

ইউনিট

৮

অনিখুঁত প্রতিযোগিতা Imperfect Competition

আমরা বিভিন্ন বাজার অর্থনীতির অভিজ্ঞতা থেকে দেখি, বাস্তব জগতে পুঁজিবাদী অর্থনীতিতে বাজার নিখুঁত প্রতিযোগিতা দিয়ে চলে না। পুঁজিবাদের বিকাশের সঙ্গে সঙ্গে বাজারে একচেটিয়ার প্রবণতা যে বাড়তেই থাকে এটা আমরা যুক্তরাষ্ট্র থেকে বাংলাদেশ পর্যন্ত বিভিন্ন মাত্রায় বিকশিত অর্থনীতিগুলোতে দেখি। বাজারের অনিখুঁত, ত্রুটিযুক্ত বা নানা ধরনের অসম প্রতিযোগিতার মধ্যে কিছু অভিন্ন বিষয় আছে। আবার বিভিন্ন ধরনের আলাদা আলাদা কিছু বৈশিষ্ট্যও আছে। এই অংশে আমরা এসব বিষয় আলোচনা করবো। সেই সঙ্গে ভারসাম্য, অর্থনীতির উপর এর প্রভাব ইত্যাদিও আলোচিত হবে।

এই ইউনিটের পাঠগুলো হচ্ছে :

- পাঠ-১. অনিখুঁত বাজারের পরিচয়
- পাঠ-২. একচেটিয়া বাজারের ভারসাম্য
- পাঠ-৩. অনিখুঁত বাজারের ভারসাম্য

অনির্খুঁত বাজারের পরিচয়

এই পাঠটি পড়ে আপনি জানতে পারবেন –

- ◆ অনির্খুঁত বাজারের বিভিন্ন ধরন
- ◆ একচেটিয়াকরণের বাস্তব রূপ
- ◆ একচেটিয়াকরণের ক্ষতি

অনির্খুঁত বাজারের বিভিন্ন ধরন

অনির্খুঁত বাজারের ধরন বিভিন্ন হতে পারে। তার কয়েকটি নিচে আলোচনা করা হল।

নির্খুঁত একচেটিয়া (Perfect Monopoly): নির্খুঁত একচেটিয়ার উদ্ভব হয় তখনই যখন বাজারে শুধুমাত্র একটি উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠান থাকে এবং সেই উৎপাদিত দ্রব্যের কোন নিকট বিকল্পও থাকে না। এর ফলে ঐ প্রতিষ্ঠানের কোন প্রতিযোগিতার মুখোমুখি হতে হয় না এবং আর কোন আশু সম্ভাবনাও থাকে না।

একচেটিয়াসম প্রতিযোগিতা (Monopolistic Competition): পণ্য পৃথকীকরণ ছাড়া এর বাকি সব বৈশিষ্ট্যই নির্খুঁত প্রতিযোগিতার মতো। এতে অনেক প্রতিষ্ঠান থাকে। কিন্তু যে পণ্য উৎপাদিত হয় সেগুলোকে কৃত্রিমভাবে পৃথক বা অনন্য হিসেবে দেখানো হয়। বিজ্ঞাপন, মোড়ক, প্রচার দিয়েই এই পার্থক্য তৈরি করা হয়। সেইক্ষেত্রে আচরণ হয় একচেটিয়ার।

বিপরীত একচেটিয়া (Monopsony): এই ক্ষেত্রে ক্রেতাই একচেটিয়া আকারে আবির্ভূত হয়।

পৃথকীকৃত একচেটিয়া (Discriminating Monopoly): একই পণ্য যখন বিভিন্ন ক্রেতার কাছে বিভিন্ন দামে বিক্রি করার অবস্থা দেখা যায় তখনই এরকম বাজার উদ্ভূত হয়।

দ্বিপাক্ষিক একচেটিয়া (Bilateral Monopoly): ক্রেতা এবং বিক্রেতা দু'দিকেই যখন দু'জন একচেটিয়া অবস্থানে থাকেন তখন তাকে এরকম দ্বিপাক্ষিক একচেটিয়া বাজার বলা যায়।

দ্বৈত একচেটিয়া (Duopoly): এটি গোষ্ঠী একচেটিয়ারই একটি বিশেষ ধরন। এই বিশেষ ধরনে দুটো প্রতিষ্ঠানই বাজারকে নিয়ন্ত্রণ করে।

গোষ্ঠী একচেটিয়া (Oligopoly): যখন দেখা যায় দুই-এর অধিক কিন্তু সীমিত সংখ্যক প্রতিষ্ঠান বাজার নিয়ন্ত্রণ করছে তখন তাকে আমরা গোষ্ঠী একচেটিয়া বলতে পারি।

অনির্খুঁত বাজারের বাস্তব চিত্র

এনসাইক্লোপিডিয়া ব্রিটানিকা প্রদত্ত তথ্য অনুযায়ী মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে শিল্প শাখা আছে ৪০০টি, কিন্তু এগুলোর মধ্যে একক একচেটিয়া প্রতিষ্ঠান একটিকেও বলা যায় না। এর প্রায় অর্ধেক শাখায় কেন্দ্রীভবন যে মাত্রায় ঘটছে তাতে এগুলোকে বলা যায় অলিগোপলি। এসব প্রতিষ্ঠানের অধিকাংশের মধ্যে উল্লেখযোগ্য মাত্রায় পণ্য পৃথকীকরণ দেখা যায়। একই চিত্র যুক্তরাজ্যেও। জাপান, ফ্রান্স, ইটালী, কানাডা এবং সুইডেন-এ এগুলো আরও বেশি মাত্রায় উপস্থিত।

গণ-ব্যবহার্য দ্রব্যের ক্ষেত্রে যেমন গ্যাস, বিদ্যুৎ, টেলিফোন-টেলিগ্রাফ ইত্যাদিতে যুক্তরাষ্ট্রে প্রায় একক প্রতিষ্ঠান একচেটিয়া দেখা যায়। উঁচু মাত্রায় কেন্দ্রীভূত ওলিগোপলি দেখা যায় রেডিও, টেলিভিশন ও পরিবহন ইত্যাদি খাতে। এসব খাতে নতুন প্রতিষ্ঠানের প্রবেশ হয় দুঃসাধ্য নয়তো অসম্ভব। পশ্চিমের

অন্যান্য দেশেও পরিস্থিতি মোটামুটি একই রকম, তবে অন্যান্য দেশে গণ-ব্যবহার্য দ্রব্য যোগানদার প্রতিষ্ঠান বেশিরভাগ ক্ষেত্রে রাষ্ট্রীয়।

অন্যদিকে আবার স্যামুয়েলসনের হিসাব অনুযায়ী, যুক্তরাষ্ট্রে বিভিন্ন ধরনের ব্যবসা প্রতিষ্ঠানের সংখ্যা ১ কোটি ৮০ লক্ষ কিন্তু বিক্রি আর সম্পদ কিংবা রাজনৈতিক-অর্থনৈতিক ক্ষমতা, কর্মসংস্থান ইত্যাদি বিবেচনা করলে মাত্র কয়েকশ' প্রতিষ্ঠান পুরো অর্থনীতিকে নিয়ন্ত্রণ করে। এইসব বৃহৎ প্রতিষ্ঠানে অনেক শেয়ারহোল্ডার আছেন কিন্তু বাস্তবে এই লক্ষ লক্ষ শেয়ারহোল্ডারেরা কোন ক্ষমতাই প্রয়োগ করতে পারেন না। এসব প্রতিষ্ঠান আসলে চালায় আমলারা।^{১৯} Joseph Schumpeter (১৮৮৩-১৯৫০) পুঁজিবাদের (বাজার অর্থনীতির) এই একচেটিয়া অবস্থাকে পরজীবী ও অবক্ষয়ী বলে বর্ণনা করেছিলেন।

যুক্তরাষ্ট্রের স্টেট ডিপার্টমেন্ট পরিচালিত চ্যানেলের সাম্প্রতিক এক টিভি আলোচনায় জানানো হয়েছে যে, যুক্তরাষ্ট্রে এখন ১৪,০০০ প্রতিষ্ঠানে ৫০০ এরও অধিক নিয়োগ আছে, অন্যদিকে আরও ২ কোটির অধিক প্রতিষ্ঠান আছে যারা ৫০০ এর কম নিয়োগ দিয়ে থাকে।^{২০}

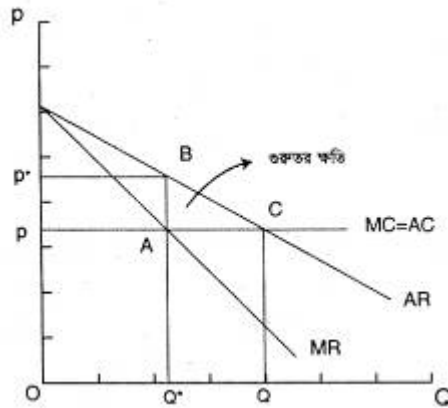
ওলিগোপলি শব্দটি দিয়ে এমন ধরনের বাজার বোঝানো হয় যেখানে একচেটিয়া ও প্রতিযোগিতামূলক দু'ধরনের বাজারেরই উপাদান থাকে। কোনটি শক্তিশালী হবে তা নির্ভর করবে এগুলোর আপেক্ষিক শক্তির উপর, সেটি আবার নির্ভর করবে বাজার কাঠামোর বিস্তারিত বিন্যাসের উপর। খুব সহজভাবে বলতে গেলে এই বাজার হলো মুষ্টিমেয় বিক্রেতার বাজার, যারা আবার প্রত্যেকে বাজারের একটি বড় অংশ নিয়ন্ত্রণ করে। এদের মধ্যে প্রতিযোগিতা থাকে তীব্র, কিন্তু প্রয়োজনে আবার এদের মধ্যে সমঝোতাও হতে পারে, এই সমঝোতা একটি কাঠামোগত রূপ পেলে তাকে বলে কার্টেল। এক্ষেত্রে প্রতিষ্ঠানগুলোর দ্বৈত লক্ষ্য থাকে। একটি হলো সম্মিলিতভাবে বাজারকে নিয়ন্ত্রণ করে মুনাফা সর্বোচ্চ করা, আবার অন্যটি হলো অন্য প্রতিষ্ঠানকে পরাজিত করে নিজ প্রতিষ্ঠানের মুনাফা সর্বোচ্চ করা।

যুক্তরাষ্ট্রে এখন ১৪,০০০ প্রতিষ্ঠানে ৫০০ এরও অধিক নিয়োগ আছে, অন্যদিকে আরও ২ কোটির অধিক প্রতিষ্ঠান আছে যারা ৫০০ এর কম নিয়োগ দিয়ে থাকে।

গুরুতর ক্ষতি (Deadweight loss)

সাধারণত: যে কোন নীতিগত অবস্থানের পরিবর্তনের কারণে যখন ভোক্তার উদ্বৃত্ত, উৎপাদকের উদ্বৃত্ত বা সরকারের উদ্বৃত্ত উল্লেখযোগ্য মাত্রায় কমে যায় তখন তাকে গুরুতর ক্ষতি বলা হয়। এই নীতিগত অবস্থান পরিবর্তনের মধ্যে আছে: একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানের স্বীকৃতি, কর, শুল্ক ইত্যাদি। স্যামুয়েলসন এই ধারণায় সুনির্দিষ্টভাবে অর্থনীতিতে একচেটিয়াকরণের ফলে যে অদক্ষতা ও অপচয় দেখা দেয় তাতে ভোক্তার উদ্বৃত্ত হ্রাসসহ বিভিন্ন ধরনের ক্ষতিকে নির্দেশ করেছেন। নিচের চিত্রে এই বিষয়টি স্পষ্ট করা হয়েছে।

সাধারণত: যে কোন নীতিগত অবস্থানের পরিবর্তনের কারণে যখন ভোক্তার উদ্বৃত্ত, উৎপাদকের উদ্বৃত্ত বা সরকারের উদ্বৃত্ত উল্লেখযোগ্য মাত্রায় কমে যায় তখন তাকে গুরুতর ক্ষতি বলা হয়।



চিত্র ৮.১ : একচেটিয়ার ফলে অপচয় ও ক্ষতি

^{১৯} Samuelson, *Economics*, 15th ed, 1995, পৃঃ ১০১-২

^{২০} World Net, 16.8.99

এখানে P দামে ভারসাম্য সম্ভব হলেও, একচেটিয়া প্রতিষ্ঠান অতি মুনাফা অর্জনের জন্য, P*-এ দাম নির্ধারণ করে। এতে তার বাড়তি মুনাফা হবে কিন্তু উৎপাদন Q থেকে Q* পর্যন্ত কমে যাবে এবং সামাজিক ক্ষতি হবে ABC পরিমাণ। জনগণ সামাজিকভাবে (OQ-OQ*) পরিমাণ দ্রব্য ভোগ থেকে বঞ্চিত হবে।

একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানের দামের উপর নিয়ন্ত্রণ থাকবার কারণে মুনাফা বাড়ানোর জন্য উৎপাদন কমিয়ে দাম বাড়িয়ে দিতে পারে। কিন্তু এতে ভোক্তার উদ্ভূত কমে যায়। এতে ব্যক্তিক ও সামাজিক উভয় ক্ষেত্রেই গুরুতর ক্ষতি হয়। মুনাফা বাড়ানোর জন্য উৎপাদন হ্রাস, উৎপাদন ক্ষমতার অপচয়, বস্তুগত ও মানব সম্পদের অব্যবহার, বেকারত্ব, অপচয়, উদ্ভাবনকে নিরুৎসাহিত করা ইত্যাদি অবস্থার সৃষ্টি করতে পারে। এর ফলে পুরো অর্থনীতিরই স্বল্পমেয়াদে ও দীর্ঘমেয়াদে বড় ক্ষতির সম্মুখীন হয়। বর্তমান বিশ্বে এরকম ক্ষতি একটি নিয়মিত ঘটনা হয়ে দাঁড়িয়েছে। স্যামুয়েলসন একটি সমীক্ষার উদ্ধৃতি দিয়ে জানিয়েছেন, যুক্তরাষ্ট্রের জনগণ প্রতি বছর জিএনপি'র শতকরা প্রায় ০.৫ থেকে ২ ভাগ এই ধরনের ক্ষতির শিকার হন।^{২১} এর মূল্য টাকার অংকে কমপক্ষে প্রায় দুই লক্ষ কোটি টাকা যা বাংলাদেশের এ সময়ে মোট জিডিপি'র চাইতেও বেশি। এটি অন্য একটি হিসাব অনুযায়ী এর ৪ গুণ বা ৭ লক্ষ কোটি টাকা পর্যন্ত উঠতে পারে। আরেকটি হিসাবে দু'দশক আগেও দেখা গেছে, ক্ষতি ও অপচয়ের হার ছিল বৃহৎ সংস্থাগুলোর মোট আয়ের কমপক্ষে শতকরা, যুক্তরাষ্ট্রের জন্য ১২.৩ ভাগ ও যুক্তরাজ্যের জন্য ৫.৪ ভাগ।^{২২}

যুক্তরাষ্ট্রের জনগণ প্রতি বছর জিএনপি'র শতকরা প্রায় ০.৫ থেকে ২ ভাগ এই ধরনের ক্ষতির শিকার হন। এর মূল্য টাকার অংকে কমপক্ষে প্রায় দুই লক্ষ কোটি টাকা যা বাংলাদেশের এ সময়ে মোট জিডিপি'র চাইতেও বেশি।

সারসংক্ষেপ

অনিখুঁত বাজারের বিভিন্ন ধরন হতে পারে। নিখুঁত একচেটিয়া এই বাজারের একটি চরম অবস্থা। বাস্তব জগতে অনিখুঁত বাজারের বিভিন্ন ধরনই দেখা যায়। গোষ্ঠী একচেটিয়া বা ওলিগোপলি বাজারে নতুন প্রতিষ্ঠানের প্রবেশ দুঃসাধ্য নয়তো অসম্ভব। বাস্তবে যুক্তরাষ্ট্রসহ পশ্চিমের অন্যান্য দেশে এসব যোগানদার প্রতিষ্ঠান বেশিরভাগ ক্ষেত্রে রাষ্ট্রীয়। এ ধরনের বাজারে গুরুতর ক্ষতি হয় যা বলতে অনিখুঁত বাজারের কারণে ভোক্তার উদ্ভূত উল্লেখযোগ্য মাত্রায় কমে যাওয়া কিংবা অপচয়, বস্তুগত ও মানব সম্পদের অপব্যবহারকে বোঝানো হয়।

^{২১} F.M. Scherer and David Ross: *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Boston, 1990.

^{২২} Keith Cowling and Dennis C. Mueller, "The Social Costs of Monopoly Power", *The Economic Journal*, December, 1978.

পাঠ্যক্রম মূল্যায়ন চ.১

নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্ন

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (√) চিহ্ন দিন

১. দুই-এর অধিক কিন্তু সীমিত সংখ্যক প্রতিষ্ঠান নিয়ন্ত্রণকারী বাজারকে বলে-
ক. বিপরীত একচেটিয়া খ. নিখুঁত একচেটিয়া
গ. গোষ্ঠী একচেটিয়া ঘ. পৃথকীকৃত একচেটিয়া
২. বাজার অর্থনীতির একচেটিয়া অবস্থাকে পরজীবী ও অবক্ষয়ী বলেছেন-
ক. পল স্যামুয়েলসন খ. জোসেফ শ্যুম্পিটার
গ. জোসেফ স্টিগলিজ ঘ. জে. এম. কেইনস
৩. একচেটিয়া প্রতিষ্ঠান মুনাফা বাড়ানোর জন্য-
ক. উৎপাদন ক্ষমতার অপচয় করতে পারে। খ. বস্তুগত ও মানব সম্পদের সদ্ব্যবহার করতে পারে।
গ. বেকারত্ব কমাতে পারে। ঘ. উৎপাদন বাড়াতে পারে।

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. অনিখুঁত বাজারের বিভিন্ন ধরন উল্লেখ করুন।
২. একচেটিয়া করণের গুরুতর ক্ষতি বলতে কি বোঝায়?

রচনামূলক প্রশ্ন

১. অনিখুঁত বাজারের বাস্তব দৃষ্টান্ত কি হতে পারে? নিজের অভিজ্ঞতা থেকে আলোচনা করুন।
২. একচেটিয়াকরণের ফলে অর্থনীতিতে কি ধরনের ক্ষতির সৃষ্টি হয়?

একচেটিয়া বাজারের ভারসাম্য

এই পাঠটি পড়ে আপনি জানতে পারবেন—

- ◆ একচেটিয়া বাজার কি
- ◆ একচেটিয়া বাজারে প্রান্তিক আয় ও গড় আয়
- ◆ একচেটিয়া বাজারে ভারসাম্য

একচেটিয়া বাজার

এটি হচ্ছে নিখুঁত বাজারের বিপরীত আরেকটি চরম অবস্থা। যেখানে মাত্র একজন ক্রেতা বা বিক্রেতা (ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান) থাকে। এ ধরনের ক্রেতা বা বিক্রেতা দাম নির্ধারণে ব্যাপক প্রভাব বিস্তার করে। তারা হয় দাম গ্রহীতার (price taker) বদলে দাম নির্ধারক (price maker)। পুঁজিবাদী অর্থনীতিতে মালিকানার কেন্দ্রীভবন একটি অব্যাহত প্রক্রিয়া। বিশেষত: বিভিন্ন অর্থনৈতিক সংকটের সময় অঙ্গীভবন, সম্মিলন ইত্যাদি প্রক্রিয়ায় এটি ত্বরান্বিত হয়। যদিও পুঁজিবাদী অর্থনীতিকে মুক্ত বাজার অর্থনীতি বলা হয় কিন্তু একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানগুলোর ব্যাপক আধিপত্য দেখলে বিপরীত চিত্রই আরও স্পষ্ট হয়। একচেটিয়া বিরোধী আইনগত ব্যবস্থার অস্তিত্ব বিকশিত বাজার অর্থনীতিতে দেখা যায় কিন্তু অভিজ্ঞতা থেকে মনে হয় এগুলোর চাইতে একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানগুলোর কার্যকর শক্তি অনেক বেশি। দু'জন অর্থনীতিবিদ আমাদের দৃষ্টি আকর্ষণ করেছেন এর আইনগত দুর্বলতার দিকেই।^{২০}

পুঁজিবাদী অর্থনীতিতে মালিকানার কেন্দ্রীভবন একটি অব্যাহত প্রক্রিয়া। বিশেষত: বিভিন্ন অর্থনৈতিক সংকটের সময় অঙ্গীভবন, সম্মিলন ইত্যাদি প্রক্রিয়ায় এটি ত্বরান্বিত হয়।

একচেটিয়া বা ইংরেজিতে যাকে বলে monopoly তা এসেছে গ্রীক শব্দ monos pole থেকে যার অর্থ হল একক বিক্রেতা (alone to sell)। খাঁটি বা চূড়ান্তরকম একক একচেটিয়া (perfect monopoly) সেভাবে দেখা না গেলেও এর মডেল মিশ্র বা দ্বৈত একচেটিয়া বা গোষ্ঠী একচেটিয়া ইত্যাদি বিভিন্ন ধরনের অনিখুঁত বাজার অনেকখানিই কার্যকর থাকে।

একচেটিয়া বাজারে প্রান্তিক আয় ও গড় আয়

একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানে প্রান্তিক আয়, গড় আয় এবং তার গতিপ্রকৃতি বোঝার সুবিধার জন্য একটি সমীকরণ দিয়ে আমাদের আলোচনা শুরু করতে পারি। এটি হল—

$$MR = P(1-1/\eta)$$

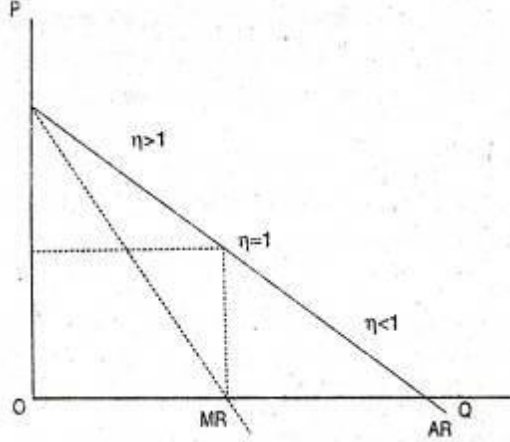
এখানে η হল চাহিদার নমনীয়তা, MR প্রান্তিক আয় এবং P হল দাম বা গড় আয় AR। যেহেতু, নিখুঁত প্রতিযোগিতায় এই নমনীয়তা অসীম অর্থাৎ দামের সূক্ষ্ম পরিবর্তনেও চাহিদার অসীম পরিবর্তন হয় সুতরাং প্রান্তিক আয় এই বাজার দাম বা গড় আয়ের সমান থাকে। অর্থাৎ যখন $\eta = \infty$, তখন $MR = P$;

এ বিষয়ে আমরা আগে আরও বিস্তারিত আলোচনা করেছি। যাহোক, একচেটিয়া বাজারে যেহেতু $\Sigma \eta < \infty$, অর্থাৎ এখানে চাহিদা রেখা অসীম স্থিতিস্থাপক নয় সুতরাং এখানে প্রান্তিক আয় দাম বা গড় আয় থেকে কম হবে ($MR < P$)। রেখায় এর অর্থ দাঁড়াতে প্রান্তিক আয় রেখা গড় আয় রেখার নিচে থাকবে। পাশাপাশি আমরা যখন দেখি নমনীয়তা ১-এর বেশি তখন প্রান্তিক আয়ও ১ এর বেশি অর্থাৎ প্রান্তিক আয় রেখা ধনাত্মক অবস্থানে আছে। অর্থাৎ যখন, $\eta > 1$, $MR > 0$ । আবার আমরা যখন দেখি নমনীয়তা শূন্য তখন প্রান্তিক আয়ও শূন্য অর্থাৎ প্রান্তিক আয় রেখা এখানে x অক্ষ ছেদ করেছে। অর্থাৎ

^{২০} বলা হয় একচেটিয়া প্রতিষ্ঠান নয় বাজারের উপর একচেটিয়া প্রভাব বিস্তারের চেষ্টাই আইন বিরুদ্ধ : “monopoly” per se is not illegal; only “monopolizing” or “attempting to monopolize the market” are illegal (Section 2, Sherman Antitrust Act, 1890)। একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানের উদ্ভবের মুখে জনমতের চাপে Interstate Commerce Act (1887), Sherman Act (1890) প্রবর্তিত হয়। কিন্তু পরবর্তী বছরগুলোতে অন্যান্য আইন ও আইনগত ব্যাখ্যা, দীর্ঘসূত্রিতা, ক্ষুদ্র জরিমানার বিধান ইত্যাদি একচেটিয়াকরণকে নির্বিঘ্ন করে তোলে। G.S. Maddala, Ellen Miller: Microeconomics, পৃঃ ৩৫৫-৩৫৭।

যখন, $\eta=0$, তখন $MR=0$ । পাশাপাশি আমরা যখন দেখি নমনীয়তা যখন ১ এর কম তখন প্রান্তিক আয় ঋণাত্মক হয়ে যায়। অর্থাৎ যখন $\eta < 1$, তখন $MR < 0$ ।

আমরা রেখা এবং এই আলোচনা থেকে বুঝতে পারি যে, একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানের চাহিদা নমনীয়তা অসীম বা ০-এর কম কোন অবস্থাতেই থাকবে না। তার অবস্থান হচ্ছে যেখানে নমনীয়তা ১ এর বেশি সেখানে। অর্থাৎ যেখানে উৎপাদন কমিয়ে একচেটিয়া প্রতিষ্ঠান আয় তুলনায় অনেক বাড়াতে পারবে।

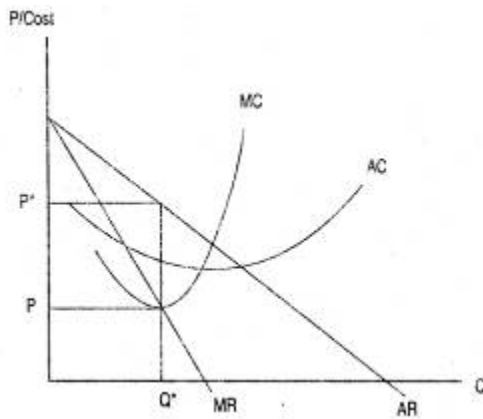


চিত্র ৮.২ : একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানের চাহিদা ও প্রান্তিক আয় রেখা

চাহিদা রেখা যখন নিলুঢ়াল সম্পন্ন তখন প্রান্তিক আয় দামের চাইতে কম হয়। চাহিদা যখন নমনীয় তখন প্রান্তিক আয় ধনাত্মক, যখন চাহিদার নমনীয়তা একক তখন প্রান্তিক আয় শূন্য, যখন অনমনীয় তখন প্রান্তিক আয় ঋণাত্মক।

একচেটিয়া বাজারের ভারসাম্য

একচেটিয়া বাজারের ভারসাম্য নির্ধারণে একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানেরও ভূমিকা থাকে। একচেটিয়া বাজারেও এই ভারসাম্য বিন্দুর প্রথম শর্ত একই: $MR=MC$ অর্থাৎ প্রান্তিক আয় ও প্রান্তিক ব্যয় সমান। কিন্তু একচেটিয়া বাজারে গড় আয় বা দাম প্রান্তিক আয় থেকে বেশি। এর ফলেই একচেটিয়া প্রতিষ্ঠান নিখুঁত প্রতিযোগিতামূলক বাজারের তুলনায় অনেক বেশি মুনাফা করতে সক্ষম হয়। নিচের চিত্র থেকে এই বিষয়টি আরও পরিষ্কার হবে।



চিত্র ৮.৩ : একচেটিয়া বাজারে ভারসাম্য

MR এবং MC সমান হচ্ছে P বিন্দুতে। কিন্তু একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানের গড় আয় বা দাম বা চাহিদা রেখা যেহেতু প্রান্তিক আয় থেকে উপরে থাকে সুতরাং একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানের দাম নির্ধারিত হয় P^* বিন্দুতে, এবং উৎপাদন হয় Q^* বিন্দুতে।

সারসংক্ষেপ

একচেটিয়া বাজারে একক প্রতিষ্ঠানই দাম নির্ধারণ করে। পুঁজিবাদী অর্থনীতিতে মালিকানার কেন্দ্রীভবন একটি অব্যাহত প্রক্রিয়া। বিশেষত: বিভিন্ন অর্থনৈতিক সংকটের সময় অঙ্গীভবন, সম্মিলন ইত্যাদি প্রক্রিয়ায় এটি ত্বরান্বিত হয়। একচেটিয়া বাজারে ভারসাম্য বিন্দুর প্রথম শর্ত $MR = MC$ অর্থাৎ প্রান্তিক আয় ও প্রান্তিক ব্যয় সমান। কিন্তু একচেটিয়া বাজারে গড় আয় বা দাম প্রান্তিক আয় থেকে বেশি।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন চ.২

নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্ন

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

- একচেটিয়া বাজার হল-
 - নিখুঁত বাজারের সহযোগী একটি ব্যবস্থা।
 - নিখুঁত বাজারের অন্তর্ভুক্ত একটি ব্যবস্থা।
 - নিখুঁত বাজারের বিপরীত আরেকটি চরম ব্যবস্থা।
 - যৌথ মালিকানার ব্যবস্থা।
- একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানে চাহিদার নমনীয়তা
 - অসীম
 - শূন্যের কম
 - একের বেশি
 - একের কম
- একচেটিয়া বাজারে-
 - গড় আয় বা দাম প্রান্তিক আয় থেকে কম।
 - গড় আয় বা দাম প্রান্তিক আয়ের সমান।
 - গড় আয় বা দাম প্রান্তিক আয় থেকে বেশি।
 - কোনটিই নয়।

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

- একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানে চাহিদা ও প্রান্তিক আয়ের মধ্যে সম্পর্ক ব্যাখ্যা করুন।
- একচেটিয়া বাজারে ভারসাম্য নির্ধারণে প্রতিষ্ঠানের ভূমিকা কি?

রচনামূলক প্রশ্ন

- কেন একটি বাজারকে “একচেটিয়া বাজার” বলা হয়? একচেটিয়া বাজারে প্রান্তিক আয় ও গড় আয়ের সম্পর্ক বিশ্লেষণ করুন।
- একচেটিয়া বাজারের ভারসাম্যের বৈশিষ্ট্য কি?

এসএসএইচএল

অনিখুঁত বাজারের ভারসাম্য

এই পাঠটি পড়ে আপনি জানতে পারবেন—

- ◆ অনিখুঁত বাজারের অভিন্ন পরিচয়
- ◆ অনিখুঁত বাজারের প্রধান কয়েকটি ধরন
- ◆ এই বাজারের দাম, মুনাফা ও ভারসাম্য

অনিখুঁত বাজার যেহেতু বহুরকম হতে পারে এবং এগুলোর মধ্যে আবার যেহেতু একাধিক ধরনের বাজারের নানা মাত্রায় মিশ্রণও থাকতে পারে সেহেতু এর প্রত্যেকটির বৈশিষ্ট্য, দাম নির্ধারণ বা ভারসাম্যকে একেবারে সুনির্দিষ্টভাবে আলাদা করে দেখানো যায় না। তবে নিখুঁত বাজারের শর্ত থেকে বেরিয়ে আসার ফলে এগুলোর মধ্যে অভিন্ন উপাদান থাকে। সেগুলোর ভিত্তিতে এগুলোর ভারসাম্য চিহ্নিত করা যায়। একচেটিয়া বাজারের আচরণের সঙ্গে এগুলোর অনেকক্ষেত্রেই সাযুজ্য পাওয়া যাবে। অনিখুঁত বাজারের অভিন্ন বৈশিষ্ট্যগুলো আমরা আগে কিছু আলোচনা করেছি। এগুলোর মধ্যে আছে:

অনিখুঁত বাজার যেহেতু বহুরকম হতে পারে এবং এগুলোর মধ্যে আবার যেহেতু একাধিক ধরনের বাজারের নানা মাত্রায় মিশ্রণও থাকতে পারে সেহেতু এর প্রত্যেকটির বৈশিষ্ট্য, দাম নির্ধারণ বা ভারসাম্যকে একেবারে সুনির্দিষ্টভাবে আলাদা করে দেখানো যায় না। তবে নিখুঁত বাজারের শর্ত থেকে বেরিয়ে আসার ফলে এগুলোর মধ্যে অভিন্ন উপাদান থাকে।

১. **সম্পদের কেন্দ্রীভবন:** এখানে বিভিন্ন ঘটনা, সংকট ইত্যাদির মধ্য দিয়ে প্রতিযোগিতামূলক বাজার থেকে অনেক প্রতিষ্ঠান ছিটকে পড়ে, দেউলিয়া হয়ে যায় কিংবা বড় কোন প্রতিষ্ঠানের মধ্যে অঙ্গীভূত হয়ে যায়। এসবের মধ্য দিয়ে বাজারের প্রতিযোগিতামূলক উপাদান দুর্বল হয়ে যায় এবং প্রায় প্রতিটি শিল্পেই কয়েকটি প্রতিষ্ঠানের একচেটিয়া আধিপত্য দেখা দেয়। এই বিষয়ে এই গ্রন্থের বিভিন্ন অধ্যায়ে তথ্যও আছে।
২. **প্রতিযোগিতার বাধা:** এই বাজারের বিন্যাস এমন থাকে যে, এখানে কোন নতুন প্রতিষ্ঠানের পক্ষে প্রবেশ করা প্রায় অসম্ভব হয়ে যায়। অর্থনৈতিক শক্তির ব্যাপক ব্যবধান ছাড়াও আইনগত বা সরকারী বিভিন্ন নীতির কারণেও এই অবস্থা ক্রমে স্থায়ী রূপ নেয়।
৩. **ব্যয়:** একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানের বৃহদায়তন উৎপাদনের ফলে যে ব্যয় কাঠামো দাঁড়ায় তার সঙ্গে কোন ছোট বা নতুন প্রতিষ্ঠানের পক্ষে প্রতিযোগিতা করা অসম্ভব হয়ে পড়ে। বিজ্ঞাপন, গবেষণা, বাজারজাতকরণ ইত্যাদি ব্যয়বহুল কর্মসূচিতে কোন নতুন বা ছোট প্রতিষ্ঠানের পক্ষে প্রতিযোগিতার কথা চিন্তা করাও সম্ভব হয় না।
৪. **কৌশলগত ঐক্য:** বাজারে একচেটিয়া প্রভাব টিকিয়ে রাখার জন্য বৃহৎ প্রতিষ্ঠানগুলো পরস্পর প্রতিদ্বন্দ্বীদের মধ্যে বোঝাপড়া গড়ে তুলতে চেষ্টা করে। এই বোঝাপড়ায় নিজেদের মধ্যে বাজার ভাগ করে নেয়া ছাড়াও, প্যাটেন্ট ভাগ করা, প্রযুক্তিগত বিকাশ বা গবেষণা লেনদেন করা, সরকারের উপর চাপ রাখবার ক্ষেত্রে সমন্বিত উদ্যোগ গ্রহণ করা ইত্যাদি অনেক কিছুই অন্তর্ভুক্ত।

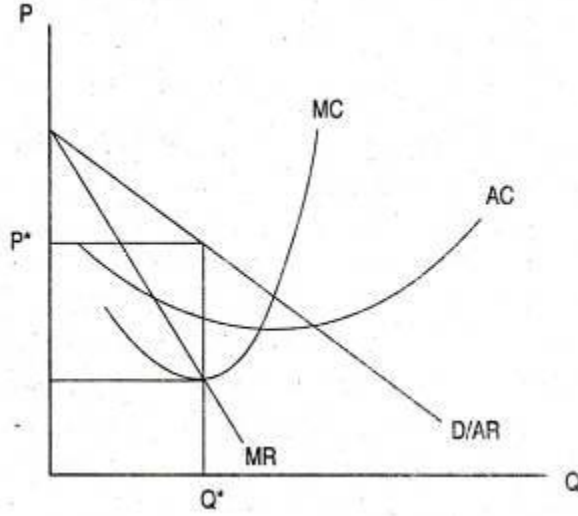
অনিখুঁত বাজারের প্রধান কয়েকটি ধরন

অনিখুঁত বাজারের মধ্যে বিভিন্ন ধরন, সেগুলোর মধ্যে বিভিন্ন ক্ষেত্রে ঐক্য ও অনৈক্য ইত্যাদি বিশ্লেষণ করলে এগুলোর মধ্যে বাস্তবে বিদ্যমান তিনটি ধরনকে চিহ্নিত করা যায়। এগুলো হল:

১. সমন্বিত গোষ্ঠী একচেটিয়া (Collusive oligopoly)
২. প্রতিযোগিতামূলক একচেটিয়া (Monopolistic Competition)
৩. ক্ষুদ্র সংখ্যক গোষ্ঠী একচেটিয়া (Small Number Oligopoly)

সমন্বিত গোষ্ঠী একচেটিয়া বলতে বোঝায় এমন এক অবস্থা যখন অর্থনীতিতে বিদ্যমান কয়েকটি প্রধান একচেটিয়া প্রতিষ্ঠান নিজেদের মধ্যে বোঝাপড়া করে নেয়। এই বোঝাপড়ার ফলে গড়ে উঠে কার্টেল জাতীয় প্রতিষ্ঠান। বর্তমান শিল্পোন্নত দেশগুলোতে এবং বিভিন্ন দেশে বহুজাতিক সংস্থাগুলোর মধ্যে এই জাতীয় চর্চা বহুল প্রচলিত। এখানে গুরুত্বপূর্ণ বিষয়টি হল এই যে, যখনই কয়েকটি গোষ্ঠী একচেটিয়া নিজেদের মধ্যে এমনভাবে বিভিন্ন বিষয়ে বোঝাপড়া করে নেয় যে, তাদের মধ্যে প্রতিযোগিতার উপাদান আর অবশিষ্ট থাকে না তখনই সেখানে উদ্ভব ঘটে সম্পূর্ণ ভিন্ন পরিস্থিতির। পুরো বাজার তখন যেভাবে আচরণ করে তাতে তার সঙ্গে নিখুঁত একচেটিয়ার পার্থক্য থাকে সামান্যই। নিচের চিত্রে আমরা এরই প্রতিফলন দেখছি।

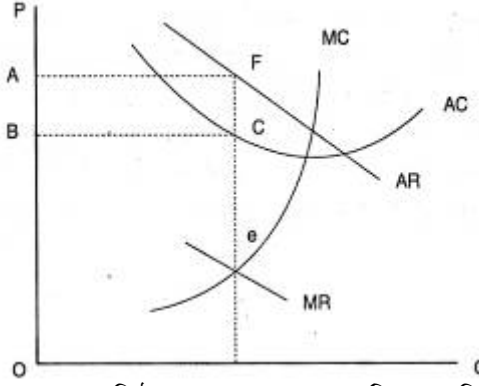
সমন্বিত গোষ্ঠী একচেটিয়া বলতে বোঝায় এমন এক অবস্থা যখন অর্থনীতিতে বিদ্যমান কয়েকটি প্রধান একচেটিয়া প্রতিষ্ঠান নিজেদের মধ্যে বোঝাপড়া করে নেয়। এই বোঝাপড়ার ফলে গড়ে উঠে কার্টেল জাতীয় প্রতিষ্ঠান।



চিত্র ৮.৪ : সমন্বিত গোষ্ঠী একচেটিয়ার দাম ও মুনাফা

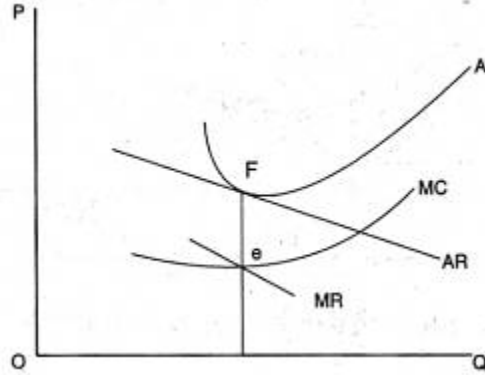
সমন্বয়ের ফলে একটি সংস্থার দামরেখা D বা AR অন্যান্য সংস্থাগুলোরও দাম রেখা হিসেবে দাঁড়ায়। ফলে ভারসাম্য দাম সবার জন্য হয় P^* ।

প্রতিযোগিতামূলক একচেটিয়ায় একই সঙ্গে একদিকে একচেটিয়া ও অন্যদিকে প্রতিযোগিতার উপাদান কার্যকর থাকে। নিখুঁত প্রতিযোগিতার সঙ্গে এর মিল আছে তিন জায়গায় : অনেক ক্রেতা-অনেক বিক্রেতা, সহজে প্রবেশ ও প্রস্থান, সকল প্রতিষ্ঠানের অন্যান্য প্রতিষ্ঠানের দামকে বাজার নির্ধারিত বলে ধরে নেয়া। নিখুঁত প্রতিযোগিতার সঙ্গে পার্থক্য এক জায়গায় : নিখুঁত প্রতিযোগিতায় পণ্য থাকে সমরূপ কিন্তু এই বাজারে পণ্য থাকে পৃথকীকৃত। এর উদাহরণ বিশেষত: গার্হস্থ্য সামগ্রীর মধ্যে বেশি পাওয়া যায় : কসমেটিকস, খাদ্যদ্রব্য ইত্যাদি। এছাড়া পেট্রোল, পরিবহন, বিনোদন সামগ্রীও এর মধ্যে পড়ে। দ্রব্য একই কিন্তু ব্র্যান্ড ইত্যাদির পার্থক্যের মধ্যে দিয়ে ঐ নির্দিষ্ট ধরনের পণ্যে নির্দিষ্ট প্রতিষ্ঠানের নির্দিষ্ট একচেটিয়া অবস্থার তৈরী হয়। দাম নির্ধারণে এখানেও তাই দেখি প্রান্তিক ব্যয় ও গড় ব্যয় গড় আয় থেকে অনেক নিচে থাকে। তবে তাত্ত্বিকভাবে প্রবেশ ও প্রস্থান সহজ থাকার ফলে দীর্ঘমেয়াদে আবার প্রান্তিক ব্যয় গড় আয় থেকে নিচে থাকলেও নিখুঁত প্রতিযোগিতার মতো শূন্য মুনাফায় ভারসাম্য স্থাপিত হবার কথা বিবেচনা করা হয়। নিচে নতুন প্রতিষ্ঠান প্রবেশের আগে ও পরে দুই অবস্থারই চিত্র দেয়া হল। বলাবাহুল্য, বাস্তব জগতে একচেটিয়া গোষ্ঠীসমূহের ভারসাম্যে কোন বড় ধরনের পরিবর্তন না হলে নতুন প্রতিষ্ঠানের প্রবেশ সহজসাধ্য নয়।



চিত্র ৮.৫ : নতুন প্রতিষ্ঠান প্রবেশের আগে একচেটিয়াসম প্রতিযোগিতা

এখানে আমরা দেখতে পাই যে, নতুন প্রতিষ্ঠান প্রবেশের আগে $MR=MC$ হচ্ছে e বিন্দুতে। কিন্তু AR রেখা অনেক উপরে থাকায় মুনাফা হচ্ছে $ABCF$ পরিমাণ।



চিত্র ৮.৬ : নতুন প্রতিষ্ঠান প্রবেশের পর একচেটিয়াসম প্রতিযোগিতা

দুই বা ততোধিক ক্ষুদ্র সংখ্যক গোষ্ঠী একচেটিয়ার মধ্যে প্রতিযোগিতাই, বাস্তব বিশ্বে যাকে প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলা হয়, তার প্রধান চিত্র। বর্তমান বিশ্বে কম্পিউটার, তেল, গাড়ি, খাদ্য, ঔষুধ, বিমান ইত্যাদিতে ক্ষুদ্র সংখ্যক প্রতিষ্ঠানই নিজেদের মধ্যে গোষ্ঠীবদ্ধ এবং প্রতিযোগিতামূলক বাজার গড়ে তুলেছে। দ্বৈত একচেটিয়া, বিপরীত একচেটিয়া ইত্যাদিও এই ধরনের মধ্যে পড়ে।

নতুন প্রতিষ্ঠান প্রবেশের ফলে F বিন্দুতে $AC=AR$ হয় তার ফলে শূন্য মুনাফা বিন্দুতে ভারসাম্য দেখা দেয়।

দুই বা ততোধিক ক্ষুদ্র সংখ্যক গোষ্ঠী একচেটিয়ার মধ্যে প্রতিযোগিতাই, বাস্তব বিশ্বে যাকে প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলা হয়, তার প্রধান চিত্র। বর্তমান বিশ্বে কম্পিউটার, তেল, গাড়ি, খাদ্য, ঔষুধ, বিমান ইত্যাদিতে ক্ষুদ্র সংখ্যক প্রতিষ্ঠানই নিজেদের মধ্যে গোষ্ঠীবদ্ধ এবং প্রতিযোগিতামূলক বাজার গড়ে তুলেছে। দ্বৈত একচেটিয়া, বিপরীত একচেটিয়া ইত্যাদিও এই ধরনের মধ্যে পড়ে।

সব মিলিয়ে অনিখুঁত বাজারে আমরা তিনটি সম্ভাবনা দেখি:

১. যখন কতিপয়ের গোষ্ঠী একচেটিয়া গুলোর মধ্যে বোঝাপড়া কার্যকরভাবে বহাল থাকে তখন তা নিখুঁত একচেটিয়ার রূপ লাভ করে।
২. যখন এগুলোর মধ্যে কোনরকম বোঝাপড়া থাকে না তখন সীমিত এলাকার মধ্যে প্রায় নিখুঁত প্রতিযোগিতার মতো আচরণ দেখা যায়।
৩. বাস্তবে এর কোনটাই স্থায়ী হয় না। ফলে স্থিতিশীলতাও স্থায়ী হয়না। প্রতিযোগিতা, চক্রান্ত, আগ্রাসন, হিংস্রতা, সহযোগিতা, বাজার ভাগ বাঁটোয়ারা ইত্যাদি নানা প্রক্রিয়ায় বাস্তব পুঁজিবাদী অর্থনীতি চলতে থাকে।

সংকট ও প্রসার এ দুটোও তাই পালাক্রমে আসে। সংকট খুব বেশি হলে রাষ্ট্র বা আন্তর্জাতিক সংস্থাগুলো একচেটিয়া প্রতিষ্ঠানগুলোর সহায়তায় এগিয়ে আসে। ১৯৩০ দশক এর মন্দা বা ১৯৯৭-৯৮ সাল এর সংকট উত্তরণের চেষ্টায় আমরা এটাই দেখি।

সারসংক্ষেপ

অনিখুঁত বাজারের অভিন্ন কিছু বৈশিষ্ট্য আছে। যেমন, সম্পদের কেন্দ্রীভবন, প্রতিযোগিতার বাধা, তথ্য প্রবাহে অসম্পূর্ণতা, ব্যয়বহুল কর্মসূচি, কৌশলগত ঐক্য। সমন্বিত গোষ্ঠী একচেটিয়া বলতে বোঝায় এমন এক অবস্থা যখন অর্থনীতিতে বিদ্যমান কয়েকটি প্রধান একচেটিয়া প্রতিষ্ঠান নিজেদের মধ্যে বোঝাপড়া করে নেয়। এই বোঝাপড়ার ফলে গড়ে ওঠে কার্টেল জাতীয় প্রতিষ্ঠান। বোঝাপড়া কার্যকর হলে সবগুলো মিলে নিখুঁত একচেটিয়া রূপ হল, কার্যকর না হলে প্রতিযোগিতামূলক অবস্থা দেখা যায়।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন ৮.৩

নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্ন

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

১. সম্পদের কেন্দ্রীভবন

- ক. নিখুঁত বাজারের একটি বৈশিষ্ট্য
গ. যে কোন বাজারেই ঘটতে পারে

- খ. অনিখুঁত বাজারের একটি বৈশিষ্ট্য
ঘ. কখনোই দেখা যায় না

২. প্রতিযোগিতামূলক একচেটিয়ার পণ্য থাকে-

- ক. সমরূপ
গ. সমরূপ বা পৃথকীকৃত

- খ. পৃথকীকৃত
ঘ. কোনটিই নয়

৩. একচেটিয়াসম প্রতিযোগিতায় নতুন প্রতিষ্ঠান প্রবেশের পর ভারসাম্য বিন্দুতে মুনাফা-

- ক. একই থাকে
গ. কম হয়

- খ. বেশি হয়
ঘ. শূন্য হয়

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. প্রতিযোগিতামূলক একচেটিয়ার মূল বৈশিষ্ট্যগুলো কি?
২. 'অনিখুঁত বাজারে তিনটি সম্ভাবনা জারি থাকে'- সম্ভাবনাগুলো কি?

রচনামূলক প্রশ্ন

১. অনিখুঁত বাজারের অভিন্ন বৈশিষ্ট্যগুলো চিহ্নিত করুন।
২. কিভাবে কয়েকটি একচেটিয়া প্রতিষ্ঠান নিজেদের মধ্যে প্রতিযোগিতা সত্ত্বেও নিখুঁত একচেটিয়া বাজার তৈরী করতে পারে? আলোচনা করুন।

নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্নের উত্তর

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