৬.৮. পূর্ণাঙ্গ প্রতিযোগিতামূলক বাজার ও একচেটিয়া বাজারের তুলনা (Comparison between Perfect Competition and Monopoly)

পূর্ণাঙ্গ প্রতিযোগিতামূলক বাজার ও একচেটিয়া বাজারের তুলনা করলে দেখা যাবে, কতকগুলি বিষয়ে যেমন সাদৃশ্য আছে, তেমনি আবার কতকগুলি বিষয়ে পার্থক্য বা বৈসাদৃশ্য আছে।

পূর্ণাঙ্গ প্রতিযোগিতামূলক বাজার ও একচেটিয়া বাজারে সাদৃশ্যগুলি বর্ণনা করা হচ্ছে ঃ

(১) **বিক্রেতার লক্ষ্য বা উদ্দেশ্য ঃ** উভয় বাজারেই ধরে নেওয়া হয় বিক্রেতার উদ্দেশ্য হল মুনাফা সর্বোচ্চ করা।

(২) **ক্রেতারা দামগ্রহীতা ঃ** উভয় বাজারেই ক্রেতার সংখ্যা অসংখ্য ফলে ব্যক্তিগত ক্রেতার পক্ষে দামকে প্রভাবিত করা সম্ভব নয়। অর্থাৎ উভয় বাজারেই ক্রেতারা হল দামগ্রহীতা।

(৩) **ভারসাম্যের প্রথম শর্ত ঃ** উভয় বাজারেই ভারসাম্যের প্রথম শর্ত হল প্রান্তিক বিক্রয়লব্ধ আয় (MR) = প্রান্তিক ব্যয় (MC)।

(৪) **স্বল্পকালে মুনাফার পরিমাণ ঃ** উভয় বাজারেই স্বল্পকালে বিক্রেতা অতিরিক্ত মুনাফা পেতে পারে, স্বাভাবিক মুনাফা পেতে পারে, আবার ক্ষতিও হতে পারে।

(৫) **ঘনিষ্ঠ পরিবর্ত দ্রব্যের অভাব ঃ** উভয় বাজারেই একটিমাত্র দ্রব্য বিক্রি হয়, যার কোনো ঘনিষ্ঠ পরিবর্ত দ্রব্য থাকে না।

(৬) **গড় ও প্রান্তিক ব্যয় রেখার আকৃতি ঃ** উভয় বাজারেই ধরে নেওয়া হয়, গড় ব্যয় রেখা ও প্রান্তিক ব্যয় রেখা U-আকৃতির।

পূর্ণাঙ্গ প্রতিযোগিতামূলক বাজার ও একচেটিয়া বাজারের পার্থক্য বা বৈসাদৃশ্যগুলি বর্ণনা করা হচ্ছে ঃ

(১) **বাজারের অবস্থার পার্থক্য ঃ** পূর্ণাঙ্গ প্রতিযোগিতার বাজারে অসংখ্য বিক্রেতা থাকে। ফলে ব্যক্তিগত ফার্ম বা বিক্রেতা বাজারে দ্রব্যের যোগান ও দামের উপর কোনো প্রভাব ফেলতে পারে না। সেইজন্য এই বাজারে ব্যক্তিগত বিক্রেতা দামগ্রহীতা।

অপরদিকে একচেটিয়া বাজারে একজন মাত্র বিক্রেতা থাকে। ফলে এই বাজারে বিক্রেতা দ্রব্যের যোগান ও দামের উপর প্রভাব ফেলতে পারে। সেইজন্য এই বাজারে বিক্রেতা দাম নির্ধারক।

(২) **চাহিদা রেখা বা গড় বিক্রয়লব্ধ আয় রেখার পার্থক্য ঃ** পূর্ণাঙ্গ প্রতিযোগিতার বাজারে চাহিদা রেখা বা গড় বিক্রয়লব্ধ আয় রেখা অনুভূমিক অক্ষের সমান্তরাল সরলরেখা অর্থাৎ সম্পূর্ণ স্থিতিস্থাপক। ফলে এই বাজারে গড় বিক্রয়লব্ধ আয় রেখাই হল প্রান্তিক বিক্রয়লব্ধ আয় রেখা।

অপরদিকে একচেটিয়া বাজারে চাহিদা রেখা বা গড় বিক্রয়লব্ধ আয় রেখা নিম্নমুখী। ফলে প্রান্তিক বিক্রয়-লব্ধ আয় রেখাও নিম্নমুখী এবং গড় বিক্রয়লব্ধ আয় রেখার নীচে প্রান্তিক বিক্রয়লব্ধ আয় রেখা অবস্থান করে।

(৩) **ভারসাম্যের শর্তের পার্থক্য ঃ** পূর্ণাঙ্গ প্রতিযোগিতার বাজারে ভারসাম্যের বিন্দুতে প্রান্তিক বিক্রয়লব্ধ আয় রেখাকে প্রান্তিক ব্যয় রেখা নীচের দিক থেকে ছেদ করার জন্য প্রান্তিক ব্যয় রেখাকে ঊর্ধ্বমুখী হতে হয়।

অপরদিকে একচেটিয়া বাজারে ভারসাম্যের বিন্দুতে প্রান্তিক বিক্রয়লব্ধ আয় রেখাকে প্রান্তিক ব্যয় রেখা নীচের দিক থেকে ছেদ করার জন্য প্রান্তিক ব্যয় রেখা ঊর্ধ্বমুখী বা নিম্নমুখী বা অনুভূমিক অক্ষের সমান্তরাল হতে পারে।

(৪) **দাম, প্রান্তিক ব্যয় ও প্রান্তিক বিক্রয়লব্ধ আয়ের মধ্যে সম্পর্কের পার্থক্য ঃ** পূর্ণাঙ্গ প্রতিযোগিতার বাজারে ভারসাম্য অবস্থায় দাম (P) প্রান্তিক ব্যয়ের (MC) ও প্রান্তিক বিক্রয়লব্ধ আয়ের (MR) সমান। অর্থাৎ, $P = MC = MR$।

অপরদিকে একচেটিয়া বাজারে ভারসাম্য অবস্থায় দাম (P), প্রান্তিক ব্যয় (MC) ও প্রান্তিক বিক্রয়লব্ধ আয়ের (MR) থেকে বেশি অর্থাৎ, $P > MC$ এবং $P > MR$।

(৫) **ভারসাম্য দাম ও ভারসাম্য উৎপাদন সংক্রান্ত পার্থক্য ঃ** পূর্ণাঙ্গ প্রতিযোগিতার বাজারের ভারসাম্য উৎপাদন অপেক্ষা একচেটিয়া বাজারের ভারসাম্য উৎপাদন কম এবং পূর্ণাঙ্গ প্রতিযোগিতার বাজারের ভারসাম্য দাম অপেক্ষা একচেটিয়া বাজারের ভারসাম্য দাম বেশি। যদিও দুটি বাজারেই উৎপাদন ব্যয় ও চাহিদা একই রাখা হয়।

(৬) **মুনাফা সংক্রান্ত পার্থক্য ঃ** পূর্ণাঙ্গ প্রতিযোগিতার বাজারে দীর্ঘকালে সকল ফার্ম শুধুমাত্র স্বাভাবিক মুনাফা অর্জন করে।

এই বাজারে শিল্পের ধারণা প্রয়োগ করা যায় না। অধ্যাপক চেম্বারলিন (*Prof. E. A. Chamberlin*) শিল্প শব্দটির পরিবর্তে গোষ্ঠী বা দল (Group) শব্দটি ব্যবহার করেছেন, একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজারে ফার্মের সমষ্টিকে বোঝানোর জন্য।

(৫) **অবাধ প্রবেশ ও প্রস্থান ঃ** একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজারে দীর্ঘকালীন সময়ে নতুন বিক্রেতা বিনা বাধায় বাজারে প্রবেশ করতে পারে এবং পুরানো বিক্রেতা ইচ্ছা করলে বাজার ছেড়ে চলে যেতে পারে। এই ব্যাপারে কোনো বাধা-নিষেধ নেই।

(৬) **বহুসংখ্যক ক্রেতা ও বিক্রেতা ঃ** একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজারে বহুসংখ্যক ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকে। বহুসংখ্যক বলতে ঠিক কত, তার কোনো বাঁধা-ধরা নিয়ম নেই, তবে এই সংখ্যা পূর্ণাঙ্গ প্রতিযোগিতার মতো অসংখ্য নয়।