4.4 একচেটিয়া কারবার এবং তার বৈশিষ্ট্য (Monopoly and its characteristics)

যে বাজারে একজন মাত্র বিক্রেতা বা একটি মাত্র প্রতিষ্ঠান এমন একটি দ্রব্য অসংখ্য ক্রেতাদের মধ্যে বিক্রয় করে যার কোনো ঘনিষ্ঠ বিকল্প দ্রব্য থাকে না এবং যে দ্রব্যটির অন্য কোনো প্রতিযোগী বিক্রেতাও থাকে না - তাকেই একচেটিয়া (Monopoly) কারবার বলা হয়। একচেটিয়া কারবারের নিম্নলিখিত গুরুত্বপূর্ণ বৈশিষ্ট্যসমূহ লক্ষ করা যায় ঃ

i) একজন মাত্র বিক্রেতা,

ii) ফার্ম এবং শিল্প অভিন্ন,

iii) অসংখ্য ক্রেতা,

iv) ঘনিষ্ঠ বিকল্প দ্রব্যের অভাব,

v) দাম নির্মাতা,

vi) নতুন ফার্মের বাজারে প্রবেশে বাধা,

vii) গড় আয় এবং প্রান্তিক আয়রেখার নিম্নমুখিতা

viii) বিজ্ঞাপন ব্যয়ের অনাবশ্যকতা,

ix) বিভিন্ন বাজারে বিভিন্ন দামে বিক্রয়।

▶ i) একচেটিয়া কারবারে একজন মাত্র বিক্রেতা বা একটি মাত্র প্রতিষ্ঠান থাকে যে সমগ্র বাজারে দ্রব্যটির যোগান দিয়ে থাকে *। একচেটিয়া কারবারে ব্যক্তিগত যোগানই। সেটি পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজারে আছে। পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজারে ফার্মগুলির সমষ্টিই হল শিল্প। কিন্তু একচেটিয়া বাজারে একটি মাত্র ফার্ম থাকায় সেটিই শিল্প বলে গণ্য হয়।+

▶ iii) একচেটিয়া কারবারে ক্রেতা হল অসংখ্য। অসংখ্য ক্রেতা একচেটিয়া কারবারির দ্রব্যটি ক্রয় করে থাকে।

▶ iv) একচেটিয়া কারবারির যোগান দেওয়া দ্রব্যটির কোনো ঘনিষ্ঠ বিকল্প দ্রব্য থাকে না। ফলে ক্রেতারা অন্য দ্রব্য ক্রয় করতে না পেরে সেই দ্রব্যটিই ক্রয় করতে বাধ্য হয়।

▶ v) একচেটিয়া কারবারে দ্রব্যটির বিক্রেতা যেহেতু একজন, সেইহেতু দ্রব্যটির সামগ্রিক যোগান এবং দামের উপর বিক্রেতার পূর্ণ নিয়ন্ত্রণ থাকে। *সে দ্রব্যটির যোগান কমিয়ে দাম বৃদ্ধি করতে পারে অথবা দাম কমিয়ে বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধি করতে পারে। দামের উপর বিক্রেতার এইরূপ নিয়ন্ত্রণ থাকার জন্যই একচেটিয়া ফার্মকে দাম নির্মাতা* (Price Maker) *ফার্ম বলা হয়।*

▶ vi) একচেটিয়া বাজারে অন্য কোন ফার্ম প্রবেশ করতে পারে না। একচেটিয়া বাজারে নতুন ফার্মের প্রবেশের ক্ষেত্রে নানাধরনের বাধা থাকে।

▶ vii) একচেটিয়া কারবারির গড় আয় (AR) রেখা এবং প্রান্তিক আয় (MR) নিম্নমুখী হয়। বেশি বিক্রি করতে হলে একচেটিয়া কারবারিকে দাম কমাতে হয় বলেই এরূপ হয়। গড় আয় কমলে প্রান্তিক আয়ও কমে বলে গড় আয়রেখা নিম্নমুখী হলে প্রান্তিক আয়রেখাও নিম্নমুখী হয়। প্রান্তিক আয় গড় আয় অপেক্ষা বেশি কমে বলে প্রান্তিক আয়রেখা গড় আয়রেখার নীচে থাকে।

▶ viii) একচেটিয়া কারবারে বিক্রেতার কোনো প্রতিযোগী ফার্ম না থাকায় বিক্রেতাকে কোনো প্রতিযোগিতামূলক বিজ্ঞাপন (competitive advertisement) দেওয়ার প্রয়োজন হয় না। *অবশ্য কখনও কখনও ক্রেতাদের সঙ্গে সুসম্পর্ক বজায় রাখার জন্য একচেটিয়া কারবারি তথ্যমূলক বিজ্ঞাপন (Informative advertisement) দিয়ে থাকে।*

▶ ix) একচেটিয়া কারবারি তার দ্রব্যটি বিভিন্ন দামে বিক্রয় করতে পারে, একে দাম পৃথকীকরণ (Price discrimination) বলা হয়। পূর্ণ প্রতিযোগিতার বাজারে এটি সম্ভবপর নয়।

... পূর্ণপ্রতিযোগিতার বৈশিষ্ট্যসমূহের মতই একচেটিয়া কারবারের এই