

উৎপাদনের মাত্রা

Scale of Production



ভূমিকা (Introduction)

উৎপাদনের মাত্রা নির্ভর করে কোন একটি কারখানায় প্লান্টের আকার, চলমান প্লান্টের সংখ্যা এবং উৎপাদনকারী কর্তৃক গৃহীত উৎপাদন কৌশলের উপর। উৎপাদনকারীদের একটি সাধারণ অভিজ্ঞতা হচ্ছে উৎপাদনের হার বা মাত্রা বাড়লে একক প্রতি গড় ব্যয় কমে আসে। প্রায় সব ধরনের উৎপাদনের ক্ষেত্রেই এটি প্রযোজ্য বিধায় সব উৎপাদনকারীই চায় বৃহদায়তন উৎপাদনের মাধ্যমে ব্যয় কমাতে। কিন্তু অদক্ষতার সাথে উৎপাদন কার্য পরিচালিত হলে ব্যয় কমার বদলে বেড়ে যায়। সেক্ষেত্রে মাঝারি বা স্বল্প/ক্ষুদ্রায়তনের উৎপাদনে কিছু বিশেষ সুবিধা ভোগ করে থাকে। এই অধ্যায়ে উৎপাদনের মাত্রা সংক্রান্ত বিভিন্ন বিষয়ে আলোকপাত করা হবে।

	ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ৪ সপ্তাহ
--	---------------------------------------

এই ইউনিটের পাঠসমূহ


- পাঠ-৩.১ : উৎপাদনের মাত্রা ও এর গুরুত্ব
- পাঠ-৩.২ : মাত্রা জনিত ব্যয় সংকোচন ধারণা
- পাঠ-৩.৩ : ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজ এর গুরুত্ব
- পাঠ-৩.৪ : ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজ এর সুবিধা ও অসুবিধা
- পাঠ-৩.৫ : বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ এর গুরুত্ব
- পাঠ-৩.৬ : বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ এর সুবিধা ও অসুবিধা
- পাঠ-৩.৭ : উৎপাদন কাম্যমাত্রার ধারণা
- পাঠ-৩.৮ : উৎপাদন কাম্যমাত্রার সুবিধা ও অসুবিধা

পাঠ-৩.১ উৎপাদনের মাত্রা ও এর গুরুত্ব (Production Scale and Its Importance)

উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- উৎপাদন মাত্রার ধারণা ব্যাখ্যা করতে পারবেন;
- উৎপাদন মাত্রার ধরন বা প্রকারভেদ জানতে পারবেন;
- উৎপাদনের মাত্রার গুরুত্ব সম্পর্কে ধারণা করতে পারবেন;
- বাংলাদেশের প্রেক্ষিতে ক্ষুদ্র, মাঝারি ও বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ সম্পর্কে ধারণা করতে পারবেন; এবং
- ক্ষুদ্র, মাঝারি ও বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের মধ্যে পার্থক্য নির্ণয় করতে পারবেন।

 মূখ্য শব্দ (Keywords)	উৎপাদনের মাত্রা, উৎপাদনের উপকরণ, শ্রমের সদ্যবহার ইত্যাদি।
---	---

উৎপাদন মাত্রা (Production Scale)

সাধারণ অর্থে, উৎপাদন মাত্রা হলো প্রতিষ্ঠানের সকল সুযোগ-সুবিধা বিবেচনা করে উৎপাদিত পণ্য বা সেবার পরিমাণ। অর্থাৎ, কোনো উৎপাদন প্রতিষ্ঠান কতটুকু পরিমাণে বা কি আয়তনে উৎপাদন করে তা হচ্ছে ঐ প্রতিষ্ঠানের উৎপাদন মাত্রা। স্বল্প পরিমাণে উৎপাদন করলে উৎপাদনের মাত্রা নিম্ন আর অধিক পরিমাণে উৎপাদন করলে উৎপাদনের মাত্রা উচ্চ হয়। ব্যাপক অর্থে বলা যায় যে, ক্রেতাদের চাহিদা পূরণের লক্ষ্যে প্রতিষ্ঠানের সকল সুযোগ-সুবিধা (ভূমি, শ্রম, মূলধন ও সংগঠন) এর আলোকে যে পরিমাণ পণ্য সামগ্রী উৎপাদন করা হয় তাই হলো উৎপাদনের মাত্রা। উৎপাদনের মাত্রা নির্ভর করে সেই প্রতিষ্ঠানের ব্যবসায়ীর আর্থিক সামর্থ্য, ব্যবস্থাপনার দক্ষতা, বাজার পরিস্থিতি ও অন্যান্য অবস্থার উপর।

উৎপাদন মাত্রা সম্পর্কে কতিপয় সংজ্ঞা:

Economic Concept এর মতে, “*Scale of Production is set by the size of plant, the number of plants/machineries installed, and the techniques of production adopted by the producer.*” অর্থাৎ “উৎপাদন মাত্রা হচ্ছে উৎপাদনকারী কর্তৃক গৃহীত কারখানার আয়তন, স্থাপিত কারখানার সংখ্যা এবং উৎপাদন কৌশল।”

Alfred Marshall বলেছেন, “*The Scale of Production refers to the size of the unit of Production.*” অর্থাৎ “উৎপাদনের মোট এককের পরিমাণকে উৎপাদন মাত্রা বলে।”

উৎপাদন মাত্রা সম্পর্কিত আলোচনায় নিম্নোক্ত বিষয়গুলো দেখা যায়-

১. উৎপাদন মাত্রা হলো মোট উৎপাদনের পরিমাণ;
২. উৎপাদনের উপকরণ বৃদ্ধি পেলে উৎপাদনের মাত্রা বৃদ্ধি পায়;
৩. উৎপাদন মাত্রা প্রতিষ্ঠানের আয়তন নির্দেশ করে;
৪. উৎপাদনের মাত্রা পণ্যের প্রয়োজনীয় মাত্রা, পণ্য উৎপাদনে ব্যবহৃত কাঁচামালের প্রকৃতি এবং উৎপাদিত পণ্যের ধরন দ্বারা প্রভাবিত হয়; এবং
৫. দক্ষভাবে কাজ করলে অদক্ষতাজনিত ব্যয় হ্রাস পায়।

পরিশেষে বলা যায়, প্রতিষ্ঠানের আর্থিক সামর্থ্য, ব্যবস্থাপনার দক্ষতা, বাজার পরিস্থিতি, উৎপাদন কৌশল এবং অন্যান্য সুযোগ-সুবিধা বিবেচনা করে উৎপাদনকারী কর্তৃক গৃহীত কৌশলের মাধ্যমে মোট যে পরিমাণ পণ্য উৎপাদন করা হয় তাকে উৎপাদন মাত্রা বলে।

উৎপাদন মাত্রার ধরন বা প্রকারভেদ (Types of Production Scale)

কোনো প্রতিষ্ঠানের আকার, আর্থিক সামর্থ্য, নিয়োজিত শ্রমিক-কর্মী, ব্যবস্থাপনা দক্ষতা ইত্যাদি বিষয়ের উপর নির্ভর করে উৎপাদন মাত্রাকে তিন ভাগে ভাগ করা যায়। নিচে তা আলোচনা করা হলো:

১. **বৃহদায়তন উৎপাদন (Large Scale Production):** যে ধরণের উৎপাদন ব্যবস্থায় মূলধনের পরিমাণ অধিক থাকে, জটিল যন্ত্রপাতি ও প্রচুর সংখ্যক শ্রমিকের সাহায্যে বিপুল পরিমাণে উৎপাদন করা হয় তাকে বৃহদায়তন উৎপাদন বলে। যেমন- লৌহ ও ইস্পাত কারখানা, সার কারখানা, কাগজ কারখানা ইত্যাদি।

২. ক্ষুদ্রায়তন উৎপাদন (Small Scale Production): যে উৎপাদন ব্যবস্থায় স্বল্প মূলধন, স্বল্প সংখ্যক শ্রমিক এবং সহজলভ্য মেশিনপত্র ব্যবহার করে উৎপাদন কাজ পরিচালনা করা হয় তাকে ক্ষুদ্রায়তন উৎপাদন মাত্রা বলে। যেমন- হস্ত শিল্প, কুটির শিল্প, মৃৎ শিল্প ইত্যাদি।
৩. কাম্য মাত্রার উৎপাদন (Optimum Scale of Production): যে পরিমাণ উৎপাদন কার্য পরিচালনা করলে সকল দিক বিবেচনায় গড় ব্যয় সর্বনিম্ন হয় তাকে কাম্য মাত্রার উৎপাদন বলে। এক্ষেত্রে স্বল্প ও দীর্ঘমেয়াদি ব্যয়, কারিগরি ব্যবস্থা ও ব্যবস্থাপকীয় সামর্থ্য ইত্যাদি বিষয় বিবেচনা করা হয়।

উৎপাদন মাত্রার গুরুত্ব (Importance of Production Scale)

একটি প্রতিষ্ঠানের উৎপাদনের মাত্রা নির্ভর করে এর মূলধন, ভূমি, শ্রম ও সংগঠনের উপর। সঠিকভাবে উৎপাদন মাত্রা নির্ধারণ করা অপরিহার্য। কারণ, এতে উৎপাদনের উপকরণ খরচ কমানোর পাশাপাশি একক প্রতি গড় খরচও কমানো যাবে। নিচে উদাহরণের সাথে উৎপাদন মাত্রার গুরুত্ব আলোচিত হল-

মোমেনা বেগম একটি ক্ষুদ্রায়তন প্রতিষ্ঠানের স্বত্বাধিকার। তাঁর 'মা ও মেয়ে পোশাক কেন্দ্র' তে সকল বয়সী নারীদের জন্য দেশীয় পোশাক পাওয়া যায়। এই পোশাকগুলো মোমেনা বেগমের নিজস্ব কারখানায় উৎপন্ন হয়। বর্তমানে প্রতিষ্ঠানটির মূলধন ১০০ কোটি টাকা; শ্রমিক সংখ্যা ১২০ জন, বার্ষিক উৎপাদন মূল্য ৮০ লক্ষ টাকা এবং আয়তন ছোট বিধায় উৎপাদন ব্যয় বেশি। এই কারণে পণ্যের দাম অপেক্ষাকৃত বেশি ও শেয়ার প্রতি লভ্যাংশও কম হয়ে থাকে, যদিও পণ্য গুলোর মান খুব ভাল নয়।

আফিফা মানসুরীন 'ইউনিভার্সাল ওয়্যার' নামক বৃহদায়তন পোশাক প্রতিষ্ঠানের স্বত্বাধিকার। মোট মূলধন বর্তমানে প্রায় ৮,০০০ কোটি টাকা ও বার্ষিক উৎপাদন মূল্য প্রায় ৫১ কোটি টাকা। প্রতিষ্ঠানের শ্রমিক সংখ্যা ৫০০৮ জন। এই প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন বিভাগে পশ্চিমা পোশাক উৎপন্ন হয় নারী, শিশু-পুরুষ সকলের জন্য। মূলধন বেশি ও আয়তনে বড় বলে বর্তমানে আফিফা মানসুরীন পশ্চিমা ও স্বদেশী দুই ধরার পোশাক উৎপাদনে মনোনিবেশ করেছেন। তার প্রতিষ্ঠানে উৎপন্ন পোশাক বিদেশেও রপ্তানী হচ্ছে।

প্রতিষ্ঠান দু'টোর আলোচনা থেকে প্রতীয়মান হয় যে, উৎপাদন মাত্রা কম বা বেশি হওয়ার উপর প্রতিষ্ঠানের পণ্যের গুণগতমান বিক্রয়, মুনাফা প্রাপ্তির ক্ষেত্রে তারতম্য ঘটা নির্ভরশীল। সাধারণত বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানে মান, পরিমাণ, মুনাফা/লভ্যাংশ, শ্রমিক সংখ্যা, স্থানের যথাযথ ব্যবহার সহ একটি ধনাত্মক চিত্র দেখা যায়। অন্যদিকে, ক্ষুদ্র মাত্রার প্রতিষ্ঠানে উৎপাদনের মান ও পরিমাণ কম, ব্যয় বেশি ও শ্রমিক কম থাকে বলে উপযোগের সদ্ব্যবহারও হয়ে ওঠে না। সুতরাং উৎপাদন মাত্রা স্বাভাবিক অবস্থায় রাখা প্রয়োজন। নিম্নে তা আলোচনা করা হলো-

১. যন্ত্রপাতির কাম্য ব্যবহার (Optimum Use of Macheraries): যেকোনো প্রতিষ্ঠানের উৎপাদনের মাত্রা কাম্য স্তরে থাকলে যন্ত্রপাতির কাম্য ব্যবহার নিশ্চিত করা যায়। কারণ উৎপাদনের মাত্রা বৃদ্ধি পেলে যন্ত্রপাতির মাত্রাতিরিক্ত ব্যবহার হলে দীর্ঘমেয়াদে যন্ত্রপাতির উপর ঋণাত্মক প্রভাব পড়ে। আবার উৎপাদনের মাত্রা কম হলে যন্ত্রপাতির যথোপযুক্ত ব্যবহার হয় না।
২. শ্রমের সদ্ব্যবহার (Proper Use of Labor): শ্রমের সদ্ব্যবহার করার জন্য প্রতিষ্ঠানের উৎপাদন মাত্রা কাম্য হওয়া প্রয়োজন কারণ মাত্রার বেশি উৎপাদন হলে শ্রমিকের ওভার টাইম মজুরি বাবদ ব্যয় বেড়ে যায় অন্যদিকে শ্রমিকের কর্মদক্ষতাও হ্রাস পায়।
৩. কাঁচামালের অপচয় রোধ (Resisting Wastage of Raw-materials): প্রতিষ্ঠানের উৎপাদন মাত্রা কম বা বেশি হলে কাঁচামালের অপচয় হয়, সে কারণে উৎপাদন সঠিক মাত্রায় হওয়া প্রয়োজন।
৪. ব্যয়কে কাম্য স্তরে রাখা (Keeping Expenditure in Optimum Level): পণ্য উৎপাদনের সাথে কাঁচামালের ব্যয়, মেশিন সংক্রান্ত ব্যয়, শ্রমিক ব্যয় ইত্যাদি জড়িত। তাই উৎপাদনের পরিমাণ সঠিক মাত্রায় থাকলে এইসকল ব্যয়কে কাম্য স্তরে রাখা সম্ভব হয়।

৫. স্থানের যথাযথ ব্যবহার (Proper Use of Space): কাজিত মাত্রার কম উৎপাদন হলে প্রতিষ্ঠানের স্থানের অপচয় হয় আবার কাজিত মাত্রার অতিরিক্ত উৎপাদন হলে প্রতিষ্ঠানের স্থান স্বল্পতার কারণে উৎপাদনে জটিলতা সৃষ্টি হয়। তাই সঠিক উৎপাদন মাত্রা স্থানের যথাযথ ব্যবহার নিশ্চিত করে।

বাংলাদেশে ক্ষুদ্র, মাঝারি ও বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের ধরন (Types of Small, Medium and Large Scale Enterprise in Bangladesh)

বাংলাদেশে বৃহৎ, মাঝারি ও ক্ষুদ্র এই তিন শ্রেণীর কারবার প্রতিষ্ঠানই বিদ্যমান। তবে এদের মধ্যে শতকরা প্রায় ৯০ ভাগ কারবার প্রতিষ্ঠান ক্ষুদ্রায়তনের ভিত্তিতে গড়ে উঠেছে। আর বাকি ১০ শতাংশ মাত্র মাঝারি ও বৃহদায়তনের প্রতিষ্ঠান।


ক্ষুদ্রায়তনের কারবার প্রতিষ্ঠানগুলোর মধ্যে অধিকাংশই গ্রামাঞ্চলে অবস্থিত। কুটির শিল্প, কারখানা, বিভিন্ন পণ্যের পাইকারী ও খুচরা ব্যবসায় ইত্যাদি ক্ষুদ্রাকৃতির কারবারের অন্তর্গত। ক্ষুদ্রাকৃতির এসব কারবারগুলোর শতকরা প্রায় ৯৯ ভাগই এক মালিকানা ও অংশীদারীর ভিত্তিতে পরিচালিত হচ্ছে। আর শতকরা ১ ভাগ প্রাইভেট লিমিটেড কোম্পানির মাধ্যমে পরিচালিত হতে দেখা যায়।

আমাদের দেশে বৃহদায়তনের কারবার প্রতিষ্ঠানের সংখ্যা নিতান্তই কম। বৃহদায়তন কারবারগুলো যৌথমূলধনী কোম্পানি রূপে এবং রাষ্ট্রীয় মালিকানায় বা করপোরেশনের আওতায় পরিচালিত হয়ে থাকে। স্বাধীনতার পর এদেশের অধিকাংশ বৃহদায়তনের কারবার প্রতিষ্ঠানগুলো সরকার রাষ্ট্রায়ত্ত্ব করে নেয়। বর্তমানে সেগুলো বিরাজীকরণ নীতিমালার আওতায় ব্যক্তি মালিকানায় ছেড়ে দেয়া হচ্ছে। গার্মেন্টস বা পোশাক তৈরি কারখানা, হোসিয়ারী শিল্প, চা ও চামড়া শিল্প, পরিবহন ব্যবসায়, আমদানি-রপ্তানি ব্যবসায় ইত্যাদি মাঝারি আকৃতির কারবার প্রতিষ্ঠানগুলো এদেশে কিছুটা প্রসার লাভ করেছে। মাঝারি আয়তনের এসব কারবার প্রতিষ্ঠান ব্যক্তি মালিকানায় পরিচালিত হচ্ছে। অদূর ভবিষ্যতে এগুলো বৃহদায়তন কারবার প্রতিষ্ঠানে রূপ নিবে বলে আশা করা যায়।

ক্ষুদ্র, মাঝারি ও বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের মধ্যে পার্থক্য (Differences among Small, Medium and Large Scale Enterprise)

পার্থক্যের বিষয়	ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজ	বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ
১. ব্যক্তিগত তত্ত্বাবধান (Personal supervision)	ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজে ব্যক্তিগত তত্ত্বাবধান সম্ভব হয়।	বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজে ব্যক্তিগত তত্ত্বাবধান সম্ভব হয় না।
২. মূলধনের পরিমাণ (Amount of capital)	এক্ষেত্রে মূলধনের পরিমাণ কম হলেও চলে।	বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজে মূলধনের পরিমাণ অনেক বেশি লাগে।
৩. নমনীয়তা (Flexibility)	পরিস্থিতির সাথে খাপ খাওয়ানো যায় বলে নমনীয়তা বেশি।	এ ধরনের প্রতিষ্ঠানে নমনীয়তা কম।
৪. কর্মীদের সাথে সম্পর্ক (Relationship with employee)	এতে মালিকের সাথে কর্মীদের ভাল সম্পর্ক বজায় থাকে।	এক্ষেত্রে মালিকের সাথে কর্মীদের সুসম্পর্কের সুযোগ সীমিত।
৫. ক্রেতাদের সাথে সম্পর্ক (Relationship with customer)	আয়তন ছোট বলে ক্রেতাদের সাথে সুসম্পর্ক গড়ে তোলা যায়।	বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজে ক্রেতাদের সাথে সম্পর্ক খুব একটা দেখা যায় না।
৬. ব্যয় হ্রাস (Reduce in cost)	ক্ষুদ্রায়তনে উৎপাদন হয় বলে একক প্রতি উৎপাদন ব্যয় কমানো যায় না।	বৃহৎ আকারে উৎপাদন হয় বলে একক প্রতি উৎপাদন ব্যয় হ্রাস পায়।
৭. দ্রুত সিদ্ধান্ত (Quick decision)	ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজ দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে পারে।	এ জাতীয় প্রতিষ্ঠান দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে পারে না।
৮. গবেষণা (Research)	এ জাতীয় প্রতিষ্ঠান গবেষণামূলক কার্যক্রম পরিচালনা করতে পারে না।	পর্যাপ্ত মূলধন ও সুযোগ-সুবিধা থাকায় এটি গবেষণা কার্যক্রম চালাতে পারে।

পার্থক্যের বিষয়	ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজ	বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ
৯. ক্রয়-বিক্রয়ে মিতব্যয়িতা (Economics in buying and selling)	ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজ অল্প পরিমাণে পণ্য সামগ্রি ক্রয়-বিক্রয় করে বলে মিতব্যয়িতা অর্জন করতে পারে না।	বৃহদায়তন উৎপাদনের ফলে এ ধরনের প্রতিষ্ঠান ক্রয়-বিক্রয়ে মিতব্যয়িতা অর্জন করতে পারে।
১০. প্রশিক্ষণ (Training)	এ জাতীয় প্রতিষ্ঠান কর্মীদের দক্ষতা বৃদ্ধির জন্য প্রশিক্ষণ পরিচালনা করতে পারে না।	বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠান প্রশিক্ষণ কার্যক্রম পরিচালনা করতে পারে।

 অ্যাকটিভিটি (নিজে করি) শিক্ষার্থীর কাজ	আপনার নিকটবর্তী কোন উৎপাদনমুখী প্রতিষ্ঠানে উৎপাদন মাত্রা হ্রাস-বৃদ্ধির ফলে সংঘটিত পরিবর্তনগুলো চিহ্নিত করুন।
---	--

সারসংক্ষেপ

- উৎপাদনের মাত্রা বলতে উৎপাদনের পরিমাণকে বুঝায়। এটি প্রতিষ্ঠানের আকার ও সুবিধা-অসুবিধার আলোকে নির্ধারিত হয়ে থাকে;
- প্রতিষ্ঠানের আকার, ব্যবস্থাপনার দক্ষতা, আর্থিক সামর্থ্য, বাজার পরিস্থিতি ও অন্যান্য অবস্থার উপর উৎপাদনের মাত্রা নির্ভরশীল।
- বাংলাদেশের প্রেক্ষিতে ক্ষুদ্র, মাঝারি ও বৃহদায়তন এই তিন ধরনের এন্টারপ্রাইজ লক্ষ্য করা যায়।

পাঠ্যের মূল্যায়ন-৩.১

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন


- কোন উৎপাদন প্রতিষ্ঠান কতটুকু পরিমাণে বা কি আয়তনে উৎপাদন করে তা হচ্ছে ঐ প্রতিষ্ঠানের-
 - ক) উপযোগ মাত্রা
 - খ) উৎপাদন মাত্রা
 - গ) আধুনিক মাত্রা
 - ঘ) প্রতিষ্ঠান মাত্রা
- নিচের কোনটি উৎপাদনের মাত্রার গুরুত্বের সাথে সম্পর্কিত নয়?
 - ক) যন্ত্রপাতির কাম্য ব্যবহার
 - খ) কাটামালের অপচয় রোধ
 - গ) স্থানের যথাযথ ব্যবহার
 - ঘ) ভোগ্য পণ্যের মান নির্ধারণ
- ক্ষুদ্র মাত্রার প্রতিষ্ঠানে উৎপাদনের মান ও পরিমাণ কেমন থাকে?
 - ক) অচেল
 - খ) বৃহৎমাত্রার প্রতিষ্ঠানের মতোই
 - গ) কম
 - ঘ) কোনটিই নয়
- উৎপাদনের সাথে কোন ধরনের ব্যয় সম্পর্কিত?
 - i. কাটামালের ব্যয়
 - ii. বিজ্ঞাপন ব্যয়
 - iii. শ্রম ব্যয়
 নিচের কোনটি সঠিক?
 - ক) i ও iii
 - খ) ii ও iii
 - গ) i ও ii
 - ঘ) i, ii ও iii

পাঠ-৩.২ মাত্রা জনিত ব্যয় সংকোচন ধারণা (Concepts of Scaled Economics)

উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচন কাকে বলে তা বুঝতে পারবেন; এবং
- মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচন সংকোচনের সাথে সংশ্লিষ্ট ব্যয়সমূহ ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

 মূখ্য শব্দ (Keywords)	মিতব্যয়ী মাত্রা, মাত্রা জনিত ব্যয়, মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচন ধারণা ইত্যাদি।
---	---



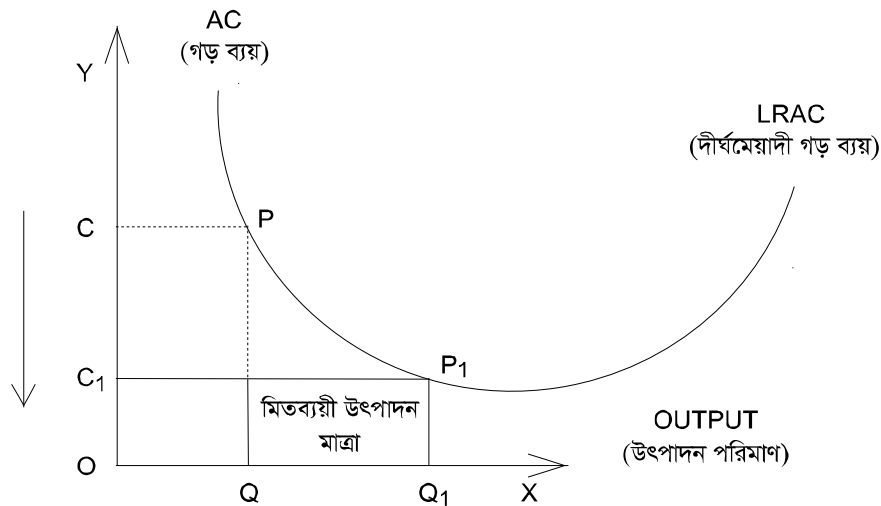
মিতব্যয়ী মাত্রা ধারণা বা মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচন ধারণা (Concepts of Scaled Economics)

মিতব্যয়ী মাত্রা ধারণা বা মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচন ধারণা বলতে উৎপাদন মাত্রার সেই ধারণাকে বুঝায় যেখানে উৎপাদন বৃদ্ধি করলে একক প্রতি উৎপাদন ব্যয় হ্রাস পায়। মিতব্যয়ী বা মাত্রা জনিত ব্যয় সংকোচন ধারণা সম্পর্কিত কতিপয় সংজ্ঞা নিম্নে দেওয়া হলো-

Krajewski, Ritzman & Malhotra বলেছেন, “Economies of scale is a concept that states the average unit cost of a service or good can be reduced by increasing its output rate.” অর্থাৎ, “মিতব্যয়ী উৎপাদন মাত্রা হলো এমন একটি ধারণা যেখানে উৎপাদনের পরিমাণ বৃদ্ধির সাথে পণ্য বা সেবার একক প্রতি গড় উৎপাদন ব্যয় হ্রাস পায়।”

Chase & Aquilano এর মতে “Economies of scale indicates the best operating level of a process.” অর্থাৎ মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচন একটি প্রক্রিয়ার সর্বোত্তম উৎপাদন স্তরকে বুঝায়।”

নিম্নে চিত্রের মাধ্যমে মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচন ধারণাটি দেখানো হলোঃ-



চিত্র ৩.১: মিতব্যয়ী/ মাত্রাজনিত উৎপাদন মাত্রা

চিত্রানুযায়ী, উৎপাদনের পরিমাণ বৃদ্ধি পাচ্ছে যা Q থেকে Q_2 তে দেখানো হয়েছে এবং প্রতি ইউনিটের গড় ব্যয় হ্রাস পাচ্ছে যা C থেকে C_1 এর মাধ্যমে নির্দেশিত হচ্ছে। এই ধারণাই হলো মিতব্যয়ী উৎপাদন মাত্রা। উৎপাদন পরিমাণ বৃদ্ধি পেলে গড় উৎপাদন ব্যয় একটি নির্দিষ্ট স্তর পর্যন্ত হ্রাস পেতে থাকে, এ অবস্থাকেই মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচন ধারণা বলে।

মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচনের সাথে সংশ্লিষ্ট ব্যয়সমূহ:

1. স্থায়ী ব্যয় (Fixed Cost): উৎপাদন বা বিক্রয়ের পরিমাণ হ্রাস-বৃদ্ধির সাথে যে ব্যয়ের কোন পরিবর্তন হয় না তাকে স্থায়ী ব্যয় বলে। একে অনেকে অপরিবর্তনীয় ব্যয়ও বলে থাকে। একটি উৎপাদনধর্মী প্রতিষ্ঠানে উৎপাদন হোক বা না হোক কিছু ব্যয় আবশ্যিকভাবেই ঘটে থাকে এগুলোই স্থায়ী বা স্থির ব্যয়। যেমন- কর্মকর্তা-কর্মচারীদের বেতন, কারখানা ভাড়া ইত্যাদি। একটি উদাহরণের সাহায্যে বিষয়টি আলোচনা করা হল-

উদাহরণ ১:

জামান ট্রেডার্স-এর প্রতিটি সিঙ্গেটিক বস্তা তৈরি করতে কাঁচামাল ও অন্যান্য উপকরণ বাবদ ১০০ টাকা খরচ হয়। মুজরি বাবদ ২০ টাকা, কারখানার মাসিক ভাড়া ২০,০০০ টাকা, অফিস ও বেতনসহ অন্যান্য স্থায়ী ব্যয় ৩০,০০০ টাকা। প্রতিষ্ঠানটির প্রতিটি সিঙ্গেটিক বস্তা বাজারে ১৮০ টাকায় বিক্রি হয়। চলতি মাসে প্রতিষ্ঠানটি ৩০০০ একক পণ্য উৎপাদন করেছে। ১০০০ ও ৩০০০ এ দুটি পৃথক মাত্রার এককে উৎপাদন করলে একক প্রতি উৎপাদন ব্যয় ও লাভের তারতম্য কেমন হবে তা হিসেব করে দেখানো হল:

উৎপাদন মাত্রা ১০০০ একক হলে:

$$\begin{aligned} \text{একক প্রতি উৎপাদন ব্যয়} &= \frac{\text{কাঁচামাল ও উপকরণ ব্যয়} + \text{মুজুরি ব্যয়} + \text{মোট স্থায়ী ব্যয়}}{\text{উৎপাদনের পরিমাণ}} \\ &= \frac{(১০০০ \times ১০০) + (১০০০ \times ২০) + (২০০০০ + ৩০০০০)}{১০০০} \\ &= \frac{১৭০০০০}{১০০০} \\ &= ১৭০ \text{ টাকা} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{অর্থাৎ, একক প্রতি লাভ} &= \text{প্রতি এককের বিক্রয়মূল্য} - \text{প্রতি এককের উৎপাদন মূল্য} \\ &= ১৮০ - ১৭০ \\ &= ১০ \end{aligned}$$


অতএব, লাভ ১০ টাকা

উৎপাদন মাত্রা ৩০০০ একক হলে:

$$\begin{aligned} \text{একক প্রতি উৎপাদন ব্যয়} &= \frac{\text{কাঁচামাল ও উপকরণ ব্যয়} + \text{মুজুরি ব্যয়} + \text{মোট স্থায়ী ব্যয়}}{\text{উৎপাদনের পরিমাণ}} \\ &= \frac{(৩০০০ \times ১০০) + (৩০০০ \times ২০) + (২০০০০ + ৩০০০০)}{৩০০০} \\ &= \frac{৪১০০০০}{৩০০০} \\ &= ১৩৬.৬৭ \text{ টাকা} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{অর্থাৎ, একক প্রতি লাভ} &= \text{প্রতি এককের বিক্রয়মূল্য} - \text{প্রতি এককের উৎপাদন মূল্য} \\ &= ১৮০ - ১৩৬.৬৭ \\ &= ৪৩.৩৩ \text{ টাকা} \quad \text{অর্থাৎ, ৪৩.৩৩ টাকা লাভ।} \end{aligned}$$

২. **পরিবর্তনশীল ব্যয় (Variable Cost):** উৎপাদন বা বিক্রয়ের পরিমাণ হ্রাস-বৃদ্ধির সাথে সাথে যে ব্যয়ের পরিবর্তন হয় তাকে পরিবর্তনশীল ব্যয় বলে। যেমন- শ্রমিকের মজুরি, বিদ্যুৎ বিল ইত্যাদি। ধরা যাক, প্রতি একক পণ্য উৎপাদনে ২৫ টাকার কাঁচামাল ও অন্যান্য উপকরণ থাকে এবং ১৫ টাকা একক প্রতি শ্রমিকের মজুরি দিতে হয়। তাহলে একটি প্রতিষ্ঠান ১ একক পণ্য উৎপাদন করলে তার ব্যয় হবে $(২৫+১৫)=৪০$ টাকা। আর যদি ১০০ একক পণ্য উৎপাদন করে তবে তার ব্যয় হবে $(১০০ \times ৪০)=৪০০০$ টাকা।

 অ্যাকটিভিটি (নিজে করি) /শিক্ষার্থীর কাজ	ব্লুম্পা মেটাল ওয়ার্কস্ এর প্রতিটি যন্ত্রাংশ তৈরিতে কাঁচামাল ও অন্যান্য উপকরণ বাবদ ১০০ টাকা খরচ হয়। মজুরি বাবদ ২০ টাকা ব্যয়িত হয়। কারখানার মাসিক ভাড়া ৩০,০০০ টাকা, বেতন ও অন্যান্য স্থায়ী ব্যয় ২০,০০০ টাকা। ব্লুম্পা মেটাল ওয়ার্কস্ তার উৎপাদিত প্রতিটি যন্ত্রাংশ বাজারে ২০০ টাকায় বিক্রয় করে। বিদ্যমান সুবিধার মধ্যে মাসিক সর্বোচ্চ ২,৫০০ একক পণ্য উৎপাদন করতে পারে। ১,০০০, ১,৫০০ ও ২,৫০০ তিনটি পৃথক মাত্রার এককে উৎপাদন করলে একক প্রতি উৎপাদন ব্যয় ও লাভের কী তারতম্য হবে?
--	---

সারসংক্ষেপ

- মিতব্যয়ী মাত্রা ধারণা বা মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচন ধারণা হলো উৎপাদন মাত্রার নির্দিষ্ট অবস্থান যেখানে উৎপাদন বৃদ্ধি করলে একক প্রতি উৎপাদন ব্যয় হ্রাস পায়।
- মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচনের সাথে স্থায়ী ও পরিবর্তনশীল ব্যয়সমূহ জড়িত।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৩.২

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

- Economics of Scale বলতে বুঝায়-
 - ক) মিতব্যয়ী মাত্রা
 - খ) মাত্রাতিরিক্ত ব্যয়
 - গ) মিতব্যয়ীতা
 - ঘ) সুবিধাজনক মাত্রাজনিত ব্যয়
- উৎপাদন বৃদ্ধির ফলে একক প্রতি উৎপাদন ব্যয় হ্রাসের ধারণাকে ----- বলে।
 - ক) মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচন বিরোধী ধারণা
 - খ) মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচ ধারণা
 - গ) মাত্রাতিরিক্ত ব্যয় সংকোচন ধারণা
 - ঘ) অমিতব্যয়ী ধারণা
- 'মাত্রাজনিত ব্যয় সংকোচন সর্বোত্তম উৎপাদন প্রক্রিয়ার মাত্রাকে নির্দেশ করে'- উক্তিটি কার?
 - ক) Fieldman & Reytolds
 - খ) Marshal
 - গ) Chase & Aquilano
 - ঘ) Krajewski & Malhotra
- উৎপাদন বা বিক্রয়ের পরিমাণ হ্রাস-বৃদ্ধির সাথে সাথে যে ব্যয়ের কোন পরিবর্তন হয় না তাকে বলে?
 - i. স্থায়ী ব্যয়
 - ii. অস্থায়ী ব্যয়
 - iii. অপরিবর্তনীয় ব্যয়

নিচের কোনটি সঠিক?

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

পাঠ-৩.৩ ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের গুরুত্ব (Importance of Small and Medium Enterprises)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজ সম্পর্কে সম্যক ধারণা পাবেন; এবং
- ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের গুরুত্ব বিশ্লেষণ করতে পারবেন।

	<p>ভূমি, আয়তন, মূল্য, মূলধন, আয়, কর্মসংস্থান, সম্পত্তি ইত্যাদি।</p>
--	---

ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজ ধারণা (Concept of Small and Medium Enterprise- SME)

ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজসমূহ হলো এমন ধরণের ব্যবসায় সংগঠনসমূহ যেখানে অল্প পুঁজি ও জনবল নিয়ে ব্যবসায় পরিচালিত হয়।

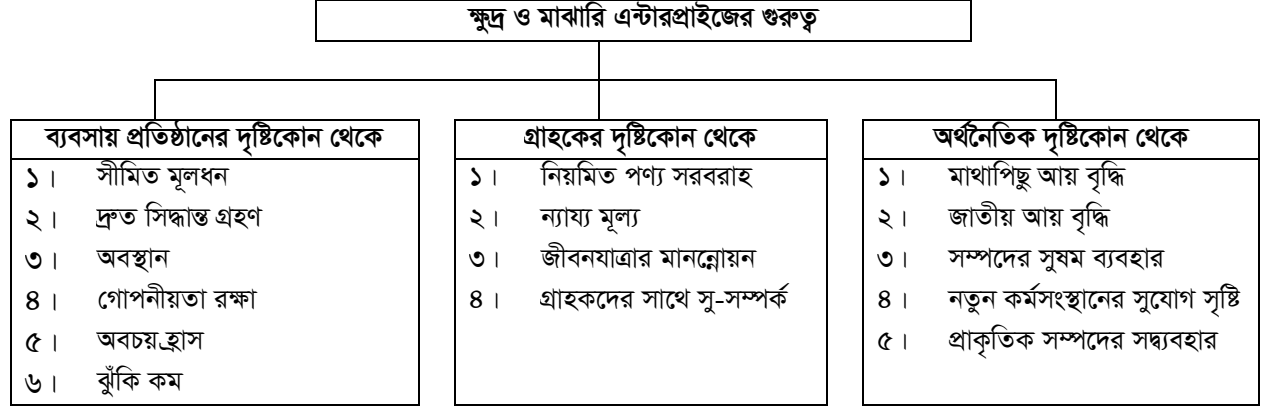
- **ক্ষুদ্র এন্টারপ্রাইজ (Small Enterprise):** ক্ষুদ্র এন্টারপ্রাইজ সম্পর্কে Stoner, Freeman & Gilbert বলেন "Small business refers to businesses locally owned and managed, often with very few employees working at a single location"¹। বাংলাদেশ প্রচলিত শিল্প আইন ২০১০ অনুযায়ী, যে উৎপাদনকারীর শিল্পে ভূমি, কারখানার দালান-কোঠা ছাড়া স্থায়ী সম্পত্তির মূল্য ৫০ লক্ষ থেকে ১০ কোটি টাকা অথবা শ্রমিক সংখ্যা ২৫ থেকে ৯৯ জনের মধ্যে থাকে তাকে ক্ষুদ্র শিল্প বা এন্টারপ্রাইজ বলে। অন্যদিকে সেবা খাতের ক্ষেত্রে জমি ও দালান-কোঠা ব্যতীত স্থায়ী সম্পত্তির মূল্য ৫ লক্ষ থেকে ১ কোটি টাকা এবং শ্রমিক সংখ্যা ১০ থেকে ২৫ জনের মধ্যে থাকে তাহলে এ ধরণের প্রতিষ্ঠানকে ক্ষুদ্র শিল্প বা এন্টারপ্রাইজ বলে। অর্থাৎ স্বল্প সংখ্যক কর্মী নিয়ে নির্দিষ্ট জায়গায় স্থানীয় মালিকানায় ও ব্যবস্থাপনায় গড়ে উঠে।
- **মাঝারি এন্টারপ্রাইজ (Medium Enterprise):** বাংলাদেশ ব্যাংকের তথ্য অনুযায়ী জমি ও দালান-কোঠার মূল্য বাদে স্থায়ী সম্পত্তির মূল্য ১০ কোটি থেকে ৩০ কোটি অথবা শ্রমিক সংখ্যা ৫১ জন থেকে ১৫০ জনের মধ্যে থাকলে তাকে মাঝারি শিল্প বা এন্টারপ্রাইজ বলে। Abdullah & Baker বলেন, "Medium-scale enterprise is a company with between 51 and 150 employees."

সাধারণত ক্ষুদ্র ও মাঝারি আকারের প্রতিষ্ঠানগুলো একক বা অংশীদার মালিকানার ভিত্তিতে গঠিত ও পরিচালিত হয়। এদের গঠন প্রক্রিয়া সহজ ও কম মূলধনের প্রয়োজন বলে স্বল্প সময়ে প্রতিষ্ঠা করা সম্ভব। এধরণের প্রতিষ্ঠান প্রতিষ্ঠা, পরিচালনা এবং নিয়ন্ত্রণ সহজ, ব্যয় কম ও সিদ্ধান্ত দ্রুততার সাথে নেওয়া যায় বলে মালিক ও কর্মকর্তা-কর্মচারীদের এমনকি ক্রেতাদের মধ্যেও সু-সম্পর্ক গড়ে ওঠে। ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের উৎপাদন মাত্রাও মাঝারী বা সীমিত বলে সহজেই পরিবর্তন আনা সম্ভব। এইসব প্রতিষ্ঠানের উৎপাদন ব্যয় বেশি হলেও উৎপাদনের পরিমাণ বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানের তুলনায় কম থাকে। এছাড়া অবস্থান বা আয়তনগত পরিবর্তন আনয়নও প্রয়োজন মাফিক করা যায়। এর ফলে নতুন কর্মসংস্থান ও অর্থনৈতিক উন্নয়নের সম্ভাবনার সৃষ্টি হয়। নিয়মিত পণ্য উৎপাদন, ন্যায্য মূল্যে পণ্য সরবরাহ নিশ্চিত করে। সীমিত মূলধনের উপযুক্ত ক্ষুদ্র ও মাঝারি, এন্টারপ্রাইজসমূহ দেশের সম্পদের সুষম ব্যবহার নিশ্চিত করে নতুন নতুন কর্মসংস্থানের সুযোগ সৃষ্টি করছে এবং জাতীয় আয় বৃদ্ধি করার মাধ্যমে দেশের উন্নয়নে অগ্রণী ভূমিকা পালন করছে।

¹ Stoner, J.A, Freeman, R.E., Gilbert, A.D. (1995), Management, Pearson Education India, p 682

ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের গুরুত্ব (Importance of Small and Medium Enterprise)

ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজগুলো বাংলাদেশের মত উন্নয়নশীল দেশের অর্থনীতির মূল চালিকাশক্তি, এর কারণ এখানে বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানের সংখ্যা কম। বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠান গড়ে তোলার জন্য অর্থনৈতিক ও অন্যান্য মূলধনের বিপুল পরিমাণ সংস্থান থাকা প্রয়োজন। এসবের অপ্রতুলতাই ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের জন্য জায়গা করে দেয়।



চিত্র ৩.২: ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের গুরুত্ব

ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের দৃষ্টিকোণ থেকে (From Business Enterprise's Point of View)

- সীমিত মূলধন (Limited Capital):** এ ধরনের শিল্প প্রতিষ্ঠান বা এন্টারপ্রাইজের জন্য খুব বেশি পরিমাণ মূলধনের প্রয়োজন হয়না। ফলে ক্ষুদ্র ও মাঝারি পুঁজিবিদরা খুব সহজেই এ ধরনের এন্টারপ্রাইজ গড়ে তুলতে পারেন।
- দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণ (Prompt Decision Making):** এ ধরনের এন্টারপ্রাইজের ক্ষেত্রে মালিকেরা নিজেরাই পরিচালক, ব্যবস্থাপক বা নীতি নির্ধারক হিসেবে থাকেন বলে দ্রুত ও স্বল্পতম সময়ে প্রয়োজনীয় সিদ্ধান্ত নিতে পারেন।
- অবস্থান (Placement/Localization):** ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের মূল উদ্দেশ্যই হল স্থানীয় জনসাধারণের চাহিদা পূরণার্থে কাজ করা। এরূপ ব্যবসায় স্থানীয় চাহিদা সনাক্তকরণ ও স্বল্প বিনিয়োগের মাধ্যমে সীমিত পরিসরে তা পূরণের চেষ্টা করে থাকে।
- গোপনীয়তা রক্ষা (Secrecy):** ব্যবসায়ের মালিকেরাই পরিচালক বা ব্যবস্থাপনার দায়িত্বে থাকেন বলে ব্যবসায় সংক্রান্ত গোপনীয় ও গুরুত্বপূর্ণ তথ্য তারা ব্যতীত অন্য কারও পক্ষে জানা সম্ভব নয়।
- অপচয় হ্রাস (Reducing Wastage):** প্রয়োজন মাফিক উৎপাদন হয় বলে অতিরিক্ত উৎপাদনের বা ব্যয়ের ঘটনা ঘটে না এবং অপচয় হ্রাস করা সম্ভব হয়।
- ঝুঁকি কম (Low Risk):** যেহেতু ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের ক্ষেত্রে ও কর্মপ্রক্রিয়া অনেকটা নমনীয়। সেহেতু চাহিদা হ্রাস পেলে উৎপাদন কমিয়ে এনে অন্যত্র বিনিয়োগ করার সুযোগ থাকে বলে ঝুঁকির পরিমাণও কম হয়।


গ্রাহকের দৃষ্টিকোণ থেকে (From Consumer's Point of View)

- নিয়মিত পণ্য সরবরাহ (Regular Supply of Products):** এধরনের ব্যবসায় মালিক-শ্রমিক ও ভোক্তাদের মধ্যে প্রত্যক্ষ সম্পর্ক বিদ্যমান থাকায় চাহিদা নিরূপণ, উৎপাদন ও সরবরাহ নিয়মিত আকার ধারণ করে।
- ন্যায্য মূল্য (Fair Price):** বাজারে অবস্থান ধরে রাখার জন্য এবং প্রতিযোগিতায় টিকে থাকার জন্য ও সর্বোপরি ক্রেতার চাহিদা পূরণের সাথে সাথে দীর্ঘমেয়াদে ব্যবসায় চালিয়ে যাওয়ার লক্ষ্যে ব্যবসায়ীগণ ন্যায্য মূল্যে পণ্য বিক্রয় করে থাকেন।

৩. **জীবন যাত্রার মান উন্নয়ন (Increase Standard of Living):** এধরনের এন্টারপ্রাইজের মাধ্যমে কর্মসংস্থানের পাশাপাশি ন্যায্যমূল্যে গুণগতমান সম্পন্ন পণ্য ও সেবা উৎপাদিত হয় বলে তা জীবনযাত্রার মনোন্নয়নের ক্ষেত্রেও বিশেষ ভূমিকা পালন করে।
৪. **গ্রাহকদের সাথে সু-সম্পর্ক (Good Relationship with consumers):** ভোক্তাদের সাথে সুসম্পর্ক বজায় রাখার সম্ভাব্যতা ব্যবসায়ের আকার সীমিত হওয়ার কারণে বৃদ্ধি পায়। প্রতিযোগিতামূলক বাজারে ভোক্তার সাথে সুসম্পর্ক টিকে থাকার লড়াই সাফল্য লাভের জন্য অত্যন্ত প্রয়োজনীয়।

অর্থনৈতিক দৃষ্টিকোণ থেকে (From Economic Point of View)

১. **মাথাপিছু আয় বৃদ্ধি (Increases Per capita Income):** দেশের মাথাপিছু আয় বৃদ্ধিতে ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজ সহায়ক ভূমিকা পালন করে। উদ্যোক্তাগণ যেমন একদিকে নিজের আয়ের পথ সুগম করেন, অন্যদিকে কর্মসংস্থানের মাধ্যমে কর্মীদেরও আয়ের পথ সৃষ্টি হয়।
২. **জাতীয় আয় বৃদ্ধি (Increases National Income):** কর্মসংস্থান বৃদ্ধি ও মাথাপিছু আয় বৃদ্ধির সুযোগ বাড়ার সাথে সাথে মানুষের জীবন যাত্রার মানও ধনাত্মকভাবে প্রভাবিত হয়। এর ফলে সঞ্চয়ের সাথে সাথে বিনিয়োগ ও বিভিন্ন ব্যয়ের হারও বৃদ্ধি পায় যার ফলস্বরূপ জাতীয় আয়ও বৃদ্ধি পায়।
৩. **সম্পদের সুষম ব্যবহার (Balanced Use of Resources):** ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের ক্ষেত্রে সম্পদ কতিপয় ব্যক্তির হাতে কেন্দ্রীভূত থাকে না। ব্যবসায়ের প্রসারের সাথে সাথে তা প্রচুর সংখ্যক মানুষের মাঝে ছড়িয়ে পড়ে। এইরূপ এন্টারপ্রাইজের সহায়তায় সম্পদের সুষম ব্যবহার সম্ভব হয়।
৪. **কর্মসংস্থানের সুযোগ সৃষ্টি (Creation of Employment Opportunities):** দেশের বেকার সমস্যা নিরসনে এরূপ এন্টারপ্রাইজের গুরুত্ব অপরিসীম। আত্মকর্মসংস্থানের উপায় হিসেবে দেশের বেকার জনগোষ্ঠী ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজ গড়ে তোলে।
৫. **প্রাকৃতিক সম্পদের সদ্ব্যবহার (Proper Utilization of Natural Resources):** অধিকাংশ ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজ স্থানীয় সম্পদের উপর নির্ভরশীল হয়ে থাকে। ফলে দেশজ প্রাকৃতিক সম্পদের সুষ্ঠু সদ্ব্যবহারও নিশ্চিত করা যায়।

 অ্যাকটিভিটি (নিজে করি) শিক্ষার্থীর কাজ	মতিন একজন ক্ষুদ্র ব্যবসায়ী, তিনি বাঁশ ও বেত দিয়ে বিভিন্ন সামগ্রী প্রস্তুত করে বাজারে বিক্রি করেন। মতিন কিভাবে দেশের অর্থনীতিতে অবদান রাখছেন?
---	--

সারসংক্ষেপ

<ul style="list-style-type: none"> • ক্ষুদ্র ও মাঝারি প্রতিষ্ঠানগুলো একক বা অংশীদারি মালিকানার ভিত্তিতে গঠিত; • সহজ গঠন প্রক্রিয়া ও স্বল্প মূলধন প্রয়োজন হয় বলে কম সময়ে সীমিত পরিসরে গঠিত হয়; এবং • নমনীয়তা ও দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণের সুযোগ থাকে বলে সহজেই অনেক সুবিধা গ্রহণ করা যায়।

পাঠ্যের মূল্যায়ন-৩.৩

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

১। মাঝারি এন্টারপ্রাইজের কর্মী সংখ্যা-

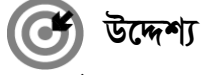
ক) ৫১ থেকে ১৫০ জন

খ) ৫০ থেকে ১৫২ জন

গ) ১০ থেকে ২৫ জন

ঘ) ১ থেকে ১০০ জন


পাঠ-৩.৪ ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের সুবিধা ও অসুবিধা (Advantages and Disadvantages of Small and Medium Enterprise)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের সুবিধাগুলো জানতে পারবেন; এবং
- ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের অসুবিধাগুলো বুঝতে পারবেন।

 মূল্য শব্দ (Keywords)	মূলধন, সিদ্ধান্ত গ্রহণ, খরচ, কর্মসংস্থান, ব্যবস্থাপনা, চাহিদা ইত্যাদি।
---	--



ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের সুবিধা (Advantages of Small and Medium Enterprise)

অন্যান্য শিল্পের তুলনায় ক্ষুদ্র ও মাঝারী শিল্প প্রতিষ্ঠানের ক্ষেত্রে কিছু বিশেষ সুবিধা পরিলক্ষিত হয়। সুবিধাগুলো নিচে আলোচনা করা হলো-

১. **ব্যক্তিগত তত্ত্বাবধান (Private Supervision):** ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের উৎপাদন ক্ষেত্রে স্বল্প পরিসর হওয়ায় সংগঠকগণ সরাসরি শ্রমিকদের কাজ তদারক করতে পারেন, ফলে সংগঠক ব্যবস্থাপনার দক্ষতাকে ব্যবহার করে শ্রমিকদের নির্দেশনা দেয় এবং উৎপাদনের ক্ষেত্রে উৎকর্ষতা বৃদ্ধি পায়।
২. **দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণ (Prompt Decision):** এ ধরনের প্রতিষ্ঠানের ক্ষেত্রে মালিকগণই ব্যবস্থাপক, পরিচালক এবং নীতি নির্ধারক হন বলে তারা যেকোনো সময়, প্রয়োজনীয় সিদ্ধান্ত দ্রুততার সাথে গ্রহণ করতে পারেন।
৩. **স্বল্প বিজ্ঞাপন খরচ (Low Advertisement Cost):** ক্ষুদ্র ও মাঝারি উৎপাদন ব্যবস্থায় সাধারণত স্থানীয় ক্রেতাদের চাহিদা অনুযায়ী দ্রব্য সামগ্রী উৎপাদন করে থাকে। ফলে ক্রেতাদের পণ্য সম্পর্কে অবগতি বা তাদেরকে আকৃষ্ট করার জন্য খুব বেশি প্রচার অভিযানের প্রয়োজন হয় না।
৪. **সহজ গঠন (Easy Formation):** ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজের আরেকটি সুবিধা হচ্ছে এটি সহজে গঠন করা যায়। এক্ষেত্রে বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানের মতো আইনগত তেমন কোন আনুষ্ঠানিকতা পালন করতে হয় না এ কারণে অনেকেই এ ধরনের প্রতিষ্ঠান গড়ে তুলতে আগ্রহী হয়।
৫. **সীমিত মূলধন (Limited Capital):** এ ধরনের শিল্প প্রতিষ্ঠানের জন্য সীমিত পরিমাণ মূলধনের প্রয়োজন হয় বলে ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজ খুব সহজেই গড়ে তোলা সম্ভব হয়।
৬. **ভোক্তাদের সাথে সম্পর্ক (Relation With Consumers):** ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজের পক্ষে ভোক্তাদের সাথে সম্পর্ক বজায় রাখা সম্ভব হয়। বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক পরিবেশে সাফল্য লাভের জন্য এটি খুবই প্রয়োজন। বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানের পক্ষে এ সম্পর্ক ধরে রাখা কঠিন হয়ে পড়ে।
৭. **অপচয় হ্রাস (Reduce Wastage):** ক্ষুদ্র ও মাঝারী প্রতিষ্ঠানে বেশিরভাগ ক্ষেত্রে মালিক নিজেই দেখাশোনা করেন। এছাড়া আয়তন ছোট বলে মালিকের পক্ষে সরাসরি সবকিছু নিয়ন্ত্রণ করা সম্ভব হয়। এতে অপচয় হ্রাস পায়, যা ব্যয় হ্রাস করে উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি করে।
৮. **নতুন কর্মসংস্থান সৃষ্টি (Create Employment Opportunity):** কর্মসংস্থান সৃষ্টির ক্ষেত্রে ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজ সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। স্বল্প মূলধন ও সহজ গঠন বলে দরিদ্র উদ্যোক্তারাও ছোট আকারে এ ধরনের প্রতিষ্ঠান গড়ে তুলতে পারে। বেকার তরফনরা কোন না কোন ক্ষেত্রে এ ধরনের প্রতিষ্ঠান গড়ে জীবন ধারণের চেষ্টা করে।

৯. **নমনীয়তা (Flexibility):** উৎপাদন ক্ষেত্রে সফলতা অর্জনের একটি অন্যতম পূর্বশর্ত নমনীয়তা বা পরিস্থিতির সাথে খাপ খাওয়ানোর যোগ্যতা। ক্ষুদ্র ও মাঝারি প্রতিষ্ঠানগুলো দ্রুত পরিবর্তিত পরিস্থিতির সাথে খাপ খাওয়াতে পারে যার ফলে প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা অর্জন করা সম্ভব হয়।
১০. **গোপনীয়তা রক্ষা (Maintaining Secrecy):** ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজে অনেক ক্ষেত্রে মালিক নিজেই তত্ত্বাবধান করে। এত গোপনীয়তা রক্ষা করা সম্ভব হয়। আর গোপনীয়তা অনেক ক্ষেত্রে ব্যবসায়ের সফলতার চাবিকাঠি। বৃহদায়তন ব্যবসায়ে গোপনীয়তা রক্ষা অনেক ক্ষেত্রেই সম্ভব হয় না।
১১. **কর রেয়াত (Tax Rebates):** এ ধরনের এন্টারপ্রাইজের ক্ষেত্রে ব্যবসায় ও মালিক প্রায়শ অভিন্ন সত্তা হন বলে ব্যবসায়কে পৃথকভাবে কর প্রদান করতে হয় না।

অতএব পরিশেষে বলা যায় যে, ছোট আয়তনের হওয়ায় ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের মালিকগণ ব্যক্তিগত তত্ত্বাবধান করতে পারেন, দ্রুততার সাথে সমন্বয়যোগী সিদ্ধান্ত গ্রহণ করে ব্যবসায়ের প্রসার ও প্রচার ঘটাতে পারেন। মালিক নিজেই ব্যবস্থাপনার দায়িত্বে থাকেন বিধায় গোপনীয়তা রক্ষা করে ব্যবসায় পরিচালনা করা যায়, ফলে ব্যয় হ্রাসের সাথে সাথে সীমিত মূলধনের উপযুক্ত ব্যবহার নিশ্চিত করা যায়। সরকারের নিয়ম মেনে ব্যবসায় প্রতিষ্ঠা ও পরিচালনা করলে প্রথম কয়েক বছর কর মওকুফ ও পরবর্তীতে রেয়াত পাওয়া যায়। ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজ মালিকের ইচ্ছাধীন বলে সম্প্রসারণ, পরিবর্তন এমনকি বিলোপসাধন করাও খুব কঠিন নয়।

ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের অসুবিধা (Disadvantages of Small and Medium Enterprise)


ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজ শিল্পের উৎপত্তির সময় থেকে টিকে থাকলেও বিভিন্ন সময় ও কারণে একে নানাবিধ সমস্যায় পড়তে হয়। নিচে অসুবিধাগুলো আলোচনা করা হলো:

১. **অধিক উৎপাদন ব্যয় (High Production Cost):** ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজের অন্যতম প্রধান অসুবিধা হচ্ছে অধিক উৎপাদন ব্যয়। মূলধনের অভাবে দক্ষ শ্রমিক, আধুনিক যন্ত্রপাতি, উন্নত প্রযুক্তি ব্যবহার করা যায় না। এছাড়া শ্রমবিভাগ করা হয় না বলে শ্রমিকদের উৎপাদনশীলতা কমে যায়। আবার, কাঁচামাল অল্প পরিমাণে কেনা হয় বলে খরচ বেশি পড়ে। এসব কারণে এক্ষেত্রে উৎপাদন ব্যয় বেড়ে যায়।
২. **মূলধনের অপ্রতুলতা (Lack of Sufficient Capital):** পর্যাপ্ত মূলধনের অভাব ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজের অগ্রগতিকে ব্যহত করে। ব্যাংক, বিমা ও ঋণদানকারি প্রতিষ্ঠানগুলো এদেরকে সহজ শর্তে পর্যাপ্ত ঋণ দিতে উৎসাহ দেখায় না। ফলে মূলধনের অভাবে প্রতিষ্ঠানের কার্যক্রম সঠিকভাবে পরিচালনা করা যায় না।
৩. **আধুনিকীকরণ প্রতিবন্ধকতা (Problem of Modernization):** ক্ষুদ্র ও মাঝারী শিল্পে সাধারণত দেশি ও নিম্নমানের যন্ত্রপাতি ও প্রযুক্তি ব্যবহৃত হয়। আধুনিক যন্ত্রপাতি ও প্রযুক্তি যথেষ্ট ব্যয়বহুল হওয়ায় আর্থিক সংকটের কারণে অনেক ক্ষেত্রেই আধুনিকীকরণ সম্ভব হয় না। এছাড়া কারিগরি জ্ঞানের অভাবে অনেক সময় মালিকও এতে উৎসাহ দেখায় না।
৪. **গবেষণার অভাব (Lack of Research):** নতুন উৎপাদন পদ্ধতি উন্নয়ন, পণ্যের মান উন্নয়ন, নতুন পণ্য উদ্ভাবন বা ব্যয় সাশ্রয়ী প্রযুক্তি উদ্ভাবনের জন্য গবেষণা করা প্রয়োজন। অর্থ ও বিশেষজ্ঞের অভাবে ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজ এ ধরনের গবেষণা কার্যক্রম চালাতে পারে না। এতে প্রতিষ্ঠান প্রতিযোগিতায় পিছিয়ে পড়ে।
৫. **ঋণ সংগ্রহের অসুবিধা (Difficulty in Getting Loans):** ক্ষুদ্র ও মাঝারি আকৃতির প্রতিষ্ঠানের স্থায়ীত্ব, সুনাম এবং পর্যাপ্ত বন্ধকী সম্পদের অভাবে ব্যাংক ও অন্যান্য ঋণদান সংস্থা সহজ শর্তে প্রয়োজনীয় ঋণ দিতে রাজী থাকে না। ফলে পর্যাপ্ত ঋণ সুবিধার অভাবে ক্ষুদ্র ও মাঝারি আকৃতির এন্টারপ্রাইজের প্রসার ঘটে না।
৬. **চাহিদা পূরণে অক্ষম (Incapable of Demand Fulfillment):** বর্ধিত চাহিদা পূরণে সীমাবদ্ধতা ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের একটি সমস্যা। বাজারে ব্যাপক চাহিদা থাকার পরেও ক্ষুদ্র ও মাঝারী প্রতিষ্ঠান তা পূরণ

করতে পারে না। আবার, এসব প্রতিষ্ঠানের উৎপাদিত পণ্যের চাহিদা বেড়ে গেলে উৎপাদন ক্ষমতার সীমাবদ্ধতার কারণে বর্ধিত চাহিদা পূরণ করা সম্ভব হয় না।

৭. **দক্ষ ব্যবস্থাপনার অভাব (Lack of Efficient Management):** দক্ষ ও অভিজ্ঞ ব্যবস্থাপনার জন্য এন্টারপ্রাইজগুলোকে উচ্চ হারে ব্যবস্থাপনা বাবদ খরচ প্রদান করতে হয়। ক্ষুদ্র ও মাঝারী প্রতিষ্ঠানের পক্ষে অনেক সময়ই উচ্চ বেতন ভাতা প্রদান করা সম্ভব হয় না তাই ব্যবস্থাপকের প্রতিষ্ঠান পরিচালনা বাধাগ্রস্ত হয়।
৮. **প্রশিক্ষণের অভাব (Lack of Training):** কর্মীদের দক্ষতা বৃদ্ধির জন্য প্রশিক্ষণের কোন বিকল্প নেই। তদুপরি আধুনিক যন্ত্রপাতি ও প্রযুক্তি ব্যবহার করে ব্যয় হ্রাস করতে হলে কর্মীদের যথাযথ প্রশিক্ষণ দিতে হয়। কিন্তু ক্ষুদ্র ও মাঝারী প্রতিষ্ঠানে কর্মীদের প্রশিক্ষণ দানের ব্যবস্থা থাকে না।
৯. **অসম প্রতিযোগিতা (Unequal Competition):** পণ্য বাজারজাতকরণ করতে গিয়ে ক্ষুদ্র ও মাঝারী প্রতিষ্ঠানকে বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানের সাথে প্রতিযোগিতা করতে হয়। যেহেতু বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠান আর্থিকভাবে সচ্ছল, বিভিন্নভাবে ব্যয় কমাতে পারে। তাই ক্ষুদ্র ও মাঝারী প্রতিষ্ঠানগুলো অনেক ক্ষেত্রেই বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানের সাথে অসম প্রতিযোগিতায় টিকতে পারে না।
১০. **সরকারি বা অন্যান্য সহায়তার অভাব (Lack of Government or Other Assistance):** যেহেতু সীমিত পরিসরে এধরনের এন্টারপ্রাইজগুলো কাজ করে থাকে এবং তাদের ব্যক্তিক সত্তা ও ঋণ পরিশোধের সীমাবদ্ধতার জন্য সরকার ও অন্যান্য প্রতিষ্ঠান এদের আর্থিক বা অন্যান্য সহায়তা প্রায়শ প্রদানে অপারগতা প্রকাশ করে।
১১. **সমন্বয়ের অভাব (Lack of Coordination):** দক্ষ ব্যবস্থাপনা ও দূরদর্শী পরিকল্পনার অভাবে অনেক সময় ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজগুলো কার্য ও পরিকল্পনার সমন্বয় ঠিকভাবে করতে পারে না।
১২. **অদূরদর্শিতা (Lack of Farsightedness):** দূরদর্শিতা একটি অতীব গুরুত্বপূর্ণ বৈশিষ্ট্য। কিন্তু ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজগুলো স্বল্প মূলধনে ব্যবসায় আরম্ভ করা যায় বলে প্রায়শ সূচিস্তিত পরিকল্পনা ব্যতিরেকে বিভিন্ন প্রকল্প গুরু করে যা মাঝপথে থেমে যায়।

পরিশেষে বলা যায় যে, যদিও ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজ গড়ে তোলা সহজ ও অনেকেংশে সুবিধাজনক, তদুপরি এর বিভিন্ন অসুবিধা বা প্রতিকূলতা বিদ্যমান। সাধারণত একক মালিক বা অংশীদার কর্তৃক গঠিত, পরিচালিত ও নিয়ন্ত্রিত হয় বলে ব্যক্তিগত সামর্থ্য, মূলধনের সরবরাহ ক্ষমতা ও অর্থনৈতিক বা ঋণ সহায়তা সংগ্রহের সুযোগ সবই সীমিত বলে এ ধরনের প্রতিষ্ঠানকে বিভিন্ন সময় জটিলতা ভোগ করতে হয়। অনেক সময় মালিকের ব্যক্তিগত আচরণ ও অদক্ষতাও এন্টারপ্রাইজের প্রসারে বাধা হয়ে দাঁড়ায়। সঠিক সময়ে প্রয়োজনীয় সিদ্ধান্ত নিতে না পারা ও প্রশিক্ষণের অভাব থাকলে ব্যবসায় সঠিকভাবে পরিচালনা করা কঠিন হয়। বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ ও অন্যান্য ক্ষুদ্র ও মাঝারী প্রতিষ্ঠানের সাথে তীব্র প্রতিযোগিতায় টিকে থাকা খুবই কঠিন হয়ে পড়ে যদি মালিক বা ব্যবস্থাপক অদক্ষ হন, ব্যয় নিয়ন্ত্রণ ও অন্যান্য অভিজ্ঞতার অভাব থাকে।

 অ্যাকাটিভিটি (নিজে করি) শিক্ষার্থীর কাজ	বাংলাদেশের ৩টি ক্ষুদ্র ও ৩টি মাঝারী ধরনের এন্টারপ্রাইজ চিহ্নিত করে এদের সুবিধা ও অসুবিধাগুলো লিপিবদ্ধ করুন।
--	---

সারসংক্ষেপ

- গঠন প্রণালী সহজ ও স্বল্প মূলধনের ভিত্তিতে গঠিত হওয়ার সুবিধা বিদ্যমান বলে ক্ষুদ্র ও মাঝারী আয়তনের এন্টারপ্রাইজের প্রসার দিন দিন বাড়ছে। যদিও ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজের ক্ষেত্রে দক্ষতার অভাব ও সীমাবদ্ধ কার্যক্ষেত্রের বিষয়টি পরিলক্ষিত হয় তারপরও নানাবিধ অসুবিধাকে অতিক্রম করে এধরনের এন্টারপ্রাইজ দেশের অর্থনীতিতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখছে।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৩.৪

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

- ১। পরিসর বা আয়তন ছোট বলে ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের মালিকগণ-

ক) দ্রুত সিদ্ধান্ত নিতে পারেন	খ) ব্যক্তিগত তত্ত্বাবধায়ন করতে পারেন
গ) সময়োপযোগী সিদ্ধান্ত নিতে পারেন	ঘ) সবগুলোই
- ২। ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের বিলোপসাধন-

ক) খুবই কঠিন	খ) খুব কঠিন নয়
গ) অসম্ভব	ঘ) কর্মীদের ইচ্ছাধীন
- ৩। সঠিক সময়ে সঠিক সিদ্ধান্ত না নিতে পারা এক ধরনের ----- পরিচায়ক।

ক) দক্ষতা	খ) ব্যবস্থাপনা
গ) অদক্ষতা	ঘ) অংশীদারি
- ৪। যদি মালিক বা ব্যবস্থাপক অদক্ষ হন তাহলে
 - i. প্রতিযোগিতায় টিকে থাকা কঠিন হয়
 - ii. ব্যয় নিয়ন্ত্রণে সমস্যা তৈরি হয়
 - iii. তীব্র প্রতিযোগিতায় টিকে থাকা কঠিন হয়
 নিচের কোনটি সঠিক?

ক) i ও iii	খ) ii ও iii
গ) i ও ii	ঘ) i, ii ও iii

পাঠ-৩.৫ বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের গুরুত্ব (Importance of Large Scale Enterprise)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ সম্পর্কে ধারণা করতে পারবেন;
- বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ কেন গুরুত্বপূর্ণ তা অনুধাবন করতে পারবেন; এবং
- সামাজিক ও অর্থনৈতিক উন্নয়নে এর ভূমিকা বুঝতে পারবেন।

	<p>মূখ্য শব্দ (Keywords)</p>
	<p>বৃহদায়ন শিল্প, মূলধন, কর্মসংস্থান, প্রতিযোগিতা, জাতীয় আয় ইত্যাদি।</p>



বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের ধারণা (Concept of Large Scale Enterprise)

বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজগুলোতে মূলধনের পরিমাণ অধিক এবং সাধারণ আইনের মাধ্যমে গঠিত ও পরিচালিত হয়। বাংলাদেশে বহাল শিল্পনীতি ২০১০ অনুযায়ী উৎপাদনমুখী বৃহৎ শিল্প (Large Industry) বলতে সেই সব প্রতিষ্ঠানকে বুঝায় যে সব প্রতিষ্ঠানে জমি ও কারখানা ভবন ব্যতীত স্থায়ী সম্পদের মূল্য প্রতিষ্ঠানের ব্যয়সহ ৩০ কোটি টাকার অধিক কিংবা যেসব শিল্প প্রতিষ্ঠানে ২৫০ জনের অধিক শ্রমিক নিয়োজিত রয়েছে। অন্যদিকে সেবামূলক প্রতিষ্ঠানের ক্ষেত্রে বৃহৎ এন্টারপ্রাইজ বলতে সেসব প্রতিষ্ঠানকে বুঝায় যার জমি ও কারখানা ভবন ছাড়া স্থায়ী সম্পদের মূল্য প্রতিস্থাপনের ব্যয়সহ ১৫ কোটি টাকার অধিক কিংবা যে এন্টারপ্রাইজে ১০০ জনের অধিক কর্মী রয়েছে। বাণিজ্যিক প্রতিষ্ঠান সমূহ এক্ষেত্রে শিল্পের অন্তর্ভুক্ত হয়ে থাকে।

বাংলাদেশের বিভিন্ন মোবাইল সংযোগ সেবা প্রদানকারী প্রতিষ্ঠান যেমন- রবি, গ্রামীণফোন, বাংলালিংক, এয়ারটেল ও টেলিটক বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ। এছাড়াও যমুনা গ্রুপ, বসুন্ধরা গ্রুপ, বাংলাদেশ সড়ক পরিবহণ সংস্থা (BRTC), আকিজ গ্রুপ, বাংলাদেশ পেট্রোলিয়াম কর্পোরেশন (BPC), স্কয়ার গ্রুপ, বেক্সিমকো গ্রুপ, ইউনিলিভার, বাটা, ইনসেপ্টা ইত্যাদি বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ।

বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজগুলো ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজগুলোর তুলনায় বেশি মূলধন সংগ্রহ করতে পারে বলে এদের উৎপাদন মাত্রা ব্যাপক হয়। এরফলে সাফল্যও বেশি হয়। বিনিয়োগ, আধুনিক যন্ত্রপাতি, অভিজ্ঞ শ্রমিক কর্মকর্তা ও অন্যান্য উপকরণের সমাহার বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজকে শক্তিশালী করে তোলে। উৎপাদন মাত্রা অধিক বলে একক উৎপাদন অনুপাত সন্তোষজনক হয়। অধিক পরিমাণ উৎপাদন হয় বলে প্রান্তিক উপযোগ একক ব্যয় (Marginal Utility Cost) কমে যাওয়ায় বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের আয়ের মাত্রাও বেড়ে যায়। এর ফলশ্রুতিতে ক্রেতার ন্যায্য মূল্য গুণগতমান সম্পন্ন পণ্য ক্রয়ের সুযোগ পায়। ক্রেতাদের আস্থা অর্জন করা গেলে প্রতিষ্ঠান অন্যান্য দিকে মনোযোগ দিতে পারে, যেমন- গবেষণা, জাতীয় সম্পদের সুষ্ঠু ব্যবহার, সামাজিক উন্নয়ন, বেকার সমস্যা নিরসন ইত্যাদি।

বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের বিভিন্ন বৈশিষ্ট্যের মধ্যে গুরুত্বপূর্ণ বৈশিষ্ট্যগুলো নিম্নে আলাচিত হল-

১. মূলধন সহজেই সংগ্রহ করা যায় বলে বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ সহজেই অনেক বড় প্রকল্প গ্রহণে সমর্থ। বস্তুত বিনিয়োগকারীরা বড় বড় প্রতিষ্ঠানের প্রতি বেশি আগ্রহী থাকে বলেই এই সুবিধা পাওয়া যায়।
২. বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজগুলোর উৎপাদন হার বেশি বলে এদের আনুষঙ্গিক ও স্থায়ী ব্যয়ে মিতব্যয়িতা অর্জন সহজ হয়।
৩. এধরনের প্রতিষ্ঠানে দক্ষ কর্মীর সমাবেশ ঘটে বিধায় নিখুঁত শ্রম বিভাজন ও কর্তব্য বণ্টন করা হয়ে থাকে।

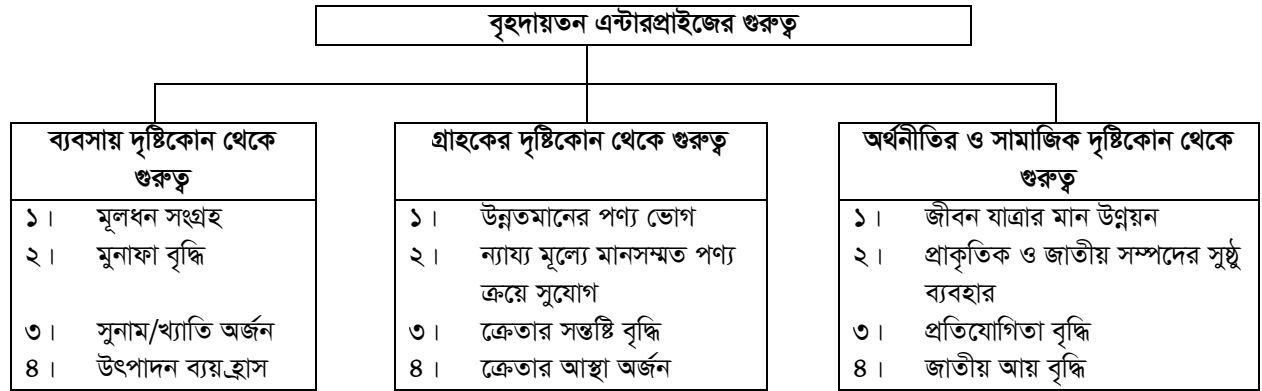
৪. এ ধরনের প্রতিষ্ঠানকে তার বিভিন্ন বিভাগের সমন্বয়ে নানামুখী ব্যবস্থাপনা যথা- শ্রমিক, যন্ত্রপাতি, পরিবহন, ব্যয় ইত্যাদি) কার্য সমাধা করতে হয় বলে এর ব্যবস্থাপনা প্রক্রিয়া প্রায়শ কার্য-ভারাক্রান্ত হয়ে পড়ে।
৫. প্রতিষ্ঠানের প্রতিটি সিদ্ধান্ত বিভাগীয়ভাবে গৃহীত হয় বলে প্রায়ই নমনীয়তার অভাব সৃষ্টি হয়।

এছাড়াও ক্রেতাদের সাথে মালিকদের ব্যক্তিক যোগাযোগের অভাব ও কর্মজন্মের পরিধি বিস্তৃত হয় বলে মালিক-ক্রেতা ও মালিক-শ্রমিক এর মধ্যে আস্থা ও নির্ভরশীলতা কম হয়।

বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের গুরুত্ব (Importance of Large Scale Enterprise)

শিক্ষার প্রসারসহ নিত্যনতুন প্রযুক্তিগত উন্নয়ন ও পণ্য ও সেবা উৎপাদনে ক্রমশ উৎকর্ষতা ঘটানোর কারণে বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের প্রসার বাড়ছে। উদ্যোক্তা, ব্যবসায়ী, গ্রাহক এবং সর্বোপরি সমাজে বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের গুরুত্ব বৃদ্ধি পাচ্ছে। বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ বা উৎপাদন প্রতিষ্ঠান ব্যবসায়ীর জন্য যেমন গুরুত্বপূর্ণ, তেমনি দেশের অর্থনীতির জন্যও অত্যন্ত কার্যকর ও উন্নয়ন সহায়ক। নিম্নে এর গুরুত্ব আলোচিত হল-

নিম্নে বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের গুরুত্ব চিত্রের মাধ্যমে দেখান হল-



চিত্র ৩.৩: বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের গুরুত্ব

ব্যবসায় দৃষ্টিকোণ থেকে গুরুত্ব (From Business Point of View)

১. **মূলধন সংগ্রহ (Collection of Capital):** বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ সহজে প্রয়োজনীয় মূলধন সংগ্রহ করতে পারে কারণ বিনিয়োগকারীরা বড় প্রতিষ্ঠানের প্রতি বেশি আগ্রহ দেখায়। এছাড়া ব্যাংক, বিমা ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানগুলো বড় প্রতিষ্ঠানকে সহজে ঋণ দেয়। অনেক সময় বড় প্রতিষ্ঠান কম সুদেও ঋণ নিতে পারে।
২. **মুনাফা বৃদ্ধি (Increased Profit):** বিপুল পরিমাণে বিনিয়োগ ও কর্মজন্মের সুপরিমিত সমাবেশ ঘটে বলে মুনাফাও বেশি অর্জিত হয়।
৩. **সুনাম অর্জন (Goodwill):** বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজগুলোর ব্যাপ্তি, পণ্য মান ও সেবা প্রদানের গতি দ্রুত হয় এবং গবেষণার ব্যাপক সুযোগ থাকে। পণ্যমূল্য ক্রেতার আয়ত্রে থাকে বলে সুনাম দ্রুত ছড়িয়ে পড়ে।
৪. **উৎপাদন ব্যয় ব্যয় (Reduces Production Cost):** বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজে সাধারণত যন্ত্রপাতি অব্যবহৃত থাকে না। এতে যন্ত্রপাতির পূর্ণ ক্ষমতা ব্যবহার করা যায়। ফলে ব্যয় হ্রাস পায়।
৫. **গবেষণা ও উন্নয়ন (Research and Development):** ব্যয় সাশ্রয়ী পদ্ধতি উন্নয়ন, পণ্যের মান উন্নয়ন, নতুন পণ্য উদ্ভাবন প্রভৃতির জন্য গবেষণা প্রয়োজন। বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠান গবেষণা পরিচালনা করার মাধ্যমে গবেষণার সুফল ভোগ করে।


গ্রাহকের দৃষ্টিকোণ থেকে গুরুত্ব (From Consumer Point of View)

- উন্নতমানের পণ্য (Improved Product Quality):** উন্নতমানের পণ্য উৎপাদনে বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠান মান নিয়ন্ত্রণে আধুনিক যন্ত্রপাতি ও প্রযুক্তি ব্যবহার করতে পারে বলে মান সম্পন্ন পণ্য উৎপন্ন হয় আবার, বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠান গবেষণার মাধ্যমে উন্নত মানের পণ্য উদ্ভাবন বা পণ্যের মান উন্নয়ন করে থাকে।
- ক্রেতার আস্থা (Customers' Trust):** কাজিত মূল্যে মানসম্মত পণ্য ও সেবা পাওয়া যায় এবং নিত্য-নতুন পণ্যের মাধ্যমে ক্রেতার চাহিদা দ্রুত পূরণ হয় বলে ক্রেতারা এ ধরনের ব্যবসায়ের উপর আস্থা স্থাপন করে।
- ক্রেতার সন্তুষ্টি বৃদ্ধি (Increased Customer Satisfaction):** উন্নত যন্ত্রপাতি ও কাঁচামাল এবং দক্ষ কর্মীদের সমন্বয়ে ভাল মানের দ্রব্য, নিয়মিতভাবে সুবিধাজনক স্থানে ও মূল্যে প্রাপ্যতা নিশ্চিত হয় বলে ক্রেতাদের সন্তুষ্টিও ক্রমশ বৃদ্ধি পায়।
- ন্যায্য মূল্যে মানসম্মত পণ্য ক্রয়ের সুযোগ (Opportunity for Purchasing Quality Products in Affordable Price):** বৃহৎ পরিসরে উৎপাদন কার্য হয় তাই প্রান্তীয় উপযোগ ব্যয় (Marginal Utility Cost) অর্জিত হয়, ফলে ন্যায্যমূল্যে মানসম্মত পণ্য ক্রেতাদের ক্রয়ের সুযোগ সৃষ্টি হয়।

অর্থনীতির ও সামাজিক দৃষ্টিকোণ থেকে গুরুত্ব (From Economic Point of View)

- জীবন যাত্রার মান উন্নয়ন (Develop Standard of Living):** সমাজের মানুষের জীবন যাত্রার মান উন্নয়নে বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠান বড় ধরনের অবদান রাখে। যেমন- বৃহদায়তন উৎপাদনের ফলে একক প্রতি ব্যয় কমে। এতে পণ্যের বিক্রয় মূল্য কমে যা ক্রেতার ক্রয়ক্ষমতা বৃদ্ধি করে। ফলে মানুষ বেশি পণ্য ভোগ করে জীবন যাত্রার মান উন্নত করতে পারে। আবার, বেশি শ্রমিকের কর্মসংস্থান হয় বলে শ্রমিকদের জীবন মানও উন্নত হয়।
- প্রাকৃতিক ও জাতীয় সম্পদের সুষ্ঠু ব্যবহার (Proper Utilization of Natural and National Resources):** সম্পদের সুষ্ঠু ব্যবহারের জন্য কোনো দেশের অর্থনীতি বৃহদায়তন শিল্পের উপর নির্ভরশীল। খনিজ সম্পদ আহরণ ক্ষুদ্র বা মাঝারি ব্যবসায়ের দ্বারা সম্পাদন সম্ভব নয়। এ ধরনের সম্পদ খনি থেকে আহরণের পর তা মানুষের ব্যবহার উপযোগী করতেও বড় শিল্পের সহযোগিতা প্রয়োজন। শুধু খনিজ সম্পদই নয় জাতীয় বিভিন্ন সম্পদ আহরণ ও তাদের উপযুক্ত ব্যবহার বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানগুলো দক্ষভাবে করে থাকে।
- প্রতিযোগিতা বৃদ্ধি (Increased Competition):** উৎপাদন ব্যয় হ্রাস, মানসম্মত পণ্য সরবরাহ বৃদ্ধি ও ন্যায্য মূল্যে চাহিদা মেটাতে সমর্থ থাকে বলে বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানগুলোর সুনাম বৃদ্ধি পায়। বিনিয়োগের পরিমাণ বৃদ্ধি পাওয়ার সাথে সাথে সব ধরনের সমজাতীয় প্রতিষ্ঠানের মধ্যে প্রতিযোগিতাও বৃদ্ধি পায়।
- জাতীয় আয় বৃদ্ধি (Increase National Income):** বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের মাধ্যমে বৃহদায়তন উৎপাদন সম্ভব। আর জাতীয় উৎপাদন বৃদ্ধি পেলে জাতীয় আয়ও বৃদ্ধি পায়। সুতরাং এ ব্যবসায় দেশে জাতীয় আয় বৃদ্ধিতে বিশেষ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে।
- কর্মসংস্থান (Employment):** বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজে কর্মসংস্থানের সুযোগ বেশি। একটি বৃহৎ শিল্প প্রতিষ্ঠানে কয়েক হাজার শ্রমিকও কাজ করতে পারে। তাই সমাজের কর্মসংস্থান সৃষ্টিতে বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।

পরিশেষে বলা যায়, বর্তমান যুগ হচ্ছে বৃহদায়তন উৎপাদন ও প্রতিযোগিতার যুগ। বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজগুলো তাদের উৎপাদন কার্যের মাধ্যমে স্বীয় ও জাতীয় সম্পদ সুষ্ঠু ব্যবহার করে প্রতিযোগিতামূলক বিপণনের সাহায্যে ব্যবসায় ও সামাজিক ক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে থাকে।

 অ্যাকাডিমিটি (নিজে করি) শিক্ষার্থীর কাজ	আপনার নিকটবর্তী কোন বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ পরিদর্শন করে তা সামাজিক ও জাতীয় প্রেক্ষাপটে কি ভূমিকা পালন করছে তা চিহ্নিত করুন।
--	--

সারসংক্ষেপ

- বিশ্বব্যাপী ক্রেতাদের চাহিদা পূরণে বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজগুলো ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান হিসেবে, গ্রাহকের প্রেক্ষিতে ও অর্থনীতি ও সামাজিক ক্ষেত্রে ভূমিকা রাখছে। বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানগুলো ক্রমাগত গবেষণার মাধ্যমে নতুন নতুন পণ্য উৎপাদন করছে। দেশ ও দেশের অর্থনীতিতে বিশাল প্রভাব বিস্তারের পাশাপাশি বিপুল পরিমাণে উপযোগ ও মুনাফা সৃষ্টি করছে।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৩.৫

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

১। বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানের মূলধন সংগ্রহ-

ক) সহজ

গ) ঋণ নির্ভর

খ) বিনিয়োগ নির্ভর

ঘ) সবগুলোই

২। Marginal Utility cost অর্থ-

ক) একক ব্যয়

গ) প্রান্তিক ব্যয়

খ) প্রান্তিক উপযোগ ব্যয়

ঘ) একক প্রতি ব্যয়

৪। গবেষণার মাধ্যমে-

i. ক্রেতাদের চাহিদা নিরূপন করা হয়

ii. নতুন পণ্য উদ্ভাবন করা হয়

iii. উপযোগ সৃষ্টি করা হয়

নিচের কোনটি সঠিক?

ক) i ও iii

গ) i ও ii

খ) ii ও iii

ঘ) i, ii ও iii


পাঠ-৩.৬ বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের সুবিধা ও অসুবিধা (Advantages and Disadvantages of Large-Scale Enterprise)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের সুবিধাগুলো চিহ্নিত করতে পারবেন; এবং
- বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের অসুবিধাগুলো জানতে পারবেন।

 মূখ্য শব্দ (Keywords)	দক্ষ ব্যবস্থাপনা, ন্যূনতম ব্যয়, কর্মসংস্থান, শ্রমবিভাগ, ব্যবসায় সম্প্রসারণ ইত্যাদি।
---	---



বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের সুবিধা (Advantages of Large-Scale Enterprise)

বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের মাধ্যমে শুধু যে বেশি পরিমাণে পণ্য উৎপাদন হয় তাই নয়, এসব প্রতিষ্ঠানের কার্যক্রম সমগ্র বিশ্বের বিপণন প্রক্রিয়াকেও ত্বরান্বিত করেছে। বৃহদায়তন ব্যবসায় সাধারণত শেয়ার দ্বারা সীমিত দায় সম্পন্ন, সদস্যের দায় শেয়ার মূল্য পর্যন্ত সীমিত। তাই যারা অধিক দায় বহনে অসমর্থ তারা বৃহদায়তন ব্যবসায় বিনিয়োগ করতে চায়। অধিক সদস্যদের কাছে শেয়ার বিক্রয় করা যায় বলে মূলধনের পরিমাণ অধিক হয়। এছাড়া বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ যে কোন শেয়ার এবং ঋণপত্র বিক্রি করে মূলধন সংগ্রহ করতে পারে। আইনের মাধ্যমে গঠিত হয় বলে এই ধরনের প্রতিষ্ঠান চিরস্থায়ী অস্তিত্বের অধিকার পায়। পর্যাপ্ত মূলধন, দক্ষ ব্যবস্থাপনা, আধুনিক যন্ত্রপাতি ও দক্ষ কর্মকর্তা ও শ্রমিক সংঘবদ্ধ হয়ে কাজ করে বলে ব্যবসায়ের দ্রুত প্রসার ঘটে ও ক্রমাগত শ্রম বিশেষায়ন, মেধা ও দক্ষতার সমাবেশ ঘটে এবং বেশি মুনাফার পাশাপাশি সম্প্রসারণও ঘটে। বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠান যে কোন দেশের সামগ্রিক উন্নয়ন তথা ব্যবসায়িক পরিমণ্ডল প্রসারে ব্যাপক ভূমিকা পালন।

বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানের সুবিধাসমূহ নিম্নে আলোচিত হল-

- ১. মূলধন সংগ্রহের সুবিধা (Advantage to Collect Capital):** বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ সহজে প্রয়োজনীয় মূলধন সংগ্রহ করতে পারে বিনিয়োগকারীরা বড় প্রতিষ্ঠানের প্রতি বেশি আগ্রহ দেখায়। এছাড়া ব্যাংক, বিমা ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানগুলো বড় প্রতিষ্ঠানকে সহজে ঋণ দেয়। অনেক সময় বড় প্রতিষ্ঠান কম সুদেও ঋণ নিতে পারে।
- ২. শ্রমবিভাগ (Division of Labour):** বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠান উৎপাদন প্রক্রিয়াকে ক্ষুদ্র ক্ষুদ্র অংশে বিভক্ত করে শ্রমিকদের ক্ষমতা অনুযায়ী কাজ বণ্টন করে। এতে শ্রমিক সেই বিশেষ কাজে দক্ষ হয়ে উঠে যা তার উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি করে।
- ৩. দক্ষ ব্যবস্থাপনা (Efficient Management):** দক্ষ ব্যবস্থাপনার উপর কারবারের সাফল্য অনেকাংশে নির্ভর করে। বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানের পক্ষে অধিক বেতন দিয়ে দক্ষ ও অভিজ্ঞ ব্যবস্থাপনা নিয়োগ করা সম্ভব হয়। ফলে কারবারের সামগ্রিক কার্যাবলী সুষ্ঠুভাবে ও দক্ষতার সাথে পরিচালিত হতে পারে।
- ৪. পরিবহন সুবিধা (Advantages in Transportation):** বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ এক সাথে অধিক পরিমাণ কাঁচামাল ক্রয় করে, এতে কাঁচামাল পরিবহন ব্যয় কমে যায়। আবার, বাজারজাতকরণের উদ্দেশ্যে একসাথে বেশি পরিমাণ পণ্য বিভিন্ন বিক্রয় কেন্দ্রে প্রেরণ করা যায়। এভাবে বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ পরিবহন ব্যয় কমাতে পারে।
- ৫. বাণিজ্যিক সুবিধা (Advantages in Trade):** বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজগুলো একত্রে অনেক বেশী পরিমাণ যন্ত্রপাতি ও কাঁচামাল ক্রয় করে ফলে এর ক্রয় খরচ তুলনামূলক কম হয় এবং প্রতিষ্ঠানের উৎপাদন খরচও

অনেক কমে যায়। যে কারণে কম মূল্যে সহজেই পণ্য ক্রেতাদের নিকট বিক্রয় সম্ভব হয়। সুলভ মূল্যে বেশী পরিমাণ পণ্য বিক্রি করতে পারার কারণে প্রতিষ্ঠানের প্রতিযোগিতামূলক শক্তি তুলনামূলকভাবে অনেক বেড়ে যায়।

৬. **প্রচার সুবিধা (Advantages in Publicity):** বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজগুলো তাদের উৎপাদিত পণ্যের প্রসারের মাধ্যমে ক্রেতাদেরকে দ্রব্যের গুণাগুণ, মূল্য, প্রাপ্তির স্থান, ব্যবহারের কৌশল ইত্যাদি বিষয়গুলো অবহিত করে এবং এজন্য প্রতিষ্ঠানগুলো প্রচুর পরিমাণ অর্থও ব্যয় করে থাকে। আর তাই এক্ষেত্রে উৎপাদনের পরিমাণ যত বেশী হবে পণ্যের বিপণন ব্যয়ও তুলনামূলক অনেক কমে যাবে।
৭. **স্থায়ী ব্যয়ে মিতব্যয়িতা (Economies in Fixed Costs):** উৎপাদন বেশি হলে একক প্রতি স্থায়ী ব্যয় কম হয়। যেমন- একজন ব্যবস্থাপকের বেতন ৫০,০০০ টাকা। এখন উৎপাদন কম বা বেশি যাই হোক ব্যবস্থাপককে একই বেতন দিতে হবে। জমির খাজনা বা ভাড়ার ক্ষেত্রেও একথা প্রযোজ্য। তাই বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ উৎপাদন বেশি করে একক প্রতি স্থায়ী ব্যয় কমাতে পারে।
৮. **বৃহৎ ক্রয়ের সুবিধা (Advantages of Large Scale Purchase):** বৃহদাকার কারবার প্রতিষ্ঠানগুলো একসাথে প্রচুর পরিমাণে কাঁচামাল ও পণ্যদ্রব্য ক্রয় করে থাকে। ফলে মূল্যের দিক থেকে অনেকটা সুবিধা পাওয়া যায় এবং ক্রয়জনিত বিভিন্ন খরচও গড়পড়তা কম পড়ে।
৯. **দক্ষ কর্মী নিয়োগ (Appoint Efficient Employee):** দক্ষ কর্মী নিয়োগ ও ধরে রাখতে হলে তাদের অধিক বেতন ভাতা দিতে হয়। বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানের আর্থিক সামর্থ বেশি থাকায় দক্ষ কর্মী নিয়োগ দিতে পারে। আর পদোন্নতির সুযোগ বেশি থাকায় কর্মীরা বৃহৎ প্রতিষ্ঠানে কাজ করতে স্বাচ্ছন্দ্য বোধ করে।
১০. **ন্যূনতম ব্যয়ে উৎপাদন (Production in Minimum Cost):** কম মূল্যে কাঁচামাল ক্রয় এবং বৃহদায়তনের উৎপাদনের সুবিধা থাকায় বৃহদাকার প্রতিষ্ঠানগুলোর একক প্রতি উৎপাদন খরচ কম হয়। ফলে উৎপাদিত পণ্যের মূল্যও কম হয়ে থাকে।
১১. **গবেষণার সুবিধা (Advantages in Research):** উৎপাদনের পদ্ধতি আধুনিকায়ন এবং দ্রব্যের মান উন্নয়নের জন্য প্রচুর পরিমাণ গবেষণার প্রয়োজন হয়। কিন্তু একটি উন্নতমানের গবেষণা কার্যক্রম পরিচালনা বা স্থাপনের জন্য প্রচুর পরিমাণ মূলধনের প্রয়োজন হয়। তাই এই সুবিধাটি শুধু বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানগুলোই পেতে পারে।
১২. **প্রশিক্ষণ (Training):** প্রশিক্ষণ কর্মীদের দক্ষতা ও উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি করে। প্রশিক্ষণ কার্যক্রম পরিচালনার জন্য আর্থিক সচ্ছলতা প্রয়োজন। বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠান কর্মীদের জন্য প্রশিক্ষণের ব্যবস্থা করতে পারে। এতে কর্মীদের দক্ষতা বাড়ে যা প্রতিষ্ঠানের মুনাফা বৃদ্ধি করে।

বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজগুলো বৈদেশিক বাণিজ্য প্রতিষ্ঠা ও সম্প্রসারণের মাধ্যমে আন্তর্জাতিক সম্পর্কের উন্নয়ন ঘটায়। দেশের জাতীয় আয়ের অধিকাংশ অর্জিত হয় ব্যবসায় হতে। বৃহদায়তন ব্যবসায়ের পরিসর ব্যাপক বলে কর্মসংস্থান সৃষ্টির পাশাপাশি গবেষণা ও প্রচারের নতুন নতুন ক্ষেত্র তৈরি হয়। পরিশেষে বলা যায় যে, ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের তুলনায় বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের সুবিধা অধিকতর।

বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের অসুবিধা (Disadvantages of Large-Scale Enterprise)

ক্ষুদ্র ও মাঝারি ব্যবসায়ের মতই বৃহদায়তন ব্যবসায়ের বেশকিছু সমস্যা রয়েছে। বিশাল আয়তনের ও ব্যাপক সংখ্যক শাখা ও কর্মী থাকে বলে ব্যবস্থাপনা, নিয়ন্ত্রণ ও যোগাযোগ রক্ষা করা কঠিন হয়ে পড়ে। বিপুল পরিমাণ মূলধন প্রায়শ যোগান দেওয়া সম্ভবপর হয় না, আবার সময়ের সাথে সাথে ব্যয় ক্রমশ বৃদ্ধি পায় বলে মুনাফার পরিমাণও কমে আসে। ফলশ্রুতিতে পণ্য মূল্য বৃদ্ধি করা হয়। অসংখ্য বিভাগ ও শাখা থাকার ফলে সিদ্ধান্ত গ্রহণে ধীর গতি ও ব্যক্তিগত যোগাযোগের অভাব পরিলক্ষিত হয়। দক্ষ শ্রমিকের পাশাপাশি অদক্ষ বা অল্পশিক্ষিত শ্রমিক নিয়োগ পায় বলে প্রায়শ পণ্যের বা সেবার গুণগত মান নিম্নগামী হয়। বৃহদায়তন ব্যবসায় ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজের তুলনায় বেশি সুযোগ-


সুবিধা ভোগ করে বলে সেগুলো অনেক সময় টিকে থাকতে পারে না, ফলে ক্ষুদ্রায়তনের ব্যবসায় হুমকির সম্মুখীন হয়। পক্ষান্তরে বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজগুলো একচেটিয়া প্রভাব বিস্তার করে। এতে সমাজে অর্থনৈতিক বৈষম্য প্রকট হয়ে দেখা দেয়।

বিভিন্ন সুবিধা থাকা সত্ত্বেও বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের যেসব অসুবিধা পরিলক্ষিত হয় তা নিম্নরূপ-

১. **ব্যবস্থাপনার অসুবিধা (Disadvantages in Management):** প্রতিষ্ঠানের আয়তন অস্বাভাবিকভাবে বৃদ্ধি পেলে ব্যবস্থাপনার ক্ষেত্রে জটিলতা দেয়। ভূমি, শ্রম ও মূলধনের আনুপাতিক সামঞ্জস্য বিধান এবং উৎপাদনের সকল পর্যায়গুলো প্রত্যক্ষভাবে তত্ত্বাবধান করা সংগঠকের পক্ষে সম্ভব হয় না। অর্থাৎ নির্দিষ্ট সীমা অতিক্রম হলেই ব্যবস্থাপনার ক্ষেত্রে অনিয়ম ও বিশৃঙ্খলা পরিলক্ষিত হয়।
২. **অধিক ঝুঁকি (More Risk):** প্রতিষ্ঠানের আয়তন যত বৃদ্ধি পায় এর ঝুঁকির পরিমাণও তত বাড়ে। কাজেই অধিক ঝুঁকি বৃহদায়তন কারবার প্রতিষ্ঠানের একটি অন্যতম সমস্যা। বাজারে পণ্য মূল্যহ্রাস পেলে কিংবা চাহিদা হ্রাস পেলে বৃহদায়তনের প্রতিষ্ঠানকে বিরাট ঝুঁকির মোকাবেলা করতে হয়।
৩. **প্রশিক্ষিত কর্মীর অভাব (Lack of Trained Employee):** বাংলাদেশে বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের কর্মীদের প্রশিক্ষণের পর্যাপ্ত ব্যবস্থা নেই বললেই চলে। দক্ষ কর্মীর অভাবে এ জাতীয় প্রতিষ্ঠান গ্রাহক সেবার মান উন্নত করতে পারছে না।
৪. **মূলধন সমস্যা (Lack of Capital):** বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজগুলোর প্রচুর মূলধনের প্রয়োজন পড়ে ফলে অনেক সময় একজন মালিকের পক্ষে সমুদয় অর্থের যোগান দেওয়া সম্ভব হয় না। ফলে মূলধন স্বল্পতার কারণে উৎপাদন ব্যাহত হতে পারে।
৫. **কর্মীদের সাথে সম্পর্কের অভাব (Lack of Relation with Employee):** মালিকের সাথে কর্মীদের সুসম্পর্ক থাকলে কর্মীরা কাজে আন্তরিক হয়। এতে অপচয় হ্রাস পায়, সামগ্রিক ব্যয় হ্রাস পায় এবং উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি পায়। বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানে মালিকের ব্যক্তিগত তত্ত্বাবধান না থাকায় কর্মীদের সাথে মালিকের সুসম্পর্ক গড়ে উঠে না।
৬. **একচেটিয়া ব্যবসায়ের উৎপত্তি (Creating Monopoly Business):** ক্ষুদ্রায়তনের তুলনায় বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানগুলো অধিক সুবিধা ভোগ করে বলে প্রতিযোগিতায় ক্ষুদ্র প্রতিষ্ঠানগুলো টিকে থাকতে পারে না। ফলে বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানগুলো বাজারে একচেটিয়া প্রভাব বিস্তার করে। এতে সমাজে আয় ও সম্পদ বণ্টনে বৈষম্য দেখা দেয়।
৭. **ব্যক্তিগত তত্ত্বাবধানের অভাব (Lack of Personal Supervision):** ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টাপ্রাইজের মত এখানে ব্যক্তিগত তত্ত্বাবধান দেখা যায় না। উৎপাদনের আয়তন বৃহৎ হওয়ায় এটা সম্ভব হয় না। এতে অপচয় বাড়ে এবং সুযোগ থাকলেও অনেক ক্ষেত্রে ব্যয় সংকোচন করা যায় না।
৮. **দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণ ও বাস্তবায়নে সমস্যা (Problem of Quick Decision and Implementation):** ক্ষুদ্র ও মাঝারী প্রতিষ্ঠানের মতো এখানে দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণ ও বাস্তবায়ন করা যায় না। কোম্পানির ক্ষেত্রে পরিচালনা পর্ষদ, অংশীদারীর ক্ষেত্রে অংশীদারদের সাথে আলোচনার মাধ্যমে সিদ্ধান্ত নিতে হয় বলে বিলম্ব হয়। এছাড়া বৃহৎ আয়তন বলে সিদ্ধান্ত বাস্তবায়নেও জটিলতা দেখা যায়।
৯. **গোপনীয়তার অভাব (Lack of Secrecy):** ব্যবসায়ের সফলতার অন্যতম উপাদান হচ্ছে গোপনীয়তা। গোপনীয়তা ফাঁস হয়ে গেলে অনেক সময় পরিকল্পনা বাস্তবায়ন করা যায় না। বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজে সিদ্ধান্ত গ্রহণে অনেকে জড়িত থাকে বলে গোপনীয়তা রক্ষা করা যায় না।
১০. **অনমনীয়তা (Inflexibility):** আধুনিক পরিবর্তনশীল জগতে মানুষের জীবনযাত্রায় পরিবর্তন সূচিত হচ্ছে। প্রতিনিয়ত পরিবর্তিত হচ্ছে মানুষের চাহিদা, রুচি ইত্যাদি। এই পরিবর্তনশীলতার সাথে দ্রুত সামঞ্জস্য বিধান বৃহদায়তন কারবারের পক্ষে সব সময় সম্ভব হয়ে ওঠে না। কেননা হঠাৎ করে বৃহৎ প্রতিষ্ঠানের ব্যবস্থাপনা ও যন্ত্রপাতির ক্ষেত্রে পরিবর্তন আনা যায় না।

১১. রাজনৈতিক অস্থিতিশীলতা (Political Unstability): বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ প্রসার লাভ না করার জন্য রাজনৈতিক অস্থিতিশীলতা অনেকাংশে দায়ী। বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের সাথে বড় ধনের বিনিয়োগ জড়িত। রাজনৈতিক অস্থিতিশীলতা, ঘন ঘন সরকারি নীতির পরিবর্তন প্রভৃতি কারণে ব্যবসায়ীরা নিরুৎসাহিত হয়।

বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের উপরিউক্ত বিভিন্ন অসুবিধা থাকলেও এধরনের প্রতিষ্ঠান আধুনিক যুগে আর্থসামাজিকভাবে খুবই গুরুত্বপূর্ণ।

 অ্যাকাটিভিটি (নিজে করি) /শিক্ষার্থীর কাজ	আপনার মতে বৃহদায়তন ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান হিসেবে গ্রামীণফোন কোন কোন সমস্যা মোকাবেলা করে থাকে?
---	---

সারসংক্ষেপ

- বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের সুবিধাগুলো হলো- মূলধন সংগ্রহের সুবিধা, শ্রমবিভাগ, দক্ষ ব্যবস্থাপনা, পরিবহন সুবিধা, বাণিজ্যিক সুবিধা, প্রচার সুবিধা, স্থায়ী ব্যয়ে মিতব্যয়িতা, বৃহৎ ক্রয়ের সুবিধা, দক্ষ কর্মী নিয়োগ, ন্যূনতম ব্যয়ে উৎপাদন, গবেষণার সুবিধা ও প্রশিক্ষণের সুবিধা।
- বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ বিভিন্ন ধরনের সমস্যা মোকাবেলা করে; যেমন- ব্যবস্থাপনার অসুবিধা, অধিক ঝুঁকি, প্রশিক্ষিত কর্মীর অভাব, মূলধন সমস্যা, কর্মীদের সাথে সম্পর্কের অভাব, একচেটিয়া ব্যবসায়ের উৎপত্তি, ব্যক্তিগত তত্ত্বাবধানের অভাব, দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণ ও বাস্তবায়নে সমস্যা, গোপনীয়তার অভাব, অনমনীয়তা ও রাজনৈতিক অস্থিতিশীলতা।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৩.৬

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

১। বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজ কোন উৎস থেকে সহজে ঋণ নিতে পারে?

- ক) আত্মীয় খ) বন্ধু
 গ) ব্যাংক ও বিমা ঘ) পরিচিত ব্যক্তি

২। নিচের কোনটি বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের সুবিধা?

- ক) একচেটিয়া ব্যবসায়ের উৎপত্তি খ) ন্যূনতম ব্যয়ে উৎপাদন
 গ) অনমনীয়তা ঘ) ব্যবস্থাপনায় জটিলতা

৩। নিচের কোনটি বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের অসুবিধা?

- ক) অধিক ঝুঁকি খ) বৃহৎ ক্রয়
 গ) স্থায়ী ব্যয়ে মিতব্যয়িতা ঘ) দক্ষ কর্মী নিয়োগ

৪। কর্মীদের সাথে সম্পর্কের অভাবে প্রতিষ্ঠানে কি অসুবিধা হতে পারে?

- i. অপচয় বৃদ্ধি পায়
 ii. সামগ্রিক ব্যয় বৃদ্ধি পায়
 iii. রাজনৈতিক অস্থিতিশীলতা দেখা যায়

নিচের কোনটি সঠিক?

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


পাঠ-৩.৭ উৎপাদন কাম্যমাত্রার ধারণা (Concept of Optimum Scale of Production)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- উৎপাদন কাম্যমাত্রার ধারণাটি অনুধাবণ করতে পারবেন; এবং
- উৎপাদন কাম্যমাত্রার ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

 মূখ্য শব্দ (Keywords)	কাম্য মান, মুনাফা, ব্যয় ইত্যাদি।
---	-----------------------------------



উৎপাদন কাম্যমাত্রার ধারণা (Concept of Optimum Scale of Production)

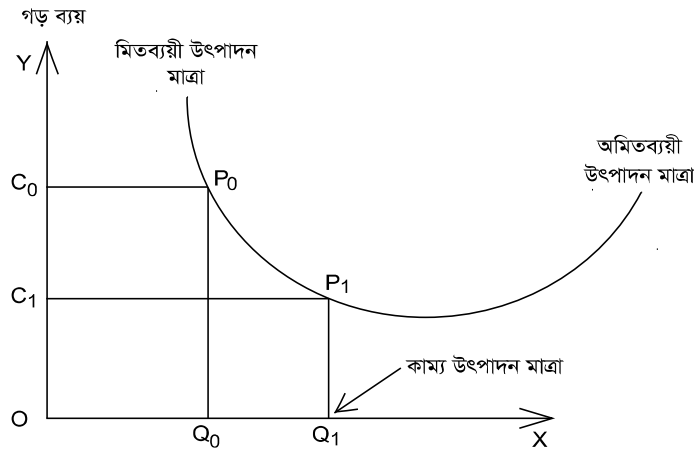
উৎপাদন কাম্য মাত্রা হলো উৎপাদনের এমন একটি অবস্থা বা পর্যায় যেখানে গড় ব্যয় সর্বনিম্ন হয়। অর্থাৎ সর্বনিম্ন ব্যয়ে সর্বোচ্চ পরিমাণ পণ্য উৎপাদিত হয়। এক্ষেত্রে উৎপাদনের সকল উপকরণ, যেমন- যন্ত্রপাতি, কাঁচামাল, ইত্যাদি এবং পরিচালন দক্ষতার সর্বোচ্চ সদ্ব্যবহার নিশ্চিত করা হয়। এর ফলে উৎপাদন ব্যয় প্রতি সর্বনিম্ন মাত্রায় এসে পৌঁছে। কাম্য উৎপাদন মাত্রা নির্ধারণে স্বল্প ও দীর্ঘমেয়াদী খরচ বিবেচনায় আনা হয়। এক্ষেত্রে ভাড়া, যন্ত্রপাতি, অবচয়, সুদ, উৎপাদনের উপকরণসমূহ (ভূমি, শ্রম, মূলধন ও সংগঠন), পরিচালনার দক্ষতা, সম্পদের সদ্ব্যবহার নিশ্চিত করার মাধ্যমে উৎপাদন কাম্য মাত্রায় আনা হয়।

উৎপাদন কাম্য মাত্রা সম্পর্কে বিভিন্ন ব্যক্তি প্রদত্ত সংজ্ঞা নিম্নরূপ-

K. K. Dewett এর মতে “*Optimum Scale of Production is that level of production where total profit is maximum or the average cost per unit is minimum*”, অর্থাৎ, “উৎপাদন কাম্য মাত্রা বলতে উৎপাদনের সেই মাত্রাকে বুঝায় যে পরিমাণ উৎপাদন করলে মোট মুনাফা সর্বোচ্চ হয় অথবা প্রতি একক গড় উৎপাদন ব্যয় সর্বনিম্ন হয়।”

Case & Fair বলেন, “*Optimal Scale of a plant is the scale of plant that minimizes average cost.*” অর্থাৎ, “কারখানার কাম্য উৎপাদন মাত্রা হলো কারখানার এমন একটি মাত্রা যেখানে গড় ব্যয় কমে যায়।”

নিম্নে চিত্রের মাধ্যমে উৎপাদন দেখানো হলো-




চিত্র ৩.৪: উৎপাদনের কাম্য মাত্রা

উৎপাদনের পরিমাণ বৃদ্ধি পেয়ে Q_0 থেকে Q_1 হলে গড় ব্যয় যথাক্রমে C_0 এবং C_1 হয়েছে। অর্থাৎ, উৎপাদন ব্যয় ক্রমান্বয়ে হ্রাস পেয়েছে। কিন্তু P_1 বিন্দুর পর হতে গড় ব্যয় আবার বৃদ্ধি পেয়েছে। অর্থাৎ Q_1 বিন্দুতে একক প্রতি উৎপাদনের গড় ব্যয় সর্বনিম্ন। অতএব Q_1 বিন্দুই হলো কাম্য উৎপাদন মাত্রা।

উপরের আলোচনা থেকে প্রতীয়মাণ হয় যে-

১. উৎপাদন কাম্য মাত্রায় উৎপাদনের পরিমাণ সর্বোচ্চ হয়;
২. এর মাধ্যমে মুনাফার পরিমাণ সর্বোচ্চ হয়;
৩. এখানে ব্যয়ের পরিমাণ সর্বনিম্ন হয়;
৪. এর মাধ্যমে প্রতিযোগিতায় টিকে থাকা সহজ হয়; এবং
৫. উৎপাদন কাম্য মাত্রার কারণে ব্যবসায় সাফল্য অর্জন সম্ভব হয়।

সুতরাং, ঠিক যে পরিমাণ উৎপাদন করলে মোট মুনাফা সর্বোচ্চ হয় অথবা একক প্রতি উৎপাদনের গড় ব্যয় সর্বনিম্ন হয় তাকেই ঐ পণ্যের উৎপাদনের কাম্য মাত্রা বলে।

 অ্যাকটিভিটি (নিজে করি) শিক্ষার্থীর কাজ	নিচের তথ্যগুলো চিত্রের সাহায্যে উপস্থাপন করে উৎপাদনের কাম্য মাত্রা নির্ণয় করুন।	
	উৎপাদনের পরিমাণ	একক প্রতি গড় ব্যয়
	১ একক	১০ টাকা
	২ একক	৮ টাকা
	৩ একক	৭ টাকা
	৪ একক	৮ টাকা
৫ একক	৯ টাকা	

সারসংক্ষেপ

- উৎপাদনের কাম্য মাত্রা হচ্ছে বিদ্যমান সুবিধায় সর্বনিম্ন ব্যয়ে উৎপাদনের পরিমাণ। এর মাধ্যমে মুনাফার পরিমাণ বৃদ্ধি পায় ও প্রতিযোগিতায় টিকে থাকা যায়।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৩.৭

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

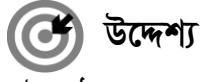
- ১। উৎপাদন কাম্যমাত্রায় গড় ব্যয় কিরূপ থাকে?

ক) সবচেয়ে বেশি	খ) সমান থাকে
গ) সবচেয়ে কম	ঘ) কোনো পরিবর্তন থাকে না
- ২। উৎপাদন কাম্যমাত্রায় মুনাফার পরিমাণ _____

ক) সর্বোচ্চ	খ) অপরিবর্তিত
গ) সর্বনিম্ন	ঘ) সুবিধাজনক
- ৩। উৎপাদন কাম্য মাত্রায় কোনটি বিবেচ্য বিষয় নয়?

ক) কাঁচামাল	খ) ক্রেতার সম্ভৃষ্টি
গ) ভূমি	ঘ) যন্ত্রপাতি

পাঠ-৩.৮ উৎপাদন কাম্য মাত্রার সুবিধা ও অসুবিধা (Advantages and Disadvantages of Optimum Scale of Production)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- উৎপাদনের কাম্য মাত্রার সুবিধাগুলো চিহ্নিত করতে পারবেন; এবং
- উৎপাদনের কাম্য মাত্রার অসুবিধাগুলো চিহ্নিত করতে পারবেন।

<p>মূখ্য শব্দ (Keywords)</p>	প্রতিযোগিতা, উপকরণের যোগান, উৎপাদনশীলতা, উৎপাদন ব্যয় ইত্যাদি।
-------------------------------------	--

উৎপাদনের কাম্য মাত্রার সুবিধা (Advantages of Optimum Scale of Production)

বৃহদায়তন সংগঠন বা এন্টারপ্রাইজের জনপ্রিয়তা বিশ্বজুড়ে। এর কারণ হিসেবে বলা যেতে পারে যে, ক্ষুদ্র ও মাঝারি এন্টারপ্রাইজগুলো বিশাল অংকের মূলধন সংগ্রহ ও ব্যাপক সম্প্রসারণ ঘটাতে অক্ষম এবং এই সুবিধাদি বৃহদায়তন এন্টারপ্রাইজের ক্ষেত্রে উপস্থিত। উৎপাদনের কাম্য মাত্রা নির্ধারণ করে সেই পর্যায়ে উৎপাদন পৌঁছতে পারলে তা অবধারিতভাবে প্রতিষ্ঠানের জন্য অতীব লাভজনক। নিম্নে সুবিধাগুলো আলোচনা করা হলো-

- উপকরণের যথাযথ ব্যবহার (Proper Use of Elements):** কাম্য উৎপাদন মাত্রায় সর্বপ্রথম যে সুবিধাটি অর্জিত হয় তাহলো- এ মাত্রায় উৎপাদন কার্য সম্পাদিত হলে উৎপাদনে নিয়োজিত সকল উপকরণের যথাযথ ব্যবহার নিশ্চিত হয়। উপকরণের যথাযথ ব্যবহার করার ফলেই সর্বনিম্ন ব্যয় নিশ্চিত হয় এবং এর আলোকেই কাম্য উৎপাদন মাত্রা নিরূপণ সম্ভব হয়। তাই বলা যায়, কাম্য উৎপাদন মাত্রায় মেশিন, শ্রম, মূলধন, স্থান ইত্যাদিসহ সকল উপকরণের সদ্যবহারের উপরই উৎপাদন মাত্রা নির্ভর করে।
- ক্রয় এবং বিক্রয়ে মিতব্যয়িতা (Economies in Buying and Selling):** কাঁচামাল, যন্ত্রপাতি, যন্ত্রাংশ, প্রভৃতি ক্রয় করার সময় এক সাথে বেশি পরিমাণে কেনা হলে একক প্রতি ব্যয় কম পড়ে। এতে উৎপাদন ব্যয় কম হয়। ফলে কম মূল্যে পণ্য বিক্রয় করা যায়, যা মোট বিক্রয় ও মুনাফা বৃদ্ধি করে।
- আনুষঙ্গিক ব্যয়ে মিতব্যয়িতা (Economies in Overhead Charges):** কাম্য মাত্রায় উৎপাদনের পরিমাণ বেশি হওয়ায় একক প্রতি আনুষঙ্গিক ব্যয় কম পড়ে। যেমন- সুদ, বিদ্যুৎ বিল, গ্যাস বিল প্রভৃতি আনুষঙ্গিক খরচ বেশি এককের মধ্যে ভাগ হয়। ফলে একক প্রতি আনুষঙ্গিক ব্যয় কম হয়।
- স্থায়ী ব্যয়ে মিতব্যয়িতা (Economies in Fixed Costs):** উৎপাদন বেশি হলে একক প্রতি স্থায়ী ব্যয়ও কম হয় যেমন- একজন ব্যবস্থাপকের বেতন ৫০,০০০ টাকা। এখন উৎপাদন কম বেশি যাই হোক ব্যবস্থাপককে ৫০,০০০ টাকা ব্যয় করতে হয়।
- বিশেষায়নের সুযোগ (Opportunity of Specialisation):** কাম্য উৎপাদন মাত্রা অর্জনের জন্য প্রতিষ্ঠানে নিয়োজিত প্রতিটি ব্যক্তি বা বিভাগের কাজকে বিভিন্ন ভাগে ভাগ করে দেওয়া হয়। ফলে প্রতিটি ব্যক্তি বা বিভাগ তাদের উপর অর্পিত কাজ বার বার সম্পাদনের মাধ্যমে উক্ত কাজে বিশেষায়িত জ্ঞান অর্জন করতে পারে। আর বিশেষায়নের ফলে কম ব্যয়ে দক্ষতার সাথে উন্নত মানের পণ্য বা সেবা উৎপাদন করা সম্ভব হয়। অতএব বলা যায়, কোন প্রতিষ্ঠান উৎপাদনের কাম্য মাত্রায় পৌঁছালে তারা বিশেষায়নের সুযোগ-সুবিধা লাভ করে।
- উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি (Increases Productivity):** উৎপাদনশীলতা হলো উৎপাদিত পণ্য এবং উৎপাদনে ব্যবহৃত উপাদানের অনুপাত। নির্দিষ্ট পরিমাণ পণ্য উৎপাদনে যত কম উপাদানের প্রয়োজন হবে সে ক্ষেত্রে উৎপাদনশীলতা তত বৃদ্ধি পাবে। আবার নির্দিষ্ট পরিমাণ উপাদানের সাহায্যে যত বেশি পণ্য উৎপাদন করা যাবে

সে ক্ষেত্রেও উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি পাবে। আর কাম্য উৎপাদন মাত্রায় এ বিষয়টিকে নিশ্চিত করা হয়। তাই বলা যায়, কাম্য উৎপাদন মাত্রায় উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি পায়।

৭. **ঝুঁকি হ্রাস (Reduces Risk):** বৈচিত্র্যময় পণ্য উৎপাদনের মাধ্যমে কাম্য উৎপাদনের ক্ষেত্রে ঝুঁকি হ্রাস করা যায়। এতে এক পণ্যে লোকসান হলে অন্য পণ্যতে লাভ করে সমতা আনা হয়। এছাড়া বিভিন্ন বাজারে পণ্য বিক্রয় করে, বিভিন্ন উৎস থেকে মালামাল সংগ্রহ করে ঝুঁকি হ্রাস করা যায়।
৮. **প্রক্রিয়াগত সুবিধা (Process Advantages):** কাম্য মাত্রায় উৎপাদন ক্ষেত্রে উৎপাদনকারী উৎপাদন প্রক্রিয়া থেকে বেশ কিছু সুবিধা পেয়ে থাকে। যেমন- বৃহদায়তন উৎপাদনকারী একই মেশিন সেট আপ দিয়ে অনেক পণ্য তৈরি করে।
৯. **শ্রমবিভাগ (Division of Labor):** বৃহৎ উৎপাদনের ক্ষেত্রে উৎপাদন প্রক্রিয়াকে ক্ষুদ্র ক্ষুদ্র অংশে বিভক্ত করে শ্রমিকদের ক্ষমতা অনুযায়ী কাজ বণ্টন করা যায়। এতে শ্রমিক ঐ বিশেষ কাজে দক্ষ হয়ে উঠে যা তার উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি করে। কাম্য মাত্রায় উৎপাদন বেশি হয় বলে শ্রমবিভাগ বাস্তবায়ন করা যায়।
১০. **কর্মসংস্থান (Employment):** উৎপাদন বেশি হলে কর্মসংস্থানের সুযোগ বেশি হয়। এক একটা বৃহৎ শিল্প প্রতিষ্ঠানে কয়েক হাজার শ্রমিকও কাজ করতে পারে। তাই সমাজের কর্মসংস্থান সৃষ্টিতে উৎপাদনের মাত্রা বৃদ্ধি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।

উৎপাদনের কাম্য মাত্রার অসুবিধা (Disadvantages of Optimum Scale of Production):


উৎপাদনের মাত্রা বা আয়তন বৃদ্ধি করে কাম্য মাত্রায় উন্নীত করতে পারলে ব্যয় সর্বনিম্ন পর্যায়ে রাখা সম্ভব। কিন্তু সর্বনিম্ন পর্যায়ে রাখলেও বেশকিছু সমস্যার সম্মুখীন হতে হয়। নিম্নে উৎপাদনের কাম্য মাত্রার অসুবিধাগুলো লিপিবদ্ধ হল-

১. **সর্বনিম্ন ব্যয়ের আপেক্ষিক ধারণা (Elastic Concept of Minimum Cost):** কাম্য উৎপাদন মাত্রায় একক প্রতি গড় উৎপাদন ব্যয় সর্বনিম্ন হয়। অর্থাৎ যে উৎপাদন মাত্রায় একক প্রতি গড় উৎপাদন ব্যয় সর্বনিম্ন হয়, সেই উৎপাদন মাত্রাকে কাম্য উৎপাদন মাত্রা বলে। আবার কাম্য উৎপাদন মাত্রাকে সর্বনিম্ন উৎপাদন মাত্রাও বলে। কিন্তু সর্বনিম্ন উৎপাদন ব্যয় এই ধারণাটি আপেক্ষিক। অর্থাৎ একই মাত্রায় উৎপাদন হলেও বিভিন্ন কারণে উৎপাদন ব্যয় বাড়তে পারে, আবার কমতে পারে। ফলে উৎপাদন মাত্রারও পরিবর্তন হয়। তাই বলা যায়, সর্বনিম্ন ব্যয়ের আপেক্ষিকতা কাম্য উৎপাদনের মাত্রার সব চেয়ে বড় অসুবিধা বলে গণ্য হয়।
২. **কাম্য উৎপাদনের মাত্রা নিরূপণে জটিলতা (Complexity Determination of Optimum Scale of Production):** সাধারণত উৎপাদন ব্যয়ের আলোকে অথবা মুনাফা পরিমাণের ভিত্তিতে কাম্য উৎপাদনের মাত্রা নির্ণয় করা হয়। কিন্তু উৎপাদন ব্যয় নিরূপণ যেহেতু একটি জটিল বিষয়, তাই এর সাহায্যে কাম্য উৎপাদনের মাত্রা নিরূপণে বেশ সমস্যায় পড়তে হয়। আবার উৎপাদন ব্যয় আপেক্ষিক হওয়ায় কারণে এটিকে সব সময় কাম্য উৎপাদন মাত্রা নির্ধারণের ভিত্তি হিসেবে গণ্য করাও বাস্তব সম্ভব নয় এদিকে মুনাফার পরিমাণও সময়ে সময়ে উঠা-নামা করে। ফলে এক্ষেত্রেও জটিলতার সৃষ্টি হয় তাই বলা যায়, কাম্য উৎপাদনের মাত্রা নিরূপণ একটি জটিল বিষয়।
৩. **বাজারজাতকরণ দক্ষতার অভাব (Lack of Marketing Efficiency):** কাম্য মাত্রায় উৎপাদন পরিচালনা করে অনেক পণ্য উৎপাদন করলেই হবে না, সেগুলো বাজারজাতকরণ করতে হবে। এজন্য বাজারজাতকরণ দক্ষতা, কর্মী, আনুষঙ্গিক সুযোগ-সুবিধা প্রভৃতি থাকতে হয়। বাজারজাতকরণ যোগ্যতা থাকলে প্রতিষ্ঠান কাম্য মাত্রায় উৎপাদন করে ব্যয় কমাতে পারে।
৪. **অবকাঠামোগত সমস্যা (Infrastructure Problem):** পরিবহন, যোগাযোগ ব্যবস্থা, বিদ্যুৎ, গ্যাস প্রভৃতি অবকাঠামো উৎপাদনের আয়তন নির্ধারণ করে। এসকল সুযোগ-সুবিধা অপ্রতুল থাকলে, উৎপাদনের আয়তন কাম্য মাত্রায় বাড়ানো যায় না। যেমন- বাংলাদেশে গ্যাস সংকটের কারণে অনেক শিল্প পূর্ণ মাত্রায় উৎপাদন করতে পারে না।
৫. **অন্যান্য বিষয়কে বিবেচনা না করা (No Consideration for Other Matters):** কাম্য উৎপাদন মাত্রায় ধারণায় শুধুমাত্র দু'টি বিষয়কে বিবেচনা করা হয়, যাদের একটি হলো একক প্রতি উৎপাদন ব্যয় এবং অন্যটি

হলো মুনাফার পরিমাণ। কিন্তু উৎপাদনের মাত্রা নিরূপণে শুধুমাত্র এ বিষয় দু'টিকেই যে বিবেচনা করা উচিত, তা নয়। এ বিষয় দু'টি ছাড়া আরো অনেক বিষয় আছে যা উৎপাদনের মাত্রাকে ব্যাপকভাবে প্রভাবিত করে। যেমন- কাঁচামালের প্রাপ্যতা, নিয়মিত শ্রমিক সরবরাহ, কারখানার উৎপাদন ক্ষমতা, ব্যবস্থাপনার দক্ষতা ইত্যাদি। এ বিষয়গুলোও উৎপাদনের উপর ব্যাপক প্রভাব বিস্তার করে। অতএব বলা যায়, কাম্য উৎপাদন মাত্রা ধারণায় এ সকল বিষয়কে বিবেচনা করা হয় না, যা এ ধারণার একটি অন্যতম অসুবিধা হিসেবে গণ্য হয়।

৬. **কাম্য উৎপাদন মাত্রার পরিবর্তনশীলতা (Flexibility of Optimum Scale of Production):** উৎপাদনের কাম্য মাত্রা উৎপাদন ব্যয় দ্বারা দারুণভাবে প্রভাবিত হয়। তাই উৎপাদন উপকরণের ব্যয় হ্রাস বা বৃদ্ধির ফলে উৎপাদন কাম্য মাত্রারও হ্রাস বা বৃদ্ধি হতে পারে। এ কারণে ঠিক কি পরিমাণ পণ্য উৎপাদন করলে কাম্য উৎপাদন মাত্রা অর্জিত হবে তা স্থিরভাবে বলা যায় না। কারণ উৎপাদন ব্যয় কম হলে উৎপাদনের যে পরিমাণকে কাম্য মাত্রা বলা হবে, উৎপাদন ব্যয় বৃদ্ধি পেলে নিঃসন্দেহে সে পরিমাণ উৎপাদনকে কাম্য মাত্রা বলা যাবে না। অর্থাৎ উৎপাদনের কাম্য মাত্রা খুব দ্রুত পরিবর্তনশীল, যা এর একটি বড় অসুবিধা হিসেবে বিবেচিত হয়।

সুতরাং পরিশেষে বলা যায় যে, উৎপাদন কাম্য মাত্রা প্রতিষ্ঠানের জন্য খুব গুরুত্বপূর্ণ। কিন্তু অনেক সময় ইচ্ছা থাকলেও বিভিন্ন সমস্যার কারণে প্রতিষ্ঠান কাম্য মাত্রায় উৎপাদন করতে পারে না। একটি দক্ষ ব্যবস্থাপনা এই সকল অসুবিধাকে কাটিয়ে উঠতে সহায়ক ভূমিকা পালন করতে পারে।

 অ্যাকটিভিটি (নিজে করি) শিক্ষার্থীর কাজ	“কাম্যমাত্রায় উৎপাদন করা হলে প্রতিষ্ঠান সবসময় সর্বোচ্চ মুনাফা অর্জন নাও করতে” পারে- ব্যাখ্যা করুন।
---	---

সারসংক্ষেপ

- কাম্য মাত্রায় উৎপাদন করা হলে প্রতিষ্ঠান যেসব সুবিধা ভোগ করে সেগুলো হলো -উপকরণের যথাযথ ব্যবহার, ক্রয় এবং বিক্রয়ে মিতব্যয়িতা, আনুষঙ্গিক ব্যয়ে মিতব্যয়িতা, স্থায়ী ব্যয়ে মিতব্যয়িতা, বিশেষায়নের সুযোগ, উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি, ঝুঁকি হ্রাস, প্রক্রিয়াগত সুবিধা, শ্রমবিভাগ, কর্মসংস্থান।
- প্রতিষ্ঠান কাম্য মাত্রায় উৎপাদন করার ফলে বেশকিছু সমস্যার মুখোমুখি হয়; সেগুলো হলো- সর্বনিম্ন ব্যয়ের আপেক্ষিক ধারণা, কাম্য উৎপাদনের মাত্রা নিরূপণে জটিলতা, বাজারজাতকরণ দক্ষতার অভাব, অবকাঠামোগত সমস্যা, অন্যান্য বিষয়কে বিবেচনা না করা, কাম্য উৎপাদন মাত্রার পরিবর্তনশীলতা।
- বিভিন্ন সুবিধা ও অসুবিধার নিরিখে দেখা যায় যে উৎপাদনের কাম্য মাত্রা নির্ধারণ কঠিন হলেও তা নিরূপিত হলে উৎপাদন প্রক্রিয়া সঞ্চালন সহজতর হয়।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৩.৮

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

- ১। উৎপাদনের কাম্যমাত্রার সুবিধা নিচের কোনটি?

- ক) কাম্যমাত্রার পরিবর্তনশীলতা
 গ) কাম্যমাত্রা নির্ণয়
 খ) অবকাঠামোগত অবস্থান
 ঘ) ক্রয় ও বিক্রয়ে মিতব্যয়িতা

- ২। উৎপাদনের কাম্যমাত্রার অসুবিধা নিচের কোনটি?

- ক) শ্রমবিভাগ
 গ) বাজারজাতকরণ দক্ষতার অভাব
 খ) উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি
 ঘ) কর্মসংস্থান

- ৩। উৎপাদনের কাম্যমাত্রা নির্ণয় জটিল; কারণ

- ক) উৎপাদন ব্যয় আপেক্ষিক বিষয়
 গ) অবকাঠামোগত সমস্যা
 খ) ক্রেতাদের চাহিদা অনুধাবন করা যায় না
 ঘ) ক্রেতাদের সন্তুষ্ট করা যায় না

চূড়ান্ত মূল্যায়ন

ক. সৃজনশীল প্রশ্ন

সৃজনশীল প্রশ্ন- ১

আশরাফ অনার্স পরীক্ষা পাশ করে চাকুরির চেষ্টা না করে নিজ গ্রামে একটি মৎস্য খামার গড়ে তোলেন। কঠোর পরিশ্রম ও দক্ষ ব্যবস্থাপনার মাধ্যমে তিনি অল্প দিনেই সাফল্য অর্জন করেন। এ সাফল্যে উৎসাহিত হয়ে তিনি মাছের পোনা তৈরির ব্যবসায়ও শুরু করেন এবং দেশের বিভিন্ন জেলায় শাখা খুলে ব্যবসায়টি সম্প্রসারণ করেন।

(ক) উৎপাদন মাত্রা কি?

(খ) ক্ষুদ্র ও মাঝারী এন্টারপ্রাইজ কেন গুরুত্বপূর্ণ?

(গ) আশরাফ প্রাথমিক পর্যায়ের ব্যবসায়ের প্রকৃতি কেমন ছিল? ব্যাখ্যা করুন।

(ঘ) আশরাফ কিভাবে ব্যবসায়ের সম্প্রসারণ করতে সক্ষম হলেন- তা মূল্যায়ন করুন।

সৃজনশীল প্রশ্ন- ২

নার্গিস আক্তার রান্নায় পারদর্শী। তিনি প্রায় ১০জন কর্মচারী নিয়ে একটি বিভিন্ন দোকানে ফ্রোজেন বা হিমায়িত খাবার-সিঙ্গারা, সমুচা, কেক, প্যাটিস ইত্যাদি সরবরাহ করেন। খাবারের মান ভালো হওয়ায় এবং প্রত্যেক ক্রেতার সাথে সুসম্পর্ক থাকায় তার প্রস্তুতকৃত খাবারের চাহিদা বাড়তে থাকে। সম্প্রীতি তিনি নিজেই একটি বেকারি দোকান খোলেন। কাজের পরিধি বেড়ে যাওয়ায় তিনি আরও ১০ জন কর্মচারী নিয়োগ দেন। বর্তমানে তিনি বিভিন্ন দোকানে খাবার সরবরাহ করে ও নিজের দোকানে ব্যবসায় করে বেশ ভালো মুনাফা অর্জন করতে পেরেছেন।

(ক) উৎপাদনের কাম্যমাত্রা কি?

(খ) উৎপাদনের মাত্রাজনিত ব্যয় বলতে কি বোঝায়?

(গ) উদ্দীপকে নার্গিসের নিজস্ব দোকান খোলার পর কোন ধরণের প্রতিষ্ঠানে রূপান্তরিত হয়েছে? ব্যাখ্যা করুন।

(ঘ) “ক্রেতা- বিক্রেতার মধ্যে সুসম্পর্ক ক্ষুদ্র ও মাঝারি ব্যবসায়ের সফলতার অন্যতম শর্ত”- মন্তব্যটি মূল্যায়ন করুন।

উত্তরমালা

পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৩.১	ঃ ১. খ	২. ঘ	৩. গ	৪. ক	
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৩.২	ঃ ১. ক	২. খ	৩. গ	৪. ক	
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৩.৩	ঃ ১. ক	২. গ	৩. ঘ	৪. খ	৫. ক
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৩.৪	ঃ ১. ঘ	২. খ	৩. গ	৪. ঘ	
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৩.৫	ঃ ১. ঘ	২. খ	৩. গ		
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৩.৬	ঃ ১. গ	২. খ	৩. ক	৪. গ	
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৩.৭	ঃ ১. গ	২. ক	৩. খ		
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৩.৮	ঃ ১. ঘ	২. গ	৩. ক		