

ভূমিকা

অর্থনীতিতে বাজার ধারণাটি সময়, স্থান, কাল, চাহিদা, যোগান ইত্যাদি বিষয়ের সাথে সম্পর্কিত। উৎপাদনকারী মুনাফা সর্বাধিক করার জন্য উৎপাদনের উপকরণগুলো কম মূল্যে সংগ্রহ করে কম খরচে উৎপাদন করতে চায় এবং সেগুলো বাজারে সর্বোচ্চ মূল্যে বিক্রয় করার চেষ্টা করে। অপরদিকে ক্রেতাগণ কম মূল্যে ভালো দ্রব্য ক্রয় করে উপযোগ সর্বোচ্চ করতে চায়। এসব, পুরো প্রক্রিয়াতে বাজার একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।



ইউনিট সমাপ্তির সময়

ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ৬ দিন

এই ইউনিটের পাঠসমূহ

- পাঠ ৬.১: বাজার এর সংজ্ঞা ও শ্রেণি বিভাগ
- পাঠ ৬.২: পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার
- পাঠ ৬.৩: একচেটিয়া বাজার
- পাঠ ৬.৪: বাংলাদেশের বাজার ব্যবস্থা ও বিপণন



বাজার এর সংজ্ঞা ও শ্রেণিবিভাগ (Defination and Classification of Market)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে শিক্ষার্থীরা-

- বাজার সম্পর্কে অর্থনীতির ধারণা ব্যাখ্যা করতে পারবেন;
- বাজারের বৈশিষ্ট্য কি কি তার বর্ণনা দিতে পারবেন;
- বাজারের শ্রেণি বিভাগের ব্যাখ্যা দিতে পারবেন;
- বিভিন্ন প্রকার বাজারের মধ্যে তুলনা করতে পারবেন।



মূলপাঠ

বাজার

বাজার বলতে সাধারণত: বিশেষ কোন স্থানকে বোঝানো হয়, যেখানে বিভিন্ন বা কোন একটি দ্রব্যের বেচাকেনা হয়। কিন্তু অর্থনীতিতে বাজার শব্দটি একটু ভিন্ন অর্থ ব্যবহৃত হয়। অর্থনীতিতে বাজার বলতে একটি দ্রব্য তার ক্রেতা ও বিক্রেতাদের মধ্যে প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষ দরকষাকষির মাধ্যমে নির্ধারিত দামে ক্রয়/ বিক্রয়কে বোঝায়।

অধ্যাপক চ্যাপমান বলেন- “অর্থনীতির দৃষ্টিভঙ্গির দিক থেকে ব্যাখ্যা করলে বাজার বলতে কোন স্থানকে বোঝায় না, বরং এক বা একাধিক দ্রব্যকে বোঝায় যা ক্রেতা ও বিক্রেতাদের মধ্যে প্রত্যক্ষ প্রতিযোগিতার মাধ্যমে ক্রয়-বিক্রয় হয়।” এ সংজ্ঞাগুলো বিশ্লেষণ করলে অর্থনীতিতে বাজারের কয়েকটি বৈশিষ্ট্য লক্ষ্য করা যায়। যেমন-

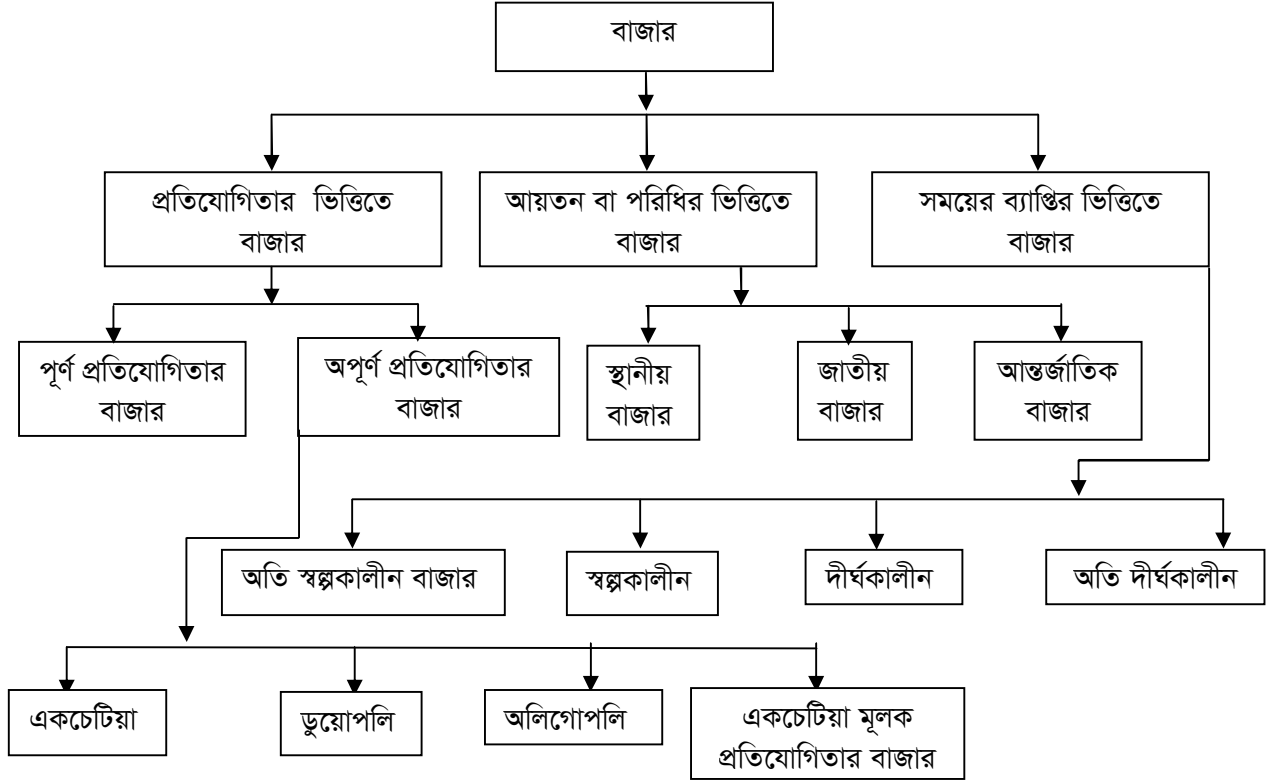
১. ক্রয়-বিক্রয়যোগ্য দ্রব্য।
২. দ্রব্যের ক্রেতা ও বিক্রেতা।
৩. ক্রেতা ও বিক্রেতাদের মধ্যে প্রতিযোগিতার মাধ্যমে দামের উদ্ভব।
৪. এক বা একাধিক অঞ্চল জুড়ে দ্রব্যের ক্রয় - বিক্রয়।

বাজার অর্থনৈতিক ব্যবস্থার প্রাণকেন্দ্র। বাজারকে কেন্দ্র করেই যাবতীয় অর্থনৈতিক কর্মপ্রবাহ আবর্তিত হয়। উল্লেখ্য যে, অর্থনীতিতে বিভিন্ন দ্রব্যের ক্রয়-বিক্রয় নিয়ে বিভিন্ন বাজার গঠিত হয়। যেমন কাঁচা বাজার, শমের বাজার, অর্থের বাজার, শেয়ার বাজার, চালের বাজার, কাপড়ের বাজার, স্বর্ণের বাজার, মাছের বাজার ইত্যাদি।

বাজারের শ্রেণি বিভাগ

প্রতিযোগিতার প্রকৃতি, আয়তন ও সময়ের ব্যাপ্তি অনুসারে বাজারকে নিম্নলিখিত কয়েকটি ভাগে ভাগ করা যায়।

সারণি ৬.১.১: বাজারের শ্রেণিবিভাগ



ক. প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে শ্রেণিবিভাগ:

বিক্রেতাদের মধ্যে প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে বাজারকে প্রধানত দু'ভাগে ভাগ করা যায়।

১. পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার
২. অপূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার।

১. **পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার:** যে বাজারে অসংখ্য ক্রেতা বিক্রেতা থাকে এবং তাদের মধ্যে দরকষাকষির মাধ্যমে একটি নির্দিষ্ট দামে দ্রব্যের ক্রয় বিক্রয় হয় তাকে পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার বলে। বাংলাদেশে কৃষিজাত দ্রব্যের বাজারকে পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার হিসেবে বলা যেতে পারে।

২. **অপূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার :** যে বাজারে ক্রেতা-বিক্রেতার সংখ্যা কম, বিশেষ করে ক্রেতার তুলনায় বিক্রেতার সংখ্যা কম থাকে এবং বিক্রেতাদের দ্রব্যের মধ্যে গুণগত পার্থক্য থাকে তাকে অপূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার বলে। এ বাজারে দ্রব্যের দাম কিছুটা হলেও বিক্রেতা প্রভাবিত করতে পারে।

অপূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার চার ভাগে বিভক্তঃ

(ক) একচেটিয়া বাজার (খ) ডুয়োপলি বাজার (গ) অলিগোপলি বাজার এবং (ঘ) একচেটিয়া মূলক প্রতিযোগিতার বাজার।

খ. আয়তন বা পরিধি অনুসারে শ্রেণিবিভাগ: আয়তন বা পরিধি অনুসারে বাজার স্থানীয়, জাতীয় এবং আন্তর্জাতিক হয়ে থাকে।

(১) **স্থানীয় বাজার:** যে বাজার দেশের একটি বিশেষ স্থান বা অঞ্চলের মধ্যে সীমাবদ্ধ থাকে, তাকে স্থানীয় বাজার বলে। যেমন : শাকসজির বাজার।

(২) **জাতীয় বাজার:** কোনো দ্রব্যের বাজার যদি সমগ্র দেশ জুড়ে বিস্তৃত থাকে তবে সেই দ্রব্যের বাজারকে জাতীয় বাজার বলে। যেমন দেশে প্রস্তুত গামছা, শাড়ি, লুঙ্গী প্রভৃতির বাজার।

(৩) **আন্তর্জাতিক বাজার:** যে দ্রব্যের বাজার দেশের ভিতরে সীমাবদ্ধ না থেকে একাধিক দেশে বিস্তৃত থাকে তাকে আন্তর্জাতিক বাজার বলে। যেমন: পাট, চিংড়ি, চা, চামড়া প্রভৃতির বাজার।

গ. সময়ের ব্যাপ্তির ভিত্তিতে বাজার: সময়ের ব্যাপ্তি অনুসারে বাজারকে চার ভাগে ভাগ করা যায়। যথা- ১. অতি স্বল্পকালীন বাজার ২. স্বল্পকালীন বাজার ৩. দীর্ঘকালীন বাজার ৪. অতি দীর্ঘকালীন বাজার।

১. **অতি স্বল্পকালীন বাজার :** যে বাজারের স্থায়িত্বকাল এতই কম যে এ সময়ের মধ্যে দ্রব্যের যোগান হ্রাস বৃদ্ধি করা যায় না তাকে অতি স্বল্পকালীন বাজার বলে। তাই চাহিদার হ্রাস বৃদ্ধির উপর দ্রব্যের দাম নির্ধারিত হয়। যেমন- মাছ, দুধ, শাক সজি প্রভৃতির বাজার।

২. **স্বল্পকালীন বাজার:** যে বাজারে পরিবর্তিত চাহিদার সাথে দ্রব্যের যোগানের সামান্যতম সমন্বয় করা সম্ভব তবে কেবলমাত্র পরিবর্তনশীল উপকরণে পরিবর্তনে ও মাধ্যমে সম্ভব। স্বল্পকালে উৎপাদন প্রতিষ্ঠানের সংখ্যা, আয়তন, যন্ত্রপাতির পরিমাণের কোনরূপ পরিবর্তন করা যায় না। এই ধরনের বাজারে দ্রব্যের মূল্য নির্ধারণে যোগানের চেয়ে চাহিদার ভূমিকা অধিক কার্যকরী হয়। যেমন- শাড়ী, লুঙ্গি, গামছা প্রভৃতির বাজার।

৩. **দীর্ঘকালীন বাজার:** যে বাজারে দ্রব্যের চাহিদার সাথে সাড়া দিয়ে যোগান পরিবর্তন করা যায় তাকে দীর্ঘকালীন বাজার বলে। দীর্ঘকালীন সময়ে উৎপাদক প্রতিষ্ঠানের আয়তন, সংখ্যা, যন্ত্রপাতি এমনকি উৎপাদন পদ্ধতিও সামগ্রিকভাবে পরিবর্তন করে দ্রব্যের যোগান ও চাহিদার সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ করা যায়। এ দীর্ঘকালে উৎপাদনের সকল উৎপাদনই পরিবর্তনশীল, চাহিদা ও যোগানের মধ্যে সমন্বয় সাধন করে দীর্ঘকালীন দাম নির্ধারিত হয়। মোটর গাড়ী, ফ্রিজ, টেলিভিশন প্রভৃতির বাজার।

৪. **অতি দীর্ঘকালীন বাজার:** যে দীর্ঘকালীন বাজারে ক্রেতার রুচি, অভ্যাস, সংখ্যা ইত্যাদির যথেষ্ট পরিবর্তন ঘটে তাকে অতি দীর্ঘকালীন বাজার বলে। এ বাজারে তাই দাম নির্ধারণের ক্ষেত্রে অনিশ্চয়তা বিরাজ করে। জাহাজ, উড়োজাহাজ প্রভৃতির বাজার।



শিক্ষার্থীর কাজ

প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে বাজারের শ্রেণিবিভাগ করুন।



সারসংক্ষেপ

- অর্থনীতিতে বাজার বলতে ক্রেতা ও বিক্রেতার মধ্যে প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষ দরকষাকষির মাধ্যমে নির্ধারিত দামে দ্রব্যের ক্রয়/ বিক্রয়কে বোঝায়।
- বাজার মূলত তিন ভাগে বিভক্ত-
(ক) প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে (খ) আয়তন বা পরিধির ভিত্তিতে (গ) সময়ের ব্যাপ্তির ভিত্তিতে



পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৬.১

বহুনির্বাচনি প্রশ্ন

১. প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে বাজার কত প্রকার?

ক. দুই

খ. তিন

গ. চার

ঘ. পাঁচ

২. অপূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজারকে কত ভাগে ভাগ করা যায়?

ক. তিন

খ. চার

গ. পাঁচ

ঘ. ছয়

৩. অর্থনীতিতে বাজারের বৈশিষ্ট্য হলো-

- i. ক্রয় বিক্রয়ের জন্য এক বা একাধিক দ্রব্য ও সেবা বিরাজ করবে
- ii. ক্রয় বিক্রয়ের জন্য এক বা একাধিক অঞ্চল থাকবে
- iii. ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকবে

নিচের কোনটি সঠিক?

- ক. i ও ii খ. ii ও iii গ. i, ii ও iii ঘ. i ও iii

৪. বাজারে উপাদান হলো

- i. ক্রেতা ও বিক্রেতা ii. নির্দিষ্ট দাম iii. দ্রব্য

নিচের কোনটি সঠিক?

- ক. i ও ii খ. i ও iii গ. ii ও iii ঘ. i, ii ও iii

নিচের উদ্দীপকটি পড়ুন এবং ৫ ও ৬ নং প্রশ্নের উত্তর দিন।

করিমের দু'টি গাভী আছে। এই গাভীর দু'টি প্রতিদিন ২০ লিটার দুধ দেয়। করিমদের বাড়ির পাশে প্রতি সকালে একটি বাজার বসে এবং সেই বাজারটিতে সকাল নয়টা পর্যন্ত কেনা বেচা হয়। করিম এই বাজারে প্রতিদিন গাভীর দুধ বিক্রয় করে।

৫. উদ্দীপকে কোন বাজারকে ইঙ্গিত করা হয়েছে?

- ক. অতি স্বল্পকালীন বাজার খ. স্বল্পকালীন বাজার
গ. দীর্ঘকালীন বাজার ঘ. অতি দীর্ঘকালীন বাজার

৬. উল্লিখিত বাজারের বৈশিষ্ট্য হলো-

- i. চাহিদা-হ্রাসবৃদ্ধির উপর দ্রব্যের দাম নির্ধারিত হয়
- ii. এই বাজার কয়েক ঘন্টা স্থায়ী হয়
- iii. বিজ্ঞাপনের আবশ্যিকতা

নিচের কোনটি সঠিক?

- ক. i ও ii খ. i ও iii গ. ii ও iii ঘ. i, ii ও iii



পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার (Perfect Competitive Market)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে শিক্ষার্থীরা-

- পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারের বৈশিষ্ট্য ব্যাখ্যা করতে পারবেন।



মূলপাঠ

পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার

যে বাজারে বহুসংখ্যক ক্রেতা এবং বহুসংখ্যক বিক্রেতা একটি সমজাতীয় পণ্য চাহিদা ও যোগানের ভারসাম্যের ভিত্তিতে নির্ধারিত একটি নির্দিষ্ট মূল্যে ক্রয়-বিক্রয় করে তাকে পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলে। মিসেস জোয়ান রবিনসন এর মতে “যে বাজারে প্রতিটি উৎপাদনকারী ফার্মের উৎপাদিত পণ্যের চাহিদা পরিপূর্ণ স্থিতিস্থাপক, তাকে পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলে”।

এ বাজারে চাহিদা ও যোগানের ভারসাম্যের দ্বারা নির্ধারিত মূল্যে দ্রব্য ক্রয় বিক্রয় হয়। এখানে ক্রেতা বা বিক্রেতা এই মূল্যের উপর কোন প্রকার প্রভাব ফেলতে পারে না। আবার একজন ক্রেতার চাহিদা বা একজন বিক্রেতার সরবরাহ এই বাজারে একটি ক্ষুদ্রতম অংশ মাত্র। পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে বিক্রেতা দ্রব্যের মূল্য নির্ধারণ করতে পারে না বরং প্রতিযোগিতার বাজারের মূল্য সে গ্রহণ করে থাকে।

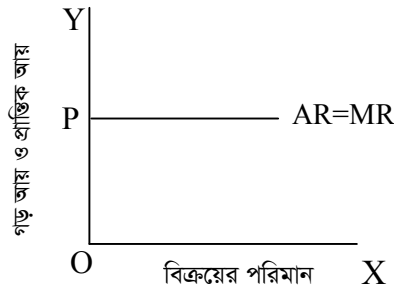
পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারের বৈশিষ্ট্যসমূহ

১। **বহুসংখ্যক ক্রেতা ও বিক্রেতা:** পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে দ্রব্যের বহু সংখ্যক ক্রেতা ও বহুসংখ্যক বিক্রেতা থাকে। এজন্য প্রত্যেক ক্রেতার চাহিদা দ্রব্যটির মোট চাহিদার অতি নগণ্য অংশ হয় এবং প্রত্যেক বিক্রেতাও তদরূপ মোট যোগানের অতি নগণ্য অংশ সরবরাহ করে। অতএব কোন ক্রেতা বা বিক্রেতা এককভাবে দ্রব্যের চাহিদা ও যোগানের উপর প্রভাব বিস্তার করে দ্রব্যের মূল্যকে প্রভাবিত করতে পারে না, বরং বাজারে চাহিদা ও যোগানের ভিত্তিতে নির্ধারিত মূল্য গ্রহণ করে।

২। **সমজাতীয় দ্রব্য:** এ বাজারে বিক্রিত দ্রব্যটি সমজাতীয় বা একই গুণসম্পন্ন হয়। আর এজন্য দ্রব্যের মূল্য একই হয়।

৩। **এক মূল্য:** পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজারে দ্রব্যের চাহিদা ও যোগানের ভারসাম্যের ভিত্তিতে মূল্য নির্ধারিত হয় এবং সর্বত্রই সমান থাকে। এর ফলে এ মূল্যে যে কোন ক্রেতা বা বিক্রেতা যে কোন পরিমাণ দ্রব্য ক্রয় বা বিক্রয় করতে সক্ষম হয়।

৪। **গড় আয় (AR) ও প্রান্তিক আয় (MR) রেখার প্রকৃতি:** এ বাজারে মূল্য স্থির হয়ে থাকে এবং সেই মূল্যে চাহিদা সম্পূর্ণ স্থিতিস্থাপক। এর ফলে গড় আয় (AR) স্থির থাকে এবং গড় আয় রেখা ভূমি অক্ষের সমান্তরাল হয়। আর ঐ দামে অতিরিক্ত একক বিক্রি করে যে অতিরিক্ত আয় বা প্রান্তিক আয় (MR) পাওয়া যায় তাও গড় আয়ের (AR) সমান। এ জন্য গড় আয় ও প্রান্তিক আয় রেখা ভূমি অক্ষের সমান্তরাল। যা চিত্র ৬.২.১ এ প্রদর্শন করা হলো।



চিত্র ৬.২.১: পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে গড় ও প্রান্তিক আয় রেখা

৫। বাজার সম্বন্ধে পূর্ণ জ্ঞান: এ বাজারে দ্রব্যের মূল্য ও দ্রব্যের গুণাগুণ সম্পর্কে ক্রেতা ও বিক্রেতা উভয়ই পূর্ণভাবে অবহিত থাকে। ফলে বিক্রেতা দ্রব্যের নির্ধারিত মূল্যের চেয়ে বেশি মূল্য গ্রহণ করতে পারে না এবং দ্রব্যটি একটি নির্দিষ্ট মূল্যে বিক্রয় হয়।

৬। প্রবেশ ও প্রস্থানের অধিকার: বাজারের বর্তমান ও ভবিষ্যৎ অবস্থা বিবেচনা করে যে কোন প্রতিষ্ঠান একটি শিল্পে অবাধে প্রবেশ ও প্রস্থান করতে পারে। এই বাজারে অবাধে প্রবেশ ও প্রস্থানের অধিকার সবার রয়েছে।

৭। উৎপাদনের উপকরণসমূহ পূর্ণ গতিশীল: পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজারে উৎপাদনের উপকরণ গুলো বিভিন্ন শিল্প, পেশা, বা স্থানে পূর্ণ গতিশীল এবং অবাধে বিরচণ করতে পারে ফলে উপাদানের মূল্য সকল ক্ষেত্রে সমান।

৮। যৌক্তিক আচরণ: এ বাজারে ক্রেতারা যুক্তিসংগত আচরণ করে থাকে। এর ফলে ক্রেতারা দ্রব্যের গুণাগুণ বিবেচনা করে সর্বদাই কম মূল্যে ভাল গুণাগুণ সম্পন্ন দ্রব্য ক্রয় করতে চায়।

৯। ভোগের ও উৎপাদনের স্বাধীনতা: পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজারে ক্রেতা স্বাধীনভাবে কম বেশি ক্রয় করতে পারে এবং বিক্রেতাও তার ইচ্ছামত দ্রব্যের উৎপাদন বাড়াতে বা কমাতে সক্ষম।

১০। মুনাফা সর্বোচ্চকরণ: এ বাজারে প্রতিষ্ঠান বা ফার্মের উদ্দেশ্য হলো মুনাফা সর্বোচ্চকরণ করা।



শিক্ষার্থীর কাজ

পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজারে ক্রয়-বিক্রয় হয় এমন কতগুলো দ্রব্যের নাম লিখুন।



সারসংক্ষেপ:

- যে বাজারে বহুসংখ্যক ক্রেতা এবং বহুসংখ্যক বিক্রেতা একটি সমজাতীয় পণ্য চাহিদা ও যোগানের ভারসাম্যের ভিত্তিতে একটি নির্দিষ্ট মূল্যে ক্রয়-বিক্রয় করে তাকে পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলে।



পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৬.২

বহুনির্বাচনি প্রশ্ন

- পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারের বৈশিষ্ট্য নয় কোনটি?
 - একটি নির্দিষ্ট স্থান থাকতে হবে
 - একটি সমজাতীয় দ্রব্য থাকবে
 - অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকবে
 - ক্রেতা ও বিক্রেতার মধ্যে অবাধ প্রতিযোগিতা থাকবে
- চাহিদা পূর্ণ স্থিতিস্থাপক থাকে কোন বাজারে?
 - পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার
 - একচেটিয়া বাজার
 - অলিগোপলি বাজার
 - একচেটিয়ামূলক প্রতিযোগিতার বাজার
- পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে
 - $P=MR$
 - $P=AR$
 - $AR>MR$

নিচের কোনটি সঠিক?

 - i ও ii
 - i ও iii
 - ii ও iii
 - i, ii ও iii
- পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারের বৈশিষ্ট্য হলো
 - দ্রব্যটি জাতীয়
 - অধিক বিজ্ঞাপন খরচ
 - অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা

নিচের কোনটি সঠিক?

 - i ও ii
 - i ও iii
 - ii ও iii
 - i, ii ও iii

নিচের উদ্দীপকটি পড়ুন এবং ৫ ও ৬ নং প্রশ্নের উত্তর দিন।

কাশেম, হাশেম ও তামিম তিনটি আলাদা স্থান থেকে কোনো নির্দিষ্ট সময়ে একটি দ্রব্য একই দামে ক্রয় করল।

কাশেমের অবস্থান উৎপাদন স্থানের কাছে হলেও অপর দুজন অনেক দূরে অবস্থিত।

৫. উদ্দীপকে নির্দেশিত বাজার কোন ধরনের?

ক. পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক

খ. অলিগোপলি

গ. ডুয়োপলি

ঘ. একচেটিয়া

৬. তিনটি স্থানে একই দামের কারণ হল-

i. ক্রেতারা সচেতন ও যুক্তিবাদি

ii. বাজারে সরকারের হস্তক্ষেপের সম্ভাবনা

iii. পরিবহণ ব্যয় শূণ্য ধরা

নিচের কোনটি সঠিক?

(ক) i ও ii

(খ) i ও iii

(গ) ii ও iii

(ঘ) i, ii ও iii



একচেটিয়া বাজার (Monopoly Market)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে শিক্ষার্থীরা-

- একচেটিয়া বাজারের বৈশিষ্ট্যসমূহ বর্ণনা করতে পারবেন;
- একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার সম্পর্কে ধারণা দিতে পারবেন।



মূলপাঠ

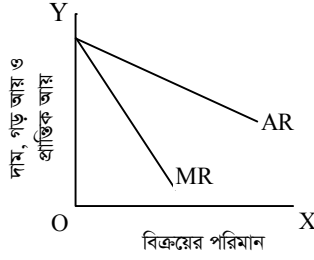
একচেটিয়া বাজার

একচেটিয়া বাজারের প্রতিশব্দ Monopoly। Mono অর্থ একমাত্র এবং poly অর্থ বিক্রেতা। অতএব যে বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও একজন বিক্রেতা বাজারে অবস্থান করে তাকে একচেটিয়া বাজার বলে। সুতরাং কোন দ্রব্য যখন একজন মাত্র বিক্রেতা বিক্রয় করতে পারে তখন সেই দ্রব্যের বাজারকে একচেটিয়া বাজার বলে। এ বাজারে বিক্রেতার কোন প্রতিদ্বন্দ্বী থাকে না এবং দ্রব্যেরও কোন ঘনিষ্ঠ পরিবর্তক দ্রব্য থাকে না। সেজন্য এ বাজারে বিক্রেতা দ্রব্যের মূল্য নির্ধারণ করে থাকে এ ধরনের বাজারে দ্রব্যের যোগান ও দামের উপর বিক্রেতার পূর্ণ নিয়ন্ত্রণ বজায় থাকে।

অধ্যাপক এ. কুর্টসোয়ানিস এর মতে “একচেটিয়া বাজার হচ্ছে এমন একটি বাজার কাঠামো যেখানে একক বিক্রেতা থাকে, দ্রব্যের কোন ঘনিষ্ঠ পরিবর্তক থাকে না এবং বাজারে প্রবেশের বাধা বিদ্যমান”

একচেটিয়া বাজারের বৈশিষ্ট্য

১. একজন বিক্রেতা: একচেটিয়া বাজারে একটি দ্রব্যের কেবল একজন বিক্রেতা থাকতে পারে। আর এজন্য দ্রব্যের যোগানের উপর বিক্রেতার পূর্ণ নিয়ন্ত্রণ থাকে।
২. ক্রেতার সংখ্যা: এ বাজারে বহু সংখ্যক ক্রেতা থাকে। এর জন্য ক্রেতা ক্রয়ের পরিমাণ হ্রাস-বৃদ্ধি করে মূল্যের উপর কোন প্রভাব সৃষ্টি করতে পারে না। বরং বিক্রেতা কর্তৃক নির্ধারিত মূল্যে দ্রব্য ক্রেতা ক্রয় করে।
৩. পরিবর্তক দ্রব্য নেই: একচেটিয়া বাজারে কোন উৎপাদিত পণ্যের ঘনিষ্ঠ পরিবর্তক দ্রব্য নেই। ফলে ক্রেতা অন্য দ্রব্য ক্রয় করে তার চাহিদা পূরণ করতে সক্ষম নহে।
৪. যোগান নিয়ন্ত্রণ: এ বাজারে একজন উৎপাদক বা বিক্রেতা থাকে ফলে উৎপাদনকারী দ্রব্যের উৎপাদন ও যোগান সম্পূর্ণভাবে নিয়ন্ত্রণ করে।
৫. দাম নিয়ন্ত্রণ: উৎপাদনকারী দ্রব্যের উৎপাদন ও যোগানের উপর সম্পূর্ণভাবে নিয়ন্ত্রণ করতে পারে বলে সে কম পরিমাণে উৎপাদন করে বেশি মূল্যে বাজারে বিক্রয় এবং অপরদিকে বেশি উৎপাদন করে কম মূল্যে দ্রব্যটি বিক্রয় করতে পারে।
৬. দ্রব্যের চাহিদা ও দাম নির্ধারণ: এ বাজারে বিক্রেতা দ্রব্যের চাহিদার স্থিতিস্থাপকতার উপর নির্ভর করে মূল্য নির্ধারণ করে এবং তা পরিবর্তনযোগ্য। যে বাজারে তার দ্রব্যের চাহিদা অস্থিতিস্থাপক সেই বাজারে বেশি মূল্য এবং যে বাজারে তার দ্রব্যের চাহিদা স্থিতিস্থাপক সেই বাজারে কম মূল্য নির্ধারণ করে।
৭. গড় আয় (AR) ও প্রান্তিক আয় (MR) রেখার আকৃতি: একচেটিয়া বাজারে বিক্রি বাড়তে হলে মূল্য কমাতে হয় এজন্য গড় আয় রেখা বা চাহিদা রেখা ডানদিকে নিম্নগামী হয়। আর প্রান্তিক আয় গড় আয়ের চেয়ে কম হওয়ায় প্রান্তিক আয় রেখা গড় আয় রেখার নিচে অবস্থান করে। যা চিত্র ৬.৩.১ এর মাধ্যমে গড় ও প্রান্তিক আয় রেখার অবস্থান দেখানো হলো।



চিত্র ৬.৩.১: একচেটিয়া বাজার গড় ও প্রান্তিক আয় রেখা

৮. শিল্পে প্রবেশ ও প্রস্থানের অধিকার: এ বাজারে নতুন কোন উৎপাদক প্রবেশ বা প্রস্থান করতে পারবে না।
৯. বিজ্ঞাপন খরচ: এ বাজারে কোন প্রতিযোগিতা না থাকায় এবং দ্রব্যটি একক হওয়ায় ক্রেতাকে আকৃষ্ট করার জন্য কোন বিজ্ঞাপনের প্রয়োজন হয় না।
১০. মুনাফা: একচেটিয়া বাজারের বিক্রেতার লক্ষ্য থাকে মুনাফা সর্বোচ্চকরণ করা।
১১. নিয়ন্ত্রণ: এ বাজার সাধারণত: সরকার নিয়ন্ত্রণ করে থাকে।

একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার

যে বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকে এবং বিক্রেতা “ সমজাতীয় তবে অভিন্ন নয়” এমন দ্রব্য উৎপাদন ও বিক্রয় করে তাকে একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলা হয়। এরূপ বাজারের প্রবক্তা হচ্ছেন আমেরিকান অর্থনীতিবিদ অধ্যাপক চেম্বারলীন। এ ধরনের বাজারে উৎপাদিত বিভিন্ন দ্রব্য সদৃশ, তবে অভিন্ন নয়। একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলতে একটি বাজার কাঠামো বোঝায় যার বৈশিষ্ট্যের মধ্যে থাকে যথেষ্ট ছোট ছোট ফার্ম, যারা সদৃশ কিন্তু সামান্য পৃথকীকৃত দ্রব্য উৎপাদন করে। শিল্পে তাদের প্রবেশ ও প্রস্থানের পূর্ণ স্বাধীনতা থাকে এবং বাজার সম্পর্কে ক্রেতা বিক্রেতার পূর্ণ জ্ঞান বিরাজমান। এ ধরনের বাজারে প্রত্যেক বিক্রেতা বিভিন্ন ট্রেডমার্ক, ব্যাণ্ড, ও মোড়কের মাধ্যমে, “দ্রব্য পৃথকীকরণের ” চেষ্টা করে।

একচেটিয়া প্রতিযোগিতা মূলক বাজারের বৈশিষ্ট্য

১. বহুসংখ্যক ক্রেতা ও বিক্রেতা : একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজারে বহুসংখ্যক ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকে। এ বাজারে বহুসংখ্যক বিক্রেতা থাকার ফলে একক কোন ফার্ম বাজারে মোট উৎপাদনের উপর বা মূল্য নির্ধারণে তেমন কোন প্রভাব ফেলতে পারে না।
২. সদৃশ কিন্তু সামান্য পৃথকীকৃত দ্রব্য: এ বাজারে একটি ফার্মের দ্রব্যের সাথে অন্য একটি ফার্মের দ্রব্যের কার্যকারিতার দিক থেকে সদৃশ থাকলেও সামান্য কিছু পার্থক্য থাকে এবং দ্রব্যের গুণাগুণ ও বাহ্যিক দিক বিবেচনা করে দ্রব্যের পৃথকীকরণ করা যায়।
৩. দাম নিয়ন্ত্রণে বিক্রেতার আংশিক প্রভাব: একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজারে বিভিন্ন ফার্ম প্রায় সদৃশ কিন্তু পৃথকীকৃত দ্রব্য উৎপাদন করে এরজন্য উৎপাদনকারী বা বিক্রেতা তার দ্রব্যের দামের কিছুটা মূল্য নির্ধারণের ক্ষেত্রে প্রভাব ফেলতে পারে।
৪. বিজ্ঞাপন: এ বাজারে দ্রব্যগুলি বিভিন্ন ফার্ম কর্তৃক উৎপাদিত হয় এবং দ্রব্যগুলো সদৃশ হলেও গুণাগুণ ও বাহ্যিক দিক থেকে কিছুটা হলেও পৃথক তাই ভোক্তাদের আকৃষ্ট এবং চাহিদা বৃদ্ধি করার জন্য বিজ্ঞাপনের প্রয়োজন হয়।
৫. শিল্পে প্রবেশ ও প্রস্থানের অধিকার: এ বাজারে কোন ফার্ম ইচ্ছা করলে প্রবেশ এবং প্রস্থান করার অধিকার আছে। অনেক সময় কোন কোন দ্রব্যের ক্ষেত্রে স্বল্পমেয়াদে কোন ফার্ম অস্বাভাবিক মুনাফা অর্জন করলে নতুন ফার্মের প্রবেশ ঘটে। অপরদিকে কোন ফার্ম দীর্ঘমেয়াদে লোকসান হলে এই শিল্প থেকে প্রস্থান করতে পারে। এই প্রবেশ ও প্রস্থানে বাহ্যিক বা অভ্যন্তরীণ কোন বাধা থাকে না।
৬. চাহিদার প্রকৃতি: একচেটিয়া পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে একটি দ্রব্যের অতি ঘনিষ্ঠ পরিবর্তক দ্রব্য থাকার কারণে কোন ফার্ম তার দ্রব্যের মূল্য বৃদ্ধি করলে কিছু সংখ্যক ক্রেতা অন্য ফার্মের দ্রব্যের চাহিদা বৃদ্ধি করে এবং প্রথম ফার্মের

দ্রব্যের চাহিদা কমে যায়। আবার কিছু ক্রেতা আছে যারা দ্রব্যের মূল্য বাড়লেও ঐ দ্রব্য ক্রয় করে। এর ফলে কোন ফার্ম তার দ্রব্যের কিছুটা মূল্য বৃদ্ধি করলেও চাহিদা শূণ্য হয় না।

৭. মুনাফা: এ বাজারে প্রত্যেকটি ফার্মের উদ্দেশ্য থাকে মুনাফার পরিমাণ সর্বাধিক করা।



শিক্ষার্থীর কাজ

একচেটিয়া বাজার ব্যবস্থা একটি দেশের অর্থনৈতিক উন্নয়নে বাধা হতে পারে এর একটি প্রতিবেদন লিখুন।



সারসংক্ষেপ:

- যে বাজারে একজন বিক্রেতা ও অসংখ্য ক্রেতা দ্রব্য ক্রয়-বিক্রয় করে তাকে একচেটিয়া বাজার বলে।
- যে বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকে এবং বিক্রেতা “সমজাতীয় তবে অভিন্ন নয়” এমন দ্রব্য উৎপাদন ও বিক্রয় করে তাকে একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলা হয়।



পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৬.৩

বহুনির্বাচনি প্রশ্ন

১. কোন বাজারে কোনো পরিবর্তক দ্রব্য থাকে না?
 - ক. পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক
 - খ. একচেটিয়া
 - গ. অলিগোপলি
 - ঘ. একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক
২. কোনটি একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজারের উদাহরণ?
 - ক. বিদ্যুতের বাজার
 - খ. ডাকটিকেটের বাজার
 - গ. সয়াবিন তেলের বাজার
 - ঘ. আলুর বাজার
৩. একচেটিয়া বাজারের বৈশিষ্ট্য হল-
 - i. অসংখ্য ক্রেতা
 - ii. প্রভেদীকৃত দ্রব্য
 - iii. একজন বিক্রেতা

কোনটি সঠিক?

 - ক. i ও ii
 - খ. i ও iii
 - গ. ii ও iii
 - ঘ. i, ii ও iii
৪. একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার সৃষ্টি হয়-
 - i. অসংখ্য বিক্রেতার সমন্বয়ে
 - ii. নিকট পরিবর্তক দ্রব্য থাকে
 - iii. সমজাতীয় কিন্তু দ্রব্যগুলো সামান্য পৃথক থাকে।

নিচের কোনটি সঠিক?

 - ক. i ও ii
 - খ. i ও iii
 - গ. ii ও iii
 - ঘ. i, ii ও iii
- নিচের উদ্দীপকটি পড়ুন এবং ৫ ও ৬ নং প্রশ্নের উত্তর দিন।
মিতু ও নিতু দুই বান্ধবী উত্তরার আগোরা থেকে যথাক্রমে লাল ও মেরিল সাবান ক্রয় করল। দ্রব্য দুটি সম্পূর্ণ এক না হলেও অনেকটা সাদৃশ্য। লেবেল, ব্রান্ড, সাইজ প্রভৃতি দ্বারা দু'টো সাবান কে পৃথক করা হয়েছে।
৫. উদ্দীপকে কোন বাজারকে ইঙ্গিত করা হয়েছে?
 - ক. ডুয়োপলি বাজার
 - খ. একচেটিয়া বাজার
 - গ. পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার
 - ঘ. একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার।
৬. উল্লেখিত বাজারের বৈশিষ্ট্য হলো-
 - i. অসংখ্য বিক্রেতা
 - ii. বিজ্ঞাপনের আবশ্যিকতা
 - iii. ফার্ম সমূহের শিল্পে প্রবেশ ও প্রস্থানের সুযোগ রয়েছে।

নিচের কোনটি সঠিক?

 - ক. i
 - খ. i ও iii
 - গ. ii ও iii
 - ঘ. i, ii, ও iii



বাংলাদেশের বাজার ব্যবস্থা ও বিপণন (Market System and Marketing of Bangladesh)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে শিক্ষার্থীরা-

- বাংলাদেশের বাজার ব্যবস্থাপনার বিবরণ দিতে পারবেন;
- বিপণনের ধারণা দিতে পারবেন;
- বাংলাদেশে বিপণন কাজে নিযুক্ত প্রতিষ্ঠানসমূহের বর্ণনা দিতে পারবেন।



মূলপাঠ

বাংলাদেশের বাজার ব্যবস্থা

বাংলাদেশ একটি উন্নয়নশীল দেশ। বাংলাদেশের অর্থনীতি মূলত কৃষিভিত্তিক হলেও বর্তমানে শিল্প ও সেবাখাতের ব্যাপক প্রসার হয়েছে। এই বিভিন্ন খাতের উন্নয়নের ফলে এদেশে পূর্ণ প্রতিযোগিতা, একচেটিয়া, অলিগোপলি, একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার ব্যবস্থা বিদ্যমান। নিম্নে এই চার ধরণের বাজার ব্যবস্থা সম্পর্কে আলোচনা করা হলো-

পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার

১. প্রকৃতপক্ষে বাংলাদেশে সম্পূর্ণরূপে পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার নেই বললে চলে। তারপরও বলা যায় যে, পূর্ণ প্রতিযোগিতার প্রায় কাছাকাছি বাজার ব্যবস্থা লক্ষ্য করা যায়। উদাহরণ হিসাবে কৃষিজাত পণ্যসমূহের খুচরা বাজারকে বলা যেতে পারে। যেমন- বিভিন্ন ধরণের সবজি, ধান, মাছ এর খুচরা বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকে এবং এখানে একজন উৎপাদনকারীর পক্ষে বাজারে চাহিদা ও সরবরাহের উপর প্রভাব বিস্তার করা সম্ভবপর নহে। অপরদিকে, সেবা খাতে আমাদের গ্রামীণ অর্থনীতিতে কিছু কিছু পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজার দেখা যায়। যেমন, ভ্যান, রিক্সা, নসিমন, করিমন, ব্যাটারী চালিত ইজিবাইক প্রভৃতি পরিবহণ ব্যবস্থার বাজার।

২. একচেটিয়া বাজার: বাংলাদেশে সাধারণত উৎপাদিত পণ্য ও সেবার ক্ষেত্রে একচেটিয়া বাজার পরিলক্ষিত হয় না। কিন্তু সরকারি ভাবে উৎপাদন ও বিক্রয় ব্যবস্থায় কয়েকটি পণ্য ও সেবা একচেটিয়া বাজার ব্যবস্থার মধ্যে পড়ে। এদেশে প্রাকৃতিক গ্যাস, বিদ্যুৎ ও ওয়াসার পানি বিক্রয়ের ক্ষেত্রে একচেটিয়া বাজার ব্যবস্থার পরিলক্ষিত হয়। আবার জ্বালানি তেল আমদানী করতে পারে একমাত্র সরকারি প্রতিষ্ঠান বাংলাদেশ পেট্রোলিয়াম কর্পোরেশন এবং এই জ্বালানী তেল বিক্রয়ের ক্ষেত্রে সরকারের একচেটিয়া বাজার ব্যবস্থা বিদ্যমান। বাংলাদেশ অক্সিজেন একচেটিয়া বাজারের আওতায় পড়ে।

৩. অলিগোপলি: এ দেশে সেবাখাতের উন্নয়নের ফলে বর্তমানে অলিগোপলি বাজার ব্যবস্থা পরিলক্ষিত হচ্ছে। বর্তমানে বাংলাদেশে মোবাইল ফোন অপারেটিং ব্যবস্থায় অলিগোপলি বাজার দেখা যায়। এ বাজারে দেশে মাত্র ছ'টি ফোন কোম্পানী বিদ্যমান এরা হচ্ছে গ্রামীণ ফোন, রবি, এয়ারটেল, সিটিসেল, টেলিটক ও বাংলালিংক।

৪. একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার: বাংলাদেশে শিল্পের ব্যাপক প্রসার ও উন্নয়ন হয়েছে। এই শিল্প উন্নয়নের ফলে এদেশে শিল্পজাত পণ্যের দ্বারা একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার ব্যবস্থার বিস্তার ঘটেছে। এক্ষেত্রে উদাহরণ হিসাবে বিভিন্ন প্রক্রিয়াজাত খাদ্যদ্রব্য, সাবান, ভোজ্যতেল, প্রসাধনী দ্রব্য প্রভৃতি উল্লেখ করা যেতে পারে। অপর দিকে সেবা খাতেও এই বাজারের প্রসার হয়েছে; যেমন- বেসরকারি স্কুল, কলেজ, বিশ্ববিদ্যালয়, বেসরকারি ব্যাংক ও বীমা প্রতিষ্ঠান, বেসরকারি হাসপাতাল ও ক্লিনিক ইত্যাদি।



শিক্ষার্থীর কাজ

বাংলাদেশে কত ধরনের বাজার ব্যবস্থা বিদ্যমান তার একটি তালিকা তৈরি করুন।

বিপণন: সাধারণভাবে বলা যায় যে, কোন দ্রব্য উৎপাদিত হওয়ার পর উৎপাদকের কাছে থেকে ভোক্তা পর্যন্ত সঠিক, নিয়মিত ও নিরবিচ্ছিন্ন ভাবে সরবরাহের সমস্ত কার্যাবলীকে বিপণন বা বাজারজাতকরণ বলা হয়। এই বিপণনের মাধ্যমে সমাজে ভোক্তার বিভিন্ন প্রয়োজনীয় দ্রব্যের চাহিদা ও যোগানের মধ্যে ভারসাম্য সৃষ্টি হয়। অপরদিকে বিপণন এমন একটি কার্যক্রম যার দ্বারা ভোক্তার নতুন নতুন চাহিদা ও প্রয়োজন সৃষ্টি হয়ে থাকে। আর এর ফলে উৎপাদক সেই অনুসারে দ্রব্য ও সেবা উৎপাদিত করে এবং চাহিদা সৃষ্টি বা বৃদ্ধির কাজে ব্যাপৃত থাকে। অতএব বলা যায় যে বিপণন এমন একটি প্রক্রিয়া যা উৎপাদনের সাথে ভোক্তার একটি সেতুবন্ধন তৈরি করে।

বাংলাদেশে বিপণন কাজে নিযুক্ত প্রতিষ্ঠানসমূহের বর্ণনা

বিপণন কাজ একটি চলমান প্রক্রিয়া। এই বিপণন কাজে কি কি ধরনের প্রতিষ্ঠান কাজ করবে তা নির্ভর করে দ্রব্যের প্রকৃতির উপর। যেমন ইলেকট্রিক ও ইলেক্ট্রনিক্স দ্রব্য ফ্রিজ, টেলিভিশন, বৈদ্যুতিক পাখা প্রভৃতি দেশের সর্বত্র ব্যবহার হচ্ছে। সাধারণত: বড় বড় শহরে সরাসরি কোম্পানীর নিজস্ব শোরুমের মাধ্যমে এবং ছোট শহর এবং থানা পর্যায়ে ডিলার ও এজেন্টের মাধ্যমে বিপণন কার্য সম্পন্ন হয়ে থাকে। আবার ধরা যাক জুতা শিল্পের কথা এখানে ব্রাণ্ডের জুতা যেমন বাটা, এ্যাপেল, বে, জেনিস প্রভৃতি কোম্পানীর জুতা বড় শহরে নিজস্ব শোরুমে বিক্রয় হয় এবং মফস্বলে ডিলার থেকে পাইকারী বিক্রেতার হাত থেকে খুচরা পর্যায়ে বিক্রয় হয়। আরও বলা যায় যে, বিভিন্ন মিলে কাপড় তৈরি হয় এবং এটি দেশের বিভিন্ন অঞ্চলে বিক্রয় হয়। এক্ষেত্রে বিপণন কাজে কয়েক শ্রেণির ও কয়েক স্তরের মধ্যস্থতাকারী দেশের বিভিন্ন অঞ্চলে বিপণন ব্যবস্থায় নিয়োজিত থাকে। মিল থেকে কাপড় প্রথমে পাইকারী ব্যবসায়ী ক্রয় করে, তারপর খুচরা বিক্রেতা পাইকারী ব্যবসায়ীর কাছে থেকে ক্রয় করে, খুচরা বিক্রেতার কাছ থেকে ভোক্তাদের নিকট এ কাপড় বিক্রয় হয়ে থাকে। কৃষিজাত পণ্যের ক্ষেত্রে বিপণন কার্যক্রমটি ঘটে থাকে অন্যভাবে। আমাদের দেশে সাধারণত কৃষি পণ্য যেমন বিভিন্ন জাতীয় সবজি পল্লী অঞ্চলে সাধারণ কৃষক উৎপাদন করে ছোট বেপারী বা ফড়িয়ারা এই পল্লী অঞ্চলের গ্রাম ও হাট বাজার থেকে সবজি ক্রয় করে ঐ সবজি শহরের বড় বেপারী বা আড়ৎদারের কাছে বিক্রয় করে থাকে। তারপর খুচরা বিক্রেতার এই আড়ৎ থেকে সবজি ক্রয় করে সরাসরি ভোক্তার কাছে বিক্রয় করে থাকে। আবার অনেক সময় গ্রামের কৃষক সবজি সরাসরি আড়তে বিক্রয় করে থাকে। অপরদিকে, কিছু কিছু পণ্যের ক্ষেত্রে মধ্যস্থতাকারী প্রয়োজন হয় না। উদাহরণ হিসাবে বলা যায় যে, ছোট তাঁতীরা তাদের উৎপাদিত কাপড় সরাসরি হাটবাজারে বিক্রয় করে থাকে। আবার দেখা যায় যে যেসব তাঁতীদের অনেকগুলো তাঁত থাকে সেখানে অধিক পরিমাণে কাপড় উৎপাদন করে তারা ঐ কাপড় তাদের মহাজনের কাছে বিক্রয় করে থাকে। এ ক্ষেত্রে মহাজন মধ্যস্থতাকারী হিসেবে কাজ করে। অনেক কৃষিপণ্য আছে যেগুলো একটি বিশেষ মৌসুমে উৎপাদিত হয়; কিন্তু এর চাহিদা সারা বছর থাকে; যেমন- আলু। আর এই আলু সংরক্ষণের জন্য প্রয়োজন হয় হিমাগারের। আমাদের দেশে ধনী কৃষকরা আলু উৎপাদন করে সরাসরি হিমাগারে মজুদ রাখে। অপরদিকে, পাইকারী ব্যবসায়ীরা সাধারণ কৃষকের কাছ থেকে আলু ক্রয় করে হিমাগারে মজুদ রাখে এবং পরবর্তীতে খুচরা বিক্রেতার মাধ্যমে ভোক্তাদের নিকট বিক্রয় করে থাকে।

বাংলাদেশ বিপণন ব্যবস্থায় যে সকল প্রতিষ্ঠান কাজ করে তাদেরকে সাধারণভাবে দু'ভাগে ভাগ করা যেতে পারে। যথা:

- ক. কৃষিজাত পণ্য বিপণনের নিয়োজিত প্রতিষ্ঠানসমূহ
- খ. শিল্পে উৎপাদিত পণ্য সামগ্রী বিপণনে নিযুক্ত প্রতিষ্ঠানসমূহ

যে ধরনের প্রতিষ্ঠান কৃষিজাত পণ্য বিপণন ব্যবস্থায় নিয়োজিত তারা হলো

- ক) ফড়িয়া ও বেপারী;
- খ) আড়তদার, গোলাদার, দালাল;
- গ) পাইকারী ব্যবসায়ী;

- ঘ) কৃষিজাত পণ্যের খুচরা ব্যবসায়ী;
ঙ) কৃষক (উৎপাদনকারী) সরাসরি;
চ) ক্রয়-বিক্রয়ে নিযুক্ত সরকারী প্রতিষ্ঠানসমূহ।

অপরদিকে, শিল্পসামগ্রী বিপণন কাজে নিয়োজিত প্রতিষ্ঠানসমূহ হলো

- ক) উৎপাদকের নিজস্ব শোরুম;
খ) উৎপাদকের এজেন্ট;
গ) পাইকারী বিক্রেতা বা হোলসেলার;
ঘ) কমিশন এজেন্ট;
ঙ) ডিস্ট্রিবিউটর এবং
চ) খুচরা বিক্রেতা।

উভয় ক্ষেত্রে - বীমা কোম্পানী ও বিভিন্ন আর্থিক প্রতিষ্ঠান বিপণন কাজে সাহায্যকারী প্রতিষ্ঠান হিসাবে কাজ করে।



শিক্ষার্থীর কাজ

কৃষিজাত পণ্য ও শিল্পজাত পণ্যের ক্ষেত্রে বিপণন প্রক্রিয়ার পার্থক্যগুলি লিখুন।



সারসংক্ষেপ

- বাংলাদেশে বাজার ব্যবস্থা: (ক) পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার (খ) একচেটিয়া বাজার (গ) অলিগোপলি (ঘ) একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার।



পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৬.৪

বহুনির্বাচনি প্রশ্ন

- বাংলাদেশে বাস্তবে কোন বাজার বেশি লক্ষ্য করা যায়?
ক. পূর্ণ প্রতিযোগিতা খ. একচেটিয়া গ. অলিগোপলি ঘ. একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক
- বাংলাদেশে বিপণন ব্যবস্থায় যে সকল প্রতিষ্ঠান কাজ করে তাদেরকে কয় ভাগে ভাগ করা হয়?
ক. পাঁচ খ. দুই গ. তিন ঘ. চার
- বাংলাদেশে বিদ্যুৎ নিম্নোক্ত কোন বাজারের অন্তর্ভুক্ত?
i. একচেটিয়া ii. পূর্ণপ্রতিযোগিতা iii. অলিগোপলি
নিচের কোনটি সঠিক?
ক. i ও ii খ. i ও iii গ. ii ও iii ঘ. i, ii ও iii
- কৃষিজাত পণ্য বিপণন ব্যবস্থায় নিয়োজিত প্রতিষ্ঠান-
i. পাইকারী ব্যবসায়ী ii. ডিস্ট্রিবিউটর iii. খুচরা ব্যবসায়ী
নিচের কোনটি সঠিক?
ক. i ও ii খ. i ও iii গ. ii ও iii ঘ. i, ii ও iii

নিচের উদ্দীপকটি পড়ুন এবং ৫ ও ৬ নং প্রশ্নের উত্তর দিন।

সেলিম ঢাকাতে ২০১৪ সালে বাড়ি তৈরি শুরু করে ২০১৬ সালে বাড়ি তৈরি শেষ করল। এরপর সে বিদ্যুৎ সংযোগ নিতে গিয়ে দেখেন ২০১৪ সাল থেকে ২০১৬ সালে বিদ্যুৎ সংযোগ ফি ২০% বেড়ে গেছে। সেলিম এ ফি বাড়ার কারণ জানতে গিয়ে দেখলেন ঢাকাতে বিদ্যুৎ বাজার নিয়ন্ত্রন করে একটি মাত্র প্রতিষ্ঠান। তাই এ ফি বৃদ্ধি।

৫. উদ্দীপকে কোন বাজারকে ইঙ্গিত করা হয়েছে?
 ক. পূর্ণ প্রতিযোগিতা খ. একচেটিয়া গ. অলিগোপলি ঘ. একচেটিয়ামূলক প্রতিযোগিতা
৬. অনুচ্ছেদে বর্ণিত বাজারে আরও বিক্রি হয়-
 i. জ্বালানী তেল ii. প্রাকৃতিক গ্যাস iii. নারিকেল তেল
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ক. i ও ii খ. i ও iii গ. ii ও iii ঘ. i, ii ও iii



চূড়ান্ত মূল্যায়ন

সৃজনশীল প্রশ্ন

১. কামাল একজন চাকরিজীবী, খুলনা শহরে থাকে। ছুটিতে বেড়াতে এসে পারুলিয়া বাজারে বাজার করতে যায়। সেখানে হাটের দিন প্রচুর দ্রব্যসামগ্রী পাওয়া যায়। আশ পাশের সব গ্রাম থেকে মানুষ এই বাজারে বাজার করতে আসে। প্রায় সব ধরণের জিনিসপত্র পাওয়া যায় বলে সবাই খুশি মনে বাজার করতে যায়। কামাল বিভিন্ন মূল্যে প্রয়োজনীয় দ্রব্য কিনে বাড়ি ফিরল।
 ক. বাজারকে যেসব ভিত্তিতে ভাগ করা যায় তা লিখুন।
 খ. বাজার কি?
 গ. উল্লিখিত বাজারটি পরিধি অনুসারে কোন ধরণের বাজারের সাথে তুলনা করা যায়? ব্যাখ্যা করুন।
 ঘ. পারুলিয়া বাজারের বৈশিষ্ট্যসমূহ বিশ্লেষণ করুন।
২. যশোর জেলার কামাল সাহেব ইকোনো বলপেন তৈরি করে এককভাবে বিক্রি করছেন। কিন্তু বাজারে আরও নানা রকম বলপেন রয়েছে; অর্থাৎ, এ বলপেন অন্যান্য বলপেনের মতো একই রকম। কেবল আকার, রং, লেভেল, ব্যান্ড ইত্যাদি ভিন্ন রকম হয়। বলপেনগুলো সেবার দিক থেকেও একই রকম।
 ক. প্রতিযোগিতারভিত্তিতে বাজারকে প্রধানত: কয় ভাগে ভাগ করা হয়?
 খ. বাজারের আয়তন কি কি বিষয়ের উপর নির্ভর করে?
 গ. কামাল সাহেবের ইকোনো বলপেন তৈরিকে একচেটিয়া বাজারের পণ্য হিসাবে আপনি কি মনে করেন? ব্যাখ্যা করুন।
 ঘ. উক্ত বলপেন বাজারের সুবিধা অসুবিধা বিশ্লেষণ করুন।
৩. কাশেম তার গাড়ীতে অকটেন ক্রয় করার সময় একটি নির্দিষ্ট দামে ক্রয় করে। কিন্তু সে যখন আলু ক্রয় করে তখন সেটা কম বেশি দামে ক্রয় করতে পারে। কাশেম তার পিতার কাছে এ ব্যাপারে জানতে চাইলে তার পিতা বলেন তেলের বাজারে ইচ্ছামত দাম চাওয়া যায়, কিন্তু আলুর বাজারে প্রতিযোগিতা থাকার কারণে আলুর দাম উঠানামা করে।
 ক. কোন বাজারে MR রেখা ও AR রেখা সমান থাকে?
 খ. পূর্ণ প্রতিযোগিতা বাজারের বৈশিষ্ট্যগুলো লিখুন।
 গ. উদ্দীপকে বর্ণিত আলুর বাজারটি কোন ধরণের ব্যাখ্যা করুন।
 ঘ. অকটেন ও আলুর বাজারের মধ্যে পার্থক্য আলোচনা করুন।



উত্তরমালা

পাঠ ৬.১:	১। ক	২। খ	৩। ঘ	৪। খ	৫। ক	৬। খ
পাঠ ৬.২:	১। ক	২। ক	৩। ক	৪। খ	৫। ক	৬। খ
পাঠ ৬.৩:	১। খ	২। গ	৩। খ	৪। ঘ	৫। ঘ	৬। ঘ
পাঠ ৬.৪:	১। ঘ	২। খ	৩। খ	৪। খ	৫। খ	৬। ক