

Micro Economics Sem - 2

३.२.४.१ दुमक्तेदारी बाजार आणि वैशिष्ट्ये

व्याख्या/अर्थ:—

दुमक्तेदारी म्हणजे अशी बाजारपेठ ज्याठिकाणी मक्तेदारी शक्ती दोन मक्तेदारामध्ये विभागलेली असते. या मक्तेदारी व्यवस्थेमध्ये दोन कंपन्या किंवा दोन विक्रेते यांचाच बाजारपेठेवर कब्जा असतो. या बाजार पेठेत दोन कंपन्यांचे चिन्ह (Brand) एकत्रित करून (उदा. मोबाईल कंपनी वोडाफोन व Idea VI) उपभोगत्याकडून जास्तीत जास्त पैसे वसूल करणे होय.

दुमक्तेदारीची वैशिष्ट्ये:—

दुमक्तेदारी व अल्पमक्तेदारी बाजार व्यवस्थेत साधर्म्य आढळून येते. तथापि, दुमक्तेदारीचे विशेष वैशिष्ट्ये पुढीलप्रमाणे सांगता येतील.

- १) या बाजार रचनेमध्ये फक्त दोनच विक्रेते अथवा कंपन्यांचा प्रभाव/हिस्सा अस्तित्वात असतो.
- २) दुमक्तेदारी बाजार यंत्रणेत दोन्ही मक्तेदार हे स्वतंत्रपणे व्यवसाय करत असतात. ते नेहमी आपली वस्तूची अधिक विक्री होण्यासाठी विविध मार्ग अवलंबत असतात. उदा. किंमत कमी करणे, भेट वस्तू देणे इ. अशा पद्धतीने उपभोगत्यास विविध प्रलोभने दाखवून बाजारामधील हिस्सा वाढविण्यासाठी प्रयत्नशिल असतात.
- ३) वस्तूभेदासह दुमक्तेदारी :—

एखाद्या बाजार व्यवस्थेत दोन मक्तेदार/विक्रेते एकजिनसी वस्तूची विक्री करत असतात. अशा बाजार व्यवस्थेत वस्तूभेदजन्य दुमक्तेदारी म्हणतात. दोन्ही विक्रेते वस्तूची किंमत ठरवितात आणि दीर्घ काळात जास्तीत जास्त नफा कमावतात. पण या दोन्ही विक्रेत्यांना किंमतीमध्ये स्पर्धा करून किंमती कमी करत असतील तर दीर्घ काळात सर्वसाधारण नफा कमावतील. या प्रकारची मक्तेदारी करनॉट प्रारूप, एडजवर्थ प्रारूप आणि चेंबरलीन प्रारूपामध्ये स्पष्ट करण्यात आली आहे.

- ४) वस्तूभेदजन्य दुमक्तेदारी :—

या बाजारपेठेत असणाऱ्या प्रत्येक विक्रेत्याची स्वतःची अशी एक उपभोक्त्याची यादी आणि नावलौकिक असतो. इथे विरोधकाकडून बदला घेण्याची भूमिका दिसून येत नाही.