ইউনিট ৭

বাজার ও নিখুঁত প্রতিযোগিতা

Market and Perfect Competition

বাজারকেন্দ্রিক অর্থনৈতিক তৎপরতা যতই বেড়েছে অর্থশাস্ত্রে বাজার সম্পর্কিত বিশ্লেষণের গুরুত্বও ক্রমাগত ততই বৃদ্ধি পেয়েছে। পুঁজিবাদী অর্থনীতিতেও বাজারের বিবর্তন হয়েছে উল্লেখযোগ্য মাত্রায়। বাজার সম্পর্কিত বিশ্লেষণ অনেকটাই অনুমিতি নির্ভর, সেকারণে সেগুলো অব্যাহত পর্যালোচনার বিষয়। এই অংশে বাজার বিবর্তন, বাজারের বিভিন্ন ধরন, বিভিন্ন বাজারের দাম, মুনাফা, উৎপাদন সম্পর্কিত সিদ্ধান্ত গ্রহণ ইত্যাদি সম্পর্কে বিভিন্ন তত্ত্ব নিয়ে আলোচনা করা হয়েছে। বাজারের যতগুলো ধরন অর্থশাস্ত্রে আলোচনা করা হয়, তার মধ্যে নিখুঁত প্রতিযোগিতার ধারণা বিশ্লেষণ করা হয়েছে এই অংশে।

এই ইউনিটের পাঠগুলো হচ্ছে :

- ❒ পাঠ-১. বাজার সম্পর্কিত ধারণা
- ❒ পাঠ-২. নিখুঁত প্রতিযোগিতা
- ❒ পাঠ-৩. নিখুঁত প্রতিযোগিতায় উৎপাদন সিদ্ধান্ত, দীর্ঘমেয়াদ ও শিল্প
- ❒ পাঠ-৪. নিখুঁত প্রতিযোগিতার ভাঙন

পাঠ - ১

বাজার সম্পর্কিত ধারণা

এই পাঠটি পড়ে আপনি জানতে পারবেন–

- *বাজার কাকে বলে*
- *বর্তমান বাজারের প্রেক্ষাপট*
- *বাজারের বিভিন্ন ধরন*

বাজার কি?

বাজার বলতে সাধারণত: স্থান বোঝালেও আমরা আগেও বলেছি যে, অর্থশাস্ত্রে বাজার হলো একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে দ্রব্য ও সেবা ক্রয় বিক্রয় হয়। আলফ্রেড মার্শাল ফরাসী অর্থনীতিবিদ এ কোরনট-এর কাছ থেকে গৃহিত সংজ্ঞায় বলেছিলেন যে, বাজার হলো একটি বিশাল এলাকা যেখানে ক্রেতা ও বিক্রেতারা এমনভাবে কেনাবেচা করতে পারবে যাতে একই দ্রব্যের দাম খুব দ্রুত এবং সহজে এক হয়ে যেতে পারে। মার্শাল পরে এর সঙ্গে আরও যোগ করেছিলেন যে, ''একটি বাজার যতই নিখুঁত হবে ততই তার সকল এলাকা জুড়ে একটি নির্দিষ্ট সময়ে নির্দিষ্ট দ্রব্যের একই দাম হবে।''

বর্তমানকালে বাজার সম্পর্কে যে ধারণা সৃষ্টি হয়েছে তার উৎস পাওয়া যাবে এ্যাডাম স্মীথের লেখায়। তিনি বলেছিলেন, ''শ্রম বিভাজন নির্ভর করে বাজারের বিস্তৃতির উপর।'' উল্টো দিক থেকে দেখাটাই অনেকে ঠিক মনে করেন; ''বাজারের বিস্তৃতি নির্ভর করে শ্রম বিভাজনের বিকাশের উপর"।

উনিশ শতক পর্যন্ত 'মূলধারার' অর্থনৈতিক তত্ত্বগুলোর অর্থাৎ ক্ল্যাসিকাল ধারার ও নয়া ক্ল্যাসিকাল ধারার মধ্যে বিদ্যমান সম্পদ বিভিন্ন ব্যবহারকারীর মধ্যে বরাদ্দ করবার বিষয়ে যতটা মনোযোগী দেখা যায় ততটা মনোযোগ প্রযুক্তিগত অগ্রগতি নিয়ে দেখা যায় না।

উনিশ শতক পর্যন্ত 'মূলধারার' অর্থনৈতিক তত্ত্বগুলোর অর্থাৎ ক্ল্যাসিকাল ধারার ও নয়া ক্ল্যাসিকাল ধারার মধ্যে বিদ্যমান সম্পদ বিভিন্ন ব্যবহারকারীর মধ্যে বরাদ্দ করবার বিষয়ে যতটা মনোযোগী দেখা যায় ততটা মনোযোগ প্রযুক্তিগত অগ্রগতি নিয়ে দেখা যায় না। সেসময়কালে বাজার নিয়ে সবচাইতে সুসংগঠিতভাবে কাজ করেছিলেন লিয়ন ওয়ালরাস তাঁর 'সাধারণ ভারসাম্যপূর্ণ ব্যবস্থার' (General Equilibrium System) বিশ্লেষণের মধ্য দিয়ে। তিনি সে সময়ের তাত্ত্বিক পদার্থবিদ্যা দ্বারা গভীরভাবে প্রভাবিত ছিলেন। তাঁর গাণিতিক কাঠামো এখন পর্যন্ত খুবই প্রভাবশালী কিন্তু তাঁর কাজে অনেকে দুটো ত্রুটি বিশেষভাবে নির্দেশ করেন। এর একটি হল: সময়কে হিসাবের মধ্যে না নেয়া অর্থাৎ মানুষের বর্তমান কাজের উপর তার ভবিষ্যৎ সম্পর্কে চিন্তার প্রভাব বিবেচনা না করা এবং দ্বিতীয়টি হল মানুষের বিভিন্ন অংশের ক্রয়ক্ষমতার প্রভাবকে সম্পূর্ণ অবজ্ঞা করা। তাছাড়া বাস্তব জগতে এর প্রয়োগ নিয়ে অর্থনীতিবিদদের মধ্যে সংশয় ব্যাপক।

এই সময়ের অর্থনীতিবিদদের মধ্যে প্রধান চিন্তাই ছিল যে, বাজারের অবাধ ক্রিয়া একদিকে পূর্ণ কর্মসংস্থান এবং অন্যদিকে সম্পদের সর্বোচ্চ সদ্ব্যবহার নিশ্চিত করবে। বেকারত্ব সৃষ্টি হতে পারে কেবলমাত্র মজুরি বাড়লেই। এই তত্ত্বের কাঠামোর দূর্বলতা ৩০ দশকের মহামন্দায় আরও পরিষ্কার হয়ে উঠে।

এই সময়ের এই অর্থনীতিবিদদের মধ্যে প্রধান চিন্তাই ছিল যে, বাজারের অবাধ ক্রিয়া একদিকে পূর্ণ কর্মসংস্থান এবং অন্যদিকে সম্পদের সর্বোচ্চ সদ্ব্যবহার নিশ্চিত করবে। বেকারত্ব সৃষ্টি হতে পারে কেবলমাত্র মজুরি বাড়লেই। এই তত্ত্বের কাঠামোর দূর্বলতা ৩০ দশকের মহামন্দায় আরও পরিষ্কার হয়ে উঠে। এই তত্ত্বের কাঠামোর ক্ষেত্রে উল্লেখযোগ্য পরিবর্তন আনেন মাইকেল কালেকী, জে. এম. কেইনস, জোয়ান রবিনসন প্রমুখ। বাজারের ভারসাম্য ধারণাকেই তাঁরা বিরোধিতা করেন। এই ভারসাম্য ধারণা গড়ে উঠেছিল ''নিখুঁত প্রতিযোগিতা''র উপর ভিত্তি করে। নিখুঁত প্রতিযোগিতায় একটি পণ্য নিয়ে অসংখ্য উৎপাদক নিখুঁত প্রতিযোগিতায় লিপ্ত হয়, প্রত্যেকে যোগান দেয় অনুল্লেখ্য মাত্রায়। বাজারই পণ্যের দাম নির্ধারণ করে। প্রত্যেক উৎপাদক ততটুকু মাত্রায় বিক্রি করে মুনাফা সর্বোচ্চ করে যতটুকুতে প্রান্তিক ব্যয় দামের সমান হয়, অর্থাৎ এমন পরিমাণ যার থেকে উৎপাদন বাড়লে প্রাপ্তির চাইতে ব্যয় বেশি হবে।

বাস্তব জগতে এরকম বাজারের অস্তিত্ব দেখা যায় না বলেই ''ত্রুটিযুক্ত প্রতিযোগিতা'' (Imperfect competition) ধারণা অর্থশাস্ত্রে যোগ হয়েছে ৩০ এর দশকেই। এখানে এই বিষয়টিই বিশেষভাবে গুরুত্ব পেয়েছে যে, বাস্তব জগতে আসলে ''নিখুঁত প্রতিযোগিতা''র কোন অস্তিত্ব নেই। এবং

একারণেই এটাও বাস্তব যে, দাম নির্ধারণে ক্ষেত্রবিশেষে বাজার বহির্ভূত শক্তির নির্ধারক ভূমিকা থাকতে পারে।

বর্তমান বাজারের প্রেক্ষাপট

বর্তমান সময়ে আমরা যে বাজার এবং বাজার প্রক্রিয়া দেখতে পাই তার একটি বিকাশ ধারা আছে। এটি বিভিন্ন দিক থেকে বিকশিত হয়ে আজকের এই পর্যায়ে এসেছে।

প্রথমত: বাংলাদেশে প্রাচীন বাজারের অস্তিত্ব আমরা দেখি পুরনো গ্রামীণ মেলায়। নিজের ভোগ আর ভূস্বামীর খাজনা দেয়ার মাঝখানেও কৃষক এবং কারিগরেরা নিজের প্রয়োজন মেটানোর জন্য কিছু দ্রব্য নিয়ে বাজারে উপস্থিত হতো। যে বাজার বস্তুত: মেলা নামে পরিচিত।

ছবি: গ্রামের হাট

দ্বিতীয়ত: আমরা বাজারের বিস্তার দেখি ভূস্বামীদের প্রাপ্ত খাজনার মধ্যে। এই খাজনা সাধারণত: পরিশোধ করা হতো শস্যে। ভূ-স্বামীরা এগুলো বিক্রি করে ভোগবিলাস, সেনাবাহিনী প্রতিপালনসহ বিভিন্ন খরচ করতো। এর মধ্যদিয়ে বাণিজ্য কেন্দ্র হিসেবে বিভিন্ন নগরের উদ্ভব ঘটে।

তৃতীয়ত: আমরা বাজারের বিকাশের পেছনে খুব গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা দেখি আন্তর্জাতিক বাণিজ্যের। অনেক প্রাচীন কাল থেকেই বিভিন্ন দেশের বণিকেরা অনেক ঝুঁকি নিয়ে সমুদ্র পাহাড় পাড়ি দিয়ে বিভিন্ন ধরনের বাণিজ্য করেছেন। এক অঞ্চল থেকে অন্য অঞ্চলে পণ্য চলাচল ও কেনাবেচা ক্রমাগত বাড়তে থাকে এবং সেই সূত্রে বাজারও বিস্তৃত হতে থাকে। বাজারের সম্প্রসারণ ব্যাপক গতিবেগ লাভ করে যখন শিল্প উৎপাদন আন্তর্জাতিক বানিজ্যের কেন্দ্রে আসতে সক্ষম হয় অর্থাৎ শিল্পোৎপাদিত দ্রব্য যখন আন্তর্জাতিক বাণিজ্যের মূল বিষয়ে পরিণত হয়।

বাজারের নির্ধারক

বাজার কাঠামো দীর্ঘদিন ধরে অর্থনীতি বিশেষত: নির্দিষ্ট খাতের গতিপ্রকৃতি নির্ধারণে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে এসেছে। বাজার কাঠামো নির্দিষ্টকরণের জন্য সবচাইতে গুরুত্বপূর্ণ দিকগুলো হল:

১. শিল্পে উদ্যোক্তাদের কেন্দ্রীভবনের মাত্রা
২. পণ্য পৃথকীকরণের মাত্রা
৩. একজন নতুন উদ্যোক্তার শিল্পে প্রবেশের সুবিধা বা অসুবিধা। এবং
৪. তথ্যের প্রবাহের স্বরূপ।

এসব শর্তের উপস্থিতি বা অনুপস্থিতি দিয়ে আমরা বিভিন্ন বাজারকে সনাক্ত করতে পারি।

বাজারের বিভিন্ন ধরন

বিভিন্ন বিষয় বিবেচনা করে বাস্তব ও কাল্পনিক সম্ভাবনা হিসেবে অর্থশাস্ত্রে বাজারের যে কয়টি ধরন নির্দিষ্টভাবে বিবেচনা করা হয় সেগুলো হল:

১. নিখুঁত প্রতিযোগিতা (Perfect Competition)।
২. নিখুঁত একচেটিয়া (Perfect Monopoly)।
৩. একচেটিয়াসম প্রতিযোগিতা (Monopolistic Competition)।
৪. বিপরীত একচেটিয়া (Monopsony)।
৫. পৃথকীকৃত একচেটিয়া (Discriminating Monopoly)।
৬. দ্বিপাক্ষিক একচেটিয়া (Bilateral Monopoly)।
৭. দ্বৈত একচেটিয়া (Duopoly)।
৮. গোষ্ঠী একচেটিয়া (Oligopoly)।

নিখুঁত প্রতিযোগিতা ও নিখুঁত একচেটিয়া হল চরম দুই সম্ভাব্য অবস্থানের তাত্ত্বিক সূত্রায়ন যা বাস্তব জগতে সুনির্দিষ্টভাবে পাওয়া কঠিন। এই সূত্রায়ন তুলনামূলক আলোচনার জন্যই বেশি কার্যকর। বাজারের বাকি ধরনগুলো বরঞ্চ বেশি বাস্তব।

এর মধ্যে প্রথমটি বাদে সবগুলোই অনিখুঁত বা ত্রুটিমুক্ত প্রতিযোগিতার অন্তর্ভুক্ত। প্রথম দুটো অর্থাৎ নিখুঁত প্রতিযোগিতা ও নিখুঁত একচেটিয়া হল চরম দুই সম্ভাব্য অবস্থানের তাত্ত্বিক সূত্রায়ন যা বাস্তব জগতে সুনির্দিষ্টভাবে পাওয়া কঠিন। এই সূত্রায়ন তুলনামূলক আলোচনার জন্যই বেশি কার্যকর। বাজারের বাকি ধরনগুলো বরঞ্চ বেশি বাস্তব।

ছক ১: বাজারের বিভিন্ন ধরনের বৈশিষ্ট্য

ধরন	নিখুঁত প্রতিযোগিতা		ত্রুটিযুক্ত প্রতিযোগিতা	
	নিখুঁত	মনোপলিস্টিক	ওলিগোপলি	মনোপলি
প্রতিষ্ঠানের সংখ্যা	প্রচুর	প্রচুর	কিছু	একটি
দামের উপর নিয়ন্ত্রণ	নাই	সীমিত	মোটামুটি	পুরোপুরি
প্রবেশের ক্ষেত্রে বাধা	নাই	নাই	অনেকখানি	প্রবল
পণ্যের ধরন	সমরূপ	পৃথকীকৃত	সমরূপ কিংবা পৃথকীকৃত	কোন বিকল্প নেই
প্রতিষ্ঠানগুলোর মধ্যে আন্ত:নির্ভরশীলতা	নাই	নাই	অনেকখানি	প্রত্যক্ষ কোন প্রতিদ্বন্দ্বী নাই

সারসংক্ষেপ

বাজার কাঠামো নির্দিষ্টকরণের জন্য গুরুত্বপূর্ণ দিকগুলো হল: শিল্পে উদ্যোক্তাদের কেন্দ্রীভবনের মাত্রা, পণ্য পৃথকীকরণের মাত্রা, একজন নতুন উদ্যোক্তার শিল্পে প্রবেশের সুবিধা বা অসুবিধা এবং তথ্যের প্রবাহের স্বরূপ। বাজারকে মূলত: নিখুঁত এবং অনিখুঁত প্রতিযোগিতায় ভাগ করা যায়। নিখুঁত একচেটিয়া, একচেটিয়াসম প্রতিযোগিতা, বিপরীত একচেটিয়া, পৃথকীকৃত একচেটিয়া, দ্বিপাক্ষিক একচেটিয়া, দ্বৈত একচেটিয়া, গোষ্ঠী একচেটিয়া বাজার অনিখুঁত প্রতিযোগিতার অন্তর্ভুক্ত।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন ৭.১

নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্ন

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (√) চিহ্ন দিন

১. ক্ল্যাসিকাল ধারার তত্ত্ব অনুযায়ী বেকারত্ব সৃষ্টি হতে পারে-

ক. শুধুমাত্র মজুরি বাড়লে

খ. শুধুমাত্র মজুরি কমলে

গ. বাজার শক্তির স্বাভাবিক ক্রিয়ায়

ঘ. কোন কারণ ছাড়াই

২. বাজার কাঠামো নির্দিষ্টকরণের অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ দিক হলো:

ক. উৎপাদনের প্রযুক্তি

খ. উৎপাদনের খাত

গ. একজন নতুন উদ্যোক্তার শিল্পে প্রবেশের সুবিধা বা অসুবিধার ধরন

ঘ. বাজারের অবস্থান

৩. ওলিগোপলি বাজারের পণ্যের ধরন:

ক. শুধুমাত্র সমরূপ

খ. শুধুমাত্র পৃথকীকৃত

গ. কোন বিকল্প নেই

ঘ. সমরূপ কিংবা পৃথকীকৃত

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. ক্ল্যাসিকাল অর্থনীতিবিদদের মতে বাজারের সংজ্ঞা কি?

২. কি কি বিষয়ে লক্ষ্য রেখে বাজার কাঠামো নির্দিষ্ট করা হয়?

৩. নিখুঁত প্রতিযোগিতা ও অনিখুঁত প্রতিযোগিতার বৈশিষ্ট্যগুলো উল্লেখ করুন।

রচনামূলক প্রশ্ন

১. বাজার বলতে কি বোঝায়? অর্থশাস্ত্রে বাজার সম্পর্কিত বিশ্লেষণ কেন গুরুত্বপূর্ণ?

২. প্রাচীন অর্থনীতিতে বাজারের রূপ কি ছিল? বর্তমান সময়ে বাজার ব্যবস্থায় কি ধরনের পরিবর্তন দেখা যাচ্ছে?

৩. অর্থশাস্ত্রে বাজারের কতগুলো ধরন বিবেচনা করা হয়? বাজারের বিভিন্ন ধরনের মূল বৈশিষ্ট্যগুলো আলোচনা করুন।

পাঠ - ২

নিখুঁত প্রতিযোগিতা

এই পাঠটি পড়ে আপনি জানতে পারবেন–
- ◆ *নিখুঁত প্রতিযোগিতার ধারণা ও বৈশিষ্ট্যসমূহ*
- ◆ *নিখুঁত প্রতিযোগিতায় দাম ও মুনাফা*
- ◆ *নিখুঁত প্রতিযোগিতায় আয় ও ব্যয়ের মোট ও প্রান্তিক বিশ্লেষণ*

নিখুঁত প্রতিযোগিতা কি?

নিখুঁত প্রতিযোগিতার ধারণাটি অনেকদিন থেকেই অর্থশাস্ত্রে গুরুত্ব নিয়ে অবস্থান করছে। এ্যাডাম স্মীথের Wealth of Nation গ্রন্থে এই ধারণাটি আলোচিত হয়েছে কিন্তু তা কোন সুনির্দিষ্ট কাঠামো পায়নি। ১৮৮১ সালে এজওয়ার্থ (Edgeworth) তাঁর লেখা গ্রন্থে (Mathematical Physics) এই ধারণাটি একটি সুসংবদ্ধ কাঠামোতে উপস্থিত করার চেষ্টা করেন। ধারণাটি সম্পূর্ণ একটি চিত্র পায় ফ্রাংক নাইটের লেখায়, (Risk, Uncertainty and Profit) ১৯২১ সালে।

নিখুঁত প্রতিযোগিতার বৈশিষ্ট্য

বাজারের যে কয়টি ধরন বর্তমান মূলধারার অর্থশাস্ত্রে গুরুত্ব দিয়ে আলোচনা করা হয় নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজার তার কেন্দ্রীয় অবস্থানে আছে। এটি এমন একটি চরম অবস্থা সম্পর্কে বিশ্লেষণ করে যার বাস্তব অস্তিত্ব সম্পর্কে সকলেই সন্দিহান। তত্ত্ব অনুযায়ী, আমরা একটি বাজারকে নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলতে পারবো যখন তা নিম্নোক্ত শর্তগুলি পূরণ করবে।

ক. অসংখ্য প্রতিষ্ঠান: এই বাজারে অসংখ্য প্রতিষ্ঠান কাজ করবে। অসংখ্য হবার ফলে প্রত্যেকটি প্রতিষ্ঠানের অংশ এতই ক্ষুদ্র হবে যে, পুরো উৎপাদন ও দাম নির্ধারণে তার কোন প্রভাব থাকবে না। আর প্রবেশ বা প্রস্থানও বাজারের উপর কোন প্রভাব ফেলবে না। এখানে উৎপাদনী প্রতিষ্ঠানগুলো হলো দাম গ্রহীতা (price taker), কোন ভাবেই দাম নির্ধারক (price maker) নয়।

খ. অসংখ্য ক্রেতা: এই বাজারে ক্রেতার সংখ্যাও থাকে অসংখ্য। অসংখ্য ক্রেতা বাজারে উপস্থিত থাকবার ফলে কোন একক ক্রেতার পক্ষে বাজারের উপর আলাদা কোন প্রভাব সৃষ্টি করা সম্ভব হবে না। কোন একক ক্রেতার প্রবেশ বা প্রস্থান দিয়েও বাজারের কার্যক্রম প্রভাবিত হবে না।

গ. তথ্যের অবাধ প্রবাহ: এই বাজারে কোন তথ্যই গোপন নয়। দ্রব্যের মান, বিক্রেতার কৌশল কোনকিছুই তাই ভোক্তাকে প্রতারণা করতে পারে না। সকল তথ্য প্রকাশিত থাকবার ফলে বাজার কেবলমাত্র নৈর্ব্যক্তিক প্রক্রিয়া দ্বারাই পরিচালিত হয়।

ঘ. দ্রব্যের সমরূপতা: এই বাজারে সমরূপ দ্রব্যই উপস্থিত থাকে। অর্থাৎ সকল প্রতিষ্ঠানই এই বাজারে একই দ্রব্য উৎপাদন করে।

ঙ. প্রবেশ ও প্রস্থানের স্বাধীনতা: এই বাজারে প্রবেশ বা এই বাজার থেকে প্রস্থানের ব্যাপারে কোনরকম প্রকাশ্য বা অপ্রকাশ্য বিধিনিষেধ থাকে না। অর্থাৎ যে কোন উৎপাদক বা ভোক্তা এই বাজারে অবাধে প্রবেশ বা বাজার থেকে অবাধে প্রস্থান করতে পারবে।

এই শর্তগুলির কোন একটিও যদি পূরণ না হয় তাহলে তাকে আর নিখুঁত প্রতিযোগিতা বলা যাবে না। সেটি কোন না কোন ধরনের অনিখুঁত বাজারের ধরন হয়ে যাবে।

নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারে দাম নির্ধারণ ও মুনাফা সর্বোচ্চকরণ

নিখুঁত প্রতিযোগিতায় উৎপাদন, দাম ও মুনাফা নির্ধারণের প্রক্রিয়া বোঝার জন্য সামগ্রিক বিশ্লেষণ ও প্রান্তিক বিশ্লেষণ দুটোই ব্যবহার করা যায়। সামগ্রিক বিশ্লেষণে মোট আয়, মোট ব্যয় ও মোট মুনাফা দিয়ে এবং প্রান্তিক বিশ্লেষণে আমরা প্রান্তিক আয়, প্রান্তিক ব্যয় এবং মুনাফার তথ্য থেকে ভারসাম্য উৎপাদন ও সর্বোচ্চ উৎপাদন বিন্দু বের করতে পারি।

ছক ২ : নিখুঁত প্রতিযোগিতায় উৎপাদন ও মুনাফার চিত্র

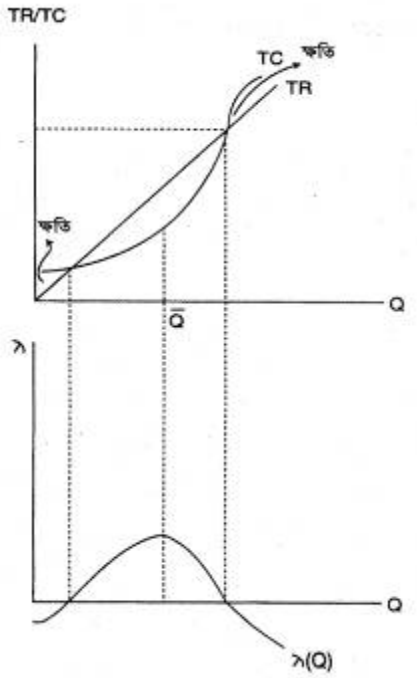
উৎপাদনের পরিমান (q)	দাম (p)	মোট আয় TR(q)	মোট ব্যয় TC(q)	মোট মুনাফা (π)
০	৳৩৫	৳০	৳৩০	৳-৩০
১	৩৫	৩৫	৫০	-১৫
১.৫	৩৫	৫২.৫০	৫২.৫০	০
২	৩৫	৭০	৬০	+১০
৩	৩৫	১০৫	৭৫	+৩০
৩.৫	৩৫	১২২.৫০	৯১	+৩১.৫০
৪	৩৫	১৪০	১১০	+৩০
৫	৩৫	১৭৫	১৭৫	০
৫.৫	৩৫	১৯২.৫০	২২০	-২৭.৫০

এখানে,

π = TR(q) - TC(q) অর্থাৎ π=মুনাফা, TR(q) = মোট আয় এবং TC (q) = মোট ব্যয়

উপরের ছকে আমরা দেখছি বাজার নিখুঁত হবার কারণে উৎপাদন বৃদ্ধি পেলেও পণ্যের দাম বৃদ্ধি পায়নি। কিন্তু ব্যয়ের কারণে উৎপাদনের সকল পর্যায়ে মুনাফা একই রকম হচ্ছে না। আয় এবং ব্যয় সমান সমান হচ্ছে দুটো বিন্দুতে : ১.৫ একক উৎপাদনের সময়ে এবং ৫ একক উৎপাদনের সময়ে। কিন্তু দুই বিন্দুর তাৎপর্য সমান নয়। প্রথমবার যখন মুনাফা শূন্য হচ্ছে তখন উৎপাদক আরও উৎপাদন বাড়ানোর তাগিদ অনুভব করবে, কিন্তু পরের বার যখন মুনাফা শূন্য হচ্ছে তখন উৎপাদক আর উৎপাদন বাড়াতে চাইবে না। এর কারণ আমরা ছক থেকেই বুঝতে পারি। যখন উৎপাদন ১.৫ একক তখন মুনাফা শূন্য কিন্তু এর আগের উৎপাদনের বিন্দুতে ছিল লোকসান। কিন্তু এর পরের উৎপাদনে আমরা দেখছি মুনাফা ধনাত্মক। মুনাফা এরপর উৎপাদন বৃদ্ধির সঙ্গে সঙ্গে বাড়তে থাকে। ক্রমান্বয়ে ৩.৫ একক উৎপাদনের সময়ে সর্বোচ্চ মুনাফা হয়। এরপর উৎপাদনের সঙ্গে মুনাফার পরিমাণ আস্তে আস্তে কমতে থাকে এবং ৫ এককের সময়ে মুনাফা শূন্য হয়ে যায়। এরপর উৎপাদনে এই অবস্থার কোন উন্নতি না হয়ে বরঞ্চ অবনতি হয় অর্থাৎ লোকসান শুরু হয়।

প্রথমবার যখন মুনাফা শূন্য হচ্ছে তখন উৎপাদক আরও উৎপাদন বাড়ানোর তাগিদ অনুভব করবে, কিন্তু পরের বার যখন মুনাফা শূন্য হচ্ছে তখন উৎপাদক আর উৎপাদন বাড়াতে চাইবে না।



চিত্র ৭.১ : মোট আয়, ব্যয় ও মুনাফা

প্রান্তিক পদ্ধতি ব্যবহার করে নিখুঁত প্রতিযোগিতার একটি প্রতিষ্ঠানের মুনাফানির্ধারণকারী ভারসাম্য দেখানো যায়। নিখুঁত প্রতিযোগিতামুলক বাজারে দাম এবং প্রান্তিক আয় সমান।

$$d\pi/dq = dTR/dq - dTC/dq = 0$$

$$MR = MC$$

এটি যে সর্বোচ্চ কাম্য বিন্দু সেটা বোঝা যাচ্ছে দ্বিতীয় অন্তরীকরণের মাধ্যমে। কেননা এ থেকে আমরা বুঝতে পারছি প্রান্তিক আয় ও প্রান্তিক ব্যয়- এর পরবর্তী প্রবণতা।

$$d^2TR/dx^2 - d^2TC/dx^2 < 0$$

$$dMR < dMC$$

প্রান্তিক আয় পরিবর্তনের হার এখন প্রান্তিক ব্যয়ের পরিবর্তনের হার থেকে কম।

নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারে কেউ দাম নির্ধারণ করতে পারে না। কারণ এখানে কোন একক প্রতিষ্ঠান পুরো বাজার প্রক্রিয়ায় খুবই ক্ষুদ্র এবং অনুল্লেখ্য।

নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারে কেউ দাম নির্ধারণ করতে পারে না। কারণ এখানে কোন একক প্রতিষ্ঠান পুরো বাজার প্রক্রিয়ায় খুবই ক্ষুদ্র এবং অনুল্লেখ্য। এই বাজারে মুনাফা সর্বোচ্চ হয় যখন প্রান্তিক ব্যয় দাম বা প্রান্তিক আয়ের সমান হয়। অর্থাৎ এই বিন্দুতে যে পরিমাণ উৎপাদন হচ্ছে তার চাইতে উৎপাদন এক একক বাড়ালে আর কোন অতিরিক্ত মুনাফা হবে না। সেই কারণে এই বাজারের চাহিদা রেখা আনুভূমিক হয় অর্থাৎ তা পূর্ণ নমনীয় চাহিদা প্রকাশ করে। অর্থাৎ একটি প্রতিষ্ঠানের উৎপাদন যাই হোক না তা বাজারের দামের উপর কোন প্রভাব ফেলে না। তবে মনে রাখতে হবে, এই অবস্থা সমগ্র শিল্পের জন্য প্রযোজ্য নয়। সমগ্র শিল্পে চাহিদা রেখা নিম্নমুখীই হয়।

ভারসাম্য বিন্দুর শর্ত, MR = P = MC। কিন্তু এই বিন্দু যে মুনাফা সর্বোচ্চকরণ বিন্দু তা প্রমাণিত হবে তখনই যখন এই বিন্দুতে প্রান্তিক আয়ের ঢাল প্রান্তিক ব্যয়ের ঢালের চাইতে কম হবে। অর্থাৎ dMR < dMC।

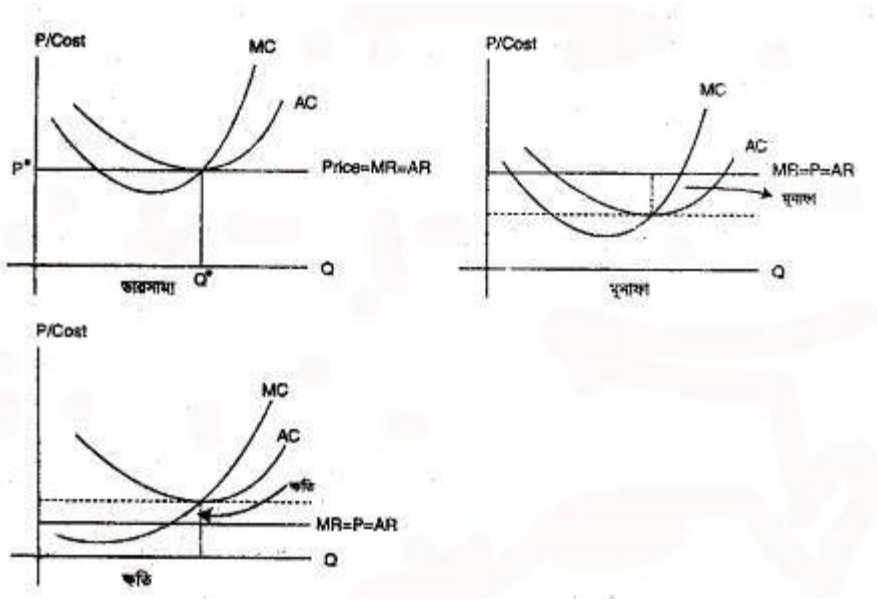
আমরা তা হলে নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারের কাম্যবিন্দুতে পৌঁছার ক্ষেত্রে স্তরগুলোকে নির্দিষ্ট করতে পারি নিম্নরূপে:

MC = MR ..... (১)

MR = P ..... (২)

MC = MR = P ..... (৩)

dMR < dMC ..... (৪)



চিত্র ৭.২ : স্বল্পমেয়াদে নিখুঁত প্রতিযোগিতায় তিন অবস্থা

সারসংক্ষেপ

নিখুঁত প্রতিযোগিতার ধারণা আমরা সুসংগঠিতভাবে পাই উনিশ শতকের শেষে। নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারে কেউ দাম নির্ধারণ করতে পারে না। কারণ এখানে কোন একক প্রতিষ্ঠান পুরো বাজার প্রক্রিয়ায় খুবই ক্ষুদ্র ও অনুল্লেখ্য। এই বাজারে ভারসাম্য সৃষ্টি হয় যখন প্রথমত: প্রান্তিক ব্যয় দাম বা প্রান্তিক আয়ের সমান হয় এবং দ্বিতীয়ত: প্রান্তিক আয় পরিবর্তনের হার প্রান্তিক ব্যয় পরিবর্তনের হার থেকে কম।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন ৭.২

নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্ন

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (√) চিহ্ন দিন

১. নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারের অন্যতম শর্ত হলো:
   ক. উৎপাদক বা ভোক্তার প্রবেশ বা প্রস্থানের স্বাধীনতা নেই।
   খ. একক ক্রেতার প্রবেশ বা প্রস্থান বাজারকে প্রভাবিত করে।
   গ. তথ্যের গোপনীয়তা রক্ষা করা হয়।
   ঘ. উৎপাদনী প্রতিষ্ঠানগুলো দাম গ্রহীতা, দাম নির্ধারক নয়।

২. উদ্যোক্তা মুনাফা শূন্য অবস্থায় পৌঁছায়
   ক. একবার খ. দুইবার
   গ. অসংখ্যবার ঘ. কখনই নয়

৩. নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারে কাম্য ভারসাম্য বিন্দু হবে তখনই যখন-
   ক. প্রান্তিক আয়ের ঢাল ও প্রান্তিক ব্যয়ের ঢাল সমান হবে।
   খ. প্রান্তিক আয়ের ঢাল প্রান্তিক ব্যয়ের ঢালের চাইতে বেশি হবে।
   গ. প্রান্তিক আয়ের ঢাল প্রান্তিক ব্যয়ের ঢালের চাইতে কম হবে।
   ঘ. কোনটিই নয়।

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. 'নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারে উৎপাদনী প্রতিষ্ঠানগুলো হলো দাম গ্রহীতা, দাম নির্ধারক নয়'- ব্যাখ্যা করুন।

২. নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারে ভারসাম্য বিন্দুর শর্ত কি?

রচনামূলক প্রশ্ন

১. নিখুঁত প্রতিযোগিতার বৈশিষ্ট্যগুলো লিখুন। নিখুঁত প্রতিযোগিতায় ভারসাম্য বিন্দুর শর্তগুলো কি? ব্যাখ্যা করুন।

২. নিখুঁত প্রতিযোগিতায় একাধিক শূন্য মুনাফা বিন্দু থাকলেও কোন্‌টিকে কাম্যবিন্দু হিসেবে বিবেচনা করা হয়? কেন? সমীকরণ সহ চিত্রের মাধ্যমে দেখান।

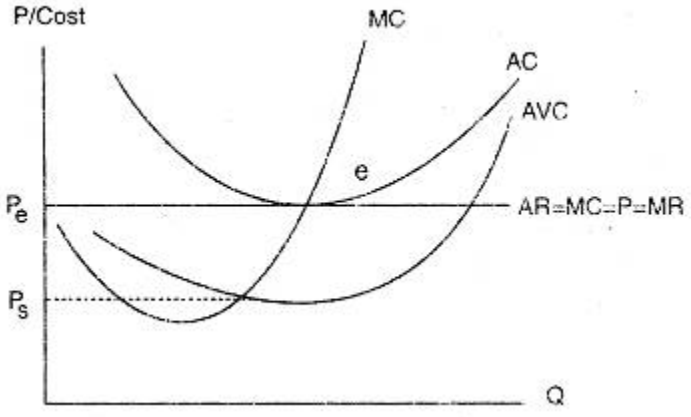
পাঠ - ৩

নিখুঁত প্রতিযোগিতায় উৎপাদন সিদ্ধান্ত, দীর্ঘমেয়াদ ও শিল্প

এই পাঠটি পড়ে আপনি জানতে পারবেন–
- ◆ *উৎপাদন শুরু ও বন্ধ বিন্দু*
- ◆ *স্বল্পমেয়াদে উৎপাদন সিদ্ধান্ত*
- ◆ *দীর্ঘমেয়াদে শিল্পে ভারসাম্য*

উৎপাদন শুরু ও বন্ধ বিন্দু (Break even point and shutdown point)

নিখুঁত প্রতিযোগিতায় শুধু নয় সকল ক্ষেত্রেই কোন্ অবস্থায় উৎপাদন করা যুক্তিযুক্ত হয়ে উঠলো আর কোন্ বিন্দুতে উৎপাদন আর চালানো সম্ভব নয় সেটা খুব গুরুত্বপূর্ণ। নিচে রেখার মাধ্যমে একটি নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারে এই দুটো অবস্থা নির্দিষ্টভাবে দেখানো হলো।



চিত্র ৭.৩ : উৎপাদন শুরু ও বন্ধ বিন্দু

উৎপাদন শুরু বিন্দু (Break-even point): নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারে আমরা দেখি উর্ধ্বগামী MC রেখা উর্ধ্বগামী AC রেখার সর্বনিম্ন যে বিন্দুতে e ছেদ করে উঠে যাচ্ছে সেখানে MC = AC = AR= P = MR হচ্ছে এবং এখানে মুনাফা শূন্য। এটি হচ্ছে উৎপাদন যুক্তিযুক্ত বিন্দু (Pe)। নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারে দীর্ঘমেয়াদে এটাই ভারসাম্য বিন্দু।

উৎপাদন বন্ধ বিন্দু (Shutdown Point) : কিন্তু কোন প্রতিযোগিতামূলক প্রতিষ্ঠানের উৎপাদনের এক পর্যায়ে এরকম এক পরিস্থিতি দেখা দিতে পারে যেখানে দাম ভারসাম্য বিন্দুর নিচে নেমে যেতে পারে। আগের বিন্দুর তুলনায় দামের অবনতি উৎপাদন অব্যাহত রাখাকে হুমকির সম্মুখীন করে তোলে। উপরন্তু এই দাম যদি নামতে নামতে এরকম বিন্দুতে আসে যখন P = AVC হয়, অর্থাৎ যখন দাম গড় পরিবর্তনীয় ব্যয়ের সমান হয় তখন উৎপাদন অব্যাহত রাখা মানে মোট স্থির ব্যয় পুরোটাই লোকসান। এই অবস্থায় প্রতিষ্ঠানের উৎপাদন যত হবে ততই ক্ষতি বাড়বে। সেজন্য এরকম বিন্দুতে দাম (Ps) নেমে এলে তাকে উৎপাদন বন্ধ বিন্দু (shutdown price) হিসেবে নির্দেশ করা হয়।

এটা এভাবেও দেখানো যায়:

$TC = TVC+TFC$

$\pi = TR - TC$

কিন্তু যখন, P = AVC
তখন, TR = TVC
অর্থাৎ, সেই সময়ে পুরো TFC অপূরণীয় থাকে বা লোকসান হয়।

স্বল্পমেয়াদে উৎপাদন সিদ্ধান্তের ক্ষেত্রে তাই গুরুত্বপূর্ণ শর্তগুলো নিম্নরূপে উপস্থিত করা যায় :

১. যদি দাম ন্যূনতম গড় পরিবর্তনীয় ব্যয় থেকে নিচে হয় (P<Minimum AVC) তাহলে প্রতিষ্ঠান উৎপাদন করবে না। এর অর্থ এটা নাও হতে পারে যে, প্রতিষ্ঠান ঐ শিল্প ত্যাগ করবে। হতে পারে, ঐ প্রতিষ্ঠান উৎপাদন আপাতত: স্থগিত রাখবে এবং দাম বাড়ার জন্য অপেক্ষা করবে।

২. যদি দাম ন্যূনতম গড় পরিবর্তনীয় ব্যয়ের সমান বা তার থেকে বেশি হয় (P > Minimum AVC) তাহলে প্রতিষ্ঠান স্বল্পমেয়াদে উৎপাদন করবে। এবং এটি মুনাফা সর্বোচ্চ করতে চেষ্টা করবে দাম ও প্রান্তিক ব্যয় সমান (P = MC) করবার মধ্য দিয়ে।

৩. প্রতিষ্ঠান তখনই মুনাফা করবে যখন ন্যূনতম গড় মোট ব্যয় থেকে দাম বেশি (P > Minimum ATC) হবে।

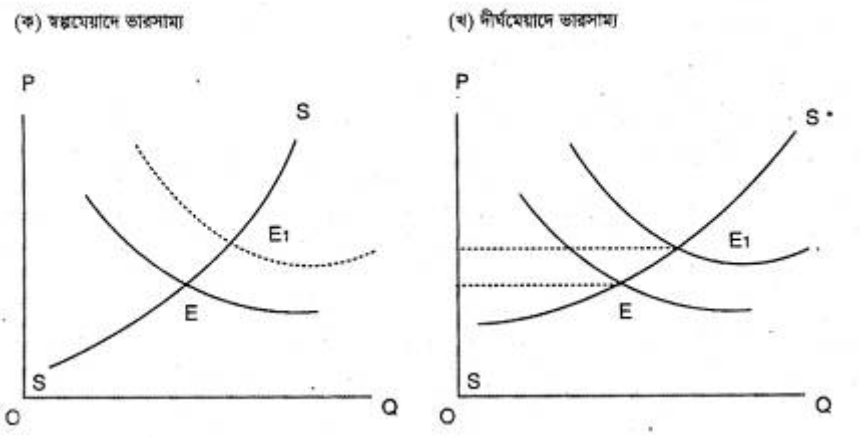
দীর্ঘমেয়াদ ও শিল্প

প্রান্তিকতাবাদী অর্থনীতিবিদদের অবস্থান হল, একক বা ব্যক্তি অর্থনীতিই মৌলিক। তাঁদের মতে, একাধিক ব্যক্তিক অর্থনীতি যোগ দিলেই সামষ্টিক অর্থনীতি পাওয়া যাবে। স্যামুয়েলসন আবার বলেছেন, সমষ্টি অনেকসময়ই এককের যোগফল থেকে বেশি হয়। সেজন্য সমষ্টিকে আলাদাভাবে দেখা গুরুত্বপূর্ণ।

এতক্ষণের যে আলোচনা তার অনেক কিছুই করা হয়েছে স্বল্পমেয়াদে একটি নির্দিষ্ট উৎপাদনী প্রতিষ্ঠানের সম্ভাব্য কার্যক্রমের পরিপ্রেক্ষিতে। ব্যষ্টিক অর্থনীতিতে স্বল্পমেয়াদ ও একক প্রতিষ্ঠান বা ব্যক্তির উপরই জোর দেয়া হয় বেশি। বলা বাহুল্য, অর্থনীতি শুধুমাত্র একক প্রতিষ্ঠান বা ব্যক্তি দিয়ে চলে না। এখানে অবশ্য বলা দরকার যে, প্রান্তিকতাবাদী অর্থনীতিবিদদের অবস্থান হল, একক বা ব্যক্তি অর্থনীতিই মৌলিক। তাঁদের মতে, একাধিক ব্যক্তিক অর্থনীতি যোগ দিলেই সামষ্টিক অর্থনীতি পাওয়া যাবে। স্যামুয়েলসন আবার বলেছেন, সমষ্টি অনেকসময়ই এককের যোগফল থেকে বেশি হয়। সেজন্য সমষ্টিকে আলাদাভাবে দেখা গুরুত্বপূর্ণ। এখানে আমরা পুরো সমষ্টি নয় খন্ডিত সমষ্টি নিয়ে অর্থাৎ একক প্রতিষ্ঠানের বাইরে শিল্পক্ষেত্রে সমষ্টিগত আচরণ সংক্ষেপে উল্লেখ করবো। খেয়াল করুন, প্রতিষ্ঠান বা ফার্ম যেখানে একক তখন শিল্প হল ঐ নির্দিষ্ট ক্ষেত্রে সকল প্রতিষ্ঠানের সমষ্টি। অর্থাৎ একটি গার্মেন্টস প্রতিষ্ঠান হলো একক 'ফার্ম' আর সকল গার্মেন্টস মিলে হল গার্মেন্টস শিল্প। তাছাড়া একাধিক স্বল্পমেয়াদ সময়কাল যোগ করা মানে অনেকসময় দীর্ঘমেয়াদ নাও হতে পারে। সেজন্য দীর্ঘমেয়াদকেও আলাদাভাবে পর্যালোচনা করা দরকার। সেটিও এখানে সংক্ষেপে উল্লেখ করবো।

দীর্ঘমেয়াদে ভারসাম্য

স্বল্পমেয়াদের সঙ্গে দীর্ঘমেয়াদের একটি বড় তফাৎ হলো স্বল্পমেয়াদে প্রযুক্তি এবং উৎপাদনের প্রাতিষ্ঠানিক ভিত্তির কোন পরিবর্তন হয় না। তার ফলে এগুলো অপরিবর্তিত রেখেই প্রতিষ্ঠানের সঙ্গে সঙ্গে শিল্পও ভারসাম্যে পৌঁছাবে। আর দীর্ঘমেয়াদে যেহেতু প্রযুক্তিসহ উৎপাদনের প্রতিষ্ঠানের যাবতীয় প্রাতিষ্ঠানিক ভিত্তির পরিবর্তন হয় সুতরাং দীর্ঘমেয়াদে প্রতিষ্ঠানগুলো তাদের যাবতীয় ব্যবস্থাবলী পরিবর্তন করতে পারে, কোন প্রতিষ্ঠান বেরিয়ে যেতে পারে আবার কেউ প্রবেশও করতে পারে। সেভাবেই দীর্ঘমেয়াদে ভারসাম্য তৈরী হবে।



চিত্র ৭.৪ : স্বল্পমেয়াদে ও দীর্ঘমেয়াদে শিল্পের ভারসাম্য

বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের চাহিদার যোগফল হিসেবে শিল্পের চাহিদা এবং বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের যোগানের যোগফল হিসেবে শিল্পের যোগান পাই। শিল্পের চাহিদা ও যোগান রেখা তাই বস্তুত: ঐ শিল্পভুক্ত প্রতিষ্ঠানসমূহের যথাক্রমে চাহিদা ও যোগানের সমষ্টি।

বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের চাহিদার যোগফল হিসেবে শিল্পের চাহিদা এবং বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের যোগানের যোগফল হিসেবে শিল্পের যোগান পাই। শিল্পের চাহিদা ও যোগান রেখা তাই বস্তুত: ঐ শিল্পভুক্ত প্রতিষ্ঠানসমূহের যথাক্রমে চাহিদা ও যোগানের সমষ্টি। আমরা আগেই দেখেছি, স্বল্পমেয়াদে একটি প্রতিষ্ঠানের উৎপাদন বন্ধ করে দেবার অবস্থা তৈরী হয় তখন, যখন দাম গড় পরিবর্তনীয় ব্যয়ের সমান হয় বা তার নিচে নেমে যায়। দীর্ঘমেয়াদে যেহেতু স্থিরব্যয় বলে কিছু নেই সেহেতু সবকিছুই পরিবর্তনীয় ব্যয়। পুরো গড় ব্যয়ই হলো গড় পরিবর্তনীয় ব্যয়। তাই আমরা দেখি শিল্পক্ষেত্রেও দীর্ঘমেয়াদে ভারসাম্য প্রতিষ্ঠানের ক্ষেত্রে দাম গড় ব্যয়ের সমান বা তার বেশি হওয়া খুব গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। শিল্পক্ষেত্রে দীর্ঘমেয়াদে যে ঘটনাটি ঘটে সেটি হল যদি দাম গড় ব্যয়ের চাইতে বেশি হয়ে অতিরিক্ত মুনাফার সৃষ্টি করে তাহলে নতুন নতুন প্রতিষ্ঠান ঐ শিল্পে প্রবেশ করে; আবার যদি দাম গড় ব্যয়ের চাইতে কম হয়ে লোকসান দেখা দেয় তাহলে পুরনো প্রতিষ্ঠান ঐ শিল্প থেকে বেরিয়ে যায়। এর ফলে দীর্ঘমেয়াদে ভারসাম্য বিন্দুতে দাম, প্রান্তিক ব্যয়, ন্যূনতম দীর্ঘমেয়াদি গড় ব্যয় সমান হয়। অর্থাৎ $P = MC = AC$

বলা বাহুল্য, এই বিন্দুটি শূন্য মুনাফা বিন্দু। নিখুঁত প্রতিযোগিতার মডেলে দীর্ঘমেয়াদে শিল্পের এটাই ভারসাম্য বিন্দু। এর অর্থ হল, শূন্য মুনাফা বিন্দুতে শিল্পের মোট আয় ও মোট ব্যয় সমান হচ্ছে। ব্যয়ের মধ্যে উৎপাদনের সকল উপাদান নিজ নিজ পাওনা পেয়ে যাচ্ছে এটা এই মডেলের আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ সিদ্ধান্ত।

সারসংক্ষেপ

স্বল্পমেয়াদে দাম যদি ন্যূনতম গড় পরিবর্তনীয় ব্যয় থেকে নিচে হয় তাহলে প্রতিষ্ঠান উৎপাদন করবে না। যদি দাম ন্যূনতম গড় পরিবর্তনীয় ব্যয়ের সমান বা তার থেকে বেশি হয় তাহলে প্রতিষ্ঠান স্বল্পমেয়াদে উৎপাদন করবে এবং এটি মুনাফা সর্বোচ্চ করতে চেষ্টা করবে দাম ও প্রান্তিক ব্যয় সমান করার মধ্য দিয়ে। প্রতিষ্ঠান তখনই মুনাফা করবে যখন ন্যূনতম গড় মোট ব্যয় থেকে দাম বেশি হবে। দীর্ঘমেয়াদে ভারসাম্য বিন্দুতে দাম, প্রান্তিক ব্যয়, ন্যূনতম দীর্ঘমেয়াদি গড় ব্যয় সমান হয়।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন ৭.৩

নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্ন

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (√) চিহ্ন দিন

১. নিখুঁত প্রতিযোগিতায় দাম যখন গড় পরিবর্তনীয় ব্যয়ের সমান হয় তখন উৎপাদন অব্যাহত রাখা অর্থ-

ক. মোট স্থির ব্যয়ের পুরোটাই ক্ষতি
খ. প্রতিষ্ঠানের মুনাফা বৃদ্ধি
গ. লাভ ক্ষতি শূন্য
ঘ. সামান্য ক্ষতি

২. স্বল্পমেয়াদে কোন প্রতিষ্ঠান তখনই মুনাফা করবে যখন:

ক. যখন দাম ন্যূনতম গড় পরিবর্তনীয় ব্যয় এর সমান।
খ. যখন দাম ন্যূনতম গড় ব্যয় থেকে কম।
গ. যখন দাম ন্যূনতম গড় ব্যয় থেকে অনেক কম।
ঘ. যখন দাম ন্যূনতম গড় ব্যয় থেকে বেশি।

৩. দীর্ঘমেয়াদে শিল্পের ভারসাম্য বিন্দুতে কোনটি হয় না-

ক. দাম, প্রান্তিক ব্যয় ও ন্যূনতম দীর্ঘমেয়াদি গড় ব্যয় সমান।
খ. মোট আয় ও মোট ব্যয় সমান।
গ. প্রান্তিক ব্যয় ন্যূনতম দীর্ঘমেয়াদি গড় ব্যয় থেকে বেশি।
ঘ. ব্যয়ের মধ্যে উৎপাদনের সকল উপাদান নিজ নিজ পাওনা পায়।

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. নিখুঁত প্রতিযোগিতায় স্বল্প মেয়াদে উৎপাদন সিদ্ধান্তের শর্তগুলো কি?

২. নিখুঁত প্রতিযোগিতায় দীর্ঘমেয়াদে ভারসাম্য বিন্দুতে কেন দাম, প্রান্তিক ব্যয়, গড় ব্যয় সমান হয়?

রচনামূলক প্রশ্ন

১. চিত্রে উৎপাদন বন্ধ বিন্দু দেখান। কেন এই বিন্দুতে দাম থাকলে প্রতিষ্ঠানের উৎপাদন অব্যাহত রাখা অসম্ভব হয়ে পড়ে?

২. স্বল্পমেয়াদে ও দীর্ঘমেয়াদে ভারসাম্যের প্রভাব কি? চিত্রের মাধ্যমে পরিষ্কার করুন।

পাঠ - ৪

নিখুঁত প্রতিযোগিতার ভাঙন

এই পাঠটি পড়ে আপনি জানতে পারবেন–

- *নিখুঁত প্রতিযোগিতার মডেল থেকে কিভাবে বিচ্যুতি ঘটে*
- *এই ভাঙনের পেছনে বাস্তব কারণ*
- *বাস্তব অর্থনীতিতে নিখুঁত প্রতিযোগিতার মডেল পতনের উদাহরণ*

মডেল থেকে বিচ্যুতি

নিখুঁত প্রতিযোগিতার মডেলটি তার নিজের ভেতরে একটি যৌক্তিক কাঠামো দাঁড় করালেও তার অনুমিতিগুলি পরীক্ষা করলেই আমরা বুঝতে পারি যে, এটি সাধারণভাবে দীর্ঘমেয়াদে বিদ্যমান জগতের ক্ষেত্রে প্রযোজ্য নয়।

নিখুঁত প্রতিযোগিতার মডেলটি তার নিজের ভেতরে একটি যৌক্তিক কাঠামো দাঁড় করালেও তার অনুমিতিগুলি পরীক্ষা করলেই আমরা বুঝতে পারি যে, এটি সাধারণভাবে দীর্ঘমেয়াদে বিদ্যমান জগতের ক্ষেত্রে প্রযোজ্য নয়। নির্দিষ্টভাবে কোন্ কোন্ ক্ষেত্রে বাস্তব জগতের সাথে এই মডেলটির বিরোধ হচ্ছে সেটা আমাদের মনোযোগের সঙ্গে বিবেচনা করতে হবে। নিচের ছকে নিখুঁত বাজারের জন্য খুবই গুরুত্বপূর্ণ কিছু শর্ত নির্দিষ্ট করা হয়েছে এবং আমরা এখানে দেখার চেষ্টা করছি কি কি কারণে এই শর্তগুলো ভেঙে অনিখুঁত প্রতিযোগিতার উদ্ভব হয়।

নিখুঁত প্রতিযোগিতার জন্য প্রথম যে শর্ত সেটি হল এই বাজারে ব্যক্তিগত ও সামাজিক সুবিধার মধ্যে কোন বিরোধ নেই বরঞ্চ দুই-এর মধ্যে সুসামঞ্জস্য আছে। কিন্তু বাস্তব জগতে যখনই দেখা যায় উৎপাদন বা বিনিয়োগ প্রক্রিয়ার মধ্য দিয়ে সামাজিক সুবিধার চাইতে ব্যক্তির সুবিধা বেশি হচ্ছে তখনই এই শর্তটি আর কাজ করে না। দেখা যায়, সম্পদ বিতরণ অদক্ষ, অপচয়মূলক হয়। এর ফলে সম্পদের কেন্দ্রীভবন ঘটে। ভেঙ্গে পড়ে নিখুঁত বাজার।

দ্বিতীয় শর্তে বলা হচ্ছে বাজারের ভোক্তা যে দামে পণ্য কিনবে তা সেই পণ্য থেকে প্রাপ্ত প্রান্তিক উপযোগের সমান হবে। কিন্তু বাস্তবে যখন দেখা যায় ক্রেতা বা বিক্রেতা তার আপেক্ষিক শক্তি বা প্রভাব বিস্তার করে পণ্যের দাম বাড়াচ্ছে বা কমাচ্ছে তখন এই শর্ত ভেঙে যায় এবং অধিকতর অস্বচ্ছতার সৃষ্টি হয়।

তৃতীয় শর্তে বলা হচ্ছে উৎপাদক যখন পণ্য উৎপাদন করেন তখন দাম প্রান্তিক ব্যয়ের সমান হয় কিন্তু ক্রেতা বা বিক্রেতার আপেক্ষিক শক্তির কারণে যদি এই অবস্থায় ব্যত্যয় ঘটে তাহলে এই শর্ত ভেঙে পড়ে এবং দাম বৃদ্ধির মাধ্যমে শক্তিশালী ব্যক্তির লাভ সমাজের ক্ষতির কারণ হয়। এই অবস্থাও অধিকতর একচেটিয়াকরণের অবস্থা তৈরি করে।

চতুর্থ শর্তে বলা হচ্ছে কোন পণ্য উৎপাদনে ব্যক্তির প্রান্তিক ব্যয় ও সমাজের প্রান্তিক ব্যয় সমান হবে। কিন্তু বাস্তবে যদি দেখা যায় ব্যক্তিগত লাভের জন্য ব্যক্তিগত ব্যয় সমাজের উপর স্থানান্তর করা হয় তাহলে সমাজের ব্যয়ে ব্যক্তি বা প্রাতিষ্ঠানিক একচেটিয়া শক্তি তৈরী হতে থাকে।

পঞ্চম শর্তে বলা হয়েছে, কোন অর্থনৈতিক তৎপরতায় সমাজের যে ব্যয় হবে তা সমাজের প্রাপ্ত সুবিধার সমান হবে। এই অবস্থাতেই এ্যাডাম স্মীথের অদৃশ্য হস্ত শর্ত কাজ করে অর্থাৎ এখানে ব্যক্তির লাভ আর সমাজের লাভ সমার্থক। কিন্তু যদি কোন প্রভাবের ফলে সমাজের প্রাপ্ত সুবিধার তুলনায় ব্যক্তির লাভ বেশি হয়ে যায় তাহলে পুরো মডেলটিই ভেঙে পড়ে।

ছক ৩ : নিখুঁত প্রতিযোগিতা ও দক্ষ অর্থনৈতিক ব্যবস্থার শর্তাবলী ও এর ভাঙনের কারণ

দক্ষ বাজার ও নিখুঁত বাজারের শর্তাবলী	সমীকরণে	শর্ত ভেঙে পড়ার কারণ	ফলাফল
১। ব্যক্তিগত ও সামাজিক উপযোগ সমান থাকে	MUs=MU	যখন ব্যক্তির প্রাপ্ত উপযোগ সমাজের চাইতে অনেক বেশি হয়।	সম্পদ বিতরণ অদক্ষ ও অপচয়মূলক হয়। সম্পদের কেন্দ্রীভবন ঘটে।
২। ভোক্তারা এমন দামে পণ্য কেনেন যখন তা প্রান্তিক উপযোগের সমান হয়।	MU=P	ক্রেতা বা বিক্রেতা একক শক্তিশালী হলে প্রভাব বিস্তার করে সুবিধামতো দাম নির্ধারণ করতে পারে। MU≠P	প্রতিযোগিতামূলক ব্যবস্থা ক্ষয়প্রাপ্ত হয় এবং ক্রমে একচেটিয়া ব্যবস্থা তৈরী হতে থাকে।
৩। উৎপাদকেরা এমন খরচে উৎপাদন করেন যেখানে পণ্য উৎপাদনের প্রান্তিক ব্যয় তার দাম এর সমান হয়।	P=MC	ক্রেতা বা বিক্রেতা একক শক্তিশালী হলে প্রভাব বিস্তার করে সুবিধামতো দাম নির্ধারণ করতে পারে। P≠MC	প্রতিযোগিতামূলক ব্যবস্থা ক্ষয়প্রাপ্ত হয় এবং ক্রমে একচেটিয়া ব্যবস্থা তৈরী হতে থাকে।
৪। যখন ব্যক্তিগত ও সামাজিক ব্যয় সমান হয়।	MC=MCs	ব্যক্তিগত লাভের জন্য যে ব্যয় তা যখন সমাজের উপর স্থানান্তর করা হয়। MC<MCs	সামাজের ব্যয়ে ব্যক্তি একচেটিয়া সম্পত্তিশালী শ্রেণী তৈরী হতে থাকে।
৫। সামজিক ব্যয় ও সামাজিক সুবিধা সমান হয়। এই অবস্থাতেই এ্যাডাম স্মীথের "অদৃশ্য হস্তক্ষেপ" কাজ করে এবং ব্যক্তির সুবিধা সন্ধান সমাজের সুবিধা নিশ্চিত করে।	MUs=MCs	সমাজের প্রাপ্ত সুবিধার চাইতে যখন তার ব্যয় অনেক বেশি বেড়ে যায়। MCs<MCs	সমাজের ব্যয়ে ব্যক্তি একচেটিয়া সম্পদশালী শ্রেণী তৈরী হতে থাকে এবং বাজার ব্যবস্থায় দক্ষ এবং সকলের জন্য সুবিধাজনক অর্থনৈতিক ব্যবস্থার সম্ভাবনা তিরোহিত হয়।

এখানে,
MUs = সামাজিক প্রান্তিক উপযোগ
MU = ব্যক্তির প্রান্তিক উপযোগ
MCs = সামাজিক প্রান্তিক ব্যয়
MC = ব্যক্তির প্রান্তিক ব্যয়।

নিখুঁত বাজার বিরোধী বাস্তব উপাদান

নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজার বাদে সব বাজার ব্যবস্থাকেই এককথায় অনিখুঁত (বা ত্রুটিযুক্ত) বাজারের অন্তর্ভুক্ত হিসেবে বিবেচনা করা যায়। কিভাবে আদর্শায়িত নিখুঁত বাজার বর্তমান সময়ের অনিখুঁত বাজারে এসে দাঁড়ায় সেটা উপরের ছক থেকেই বোঝা যায়। ১৯৩০ এর দশকের পূর্ব পর্যন্ত অর্থশাস্ত্রে তাত্ত্বিকভাবে এই বাজারের অস্তিত্বকে স্বীকার করা হয়নি। ৩০ দশকের প্রথম দিকের মহামন্দা অর্থশাস্ত্রে এই বিষয়ে অন্তর্ভুক্তির বাস্তব চাপ সৃষ্টি করে। উল্লেখযোগ্য তাত্ত্বিক কাজ করেন এঁদের মধ্যে অন্যতম, জোয়ান রবিনসন, তাঁর গ্রন্থ প্রকাশিত হয় ১৯৩৩ সালে।[১৭]

[১৭] Joan Robinson : *Theory of Imperfect Competition,*

এই সময়কালে কেইনসের তত্ত্ব প্রকৃতপক্ষে বাজারের অনিখুঁত চেহারাকে স্বীকার করেই নির্মিত। এই ক্ষেত্রের তাত্ত্বিক কাজ পরে আরও অনেক অগ্রসর হয়েছে। স্যামুয়েলসন বাস্তব দৃষ্টান্ত ব্যাখ্যা করে বলেছেন কি কি উপাদান বা ব্যবস্থাবলী বাজারকে ক্রমান্বয়ে অনিখুঁত করে তোলে। সেগুলোর মধ্যে আছে :

ক. বৃহদায়তন উৎপাদনের ব্যয় এবং প্রতিযোগিতায় অন্যদের তুলনায় সুবিধাজনক অবস্থান;

খ. নতুন কোন উৎপাদনী প্রতিষ্ঠানের পক্ষে বাজারে প্রবেশ অত্যন্ত ব্যয়বহুল এবং ঝুঁকিপূর্ণ হয়ে উঠা;

গ. সরকারী আইন কাঠামো; এবং

ঘ. বৃহৎ প্রতিষ্ঠানগুলোর বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে বাজার দখলের ক্ষমতা।

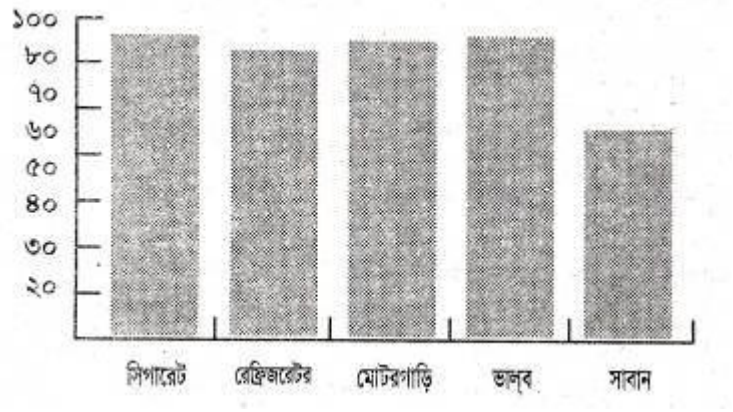
বলাই বাহুল্য যে, এর সঙ্গে মালিকানা ব্যবস্থা ও সামাজিক ক্ষমতার বিন্যাসসহ আরও বিভিন্ন উপাদানও গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।

বাস্তব দৃষ্টান্ত

এসব বিভিন্ন কারণে বাজার ক্রমে নিখুঁত বাজারের সকল শর্ত থেকে দূরে সরে যেতে থাকে। স্যামুয়েলসন যুক্তরাষ্ট্রের উদাহরণ টেনে কেন্দ্রীভবনের বিভিন্ন মাত্রার সঙ্গে বিজ্ঞাপনের খরচ, মানোন্নয়ন খরচ ও মুনাফার সম্পর্ক দেখিয়েছেন। নিচে এটির সারসংক্ষেপ দেয়া হল।

ছক ৪ : যুক্তরাষ্ট্রের কেন্দ্রীভবনের অনুপাত

কেন্দ্রীভবনের মাত্রা এবং শিল্প শাখা	চারটি প্রতিষ্ঠানের কেন্দ্রীভবনের অনুপাত	বিজ্ঞাপনের পেছনে শতকরা ব্যয়	গবেষণা ও উন্নয়নের পেছনে শতকরা ব্যয়	মুনাফা, বিক্রির শতকরা হার
উচু (গাড়ী ও সিগারেট)	৭১	২.৪	৩.২	১২
মোটামুটি (কাগজ, পাথর, রাসায়নিক দ্রব্য)	১৪	২.১	৩.০	১০.৭
নীচু (কাপড়, মুদ্রণ, আসবাবপত্র)	৯	১.৫	০.৩	১০.৫
নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক (চাল ও গম খামার)	০.০১	০	০	পাওয়া যায়নি



চিত্র ৭.৫ : যুক্তরাষ্ট্রে কেন্দ্রীভবন ঃ যুক্তরাষ্ট্রের পাঁচটি প্রধান কোম্পানী বাজারের কত অংশ নিয়ন্ত্রণ করে

স্যামুয়েলসনের অন্য হিসাবে পাঁচটি প্রধান কোম্পানীর হাতে নির্দিষ্ট খাতগুলোতে কি পরিমাণ সম্পদের কেন্দ্রীভবন হয়েছে তার চিত্র দেওয়া হয়েছে। এই হিসাব অনুযায়ী, সিগারেট: ৯২%, রেফ্রিজারেটর : ৮৫%, মোটরগাড়ী: ৯০%, ভাল্‌ব : ৯১%, সাবান : ৬৫%।

বাংলাদেশের মতো দেশগুলোর ক্ষেত্রে আমরা এই একচেটিয়াকরণ ও নিয়ন্ত্রণ দেখি দুইভাবে। এক হলো, দেশীয় শিল্প ও বণিক প্রতিষ্ঠানগুলোর খুব অল্প কয়েকটিই শিল্প, ব্যবসা প্রতিষ্ঠান, ব্যাংক ঋণ

বাংলাদেশের মতো দেশগুলোর ক্ষেত্রে আমরা এই একচেটিয়াকরণ ও নিয়ন্ত্রণ দেখি দুইভাবে। এক হলো, দেশীয় শিল্প ও বণিক প্রতিষ্ঠানগুলোর খুব অল্প কয়েকটিই শিল্প, ব্যবসা প্রতিষ্ঠান, ব্যাংক ঋণ ইত্যাদির উপর কর্তৃত্ব প্রতিষ্ঠা করেছে আবার সমগ্র দেশীয় অর্থনীতির উপর অল্প কয়েকটি শিল্পোন্নত দেশের বহুজাতিক সংস্থাগুলোর একক কর্তৃত্ব আছে।

ইত্যাদির উপর কর্তৃত্ব প্রতিষ্ঠা করেছে আবার সমগ্র দেশীয় অর্থনীতির উপর অল্প কয়েকটি শিল্পোন্নত দেশের বহুজাতিক সংস্থাগুলোর একক কর্তৃত্ব আছে।[১৮]

সারসংক্ষেপ

বিভিন্ন কারণে নিখুঁত প্রতিযোগিতার মডেলটি বাস্তবে কাজ করে না। স্যামুয়েলসনসহ বিভিন্ন অর্থনীতিবিদ এর ব্যাখ্যা দিয়েছেন। সেগুলো হচ্ছে: বৃহদায়তন উৎপাদনের ব্যয় ও প্রতিযোগিতায় অন্যদের তুলনায় সুবিধাজনক অবস্থান; নতুন কোন উৎপাদনী প্রতিষ্ঠানের পক্ষে বাজারে প্রবেশ অত্যন্ত ব্যয়বহুল এবং ঝুঁকিপূর্ণ; সরকারী আইন কাঠামো; বৃহৎ প্রতিষ্ঠানগুলোর বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে বাজার দখলের ক্ষমতা। বাংলাদেশের অর্থনীতিতে এর উপস্থিতি দ্বৈতভাবে ঘটে।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন ৭.৪

নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্ন

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (√) চিহ্ন দিন

১. সমাজের লাভের তুলনায় ব্যক্তির লাভ এর মধ্যে অসঙ্গতি সৃষ্টি হলে-
   ক. নিখুঁত প্রতিযোগিতার মডেলের কিছু অসুবিধা হয় না।
   খ. নিখুঁত প্রতিযোগিতার মডেল ভেঙ্গে পড়ে।
   গ. নিখুঁত প্রতিযোগিতা আরও শক্তিশালী হয়।
   ঘ. সাময়িক সমস্যা হয়।

২. অনিখুঁত বাজার নিয়ে জোয়ান রবিনসনের গ্রন্থ প্রকাশিত হয় কত সালে?
   ক. ১৯২০ সালে খ. ১৯৫০ সালে
   গ. ১৯৩৩ সালে ঘ. ১৯৮০ সালে

৩. পল স্যামুয়েলসনের উদাহরণ অনুযায়ী যুক্তরাষ্ট্রে কেন্দ্রীভবনের মাত্রা কোন্ শিল্পে বেশি-
   ক. গাড়ী ও সিগারেট খ. চাল ও গম খামার
   গ. কাগজ, পাথর ও রাসায়নিক দ্রব্য ঘ. কাপড়, মুদ্রণ ও আসবাবপত্র

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. সম্পদের কেন্দ্রীভবন কি? নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারে এর প্রভাব কি?

২. এ্যাডাম স্মীথের 'অদৃশ্য হস্তক্ষেপ' নিখুঁত প্রতিযোগিতায় কিভাবে কাজ করে?

রচনামূলক প্রশ্ন

১. "নিখুঁত প্রতিযোগিতার শর্তগুলো খুবই ভঙ্গুর। বাস্তব জগতে এগুলোর বিচ্যুতিই প্রধান প্রবণতা।" ব্যাখ্যা করুন।

২. মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে বাজারের বাস্তব চিত্র কি ধরনের বাজারকে ইঙ্গিত করে? দৃষ্টান্ত সহ ব্যাখ্যা করুন।

নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্নের উত্তর

পাঠ - ১ : ১. ক ২. গ ৩. ঘ

পাঠ - ২ : ১. ঘ ২. খ ৩. গ

[১৮] আনু মুহাম্মদ : *বাংলাদেশের অর্থনীতির চালচিত্র*, ২০০০

পাঠ - ৩ : ১. ক ২. ঘ ৩. গ
পাঠ - ৪ : ১. খ ২. গ ৩. ক