

2. मन्तेदारी बाजार / एकाधिकार बाजार

* प्रस्तावना :-

मन्तेदारी हा बाजाराचाच एक प्रकार आहे. मन्तेदारीला इंग्रजी भाषेत monopoly असे म्हणतात. monopoly मधील mono म्हणजे एक आणि poly म्हणजे विक्रेता होय. जेव्हा बाजाराने एकच विक्रेता किंवा उत्पादक असतो तेव्हा त्या बाजारपेठेला मन्तेदारी बाजारपेठ असे म्हणतात. ज्यावेळी बाजाराने एखाद्या वस्तुचा एकच विक्रेता किंवा उत्पादक असतो उभा येतो मन्तेदारी निर्माण होते. विक्रेता एकच असल्यास वस्तुच्या पुरवठ्यावर त्याचे नियंत्रण असते. असंख्य ग्राहक असल्यामुळे मन्तेदारीला उत्पादन विषयक किंवा किंमतीविषयक दबावाने वदल करून जास्तीने जास्त नफा मिळविता येतो.

* मन्तेदारीची व्याख्या :-

① प्राध्यापक मेहता यांच्यामते :- मन्तेदारी त्यांनाच म्हटले जाते की ज्याचे किंमतीवर पूर्ण नियंत्रण असते.

② प्राध्यापक चंवरलीन यांच्यामते :- ज्या बाजारपेठेने उत्पादकाचे किंमतीवर पूर्ण नियंत्रण असते त्या बाजारपेठेस मन्तेदारी असे म्हणतात.

③ बाजाराने जवळचा पयला असल्याने वस्तुच्या पुरवठ्यावर ज्या संस्थेचे नियंत्रण असते अशी एक संस्था मन्तेदारी निर्माण करते.

④ ज्या बाजारपेठेने विक्रेत्याचे पुरवठ्यावर व किंमतीवर संपूर्ण नियंत्रण असते त्यास मन्तेदारी असे म्हणतात.

* मन्तेदारीची वैशिष्ट्ये :-

① एकच विक्रेता :-

पूर्ण स्थैर्याच्या बाजाराने विक्रेते असंख्य असतात. परंतु कोणत्याही एका विक्रेत्याचे वस्तुच्या किंमतीवर नियंत्रण नसते. मन्तेदारीत मात्र विक्रेता एकटाच असल्यामुळे त्याचे वस्तुच्या किंमतीवर पूर्ण नियंत्रण असते तो आपल्या वस्तुची किंमत कमी आणू शकतो.

② पुरवठ्यावर नियंत्रण :-

मन्तेदारीत उत्पादन करणारा एकच उत्पादक असतो. त्यामुळे तो इच्छेप्रमाणे उत्पादन वाढवून बाजारपेठेने पुरवठा वाढवू शकतो किंवा उत्पादन कमी करून पुरवठा देखील कमी करू शकतो. म्हणून तो पुरवठ्यावर पूर्णपणे नियंत्रण ठेऊ शकतो.

③ किंमतीवर नियंत्रण :-

पुरवठ्यानुसार मन्तेदारीत मन्तेदार किंमतीवर नियंत्रण ठेवतो. वस्तुची किंमत व शिवाच कार्य मन्तेदार करित असतो. किंमत वाढायची किंवा कमी करायची हा स्वतःच निर्णय विक्रेता स्वतःच घेऊ शकतो. पुरवठा वाढला कि किंमत कमी करतो. पुरवठा कमी केला तर किंमत वाढवतो. म्हणजेच तो किंमतीवर नियंत्रण ठेवतो.

५) महत्ताम नफा / जास्ती जास्त नफा ०
 मल्लेदारीत मल्लेदार जास्ती जास्त नफा
 मिळणु शकतो कारण म्ह मल्लेदारी म्हणजे वस्तुचा
 एकमेव उपाय होय कारण मल्लेदारीत मल्लेदार हा
 वस्तु निर्माण करित असलेली वस्तु अन्य कोणीही निर्माण
 करित नसतो किंवा कोणाकडेही ती वस्तु मिळत नसते.
 नसतेच मल्लेदाराचे आपल्या वस्तुच्या पुर्वव्यावर संपूर्ण
 नियंत्रण असते या सर्व परिस्थितीमुळे मल्लेदार आपल्या
 वस्तुची किंमत हवी ती आकारतो.

६) पयघि वस्तु नसतात ०
 मल्लेदारीत मल्लेदार उत्पादन करित
 असलेल्या वस्तु पयघि वस्तु बाजारत उपलब्ध
 नसतात म्हणजेच मल्लेदार उत्पादन करित असलेल्या
 वस्तु किंवा त्याच्यासारख्या अन्य वस्तु इतर कोणीही
 उत्पादन करित नसतो त्यामुळे मल्लेदारीत मल्लेदाराच्या
 वस्तुला बाजारत पयघि वस्तु उपलब्ध नसतान.

७) जाहिरात अर्च नष्ट किंवा जाहिरात अर्च शुन्य असतो ०
 मल्लेदारीत वस्तुला जवळचा
 पयघि नसल्याने भाड्यांना वस्तुनिष्ठीचे स्वांतंत्र्य नसते.
 कोणत्याही प्रकारची जाहिरात न करता ती वस्तु
 सहजपणे विकली जाते म्हणजेच मल्लेदारीत जाहिरात
 अर्च शुन्य असतो.

८) अन्य उद्योगसंस्थान / बाजारत प्रवेशास बंदी :- प्रवेशावर
 पूर्णपणे बंदी :-
 मल्लेदारीत मल्लेदार ज्या वस्तुचे
 उत्पादन करित असतो अशा प्रकारच्या वस्तुचे उत्पादन
 करण्यास अन्य उद्योगसंस्थान / बाजारत प्रवेश

करण्यास बंदी असते.

९) मुख्यभेद :-
 मल्लेदारीत मोठ्या प्रमाणात मुख्यभेद केला
 जातो. एकच वस्तु निरनिराळ्या आकारांना वेगवेगळ्या
 किमतीना विकणे म्हणजे मुख्यभेद होय मल्लेदार हा
 आपल्या इच्छेनुसार मुख्यभेद करित असतो म्हणजेच
 ती वस्तु किती किमतीना विकवी आणि कोणत्या विक्री
 थांचा निणघि मल्लेदार स्वताः घेतो.

१०) उत्पादनची अनिश्चित क्षमता :-
 मल्लेदारीत मल्लेदाराच्या उत्पादनाची
 क्षमता जास्तीची असुन देखील तो किंमत आकारण्या-
 साठी उत्पादनात घट किंवा वाढ करतो म्हणजेच
 पुर्वव्यानुसार किंमत आकारतो. उत्पादनाची अनिश्चित
 क्षमता असुन देखील उत्पादन कार्य शाबविले म्हणजेच
 मल्लेदारी निर्माण करतो.

१०) भाड्यांना लाभान्वित / संतोषान्वित कमी ० मिळते :-
 मल्लेदार मल्लेदारीत वस्तु विकतो
 मल्लेदारीत भाड्यांना लाभान्वित कमी मिळते म्हणजेच
 त्या वस्तुची किंमत खेवही नसुन देखील भाड्यांना ती
 वस्तु त्या किमतीना खरेवी करावी लागते म्हणजेच
 त्या वस्तुपासुन मिळणारा लाभ जास्तीची किंमत होत्या
 मुळे भाड्यांना लाभ कमी मिळतो.

* मुख्यभेद

प्रस्तावना :-

मुख्यभेद म्हणजे एक विशिष्ट वस्तु वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमतींना विकणे म्हणजे मुख्यभेद होय. मुख्यभेद हा केवळ मत्तेदारीतच शक्य होतो कारण मत्तेदारीच्या बाजारपेठेत विक्रेता हा एकच असतो तर ग्राहकांची संख्या संसख्य असते. एकच विक्रेता असल्याने त्याची एकाधिकार बाही असते. त्यामुळे तो वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळी किंमत आकारतो. ग्राहकांना दुसरा पध्दति नसल्यामुळे विक्रेताची किंमत आकारतो त्या किंमतीला वस्तु होणे भाग पडते.

व्याख्या :-

1) प्रा-स्टीबलर यांच्या मते :- संसख्य वस्तु करीना दोन किंवा दोन पेक्षा जास्त किंमती आकारतो म्हणजेच मुख्यभेद होय.

2) प्रा-स्टोनिअर व हेग यांच्या मते :-

1) उपभोक्त्यांना वेगवेगळ्या किंमतींना एकाच प्रकारची वस्तु विकणे म्हणजे मुख्यभेद होय.

2) मत्तेदार वेगवेगळ्या ग्राहकांना त्या एकाच वस्तुसाठी वेगवेगळी किंमत आकारतो त्यास भेदभावी एकाधिकार असे म्हणतात.

* मुख्यभेदाचे प्रकार :-

1) स्थानानुसार मुख्यभेद :- मत्तेदार हा एकच वस्तु वेगवेगळ्या प्रदेशात किंवा बाजारात वेगवेगळी किंमत आकारतो तेव्हा त्या मुख्यभेदास स्थानानुसार केलेला मुख्यभेद असे म्हणतात. उदा. 1) ग्रामीण भागात दुधाचे दर कमी असतात तर शहरांमध्ये दुधाचे दर जास्त असतात. 2) कोल्हापूरमध्ये कोल्हापुरी चप्पल स्वस्त तर इतर शहरात महाग असते.

2) व्यक्तीनुसार मुख्यभेद :- एकाच प्रकारच्या सेवेसाठी वेगवेगळ्या व्यक्तींना वेगवेगळ्या किंमती आकारल्या जातात. तेव्हा त्यास व्यक्तीनुसार मुख्यभेद असे म्हणतात. उदा. डॉक्टर, वकील, शिक्षक गरीबांकडून कमी मुख्य आकारतात. तर श्रीमंतांकडून जास्त मुख्य आकारतात.

3) वयानुसार मुख्यभेद :- ग्राहकांचे वय लक्षात घेऊन वेगवेगळ्या मुख्य आकारण्यात येत असेल तर त्यास वयानुसार मुख्यभेद असे म्हणतात. उदा. एस टी महामंडळ लहान मुलांना आरथे टिकीट घेतात. तर मोठ्यांना फुल टिकीट आकारतात.

4) खरेदीच्या प्रमाणानुसार मुख्यभेद :- मत्तेदार ग्राहकांच्या वस्तु खरेदी करण्याच्या संख्येनुसार वस्तुची किंमत आकारतात तेव्हा त्यास खरेदीच्या प्रमाणानुसार मुख्यभेद असे म्हणतात. उदा. छेनसेल व्यापारान वस्तु कमी किंमतीला विकली जाते तर किर्कोळ व्यापारान वस्तुची किंमत जास्त आकारली जाते.

मुल्यभेद

- ③ काळानुसार मुल्यभेद :-
मन्तेदार एकाच वस्तुसाठी वेगवेगळ्या काळात वेगवेगळी किंमत आकारतात त्याला काळानुसार मुल्यभेद असे म्हणतात.
उदा. शेकोट आणि दुग्धी पावसाळ्यात जास्त किंमतीला तर इतर वस्तुत कमी किंमतीला विकल्या जातात.
- ④ उद्येकात पंध्या, कुलर, येसी याचे दर जास्त असतात तर इतर वस्तुत दर कमी आकारल्या जाते.
- ⑤ वस्तुच्या उपयोगानुसार :-
एखादी वस्तु कोणत्या उपयोगासाठी वापरली त्यानुसार ग्राहकांकडून किंमत आकारली जाते. तेव्हा त्याच वस्तुच्या उपयोगानुसार मुल्यभेद असे म्हणतात.
उदा. वाजमंडळ धरगुती वापरसाठी, उद्योगासाठी, शेतीसाठी वेगवेगळे दर आकारतात.
- ⑥ विविध सेवांनुसार मुल्यभेद :-
काही विक्रेते विशिष्ट सुखसोयी उपलब्ध करून देऊन त्या सेवांचा भाष देणाऱ्या ग्राहकांकडून जास्त किंमत आकारतात.
उदा. रेल्वेतील प्रथम, द्वितीय, त्रेणीचे दर वेगवेगळे चित्रपटतील बाल्कन ग्राहकातील बाल्कणीचे दर लॉज मधील येसी रूम व साधे रूम याचे दर वेगवेगळे आकारतात.

* मुल्यभेदाचे क्षटी / मुल्यभेद करणे कधी शक्य होते :-

- ① वाजाराची अप्रणति :-
मुल्यभेद होण्यासाठी वाजारात कोणत्या न कोणत्या स्वरूपात अप्रणति असणे आवश्यक आहे.
अ) वाजाराचे उच्चाण :-
ग्राहकांना वाजाराचे अप्रणति होऊन असले पाहिजे.
ब) वाजारात एकाधिकार किंवा मन्तेदारी असली पाहिजे.
- ② वैयक्तीक सेवा :-
डॉक्टर, शिक्षक, वकील यांच्या शारख्या प्रत्यक्ष वैयक्तीक सेवांच्या बाबतीत मुल्यभेद करणे शक्य होते.
- ③ मन्तेदारी वाजार :-
मुल्यभेद करण्यासाठी मन्तेदारी वाजार आवश्यक आहे. प्रणति स्पष्टीच्या वाजारात मुल्यभेद करणे शक्य होत नाही.
- ④ ग्राहकांच्या सुकीच्या कल्पना :-
एखाद्या वस्तुला जास्त किंमत दिली तर आपण चांगल्या वस्तुची खरेदी करता असे म्हणतात / मानतो.
उदा. चांगल्या हॉटेलमध्ये पडापावची किंमत जास्त असते तर गाड्यावर त्याची किंमत कमी असते परंतु, ग्राहकांच्या मनात हॉटेलमध्ये चांगली वस्तु असल्याने वाटते. म्हणूनच मुल्यभेद करता येते.

⑥ दोन बाजारात पुरेसे अंतर :- दोन बाजारांत जास्त अंतर असेल तर मुख्यभेद करणे शक्य होते. उदा. सोलापुर मध्ये कमी किंमतीने चाहर विकली जाते तर मुंबईमध्ये जास्त किंमतीने विकली जाते.

⑥ मागणीत बदल होत नाही :- मज्जेदारी बाजारपेठेत ग्राहकाने विशिष्ट वस्तुची मागणी केली तर त्या मागणीत बदल होत नाही. वस्तुची किंमत काहीही असो ते ग्राहक विशिष्ट वस्तु खरेदी करतात असे मज्जेदारीमध्ये व्हायला शकते.

⑦ अल्प किंमत वेदाकडे दुर्लक्ष :- किंमतीतील फारच थोडा फरक असेल तर त्याबद्दल ग्राहकाला फारसे काही वाटत नाही किंमतीतील अल्प फरकाकडे ग्राहक दुर्लक्ष करतात.

⑧ कायद्याची परवानगी :- मज्जेदाराला मुख्यभेद करण्यासाठी कायद्याने परवानगी असली पाहिजे. तसेच त्यांना मुख्यभेद करता येतो. उदा. एस्.टी. महामंडळ, विद्युत कंपनी, रेल्वे इत्यादी

पूण स्पष्ट बाजार व मजलेदारी बाजार यातील फरक

मुद्दे	पूण स्पष्ट	मजलेदारी बाजार
व्याख्या	पूण स्पष्ट बाजार म्हणजे असा बाजार की पूण स्पष्टीच्या वैशिष्ट्यावर कार्य करते.	मजलेदारी व्यापार म्हणजे जाते ज्याचे किंमतीवर पूण नियंत्रण असते.
ग्राहकांची संख्या	ग्राहकांची संख्या पूण स्पष्ट बाजारात अंशरूप्य असते.	मजलेदारी बाजारात ग्राहकांची संख्या अंशरूप्य असते.
विक्रेत्यांची संख्या	पूण स्पष्ट बाजारात विक्रेत्यांची संख्या अंशरूप्य असते.	मजलेदारीत विक्रेता हा एकच असतो.
वस्तु	पूण स्पष्ट बाजारात एकजिन्सी वस्तुचे उत्पादन केले जाते.	मजलेदारी बाजारात पयिची वस्तु नसतात.
मुख्यभेद	पूण स्पष्टीच्या बाजारात मुख्यभेद करणे शक्य होत नसते.	मजलेदारी बाजारात मुख्यभेद करणे शक्य होते.
प्रवेश व निगमिन	पूण स्पष्ट बाजारात उद्योगसंस्थाना, मुक्त प्रवेश व निगमिन असते.	मजलेदारी बाजारात उद्योगसंस्थाना प्रवेशास बंदी असते.
किंमतीवर नियंत्रण	पूण स्पष्टीचे विक्रेत्याचे किंमतीवर नियंत्रण नसते.	मजलेदारी बाजारात विक्रेत्याचे किंमतीवर नियंत्रण असते.

क्र.	मुद्दे	पुणश्चिद्येच्या बाजारात	मज्जेदारी बाजारात
४	किंमत निश्चीती	पुणश्चिद्येच्या वस्तुची किंमत ही मागणी व धुष्यठयावरून ठरते	मज्जेदारी बाजारात किंमत ही उत्पादक ठरवित असता.
५	उत्पादन साधनाची गतिशीलता	उत्पादनाची साधने पुणपिणे गतिशील असतात.	मज्जेदारीच्या बाजारात मज्जेदाराचे उत्पादनाच्या साधनावर नियंत्रण असल्यामुळे गतिशीलतेचा प्रश्न निमणित घेत नाही.
१०	जाहिरात खर्च	पुणश्चिद्येच्या बाजारात जाहिरात खर्च केला जातो.	मज्जेदारी बाजारात जाहिरात खर्च शून्य असतो.
११	नफा	पुणश्चिद्येच्या बाजारात नफा हा कमी प्रमाणात मिळतो.	मज्जेदारी बाजारात जास्त जास्त नफा मिळतो.