

Prof. Pankaj Kr. Gupta  
 Assistant Professor (Economics)  
R.B.G.R. College, Maharajganj

TDC-I Economics (Hons.)  
Paper-I Micro Economics  
Module IV - Market Structure & Pricing

### Topic: characteristics of Oligopoly

#### (1) विक्रेताओं की अल्प संख्या (few number of sellers)

अल्पाधिकार में विक्रेताओं की संख्या कम होती है। थोड़े विक्रेता होने के कारण - (a) प्रत्येक विक्रेता का शक्ति के एक बड़े भाग पर नियंत्रण रहता है तथा यह बाजार में वस्तु की कीमत को प्रभावित कर सकता है। (b) एक विक्रेता का क्रियाओं तथा नीतियों का प्रभाव इससे प्रतियोगी विक्रेताओं की कीमत तथा उत्पादन नीति पर पड़ता है।

#### (2) परस्पर निर्भरता (Inter-dependence)

अल्पाधिकार की एक मुख्य विशेषता उद्योग की कुछ फर्मों द्वारा निर्णय करने में पारस्परिक निर्भरता है। इसका कारण यह है कि जब प्रतिस्पर्धियों की संख्या कम होती है तो एक फर्म द्वारा किए गए वस्तु की कीमत व उत्पादन सम्बन्धित परिवर्तनों का प्रायः प्रभाव प्रतिस्पर्धियों के लाभों पर पड़ता है जो प्रतिक्रियास्वरूप अपनी कीमतों, उत्पादन में जैसी भी आवश्यकता होती है परिवर्तन करते हैं। इस प्रकार एक अल्पाधिकारी उद्योग में जब कोई फर्म कीमत में कमी करती है, अपनी वस्तु का नया मॉडल प्रस्तुत करती है अथवा विज्ञापन कार्यक्रम तेजी से शुरू करती है तो निश्चय ही इसकी प्रतिस्पर्धी फर्मों भी बदले में इसी प्रकार की क्रियाएँ करती हैं। इस प्रकार अल्पाधिकार में परस्पर निर्भरता की स्थिति पायी जाती है।

#### (3) भेदित वस्तु (Differential Product) - अल्पाधिकारी लगभग समान वस्तुओं का उत्पादन कर सकते हैं या भेदित वस्तु का।

(4) नई फर्मों का कठिन प्रवेश तथा बहिर्गमन (Difficult entry and Exit of new firm)

अल्पाधिकारी उद्योग में नयी फर्मों का प्रवेश कठिन होता है। इसका कारण यह है कि आरम्भ से ही नई फर्म को स्थापित करने के लिए बड़ी मात्रा में पूँजी की आवश्यकता पड़ती है क्योंकि अल्पाधिकार में फर्मों की संख्या कम होती है और वे फर्में बहुत बड़ी होती हैं। अल्पाधिकारी फर्मों के पास आवश्यक कच्चे माल की प्रती के अधिकांश भाग पर स्वामित्व होता है अथवा वस्तुएँ पेटेंट द्वारा सुरक्षित हो सकती हैं। इन बाधाओं के कारण अल्पाधिकारी उद्योग में फर्मों का प्रवेश कठिन हो जाता है।

(5) माँग वक्र की अनिश्चितता (Uncertainty of Demand curve)

अल्पाधिकार में फर्मों के बड़े पैमाने पर परम्परावलम्बन होने के कारण कोई भी फर्म अपनी कीमत व उत्पादन नीति के सम्भावित परिणामों का निश्चितता से पूर्णवलोकन नहीं कर सकती। जैसे, कोई भी फर्म यह अनुमान नहीं लगा सकती कि एक निश्चित प्रतिघात के बराबर कीमत में कटौती करने पर उसकी बिक्री में कितनी वृद्धि हो जाएगी। यही कारण है कि अल्पाधिकार में फर्म का माँग अथवा लागत वक्र अनिश्चित होता है। हम जानते हैं कि माँग वक्र कीमतों के विभिन्न स्तरों तथा उस पर बेची जाने वाली वस्तु की मात्रा स्वयं ही अनिश्चित होती है इसलिए माँग वक्र भी अनिश्चित होता है।

(6) विज्ञापन की क्रियाएँ (Advertising Activities)

अल्पाधिकार में विक्रेताओं द्वारा विज्ञापन तथा विपणन प्रसार की क्रियाओं पर बहुत अधिक व्यय किया जाता है। वस्तु के विपणन

प्रसार के लिए वस्तु के गुण में सुधार के अतिरिक्त डिज़ाइन, अनुसंधान इत्यादि पर पर्याप्त धन व्यय करके सम्भावित प्रतियोगियों के प्रवेश को एक बड़ी सीमा तक रोक रखा जाता है परन्तु विज्ञापन की मात्रा तथा किस्म इस बात पर निर्भर करेगी कि फर्मों समरूप वस्तुएँ या भेदित वस्तुएँ उपलब्ध कर रही हैं।

#### (क) कीमत स्थिरता (Price rigidity)

कीमत स्थिरता का तात्पर्य उस परिस्थिति से होता है जिसमें कीमत एक ही स्तर पर बनी रहती है, भले ही माँग तथा पूर्ति निर्धारित करने वाली परिस्थितियों में परिवर्तन हो गया हो। कीमत स्थिरता अल्पाधिकार बाजार में अधिकतर पायी जाती है।

#### (ख) समूह व्यवहार (Group Behaviour)

पूर्ण प्रतियोगिता, एकाधिकार तथा एकाधिकारालम्ब प्रतियोगिता तीनों 'व्यक्तिगत व्यवहार' के सिद्धांत पर आधारित हैं जिनमें व्यक्तिगत फर्मों इस प्रकार व्यवहार करती हैं कि उनके लाभ अधिकतम हो सकें।

इसके विपरीत, अल्पाधिकारी सिद्धांत व्यक्तियों के विशाल संख्या अथवा व्यक्तिगत व्यवहार का नहीं बल्कि समूह व्यवहार का सिद्धांत है।

अल्पाधिकारी के सम्बन्ध में लाभ अधिकतम करने की मान्यता बहुत उचित नहीं है। अल्पाधिकार में समूह की थोड़ी-सी फर्मों सामान्य हितों की रक्षा के लिए कभी-कभी सहयोग करती हैं तो कभी-कभी व्यक्तिगत हितों को प्राप्त करने के लिए आपस में संघर्ष करती हैं।

(ग) असंगति (Inconsistency) - अल्पाधिकार के अन्तर्गत कार्यरत फर्मों एकत्र नहीं होती बल्कि आकार की दृष्टि से एक-दूसरे से भिन्न होती हैं। कुछ फर्मों बहुत बड़ी तो कुछ फर्मों छोटे आकार की हो सकती हैं।

Alfred Marshall