

বাজার কাঠামো এবং ফার্মের সিদ্ধান্ত  
Market Structure and Firm's Decision

ইউনিট  
৮

পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার

**PERFECT COMPETITION**

পূর্বের ইউনিটে আমরা উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠান বা ফার্মের ব্যয় কাঠামো নিয়ে আলোচনা করেছি। আমরা এখন আলোচনা করব, কীভাবে ফার্ম উৎপাদন ও তার মূল্য নির্ধারণ করে। একটি কথা আমাদের মনে রাখা দরকার যে, প্রত্যেকটি ফার্মের মূল লক্ষ্য হলো মুনাফা সর্বোচ্চকরণ। অতএব আমরা বলতে পারি যে ফার্ম যখন মুনাফা সর্বোচ্চ করতে পারবে তখনই এটি ভারসাম্যে (Equilibrium) পৌঁছবে।



ইউনিট সমাপ্তির সময়

ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ৫ দিন

**এই ইউনিটের পাঠসমূহ**

পাঠ ৮.১ : পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার

পাঠ ৮.২ : একচেটিয়া কারবার

পাঠ ৮.৩ : পূর্ণ প্রতিযোগিতা বনাম একচেটিয়া বাজার

## পাঠ ৮.১

পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার  
Perfect Competitive Market

## উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষ করে আপনি—

- পূর্ণ প্রতিযোগিতার সংজ্ঞা বর্ণনা করতে পারবেন;
- বৈশিষ্ট্যগুলো চিহ্নিত করতে পারবেন, স্বল্পমেয়াদে ও দীর্ঘমেয়াদে কীভাবে ভারসাম্যে পৌঁছে তা নির্ধারণ করতে পারবেন এবং শিল্পের ভারসাম্য ব্যাখ্যা করতে পারবেন।



## মূলপাঠ

## পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারের ধারণা

## Concept of Perfectly Competitive Market

পূর্ণ প্রতিযোগী বাজার এমন এক বাজার ব্যবস্থা, যেখানে অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকবে, বিবেচ্য পণ্য সমজাতীয় (Homogeneous) বা একই ধরনের হবে, বাজার সম্বন্ধে ক্রেতা ও বিক্রেতার পূর্ণ জ্ঞান থাকবে, ক্রেতা ও বিক্রেতাদের বাজারে অবাধ প্রবেশ ও নির্গমন অধিকার থাকবে, ক্রেতা ও বিক্রেতার পণ্যের মূল্যের ওপর কোনো নিয়ন্ত্রণ থাকবে না প্রভৃতি। আরও একটু সহজভাবে বলা যায়, যে বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা কোন রকম বিধি-নিষেধ ছাড়া নির্ধারিত মূল্যে একটি সমজাতীয় দ্রব্য অবাধে ক্রয় ও বিক্রয় করতে পারে, তাকে পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার (Perfectly Competitive Market) বলে। পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে পণ্যের মূল্য বাজার চাহিদা ও যোগান দ্বারা নির্ধারিত হয় এবং এ মূল্য ক্রেতা ও বিক্রেতার পক্ষে পরিবর্তন করা সম্ভব নয়। কারণ একজন ক্রেতার চাহিদা সমগ্র বাজার চাহিদার একটি ক্ষুদ্রতম অংশ। অনুরূপভাবে একজন বিক্রেতার যোগান বাজার যোগানেরও অতি নগণ্য অংশ মাত্র। এ কারণে পণ্যের মূল্য একবার নির্ধারিত হয়ে গেলে তা ক্রেতা ও বিক্রেতার পক্ষে পরিবর্তন করা সম্ভব নয়। এভাবে বাজার চাহিদা ও যোগান দ্বারা নির্ধারিত মূল্যকে ভারসাম্য দাম (Equilibrium price) বলে।

## পূর্ণ প্রতিযোগিতার শর্ত বা বৈশিষ্ট্য

## Conditions or Characteristics of Perfect Competition

কোনো বাজারের পূর্ণ প্রতিযোগী হওয়ার কতগুলো শর্ত/ বৈশিষ্ট্য/ অনুমতি আছে, যা নিচে উল্লেখ করা হল-

- (১) **বিপুলসংখ্যক ক্রেতা ও বিক্রেতা (Large number of buyers and sellers)** : পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারের প্রথম বৈশিষ্ট্য হল বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকবে। এ ধরনের বাজারে একজন ক্রেতা বা বিক্রেতার অবস্থান সমুদ্রে এক ফোঁটা পানির মতো। বিপুলসংখ্যক ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকার কারণে এ ধরনের বাজারে একজন ক্রেতা বা বিক্রেতা মূল্যের উপর কোনরূপ প্রভাব ফেলতে পারে না। এ কারণে ক্রেতা বা বিক্রেতা নির্ধারিত মূল্যে পণ্য ক্রয় বা বিক্রয় করে।
- (ii) **সমজাতীয় দ্রব্য (Homogeneous product)** : পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারের দ্বিতীয় বৈশিষ্ট্য হলো বিবেচ্য পণ্যটি সমজাতীয় হবে। সমজাতীয় দ্রব্য কী? কোনো দ্রব্যের প্রতিটি একক পরিমাণগত এবং গুণগত দিক থেকে হুবহু এক হলে, তাকে সমজাতীয় দ্রব্য বলে। সোজা কথায়, যে দ্রব্যের একটি একককে অন্য একক থেকে পৃথক করা যায় না তাকে সমজাতীয় দ্রব্য বলে।

বাজারের বিবেচ্য পণ্য সমজাতীয় হলে কোনো বিক্রেতার প্রতি কোনো ক্রেতার পক্ষপাতিত্ব থাকবে না। ফলে ক্রেতা ও বিক্রেতা একই মূল্যে পণ্যটি কিনতে বা বিক্রয় করতে বাধ্য হবে।

- (iii) **বাজার সম্পর্কে পূর্ণ জ্ঞান (Perfect Knowledge about Market)** : পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারের আরেকটি শর্ত হল বাজার এবং পণ্যের মূল্য সম্পর্কে পরিপূর্ণ জ্ঞান রাখা। কারণ সকল ক্রেতাই পণ্যের সর্বশেষ মূল্য জানে; এ অবস্থায় বিক্রেতা যদি ক্রেতার কাছে। বেশি মূল্যে পণ্য বিক্রয় করার চেষ্টা করে, তাহলে ক্রেতা অন্য বিক্রেতার কাছে চলে যাবে এবং নির্ধারিত মূল্যে পণ্য ক্রয় করবে। একই রকমভাবে সকল বিক্রেতা তাদের পণ্যের মূল্য সম্পর্কে সচেতন। তাই ক্রেতা যদি তার কাছ থেকে কম মূল্যে পণ্য আশা করে তাহলে তাকে নিরাশ হতে হবে।
- (iv) **ফার্মের প্রবেশ ও নির্গমন (Free entry and Exit of the Firm)** : পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারের অন্যতম আরেকটি বৈশিষ্ট্য হল দীর্ঘ মেয়াদে ফার্ম শিল্পে ঢুকতে বা বের হয়ে যেতে পারে। এ ব্যাপারে কোনো বিধি-নিষেধ নেই। যেহেতু স্বল্পমেয়াদে ফার্ম তার প্লান্টের আকার পরিবর্তন করতে পারে না এবং নতুন ফার্ম শিল্পে ঢুকতে বা বের হতে পারে না, সেহেতু শিল্পে ফার্মের প্রবেশ ও নির্গমন শর্তটি শুধু দীর্ঘমেয়াদেই কার্যকর হবে। যদি স্বল্পমেয়াদে ফার্ম অস্বাভাবিক মুনাফা (Super normal profit) অর্জন করে, তাহলে দীর্ঘমেয়াদে অতিরিক্ত মুনাফার লোভে নতুন ফার্ম শিল্পে প্রবেশ করবে। কিন্তু যদি স্বল্পমেয়াদে ফার্ম লোকসান দেয়, তাহলে দীর্ঘমেয়াদে ফার্ম শিল্প ত্যাগ করতে পারে।
- (v) **উপকরণের পূর্ণ গতিশীলতা (Perfect mobility of Resources)** : এক শিল্প থেকে আরেক শিল্পে উপকরণসমূহ অবাধে চলাচল করতে পারে। যেমন- কোনো শিল্পে বেশি মজুরি পেলে শ্রম পূর্বের শিল্প ত্যাগ করতে পারে। উপকরণসমূহের বিভিন্ন শিল্পের মধ্যে চলাচলে কোন আভ্যন্তরীণ বা বাহ্যিক বিধি-নিষেধ নেই।
- (vi) **পরিবহন ব্যয় শূন্য (Transport Cost is Zero)** : পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারের অন্যতম আরেকটি বৈশিষ্ট্য হল, পণ্যের পরিবহন ব্যয় শূন্য ধরা হয়। এজন্য বিভিন্ন বাজারে পণ্যের মূল্য একই রকম থাকে।
- (vii) **যুক্তিসংগত আচরণ (Rational Behaviour)** : পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারের সর্বশেষ শর্ত হল, এ ধরনের বাজারের ক্রেতা ও বিক্রেতাগণ যুক্তিসংগত আচরণ করবে বা এরা বিবেকবান হবে। বিক্রেতা কোনো ক্রেতার প্রতি পক্ষপাতমূলক আচরণ করে বাজার মূল্যের থেকে কম মূল্যে পণ্য বিক্রয় করবে না। আবার ক্রেতাও বেশি মূল্যে পণ্য ক্রয় করবে না। সে সবসময় সবচেয়ে কম মূল্যে পণ্য কিনতে চাইবে।

পূর্ণ প্রতিযোগিতায় ফার্মের ভারসাম্য

### Equilibrium of a Firm Under Perfect Competition

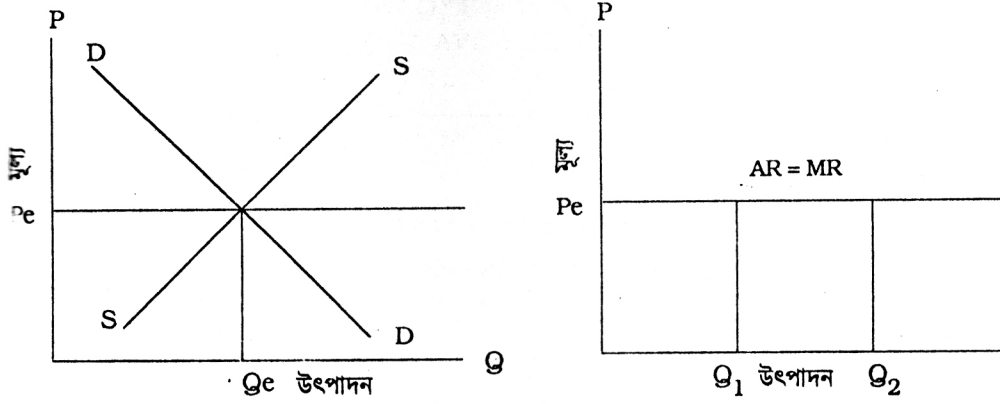
পূর্ণ প্রতিযোগিতায় কোনো ফার্ম কিভাবে স্বল্পমেয়াদে ও দীর্ঘমেয়াদে ভারসাম্যে পৌঁছে তা নিচে আলোচনা করা হলো।

পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারের বৈশিষ্ট্যগুলোর একটিকে অন্যের থেকে পৃথক করে দেখলে বাজারে পূর্ণ প্রতিযোগিতা নাও থাকতে পারে। সবগুলো বৈশিষ্ট্য একযোগে একই সময়ে বর্তমান থাকলে কোনো বাজার ব্যবস্থা পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক হবে।

স্বল্পমেয়াদি ভারসাম্য (উৎপাদন বন্ধ অবস্থা এবং লোকসান অবস্থায় উৎপাদন চালিয়ে যাওয়া সহ)

কোনো ফার্মে নিম্নোক্ত শর্ত দুটো পূরণ হলে স্বল্পমেয়াদে ভারসাম্যে পৌঁছবে:

- (i) **প্রয়োজনীয় শর্ত (Necessary Condition)** : পণ্যের প্রান্তিক ব্যয় ও প্রান্তিক আয় পরস্পর সমান হতে হবে। এখানে উল্লেখ্য যে, পূর্ণ প্রতিযোগিতায় পণ্যের প্রান্তিক আয়, গড় আয় (মূল্য) পরস্পর সমান হয়। এরকম অবস্থায়, গড় আয় রেখা (AR) ভূমির সাথে সমান্তরাল হবে এবং প্রান্তিক আয় রেখা (MR) গড় আয় রেখার সাথে মিলে একই রেখার ওপর অবস্থান করবে। ফলে স্বল্পমেয়াদে পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারে প্রান্তিক ব্যয়, প্রান্তিক আয় ও গড় আয় (মূল্য) পরস্পর সমান হয়। চিত্র-৮.১.১ এ পণ্যের গড় আয়, প্রান্তিক আয় ও মূল্যের সম্পর্ক দেখানো হয়েছে। অতএব বলা যায়,  $P = MR = MC$  হলে ফার্ম স্বল্পমেয়াদে ভারসাম্যে পৌঁছবে। এটাই পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারে ফার্মের স্বল্পমেয়াদে ভারসাম্যে পৌঁছার প্রয়োজনীয় শর্ত।



চিত্র-৮.১.১ : প্রান্তিক ও গড় আয় রেখা

(ii) পর্যাপ্ত শর্ত (Sufficient Condition) : কিন্তু উপরোক্ত শর্ত পূরণ হলেও ফার্ম ভারসাম্যে নাও পৌঁছতে পারে। এজন্য ফার্মকে আরেকটি শর্ত পূরণ করতে হবে। শর্তটি হলো, প্রান্তিক ব্যয় রেখা অবশ্যই প্রান্তিক আয় রেখাকে নিচের দিক দিয়ে ছেদ করবে। অর্থাৎ, MC রেখার ঢাল > MR রেখার ঢাল হতে হবে। এটাই পূর্ণ প্রতিযোগী ফার্মের স্বল্পমেয়াদে ভারসাম্যে পৌঁছার পর্যাপ্ত শর্ত।

সংক্ষেপে শর্ত দুটো হলো:

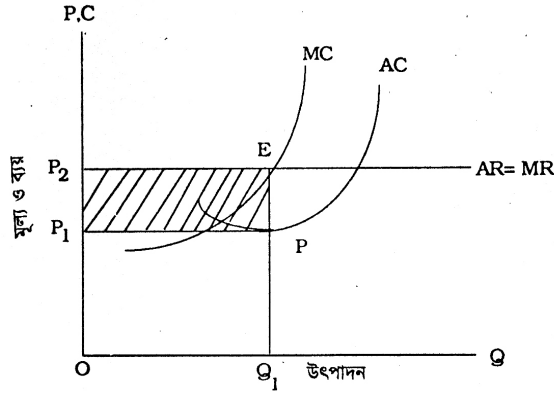
(a)  $P = MC = MR$ ;

(b) MC রেখার ঢাল > MR রেখার ঢাল।

উপরোক্ত শর্ত দুটো পূরণ হলে কোন ফার্ম স্বল্পমেয়াদে ভারসাম্যে পৌঁছবে। ফার্ম ভারসাম্যে পৌঁছার পর নিম্নোক্ত ঘটনাগুলো ঘটতে পারে।

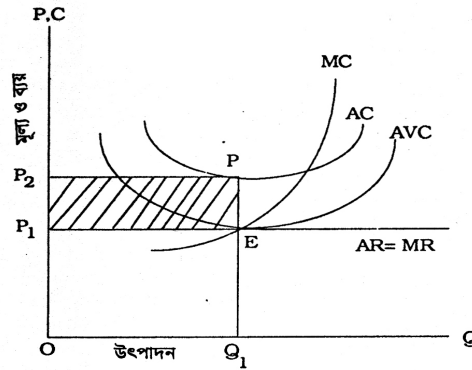
(A) অস্বাভাবিক মুনাফা (Super Normal Profit) : চিত্র-৮.১.২ অনুযায়ী, গড় আয় রেখা AR, এবং প্রান্তিক আয় রেখা গজ একই রেখার উপর অবস্থিত বলে তারা পরস্পর সমান। এখানে MC হল প্রান্তিক ব্যয় রেখা এবং AC হল গড় ব্যয় রেখা। চিত্রানুযায়ী, E বিন্দুতে MC রেখা MR রেখাকে নিচের দিক থেকে ছেদ করায়  $MR = MC$  এবং MC রেখার ঢাল > MR রেখার ঢাল হয়। সুতরাং  $Q_1$  উৎপাদন স্তরে E বিন্দুতে ফার্ম স্বল্পমেয়াদে ভারসাম্যে পৌঁছবে এবং  $Q_1$  হবে ফার্মের ভারসাম্য প্রান্তিক ব্যয় ও প্রান্তিক আয় ফার্মের ভারসাম্যের নিশ্চয়তা দিতে পারলেও মুনাফা সর্বোচ্চকরণের নিশ্চয়তা বিধান করতে পারে না। প্রান্তিক ব্যয় ও প্রান্তিক আয়ের সমতাবস্থায় যদি মূল্য (গড় আয়) গড় ব্যয় অপেক্ষা বেশি হয়, তাহলে মুনাফা সর্বোচ্চ হবে।

উৎপাদন এখন  $Q_1$  উৎপাদন স্তরে  $AC = PQ_1$  এবং  $AR = EQ_1$ , এবং  $AR = AC = EQ_1 - PQ_1 = EP$  হবে। ফলে EP হবে উৎপাদনের একক প্রতি মুনাফা। অতএব, মোট মুনাফা  $P_1, P_2, EP$  হবে এবং এটি অস্বাভাবিক মুনাফা।



চিত্র-৮.১.২ : অস্বাভাবিক মুনাফা

(B) উৎপাদন বন্ধ অবস্থা (Shut-down Position): চিত্র-৮.১.৩ অনুযায়ী, ফার্ম E বিন্দুতে ভারসাম্যে পৌঁছে। কারণ E বিন্দুতে  $MC = MR$  এবং MC রেখার ঢাল  $> MR$  রেখার ঢাল হয়েছে। এখানে আপ হল গড় পরিবর্তনশীল ব্যয় রেখা। E বিন্দুতে ফার্ম ভারসাম্যে পৌঁছায় বলে  $g$ , ভারসাম্য উৎপাদন হবে। এ  $Q_1$  উৎপাদন স্তরে  $AC = PQ_1$  এবং  $AR = EQ_1$  হবে। ফলে প্রতি একক উৎপাদন ফার্মের লোকসান PE হবে। অতএব, ফার্মের মোট লোকসান  $P_1P_2PE$  হবে।

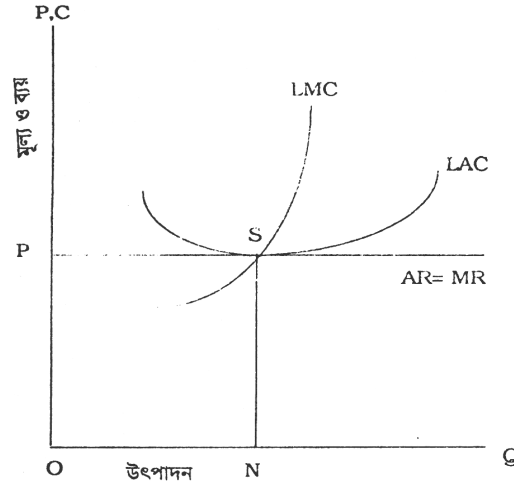


চিত্র-৮.১.৩ঃ উৎপাদন বন্ধ অবস্থা।

আমরা জানি, গড় স্থির ব্যয়কে উৎপাদন দ্বারা গুণ করলে মোট স্থির ব্যয় পাওয়া যায়। সুতরাং আমরা বলতে পারি,  $TFC = AFC \times Q = (AC - AVC) \cdot Q = PE \times OQ_1 = P_1P_2PE$  হবে। অর্থাৎ মোট লোকসান = মোট স্থির ব্যয় =  $P_1P_2PE$  হচ্ছে। এর মানে হলো ফার্মকে স্বল্পমেয়াদে উৎপাদন না করলেও স্থির ব্যয় বহন করতে হবে। এমতাবস্থায় ফার্ম উৎপাদন বন্ধ করে দেবে। অন্যথায় তার আরো লোকসান হবে। একে উৎপাদন বন্ধ অবস্থা (Shut down position) বলে।

(C) লোকসান অবস্থায় উৎপাদন চালানো (Production under Loss) : আমরা ব্যয়তন্ত্রে বলেছিলাম যে, ফার্ম যদি পরিবর্তনশীল ব্যয়ের সম্পূর্ণাংশ এবং স্থির ব্যয়ের কিছু অংশ উঠাতে পারে, তাহলে ফার্ম লোকসান হলেও উৎপাদন চালিয়ে যাবে।

৮.১.৪ চিত্রানুযায়ী, E বিন্দুতে  $MR = MC$  এবং MC রেখার ঢাল  $> MR$  রেখার ঢাল হওয়ায় ফার্ম ভারসাম্যে পৌঁছায়। ভারসাম্য উৎপাদন  $Q_1$  হবে।  $Q_1$  এ  $AC = NQ_1$ .  $AR = E$  হওয়ায় মোট লোকসান =  $P_1P_2NE$ । আবার,  $AVC = OQ_1$  হওয়ায়  $TFC = AFC \cdot Q = (AC - AVC) \cdot Q_1 = ON \cdot OQ_1 = P_3P_1NO$  হবে।



চিত্র-৮.১.৪ : লোকসান অবস্থায় উৎপাদন চালানো

৮.১.৪ চিত্রানুযায়ী,  $P_3P_1NO > P_2P_1NE$  বা মোট স্থির ব্যয়  $>$  মোট লোকসান হওয়ায় ফার্ম উৎপাদন না করলে তার লোকসান আরো বেশি হবে। অতএব, এ অবস্থায় ফার্ম লোকসান হলেও উৎপাদন চালিয়ে যাবে।

### দীর্ঘমেয়াদি ভারসাম্য

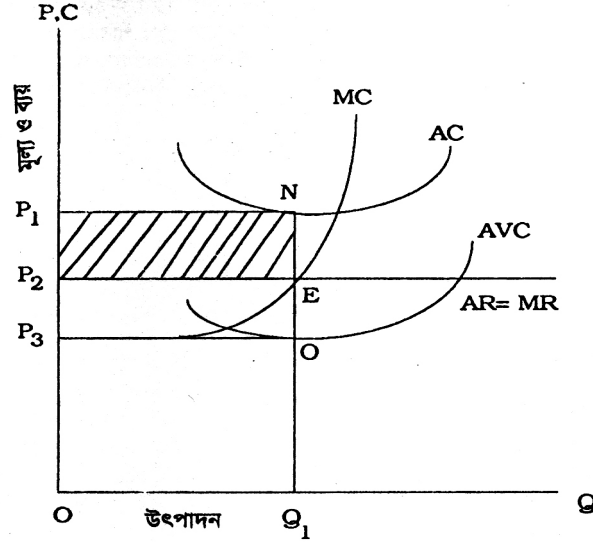
#### Long-run Equilibrium

দীর্ঘমেয়াদে সকল উপকরণ পরিবর্তনশীল। এ সময়ে ফার্ম পুরনোকে এসরত করে বা প্লান্ট পরিবর্তন করে, নতুন প্লান্ট যুক্ত করে তার উৎপাদন বাড়াতে পারে। তাছাড়া দীর্ঘকালে শিল্পে নতুন ফার্ম প্রবেশ করতে পারে এবং অন্যান্য ফার্মের সাথে প্রতিযোগিতায় লিপ্ত হতে পারে। অন্যদিকে ফার্ম প্লান্টের বা যন্ত্রপাতির পরিবর্তনের মাধ্যমে উৎপাদন সংকুচিত বা কমাতে পারে। এছাড়াও, দীর্ঘমেয়াদে কোন ফার্ম শিল্প ছেড়ে চলে যেতে পারে। পূর্ণ প্রতিযোগিতায় যদি প্রান্তিক ব্যয় ও মূল্য (MR) পরস্পর সমান হয়, তাহলে ফার্ম স্বল্পমেয়াদে ভারসাম্যে পৌঁছবে। কিন্তু দীর্ঘমেয়াদী ভারসাম্যের ক্ষেত্রে, মূল্য শুধুমাত্র প্রান্তিক ব্যয়ের সাথে সমান হলেই চলবে না, মূল্য ও গড় ব্যয়ও পরস্পর সমান হতে হবে। যদি মূল্য গড় ব্যয়ের থেকে বেশি বা কম হয়, তাহলে শিল্পের ভেতরে ফার্মের প্রবেশ বা নির্গমনের প্রবণতা দেখা দেবে। সুতরাং পূর্ণ প্রতিযোগিতার ক্ষেত্রে ফার্মের দীর্ঘকালীন ভারসাম্যের শর্ত হল-

প্রান্তিক ব্যয় = মূল্য = গড় ব্যয় = গড় আয় ( $MC = P = AC = AR$ )

নিচে চিত্রের মাধ্যমে পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারের দীর্ঘকালীন ভারসাম্য ব্যাখ্যা করা হলো :

চিত্র-৫ অনুযায়ী, প্রান্তিক ব্যয় রেখা LMC প্রান্তিক আয় রেখা MR কে নিচের দিক থেকে S বিন্দুতে ছেদ করেছে। এই ছেদবিন্দু S-এ গড় ব্যয় রেখা LAC গড় আয় রেখা AR-কে স্পর্শ করেছে। ফলে S বিন্দুতে প্রান্তিক ব্যয়, মূল্য, গড় ব্যয় ও গড় আয় পরস্পর সমান হয় এবং প্রান্তিক ব্যয় রেখার ঢাল, প্রান্তিক আয় রেখার ঢাল অপেক্ষা বেশি হয়। অতএব, s বিন্দু হল দীর্ঘমেয়াদী ভারসাম্য বিন্দু। এই ভারসাম্য স্তরে ভারসাম্য উৎপাদন হবে ON পরিমাণ এবং ভারসাম্য মূল্য হবে SN বা OP। চিত্রানুযায়ী, মোট আয় ও মোট ব্যয় সমান হওয়ায় (ONSP) দীর্ঘমেয়াদে ফার্ম স্বাভাবিক মুনাফা (Normal profit) অর্জন করবে। এভাবে দীর্ঘমেয়াদে ফার্ম ভারসাম্যে পৌঁছায়।



চিত্র চ.১.৫ : প্রতিযোগী ফার্মের দীর্ঘকালীন ভারসাম্য

ফার্মের দীর্ঘমেয়াদি ভারসাম্য স্বল্পমেয়াদি ভারসাম্য অন্তর্ভুক্ত করে।

### শিল্পের ভারসাম্য

#### Equilibrium of the Industry

শিল্প বলতে আমরা কী বুঝি? অনেকগুলো ফার্মের সমষ্টিকে শিল্প বলা হয়। যেমন, আদমজী জুটমিল একটি ফার্ম। আদমজী জুটমিলসহ বাংলাদেশের সকল পাটকলকে একসাথে পাটশিল্প বলা হবে।

শিল্প ফার্মের মতোই স্বল্পমেয়াদে এবং দীর্ঘমেয়াদে ভারসাম্যে পৌঁছায়। যেহেতু ফার্ম শিল্পের অংশ সেজন্য ফার্ম ও শিল্পের ভারসাম্য একই সাথে প্রতিষ্ঠিত হয়।

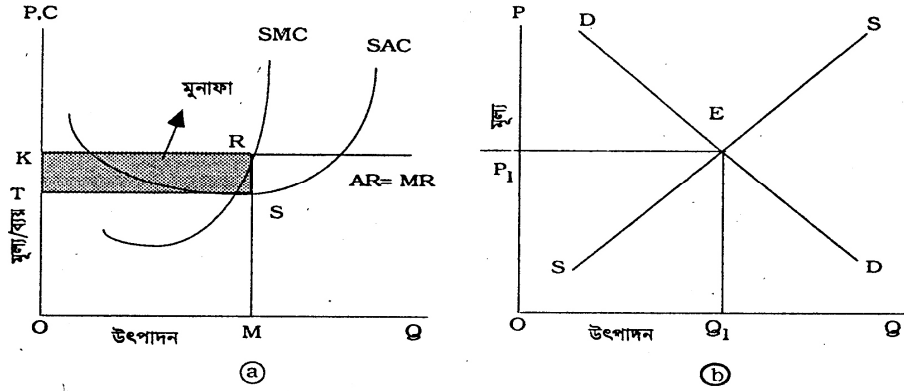
### স্বল্পমেয়াদে শিল্পের ভারসাম্য

#### Short-Run Equilibrium of the Industry

স্বল্পমেয়াদে শিল্পের ভারসাম্যে পৌঁছার শর্তগুলো নিম্নরূপ :

- (i) শিল্পের অন্তর্ভুক্ত ফার্মগুলোর সংখ্যা স্থির থাকবে। বাড়বেও না কমবেও না;
- (ii) প্রতিটি ফার্মের ক্ষেত্রে  $MR = MC$  এবং  $MC$  রেখার ঢাল  $>$   $MR$  রেখার ঢাল হবে;
- (iii) ভারসাম্য স্তরে শিল্পের স্বল্পমেয়াদি যোগান ও চাহিদা পরস্পর সমান হবে;
- (iv) শিল্পের অন্তর্ভুক্ত ফার্মগুলো ভারসাম্য অবস্থায় মুনাফা বা লোকসান অর্জন করবে।

স্বল্পমেয়াদে শিল্পের ভারসাম্য চিত্র-চ.১.৬-এর মাধ্যমে ব্যাখ্যা করা যায়। চিত্রের (b) অংশে শিল্প ভারসাম্যে পৌঁছায়। শিল্পের স্বল্পমেয়াদী চাহিদা ও যোগান রেখা যথাক্রমে DD ও SS-এর মাধ্যমে দেখানো হয়েছে। চাহিদা রেখা DD ও যোগান রেখা SS পরস্পরকে E বিন্দুতে ছেদ করেছে। ফলে শিল্পের ভারসাম্য মূল্য  $OP_1$  ও ভারসাম্য উৎপাদন  $OQ_1$  হয়েছে। অর্থাৎ E হল শিল্পের ভারসাম্য বিন্দু। আবার চ.১.৬ চিত্রের (a) অংশে SMC ও SAC রেখা যথাক্রমে স্বল্পমেয়াদি প্রান্তিক ব্যয় ও গড় ব্যয় নির্দেশ করে। শিল্পের অন্তর্ভুক্ত ফার্ম OM উৎপাদন স্তরে ভারসাম্যে পৌঁছায়। ফার্ম OM উৎপাদন দিয়ে KRST পরিমাণ মুনাফা অর্জন করে। অতএব দেখা যায়, ফার্ম ভারসাম্য লাভ করলে শিল্পও ভারসাম্যে পৌঁছায়।

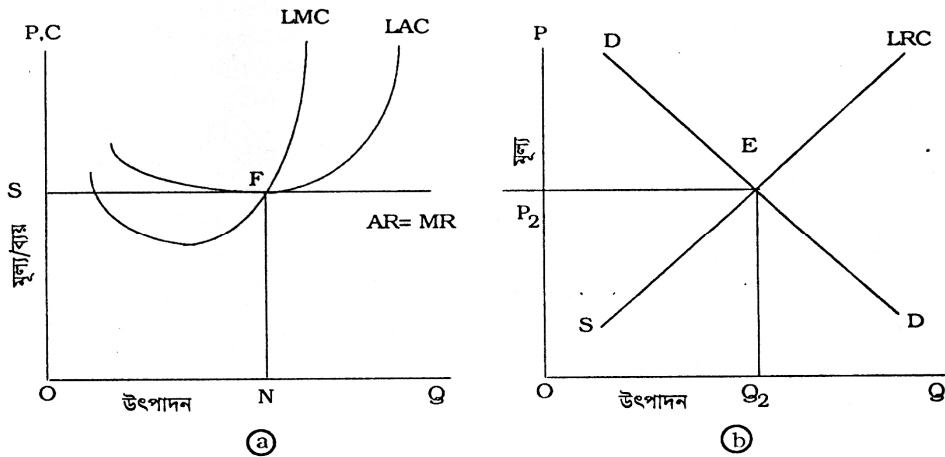


চিত্র ৮.১.৬ : স্বল্পমেয়াদে শিল্পের ভারসাম্য

দীর্ঘমেয়াদে শিল্পের ভারসাম্য Long-Run Equilibrium of the Industry দীর্ঘমেয়াদে ফার্মের সংখ্যা পরিবর্তিত হতে পারে। স্বল্পমেয়াদে অস্বাভাবিক মুনাফার লোভে নতুন ফার্ম শিল্পে প্রবেশ করতে পারে এবং অন্যান্য ফার্মের সাথে প্রতিযোগিতায় লিপ্ত হতে পারে। আবার, স্বল্পমেয়াদে কোনো ফার্ম লোকসান খেলে শিল্প ত্যাগ করতে পারে। এভাবে শিল্পে ফার্মের প্রবেশ ও নির্গমনের ফলে দীর্ঘমেয়াদে ফার্মগুলো শুধুমাত্র স্বাভাবিক মুনাফা অর্জন করে।

দীর্ঘমেয়াদে ফার্মসমূহ উচ্চ মুনাফার লোভে শিল্পে প্রবেশ করতে পারে এবং লোকসানের সম্মুখীন হলে ফার্ম শিল্প ত্যাগ করতে পারে।

শিল্পের দীর্ঘমেয়াদি ভারসাম্য চিত্র-৮.১.৭-এর মাধ্যমে বর্ণনা করা হলো। চিত্রের (b) অংশে শিল্পের চাহিদা রেখা DD ও দীর্ঘমেয়াদি যোগান রেখা LRS পরস্পর E বিন্দুতে ছেদ করেছে। ফলে (a) অংশে ভারসাম্য মূল্য হয়েছে OS. চিত্রানুযায়ী, OS মূল্যে ফার্ম F বিন্দুতে ভারসাম্যে পৌঁছায়। এখানে F বিন্দু হলো দীর্ঘমেয়াদি গড় ব্যয় রেখা LAC-এর সর্বনিম্ন বিন্দু। ফার্ম ভারসাম্য অবস্থায় স্বাভাবিক মুনাফা অর্জন করে। এ অবস্থায় কোনো ফার্ম শিল্পে ঢুকবে না বা বের হয়ে যাবে না। অতএব, আমরা শিল্পের দীর্ঘমেয়াদি ভারসাম্যে পৌঁছার জন্য কতগুলো শর্ত চিহ্নিত করতে পারি।



চিত্র-৮.১.৭ : শিল্পের দীর্ঘমেয়াদি ভারসাম্য



- (i) শিল্পের চাহিদা ও দীর্ঘমেয়াদি যোগান পরস্পর সমান হবে ;
- (ii) শিল্পের অন্তর্ভুক্ত ফার্মগুলোকে ভারসাম্যে থাকতে হবে;
- (iii) শিল্পে কোনো নতুন ফার্মের ঢোকার বা তা থেকে পুরনো ফার্মের বের হয়ে যাবার প্রবণতা থাকবে না।



সারসংক্ষেপ

- যে বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা কোনো রকম বিধি-নিষেধ ছাড়া নির্ধারিত মূল্যে একটি সমজাতীয় দ্রব্য অবাধে ক্রয় ও বিক্রয় করতে পারে, তাকে পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার (Perfectly Competitive Market) বলে;
- $P = MR = MC$  হলে ফার্ম স্বল্পমেয়াদে ভারসাম্যে পৌঁছবে;
- পূর্ণ প্রতিযোগিতার ক্ষেত্রে ফার্মের দীর্ঘকালীন ভারসাম্যের শর্ত হলো-  
প্রান্তিক ব্যয় = মূল্য = গড় ব্যয় = গড় আয় ( $MC = P = AC = AR$ )

## পাঠ ৮.২

# একচেটিয়া কারবার Monopoly Market



### উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষ করে আপনি—

- একচেটিয়া কারবার কী বর্ণনা করতে পারবেন।
- এর বৈশিষ্ট্যগুলো লিপিবদ্ধ করতে পারবেন;
- এর উৎস নির্ধারণ করতে পারবেন এবং
- একচেটিয়া কারবারি কীভাবে ভারসাম্যে পৌঁছে তার বিবরণ দিতে পারবেন।



### মূলপাঠ

## একচেটিয়া কারবার

### MONOPOLY

পূর্ণ প্রতিযোগিতার ঠিক বিপরীতে রয়েছে একচেটিয়া কারবার। এ ধরনের বাজারব্যবস্থায় একজনমাত্র বিক্রেতা থাকে এবং তার দ্রব্যের কোনো ঘনিষ্ঠ পরিবর্তক দ্রব্য থাকে না। তাই কোনো বাজারব্যবস্থায় চায়ের একজনমাত্র বিক্রেতা থাকলেও একচেটিয়া বাজার হবে না; কারণ ঘনিষ্ঠ পরিবর্তক দ্রব্য কফির বিক্রেতার প্রতিযোগী হিসেবে আবির্ভূত হবে।

এই পাঠ থেকে একচেটিয়া কারবারের বৈশিষ্ট্য, উৎস এবং ভারসাম্য সম্পর্কে বিস্তারিত জানতে পারবেন। কোন্ কোন্ ক্ষেত্রে একচেটিয়া কারবার পূর্ণ প্রতিযোগিতা হতে পৃথক এ ইউনিটে তা উল্লেখ করা হয়েছে। এ ছাড়াও বৈষম্যমূলক একচেটিয়া কারবার সম্পর্কে আপনি এ ইউনিট থেকে একটি পূর্ণাঙ্গ ধারণা পাবেন।

### একচেটিয়া কারবারের ধারণা (Concept of Monopoly)

একচেটিয়া কারবার বা Monopoly কী? ‘Monopoly’ শব্দটি ‘Mono’ এবং ‘poly’ এই দুটো শব্দ থেকে এসেছে। ‘Mono’ শব্দের অর্থ একক বা এক এবং ‘Poly’ শব্দের অর্থ বিক্রেতা। সুতরাং ‘Monopoly’ শব্দের অর্থ একজন বিক্রেতা বা একজন উৎপাদক। অতএব বলা যায়, Monopoly বা একচেটিয়া কারবার হল এমন এক বাজারব্যবস্থা যেখানে একজন বিক্রেতা বা একজন উৎপাদক একটি ফার্ম থাকে। একচেটিয়া কারবারি যে দ্রব্য বিক্রয় করে তার ঘনিষ্ঠ পরিবর্তক দ্রব্য নেই। যদি এধরনের বাজারে একাধিক ফার্ম থাকে, যারা দ্রব্যটির ঘনিষ্ঠ পরিবর্তক দ্রব্য উৎপাদন করে, তাহলে ফার্মগুলোর মধ্যে প্রতিযোগিতা দেখা দেবে। বাজারে যদি প্রতিযোগিতা থাকে, তাহলে একে একচেটিয়া বাজার বলা যাবে না। একচেটিয়া কারবারের অর্থ হলো, বাজারে কোন ধরনের প্রতিযোগিতা থাকবে না। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, বাংলাদেশে একটি ফার্ম ‘পেপস জেল টুথপেস্ট উৎপাদন করে। কিন্তু এই ফার্মকে একচেটিয়া কারবারি বলা যাবে না। কারণ বাংলাদেশে আরো অনেক ফার্ম আছে— যারা পেপস জেল টুথপেস্টের ঘনিষ্ঠ পরিবর্তক দ্রব্য উৎপাদন করে; যেমন— পেপসোডেন্ট, হোয়াইট প্লাস, ক্লোজ-আপ প্রভৃতি। এসব বিভিন্ন ব্র্যান্ডের টুথপেস্ট বাজারে একটি আরেকটির সাথে প্রতিযোগিতায় লিপ্ত রয়েছে এবং এ কারণে এসব টুথপেস্ট উৎপাদনকারী কোন ফার্মকে একচেটিয়া কারবারি বলা যাবে না। অতএব বলা যায়, যে বাজারব্যবস্থায় একটি উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠান এমন দ্রব্য উৎপাদন করে যার কোনো ঘনিষ্ঠ পরিবর্তক দ্রব্য নেই এবং উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠানকে কোন ধরনের প্রতিযোগিতার সম্মুখীন হতে হয় না, তাকে একচেটিয়া কারবার (Monopoly) বলে।

## একচেটিয়া কারবারের বৈশিষ্ট্য

### Characteristics of Monopoly

একচেটিয়া কারবারের কিছু মৌলিক বৈশিষ্ট্য রয়েছে, যা দ্বারা একে অন্যান্য বাজারব্যবস্থা থেকে পৃথক করা যায়। বৈশিষ্ট্যগুলো নিচে আলোচনা করা হলঃ

একচেটিয়া কারবারের ধারণার সাথে সাথে আরেকটি ধারণার সাথে আপনার পরিচয় থাকা ভালো। সেটা হলো একক ক্রেতার বাজার (Monopsony)। যে বাজারে বিবেচিত দ্রব্যের ক্রেতা মাত্র একজন, তাকে একক ক্রেতার বাজার বলে। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, কোথাও একটিমাত্র কারখানা থাকলে সে কারখানার জন্য বিশেষ ধরনের শ্রমিকের প্রয়োজন হবে। কারখানার মালিক সেসব শ্রমিকের একমাত্র ক্রেতা হবে। এরকম পরিস্থিতিতে উক্ত অঞ্চলে একক ক্রেতার বাজার বিরাজ করবে।

- (i) **একজন বিক্রেতা (Single Seller)** : একচেটিয়া কারবারের প্রধান বৈশিষ্ট্য হলো, এধরনের বাজারে বিক্রেতার সংখ্যা মাত্র একজন। অর্থাৎ একটি ফার্ম নিয়ে শিল্প গঠিত হয়। বাজারে দ্রব্যের যোগান তাই একটি উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠান বা ফার্ম নিয়ন্ত্রণ করে থাকে।
- (ii) **ঘনিষ্ঠ বিকল্প দ্য (Close substitute goods)** : একচেটিয়া কারবারের দ্বিতীয় প্রধান বৈশিষ্ট্য হলো, একচেটিয়া কারবারি যে পণ্য বিক্রয় করে তার কোনো ঘনিষ্ঠ বিকল্প দ্রব্য নেই। এ কারণে বিক্রেতা পণ্যের মূল্য ও যোগান নিজের ইচ্ছামতো নিয়ন্ত্রণ করতে পারে।
- (iii) **শিল্পে নতুন ফার্ম ঢুকতে পারে না (No entry of new firm into the industry exist)** : একচেটিয়া কারবারের তৃতীয় প্রধান বৈশিষ্ট্য হলো, এই শিল্পে বা বাজারে কোনো ফার্ম বা প্রতিযোগী প্রবেশ করতে পারে না। বিভিন্ন কারণে কোনো ফার্ম শিল্পে ঢুকতে পারে এমন কিছু দ্রব্য আছে যাদের বাজার চাহিদা অল্প। এক্ষেত্রে একটিমাত্র ফার্মের পক্ষে বাজার চাহিদার সাথে সংগতি রক্ষা করে উৎপাদন চালানো সম্ভব। ফলে অন্য ফার্ম শিল্পে ঢুকতে চাইলে লোকসানের সম্মুখীন হবে। অনেক সময় একচেটিয়া কারবারি কাঁচামালের উৎস নিজের নিয়ন্ত্রণে রাখে। ফলে অন্য ফার্ম কাঁচামালের অভাবে সুবিধা করতে পারে না। এছাড়াও আরো কিছু কারণ আছে, যার মাধ্যমে একচেটিয়া কারবারি বাজারকে সম্পূর্ণভাবে নিজের দখলে রাখে।

## একচেটিয়া কারবারের উৎস

### Sources of Monopoly

নিচে একচেটিয়া কারবার কেন উদ্ভব হয় তার কারণ উল্লেখ করা হলো ?

- (i) **যোগানের ওপর নিয়ন্ত্রণ (Control over Supply)** : এমন কিছু পণ্য আছে, যাদের যোগান একটি ফার্ম এককভাবে নিয়ন্ত্রণ করে। অথবা পণ্য প্রস্তুতের জন্য প্রয়োজনীয় কাঁচামালের যোগানও অনেক সময় একটিমাত্র ফার্ম নিয়ন্ত্রণ করে থাকে। এসব ক্ষেত্রে কোনো ফার্মের পক্ষে শিল্পে প্রবেশ সম্ভব নয় বলে বাজারে প্রতিযোগিতা থাকে না। ফলে একচেটিয়া কারবারের উদ্ভব হয়। যেমন- দক্ষিণ আফ্রিকার De Beeris প্রতিষ্ঠান একটি একচেটিয়া কারবারি। এ কোম্পানি পৃথিবীর বেশির ভাগ হীরা সরবরাহ করে থাকে।
- (ii) **পণ্যের চাহিদা (Supply of Product)** : বেশ কিছু পণ্য আছে, যাদের চাহিদা খুব কম। একাধিক ফার্ম যদি এসব পণ্য উৎপাদনে নিয়োজিত হয়, তাহলে চাহিদা অপেক্ষা যোগানের পরিমাণ বেশি হবে। ফলে ফার্মগুলো লোকসান খাবে। এ ক্ষেত্রে একটি ফার্মের পক্ষে বাজার চাহিদার সাথে সামঞ্জস্য রেখে উৎপাদনে টিকে থাকা সম্ভব। এজন্য অন্য ফার্ম লোকসানের ভয়ে শিল্পে ঢোকার সাহস পায় না। ফলে একচেটিয়া কারবারের উদ্ভব হয়।
- (iii) **ব্যবসায়িক সুনাম (Goodwill)** : কোনো ফার্ম একচেটিয়া কারবারি হতে পারে যদি সে উৎপাদনক্ষেত্রে সর্বপ্রথম এসে থাকে অথবা অন্য কোনো ফার্ম যদি ব্যবসায়িক 'নো-হাউ' (Know-how) না জানে অথবা ফার্মটির যদি ভালো ব্যবসায়িক সুনাম বা গুডউইল থাকে, তাহলে অন্য ফার্ম প্রতিযোগিতায় লিপ্ত নাও হতে পারে। ফলশ্রুতিতে একচেটিয়া কারবারের উদ্ভব হতে পারে।

## এমবিএ প্রোগ্রাম

(iv) সম্পদের গতিশীলতার অনুপস্থিতি (**Absence of Mobility of Resources**) : উৎপাদনের উপকরণগুলোর মধ্যে গতিশীলতা না থাকলে একচেটিয়া কারবারের উদ্ভব হতে পারে। যেমন- বাংলাদেশে রেডিও, টেলিভিশন, টেলিফোন প্রভৃতি প্রতিষ্ঠানের সাথে সরকারি বিধি-নিষেধের কারণে অন্য কোনো প্রতিষ্ঠান প্রতিযোগিতায় আসতে পারে না। ফলে এসব প্রতিষ্ঠানের উপকরণগুলো অন্য কোনো প্রতিষ্ঠানে স্থানান্তরিত হওয়ার সুযোগ পায় না। উপরোক্ত কারণগুলো ছাড়াও আরো কিছু কারণ আছে যেজন্য একচেটিয়া কারবারের উদ্ভব হতে পারে।

যুক্তরাজ্যের একচেটিয়া আইন অনুযায়ী, কোনো ফার্ম যদি কোনো দ্রব্যের বাজার ২৫% নিয়ন্ত্রণ করতে পারে, তবে সে ফার্মকে একচেটিয়া কারবারি বলা হয়।

অনেক সময় পণ্যের অবিভাজ্যতা, অসুস্থ প্রতিযোগিতা, ষড়যন্ত্র প্রভৃতি কারণেও একচেটিয়া কারবারের উদ্ভব হতে পারে। অর্থনৈতিকভাবে লাভবান হবার জন্য কতিপয় ফার্ম ষড়যন্ত্রমূলকভাবে একক ব্যবস্থাপনায় মিলিত হতে পারে। এসব ফার্ম পরবর্তীতে একচেটিয়া কারবারিরূপে আবির্ভূত হতে পারে। আবার টেলিফোন, রেলওয়ে প্রভৃতি শিল্পের পণ্য অবিভাজ্য বলে এসব শিল্পে অন্য ফার্ম ঢুকতে পারে না।

একচেটিয়া কারবারের ভারসাম্য (লোকসান অবস্থায় উৎপাদন চালিয়ে যাওয়া সহ)

### Equilibrium under Monopoly

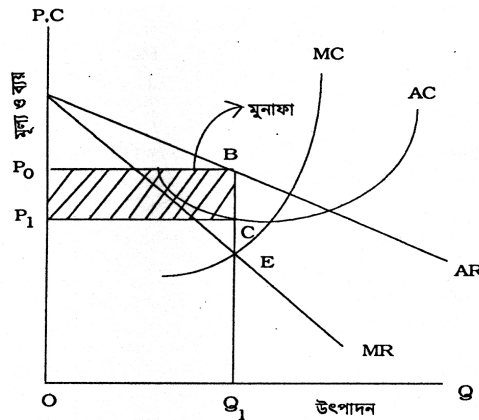
একচেটিয়া কারবারি পূর্ণ প্রতিযোগী ফার্মের মতই চেষ্টা করে মুনাফা সর্বোচ্চ করতে। পূর্ণ প্রতিযোগিতায় ফার্ম ভূমির সাথে সমান্তরাল সরল চাহিদা রেখার সম্মুখীন হয় এবং  $MR=AR=P$  হয়। কিন্তু একচেটিয়া কারবারি একটি নিম্নগামী চাহিদা (বা  $AR$  রেখার সম্মুখীন হয় এবং তার  $MR$  রেখা  $AR$  রেখার নিচে অবস্থান করে।

একচেটিয়া কারবারিকে ভারসাম্যে পৌঁছার জন্য দুটো শর্ত পূরণ করতে হয় :

(i) প্রয়োজনীয় শর্ত (**Necessary condition**) : একচেটিয়া কারবারে ফার্মকে ভারসাম্যে পৌঁছার জন্য প্রান্তিক আয় ও প্রান্তিক ব্যয়ের মধ্যে সমতা আনতে হবে। অর্থাৎ  $MR=MC$  হতে হবে। একে প্রয়োজনীয় শর্ত বলে।

(ii) পর্যাপ্ত শর্ত (**Sufficient condition**) : উপরোক্ত শর্ত পূরণ হওয়ার পরেও ফার্ম ভারসাম্যে নাও পৌঁছতে পারে। এজন্য একচেটিয়া কারবারিকে আরেকটি শর্ত পূরণ করতে হবে। শর্তটি হলো,  $MC$  রেখার ঢাল  $>$   $MR$  রেখার ঢাল। একে পর্যাপ্ত শর্ত বলে। ভারসাম্যে পৌঁছার পর একচেটিয়া কারবারি নিম্নোক্ত তিনটি অবস্থার সম্মুখীন হতে পারে :

(A) অস্বাভাবিক মুনাফা (**Abnormal Profit**) : ভারসাম্য অবস্থায় পণ্যের মূল্য যদি গড় ব্যয় অপেক্ষা বেশি হয়; অর্থাৎ  $P > AC$  হয়, তাহলে একচেটিয়া কারবারি অস্বাভাবিক মুনাফা অর্জন করবে। চিত্র-১ অনুযায়ী  $MC$  ও  $AC$  দ্বারা প্রান্তিক কয় ও গড় ব্যয় রেখা দেখানো হয়েছে এবং  $MR$  ও  $AR$  দিয়ে প্রান্তিক আয় ও গড় আয় রেখা দেখানো হয়েছে। চিত্রানুযায়ী,  $MC$  রেখা  $MR$  রেখাকে  $E$  বিন্দুতে নিচের দিক হতে ছেদ করেছে। ফলে  $E$  বিন্দুতে  $MC = MR$  হয় এবং  $MC$  রেখার ঢাল  $>$   $MR$  রেখার ঢাল হয়। সুতরাং  $E$  বিন্দুতে একচেটিয়া কারবারি ভারসাম্যে পৌঁছবে। ভারসাম্য উৎপাদন  $Q_1$  হবে।



চিত্র : একচেটিয়া কারবারের ভারসাম্য অস্বাভাবিক মুনাফা

আবার,

$$AC = CQ_1$$

$$\therefore TC = OP_1 CQ_1$$

$$\text{এবং } AR = BQ_1$$

$$\therefore TR = OP_0 B Q_1$$

অতএব, একচেটিয়া কারবারি মুনাফা,

$$TR - TC$$

$$= OP_0 B Q_1 - O P_1 C Q_1 = PP.BC$$

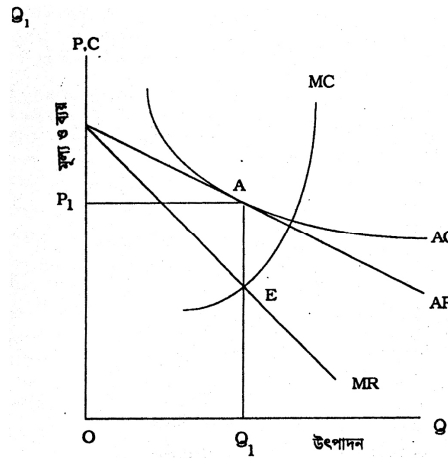
সুতরাং  $P_1 P_0 BC$  হবে মনোপলির স্বাভাবিক মুনাফা

- (B) **স্বাভাবিক মুনাফা (Normal profit)** : ভারসাম্য উৎপাদন স্তরে পণ্যের মূল্য ও গড় ব্যয় পরস্পর সমান হলে, অর্থাৎ  $P = AC$  হলে একচেটিয়া কারবারী স্বাভাবিক মুনাফা অর্জন করবে। চিত্র-২ অনুযায়ী, একচেটিয়া কারবারী E বিন্দুতে ভারসাম্যে পৌঁছায়। কারণ এ বিন্দুতে  $MR = MC$  এবং  $MC$  রেখার ঢাল  $>$   $MR$  রেখার ঢাল হয়। ভারসাম্য উৎপাদন হবে  $Q_1$ । আবার,  $Q_1$ , স্তরে,

$$AR = AC = AQ_1,$$

$$\therefore TR = TC$$

$$= OP_1 AQ_1$$



চিত্র : একচেটিয়া কারবারের ভারসাম্য- স্বাভাবিক মুনাফা

স্থির ব্যয় এবং স্থির আয় পরস্পর সমান হলে একচেটিয়া কারবারী স্বাভাবিক মুনাফা অর্জন করবে।

- (C) **লোকসান অবস্থায় উৎপাদন (Production under loss)** : ভারসাম্যাবস্থায় যদি পণ্যের মূল্য গড় পরিবর্তনীয় ব্যয়ের থেকে বেশি হয়, অর্থাৎ  $P > AVC$  হয় তাহলে একচেটিয়া কারবারি লোকসান অবস্থাতেও উৎপাদন চালাবে। চিত্রানুযায়ী, E বিন্দুতে মনোপলিস্ট ভারসাম্যে পৌঁছবে। ভারসাম্য উৎপাদন  $Q_1$ , স্তরে লোকসানের পরিমাণ  $P_1 P_0 AB$  হবে।

এখন

$$P = AR = BQ_1$$

$$\therefore TR = OP BQ_1$$

এবং

এমবিএ প্রোগ্রাম

$$AVC = CQ_1$$
$$\therefore TVC = OP_3CQ_1$$

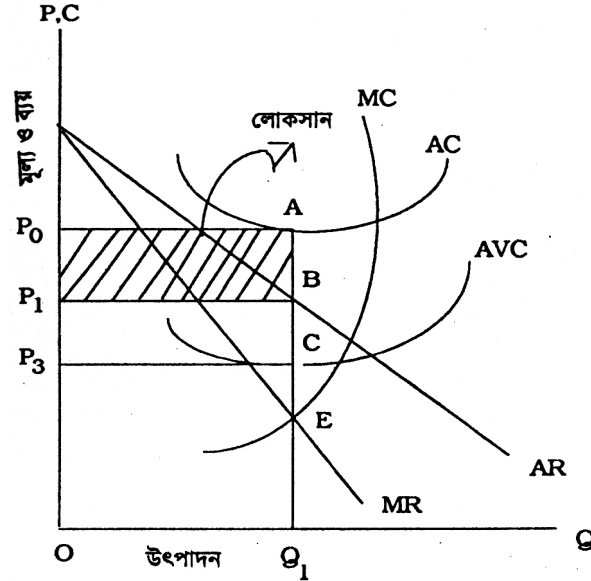
সুতরাং দেখা

যাচ্ছে,

$$P > AVC$$

$$\text{এবং } TR > TVC$$

অতএব, একচেটিয়া কারবারি লোকসান অবস্থাতেও উৎপাদন চালাবে।



উৎপাদন চিত্র : লোকসান অবস্থায় উৎপাদন চালান



#### সারসংক্ষেপ

- Monopoly বা একচেটিয়া কারবার হলো এমন এক বাজারব্যবস্থা যেখানে একজন বিক্রেতা বা একজন উৎপাদক একটি ফার্ম থাকে;
- একচেটিয়া কারবারি যে পণ্য বিক্রয় করে তার কোনো ঘনিষ্ঠ বিকল্প দ্রব্য নেই;
- ভারসাম্য উৎপাদন স্তরে পণ্যের মূল্য ও গড় ব্যয় পরস্পর সমান হলে, অর্থাৎ  $P = AC$  হলে একচেটিয়া কারবারি স্বাভাবিক মুনাফা অর্জন করবে।

## পাঠ ৮.৩

পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বনাম একচেটিয়া বাজার  
Perfect Competition vs Monopoly Market

## উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষ করে আপনি—

- পূর্ণ প্রতিযোগিতা ও একচেটিয়া কারবারের মধ্যকার পার্থক্যগুলো শনাক্ত করতে পারবেন;
- বৈষম্যমূলক একচেটিয়া কারবারের ধারণা বর্ণনা করতে পারবেন;
- মূল্য বৈষম্যের শর্তাবলি লিপিবদ্ধ করতে পারবেন।



## মূলপাঠ

## পূর্ণ প্রতিযোগিতা ও একচেটিয়া কারবারের মধ্যে পার্থক্য (Difference Between Perfect Competition and Monopoly)

পূর্ণ প্রতিযোগিতা ও একচেটিয়া কারবারের মধ্যে বেশ কিছু মৌলিক পার্থক্য রয়েছে। তবে এদের মধ্যে একটি সাদৃশ্য আছে। এই দুটো বাজার ব্যবস্থায়: ফার্ম যখন ভারসাম্যে পৌঁছায় তখন ভারসাম্য উৎপাদন স্তরে প্রান্তিক ব্যয় ও প্রান্তিক আয় পরস্পর সমান হয়। নিচে এই দুটো বাজারের মধ্যকার পার্থক্যগুলো উল্লেখ করা হলো :

(i) **ক্রেতা ও বিক্রেতার সংখ্যা (Number of Buyers and Sellers)** : পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকে। কিন্তু, একচেটিয়া কারবারে অসংখ্য ক্রেতা এবং একজন বিক্রেতা থাকে।

(ii) **দ্রব্যের প্রকৃতি (Nature of Product)** : পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারে বিবেচিত পণ্য সমজাতীয় হয়। কিন্তু একচেটিয়া কারবারে বিক্রীত পণ্যের ঘনিষ্ঠ পরিবর্তক দ্রব্য থাকে না। এ ধরনের বাজারের পণ্য সমজাতীয় হয় না।

(iii) **মূল্যের ওপর প্রভাব (Influence on Price)** : পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারে চাহিদা ও যোগান দ্বারা মূল্য একবার নির্ধারিত হলে তা আর পরিবর্তিত হয় না। বাজার চাহিদার তুলনায় কোন একজন ক্রেতার চাহিদা অতি নগণ্য বলে তার পক্ষে এককভাবে বাজার চাহিদা ও মূল্যের ওপর প্রভাব ফেলা সম্ভব নয়। একই রকমভাবে বাজারে বিপুলসংখ্যক বিক্রেতা থাকায় প্রত্যেক বিক্রেতা পণ্যের মোট যোগানের একটি ক্ষুদ্র অংশ সরবরাহ করে। এর ফলে কোন বিক্রেতা এককভাবে পণ্যের যোগান ও মূল্যের ওপর প্রভাব বিস্তার করতে পারে না। কিন্তু একচেটিয়া বাজারে বিক্রেতার পক্ষে মূল্যের ওপর প্রভাব ফেলা সম্ভব। সে ইচ্ছে করলেই মূল্য কমিয়ে পণ্যটি অধিক পরিমাণে এবং মূল্য বাড়িয়ে কম পরিমাণ বিক্রয় করতে পারে।

(iv) **প্রান্তিক আয় ও গড় আয় (Marginal Revenue and Average Revenue)** : পূর্ণ প্রতিযোগিতায় প্রান্তিক আয় ও গড় আয় পরস্পর সমান হয়। গড় আয় রেখা বা চাহিদা রেখা ভূমি অক্ষের সাথে সমান্তরাল হয়। প্রান্তিক আয় রেখা ও গড় আয় রেখার সাথে মিশে ভূমি অক্ষের সাথে সমান্তরাল হয়। অপরদিকে একচেটিয়া বাজারে গড় আয় রেখা ও প্রান্তিক আয় রেখা দুটোই ডান দিকে নিম্নগামী হয় এবং প্রান্তিক আয় রেখা গড় আয় রেখার নিচের দিকে অবস্থান করে।

(v) **মুনাফা (Profit)** : ভারসাম্যের দিক থেকে চিন্তা করলে দেখা যায়, একচেটিয়া কারবারের পক্ষে স্বল্প ও দীর্ঘমেয়াদে অতিরিক্ত মুনাফা অর্জন করা সম্ভব। কিন্তু পূর্ণ প্রতিযোগী ফার্মের পক্ষে দীর্ঘমেয়াদে শুধু স্বাভাবিক মুনাফা অর্জন করা সম্ভব।

(vi) **ফার্মের প্রবেশ ও নির্গমন (Entry and Exit of Firms)** : পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে অস্বাভাবিক মুনাফার লোভে ফার্ম শিল্পে ঢুকতে পারে এবং লোকসানের ভয়ে শিল্প ত্যাগ করতে পারে। অর্থাৎ পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক শিল্পে

## এমবিএ প্রোগ্রাম

ফার্মের অবাধ প্রবেশ ও প্রস্থানের পূর্ণ অধিকার রয়েছে। কিন্তু একচেটিয়া বাজারে কোনো ফার্মের পক্ষে প্রবেশ করা সম্ভব নয়।

**(vii) ব্যয় অবস্থা (Cost Condition) :** একচেটিয়া কারবারি স্থির, ক্রমহ্রাসমান এবং ক্রমবর্ধমান ব্যয় অবস্থায় কাজ করতে পারে। অপরপক্ষে পূর্ণ প্রতিযোগী ফার্মের ভারসাম্য শুধু ক্রমবর্ধমান ব্যয় অবস্থার সাথে সংগতিপূর্ণ হতে পারে।

**(viii) চাহিদার স্থিতিস্থাপকতা (Elasticity of demand) :** পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারের পণ্যের চাহিদা সম্পূর্ণ স্থিতিস্থাপক। অন্যদিকে একচেটিয়া কারবারে বিবেচ্য পণ্যের চাহিদা সম্পূর্ণ স্থিতিস্থাপক নয়।

## বৈষম্যমূলক একচেটিয়া কারবারের ধারণা

### Concept of Discriminating Monopoly

‘বৈষম্যমূলক একচেটিয়া কারবার (বা মূল্য বৈষম্য) বলতে আমরা বুঝি, যখন একজন বিক্রেতা একটি দ্রব্য একাধিক মূল্যে বিক্রয় করে। যেমন— বিদ্যুৎ উন্নয়ন কর্তৃপক্ষ মূল্য বৈষম্য করে থাকে। এটি শিল্পের জন্য বিদ্যুৎ মূল্য কম এবং পরিবারের জন্য অধিক মূল্য ধার্য করে।

বেশি লাভ করার জন্য একই দ্রব্য একাধিক দামে বিক্রয় করা খুব সহজ ব্যাপার নয়। অধিকাংশ সময় দেখা যায় যে দ্রব্যের বিভিন্ন এককের মধ্যে কিছুটা হলেও পার্থক্য থাকতে পারে।

## মূল্য বৈষম্যের শর্তাবলি

### Conditions for Discriminating Monopoly

একচেটিয়া কারবারীর পক্ষে সব সময় মূল্য বৈষম্য করা সম্ভব নাও হতে পারে। অথবা সম্ভব হলেও তা লাভজনক নাও হতে পারে। নিম্নোক্ত কারণে মূল্য বৈষম্য সম্ভব হতে পারেঃ

**(i) প্রতিযোগিতা (Competition) :** পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারে মূল্য বৈষম্য সম্ভব নয়। কারণ প্রতিযোগিতা থাকলে বাজারে পণ্যের মূল্য একই থাকবে। তাই অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে। একচেটিয়া কারবারির পক্ষে মূল্য বৈষম্য করা সম্ভব।

**(ii) দ্রব্য/সেবার প্রকৃতি (Nature of goods/service) :** দ্রব্যের প্রকৃতি এমন হতে হবে, যা নিম্নতর মূল্যের বাজার থেকে উচ্চতর মূল্যের বাজারে স্থানান্তর করা বা বিক্রয় করা সম্ভবপর হবে না। এর অর্থ দাঁড়ায়, কোনো ক্রেতা যদি কম মূল্যের বাজার থেকে একটি পণ্য কম মূল্যে কিনে উচ্চ মূল্যের বাজারে বেশি মূল্যে বিক্রয় করতে না পারে তাহলেই মূল্য বৈষম্য সম্ভব হবে। যেমন— একজন ডাক্তার গরিব রোগীদের কাছে সেবা বিক্রয় করে কম ফি এবং ধনী রোগীদের কাছ থেকে বেশি ফি আদায় করে। ডাক্তারের সেবাকেও পণ্য বা দ্রব্য হিসেবে গণ্য করা হয়। ডাক্তারের সেবা হস্তান্তরযোগ্য নয় বলে তার পক্ষে মূল্য বৈষম্য করা সম্ভব।

**(iii) ভৌগোলিক দূরত্ব (Geographical distance) :** পণ্যের বিভিন্ন বাজারের মধ্যে ভৌগোলিক দূরত্বের ব্যবধান বেশি হলে মূল্য বৈষম্য সম্ভব হতে পারে। ভৌগোলিক দূরত্ব বেশি হলে কম মূল্যের বাজার থেকে বেশি মূল্যের বাজারে পণ্যের স্থানান্তর বা বিক্রয় করা ব্যয়বহুল হতে পারে। বাজারের মধ্যে এ দূরত্বের কারণে পরিবহন ব্যয়জনিত অসুবিধার জন্য পণ্যটি পুনঃবিক্রয় করা সম্ভব হয় না।

**(iv) ক্রেতার ধরন (Type of buyer) :** যখন বিভিন্ন শ্রেণীর ক্রেতা (ধনী, মধ্যবিত্ত, গরীব) একই পণ্য ক্রয় করে তখন মূল্য বৈষম্য হয়। যেমন— রেলওয়ে বিভাগ একই ট্রেনে ভ্রমণরত বিভিন্ন শ্রেণীর ক্রেতার কাছ থেকে বিভিন্ন রকমের ভাতা আদায় করে।

**(v) দ্রব্য পৃথকীকরণ (Product differentiation) :** দ্রব্য পৃথকীকরণের মাধ্যমে একজন বিক্রেতা মূল্য বৈষম্য করতে পারে। একই পণ্যে বিভিন্ন নাম বা লেবেল লাগিয়ে তার বিভিন্ন এককের মধ্যে কিছুটা পার্থক্য তৈরি করা যেতে পারে। একে দ্রব্য পৃথকীকরণ বলা হয়। দ্রব্যের পৃথকীকরণের ফলে পণ্যের ব্যাপারে ক্রেতাদের অতিরিক্ত পছন্দনীয়তা সৃষ্টি হতে পারে। এ সুযোগে বিক্রেতা মূল্য বৈষম্য করে।

**(vi) শুল্ক (Tariff) :** একচেটিয়া কারবারী ডাম্পিং (Dumping)-এর মাধ্যমেও মূল্য বৈষম্য করে থাকে। অনেক সময় একজন বিক্রেতা অভ্যন্তরীণ বাজারে বেশি মূল্যে এবং বিদেশি বাজারে কম মূল্যে পণ্য বিক্রয় করে। একে ডাম্পিং বলা



হয়। পণ্যের ওপর সরকার কর্তৃক আমদানি বা রপ্তানি শুল্ক ধার্য করা হলে দেশি ও বিদেশি বাজারে মূল্যের তারতম্য হয়। এভাবে শুল্কবাধার কারণে। একজন বিক্রেতা মূল্য বৈষম্য করে থাকে।

**(vii) পণ্যের চাহিদা (Demand of product) :** একই পণ্যের চাহিদার স্থিতিস্থাপকতার বিভিন্নতার কারণে বিক্রেতার পক্ষে মূল্য বৈষম্য করা সম্ভব। যেসব ক্রেতার কাছে পণ্যের চাহিদা বেশি স্থিতিস্থাপক তাদের কাছ থেকে বিক্রেতা বেশি দাম আদায় করতে পারে না। আবার ক্রেতার কাছে যদি পণ্যের চাহিদার স্থিতিস্থাপকতা কম হয়, তাহলে বিক্রেতা ক্রেতার কাছ থেকে বেশি দাম দাবী করবে।

**(viii) ক্রেতার অজ্ঞতা এবং অলসতা (Ignorance and laziness of buyers) :** ক্রেতাদের অজ্ঞতা এবং অলসতার সুযোগেও বিক্রেতা মূল্য বৈষম্য করতে পারে। ক্রেতা যদি দ্রব্যের দাম সম্পর্কে অজ্ঞ থাকে তাহলে মূল্য বৈষম্য হতে পারে। অন্যদিকে ক্রেতা পণ্যের দাম সম্পর্কে ওয়াকিবহাল হওয়া সত্ত্বেও সে আলস্যবশতঃ কম মূল্যের বাজারে না যেয়ে উচ্চ মূল্যের বাজারে যেতে পারে।

**(x) আইনগত ভিত্তি (Legal sanction) :** অনেক সময় আইনগত ভিত্তির জন্যও মূল্য বৈষম্য হতে পারে। উদাহরণস্বরূপ বাংলাদেশ তিতাস গ্যাস কোম্পানীর কথা বলা যেতে পারে। এ কোম্পানী গৃহের জন্য কম দামে এবং কল-কারখানার জন্য বেশি দামে গ্যাস সরবরাহ করে থাকে।

দ্রব্যের ব্যাপারে ক্রেতাদের অতিরিক্ত পছন্দনীয়তা বা মোহ থাকলে মূল্য বৈষম্যকরণ হতে পারে। দ্রব্যের পৃথকীকরণ করে দ্রব্যের বিভিন্ন এককের মধ্যে কিছুটা পার্থক্য সৃষ্টি করে বিক্রেতা ; ক্রেতাদেরকে প্রভাবিত করতে পারে। আবার অনেক সময় দেখা যায়, ক্রেতার প্রেস্টিজ কনসার্ণ হয়ে পড়ে। অন্যভাবে বলা হয়, ক্রেতার প্রদর্শন বাতিকে ভোগে। একজন ধনী ক্রেতা বঙ্গবাজার থেকে না কিনে এলিফ্যান্ট রোড থেকে একই দ্রব্য ক্রয় করে। এভাবে মূল্য বৈষম্যকরণ হয়।



#### সারসংক্ষেপ

- পূর্ণ প্রতিযোগী বাজারে অসংখ্য ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকে। কিন্তু একচেটিয়া কারবারে অসংখ্য ক্রেতা এবং একজন বিক্রেতা থাকে;
- ‘বৈষম্যমূলক একচেটিয়া কারবার (বা মূল্য বৈষম্য) বলতে আমরা বুঝি, যখন একজন বিক্রেতা একটি দ্রব্য একাধিক মূল্যে বিক্রয় করে। যেমন- বিদ্যুৎ উন্নয়ন কর্তৃপক্ষ মূল্য বৈষম্য করে থাকে;
- একচেটিয়া কারবারির পক্ষে সব সময় মূল্য বৈষম্য করা সম্ভব নাও হতে পারে।



সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. উৎপাদন বন্ধ বিন্দু কাকে বলে?
২. কীভাবে পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে একটি ফার্ম লোকসান খেয়েও উৎপাদন চালিয়ে যায়?
৩. একচেটিয়া কারবার কাকে বলে?
৪. একচেটিয়া কারবার-এর বৈশিষ্ট্যসমূহ আলোচনা করুন।
৫. মূল্য বৈষম্য কী?

রচনামূলক প্রশ্ন

১. পূর্ণ প্রতিযোগী বাজার কী? এর শর্তাবলি কী কী?
২. পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে একটি ফার্মের দীর্ঘমেয়াদি ভারসাম্য আলোচনা করুন।
৩. পূর্ণ প্রতিযোগিতায় শিল্পের স্বল্পকালীন ও দীর্ঘকালীন ভারসাম্য অবস্থা বিশ্লেষণ করুন।
৪. কেন এবং কোন অবস্থায় একচেটিয়া কারবারের উদ্ভব হয়?
৫. একচেটিয়া কারবারির স্বল্পকালীন ভারসাম্য ব্যাখ্যা করুন।
৬. পূর্ণ প্রতিযোগিতা ও একচেটিয়া কারবারের মধ্যে পার্থক্য নির্দেশ করুন।
৭. বৈষম্যমূলক একচেটিয়া কারবার কী? মূল্য বৈষম্যের শর্তাবলি কী? আলোচনা করুন।