ষষ্ঠ অধ্যায়

অ-প্ৰতিযোগিতামূলক বজাৰ
(Non-Competitive Market)

স্মৰণীয় যে পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতা, বজাৰ গাঁথনিৰ এনে এক তত্ত্ব য'ত ভোক্তা আৰু প্ৰতিষ্ঠান উভয়ে দাম গ্ৰহণকাৰী। তেনেকুৱা পৰিস্থিতিত প্ৰতিষ্ঠানৰ আচৰণ চতুৰ্থ অধ্যায়ত বৰ্ণনা কৰা হৈছে। নিম্ন উল্লেখিত চৰ্তবোৰ পূৰণ কৰা বজাৰ এখনক থূলমূলকৈ পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক বজাৰ গাঁথনি বুলি আমি আলোচনা কৰিছিলো ঃ

(i) সামগ্ৰীটোৰ অসংখ্য প্ৰতিষ্ঠান আৰু ভোক্তা থাকে যাতে প্ৰতিটো প্ৰতিষ্ঠানে বিক্ৰি কৰা উৎপাদনৰ পৰিমাণ আটাইবোৰ প্ৰতিষ্ঠানে একেলগে কৰা সৰ্বমুঠ উৎপাদনৰ তুলনাত অতি নগণ্য হয় আৰু তেনেদৰে প্ৰতিজন ভোক্তাই ক্ৰয় কৰা সামগ্ৰীৰ পৰিমাণ আটাইবোৰ ভোক্তাই একেলগে ক্ৰয় কৰা পৰিমাণৰ তুলনাত অতি ক্ষুদ্ৰ হয়;

(ii) প্ৰতিষ্ঠানবোৰৰ সামগ্ৰীৰ উৎপাদন আৰম্ভ কৰা বা উৎপাদন বন্ধ কৰাৰ স্বাধীনতা থাকে;

(iii) উদ্যোগ এটাত থকা প্ৰতিটো প্ৰতিষ্ঠানৰ উৎপাদন আন প্ৰতিষ্ঠানবোৰৰ উৎপাদনৰ পৰা পৃথকীকৃত নহয় আৰু আন কোনো উদ্যোগৰ উৎপাদন এই উদ্যোগটোৰ উৎপাদনৰ প্ৰতিকল্প নহয়; আৰু

(iv) উৎপাদন, উপাদান আৰু সিহঁতৰ দাম সম্বন্ধে প্ৰতিষ্ঠান আৰু ভোক্তাবোৰৰ সম্পূৰ্ণ জ্ঞান থাকে।

এই অধ্যায়ত আমি কিছুমান পৰিস্থিতি বা অৱস্থাৰ বিষয়ে আলোচনা কৰিম য'ত এই চৰ্তবোৰৰ এটা বা ততোধিক পূৰণ নহয়। যদি প্ৰথম আৰু দ্বিতীয় চৰ্ত দুটা বাদ দিয়া হয়, আমি একচেটিয়া (Monopoly) আৰু স্বল্পাধিকাৰ (Oligopoly) বজাৰ গাঁথনি পাওঁ। তৃতীয় চৰ্তটো বাদ দিলে, আমি একাধিকাৰ প্ৰতিযোগিতা (Monopolistic Competition) বজাৰ গাঁথনি পাওঁ। চতুৰ্থ চৰ্তটো বাদ দিয়াটো ক্ষতিশংকাৰ অৰ্থনীতি" বুলি আলোচনা কৰা হয়। এই অধ্যায়টোৱে একচেটিয়া, একাধিকাৰ প্ৰতিযোগিতা আৰু স্বল্পাধিকাৰ বজাৰ গাঁথনিৰ বিষয়ে পৰীক্ষা কৰিব।

6.1. সামগ্ৰী বজাৰত সৰল একচেটিয়া বজাৰ ঃ (Simple Monopoly in the Commodity Market)

যি বজাৰ গাঁথনিত মাত্ৰ এজন বিক্ৰেতা থাকে তাক একচেটিয়া বজাৰ বোলে। এই এক শাৰীৰ সূত্ৰটোত থকা অন্তৰ্নিহিত চৰ্তবোৰ অৱশ্যে স্পষ্টকৈ উল্লেখ কৰিব লাগিব। এটা একচেটিয়া বজাৰ গাঁথনিৰ বাবে এটা নিৰ্দিষ্ট সামগ্ৰীৰ এজনেই উৎপাদক থাকিব লাগিব; আন কোনো সামগ্ৰীয়েই সেই সামগ্ৰীটোৰ প্ৰতিকল্প হ'ব নোৱাৰিব; আৰু এই অৱস্থাটো ভৱিষ্যৎ সময়লৈ চলি থাকিবলৈ হ'লে, আন কোনো প্ৰতিষ্ঠানে যাতে বজাৰত প্ৰৱেশ কৰিব নোৱাৰে আৰু সামগ্ৰী বিক্ৰি কৰিব নোৱাৰে তাৰ বাবে যথেষ্ট বাধা নিষেধ আৰোপ কৰিব লাগিব।

প্ৰতিযোগিতামূলক আচৰণ বনাম প্ৰতিযোগিতামূলক গাঁথনি
(Competitive Behaviour Versus Competitive Structure)

পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক বজাৰ এখন এনেদৰে ব্যাখ্যা কৰা হৈছে য'ত এটা ব্যক্তিগত প্ৰতিষ্ঠানে বজাৰত বিক্ৰি হোৱা সামগ্ৰীৰ দাম প্ৰভাৱিত কৰিব নোৱাৰে। যিহেতু ব্যক্তিগত প্ৰতিষ্ঠান এটাৰ উৎপাদনৰ যিকোনো স্তৰতে দাম একেই থাকে, প্ৰচলিত বজাৰ দৰত, প্ৰতিষ্ঠানটোৱে নিজে বিচাৰা ধৰণে যিকোনো পৰিমানেই বিক্ৰী কৰিব পাৰে। সেয়েহে প্ৰতিষ্ঠান এটাই নিজৰ উৎপন্নৰ বজাৰৰ বাবে আন প্ৰতিষ্ঠানৰ লগত প্ৰতিযোগিতা কৰিব লগা নহয়।

সাধাৰণ অৰ্থত প্ৰতিযোগিতা বা প্ৰতিযোগিতামূলক আচৰণ বুলিলে যি বুজায়, এইটো স্পষ্টকৈ তাৰ বিপৰীত। আমি দেখো যে বিক্ৰি বঢ়াবলৈ বা বজাৰৰ বেছি অংশ দখল কৰিবলৈ কোক (Coke) আৰু পেপচি (Pepsi) য়ে বিভিন্ন ধৰণে প্ৰতিযোগিতা কৰে। ইয়াৰ বিপৰীতে, অধিক পৰিমাণৰ শস্য বিক্ৰি কৰিবলৈ ব্যক্তিগত খেতিয়কবোৰে তেওঁলোকৰ মাজত প্ৰতিযোগিতা কৰা আমি দেখা নাপাওঁ। ইয়াৰ কাৰণ এইটোৱেই যে শীতল পানীয়ৰ বজাৰ দৰ প্ৰভাৱিত কৰিব পৰা ক্ষমতা কোক আৰু পেপচিৰ আছে যিটো ব্যক্তিগত খেতিয়কৰ নাই।

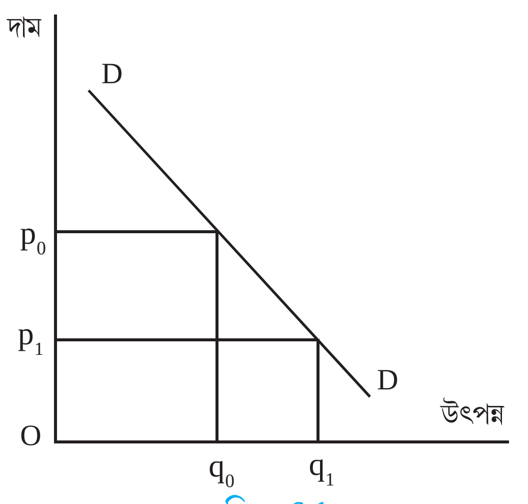
গতিকে প্ৰতিযোগিতামূলক আচৰণ আৰু প্ৰতিযোগিতামূলক বজাৰ গাঁথনি সাধাৰণতে বিপৰীত মুখে সম্পৰ্কিত; বজাৰ গাঁথনিটো যিমানেই প্ৰতিযোগিতামূলক হয়, প্ৰতিষ্ঠানবোৰৰ আচৰণ সিমানেই কম প্ৰতিযোগিতামূলক হয়। আনহাতে বজাৰ গাঁথনিটো যিমানেই কম প্ৰতিযোগিতামূলক হয়, প্ৰতিষ্ঠানবোৰৰ ইটোৰ আনটোৰ লগত আচৰণ সিমানেই প্ৰতিযোগিতামূলক হয়। শুদ্ধ একচেটিয়া বজাৰেই হ'ল অতি দৃশ্যমান ব্যতিক্ৰম।

আন বজাৰ গাঁথনিৰ তুলনাত সামগ্ৰী এটাৰ একচেটিয়া বজাৰৰ ভাৰসাম্যৰ পাৰ্থক্য পৰীক্ষা কৰিবলৈ হ'লে আমি আন সকলো বজাৰেই পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক হয় বুলি ধৰি লোৱাৰ আৱশ্যকতা আছে। বিশেষকৈ আমাক লাগে— (i) যে চাহিদাৰ ফালৰ পৰা বিশেষ সামগ্ৰীটোৰ বজাৰ পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক, অৰ্থাৎ আটাইবোৰ ভোক্তাই দাম গ্ৰহণকাৰী (ii) যে এই সামগ্ৰীটো উৎপাদনত ব্যৱহৃত উপাদানবোৰৰ বজাৰবোৰ চাহিদা আৰু যোগান দুয়োফালৰ পৰাই পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক।

ওপৰৰ আটাইবোৰ চৰ্ত যদি সন্তুষ্ট হয়, তেনেহ'লে এই অৱস্থাটো আমি এটা সামগ্ৰীৰ বজাৰৰ এখন একচেটিয়া বজাৰ বুলি ক'ব পাৰো।

6.1.1. বজাৰ চাহিদা ৰেখাই গড় বিক্ৰি আয় ৰেখা (Market Demand Curve is the Average Revenue Curve) ঃ

6.1 নং চিত্ৰৰ বজাৰ চাহিদা ৰেখাই ভোক্তাবোৰে সামগ্ৰিকভাৱে বিভিন্ন দামত কিনিবলৈ ইচ্ছুক পৰিমাণবোৰ দেখুৱায়। যদিহে বজাৰ দাম উচ্চ স্তৰৰ p_0 হয়, ভোক্তাবোৰে q_0 নিম্ন পৰিমাণ কিনিবলৈ ইচ্ছুক হয়। আনহাতে যদিহে বজাৰ দাম নিম্ন স্তৰৰ p_1 হয়, ভোক্তাবোৰে q_1 উচ্চ পৰিমাণ কিনিবলৈ ইচ্ছুক হয়। অৰ্থাৎ বজাৰৰ দামে ভোক্তাবোৰৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ প্ৰভাৱিত কৰে। এইটো এনেদৰে কৈও প্ৰকাশ কৰিব পাৰি যে ভোক্তাৰ ক্ৰয়ৰ পৰিমাণ দামৰ এটা ক্ৰমহ্ৰাসমান ফলন। একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ বাবে ওপৰৰ যুক্তিখিনিয়ে ইয়াৰ বিপৰীত দিশৰ পৰা ব্যাখ্যা আগবঢ়ায়। একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ বেছি পৰিমাণৰ বিক্ৰি কৰাৰ সিদ্ধান্ত কেৱল নিম্ন দামতহে সম্ভৱ হয়। ওলোটাকৈ, যদিহে একচেটিয়া



চিত্ৰ ঃ 6.1

বজাৰ চাহিদা ৰেখা ভোক্তাবোৰে সাময়িকভাৱে বিভিন্ন দামত কিনিবলৈ ইচ্ছুক পৰিমাণবোৰ দেখুৱায়।

প্ৰতিষ্ঠানটোৱে বিক্ৰিৰ বাবে কম পৰিমাণৰ সামগ্ৰী বজাৰলৈ আনে প্ৰতিষ্ঠানটোৱে বেছি দামত বিক্ৰি কৰিবলৈ সক্ষম হ'ব। গতিকে, একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ বাবে সামগ্ৰী বিক্ৰিৰ পৰিমাণৰ ওপৰত দাম নিৰ্ভৰ কৰে। একেকেখিনি কথা এনেদৰে বৰ্ণনা কৰিও প্ৰকাশ কৰিব পাৰি যে দাম হ'ল বিক্ৰিৰ পৰিমাণৰ এটা ক্ৰমহ্ৰাসমান ফলন। সেয়েহে, একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ বাবে বজাৰ চাহিদা ৰেখাই বিভিন্ন পৰিমাণৰ যোগানৰ বাবে পাব পৰা দাম প্ৰকাশ কৰে। এই ধাৰণাটো প্ৰতিফলিত হয় এইটো উক্তিত যে একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানে বজাৰ চাহিদা ৰেখাৰ মুখামুখি হয়।

ওপৰৰ ধাৰণাটো এটা অন্য দৃষ্টিকোণেৰে চাব পাৰি। যিহেতু বজাৰ চাহিদা ৰেখাৰ সম্পূৰ্ণ জ্ঞান প্ৰতিষ্ঠানটোৰ থকা বুলি ধৰা হয়, একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানটোৱে ইয়াৰ সামগ্ৰী কি দামত বিক্ৰী কৰিব ইচ্ছা কৰে তাৰ সিদ্ধান্ত ল'ব পাৰে আৰু সেইদৰে বিক্ৰীৰ পৰিমাণ নিৰ্ধাৰণ কৰে। উদাহৰণস্বৰূপে (6.1 নং চিত্ৰ আকৌ পৰীক্ষা কৰি), যিহেতু একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানটোৰ DD ৰেখাৰ আকৃতি জ্ঞাত, প্ৰতিষ্ঠানটোৱে যদি সামগ্ৰী p_0 দামত বিক্ৰি কৰিবলৈ ইচ্ছুক প্ৰতিষ্ঠানটোৱে q_0 পৰিমাণ উৎপাদন আৰু বিক্ৰি কৰি সেয়া কৰিব পাৰে, কাৰণ p_0 দামত ভোক্তাবোৰে q_0 পৰিমাণ ক্ৰয় কৰিবলৈ ইচ্ছুক। এই ধাৰণাটো দৃঢ়ীকৰণ কৰা হৈছে এই শ্লোগানেৰে 'একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠান হ'ল দাম স্ৰষ্টা" (Monopoly Firm is a Price Maker)।

পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক বজাৰ গাঁথনিৰ প্ৰতিষ্ঠানৰ লগত একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ প্ৰভেদ স্পষ্ট হোৱা উচিত। পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাৰ ক্ষেত্ৰত, প্ৰতিষ্ঠানটোৱে যিমান ইচ্ছা কৰে সিমানখিনি সামগ্ৰীৰ পৰিমাণ বজাৰলৈ উলিয়াই আনিব পাৰে আৰু একে দামতে বিক্ৰী কৰিব পাৰে। একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ ক্ষেত্ৰত যিহেতু এয়া নহয়, সামগ্ৰী বিক্ৰীৰ জৰিয়তে প্ৰতিষ্ঠানটোৱে লাভ কৰা ধন আকৌ এবাৰ পৰীক্ষা কৰিব লাগিব।

আমি এই অনুশীলনটো এখন তালিকা, এখন লেখচিত্ৰ আৰু সৰল চাহিদা ৰেখাৰ সহজ সমীকৰণ এটা ব্যৱহাৰ কৰি সম্পাদন কৰো। এটা উদাহৰণস্বৰূপে, ধৰা হওক চাহিদা ফলনৰ সমীকৰণটো হ'ল—

তালিকা 6.1 ঃ দাম আৰু বিক্ৰী আয়

q	p	TR	AR	MR
0	10	0	–	–
1	9.5	9.5	9.5	9.5
2	9	18	9	8.5
3	8.5	25.5	8.5	7.5
4	8	32	8	6.5
5	7.5	37.5	7.5	5.5
6	7	42	7	4.5
7	6.5	45.5	6.5	3.5
8	6	48	6	2.5
9	5.5	49.5	5.5	1.5
10	5	50	5	0.5
11	4.5	49.5	4.5	–0.5
12	4	48	4	–1.5
13	3.5	45.5	3.5	–2.5

$q = 20 - 2p$

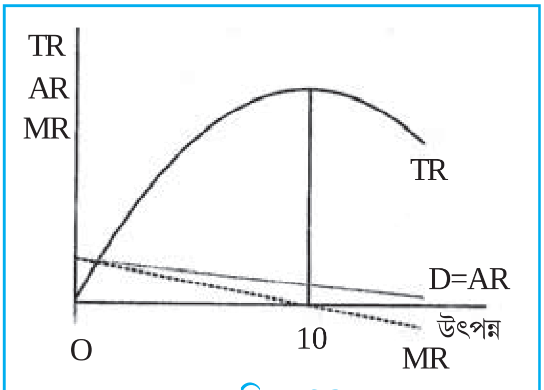
য'ত q হ'ল বিক্ৰীৰ পৰিমাণ আৰু p টকাৰ হিচাপত দাম। p ৰ হিচাপত সমীকৰণটো এনেদৰে লিখিব পাৰি—

$p = 10 - 0.5q$

'0' ৰ পৰা 13 লৈকে q-ৰ বিভিন্ন মান প্ৰতিষ্ঠাপন কৰিলে আমি 10 ৰ পৰা 3.5 লৈকে দাম পাওঁ। এইবোৰ 6.1 নং তালিকাৰ q আৰু p স্তম্ভৰে দেখুওৱা হৈছে।

এই সংখ্যাবোৰ 6.2 নং চিত্ৰত এখন লেখাচিত্ৰৰে অংকন কৰা হৈছে য'ত উলম্ব অক্ষত দাম আৰু অনুভূমিক অক্ষত পৰিমাণ ধৰা হৈছে। সামগ্ৰীৰ বিভিন্ন পৰিমাণৰ বাবে প্ৰাপ্তিসাধ্য দামবোৰ ডাঠ সৰলৰেখা D ৰে দেখুওৱা হৈছে।

দামেৰে বিক্ৰীৰ পৰিমাণক পূৰণ কৰিলে প্ৰতিষ্ঠান এটাই সামগ্ৰী বিক্ৰী কৰি পোৱা মুঠ বিক্ৰী আয় (Total Revenue) ৰ সমান হয়। একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ ক্ষেত্ৰত মুঠ বিক্ৰী আয় এডাল সৰল ৰেখা নহয়। ইয়াৰ আকৃতি চাহিদা ৰেখাৰ আকৃতিৰ ওপৰত নিৰ্ভৰ কৰে। গাণিতিকভাৱে, বিক্ৰীৰ পৰিমাণৰ ফলন হিচাবে মুঠ বিক্ৰী আয়ক প্ৰতিনিধিত্ব কৰা হয়। গতিকে, আমাৰ উদাহৰণত



চিত্ৰ ঃ 6.2

মুঠ, গড় আৰু প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখা ঃ ইয়াত অংকন কৰা হৈছে।

মুঠ বিক্ৰী আয় $= p \times q$

$= (10 - 0.5q) \times q$

$= 10q - 0.5q^2$

এইটো এটা সৰল ৰেখাৰ সমীকৰণ নহয়। এইটো এটা দ্বিঘাত সমীকৰণ য'ত বৰ্গসংখ্যাৰ ঋণাত্মক সহগ আছে। তেনে ধৰণৰ সমীকৰণে এটা প্ৰতিলোম উলম্ব অধিবৃত্ত (Inverted vertical Parabola) প্ৰতিনিধিত্ব কৰে।

6.1 তালিকাত TR স্তম্ভই p আৰু q স্তম্ভৰ পূৰণফল প্ৰতিনিধিত্ব কৰে। এইটো দৃশ্যমান যে পৰিমাণ বৃদ্ধিৰ ফলত উৎপন্ন যেতিয়া 10 গোট হৈছে মুঠ বিক্ৰী আয় (TR) 50 টকালৈ বৃদ্ধি পাইছে আৰু এই স্তৰৰ উৎপন্নৰ পিছত মুঠ বিক্ৰী আয় কমিবলৈ আৰম্ভ কৰিছে। 6.2 নং চিত্ৰত ইয়াৰ প্ৰতিচ্ছবি দেখিবলৈ পোৱা গৈছে।

বিক্ৰী হোৱা সামগ্ৰীৰ প্ৰতিটো গোটৰ বাবদ প্ৰতিষ্ঠানে পোৱা বিক্ৰী আয়ক গড় বিক্ৰী আয় (Average Revenue) বুলি কোৱা হয়। গাণিতিক ভাৱে, গড় বিক্ৰী

$$\text{আয়} = \frac{\text{মুঠ বিক্ৰী আয়}}{\text{বিক্ৰীৰ পৰিমাণ}} \ (AR = TR/q)।$$

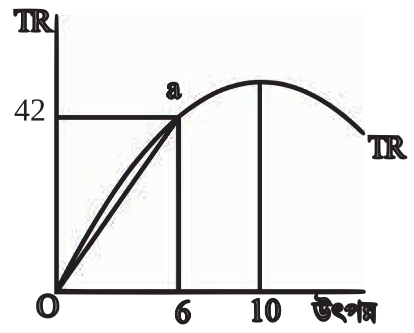
6.1 নং তালিকাত মুঠ বিক্ৰী আয়ৰ মানবোৰক বিক্ৰীৰ পৰিমাণৰ মানবোৰেৰে হৰণ কৰি পোৱা মানবোৰ গড় বিক্ৰী আয়ৰ স্তম্ভই দিয়ে। এইটো দৃশ্যমান যে গড় বিক্ৰী আয়ৰ (AR) মানবোৰ দাম (p) স্তম্ভত থকা মানবোৰৰ লগত একে হৈছে। এয়া আশা কৰা ধৰণে হৈছে কাৰণ —

$$AR = \frac{TR}{q}$$

যিহেতু TR = p × q এইটো ওপৰৰ AR সমীকৰণত প্ৰতিষ্ঠাপন কৰিলে পোৱা যায়—

$$AR = \frac{(p \times q)}{q} = P$$

পূৰ্বতে দেখা পোৱাৰ দৰে আৰু 6.2 নং চিত্ৰই দেখুওৱা ধৰণে p মানবোৰে বজাৰ চাহিদা ৰেখা প্ৰতিনিধিত্ব কৰে। গতিকে AR ৰেখাডাল বজাৰ চাহিদা ৰেখাৰ লগত ঠিক একেলগে অৱস্থান কৰিব। এয়া এইটো উক্তিৰে ব্যক্ত কৰা হৈছে যে একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ বাবে বজাৰ চাহিদা ৰেখাই হ'ল গড় বিক্ৰী আয় ৰেখা।



চিত্ৰ ঃ 6.3

গড় বিক্ৰী আয় ৰেখা আৰু মুঠ বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ মাজত সম্বন্ধ মূল বিন্দু TR আৰু ৰেখাৰ কোনো এটা স্তৰৰ উৎপন্ন সমন্বিত বিন্দু এটা সংলগ্ন ৰেখাডালৰ ঢালে সেই উৎপন্ন স্তৰৰ গড় বিক্ৰী আয়।

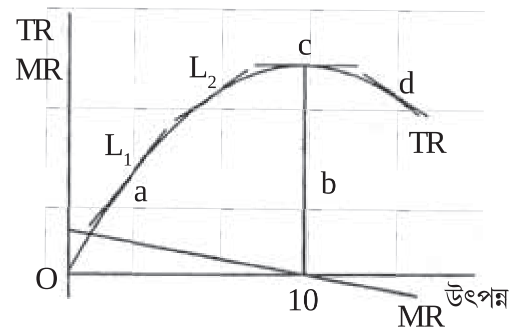
লেখচিত্ৰ মতে, 6.3 নং চিত্ৰত দিয়া সহজ গঠনেৰে TR ৰেখাৰ পৰা যিকোনো স্তৰৰ বিক্ৰী পৰিমাণৰ বাবে গড় বিক্ৰী আয় (AR) উলিয়াব পাৰি। যেতিয়া পৰিমাণ 6 টা গোট হয়, অনুভূমিক অক্ষৰ 6 মানটোৰ পৰা এডাল উলম্ব ৰেখা টানা। এই ৰেখাডালে TR ৰেখাত 42 ৰ সমান উচ্চতাত থকা 'a'ৰে চিহ্নিত বিন্দুটোত ছেদ কৰিব। মূলবিন্দু 'o' আৰু 'a' বিন্দু সংলগ্ন কৰা এডাল সৰল ৰেখা টানা। মূল বিন্দুৰ পৰা TR ৰেখাৰ বিন্দু এটালৈ এই ৰশ্মিৰেখাৰ ঢালে গড় বিক্ৰী আয়ৰ মান দিয়ে। এই ৰশ্মিৰেখাৰ ঢাল 7 ৰ সমান। গতিকে, গড় বিক্ৰী আয় 7 ৰ সমান। 6.1 নং তালিকাৰ পৰা এয়া সাব্যস্ত কৰি চাব পাৰি।

6.1.2. মুঠ, গড় আৰু প্ৰান্তিক বিক্ৰি আয় (Total, Average and Marginal Revenues) ঃ

অলপ বেছি বিতংকৈ চালে, 6.1 নং তালিকাই প্ৰকাশ কৰে যে পৰিমাণৰ প্ৰতিটো গোটৰ বৃদ্ধিৰ ফলত মুঠ বিক্ৰী আয় একে পৰিমানে বৃদ্ধি নহয়। মুঠ বিক্ৰী আয় শূন্য গোটৰ বাবদ শূন্য টকাৰ পৰা প্ৰথম গোটটো বিক্ৰীৰ ফলত এটা গোটৰ বাবদ ন টকা পঞ্চাশ পইচালৈ পৰিৱৰ্তন হয়, অৰ্থাৎ 9.50 টকাৰ বৃদ্ধি। পৰিমাণ আৰু

যিমানেই বৃদ্ধি হয়, মুঠ বিক্ৰী আয়ৰ বৃদ্ধি কম হয়। উদাহৰণস্বৰূপে, সামগ্ৰীৰ পঞ্চম গোটটোৰ বাবে, মুঠ বিক্ৰী আয়ৰ বৃদ্ধি হ'ল 5.50 টকা (পাঁচটা গোটৰ বাবদ 37.50 টকা —চাৰিটা গোটৰ বাবদ 32 টকা)। পূৰ্বে উল্লেখ কৰা ধৰণেই দহ গোট উৎপন্নৰ পিছত মুঠ বিক্ৰী আয় কমিবলৈ আৰম্ভ কৰে। ইয়াৰ অৰ্থ হ'ল যে দহটাতকৈ বেছি গোট বিক্ৰীৰ বাবে আনিলে, মুঠ বিক্ৰী আয়ৰ স্তৰ 50 টকাতকৈ কমলৈ গতি কৰিব। গতিকে, বাৰ নম্বৰ গোটৰ বাবে মুঠ বিক্ৰী আয়ৰ বৃদ্ধি হ'ব ঃ 48 – 49.50 = – 1.5 অৰ্থাৎ 1.50 টকাৰ হ্ৰাস।

এটা অতিৰিক্ত গোট বিক্ৰীৰ ফলত মুঠ বিক্ৰী আয়ৰ এই পৰিৱৰ্তনক প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় (Marginal Revenue) বুলি অভিহিত কৰা হৈছে। 6.1 নং তালিকাত শেষৰ স্তম্ভটোৰে এয়া দেখুওৱা হৈছে। প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় (MR) স্তম্ভৰ প্ৰথমটোৰ পিছৰ প্ৰতিটো শাৰী (Row)ৰ মানবোৰ সেই শাৰীৰ মুঠ বিক্ৰী আয়ৰ মানৰ পৰা তাৰ পূৰ্ববৰ্তী শাৰীৰ মুঠ বিক্ৰী আয়ৰ মান বিয়োগৰ সমান হয়। আগৰ পৰিচ্ছেদত এইটো দেখুওৱা হৈছে যে যেতিয়া বিক্ৰীৰ পৰিমাণ বাঢ়ি যায়, মুঠ বিক্ৰী আয় বেছি লাহে লাহেকৈ বৃদ্ধি পায় আৰু পৰিমাণ 10 গোট পোৱাৰ পিছত মুঠ বিক্ৰী আয় কমিবলৈ ধৰে। এই একেই দেখিবলৈ পাব পাৰি পৰিমাণ (q) বঢ়াৰ লগে লগে কমি যোৱা প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ মানৰ জৰিয়তে (যি পৰিমাণ বঢ়াৰ লগে লগে কমি যায়)। পৰিমাণ 10 গোট পোৱাৰ পিছত প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ মান ঋণাত্মক হয়। 6.2 নং চিত্ৰত ফুটুকা ফুটুকী ৰেখাডালৰ দ্বাৰা প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় অংকিত কৰা হৈছে।



চিত্ৰ ঃ 6.4

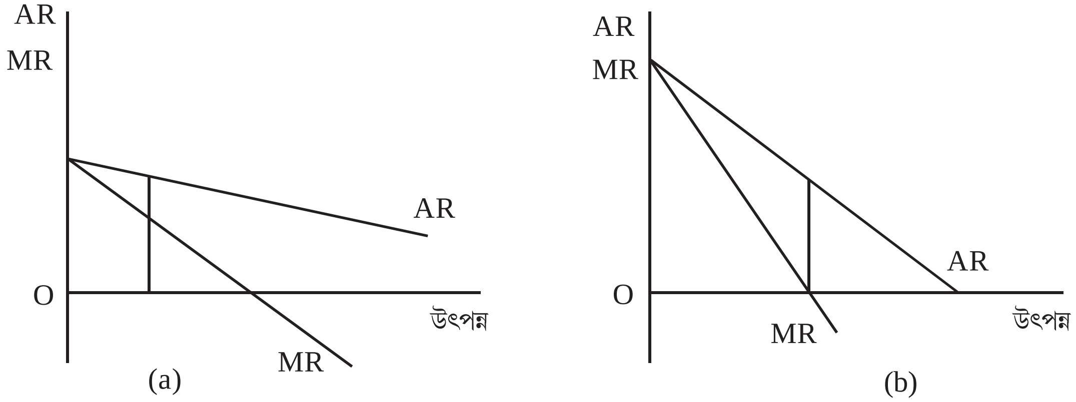
প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় আৰু মুঠ বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ মাজত সম্বন্ধ উৎপন্নৰ কোনো এটা স্তৰৰ প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় সেই উৎপন্ন স্তৰৰ মুঠ বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ ঢালৰ পৰা পোৱা যায়।

লেখ চিত্ৰমতে, প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ মানবোৰ মুঠ বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ ঢালৰ পৰা পোৱা যায়। কোনো এডাল সুষম ৰেখাৰ ঢাল বুলিলে সেই ৰেখাডালৰ বিন্দু এটাত টনা স্পৰ্শকৰ ঢালকেই বুজোৱা হয়। 6.4 নং চিত্ৰত এয়া অংকিত কৰা হৈছে। মুঠ বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ 'a' বিন্দুত L_1 ৰেখাৰ ঢালে প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ মান দিছে আৰু 'b' বিন্দুত L_2 ৰেখাই দিছে। দুয়োডাল ৰেখাৰ ঢাল যোগাত্মক দেখা গৈছে কিন্তু L_2 ৰেখাডাল L_1 তকৈ কম থিয়, অৰ্থাৎ L_2 ৰেখাৰ ঢাল কম। গতিকে, সেই স্তৰৰ পৰিমাণৰ বাবে প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ মানো কম হয়। যেতিয়া সামগ্ৰী 10 টা গোট বিক্ৰী কৰা হয়, মুঠ বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ স্পৰ্শকডাল

অনুভূতিক হয়, অৰ্থাৎ ইয়াৰ ঢাল শূন্য। সেই একে পৰিমাণত প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ মান শূন্য হয়। মুঠ বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ ‘d’ বিন্দুত, য’ত স্পৰ্শকডালৰ ঢাল ঋণাত্মক, প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ে ঋণাত্মক মান গ্ৰহণ কৰে।

আমি এতিয়া সিদ্ধান্ত ল’ব পাৰো যে যেতিয়া মুঠ বিক্ৰী আয় বৃদ্ধি হৈ থাকে, প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় যোগাত্মক হয়, আৰু যেতিয়া মুঠ বিক্ৰী আয় কমা দেখা যায়, প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ঋণাত্মক হয়।

গড় বিক্ৰী আয় আৰু প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ মাজত আৰু এটা সম্বন্ধ দেখিবলৈ পোৱা যায়। 6.2 নং চিত্ৰই দেখুৱায় যে প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখা গড় বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ তলত অৱস্থান কৰে। 6.1 নং তালিকাতো এই একেই ছবি দেখা যায় য’ত উৎপন্নৰ যিকোনো স্তৰত প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ মানবোৰ সেই একে স্তৰৰ গড় বিক্ৰী আয়ৰ মানতকৈ কম। আমি সিদ্ধান্ত ল’ব পাৰো যে যদি গড় বিক্ৰী আয় ৰেখা (অৰ্থাৎ চাহিদা ৰেখা) ডাল বেছি থিয়কৈ নিম্নমুখী হয় আৰু প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখাডাল গড় বিক্ৰী আয় ৰেখাতকৈ যথেষ্ট তলত অৱস্থান কৰে। অন্যহাতে, যদি গড় বিক্ৰী আয় ৰেখাডাল কম থিয় হয়, গড় বিক্ৰী আয় ৰেখা আৰু



চিত্ৰ ঃ 6.5

গড় বিক্ৰী আয় আৰু প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ মাজত সম্বন্ধ যদি বিক্ৰী আয় ৰেখাডাল গড় বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ যথেষ্ট তলত থাকে।

প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ উলম্বিক দূৰত্ব কম হয়। 6.5 (a) চিত্ৰই এডাল কম থিয় গড় বিক্ৰী আয় ৰেখা আৰু 6.5 (b) নং চিত্ৰই এডাল বেছি থিয় গড় বিক্ৰী আয় দেখুৱাইছে। সামগ্ৰীৰ একে সমান গোটৰ বাবে গড় বিক্ৰী আয় ৰেখা আৰু প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ মাজৰ পাৰ্থক্য (a) খণ্ডত (b) খণ্ডৰ পাৰ্থক্যতকৈ কম।

6.1.3. প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় আৰু চাহিদাৰ দৰ স্থিতিস্থাপকতা (Marginal Revenue and Price Elasticity of Demand) ঃ

চাহিদাৰ দৰ স্থিতিস্থাপকতাৰ লগতো প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ মানবোৰৰ সম্বন্ধ আছে। বিতং সম্বন্ধটো ইয়াত উলিওৱা হোৱা নাই। মাত্ৰ এটা দিশ লক্ষ্য কৰিলেই যথেষ্ট হ'ব— প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ মান যেতিয়া যোগাত্মক হয় চাহিদাৰ দৰ স্থিতিস্থাপকতা 1তকৈ বেছি আৰু যেতিয়া প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ মান ঋণাত্মক হয়, চাহিদাৰ দৰ স্থিতিস্থাপকতা 1তকৈ কম হয়। 6.2 নং তালিকাত এইটো দেখিবলৈ পোৱা যায়, যিয়ে 6.1 নং তালিকাত উপস্থাপন কৰা একে তথ্যখিনিকে ব্যৱহাৰ কৰে। সামগ্ৰীৰ পৰিমাণ যিমানেই বাঢ়ি যায়, প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ মান কম হ'বলৈ ধৰে আৰু চাহিদাৰ দৰ স্থিতিস্থাপকতাৰ মানো কম হয়। মনত পেলোৱা যে চাহিদা ৰেখা এডাল এটা বিন্দুত স্থিতিস্থাপক বুলি কোৱা হয় য'ত দৰ স্থিতিস্থাপকতা 1 তকৈ বেছি হয়, এটা বিন্দুত অস্থিতিস্থাপক য'ত দৰ স্থিতিস্থাপকতা 1তকৈ কম আৰু একক স্থিতিস্থাপকতা যেতিয়া দৰ স্থিতিস্থাপকতা 1 সমান হয়। 6.2 নং তালিকাই দেখুৱায় যে পৰিমাণ যেতিয়া 10 গোটৰ কম হয়, প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় যোগাত্মক আৰু চাহিদা ৰেখা স্থিতিস্থাপক হয়, আৰু পৰিমাণ যেতিয়া 10 গোটৰ বেছি হয়, চাহিদা ৰেখাডাল অস্থিতিস্থাপক হয়। পৰিমাণৰ স্তৰ যেতিয়া 10 গোট হয়, চাহিদা ৰেখাডাল একক স্থিতিস্থাপক হয়।

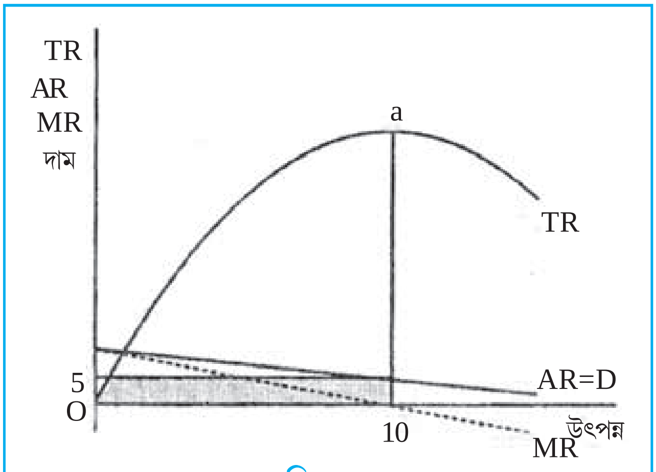
q	p	MR	স্থিতিস্থাপকতা
0	10	–	–
1	9.5	9.5	19
2	9	8.5	9
3	8.5	7.5	5.67
4	8	6.5	4
5	7.5	5.5	3
6	7	4.5	2.33
7	6.5	3.5	1.86
8	6	2.5	1.5
9	5.5	1.5	1.22
10	5	0.5	1
11	4.5	–0.5	0.82
12	4	–1.5	0.67
13	3.5	–2.5	0.54

6.1.4 একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ হ্ৰস্বকালৰ ভাৰসাম্যতা (Short Run Equilibrium of the Monopoly Firm) ঃ

পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাৰ নিচিনাকৈ একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানেও লাভ সৰ্বোচ্চ কৰে বুলি আমি গণ্য কৰো। এই খণ্ডত আমি একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠান এটাৰ দ্বাৰা উৎপাদিত পৰিমাণ আৰু যি দামত এইখিনি বিক্ৰী হয় তাক নিৰ্ধাৰণ কৰিবলৈ এই লাভ সৰ্বোচ্চকাৰী আচৰণ বিশ্লেষণ কৰো। আমি ধৰি ল'ম যে প্ৰতিষ্ঠান এটাই উৎপাদনৰ পৰিমাণৰ কোনো মজুত নাৰাখে আৰু গোটেইখিনি উৎপাদনৰ পৰিমাণ বিক্ৰীৰ বাবে উলিয়াই দিয়ে।

শূন্য ব্যয়ৰ এটা সৰল উদাহৰণ ঃ

ধৰা হ'ল আন গাঁওবোৰৰ পৰা যথেষ্ট বহু দূৰত এখন গাঁও অৱস্থিত। এই গাঁওখনত এটাই মাত্ৰ কুঁৰা আছে য'ৰ পৰা পানী পোৱা যায়। গাঁওখনৰ সকলো বাসিন্দাই তেওঁলোকৰ প্ৰয়োজনীয় পানীৰ বাবে এই কুঁৰাটোৰ ওপৰত সম্পূৰ্ণৰূপে নিৰ্ভৰশীল। এই কুঁৰাটোৰ মালিক এজন ব্যক্তি যিয়ে পানী ক্ৰয় কৰা ব্যক্তিসকলৰ বাদে আনসকলে কুঁৰাটোৰ পৰা পানী সংগ্ৰহ কৰাত বাধা দিবলৈ সক্ষম হয়। যি ব্যক্তিয়ে পানী কিনে, তেওঁ কুঁৰাৰ পৰা পানী সংগ্ৰহ কৰি ল'ব লাগে। গতিকে, কুঁৰাটোৰ মালিকজন এটা একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠান যিয়ে দ্ৰব্যবিধ উৎপাদন কৰোঁতে বহন কৰা ব্যয় হ'ল শূন্য। বিক্ৰি হোৱা পানীৰ পৰিমাণ আৰু দাম নিৰ্ধাৰণ কৰিবলৈ আমি শূন্য ব্যয় বহনকাৰী একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ এই সৰল উদাহৰণটো বিশ্লেষণ কৰিম।



চিত্ৰ ঃ 6.6

শূন্য ব্যয়ৰ একচেটীয়া উৎপাদনৰ হ্ৰস্বম্যাদী ভাৰসাম্য একচেটীয়া উৎপাদকজনৰ উৎপন্ন সেই স্তৰত লাভ সৰ্বোচ্চ হয় য'ত মুঠ বিক্ৰী আয় সৰ্বোচ্চ হয়।

6.6 নং চিত্ৰই 6.2 নং চিত্ৰত থকা একেই মুঠ বিক্ৰী আয়, গড় বিক্ৰী আয় আৰু প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখা অংকিত কৰিছে। প্ৰতিষ্ঠানটোৱে পোৱা মুঠ বিক্ৰী আয়ৰ পৰা মুঠ ব্যয় বিয়োগ কৰিলে প্ৰতিষ্ঠানটোৱে অৰ্জন কৰা লাভ পোৱা যায়। অৰ্থাৎ লাভ = মুঠ বিক্ৰী আয় – মুঠ ব্যয়। যিহেতু এই উদাহৰণটোত মুঠ ব্যয় শূন্য, যেতিয়া মুঠ বিক্ৰী আয় সৰ্বোচ্চ হয়, তেতিয়া লাভ সৰ্বোচ্চ হয়। আমি আগতেও লক্ষ্য কৰিছো যে এইটো সংঘটিত হয় যেতিয়া উৎপন্নৰ পৰিমাণ 10 গোট হয়। উৎপন্নৰ এই স্তৰতে প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় শূন্যৰ সমান হয়। 'a' ৰ পৰা অনুভূমিক অক্ষলৈ উলম্ব ৰেখাখণ্ডৰ দূৰত্বই লাভৰ পৰিমাণ দিয়ে।

ভোক্তাবোৰে সমূহীয়াভাৱে যিটো দাম দিবলৈ ইচ্ছুক, সেই দামতেই এই উৎপন্নখিনি বিক্ৰী কৰা হ'ব। বজাৰ চাহিদা ৰেখা D ৰ পৰা এয়া পোৱা যায়। 10 গোটৰ উৎপন্ন স্তৰত দাম হ'ল 5 টকা। যিহেতু বজাৰ চাহিদা ৰেখাডাল একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানটোৰ বাবে গড় বিক্ৰী আয় ৰেখা, 5 টকা হ'ল প্ৰতিষ্ঠানটোৱে লাভ কৰা গড় বিক্ৰী আয়। গড় বিক্ৰী আয় আৰু বিক্ৰীৰ পৰিমাণ পূৰণ কৰি মুঠ বিক্ৰী আয় পোৱা যায়, অৰ্থাৎ 5 টকা × 10 গোট = 50 টকা। ছাঁযুক্ত আয়ত ক্ষেত্ৰৰ জৰিয়তে এয়া অংকন কৰা হৈছে।

পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাৰ লগত ৰিজনি (Comparison with Perfect Competition) ঃ

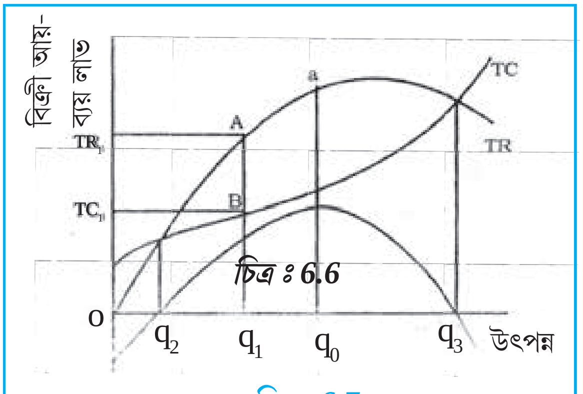
ওপৰৰ ফলাফলখিনি আমি পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক বজাৰ গাঁথনিৰ লগত ৰিজাই চাওঁ। ধৰা হওক যে তেনে ধৰণৰ কুঁৱা অসংখ্য আছে। এজন কুঁৱাৰ মালিকে যদি 50 টকা লাভ পাবলৈ প্ৰতি গোট পানীৰ দাম 5 টকাকৈ বিচাৰে, অন্য এজন কুঁৱাৰ মালিকে কম দামত পানী কিনিবলৈ এতিয়াও ইচ্ছুক ভোক্তা থকা কথাটো গম পাই, 5 টকাতকৈ কম দাম নিৰ্ধাৰণ কৰিব, ধৰা হ'ল 4 টকা। ভোক্তাবোৰে দ্বিতীয়জন পানী বেচোঁতাৰ পৰা কিনিবলৈ সিদ্ধান্ত ল'ব আৰু 12 গোটৰ বৰ্ধিত পৰিমাণৰ চাহিদাই 48 টকাৰ মুঠ বিক্ৰী আয় সৃষ্টি কৰিব। ঠিক একে ধৰণে অন্য এজন পানী বেচোঁতাই, ৰাজহ আৰ্জিবলৈ আগতকৈও কম দাম বিচাৰিব, যেনে— 3 টকা আৰু 14 টা গোট বিক্ৰী কৰি 42 টকাৰ বিক্ৰী আয় অৰ্জন কৰিব। যিহেতু তাত অসংখ্য প্ৰতিষ্ঠান আছে, শূন্য নোহোৱালৈকে দাম অবিৰতভাৱে কমি গৈ থাকিব। এই উৎপন্নত 20 গোট পানী বিক্ৰী হ'ব আৰু লাভ হ'ব শূন্য।

এই ৰিজনিৰ যোগেদি আমি দেখা পাওঁ যে পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক ভাৰসাম্যতাই একচেটিয়া বজাৰতকৈ কম দামত অধিক পৰিমাণ বিক্ৰী হোৱাটো দেখুৱায়। আমি এতিয়া যোগাত্মক উৎপাদন ব্যয়যুক্ত সাধাৰণ উদাহৰণ এটালৈ আগবাঢ়িব পাৰো।

যোগাত্মক ব্যয়ৰ পৰিচয় (Introducing Positive Costs) ঃ

মুঠ ৰেখাৰ যোগেদি বিশ্লেষণ—

তৃতীয় অধ্যায়ত আমি ব্যয়ৰ ধাৰণা আলোচনা কৰিছো আৰু 6.7 নং চিত্ৰত TC ৰে দেখুওৱা মুঠ ব্যয় ৰেখাৰ আকৃতি অংকন কৰা হৈছে। মুঠ বিক্ৰী আয় ৰেখা (TR)ও একেটা চিত্ৰত অংকন কৰা হৈছে। প্ৰতিষ্ঠানটোৱে পোৱা লাভ, মুঠ বিক্ৰী আয়ৰ পৰা মুঠ ব্যয় বিয়োগৰ সমান হয়। চিত্ৰত আমি দেখিবলৈ পাওঁ যে যদি q_1 পৰিমাণ উৎপাদন কৰা হয়, মুঠ বিক্ৰী আয় হয় TR_1 আৰু মুঠ ব্যয় হয় TC_1। লাভ প্ৰাপ্তি হয় $TR_1 - TC_1$, এই পাৰ্থক্যটো। এই একেটাই অংকন কৰা হৈছে AB ৰেখাখণ্ডৰ দৈৰ্ঘ্যতাৰ জৰিয়তে, অৰ্থাৎ q_1 উৎপন্ন স্তৰত TR আৰু TC ৰেখাৰ উলম্বিক দূৰত্ব। এইটো স্পষ্ট



চিত্ৰ ঃ 6.7

সৰ্বমুঠ ৰেখাৰ জৰিয়তে একচেটীয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ ভাৰসাম্যতা উৎপন্নৰ সেই স্তৰত একচেটীয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ লাভ সৰ্বোচ্চ হয় য'ত TR আৰু TC-ৰ অৱস্থান TC-ৰ ওপৰত হয়।

হোৱা উচিত যে এই উলম্বিক দূৰত্ব বিভিন্ন উৎপন্ন স্তৰৰ ক্ষেত্ৰত পৰিৱৰ্তন হয়। যেতিয়া উৎপন্ন স্তৰ q2 তকৈ কম, TC ৰেখাডাল TR ৰেখাৰ ওপৰত অৱস্থান কৰে, অৰ্থাৎ মুঠ ব্যয় মুঠ বিক্ৰী আয়তকৈ বেছি আৰু সেয়েহে লাভ ঋণাত্মক হয় আৰু প্ৰতিষ্ঠানটোৱে লোকচান ভৰে।

এই একেই অৱস্থা বিদ্যমান হয় যেতিয়া উৎপন্ন স্তৰ q_3 তকৈ বেছি হয়। গতিকে, প্ৰতিষ্ঠানটোৱে যোগাত্মক লাভ অৰ্জন কৰিব পাৰে কেৱল উৎপন্ন স্তৰ q_2 আৰু q_3 ৰ মাজত, য'ত TR ৰেখাডাল TC ৰেখাৰ ওপৰত অৱস্থিত। একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানে সেই উৎপন্ন স্তৰটো পছন্দ কৰিব যিটোতে ইয়াৰ লাভ সৰ্বোচ্চ হয়। এই উৎপন্ন স্তৰটো হ'ব য'ত TR আৰু TC ৰ মাজত উলম্বিক দূৰত্ব সৰ্বাধিক আৰু TR য়ে TC ৰ ওপৰত অৱস্থান কৰে, অৰ্থাৎ TR – TC সৰ্বাধিক। q_0 উৎপন্ন স্তৰত এয়া সংঘটিত হয়। TR – TC, এই পাৰ্থক্যটো যদি হিচাব কৰা হয় আৰু এডাল লেখ হিচাবে অংকন কৰা হয়, এই লেখডাল 6.7 নং চিত্ৰত লাভ (Profit) বুলি চিহ্নিত ৰেখাডালৰ দৰে দেখা যাব। এইটো লক্ষণীয় যে লাভ ৰেখাৰ সৰ্বোচ্চ মান q_0 উৎপন্ন স্তৰত পোৱা যায়।

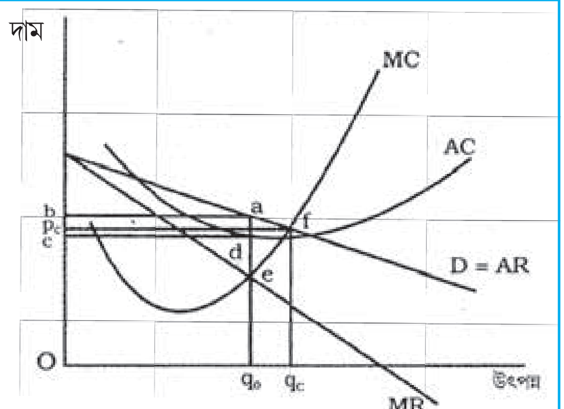
যি দামত এই উৎপন্নখিনি বিক্ৰী কৰা হয়, সেই দামটো হ'ল সামগ্ৰীৰ q_0 পৰিমাণৰ বাবে ভোক্তাবোৰে দিবলৈ ইচ্ছুক থকা দাম। সেয়েহে, একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানটোৱে q_0 উৎপন্ন স্তৰ অনুযায়ী চাহিদা ৰেখাৰ ভিত্তিত দাম ল'ব।

গড় আৰু প্ৰান্তিক ৰেখাৰ যোগেদি বিশ্লেষণ (Using Average and Marginal Curves) ঃ

ওপৰত দেখুওৱা বিশ্লেষণটো গড় আৰু প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় আৰু গড় আৰু প্ৰান্তিক ব্যয় ব্যৱহাৰ কৰিও কৰিব পাৰি। যদিও অলপমান কঠিন, এই শৈলীটোৱে প্ৰক্ৰিয়াটোক বেছি উজ্জ্বলতাৰে প্ৰদৰ্শিত কৰিব পাৰে।

6.8 নং চিত্ৰত গড় ব্যয় (AC) আৰু প্ৰান্তিক ব্যয় (MC) ৰেখাবোৰ চাহিদা (গড় বিক্ৰী আয়) ৰেখা আৰু প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ লগত অংকন কৰা হৈছে।

চিত্ৰত দেখা গৈছে যে q_0 তকৈ কম পৰিমাণৰ স্তৰত, প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ স্তৰ প্ৰান্তিক ব্যয়ৰ স্তৰতকৈ বেছি। ইয়ে বুজায় যে সামগ্ৰীৰ এটা



চিত্ৰ ঃ 6.8

গড় আৰু প্ৰান্তিক ৰেখাৰ জৰিয়তে একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ ভাৰসাম্যতা উৎপাদনৰ সেই স্তৰত একচেটিয়া উদ্যোগীৰ লাভ সৰ্বোচ্চ হয় য'ত MR-MC হয় আৰু MC বাঢ়ি থাকে।

অতিৰিক্ত গোট বিক্ৰী কৰিলে মুঠ বিক্ৰী আয়ত হোৱা বৃদ্ধি অতিৰিক্ত গোটটো উৎপাদন কৰোঁতে মুঠ ব্যয়ত হোৱা বৃদ্ধিতকৈ বেছি। ইয়াৰ অৰ্থ হ'ল উৎপন্নৰ এটা অতিৰিক্ত গোটে অতিৰিক্ত লাভৰ সৃষ্টি কৰিব যিহেতু, লাভৰ পৰিৱৰ্তন = মুঠ বিক্ৰী আয়ৰ পৰিৱৰ্তন – মুঠ ব্যয়ৰ পৰিৱৰ্তন। গতিকে, প্ৰতিষ্ঠানটোৱে যদি q_0 উৎপন্ন স্তৰতকৈ কম উৎপাদন কৰি আছে, তেতিয়াহ'লে প্ৰতিষ্ঠানটোৱে নিজৰ লাভ বৃদ্ধি বাবে উৎপন্ন বৃদ্ধি কৰিবলৈ ইচ্ছুক হয়। যেতিয়ালৈকে MR ৰেখাডাল MC ৰেখাতকৈ ওপৰত থাকিব, ওপৰত উল্লিখিত যুক্তি প্ৰযোজ্য হ'ব আৰু গতিকে প্ৰতিষ্ঠানটোৱে ইয়াৰ উৎপন্ন বৃদ্ধি কৰিব। যেতিয়া প্ৰতিষ্ঠানটোৱে q_0 উৎপন্ন স্তৰত উপনীত হ'ব, এই প্ৰক্ৰিয়াটো বন্ধ হ'ব কাৰণ এই স্তৰত প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় প্ৰান্তিক ব্যয়ৰ সমান হ'ব আৰু ইয়াতকৈ বেছি উৎপাদন বৃদ্ধিয়ে লাভ বৃদ্ধি নকৰে।

অন্যহাতে প্ৰতিষ্ঠানটোৱে যদি q_0 তকৈ বেছি উৎপন্ন স্তৰত উৎপাদন কৰি আছিল, তেনেহ'লে প্ৰান্তিক ব্যয় প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়তকৈ বেছি। ইয়ে বুজায় যে এক গোট উৎপন্ন কমালে মুঠ ব্যয়ত হোৱা হ্ৰাস এই গোটটোৰ উৎপাদন কমোৱাৰ বাবে মুঠ বিক্ৰী আয়ত হোৱা হ্ৰাসতকৈ বেছি। গতিকে, প্ৰতিষ্ঠানটোক উৎপাদন কমাবলৈ উপদেশ দিয়াটো যুগুত হ'ব। এই যুক্তিটো তেতিয়ালৈকে খাটিব যেতিয়ালৈকে প্ৰান্তিক ব্যয় ৰেখাডাল প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ ওপৰত থাকিব আৰু প্ৰতিষ্ঠানটোৱে ইয়াৰ উৎপাদন কমাব। যেতিয়াই উৎপন্ন স্তৰ q_0 পাব, প্ৰান্তিক ব্যয় আৰু প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ মান সমান হ'ব আৰু প্ৰতিষ্ঠানটোৱে ইয়াৰ উৎপাদন হ্ৰাস বন্ধ কৰিব।

যিহেতু প্ৰতিষ্ঠানটোৱে অনিবাৰ্যভাৱে q_0 উৎপন্ন স্তৰ আহৰণ কৰে, এই স্তৰটো কোৱা হয় ভাৰসাম্য উৎপন্ন স্তৰ। যিহেতু প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় আৰু প্ৰান্তিক ব্যয় সমান হোৱা বিন্দু অনুযায়ী এই ভাৰসাম্য উৎপন্ন স্তৰটো নিৰ্ধাৰণ হয়, এই সমানতা (MR = MC) টো একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠান এটাৰ উৎপন্ন উৎপাদনৰ ভাৰসাম্যতাৰ চৰ্ত বুলি কোৱা হয়।

এই q_0 ভাৰসাম্য উৎপন্ন স্তৰত 'd' বিন্দুৰ পৰা গড় ব্যয় পোৱা যায় য'ত q_0 ৰ পৰা টনা উলম্বিক ৰেখাডালে AC ৰেখাক ছেদ কৰিছে। সেয়েহে, dq_0 উচ্চতাৰ পৰা গড় ব্যয় পোৱা যায়। যিহেতু গড় ব্যয় আৰু উৎপাদনৰ পৰিমাণ (q_0) পূৰণ কৰিলে মুঠ ব্যয় (TC) পোৱা যায়, গতিকে $0q_0dc$ আয়ত ক্ষেত্ৰৰ কালিৰ পৰা মুঠ ব্যয় পোৱা যাব।

পূৰ্বতে দেখুওৱা মতে, এবাৰ যেতিয়া উৎপাদনৰ পৰিমাণ নিৰ্ধাৰণ কৰা হয়, যি দামত এইখিনি বিক্ৰী হয় সেয়া বজাৰ চাহিদা ৰেখা মতে ভোক্তাবোৰে দিবলৈ ইচ্ছুক দামৰ পৰিমাণ দিয়ে। সেয়ে q_0 ৰ পৰা টনা উলম্ব ৰেখাডালে বজাৰ চাহিদাৰ ৰেখা D ত লগ লগা 'a' বিন্দুৰে দাম নিৰ্ধাৰণ কৰে। ইয়ে aq_0 উচ্চতাৰ দাম দেখুৱায়। যিহেতু প্ৰতিষ্ঠানে পোৱা দামটো হ'ল প্ৰতি গোট উৎপন্নৰ বিক্ৰী আয়, দাম হ'ল প্ৰতিষ্ঠানৰ বাবে গড় বিক্ৰী আয়। মুঠ বিক্ৰী আয় যিহেতু গড় বিক্ৰী আয় আৰু উৎপন্নৰ পৰিমাণ q_0-ৰ পূৰণফল, $0q_0ab$ আয়ত ক্ষেত্ৰৰ কালিৰ জৰিয়তে এয়া দেখুৱাব পাৰি।

চিত্ৰত এইটো প্ৰত্যক্ষ কৰিব পাৰি যে $0q_0ab$ আয়তৰ কালি $0q_0dc$ আয়তৰ কালিতকৈ বেছি, অৰ্থাৎ মুঠ বিক্ৰী আয় মুঠ ব্যয়তকৈ বেছি। আয়ত দুটাৰ পাৰ্থক্যটো হ'ল cdab আয়ত ক্ষেত্ৰত কালি। গতিকে, লাভ = মুঠ বিক্ৰী আয় – মুঠ ব্যয়। যিটো cdab ৰ কালিৰে প্ৰতিনিধিত্ব কৰিব পাৰে।

পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাৰ লগত পুনৰ ৰিজনি (Comparison with Perfect Competition Again) ঃ

আমি একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ ভাৰসাম্য পৰিমাণ আৰু দাম পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক প্ৰতিষ্ঠানৰ লগত তুলনা কৰি চাওঁ। মনত পেলোৱা যে পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক প্ৰতিষ্ঠান এটা আছিল দাম গ্ৰহণকাৰী। নিৰ্দিষ্ট বজাৰ দামত পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক বজাৰ গাঁথনিৰ প্ৰতিষ্ঠান এটাই বিশ্বাস কৰিছিল যে উৎপন্নৰ উৎপাদন হ্ৰাস বা বৃদ্ধি কৰি ই দামৰ কোনো পৰিৱৰ্তন কৰিব নোৱাৰে।

ধৰা হওক যে প্ৰতিষ্ঠানটোৱে, যিটোৰ বিষয়ে আমি ওপৰত বিচাৰ কৰিছিলো, নিজকে পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক প্ৰতিষ্ঠানৰূপে বিশ্বাস কৰিছিল। তেতিয়া হ'লে ভাৰসাম্য উৎপন্ন স্তৰ q_0 আৰু সামগ্ৰীৰ দাম aq_0 = ob হিচাপত প্ৰতিষ্ঠানটোৱে আশা কৰিব যে দাম ob ত স্থিৰ হৈ থাকিব, আৰু গতিকে, প্ৰতিগোট অতিৰিক্ত উৎপন্নই সেই দামত বিক্ৰী কৰিব পৰা যায়। যিহেতু অতিৰিক্ত গোট এটাৰ উৎপাদন ব্যয় MC ৰেখামতে eq_0 হয়, যিখিনি aq_0 তকৈ কম, প্ৰতিষ্ঠানটোৱে উৎপাদন বৃদ্ধি কৰি লাভ বৃদ্ধি কৰাৰ আশা কৰিব। যেতিয়ালৈকে দাম প্ৰান্তিক ব্যয়তকৈ ওপৰত থাকিব, এয়া চলি থাকিব। 6.8 নং চিত্ৰৰ 'f' বিন্দুত, য'ত MC ৰেখাই চাহিদা ৰেখাক ছেদ কৰিছে প্ৰতিষ্ঠানটোৱে পোৱা দাম প্ৰান্তিক ব্যয়ৰ সমান হয়। গতিকে, পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক প্ৰতিষ্ঠানটোৱে আৰু উৎপন্ন বৃদ্ধি কৰাটো লাভজনক বুলি বিবেচনা নকৰিব। এইটো কাৰণতে, পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক প্ৰতিষ্ঠানৰ বাবে ভাৰসাম্যৰ চৰ্ত হিচাবে দাম = প্ৰান্তিক ব্যয়ক গণ্য কৰা হয়।

চিত্ৰটোৱে দেখুৱায় যে এই উৎপন্ন স্তৰত q_c পৰিমাণৰ উৎপাদন q_0 তকৈ বেছি। ইয়াৰ উপৰি, ভোক্তাসকলে প্ৰদান কৰা দামো (p_c) কম হয়। ইয়াৰ পৰা আমি এইটো সিদ্ধান্তলৈ আহিব পাৰো যে একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ তুলনাত পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক বজাৰে অধিক পৰিমাণৰ সামগ্ৰীৰ উৎপাদন আৰু বিক্ৰীৰ ব্যৱস্থা কৰে। আকৌ একচেটিয়া বজাৰতকৈ পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক সামগ্ৰীৰ দামো কম হয়। একেদৰে পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক প্ৰতিষ্ঠানে অৰ্জন কৰা লাভৰ পৰিমাণো কম।

দীৰ্ঘকালত (In the Long Run)

পাঁচ নং অধ্যায়ত আমি দেখিছো যে দীৰ্ঘকালত মুক্ত প্ৰৱেশ আৰু প্ৰস্থানৰ সহিতে, পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক প্ৰতিষ্ঠানবোৰে শূন্য লাভ অৰ্জন কৰে। এইটো হোৱাৰ কাৰণ আছিল যে যদি প্ৰতিষ্ঠানবোৰে যোগাত্মক লাভ অৰ্জন কৰে, বেছিকৈ প্ৰতিষ্ঠানে বজাৰত সোমাব আৰু বৰ্ধিত উৎপাদনে দাম কমাব আৰু এইদৰে আগৰে পৰা থকা প্ৰতিষ্ঠানবোৰৰ আয় সংকুচিত হ'ব। সদৃশভাৱে যদিহে প্ৰতিষ্ঠানবোৰে লোকচান ভৰি আছিল, কিছুমান

প্ৰতিষ্ঠানে উৎপাদন বন্ধ কৰিব আৰু উৎপন্ন কমাৰ ফলত দাম বাঢ়িব আৰু বাকী থকা প্ৰতিষ্ঠানবোৰৰ আয় বাঢ়িব। একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ ক্ষেত্ৰত এয়া একে নহয়। যিহেতু আন প্ৰতিষ্ঠানক এই বজাৰত সোমাবলৈ দিয়া নহয়, একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানে অৰ্জন কৰা লাভ দীৰ্ঘকালত গুচি নাযায়।

কিছুমান সমালোচনাত্মক মত (Some Critical Views)ঃ

ওপৰত উপস্থাপন কৰা ফলাফলবোৰে সামগ্ৰীৰ বজাৰত একচেটিয়া বজাৰৰ প্ৰভাৱ সম্পৰ্কে এখনি অতিশয় ঋণাত্মক ছবি চিত্ৰায়িত কৰে ঃ একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানবোৰে নিজেই অকলে লাভান্বিত হয় আৰু ভোক্তাবোৰ শোষিত হয়। একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানে দীৰ্ঘকালতো উচ্চ আৰু যোগাত্মক লাভ পায়। অন্যহাতে ভোক্তাবোৰে উৎপন্নৰ নিম্নতৰ পৰিমাণহে লাভ কৰে আৰু ভোগ কৰা প্ৰতিটো গোটৰ বাবে বেছিকৈ দাম দিব লাগে।

একচেটিয়া বজাৰৰ বিষয়ে অৱশ্যে অৰ্থনীতিবিদবোৰে বিভিন্ন মত আগবঢ়াইছে। প্ৰথমতে, এইটো যুক্তি দিব পাৰি যে ওপৰত বৰ্ণনা কৰাৰ দৰে একচেটিয়া বজাৰৰ অস্তিত্ব বাস্তৱ পৃথিৱীত থাকিব নোৱাৰে। কাৰণ, সকলো সামগ্ৰীয়েই এক অৰ্থত এটা আনটোৰ প্ৰতিকল্প। এইটো হোৱাৰ আকৌ কাৰণটো হ'ল এই যে সামগ্ৰী উৎপাদনকাৰী সকলো প্ৰতিষ্ঠানে শেষ বিশ্লেষণত ভোক্তাৰ হাতত থকা আয়খিনি সংগ্ৰহ কৰিবলৈ এটাই আনটোৰ লগত ফেৰ মাৰে।

অন্য এটা যুক্তি হ'ল যে বিশুদ্ধ একচেটিয়া অৱস্থাৰ প্ৰতিষ্ঠানৰ এটাও কেতিয়াও প্ৰতিযোগিতাৰ উৰ্ধত নহয়। কাৰণ অৰ্থনীতিবোৰ কেতিয়াও ৰৈ নাথাকে। সদায় নতুন প্ৰযুক্তি ব্যৱহাৰ কৰা নতুন সামগ্ৰী ওলায়েই আছে, যিবোৰ একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানে উৎপাদন কৰা সামগ্ৰীৰ নিকট প্ৰতিকল্প। গতিকে, দীৰ্ঘকালত একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ সদায় প্ৰতিযোগিতা আছে। আনকি একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানে আমি ওপৰত বৰ্ণনা কৰাৰ দৰে আচৰণ কৰিব নোৱাৰে।

ইয়াৰ উপৰিও আৰু এটা যুক্তিমতে একচেটিয়া বজাৰৰ উপস্থিতি সমাজৰ বাবে লাভজনক হয়। যিহেতু একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানে বৃহৎ লাভ অৰ্জন কৰে, তেওঁলোকৰ হাতত যথেষ্ট পুঁজি থাকে গৱেষণা আৰু উন্নয়নৰ কাম কৰিবলৈ, যিটো সৰু-সুৰা পূৰ্ণ প্ৰতিযোগী প্ৰতিষ্ঠানে কৰিব নোৱাৰে। তেনেধৰণৰ গৱেষণাৰ জৰিয়তে একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানবোৰে উচ্চ গুণসম্পন্ন সামগ্ৰী প্ৰস্তুত কৰিব পাৰে। আকৌ, এই প্ৰতিষ্ঠানবোৰে আধুনিক প্ৰযুক্তি ব্যৱহাৰ কৰিবলৈ সক্ষম হোৱা বাবে, তেওঁলোকৰ প্ৰান্তিক ব্যয় ইমান কম হ'ব পাৰে যে ভাৰসাম্য উৎপন্ন স্তৰ, য'ত MC = MR আনকি পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাতকৈ বেছি হ'ব পাৰে।

6.2 অ-পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক অন্য কিছুমান বজাৰ (Other Non-Perfectly Competitive Markets) ঃ

6.2.1 একাধিকাৰ প্ৰতিযোগিতা বজাৰ (Monopolistic Competition) ঃ

আমি এতিয়া এটা বজাৰ গাঁথনিৰ বিষয়ে বিবেচনা কৰিম য'ত প্ৰতিষ্ঠানৰ সংখ্যা বহুতো, প্ৰতিষ্ঠানৰ মুক্ত

প্ৰৱেশ আৰু প্ৰস্থান আছে, কিন্তু তেওঁলোকে উৎপাদন কৰা দ্ৰব্যবোৰ সদৃশ নহয়। তেনেকুৱা এটা বজাৰ গাঁথনিক একাধিকাৰ প্ৰতিযোগিতা বুলি কোৱা হয়।

এনে ধৰণৰ বজাৰ গাঁথনি প্ৰায়ে দেখিবলৈ পোৱা যায়। উদাহৰণস্বৰূপে, বহুসংখ্যক বিস্কুট উৎপাদনকাৰী প্ৰতিষ্ঠান থাকে। কিন্তু উৎপাদন কৰা বেছি ভাগ বিস্কুট কিছুমান মাৰ্কা (brand) নামৰ সৈতে জড়িত আৰু এই মাৰ্কাবোৰ আৰু পেকেজিঙৰ জৰিয়তে এটাৰ পৰা আনটো পৃথক কৰিব পাৰি আৰু সোৱাদো সামান্য বেলেগ হয়। ভোক্তাৰ এটা বিশেষ মাৰ্কাৰ বিস্কুটৰ প্ৰতি সময়ৰ লগে লগে ক্ৰমশঃ সোৱাদ বৃদ্ধি পায় বা এটা বিশেষ মাৰ্কাৰ প্ৰতি কিছুমান কাৰণত অনুগত হয় আৰু সেই কাৰণে অন্য প্ৰতিকল্প বিস্কুটৰ লগত তৎক্ষণাৎ সলাবলৈ ইচ্ছুক নহয়। অৱশ্যে যদি দামৰ পাৰ্থক্য বেছি হয়, ভোক্তাই অন্য মাৰ্কাৰ বিস্কুট পছন্দ কৰিবলৈ ইচ্ছুক হ'ব। উপভোগ কৰি থকা মাৰ্কা এটা পৰিৱৰ্তন কৰিবলৈ প্ৰয়োজন হোৱা দামৰ পাৰ্থক্য ভোক্তা ভেদে বেলেগ হ'ব পাৰে। সেয়েহে, এটা বিশেষ মাৰ্কাৰ দাম যদি কমাই দিয়া হয়, কিছুমান উপভোক্তাই সেই মাৰ্কালৈ উপভোগ সলনি কৰিব। আকৌ, দাম কমোৱাৰ ফলত বেছিকৈ ভোক্তা সেই কম দামী মাৰ্কাটোলৈ নতুনকৈ আকৰ্ষিত হ'ব।

গতিকে, প্ৰতিষ্ঠানটোৱে সন্মুখীন হোৱা চাহিদা ৰেখাডাল পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাৰ নিচিনা অনুভূমিক (পূৰ্ণ স্থিতিস্থাপক) নহয়। প্ৰতিষ্ঠানটোৱে সন্মুখীন হোৱা চাহিদা ৰেখাডাল একচেটিয়া বজাৰৰ নিচিনা বজাৰ চাহিদা ৰেখাও নহয়। একাধিকাৰ প্ৰতিযোগিতা বজাৰত, প্ৰতিষ্ঠানে ইয়াৰ দাম কমাই চাহিদাৰ সামান্য বৃদ্ধি আশা কৰে। সেয়ে, প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় গড় বিক্ৰী আয়তকৈ অলপ কম হয়। প্ৰতিষ্ঠানে, যেতিয়াই প্ৰান্তিক ব্যয়তকৈ প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় বেছি হয়, ইয়াৰ উৎপাদন বৃদ্ধি কৰে। কিন্তু যিহেতু প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় দামতকৈ কম, প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় আৰু প্ৰান্তিক ব্যয় পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাৰ তুলনাত নিম্ন স্তৰৰ উৎপাদনত সমান হয়।

এই কাৰণত একাধিকাৰ প্ৰতিযোগী প্ৰতিষ্ঠানে পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক প্ৰতিষ্ঠানৰ তুলনাত কম পৰিমাণে উৎপন্ন উৎপাদন কৰে। নিম্ন উৎপন্নৰ হিচাপত যিহেতু ভোক্তাবোৰে সমূহীয়াভাৱে প্ৰতি গোটৰ বাবে বেছি দাম দিবলৈ ইচ্ছুক, সামগ্ৰীৰ দাম পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতা দামতকৈ বেছি হয়।

ওপৰত বৰ্ণিত অৱস্থাটো হ্ৰস্বকালত বিৰাজ কৰে। কিন্তু একাধিকাৰ প্ৰতিযোগিতাৰ বজাৰ গাঁথনিয়ে নতুন প্ৰতিষ্ঠানক বজাৰত প্ৰৱেশ কৰাৰ অনুমতি দিয়ে। উদ্যোগটোত থকা প্ৰতিষ্ঠানবোৰে যদি হ্ৰস্বকালত যোগাত্মক পৰিমাণৰ লাভ পাই আছে, ইয়ে নতুন প্ৰতিষ্ঠানক সামগ্ৰীটো উৎপাদন আৰম্ভ কৰিবলৈ আকৰ্ষিত কৰিব (বজাৰত প্ৰৱেশ)। সামগ্ৰীটোৰ উৎপাদন বঢ়াৰ লগে লগে বজাৰত দাম কমিবলৈ ধৰিব যেতিয়ালৈকে লাভ শূন্য নহয় আৰু তেতিয়া নতুন প্ৰতিষ্ঠানৰ প্ৰৱেশত কোনো আকৰ্ষণ নাথাকে। বিপৰীতভাৱে, যদি উদ্যোগত থকা প্ৰতিষ্ঠানবোৰে হ্ৰস্বকালত লোকচানৰ সন্মুখীন হৈ আছে, কিছুমান প্ৰতিষ্ঠানে সামগ্ৰীটোৰ উৎপাদন বন্ধ কৰিব (বজাৰৰ পৰা প্ৰস্থান) আৰু মুঠ সামগ্ৰী উৎপাদনৰ হ্ৰাসে সামগ্ৰীটোৰ দাম বৃদ্ধি কৰিব। প্ৰৱেশ বা প্ৰস্থান তেতিয়াই বন্ধ হ'ব যেতিয়া লাভ শূন্য হ'ব আৰু এইটোৱেই হ'ব দীৰ্ঘ কালৰ ভাৰসাম্যতা।

যিহেতু প্ৰতিটো প্ৰতিষ্ঠানৰ উৎপন্নৰ চাহিদা ইয়াৰ মাৰ্কাৰ দাম কমাৰ লগে লগে বাঢ়ি গৈ থাকে, দীৰ্ঘ কালৰ ভাৰসাম্যতা পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাৰ তুলনাত নিম্ন স্তৰৰ মুঠ উৎপন্ন আৰু উচ্চতৰ দামৰ লগত জড়িত হৈ থাকে।

6.2.2 স্বল্পাধিকাৰ বজাৰত প্ৰতিষ্ঠানে কেনেকৈ আচৰণ কৰে? (How do Firms behave in Oligopoly) ঃ

এটা বিশেষ সামগ্ৰীৰ বজাৰ যদি এজনতকৈ বেছি বিক্ৰেতাৰ দ্বাৰা গঠিত হয় কিন্তু বিক্ৰেতাৰ সংখ্যা কম, বজাৰ গাঁথনিটো স্বল্পাধিকাৰ বুলি কোৱা হয়। স্বল্পাধিকাৰৰ এটা বিশেষ অৱস্থা য'ত মুঠতে দুজন বিক্ৰেতা থাকে তাক দ্বয়াধিকাৰ বুলি কোৱা হয়। এই বজাৰ গাঁথনিটো বিশ্লেষণ কৰোতে আমি ধৰি লওঁ যে প্ৰতিষ্ঠান দুটাই বিক্ৰি কৰা সামগ্ৰীটো সদৃশ আৰু বেলেগ কোনো প্ৰতিষ্ঠানে উৎপাদন কৰা বিকল্প সামগ্ৰী নাই।

প্ৰতিষ্ঠানৰ সংখ্যা কম হোৱা বাবে যিকোনো প্ৰতিষ্ঠান এটাৰ উৎপন্নৰ সিদ্ধান্তবোৰে নিশ্চয়কৈ বজাৰ দামৰ ওপৰত প্ৰভাৱ পেলাব আৰু সেইদৰে আন প্ৰতিষ্ঠানৰ বিক্ৰীৰ পৰিমাণ আৰু তেওঁলোকৰ মুঠ ৰাজহৰ ওপৰতো প্ৰভাৱ পৰিব। গতিকে, বাকী প্ৰতিষ্ঠানবোৰে নিজৰ লাভ সুৰক্ষিত ৰাখিবলৈ নিজৰ নিজৰ প্ৰতিক্ৰিয়া কৰিব বুলি নিশ্চয় আশা কৰিব পাৰি। এই প্ৰতিক্ৰিয়া হ'ব নিজৰ উৎপাদনৰ পৰিমাণ আৰু দামৰ বিষয়ে লোৱা নতুন সিদ্ধান্তবোৰৰ জৰিয়তে। এইখিনি তত্ত্বগত কৰিবলৈ বিভিন্ন উপায় আছে। তাৰে দুটা আমি চমুকৈ ব্যাখ্যা কৰিম।

প্ৰথমতে, দ্বয়াধিকাৰ প্ৰতিষ্ঠান দুটাই গোপনে একলগ লাগিব পাৰে আৰু ইজনে আনজনৰ লগত প্ৰতিদ্বন্দ্বিতা নকৰাৰ সিদ্ধান্ত ল'ব পাৰে আৰু এইদৰে দুয়োটা প্ৰতিষ্ঠানৰ মুঠ লাভ একেলগে সৰ্বোচ্চ কৰিব পাৰে। তেনে ক্ষেত্ৰত প্ৰতিষ্ঠান দুটাই এটা একক একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ নিচিনাকৈ আচৰণ কৰিব যিটোৰ সামগ্ৰীটো উৎপাদনৰ বাবে দুটা বেলেগ বেলেগ কাৰখানা আছে।

দ্বিতীয়তে, দ্বয়াধিকাৰৰ এনেকুৱা এটা উদাহৰণ লোৱা য'ত দুয়োটা প্ৰতিষ্ঠানৰ প্ৰতিটোৱে নিজৰ লাভ সৰ্বোচ্চকাৰী কিমান পৰিমানে উৎপাদন কৰিব সেই সিদ্ধান্ত গ্ৰহণ কৰে। এইটো ধৰি লৈ যে আন প্ৰতিষ্ঠানটোৱে নিজে যোগান ধৰি থকা পৰিমাণ পৰিৱৰ্তন নকৰিব।

আমি এটা সৰল উদাহৰণ লৈ প্ৰভাৱটো পৰীক্ষা কৰিব পাৰো য'ত দুয়োটা দ্বয়াধিকাৰ প্ৰতিষ্ঠানৰ ব্যয় শূন্য। এটা একে ধৰণৰ অৱস্থা একচেটিয়া বজাৰৰ ক্ষেত্ৰত আগতে 6.1.4 খণ্ডৰ শূন্য ব্যয়ৰ এটা সৰল উদাহৰণত বিচাৰ কৰা হৈছিল। মনত পেলোৱা যে সেইটো উদাহৰণত আমি দেখুৱাব পৰিছিলো যে এডাল সৰল চাহিদা ৰেখাৰ ক্ষেত্ৰত ভোক্তাবোৰৰ সৰ্বোচ্চ চাহিদাৰ পৰিমাণ আছিল শূন্য দামত 20 গোট আৰু পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক বজাৰৰ গাঁথনিত এইটোৱে ভাৰসাম্য হ'লহেঁতেন। একচেটিয়া বজাৰ গাঁথনিৰ ক্ষেত্ৰত 5 টকা দামত যোগানৰ পৰিমাণ আছিল 10 গোট। এইটো দেখুৱাব পাৰি যে যেতিয়াই চাহিদা ৰেখাডাল এডাল সৰল ৰেখা আৰু মুঠ

ব্যয় শূন্য হয়, একচেটিয়া ব্যৱসায়ীজনে দ্ৰব্যটোৰ সৰ্বোচ্চ চাহিদাৰ আধা যোগান ধৰাটো আটাইতকৈ লাভজনক দেখে। এতিয়া আমি দুটা দ্বয়াধিকাৰ প্ৰতিষ্ঠান A আৰু Bয়ে ওপৰত বৰ্ণনা কৰাৰ দৰে আচৰণ কৰিলে উদ্ভৱ হোৱা ফলাফল পৰীক্ষা কৰিবলৈ এই একে উদাহৰণটো ব্যৱহাৰ কৰোঁহঁক।

ধৰি লোৱা যে B প্ৰতিষ্ঠানটোৱে দ্ৰব্যটোৰ শূন্য গোট যোগান ধৰে আৰু তেতিয়া A প্ৰতিষ্ঠানটোৱে সৰ্বোচ্চ চাহিদা 20 গোট বুলি গম পাই তাৰে আধা যোগান ধৰিবলৈ সিদ্ধান্ত লয়, অৰ্থাৎ 10 গোট। A প্ৰতিষ্ঠানটোৱে 10 গোট যোগান ধৰাত, B প্ৰতিষ্ঠানে উলপব্ধি কৰিব যে 20 গোট সৰ্বোচ্চ চাহিদাৰ ভিতৰত 10 গোট (অৰ্থাৎ 20 বিয়োগ 10) এতিয়াও আছে আৰু B য়ে তাৰ আধা যোগান ধৰিব অৰ্থাৎ 5 গোট। যিহেতু B প্ৰতিষ্ঠানটোৱে ইয়াৰ যোগান শূন্যৰ পৰা 5 গোটলৈ পৰিবৰ্তন কৰিছে, A প্ৰতিষ্ঠানে উপলব্ধি কৰিব যে মুঠ চাহিদা হ'ল 15 গোট (অৰ্থাৎ 20 বিয়োগ 5) আৰু তাৰ আধা যোগান ধৰিব অৰ্থাৎ 7.5 গোট। এইদৰে প্ৰতিষ্ঠান দুটাই তেওঁলোকৰ যোগান সঞ্চালন কৰি থাকিব। এইটো দেখুৱাব পাৰি যে ইয়ে এটা ভাৰসাম্যত উপনীত কৰায়। এই ধাপকেইটা আমি পৰীক্ষা কৰোঁহঁক ঃ

ধাপ	প্ৰতিষ্ঠান	যোগানৰ পৰিমাণ
1	B	0
2	A	$\frac{1}{2}\times 20=\frac{20}{2}$
3	B	$\frac{1}{2}\left(20-\frac{1}{2}\times 20\right)=\frac{20}{2}-\frac{20}{4}$
4	A	$\frac{1}{2}\left\{20-\frac{1}{2}\left(20-\frac{1}{2}\times 20\right)\right\}=\frac{20}{2}-\frac{20}{4}+\frac{20}{8}$
5	B	$\frac{1}{2}\left[20-\frac{1}{2}\left\{20-\frac{1}{2}\left(20-\frac{1}{2}\times 20\right)\right\}\right]=\frac{20}{2}-\frac{20}{4}+\frac{20}{8}-\frac{20}{16}$

আৰু ইত্যাদি।

গতিকে, দুয়োটা প্ৰতিষ্ঠানৰ প্ৰতিটোৱে চূড়ান্তভাৱে উৎপন্নৰ যোগান ধৰিব—

$$\frac{20}{2}-\frac{20}{4}+\frac{20}{8}-\frac{20}{16}+\frac{20}{32}-\frac{20}{64}+\frac{20}{128}......=\frac{20}{3}$$

বজাৰত যোগান ধৰা মুঠ পৰিমাণ প্ৰতিষ্ঠান দুটাৰ যোগানৰ পৰিমাণৰ যোগফলৰ সমান হ'ব—

$$\frac{20}{3}+\frac{20}{3}=2\times\frac{20}{3}$$

যিটো একচেটিয়া বজাৰ গাঁথনিত যোগান ধৰা পৰিমাণতকৈ বেছি হ'ব আৰু পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক বজাৰ গাঁথনিৰ যোগানৰ পৰিমাণতকৈ কম হ'ব। যিহেতু দাম যোগানৰ পৰিমাণৰ ওপৰত নিৰ্ভৰশীল, P = 10 – $0.5q_0$ এই সূত্ৰৰে $q=\frac{40}{3}$ ৰ বাবে দাম হ'ব $10-\frac{20}{3}=3.33$ এই দামটো একচেটিয়া বজাৰতকৈ কম আৰু পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাতকৈ বেছি।

ব্যয় যোগাত্মক হোৱা উদাহৰণৰ ক্ষেত্ৰত, গণিতখিনি বেছি জটিল হয়, কিন্তু ফলাফল একেই। বহু সংখ্যক চলন আৰু বিপৰীত চলনৰ জৰিয়তে প্ৰতিষ্ঠান দুটাই উৎপন্নৰ ভাৰসাম্য পৰিমাণ এটাত উপনীত হয়। দুয়োটা প্ৰতিষ্ঠানে একেলগে উৎপাদন কৰা পৰিমাণ বিশুদ্ধ একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানে কৰিব পৰা উৎপাদনতকৈ বেছি হয় আৰু পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাৰ বজাৰ গাঁথনিৰ উৎপাদনতকৈ কম হয়। স্বাভাৱিকভাৱে ভাৰসাম্য বজাৰ দাম বিশুদ্ধ একচেটিয়া বজাৰতকৈ কম হয় আৰু পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাতকৈ বেছি হয়।

তৃতীয়তে, কিছুমান অৰ্থনীতিবিদে যুক্তি দৰ্শায় যে স্বল্পাধিকাৰ বজাৰ গাঁথনিয়ে সামগ্ৰীটোৰ বজাৰ দাম অনমনীয় কৰি তোলে, অৰ্থাৎ চাহিদা পৰিৱৰ্তনৰ লগে লগে বজাৰ দাম মুক্তভাৱে বিচৰণ নকৰে। কোনো এটা প্ৰতিষ্ঠানে দাম পৰিৱৰ্তন আৰম্ভ কৰিলে বাকী স্বল্পাধিকাৰ প্ৰতিষ্ঠানবোৰে কি ধৰণে প্ৰতিক্ৰিয়া কৰে তাতেই ইয়াৰ কাৰণ নিহিত হৈ থাকে। এটা প্ৰতিষ্ঠানে যদি ভাবে যে দাম বৃদ্ধিয়ে লাভ বৃদ্ধি কৰিব আৰু গতিকে, প্ৰতিষ্ঠানটোৱে বিক্ৰী কৰা উৎপন্নৰ দাম বৃদ্ধি কৰে তেতিয়া বাকী প্ৰতিষ্ঠানবোৰে এয়া অনুসৰণ নকৰে। দাম বৃদ্ধিয়ে গতিকে প্ৰতিষ্ঠানটোৰ বিক্ৰী বৃহৎ পৰিমাণে কমাব, যিয়ে প্ৰতিষ্ঠানটোৰ বিক্ৰী আয় আৰু লাভো কমাব। সেয়ে, কোনো প্ৰতিষ্ঠানৰ বাবে দাম বঢ়োৱাটো যুক্তিসঙ্গত নহয়। আনহাতে, প্ৰতিষ্ঠান এটাই হয়তো হিচাব কৰিব পাৰে যে অধিক পৰিমাণৰ উৎপন্ন বিক্ৰীৰ জৰিয়তে বেছিকৈ বিক্ৰী আয় আৰু লাভ অৰ্জন কৰিব পৰা যাব আৰু সেয়ে সামগ্ৰীটো বিক্ৰী কৰা দাম কমাই দিয়ে। আন প্ৰতিষ্ঠানবোৰে এয়া এটা ভাবুকি বুলি ধাৰণা কৰিব আৰু সেয়েহে প্ৰথম প্ৰতিষ্ঠানটোক অনুসৰণ কৰিব আৰু তেওঁলোকৰ দামো কমাই দিব। গতিকে, দাম কমাৰ ফলত মুঠ বিক্ৰীৰ পৰিমাণ যিখিনি বৃদ্ধি পায় সেইখিনিৰ ভাগ সকলো প্ৰতিষ্ঠানে পায় আৰু যিটো প্ৰতিষ্ঠানে প্ৰথমতে দাম কমাইছিল সেইটোৱে বিক্ৰী কৰা পৰিমাণত মাত্ৰ অলপহে বৃদ্ধি কৰিবলৈ সক্ষম হ'ব। প্ৰথম প্ৰতিষ্ঠানটোৰ দ্বাৰা তুলনামূলকভাৱে বেছিকৈ দাম কমালে বিক্ৰীৰ পৰিমাণ তুলনামূলকভাৱে কমকৈ বৃদ্ধি পাব। এইদৰে এই প্ৰতিষ্ঠানটোৱে এডাল অস্থিতিস্থাপক চাহিদা ৰেখা অনুভৱ কৰিব আৰু ইয়াৰ দাম কমোৱাৰ সিদ্ধান্তই প্ৰতিষ্ঠানটোৰ বিক্ৰী আয় আৰু লাভ কমাই আনিব। কোনো প্ৰতিষ্ঠানে সেইবাবে প্ৰচলিত দাম পৰিৱৰ্তন কৰাটো যুক্তিসংগত যেন নেদেখিব আৰু ইয়ে দামক পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাতকৈ বেছি অনমনীয় কৰিব।

সাৰাংশ (Summary)

- কোনো বজাৰ য'ত ঠিক এজনেই বিক্ৰেতা থাকে তাত একচেটিয়া বুলি কোৱা বজাৰ গাঁথনি বিৰাজ কৰে।
- এটা সামগ্ৰীৰ বজাৰৰ গাঁথনি একচেটিয়া হয়, যদি তাত এজন বিক্ৰেতা থাকে, সামগ্ৰীটোৰ কোনো বিকল্প নাথাকে আৰু অন্য প্ৰতিষ্ঠানৰ উদ্যোগটোত প্ৰৱেশৰ প্ৰতিবন্ধকতা থাকে।
- সামগ্ৰীটোৰ বজাৰ দাম নিৰ্ভৰ কৰে একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানটোৱে যোগান ধৰা পৰিমাণৰ ওপৰত। বজাৰ চাহিদা ৰেখাডাল একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানটোৰ বাবে গড় বিক্ৰি আয় ৰেখা।
- মুঠ বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ আকৃতি নিৰ্ভৰ কৰে গড় বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ আকৃতিৰ ওপৰত। ঋণাত্মক ঢালযুক্ত সৰল চাহিদা ৰেখাৰ ক্ষেত্ৰত মুঠ বিক্ৰী আয় ৰেখাডাল এটা প্ৰতিলোম উলম্ব অধিবৃত্ত।
- কোনো পৰিমাণ স্তৰৰ প্ৰান্তিক বিক্ৰি আয় মুঠ বিক্ৰী আয় ৰেখাৰ প্ৰাসঙ্গিক বিন্দুত টনা স্পৰ্শকৰ ঢালৰ পৰা হিচাব কৰিব পাৰি।
- গড় বিক্ৰী আয় ৰেখাডাল এডাল নিম্নমুখী ৰেখা হয় একমাত্ৰ যদিহে প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় গড় বিক্ৰী আয়তকৈ কম হয়।
- ঋণাত্মক ঢালযুক্ত চাহিদা ৰেখাডাল যিমানেই থিয় হয় প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় ৰেখাডাল আৰু বেছি তলত অৱস্থান কৰে।
- চাহিদা ৰেখাডাল স্থিতিস্থাপক হয় যেতিয়া প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ মান যোগাত্মক হয়, আৰু অস্থিতিস্থাপক হয় যেতিয়া প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ মান ঋণাত্মক হয়।
- একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ যদি ব্যয় শূন্য হয় বা মাত্ৰ স্থিৰ ব্যয় থাকে, প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় শূন্য হোৱা বিন্দুৱে ভাৰসাম্যতাত যোগানৰ পৰিমাণ দিয়ে। ইয়াৰ বিপৰীতে, পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাত যোগান ধৰা ভাৰসাম্য পৰিমাণ গড় বিক্ৰী আয় শূন্য হোৱা বিন্দুটোৱে দিয়ে।
- একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ ভাৰসাম্যতা সেই বিন্দুত হয় য'ত MC = MR আৰু MC বৃদ্ধি পাই থাকে। এই বিন্দুটোৱে উৎপাদনৰ ভাৰসাম্য পৰিমাণ দিয়ে। ভাৰসাম্য পৰিমাণৰ ভিত্তিত চাহিদা ৰেখাৰ পৰা ভাৰসাম্য দাম পোৱা যায়।
- একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ হ্ৰস্বকালীন যোগাত্মক লাভ দীৰ্ঘকাললৈ বৰ্তি থাকে।
- এখন সামগ্ৰী বজাৰত সামগ্ৰীটো অসদৃশ হ'লে একাধিকাৰ প্ৰতিযোগিতামূলক বজাৰৰ উদয় হয়।
- একাধিকাৰ প্ৰতিযোগী বজাৰৰ হ্ৰস্বকালীন ভাৰসাম্যতাত পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতাৰ তুলনাত উৎপাদনৰ পৰিমাণ কম হয় আৰু দাম বেছি হয়। এই অৱস্থাটো দীৰ্ঘকালতো থাকে, কিন্তু দীৰ্ঘকালীন লাভ শূন্য হয়।

- সামগ্ৰী বজাৰত স্বল্পাধিকাৰ বজাৰ সৃষ্টি হয় যেতিয়া কম সংখ্যক প্ৰতিষ্ঠানে এটা সদৃশ সামগ্ৰী উৎপাদন কৰে।

মূল ধাৰণাসমূহ ঃ

একচেটিয়া বজাৰ

একাধিকাৰ প্ৰতিযোগিতা

স্বল্পাধিকাৰ

অনুশীলন

1. চাহিদা ৰেখাৰ আকৃতি কেনেকুৱা হ'ব যাতে মুঠ বিক্ৰী আয় ৰেখাডাল
   (a) মূল বিন্দুৰ মাজেৰে যোৱা এডাল যোগাত্মক ঢালযুক্ত সৰল ৰেখা হয়?
   (b) এডাল অনুভূমিক ৰেখা হয়?
2. তলত দিয়া তালিকাখনৰ পৰা মুঠ বিক্ৰী আয়, চাহিদা ৰেখা আৰু চাহিদাৰ স্থিতিস্থাপকতা গণনা কৰা ঃ

পৰিমাণ	1	2	3	4	5	6	7	8	9
প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়	10	6	2	2	2	0	0	0	–5

3. চাহিদা ৰেখাডাল স্থিতিস্থাপক হ'লে প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয়ৰ (MR)ৰ মান কি হয়?
4. এটা একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ মুঠ স্থিৰ ব্যয় 100 টকা আৰু তলৰ চাহিদা তালিকাখন আছে ঃ

পৰিমাণ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
দাম	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10

   হ্ৰস্বকালীন ভাৰসাম্য পৰিমাণ, দাম আৰু মুঠ লাভ উলিওৱা। দীৰ্ঘকালত ভাৰসাম্যতা কি হ'ব? মুঠ ব্যয় 1000 টকা হ'লে হ্ৰস্বকাল আৰু দীৰ্ঘকালৰ ভাৰসাম্যতা বৰ্ণনা কৰা।
5. ধৰা যে 4 নং অনুশীলনৰ একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানটো এটা চৰকাৰী খণ্ডৰ প্ৰতিষ্ঠান। চৰকাৰে এটা নিয়ম কৰে যে এই প্ৰতিষ্ঠানৰ পৰিচালকে চৰকাৰ নিৰূপিত দাম দিয়া আছে বুলি গ্ৰহণ কৰিব লাগিব (অৰ্থাৎ, এটা দাম গ্ৰহণকাৰী হ'ব লাগিব আৰু গতিকে পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতামূলক বজাৰৰ প্ৰতিষ্ঠানৰ দৰে আচৰণ কৰে)। চৰকাৰে এনেকুৱা কৈ দাম নিৰূপণ কৰিবলৈ সিদ্ধান্ত কৰে যাতে বজাৰত চাহিদা আৰু যোগান সমান হয়। এই ক্ষেত্ৰত ভাৰসাম্য দাম, পৰিমাণ আৰু লাভ কিমান হ'ব?

6. প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় (MR) ৰেখাৰ আকৃতিৰ বিষয়ে মন্তব্য দিয়া যদিহে মুঠ বিক্ৰি আয় (TR) ৰেখাডাল (i) যোগাত্মক ঢালযুক্ত সৰল ৰেখা হয়, (ii) অনুভূমিক সৰল ৰেখা হয়।

7. তলৰ তালিকা দুখনে সামগ্ৰী এটাৰ বজাৰ চাহিদা ৰেখা আৰু সামগ্ৰীটো প্ৰস্তুত কৰা একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানৰ মুঠ ব্যয় দিয়ে। তথ্যখিনি ব্যৱহাৰ কৰি গণনা কৰা ঃ

পৰিমাণ	0	1	2	3	4	5	6	7	8
দাম	52	44	37	31	26	22	19	16	13

পৰিমাণ	0	1	2	3	4	5	6	7	8
মুঠ ব্যয়	10	60	90	100	102	105	109	115	125

(a) প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় (MR) আৰু প্ৰান্তিক ব্যয় (MC) তালিকা

(b) প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় (MR) আৰু প্ৰান্তিক ব্যয় (MC) সমান হোৱা পৰিমাণবোৰ

(c) উৎপন্নৰ ভাৰসাম্যৰ পৰিমাণ আৰু সামগ্ৰীৰ ভাৰসাম্য দাম

(d) ভাৰসাম্যতাত মুঠ ৰাজহ, মুঠ ব্যয় আৰু মুঠ লাভ।

8. উৎপন্নৰ সৰ্বোত্তম হ্ৰস্বকালীন স্তৰত যদি লোকচান হয়, একচেটিয়া প্ৰতিষ্ঠানে হ্ৰস্বকালত উৎপাদন কাৰ্য চলাই থাকিবনে?

9. একাধিকাৰ প্ৰতিযোগী প্ৰতিষ্ঠান এটাই সন্মুখীন হোৱা চাহিদা ৰেখাডাল ঋণাত্মক ঢালযুক্ত কিয় হয় বৰ্ণনা কৰা।

10. একাধিকাৰ প্ৰতিযোগিতা বজাৰত প্ৰতিষ্ঠান এটাৰ দীৰ্ঘকালীন ভাৰসাম্যতা শূন্য লাভৰ লগত জড়িত হোৱাৰ কাৰণ কি?

11. স্বল্পাধিকাৰ প্ৰতিষ্ঠানে আচৰণ কৰিব পৰা তিনিটা বিভিন্ন ধৰণ তালিকাভুক্ত কৰা।

12. দ্বয়াধিকাৰৰ আচৰণ যদি কুৰ্ণট (Cournot) য়ে বৰ্ণনা কৰাৰ দৰে হয়, বজাৰ চাহিদা ৰেখাডাল $q = 200 - 4p$ য়ে দিয়ে আৰু দুয়োটা প্ৰতিষ্ঠানৰে ব্যয় শূন্য হয়, ভাৰসাম্যতাত প্ৰতিটো প্ৰতিষ্ঠানৰে যোগানৰ পৰিমাণ আৰু ভাৰসাম্য বজাৰ দাম উলিওৱা।

13. অনমনীয় দাম বুলিলে কি বুজা? দ্বয়াধিকাৰ বজাৰ আচৰণে তেনেকুৱা এটা ফলাফল কেনেকৈ উদ্ভৱ কৰে?

●●●

শব্দাৰ্থ তালিকা

অতিৰিক্ত চাহিদা যদি কোনো দামত বজাৰ চাহিদা বজাৰ যোগানতকৈ অধিক হয়, তেন্তে সেই দামত বজাৰত অতিৰিক্ত চাহিদা থকা বুলি কোৱা হয়।

অতিৰিক্ত যোগান যদি কোনো দামত বজাৰ যোগান বজাৰ চাহিদাতকৈ অধিক হয়, তেন্তে সেই দামত বজাৰত অতিৰিক্ত যোগান থকা বুলি কোৱা হয়।

অপৰিৱৰ্তনীয় অগ্ৰাধিকাৰ এজন উপভোক্তাৰ অগ্ৰাধিকাৰ অপৰিৱৰ্তনীয় বুলি কোৱা হয় যদিহে যিকোনো দুটা টোপোলাৰ ভিতৰত উপভোক্তাজনে সেইটো টোপোলাক অগ্ৰাধিকাৰ দিয়ে যিটো টোপোলাত আনটো টোপোলাতকৈ কমেও এটা দ্ৰব্য বেছি পৰিমাণে থাকে আৰু আনটো দ্ৰব্য কম নাথাকে।

অস্বাভাৱিক লাভ ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠান এটাই স্বাভাৱিক লাভতকৈ বেছি যিখিনি লাভ অৰ্জন কৰে, তাকে অস্বাভাৱিক লাভ বোলে।

আয় ফল দ্ৰব্যৰ দৰৰ পৰিৱৰ্তনৰ কাৰণে উপভোক্তাজনৰ ক্ৰয় ক্ষমতাৰ পৰিৱৰ্তন হ'লে দ্ৰব্যটোৰ উপভোগৰ পৰিমাণ পৰিৱৰ্তন হোৱাকে আয় ফল বুলি কোৱা হয়।

উপাদানৰ প্ৰান্তিক আয়মূলক উৎপাদন (MRP) প্ৰান্তিক আয় আৰু উপাদানটোৰ প্ৰান্তিক উৎপাদনৰ পূৰণফল।

উপাদানৰ প্ৰান্তিক উৎপাদনৰ মূল্য (VMP) দাম আৰু উপাদানটোৰ প্ৰান্তিক উৎপাদনৰ পূৰণফল।

উৎপাদন ফলন উপাদানৰ বিভিন্ন জোঁট খটুৱাই উৎপাদন কৰিব পৰা উৎপন্নৰ সৰ্বোচ্চ পৰিমাণ দেখুৱায়।

উৎপাদন বন্ধ বিন্দু হ্ৰস্বকালত, ই AVC ৰেখাৰ নিম্নতম বিন্দু আৰু দীঘকালত, ই LRAC ৰেখাৰ নিম্নতম বিন্দু।

একাধিকাৰ প্ৰতিযোগিতাৰ বজাৰ গাঁথনিত বহুতো বিক্ৰেতাই পাৰ্থক্যজনিত কিন্তু প্ৰতিকল্পযুক্ত সামগ্ৰী বিক্ৰী কৰে।

একচেটিয়া বজাৰ গাঁথনিত এজনেই বিক্ৰেতা থাকে আৰু আন বিক্ৰেতাৰ সেই বজাৰত প্ৰৱেশত যথেষ্ট বাধা-নিষেধ থাকে।

ক্ৰমবৰ্ধমান উৎপাদন প্ৰতিদান উৎপাদন ফলনৰ এটা বৈশিষ্ট্য য'ত সকলো উপাদানৰ সমানুপাতিক বৃদ্ধিৰ ফলত উৎপন্ন সেই অনুপাততকৈ অধিক পৰিমাণত বৃদ্ধি হয়।

ক্ৰমহ্ৰাসমান উৎপাদন প্ৰতিদান উৎপাদন ফলনৰ এটা বৈশিষ্ট্য য'ত সকলো উপাদানৰ সমানুপাতিক বৃদ্ধিৰ ফলত উৎপন্ন সেই অনুপাততকৈ কম পৰিমাণত বৃদ্ধি হয়।

ক্ৰমহ্ৰাসমান প্ৰান্তিক উৎপাদন বিধি অন্যান্য উপাদানবোৰ স্থিৰ ৰাখি এটা উপাদানৰ নিয়োগ বৃদ্ধি কৰি গৈ থাকিলে অৱশেষত এনে এটা বিন্দু পোৱা যাব য'ৰপৰা উপাদানটোৰ প্ৰান্তিক উৎপাদন হ্ৰাস হ'বলৈ আৰম্ভ কৰিব।

গড় উৎপাদন পৰিৱৰ্তনশীল উপাদানৰ প্ৰতি এককৰ উৎপন্ন।

গড় পৰিৱৰ্তনশীল ব্যয় উৎপন্নৰ প্ৰতি এককৰ মুঠ পৰিৱৰ্তনশীল ব্যয়।

গড় বিক্ৰী আয় হৈছে উৎপন্নৰ প্ৰতি এককৰ পৰা পোৱা মুঠ বিক্ৰী আয়।

গড় ব্যয় উৎপন্নৰ প্ৰতি এককৰ মুঠ স্থিৰ ব্যয়।

চাহিদা ফলন এটা দ্ৰব্যৰ প্ৰতি উপভোক্তাৰ চাহিদা ফলনে অন্যান্য অৱস্থাবোৰ অপৰিৱৰ্তিত হৈ থকা সময়ত বিভিন্ন দৰত দ্ৰব্যবিধৰ কিমান পৰিমাণ বাছনি কৰা হয় তাক নিৰ্ণয় কৰে।

চাহিদা বিধি যদিহে এজন উপভোক্তাৰ এটা দ্ৰব্যৰ চাহিদা তেওঁৰ আয়ৰ সৈতে একে দিশত গতি কৰে, তেন্তে উপভোক্তাজনৰ দ্ৰব্যবিধৰ চাহিদা আৰু দ্ৰব্যবিধৰ দামৰ সম্পৰ্ক বিপৰীতমুখী হ'ব।

চাহিদা ৰেখা চাহিদা ৰেখা হৈছে লেখচিত্ৰৰ সহায়ত চাহিদা ফলনৰ উপস্থাপন। ই বিভিন্ন দৰত এজন উপভোক্তাৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ নিৰ্ণয় কৰে।

চাহিদাৰ দৰ স্থিতিস্থাপকতা এটা দ্ৰব্যৰ চাহিদাৰ দৰ স্থিতিস্থাপকতা হ'ল দ্ৰব্যবিধৰ চাহিদাৰ পৰিমাণৰ শতকৰা পৰিৱৰ্তন আৰু দ্ৰব্যবিধৰ দৰৰ শতকৰা পৰিৱৰ্তনৰ অনুপাত।

দামৰ উচ্চ সীমা এটা সামগ্ৰী বা সেৱাকাৰ্যৰ দামৰ ওপৰত চৰকাৰৰ আৰোপিত উচ্চ সীমাই হ'ল দামৰ উচ্চ সীমা।

দামৰ নিম্ন সীমা এটা নিৰ্দিষ্ট বা সেৱা কাৰ্যৰ বাবে ল'ব পৰা দামৰ ওপৰত চৰকাৰ আৰোহিত নিম্ন সীমাই হৈছে দামৰ নিম্ন সীমা।

দাম ৰেখা এডাল আনুভূমিক সৰল ৰেখা যিডালে বজাৰ দাম আৰু ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠান এটাৰ উৎপন্ন স্তৰৰ মাজৰ সম্পৰ্ক দেখুৱায়।

দীৰ্ঘ কাল যি সময়ত উৎপাদনৰ সকলো উপাদান পৰিৱৰ্তন কৰিব পৰা যায়।

দ্বয়াধিকাৰ বজাৰ গাঁথনিত মাত্ৰ দুটা প্ৰতিষ্ঠান থাকে।

নিকৃষ্ট দ্ৰব্য যিবিলাক দ্ৰব্যৰ ক্ষেত্ৰত উপভোক্তাৰ আয় বৃদ্ধি হ'লে চাহিদা কমে তেনে দ্ৰব্যক নিকৃষ্ট দ্ৰব্য বোলে।

নিৰপেক্ষ ৰেখা নিৰপেক্ষা ৰেখা হৈছে সেই সকলোবিলাক বিন্দুৰ সংহতি যিবিলাকৰ ক্ষেত্ৰত এজন উপভোক্তা নিৰপেক্ষ।

পূৰ্ণ প্ৰতিযোগিতা হৈছে এটা বজাৰ পৰিৱেশ য'ত — (i) বজাৰখনৰ সকলো ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠানে একে দ্ৰব্য উৎপাদন কৰে আৰু (ii) ক্ৰেতা আৰু বিক্ৰেতাসমূহ দাম গ্ৰহণ কৰোতা।

পৰিৱৰ্তনশীল অনুপাত বিধি উপাদান এটাৰ নিয়োগ নিম্ন অৱস্থাত থাকিলে নিয়োগ বৃদ্ধিৰ লগে লগে প্ৰথমতে তাৰ প্ৰান্তিক উৎপাদন বৃদ্ধি হয়। কিন্তু নিয়োগৰ এক নিৰ্দিষ্ট পৰিমাণৰ পিছত, ই হ্ৰাস পাবলৈ আৰম্ভ কৰে।

পৰিৱৰ্তনশীল উপাদান এক উপাদান যাৰ পৰিমাণৰ পৰিৱৰ্তন কৰিব পাৰি।

প্ৰতিকল্পন ফল কোনো এটা দ্ৰব্যৰ দৰ পৰিৱতন হোৱাৰ পিছত দৰ পৰিৱৰ্তন হোৱাৰ আগেয়ে উপভোক্তাজনে কিনি থকা পৰিমাণখিনি কিনিব পৰাকৈ তেওঁৰ আয়ৰ পৰিমাণ মিলোৱাৰ পিছত দ্ৰব্যবিধৰ উপভোগৰ পৰিমাণৰ যি পৰিৱৰ্তন হয়, তাকে প্ৰতিকল্পন ফল বোলে।

প্ৰান্তিক উৎপাদন অন্য সকলো উপাদান স্থিৰ হৈ থকা অৱস্থাত এটা উপাদানৰ এক একক পৰিৱৰ্তনৰ ফলত হোৱা উৎপন্নৰ পৰিৱৰ্তন।

প্ৰান্তিক উৎপাদন ব্যয় উৎপন্নৰ এক একক পৰিৱৰ্তনৰ ফলত হোৱা মুঠ উৎপাদন ব্যয়ৰ পৰিৱৰ্তন।

প্ৰান্তিক বিক্ৰী আয় হৈছে উৎপন্নৰ বিক্ৰীৰ এক একক পৰিৱৰ্তনৰ বাবে হোৱা মুঠ বিক্ৰী আয়ৰ পৰিৱৰ্তন।

বজাৰ যোগান ৰেখা ই বজাৰ দামৰ বিভিন্ন মূল্যত বজাৰৰ ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠানসমূহে একত্ৰিতভাৱে উৎপাদন কৰা উৎপন্ন স্তৰ দেখুৱায়।

বাজেট ৰেখা বাজেট ৰেখাডাল সকলোবিলাক টোপোলাৰে গঠিত যিবিলাকৰ ব্যয় উপভোগৰ আয়ৰ ঠিক সমান।

বাজেট সংহতি হ'ল সকলোবোৰ টোপোলাৰ সংগ্ৰহ যিবিলাক টোপোলা উপভোক্তাজনে তেওঁৰ উপাৰ্জনৰ সামৰ্থ অনুসৰি প্ৰচলিত বজাৰ দৰত ক্ৰয় কৰিব পাৰে।

ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠানৰ যোগান ৰেখা ই লাভ সৰ্বোচ্চকাৰীৰ ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠান এটাই বজাৰ দামৰ বিভিন্ন মূল্যত উৎপাদন কৰিবলৈ নিৰ্বাচন কৰা উৎপন্ন স্তৰ দেখুৱায়।

ব্যয় ফলন ই এটা প্ৰতিষ্ঠানৰ প্ৰতি একক পৰিমাণ উৎপাদনৰ বাবে নিম্নতম ব্যয় দেখুৱায়।

ভাৰসাম্য হ'ল এক অৱস্থা য'ত বজাৰত থকা সকলো উপভোক্তা আৰু উৎপাদন প্ৰতিষ্ঠানৰ পৰিকল্পনাবোৰ মিলি যায়।

মুঠ উৎপাদন অন্য সকলো উপাদান স্থিৰ ৰাখি এটা মাত্ৰ উপাদান পৰিৱৰ্তন কৰিলে তাৰ বিভিন্ন নিয়োগ অৱস্থাত আমি উৎপাদন ফলনৰ পৰা উৎপন্নৰ বিভিন্ন পৰিমাণ পাম। পৰিৱৰ্তনশীল উপাদান আৰু উৎপন্নৰ এই সম্পৰ্কটোক মুঠ উৎপাদন বুলি কোৱা হয়।

মুঠ পৰিৱৰ্তনশীল ব্যয় হ'ল এখন প্ৰতিষ্ঠানে পৰিৱৰ্তনশীল উপাদানবোৰে নিয়োগ কৰিলে বহন কৰা খৰচ।

মুঠ প্ৰতিদান মুঠ উৎপাদনৰ সৈতে একে।

মুঠ বস্তুমূলক উপাদান মুঠ উৎপাদনৰ সৈতে একে।

মুঠ বিক্ৰী আয় হৈছে দ্ৰব্য এটাৰ বজাৰ দাম আৰু ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠান এখনে দ্ৰব্যটোৰ বিক্ৰী কৰা পৰিমাণৰ পূৰণফল।

মুঠ বিক্ৰী আয় আৰু ৰেখা ই ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠানৰ মুঠ বিক্ৰী আয় আৰু ইয়াৰ উৎপন্ন স্তৰৰ মাজৰ সম্পৰ্ক দেখুৱায়।

মুঠ ব্যয় হ'ল মুঠ স্থিৰ ব্যয় আৰু মুঠ পৰিৱৰ্তনশীল ব্যয়ৰ যোগফল।

মুঠ স্থিৰ ব্যয় হ'ল প্ৰতিষ্ঠান এখনে স্থিৰ উপাদানবোৰ নিয়োগ কৰিলে বহন কৰা খৰচ।

যোগানৰ দাম স্থিতিস্থাপকতা হৈছে দ্ৰব্য এটাৰ বজাৰ দামৰ এক শতদংশ পৰিৱৰ্তনৰ ফলত হোৱা যোগানৰ পৰিমাণৰ শতাংশ পৰিৱৰ্তন।

লাভ হৈছে ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠান এখনৰ মুঠ বিক্ৰী আয় আৰু ইয়াৰ মুঠ উৎপাদন ব্যয়ৰ মাজৰ পাৰ্থক্য।

সম উৎপাদন ৰেখা হ'ল দুটা উপাদানৰ আটাইবোৰ সম্ভাব্য জোঁটৰ সংহতি যিবোৰে উৎপাদনৰ একেই সৰ্বোচ্চ পৰিমাণ বুজায়।

সমাহাৰৰ উৎপাদন প্ৰতিদান উৎপাদন ফলনৰ এটা বৈশিষ্ট্য। সকলো উপাদানৰ সমানুপাতিক বৃদ্ধিৰ ফলত উৎপন্ন সমানুপাতিক বৃদ্ধি হ'লে ই প্ৰযোজ্য হয়।

সমাৱস্থা বিন্দু হৈছে যোগান ৰেখাৰ সেইটো বিন্দু য'ত ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠান এখনে স্বাভাৱিক লাভ অৰ্জন কৰে।

সুযোগ ব্যয় কোনো কাৰ্যৰ সুযোগ ব্যয় বুলিলে দ্বিতীয় শ্ৰেষ্ঠ কাৰ্যটোৰ পৰিত্যাগ কৰা সম্ভাব্য লাভক বুজায়।

স্থিৰ উপাদান হ্ৰস্বকালত যি উপাদান পৰিৱৰ্তন কৰিব নোৱাৰি, তাকেই স্থিৰ উপাদান বোলা হয়।

স্বল্পাধিকাৰ যি বজাৰত এজনতকৈ বেছি (কিন্তু কম সংখ্যক) বিক্ৰেতা থাকে, তাক স্বল্পাধিকাৰ বজাৰ বোলে।

স্বাভাৱিক দ্ৰব্য যিবিলাক দ্ৰব্যৰ ক্ষেত্ৰত উপভোক্তাৰ আয় বৃদ্ধি হ'লে চাহিদা বৃদ্ধি হয়, তেনে দ্ৰব্যক স্বাভাৱিক দ্ৰব্য বোলে।

স্বাভাৱিক লাভ হৈছে লাভৰ সেইটো স্তৰ যিটোৰে ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠানৰ প্ৰকাশ্য ব্যয় আৰু সুযোগ ব্যয় কোনোমতে সামৰি ল'ব পাৰে।

হ্ৰস্বকাল হ'ল উৎপাদনৰ কিছুমান উপাদান পৰিৱৰ্তন কৰিব নোৱাৰা সময়।