

अर्थशास्त्र
बी.ए. प्रथम वर्ष (सेमिस्टर II)

- डॉ. प्रज्ञा बागडे

एकाधिकार
(Monopoly)

एकाधिकार ही पूर्ण स्पर्धेच्या विरोधी बाजाराची स्थिती आहे. ज्यावेळी बाजारात ग्राहक मोठ्या संख्येने असतात परंतु उत्पादक किंवा विक्रेता एकच असतो त्या बाजारपेठेच्या स्थितीला एकाधिकार असे म्हणतात. एकाधिकार हा शुद्ध इंग्रजीतील Monopoly ह्या शब्दापासून तयार झाला आहे. यात Mono म्हणजे एक (Singal) व Poly म्हणजे उत्पादक (Producer) असा अर्थ आहे. याचा अर्थ एकाधिकारात एकच उत्पादक किंवा एकच विक्रेता असतो. त्याचे वस्तूच्या पुरवठ्यावर व किंमतीवर पूर्ण नियंत्रण असते. त्यामुळे एकाधिकार्याला अधिकतम नफा मिळविणे शक्य होते. अशा वेळी बाजारात एकाधिकार निर्माण होत असतो. या एकाधिकारी बाजारात वस्तूंच्या मूल्याला 'एकाधिकारी मूल्य' असे म्हणतात. थोडक्यात, एकाधिकारात स्पर्धा करणारा दुसरा कोणताही विक्रेता नसतो. त्यामुळे संपूर्ण स्पर्धेचा अभाव असलेला बाजार म्हणजे एकाधिकार होय.

व्याख्या

(Definition)

प्रो. जे. के. मेहता यांच्या मते, "एकाधिकारी अशी व्यक्ती असते ज्याचे किंमतीवर पूर्ण नियंत्रण असते. जेव्हा एका वस्तूचा एकच उत्पादक असतो व त्याच्या वस्तूला निकटच्या पर्यायी वस्तू नसतात त्या उत्पादकाला एकाधिकारी म्हणतात."

रॉबर्ट ट्रीफीन यांच्या मते, " बाजाराची अशी अवस्था की ज्यात एक पेढी दुसऱ्या पेढीच्या किंमतीमुळे प्रभावित होत नाही त्याला एकाधिकार म्हणतात.

चेंबरलीन यांच्या मते, “ज्या वस्तूला अगदी जवळचे पर्याय उपलब्ध नसतात अशा वस्तूच्या पुरवठ्यावर पूर्ण नियंत्रण असणाऱ्या पेढीला एकाधिकार असे म्हणतात.”

प्रो. लर्नर यांच्या मते, “एकाधिकारी म्हणजे असा विक्रेता होय की ज्याला उतरत्या मागणी वक्राला तोंड द्यावे लागते.”

एकाधिकाराची वैशिष्ट्ये

(Characteristics of Monopoly)

१. एकच विक्रेता

पूर्ण स्पर्धेत विक्रेत्यांची संख्या असंख्य असते पण कोणत्याही एका विक्रेत्याचे वस्तूच्या किंमतीवर नियंत्रण नसते. याऊलट एकाधिकारात विक्रेता एकच असतो. त्यामुळे वस्तूच्या किंमतीवर त्याचे पूर्ण नियंत्रण असते. तो किंमत कमी जास्त करू शकतो म्हणूनच एकाधिकारी पेढी ही किंमत ठरविणारी असते.

२. असंख्य क्रेते

पूर्ण स्पर्धेप्रमाणेच एकाधिकारातही क्रेत्यांची संख्या जास्त असते. तसेच कोणत्याही क्रेत्याचे किंमतीवर नियंत्रण नसते. विक्रेता विकत असेल त्या किंमतीला विकत घेणे किंवा त्या वस्तूशिवाय राहणे एवढे दोनच पर्याय क्रेत्याला उपलब्ध असतात.

३. महत्तम नफा मिळविणे हा उद्देश

एकाधिकाऱ्याचा उद्देश जास्तीत जास्त नफा मिळविणे हा असतो. त्याचे किंमतीवर नियंत्रण असल्यामुळे तो किंमत जास्त ठेवून आपले उत्पादन विकू शकतो. किंवा किंमत कमी ठेवून जास्त उत्पादन विकू शकतो आणि आपला नफा महत्तम करू शकतो.

४. एकाधिकारी वस्तूला पर्याय वस्तू उपलब्ध नसतात

पूर्ण स्पर्धेत वस्तू एकजिनसी असतात. एकाधिकारात वस्तूला पर्याय वस्तू उपलब्ध नसतात त्यामुळे एकाधिकार टिकून राहतो. एकाधिकारातील वस्तूच्या मागणीची तिरकस लवचिकता शून्य असते.

५. प्रवेशावर निर्बंध

एकाधिकार हा एक पेढी उद्योग असतो. म्हणजेच या उद्योगात इतर पेढ्यांच्या प्रवेशावर पूर्ण बंदी असते. एकाधिकारी म्हणजे सरकारचा एखादा विभागही असू शकतो.

६. सरासरी प्राप्तीचा वक्र वरून खाली येणारा असतो

पूर्ण स्पर्धेत सरासरी प्राप्तीचा वक्र अक्ष अक्षाला समांतर असतो. परंतु एकाधिकारात तो डावीकडून उजवीकडे झुकणारा असतो. कारण एकाधिकारी जसजशी अधिकाधिक विक्री करत जातो तसतशी किंमत कमी करतो.

७. सीमांत प्राप्तीचा वक्र सरासरी प्राप्तीच्या वक्राखाली असतो

पूर्ण स्पर्धेत सीमांत प्राप्ती सरासरी प्राप्ती एवढीच असते. परंतु एकाधिकारात सरासरी प्राप्तीचा वक्र वरती तर सीमांत प्राप्तीचा वक्र खाली असतो. कारण सीमांत प्राप्ती म्हणजे एका अतिरिक्त नगाची विक्री केली असता एकूण प्राप्तीत पडणारी भर होय. एकूण प्राप्तीत पडणारी भर कमी कमी होत असल्यामुळे सीमांत प्राप्ती सरासरी प्राप्तीपेक्षा कमी असते.

८. मूल्यविभेद

एकाधिकारी आपल्या एकाच वस्तूसाठी वेगवेगळ्या ग्राहकांकडून वेगवेगळी किंमत आकारून म्हणजेच मूल्यभेदन करून महत्तम नफा मिळवित असतो.

९. किंमत व पुरवठ्यावर नियंत्रण

एकाधिकाऱ्याचे किंमतीवर व पुरवठ्यावर पूर्ण नियंत्रण असते.

१०. संतुलनासाठी सीमांत खर्च बरोबर सीमांत प्राप्ती असावी

पूर्ण स्पर्धेप्रमाणेच एकाधिकारातही ज्या ठिकाणी पेढीची सीमांत प्राप्ती व सीमांत खर्च समान होतात त्या ठिकाणी पेढीचे संतुलन साधले जाते.

एकाधिकाराचे प्रकार (Types of Monopoly)

१. नैसर्गिक एकाधिकार

जेव्हा नैसर्गिक घटकांमुळे एकाधिकार निर्माण होतो तेव्हा त्याला नैसर्गिक एकाधिकार म्हणतात. दुसऱ्या शब्दात एखादी वस्तू एखाद्या विशिष्ट प्रदेशात मुबलक प्रमाणात उपलब्ध असते तर इतर ठिकाणी नसते. त्यामुळे त्या वस्तूच्या बाबतीत एकाधिकार निर्माण होतो. उदा. अरब देशांजवळ डिझेल व पेट्रोलचा एकाधिकार आहे. नैसर्गिक एकाधिकार अशा देशांना नैसर्गिक परिस्थितीनुसार प्राप्त झालेला असतो.

२. कायदेशीर एकाधिकार

जेव्हा कायद्याचा आधार घेवून एकाधिकार निर्माण होतो तेव्हा त्याला कायदेशीर एकाधिकार म्हणतात. उदा. पेटंट, कॉपीराईट इत्यादी.

३. संयोगात्मक किंवा ऐच्छिक एकाधिकार

आपआपसातील तीव्र स्पर्धा टाळून महत्तम नफा मिळविण्याच्या उद्देशाने एकाच व्यवसायातील अनेक व्यवसाय संस्था एकत्र येवून जो एकाधिकार निर्माण करतात, त्याला संयोगात्मक किंवा ऐच्छिक एकाधिकार असे म्हणतात. उदा. ट्रस्ट, पुल कार्टेल.

४. खाजगी किंवा सार्वजनिक एकाधिकार

जेव्हा मालकी हक्क व्यक्ती वा संस्थाकडे असतो तेव्हा निर्माण होणाऱ्या एकाधिकाराला खाजगी एकाधिकार म्हणतात. याउलट सरकारी मालकी हक्क असतांना निर्माण होणाऱ्या एकाधिकाराला सार्वजनिक एकाधिकार म्हणतात.

५. साधा किंवा विभेदात्मक एकाधिकार

जेव्हा एकाधिकारी सर्व ग्राहकांसाठी सारखी किंमत आकारत असेल तेव्हा त्याला साधा एकाधिकार म्हणतात. याउलट एकाधिकारी वेगवेगळ्या व्यक्तींसाठी वेगवेगळी किंमत आकारत असेल तेव्हा त्याला विभेदात्मक एकाधिकार म्हणतात.

६. भित्तीयुक्त किंवा भितीविरहीत एकाधिकार

जेव्हा उद्योगात नवीन पेढ्यांच्या किंवा उद्योग संस्थांच्या प्रवेशाची सतत भिती असते तेव्हा त्याला भित्तीयुक्त एकाधिकार म्हणतात. याउलट जेव्हा उद्योगात नवीन पेढ्यांच्या प्रवेशाची मुळीच भिती नसते तेव्हा त्याला भितीविरहीत एकाधिकार म्हणतात.

७. तांत्रिक एकाधिकार

एखाद्या पेढीला तंत्रज्ञानामुळे विशाल प्रमाणावर उत्पादनाचे सर्व फायदे मिळाल्यास पेढीचा आकार मोठा होवून वस्तूचा प्रत्येकी उत्पादन खर्च फारच कमी येतो. अशा काही पेढ्या स्थापन झाल्यास त्या आपल्या हितासाठी संघटन स्थापन करून एकाधिकार प्राप्त करतात.

८. आर्थिक एकाधिकार

एखाद्या वस्तू वा सेवेबाबत एकाच उत्पादकाने वा विक्रेत्याने केलेला पुरवठा पुरेसा असतो त्याला आर्थिक एकाधिकार असे म्हणतात. उदा. एखाद्या छोट्या गावात एखादे सिनेमागृह किंवा एखादी बँक अशा वेळी निर्माण होणारा एकाधिकार आर्थिक होय.

९. पूर्ण व आशावादी किंवा अपूर्ण व निराशावादी एकाधिकार

हे दोन्ही एकाधिकाराचे प्रकार मॅक्लप या अर्थशास्त्रज्ञाने स्पष्ट केले आहेत. भविष्यकाळात स्पर्धेची, सरकारी नियंत्रणे व राष्ट्रीयकरण यांची कोणतीही भिती नसते तेव्हा निर्माण होणाऱ्या एकाधिकार्याला पूर्ण व आशावादी एकाधिकार म्हणतात. याउलट भविष्यकाळात नवीन पेढ्यांच्या स्पर्धेची, सरकारी नियंत्रणाची व राष्ट्रीयकरणाची भिती असेल तर त्याला अपूर्ण किंवा निराशावादी एकाधिकार म्हणतात.

१०. सामाजिक एकाधिकार

एखाद्या उद्योगसंस्थेने महत्तम लाभ मिळविण्यासाठी समाजातील लोकांचे शोषण सुरु केले तर त्या स्वातंत्र्याचा किंवा एकाधिकाराचा दुरुपयोग होवू शकतो. म्हणून समाजाला

आवश्यक असलेल्या सर्व वस्तू व सेवांच्या उत्पादनाचा व वितरणाचा एकाधिकार सरकार स्वतःकडेच ठेवते. उदा. विज, पाणी इ. यालाच सामाजिक एकाधिकार म्हणतात.

एकाधिकारात मूल्य निर्धारण

(Price Determination under Monopoly)

एकाधिकार बाजारपेठेत स्पर्धेचा अभाव असल्याने पुरवठ्याच्या बाजूने एकाधिकाऱ्याला कोणताही स्पर्धक नसतो. त्यामुळे त्याने केलेला पुरवठा हा बाजारपेठेचा पुरवठा असतो. हा पुरवठा करतांना महत्तम नफा मिळावा ह्या उद्देशाने पुरवठ्याचा मागणीशी मेळ घालीत असतो. बाजारातील संपूर्ण मागणी म्हणजे त्याच्या मालाकरीता असलेली मागणी होय. मागणी किंमत हीच एकाधिकाऱ्याची सरासरी प्राप्ती असते.

एकाधिकारात एकच उत्पादक असल्याने पेढी व उद्योगाचा विचार करावा लागत नाही. एकाधिकारात प्राप्ती व खर्च वक्राच्या सहाय्याने संतुलनाचे विवेचन करावे लागते. एकाधिकारी पेढी नेहमीच महत्तम नफ्याचे उद्दिष्ट समोर ठेवते. ज्या ठिकाणी सीमांत प्राप्ती = सीमांत खर्च समान होतो त्या ठिकाणी पेढीचे संतुलन साधले जाते.

एकाधिकारात उद्योगसंस्थेचे/पेढीचे अल्पकालीन संतुलन

(Short run Equilibrium of a firm under Monopoly)

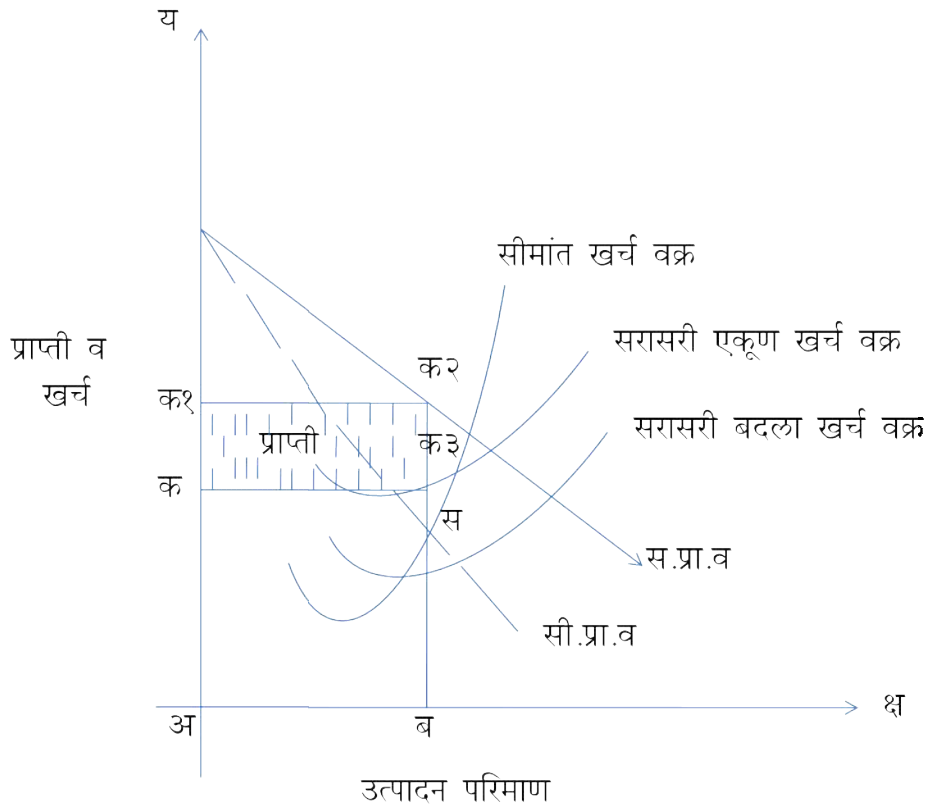
अल्पकाळात केवळ बदलत्या घटकात बदल करून उत्पादनात वाढ किंवा घट करता येते. स्थिर घटकात किंवा उद्योगसंस्थेच्या आकारमानात बदल करणे शक्य नसते. अल्पकाळात एकाधिकाऱ्याला वस्तूचे उत्पादन करतांना संतुलनासाठी एक तत्व पाळावे लागते. ते म्हणजे “ज्या किंमतीला सीमांत प्राप्ती आणि सीमांत खर्च समान होतात ती संतुलीत किंमत असते.”

$$\text{सीमांत खर्च} = \text{सीमांत प्राप्ती}$$

सीमांत खर्च व सीमांत प्राप्ती

एक जास्तीचा नग तयार केल्यामुळे एकूण खर्चात जी शुद्ध भर पडते त्याला सीमांत खर्च असे म्हणतात. सीमांत खर्च हा एका मर्यादिपर्यंत कमी होत जातो त्यानंतर तो वाढत जातो. सरासरी खर्च देखील सीमांत खर्चाप्रमाणे सुरवातील कमी-कमी होत जातो व नंतर वाढत जातो. त्यामुळे सीमांत खर्च व सरासरी खर्च वक्र साधारणतः U आकाराचे असतात. सीमांत खर्चाची उतरण्याची व चढण्याची गती सरासरी खर्चापेक्षा जास्त असते. सीमांत खर्चाचा वक्र हा सरासरी खर्च वक्राला न्यूनतम बिंदूमध्ये छेदून जातो.

वस्तूचा एक नग विकल्याने एकूण प्राप्तीत जी शुद्ध भर पडते ती सीमांत प्राप्ती होय. एकूण प्राप्तीत पडलेली शुद्ध भर ही किंमतीपेक्षा बरीच कमी असते. त्यामुळे किंमतीचा वक्र म्हणजे सरासरी प्राप्तीचा वक्र जसजसा खाली येतो तसतसा सीमांत प्राप्तीचा वक्र सुद्धा जास्त वेगाने खाली येतो.



आकृतीमध्ये सीमांत प्राप्ती वक्राला 'स' बिंदूत सीमांत खर्च वक्र छेदतो म्हणजेच अ ब हे संतुलीत उत्पादन परिमाण असून या परिमाणाला सीमांत प्राप्ती व सीमांत खर्च समान होतात. ब क_२ हे अंतर प्रति नगाची संतुलीत किंमत असून ब क_३ हा प्रति नगाचा सरासरी खर्च आहे. क_२ क_३ हे अंतर प्रति नगाचा नफा असून क_१, क_२ व क_३ हा चौकोन एकूण अतिरिक्त नफा दर्शवितो.

अल्पकालीन संतुलनात एकाधिकारी पेढीला प्रत्येक वेळी नफा होईलच असे नाही. जर संतुलीत किंमत आणि सरासरी खर्च सारखेच असतील तर एकाधिकारी पेढीला केवळ प्रसामान्य नफा मिळेल. जर एकाधिकारी किंमत ही सरासरी खर्चापेक्षा कमी असेल तर पेढीला तोटा देखील होऊ शकेल. एकाधिकारी संस्थेचा एकूण बदलता खर्च भरून निघत असेल तर ती संस्था तोटा सहन करून सुद्धा उत्पादन चालू ठेवील. परंतु बदलता खर्च भरून निघत नसेल तर ती पेढी उत्पादन बंद करेल.

एकाधिकारात पेढीचे दीर्घकालीन संतुलन

(Long term Equilibrium of a firm under Monopoly)

दीर्घकाळात उत्पादनाच्या स्थिर घटकात बदल करता येत असल्यामुळे दीर्घकाळात केवळ बदलते घटकच अस्तित्वात असतात व त्यामुळे स्थिर व बदलता खर्च असा विचार दीर्घकाळात नसतो. दीर्घकाळात मागणीतील बदलानुसार संयंत्राचा आकार बदलता येत असल्यामुळे पुरवठ्यात बऱ्याच प्रमाणात एकाधिकारी बदल घडवून आणू शकतो.

दीर्घकाळात सुद्धा एकाधिकारी ज्या उत्पादनाला सीमांत प्राप्ती ही सीमांत खर्चाबरोबर असे संतुलीत उत्पादन करून महत्तमक नफा मिळविण्याचा प्रयत्न करील.

दीर्घकाळात एकाधिकार्याला अतिरिक्त नफा किंवा प्रसामान्य नफा पण होऊ शकतो. परंतु दीर्घकाळात एकाधिकार्याला तोटा होऊ शकत नाही. कारण दीर्घकाळात तोटा होत असल्यास उत्पादन बंद करणेच त्याला परवडेल.

एकाधिकारात मूल्यभेदन

(Paice Discrimination Under Monopoly)

एखादा विक्रेता विशिष्ट वस्तूकरीता किंवा सेवेकरीता वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमती आकारण्याचे धोरण अवलंबवितो त्याला मूल्यभेदन म्हणतात. मूल्यभेद करणे हे एकाधिकार बाजाराचे मुख्य वैशिष्ट्य आहे. पूर्वस्पर्धेत मूल्यभेदन करणे शक्य नसते. एकाधिकाऱ्याने एखाद्या वस्तूची किंवा सेवेशी किंमत जास्त आकारली तरी ती द्यावी लागते. उदा. एखाद्या डॉक्टरने एकाकडून जास्त फी घेतली आणि दुसऱ्याकडून कमी फी घेतली तर तो मूल्यभेदनाचाच प्रकार होय.

काही महत्वाच्या व्याख्या विचारात घेतल्यास मूल्यभेदनाची योग्य कल्पना येते.

श्रीमती जॉन रॉबिन्सन यांच्या मते, “एकाच नियंत्रणाखाली उत्पादन केलेल्या एकाच प्रकारच्या वस्तूसाठी वेगवेगळ्या ग्राहकांकडून वेगवेगळी किंमत आकारणे म्हणजे मूल्यभेदन होय.”

प्रा. स्टोनिअर व हेग यांच्या मते, “उपभोक्त्यांना वेगवेगळ्या किंमतींना एकाच प्रकारची वस्तू विकणे म्हणजे मूल्यभेदन होय.”

प्रा. स्टिगलर यांच्या मते, “मूल्यभेद म्हणजे तांत्रिकदृष्ट्या सारखा असलेल्या वस्तू त्यांच्या सीमांत खर्चाच्या प्रमाणात नसलेल्या किंमतींना विकणे होय.”

मुल्यभेदनासाठी आवश्यक अटी

१) बाजारपेठेची अपूर्णता

मूल्यभेदन अस्तित्वात येण्यासाठी बाजारपेठेची अपूर्णता आवश्यकता असते.

अशा बाजारपेठेत ग्राहकांना बाजारपेठेचे पूर्ण ज्ञान नसावे. म्हणजेच कोणत्या

बाजारात किंमत नेमकी किती आहे हे ग्राहकांना माहीत नसावे. त्यामुळेच तो एकाच वस्तूला कमी किंवा जास्त किंमत देण्याकरीता तयार होईल.

२) **वस्तू व सेवांचे स्वरूप**

काही वेळा वस्तू किंवा सेवेचे स्वरूपच असे असते की, ती वस्तू किंवा सेवा एका बाजारातून दुसऱ्या बाजारात नेता येत नाही. म्हणजेच एका बाजारात खरेदी करून दुसऱ्या बाजारात विकता येत नाही. कारण ती व्यक्तीगत सेवा असते.

३) **दुहेरी विनिमयाचा अभाव**

एकाधिकारात एकाधिकारी काही ग्राहकांना कमी किंमतीत तर इतरांना जास्त किंमतीत वस्तू विकता असतो. समजा एकाला ५ रु. किंमत आकारली व इतरांना ७ रु. आकारली. ज्या ग्राहकाला ५ रुपयात वस्तू मिळाली त्याने ती वस्तू इतरांना ६ रुपयात विकली तर एकाधिकार्याकडून ७ रुपये किंमतीला कोणीही वस्तू विकत घेणार नाही. म्हणून मूल्यभेदासाठी वस्तूचे दुहेरी विनिमयन नसावे.

४) **दोषपूर्ण मानवी स्वभाव**

दोषपूर्ण मानवी स्वभावामुळे एकाधिकारी मूल्यभेदन करू शकतो. काही व्यक्तींची अशी समज असते की, आपण जास्त किंमत देऊन खरेदी केलेली वस्तू ही इतरांच्या वस्तूपेक्षा चांगली व दर्जेदार आहे. त्यामुळे मूल्यभेद करणे शक्य होते.

५) बाजारपेठेची विभागणी करणे शक्य असावे

वाहतुकीतील अडथळे किंवा बंधने भौगोलिक परिस्थिती इत्यादी कारणांमुळे एकाधिकाऱ्याला बाजारपेठेची विभागणी करता आली पाहीजे तरच मूल्यभेदन करता येतो.

६) वस्तूचे स्थलांतर होता कामा नये

स्वस्त बाजारात वस्तू खरेदी करून ग्राहक ती महाग बाजारातील ग्राहकांला देऊ शकत नाही. म्हणजेच मोठ्या किंमतीला महाग बाजारात वस्तू विकता कामा नये. ही अट पूर्ण होत असेल तरच दोन भिन्न बाजारात भिन्न किंमती आकारून मूल्यभेदनाचे धोरण अवलंबिता येईल.

७) मागणीच्या लवचिकतेत अंतर असावे

श्रीमती जॉन रॉबीन्सन च्या मते, 'मागणीच्या लवचिकतेत अंतर ही मूल्यभेदनाची पहिली अट आहे. ज्यांना जास्त किंमत आकारावयाची अशा वस्तूची मागणी कमी लवचिक असली पाहीजे याउलट ज्यांना कमी किंमत आकारावयाची अशा वस्तूची मागणी जास्त लवचिक असली पाहीजे.

८) उपभोक्त्यांचे गट पाडणे

जास्त उत्पन्न असणाऱ्या श्रीमंत ग्राहकांची मागणी कमी लवचिक असते. अशा बाजारात वस्तू जास्त किंमतीला विकता येतात. याउलट कमी उत्पन्न गटातील व्यक्तींची मागणी लवचिक असते अशा बाजारात वस्तू कमी किंमतीला विकणे हितकारक असते. म्हणून मूल्यभेदन करण्यासाठी एकाधिकाऱ्याला त्याच्या वस्तू खरेदी करणाऱ्या ग्राहकांचे वेगवेगळे गट पाडता आले पाहीजेत.

मूल्यभेदनाचे प्रकार

(types of Price Discrimination)

सामान्यपणे मूल्यभेदनाचे खालील प्रकार पडतात.

१) व्यक्तिनुसार मूल्यभेदन

जेव्हा एकाधिकारी एकाच वस्तूकरीता किंवा सेवेकरीता वेगवेगळ्या ग्राहकांपासून वेगवेगळी किंमत आकारतो तेव्हा त्याला व्यक्तीनुसार विभेदन म्हणतात. यात ग्राहकांच्या मागणीची चलचिकता आणि ऐपत विचारात घेऊन असा मूल्यभेद केला जातो. अशा मूल्यभेदाचा हेतू जास्तीत जास्त नफा मिळविणे हा असतो.

२) स्थानानुसार मूल्यभेदन

एकाच प्रकारच्या वस्तूकरीता किंवा सेवेकरीता एकाधिकारी वेगवेगळ्या ठिकाणी वेगवेगळी किंमत आकारतो तेव्हा ते स्थान मुल्य विभेदन होय. काही वेळा दुसऱ्या देशातील बाजारपेठ मिळविण्याच्या हेतूने जी वस्तू स्वदेशात जास्त किंमतीला विकतात व परदेशात कमी किंमतीला विकली जाते यालाच मूल्यावपाती (Dumping) धोरण असे म्हणतात.

३) उपयोगानुसार मूल्यभेदन

एकाधिकारी जेव्हा एकाच वस्तूचा किंवा सेवेचा उपयोग लक्षात घेऊन वेगवेगळे मूल्य आकारतो तेव्हा त्याला उपयोगानुसार मूल्यभेदन असे म्हणतात. उदा. राज्य विज मंडळ विजेचा घरगुती वापर, शेतीसाठी वापर, कारखान्यातील वापर याकरिता वेगवेगळे दर आकारित असतो.

४) समयानुसार मूल्यभेदन

जेव्हा वस्तूची किंवा सेवेची किंमत वेगवेगळ्या वेळेला वेगवेगळी आकारण्यात येते तेव्हा त्याला समयानुसार मूल्यभेदन असे म्हणतात. उदा. टेलीफोन विभागाद्वारे आकारला जाणारे दर दिवसासाठी व रात्रीसाठी वेगवेगळे असतात.

प्रा. पिगूच्या मते, मूल्यभेदनाचे वर्गीकरण

प्रा. ए. सी. पिगू यांनी (Economics of Welfare) या ग्रंथात मूल्य विभेदनाच्या खालील तीन श्रेणी दिलेल्या आहेत.

१) प्रथम श्रेणीचे मूल्यभेदन

प्रा. पिगू यांच्या मते, 'एकाधिकारी, निरनिराळ्या एककांसाठी अशा निरनिराळ्या किंमती वसूल करतो की, प्रत्येक एककासाठी ठरविलेली किंमत ही मागणी किंमती बरोबर असते. त्यामुळे ग्राहकांसाठी कोणतेही संतोषाधिक्य शिल्लक राहत नाही. श्रीमती जॉन रॉबिन्सन यांनी या मूल्य विभेदनास 'परिपूर्ण मूल्यभेदन' असे म्हटले आहे.

या प्रकारच्या मूल्य भेदनात एकाधिकारी प्रत्येक ग्राहकाची क्रयशक्ती जाणून घेण्याइतका धुर्त व चालाख असतो. त्यामुळे प्रत्येक वस्तूला ग्राहक जास्तीत जास्त किती किंमत देऊ शकतो हे एकाधिकारी अचूकपणे ओळखून नेमकी तेवढीच किंमत प्रत्येक वस्तूला आकारतो.

२) द्वितीय श्रेणीचे मूल्यभेदन

ह्यात एकाधिकारी वस्तूच्या निरनिराळ्या परिमाणांकरिता निरनिराळी किंमत आकारतो. वस्तूच्या खरेदी परिमाण वाढीबरोबर घटत जाणारे दरपत्रक तयार करित असतो. उदा. वीज महामंडळाने जर सुरवातीच्या काही युनिटसाठी जास्त दर व नंतरच्या युनिटसाठी घटत

जाणारा दर आकारला तर यालाच द्वितीय श्रेणीचे मूल्य भेदन असे म्हणतात. यात ग्राहकाला काही प्रमाणात संतोषाधिक्य मिळते.

३) तिसऱ्या श्रेणीचा मूल्यभेदन

ह्यात एकाधिकारी वेगवेगळ्या ग्राहकांची वस्तूबाबत असणारी मागणीची लवचिकता विचारात घेवून निरनिराळी किंमत आकारतो. उदा. रेल्वे प्रवासात ए.सी., फर्स्ट क्लास, टू टायर्स, सेकंड क्लास, अशी वर्गवारी करून मूल्यभेदन केला जातो. या तिसऱ्या श्रेणीच्या मूल्य भेदनासाठी खालील अटी पूर्ण होणे आवश्यक असते. १) वस्तूच्या मागणीची लवचिकता भिन्न बाजारपेठांमध्ये भिन्न असली पाहिजे. २) सर्व बाजारपेठांमध्ये सीमांत प्राप्ती समान झाली पाहिजे. ३) प्रत्येक बाजारपेठेत सीमांत प्राप्ती ही सीमांत खर्चाबरोबर असली पाहिजे.

३) मूल्यभेदाच्या स्थितीत किंमत व उत्पादनाचे संतुलन

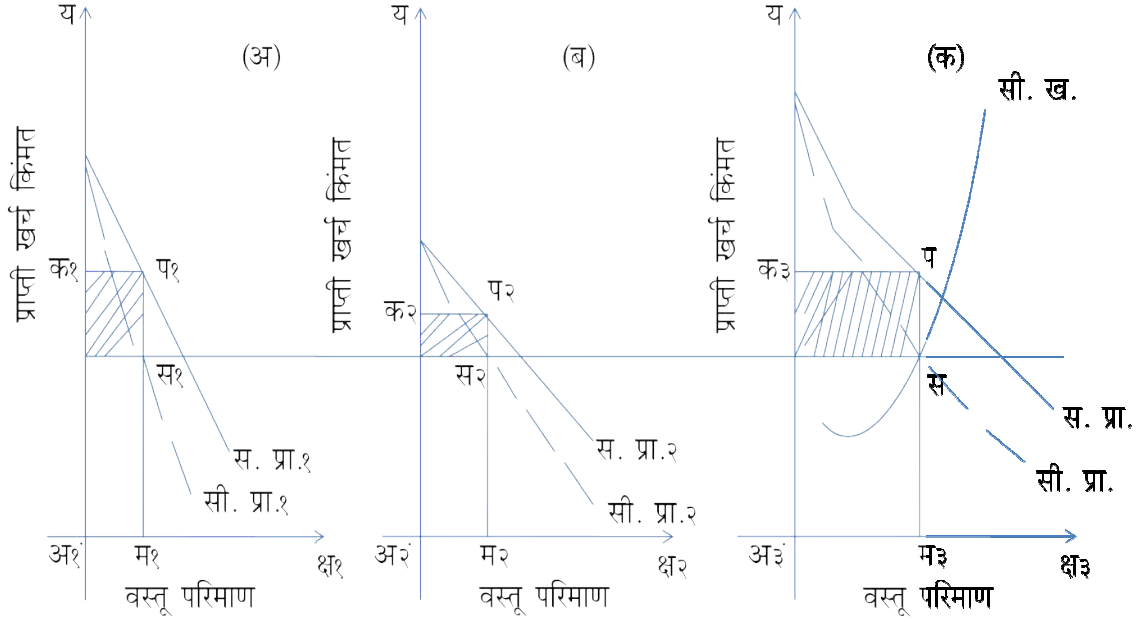
मूल्यभेदाच्या स्थितीत एकाधिकारी आपल्या उत्पादन मात्रेची आणि निरनिराळ्या बाजारपेठेत असणाऱ्या किंमतीची निश्चिती करतांना साध्या एकाधिकाराचेच तत्व वापरतो. मूल्यभेदनाच्या परिस्थितीत एकाधिकारी वस्तूचे परिमाण आणि किंमत अशाप्रकारे निश्चित करतो की, त्याला मिळणारा नफा महत्तम झाला पाहिजे. एकाधिकाराप्रमाणेच मूल्य भेद करतांना समतोल साधण्यासाठी दोन अटी पूर्ण होणे आवश्यक आहे.

१) सर्व बाजारातील सीमांत प्राप्ती एकमेकाबरोबर असतात.

२) प्रत्येक बाजारातील सीमांत प्राप्ती ही एकाधिकार्याच्या सीमांत खर्चाएवजी असावी लागते.

एकाधिकारी आपली वस्तू दोन बाजारपेठेत विकत आहे. 'अ' बाजारात वस्तूची मागणी कमी लवचिक असून 'ब' बाजारात ती अधिक लवचिक आहे. परिणामतः स. प्रा. १ हा 'अ' बाजारातील मागणी वक्र अधिक उताराचा आहे. तर 'ब' बाजारातील मागणी वक्र

अधिक उताराचा आहे. तर 'ब' बाजारातील स प्रा २ हा मागणी वक्र अधिक लचकिक असल्याने तो कमी उताराचा दाखविला आहे. या दोन्ही बाजारात वस्तूच्या मागणीची लवचिकता भिन्न असल्यामुळे एकाधिकारी एकाच वस्तूसाठी वेगवेगळी किंमत आकारण्यात यशस्वी होईल.



आकृतीमध्ये दोन बाजारपेठा घेतल्या आहेत. 'अ' बाजारपेठेत मागणीची लवचिकता कमी आहे. व 'ब' बाजारपेठेत मागणीची लवचिकता जास्त आहे. क भागात एकाधिकार्याचे संतुलन दाखविले आहे. एकाधिकारी एकूण उत्पादन अ म एवढे करेल व त्याच्या उत्पादनाची किंमत म प इतकी ठेवेल. तो आपले उत्पादन 'अ' व 'ब' बाजारात विकणार आहे. एकाधिकार्याचे संतुलन 'स' बिंदूत होते. कारण त्याठिकाणी सी. प्रा. = (सी. ख. आहे. अशीच अवस्था अ व ब बाजारात शोधावी लागेल. 'स' ह्या बिंदूतून डावीकडे अक्ष अक्षाला समांतर रेषा काढली तर ती सी. प्रा. ला स_२ ह्या बिंदूत छेदेल व एकाधिकारी ब बाजारात अ_२ म_२ इतके वस्तूचे परिमाण म_२ प_२ या किंमतीला विकेल. तीच समांतर रेषा 'अ' ह्या बाजारात स_१ या बिंदूत सी प्रा. ला छेदेल व एकाधिकारी त्या बाजारात अ_१ व

म_१ इतके वस्तूचे नगर विकेल व त्याची प्रती नग किंमत म_१ प_१ इतकी असेल वस्तूचे नग म_१ प_१ ही किंमत म_२ प_२ या किंमतीपेक्षा जास्त आहे. तसेच अ_१ म_१ + अ_२ म_२ - अम आहे. थोडक्यात जेव्हा एकाधिकाऱ्याच्या मालाला भिन्न बाजारात कमी अधिक लवचिक मागणी असते तेव्हा एकाधिकारी मूल्यभेदन करू शकतो.

एकाधिकारी मूल्यावरील मर्यादा

(Limitations on Monopoly Price)

एकाधिकाऱ्याचा उद्देश महत्तम नफा मिळविणे असतो. एका वस्तूचा तो एकच उत्पादक व विक्रेता असल्यामुळे त्याचे पुरवठ्यावर व किंमतीवर पूर्ण नियंत्रण असते. तो हवे तसे वस्तूचे मूल्य नियंत्रीत करू शकतो. परिणामतः उपभोक्त्याचे शोषण होते. त्यामुळे राष्ट्रीय व सामाजिक हित धोक्यात येऊ शकते. म्हणून एकाधिकाऱ्यावर मर्यादा असणे आवश्यक आहे.

१) ग्राहकांचा संघटीत विरोध

एकाधिकारी मूल्य फार वाढल्यास ग्राहकांमध्ये मोठ्या प्रमाणावर असंतोष निर्माण होऊन ते त्या वस्तूवर बहिष्कार टाकू शकतात. ह्या गोष्टीचा एकाधिकाऱ्याला विचार करावा लागतो.

२) पर्यायी वस्तू

एकाधिकाऱ्याने किंमतीत मोठ्या प्रमाणात वाढ केली तर त्यात पर्यायी वस्तूचा वापर सुरु होण्याची भीती असते किंवा पर्यायी वस्तूचे उत्पादन केल जाते. ह्या भीतीमुळे एकाधिकाऱ्याच्या किंमतीवर मर्यादा पडतात.

३) लवचिक मागणी

ज्या वस्तूची मागणी लवचिक असते त्या वस्तूच्या किंमतीत एकाधिकाऱ्याला जास्त वाढ करता येत नाही किंमतीत वाढ केली तर मागणी कमी होवून एकूण नफ्यात घट होईल.

४) उत्पादन खर्च

ज्या परिमाणाला सीमांत खर्च व सीमांत प्राप्ती समान होतात. तेवढेच परिमाण एकाधिकाऱ्याला विकता येतात. त्यापेक्षा जास्त परिमाण विकल्यास सीमांत खर्च सीमांत प्राप्तीपेक्षा जास्त होवून एकूण नफा कमी होतो.

५) सरकारचा हस्तक्षेप

एकाधिकाऱ्याने किंमत वाढवून समाजाचे शोषण करावयास सुरुवात केली तर कायदयाने सरकार त्याच्यावर नियंत्रण आणू शकतो. तसेच जास्त किंमत वसूल करून जो अतिरिक्त नफा अतिरिक्त नफा एकाधिकारी मिळवितो त्या नफ्यावर सरकारतर्फे मोठ्या प्रमाणात कर लावण्याचीही भिती असते.

६. कर आकारणी

कर आकारणीद्वारेही एकाधिकारी शक्तीवर नियंत्रण प्रस्तापित केले जाऊ शकते. समजा एकाधिकारी वस्तूची जास्त किंमत आकारून नफा मिळवित असल्यास त्या नफ्यावर सरकारतर्फे मोठ्या प्रमाणात कर आकारला जावू शकतो. असे केल्यास एकाधिकाऱ्याचा नफा कमी होवू शकतो.

७. उद्योगाचे राष्ट्रीयीकरण

एकाधिकाऱ्याने अधिक नफा मिळविण्याच्या स्वार्थातून वस्तूची अतिरिक्त किंमत आकारल्यास सरकार त्या उद्योगाचे राष्ट्रीयीकरण करू शकते.

एकाधिकाराचे आर्थिक परिणाम

(Economic Effects of Monopoly)

एकाधिकाराचे आर्थिकदृष्ट्या काही अनुकूल परिणाम तर काही प्रतिकूल परिणाम आहेत.

अनुकूल परिणाम

१) सामाजिक कल्याणात वृद्धी

मूल्य भेदनाच्या तत्वानुसार गरीब वर्गाला कमी किंमतीत वस्तू व सेवा पुरविल्या तर त्यामुळे त्यांना मिळणारा आनंद व समाधान वाढत असते. म्हणूनच सरकार स्वस्त धान्य दुकानात दारिद्र्य रेषेखालील लोकांना कमी किंमतीत जीवनावश्यक वस्तू पुरविते. अशारितीने श्रीमंतांना त्रास न देता गरिबांच्या सुखासमाधानात मोठ्या प्रमाणात वाढ करता येते.

२) विशेषज्ञांच्या सेवेचा लाभ घेता येतो

समाजातील डॉक्टर, वकील, इंजिनियर इत्यादी विशेषज्ञांच्या सेवेची किंमत जर एकसारखी ठेवली असती तर गरीब व मध्यम वर्गीयांना त्यांची महाग फी देणे परवडले नसते. व समाजातील मोठा वर्ग ह्या सेवांपासून वंचित झाला असता. अशा सेवा हे विशेषज्ञ मध्यम किंवा गरीब वर्गाला कमी किंमतीत उपलब्ध करून देत असतील तर अशा मूल्यभेदामुळे सामाजिक न्याय व समानता निर्माण होते.

३) संतोषाधिक्यात वाढ होते

मूल्य भेदनाच्या तत्वामुळे संपूर्ण संतोषाधिक्याचे प्रमाण नष्ट होत नसते. ज्या ग्राहकांना कमी किंमतीत वस्तू व सेवा मिळतात. त्यांच्या संतोषाधिक्यात निश्चित वाढ होत असते.

४) रोजगारीत वाढ करण्यास सहाय्यक

देशातील बेकारी कमी करण्यासाठी म्हणजेच रोजगार पातळी वाढविण्यासाठी राशीपतन मूल्यभेदनांचा एक उपप्रकार सहाय्यक ठरत असतो. यामुळे देशात बेकारांना रोजगार पुरविणे व वाढलेले उत्पादन विदेशात कमी किंमतीला विकून बेकारीचा प्रश्न सोडविता येतो.

५) मंदिला तोंड देता येते

एकाधिकारी संस्थेत भांडवल बरेच असते. त्यामुळे मंदीच्या काळात सुध्दा एकाधिकारी पेढी टिकाव धरू शकते.

६) लोकायुक्त व्यवसायात हितावह

पाणी व विज पूरवठा रेल्वे व पोस्ट लोकोपयुक्त व्यवसायात एकाधिकार असणे समाजाच्या दृष्टीने हितावह असते.

७) मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनाचे लाभ

एकाधिकारी उद्योगाचा व्याप मोठा असतो. त्यामुळे मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनाचे लाभ त्याला मिळतात.

८) उत्पादन व्यय कमी होतो

एकाधिकारात जाहिरातीचा खर्च मोठ्या प्रमाणावर टाळता येतो व त्यामुळे उत्पादन व्यय कमी होतो.

१) उद्योगाच्या कार्यक्षमतेत वाढ

भरपूर भांडवल उपलब्ध असल्यामुळे एकाधिकारी उद्योगात आधुनिक यंत्र व तंत्र कार्यक्षम श्रमिक, कुशल संघटक व दर्जेदार कच्चा माल यांचा वापर करता येतो व त्या उद्योगाची कार्यक्षमता वाढते.

प्रतिकूल परिणाम

१) आर्थिक विषमता वाढणे

एकाधिकारी उद्योगात श्रमिकांची संख्या कमी असल्यामुळे त्यांना भरपूर मोबदला मिळतो. याउलट एकाधिकार नसलेल्या उद्योगातील असंख्य मजुरांना बराच कमी मोबदला मिळतो. त्यामुळे आर्थिक विषमतेत वाढ होते.

२) नवीन शोधांना उत्तेजन नसणे

स्पर्धा नसल्याने एकाधिकार्याचा माल खपत असतो. त्यामुळे सुधारणा घडवून आणण्याची त्याची इच्छा नसते. नवीन शोध लावण्यास एकाधिकारी उत्तेजन तर देत नाहीत परंतु दुसऱ्याने लावलेला शोध विकत घेऊन त्याचा वापर करीत नाही. अशाप्रकारे एकाधिकारी आर्थिक प्रगतीत अडथळे आणू शकतात.

३) उपभोक्त्याच्या स्वातंत्र्यावर मर्यादा

एकाधिकारी वस्तूचा एकमेव उत्पादक असल्यामुळे तो जसा व ज्या किंमतीत माल देईल तसा व त्या किंमतीला उपभोक्त्याला तो विकत घ्यावा लागतो. त्यामुळे उपभोक्त्याचे स्वातंत्र्य मर्यादीत होते.

४) कृत्रिम दुर्मिळता निर्माण करणे

एकाधिकारी मुद्दाम कमी उत्पादन करून वस्तूची कृत्रिम दुर्मिळता निर्माण करतात. त्यामुळे त्याच्या वस्तूच्या किंमती वाढून नफा वाढतो.

५) ग्राहकांची पिळवणूक होणे

एकाधिकारी हा एकमेव उत्पादक किंवा विक्रेता असल्यामुळे तो भरमसाठ किंमत आकारून ग्राहकांची पिळवणूक करित असतो.

एकाधिकाराचे नियंत्रण

(Control of Monopoly)

एकाधिकार प्रवृत्तीचे अनेक दोष आहेत की ज्यांच्यावर टिका केली जाते. हे दोष दूर करण्यासाठी सरकारद्वारा नियंत्रण व नियमन करणे आवश्यक झाले आहे.

१) कायद्याद्वारे एकाधिकारी नियंत्रण

भारतात सन १९६९ मध्ये एकाधिकारी आणि प्रतिबंधात्मक व्यापार पध्दती कायदा (MRTP Act 1969) लागू करण्यात आला. ह्या कायद्याचा उद्देश एकाधिकारी संस्थेच्या स्थापनेवर प्रतिबंध लावणे व पूर्वी स्थापन झालेल्या एकाधिकारी संस्था बंद करून त्यांचे विकेंद्रीकरण करणे हा आहे. परंतु एकाधिकार नियंत्रणाचा हा प्रकार कोणत्याही देशात पूर्णतः यशस्वी झाला नाही. एकाधिकारी हा कायद्यात असलेल्या त्रुटीचा फायदा घेऊन स्वतःचे रक्षण करतो.

२) सार्वजनिक मालकी

विविध प्रयत्नांद्वारे एकाधिकार्याच्या अयोग्य प्रवृत्तींना रोक लागला नाही तर सरकार शेवटी एकाधिकारी संस्थेचे राष्ट्रीयीकरण करून त्यावर सरकारची मालकी प्रस्थापित करते. अनेक देशांमध्ये आजही परिवहन सेवा, डाक व तार विभाग, पाणीपुरवठा, वीजपुरवठा इत्यादी क्षेत्रात सार्वजनिक मालकी स्थापन करून ह्या सेवा जनतेला पुरविल्या जातात.

३) उत्पादन व किंमतीवर नियंत्रण

एकाधिकारावर नियंत्रण आणण्यासाठी त्याच्याद्वारे निर्मित वस्तूची मात्रा आणि किंमतीवर नियंत्रण ठेवणे आवश्यक असते. सरकारद्वारे एका आयोगाची नियुक्ती करून आयोगाच्या शिफारशीनुसार उत्पादन व किंमतीवर नियंत्रण ठेवले जाते.

४) स्पर्धेला प्रोत्साहन

सरकार एकाधिकारावर नियंत्रण ठेवण्यासाठी अन्य पर्यायी वस्तूच्या उत्पादकांना प्रोत्साहन देऊन बाजारात योग्य स्पर्धा निर्माण करू शकते. बाजारात नवीन स्पर्धेक प्रवेश करू शकतात असे एकाधिकाऱ्याला वाटते तर तो आपल्या शक्तीचा अवास्तव उपयोग करणार नाही. अशारीतीने एकाधिकाऱ्याच्या अवास्तव किंमत आकारण्याच्या शक्तीवर नियंत्रण येऊन ग्राहकांच्या शोषणावर प्रतिबंध बसेल.

५) सामाजिक बहिष्कार

जर एकाधिकारी आपल्या वस्तूचे अवास्तव मूल्य आकारण्याचा प्रयत्न करीत असेल तर समाज सामुहीकरित्या त्या वस्तूवर बहिष्कार टाकून खरेदी बंद करू शकतो. परिणामतः एकाधिकाऱ्याचे मनोबल खूचन तो अधिक किंमत आकारणार नाही.

६) ग्राहक संघाची स्थापना

एकाधिकाऱ्याकडून होणाऱ्या शोषणापासून संरक्षण करण्यासाठी ग्राहक आपले संघटक स्थापन करतो. त्याला ग्राहक संघटना किंवा क्रेता संघ म्हणतात. या ग्राहक संघटना एकाधिकाऱ्याच्या अतिरिक्त किंमत आकारण्याच्या प्रवृत्तीला विरोध करून ग्राहकांचे शोषणापासून संरक्षण करतात.

७) करारोपण

एकाधिकारावरं नियंत्रण आणण्यासाठी सरकार करारोपणाचा आधार घेते. उत्पादीत वस्तूच्या नगावर सरकारद्वारे आकारल्या जाणाऱ्या कराला विशिष्ट कर म्हणतात. विशिष्ट कराची आकारणी केल्यामुळे कर वाढीचा एक भाग किंमत वाढीच्या रूपात उपभोक्त्याला सहन करावा लागतो आणि काही भाग नफ्याच्या रक्कमेत घट होण्याच्या रूपाने एकाधिकाऱ्याला सहन करावा लागतो. परंतु विशिष्ट कर हा एकाधिकारी वस्तूची किंमत आणि उत्पादन यांचे नियंत्रण करण्यात प्रभावी ठरत नाही.

उत्पादीत वस्तूचे परिमाण विचारात न घेता जेव्हा सरकारद्वारे कर आकारणी केली जाते तेव्हा त्याला एक रक्कमी कर म्हणतात. हे कर उत्पादन व वस्तूची किंमत यांच्यावर कोणताही परिणाम न करता एकाधिकारी नफा कमी किंवा नाहिसा करतात. एक रक्कमी कर आकारल्यामुळे कराचा भार हा एकाधिकाऱ्यालाच सहन करावा लागतो. कोणत्याही परिस्थितीत एकाधिकारी या कराचा भार उपभोक्त्याकडे ढकलू शकत नाही. त्यामुळे एकाधिकार नियंत्रणाची ही पध्दती उपभोक्त्याच्या दृष्टीकोनातून श्रेष्ठ ठरते.

पूर्णस्पर्धा व एकाधिकारी बाजारपेढांची तुलना

(Companies' between perfect competition and monopoly market)

- साम्य १. दोन्ही बाजारपेढांमध्ये क्रेते असंख्य असतात.
२. दोन्ही बाजारपेढेत पेढीचे संतुलन हे महत्तम नफा मिळविणे या उद्देशानेच केले जाते.
३. दोन्ही बाजारपेढेत संतुलन हे जेथे सीमांत प्राप्ती ही सीमांत खर्चाबरोबर असते तेथे होते.

भेद

- १) **किंमतीत फरक** : पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात सर्वत्र किंमत एकच आढळते. तर एकाधिकार बाजारात एकाच वस्तूच्या वेगवेगळ्या किंमती आढळून येतात.
- २) **नफ्याबाबत फरक** : दीर्घकाळात पूर्ण स्पर्धेत पेढीला केवळ प्रसामान्य नफा प्राप्त होतो तर एकाधिकारी बाजारात दीर्घकाळातही पेढीला अतिरिक्त नफा प्राप्त होवू शकतो.
- ३) **प्राप्ती वक्रांच्या बाबतीत फरक** : पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारात एकच किंमत असल्याने सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्तीचे वक्र एकरूप असतात. त्यामुळे सरासरी प्राप्ती = सीमांत प्राप्ती वक्र अक्ष अक्षाला समांतर असतात. एकाधिकारी सरासरी प्राप्ती व सीमांत प्राप्ती वक्र वेगवेगळे असतात.
- ४) **किंमत निश्चितीबाबत फरक** : पूर्ण स्पर्धेत एकूण मागणी व एकूण पुरवठा यांच्या संतुलनाने ठरणारी किंमत पेढीला स्वीकारणे भाग असते. कारण पूर्ण स्पर्धेत पेढी ही किंमत स्वीकारणारी असते. तर एकाधिकारात मात्र पेढीचे किंमतीवर पूर्ण नियंत्रण असल्याने एकाधिकारी पेढी ही किंमत निर्धारक असते.
- ५) **उत्पादन परिमाणाबाबत फरक** : पूर्ण स्पर्धेतील उत्पादन राशी ही बरीच जास्त असते. कारण पूर्ण स्पर्धेत उत्पादन संच त्याच्या पूर्ण क्षमतेनुसार वापरले जाते. याउलट एकाधिकारात मात्र उत्पादन संचाचा पूर्ण क्षमतेनुसार वापर न झाल्याने एकाधिकारातील उत्पादन परिमाण फार कमी असते.

- ६) पेढ्यांच्या संख्येबाबत फरक : पूर्ण स्पर्धेतील बाजारपेठेत उद्योगात पेढ्यांची संख्या फारच मोठी असते. तर एकाधिकारी बाजारपेठेत ही संख्या एक पेढी एवढी मर्यादीत असते.
- ७) उपभोक्त्याच्या संतोषाधिक्यात फरक : पूर्ण स्पर्धेच्या बाजारपेठेत उपभोक्त्याला मिळणारे संतोषाधिक्य हे जास्तीत जास्त असते. याउलट एकाधिकार बाजारात एकाधिकारी मागणी किंमत आकारून उपभोक्त्याचे पूर्ण संतोषाधिक्य हिरावून घेत असते.

अपेक्षित प्रश्न

दिर्घोत्तरी प्रश्न

- १) एकाधिकार म्हणजे काय ? त्याची वैशिष्ट्ये सांगून विविध प्रकार स्पष्ट करा.
- २) एकाधिकार म्हणजे काय ? एकाधिकारात मूल्यनिर्धारण कसे होते ते सांगा.
- ३) एकाधिकार म्हणजे काय ? एकाधिकारात अल्पकालीन मूल्यनिश्चिती कशी होते ते स्पष्ट करा.
- ४) एकाधिकार म्हणजे काय ? एकाधिकारात दीर्घकालीन संतुलीत किंमत कशी ठरते ते स्पष्ट करा.
- ५) मूल्यभेदन म्हणजे काय ? मूल्य विभेदनाचे विविध प्रकार स्पष्ट करून मूल्यभेदनासाठी आवश्यक परिस्थिती सांगा.
- ६) एकाधिकारी महत्तम नफा मिळविण्याच्या दृष्टीने कशाप्रकारे मूल्यभेदन करतो ते आकृतीच्या सहाय्याने समजावून सांगा.

लघुत्तरी प्रश्न

- १) एकाधिकार म्हणजे काय ?
- २) एकाधिकाराची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.
- ३) एकाधिकाराचे प्रकार स्पष्ट करा.
- ४) मूल्यभेदन म्हणजे काय ?
- ५) मूल्यभेदनाची लाभ व हानी स्पष्ट करा.
- ६) मूल्य भेदन कोणत्या परिस्थितीत शक्य आहे ?
- ७) मूल्यभेदनाचे प्रकार सांगा.
- ८) मूल्यभेदनांच्या श्रेणी स्पष्ट करा.
- ९) पूर्ण स्पर्धा व एकाधिकार यातील फरक स्पष्ट करा.