

## ভূমিকা

যে কোন অর্থনীতিতে সাধারণ মানুষ বাজার বলতে নির্দিষ্ট স্থানকে বুঝে। যেমন গুলশান মার্কেট, নিউমার্কেট, চাঁদনীচক ইত্যাদি। অথবা মাছ, মাংস, তরকারি বা ফলের বাজার। কিন্তু অর্থনীতিবিদগণ বাজার বলতে একটি প্রক্রিয়াকে বুঝান। যে প্রক্রিয়ায় ক্রেতা-বিক্রেতা তথ্য আদান-প্রদান এবং কেনা-বেচা করেন। যেমন ক্রেতা-বিক্রেতা তথ্য আদান-প্রদান কোন জায়গায় উপস্থিত হয়ে করতে পারেন, টেলিফোন, ফ্যাক্স, ইমেইল বা অনলাইনেও করতে পারেন। এই পুরো প্রক্রিয়া হলো বাজার। অর্থনীতিতে বিভিন্ন ধরনের বাজার থাকে। যেমন- পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার, একচেটিয়া বাজার ইত্যাদি। প্রত্যেক বাজারের নিজস্ব বৈশিষ্ট্য আছে। এই ইউনিটে এইসব বাজারের বৈশিষ্ট্য, আয়, ব্যয়, মুনাফা, ভারসাম্য ইত্যাদি আলোচনা করা হয়েছে।



ইউনিট সমাপ্তির সময়

ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ৫ দিন

## এই ইউনিটের পাঠসমূহ

পাঠ ১১.১: বাজারের সংজ্ঞা ও শ্রেণিবিভাগ

পাঠ ১১.২: বিক্রয়লব্ধ আয়

পাঠ ১১.৩: ফার্ম ও শিল্প



## বাজারের সংজ্ঞা ও শ্রেণিবিভাগ

### Definition of Market and its Classification



#### উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে শিক্ষার্থীরা-

- বাজারের সম্পর্কে অর্থনীতির ধারণা ব্যাখ্যা করতে পারবেন;
- বাজারের শ্রেণিবিভাগ বর্ণনা করতে পারবেন;
- পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক ও অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারের বৈশিষ্ট্যসমূহ বর্ণনা করতে পারবেন।



#### মূলপাঠ

#### বাজার (Market)

বাজার বলতে সাধারণভাবে কোন স্থানকে বোঝায় যেখানে ক্রেতা-বিক্রেতার পারস্পরিক ক্রিয়া-প্রতিক্রিয়ার মাধ্যমে দ্রব্যসামগ্রী ক্রয়-বিক্রয় হয়। কিন্তু অর্থনীতিতে বাজার বলতে কোন নির্দিষ্ট স্থানকে বোঝায় না বরং কোন দ্রব্যকে বোঝায় যা ক্রেতা-বিক্রেতার মধ্যে প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষ তথ্য আদান-প্রদানের মাধ্যমে একটি নির্ধারিত দামে ক্রয় বিক্রয় হয়। যেমন: শেয়ার বাজার, পাটের বাজার। অধ্যাপক চ্যাপম্যান বলেন, “বাজার বলতে কোন নির্দিষ্ট স্থানকে বোঝায় না বরং এক বা একাধিক দ্রব্যকে বোঝায় যা ক্রেতাও বিক্রেতার মধ্যে প্রত্যক্ষ তথ্য আদান-প্রদানের মাধ্যমে একটি নির্দিষ্ট দামে ক্রয় বিক্রয় হয়।”

বাজারের সংজ্ঞা বিশ্লেষণ করলে আমরা নিম্নোক্ত বৈশিষ্ট্যগুলো পাই-

- i) ক্রয় বিক্রয়ের জন্য এক বা একাধিক দ্রব্য বা সেবা ii) অনেক ক্রেতা ও বিক্রেতা iii) ক্রেতা ও বিক্রেতার মধ্যে যোগাযোগের মাধ্যমে দাম নির্ধারণ ইত্যাদি।

#### বাজারের শ্রেণি বিভাগ (Classification Market)

আয়তনের ভিত্তিতে বাজারকে তিন ভাগে ভাগ করা যায়। যথা:-

- ১) স্থানীয় বাজার: যে দ্রব্যের বাজার দেশের একটি নির্দিষ্ট অঞ্চলের মধ্যে সীমাবদ্ধ থাকে। যেমন: শাকসবজির বাজার।
- ২) জাতীয় বাজার: কোন দ্রব্যের বাজার সারা দেশব্যাপী হলে তাকে জাতীয় বাজার বলে। যেমন-দেশীয় বস্ত্রের বাজার।
- ৩) আন্তর্জাতিক বাজার: কোন দ্রব্যের বাজার দেশের মধ্যে সীমাবদ্ধ না থেকে অন্যান্য দেশেও সম্প্রসারিত হলে সে দ্রব্যের বাজারকে আন্তর্জাতিক বাজার বলে। যেমন: তৈরী পোশাক, চিংড়ি ইত্যাদি।

সময়ের ভিত্তিতে বাজারকে চার ভাগে ভাগ করা যায়। যথা:

- ১) অতি স্বল্পকালীন বাজার: যখন কোন দ্রব্যের ক্রয় বিক্রয় খুব কম সময়ের মধ্যে সম্পন্ন হয়, সে দ্রব্যের বাজারকে অতি স্বল্পকালীন বাজার বলে। যেমন- মাছ, দুধ, শাকসবজি, আম, লিচু ইত্যাদির বাজার। এ ধরনের বাজারে যোগান অস্থিতিস্থাপক হয়।

- ২) স্বল্পকালীন বাজার: এরূপ বাজারে পরিবর্তিত চাহিদার সাথে দ্রব্যের যোগানের কিছুটা সমন্বয় সাধন সম্ভব। স্বল্পকালে উৎপাদন প্রতিষ্ঠানের সংখ্যা, আয়তন ও যন্ত্রপাতির কোন পরিবর্তন করা যায়না। এ ব্যাপারে যোগানের চেয়ে দ্রব্যের চাহিদার ভূমিকা বেশী। যেমন- লুঙ্গী, শাড়ি প্রভৃতির বাজার স্বল্পকালীন বাজার।

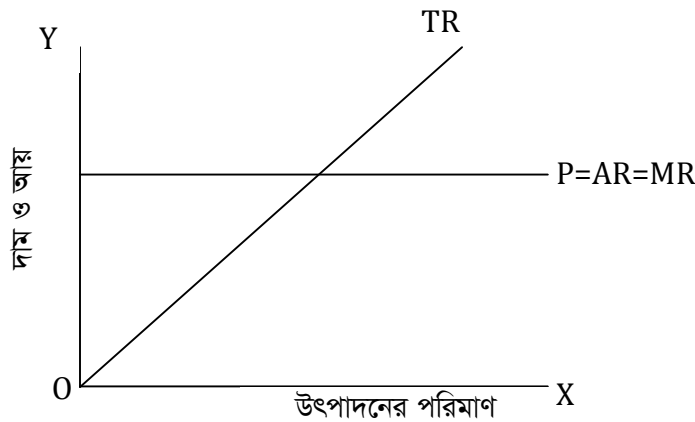
৩) দীর্ঘকালীন বাজার: দীর্ঘকাল এমন একটি সময়কাল যেখানে নির্দিষ্ট প্রযুক্তির সাপেক্ষে সব উপকরণ পরিবর্তনযোগ্য। এ ধরনের বাজারে চাহিদা ও যোগানের মধ্যে সমন্বয় সাধন করে দীর্ঘকালীন দাম নির্ধারিত হয়। যেমন- প্রাইভেট কার, মোটর সাইকেল, টিভি, ফ্রিজ, ওয়াশিং মেশিন প্রভৃতির বাজার দীর্ঘকালীন বাজার।

৪) অতিদীর্ঘকালীন বাজার: অধ্যাপক মার্শাল অতিদীর্ঘকালীন বাজার নামে আর এক শ্রেণীর বাজারের কথা উল্লেখ করেছেন। সময়ের দিক দিয়ে এ বাজার অতি দীর্ঘকাল পর্যন্ত স্থায়ী থাকে। এরূপ বাজারের সময় এতই দীর্ঘ যে সাধারণ দীর্ঘকালীন বাজারে যে সকল পরিবর্তন সম্ভবপর হয় এতে তা অপেক্ষা আরও সুদূরপ্রসারী পরিবর্তন হতে পারে। জনসংখ্যা বৃদ্ধি, ক্রেতার রুচি ইত্যাদি দ্বারা অতিদীর্ঘকালীন বাজার নিয়ন্ত্রিত ও প্রভাবিত হয়ে থাকে। যেমন- জাহাজ, রেল ইঞ্জিন ইত্যাদির বাজার হল অতি দীর্ঘকালীন বাজার প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে বাজারকে প্রধানত ২ ভাগে ভাগ করা যায়। যথা-

পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার : যে বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা স্বাধীনভাবে পূর্ণমাত্রায় প্রতিযোগিতায় লিপ্ত থেকে সমজাতীয় পন্যদ্রব্য নিয়ে নিজেদের মধ্যে ক্রয় বিক্রয় সম্পন্ন করে এবং ক্রেতা-বিক্রেতা কেউই নিজ কার্যকলাপের মাধ্যমে বাজারের দামকে প্রভাবিত করতে পারে না সে বাজারকে পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজার বলে।

পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজারের বৈশিষ্ট্যগুলো নিচে দেয়া হলো:

- i) বহুসংখ্যক ক্রেতা ও বিক্রেতা
- ii) সমগ্রবাজার বা শিল্পের প্রেক্ষিতে দাম নির্ধারিত হয় যা স্থায়ী থাকে
- iii) সমজাতীয় দ্রব্য উৎপাদিত হয়
- iv) দীর্ঘকালে উৎপাদকের বাধাহীন প্রবেশ ও প্রস্থানের সুযোগ থাকে
- v) বাজারে ক্রেতা ও বিক্রেতার স্বাধীন সিদ্ধান্ত গ্রহণের সুযোগ থাকে
- vi) নির্দিষ্ট সময়ে বাজারে একটি মাত্র মূল্য বিরাজ করে এবং ক্রেতা বিক্রেতা মূল্যকে প্রভাবিত করতে পারেন না
- vii) বিক্রেতা মুনাফা সর্বোচ্চকরণে ও ক্রেতা উপযোগ সর্বোচ্চকরণে আগ্রহী হয়
- viii) স্বল্পকালে একটি ফার্মের গড় আয় রেখা বা চাহিদা রেখা অক্ষের X সমান্তরাল হয় এবং  $AR = MR = P$  এবং মোট আয় রেখা সরল রৈখিক হয়।



চিত্র ১১.১.১: পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারের মোট আয়, প্রান্তিক আয়, গড় আয়, দাম

অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার: যে বাজারে কম সংখ্যক বিক্রেতা বা ক্রেতা থাকে এবং ক্রেতা ও বিক্রেতা অসম প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে পণ্য ক্রয় বিক্রয় করে। এ ধরনের বাজারে ক্রেতার চেয়ে বিক্রেতার সংখ্যা খুব কম হয় বা ক্রেতার চেয়ে বিক্রেতা বেশি হয়। বিক্রয়যোগ্য দ্রব্যগুলোর মধ্যে গুণ ও আকারগত পার্থক্য থাকে এবং ক্রেতা ও বিক্রেতা উভয়ই দ্রব্যের দামকে কম বেশি প্রভাব বিস্তার করতে পারে।

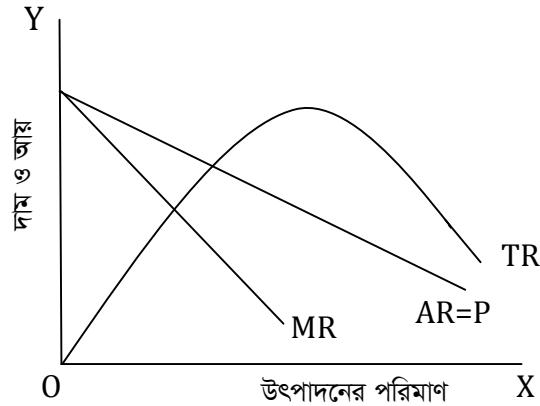
অপূর্ণ প্রতিযোগিতা মূলক বাজারের বৈশিষ্ট্যগুলো হচ্ছে:

- ১) বিক্রেতার সংখ্যা কম বা ক্রেতার সংখ্যা কম
- ২) দ্রব্যের গুণাগুণ বিভিন্ন হবে
- ৩) দাম সম্পর্কে ক্রেতার অজ্ঞতা
- ৪) বাজারে একই দ্রব্যের বিভিন্ন দাম প্রচলিত থাকে
- ৫) ক্রেতাদের পক্ষপাতমূলক আচরণ ইত্যাদি।

অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারকে বিভিন্ন ভাগে ভাগ করা যায়। যথা;

i) একচেটিয়া বাজার: যে দ্রব্যের বাজারে একজন মাত্র উৎপাদক বা বিক্রেতা থাকে এবং দ্রব্যটির ঘনিষ্ঠ বিকল্প না থাকলে তাকে একচেটিয়া বাজার বলে। অর্থনীতিবিদ কুটসোয়ানিস এর মতে “একচেটিয়া বাজার হচ্ছে এরূপ একটি বাজার যেখানে একজন বিক্রেতা থাকে, উৎপাদিত দ্রব্যের কোন নিকট পরিবর্তক থাকে না এবং বাজারে প্রবেশের পথে বাধা বিদ্যমান”। বাস্তবে বিশুদ্ধ একচেটিয়া বাজার খুঁজে পাওয়া কঠিন। আমাদের দেশে প্রাকৃতিক গ্যাস ও বিদ্যুৎ এর বাজার একচেটিয়া বাজারের উদাহরণ। একচেটিয়া বাজারের বৈশিষ্ট্যগুলো নিচে দেওয়া হল:

- ১) একজন মাত্র বিক্রেতা বা একটি মাত্র উৎপাদক প্রতিষ্ঠান দ্রব্যটি সরবরাহ করে
- ২) দ্রব্যটির কোন ঘনিষ্ঠ পরিবর্তক থাকেনা।
- ৩) নতুন ফার্মের উৎপাদনে প্রবেশের পথে প্রতিবন্ধকতা বিদ্যমান
- ৪) এই বাজারে বিক্রেতা দামের উপর পরিপূর্ণ প্রভাব বিস্তার করে
- ৫) এই বাজারে মোট আয় রেখা বক্ররেখিক, ভূমি অক্ষের দিকে অবতলাকৃতির। গড় আয় ও প্রান্তিক আয় রেখা বাম দিক থেকে ডান দিকে নিম্নগামী। কিন্তু  $AR > MR$  অর্থাৎ  $AR$  রেখা  $MR$  রেখার উপরে অবস্থান করে। এছাড়া  $P=AR$  হয়।



চিত্র ১১.১.২: একচেটিয়া বাজারে গড় আয়, প্রান্তিক আয়, মোট আয় রেখা।

ii) ডুয়োপলি: ডুয়ো হলো দুই এবং পলি হলো বিক্রেতা। অর্থাৎ যে বাজারে বিক্রেতা মাত্র দুজন এবং ক্রেতা অসংখ্য তাকে ডুয়োপলি বাজার বলে। এ বাজারে দ্রব্যের উৎপাদন দুইজন বিক্রেতা দ্বারা নিয়ন্ত্রিত হয়। অর্থনীতিবিদ হেভারসন-কুয়ান্ট এর মতে “একটি ডুয়োপোলি শিল্পে দুইজন বিক্রেতা থাকে”। এ বাজারে বিক্রেতাদ্বয়ের মধ্যে কোন চুক্তি না থাকলেও একে অন্যের দাম ও উৎপাদন নীতি দ্বারা বিশেষভাবে প্রভাবিত হতে পারে। যেমনঃ কোন শহরে পরিবহনের জন্য দুটি বাস কোম্পানি থাকতে পারে। এরূপ বাজারের বৈশিষ্ট্যগুলো নিচে দেওয়া হলো:

- ১) বিক্রেতা দুজন
- ২) ক্রেতা অসংখ্য
- ৩) বিক্রেতার সংখ্যা বৃদ্ধি করা বেশ কঠিন।

iii) অলিগোপলি: অলিগো হলো অল্প সংখ্যক ও পলি হলো বিক্রেতা, অর্থাৎ যে বাজারে বিক্রেতা দুয়ের অধিক কিন্তু খুব বেশি নয়, তাকে অলিগোপলি বাজার বলে। একজনের দাম উৎপাদন নীতি অন্যরা সতর্কতার সাথে বিবেচনা করে প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা গ্রহণ করে। অলিগোপলি দুই ধরনের হতে পারে। যদি বাজারে কয়েকটি উৎপাদক প্রতিষ্ঠান সমজাতীয়

দ্রব্য উৎপাদন করে তবে তাকে পূর্ণ অলিগোপলি বলে। কিন্তু ফার্ম গুলো যদি সমজাতীয় কিন্তু পৃথকীকৃত দ্রব্য উৎপাদন করে তখন তাকে অপূর্ণ অলিগোপলি বলে। অর্থনীতিবিদ উইলিয়াম ফেলনার এরূপ বাজারকে স্বল্পের মধ্যে প্রতিযোগিতা বলে উল্লেখ করেছেন। যেমন- বাংলাদেশের মোবাইল ফোনের বাজার।

এরূপ বাজারের বৈশিষ্ট্যগুলো হচ্ছে:

- i) স্বল্পসংখ্যক বিক্রেতা
- ii) বিক্রেতাদের আচরণ অনেকটা একচেটিয়া প্রকৃতির
- iii) একজনের সিদ্ধান্ত অন্যজনকে প্রভাবিত করে
- iv) এ বাজারে বিক্রেতা দাম নির্ধারণের ক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে
- v) এ বাজারে বিজ্ঞাপন ও সেবা গুরুত্বপূর্ণ বিষয়।

iv) একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার: যখন কোন বাজারে বহুসংখ্যক বিক্রেতা একই জাতীয় কিন্তু পৃথক দ্রব্য বিক্রয় করে তখন তাকে একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলা হয়। এরূপ বাজারে উৎপাদিত বিভিন্ন দ্রব্য সদৃশ কিন্তু অভিন্ন না। বিভিন্ন ধরনের ট্রেডমার্ক, লেভেল দ্বারা বিক্রেতার তাদের দ্রব্যকে আলাদা করার চেষ্টা করে। এ ধরনের দ্রব্যকে পৃথকীকৃত দ্রব্য বলা হয়। যেমনঃ শার্ট, প্যান্ট, জুতা, কলম, সাবান, টুথপেস্ট ইত্যাদির বাজার একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার। কেননা বাজারে বিভিন্ন ব্যান্ড এর শার্ট আছে, কোনটা প-১স পয়েন্ট, কোনটা রেঞ্জ, কোনটা পলওয়েল। এরা প্রত্যেকেই শার্ট উৎপাদন করে। কিন্তু প্রত্যেকের দ্রব্য কিছুটা ভিন্ন যা তাদেরকে প্রতিযোগিতায় টিকে থাকতে সহায়তা করে।

একচেটিয়া প্রতিযোগিতা মূলক বাজারের বৈশিষ্ট্যগুলো নিম্নে দেয়া হল:

- i) বহুসংখ্যক বিক্রেতা
- ii) দ্রব্য সমূহ সমজাতীয় কিন্তু বাজার পৃথকীকৃত
- iii) দামের উপর বিক্রেতার আংশিক প্রভাব
- iv) বাজার সম্পর্কে ক্রেতা বিক্রেতার ধারণা অপূর্ণাঙ্গ।


v) মনোপসনি : যে বাজারে বিক্রেতা অসংখ্য কিন্তু ক্রেতা মাত্র একজন তাকে মনোপসনি বাজার বলে। যেমন- কোন অঞ্চলে যদি বহুসংখ্যক হলুদ চাষী থাকে কিন্তু একটিমাত্র হলুদের কল থাকে তবে হলুদ চাষীগণ ঐ একমাত্র হলুদ কলের মালিকের কাছে হলুদ বিক্রয় করতে বাধ্য হয়। এধরনের বাজারকে মনোপসনি বলা হয়।


vi) ডুয়োপসনি: যে বাজারে বিক্রেতা অসংখ্য কিন্তু ক্রেতা মাত্র দুজন তাকে ডুয়োপসনি বাজার বলে। যেমন- কোন অঞ্চলে যদি বহুসংখ্যক হলুদচাষী থাকে কিন্তু দুইটি হলুদের কল থাকে তবে হলুদ চাষীগণ ঐ দুই হলুদ কলের মালিকের কাছে হলুদ বিক্রয় করতে বাধ্য হয়। এধরনের বাজারকে ডুয়োপসনি বলা হয়।

vii) বাইলেটারেল মনোপলি: যে বাজারে একমাত্র ক্রেতা ও একমাত্র বিক্রেতা থাকে সেরূপ বাজারকে বাইলেটারেল মনোপলি বলে। অর্থাৎ একটি দ্রব্য যখন একমাত্র ক্রেতা ক্রয় করে ও একমাত্র বিক্রেতা বিক্রয় করে তখন তাকে দ্বিপাক্ষিক একচেটিয়া বাজার বলা হয়।

পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজার ও একচেটিয়া বাজারের পার্থক্যসমূহ নিম্নে দেয়া হল:

পূর্ণপ্রতিযোগিতা মূলক বাজার	একচেটিয়া বাজার
১) অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা বিদ্যমান।	১) ক্রেতা অসংখ্য কিন্তু বিক্রেতা মাত্র একজন।
২) এ বাজারের পণ্য সমজাতীয় হয়।	২) এ বাজারে একটি মাত্র পণ্য উৎপাদিত হয় যার কোন নিকট পরিবর্তক নেই।
৩) বাজারের অবস্থান সম্পর্কে ক্রেতা বিক্রেতার সম্পূর্ণ ধারণা থাকে।	৩) বাজারের অবস্থান সম্পর্কে ক্রেতা বিক্রেতার সম্পূর্ণ ধারণা থাকে না।
৪) এ বাজারে উৎপাদন অধিক হয়, দাম কম হয়।	৪) এ বাজারে উৎপাদন কম হয় দাম অধিক হয়।
৫) দীর্ঘকালে স্বাভাবিক মুনাফা অর্জিত হয়।	৫) দীর্ঘকালে অতিরিক্ত মুনাফা অর্জিত হয়।

 শিক্ষার্থীর কাজ
বাজার সম্পর্কে ধারণা দিন। একচেটিয়া ও পূর্ণপ্রতিযোগিতা বাজারের বৈশিষ্ট্য ও তাদের মধ্যে পার্থক্য আলোচনা করুন।

 সারসংক্ষেপ
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ বাজার বলতে এক বা একাধিক পণ্যকে বোঝায় যা ক্রেতা-বিক্রেতার প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষ যোগাযোগের মাধ্যমে নির্ধারিত দামে ক্রয়-বিক্রয় হয়। যেমন-শেয়ার বাজার, স্বর্ণের বাজার ইত্যাদি।</li> <li>■ বাজারের শ্রেণীবিভাগ :- বাজারের পরিধি, সময় ও প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে বাজারকে কয়েকটি শ্রেণীতে ভাগ করা যায়-</li> <li>■ পরিধির ভিত্তিতে বাজার তিন প্রকার। যথাঃ-(ক) স্থানীয় বাজার, (খ) জাতীয় বাজার এবং (গ) আন্তর্জাতিক বাজার।</li> <li>■ সময়ের ভিত্তিতে বাজারকে চার ভাগে ভাগ করা যায়। যথাঃ- (ক) অতি স্বল্পকালীন বাজার (খ) স্বল্পকালীন বাজার (গ) দীর্ঘকালীন বাজার এবং (ঘ) অতি দীর্ঘকালীন বাজার।</li> <li>■ প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে বাজার দুই প্রকার। যথাঃ- (ক) পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার এবং (খ) অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার।</li> <li>■ একচেটিয়া প্রতিযোগিতা মূলক বাজার: যখন কোন বাজারে বহুসংখ্যক বিক্রেতা একই জাতীয় কিন্তু পৃথক দ্রব্য বিক্রয় করে তখন তাকে একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলা হয়।</li> <li>■ পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার : যে বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা স্বাধীনভাবে পূর্ণমাত্রায় অংশগ্রহণে লিপ্ত থেকে সমজাতীয় পণ্য নিয়ে নিজেদের মধ্যে ক্রয় বিক্রয় সম্পন্ন করে এবং ক্রেতা-বিক্রেতা কেউই নিজ কার্যকলাপের মাধ্যমে বাজারের দামকে প্রভাবিত করতে পারে না সে বাজারকে পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজার বলে।</li> </ul>

 পাঠোত্তর মূল্যায়ন-১১.১
---

**বহুনির্বাচনি প্রশ্ন**

- ১। আয়তনের ভিত্তিতে বাজার কত প্রকার?
 

(ক) ২	(খ) ৩	(গ) ৪	(ঘ) ৫
-------	-------	-------	-------
- ২। যে বাজারে দুজন ক্রেতা থাকে তাকে কি বলে?
 

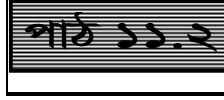
(ক) মনোপলি	(খ) ডুয়োপলি	(গ) মনোপসনি	(ঘ) ডুয়োপসনি
------------	--------------	-------------	---------------
- ৩। যে বাজারে এক ক্রেতা ও এক বিক্রেতা থাকে তাকে কি বলে?
 

(ক) ডুয়োপলি	(খ) মনোপলি	(গ) বাইলেটারেল মনোপলি	(ঘ) মনোপসনি
--------------	------------	-----------------------	-------------
- ৪। বহু সংখ্যক ক্রেতা বিক্রেতার বাজারকে কি বলে?
 

(ক) একচেটিয়া	(খ) পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজার
(গ) অপূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজার	(ঘ) মনোপসনি
- ৫। কোন বাজারে দ্রব্য সমজাতীয় হয়?
 

(ক) একচেটিয়া	(খ) পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজার
(গ) একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার	(ঘ) ডুয়োপলি

- ৬। কোন বাজারে কম সংখ্যক বিক্রেতা পুরো বাজারকে নিয়ন্ত্রণ করে?  
 (ক) অলিগোপলি (খ) মনোপলি (গ) মনোপসনি (ঘ) ডুয়োপলি
- ৭। কোন বাজার দ্রব্যের দাম স্থির থাকে?  
 (ক) মনোপলি (খ) ডুয়োপলি  
 (গ) পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজার (গ) বাইলেটারেল মনোপলি
- ৮। কোন বাজারে  $P = AR = MR$  হয়?  
 (ক) একচেটিয়া (খ) ডুয়োপলি  
 (গ) পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজার (ঘ) বাইলেটারেল মনোপলি
- ৯। বাজারের বৈশিষ্ট্য হল-  
 i. এক বা একাধিক দ্রব্য  
 ii. ক্রেতা ও বিক্রেতা  
 iii. দরকষাকষি ও এক বা একাধিক অঞ্চল  
 নিচের কোনটি সঠিক  
 (ক) i ও ii (খ) ii ও iii (গ) i ও iii (ঘ) i, ii ও iii
- ১০। ডুয়োপলি বাজারের বৈশিষ্ট্য হল-  
 i. দুজন ক্রেতা  
 ii. দুজন বিক্রেতা  
 iii. ক্রেতার সংখ্যা বৃদ্ধি পাবে না।  
 নিচের কোনটি সঠিক  
 (ক) i (খ) ii (গ) ii ও ii (ঘ) i, ii, iii



## বিক্রয়লব্ধ আয় Received Revenue



### উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে শিক্ষার্থীরা-

- আয়ের ধারণা ব্যাখ্যা করতে পারবেন;
- বিভিন্ন বাজার ব্যবস্থায় মোট, গড় ও প্রান্তিক আয়ের সম্পর্ক বর্ণনা করতে পারবেন।



### মূলপাঠ

উৎপাদিত দ্রব্য বিক্রয়ের মাধ্যমে কোন ফার্ম যে অর্থ লাভ করে তাকে বিক্রয়লব্ধ আয় বলে। বিক্রয়লব্ধ আয়কে ৩ ভাগে ভাগ করা হয়। যথা-

**১। মোট আয় (Total Revenue):** কোন ফার্ম কোন নির্দিষ্ট সময়ে উৎপাদিত দ্রব্যের সবটুকু বিক্রয় করে যে অর্থ লাভ করে তাকে মোট আয় বলে। বিক্রিত দ্রব্যের পরিমাণকে গড় দাম দিয়ে গুণ করে মোট আয় পাওয়া যায়। অর্থাৎ

মোট আয় = বিক্রয়ের পরিমাণ  $\times$  দাম বা,  $TR = Q \times P$

যেমনঃ কোন ফার্ম তার উৎপাদিত দ্রব্যের প্রতি একক যদি ২০ টাকা দামে (P) ১০০ একক (Q) বিক্রয় করে তবে তার মোট আয়(TR) =  $20 \times 100 = 2000$  টাকা।

**২। গড় আয় (Average Revenue):** মোট আয়কে যদি মোট বিক্রয়ের পরিমাণ দিয়ে ভাগ করা হয় তবে গড় আয় পাওয়া যায়। অর্থাৎ দ্রব্যের প্রতিটি একক থেকে কোন ফার্ম গড় যে আয় করে তাকেই গড় আয় বলে।

অর্থাৎ

$$\text{গড় আয় (AR)} = \frac{\text{মোট আয়}}{\text{মোট বিক্রয়কীত দ্রব্যের পরিমাণ}} = \frac{TR}{Q}$$

যেমন: কোন ফার্ম যদি তার উৎপাদিত ১০০ একক বিক্রয় করে মোট ২০০০ টাকা আয় করে তবে

$$\text{তার গড় আয়} = \frac{2000}{100} = 20 \text{ টাকা।}$$

**৩। প্রান্তিক আয় (Marginal Revenue):** দ্রব্যের অতিরিক্ত এক একক বিক্রয়ের মাধ্যমে যে আয় লাভ করা হয় তাকে প্রান্তিক আয় বলে। অর্থাৎ কোন দ্রব্যের বিক্রয় অতিরিক্ত এক একক বাড়ালে মোট আয়ের যে পরিবর্তন হয় তাকে প্রান্তিক আয় বলে। একে মোট আয়ের পরিবর্তন ও মোট বিক্রয়ের পরিমাণের পরিবর্তনের অনুপাত হিসেবে প্রকাশ করা যায় অর্থাৎ

$$\text{প্রান্তিক আয় (MR)} = \frac{\text{মোট আয়ের পরিবর্তন}}{\text{মোট বিক্রয়কীত দ্রব্যের পরিমাণের পরিবর্তন}} = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

যেমন: কোন ফার্ম ২০ একক বিক্রয় করে ২০০০ টাকা আয় করে ও ২১ একক বিক্রয় করে ২২০০ টাকা আয় করে, এক্ষেত্রে

$$\Delta TR = \text{আয়ের পরিবর্তন} = (2200 - 2000) = 200 \text{ এবং}$$

$$\Delta Q = \text{বিক্রয়ের পরিবর্তন} = (21 - 20) = 1$$

$$\text{সুতরাং ফার্মের প্রান্তিক আয় হবে} = \frac{200}{1} = 200 \text{ টাকা}$$



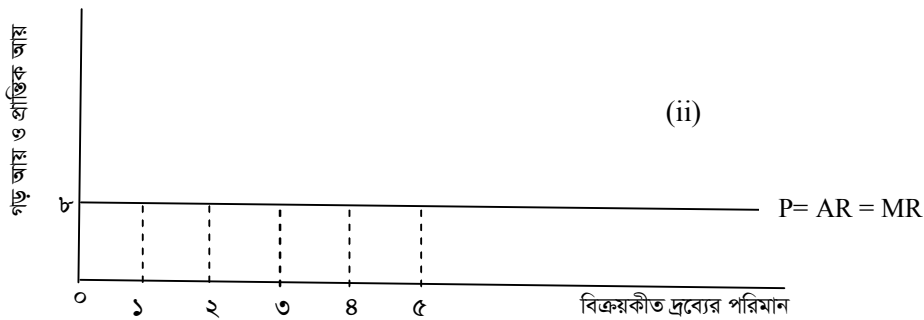
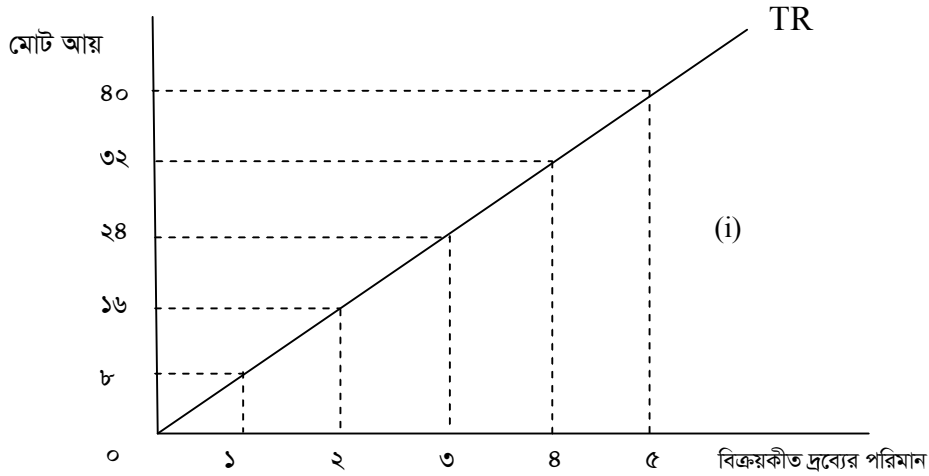
**পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে দাম , মোট আয় , গড় আয় ও প্রান্তিক আয় (Price, TR, AR and MR under Perfect competition market)**

পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে দাম স্থির থেকে পণ্যদ্রব্য ক্রয়-বিক্রয় হয়। এরূপ বাজারে দাম ,মোট আয়, গড় আয় ও প্রান্তিক আয়ের সম্পর্কটি নিম্নে সারণির মাধ্যমে দেখানো হল:

ছক ১১.২.২: পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে দাম, মোট আয়, গড় আয় ও প্রান্তিক আয়

বিক্রয়কীত দ্রব্যের পরিমাণ (Q)	দাম (P)	মোট আয় (TR = P.Q)	গড় আয় (AR = $\frac{TR}{Q}$ )	প্রান্তিক আয় (MR = $\frac{\Delta TR}{\Delta Q}$ )
১	৮ টাকা	৮ টাকা	৮ টাকা	৮ টাকা
২	৮ টাকা	১৬ টাকা	৮ টাকা	৮ টাকা
৩	৮ টাকা	২৪ টাকা	৮ টাকা	৮ টাকা
৪	৮ টাকা	৩২ টাকা	৮ টাকা	৮ টাকা
৫	৮ টাকা	৪০ টাকা	৮ টাকা	৮ টাকা

ছক ১১.২.২ এ দেখা যায় যে, বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধির সাথে সাথে মোট আয় নির্দিষ্ট বা স্থির হারে বৃদ্ধি পায়। এছাড়া গড় আয় ও প্রান্তিক আয় দামের সমান হয় ( $P = AR = MR$ ), যা পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারের একটি গুরুত্বপূর্ণ বৈশিষ্ট্য। রেখাচিত্রে সারণি থেকে প্রাপ্ত TR, AR ও MR মানসমূহকে নিম্নে রেখাচিত্রে রূপ দেয়া হল:



চিত্র ১১.২.১ : পূর্ণ প্রতিযোগিতায় মোট আয় মোট আয়, গড় আয় ও প্রান্তিক আয়

চিত্র ১২.২.১ এ ভূমি অক্ষে বিক্রয়ের পরিমাণ, লম্ব অক্ষে (i চিত্রে) মোট আয়, (ii চিত্রে) গড় ও প্রান্তিক আয় নির্দেশ করা হয়েছে। সারণিতে প্রাপ্ত মানসমূহকে প্রয়োজনীয় পরিমাপ গ্রহণ করে মোট আয় (TR) রেখা ও গড় আয় (AR) এবং প্রান্তিক আয় (MR) রেখা অঙ্কন করা হয়।

চিত্র থেকে লক্ষ্য করা যায়, বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধির সাথে সাথে মোট আয় নির্দিষ্ট হারে বৃদ্ধি পায় এবং গড় আয় ও প্রান্তিক আয় প্রতি ক্ষেত্রেই দামের সমান হয়। এজন্য TR রেখাটি মূলবিন্দুগামী ও সরলরৈখিক এবং AR ও MR রেখা পরিমাণ অক্ষের বা ভূমি অক্ষের সমান্তরাল হয়।

### অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে দাম, মোট আয়, গড় আয় ও প্রান্তিক আয় (Price, TR, AR and MR under Imperfect Competition market)

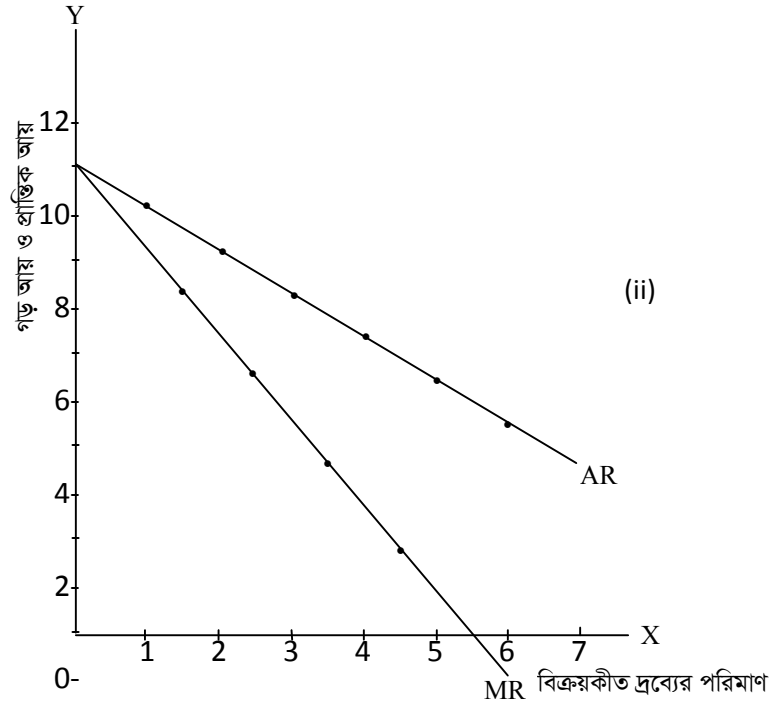
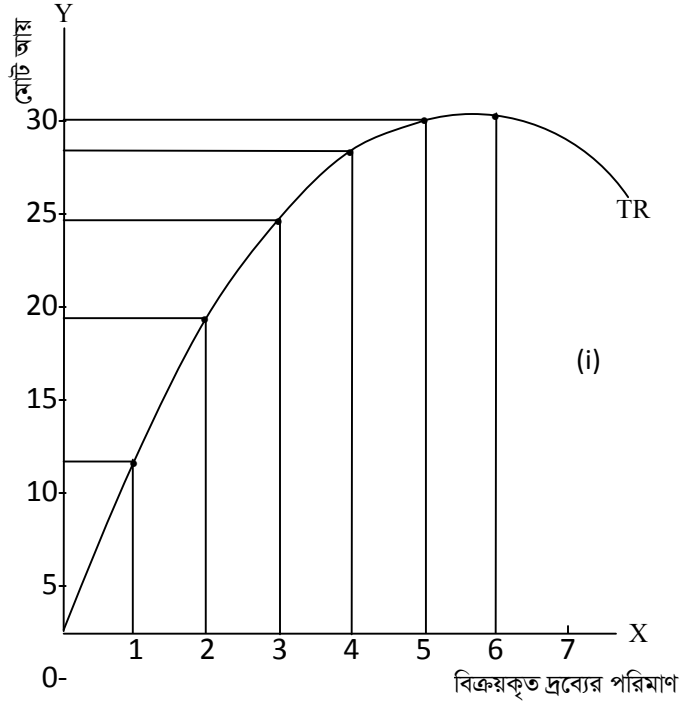
অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে পণ্যের যোগান বিক্রেতা কর্তৃক নিয়ন্ত্রিত হয়। দাম নির্ধারণ বিক্রেতার উপর নির্ভরশীল। বিক্রেতা অধিক পণ্য বিক্রয়ের জন্য দাম হ্রাস করে। এমতাবস্থায় অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে দাম, মোট আয়, গড় আয় ও প্রান্তিক আয়ের সম্পর্ক নিম্নের সারণিতে দেখানো হল:

ছক ১১.২.২: অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে দাম, মোট আয়, গড় আয় ও প্রান্তিক আয়

বিক্রয়ের পরিমাণ (Q)	দাম (P)	মোট আয় (TR=P.Q)	গড় আয় (AR = $\frac{TR}{Q}$ )	প্রান্তিক আয় (MR = $\frac{\Delta TR}{\Delta Q}$ )
১.	১০ টাকা	১০ টাকা	১০ টাকা	১০ টাকা
২.	৯ টাকা	১৮ টাকা	৯ টাকা	৮ টাকা
৩.	৮ টাকা	২৪ টাকা	৮ টাকা	৬ টাকা
৪.	৭ টাকা	২৮ টাকা	৭ টাকা	৪ টাকা
৫.	৬ টাকা	৩০ টাকা	৬ টাকা	২ টাকা
৬.	৫ টাকা	৩০ টাকা	৫ টাকা	০ টাকা

ছক ১১.২.২ এ দেখা যায়, দাম যতই হ্রাস পাচ্ছে বিক্রয়কীত দ্রব্যের পরিমাণ ততই বৃদ্ধি পাচ্ছে। মোট আয় ক্রমহ্রাসমান হারে বৃদ্ধি, গড় ও প্রান্তিক আয় উভয়ই হ্রাস পাচ্ছে। তবে গড় আয় অপেক্ষা প্রান্তিক আয় অধিক হ্রাস পাচ্ছে।

অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে TR, AR ও MR অঙ্কন:





চিত্র ১১.২.২: অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে মোট আয়, গড় আয় ও প্রান্তিক আয় রেখা

চিত্র ১১.২.২ এ ভূমি অক্ষে বিক্রয়ের পরিমাণ এবং লম্ব অক্ষে (i চিত্রে) মোট আয়, (ii চিত্রে) গড় ও প্রান্তিক আয় নির্দেশ করা হয়।

ছক ১১.২.২ এ উল্লিখিত মানসমূহে প্রয়োজনীয় পরিমাপের সাহায্যে চিত্রে রূপ দেয়া হল। চিত্র থেকে লক্ষ করা যায়, বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধির সাথে সাথে মোট আয় (TR) ক্রমহ্রাসমান হারে বৃদ্ধি পায় এবং গড় আয় (AR) ও প্রান্তিক আয়

(MR) উভয়ই হ্রাস পায়। তবে অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধির সাথে সাথে মোট আয় বৃদ্ধি পায় ক্রমহ্রাসমান হারে। কিন্তু গড় আয় ও প্রান্তিক আয় হ্রাস পায়। এ বাজারে বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধির সাথে সাথে গড় আয় অপেক্ষা প্রান্তিক আয় অধিক হ্রাস পায় বলে AR রেখা MR রেখার ওপর অবস্থান করে। চিত্র থেকে লক্ষ্য করা যায় যে, মোট আয় যখন সর্বোচ্চ তখন প্রান্তিক আয় শূন্য, কিন্তু গড় আয় ধনাত্মক। বিক্রয়ের পরিমাণ আরও বৃদ্ধি করা হলে প্রান্তিক আয় ঋণাত্মক হবে।

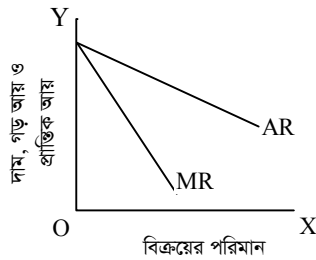
 শিক্ষার্থীর কাজ
পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক ও অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে গড় আয় ও প্রান্তিক আয়ের মধ্যে পার্থক্য চিহ্নিত করুন।

 সারসংক্ষেপ
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ বিক্রিত দ্রব্যের পরিমাণকে গড় দাম দিয়ে গুণ করে মোট আয় পাওয়া যায়। দ্রব্যের প্রতিটি একক থেকে কোন ফার্ম যে আয় করে তাকে গড় আয় বলে। কোন দ্রব্যের বিক্রয় অতিরিক্ত এক একক বাড়ালে মোট আয়ের যে পরিবর্তন হয় তাকে প্রান্তিক আয় বলে।</li> <li>■ পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে দাম, মোট আয়, গড় আয় ও প্রান্তিক আয় – বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধির সাথে সাথে মোট আয় নির্দিষ্ট হারে বৃদ্ধি পায় এবং গড় আয় ও প্রান্তিক আয় প্রতি ক্ষেত্রেই দামের সমান হয়। এজন্য TR রেখাটি মূলবিন্দুগামী ও সরলরৈখিক এবং AR ও MR রেখা পরিমাণ অক্ষের বা ভূমি অক্ষের সমান্তরাল হয়।</li> <li>■ অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে দাম, মোট আয়, গড় আয় ও প্রান্তিক আয় – বাজারে বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধির সাথে সাথে মোট আয় বৃদ্ধি ক্রমহ্রাসমান হারে। কিন্তু গড় আয় ও প্রান্তিক আয় হ্রাস পায়। এ বাজারে বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধির সাথে সাথে গড় আয় অপেক্ষা প্রান্তিক আয় অধিক হ্রাস পায় বলে AR রেখা MR রেখার ওপর অবস্থান করে।</li> </ul>

## পাঠোত্তর মূল্যায়ন-১১.২

### বহুনির্বাচনি প্রশ্ন

নিচের চিত্রটি লক্ষ্য করুন এবং ১ ও ২ নং প্রশ্নের উত্তর দিন।



১। চিত্রটি কোন বাজারের সাথে সম্পর্কিত?

- (ক) পূর্ণপ্রতিযোগিতা (খ) একচেটিয়া (গ) অলিগোপলি (ঘ) ডুয়োপলি

২। উক্ত বাজারে গড় আয় ও প্রান্তিক আয়ের মধ্যে সম্পর্ক হল-

- i. দাম কমলেও গড় আয় ও প্রান্তিক আয় সমান থাকে
  - ii. দাম কমলেও গড় আয় ও প্রান্তিক আয় স্থির থাকে
  - iii. দাম কমলেও গড় আয় যে হারে কমে প্রান্তিক আয় তার দ্বিগুণ হারে কমে
- নিচের কোনটি সঠিক?

- (ক) i (খ) ii (গ) iii (ঘ) i ও ii



## ফার্ম ও শিল্প Firm and Industry



### উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে শিক্ষার্থীরা-

- ফার্ম ও শিল্পের মধ্যে পার্থক্য নির্ণয় করতে পারবেন;
- ফার্মের ভারসাম্য নির্ধারণ প্রক্রিয়া বর্ণনা করতে পারবেন;
- পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে ফার্মের স্বল্পকালীন ভারসাম্য অর্জন প্রক্রিয়া বর্ণনা করতে পারবেন;
- অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে ফার্মের স্বল্পকালীন ভারসাম্য অর্জন প্রক্রিয়া বর্ণনা করতে পারবেন।



### মূলপাঠ

#### ফার্ম ও শিল্পের মধ্যে পার্থক্য (Difference between Firm and Industry)

অর্থনীতিতে সমজাতীয় দ্রব্য বা সেবা উৎপাদনকারী কোন একক প্রতিষ্ঠানকে ফার্ম বলে। যেমন-একটি গার্মেন্টস কারখানা হল একটি ফার্ম।

শিল্প: কোন সমজাতীয় দ্রব্য বা সেবা উৎপাদনে নিয়োজিত সকল উৎপাদন প্রতিষ্ঠান বা ফার্মের সমষ্টিকে শিল্প বলে অভিহিত করা হয়।

ফার্ম ও শিল্পের পার্থক্য সমূহ নিম্নে দেয়া হলো:

ফার্ম	ডাশিল্প
১) কোন নিদিষ্ট দ্রব্য উৎপাদনকারী একক প্রতিষ্ঠানকে ফার্ম বলে।	১) একক দ্রব্য উৎপাদনকারী সকল প্রতিষ্ঠান বা ফার্মের সমষ্টিকে শিল্প বলে।
২) ফার্মের আকার ছোট হয়।	২) শিল্পের আকার বড় হয়।
৩) ফার্মের মালিকানা ব্যবস্থাপনা মূলত একক হয়।	৩) কিন্তু শিল্প ভিন্ন ভিন্ন ব্যবস্থাপনায় পরিচালিত হয়।
৪) ফার্ম দাম গ্রহীতা হিসেবে স্বীকৃত।	৪) শিল্প দাম নির্ধারণে বড় ভূমিকা পালন করে।
৫) কোন ফার্মের যোগান মোট উৎপাদনের তুলনায় অনেক কম	৫) শিল্পের যোগান ফার্মের তুলনায় অধিক।
৬) পূর্ণপ্রতিযোগিতা মূলক বাজার ব্যবস্থায় ফার্মের চাহিদা রেখা ভূমি অক্ষের সমান্তরাল হয়।	৬) শিল্পের চাহিদা রেখা ডানদিকে নিম্নগামী হয়
৭) পূর্ণপ্রতিযোগিতায় বা একচেটিয়া বাজারে ফার্ম স্বল্পকালে স্বাভাবিক মুনাফা, অতিরিক্ত মুনাফা ও ক্ষতি স্বীকার করে উৎপাদন চালু রাখে। কিন্তু দীর্ঘকালে ফার্ম পূর্ণপ্রতিযোগিতায় স্বাভাবিক মুনাফা ও একচেটিয়া বাজারে অতিরিক্ত মুনাফা অর্জন করে।	৭) পূর্ণপ্রতিযোগিতায় শিল্প সাধারণত স্বাভাবিক মুনাফা অর্জন করে। একচেটিয়া বাজারে শিল্প সর্বদাই অতিরিক্ত মুনাফা অর্জন করে।

#### ফার্মের মুনাফা সর্বোচ্চকরণের শর্তাবলি (Conditions of Profit Maximization)

মুনাফা: মুনাফা সাধারণত মোট আয় ও মোট ব্যয়ের পার্থক্য থেকে নির্ণীত হয়। এ ক্ষেত্রে মুনাফা আয় ও ব্যয়ের ধনাত্মক পার্থক্য নির্দেশ করে।

মুনাফা ( $\pi$ ) =  $(TR-TC) \geq 0$ ;  $TR$  = মোট আয়,  $TC$  = মোট ব্যয় এবং  $\pi$  = মুনাফা

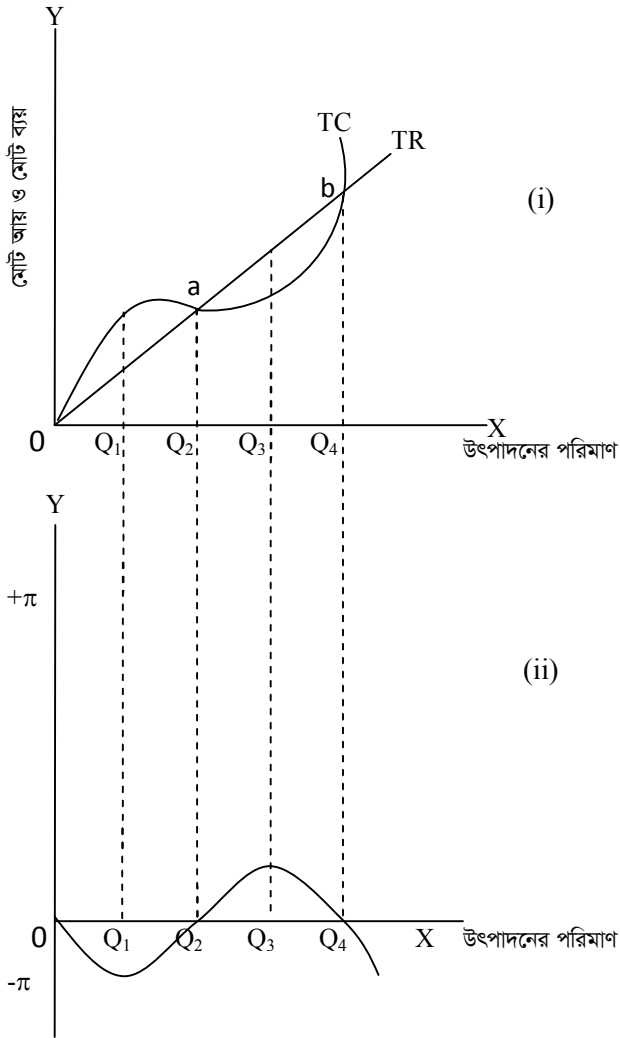
প্রত্যেক ফার্মের মূল লক্ষ্য হল মুনাফা সর্বোচ্চ করা। নিম্নে ফার্মের মুনাফা সর্বোচ্চকরণের শর্তাবলী আলোচনা করা হলো।

i) মোট আয় ও মোট ব্যয়ের সাহায্যে মুনাফা সর্বোচ্চকরণের শর্ত হলো:

১) প্রয়োজনীয় শর্ত : মোট আয় রেখা মোট ব্যয় রেখার উপর অবস্থান করবে। অর্থাৎ  $TR > TC$ .

২) পর্যাপ্ত শর্ত : যে বিন্দুতে মোট আয় ও মোট ব্যয়ের মধ্যে পার্থক্য সর্বাধিক হবে, সে বিন্দুতে মুনাফা সর্বোচ্চ হবে।

পূর্ণ প্রতিযোগিতা মূলক বাজারে মোট আয়- ব্যয় রেখা ভিত্তিক মুনাফা সর্বোচ্চকরণ:



চিত্র ১১.৩.১: মোট আয়-ব্যয় রেখার সাহায্যে মুনাফা সর্বোচ্চকরণ

চিত্র ১১.৩.১ এ ভূমি অক্ষে উৎপাদন বা বিক্রয়ক্রীত দ্রব্যের পরিমাণ, লম্ব অক্ষে (i চিত্রে) মোট আয় ও মোট ব্যয় এবং (ii চিত্রে) ধনাত্মক ও ঋণাত্মক মুনাফা দেখানো হয়েছে।

চিত্র ১১.৩.১(i) এ  $Q_1$  উৎপাদন স্তরে ব্যয় (TC) > আয় (TR), তাই ঋণাত্মক মুনাফা নির্দেশ করে  $Q_2$  ও  $Q_4$  স্তরে  $TR = TC$  বলে মুনাফা শূণ্য। কিন্তু  $Q_3$  হলে উৎপাদন স্তরে সর্বোচ্চ মুনাফা নির্দেশ করে। কারণ এই উৎপাদন স্তরে প্রয়োজনীয়

ও পর্যাপ্ত শর্ত অর্থাৎ  $TR = TC$  এবং উভয়ের মধ্যে পার্থক্য সর্বাধিক। তাই চিত্র ১১.৩.১(ii) এ  $Q_3$  স্তর সর্বাধিক ধনাত্মক মুনাফা নির্দেশ করে। চিত্রে a ও b বিন্দুকে সম আয়-ব্যয় বিন্দু বলা হয়।

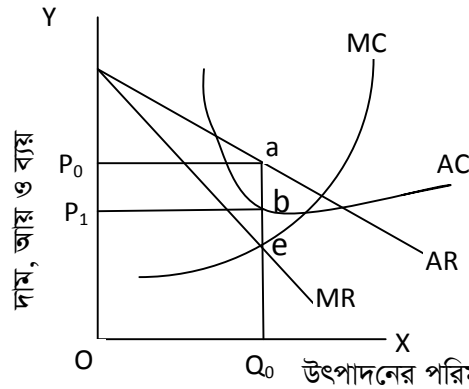
ii) প্রান্তিক আয় ও প্রান্তিক ব্যয় রেখার মধ্যে মুনাফা সর্বোচ্চকরণ:

কোন ফার্মের সর্বোচ্চ মুনাফা অর্জনের বিষয়টি প্রান্তিক আয় ও প্রান্তিক ব্যয় রেখার সাহায্যে ব্যাখ্যা করা যায়। এটি মুনাফা নির্ধারণের আধুনিক পদ্ধতি হিসেবে বিবেচিত। প্রান্তিক আয় ও প্রান্তিক ব্যয় রেখার মাধ্যমে মুনাফা সর্বোচ্চকরণের শর্তাবলী হল-

- ১) প্রয়োজনীয় শর্ত: যে বিন্দুতে প্রান্তিক আয় ও ব্যয় রেখা পরস্পর ছেদ করে, সেই বিন্দুতে মুনাফা সর্বোচ্চকরণের প্রাথমিক শর্ত অর্জিত হয়। অর্থাৎ সর্বোচ্চ মুনাফা স্তর নির্দেশ করে।
- ২) ভারসাম্য বিন্দুতে বা সর্বোচ্চ মুনাফা স্তরে MC রেখা MR রেখাকে নিচ দিক থেকে ছেদ করে উপরের দিকে উঠবে। ভারসাম্য বিন্দুতে MC রেখার ঢাল MR রেখার ঢাল অপেক্ষা বেশি হবে।

এদুটি শর্ত পালিত হলে ও গড় ব্যয় রেখার একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা এক্ষেত্রে রয়েছে। পূর্ণ ও অপূর্ণ প্রতিযোগিতায় স্বল্পকালে মুনাফা সর্বোচ্চকরণ বলতে ( $P = AR > AC$ ) এবং দীর্ঘকালে পূর্ণপ্রতিযোগিতায়  $P = AC$ । কিন্তু একচেটিয়া বাজারে বা অপূর্ণ প্রতিযোগিতায়  $P > AC$  কে নির্দেশ করে। তাই মুনাফা সর্বোচ্চকরণে অতিরিক্ত শর্ত হলো  $P > AC$ ।

একচেটিয়া বাজারে মোট আয়- ব্যয় রেখা ভিত্তিক মুনাফা সর্বোচ্চকরণ:



চিত্র ১১.৩.২: প্রান্তিক আয়- ব্যয়ের সমতা নির্ধারণের মাধ্যমে মুনাফা সর্বোচ্চকরণ

চিত্র ১১.৩.২ এ ভূমি অক্ষে উৎপাদনের পরিমাণ লম্ব অক্ষে দ্রব্যে দাম ও ব্যয়,  $AR =$  গড় আয় রেখা,  $MR =$  প্রান্তিক আয় রেখা,  $AC =$  গড় ব্যয় রেখা এবং  $MC =$  প্রান্তিক ব্যয় রেখা নির্দেশ করে। চিত্রে e বিন্দুতে MR রেখাকে MC রেখা ছেদ করে। তাই e বিন্দুতে ভারসাম্য অর্জনের প্রয়োজনীয় ও পর্যাপ্ত শর্ত পূরণ হয়। এছাড়া অতিরিক্ত শর্ত  $P > AC$  শর্ত পালিত হয়  $OQ_0$  ভারসাম্য উৎপাদন পর্যায়ে। সুতরাং  $OQ_0$  পরিমাণ উৎপাদন করলে e বিন্দুতে ভারসাম্য অর্জনের মাধ্যমে মুনাফা সর্বোচ্চ হবে। এক্ষেত্রে মুনাফার পরিমাণ  $\pi = TR - TC = OP_0aQ_0 - OP_1bQ_0 = P_1P_0ab$

**উৎপাদন প্রতিষ্ঠানের ভারসাম্য**

অর্থনীতিতে ভারসাম্য ধারণাটি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। যখন কোন দ্রব্যের গতিশীল বিপরীতমুখী শক্তিসমূহ এমন একটি অবস্থায় এসে পৌঁছে যে তাদের আর পরিবর্তনের কোন প্রবণতা থাকে না তখন সে অবস্থাকে ভারসাম্য বলা হয়। এ অবস্থায় বিপরীতমুখী শক্তিসমূহ স্থির হয়ে যায় এবং একটি স্থিতাবস্থার সৃষ্টি হয়। যেমন যে দামে মোট চাহিদা ও মোট যোগান

সমান হয় সে দামই ভারসাম্য দাম। অন্যভাবে বলা যায়, যে অবস্থা থেকে পরিবর্তনের আর কোন প্রবণতা থাকে না তাই হচ্ছে ভারসাম্য অবস্থা।

### পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজারে ফার্মের স্বল্পকালীন ভারসাম্য (Short Run Equilibrium in the Perfect Competition Market)

যে বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও অসংখ্য বিক্রেতা নিজেদের মধ্যে পূর্ণমাত্রায় প্রতিযোগিতায় লিপ্ত থাকে তাকে পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজার বলে। এরূপ বাজারে ফার্ম সাধারণত সর্বোচ্চ মুনাফা অর্জন করতে চায়। কিন্তু স্বল্পকালে ফার্মের পক্ষে অনেক সময় ধনাত্মক মুনাফা স্তরে কাজ করা সম্ভব নাও হতে পারে।

অনুমিতি:

- ১) অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা
- ২) বাজারে সমজাতীয় দ্রব্য বিদ্যমান
- ৩) ক্রেতা ও বিক্রেতা উভয়ই বাজার সম্বন্ধে পূর্ণ জ্ঞান রাখে
- ৪) উপাদানসমূহ সম্পূর্ণ গতিশীল
- ৫) বাজারে পণ্যের দাম স্থির।

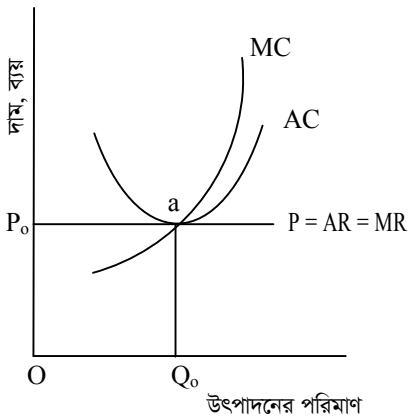
ভারসাম্যের শর্ত: পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজারে স্বল্পমেয়াদে কোন ফার্মকে ভারসাম্যে পৌছাতে হলে নিম্নোক্ত শর্ত দুটি পালন করতে হবে।

- ১) প্রয়োজনীয় শর্ত: ফার্মের প্রান্তিক আয় ও প্রান্তিক ব্যয় পরস্পর সমান হবে অর্থাৎ  $MR = MC$  হবে।
- ২) পর্যাপ্ত শর্ত: ভারসাম্য বিন্দুতে  $MC$  রেখা ঢাল  $> MR$  রেখার ঢাল অর্থাৎ  $MC$  রেখা  $MR$  রেখাকে নিচের দিক থেকে ছেদ করে উপরে উঠবে।

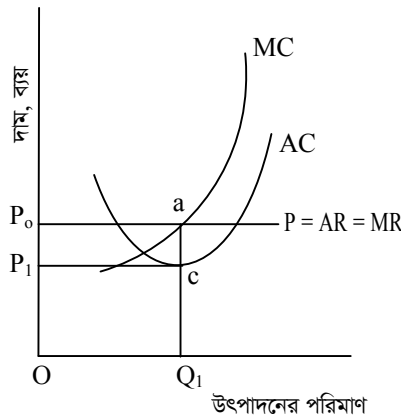
ফার্মের স্বল্পকালীন ভারসাম্যের অর্থ এই যে, স্বল্পকালে ফার্মে সবসময় অতিরিক্ত মুনাফা অর্জন করবে নাকি লোকসানের সম্মুখীন হবে বা স্বাভাবিক মুনাফা অর্জন করবে তা নির্ভর করবে স্বল্পকালীন গড় ব্যয় রেখার অবস্থানের উপর। এজন্য স্বল্পকালে উপরিক্ত শর্তগুলো ছাড়াও ভিন্ন শর্তের প্রয়োজন হয়। যেমন:

- i) স্বাভাবিক মুনাফা যখন  $P = AC$  হয়।
- ii) অতিরিক্ত মুনাফা যখন  $P > AC$  হয়
- iii) ক্ষতি স্বীকার করে উৎপাদন যখন  $AC > P > AVC$

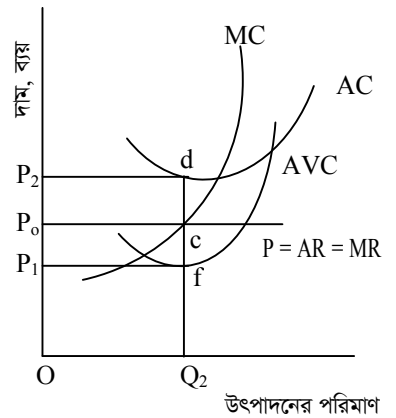
ফার্মের স্বল্পকালীন ভারসাম্য সংক্রান্ত তিনটি চিত্র নিচে দেওয়া হল:



(i) স্বাভাবিক মুনাফা



(ii) অস্বাভাবিক মুনাফা



(iii) ক্ষতি স্বীকার করে উৎপাদন

চিত্র ১১.৩.৩: পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে ফার্মের স্বল্পকালীন ভারসাম্য



চিত্র ১১.৩.৩ এ ভূমি অক্ষে উৎপাদনের পরিমাণ ও লম্ব অক্ষে দাম, ব্যয় দেখানো হয়েছে। চিত্র ১১.৩.৩(i) এ  $OQ_0$  উৎপাদন স্তরে  $a$  বিন্দুতে ভারসাম্যের প্রয়োজনীয় শর্ত  $MR = MC$ , পর্যাপ্ত শর্ত  $MC$  রেখার ঢাল  $> MR$  রেখার ঢাল এবং অতিরিক্ত শর্ত  $P = AC$  পালিত হয়। তাই  $a$  বিন্দুতে ফার্মের স্বাভাবিক মুনাফা নির্ধারিত হয়।

চিত্র ১১.৩.৩(ii) এ  $OQ_1$  উৎপাদন স্তরে বিন্দুতে ভারসাম্যের প্রয়োজনীয় ও পর্যাপ্ত শর্ত পালিত হয়। এছাড়া  $OQ_0$  উৎপাদন স্তরে অতিরিক্ত শর্ত  $P > AC$  শর্ত পালিত হয়। তাই এক্ষেত্রে অতিরিক্ত মুনাফা অর্জিত হবে। অতিরিক্ত মুনাফার পরিমাণ হবে  $OQ_1aP_0 - OQ_1cP_1 = P_0P_1ac$

চিত্র ১১.৩.৩(iii) এ  $OQ_2$  উৎপাদন স্তরে  $C$  বিন্দুতে ভারসাম্যের প্রয়োজনীয় ও পর্যাপ্ত শর্ত প্রতিপালিত হয়। এছাড়া  $c$  বিন্দুতে অতিরিক্ত শর্ত  $AC > P > AVC$  শর্তও পূরণ হয়। এক্ষেত্রে স্বল্পকালে ফার্ম যদি উৎপাদন না করে তাহলে তাকে  $df$  পরিমাণ স্থির ব্যয় বহন করতে হবে অর্থাৎ উৎপাদন না করলে ক্ষতি  $df$  পরিমাণ। কিন্তু উৎপাদন করা হলে যদি দাম  $OP_0 = cQ_2$  পাওয়া যায়, তখন ক্ষতির পরিমাণ হ্রাস পায় ( $df > dc$ )  $cf$  পরিমাণ অর্থাৎ এ অবস্থায় উৎপাদন চালু রাখলে ক্ষতি নির্ধারিত হয়  $dc$  পরিমাণ। অর্থাৎ স্বল্পকালে ফার্ম টিকে থাকার স্বপ্নে ক্ষতি স্বীকার করে অনেক সময় উৎপাদন চালু রাখে।

স্বল্পকালে পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজারে ফার্মের ভারসাম্য নির্ধারণ প্রসঙ্গে বলা যায়,  $MR$  ও  $MC$  এর প্রেক্ষিতে ভারসাম্যের শর্ত পালিত হয়ে উৎপাদন নির্ধারিত হয় ঠিকই তবে সেই ভারসাম্যের ক্ষেত্রে কখনও বা ক্ষতি স্বীকার করে উৎপাদন নির্ধারিত হয়। আমরা বলতে পারি যে, স্বল্পকালে পূর্ণপ্রতিযোগী ফার্ম ভারসাম্য অবস্থায় পৌঁছালেই ধনাত্মক মুনাফা অর্জিত হবে, এমন কোন নিশ্চয়তা নেই। এখানে উল্লেখ্য যে দীর্ঘকালে এ বাজারে শুধুমাত্র স্বাভাবিক মুনাফাই অর্জিত হয়।

#### একচেটিয়া বাজারের ফার্মের স্বল্পকালীন ভারসাম্য(Short Run Equilibrium in the Monopoly Market)

কোন দ্রব্যের উৎপাদন যখন একজন বিক্রেতার কাছে থাকে সেরূপ বাজারকে একচেটিয়া বাজার বলে। অন্যভাবে বলা যায় একচেটিয়া বাজার হচ্ছে এরূপ এক ফার্ম বা শিল্প যার পন্য অপরাপর উৎপাদকের পণ্য থেকে সুস্পষ্টভাবে পৃথক করা যায়। একচেটিয়া কারবারি দ্রব্যের দাম নির্ধারণের ওপর বিশেষ ভাবে প্রভাব বিস্তার করতে সক্ষম হয়।

অনুমিতি:

১) বাজারে বিক্রেতা একজন কিন্তু ক্রেতা অসংখ্য।

২) নিকট পরিবর্তক দ্রব্য নেই।

৩) গড় আয় ও প্রান্তিক আয় রেখা বাম থেকে ডানে নিম্নগামী হয় এবং প্রান্তিক আয় রেখা, গড় আয় রেখার নিচে অবস্থান করে।

ভারসাম্যের শর্ত: একচেটিয়া কারবারি ভারসাম্য অর্জনের লক্ষ্যে দুটি শর্ত পূরণ করে যথা-

i) প্রয়োজনীয় শর্ত: ভারসাম্য বিন্দুতে  $MR = MC$  হবে

ii) পর্যাপ্ত শর্ত:  $MC$  রেখার ঢাল  $> MR$  রেখার ঢাল হবে।

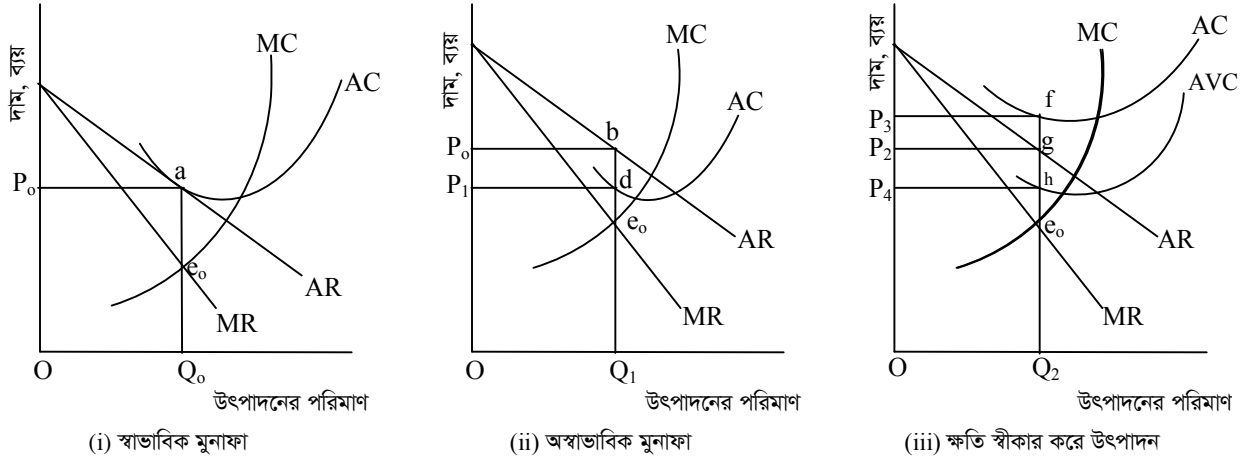
iii) অতিরিক্ত শর্ত: একচেটিয়া কারবারি উপরিউক্ত ২টি শর্ত পূরণ করলেই মুনাফা সর্বোচ্চ অর্জন করতে পারে না, এর জন্য অতিরিক্ত শর্তের প্রয়োজন হয়। স্বল্পকালে একচেটিয়া কারবারি তিনটি উৎপাদন অবস্থার সম্মুখীন হতে পারে। যেমন:

ক) স্বাভাবিক মুনাফা  $P = AC$

খ) অতিরিক্ত মুনাফা  $P > AC$

গ) ক্ষতি স্বীকার করে উৎপাদন  $AC > P > AVC$

চিত্রের সাহায্যে স্বল্পকালীন ভারসাম্য:





চিত্র ১১.৩.৪: একচেটিয়া বাজারে ফার্মের স্বল্পকালীন ভারসাম্য

চিত্র ১১.৩.৪ এ ভূমি অক্ষে দ্রব্যের পরিমাণ এবং লম্ব অক্ষে দাম, প্রান্তিক আয়, গড় ব্যয়, গড় পরিবর্তনশীল ব্যয় নির্দেশ করে। একচেটিয়া কারবারি সর্বদা অস্বাভাবিক বা অতিরিক্ত মুনাফা অর্জন করে তা সঠিক নয়। দীর্ঘকালে একচেটিয়া কারবারী পণ্যের যোগানকে সম্পূর্ণরূপে নিয়ন্ত্রন করে অস্বাভাবিক মুনাফা অর্জন সম্ভব হলেও স্বল্পকালে তিনটি অবস্থার সম্মুখীন হয়। এক্ষেত্রে  $e_0$  বিন্দুতে ভারসাম্যের প্রয়োজনীয় ও পর্যাপ্ত শর্ত পূরণ হলেও (i) চিত্রে আয় =  $OP_0aQ_0$  এবং ব্যয় =  $OP_0aQ_0$  যেহেতু আয় ও ব্যয় পরস্পর সমান, সেহেতু স্বাভাবিক মুনাফা অর্জিত হয়।

(ii) চিত্রে আয় =  $OP_0bQ_1$  এবং ব্যয় =  $OP_1dQ_1$ , এখানে অতিরিক্ত মুনাফা হচ্ছে  $P_0P_1bd$  পরিমাণ।

(iii) চিত্রে গড় ব্যয়,  $fQ_2 =$  দাম  $OP_3$  এবং গড় আয়  $gQ_2 =$  দাম  $OP_2$ , এবং পরিবর্তনশীল ব্যয়  $AVC = OP_4 = hQ_2$ । এ থেকে বোঝা যায়, স্বল্পকালে একচেটিয়া কারবারি উৎপাদন না করলে ক্ষতি  $fh = AFC$  আর উৎপাদন করলে ক্ষতি  $fg$  সুতরাং ক্ষতি কমানোর উদ্দেশ্যে স্বল্পকালে ক্ষতি স্বীকার করেও উৎপাদন চালু রাখতে পারে। কিন্তু দীর্ঘকালে একচেটিয়া কারবারি অতিরিক্ত মুনাফাই অর্জন করে। এটাই একচেটিয়া কারবারের বিশেষত্ব।

	<b>শিক্ষার্থীর কাজ</b>
<p>১) ঢাকা ওয়াসা ২) বাংলাদেশ তার ও টেলিযোগাযোগ বোর্ড ৩) সয়াবিন তেল ৪) ডিটারজেন্ট পাউডার-এগুলো কোন ধরনের বাজারের আওতাধীন।</p> <p>আপনার মতে কোন ধরনের বাজারের সংখ্যা পৃথিবীতে সবচেয়ে বেশি এবং কেন, আলোচনা করুন।</p>	

	<b>সারসংক্ষেপ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ কোন নির্দিষ্ট দ্রব্য উৎপাদনকারী একক প্রতিষ্ঠানকে ফার্ম বলে।</li> <li>■ একক দ্রব্য উৎপাদনকারী সকল প্রতিষ্ঠান বা ফার্মের সমষ্টিকে শিল্প বলে।</li> <li>■ কোন নির্দিষ্ট সময়ে কোন ফার্মের মুনাফা এবং মোট আয় ও মোট ব্যয়ের এ পার্থক্য যে বিন্দুতে সর্বাধিক হবে, সে বিন্দুতে মুনাফা সর্বোচ্চ হবে।</li> <li>■ স্বল্পকালে পূর্ণপ্রতিযোগিতামূলক বাজারে ফার্ম তিনটি অবস্থার সম্মুখীন হয়। এক্ষেত্রে, ফার্ম স্বাভাবিক মুনাফা, অতিরিক্ত মুনাফা এবং ক্ষতি স্বীকার করে উৎপাদন করতে পারে।</li> <li>■ একচেটিয়া বাজারে ফার্ম ভারসাম্য অর্জনের জন্য প্রয়োজনীয় শর্ত <math>MR = MC</math>, পর্যাপ্ত শর্ত <math>MC</math> রেখা <math>MR</math></li> </ul>	

রেখাকে নিচের দিক থেকে ছেদ করে উপরে ওঠে। স্বল্পকালে ফার্ম স্বাভাবিক মুনাফা, অস্বাভাবিক মুনাফা এবং ক্ষতি স্বীকার করে উৎপাদন চালু রাখতে পারে কিন্তু দীর্ঘকালে এরূপ বাজারে ফার্ম শুধু অস্বাভাবিক মুনাফাই অর্জন করে।



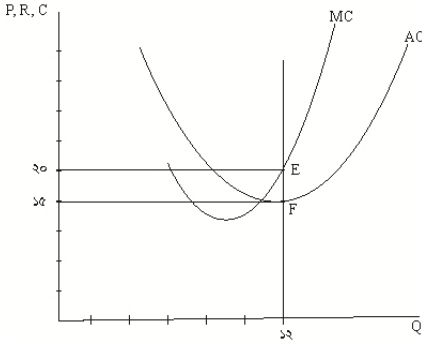
### পাঠোত্তর মূল্যায়ন-১১.৩

#### বহুনির্বাচনি প্রশ্ন

১। একচেটিয়া বাজারে প্রান্তিক আয় রেখার আকৃতি কিরূপ?

- (ক) নিম্নগামী (খ) উর্ধ্বগামী (গ) ভূমি অক্ষের সমান্তরাল (ঘ) লম্ব লক্ষের সমান্তরাল

নিচের উদ্দীপকটি লক্ষ্য করুন এবং ২ ও ৩ নং প্রশ্নের উত্তর দিন।



২। উদ্দীপকে উৎপাদকের মুনাফার পরিমাণ কত হবে?

- (ক) ২৪০ (খ) ৬০ (গ) ৩২ (ঘ) ২৭

৩। উদ্দীপকের AC রেখা E বিন্দুকে স্পর্শ করলে-

- (ক) মুনাফা অপরিবর্তিত থাকবে (খ) ক্ষতি হবে  
(গ) স্বাভাবিক মুনাফা হবে (ঘ) অস্বাভাবিক মুনাফা হবে

৪। একচেটিয়া বাজারে কোনো ফার্মের ভারসাম্য বিন্দুতে

- i. MR ও MC রেখা মিলিত হয়  
ii. MC রেখা উর্ধ্বগামী হয়  
iii. MR = MC = AR হয়

নিচের কোনটি সঠিক?

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



### চূড়ান্ত মূল্যায়ন

#### সৃজনশীল প্রশ্ন

১) জনাব ইমরান ক ও খ নামে দুটি বাজার হতে দ্রব্য সামগ্রী কিনলেন। তিনি দেখলেন যে, ক বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা সমজাতীয় দ্রব্য ক্রয় বিক্রয় করছে। কিন্তু খ বাজারে দেখলেন যে, একজন বিক্রেতা বাজারে পণ্যের যোগান নিয়ন্ত্রণ করছে।

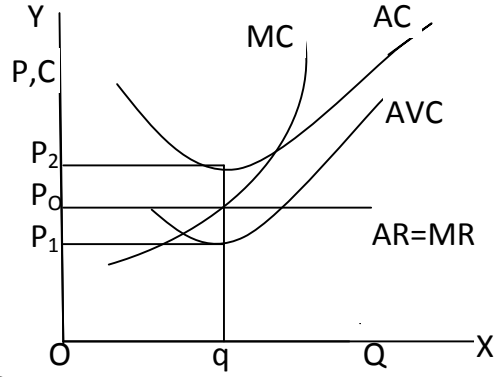
(ক) বাজার বলতে কি বোঝায়?

(খ) মনোপলি, মনোপসনি, বলতে কি বোঝায়?

(গ) উদ্দীপকে কোন কোন বাজারের কথা বলা হয়েছে এবং তাদের বৈশিষ্ট্য লিখুন?

(ঘ) উপরের দুটি বাজারে কোনটিতে ক্রেতা লাভবান হল আর কোনটিতে বিক্রেতা বেশি লাভবান হল? ব্যাখ্যা করুন?

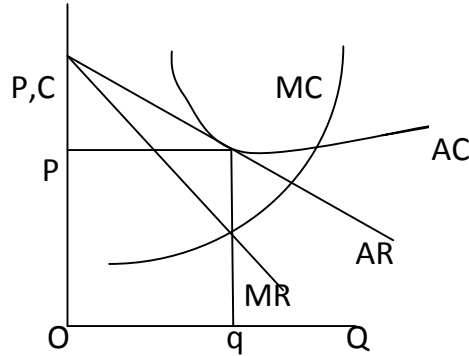
২। নিচের চিত্রটি লক্ষ্য করুন এবং প্রশ্নসমূহের উত্তর দিন।



চিত্রে ইমরান ট্রেডার্সের ব্যবসার পরিচালনা প্রক্রিয়া দেওয়া হল।

- (ক) ইমরান ট্রেডার্স বর্তমানে কী শর্তে উৎপাদন করছে?
- (খ) অলিগোপলি ও ডুয়োগপলির মধ্যে পাথক্য কি?
- (গ) ইমরান ট্রেডার্স যদি বর্তমানে সন্তোষজনক অবস্থায় না থাকে, তবে কিভাবে সন্তোষজনক অবস্থায় থাকবে তা চিত্রের সাহায্যে ব্যাখ্যা করুন?
- (ঘ) যদি ইমরান ট্রেডার্সের আয় ও ব্যয় দুটিই সমান হয়, তবে তাদের ভারসাম্য দাম ও পরিমাণ চিত্রের সাহায্যে ব্যাখ্যা করুন?

৩। নিচের চিত্রটি লক্ষ্য করুন এবং প্রশ্নসমূহের উত্তর দিন।



চিত্রে করিম এন্ড ব্রাদার্সের ব্যবসার পরিচালনার প্রক্রিয়া তুলে ধরা হল।

- (ক) উদ্দীপকের চিত্রটি কোন ধরনের বাজারকে নির্দেশ করে এবং কেন?
- (খ) এখানে করিম এন্ড ব্রাদার্স যদি অতিরিক্ত মুনাফা অর্জন করতে চায়, তাহলে তার ভারসাম্য দাম, পরিমাণ, মোট আয়, মোট ব্যয়, সূত্রাকারে পরিমাণ দেখান।
- (গ) উদ্দীপকে যে বাজারের ধারণা পাওয়া যায়, তার বৈশিষ্ট্য লিখুন।
- (ঘ) উদ্দীপকের বাজার কাঠামো অনুযায়ী দীর্ঘকালে এ ধরনের মুনাফা নিয়ে ভারসাম্য অর্জন সম্ভব কি না- আপনার মতামত দিন।

## 🔑 উত্তরমালা

পাঠ ১১.১: ১।খ ২।ঘ ৩।গ ৪।ক ৫।খ ৬।ক ৭।গ ৮।গ ৯।ঘ ১০।খ

পাঠ ১১.২: ১।খ ২।গ

পাঠ ১১.৩: ১।ক ২।খ ৩।গ ৪।ক