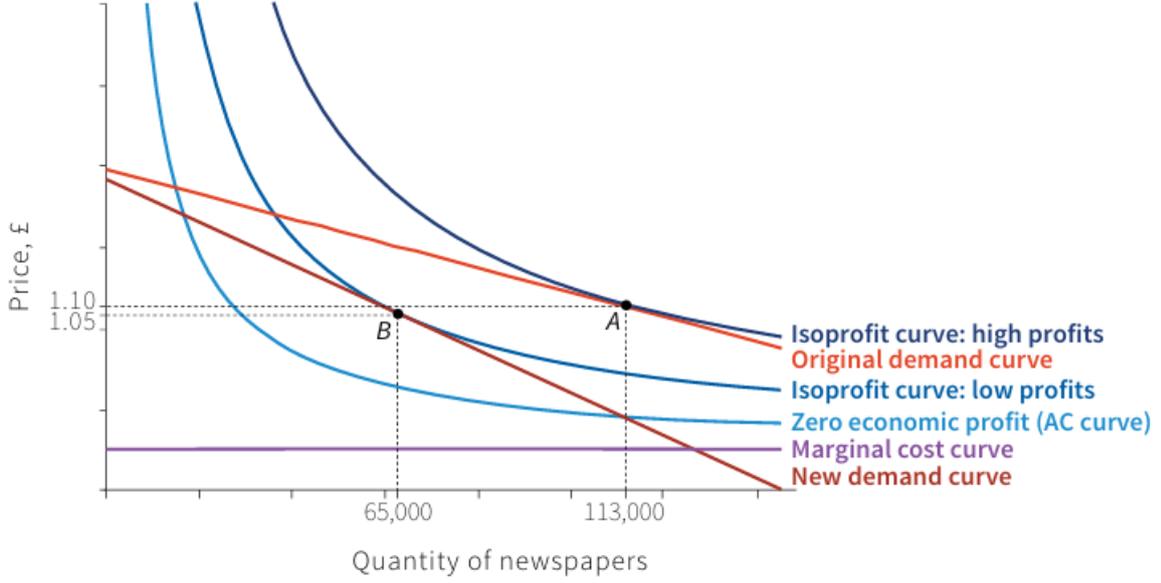
9.5 ನಿಗದಿ ಮಾಡಿದ ಬೆಲೆಗಳೊಂದಿಗಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು

ಬದಲಾದ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿ ಭದ್ರತೆಗಳ ಮತ್ತು ಸರಕುಗಳ ಬೆಲೆಗಳು ಮಿಲಿಸೆಕೆಂಡ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗಬಹುದಾದರೂ, ನಾವು ಖರೀದಿಸುವ ಅನೇಕ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ಕೇವಲ ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾಗಿ ಬದಲಾಗುವ ನಿಗದಿ ಮಾಡಿದ ಬೆಲೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಾರವಾಗುತ್ತವೆ. ಕಿರಾಣಿ ಅಂಗಡಿಗಳಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ ಆಟೋ ಡೀಲರಿಪ್‌ನವರೆಗೆ ಮತ್ತು ಆಟೋ ಡೀಲರಿಪ್‌ನಿಂದಿಡಿದು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಚೆಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳವರೆಗೆ, ಖರೀದಿಸಲು ಬಯಸುವ ಯಾರು ಬೇಕಾದರೂ ಸೂಚಿಬದ್ಧ (listed) ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸಲು ವಸ್ತುಗಳು ಲಭ್ಯವಿರುತ್ತವೆ.

ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ತಮ್ಮ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುವುದು ವಿರಳ - ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳು ಬದಲಾದಾಗಲೂ ಅವು ಸ್ಥಿರವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ನ್ಯೂಸ್ ಕಾರ್ಪ್‌ನ ಷೇರಿನ ಬೆಲೆಯು ನಿಮಿಷದಿಂದ ನಿಮಿಷಕ್ಕೆ ಏರಿಳಿತಗೊಂಡಾಗ, ಅದರ ಲಂಡನ್ ಮೂಲದ ಪತ್ರಿಕೆ ದಿ ಟೈಮ್ಸ್‌ನ ಬೆಲೆಯು 2010ರಿಂದ 2014ರವರೆಗೆ 4 ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ £1ನ ಸ್ಥಿರ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಂಡಿತು. ಆದರೂ ಅದರ ದೈನಂದಿನ ಚಲಾವಣೆಯು ಆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ 508000ರಿಂದ 384000ಕ್ಕೆ ಕುಸಿಯಿತು. ಏಕೆಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಮುದ್ರಣ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಂದ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಬದಲಾದರು.

ಟೈಮ್ಸ್‌ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಪೈಪೋಟಿಯುತವಾಗಿರಲಿಲ್ಲ: ಅದು ವಿಭೇದಿತ ಉತ್ಪನ್ನವಾಗಿದ್ದು, ತಯಾರಕರು ಅದು ನಿಗದಿಪಡಿಸುವ ಬೆಲೆಯ ಮೇಲೆ ಸ್ವಲ್ಪ ವಿವೇಚಾಧಿಕಾರವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರು. ವಿಭಾಗ 7ರಲ್ಲಿ ನಾವು ಇತರ ವಿಭೇದಾತ್ಮಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಕುರಿತಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಿದಂತೆ ವಾರ್ತಾಪತ್ರಿಕೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬಹುದು. ಮುದ್ರಣ ಮತ್ತು ವಿತರಣಾ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಒಂದು ವಾರ್ತಾಪತ್ರಿಕೆಯ ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚವು ಆ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಸಂಚಲನೆಯೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಬದಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಆದ್ದರಿಂದ ಚಿತ್ರ 13ರಲ್ಲಿ ನಾವು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಸ್ಥಿರವಾಗಿ ತೋರಿಸುತ್ತೇವೆ. ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿನ ಸಮತಲವಾಗಿರುವ ರೇಖೆಯು (ಅಡ್ಡ ರೇಖೆ) ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚದ ರೇಖೆಯಾಗಿದೆ. ಪತ್ರಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ವಿಷಯವನ್ನು ಮುದ್ರಿಸಲು ತಗಲುವ ವೆಚ್ಚವು ನಿಶ್ಚಿತ ವೆಚ್ಚವಾಗಿದೆ, ಇದು ಪತ್ರಿಕೆಯ ಸಂಚಲನೆಯಿಂದ ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿದ್ದು, ಸಾಕಷ್ಟು ಅಧಿಕವಾಗಿರಬಹುದು. ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿನ ಎಲ್ಲಕ್ಕಿಂತ ತೆಳುವಾದ ನೀಲಿ ವರ್ಣದ ಸಮಲಾಭ(isoprofit) ರೇಖೆಯು ನಿಖರವಾಗಿ ಶೂನ್ಯದ ಆರ್ಥಿಕ ಲಾಭಗಳನ್ನು

ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ: ಇದು ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆಯ ಪ್ರತಿ ಹಂತದ ಸಂಚಲನೆಯಲ್ಲಿ ಅದರ ನಿಶ್ಚಿತ ವೆಚ್ಚಗಳು ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಸರಿದೂಗಿಸಲು ಯಾವ ಬೆಲೆಯಿರಬೇಕೆಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ತೆಳು ಕೆಂಪಿನ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯೊಂದಿಗೆ ನಾವು ಪ್ರಾರಂಭಿಸೋಣ: ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆಯ 113000 ಪತ್ರಿಕೆಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದಾಗ ಅದು ಲಾಭವನ್ನು ಗರಿಷ್ಠಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ನಾವು ನೋಡಬಹುದು. ಇಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಗಾಢ ನೀಲಿ ವರ್ಣದ ಸಮಲಾಭ ರೇಖೆಯನ್ನು ಸ್ಪರ್ಶಿಸಿದೆ. ಪತ್ರಿಕೆಯು ತನ್ನ ಲಾಭ-ಗರಿಷ್ಠತೆಯ ಬೆಲೆಯನ್ನು £1.10ಕ್ಕೆ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದೆ.



ಚಿತ್ರ 13. ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ಕುಸಿತ

ಈಗ ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಕುಸಿತವಿದೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸೋಣ. ಬೆಲೆಯ ಪ್ರತಿ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರು ಕಡಿಮೆಯಿರುತ್ತಾರೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ಗಾಢ ಕೆಂಪು ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿರುವಂತೆ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಒಳಮುಖವಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಹೊಸ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯಲ್ಲಿ ಲಾಭವನ್ನು B ಬಿಂದುವಿನಲ್ಲಿ ಗರಿಷ್ಠಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ರೇಖಾಚಿತ್ರವು ಹೊಸ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯ ಮೇಲಿನ ಲಾಭ-ಗರಿಷ್ಠಗೊಳಿಸುವ ಬೆಲೆಯು ಅಷ್ಟೇನೂ ಬದಲಾಗದಿರುವ ಒಂದು ಪ್ರಕರಣವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. £1.05ರ ಹೊಸ ಬೆಲೆಯು ಮೂಲ ಬೆಲೆಗಿಂತ ಸ್ವಲ್ಪ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ, ಆದಾಗ್ಯೂ ಮಾರಾಟವಾದ ವಾರ್ತಾಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಪ್ರಮಾಣವು ಮೊದಲಿಗಿಂತ ಚಿಕ್ಕದಾಗಿದ್ದು, ಸಂಸ್ಥೆಯು ಈಗ ಕಡಿಮೆ ಸಮಲಾಭದ ರೇಖೆಯ ಮೇಲಿದೆ.

ಬೆಲೆಯು ಏಕೆ ಇಷ್ಟೊಂದು ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ? ಪತ್ರಿಕೆಯ ಮಾಲೀಕರು ಇಲ್ಲಿ ಮಾಡಿದಂತೆ ವಿಭೇದಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಉತ್ಪಾದಕರು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚದ ಮಟ್ಟಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬ ವಿಷಯ ನಮಗೆ ತಿಳಿದಿದೆ. ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚದ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವು ಪ್ರತಿ ಘಟಕದ ಲಾಭಾಂಶವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಮಾಣವು 113000ರಿಂದ 65000ಕ್ಕೆ ಇಳಿದಾಗ, ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚವು ಒಂದೇ ಆಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಚಿತ್ರ-13ರಲ್ಲಿ ಸಹ ಲಾಭದ ಪ್ರಮಾಣವು ಬಹುತೇಕ ಒಂದೇ ಆಗಿದೆ.

ಇದು ಯಾವಾಗಲೂ ಸಂಭವಿಸುವುದಿಲ್ಲ: ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಲಾಭದ ಪ್ರಮಾಣವು ಬೇಡಿಕೆಯ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಬದಲಾದಾಗ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವ ಏನಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದರ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಅದು ಹೆಚ್ಚುಬಹುದು ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆಯಾಗಬಹುದು ಅಥವಾ ಒಂದೇ ಆಗಿರಬಹುದು. ಆದರೆ ಪ್ರತಿ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆಯು ಸರಿಸುಮಾರು ಒಂದೇ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಕುಸಿಯುವ ಒಂದು ಸಂಭಾವ್ಯ ಪ್ರಕರಣವನ್ನು ಈ ಉದಾಹರಣೆಯು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯು ಇಳಿಜಾರಿನತ್ತ ಸಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ ಮಟ್ಟದ ಸಮಲಾಭ ರೇಖೆಗಳು ಸಹ ಇಳಿಜಾರಿನತ್ತ ಸಾಗುವ ಕಾರಣ, ನಾವು ಐನ್ಸೈನ್-3ರಲ್ಲಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿದಂತೆ ಬೆಲೆಯು ಸರಿಸುಮಾರು ಒಂದೇ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಬೆಲೆ-ಹೊಂದಿಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬದಲಾವಣೆಯಿಲ್ಲದೆ, ಅದರ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗಬಹುದು. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚಗಳು ಸಮತಟ್ಟಾಗಿರುವಾಗ ಇದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಅಲ್ಲದೆ, ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಸರಿಹೊಂದಿಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಂಭವನೀಯ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ನಾವು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡರೆ - ಅದರ ಬೆಲೆ ಪಟ್ಟಿಗಳು ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಬದಲಾವಣೆ, ಉದಾಹರಣೆಗೆ - ಬೇಡಿಕೆ ಬದಲಾದಾಗ ಅನೇಕ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಬೆಲೆಗಳು ಏಕೆ ಬದಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬುದರಿಂದ ನಾವು ವಿವರಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬಹುದು.

ಐನ್ಸೈನ್ 3

ವಿಭಾಗ 7ರಲ್ಲಿ ನಾವು ಸೀಮಾಂತ ವೆಚ್ಚಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಯ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮಾರ್ಕ್‌ಅಪ್‌ಗಾಗಿ ಸೂತ್ರವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡಿದ್ದೇವೆ:

$$(P - MC)/P = 1/\text{ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವ}$$

ಅಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವವು ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯ ಇಳಿಜಾರಿನ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ:

$$\text{ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವ} = P/Q \times \Delta Q / \Delta P = P/Q \times 1/\text{ಇಳಿಜಾರು}$$

ಆದ್ದರಿಂದ ಲಾಭಾಂಶವು:

$$P - MC = Q \times \text{ಇಳಿಜಾರು}$$

ಚಿತ್ರ 8ರಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿದ ಉದಾಹರಣೆಯಲ್ಲಿ, ವಾರ್ತಾಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ಕಡಿಮೆಯಾದಾಗ, ಪ್ರತಿ ಬೆಲೆಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ Q ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ, ಆದರೆ ಇಳಿಜಾರು ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ, ಆದ್ದರಿಂದ Q x ಇಳಿಜಾರು ಸರಿಸುಮಾರು ಸ್ಥಿರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದರರ್ಥ Qನಲ್ಲಿನ ಕುಸಿತದ ಹೊರತಾಗಿಯೂ, ಲಾಭದ ಪ್ರಮಾಣವು ಸರಿಸುಮಾರು ಒಂದೇ ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

ಅನೇಕ ನಿಗದಿತ ಬೆಲೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಸಂಘಟನೆ ಮತ್ತು ಸಂಚಾಲನೆಯ ದೊಡ್ಡ ನಿಶ್ಚಿತ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತವೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಬೇಡಿಕೆಯ ಹೆಚ್ಚಳವನ್ನು ಸ್ವಾಗತಿಸುತ್ತಾರೆ: ಅವರು ಬೆಲೆಗಳಿಗೆ ಬದಲಾಗಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಮೂಲಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಾರೆ. ಚಿತ್ರ 13ರಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದ್ದ ವಾರ್ತಾಪತ್ರಿಕೆಯು ಅದರ ಉತ್ಪಾದನೆಯು 113,000ರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾದಾಗ ಹೆಚ್ಚಿನ ಲಾಭವನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಪ್ರತಿ ಪತ್ರಿಕೆಯ ವೆಚ್ಚವು 65,000ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ.

ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಸೀಮಾಂತ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚಗಳೊಂದಿಗೆ ತಯಾರಿಸಿದ ಸರಕುಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಬೇಡಿಕೆಯ ಬದಲಾವಣೆಯ ತಕ್ಷಣದ ಪರಿಣಾಮವು ಅವುಗಳ ದಾಸ್ತಾನುಗಳ ಮೇಲೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆಯೇ ವಿವಿಧ ಬೆಲೆಗಳ ಮೇಲೆ ಅಲ್ಲ. ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಾದರೆ, ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ್ದ ದಾಸ್ತಾನು ನಿರೀಕ್ಷೆಗಿಂತ ವೇಗವಾಗಿ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅಂಗಡಿಗಳು ಈ ದಾಸ್ತಾನನ್ನು ಮರುಪೂರಣಗೊಳಿಸಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಅದೇಶಿಸುತ್ತವೆ. ನಿಗದಿತ ಬೆಲೆಯ ಅನೇಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಉತ್ಪಾದನೆ ನಿಧಾನಗತಿಯಿಂದ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರರ್ಥ ಕಾರ್ಖಾನೆಗಳು ದೀರ್ಘ ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಪಾಳೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸಬಹುದು, ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಕಾರ್ಖಾನೆಗಳು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು ಅಥವಾ ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಕೂಲಿಯನ್ನು ಪಾವತಿಸಬಹುದು.

ನಿಗದಿತ ಬೆಲೆಗಳ ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಯಾವುದೇ ದಾಸ್ತಾನುಗಳಿಲ್ಲ, ಆದರೆ ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳ ತಕ್ಷಣದ ಪರಿಣಾಮವು ಬೆಲೆಗಳಿಗಿಂತ ಅವುಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಮೇಲೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಒಂದು ಸರ್ವೇಸಾಮಾನ್ಯ ರೆಸ್ಟೋರೆಂಟ್‌ನ ಮೆನುವಿನಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ನಿಗದಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಏರಿಳಿತಗಳೊಂದಿಗೆ ಇವು ಬದಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ, ಖಾಲಿ ಟೇಬಲ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಅಥವಾ ಕಾಯುವ ಸಮಯದ ಅವಧಿಯು ಗ್ರಾಹಕರ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ನಾವು ಹಣಕಾಸಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದರೆ, ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳು ಬದಲಾದಂತೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಗೊಳಿಸಲು ಬೆಲೆಗಳು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಸರಿಹೊಂದುವುದನ್ನು ನಾವು ನೋಡಿದ್ದೇವೆ. ನಿರಂತರವಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳ ಹೊರತಾಗಿಯೂ ವಿಭಾಗ- 8ರ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಮಾದರಿಯು ಅನ್ವಯವಾಗುವಂತೆ ಕಾಣುತ್ತದೆ. ನಿಗದಿತ ಬೆಲೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ವಿಭಾಗ-7ರಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ-ನಿಗದಿಪಡಿಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಂತೆ ವರ್ತಿಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ ವರ್ತಿಸುತ್ತದೆ: ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಪುನಃಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಬೆಲೆ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯ ಬದಲಿಗೆ ಕನಿಷ್ಠ ಪರಿಮಾಣದ ಮೂಲಕ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ, ಬದಲಾವಣೆಯು ಶಾಶ್ವತವೆಂದು ಸಾಬೀತಾದರೆ, ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಸಹ ಸರಿಹೊಂದಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸಬಹುದು.

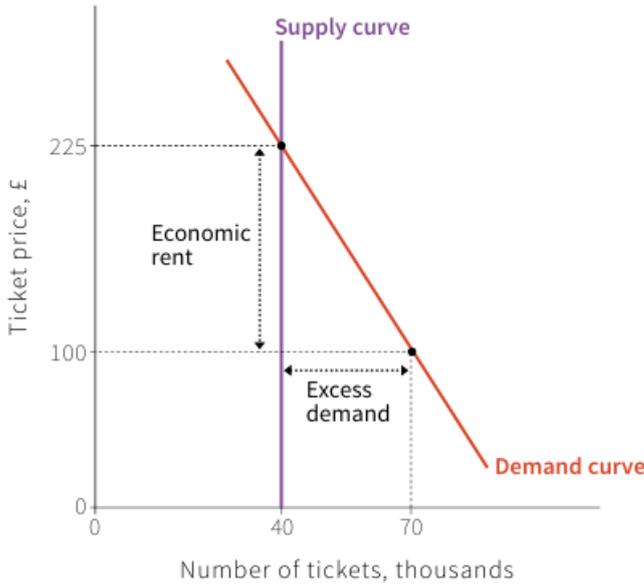
9.6 ನಿಯಂತ್ರಿತ ವಿತರಣೆ (rationing), ಸಾಲುಗೊಡು (Queuing) ಮತ್ತು ದ್ವಿತೀಯಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು

ನಾವು ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉದಾಹರಣೆಗಳಲ್ಲಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿರುವುದನ್ನು ನೋಡಿದ್ದೇವೆ: ಅಲ್ಲಿ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಮೀಕರಿಸಲು ಬೆಲೆ ಅಥವಾ ಪ್ರಮಾಣದ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಗಳು ನಡೆಯುತ್ತವೆ. ಈಗ ನಾವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಗೊಳಿಸಿದ, ಆದರೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಪೂರೈಕೆ ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಬೇಡಿಕೆಯ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಕೆಲವು ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ,

ಬೆರ್ಲಿನ್ ಅಥವಾ 2013ರ ವಿಶ್ವ ಪ್ರವಾಸದ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳು ನ್ಯೂಜಿಲೆಂಡ್‌ನಲ್ಲಿನ ಆಕ್ಲೆಂಡ್ ಪ್ರದರ್ಶನಕ್ಕಾಗಿ 15 ನಿಮಿಷಗಳಲ್ಲಿ, ಮೂರು UK ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ 12 ನಿಮಿಷಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಅಮೇರಿಕದಲ್ಲಿ ವಾಷಿಂಗ್ಟನ್ DCಗಾಗಿ ಒಂದು ನಿಮಿಷಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾದವು. ಅಮೇರಿಕನ್ ಗಾಯಕನಾದ ಬಿಲ್ಲಿ ಜೋಯಲ್ ಅಕ್ಟೋಬರ್ 2013ರಲ್ಲಿ ನ್ಯೂಯಾರ್ಕ್‌ನ ತನ್ನ ಹುಟ್ಟೂರು ಲಾಂಗ್ ಐಲ್ಯಾಂಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಅಚ್ಚರಿಯ ಸಂಗೀತ ಕಚೇರಿಯನ್ನು ಘೋಷಿಸಿದಾಗ, ಲಭ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳನ್ನು ನಿಮಿಷಗಳಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸಲಾಯಿತು. ಈ ಎರಡೂ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ

ಟಿಕೆಟ್ ಬೆಲೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಹಣವನ್ನು ಪಾವತಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಿದ್ದ ಅನೇಕ ನಿರಾಶೆಗೊಂಡ ಖರೀದಿದಾರರಿದ್ದರು ಎಂದು ಹೇಳುವುದು ಹೆಚ್ಚು ಸಮಂಜಸವಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಸಂಗೀತ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಆಯೋಜಕರು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆಯು ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ಮೀರಿತು.

ಕ್ರೀಡಾಕೂಟಗಳ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳಿಗೆ ಸಹ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಡಿಕೆ ಇರುವುದನ್ನು ನಾವು ನೋಡುತ್ತೇವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ 2012ರ ಒಲಿಂಪಿಕ್ ಕ್ರೀಡಾಕೂಟಕ್ಕಾಗಿ ಲಂಡನ್ ಸಂಘಟನಾ ಸಮಿತಿಯು 7 ದಶಲಕ್ಷ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳಿಗಾಗಿ 22 ದಶಲಕ್ಷ ಅರ್ಜಿಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿತು. ಚಿತ್ರ-14, ಒಲಿಂಪಿಕ್ ಸಂದರ್ಭವೊಂದರ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯ ಶೈಲೀಕೃತ ಪ್ರತಿನಿಧಿತ್ವವಾಗಿದೆ. ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿರುವಂತೆ ಒಲಿಂಪಿಕ್ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಕ್ರೀಡಾಂಗಣದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು 40,000 ಎಂದು ನಿಗದಿಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆ ಸಮಾನವಾಗಿರುವ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಟಿಕೆಟ್‌ನ ಬೆಲೆ £225. ಸಂಘಟನಾ ಸಮಿತಿಯು ಈ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ, ಆದರೆ £100ರಷ್ಟು ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ 70,000 ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆಯಿದೆ. 30,000 ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಡಿಕೆಯಿದೆ.



ಚಿತ್ರ 14. ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಬೇಡಿಕೆ

ಜನಪ್ರಿಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಕ್ಕಾಗಿ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವಲ್ಲಿ ಯಶಸ್ವಿಯಾದವರಲ್ಲಿ ಕೆಲವರು ಅವುಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಬದಲು ಲಾಭಕ್ಕಾಗಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಪ್ರಚೋದಿಸಲ್ಪಡಬಹುದು. ಚಿತ್ರ-14ರಲ್ಲಿ £100ಕ್ಕೆ ಖರೀದಿಸಿದ ಟಿಕೆಟ್ ಅನ್ನು ಕನಿಷ್ಠ £225ಕ್ಕೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬಹುದು, ಇದರಿಂದ ಮಾರಾಟಗಾರನಿಗೆ £125 ಲಾಭವಾಗುತ್ತದೆ.

ಈ ರೀತಿ ವರ್ತಿಸುವ ಯಾರೇ ಆದರೂ ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಹಣ (£125), ಆರ್ಥಿಕ ಬಾಡಿಗೆಗೆ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿದೆ. ಈ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ವಿಭಾಗ-2ನ್ನು ಸ್ಮರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಹೆಚ್ಚು ಸೂಕ್ತವೆನಿಸುತ್ತದೆ, ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಬ್ಬನಿಂದ ಸ್ವೀಕರಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಪಾವತಿಯು ನಂತರದ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಪರ್ಯಾಯಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನದಾಗಿದೆ, ಈ

ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಟಿಕೆಟ್ ಅನ್ನು ಹಿಡಿದಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ಸಂಗೀತ ಕಚೇರಿಗೆ ಹಾಜರಾಗುವ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಅವನು ಅಥವಾ ಅವಳು £100 ಪಾವತಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಿದ್ದರು. ಆದ್ದರಿಂದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಕ್ಕೆ ಹಾಜರಾಗುವುದನ್ನು £100ಗೆ ಮೌಲೀಕರಿಸಿದ ವ್ಯಕ್ತಿಯು £225ಕ್ಕೆ ಟಿಕೆಟ್ ಅನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿ, £125ರ ಅಧಿಕ ಬಾಡಿಗೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾನೆ. ಇತರೆ £100 ಅನ್ನು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ನೋಡದಿರುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಈ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಸರಿದೂಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಬಾಡಿಗೆಗಳ ಸಂಭಾವ್ಯತೆಯು ಸಮಾನಾಂತರ ಅಥವಾ ದ್ವಿತೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬಹುದು. ಸಂಗೀತ ಕಚೇರಿಗಳು ಮತ್ತು ಕ್ರೀಡಾಕೂಟಗಳ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಆರಂಭಿಕ ಬೇಡಿಕೆಯ ಒಂದು ಭಾಗವು ಕಾಳಸಂತಕೋರರಿಂದ ಬರುತ್ತದೆ: ಅಂದರೆ ಈ ಜನರು ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳನ್ನು ಲಾಭದಲ್ಲಿ ಮರುಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಯೋಚಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇಬೇ, ಕ್ರೇಗ್ಸ್ ಮತ್ತು ಸ್ಪೆಕ್ಟ್ರಮ್‌ನಂತಹ ಪೀರ್-ಟು-ಪೀರ್ ವಹಿವಾಟಿನ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳು ಬಹುತೇಕ ತತ್ಕ್ಷಣ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ, ಮೂಲತಃ ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಗಳ ಗುಣಕಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಳು ಸೂಚಿಬದ್ಧ(listed)ವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಸೋಚಿಯಲ್ಲಿ ನಡೆದ 2014ರ ಚಳಿಗಾಲದ ಒಲಿಂಪಿಕ್‌ಸ್‌ನ ಕೊನೆಯ ಕೆಲವು ದಿನಗಳಲ್ಲಿ, 200 ರೂಬಲ್‌ಗಳ ಮುಖಬೆಲೆಯ ಒಲಿಂಪಿಕ್ ಪಾರ್ಕ್‌ನ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳನ್ನು ಪಾರ್ಕ್‌ನ ಹೊರಗೆ 4,000 ರೂಬಲ್‌ಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಯಿತು. (ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಸಂಘಟಕರು ಈ ಅಭ್ಯಾಸವನ್ನು ತಡೆಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬಹುದು; ಸೋಚಿಯಲ್ಲಿ ಭದ್ರತಾ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಮಧ್ಯಪ್ರವೇಶಿಸಬೇಕಿತ್ತು).

ದ್ವಿತೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಬೆಲೆಗಳು ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ಸಮೀಕರಿಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಪಾವತಿಸಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಇಚ್ಛೆ ಹೊಂದಿರುವವರಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಹಂಚಿಕೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ಪಷ್ಟ ಬೆಲೆಯು ಸೂಚಿಬದ್ಧ (listed) ಬೆಲೆಗಿಂತ ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚಿನದಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಉಹೆಯು ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳ ಆರಂಭಿಕ ಉನ್ನಾದಿತ ಬೇಡಿಕೆಗೆ ಆಂಶಿಕ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ, ಅದೇನೇ ಇದ್ದರೂ, ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸುವ ಕೆಲವು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳನ್ನು ತಮ್ಮಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರಲ್ಲದೆ, ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅವರಿಗಿದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ.

ಲಂಡನ್ ಒಲಿಂಪಿಕ್ಸ್ ವೇಳೆ ಆಯೋಜನಾ ಸಮಿತಿಯಿಂದ ಬೆಲೆ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿ ಲಾಟರಿ ಮೂಲಕ ಟಿಕೆಟ್ ಹಂಚಿಕೆ ಮಾಡಲಾಗಿತ್ತು. ಸರಕುಗಳನ್ನು ಬೆಲೆಯಿಂದ ನಿಗದಿಪಡಿಸುವುದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ನಿಯಂತ್ರಿತ ವಿತರಣೆಗೊಳಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ (rationing) ಎಂಬುದಕ್ಕೆ ಇದು ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿದೆ. ಆಯೋಜಕರು ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಯನ್ನು (ಚಿತ್ರ-14ರಲ್ಲಿನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಕ್ಕೆ £225) ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿತ್ತು, ಅದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಇದರರ್ಥ £225ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಪಾವತಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಿರುವ ಜನರು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಲಾಟರಿ ಮೂಲಕ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳನ್ನು ಹಂಚುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣ, ಪಾವತಿಸಲು ಕಡಿಮೆ ಇಚ್ಛೆ ಹೊಂದಿರುವ ಕೆಲವರು (ಬಹುಶಃ ಅವರು ಸೀಮಿತ ಆದಾಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರಿಂದ) ಸಹ ಆಟಗಳನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು, ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಚರ್ಚೆಗಳು ನಡೆದವು, ಕೆಲವರು ತಮ್ಮ ಕೋಪವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದರು. ಆದರೆ IOC ಅಧ್ಯಕ್ಷ ಜಾಕ್ವೆಸ್ ರೋಗ್ ಇದನ್ನು “ಮುಕ್ತ, ಪಾರದರ್ಶಕ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯೋಚಿತ” ಎಂದು ಸಮರ್ಥಿಸಿಕೊಂಡರು.

ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳ ಆರಂಭಿಕ ಹಂಚಿಕೆಯನ್ನು ನಾವು ಪ್ಯಾರಿಟೊ ಅಸಮರ್ಥತೆ ಎಂದು ವಾದಿಸಬಹುದು-ಅವುಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಮಹತ್ವವನ್ನು ನೀಡಿದ ಜನರಿಗೆ ಅವನ್ನು ಹಂಚಿಕೆ ಮಾಡಲಾಗಿಲ್ಲ. ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, £100ಕ್ಕೆ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಿದ ಕೆಲವರು ಅವಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಪಾವತಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಿರುವವರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಗೆ ನಂತರದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ

ಮಾಡಿದರು ಎಂಬ ಅಂಶದಿಂದ ಈ ವಾದವು ಬೆಂಬಲಿತವಾಗಿದೆ. ಒಲಿಂಪಿಕ್ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳ ಕಳ್ಳವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಟೀಕಿಸಲಾಯಿತು-ಆದರೆ ಟಿಕೆಟ್‌ನ ಮಾರಾಟವು ಮಾರಾಟಗಾರ ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಪರಸ್ಪರ ಪ್ರಯೋಜನಕಾರಿಯಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸಿ.

ಆದರೆ ಒಲಿಂಪಿಕ್ ಟಿಕೆಟ್ ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಕೆಲವು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಟೀಕೆಗಳು ಇದ್ದರೂ ಕೂಡ, ಬೆಲೆಗಳು ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚೇ ಹೊರತು ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ಅಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಇದು ಸೂಚಿಸಿತು. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜನರು ದಕ್ಷತೆಗಿಂತ ನ್ಯಾಯೋಚಿತತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಕಾಳಜಿ ವಹಿಸಿದ್ದಾರೆಂದು ತೋರುತ್ತದೆ: ಪಾವತಿಸಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಇಚ್ಛೆಯುಳ್ಳವರಿಗೆ ಅಥವಾ ಸಮರ್ಥರಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಲು ಅವರು ಬಯಸಲಿಲ್ಲ. ಒಲಿಂಪಿಕ್ ಸಂಘಟನಾ ಸಮಿತಿಗೆ ಲಾಭವನ್ನು ಗರಿಷ್ಠಗೊಳಿಸುವ ಬದಲು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಹಿತವನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಅಗತ್ಯವಿತ್ತು.. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಅದು £225 ಶುಲ್ಕ ವಿಧಿಸಬಹುದಿತ್ತು, ಆದರೆ ಹಾಗೆ ಮಾಡಿದಿರಲು ನ್ಯಾಯಸಮ್ಮತತೆಯ ಷರತ್ತುಗಳಿಂದ ಅದು ನಿರ್ಬಂಧಿತವಾಗಿತ್ತು.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ಪಷ್ಟ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸುವ ಮೂಲಕ ಸಂಗೀತ ಕಛೇರಿಯ ಆಯೋಜಕರು ತಮ್ಮ ಆದಾಯವನ್ನು ಏಕೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ? ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಇರುವ ಒಂದು ಸ್ಪಷ್ಟ ಕಾರಣವೆಂದರೆ ಪ್ರದರ್ಶಕರು ಸಾರ್ವಜನಿಕರೊಂದಿಗೆ ತಮ್ಮ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಜಾಹೀರಾತು ಒಪ್ಪಂದಗಳು ಸೇರಿದಂತೆ ಅವರ ಇತರ ವಾಣಿಜ್ಯ ಆಸಕ್ತಿಗಳ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ.

ಸರಕಿನ ಉತ್ಪಾದಕರು ನಿರಂತರ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಬೇಡಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವ ಇತರ ಪ್ರಕರಣಗಳಿವೆ. ಕೇವಲ 12 ಸೀಟುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದ ನ್ಯೂಯಾರ್ಕ್‌ನ ರೆಸ್ಬಾರಂಟ್ Momofuku Ko ಉಟದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ \$175ಗೆ 16-ಕೋರ್ಸ್ ಟೀಸಿಂಗ್ ಮೆನುವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಕಾಯ್ದಿರಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು 10 ದಿನಗಳ ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ಮಾಡಲು ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಲಾಗಿತ್ತು, ಪ್ರತಿದಿನ ಬೆಳಿಗ್ಗೆ 10 ಗಂಟೆಗೆ ಆನ್‌ಲೈನ್ ತೆರೆಯಲ್ಪಟ್ಟು, ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕೇವಲ ಮೂರು ಸೆಕೆಂಡುಗಳಲ್ಲಿ ಅವು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿತ್ತು. 2008ರಲ್ಲಿ ರೆಸ್ಬಾರಂಟ್‌ನ ಮಾಲೀಕ ಡೇವಿಡ್ ಚಾಂಗ್ \$2,780ಗೆ ಚಾರಿಟಿ (ಧರ್ಮಾರ್ಥ) ಹರಾಜಿನಲ್ಲಿ ಕಾಯ್ದಿರಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದರು. ಆದಾಯವು ಚಾರಿಟಿಗೆ ಬಂದಾಗ, ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ವಸ್ತುವಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಹಣವನ್ನು ಪಾವತಿಸುವ ಇಚ್ಛೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡರೆ, ಇದು ಕಾಯ್ದಿರಿಸುವಿಕೆಗಳ ನಿಟ್ಟಿನ ಗಣನೀಯ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ-ಆದರೆ ಆತನು ಬೆಲೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲಿಲ್ಲ.

ಚರ್ಚೆ 6: ಟಿಕೆಟ್‌ನ ಬೆಲೆ

ಸ್ಥಿರ ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿ (ಸಂಗೀತ ಕಛೇರಿಯ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳು ಅಥವಾ ರೆಸ್ಬಾರಂಟ್ ಕಾಯ್ದಿರಿಸುವಿಕೆಗಳಂತಹ) ಸರಕುಗಳ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಲು ತುಂಬಾ ಕಡಿಮೆ ಎಂದು ತಿಳಿದಿರುವ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಏಕೆ ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾನೆ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ಪಷ್ಟ ಬೆಲೆಯ ಮೂಲಕ ಸರಕುಗಳನ್ನು ನಿಗದಿಸಿದಾಗ, ಅವರು ಹೆಚ್ಚಿಗೆ ಪಾವತಿಸಲು ಇಚ್ಛೆ ಇರುವ ಖರೀದಿದಾರರನ್ನು ತಲುಪುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಅವುಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿತ ವಿತರಣೆಗೊಳಪಡಿಸಿದಾಗ, ಯಾರು ಸರಕುಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿತ ವಿತರಣಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಒಲಿಂಪಿಕ್ ಸಮಯದಲ್ಲಿನ ಯಶಸ್ವಿ ಖರೀದಿದಾರರು, ಲಾಟರಿಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸಲು ಬಯಸುವ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ಯಾದೃಚ್ಛಿಕ ಉಪಗುಂಪಾಗಿದ್ದರು. Momofuku ko ರೆಸ್ತಾರಂಟ್‌ನ ಸೀಟನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಕಾಯ್ದಿರಿಸಿದವರು 10 ದಿನಗಳ ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ಸರಿಯಾದ ಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಬುಕ್ ಮಾಡಲು ಸಿದ್ಧರಾಗಿದ್ದ ಜನರು. ಜನಪ್ರಿಯ ರೆಸ್ತಾರಂಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಸಂಜೆ ಸರತಿ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಇರುವವರಿಗೆ ಟೇಬಲ್‌ಗಳನ್ನು ನಿಗದಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ಅವರು ಬೇಗನೆ ಅಲ್ಲಿಗೆ ಹೋಗಲು ಮತ್ತು ಕಾಯಲು ಸಮಯವನ್ನು ತ್ಯಾಗ ಮಾಡಲು ಸಿದ್ಧರಿರುವ ಜನರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಪ್ರಕರಣದಲ್ಲಿ, ಮತ್ತು Momofuku koನ ಪ್ರಕರಣದಲ್ಲಿ, ಖರೀದಿದಾರರು ಹಣರಹಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪಾವತಿಸುವ ಮೂಲಕ ಒಳ್ಳೆಯದನ್ನು ಎಷ್ಟು ಗೌರವಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತಾರೆ.

9.7 ನಿಯಂತ್ರಿತ ಬೆಲೆಗಳೊಂದಿಗಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು

ಡಿಸೆಂಬರ್ 2013ರಲ್ಲಿ, ನ್ಯೂಯಾರ್ಕ್ ನಗರದಲ್ಲಿ ಶೀತ ಮತ್ತು ಹಿಮಭರಿತ ಶನಿವಾರದಂದು, ಟ್ಯಾಕ್ಸಿ ಸೇವೆಗಳ ಬೇಡಿಕೆಯು ಗಮನಾರ್ಹವಾಗಿ ಏರಿತು. ನಿಗದಿತ ದರದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದ ಪರಿಚಿತ ಮೀಟರ್ ಹೊಂದಿದ್ದ ಹಳದಿ ಮತ್ತು ಹಸಿರು ಕ್ಯಾಬ್‌ಗಳು (ಗರಿಷ್ಠ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ರಾತ್ರಿಯ ಸಮಯದ ಅವಧಿಗಳು ಮತ್ತು ಗರಿಷ್ಠ ಬೇಡಿಕೆಗಳ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಗಳಿಗೆ ಒಳಪಟ್ಟಿರುತ್ತವೆ), ದೊರೆಯುವುದು ಕಷ್ಟಕರವಾಗಿತ್ತು. ಇಂತಹ ಟ್ಯಾಕ್ಸಿಗಳನ್ನು ಹುಡುಕುತ್ತಿರುವವರು ಅದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಲಭ್ಯತೆ ಅಥವಾ ದೀರ್ಘಕಾಲ ಕಾಯುವ ಸಮಯದ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದರು.

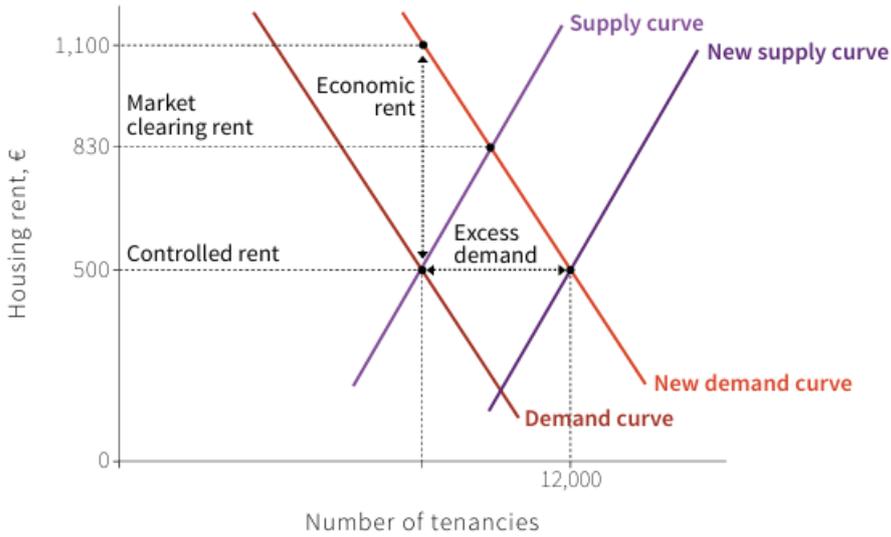
ಆದರೆ ಇದಕ್ಕೆ ಪರ್ಯಾಯವು ಲಭ್ಯವಿತ್ತು. ಅದು ದ್ವಿತೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮತ್ತೊಂದು ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿದೆ: ಅದು ಯಾವುದೆಂದರೆ ಬೇಡಿಕೆಯ ಮೇರೆಗೆ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ (app) ಆಧಾರಿತ ಟ್ಯಾಕ್ಸಿ ಸೇವೆ, Uber. ಇದು 2014ರ ಆರಂಭದಲ್ಲಿ 25 ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ 67 ನಗರಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿತು. ಸ್ಥಳೀಯ ಸಾರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸಿದ ಇದು ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳಿಗೆ ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುವ ರಹಸ್ಯ ಗಣನ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ನೋಡಬಹುದು. ಕ್ಯಾಬ್‌ಗಳ ಮಾನಕ (standard) ದರಗಳು ಹವಾಮಾನದೊಂದಿಗೆ ಬದಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ, ಆದರೆ Uberನ ಬೆಲೆಗಳು ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಬದಲಾಗಬಹುದು. ಡಿಸೆಂಬರ್-2013ರ ರಾತ್ರಿ Uberನ ವರ್ಧಿತ-ಬೆಲೆಯ ಗಣನ ವಿಧಾನವು ಹಳದಿ ಮತ್ತು ಹಸಿರು ಕ್ಯಾಬ್‌ಗಳು ವಿಧಿಸುವ ಮೂಲ ದರಕ್ಕಿಂತ ಎಂಟು ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚು ದರಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಯಿತು. ಈ ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆಯು ಕೆಲವು ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಉಸಿರುಗಟ್ಟಿಸಿತು ಮತ್ತು ಕೆಲವು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪೂರೈಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಯಿತು, ಏಕೆಂದರೆ ಟ್ಯಾಕ್ಸಿ ಚಾಲನೆಯನ್ನು ಮುಗಿಸಿ, ತೆರಳುವುದರಲ್ಲಿದ್ದ ಚಾಲಕರು ರಸ್ತೆಯಲ್ಲೇ ಉಳಿದರಲ್ಲದೆ, ಇತರರು ಸೇರಿಕೊಂಡರು.

ಚರ್ಚೆ 7: ಬೆಲೆಯನ್ನು ಏಕೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಬಾರದು?

ಕೆಳಗಿನವುಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ: “ಕ್ಯಾಬ್ ದರಗಳಲ್ಲಿನ ತೀವ್ರ ಹೆಚ್ಚಳವು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಉಬರನ ತೀವ್ರ ಟೀಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಯಿತು, ಆದರೆ ಚಿನ್ನದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ತೀಕ್ಷ್ಣ ಹೆಚ್ಚಳವು ಅಂತಹ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವುದಿಲ್ಲ.”

ನಗರದ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ತಮ್ಮ ಸಾರಿಗೆ ನೀತಿಯ ಭಾಗವಾಗಿ ಟ್ಯಾಕ್ಸಿ ದರಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತಾರೆ, ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಸುರಕ್ಷತಾ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಮತ್ತು ದಟ್ಟಣೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು. ಕೆಲವು ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳೀಯ ಅಥವಾ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸರ್ಕಾರವು ವಸತಿ ಬಾಡಿಗೆಯನ್ನು ಸಹ ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತದೆ. ಭೂಮಾಲೀಕರೊಂದಿಗಿನ ತಮ್ಮ ಸಂಬಂಧದಲ್ಲಿ ಅಷ್ಟೇನೂ ಚೌಕಾಶಿ ಮಾಡುವ ಅಧಿಕಾರವಿಲ್ಲದವರಿಗಾಗಿ ಅಥವಾ ಕೆಲಮೊಮ್ಮೆ ನಗರದಲ್ಲಿನ ಬಾಡಿಗೆಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಸಮೂಹಗಳಿಗೆ ಅತ್ಯಂತ ತುಟ್ಟಿಯೆನಿಸುತ್ತವೆಯಾದ್ದರಿಂದ ಬಾಡಿಗೆದಾರರನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು ಹೀಗೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ - 15ರಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳೀಯ ಸರ್ಕಾರವು ನಗರದಲ್ಲಿ ವಸತಿ ಬಾಡಿಗೆಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ವಸತಿಯ ಬಳಕೆಗಾಗಿ ಬಾಡಿಗೆದಾರರು ಭೂಮಾಲೀಕರಿಗೆ ದೈನಂದಿನ ಬಾಡಿಗೆಯನ್ನು ಪಾವತಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ಗಮನಿಸಬೇಕು. ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿರುವಂತೆ ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಗಾಢ ಕೆಂಪು ವರ್ಣದ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯಲ್ಲಿ ಸಮತೋಲನದಲ್ಲಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ 8,000 ಬಾಡಿಗೆದಾರರಿದ್ದು, ಅವರ ಬಾಡಿಗೆ, €500. ತೆಳು ಕೆಂಪಿನ ಬೇಡಿಕೆ ರೇಖೆಯ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಈಗ ಬಾಡಿಗೆದಾರರ ಬೇಡಿಕೆಯು ವೃದ್ಧಿಸಿದೆಯೆಂದು ಭಾವಿಸೋಣ. ಕನಿಷ್ಠಪಕ್ಷ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬಾಡಿಗೆಗೆ ವಸತಿ ಪೂರೈಕೆಯು ಅಸ್ಥಿರವಾಗಿದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಹೊಸ ಮನೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ, ಅಲ್ಪಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನದನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಏಕೈಕ ಮಾರ್ಗವೆಂದರೆ ಕೆಲವು ನಿವಾಸಿ-ಒಡೆಯರು ಭೂಮಾಲೀಕರಾಗಲು ತಾವೇ ಬೇರೆಡೆ ವಾಸಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು. ಹೊಸ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸೃಷ್ಟಿವಾದ ಬಾಡಿಗೆ €830. ಇದು ಅತ್ಯಂತ ಅಧಿಕವಾದುದು.



ಚಿತ್ರ 15. ವಸತಿ ಬಾಡಿಗೆಗಳು ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಗೇಣಿಗಳು

ಹೀಗೆ ಹೆಚ್ಚಳಗೊಂಡ ಬಾಡಿಗೆಯನ್ನು ಅನೇಕ ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೆ ಭರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದು ಭಾವಿಸಿದ ನಗರದ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಕಾಳಜಿ ವಹಿಸಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸೋಣ, ಆಗ ಅವರು ಬಾಡಿಗೆಗೆ ₹500ರ ಮಿತಿಯನ್ನು ವಿಧಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ₹500 ನಿಯಂತ್ರಣ ಬೆಲೆಯು ₹830 ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ಪಷ್ಟ ಬೆಲೆಗಿಂತ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ; ಬಾಡಿಗೆಗೆ ವಸತಿ ಪೂರೈಕೆಯು 8,000ದಷ್ಟೇ ಇದ್ದು, ಬಾಡಿಗೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಡಿಕೆಯಿದೆ.

ಈ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಬಾಡಿಗೆಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಇಚ್ಛೆ ಹೊಂದಿರುವವರಿಗೆ ನಿಗದಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಬಾಡಿಗೆ ನಿಯಂತ್ರಣದ ಮೂಲಕ ಬಾಡಿಗೆದಾರರ ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ 8,000ಕ್ಕೆ ನಿರ್ಬಂಧಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು 8,000 ಜನರು ₹1,100ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಪಾವತಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ಬಾಡಿಗೆಗೆ ವಸತಿಯನ್ನು ಪಡೆದ 8,000 ಜನರು ಅದೃಷ್ಟವಂತರು, ₹500ಕ್ಕಿಂತ ಮೇಲಿನ ತೆಳು ಕೆಂಪು ವರ್ಣದ ಬೇಡಿಕೆಯ ರೇಖೆಯಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಿಯಾದರೂ ಇರಬಹುದು. ಬಾಡಿಗೆ ನಿಯಂತ್ರಣ ನೀತಿಯು ಪಾರೆಟೊ ದಕ್ಷತೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ನ್ಯಾಯಯುತವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುವ ಮತ್ತು ಕೈಗೆಟುಕುವ ಬಾಡಿಗೆಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಒತ್ತು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲದೆ ಹೋದರೆ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಬಾಡಿಗೆದಾರರು ಬಲವಂತವಾಗಿ ಹೊರಹೋಗಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಬಾಡಿಗೆ ವಸತಿಯ ಕೊರತೆಯು ಸಂಭಾವ್ಯ ಆರ್ಥಿಕ ಬಾಡಿಗೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ: ಅದು ಕಾನೂನುಬದ್ಧವಾಗಿದ್ದರೆ (ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಅಲ್ಲ) ಕೆಲವು ಬಾಡಿಗೆದಾರರು ತಮ್ಮ ವಸತಿಯನ್ನು ಬೇರೊಬ್ಬರಿಗೆ ಬಾಡಿಗೆಗೆ ನೀಡಬಹುದು, ಆಗ ₹600 (₹1,100 ಮತ್ತು ₹500 ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸ) ಆರ್ಥಿಕ ಬಾಡಿಗೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು.

ಬೇಡಿಕೆಯ ಹೆಚ್ಚಳವು ಶಾಶ್ವತವೆಂದು ಸಾಬೀತಾದರೆ, ಮನೆ-ನಿರ್ಮಾಣವನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವ ನೀತಿಗಳು ನಗರ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಗಳ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಪರಿಹಾರಗಳೆನಿಸಬಹುದು. ಆಗ ಪೂರೈಕೆ ರೇಖೆಯು ಸ್ಥಾನಾಂತರಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ, ಇದರಿಂದಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ವಸತಿಗಳು ಸಮಂಜಸವಾದ ಬಾಡಿಗೆಗೆ ಲಭ್ಯವಿರುತ್ತವೆ.

9.8 ತೀರ್ಮಾನ

ಅಮೇರಿಕನ್ ಆಂತರಿಕ ಯುದ್ಧದಿಂದ ಪ್ರಚೋದಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಘಟನೆಗಳ ಸರಪಳಿ ಮತ್ತು ಹತ್ತಿಯ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ದೊಡ್ಡ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೊಂದಿಗೆ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಎರಡೂ ವಿಶೇಂದ್ರೀಕೃತ ನಿರ್ಣಯವನ್ನು ಸಂಯೋಜಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾರತೀಯ ಹತ್ತಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಜವಳಿ ಗಿರಣಿಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ಹೊಸ ಯಂತ್ರೋಪಕರಣಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಡಾಬ್ಬನ್ ಮತ್ತು ಬಾರ್ಲೋ ಕಂಪನಿಯ ಮಾಲೀಕರು ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು ಮಾಡಿದ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ಬೆಲೆ ಸಂದೇಶಗಳ ಮೂಲಕ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲಾಗಿಲ್ಲ, ಆದರೆ ಅವರು ಕಂಪನಿಯ ಇಂಜಿನಿಯರುಗಳು ಮತ್ತು ಮೆಕ್ಯಾನಿಕ್‌ಗಳಿಗೆ ಕೆಲಸವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಆದೇಶಿಸಿದರು.

ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ವಿಶೇಂದ್ರೀಕೃತ ಮತ್ತು ಕೇಂದ್ರೀಕೃತ ಈ ಎರಡು ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ಸಮತೋಲನವು ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ, ನಾವು ವಿಭಾಗ-6ರಲ್ಲಿ ನೋಡಿದಂತೆ, ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಹೊರಗುತ್ತಿಗೆಯಿಂದ ಮಾಡಲು ಅಥವಾ ಹಿಂದೆ ಖರೀದಿಸಿದ ಭಾಗಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿದಾಗ ಇದನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಬಹುದು. ಸಮಾಜದ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಬೃಹತ್

ಬದಲಾವಣೆಗಳು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಸಂಭವಿಸಬೇಕಾದಾಗ, ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಯುದ್ಧಕಾಲದಲ್ಲಿ, ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಆರ್ಥಿಕತೆಗಳು ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಆಶ್ರಯಿಸುತ್ತವೆ-ಎರಡನೇ ವಿಶ್ವ ಯುದ್ಧದಲ್ಲಿ ಯುಕೆ ಮತ್ತು ಅಮೆರಿಕ ಮಾಡಿದ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಸ್ಮರಿಸಬಹುದು. ಆದರೆ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿನ ಸಾಮಾನ್ಯ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಗೆ ಬೆಲೆಗಳ ಸಂದೇಶಗಳ ಬಳಕೆಯು ಹತ್ತಿ ಬೆಲೆಗಳ ಪ್ರಕರಣದಂತೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಅಥವಾ ನಿಯಂತ್ರಕರು ಬೆಲೆ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಅತಿಕ್ರಮಿಸಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ, ಇದು ನಿರಂತರವಾದ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಪೂರೈಕೆ ಅಥವಾ ಬೇಡಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ, ಸಂಗೀತ ಕಛೇರಿಯ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ವಸತಿ ಬಾಡಿಗೆಗಳ ಪ್ರಕರಣಗಳಲ್ಲಿ ನಾವು ಇದನ್ನು ನೋಡಿದ್ದೇವೆ. ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸುವ ಅಧಿಕಾರವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವಾಗ ಅವರು ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಿಂತ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಸರಿಹೊಂದಿಸುವ ಮೂಲಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಬಹುದು. ಆದರೆ ಪೂರೈಕೆ ಅಥವಾ ಬೇಡಿಕೆಯ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳು ಬದಲಾದಾಗ ಅನೇಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಗಳು ಬದಲಾಗಲು ಮುಕ್ತವಾಗಿರುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಸರಕುಗಳ ಸಾಪೇಕ್ಷ ಕೊರತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಸಲು ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವ ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತವೆ, ಜೊತೆಗೆ, ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಉತ್ಪಾದನಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಲು ಅವರಿಗೆ ಒಂದು ಕಾರಣವನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ (ಅವರ ಸ್ವಂತ ಬಯಕೆಯಾದ ಹಣವನ್ನು ಉಳಿಸಲು ಅಥವಾ ಗಳಿಸಲು).

ಚರ್ಚೆ 8: ಹತ್ತಿ ಬೆಲೆಗಳು ಮತ್ತು ಅಮೆರಿಕನ್ ಅಂತರ್ಯುದ್ಧ

ನಿರೂಪಣೆಗೆ, ಮೇಲೆ ಪರಿಚಯಿಸಲಾದ ವಿಧಾನಗಳು ಮತ್ತು 2,3,6,7, ಮತ್ತು 8ನೇ ವಿಭಾಗಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ:

1. ಅಮೆರಿಕದ ಕಚ್ಚಾ ಹತ್ತಿಯ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳ (ಅನೇಕ ಉತ್ಪಾದಕರು ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರರನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಅಮೆರಿಕದ ಕಚ್ಚಾ ಹತ್ತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ತೋರಿಸಿ.).
2. ಭಾರತೀಯ ಹತ್ತಿಯ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳ (ಅನೇಕ ಉತ್ಪಾದಕರು ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರರನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಭಾರತೀಯ ಕಚ್ಚಾ ಹತ್ತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ತೋರಿಸಿ.).
3. ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ಜವಳಿ ಗಿರಣಿಯಲ್ಲಿ ಜವಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿನ ಕಡಿತ (ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ತೋರಿಸಿ).
4. ಭಾರತೀಯ, ಈಜಿಪ್ಟ್ ಮತ್ತು ಬ್ರಸಿಲಿನ ರೈತರಿಂದ ಹತ್ತಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ (ರೈತನೊಬ್ಬನ ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ತೋರಿಸಿ).
5. ಭಾರತೀಯ ಹತ್ತಿಯನ್ನು ಸಂಸ್ಕರಿಸಲು ಸೂಕ್ತವಾದ ಹೊಸ ಕಾರ್ಡಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಹತ್ತಿಯಿಂದ ಬೀಜವನ್ನು ಬೇರ್ಪಡಿಸುವ ಯಂತ್ರೋಪಕರಣಗಳ ಪರಿಚಯ (isoquant ಮತ್ತು ಸಮ ವೆಚ್ಚದ ರೇಖೆಗಳನ್ನು ವಿಭಾಗ 2ರಿಂದ ತೋರಿಸಿ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಮಿಕ ಮತ್ತು ಕಲ್ಲಿದ್ದಲಿನ ವೆಚ್ಚವು ಬದಲಾಗದೆ ಉಳಿಯುತ್ತದೆ ಎಂದು ಊಹಿಸಿ).

ಪ್ರತಿ ಪ್ರಕರಣದ ಸಂಬಂಧಿತ ಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವ ರೇಖೆ(ಗಳು) ಬದಲಾಗಿದೆ/ವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸೂಚಿಸಿ ಮತ್ತು ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

ಆದರೆ ಎಲ್ಲಾ ಬೆಲೆಗಳು ಸರಿಯಾದ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಗುಳ್ಳೆ(ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆ)ಗಳು ಮೂಡಿದಾಗ ಹೇಗೆ ತಪ್ಪು ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಕಳುಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ಈಗಾಗಲೇ ನೋಡಿದ್ದೇವೆ. ಮುಂದಿನ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ನಾವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಸರಿಯಾದ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತೇವೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಹಾಗೆ ಮಾಡಲು ವಿಫಲವಾದ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತೇವೆ.

ವಿಭಾಗ 9ರ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳು

1. ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವ ಬೆಲೆಗಳೊಂದಿಗಿನ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ, ಬೇಡಿಕೆ ಅಥವಾ ಪೂರೈಕೆಯ ಬದಲಾವಣೆಗಳು, ಹೊಸ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ-ಸ್ಪಷ್ಟಗೊಳಿಸುವ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ತಲುಪಲು ಬೆಲೆಯ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತವೆ.
2. ಹಣಕಾಸಿನ ಸ್ವತ್ತುಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ, ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಹೊಸ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದಂತೆಲ್ಲ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ. ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಮನ್ವಯಗೊಳಿಸಲು ನಿರಂತರ ದ್ವಿಗುಣಿತ (double) ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ಸಮನ್ವಯಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.
3. ಒಂದು ಸ್ವತ್ತಿನ ಬೆಲೆಯು ಅದರ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮೂಲಭೂತ ಮೌಲ್ಯದಿಂದ ವಿಚಲನಗೊಂಡರೆ ಗುಳ್ಳೆ ಸಂಭವಿಸುತ್ತದೆ, ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಬೆಲೆಯ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಂದ ಪ್ರಭಾವಿತವಾಗಿದ್ದರೆ ಅದು ಸಂಭವಿಸಬಹುದು.
4. ಬೆಲೆ ನಿಗದಿಪಡಿಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ನಿಗದಿ ಮಾಡುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ, ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿ ಬೆಲೆಗಳಿಗಿಂತ ಪ್ರಮಾಣಗಳು ಸಮನ್ವಯಗೊಳ್ಳಬಹುದು.
5. ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅಥವಾ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಿದ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಬಹುದು, ಇದು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಬೇಡಿಕೆ ಅಥವಾ ಪೂರೈಕೆಗೆ, ಮತ್ತು ಸಂಭಾವ್ಯ ಆರ್ಥಿಕ ಬಾಡಿಗೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತವೆ.
6. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಂದ ನಿರ್ಧರಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಬೆಲೆಗಳು ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಕೊರತೆಯ ಸಂದೇಶಗಳಾಗಿವೆ, ಇದು ಆರ್ಥಿಕ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸಲು ತಮ್ಮ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಲು ಎಲ್ಲಾ ಸಹಭಾಗಿಗಳನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ.

ವಿಭಾಗ 9: ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಓದು

ಪರಿಚಯ

1.The use of knowledge in society

Hayek, F. A. 1945. The use of knowledge in society. The American economic review, pp. 519-530.

2.The knowledge problem as a rhetorical club

Giberson, M. 2010. Knowledge Problem: I cringe when I see Hayek's knowledge problem wielded as a rhetorical club, April 4.

3. Keynes and Hayek Hayek

The Economist. 2014. Free Exchange: Keynes and Hayek, prophets for today, 14 March.

9.4 BUBBLES (ಹುಸಿ ನಂಬಿಕೆಗಳು)

- Still think you can beat the market?

Harford, T. 2012. Still think you can beat the market? timharford.com, 24 November.

- Bubbles

Cassidy, J. 2010. The New Yorker: Interview with Eugene Fama, January 13.

Brunnermeir, M. 2009. Free Exchange: Lucas Roundtable: Mind the Frictions. The Economist, 9 August.

Lucas elaborates on Fama's EMH: LINK. Lucas, R. 2009. In Defence of the Dismal Science. The Economist, 6 August.

- Was tulipmania irrational?

The Economist. 2013. Was tulipmania irrational? 4 October.

Garber, P. M. 1989. Tulipmania. Journal of Political Economy, pp. 535-560.

- Myopic rationality in a mania

Campbell, G. 2012. Myopic rationality in a Mania. Explorations in economic history, 49(1), pp. 75-91.

- An introduction to volatility and financial crises

Stiglitz, J. E. 1990. Symposium on bubbles. The Journal of Economic Perspectives, Vol 4(2), pp. 13-18

- Irrational Exuberance

Shiller, R. J. 2005. Irrational Exuberance. New York: Random House.

- Manias, panics and crashes

Kindleberger, C. 1996. Manias, panics and crashes: a history of financial crises. Hoboken: Wiley.

9.7 MARKETS WITH CONTROLLED PRICES

Rent control

Bosvieux, J. (translated Waive, O.). 2012. Rent control: a miracle solution to the housing crisis?

Metropolitics, 21 November.

Arnott, R. 1995. Time for revisionism on rent control? *Journal of Economic Perspectives*, 9(1), pp. 99-120.

- Economic crises and the European revolutions of 1848:

Berger, H. and Spoerer, M. 2001. Economic crises and the European revolutions of 1848. *The Journal of Economic History*, 61(02), pp. 293-326.

Mason, P. 2011. Idle Scrawl: Revolutions and the price of bread: 1848 and now. April 21, BBC blogs.

- Varieties of capitalis

Hall, P. A., and Soskice, D. 2001. An introduction to varieties of capitalism. In *Varieties of capitalism: The institutional foundations of comparative advantage*, 1, pp. 21-27.