

Course: ECON—G-GE-T-1
Course title: Introductory Microeconomics
Core Course; Credit-6; Full Marks-75

COURSE CONTENT:

Exploring the subject matter of Economics

Why study economics? Scope and method of economics; the economic themes: scarcity and efficiency; thinking like an economist: the question of what to produce, how to produce and how to distribute output; marginal benefits and marginal costs; opportunity cost (private and social); the basic competitive model; prices, property rights, the role of property rights in markets and profits; incentives and information; rationing; opportunity sets; economic systems; reading and working with graphs.

Supply and Demand: How Markets Work, Markets and Welfare

Elementary theory of demand: determinants of household demand, market demand, and shifts in the market demand curve

Elementary theory of supply: factors influencing supply, derivation of the supply curve, and shifts in the supply curve

The elementary theory of market price: determination of equilibrium price in a competitive market; the effect of shifts in demand and supply; the excess demand function: Existence, uniqueness, and stability of equilibrium; consumer surplus, producer surplus and efficiency of competitive markets (graphical approach); the idea of market failure; Elasticities and their applications.

Government intervention and their impact on market equilibrium and efficiency:- controls on prices (Price ceilings and price floors); indirect taxation.

The Households

The consumption decision – budget constraint, consumption and income and price changes, demand for all other goods and price changes; description of preferences – most preferred bundle and its properties; consumers' optimum choice; income and substitution effects; Marshallian and compensated demand curves; Price Consumption Curve; Income Consumption Curve; and Engel Curve, Homothetic tastes; Labour Supply and Savings Decision – choice between leisure and consumption.

The Firm and Perfect Market Structure

Defining a firm – firm's legal forms; profit maximization hypothesis, Contractual theories and organizational theories of firms (concepts only); Behaviour of profit maximizing firms and the production process; Short run costs and output decisions; Costs and output in the long run

Imperfect Market Structure

Monopoly and anti-trust policy; measuring monopoly power; government policies towards competition, various types of imperfect competition.

Input Markets

Theory of rent – Ricardo, Marshall and Modern theory of rent; Labour and land markets – basic concepts (derived demand, productivity of an input, marginal productivity of labour, marginal revenue product); demand for labour; input demand curves; shifts in input demand curves; competitive labour markets; labour market and public policy.

Why study economics?

Studying economics is crucial for several reasons:

1. **Understanding of the world:** Economics provides insights into how individuals, businesses, governments, and societies make decisions to allocate scarce resources. This understanding is vital for comprehending various phenomena like unemployment, inflation, poverty, and economic growth.
2. **Decision-making:** Economics equips individuals with analytical tools to make informed decisions in personal, professional, and public life. Whether it's deciding how to invest money, pricing products, or formulating public policies, economic principles guide rational decision-making.
3. **Policy implications:** Economic theories and models help in evaluating the impacts of policies on different stakeholders. Policymakers rely on economic analysis to design effective measures for addressing issues such as income inequality, environmental degradation, and financial instability.
4. **Career opportunities:** Economics opens up diverse career paths in fields such as finance, consulting, government, academia, and international organizations. The analytical skills and understanding of economic mechanisms acquired through studying economics are highly valued in various industries.
5. **Global perspective:** Economics provides a framework for understanding the interconnectedness of economies around the world. Globalization has made economic issues increasingly complex, and studying economics helps individuals grasp the implications of international trade, exchange rates, and economic development on a global scale.
6. **Critical thinking:** Economics encourages critical thinking by challenging assumptions and analyzing data to draw meaningful conclusions. This skill is valuable not only in economics but also in other disciplines and everyday life situations.

In summary, studying economics enhances understanding of the world, facilitates decision-making, informs policy choices, creates career opportunities, fosters a global perspective, and cultivates critical thinking skills.

অর্থনীতি অধ্যয়নের গুরুত্ব অনেক কারণেই গুরুত্বপূর্ণ:

1. **বিশ্বের বুঝতে:** অর্থনীতি সাথে যুক্ত হওয়া অপরিহার্য যে কোন সময়ে কিভাবে ব্যক্তিবর্গ, ব্যবসায়ী, সরকার, এবং সমাজ দ্বারা স্বস্তি সম্পর্কে সিদ্ধান্ত নেওয়া হয় তা বোঝার জন্য প্রয়োজনীয় তথ্য প্রদান করে। এই বুঝা গুরুত্বপূর্ণ কারণে, বেকারত্ব, মূল্য প্রতিস্থাপন, দারিদ্র্য, এবং অর্থনৈতিক বৃদ্ধি সম্পর্কে বিভিন্ন ঘটনা বোঝার জন্য অর্থনীতি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।

2. সিদ্ধান্ত গ্রহণ: অর্থনীতি ব্যক্তিদের ব্যক্তিগত, পেশাদার, এবং পাবলিক জীবনে সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণের প্রায়োজনীয় বিশ্লেষণীয় সরঞ্জাম প্রদান করে। অর্থনীতি সিদ্ধান্তগুলির দিকনির্দেশনা করে যা অর্থবোধক সিদ্ধান্ত গ্রহণে সাহায্য করে। সেটা হলো নিজের অর্থ বিনিয়োগের প্রেরণ, পণ্যের মূল্য নির্ধারণ, অথবা পাবলিক নীতি তৈরি করা, এবং এগুলির মাধ্যমে যাবতীয় সিদ্ধান্তগুলি নেওয়া হয়।
3. নীতির প্রতিক্রিয়া: অর্থনৈতিক তত্ত্ব এবং মডেল বিভিন্ন প্রভাব সম্পর্কে মূল্যায়নে সাহায্য করে। নীতিগুলি নির্ধারণের জন্য নীতিকর্মীরা অর্থনৈতিক বিশ্লেষণে নির্ভর করেন যাতে অর্থনৈতিক অসমতা, পরিবেশ পদাঙ্কন, এবং আর্থিক অস্থিরতা সম্পর্কে প্রভাবগুলির প্রভাবগুলি ঠিকমতো পর্যালোচনা করতে পারেন।
4. ক্যারিয়ার সুযোগ: অর্থনীতি বিভিন্ন ক্ষেত্রে বিভিন্ন ক্যারিয়ার পথ খুলে। যেমন অর্থ, পরামর্শ, সরকার, একাডেমিয়া, এবং আন্তর্জাতিক প্রতিষ্ঠানে। অর্থনৈতিক ব্যবস্থার বোঝার মাধ্যমে অর্থনৈতিক স্থিতিতে প্রাপ্ত বোধগম্য দক্ষতা এবং বিভিন্ন শিল্পসোয়া অমান্য।
5. বিশ্বব্যাপী দৃষ্টিভঙ্গি: অর্থনীতি বিশ্বের অর্থনৈতিক সংযোগবদ্ধতা বোঝার জন্য একটি প্রায়োজনীয় বাঁধা প্রদান করে। বিশ্বব্যাপীভাবে অর্থনৈতিক সমস্যা সম্পর্কে ধারণা করার জন্য অর্থনীতি অধ্যয়নের মাধ্যমে ব্যক্তিগণ বিভিন্ন দুনিয়াভরের ব্যাপারিকতা, আর্থিক উন্নতি এবং অর্থনৈতিক প্রসারের প্রভাবগুলি বোঝা যায়।
6. মৌলিক চিন্তা: অর্থনীতি অনুপ্রেরণা দেয় মৌলিক চিন্তা দ্বারা ধারাবাহিক ধারণা প্রতিকূল করে এবং তথ্য বিশ্লেষণ করে আর্থিক তত্ত্বের উপর মানুষের বিভিন্ন পরিষ্কার পরিষ্কার প্রায়োজনীয় সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে পারেন। এই দক্ষতা কেবল অর্থনৈতিক ক্ষেত্রেই নয়, বরং অন্যান্য বিষয়ে এবং প্রতিদিনের জীবনের অবস্থানেও মৌলিক।

সংক্ষেপে, অর্থনীতি অধ্যয়ন বিশ্বের বোঝায় প্রসারিত হয়, সিদ্ধান্ত গ্রহণ সহায়ক হয়, নীতি প্রস্তাবনা সম্পর্কে সচেতনতা বৃদ্ধি করে, ক্যারিয়ার সুযোগ সৃষ্টি করে, বিশ্বব্যাপী দৃষ্টিভঙ্গি সৃষ্টি করে, এবং ক্রিটিক্যাল চিন্তার দক্ষতা চারপাশে প্রসারিত করে।

What do you mean by scarcity and efficiency?

1. Scarcity: Scarcity refers to the fundamental economic problem of having unlimited wants and needs with only limited resources available to satisfy them. It is a pervasive condition in which resources such as time, money, labor, and natural resources are insufficient to fulfill all human desires. Because of scarcity, individuals, businesses, and societies must make choices about how to allocate these limited resources among competing uses. Understanding scarcity is essential in economics because it underpins the study of decision-making, resource allocation, and the functioning of markets.
2. Efficiency: Efficiency in economics refers to the optimal allocation of resources to maximize overall welfare or benefit. There are two main types of efficiency:

a. **Allocative Efficiency:** Allocative efficiency occurs when resources are allocated in a way that maximizes society's satisfaction or utility. This means that resources are distributed among different goods and services to produce the combination that provides the highest possible total utility, given the preferences and desires of consumers.

b. **Productive Efficiency:** Productive efficiency occurs when goods and services are produced at the lowest possible cost, using the fewest inputs while maintaining quality. In other words, it is achieved when an economy produces the maximum output from its available resources. Productive efficiency ensures that resources are not wasted and are used to their fullest potential.

Efficiency is a key concept in economics because it reflects the ability of an economy to generate the highest possible standard of living with its available resources. Economists study ways to improve efficiency through policies that promote competition, innovation, technological advancement, and the proper functioning of markets. Achieving efficiency is crucial for economic growth, prosperity, and the well-being of individuals and societies.

1. **স্ববিকতা:** স্ববিকতা অর্থনীতিতে সীমাহীন ইচ্ছা এবং প্রয়োজনাগুলির সাথে কেবল সীমিত সম্পদ উপলব্ধ থাকার মৌলিক অর্থনৈতিক সমস্যার উপর প্রয়োজন। এটি একটি ব্যাপক অবস্থা যেখানে সময়, টাকা, শ্রম, এবং প্রাকৃতিক সম্পদের মত সম্পদ সমস্ত মানব ইচ্ছা পূরণের জন্য পর্যাপ্ত নয়। স্ববিকতার কারণে, ব্যক্তিবর্গ, ব্যবসায়ী, এবং সমাজ এই সীমিত সম্পদ যোগাযোগে কিভাবে বিভিন্ন ব্যবহারের মধ্যে বিতান করবে তা সিদ্ধান্ত নিতে হবে। স্ববিকতা বোঝা অর্থনীতিতে গুরুত্বপূর্ণ কারণে কোনও সিদ্ধান্ত নেওয়ার, সম্পদ বিতানের, এবং বাজারের কার্যক্ষমতা অধ্যয়নের ভিত্তি হিসেবে কাজ করে।
2. **দক্ষতা:** অর্থনীতিতে দক্ষতা সর্বোত্তম সম্পদ বা সুবিধা অর্জনের জন্য সম্পদের সর্বোত্তম বিতানের উপর প্রয়োজনীয় বিশেষ দক্ষতা। এখানে দুই ধরনের দক্ষতা রয়েছে: a. **বিন্যাসিক দক্ষতা:** বিন্যাসিক দক্ষতা তখন ঘটে যখন সম্পদ সরকারের সন্তোষ বা উপকার সর্বোত্তম করে বিতান করা হয়। এটা মানে যে সম্পদ বিভিন্ন পণ্য এবং সেবা মধ্যে বিতান করা হয় যাতে উপভোগকারীদের পছন্দ এবং ইচ্ছামত সর্বোত্তম মোট উপকার প্রদান করে। b. **উৎপাদনশীল দক্ষতা:** উৎপাদনশীল দক্ষতা সবচেয়ে কম খরচে পণ্য এবং সেবা উৎপন্ন হয়, সবচেয়ে কম সংমিলিত ব্যবহার করে যাতে গুণগত অবস্থা বজায় রাখা হয়। অন্য কথায়, এটি সম্পদ যা উপলব্ধ সম্পদ থেকে সর্বোত্তম উৎপাদন করে। উৎপাদনশীল দক্ষতা নিশ্চিত করে যে সম্পদ বর্জ্য নয় এবং তাদের সর্বোত্তম সম্ভাব্যতার মাধ্যমে ব্যবহার করা হয়।

দক্ষতা অর্থনীতিতে গুরুত্বপূর্ণ কারণে যে এটি একটি অর্থনৈতিক ক্ষেত্রে একটি অর্থনৈতিক যেখানে সর্বোত্তম স্তরের জীবনযাপন উপকারীতা উৎপন্ন করতে একটি অর্থনীতির সম্ভাবনা বিস্তারের প্রতিফলন করে। অর্থনৈতিকবিদরা প্রতিযোগিতা, নবলব্ধি, প্রযুক্তিগত উন্নতি, এবং বাজারের সঠিক কার্যক্ষমতার প্রচারের মাধ্যমে দক্ষতা উন্নত করার পথ অধ্যয়ন করে। দক্ষতা অর্থনৈতিক বৃদ্ধি, প্রস্তুতি, এবং ব্যক্তিবর্গ এবং সমাজের ভালবেসের জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।

What do you mean by marginal benefits and marginal costs

Marginal benefits and marginal costs are fundamental concepts in economics used to analyze decision-making at the margin. Here's what each term means:

1. **Marginal Benefits:** Marginal benefits refer to the additional satisfaction or utility gained from consuming one more unit of a good or service. In other words, it measures the extra benefit obtained from the last unit consumed. As individuals consume more of a good or service, the marginal benefit typically decreases due to the principle of diminishing marginal utility. For example, the first slice of pizza may provide a lot of satisfaction, but the satisfaction gained from each subsequent slice may diminish. Understanding marginal benefits helps individuals and firms make decisions about how much of a good or service to consume or produce.
2. **Marginal Costs:** Marginal costs represent the additional cost incurred from producing one more unit of a good or service. It measures the extra cost of the last unit produced. Marginal costs are influenced by factors such as labor, materials, and equipment and often exhibit an increasing trend due to diminishing returns. For example, in manufacturing, the cost of producing an additional unit may increase as production reaches capacity or as additional resources become scarce. Analyzing marginal costs helps firms determine the optimal level of production to maximize profits.

In decision-making, individuals and firms compare marginal benefits and marginal costs to determine whether to consume or produce additional units of a good or service. If the marginal benefit exceeds the marginal cost, it is considered beneficial to consume or produce more. Conversely, if the marginal cost exceeds the marginal benefit, it is better to consume or produce less. This comparison is central to the concept of rational decision-making in economics and is applied in various contexts, including consumer choice, production decisions, and policy analysis.

Marginal Benefits (অতিরিক্ত সুবিধা): মার্জিনাল সুবিধা বলতে বুঝায় যে প্রয়োজন বা সেবা একটি অতিরিক্ত একক বা একটি একক ব্যবহার করার ফলে অতিরিক্ত সন্তোষ বা উপকার যা প্রাপ্ত হয়। অন্যদিকে, এটি প্রথম ইউনিট ব্যবহার করার পরে অন্যদিকে মার্জিনাল সুবিধা প্রায়শই কমে যায় কারণ অতিরিক্ত সংখ্যক সেবা বা উপকার প্রয়োজনের প্রিন্সিপেলের কারণে প্রয়োজন এক্ষেত্রে অধিক হয় না। উদাহরণস্বরূপ, পিজার প্রথম স্লাইস অনেক সন্তোষ সরবরাহ করতে পারে, তবে পরবর্তী প্রতি স্লাইস থেকে প্রাপ্ত সন্তোষ কমে থাকে। মার্জিনাল সুবিধা বৃদ্ধিতে অংশীদারগণ এবং প্রতিষ্ঠানগুলির কোনও প্রয়োজন বা সেবা কতটুকু ব্যবহার বা উৎপাদন করা উচিত তা সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করে।

মার্জিনাল ব্যয় (Marginal Costs): মার্জিনাল ব্যয় প্রয়োজন বা সেবা উৎপন্ন করার প্রতি অতিরিক্ত ব্যয় প্রতিনিয়ত বৃদ্ধি করে। এটি সর্বশেষ ইউনিট প্রয়োজন হওয়ার অতিরিক্ত ব্যয় পরিমাপ করে। মার্জিনাল ব্যয়ের প্রভাবে কাজের, উপাদানের এবং উপকরণের মত ফ্যাক্টরগুলি প্রভাবিত হয় এবং অধিকাংশই একটি বৃদ্ধিশীল প্রবৃদ্ধি প্রদর্শন করে। উদাহরণস্বরূপ, উৎপাদন শ্রেণীতে, প্রয়োজন বা সেবা একটি অতিরিক্ত ইউনিট উৎপন্ন করার জন্য ব্যয় বৃদ্ধি করতে পারে যখন উৎপাদন ক্ষমতা অতিক্রম হয় বা অতিরিক্ত সম্পদ কম হয়। মার্জিনাল ব্যয় বিশ্লেষণ করা প্রতিষ্ঠানগুলির লাভ সর্বোচ্চ করতে উৎপাদনের অপ্টিমাল পর্যায়ে নির্ধারণ করার জন্য সাহায্য করে।

সিদ্ধান্ত গ্রহণে, অতিরিক্ত ইউনিট একটি প্রয়োজন বা সেবা কনসাম বা উৎপাদন করতে হলে ব্যক্তিবর্গ এবং প্রতিষ্ঠানগুলি মার্জিনাল সুবিধা এবং মার্জিনাল ব্যয় তুলনা করে। যদি মার্জিনাল সুবিধা মার্জিনাল ব্যয়ের চেয়ে অধিক হয়, তবে আরও অতিরিক্ত উৎপাদন বা উৎপাদন করা উচিত হিসাবে গণ্য। সম্পর্কীয় যদি মার্জিনাল ব্যয় মার্জিনাল সুবিধার চেয়ে অধিক হয়, তবে কনসাম বা উৎপাদন কমানো ভাল হয়। এই তুলনা অর্থনীতিতে যে সিদ্ধান্তের মৌলিক অংশ এবং বিভিন্ন প্রস্তাবনা অ্যানালাইস করার জন্য গুরুত্বপূর্ণ এবং এর বিভিন্ন সংদর্ভে প্রয়োগ করা হয়, যেমন গ্রাহকের নির্বাচন, উৎপাদন সিদ্ধান্ত, এবং নীতি বিশ্লেষণ।

Opportunity cost (private and social)

Opportunity cost is a fundamental concept in economics that refers to the value of the next best alternative foregone when a decision is made. It represents the benefits that could have been gained by choosing the next best alternative. Opportunity cost is relevant in both individual decision-making and societal resource allocation.

1. Private Opportunity Cost:

- Private opportunity cost refers to the value of the forgone opportunities for an individual or a private entity when making a decision. It considers the benefits that an individual could have obtained by choosing an alternative course of action.
- For example, suppose an individual decides to use their savings to invest in stocks rather than purchasing a new car. The private opportunity cost in this case would be the benefits or utility that could have been derived from buying the car, such as convenience, comfort, or reliability of transportation.
- Private opportunity costs are subjective and vary depending on the preferences, circumstances, and resources of the individual decision-maker.

2. Social Opportunity Cost:

- Social opportunity cost, also known as external opportunity cost or social cost, considers not only the private costs and benefits but also the externalities or spillover effects imposed on society as a whole.
- It accounts for the full costs and benefits of a decision, including any positive or negative effects on third parties or society at large.
- For instance, if a factory decides to increase production by emitting more pollution, the private opportunity cost may only consider the additional costs of production. However, the social opportunity cost would also incorporate the negative externalities imposed on the environment and public health due to increased pollution.

- Social opportunity costs are often used in policy analysis and decision-making to ensure that the broader social implications of choices are taken into account.

Understanding both private and social opportunity costs is essential for making informed decisions and evaluating the true costs and benefits of various alternatives, whether at the individual or societal level. By considering opportunity costs, individuals and policymakers can strive to allocate resources efficiently and maximize overall welfare.

সুযোগ দর অর্থনীতিতে একটি মৌলিক ধারণা, যা সিদ্ধান্ত নেওয়ার সময় নিতের সময় সিদ্ধান্তের পরের সেরা বিকল্পের মূল্য নির্দেশ করে। এটি পরবর্তী সেরা বিকল্প নির্বাচন করে অর্জন করা হতে পারে সুবিধাগুলি প্রতিনিয়ত প্রতিপাদিত। সুযোগ দর ব্যক্তিগত সিদ্ধান্ত নেওয়া এবং সমাজের সম্পদ বিভাজনে উপযুক্ত।

1. ব্যক্তিগত সুযোগ দর: • ব্যক্তিগত সুযোগ দর ব্যক্তি বা ব্যক্তিগত কার্যাদেশ নেওয়ার সময় একটি ব্যক্তি বা ব্যক্তিগত সংস্কার জন্য নেওয়া বিকল্পের জন্য অসম্ভব সুযোগের মূল্য নির্দেশ করে। এটি একটি ব্যক্তি একটি প্রার্থিত পদক্ষেপ নেওয়া অপ্রাপ্তি নিয়ে মনোনিবেশের সুযোগ নিয়ে বিবেচনা করে। • উদাহরণস্বরূপ, ধরা যাক একজন ব্যক্তি তাদের সঞ্চয় ব্যবহার করে নতুন গাড়ি ক্রয় করার পরিবর্তে শেয়ার বাজারে নিবেশ করা নিয়ে সিদ্ধান্ত নিলেন। এই অপরিহার্য সুযোগ দর কেবল হয় গাড়ি ক্রয় করে প্রাপ্ত সুবিধা বা সুবিধা, যেমন পরিচয়, আনন্দ, বা পরিবহনের বিশ্বাস্যতা। • ব্যক্তিগত সুযোগ দর ব্যক্তিগত এবং ব্যক্তিগত সিদ্ধান্ত নেওয়ার বিভিন্ন পছন্দ, পরিস্থিতি এবং সংস্কার উপর নির্ভর করে।
2. সামাজিক সুযোগ দর: • সামাজিক সুযোগ দর, যা বাহ্যিক সুযোগ দর বা সামাজিক দর হিসাবে পরিচিত, নিজস্ব ব্যয় এবং সুবিধার পাশাপাশি সমাজের উপর প্রয়াত বা বাহ্যিক ফলাফল বা আলাদা ফেলাফেলা নিয়ে বিবেচনা করে। • এটি একটি নির্ধারিত নিয়মে সিদ্ধান্ত নেওয়ার সময় নিজস্ব ব্যয় এবং সুবিধা নিয়ে গণপরিবারের উপর যে কোনও নির্দিষ্ট বা নেতিবাচক প্রভাবও মনে রাখে। • উদাহরণস্বরূপ, যদি একটি কারখানা বাড়ানোর জন্য উত্পাদন বা বাহ্যিক সম্পদ বৃদ্ধি করার সিদ্ধান্ত নিয়ে, তার নিজস্ব সুযোগ দর মাত্র মাত্র উৎপাদনের অতিরিক্ত ব্যয় নিয়ে বিবেচনা করতে পারে। তবে, সামাজিক সুযোগ দর আরও বিবেচনা করবে বা বাড়ানো সম্পদে বৃদ্ধির জন্য পরিবেশ এবং প্রজনন স্বাস্থ্য বাড়ানো নেতিবাচক ব্যবধান নিয়ে। • সামাজিক সুযোগ দর সাধারণত নীতি বিশ্লেষণ এবং সিদ্ধান্ত নেওয়ার জন্য ব্যবহৃত হয় যাতে সিদ্ধান্তের সম্প্রসারণ সামাজিক প্রভাব বিবেচনা করা হয়।

ব্যক্তিগত এবং সামাজিক সুযোগ দর উভয়ই সিদ্ধান্ত নেওয়া এবং বিভিন্ন বিকল্পগুলির আসল ব্যাপারিকতা এবং সুবিধা নির্ধারণ করার জন্য গুরুত্বপূর্ণ। সুযোগ দর বিবেচনা করার মাধ্যমে, ব্যক্তিগণ এবং নীতিগত নির্ধারণ করা যায় যে প্রাস্তুতিকরণ সম্পদ সঠিকভাবে বন্টন করা এবং সামগ্রিক কল্যাণ অধিকার বৃদ্ধি করার জন্য।

Economic systems

Economic systems refer to the structures and mechanisms through which societies organize and allocate resources to produce and distribute goods and services. There are several types of economic systems, each characterized by its own set of institutions, property rights, methods of resource allocation, and levels of government involvement. The main types of economic systems include:

1. Market Economy:

- In a market economy, also known as capitalism or free-market economy, most economic decisions are made by individuals and firms operating in competitive markets.
- Private ownership of resources and means of production is predominant, and prices are determined by supply and demand.
- The government's role is limited to enforcing property rights, contracts, and regulations to ensure fair competition and prevent market failures such as monopolies and externalities.
- Examples of countries with predominantly market economies include the United States, Canada, and most Western European nations.

2. Command Economy:

- In a command economy, also known as socialism or planned economy, economic decisions are centralized and made by a central authority, typically the government.
- The government owns or controls the means of production and allocates resources according to central economic plans and directives.
- Prices, production levels, and distribution of goods and services are determined by government planning rather than market forces.
- Examples of historical command economies include the former Soviet Union, Maoist China, and Cuba.

3. Mixed Economy:

- A mixed economy combines elements of both market and command economies, with varying degrees of government intervention in economic activities.
- While markets play a significant role in resource allocation and production decisions, the government also intervenes to provide public goods, regulate industries, redistribute income, and address market failures.
- Most modern economies are mixed economies, where governments enact policies to promote economic stability, social welfare, and environmental sustainability while still allowing market forces to operate.
- Examples of countries with mixed economies include the United States, the United Kingdom, and many developed and developing nations around the world.

4. Traditional Economy:

- In a traditional economy, economic activities are based on customs, traditions, and cultural practices passed down from generation to generation.
- Production methods, resource allocation, and consumption patterns are determined by customary practices rather than market forces or government planning.
- Traditional economies are typically found in rural and indigenous communities where subsistence agriculture, hunting, and gathering are common.
- Examples of traditional economies can be found in parts of Africa, Asia, and South America.

Each type of economic system has its advantages and disadvantages, and the choice of economic system can have profound effects on economic growth, income distribution, social cohesion, and political stability within a society.

অর্থনীতি প্রণালী সম্পর্কে সংক্ষেপে প্রকল্প ও সরঞ্জাম উল্লেখ করে যা সমাজ সংস্থা ও সরবরাহের জন্য সংস্থাগুলির মাধ্যমে সম্পদ বাটতে এবং পণ্য এবং সেবা প্রসারিত করার জন্য সংস্থাগুলি সংগঠিত করে। একাধিক প্রকারের অর্থনীতি প্রণালী রয়েছে, প্রতিটি নিজস্ব সংস্থা, সম্পত্তি অধিকার, সম্পদ বিনিয়োগের পদ্ধতিসহ এবং সরকার সংশ্লিষ্টতার স্তর নিয়ে নিজস্ব গুরুত্ব। প্রধান প্রকারের অর্থনীতি প্রণালী নিম্নলিখিত হয়:

1. বাজার অর্থনীতি: • বাজার অর্থনীতিতে, যা স্বাধীন বাজার বা বিপণি অর্থনীতি হিসাবে পরিচিত, সবগুলি অর্থনৈতিক সিদ্ধান্তই ব্যক্তিগত এবং প্রতিষ্ঠানগুলি দ্বারা নেওয়া হয়। • সম্পত্তির ব্যক্তিগত অধিকার এবং উৎপাদনের মাধ্যমগুলি প্রধান এবং মূল্য প্রস্তুত এবং চাহিদা এবং সরবরাহের দ্বারা নির্ধারিত। • সরকারের ভূমিকা সম্পত্তির অধিকার, চুক্তি এবং বিনিয়োগ নির্দেশ করে নির্ধারিত করা যাতে নিষ্পত্ত প্রতিযোগিতা এবং একত্রীকরণের নায়িকাকে নিশ্চিত করা এবং মনপ্রাপ্তিসহ বাজার ব্যর্থতাকে রোধ করা হয়। • বাজার অর্থনীতির অধিকাংশ দেশের উদাহরণ হলো মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র, কানাডা এবং বেশিরভাগ পশ্চিমী ইউরোপীয় দেশগুলি।
2. হুকুমি অর্থনীতি: • হুকুমি অর্থনীতিতে, যা সমাজতন্ত্র বা পরিকল্পিত অর্থনীতি হিসাবে পরিচিত, অর্থনৈতিক সিদ্ধান্ত কেন্দ্রীয় এবং সাধারণত সরকার দ্বারা নেওয়া হয়। • সরকার উৎপাদনের মাধ্যমগুলি অধিকার করে এবং কেন্দ্রীয় অর্থনীতি ও নির্দেশিকা অনুযায়ী সম্পদ বিনিয়োগের ব্যবস্থা করে। • দাম, উৎপাদনের পর্যায়, এবং পণ্য এবং সেবা বিতরণও বাজার বলি প্রতিষ্ঠানগুলির পরিপ্রেক্ষিতে নয়, বরং সরকারের পরিকল্পনা অনুসারে নির্ধারিত হয়। • ইতিহাসকালীন হুকুমি অর্থনীতির উদাহরণগুলি মধ্যে প্রাচীন সোভিয়েত ইউনিয়ন, মাওয়াদের চীন, এবং কিউবা রয়েছে।
3. মিশ্রিত অর্থনীতি: • একটি মিশ্রিত অর্থনীতি বাজার এবং হুকুমি অর্থনীতির উপাদানগুলি সমন্বয় করে, যার প্রায় সমস্ত উন্নত দেশের মধ্যে সরকারের ব্যবস্থাপনায় অর্থনীতি ব্যবহার করা হয়। • যখন বাজার সম্পত্তির বিনিয়োগ এবং উৎপাদনের প্রতিষ্ঠানগুলিতে গুরুত্ব প্রাপ্ত, তখন সরকার পাবলিক সুবিধা, শিল্পের প্রতিষ্ঠানগুলি

নিয়ন্ত্রণ করা, আয়ের পুনঃবিতরণ, এবং বাজার ব্যর্থতার পরিহার করার জন্য প্রয়োজনীয় পরিকল্পনা অনুমোদন করে। • অধিকাংশ আধুনিক অর্থনীতি মিশ্রিত অর্থনীতিতে, যেখানে সরকার নীতিগতভাবে অর্থনীতি নিয়ে প্রতিষ্ঠানগুলির কাজ করে, সমাজ কল্যাণ, পরিবেশ টেকনোলজি ও আত্মনির্ভর অর্থনীতি বৃদ্ধি করার জন্য বাজার বলি প্রদত্ত প্রভাব কাজ করতে দেয়। • মিশ্রিত অর্থনীতির উদাহরণ হলো মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র, যুক্তরাজ্য, এবং বিশ্বের অনেক উন্নত এবং উন্নত দেশ।

4. ঐতিহাসিক অর্থনীতি: • একটি ঐতিহাসিক অর্থনীতিতে, অর্থনৈতিক ক্রিয়াকলাপ অভিজাত থাকে প্রথাগত পরিপ্রেক্ষিত ব্যবহারের, পরম্পরাগত অভ্যন্তরীণ প্রথানুসারে এবং সাংস্কৃতিক অভ্যন্তরীণ প্রথানুসারে নির্ধারিত হয়। • উৎপাদন পদ্ধতিসমূহ, সম্পদ বিনিয়োগ, এবং ব্যয় প্রণালীগুলি বাজার প্রভাবে নয়, বরং বিপণি প্রভাবে বা সরকারের প্রকল্পনা অনুসারে নির্ধারিত হয়। • প্রাচীন অর্থনীতির উদাহরণ দেওয়া যেতে পারে আফ্রিকা, এশিয়া, এবং দক্ষিণ আমেরিকার কিছু অংশে।

প্রত্যেকটি অর্থনীতি প্রণালীর সুবিধা এবং অসুবিধা রয়েছে, এবং অর্থনীতি প্রণালীর নির্বাচন একটি সমাজে অর্থনীতি বৃদ্ধি, আয় বিতর্ক, সামাজিক সংগঠন, এবং রাজনৈতিক স্থিতিতে গভীর প্রভাব ফেলে।

Property rights

Property rights refer to the legal rights and protections granted to individuals or entities to control, use, and derive benefits from tangible and intangible assets that they own. These rights are essential for the functioning of markets, economic growth, and the protection of individual liberties. Property rights typically include the rights to:

1. Ownership: Property rights grant individuals or entities the exclusive right to own and possess a resource or asset. This includes physical property such as land, buildings, and vehicles, as well as intangible assets such as intellectual property (e.g., patents, copyrights, trademarks).
2. Use: Property owners have the right to use their property in ways that they see fit, subject to legal restrictions and regulations. This includes the right to occupy, rent, lease, develop, or dispose of the property as desired.
3. Transfer: Property rights enable owners to transfer their property to others through sale, gift, inheritance, or other forms of transfer. Transferring property involves conveying ownership rights from one party to another in a legally enforceable manner.
4. Exclusion: Property owners have the right to exclude others from using or accessing their property without permission. This allows owners to control who can enter or use their property and under what conditions.
5. Enjoyment of benefits: Property rights entitle owners to enjoy the benefits and returns generated by their property, such as rental income, profits from business activities, or royalties from intellectual property.

সম্পত্তি অধিকার বলতে ব্যক্তিদের বা সংস্থার কাছে প্রদত্ত আইনি অধিকার এবং সুরক্ষা বোঝায়, যাদের পক্ষে তাদের মালিকানা এবং অবশ্যই অর্জন করা সুস্থির এবং অস্পষ্ট সম্পত্তি এবং এই অধিকার বাজার, অর্থনৈতিক বৃদ্ধি, এবং ব্যক্তিগত স্বাধীনতার সুরক্ষা জন্য প্রয়োজন। সাধারণত, সম্পত্তি অধিকার নিম্নলিখিত অধিকার অন্তর্ভুক্ত করে:

1. মালিকানা: সম্পত্তি অধিকার একজন ব্যক্তিকে বা সংস্থাকে একটি সম্পত্তি বা সম্পত্তির অধিকারের একক মালিকানা এবং মালিকানাধীন হওয়ার সাধারণ অধিকার দেয়। এটি ভৌতিক সম্পত্তি যেমন ভূমি, ভবন, ও যানবাহন এবং অভৌতিক সম্পত্তি যেমন বৈজ্ঞানিক সম্পত্তি (উদাহরণস্বরূপ প্যাটেন্ট, কপিরাইট, ট্রেডমার্ক) এর মালিকানাধীনতাও প্রদান করে।
2. ব্যবহার: সম্পত্তি মালিকদের অনুমতির অধীনে তাদের সম্পত্তিকে যে কোনভাবে ব্যবহার করার অধিকার রয়েছে, আইনি সীমাবদ্ধতা এবং বিধিমালা মেনে। এটি ভরণ, ভাড়া, লীজ, প্রবর্তন বা পণ্যের ব্যবহারের অধিকার প্রদান করে।
3. স্থানান্তর: সম্পত্তি অধিকার মালিকদের তাদের সম্পত্তিকে অন্যদের কাছে বিক্রয়, উপহার, উত্তরাধিকার বা অন্যান্য প্রকারে স্থানান্তর করতে অনুমতি দেয়। সম্পত্তি স্থানান্তরের মাধ্যমে সম্পত্তি মালিকানাধীনতা একটি পক্ষে থেকে অন্য পক্ষে নিকটবর্তীকরণ অধিকার প্রদান করা হয়।
4. অপবর্তন: সম্পত্তি মালিকদের অন্যের অনুমতি ছাড়া তাদের সম্পত্তিকে ব্যবহার বা অ্যাক্সেস করার অধিকার রয়েছে না। এটি মালিকদের যে বা কে তাদের সম্পত্তিতে ঢুকতে বা ব্যবহার করতে পারে তা নিয়ন্ত্রণ করার অনুমতি দেয় এবং কোন শর্তেই এটি নিয়ন্ত্রণ করে।
5. উপভোগ: সম্পত্তি অধিকার মালিকদের তাদের সম্পত্তিতে উপভোগ এবং লাভ প্রাপ্ত করার অধিকার দেয়, যেমন ভাড়া আয়, ব্যবসায় লাভ, বা বৈজ্ঞানিক সম্পত্তি থেকে রয়াল্টি।

Secure and well-defined property rights are crucial for several reasons:

- Incentives: Property rights provide individuals and businesses with incentives to invest in and maintain their property. Knowing that they can reap the benefits of their investments encourages property owners to engage in productive activities, innovate, and allocate resources efficiently.
- Economic efficiency: Clear property rights facilitate efficient resource allocation by enabling markets to function effectively. They enable voluntary exchanges, specialization, and the division of labor, leading to higher productivity and economic growth.
- Legal certainty and stability: Strong property rights protections contribute to legal certainty and stability, which are essential for fostering trust, attracting investment, and promoting economic

development. They provide a basis for resolving disputes and enforcing contracts through the legal system.

- **Social stability:** Property rights help maintain social order and stability by reducing conflicts over resource use and allocation. They provide a framework for peaceful coexistence and cooperation among individuals and groups within society.

Overall, property rights play a central role in promoting economic prosperity, individual freedom, and societal well-being. Societies and economies with well-defined and effectively enforced property rights tend to experience higher levels of economic growth, innovation, and prosperity.

• **প্রোত্সাহন:** সম্পত্তি অধিকার ব্যক্তিদের এবং ব্যবসায়ের সাথে তাদের সম্পত্তি বিনিয়োগ করতে এবং সংরক্ষণ করতে উৎসাহিত করে। তাদের নিজস্ব বিনিয়োগের সুবিধা প্রাপ্ত করতে জানা এখানে সম্পত্তি মালিকদেরকে উৎসাহিত করে উৎপাদনশীল কাজে অংশগ্রহণ করতে, নতুন আইডিয়া উত্থান করতে এবং সম্পত্তি সঠিকভাবে বিনিয়োগ করতে। • **অর্থনৈতিক দক্ষতা:** স্পষ্ট সম্পত্তি অধিকার বাজারকে কার্যকরভাবে কাজ করার অনুমতি দিয়ে সম্পত্তি বণ্টন সহায়তা করে। এটি স্বচ্ছসেবক পরিবর্তন, বিশেষজ্ঞতা, এবং শ্রমবিভাজনের সুযোগ প্রদান করে, যা উচ্চ উৎপাদনশীলতা এবং অর্থনৈতিক বৃদ্ধির দিকে নেতৃত্ব করে। • **আইনি নির্ধারণ এবং স্থিতিশীলতা:** শক্তিশালী সম্পত্তি অধিকার সুরক্ষা আইনি নির্ধারণ এবং স্থিতিশীলতা যোগাযোগে অবদান রাখে, যা বিশ্বাস বাড়াতে, বিনিয়োগ আকর্ষণ করতে এবং অর্থনৈতিক উন্নয়ন প্রচার করতে সাহায্য করে। এটি বিরোধী ও চুক্তি কানুনিক পদক্ষেপ প্রয়োজনীয় ভিত্তিতে অবস্থান ও বিচার প্রণালী দ্বারা বিবাদ সমাধান করার একটি মৌলিক প্রাথমিক প্রয়োজন প্রদান করে। • **সামাজিক স্থিতিশীলতা:** সম্পত্তি অধিকার সম্পত্তির ব্যবহার এবং বিনিয়োগের উপর বিবাদ নিরসনের মাধ্যমে সামাজিক আদর্শ এবং স্থিতিশীলতা বজায় রাখে। এটি সমাজের মধ্যে বিপন্নতা ও সহকারিতা জন্ম দেয়। সারাংশ: সম্পত্তি অধিকার অর্থনৈতিক উন্নয়ন, ব্যক্তিগত স্বাধীনতা এবং সামাজিক ভালবাসা উন্নতি প্রচারে মৌলিক ভূমিকা রাখে। ভালবাসা প্রাপ্ত এবং কার্যকরভাবে প্রয়োজিত সম্পত্তি অধিকার সম্প্রদায়ে উচ্চ উৎপাদনশীলতা, নবচার, এবং সম্পত্তি জন্য উচ্চ স্তরের অর্থনৈতিক বৃদ্ধি অনুভব করে।

Supply and Demand: How Markets Work, Markets and Welfare

Determinants of household demand

Household demand refers to the quantity of goods and services that households are willing and able to purchase at various prices over a given period. Several factors influence household demand, including:

1. **Price of the Good:** The price of a good or service is one of the most significant determinants of household demand. Generally, as the price of a good decreases, the quantity demanded by households increases, and vice versa, assuming other factors remain constant. This relationship is described by the law of demand.
2. **Income:** Household demand is also influenced by household income. As household income increases, consumers typically have more purchasing power, allowing them to buy more goods

and services at various price levels. For normal goods, higher income leads to an increase in demand, while for inferior goods, higher income may lead to a decrease in demand.

3. Price of Related Goods:

- **Substitutes:** The demand for a good may be affected by the price of its substitutes. If the price of a substitute increases, consumers may switch to the original good, leading to an increase in demand for that good.
 - **Complements:** Similarly, the demand for a good may be influenced by the price of its complements. If the price of a complement decreases, consumers may be more willing to purchase both goods together, leading to an increase in demand for both goods.
4. **Consumer Preferences and Tastes:** Changes in consumer preferences, tastes, and fashions can significantly impact household demand for goods and services. Products that are perceived as desirable or trendy may experience increased demand, while those that fall out of favor may see a decline in demand.
 5. **Expectations:** Household demand can also be influenced by expectations about future prices, income levels, and economic conditions. For example, if consumers anticipate that prices will rise in the future, they may increase their current demand to avoid higher costs later.
 6. **Demographic Factors:** Household demand can vary based on demographic factors such as age, gender, family size, and household composition. Different demographic groups may have distinct consumption patterns and preferences, leading to variations in demand for specific goods and services.
 7. **Distribution of Wealth:** The distribution of wealth within society can affect household demand. Inequality in income and wealth distribution may result in disparities in purchasing power and consumption patterns among different income groups.
 8. **Government Policies and Regulations:** Government policies, such as taxation, subsidies, trade restrictions, and regulations, can impact household demand for certain goods and services. For instance, subsidies on certain goods may increase demand, while taxes may decrease demand.

By considering these determinants, economists and policymakers can analyze and predict changes in household demand and develop strategies to manage economic challenges and promote consumer welfare.

1. **মালের মূল্য:** মাল বা সেবার মূল্য একটি গৃহপরিবারের চাহিদার একটি গুরুত্বপূর্ণ প্রতিষ্ঠান। সাধারণত, একটি মালের মূল্য কমলে, গৃহপরিবার দ্বারা চাহিদার পরিমাণ বাড়ে, এবং উল্টে, অন্যান্য কারণ ধারণ করা যায় না সেসবে। এই সম্পর্কটি চাহিদার আইন দ্বারা বর্ণিত হয়।
2. **আয়:** গৃহপরিবারের চাহিদা আয়ের দ্বারা প্রভাবিত হয়। যখন গৃহপরিবারের আয় বৃদ্ধি হয়, অনুপ্রযুক্ত মালের জন্য, উচ্চ আয়ে চাহিদা বৃদ্ধি পেতে পারে এবং পাবে, যখন নিম্ন গুণের জন্য, উচ্চ আয় চাহিদা কমতে পারে।

3. সম্পর্কিত মালের মূল্য: • পরিবর্তিতকারী: একটি মালের জন্য চাহিদা তার পরিবর্তিতকারীর মূল্য দ্বারা প্রভাবিত হতে পারে। যদি একটি পরিবর্তিতকারীর মূল্য বৃদ্ধি পায়, তবে মূল মালের জন্য চাহিদা বৃদ্ধি পেতে পারে। • সম্প্রতিষ্ঠ: একইভাবে, একটি মালের জন্য চাহিদা তার সম্প্রতিষ্ঠের মূল্য দ্বারা প্রভাবিত হতে পারে। যদি একটি সম্প্রতিষ্ঠের মূল্য কমে, তবে গ্রাহকরা এই দুটি মাল একসাথে ক্রয় করতে আরও ইচ্ছুক হতে পারে, যা দুটি মালের জন্য চাহিদা বৃদ্ধি পেতে পারে।
4. গ্রাহক পছন্দ এবং রুচি: গ্রাহকের পছন্দ, রুচি, এবং ফ্যাশনের পরিবর্তনগুলি মাল ও সেবার জন্য গৃহপরিবারের চাহিদা প্রভাবিত করতে পারে। আদর্শ বা সুপ্রিয় হিসাবে প্রতিষ্ঠিত পণ্য বৃদ্ধি পায়, যখন যেগুলি বিপন্ন হয়, তখন সেগুলির জন্য চাহিদা কমেতে পারে।
5. প্রত্যাশা: গৃহপরিবারের চাহিদা প্রত্যাশার সাথে প্রভাবিত হতে পারে ভবিষ্যতের মূল্য, আয়ের স্তর এবং অর্থনৈতিক অবস্থার সম্পর্কে ধারণা দিয়ে। উদাহরণস্বরূপ, যদি গ্রাহকরা আশা করে যে ভবিষ্যতে মূল্য বৃদ্ধি পাবে, তবে তারা অতীতে আবশ্যিক হবে নতুন পরিমাণ ক্রয় করার জন্য তাদের বর্তমান চাহিদা বাড়িয়ে দিতে পারেন।
6. গণিতিক ফ্যাক্টরগুলি: গৃহপরিবারের চাহিদা বয়স, লিঙ্গ, পরিবারের আকার, এবং গৃহপরিবারের গঠনের মধ্যে এমন গণিতিক ফ্যাক্টরগুলির ভিন্নতা অনুযায়ী পরিবর্তিত হতে পারে। বিভিন্ন গণিতিক গ্রুপগুলিতে বিভিন্ন কনজামপশন প্যাটার্ন এবং পছন্দ হতে পারে, যা নির্দিষ্ট মাল ও সেবার জন্য চাহিদা পরিবর্তন করতে পারে।
7. সম্পদের বিতরণ: সমাজের মধ্যে সম্পদের বিতরণের বিভাগটি গৃহপরিবারের চাহিদা প্রভাবিত করতে পারে। আয়ের এবং সম্পত্তির বিতরণে অসমতা সংঘটিত হতে পারে, যা পৃথক আয়ের স্তর এবং মাল ও সেবা বিভাগের মধ্যে বৃদ্ধি পাওয়া যেতে পারে।
8. সরকারি নীতি এবং বিধি: সরকারি নীতি, যেমন কর, অনুদান, বাণিজ্য সীমাবদ্ধতা, এবং বিধিবদ্ধতা, কিছু মাল ও সেবার জন্য গৃহপরিবারের চাহিদা প্রভাবিত করতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, নির্দিষ্ট মালের উপর অনুদান প্রতিপাদিত করা চাহিদা বৃদ্ধি পেতে পারে, যখন কর মালের জন্য চাহিদা কমেতে পারে। এই প্রতিষ্ঠানগুলি বিবেচনা করে, অর্থনীতিবিদরা এবং নীতিকর্তারা গৃহপরিবারের চাহিদার পরিবর্তন প্রবণতা এবং পূর্বাভাস নির্ধারণ এবং অর্থনৈতিক প্রতিবেদনের উন্নতির পরিকল্পনা তৈরি করতে পারেন এবং অর্থনীতিতে সর্বস্বাস্থ্যক চ্যালেঞ্জগুলি পরিচালনা করার পরিকল্পনা তৈরি করতে পারেন।

Market demand, and shifts in the market demand curve

Market demand refers to the total quantity of a good or service that all consumers in a market are willing and able to purchase at various prices during a specific period. It represents the sum of individual demands from all consumers in the market. Market demand is depicted graphically through a demand

curve, which shows the relationship between the price of a good and the quantity demanded by consumers, holding all other factors constant.

Shifts in the market demand curve occur when there is a change in any factor other than the price of the good itself that affects the quantity demanded at each price level. These factors are often referred to as determinants of demand and include:

1. **Income:** Changes in consumer income can lead to shifts in market demand. For normal goods, an increase in income generally leads to an increase in demand, shifting the demand curve to the right. Conversely, a decrease in income may lead to a decrease in demand, shifting the curve to the left. For inferior goods, the relationship may be the opposite.
2. **Prices of Related Goods:**
 - **Substitutes:** Changes in the prices of substitute goods can impact market demand. If the price of a substitute increases, consumers may switch to the original good, leading to an increase in demand for that good and a rightward shift in the demand curve.
 - **Complements:** Changes in the prices of complementary goods can also affect market demand. If the price of a complement decreases, consumers may be more willing to purchase both goods together, leading to an increase in demand for both goods and a rightward shift in the demand curve.
3. **Consumer Preferences and Tastes:** Changes in consumer preferences or tastes can lead to shifts in market demand. If a good becomes more desirable or fashionable, demand may increase, shifting the demand curve to the right. Conversely, if consumer preferences shift away from a good, demand may decrease, shifting the curve to the left.
4. **Expectations:** Changes in consumer expectations about future prices, income levels, or economic conditions can affect market demand. For example, if consumers expect prices to rise in the future, they may increase their current demand, shifting the demand curve to the right.
5. **Demographic Factors:** Changes in demographic factors such as population size, age distribution, or household composition can influence market demand. For instance, an increase in the number of potential consumers may lead to an increase in market demand, shifting the demand curve to the right.
6. **Advertising and Marketing:** Marketing efforts, advertising campaigns, and promotional activities can impact consumer awareness, preferences, and demand for a product. Effective marketing strategies may lead to increased demand and a rightward shift in the demand curve.

When one of these determinants changes, the entire demand curve shifts to the right or left, reflecting the new relationship between price and quantity demanded at each price level. These shifts in the demand curve represent changes in market demand, illustrating how external factors beyond price influence consumer behavior and market outcomes.

বাজারের চাহিদা সর্বসম্মত হলে একটি মাল বা সেবা যে সমস্ত গ্রাহক বাজারে নির্ধারিত সময়কালের জন্য নানা মূল্যে কেনা বা ক্রয় করতে সম্মত এবং সক্ষম রয়েছেন তা মনে করা হয়। এটি মার্কেটে সকল গ্রাহকের একক চাহিদা থেকে পরিবর্তে। মার্কেট চাহিদা গ্রাফিক্যালি প্রদর্শিত হয় একটি চাহিদা বৃত্তের মাধ্যমে, যা মূল্যের সাথে মালের পরিমাণ জনসম্পর্ক প্রদর্শন করে, সমস্ত অন্য কারণ ধারণ করে যাওয়া স্থিতিতে স্থিতিশীল রেখা।

মার্কেট চাহিদার বৃদ্ধি ঘটে যখন মূল মালের মূল্যের প্রতি পরিমাণের কোনও পরিবর্তন না হয় তবে বাজারের প্রতি মূল্য স্তরে চাহিদা প্রভাবিত করার সময় অন্য ফ্যাক্টরের পরিবর্তনে ঘটে। এই কারণে গৃহপরিবারের চাহিদার কন্সট বলা হয় এবং এটি নিম্নলিখিত সাধারণ কারণগুলি রয়েছে:

1. আয়: গ্রাহকের আয়ের পরিবর্তন মার্কেট চাহিদার বৃদ্ধি ঘটাতে পারে। সাধারণ মালের জন্য, আয় বৃদ্ধি হয়ে থাকলে সাধারণত চাহিদা বৃদ্ধি পায়, যা চাহিদা বৃদ্ধি পালে এবং ডিম্যান্ড কার্ভ ডানদিকে সরায়। উল্টাভাবে, আয়ের কমলে চাহিদা কমতে পারে, যা কার্ভটি বামদিকে সরায়। অসমপূর্ণ মালের জন্য, সম্পর্কটি উল্টা হতে পারে।
2. সম্পর্কিত মালের মূল্য: • সম্পর্কিত মাল: সম্পর্কিত মালের মূল্য পরিবর্তন মার্কেট চাহিদার প্রভাব ফেলতে পারে। যদি একটি সম্পর্কিত মালের মূল্য বৃদ্ধি পায়, তবে গ্রাহকরা অনুপ্রযুক্ত মালে স্থানান্তর করতে পারে, যা সেই মালের চাহিদা বৃদ্ধি পায় এবং ডিম্যান্ড কার্ভটি ডানদিকে সরায়। • সম্প্লিমেন্ট: সম্প্লিমেন্টারি মালের মূল্য পরিবর্তন মার্কেট চাহিদার প্রভাব ফেলতে পারে। যদি একটি সম্প্লিমেন্টারি মালের মূল্য কমে, তবে গ্রাহকরা অধিকাংশই একই সাথে উভয় মাল কেনার জন্য আরও ইচ্ছুক হতে পারে, যা উভয় মালের চাহিদা বৃদ্ধি পায় এবং ডিম্যান্ড কার্ভটি ডানদিকে সরায়।
3. গ্রাহকের পছন্দ এবং রুচি: গ্রাহকের পছন্দ বা রুচির পরিবর্তন মার্কেট চাহিদার পরিবর্তিত হয়ে যাওয়ার কারণ হতে পারে। যদি একটি মাল আরও আকর্ষণীয় বা ফ্যাশনেবল হয়, তবে চাহিদা বৃদ্ধি পায়, যা ডিম্যান্ড কার্ভটি ডানদিকে সরায়। উল্টাভাবে, যদি গ্রাহকের পছন্দ একটি মাল থেকে সরে যায়, তবে চাহিদা কমতে পারে, যা কার্ভটি বামদিকে সরায়।
4. প্রত্যাশা: ভবিষ্যতের মূল্য, আয়ের স্তর বা অর্থনৈতিক অবস্থার সম্পর্কে গ্রাহকের প্রত্যাশা পরিবর্তন মার্কেট চাহিদার প্রভাব ফেলতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, যদি গ্রাহকরা ভবিষ্যতে মূল্য বৃদ্ধি প্রত্যাশা করে, তাদের বর্তমান চাহিদা বৃদ্ধি পায়, যা ডিম্যান্ড কার্ভটি ডানদিকে সরায়।
5. জনসংখ্যার গণনা: জনসংখ্যা আকার, বয়স বিতারণ বা বাসার সংযোজন ইত্যাদি ডিমোগ্রাফিক ফ্যাক্টরের পরিবর্তন মার্কেট চাহিদার প্রভাব ফেলতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, সংখ্যা বেড়ে যাওয়ার সাথে সাথে একটি মালের মার্কেট চাহিদা বৃদ্ধি পায়, যা ডিম্যান্ড কার্ভটি ডানদিকে সরায়।

6. বিজ্ঞাপন এবং মার্কেটিং: মার্কেটিং প্রচেষ্টা, বিজ্ঞাপন অভিযান, এবং বিপ্লবী কার্যক্রমগুলি উপভোগকারী সচেতনতা, পছন্দ, এবং পণ্যের জন্য চাহিদা প্রভাবিত করতে পারে। কার্যকর মার্কেটিং রণনাশীলতা বৃদ্ধি করতে পারে এবং ডিমাল্ড কার্ভটি ডানদিকে সরায়। এই ফ্যাক্টরের মধ্যে যখন একটি পরিবর্তন হয়, তখন পরিপূর্ণ চাহিদা বৃদ্ধি বা কমনো দেখা যায়, মূল্যের সাথে প্রতি প্রতিরোধ সহ পরিমাণের সম্বন্ধে নতুন সম্পর্ক প্রতিফলিত হয়। এই চাহিদা কার্ভের পরিবর্তনগুলি মার্কেট চাহিদার পরিবর্তনগুলি প্রতিফলিত করে, যেখানে মূল্য বাইরে কোনও বাহিরের ফ্যাক্টর গ্রাহকের আচরণ এবং বাজারের ফলাফলের কী প্রভাবিত করে ব্যাখ্যা করে।

Factors influencing supply

Several factors influence the supply of goods and services in a market. These factors affect the quantity of goods and services that producers are willing and able to offer for sale at various prices. Here are some of the key factors that influence supply:

1. Input Prices: The prices of inputs, such as labor, raw materials, energy, and capital, directly impact production costs. An increase in input prices reduces producers' profitability, leading to a decrease in supply. Conversely, a decrease in input prices can lower production costs and increase supply.
2. Technological Advances: Technological advancements can improve production processes, increase efficiency, and lower costs, leading to an increase in supply. Innovations in technology can enable producers to produce more output with the same amount of inputs or produce existing output at lower costs, resulting in an outward shift of the supply curve.
3. Number of Suppliers: The number of firms or producers in a market can influence supply. An increase in the number of suppliers typically leads to an increase in market supply, as there are more producers contributing to the total output. Conversely, a decrease in the number of suppliers may lead to a decrease in supply.
4. Expectations: Producers' expectations about future prices, input costs, and market conditions can influence supply decisions. If producers anticipate higher prices in the future, they may reduce current supply to take advantage of future profits. Conversely, if they expect lower prices or increased costs, they may increase current supply to avoid losses.
5. Government Policies and Regulations: Government policies, such as taxes, subsidies, regulations, and trade restrictions, can affect production costs and supply. Taxes and regulations that increase production costs or restrict output may decrease supply, while subsidies or deregulation that lower costs or encourage production may increase supply.
6. Weather and Natural Disasters: Weather conditions and natural disasters can affect agricultural production and supply. Adverse weather conditions, such as droughts, floods, or frost, can reduce crop yields and decrease agricultural supply. Conversely, favorable weather conditions can increase supply.

7. Prices of Related Goods: The prices of related goods can influence supply through their effects on production costs and profitability. For example, changes in the prices of substitute goods or complementary goods can impact the supply of a particular good. Higher prices for substitutes may lead producers to switch production to the more profitable good, reducing supply.
8. Expectations about Future Market Conditions: Producers' expectations about future market conditions, such as changes in demand or competition, can influence supply decisions. If producers anticipate increased demand or decreased competition in the future, they may increase current supply to position themselves favorably in the market.

These factors interact to determine the quantity of goods and services that producers are willing and able to supply at different prices, resulting in shifts in the supply curve and changes in market equilibrium.

একটি বাজারে পণ্য এবং সেবার সরবরাহের অনেকগুলি কারণ আছে। এই কারণগুলি প্রযোজ্য মূল্যে বিভিন্ন মূল্যে পণ্য এবং সেবা প্রস্তুত করার জন্য উদ্বিগ্ন এবং প্রস্তুত মানুষ সহ প্রস্তাবিত পরিমাণে প্রভাব ফেলে। কিছু গুরুত্বপূর্ণ পরিবর্তনশীল অংশগুলি সরবরাহ প্রভাবিত করে, যেমন:

1. ইনপুট মূল্য: শ্রম, কাচা মাল, শক্তি, এবং পুঁজিতে মূল্য সরাসরি উৎপাদন ব্যয়ের পরিমাণে প্রভাব ফেলে। ইনপুট মূল্যের বৃদ্ধি প্রস্তুতকারীদের লাভের প্রত্যাশিত প্রত্যাশা কমিয়ে দেয়, যেটা সরবরাহের প্রত্যাশিত পরিমাণ কমিয়ে দেয়। বিপরীতটা হলে, ইনপুট মূল্য কমাতে প্রস্তুতকারীদের লাভ কমাতে এবং সরবরাহ বৃদ্ধি করতে পারে।
2. প্রযুক্তিগত উন্নতি: প্রযুক্তিগত উন্নতি উৎপাদন প্রক্রিয়াকে উন্নত করতে, ক্ষমতার উন্নতি এবং খরচ কমিয়ে, সরবরাহ বৃদ্ধি করতে পারে। প্রযুক্তির প্রবৃদ্ধি প্রস্তুতকারীদেরকে একই পরিমাণ ইনপুট দিয়ে আরও উৎপাদন করতে অথবা বিদ্যমান উৎপাদনের বৃদ্ধি করতে পারে, যা সরবরাহ কার্ভের একটি বাহ্যিক সরাসরি সরবরাহ করে।
3. সরবরাহকারীদের সংখ্যা: বাজারের সরবরাহের সংখ্যা পরিবর্তনের প্রত্যাশিত পরিমাণ সরবরাহের সংখ্যার উপর প্রভাব ফেলতে পারে। সরবরাহের বৃদ্ধি সাধারণত বাজারে সমন্বয় দিয়ে বেশি সরবরাহকারী থাকলে হয়, কারণ এখানে সর্বমোট উৎপাদনে অংশগ্রহণকারী আরও বেশি উৎপাদন করে। উল্টো, সরবরাহের সংখ্যা কমে গেলে সরবরাহ কমাতে পারে।
4. প্রত্যাশাবস্তু: উদ্বাবকদের প্রত্যাশাবস্তু প্রতিরূপ মূল্যে, ইনপুট খরচ এবং বাজারের শর্তগুলি সম্পর্কে আশা পরিবর্তন প্রস্তুতকারীদের প্রভাবিত করতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, যদি প্রযুক্তিগত উন্নতি প্রত্যাশাবস্তু করে বেশি সহজ বা গুণগত বাজারে থাকে, তাহলে সরবরাহের পরিমাণ বৃদ্ধি করা হয়।
5. সরবরাহ প্রযুক্তি: সরবরাহ প্রযুক্তি ব্যবসায়িক প্রক্রিয়াগুলি, পণ্য এবং সেবাগুলির উৎপাদন করতে ব্যবহৃত প্রযুক্তি, এবং ব্যবহারে প্রতিবন্ধকগুলির মূল্যের জন্য প্রভাব ফেলতে পারে। প্রভাবশীল ব্যবস্থাপনা পর্যালোচনা করায় সরবরাহের পরিমাণ বৃদ্ধি হতে পারে এবং বাংলা প্রযুক্তির আপন জন্য প্রস্তুত করা যায়।

6. আশায়: উদ্ভাবকদের প্রত্যাশা আগামী মার্কেটের শর্ত, প্রযুক্তি পরিমাণ, বা প্রতিযোগিতা সম্পর্কে আশা প্রভাব ফেলতে পারে। যদি উদ্ভাবকরা প্রতিদিনের দাম বৃদ্ধি প্রত্যাশা করেন তাহলে তারা বর্তমান সরবরাহ প্রযুক্তি বৃদ্ধি প্রত্যাশা করে যাতে তারা ভবিষ্যতে লাভ করতে পারেন।
7. প্রত্যাশায় বিক্রেতা: দেশের প্রত্যাশা কার্যক্রম এবং সেবা প্রদানের বিক্রেতা বা কোম্পানী প্রভাব ফেলতে পারে। যদি বিক্রেতা প্রত্যাশা করে বৃদ্ধি তাহলে তারা বর্তমান প্রস্তুত সরবরাহ প্রযুক্তি বৃদ্ধি করতে পারেন। এই কারণগুলি একসাথে কাজ করে যাতে তৈরি হয় প্রস্তুতকারীদের চাহিদা এবং সম্পূর্ণ পরিস্থিতি এবং বিভিন্ন প্রস্তুতকারীদের চাহিদার বিকাশে প্রভাবিত হতে পারে। এই কারণে এই কারণগুলি সম্পর্কে ভাল ধারণা হওয়া প্রয়োজন, কারণ পরিপ্রেক্ষিত সরবরাহের পরিমাণ বৃদ্ধি প্রয়োজন।

Derivation of the supply curve, and shifts in the supply curve

The supply curve represents the relationship between the quantities of a good or service that producers are willing and able to offer for sale and the price of that good or service, holding all other factors constant. The supply curve is typically upward sloping, indicating that as the price of the good increases, the quantity supplied by producers also increases, and vice versa.

The derivation of the supply curve involves examining how changes in price affect the quantity supplied, assuming that all other factors affecting supply remain constant. Here's how the supply curve is derived:

1. Holding other factors constant: To derive the supply curve, we assume that factors other than price, such as input prices, technology, and government policies, remain constant. This assumption allows us to isolate the relationship between price and quantity supplied.
2. Identifying the law of supply: The law of supply states that, ceteris paribus (all else being equal), as the price of a good increases, the quantity supplied by producers increases, and as the price decreases, the quantity supplied decreases. This positive relationship between price and quantity supplied is the basis for the upward-sloping supply curve.
3. Plotting price and quantity supplied: We can then plot the relationship between price and quantity supplied on a graph, with price on the vertical axis (y-axis) and quantity supplied on the horizontal axis (x-axis). Each point on the graph represents a specific price-quantity combination.
4. Connecting the points: By connecting the points on the graph, we can derive the supply curve, which shows the quantity of the good that producers are willing and able to supply at each price level, assuming all other factors remain constant. The supply curve slopes upward from left to right, indicating the positive relationship between price and quantity supplied.

Shifts in the supply curve occur when there is a change in factors other than price that influence the quantity supplied at each price level. These factors include changes in input prices, technology,

expectations, government policies, and the number of suppliers. Here's how shifts in the supply curve are depicted:

1. Increase in supply: If factors other than price change in a way that leads to an increase in the quantity supplied at each price level, the supply curve shifts to the right. This indicates that producers are willing and able to supply a greater quantity of the good at every price.
2. Decrease in supply: Conversely, if factors other than price change in a way that leads to a decrease in the quantity supplied at each price level, the supply curve shifts to the left. This indicates that producers are willing and able to supply a smaller quantity of the good at every price.

By analyzing shifts in the supply curve, economists can understand how changes in factors other than price affect the quantity supplied and market outcomes.

সরবরাহ বাঁক প্রস্তুতকারীদের উৎপাদিত পণ্য বা সেবার পরিমাণ এবং ঐ পণ্য বা সেবার মূল্যের মধ্যে সম্পর্ক প্রতিষ্ঠা করে, সমস্ত অন্যান্য উপাদানগুলি ধরে রাখা। সরবরাহ বাঁক সাধারণত উপরের দিকে পালক, এর মাধ্যমে প্রযুক্তকারীদের বাণিজ্যিক প্রযুক্ত প্রতিষ্ঠা করা হয় এবং উল্টেও হতে পারে। সরবরাহ বাঁক অবিচ্ছেদ্য উপাদানের দামে প্রভাব ফেলতে হলে বর্তমান প্রস্তাবিত প্রত্যাশিত প্রতিরূপ প্রভাবে সরবরাহ ও সম্পূর্ণ পরিস্থিতি এবং এর মধ্যে সম্পর্ক বিশ্লেষণ করতে হয়। এটি কিভাবে সরবরাহ বাঁক প্রাপ্ত হয় তা দেখার সময়:

1. অন্যান্য উপাদান ধরা রাখা: সরবরাহ বাঁক প্রাপ্ত করতে, আমরা ধরে নিয়েছি যে, দাম ছাড়া অন্য উপাদান, যেমন ইনপুটের দাম, প্রযুক্তি এবং সরকারী নীতিগুলি, ধরে রাখা থাকে। এই অনুমানটি আমাদের দাম এবং সরবরাহ পরিমাণ মধ্যে সম্পর্ক নিয়ে আলাদা করা দেয়।
2. সরবরাহের আইন চিহ্নিত করা: সরবরাহের আইন ঘোষণা করে যে, *ceteris paribus* (সমস্ত অন্য সমস্ত সমান), যখন একটি পণ্যের মূল্য বৃদ্ধি প্রত্যাশিত হয়, তখন প্রযুক্তকারীদের প্রদানের পরিমাণ বৃদ্ধি প্রতিষ্ঠা করে এবং যখন মূল্য কমে, তখন প্রদানের পরিমাণ কমে। এই মূল্য এবং প্রদানের পরিমাণের মধ্যবর্তী সম্পর্ক এটি উপরে নেওয়া সরবরাহ বাঁকের নিয়ে সাহায্য করে।
3. দাম এবং সরবরাহ পরিমাণ প্লট করা: আমরা তারপরে একটি গ্রাফে দাম এবং সরবরাহের পরিমাণ নিয়ে সম্পর্ক নিয়ে প্লট করতে পারি, যেখানে দাম সাধারণত উল্টা দিকে হয় (y অক্ষ) এবং সরবরাহের পরিমাণ অনুসরণকারীদের অক্ষে (x অক্ষ)। গ্রাফের প্রতিটি বিন্দু একটি নির্দিষ্ট দাম-পরিমাণ সমন্বয় প্রতিনিধিত্ব করে।
4. পয়েন্টগুলি সংযুক্ত করা: গ্রাফের পয়েন্টগুলি সংযুক্ত করে আমরা সরবরাহ বাঁক পাই, যা প্রযুক্তকারীদের বাণিজ্যিক প্রযুক্ত ব্যবহার করে প্রতি মূল্য স্তরে প্রযুক্ত পণ্যের পরিমাণ প্রদানের প্রতিষ্ঠা করে, যতক্ষণ অন্য উপাদান ধরে রাখা হয়। সরবরাহ বাঁক বাম থেকে ডানে উপরে হয়, প্রযুক্ত প্রযুক্ত ও সরবরাহের প্রতিস্থাপন প্রতিনিধিত্ব করা হয়। সরবরাহ বাঁকে সরবরাহের পরিমাণের পরিবর্তনের সাথে পরিপরিণত পরিস্থিতির পরিবর্তন হওয়ায় পরিস্থিতির পরিমাণ নিয়ে আলোচনা করা যায়।

Determination of equilibrium price in a competitive market

The equilibrium price in a competitive market is determined by the intersection of the market demand curve and the market supply curve. At this point, the quantity demanded by consumers equals the quantity supplied by producers, resulting in a market-clearing price where there is no excess supply or excess demand. This is also known as the market equilibrium.

Here's how the equilibrium price is determined in a competitive market:

1. **Market Demand:** The market demand curve represents the relationship between the price of a good and the quantity demanded by all consumers in the market, holding all other factors constant. The demand curve slopes downward from left to right, indicating that as the price of the good decreases, the quantity demanded increases, and vice versa.
2. **Market Supply:** The market supply curve represents the relationship between the price of a good and the quantity supplied by all producers in the market, holding all other factors constant. The supply curve slopes upward from left to right, indicating that as the price of the good increases, the quantity supplied increases, and vice versa.
3. **Intersection of Demand and Supply:** The equilibrium price is determined by the intersection of the market demand curve and the market supply curve. At this point, the quantity demanded by consumers equals the quantity supplied by producers. This occurs where the demand curve and supply curve intersect.
4. **Market Equilibrium:** The price at which the demand curve intersects the supply curve is the equilibrium price. At this price, there is no tendency for the price to change because the quantity demanded equals the quantity supplied, resulting in market equilibrium.
5. **Equilibrium Quantity:** The equilibrium quantity is the quantity of the good that is bought and sold in the market at the equilibrium price. It is determined by the quantity corresponding to the equilibrium price on both the demand and supply curves.

In summary, the equilibrium price in a competitive market is determined by the intersection of the market demand and supply curves. At this point, the quantity demanded equals the quantity supplied, resulting in market equilibrium where there is no excess supply or excess demand.

প্রতিযোগিতামূলক বাজারে সম্প্রদায়ের সরবরাহ বাঁক এবং বাজারের সরবরাহ বাঁকের ছেদ দ্বারা নির্ধারিত বিপুল মূল্য। এই বিন্দুতে, মূল্যের ক্ষেত্রে মূল্যবোধ করা পরিমাণ প্রয়োজিত হয় যেখানে কোনও অতিরিক্ত সরবরাহ বা অতিরিক্ত চাহিদা নেই। এটিও পরিপথিত মার্কেট নামে পরিচিত। একটি প্রতিযোগিতামূলক বাজারে সমন্বয় মূল্যটি নির্ধারণ করা হয়:

1. **বাজারের চাহিদা:** বাজারের চাহিদা বাঁক সমস্ত কনসুমারের মধ্যে মূল্যের সাথে প্রয়োজন পরিমাপ করে, সমস্ত অন্য উপাদান ধরে রাখা হয়। চাহিদা বাঁক বামে থেকে ডানে উল্টে হয়, যেটি দেখায় যে যেখানে পণ্যের মূল্য কমে, সেখানে চাহিদা বৃদ্ধি পায় এবং উল্টেও।

2. বাজারের সরবরাহ: বাজারের সরবরাহ বাঁক বাজারে সমস্ত উত্পাদকের মধ্যে মূল্যের সাথে সরবরাহের পরিমাণের সম্পর্ক প্রতিষ্ঠা করে, সমস্ত অন্য উপাদান ধরে রাখা হয়। সরবরাহ বাঁক বামে থেকে ডানে উল্টে হয়, যেটি দেখায় যে যেখানে পণ্যের মূল্য বৃদ্ধি পায়, সেখানে সরবরাহের পরিমাণ বৃদ্ধি পায় এবং উল্টেও।
3. চাহিদা এবং সরবরাহের ছেদ: সম্প্রদায়ের চাহিদা বাঁক এবং বাজারের সরবরাহ বাঁকের ছেদের মাধ্যমে সমন্বয় মূল্য নির্ধারণ করা হয়। এই পয়েন্টে, চাহিদা বাঁক এবং সরবরাহ বাঁক এর ছেদে।
4. বাজার সমন্বয়: চাহিদা বাঁক বাজারের সম্প্রদায় ছেদ করে এই মূল্য হয় সমন্বয় মূল্য। এই মূল্যে, কোনও প্রয়োজন নেই মূল্য পরিবর্তনের জন্য কারণ প্রয়োজন হয় যে চাহিদা প্রদানের পরিমাণ সরবরাহের পরিমাণের সমান হয়, যা বাজারের সমন্বয় দেখায়।
5. সমন্বয় পরিমাণ: সমন্বয় পরিমাণ বাজারে সমন্বয় মূল্যে পণ্য কিনা এবং বিক্রয় করা হয়। এটি চাহিদা এবং সরবরাহ বাঁক উপর সমন্বয় মূল্যের পরিমাণের দ্বারা নির্ধারিত হয়। সংক্ষিপ্তসারে, প্রতিযোগিতামূলক বাজারে সমন্বয় মূল্যটি বাজারের চাহিদা এবং সরবরাহ বাঁকের ছেদের সমন্বয়ে নির্ধারিত হয়। এই পয়েন্টে, চাহিদা প্রয়োজনের পরিমাণ সরবরাহের পরিমাণের সমান হয়, যেখানে কোনও অতিরিক্ত সরবরাহ বা অতিরিক্ত চাহিদা নেই।

The effect of shifts in demand and supply at equilibrium price in a competitive market

In a competitive market, shifts in demand and supply have significant effects on the equilibrium price. Let's break down these effects:

1. **Increase in Demand, Supply Constant:** If demand increases while supply remains constant, the equilibrium price will rise. This is because with higher demand, consumers are willing to pay more for the same quantity of goods or services. As a result, producers can charge higher prices without losing customers, leading to an increase in the equilibrium price.
2. **Decrease in Demand, Supply Constant:** Conversely, if demand decreases while supply remains constant, the equilibrium price will fall. With lower demand, consumers are willing to pay less for the same quantity of goods or services. Therefore, producers must lower prices to maintain sales levels, resulting in a decrease in the equilibrium price.
3. **Increase in Supply, Demand Constant:** When supply increases while demand remains constant, the equilibrium price will decrease. This occurs because producers are willing to sell more goods or services at each price level. As a result, they may lower prices to attract more buyers, leading to a decrease in the equilibrium price.
4. **Decrease in Supply, Demand Constant:** Conversely, if supply decreases while demand remains constant, the equilibrium price will rise. With less supply available, producers may raise

prices to maximize profits from the limited quantity of goods or services they can offer. This leads to an increase in the equilibrium price.

In summary, shifts in demand and supply cause changes in the equilibrium price in opposite directions. An increase in demand or a decrease in supply leads to a higher equilibrium price, while a decrease in demand or an increase in supply leads to a lower equilibrium price. These adjustments occur to balance the market and ensure that quantity supplied equals quantity demanded at the prevailing price.

প্রতিযোগিতামূলক বাজারে, চাহিদা এবং সরবরাহের পরিবর্তন সম্পর্কে সমন্বিত মূল্যের উপর প্রভাব পড়ে। এই প্রভাবগুলি নিম্নলিখিতভাবে বিশ্লেষণ করা হয়:

1. চাহিদা বৃদ্ধি, সরবরাহ ধারণ বজায়: যদি চাহিদা বৃদ্ধি হয় এবং সরবরাহ ধারণ থাকে, তবে সমন্বিত মূল্য বৃদ্ধি পাবে। চাহিদা বৃদ্ধির সাথে, কনসুমাররা একই পরিমাণের পণ্য বা সেবা জন্য আরও বেশি দাম পরিশোধ করার জন্য ইচ্ছুক। ফলে, প্রস্তুতকারকরা গ্রাহকদের হারায় না দেয়ার সাথে বেশি দাম প্রয়োজন করতে পারেন, যা সমন্বিত মূল্যের বৃদ্ধি পরিবর্তনে নেয়।
2. চাহিদা কমে, সরবরাহ ধারণ বজায়: প্রতিবন্ধি, যদি চাহিদা কমে এবং সরবরাহ ধারণ থাকে, তবে সমন্বিত মূল্য কমে যাবে। চাহিদা কমে, কনসুমাররা একই পরিমাণের পণ্য বা সেবা জন্য আরও কম দাম পরিশোধ করার জন্য ইচ্ছুক। অতএব, প্রস্তুতকারকদের কিছু বিক্রয়ের পরিমাণ বজায় রাখতে দাম কমিয়ে দিতে হয়, যা সমন্বিত মূল্য কমে নিয়ে আসে।
3. সরবরাহ বৃদ্ধি, চাহিদা ধারণ বজায়: যখন সরবরাহ বৃদ্ধি হয় এবং চাহিদা ধারণ থাকে, তখন সমন্বিত মূল্য কমে যাবে। এটি ঘটে কারণ প্রস্তুতকারকরা প্রতিটি মূল্য স্তরে আরও অনেক পণ্য বা সেবা বিক্রয় করার জন্য ইচ্ছুক। ফলে, তারা আরও বেশি ক্রেতাদের আকর্ষণ করতে দাম কমিয়ে দিতে পারেন, যা সমন্বিত মূল্য কমে নিয়ে আসে।
4. সরবরাহ কমে, চাহিদা ধারণ বজায়: বিপরীতভাবে, যদি সরবরাহ কমে এবং চাহিদা ধারণ থাকে, তবে সমন্বিত মূল্য বৃদ্ধি পাবে। আরও কম সরবরাহ উপলব্ধ হলে, প্রস্তুতকারকরা লাভ সর্বোচ্চ করার জন্য দাম বাড়াতে পারেন যে কিনা তারা আকর্ষণ দ্বারা বিক্রয় করতে পারে সীমিত পরিমাণের পণ্য বা সেবা থেকে লাভ। এটি সমন্বিত মূল্য বৃদ্ধি নিয়ে আসে। সারাংশ: চাহিদা এবং সরবরাহের পরিবর্তন সমন্বিত মূল্যের পরিবর্তন আনে। চাহিদা বৃদ্ধি বা সরবরাহ কমে তবে সমন্বিত মূল্য বৃদ্ধি পায়, যেখানে চাহিদা কমে বা সরবরাহ বৃদ্ধি হয় তবে সমন্বিত মূল্য কমে। এই সমন্বয় বাজারের সমতল এবং নিশ্চিত করতে ঘটে যে পরিমাণ প্রদান সমান সংখ্যকে অনুকূল করে।

The excess demand function

The excess demand function, also known as the excess demand equation or simply the demand-supply imbalance equation, represents the difference between the quantity demanded and the quantity supplied

in a market at a given price level. It's a fundamental concept in economics, especially in understanding market equilibrium dynamics.

Mathematically, the excess demand function $Z(p)$ can be expressed as:

$$Z(p) = Qd(p) - Qs(p)$$

Where:

- $Z(p)$ is the excess demand at price p .
- $Qd(p)$ is the quantity demanded at price p .
- $Qs(p)$ is the quantity supplied at price p .

This equation essentially captures whether there's a shortage or surplus in the market at a particular price level. If $0 < Z(p)$, it indicates excess demand or a shortage, meaning that at price p , the quantity demanded exceeds the quantity supplied. Conversely, if $0 > Z(p)$, it indicates excess supply or a surplus, meaning that at price p , the quantity supplied exceeds the quantity demanded.

The excess demand function is crucial in understanding how market forces work to bring about equilibrium. When there's excess demand (shortage), prices tend to rise due to competition among buyers, which in turn incentivizes producers to increase supply. On the other hand, when there's excess supply (surplus), prices tend to fall as producers compete to sell their goods, which can stimulate demand.

In a perfectly competitive market, where there are no external factors influencing prices, the equilibrium price is reached when the excess demand function equals zero, indicating that the quantity demanded equals the quantity supplied. This is where market forces naturally bring supply and demand into balance.

অতিরিক্ত চাহিদা ফাংশন, যা অতিরিক্ত চাহিদা সমীকরণ বা সহজভাবে চাহিদা-সরবরাহ বিশ্বল সমীকরণ হিসেবে পরিচিত, একটি বাজারে নির্দিষ্ট মূল্যের স্তরে চাহিদার পরিমাণ এবং সরবরাহের পরিমাণের মধ্যবর্তী পার্থক্যকে প্রতিনিধিত্ব করে। এটি অর্থনীতিতে একটি মৌলিক ধারণা, বিশেষত বাজার সামঞ্জস্য গবেষণায়। গাণিতিকভাবে, অতিরিক্ত চাহিদা ফাংশন $Z(p)$ এমনভাবে প্রকাশ করা যায়:

$$Z(p) = Qd(p) - Qs(p)$$

যেখানে: • $Z(p)$ হল মূল্য p তে অতিরিক্ত চাহিদা। •

$Qd(p)$ হল মূল্য p তে চাহিদার পরিমাণ। •

$Qs(p)$ হল মূল্য p তে সরবরাহের পরিমাণ।

এই সমীকরণটি মৌলিকভাবে ধরে নেয় যে বাজারে নির্দিষ্ট মূল্যে কোনও শর্তে অধিক বা অধিক সরবরাহের মধ্যে পার্থক্য আছে কি না। যদি $OZ(p) > 0$, তবে এটি অতিরিক্ত চাহিদা বা অভাব নির্দেশ করে, অর্থাৎ মূল্য p তে, চাহিদার পরিমাণ সরবরাহের পরিমাণ অধিক। উল্টাভাবে, যদি $OZ(p) < 0$, তবে এটি অতিরিক্ত সরবরাহ বা আধিক সরবরাহ নির্দেশ করে, অর্থাৎ মূল্য p তে, সরবরাহের পরিমাণ চাহিদার পরিমাণের অধিক। অতিরিক্ত চাহিদা ফ্যাংশনটি বোঝার জন্য গুরুত্বপূর্ণ যে হয় সেটি কীভাবে বাজার সামঞ্জস্য সৃষ্টি করে তা জানা। যখন অতিরিক্ত চাহিদা হয় (অভাব), তখন দামের দাম বৃদ্ধি লাভের সংগ্রামের জন্য চাহিদার মধ্যে প্রতিযোগিতা করে, যা প্রস্তুতকারকদের সরবরাহ বাড়াতে অনুপ্রেরণা দেয়। অপরদিকে, যখন অতিরিক্ত সরবরাহ হয় (আধিক), তখন প্রস্তুতকারকরা তাদের পণ্য বিক্রি করার জন্য দাম কমাতে যেতে বাধ্য হয়, যা চাহিদা উৎপাদন করতে সাহায্য করতে পারে। একটি নির্দিষ্ট প্রতিযোগিতামূলক বাজারে, যেখানে দামের বাইরে প্রভাবিত কোনও পরবর্তী বাইরে বাজার মৌলিক দাম যেখানে প্রবেশ করে সেটি সমান হলে, তখন সমন্বিত মূল্য প্রাপ্ত হয় যখন অতিরিক্ত চাহিদা ফ্যাংশন শূন্য হয়, যা প্রস্তুতকারকের পরিমাণ চাহিদার পরিমাণের সাথে সমান হয়। এটি কোনও বাজার সম্মিলিত চাহিদা এবং সরবরাহ ব্যালেন্স করার জন্য নির্দিষ্ট জায়গা।

Existence, uniqueness, and stability of equilibrium

The concepts of existence, uniqueness, and stability of equilibrium are fundamental in understanding the behavior and dynamics of economic systems, particularly in the context of supply and demand interactions. Let's explore each of these concepts:

1. Existence of Equilibrium:

- **Definition:** Equilibrium in economics refers to a state where the forces of supply and demand are balanced, resulting in stable prices and quantities traded.
- **Existence:** In many economic models, equilibrium is assumed to exist. This assumption suggests that under certain conditions, there is at least one set of prices and quantities where supply equals demand.
- **Conditions:** The existence of equilibrium depends on various factors, including the nature of the market, the behavior of consumers and producers, and the characteristics of goods or services being traded.

2. Uniqueness of Equilibrium:

- **Definition:** Uniqueness of equilibrium means that in a given economic model, there is only one set of prices and quantities at which supply equals demand.
- **Determinants:** Whether equilibrium is unique depends on the specific assumptions and characteristics of the economic model. In some cases, multiple equilibria may exist, particularly in more complex models or under specific conditions.
- **Implications:** The uniqueness of equilibrium affects the predictability and stability of economic outcomes. If equilibrium is unique, it simplifies analysis and helps ensure that economic systems converge to a single stable state.

3. Stability of Equilibrium:

- **Definition:** Stability of equilibrium refers to the tendency of an economic system to return to equilibrium following a disturbance or shock.
- **Types of Stability:**
 - **Local Stability:** An equilibrium is locally stable if, when the system is disturbed slightly, it returns to its original equilibrium over time.
 - **Global Stability:** An equilibrium is globally stable if, regardless of the magnitude of the disturbance, the system eventually returns to the equilibrium.
- **Determinants:** The stability of equilibrium depends on the dynamics of the economic model, including the presence of feedback mechanisms, adjustment processes, and external shocks.
- **Implications:** Stable equilibrium contribute to the resilience and sustainability of economic systems, as they help maintain stability in the face of external shocks or changes in underlying conditions.

In summary, the existence, uniqueness, and stability of equilibrium are essential concepts in economic analysis, providing insights into the behavior and properties of economic systems and helping economists understand how markets function and evolve over time.

1. স্থায়ীতা অস্তিত্ব: • সংজ্ঞা: অর্থনীতিতে স্থায়ীতা হল এমন একটি অবস্থা যেখানে সরবরাহ এবং চাহিদার শক্তিগুলি ব্যালান্স হয়, যার ফলে দাম এবং ব্যাপ্ত পরিমাণ স্থির হয়। • অস্তিত্ব: অনেক অর্থনৈতিক মডেলে, স্থায়ীতা অস্তিত্ব করা হয়। এই অনুমান প্রদান করে যে নির্দিষ্ট শর্তে সরবরাহ চাহিদা সমতা স্থিতিশীল মূল্য এবং পরিমাণ রয়েছে। • শর্তসমূহ: স্থায়ীতা অস্তিত্ব নির্ধারণ করে বিভিন্ন কারণ, যেমন বাজারের স্বাভাবিকতা, উৎপাদকারী ও উৎপাদকের আচরণ, এবং বিক্রিত পণ্য বা সেবার বৈশিষ্ট্য।
2. স্থায়ীতা: • সংজ্ঞা: স্থায়ীতা অস্তিত্ব মানে যে একটি নির্দিষ্ট অর্থনৈতিক মডেলে, সরবরাহ চাহিদার পরিমাণের জন্য শুধুমাত্র একটি মূল্য এবং পরিমাণ রয়েছে। • নির্ধারক: যদি স্থায়ীতা অস্তিত্ব নির্ভর করে বিশেষ অনুমান এবং অর্থনৈতিক মডেলের বৈশিষ্ট্যগুলি। কিছু ক্ষেত্রে, বুঝা যায় যে বৃহত্তম স্থিতিশীল হয়, বিশেষত অধিক জটিল মডেলে বা বিশেষ শর্তসমূহে। • প্রভাব: স্থায়ীতা প্রায়োজনীয়ভাবে প্রতিক্রিয়া দেয় একটি অর্থনৈতিক সিস্টেমের ফিরে যেতে উত্তরাধীন বা ঝড়ে এসেছে পরিবর্তনের পর।
3. স্থায়ীতা: • সংজ্ঞা: স্থায়ীতা অস্তিত্ব একটি অর্থনৈতিক সিস্টেমের প্রতিক্রিয়াশীলতা নির্ধারণ করে, একটি সিস্টেম ব্যাধিবর্তা বা অবাধিত এসে প্রকার পরিমাণের উৎপাদন হয়। • প্রকারগুলি: • স্থানিক স্থিতিশীলতা: যখন সিস্টেম ল্লাইটলি ব্যবধানিত হয়, তখন এটি প্রায়ই প্রারম্ভিক স্থিতিশীল। • গ্লোবাল স্থিতিশীলতা: যখন ব্যবধানিক বড় হয়, সিস্টেম শেষমেষ স্থিতিশীল হয়, অবাধিত পরিমাণের প্রকার পরিমাণের উৎপাদন হয়। • নির্ধারক: স্থায়ীতা পরিবর্তনের প্রক্রিয়াগুলির অস্তিত্ব, প্রতিক্রিয়া প্রক্রিয়াগুলি, অনুভূতি প্রসেস, এবং বাহ্যিক আঘাতসহ

অর্থনৈতিক মডেলের পরিবর্তনের অধীনে। • প্রভাব: স্থায়ী স্থিতিশীলতা অর্থনৈতিক সিস্টেমের লক্ষ্যের সাথে অবিচ্ছেদ্য এবং টিক্স যোগদান করে, যেন এটি বাহ্যিক আঘাত বা মৌলিক শর্তগুলির পরিবর্তনের সাথে স্থিরতা বজায় রাখে।

Consumer surplus, producer surplus

Consumer surplus and producer surplus are two important concepts in economics that measure the welfare or benefit those consumers and producers derive from participating in a market transaction.

1. **Consumer Surplus:**

- **Definition:** Consumer surplus is the difference between what consumers are willing to pay for a good or service and what they actually pay. It represents the benefit or value that consumers receive from purchasing a good at a price lower than their maximum willingness to pay.
- **Graphical Representation:** In a supply and demand diagram, consumer surplus is depicted as the area between the demand curve and the price paid by consumers (up to the quantity purchased).
- **Implications:** Consumer surplus reflects consumer welfare and the net gain in utility or satisfaction obtained from consuming goods and services. It is influenced by factors such as consumer preferences, income levels, and price elasticity of demand.

2. **Producer Surplus:**

- **Definition:** Producer surplus is the difference between the price received by producers for a good or service and the minimum price at which they are willing to supply it. It represents the benefit or profit that producers receive from selling a good at a price higher than their marginal cost of production.
- **Graphical Representation:** In a supply and demand diagram, producer surplus is depicted as the area between the supply curve and the price received by producers (up to the quantity supplied).
- **Implications:** Producer surplus reflects producer welfare and the net gain in revenue or profit obtained from producing and selling goods and services. It is influenced by factors such as production costs, technology, and market competitiveness.

Both consumer surplus and producer surplus are important indicators of market efficiency and allocation of resources. In a competitive market with freely determined prices, the total surplus (the sum of consumer and producer surplus) is maximized, indicating an efficient allocation of resources where goods are produced and consumed up to the point where marginal benefit equals marginal cost. This is often referred to as allocative efficiency.

1. কনসুমার সার্ভিস: • সংজ্ঞা: কনসুমার সার্ভিস হল কি যেখানে কনসুমাররা একটি মাল বা সেবা জন্য প্রদানের জন্য যা তারা সাবধানে চান এবং তারা যা স্বায়ন করেন বা তারা যা স্বায়ন করেন। এটি প্রতিষ্ঠান করে যে কনসুমাররা যে মূল্যে তাদের সর্বোচ্চ ইচ্ছেপ্রকারে কেনার চেয়ে একটি মাল কিনে তাদের প্রাপ্ত লাভ বা মূল্য। • গ্রাফিকাল প্রতিনিধিত্ব: সরবরাহ এবং চাহিদা উদ্দীপন ডায়াগ্রামে, কনসুমার সার্ভিস দেখানো হয় যেমন কনসুমাররা দ্বারা প্রদেয় মূল্য এবং মূল্য (ক্রয় পরিমাণ পর্যন্ত) মধ্যে এলাকা। • প্রভাব: কনসুমার সার্ভিস কনসুমার কল্যাণ এবং মাল এবং সেবা নিয়ে সন্তুষ্টি বা সন্তুষ্টির বৈশিষ্ট্যের জন্য অনুভব করা যায়। এটি কনসুমার পছন্দ, আয়ের স্তর, এবং চাহিদার মূল্য দৃশ্যতা সহ প্রভাবিত হয়।
2. প্রোডিউসার সার্ভিস: • সংজ্ঞা: প্রোডিউসার সার্ভিস হল তাদের ব্যবসার জন্য প্রাপ্ত মূল্য এবং তারা যে ন্যূনতম মূল্যে তা সরবরাহ করার জন্য ইচ্ছুক। এটি একটি মাল প্রস্তুত এবং বিক্রয় করার জন্য প্রয়োজনীয় লাভ বা লাভ প্রতিষ্ঠা দেখায়। • গ্রাফিকাল প্রতিনিধিত্ব: সরবরাহ এবং চাহিদা উদ্দীপন ডায়াগ্রামে, প্রোডিউসার সার্ভিস দেখানো হয় যেমন প্রোডিউসাররা দ্বারা প্রাপ্ত মূল্য এবং মূল্য (সরবরাহের পরিমাণ পর্যন্ত) মধ্যে এলাকা। • প্রভাব: প্রোডিউসার সার্ভিস প্রোডিউসার কল্যাণ এবং মাল এবং সেবা তৈরি এবং বিক্রয় থেকে আয় বা লাভ উপাদান নিয়ে সন্তুষ্টি বা লাভ প্রতিষ্ঠা দেখায়। এটি উৎপাদন খরচ, প্রযুক্তি, এবং বাজার প্রতিস্থাপন প্রভাবিত হয়।

Efficiency of competitive markets (graphical approach)

The efficiency of competitive markets can be illustrated graphically using supply and demand curves. In a competitive market, efficiency typically refers to two main concepts: allocative efficiency and productive efficiency.

1. **Allocative Efficiency:** Allocative efficiency occurs when the allocation of resources maximizes consumer and producer surplus. In other words, it's when the quantity of goods and services produced and consumed is such that marginal benefit equals marginal cost. Graphically, allocative efficiency is achieved where the demand curve intersects the supply curve, known as the equilibrium point.
 - At the equilibrium point, the quantity demanded equals the quantity supplied, ensuring that consumers are willing to pay exactly what it costs to produce the last unit of the good or service.
 - The consumer surplus, which is the area between the demand curve and the price line (up to the quantity consumed), is maximized at this point.
 - Similarly, producer surplus, which is the area between the price line and the supply curve (up to the quantity supplied), is also maximized at this point.
2. **Productive Efficiency:** Productive efficiency occurs when goods and services are produced at the lowest possible cost. In a competitive market, this typically means that firms are operating at the lowest point on their average total cost (ATC) curve. Graphically, this occurs where the ATC

curve is minimized, and it typically happens at the quantity where marginal cost (MC) intersects the ATC curve.

- At the point where MC intersects ATC, resources are allocated efficiently in production, ensuring that firms are producing goods and services at the lowest possible cost.
- This implies that resources are not wasted, and firms are operating at their most efficient scale.

In a competitive market, both allocative efficiency and productive efficiency are achieved simultaneously at the equilibrium point. This is because in such markets, prices are determined by the forces of supply and demand, and firms operate efficiently to minimize costs and maximize profits. As a result, competitive markets are often considered to be efficient in allocating resources and producing goods and services.

প্রতিযোগিতামূলক বাজারের কার্যক্ষমতা দুটি প্রধান ধারণাতে গ্রাফিকালি প্রদর্শিত হতে পারে: সরবরাহ এবং চাহিদা বাঁকে। প্রতিযোগিতামূলক বাজারে, কার্যক্ষমতা সাধারণত দুটি প্রধান ধারণার জন্য প্রয়োজন: আবল্লযোগ্য কার্যক্ষমতা এবং উৎপাদনশীল কার্যক্ষমতা।

1. আবল্লযোগ্য কার্যক্ষমতা: আবল্লযোগ্য কার্যক্ষমতা হল যে সময় সম্পদের বরাদ্দগ্রহণ কনসুমার এবং প্রোডিউসার সার্ভিস সর্বোচ্চ করে। অন্যভাবে বলা যায় যে, এটি যে পরিমাণ প্রোডিউস এবং ব্যবহার করা হয় তা হল যে মার্জিনাল লাভ মার্জিনাল খরচের সমান। গ্রাফিকাল ভাবে, আবল্লযোগ্য কার্যক্ষমতা প্রাপ্ত হয় যেখানে চাহিদা বাঁকে সরবরাহ বাঁকের সংলগ্নিকায়, যা সমান্তরাল বিন্দু হয়। • সমান্তরাল বিন্দুতে, যে পরিমাণ চাহিদা সরবরাহ করা হয় তা যত্ন যত্ন করে উৎপাদন করা হয়। • এই বিন্দুতে, কনসুমাররা সর্বোচ্চ দাম প্রদান করে এবং মালের অত্যন্ত কার্যক্ষমতা প্রত্যাহার করে।
2. উৎপাদনশীল কার্যক্ষমতা: উৎপাদনশীল কার্যক্ষমতা হল যখন কাস্ট ক্ষুদ্রতম সম্ভব দামে প্রোডিউস এবং সেবা প্রস্তুত হয়। একটি প্রতিযোগিতামূলক বাজারে, এটি সাধারণত মার্জিনাল খরচ (এমসি) যে জায়গাতে সংলগ্ন হয় তা অনুভব করে হয় অ্যাটি সি বিন্দু। গ্রাফিকাল ভাবে, এটি ঘটে যেখানে এটি সর্বনিম্নিত হয় এবং এটি সাধারণত তথ্য এবং সরবরাহ করা হয় যে সময় যে মার্জিনাল খরচ সংলগ্ন হয়। • এই পরিবর্তনে, সম্পদ উৎপাদনের জন্য সাধারণত সর্বনিম্ন দামে প্রস্তুত হয়। • এটি প্রক্রিয়া মাঝে, সাধারণত এটির অর্থনীতি এবং নির্দেশালয়ে সম্পাদিত হয় যাতে উৎপাদনের খরচ সবচেয়ে কম হয় এবং লাভ সবচেয়ে বেশি হয়। একটি প্রতিযোগিতামূলক বাজারে, আবল্লযোগ্য কার্যক্ষমতা এবং উৎপাদনশীল কার্যক্ষমতা একইসাথে সাধারণত সাধারণত সমান্তরাল বিন্দু নিয়ে প্রাপ্ত হয়। এটি যেমন একটি বাজারে, দাম সরবরাহ এবং চাহিদার শক্তিগুলি দ্বারা নির্ধারিত হয় এবং প্রতিষ্ঠানগুলি ব্যায়েপ্রতি কাম্যতা নিশ্চিত করার জন্য সাধারণত অন্যান্য কারণে, প্রতিযোগিতামূলক বাজার সাধারণত সরবরাহ সম্পদ বিন্দু এবং সেবা উৎপাদনের জন্য কার্যক্ষম।

The idea of market failure

Market failure occurs when the allocation of goods and services by a free market is not efficient. In other words, the market fails to achieve allocative efficiency, where resources are allocated to their most valued uses. Market failure can occur due to various reasons, leading to outcomes that are not socially optimal. Here are some common causes of market failure:

1. **Externalities:** Externalities are costs or benefits that affect parties not directly involved in a market transaction. When externalities exist, the market equilibrium fails to account for the full social costs or benefits of production or consumption, leading to either overproduction or underproduction of goods and services. For example, pollution from a factory imposes costs on society that are not reflected in the price of the goods produced.
2. **Public Goods:** Public goods are non-excludable and non-rivalrous, meaning that individuals cannot be effectively excluded from their use, and one person's use does not diminish the availability of the good for others. Because individuals cannot be charged for the use of public goods, they may be underprovided by the market, leading to market failure. National defense and street lighting are examples of public goods.
3. **Imperfect Competition:** In markets where there is imperfect competition, such as monopolies or oligopolies, firms have market power and can influence prices. This can lead to higher prices and lower quantities produced compared to what would occur in a perfectly competitive market, resulting in allocative inefficiency.
4. **Incomplete Information:** Market failure can also occur when there is asymmetric information between buyers and sellers, or when information is costly to obtain. In such cases, individuals may make decisions that are not in their best interest or that result in inefficient outcomes.
5. **Income and Wealth Inequality:** When income and wealth are highly concentrated in a society, individuals with lower incomes may not be able to afford essential goods and services, leading to underconsumption and inefficiency in resource allocation.
6. **Market Power and Monopoly:** Markets dominated by monopolies or firms with significant market power may not allocate resources efficiently. Monopolists can restrict output and charge higher prices, leading to deadweight loss and inefficiency.
7. **Factor Immobility:** Market failure can occur when factors of production, such as labor and capital, are not easily transferable between industries or regions. This can result in unemployment and underutilization of resources.

Addressing market failures often requires government intervention through policies such as regulations, taxes, subsidies, and public provision of goods and services. These interventions aim to correct the inefficiencies and improve social welfare.

বাজারে বিপর্যয় ঘটে যখন বিনামূল্যে বাজারের দ্বারা সামগ্রিকভাবে সামাজিকভাবে শ্রেষ্ঠ ব্যবহার প্রাপ্ত না হয়। অন্যভাবে বলা যায় যে, বাজার অ্যালোকেশন কার্যক্ষমতা অর্জন করতে অসমর্থ, যেখানে সম্পদসমূহ তাদের সম্প্রদানের জন্য

অ্যালোকেট করা হয়। বাজার বিপর্যয় ঘটতে পারে বিভিন্ন কারণে, যা সামাজিকভাবে অস্টিমাল পরিণতিতে পরিণতি হয়নি। এখানে কিছু সাধারণ বাজার বিপর্যয়ের কারণ উল্লেখ করা হল:

1. এক্সটার্নালিটি: এক্সটার্নালিটি হল সামাজিক লাভ বা ব্যবহারের দলগুলির উপর প্রভাব ফেলে যা সরাসরি একটি বাজার লেনদেনে নিয়োজিত না। যখন এক্সটার্নালিটি থাকে, তখন বাজার স্থিতি উৎপাদন বা ব্যবহারের সম্পূর্ণ সামাজিক ব্যয় বা সুবিধা নিয়ে নেয় না, এটি প্রয়োজনীয় মাল এবং সেবা উৎপাদনের অতিরিক্ত বা অল্প হতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, একটি কারখানা থেকে দূষণ এমন ব্যয় যা তৈরি পণ্যের মূল্যে প্রতিফলিত হয় না।
2. পাবলিক গুডস: পাবলিক গুডস একটি গৈর-প্রত্যুক্ত এবং গৈর-প্রত্যুক্ত বৈশিষ্ট্য সুবিধা করে, অর্থাৎ একজন ব্যক্তি তাদের ব্যবহার থেকে প্রভাবিত করা যায় না, এবং একজন ব্যক্তির ব্যবহার অন্যদের জন্য উপলব্ধতা হ্রাস করে না। কারণ ব্যক্তিদের পাবলিক সুবিধার ব্যবহারের জন্য অপ্রভাবিত হতে পারে, তাদের মাধ্যমে কম দেওয়া হতে পারে বাজারে ভূমিকা, যা বাজার বিপর্যয়ে পরিণতি সৃষ্টি করতে পারে। জাতীয় প্রতিরক্ষা এবং রাস্তার আলো একটি পাবলিক সুবিধা উদাহরণ।
3. অপূর্ণ প্রতিযোগিতা: যে বাজারে অপূর্ণ প্রতিযোগিতা রয়েছে, যেমন এককবিশেষ বা অলিগোপলি, কোম্পানীগুলির বাজার শক্তি রয়েছে এবং মূল্য প্রভাবিত করতে পারে। এটি তুলনামূলকভাবে উৎপাদনের পরিমাণের তুলনামূলকভাবে অনেক বেশি মূল্য এবং কম পরিমাণ প্রস্তুত করতে পারে যা একটি পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারে ঘটতে হতে পারে তুলনামূলক অব্যাক্য।
4. অসম্পূর্ণ তথ্য: বাজার বিপর্যয় ঘটতে পারে যখন ক্রেতা এবং বিক্রেতার মধ্যে অসমত তথ্য থাকে, বা তথ্য অর্জন করা খরচজন্য হয়। এই ধরনের ক্ষেত্রে, ব্যক্তিগণ তাদের সেরা প্রয়োজন বা অসম্পূর্ণ ফলাফলে সিদ্ধান্ত নেয় বা অপ্রয়োজনীয় ফলাফলের ফলে সিদ্ধান্ত নেয় যা অপ্রভাবিত ফলাফল।
5. আয় এবং সম্পত্তির অসমতা: যখন সমাজে আয় এবং সম্পত্তি অত্যন্ত সংকীর্ণ হয়, তখন ক্রেতার অবাশ্যই প্রয়োজনীয় মৌলিক সামগ্রী এবং সেবা প্রদান করতে সক্ষম হতে পারে না, যা সামাজিকভাবে অস্টিমাল সম্পদ বিন্যাসের অবিবাস্য।
6. বাজার শক্তি এবং একাধিকতা: একাধিক বা দৃষ্টান্তের সাথে বাজার যে বাজার নিয়ন্ত্রণ করা হয় মুনাফার প্রভাব বা বাজারে সাম্য প্রভাবিত করতে পারে। এটি মূল্য এবং পরিমাণের উচ্চ মূল্য এবং বিপর্যয়ের সৃষ্টি করতে পারে যা একটি পূর্ণভাবে প্রতিযোগিতামূলক বাজারে ঘটে।
7. কারক অচলতা: বাজার বিপর্যয় ঘটতে পারে যখন উৎপাদনের উৎপাদনের কারক, যেমন শ্রম এবং পুঁজি, উদ্যোগে বা অঞ্চলগুলির মধ্যে সহজভাবে অব্যাহত নয়। এটি বেকারত্ব এবং সাধারণ সম্পদ ব্যবহারের অপব্যবহারের পরিণাম হতে পারে। বাজারের বিপর্যয়ের সমাধান সাধারণভাবে শাস্ত্রবিজ্ঞান বা নীতি প্রয়োজন যেমন বিধিমালা, কর, অনুদান, এবং সার্বজনীন বিতরণ যা অপ্রভাবিত ফলাফলে ক্ষুধা এবং সামাজিক কল্যাণ উন্নতি করতে সাহায্য করে।

Elasticities and their applications.

Elasticities are measures of responsiveness or sensitivity of one variable to changes in another variable. They play a crucial role in economics and have various applications across different sectors. Here are some common elasticities and their applications:

1. **Price Elasticity of Demand (PED):**

- PED measures the responsiveness of quantity demanded to changes in price.
- Application:
 - Pricing decisions: Firms use PED to determine the optimal pricing strategy. If demand is elastic ($PED > 1$), reducing prices can increase total revenue. If demand is inelastic ($PED < 1$), increasing prices may increase total revenue.
 - Tax policy: Governments use PED to estimate the impact of taxes on consumer behavior and tax revenue. Taxes on goods with inelastic demand tend to raise more revenue without significantly reducing consumption.

2. **Income Elasticity of Demand (YED):**

- YED measures the responsiveness of quantity demanded to changes in income.
- Application:
 - Normal vs. inferior goods: Goods with positive income elasticity ($YED > 0$) are normal goods, where demand increases as income increases (e.g., luxury items). Goods with negative income elasticity ($YED < 0$) are inferior goods, where demand decreases as income increases (e.g., generic products).
 - Market segmentation: Understanding income elasticity helps businesses segment their markets based on income levels and tailor their marketing strategies accordingly.

3. **Cross-Price Elasticity of Demand (XED):**

- XED measures the responsiveness of quantity demanded of one good to changes in the price of another good.
- Application:
 - Substitutes vs. complements: If XED is positive, the goods are substitutes, meaning an increase in the price of one good leads to an increase in demand for the other (e.g., tea and coffee). If XED is negative, the goods are complements, meaning an increase in the price of one good leads to a decrease in demand for the other (e.g., printers and printer ink).

- Strategic pricing: Firms use XED to set prices strategically. For example, if a firm raises the price of its product and expects consumers to switch to a competitor's product, it considers the cross-price elasticity.

4. Price Elasticity of Supply (PES):

- PES measures the responsiveness of quantity supplied to changes in price.
- Application:
 - Production decisions: Firms use PES to determine their ability to respond to changes in demand by adjusting production levels. If supply is elastic ($PES > 1$), firms can increase production relatively easily in response to price changes. If supply is inelastic ($PES < 1$), it may be more challenging for firms to adjust production quickly.

5. Interest Rate Elasticity of Demand for Credit:

- Measures the responsiveness of the demand for credit to changes in interest rates.
- Application:
 - Monetary policy: Central banks use interest rate elasticity to guide their monetary policy decisions. For example, lowering interest rates may stimulate borrowing and investment, leading to economic expansion.

Understanding and applying these elasticities help businesses, policymakers, and economists make informed decisions regarding pricing, taxation, production, investment, and market segmentation, among other economic activities.

প্রতিক্রিয়াশীলতা বা একটি পরিবর্তনে অন্য একটি পরিবর্তনের প্রতিক্রিয়ার সাংস্কৃতিক পরিমাপ। এটি অর্থনীতিতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে এবং পারিবারিক খাতায় বিভিন্ন সেক্টরের মধ্যে বিভিন্ন ব্যবহার আছে। এখানে কিছু সাধারণ প্রতিক্রিয়া এবং তাদের ব্যবহারের কিছু উদাহরণ উল্লেখ করা হয়েছে:

1. চাহিদার মূল্যের প্রতিক্রিয়া (PED): • PED মূল্যের পরিবর্তনের সাথে পরিমাপ চাহিদার প্রতিক্রিয়া। • ব্যবসায়িক সিদ্ধান্ত: চাহিদা যদি প্রতিক্রিয়াশীল হয় ($PED > 1$), মোট আয় বাড়ালে মূল্য কমিয়ে মোট রাজস্ব বাড়তে পারে। চাহিদা যদি অপ্রতিক্রিয়াশীল হয় ($PED < 1$), মূল্য বাড়ালে মোট রাজস্ব বাড়তে পারে না। • কর নীতি: সরকার PED ব্যবহার করে ক্রেতাদের আচরণ এবং কর রাজস্বের প্রভাব অনুমান করে। অপ্রতিক্রিয়াশীল চাহিদা বিশ্বাস যায় প্রচুর কর বা ব্যবহার একইভাবে বা অনেক সংখ্যক সংবাদমাধ্যমে।
2. আয় চাহিদার মূল্যের প্রতিক্রিয়া (YED): • YED আয়ের পরিবর্তনের সাথে পরিমাপ চাহিদার প্রতিক্রিয়া। • নরমাল বনাম অসাধারণ মাল: ধন্যবাদের প্রতিক্রিয়াশীল কাম্যগুলির সাথে সাধারণ মাল ($YED > 0$) হয় এবং প্রয়োজনের সাথে প্রতিক্রিয়া যেমন বেড়ে যায় (যেমন, স্লোমাস্ট্রি আইটেম)। ধন্যবাদের প্রতিক্রিয়াশীল

নেতিবাচক কাম্যগুলি ($YED < 0$) হয় এবং প্রয়োজনের সাথে প্রতিক্রিয়া কমে (উদাহরণস্বরূপ, সাধারণ পণ্য)। • বাজার বিভাগীকরণ: আয় চাহিদার সম্পর্কে ধারণা দেওয়া সহায় ব্যবসা বাজার বিভাগ করে তাদের বাজারের প্রচার পরিকল্পনা পরিকল্পনা করে।

3. দুর্নিমিত দাবির মূল্যের প্রতিক্রিয়া (XED): • XED একটি মূল্যের পরিবর্তনের সাথে একটি পণ্যের পরিমাণের প্রতিক্রিয়া পরিমাপ করে অন্য একটি পণ্যের মূল্যের পরিবর্তনের সাথে। • প্রতিস্থানগুলি বনাম পরিপূরক: যদি XED ধন্যবাদ হয়, পণ্যগুলি পরিস্থিতি হয় যেখানে একটি পণ্যের মূল্য বৃদ্ধি অন্য পণ্যের চাহিদা বৃদ্ধি করে (উদাহরণস্বরূপ, চা এবং কফি)। যদি XED ঋণাত্মক হয়, পণ্যগুলি পরিপূরক, অর্থাৎ একটি পণ্যের মূল্য বৃদ্ধি অন্য পণ্যের চাহিদা কমায় (উদাহরণস্বরূপ, প্রিন্টার এবং প্রিন্টার ইঙ্ক)। • কল্পনাত্মক মূল্যনির্ধারণ: প্রতিষ্ঠানগুলি কল্পনাত্মকভাবে মূল্য নির্ধারণ করার জন্য XED ব্যবহার করে। উদাহরণস্বরূপ, যদি একটি প্রতিষ্ঠান তার পণ্যের মূল্য উঠিয়ে দেয় এবং অনুমান করে যে উপভোগকারীরা প্রতিপাদন করবে, তারা ক্রম-মূল্যনির্ধারণ চিন্তা করে।
4. চাহিদার মূল্যের প্রতিক্রিয়া (PES): • PES মূল্যের পরিবর্তনের সাথে পরিমাপ চাহিদার প্রতিক্রিয়া। • উৎপাদন সিদ্ধান্ত: কোম্পানীরা তাদের উৎপাদন স্তর পরিবর্তন করে চাহিদা পরিবর্তন করার সাপেক্ষে তাদের ক্ষমতা নির্ধারণ করার জন্য PES ব্যবহার করে। যদি চাহিদা প্রতিক্রিয়াশীল হয় ($PES > 1$), তাদের মূল্য পরিবর্তনের প্রতিক্রিয়া সহজে বৃদ্ধি করতে পারে। যদি চাহিদা অপ্রতিক্রিয়াশীল হয় ($PES < 1$), তবে কোম্পানীরা দ্রুত উৎপাদন সমায় কর্তন হতে পারে।
5. ক্রেডিটের চাহিদার সুদের প্রতিক্রিয়া প্রতি: • সুদের পরিবর্তনের সাথে পরিমাপ করা চাহিদার সুদের চাহিদার প্রতিক্রিয়া। • মুদ্রার নীতি: কেন্দ্রীয় ব্যাংক তাদের মুদ্রার নীতি নির্ধারণের জন্য সুদের প্রতিক্রিয়া ব্যবহার করে। উদাহরণস্বরূপ, সুদের নিম্ন করা সঞ্চালন ও বিনিয়োগের অনুমান করা যেতে পারে এবং এটি অর্থনীতি বিস্তারের প্রাসঙ্গিক সুধারের জন্য মোটামুটি নীতি সুপারিশ করে। এই এলাস্টিকিটি সম্পর্কে ধারণা এবং ব্যবহার করা উদ্যোক্তাদের, নীতিগতকারীদের এবং অর্থনীতিবিদদের তথ্যযুক্ত সিদ্ধান্ত নেওয়ার সাহায্য করে মূল্যনির্ধারণ, কর, উৎপাদন, বিনিয়োগ এবং বাজার বিভাগীকরণের সাথে সংশ্লিষ্ট নির্ধারণের সাহায্য করে।

Government intervention and their impact on market equilibrium and efficiency-: controls on prices (Price ceilings and price floors)

Government intervention in the form of price controls, specifically price ceilings and price floors, can have significant impacts on market equilibrium and efficiency.

1. Price Ceilings:

- **Definition:** Price ceilings are government-imposed maximum prices set below the equilibrium price.

- **Impact on Market Equilibrium:**
 - When a price ceiling is set below the equilibrium price, it creates excess demand or a shortage, as quantity demanded exceeds quantity supplied at the ceiling price.
 - Suppliers may reduce the quantity supplied due to lower profitability, leading to a decrease in the quantity traded in the market.
- **Impact on Efficiency:**
 - Price ceilings can lead to inefficiency by causing misallocation of resources. With excess demand, goods are rationed among consumers, often resulting in long waiting lines or black markets.
 - Inefficient allocation of resources may also lead to a deadweight loss, as some potential trades do not occur due to the artificially low price.
- **Example:** Rent control policies in housing markets often lead to shortages of rental housing, as landlords may be less inclined to provide rental units at below-market rates, leading to a mismatch between supply and demand.

2. Price Floors:

- **Definition:** Price floors are government-imposed minimum prices set above the equilibrium price.
- **Impact on Market Equilibrium:**
 - When a price floor is set above the equilibrium price, it creates excess supply or a surplus, as quantity supplied exceeds quantity demanded at the floor price.
 - Suppliers may produce more than what consumers are willing to buy, leading to an increase in unsold goods.
- **Impact on Efficiency:**
 - Price floors can lead to inefficiency by causing surpluses and resource misallocation. With excess supply, goods may go unsold, leading to wastage of resources.
 - Deadweight loss may occur as some potential trades do not occur due to the artificially high price.
- **Example:** Agricultural price support programs often involve price floors for crops. While intended to protect farmers' incomes, these programs can lead to surpluses and government expenditures to purchase and store excess agricultural products.

In both cases, price controls distort market signals and can lead to market inefficiencies, such as misallocation of resources, reduced consumer surplus, and deadweight loss. While these interventions may address short-term concerns, they often have unintended consequences and can lead to long-term economic inefficiencies. Therefore, policymakers need to carefully consider the trade-offs and unintended consequences of price controls when implementing them.

সরকারের ব্যবস্থাপনায় মূল্য নিয়ন্ত্রণ, বিশেষতঃ মূল্য উচ্চতা এবং মূল্য নিম্নতা, বাজারের স্থিতিতে এবং দক্ষতা উপর গুরুত্বপূর্ণ প্রভাব ফেলতে পারে।

1. মূল্য উচ্চতা: • সংজ্ঞা: মূল্য উচ্চতা হল সরকারের বিধিনিষেধিত সর্বোচ্চ মূল্য যা সাম্যব্যবস্থার মূল্যের নীচে নির্ধারিত হয়। • বাজারের স্থিতিতে প্রভাব: • যখন মূল্য উচ্চতা সাম্যব্যবস্থার মূল্যের নীচে নির্ধারিত হয়, তখন এটি অধিক চাহিদা বা ক্ষেত্রের অধিকাংশ নির্ধারিত মূল্যে চাহিদার পরিমাণের চেয়ে অধিক থাকে। • লাভের কমতি সহিত আবদ্ধতা পরিমাণ হ্রাস পায়, যেটি বাজারে বিনিয়োগ পরিমাণের হ্রাসের কারণে হয়। • দক্ষতায় প্রভাব: • মূল্য উচ্চতা সরকারি মূল্যের মাধ্যমে সংস্থার মনোনিবেশের অসংখ্য মিথ্যা পন্য সৃষ্টি করতে পারে। অধিক চাহিদার সাথে, প্রয়োজন অনুযায়ী সামগ্রিক উৎপাদনে বৃদ্ধির কারণে পণ্য ব্যবহারকারীদের মধ্যে ভাগ করা হয়, যেটি সাধারণত দীর্ঘ অপেক্ষার লাইন বা ব্ল্যাক বাজারের ফলের একটি সামগ্রিক উদাহরণ দিতে পারে। • সংস্থার অসমতা দক্ষতার মৃত্যুদণ্ড হতে পারে, কারণ কিছু সম্ভাব্য বাজার লেনদেন না হওয়ার কারণে ক্রমাগত না ঘটে। • উদাহরণ: বাসা ভাড়া নিয়ন্ত্রণ নীতির প্রাসঙ্গিক বাসাবাড়ি বাজারে ভাড়ার অভাবে পরিণতি ঘটায়, যেহেতু স্বামী-স্বামিনী বাজার মূল্যের নীচে বাসাবাড়ি সরবরাহ করার জন্য আগ্রহী নয়ন, যা সরকারের মূল্যের সাথে আপেক্ষিক সরকারি রেন্ট নির্ধারণের ফলে সরবরাহের মধ্যে পার্থক্যের মধ্যে অসমতা তৈরি করে।
2. মূল্য নিম্নতা: • সংজ্ঞা: মূল্য নিম্নতা হল সরকার নির্ধারিত নীচের সর্বোচ্চ মূল্যের উচ্চতা। • বাজারের স্থিতিতে প্রভাব: • যখন মূল্য নিম্নতা সাম্যব্যবস্থার মূল্যের উচ্চের উপর নির্ধারিত হয়, তখন এটি অতিরিক্ত সরবরাহ বা সুপারিশ তৈরি করে, যেটি সাম্যব্যবস্থার মূল্যের নিচে চাহিদার পরিমাণ অধিক থাকে। • সরবরাহকারীরা কেনার জন্য যে বেশি উৎপাদন করতে পারেন তা অধিকাংশ সামগ্রিক ক্ষেত্রে ক্রয় করা হয়না, যা অবিক্রমিত পণ্যের বৃদ্ধির উপরে পরিণতি হতে পারে। • দক্ষতায় প্রভাব: • মূল্য নিম্নতা প্রভাব করতে পারে অধিক পরিমাণ এবং সম্পদ অসম্পন্নকরণ। অতিরিক্ত সরবরাহের সাথে, পণ্য অবিক্রিয়া হতে পারে, যা সম্পদের নষ্ট প্রসবের উপর পরিণতি হতে পারে। • মৃত্যুদণ্ড লক্ষ্য হতে পারে কারণ কিছু সম্ভাব্য লেনদেন না ঘটে সংকীর্ণ মূল্যের কারণে। • উদাহরণ: কৃষিশিল্পের মূল্য সহায়তা প্রোগ্রামগুলি অধিকাংশ ফসলের জন্য মূল্য নিম্নতা সহায়তা করে। প্রয়োজিত কৃষকের আয় সুরক্ষা করার জন্য এই প্রোগ্রামগুলি ফল জন্য মূল্য নিম্নতা সহায়তা করতে পারে। উভয় মূল্য নিয়ন্ত্রণের ক্ষেত্রে, মূল্য সংকেত বিকৃত এবং বাজার অসংখ্য অধিবেশনগুলির সাথে জড়িত হতে পারে, যা বাজারের অদক্ষতা, কম গ্রাহক সুখ, এবং মৃত্যুদণ্ডের পরিণতি সৃষ্টি করতে পারে। এই ব্যাপারে কর্তৃপক্ষগণের বিচারে মূল্য নিয়ন্ত্রণগুলির পরিণাম এবং দীর্ঘমেয়াদী অর্থনৈতিক অসমতা সম্পর্কে যত্নশীলভাবে বিবেচনা করা প্রয়োজন।

Indirect taxation

Indirect taxation refers to taxes levied on goods and services rather than directly on individuals or income. These taxes are typically imposed at various stages of production or distribution, and the burden of the tax is ultimately passed on to consumers in the form of higher prices. Indirect taxes can take several forms, including sales taxes, excise taxes, value-added taxes (VAT), and tariffs. Here are the key aspects and impacts of indirect taxation:

1. Implementation:

- Indirect taxes can be levied at different stages of production and distribution. For example, excise taxes are often imposed on specific goods such as alcohol, tobacco, and gasoline, while sales taxes are applied at the point of sale to consumers.
- The tax may be included in the price of the product (as with VAT) or added separately to the final price (as with sales tax).

2. Impact on Market Equilibrium:

- Indirect taxes affect the equilibrium price and quantity in markets by increasing production costs for suppliers, which in turn leads to higher prices for consumers.
- When an indirect tax is imposed, the supply curve shifts upward by the amount of the tax, leading to a new equilibrium price and quantity. The burden of the tax is shared between producers and consumers depending on the relative price elasticities of supply and demand.
- If demand is relatively inelastic and supply is relatively elastic, consumers bear a greater proportion of the tax burden. Conversely, if demand is relatively elastic and supply is relatively inelastic, producers bear a greater proportion of the tax burden.

3. Impact on Efficiency:

- Indirect taxes can lead to inefficiencies in resource allocation and market outcomes. They distort relative prices, leading to a misallocation of resources compared to a situation without taxes.
- Deadweight loss may occur as some mutually beneficial transactions do not occur due to the tax-induced increase in prices.
- Indirect taxes can also create economic distortions by encouraging tax avoidance and evasion, as well as by influencing consumer behavior and production decisions.

4. Redistribution of Income:

- Indirect taxes may have regressive or progressive effects on income distribution, depending on how the tax burden is distributed across income levels.

- Regressive taxes take a larger proportion of income from low-income individuals compared to high-income individuals, while progressive taxes take a larger proportion from high-income individuals.
- Governments may use indirect taxes as a means of redistributing income by exempting certain essential goods from taxation or by implementing targeted tax credits or rebates for low-income households.

Overall, indirect taxation is an important tool for governments to raise revenue and influence consumer behavior. However, it also has significant economic and distributional implications that policymakers must consider when designing tax policies.

১. কার্যচারিতা: • প্রাথমিক কর প্রস্তুতি এবং বিতরণের বিভিন্ন পর্যায়ে উপহার করা যেতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, ক্ষুধার্ত মদ, তামাক এবং গ্যাসোলিন সহ বিশেষ মালের উপর অধিকাংশই বিতরণের বিভিন্ন পর্যায়ে উপহার করা হয়। বিক্রয় করের বিন্দুতে বিক্রয়ের সময় কর প্রয়োগ করা হয়। • কর পণ্যের মূল্যে অন্তর্ভুক্ত হতে পারে (যেমন ভ্যাটের সাথে) বা পরিণামী মূল্যে এড়িয়ে যোগ করা হতে পারে (যেমন বিক্রয় করে)। ২. বাজার স্থিতিতে প্রভাব: • প্রাথমিক কর প্রস্তুতি সরবরাহকারীদের জন্য উত্পাদন খরচের বৃদ্ধির মাধ্যমে সর্বাধিক মূল্য অর্থাৎ দর আদান প্রদান করে, যা পরিণামস্বরূপ উচ্চ দরের নমুনা রূপে সম্প্রদায়ের উপর ভার অর্পিত হয়। • যখন একটি প্রাথমিক কর সাপ্লাই সরবরাহের জন্য প্রস্তুত করা হয়, তখন পরিচিত করের পরিমাণের উচ্চতায় সরবরাহ চলাকালীন প্রত্যাবর্তন করে, যা নতুন সাম্যব্যবস্থা মূল্য এবং পরিমাণে পরিণতি করে। করের ভার উত্পাদক ও দরদাতাদের মধ্যে ভাগ করা হয় প্রস্তুতির এবং চাহিদার প্রতিনিধিত্বের পরিমাণগুলির সাথে সংবিদেশ। • যদি চাহনা সম্পর্কিত মার্জিনাল এবং সরবরাহ সম্পর্কিত মার্জিনাল হয়, তবে দরদাতাদের বৃহত্তর অংশটি কর্তন করে। এবং যদি চাহনা প্রত্যাবর্তনশীল হয় এবং সরবরাহ প্রত্যাবর্তনশীল হয়, তবে প্রযুক্তকারীদের প্রত্যাবর্তনশীল অংশটি বৃহত্তর হয়। ৩. কার্যেত্তরতা উপর প্রভাব: • প্রাথমিক কর মূল্য নিয়ন্ত্রণের মাধ্যমে সম্পদ বন্টনে এবং বাজারের সার্বিক ফলাফলে কার্যেত্তরতা সৃষ্টি করতে পারে। এদের প্রতিপক্ষের তুলনায় মূল্য বিকল্পের সংকেত বিকল্পের তুলনায় সংস্থাগুলির বিরক্তির বা অপ্রয়োজনীয় প্রয়োজনীয় ট্রানজ্যাকশনের জন্য কর বিকল্পের সাথে অর্থাৎ দরের বৃদ্ধির জন্য কর প্রয়োজন হতে পারে। • কতিপয় মিলনবাদক লাভ যখন বর্তমান মূল্য আরো আবদ্ধ হয়। • অপ্রয়োজনীয় প্রয়োজনীয় ট্রানজ্যাকশনের বহুমাত্রী লাভ সত্ত্বেও অসম্পর্কিত কাজের প্রস্তুতি নড়ানো যেতে পারে। • প্রাথমিক কর সংবিদেশ এবং করপরিকল্পনা আদি মৌলিক অংশে অর্থনীতির নজিরদারি হতে পারে। ৪. আয়ের পুনর্বিতরণ: • প্রাথমিক কর আয়ের বিতর্কিত বা সম্প্ররণশীল প্রত্যাবর্তনের অস্তিত্ব উপর নির্ভর করে পুনর্বিতরণ বিতর্কিত বা প্রবৃদ্ধিমূলক প্রভাব থাকতে পারে। • বিতর্কিত কর অধিকতর কম-আয় স্তরের ব্যক্তিদের থেকে উত্তরণের বৃহত্তর অংশ নেয়, যখন প্রবৃদ্ধিমূলক কর উচ্চ আয় স্তরের ব্যক্তিদের থেকে উত্তরণের বৃহত্তর অংশ নেয়। • সরকারের কঠিন কাজে কঠিন করে উপযুক্ত মাল থেকে কর উত্পাদিত বা পরিচিত পরিমাণে সব প্রকার প্রয়োজনীয় মাল থেকে কর উত্পাদিত বা পরিচিত পরিমাণে মানুষের পুনর্বিতরণ করা যেতে পারে। সমগ্রভাবে, প্রাথমিক কর সরবরাহ বাজার মূল্য এবং সরবরাহের পরিমাণের উচ্চতায় প্রভাব ফেলে তা দ্বারা পার্থক্যে প্রভাবিত হতে পারে যার ব্যবহার হলে কোনও বিনামূল্যে অসম্পর্কিত কার্য অথবা অসম্পর্কিত কার্যক্রমের ফলাফল হতে পারে। সুতরাং, তা প্রযুক্তিগত কর নির্ধারণ করার সময় নীতিমালা প্রয়োজন।

The Households

The consumption decision – budget constraint, consumption and income and price changes

The consumption decision is a fundamental aspect of economics, where individuals and households make choices about how to allocate their limited resources to maximize their satisfaction or utility. Several key concepts play a role in the consumption decision process:

1. **Budget Constraint:**

- The budget constraint represents the limit on the consumption choices available to an individual or household, given their income and the prices of goods and services.
- Mathematically, the budget constraint can be expressed as: $P_x \cdot X + P_y \cdot Y = M$ where:
 - P_x and P_y are the prices of goods X and Y, respectively.
 - X and Y are the quantities consumed of goods X and Y, respectively.
 - M is the individual's or household's income.

2. **Consumption and Income:**

- Consumption refers to the use of goods and services to satisfy wants and needs.
- Income is a key determinant of consumption. As income increases, individuals and households can afford to purchase more goods and services, leading to an increase in consumption.
- The relationship between consumption and income is typically positive but may exhibit diminishing marginal utility. This means that as income increases, the additional satisfaction gained from consuming an additional unit of a good or service decreases.

3. **Price Changes:**

- Changes in the prices of goods and services can have a significant impact on consumption decisions.
- When the price of a good or service increases, the budget constraint becomes tighter, leading to a decrease in the quantity consumed of that good or service.
- Conversely, when the price of a good or service decreases, the budget constraint loosens, leading to an increase in the quantity consumed.
- Changes in relative prices (i.e., the price of one good relative to another) can also influence consumption decisions. If the price of one good increases relative to another, individuals may substitute the relatively cheaper good for the more expensive one.

Understanding the budget constraint, the relationship between consumption and income, and the impact of price changes is crucial for analyzing consumer behavior and predicting how individuals and households will respond to changes in their economic environment. Economists use models such as utility maximization and indifference curves to study consumption decisions and their implications for overall economic welfare.

ব্যয় নিয়ে সিদ্ধান্ত নেওয়া অর্থনীতির একটি মৌলিক দিক যেখানে ব্যক্তি এবং পরিবার তাদের সীমিত সম্পদ ব্যবহার করে তাদের সন্তোষ বা উপকারিতা বৃদ্ধি করার জন্য কীভাবে তা বরাদ্দ করবে, এটি অর্থনীতির একটি মৌলিক দিক। ব্যয় নিয়ে সিদ্ধান্ত প্রক্রিয়ায় বেশ কয়েকটি গুরুত্বপূর্ণ ধারণা খেলা খেলে:

1. বাজেট বাধ্যতা: • বাজেট বাধ্যতা ব্যক্তি বা পরিবারের উপলব্ধ ব্যয় সেবনের সীমা প্রতিনিধিত্ব করে, তাদের আয় এবং পণ্য এবং পরিষেবার মূল্য দেওয়া হয়ে। • গণিতকভাবে, বাজেট বাধ্যতা নিম্নলিখিতভাবে প্রকাশ পাওয়া যায়: $P_x \cdot X + P_y \cdot Y = M$ এখানে: • P_x এবং P_y মূল্য প্রতি X এবং Y পণ্যের অনুপাতে হয়, এবং • X এবং Y পণ্য X এবং Y পণ্যের পরিমাণ যেতে, এবং • M হল ব্যক্তির বা পরিবারের আয়।
2. ব্যয় এবং আয়: • ব্যয় হল চাহিদা এবং প্রয়োজনীয়তা পূরণের জন্য পণ্য এবং পরিষেবা ব্যবহার করা। • আয় ব্যয়ের একটি গুরুত্বপূর্ণ নির্ধারক। আয় বাড়তে সহযোগিতা দিয়ে, ব্যক্তি এবং পরিবার আরও অনেক পণ্য এবং পরিষেবা ক্রয় করতে পারে, যা ব্যয়ের বৃদ্ধি করে। • ব্যয় এবং আয়ের মধ্যে সম্পর্ক সাধারণত ধনাত্মক হলেও, প্রায় অল্পাধিক মানুষ এবং পরিবার থেকে আবারো বৃদ্ধি হয়। এর অর্থ হল, আয় বৃদ্ধি পেলে, একটি পণ্য বা পরিষেবার অতিরিক্ত একক সেবন করলে যে অতিরিক্ত সন্তোষ প্রাপ্ত হয়, তা কমে যায়।
3. মূল্য পরিবর্তন: • পণ্য এবং পরিষেবার মূল্যের পরিবর্তন ব্যয় নিয়ে সিদ্ধান্তের উপর দ্বারা গুরুত্বপূর্ণ প্রভাব ফেলতে পারে। • যখন একটি পণ্য বা পরিষেবার মূল্য বৃদ্ধি পেয়ে, বাজেট বাধ্যতা কঠিন হয়, যা ওই পণ্য বা পরিষেবার পরিমাণের কমতি প্রাপ্ত হয়। • উল্লম্ব পণ্যের মূল্যের পরিবর্তন (অর্থাৎ, একটি পণ্যের মূল্য অন্য পণ্যের সাথে তুলনামূলক হলে) ব্যয় নিয়ে সিদ্ধান্তে প্রভাব ফেলতে পারে। একটি পণ্যের মূল্য একটি অন্যত্র বেশি হলে, মানুষ প্রায় মূল্যবোধের পক্ষে সম্ভা পণ্যটি অন্যটিতে প্রতিস্থাপন করতে পারে। বাজেট বাধ্যতা, ব্যয় এবং আয়ের মধ্যে সম্পর্ক, এবং মূল্য পরিবর্তনের প্রভাব বিশ্লেষণ করার জন্য গুরুত্বপূর্ণ। ব্যয়ের নিয়মনিতি এবং তা ব্যবহারের উপকারিতা উল্লেখ করে এবং এটির প্রাসঙ্গিকতা উল্লেখ করে, অর্থনৈতিক পরিবেশে পরিবার এবং ব্যক্তির উত্তরণের প্রতিক্রিয়া পূর্বাভাস করা হয়। অর্থনীতিবিদরা ব্যবহার করে পর্যালোচনা করে যেসব মডেল সাধারণ অর্থনৈতিক কল্যাণের জন্য ব্যয় নিয়ে সিদ্ধান্তের অধ্যয়ন এবং তা প্রাসঙ্গিকতা।

Demand for all other goods and price changes

The demand for other goods (i.e., goods other than the one whose price is changing) can be influenced by changes in the price of a particular good. This concept is captured by the idea of cross-price elasticity

of demand, which measures the responsiveness of the quantity demanded of one good to a change in the price of another good.

Here are some key points regarding the demand for all other goods and price changes:

1. Cross-Price Elasticity of Demand (XED):

- XED measures the percentage change in the quantity demanded of one good in response to a one percent change in the price of another good.
- Mathematically, it can be expressed as:
$$XED = \frac{\% \text{ Change in Quantity Demanded of Good A}}{\% \text{ Change in Price of Good B}}$$
- XED can be positive, negative, or zero:
 - Positive XED ($XED > 0$) indicates that the two goods are substitutes. An increase in the price of one good leads to an increase in the quantity demanded of the other good, and vice versa.
 - Negative XED ($XED < 0$) indicates that the two goods are complements. An increase in the price of one good leads to a decrease in the quantity demanded of the other good, and vice versa.
 - Zero XED ($XED = 0$) indicates that the goods are unrelated, and a change in the price of one good has no effect on the quantity demanded of the other good.

2. Impact on Demand for Other Goods:

- When the price of a good changes, it can affect the demand for other goods depending on the nature of their relationship (substitutes or complements) as indicated by the cross-price elasticity.
- For substitutes, an increase in the price of one good leads to an increase in the demand for the other good, and vice versa. This is because consumers may switch to the relatively cheaper substitute.
- For complements, an increase in the price of one good leads to a decrease in the demand for the other good, and vice versa. This is because consumers may reduce consumption of both goods when the price of one increases.
- The magnitude of the cross-price elasticity indicates the strength of the relationship between the goods. Higher absolute values of XED imply a stronger relationship.

Understanding cross-price elasticity of demand helps businesses and policymakers anticipate how changes in the price of one good will affect the demand for other goods in the market. It also provides insights into consumer behavior and preferences regarding product substitution and complementarity.

অন্যান্য পণ্যের চাহিদা (অর্থাৎ, যার মূল্য পরিবর্তন হচ্ছে না) বিশেষ একটি পণ্যের মূল্যের পরিবর্তনে প্রভাবিত হতে পারে। এই ধারণাটির ক্রস-মূল্য সর্বাধিক চাহিদা কোনও একটি পণ্যের মূল্যের পরিবর্তনে অন্য একটি পণ্যের চাহিদার প্রতিক্রিয়ায় মাপা যায়, যা ধারণায় প্রতিস্পর্ধায় চাহিদার সম্প্রতি গ্রহণের সাথে যোগাযোগ করে।

এখানে সমস্ত অন্যান্য পণ্যের চাহিদা এবং মূল্য পরিবর্তনের সংক্ষিপ্ত মুখ্য বিষয়গুলি উল্লেখ করা হয়েছে:

1. ক্রস-মূল্য চাহিদা সর্বাধিকতম (XED): • ক্রস-মূল্য চাহিদা একটি পণ্যের চাহিদার পরিমাণের এক শতাংশ পরিবর্তনের উত্তরস্বী পণ্যের মূল্য পরিবর্তন প্রতি পণ্যের চাহিদার পরিমাণের প্রতিস্পর্ধায় মাপা যায়। • গণিতকভাবে, এটি নিম্নলিখিতভাবে প্রকাশ পাওয়া যায়: $\% \text{ পণ্য A এর চাহিদার পরিমাণের পরিবর্তন } \% \text{ পণ্য B এর মূল্যের পরিবর্তন}$ • ক্রস-মূল্য চাহিদা ধনাত্মক, ঋনাত্মক বা শূন্য হতে পারে: • ধনাত্মক ক্রস-মূল্য চাহিদা ($XED > 0$) নিম্নলিখিত অনুপ্রয়োগ করে যে দুটি পণ্য প্রতিস্থাপন করে। একটি পণ্যের মূল্য বৃদ্ধি হলে অন্য একটি পণ্যের চাহিদার পরিমাণের বৃদ্ধি হয়, এবং উল্টো সম্ভবত। • ঋনাত্মক ক্রস-মূল্য চাহিদা ($XED < 0$) ধরে নিতে যে দুটি পণ্য পূরক। একটি পণ্যের মূল্য বৃদ্ধি হলে অন্য একটি পণ্যের চাহিদার পরিমাণের হ্রাস হয়, এবং উল্টো সম্ভবত। • শূন্য ক্রস-মূল্য চাহিদা ($XED = 0$) নিম্নলিখিত অনুপ্রয়োগ করে যে পণ্য সম্পর্কিত এবং একটি পণ্যের মূল্য পরিবর্তন অন্য পণ্যের চাহিদার পরিমাণের উপর কোনও প্রভাব পায় না।
2. অন্যান্য পণ্যের চাহিদার প্রভাব: • যখন একটি পণ্যের মূল্য পরিবর্তন হয়, তা অন্যান্য পণ্যের চাহিদার উপর প্রভাব ফেলতে পারে যা তাদের সম্পর্কের ধরণের উপর নির্ভর করে (প্রতিস্পর্ধা বা পূরক) যেখানে ক্রস-মূল্য সম্প্রতি স্পষ্টভাবে উল্লিখিত হয়। • প্রতিস্পর্ধায়, একটি পণ্যের মূল্য বৃদ্ধি হলে অন্য একটি পণ্যের চাহিদার পরিমাণের বৃদ্ধি হয়, এবং উল্টো সম্ভবত। এটি কারণে যে, উপভোগকারীরা অনুপ্রয়োগ করে যে তারা প্রতিস্থাপনের সম্ভাবনার মধ্যে ব্যতিক্রমণ করতে পারে। • পূরকের জন্য, একটি পণ্যের মূল্য বৃদ্ধি হলে অন্য একটি পণ্যের চাহিদার পরিমাণের হ্রাস হয়, এবং উল্টো সম্ভবত। এটি কারণে যে, উপভোগকারীরা যখন একটি পণ্যের মূল্য বৃদ্ধি হয়, তখন উপভোগের উভয় পণ্যের চাহিদার পরিমাণ হ্রাস হতে পারে। • ক্রস-মূল্য চাহিদা সর্বাধিকতমের মাত্রা প্রভাব দেয় যা পণ্যের সম্পর্কের শক্তি প্রদর্শন করে। XED এর উচ্চ মাত্রিক মান প্রতিষ্ঠানগুলি এবং নীতিগত প্রতিষ্ঠানগুলিকে আগামীকালে একটি পণ্যের মূল্যের পরিবর্তন কীভাবে বাজারের অন্যান্য পণ্যের চাহিদার উপর প্রভাবিত হবে তা আন্তরিক বোঝায়। এটি কাস্টমারের পণ্য প্রতিস্থাপন এবং পূরকতা সম্পর্কে উপভোগ এবং পণ্য পছন্দ সম্পর্কে জ্ঞান প্রদান করে।

Description of preferences – most preferred bundle and its properties

In economics, preferences refer to the subjective rankings or comparisons that individuals or households make among different bundles of goods and services. Preferences are fundamental to understanding consumer behavior and are typically represented by utility functions or preference relations.

1. Utility Function:

- A utility function is a mathematical representation of an individual's preferences over different bundles of goods and services.
- It assigns a numerical value (utility) to each possible bundle of goods, reflecting the individual's satisfaction or preference for that bundle.
- Higher utility values indicate greater satisfaction or preference.
- Utility functions are typically assumed to satisfy certain properties, such as completeness, transitivity, and continuity, to ensure that they represent rational preferences.

2. **Most Preferred Bundle:**

- The most preferred bundle is the bundle of goods and services that maximizes an individual's utility, given their budget constraint and the prices of goods.
- Mathematically, the most preferred bundle is the one that lies on the highest attainable indifference curve (i.e., the curve representing bundles of goods that yield the same level of utility).
- The most preferred bundle is typically characterized by two main properties:
 - It maximizes utility: Among all affordable bundles, the most preferred bundle provides the highest level of utility to the individual.
 - It exhausts the budget: The most preferred bundle fully utilizes the individual's income or budget constraint.

3. **Properties of the Most Preferred Bundle:**

- **Optimal consumption:** The most preferred bundle represents the optimal allocation of resources, where the individual allocates their income to maximize their satisfaction.
- **Equilibrium:** The most preferred bundle satisfies the condition that the marginal rate of substitution (MRS) equals the slope of the budget constraint. This ensures that the individual is allocating resources efficiently, such that the ratio of marginal utilities from consuming different goods equals the ratio of their prices.
- **Tangency with the budget constraint:** Geometrically, the most preferred bundle lies at the point where the highest attainable indifference curve is tangent to the budget constraint. This tangency condition ensures that the individual's budget is fully exhausted while maximizing utility.

Understanding preferences and the properties of the most preferred bundle helps economists analyze consumer behavior, predict market outcomes, and evaluate the welfare implications of policy changes. By studying how individuals make choices based on their preferences, economists can provide insights into consumer demand, market efficiency, and resource allocation.

অর্থনীতিতে, পছন্দের অবস্থান ব্যক্তি বা পরিবারের মধ্যে প্রতিবেদন বা তুলনা সম্পর্কে, যা বিভিন্ন পণ্য এবং সেবা পরিস্থিতি মধ্যে করেন। পছন্দ গ্রাহকের আচরণ বুঝতে মৌলিক এবং সহজলভ্য হয়, এবং সাধারণত ইউটিলিটি ফাংশন বা পছন্দের সম্পর্ক দ্বারা প্রতিনিধিত্বিত হয়। ১। ইউটিলিটি ফাংশন: • ইউটিলিটি ফাংশন একটি গণিতীয় প্রতিনিধিত্ব করে বিভিন্ন পণ্য এবং সেবার মধ্যে ব্যক্তির পছন্দ সম্পর্কে। • এটি প্রতিটি সম্ভাব্য পণ্যের বাণিজ্যিক মূল্য দেওয়া হয়, যা ব্যক্তির সন্তোষ বা পছন্দের নিবন্ধন করে। • উচ্চ ইউটিলিটি মানে বৃদ্ধি প্রকাশ বা পছন্দ সূচিত করে। • ইউটিলিটি ফাংশনগুলি সাধারণত নিশ্চিত গুণাত্মকতা, প্রাসঙ্গিকতা, এবং নিরবচ্ছিন্নতা প্রতিষ্ঠার জন্য নিশ্চিত ধারণা করা হয়, যাতে তারা বিবেকগত পছন্দ প্রতিনিধিত্ব করে। ২। সবচেয়ে পছন্দসমূহ: • সর্বাধিক পছন্দসমূহ হল সেই পণ্য এবং সেবা সম্প্রদান করে যা একজন ব্যক্তির ইউটিলিটি সর্বাধিক করে, তাদের বাজেট বাধ্যতা এবং পণ্যের মূল্যের সাথে প্রদেয়। • গণিতকভাবে, সর্বাধিক পছন্দসমূহ হল যে সেই একটি যা সর্বোচ্চ সম্ভবত নিষ্ক্রিয় ভুলতে অবস্থিত হয় ইম্পাত ভাঙ্গড়া উপস্থিতি (অর্থাৎ, সমতা প্রদান করে যে পণ্য এর তালিকা যেগুলি একই স্তরের ইউটিলিটি প্রদান করে)। • সর্বাধিক পছন্দসমূহ সাধারণত দুটি প্রধান বৈশিষ্ট্য দ্বারা চিহ্নিত করা হয়: • এটি ইউটিলিটি সর্বোচ্চ করে: সম্ভবত সমস্ত সামর্থ্যযুক্ত পছন্দসমূহের মধ্যে, সর্বোচ্চ পছন্দসমূহ একজন ব্যক্তিকে সর্বাধিক ইউটিলিটির স্তর প্রদান করে। • এটি বাজেট শেষ করে: সর্বাধিক পছন্দসমূহ একজন ব্যক্তির আয় বা বাজেট বাধ্যতা পূর্ণভাবে ব্যবহার করে। ৩। সর্বাধিক পছন্দসমূহের বৈশিষ্ট্য: • অস্টিমাল ব্যয়: সর্বাধিক পছন্দসমূহ সম্প্রদান সম্পর্কের সর্বোত্তম ব্যবস্থান প্রতিনিধিত্ব করে, যেখানে ব্যক্তি তাদের সন্তোষ সর্বোত্তম করতে তাদের আয় বরাদ্দ করে। • সাম্যবস্থা: সর্বাধিক পছন্দসমূহ সাম্য হয় যে অবস্থা যেখানে পরিবর্তনের মার্জিনাল হার পরিবর্তনের মুখ্য বাজেট বাধ্যতা একে অন্যকে সমতুল্য হয়। এটি নিশ্চিত করে যে ব্যক্তি সম্ভাব্যতঃ পরিস্থিতির সর্বোত্তম স্তরের ইউটিলিটি প্রদান করে। • বাজেট সামন্তব্যের সন্মিলন: জ্যামিতিকভাবে, সর্বাধিক পছন্দসমূহ সম্ভবত তার অনুভূতি রুখ থেকে সাম্য বাধ্যতা পয়েন্টে অবস্থিত হয়। এই সাম্যতা শর্ত নিশ্চিত করে যে ব্যক্তির বাজেট সম্পূর্ণ অব্যাহত থাকে যেখানে ইউটিলিটি সর্বোত্তম করা হয়। পছন্দ এবং সর্বাধিক পছন্দসমূহের বৈশিষ্ট্য বোধগম্য করে অর্থনৈতিকবিদরা গ্রাহকের আচরণ বিশ্লেষণ করে, বাজারের ফলাফল পূর্বাভাস করে এবং নীতি পরিবর্তনের কল্যাণের প্রভাব মূল্যায়ন করে। তাদের পছন্দের উপর ভিত্তি করে ব্যক্তিদের কীভাবে নির্ধারণ করে তা অনুসন্ধান করে, অর্থনৈতিকবিদরা গ্রাহকের চাহিদা, বাজারের দক্ষতা, এবং সম্পদ বন্টনের উপর অনুসন্ধান প্রদান করতে পারেন।

Consumers' optimum choice; income and substitution effects

Consumers make optimal choices by maximizing their utility subject to their budget constraint. This is known as the consumer's optimum choice. When there's a change in price, two effects come into play: the income effect and the substitution effect.

1. Income Effect:

- The income effect measures how changes in the price of a good affect the purchasing power of consumers' incomes.

- When the price of a good decreases (increases), consumers effectively have more (less) purchasing power because they can buy the same amount of the good for less (more) money.
- The income effect can lead to an increase (decrease) in the quantity demanded of a good when its price decreases (increases) if the good is a normal good (inferior good).
- For example, if the price of a normal good decreases, consumers' real incomes increase, allowing them to afford more of both the good whose price decreased and other goods. This leads to an increase in the quantity demanded of the good whose price decreased.

2. Substitution Effect:

- The substitution effect measures how changes in the price of a good affect the relative attractiveness of other goods.
- When the price of a good decreases (increases), consumers may substitute it for other goods that have become relatively more (less) expensive.
- The substitution effect leads to an increase (decrease) in the quantity demanded of a good when its price decreases (increases) because consumers switch to it from other goods.
- For example, if the price of a good decreases, consumers are likely to buy more of it and less of other goods because it has become relatively cheaper.

3. Combined Effect:

- The total effect of a price change on the quantity demanded of a good is the sum of the income effect and the substitution effect.
- Whether the total effect leads to an increase or decrease in the quantity demanded depends on the relative strengths of the income and substitution effects.
- For normal goods, the income effect and the substitution effect work in the same direction, leading to a larger increase (decrease) in quantity demanded when the price decreases (increases). For inferior goods, the income and substitution effects work in opposite directions.

Understanding the income and substitution effects is crucial for analyzing how consumers respond to changes in prices and for predicting the direction and magnitude of changes in demand. These effects play a central role in consumer theory and have important implications for market outcomes, price elasticity, and welfare analysis.

ক্রেতারা তাদের বাজেট বাধ্যতা অবলম্বনে তাদের ইউটিলিটি সর্বোচ্চ করে সর্বোত্তম পছন্দ নিয়ে। এটা পরিচিত হয় কনসুমারের অপ্টিমাম চয়েস হয়। যখন মূল্য পরিবর্তন হয়, দুটি প্রভাব কাজ করে: আয়ের প্রভাব এবং পরিবর্তনের প্রভাব। ১। আয়ের প্রভাব: • আয়ের প্রভাব পরিমাপ করে যেভাবে কোনও পণ্যের মূল্যের পরিবর্তন গ্রাহকের আয়ের ক্রয়

শক্তির উপর প্রভাব ফেলে। • যখন একটি পণ্যের মূল্য কমে (বেড়ে), তখন গ্রাহকদের বাস্তব অর্থমূল্য বেড়ে (কমে) কারণ তারা আরও কম (আরও) টাকায় একই পরিমাণ পণ্য ক্রয় করতে পারে। • আয়ের প্রভাব একটি পণ্যের পরিমাণ চাহিদা বৃদ্ধি (হ্রাস) করতে পারে যখন তার মূল্য কমে (বেড়ে), যদি সে একটি সাধারণ পণ্য (নিম্ন গুণ) হয়। • উদাহরণস্বরূপ, যদি একটি সাধারণ পণ্যের মূল্য কমে, তখন গ্রাহকেরা বাস্তব আয় বৃদ্ধি পায়, যাতে তারা একই পরিমাণ পণ্য কিনতে পারে যার মূল্য কমে এবং অন্যান্য পণ্য। এটি পণ্যের পরিমাণের চাহিদা বৃদ্ধি করে যার মূল্য কমে। ২। পরিবর্তনের প্রভাব: • পরিবর্তনের প্রভাব পরিমাপ করে যেভাবে একটি পণ্যের মূল্যের পরিবর্তন অন্যান্য পণ্যের প্রতিভাবের আকর্ষণীয়তা প্রভাবিত করে। • যখন একটি পণ্যের মূল্য কমে (বেড়ে), তখন গ্রাহকেরা তার জন্য আরও বেশি (কম) খরচ প্রতিবেদন করতে পারে যা অন্য পণ্যের সাথে তুলনামূলকভাবে আরও বেশি (কম) দাম হয়েছে। • পরিবর্তনের প্রভাব পরিমাণ চাহিদা বৃদ্ধি (হ্রাস) করতে পারে যখন একটি পণ্যের মূল্য কমে (বেড়ে), কারণ গ্রাহকেরা অন্য পণ্য থেকে এটি পরিবর্তন করে। • উদাহরণস্বরূপ, যদি একটি পণ্যের মূল্য কমে, তবে গ্রাহকেরা এর থেকে আরও বেশি কিনতে সম্ভাবনা আছে এবং অন্য পণ্য কম কিনতে সম্ভাবনা আছে কারণ এটি সম্পর্কিতভাবে সস্তা হয়েছে। ৩। সংযুক্ত প্রভাব: • একটি পণ্যের মূল্যের পরিবর্তনের প্রভাবের মোট প্রভাব হল আয়ের প্রভাব এবং পরিবর্তনের প্রভাবের যোগফল। • প্রভাবের মোট প্রভাব যেভাবে পরিমাণ চাহিদা বৃদ্ধি বা হ্রাসের দিক দেখায় তা আয়ের এবং পরিবর্তনের প্রভাবের প্রতিস্থাপনের প্রতি পরিমাণের প্রভাব নির্ভর করে। • সাধারণ পণ্যের জন্য, আয়ের প্রভাব এবং পরিবর্তনের প্রভাব একই দিকে কাজ করে, যেখানে পরিমাণ চাহিদা বৃদ্ধি (হ্রাস) যখন মূল্য কমে (বেড়ে) তখন বেশি (কম) প্রয়োজন হয়। নিম্নমানিক পণ্যের জন্য, আয়ের এবং পরিবর্তনের প্রভাব প্রতিস্থাপনের প্রতিস্থাপনের প্রভাব কাজ করে। আয়ের এবং পরিবর্তনের প্রভাব বোঝা গুরুত্বপূর্ণ যেহেতু দামের পরিবর্তনে কীভাবে গ্রাহকেরা প্রতিক্রিয়া দেয় এবং চাহিদার পরিবর্তনের দিক এবং পরিমাণের পরিবর্তনের মাত্রার পূর্বাভাস করার জন্য গুরুত্বপূর্ণ। এই প্রভাবগুলি গ্রাহকের তত্ত্বে মৌলিক ভূমিকা পালন করে এবং বাজারের ফলাফল, মূল্য কাঠামো, এবং কল্যাণ বিশ্লেষণের জন্য গুরুত্বপূর্ণ অবদান রয়েছে।

Marshallian and compensated demand curves

Marshallian and compensated demand curves are two different ways of representing how the quantity demanded of a good or service changes in response to changes in its price. These curves are derived from different perspectives and have different interpretations:

1. **Marshallian Demand Curve:**

- The Marshallian demand curve, named after the economist Alfred Marshall, represents the relationship between the quantity demanded of a good and its price, holding all other factors constant.
- It is the conventional demand curve that slopes downward from left to right, indicating the inverse relationship between price and quantity demanded.
- The Marshallian demand curve reflects the substitution effect and income effect of a price change but does not account for changes in consumer welfare or purchasing power.

- It is derived from consumer preferences and utility maximization without considering how changes in prices affect consumers' real incomes.

2. Compensated (Hicksian) Demand Curve:

- The compensated demand curve, also known as the Hicksian demand curve, is named after the economist John Hicks.
- It represents the quantity demanded of a good after adjusting for changes in purchasing power (real income) resulting from changes in its price.
- The compensated demand curve holds utility constant before and after the price change, compensating consumers for changes in their real income so that they remain at the same level of utility.
- Unlike the Marshallian demand curve, the compensated demand curve accounts for both the substitution effect and the income effect of a price change while keeping utility constant.
- The compensated demand curve typically slopes downward, but it may have different slopes than the Marshallian demand curve due to the income effect being offset by the substitution effect.

In summary, while the Marshallian demand curve reflects how changes in price affect the quantity demanded while holding utility constant, the compensated demand curve reflects how changes in price affect the quantity demanded while holding real income (purchasing power) constant. Both curves provide insights into consumer behavior and market demand, but they emphasize different aspects of consumer decision-making.

মার্শালিয়ান এবং সম্পরিকৃত (হিকসিয়ান) চাহিদা বক্রী দুটি প্রভাবে দেখানো যায় যেভাবে একটি পণ্য বা সেবার পরিমাণের পরিবর্তন মূল্যের পরিবর্তনে প্রতিক্রিয়া দেয়। এই বক্রীগুলি বিভিন্ন দৃষ্টিভঙ্গিতে উত্থানিত হয় এবং বিভিন্ন ব্যাখ্যা করে: ১। মার্শালিয়ান চাহিদা বক্র: • মার্শালিয়ান চাহিদা বক্র, অর্থনৈতিকবিদ আলফ্রেড মার্শালের নামে পরিচিত, একটি পণ্যের চাহিদা পরিমাপ করে যা এর মূল্য এবং অন্য কোনও পরিবর্তন ধরে রাখে। • এটি বাম থেকে ডানে অবনমন হয়, যাতে মূল্য এবং চাহিদার পরিমাণের মধ্যে প্রতিক্রিয়া দেখায়। • মার্শালিয়ান চাহিদা বক্র পরিবর্তিত এবং প্রস্তুত ব্যক্তিগত অনুভূতি এবং ক্রয় শক্তির পরিবর্তন বিনা গ্রাহকের পছন্দ এবং ইউটিলিটির উপর নজর রাখে না। • এটি গ্রাহকের পছন্দ এবং ইউটিলিটির সর্বোচ্চোত্তরণ থেকে প্রাপ্ত হয় তবে মূল্যের পরিবর্তনের কীভাবে গ্রাহকের বাস্তব আয় প্রভাবিত হয় সেটি পরিবর্তিত করে না। ২। সম্পরিকৃত (হিকসিয়ান) চাহিদা বক্র: • সম্পরিকৃত চাহিদা বক্র, যা অর্থনৈতিকবিদ জন হিকসের নামে পরিচিত, মূল্যের পরিবর্তনের ফলে প্রাপ্তিশীল ক্রয় শক্তির (বাস্তব আয়) পরিবর্তনের জন্য বিশ্রী হয়। • সম্পরিকৃত চাহিদা বক্র ইউটিলিটি পরিবর্তনের আগে এবং পরে সম্পর্কে যে পরিমাণ চাহিদা করা হয় তা ধরে রাখে, যাতে গ্রাহকরা একই ইউটিলিটির স্তরে থাকেন। • মার্শালিয়ান চাহিদা বক্রের বিপরীতে, সম্পরিকৃত চাহিদা বক্র ইউটিলিটি ধরে রাখা সময়ে এবং পরে মূল্যের পরিবর্তনের উপর ক্রয় শক্তির পরিবর্তন দ্রুততম করে সম্পর্কে সম্পর্কে চিন্তা না করে। • মার্শালিয়ান চাহিদা বক্রের বিরুদ্ধে, সম্পরিকৃত চাহিদা বক্র অধিক পর্যায়ে অধিক প্রাপ্তির চেয়ে প্রাপ্তির

পরিবর্তনের মূল্য এবং বিন্যাসের পরিবর্তনের সংস্কারণ ধরে রাখে যাতে ইউটিলিটি ধরে রাখা যায়। সংক্ষেপে, যখন মার্শালিয়ান চাহিদা বক্র ইউটিলিটি ধরে রাখে কীভাবে মূল্যের পরিবর্তন প্রভাবিত হয় তা প্রতিনিধিত্ব করে, সেই সময়ে সম্পর্কিত চাহিদা বক্র মূল্যের পরিবর্তন প্রভাবিত হয় কীভাবে বাস্তব আয় (ক্রয় শক্তি) ধরে রাখা হয়। উভয় বক্র গ্রাহকের নিষ্পাদনের প্রসঙ্গে মৌলিক ভূমিকা পালন করে কিন্তু তারা গ্রাহকের নির্ধারণের বিভিন্ন দিক প্রকাশ করে।

Price Consumption Curve; Income Consumption Curve; and Engel Curve

Price Consumption Curve (PCC), Income Consumption Curve (ICC), and Engel Curve are all graphical representations used in economics to understand how changes in prices and income affect consumer behavior and consumption patterns.

1. Price Consumption Curve (PCC):

- The Price Consumption Curve shows how changes in the price of one good affect the quantity demanded of that good, while holding the consumer's income and the price of other goods constant.
- It illustrates the substitution effect of a price change, which is the change in quantity demanded resulting from consumers substituting the good whose price changed for other goods.
- The PCC typically slopes downward from left to right, indicating the inverse relationship between the price of the good and the quantity demanded.
- Each point on the PCC corresponds to a specific price of the good and the associated quantity demanded, assuming utility is held constant.

2. Income Consumption Curve (ICC):

- The Income Consumption Curve shows how changes in a consumer's income affect the quantities of goods consumed, while holding prices constant.
- It illustrates the income effect of a change in income, which is the change in consumption resulting from changes in real income while prices remain constant.
- The ICC typically slopes upward from left to right, indicating the positive relationship between income and the quantities of goods consumed.
- Each point on the ICC corresponds to a specific level of income and the associated quantities of goods consumed, assuming prices are held constant.

3. Engel Curve:

- The Engel Curve shows how the quantity demanded of a particular good changes with changes in income, while holding the prices of goods constant.

- It illustrates the income elasticity of demand for the good, which measures the responsiveness of the quantity demanded to changes in income.
- Engel Curves can have various shapes depending on the income elasticity of demand for the good:
 - For normal goods, the Engel Curve slopes upward from left to right, indicating a positive income elasticity of demand.
 - For inferior goods, the Engel Curve slopes downward from left to right, indicating a negative income elasticity of demand.
 - For luxury goods, the Engel Curve may initially slope upward but flatten out or even slope downward at higher income levels, indicating a decreasing income elasticity of demand.

These curves help economists analyze consumer behavior, understand the effects of changes in prices and income on consumption patterns, and make predictions about how consumers will respond to changes in their economic environment.

Price Consumption Curve (PCC), আয়ের সংলাপ বক্র (ICC), এবং এঙ্গেল বক্র সব অর্থনৈতিক চালক ব্যবহার করা হয় যাতে বুঝতে পারা যায় কীভাবে মূল্য এবং আয় পরিবর্তন গ্রাহকের আচরণ এবং ব্যয় প্যাটার্ন প্রভাবিত করে। ১। মূল্য সংলাপ বক্র (PCC): • মূল্য সংলাপ বক্র দেখায় কীভাবে একটি পণ্যের মূল্যের পরিবর্তন কোনও পণ্যের চাহিদার পরিমাণ প্রভাবিত করে, যখন গ্রাহকের আয় এবং অন্যান্য পণ্যের মূল্য স্থির থাকে। • এটি প্রতিস্থাপন প্রভাব দেখায় একটি মূল্যের পরিবর্তনের, যা মূল্যের পরিবর্তনের ফলে গ্রাহকের অন্যান্য পণ্যগুলির জন্য মূল্যের সংস্থান পরিবর্তন হয়। • মূল্য সংলাপ বক্র সাধারণত বাম থেকে ডানে অবনমন হয়, যা মূল্য এবং চাহিদার পরিমাণের মধ্যে বিপরীত সম্পর্ক দেখায়। • প্রতিটি বিন্দু মূল্য এবং সম্পর্কিত পরিমাণ চাহিদা প্রস্তুত এবং এই মূল্য ধরে ইউটিলিটি ধরে রাখা বিনা। ২। আয় সংলাপ বক্র (ICC): • আয় সংলাপ বক্র দেখায় কীভাবে একটি গ্রাহকের আয় পরিবর্তন প্রভাব ফেলে পণ্য ব্যবহারের পরিমাণ, যখন মূল্য স্থির থাকে। • এটি আয়ের পরিবর্তনের আয়ের পরিবর্তন দেখায়, যা মূল্য স্থির থাকলে ব্যয়ের পরিবর্তন দ্রুততম। • আয় সংলাপ বক্র সাধারণত বাম থেকে ডানে অবনমন হয়, যা আয় এবং পণ্য ব্যবহারের পরিমাণের মধ্যে গতিশীল সম্পর্ক দেখায়। • প্রতিটি বিন্দু আয় এবং সম্পর্কিত পরিমাণ প্রস্তুত এবং এই মূল্য ধরে পণ্যের পরিমাণ ব্যবহার করা হয়, যখন মূল্য স্থির থাকে। ৩। এঙ্গেল বক্র: • এঙ্গেল বক্র দেখায় কীভাবে একটি নির্দিষ্ট পণ্যের চাহিদা আয়ের পরিবর্তন প্রভাব ফেলে, যখন বাকি পণ্যের মূল্য স্থির থাকে। • এটি পরিমাণের প্রতিস্থাপন সুস্পষ্টতা দেখায় যা আয়ের পরিবর্তনের প্রতিস্থাপন দেখায়। • এঙ্গেল বক্র পণ্যের চাহিদা প্রতি মূল্য পরিবর্তনের সাথে সাথে বদলায়, যা পরিমাণের প্রতিস্থাপনের মাত্রা পরিমাপ করে। • এঙ্গেল বক্রগুলির বিভিন্ন আকার হতে পারে নিম্নলিখিত স্থানগুলিতে পণ্যের চাহিদার আয়ের সরণিতে: • সাধারণ পণ্যের জন্য, এঙ্গেল বক্র বাম থেকে ডানে অবনমন হয়, যা চাহিদার আয় এবং সংখ্যার মধ্যে ধনাত্মক আয়ের প্রতিস্থাপন দেখায়। • নিম্নমানের পণ্যের জন্য, এঙ্গেল বক্র বাম থেকে ডানে অবনমন হয়, যা চাহিদার আয় এবং প্রতিবিশ্বের মধ্যে নেতিবাচক আয়ের প্রতিস্থাপন দেখায়। • স্থায়ী পণ্যের জন্য, এঙ্গেল বক্র প্রাথমিকভাবে বাম থেকে ডানে অবনমন করে, তবে উচ্চ আয়ের স্তরে এটি মোড়া নিয়ে আসে বা উপনিবেশ হয় না, যা নেতিবাচক আয়ের প্রতিস্থাপন

দেখায়। এই বক্রগুলি অর্থনৈতিকবিদদের গ্রাহক আচরণ বিশ্লেষণ, মূল্য এবং আয়ের পরিবর্তনের প্রভাব ব্যয় প্যাটার্ন, এবং তাদের অর্থনৈতিক পরিবেশে কীভাবে গ্রাহকরা প্রতিক্রিয়া দেয় তা বোঝার জন্য সাহায্য করে।

Homothetic tastes

Homothetic tastes refer to a type of consumer preference where the relative proportions of goods consumed remain constant as income changes. In other words, homothetic preferences exhibit a constant ratio of consumption across different goods, regardless of the level of income. This concept is widely used in microeconomic theory to simplify the analysis of consumer behavior and derive various economic results.

Key characteristics of homothetic tastes include:

1. **Constant Marginal Rate of Substitution (MRS):**

- Under homothetic preferences, the marginal rate of substitution between any two goods remains constant along an indifference curve.
- The MRS represents the rate at which a consumer is willing to substitute one good for another while remaining indifferent (i.e., keeping utility constant).
- Because the MRS is constant, the shape of indifference curves for homothetic preferences is typically linear.

2. **Constant Income Elasticity of Demand:**

- Homothetic preferences imply that the income elasticity of demand for all goods is constant.
- The income elasticity of demand measures the responsiveness of the quantity demanded of a good to changes in income.
- With homothetic preferences, goods with higher prices will have higher income elasticities of demand compared to goods with lower prices.

3. **Homogeneity of Degree Zero:**

- Homothetic preferences satisfy the property of homogeneity of degree zero in utility.
- This means that multiplying the quantities of all goods by a positive constant leaves utility unchanged.
- Mathematically, if $U(x_1, x_2, \dots, x_n)$ represents the utility function for homothetic preferences, then $U(\lambda x_1, \lambda x_2, \dots, \lambda x_n) = U(x_1, x_2, \dots, x_n)$ for any positive constant λ .

Homothetic preferences are often used as a simplifying assumption in economic models because they allow for straightforward analysis of consumer behavior and market outcomes. However, it's important

to recognize that real-world consumer preferences may not always adhere strictly to the homotheticity assumption. Nonetheless, studying homothetic tastes provides valuable insights into consumer decision-making and market dynamics.

হোমোথেটিক স্বাদ ব্যক্তির পছন্দের একটি ধরন যেখানে আয়ের পরিবর্তনের সাথে সাথে সেবার অংশগুলির পরিমাণের পরিমাণ ধ্রুব থাকে। অন্য কথায়, হোমোথেটিক পছন্দগুলি বিভিন্ন পণ্যের উপর ব্যবহৃত সম্পর্কিত অনুপাতগুলির ধ্রুব অনুপাত প্রদর্শন করে, আয়ের স্তরের অবিচ্ছিন্নভাবে। এই ধারণাটি মাইক্রোঅর্থনৈতিক তত্ত্বে ব্যবহৃত হয় গ্রাহকের আচরণ বিশ্লেষণ সহজ করার জন্য এবং বিভিন্ন অর্থনৈতিক ফলাফল উত্পন্ন করার উদ্দেশ্যে।

হোমোথেটিক স্বাদের মৌলিক বৈশিষ্ট্যগুলির মধ্যে নিম্নলিখিত রয়েছে:

1. স্থির অনুপাতের মার্জিনাল পরিবর্তন (MRS): • হোমোথেটিক পছন্দের অধীনে, যে কোনও দুটি পণ্যের মার্জিনাল পরিবর্তন অবনমন বৃত্তের সাথে ধ্রুব থাকে। • MRS একটি দ্রুততার প্রতিনিধিত্ব করে যা একটি গ্রাহক যে একটি পণ্য অপছন্দ করতে প্রস্তুত তার বিনিময়ের হারে (ইউটিলিটি ধরে রাখতে)। • মার্জিনাল পরিবর্তন নিরন্তর হলে, হোমোথেটিক পছন্দগুলির অমূল্য বৃত্তের আকৃতি সাধারণত রেখামালা।
2. আয়ের অনুপাতের স্থিরতা: • হোমোথেটিক পছন্দগুলির মধ্যে ধারণা করা হয় যে সমস্ত পণ্যের জন্য আয়ের ব্যবহারের প্রতিস্থাপনের প্রতিস্থাপন স্থির। • আয়ের পরিবর্তনের প্রতিস্থাপন মাত্রা প্রতিস্থাপনের প্রতিস্থাপন পরিমাপ করে।
3. শূন্যের গণনার সমন্বয়: • হোমোথেটিক পছন্দগুলি হিটের ধরণের বৈশিষ্ট্যগুলির মধ্যে অনুগামী। • এটা মানে যে সমস্ত পণ্যের পরিমাণ একটি প্রস্তুত ধনাত্মক ধনাত্মক পরিমাণ পরিমাপ প্রযোজ্য রাখতে হবে। • গণিতগতভাবে, যদি $U(x_1, x_2, \dots, x_n)$ হোমোথেটিক পছন্দগুলির উপাদান নামকো হয় যে কোনও ধনাত্মক ধনাত্মক পরিমাণের প্রতিস্থাপন করে যা যে কোনও ধনাত্মক ধনাত্মক পরিমাণের প্রতিস্থাপন দেখায় (বা দেখায়) $U(\lambda x_1, \lambda x_2, \dots, \lambda x_n) = U(x_1, x_2, \dots, x_n)$ for any positive constant λ ।

হোমোথেটিক পছন্দগুলি অর্থনৈতিক মডেলগুলিতে সম্পর্কিত প্রস্তাবনা হিসাবে ব্যবহৃত হয় কারণ এটি গ্রাহকের আচরণ এবং বাজারের ফলাফল পর্যালোচনা করার সহজতম পদ্ধতি প্রদান করে। তবে, অর্থনৈতিক মডেলে সত্যিকার জীবনের গ্রাহকের পছন্দ সমৃদ্ধি কখনও হোমোথেটিক ধারণাতে পূর্ণভাবে মানা হয় না তাই অবশ্যই বুঝতে হয়। তবে, হোমোথেটিক স্বাদ অনুশীলনে গ্রাহক নিয়োজিত ও বাজার গতিতে মূল্যবান সন্ধান সরবরাহ করে।

Labour Supply and Savings Decision – choice between leisure and consumption.

The labor supply and savings decision involves individuals making choices between allocating their time to work (labor supply) and leisure, as well as deciding how to allocate their income between

consumption and savings. These decisions are influenced by various factors such as wages, interest rates, preferences, and household constraints.

1. **Labor Supply Decision:**

- Individuals face a trade-off between working and enjoying leisure time.
- Higher wages increase the opportunity cost of leisure, encouraging individuals to supply more labor.
- Factors influencing labor supply include wage rates, non-pecuniary benefits of leisure, working conditions, and household responsibilities.
- The labor-leisure trade-off is often depicted graphically with the labor supply curve, which shows the quantity of labor supplied at different wage rates. The labor supply curve typically slopes upward, indicating that individuals supply more labor as wages increase.
- Elasticity of labor supply measures the responsiveness of labor supply to changes in wages. It depends on factors such as the availability of alternative activities, job flexibility, and preferences for leisure.

2. **Savings Decision:**

- Individuals must decide how much of their income to allocate to consumption and how much to save for future consumption.
- Factors influencing the savings decision include interest rates, income levels, expectations about future income and expenses, risk preferences, and access to credit.
- Higher interest rates increase the return on savings, incentivizing individuals to save more. Conversely, lower interest rates may encourage more consumption and less saving.
- The savings decision is often analyzed using the concept of intertemporal choice, where individuals balance current consumption against future consumption.
- The savings decision is depicted graphically with the savings function or the savings-consumption frontier, which shows the combinations of current consumption and savings that are feasible given individuals' current income and preferences.

The labor supply and savings decisions are interrelated because the amount of labor supplied affects income, which in turn influences the ability to save and consume. Additionally, the choices individuals make regarding labor supply and savings can have long-term implications for their well-being, retirement planning, and economic security. Policymakers often consider these decisions when designing policies related to taxation, social security, retirement savings, and labor market regulations.

শ্রম সরবরাহ এবং সঞ্চয় নিয়োগের সিদ্ধান্ত অব্যাহতভাবে সময় বন্টন করার মধ্যে ও সময় বন্টনের মধ্যে এবং যেভাবে পূর্বোপনীত পণ্য এবং সঞ্চয়ে তাদের আয় বন্টন করা সিদ্ধান্তের মধ্যে মানুষ নেয়। এই সিদ্ধান্তগুলি মোটামুটি মজুদ কৌশলের উপর প্রভাবিত হয় যেমন মজুদ মূল্য, সুদের হার, পছন্দ, এবং পরিবারের মর্যাদা।

1. শ্রম সরবরাহ সিদ্ধান্ত: • ব্যক্তির কাজ করা এবং সময় উপভোগ করার মধ্যে প্রতিদ্বন্দ্বীতা অভিজ্ঞ করেন। • উচ্চ মজুদ বিশেষজ্ঞতা মোকাবেলা করার সুযোগের মূল্য বৃদ্ধি করে। এটি ব্যক্তিদের আরও বেশি শ্রম সরবরাহ করতে উৎসাহিত করে। • শ্রম সরবরাহের প্রভাবিত কারকগুলি হলো মজুদের হার, অবানুপজীবনী সুবিধা, কাজের অবস্থা, এবং পরিবারের দায়িত্বগুলি। • শ্রম-সময় বিনিময় সমস্যাটি সাধারণত শ্রম সরবরাহ বৃত্ত দিয়ে চিত্রিত করা হয়, যা বিভিন্ন মজুদ হারে বিভিন্ন পরিমাণের শ্রম সরবরাহ প্রদর্শন করে। শ্রম সরবরাহ বৃত্ত সাধারণত উপরের দিকে প্রসারিত হয়, যা প্রদর্শন করে যে ব্যক্তির মজুদ বৃদ্ধি দিয়ে বেশি শ্রম সরবরাহ করেন। • শ্রম সরবরাহের প্রবৃদ্ধিশীলতা মজুদের প্রতিস্থাপনের সার্থকতা পরিমাপ করে। এটি বিভিন্ন বিকল্প কাজের উপস্থিতি, কাজের মঞ্চন, এবং বিশেষজ্ঞতা মজুদের জন্য উপভোগের পছন্দের উপর নির্ভর করে।
2. সঞ্চয় সিদ্ধান্ত: • ব্যক্তির তাদের আয়ের কতটি অংশ পরিবর্তনের জন্য পরিবর্তন করবেন তা নির্ধারণ করতে হবে এবং কতটি সঞ্চয়ের জন্য সঞ্চয় করবেন তা নির্ধারণ করতে হবে তা নির্ধারণ করতে হবে। • সঞ্চয় সিদ্ধান্তের প্রভাবিত কারকগুলির মধ্যে আছে সুদের হার, আয়ের মাত্রা, ভবিষ্যতের আয় এবং ব্যয়ের আশা, ঝুঁকির পছন্দ, এবং ক্রেডিটের অধিগম। • উচ্চ সুদের হার সঞ্চয়ের প্রতিশ্রুতি বৃদ্ধি করে, অনুপ্রাণিত করে ব্যক্তিদের আরও বেশি সঞ্চয় করতে। সাথে, নিম্ন সুদের হার আরও বেশি ব্যয় এবং কম সঞ্চয়ের উদ্বুদ্ধিত করতে পারে। • সঞ্চয় সিদ্ধান্ত সময়ের মধ্যে বর্তমান ব্যয়ের বিরুদ্ধে প্রতিবর্তন বিশ্বাসের সাথে বিপর্যস্ত হিসাবে নিয়োজিত করা হয়, যেখানে ব্যক্তির বর্তমান ব্যয় এবং ভবিষ্যতের ব্যয়ের সমন্বয় করেন। • সঞ্চয় সিদ্ধান্ত সাধারণত বর্তমান আয় এবং পছন্দগুলির উপর প্রভাব ফেলে তাদের বর্তমান আয় এবং পরিবার পরিস্থিতির উপর প্রভাব ফেলে। • শ্রম সরবরাহ এবং সঞ্চয় সিদ্ধান্ত সংশ্লিষ্ট হয় কারণ শ্রম সরবরাহের পরিমাণ মজুদের আয়ের উপর প্রভাবিত হয়, যা পরিবর্তে সঞ্চয় এবং ব্যয় প্রভাবিত করে। এছাড়াও, শ্রম সরবরাহ এবং সঞ্চয় সিদ্ধান্ত নিয়ে ব্যক্তিদের দেওয়া সিদ্ধান্তগুলি তাদের স্বাস্থ্য, পেনশন পরিকল্পনা, এবং অর্থনৈতিক নিরাপত্তা সহ দীর্ঘমেয়াদি প্রভাব ফেলে তা নির্ধারণ করা হয়। নীতিমাকারীরা মূল্যবান সন্ধান, সামাজিক সুরক্ষা, পেনশন সঞ্চয়, এবং শ্রম বাজার বিনিয়োগ সম্বন্ধে নীতি তৈরি করার সময় এই সিদ্ধান্তগুলি বিবেচনা করে।

The Firm and Perfect Market Structure

Defining a firm – firm's legal forms; profit maximization hypothesis, Contractual theories and organizational theories of firms (concepts only)

Defining a Firm:

A firm is an organization or entity engaged in economic activities aimed at producing goods and services to meet the demands of consumers. Firms typically bring together various factors of production, such as labor, capital, and entrepreneurship, to produce output for sale in the market. Firms play a crucial role in the economy by creating employment, generating income, and contributing to overall economic growth and development.

Legal Forms of Firms:

Firms can take various legal forms, each with its own rights, responsibilities, and implications for ownership, liability, and taxation. Common legal forms of firms include:

1. **Sole Proprietorship:** A business owned and operated by a single individual. The owner has unlimited liability for the business's debts and obligations.
2. **Partnership:** A business owned and operated by two or more individuals who share profits, losses, and management responsibilities. Partnerships can be general partnerships (where all partners have unlimited liability) or limited partnerships (where at least one partner has limited liability).
3. **Corporation:** A legal entity separate from its owners (shareholders) that can enter into contracts, own assets, sue, and be sued. Shareholders have limited liability, and ownership is represented by shares of stock.
4. **Limited Liability Company (LLC):** A hybrid legal structure that combines features of both partnerships and corporations. Owners (members) have limited liability, and the company's profits and losses pass through to the members' personal tax returns.

Profit Maximization Hypothesis:

The profit maximization hypothesis posits that firms aim to maximize their profits, which is the difference between total revenue and total costs. According to this hypothesis, firms will adjust their production levels and pricing strategies to maximize profits, subject to constraints such as market demand, resource availability, and legal and ethical considerations. While profit maximization is often assumed in economic theory, firms may pursue other objectives, such as sales growth, market share, or social responsibility, depending on the goals of management and shareholders.

Contractual Theories of Firms:

Contractual theories view firms as arrangements for coordinating economic activities through contractual agreements between individuals or entities. These theories emphasize the role of contracts and transactions costs in organizing economic activities within firms. Key contractual theories include:

1. **The Principal-Agent Theory:** Focuses on the relationship between principals (owners) and agents (managers) in firms, highlighting issues of agency costs, information asymmetry, and the design of incentive systems to align the interests of principals and agents.

2. Transaction Cost Economics: Developed by Ronald Coase and further elaborated by Oliver Williamson, transaction cost economics emphasizes the role of transaction costs (the costs of negotiating, monitoring, and enforcing contracts) in determining the boundaries of the firm and the choice between market and hierarchical forms of organization.

Organizational Theories of Firms:

Organizational theories focus on understanding the internal structure, design, and behavior of firms. These theories seek to explain how firms organize their resources and activities to achieve their goals. Key organizational theories include:

1. The Theory of the Firm: Developed by economists such as Ronald Coase and Armen Alchian, the theory of the firm examines how firms minimize production costs and maximize profits by organizing economic activities internally rather than relying solely on market transactions.
2. Resource-Based View (RBV) of the Firm: Focuses on the role of internal resources and capabilities in shaping a firm's competitive advantage and long-term performance. According to the RBV, firms develop unique capabilities and competencies that enable them to create value and sustain competitive advantage over time.

These concepts provide frameworks for understanding the nature, behavior, and organization of firms in the economy, and they continue to be central to research and analysis in the fields of economics, management, and organizational studies.

একটি প্রতিষ্ঠান সংগঠন বা অংশীদারি সংস্থা, যা উৎপাদন করার উদ্দেশ্যে অর্থনৈতিক কার্যকলাপে নিয়োজিত থাকে যাতে গ্রাহকদের চাহিদা পূরণ করার জন্য পণ্য এবং পরিষেবা তৈরি করা হয়। সাধারণত প্রতিষ্ঠানগুলি বিভিন্ন উৎপাদনের ঘাটতি, যেমন শ্রম, মূলধন, এবং উদ্যমিত্ব, সমন্বয় করে এসে মার্কেটে বিক্রির জন্য উৎপাদন করে। প্রতিষ্ঠানগুলি কর্ম সৃষ্টি করে, আয় উৎপন্ন করে, এবং সামগ্রিক অর্থনৈতিক উন্নতি এবং উন্নয়নে অবদান রেখে।

প্রতিষ্ঠানের আইনসমূহ: প্রতিষ্ঠান বিভিন্ন আইনি আকার ধারণ করতে পারে, প্রতিটি নিজের অধিকার, দায়িত্ব, এবং মালিকানার জন্য অনুমোদনের সঙ্গে সম্পর্কিত অনুমান করে এবং করোনির জন্য প্রভাব, দায়িত্ব, এবং কর নির্দেশসমূহ। প্রতিষ্ঠানের সাধারণ আইনি আকারগুলির মধ্যে অন্তর্ভুক্ত হতে পারে: ১। একক প্রতিষ্ঠান: একজন ব্যক্তি দ্বারা মালিকানা এবং পরিচালিত ব্যবসা। মালিকের ব্যবসায়ের দায়িত্ব এবং দায় অসীম। ২। পার্টনারশিপ: দুই বা ততোধিক ব্যক্তি দ্বারা মালিকানা এবং পরিচালিত ব্যবসা যারা লাভ, ক্ষতি, এবং পরিচালনার দায়িত্ব ভাগ করে। পার্টনারশিপ সাধারণ পার্টনারশিপ (যেখানে সকল পার্টনারদের দায় অসীম) বা সীমাবদ্ধ পার্টনারশিপ (যেখানে অন্তত একজন পার্টনারের দায় অসীম) হতে পারে। ৩। কর্পোরেশন: একটি আইনি একক নিজের মালিকানা (শেয়ারধারী) যা চুক্তি করতে পারে, সম্পত্তি মালিকানা, দায়ী এবং দায়ী হতে পারে। শেয়ারধারীদের সীমিত দায়িত্ব থাকে, এবং মালিকানা শেয়ারের মাধ্যমে প্রতিনিধিত্ব করা হয়। ৪। সীমাবদ্ধ দায়িত্ব সংস্থা (এলএলসি): একটি হাইব্রিড আইনি গঠন যা পার্টনারশিপ এবং কর্পোরেশনের সুযোগ-সুবিধার বৈশিষ্ট্য সমন্বয় করে। মালিকানাধারা (সদস্যরা) সীমিত দায়িত্ব রাখেন, এবং লাভ এবং ক্ষতি সদস্যদের ব্যক্তিগত কর ফাইলে পার্থক্য প্রদান করে।

লাভ অধিকরণ অনুমান: লাভ অধিকরণ অনুমানে অনুমান করে যে প্রতিষ্ঠান লাভ অধিকরণ করতে চেষ্টা করে, যা মোট রাজস্ব এবং মোট খরচের মধ্যে পার্থক্য। এই অনুমানে অনুসারে, প্রতিষ্ঠান লাভ অধিকরণের জন্য তাদের উৎপাদন পর্যায়ে এবং মূল্য নির্ধারণ করবে, শর্ত গুলির অধীনে যেমন বাজারের চাহিদা, সম্পদ উপলব্ধতা, এবং আইনী এবং নৈতিক বিবেচনাগুলি। যখন অর্থনৈতিক থিওরিতে লাভ অধিকরণ সাধারণত ধারণা করা হয়, তখন প্রতিষ্ঠান ব্যবসা বৃদ্ধি, বাজার ভাগ, বা সামাজিক দায়িত্বের মতো অন্য উদ্দেশ্য অনুসরণ করতে পারে, পরিচালনার এবং শেয়ারহোল্ডারদের লক্ষ্যের উপর নির্ভর করে।

প্রতিষ্ঠানের চুক্তি সিদ্ধান্তের থিওরি: চুক্তি সিদ্ধান্তের থিওরি প্রতিষ্ঠানগুলিকে অব্যাহত করার জন্য চুক্তি সম্পাদন করার মাধ্যমে অর্থনৈতিক কার্যকলাপ সমন্বয় করার জন্য সাজানে। এই থিওরিগুলি চুক্তি এবং লেনদেন খরচের (চুক্তি দাওয়ার, পর্যবেক্ষণ করার এবং চুক্তি প্রযুক্তি নিয়ন্ত্রণের খরচ) প্রতিষ্ঠানের ভিত্তি পরিচিত করা হয়। মৌলিক চুক্তি সিদ্ধান্তগুলির মধ্যে অবদান রেখে: ১। প্রিন্সিপাল-এজেন্ট থিওরি: প্রিন্সিপাল (মালিকরা) এবং এজেন্ট (ম্যানেজারগুলি) মধ্যে সম্পর্কে অগ্রগতির উপর গুরুত্ব দেওয়া হয়, যেখানে প্রধানের এজেন্টের সমস্যা, তথ্য অসিমেট্রি, এবং প্রয়োজনীয় ইনসেন্টিভ ব্যবস্থার উপর লক্ষ্য করা হয়। ২। লেনদেন খরচ অর্থনীতি: রোনাল্ড কোয়েস দ্বারা উত্পাদিত এবং অলিভার উইলিয়ামসন দ্বারা আরও বিস্তারিত করা হয়েছে, লেনদেন খরচ অর্থনীতি লেনদেন খরচের ভূমিকা (চুক্তি দাওয়ার, পর্যবেক্ষণ করার এবং চুক্তি প্রযুক্তি নিয়ন্ত্রণের খরচ) নির্ধারণের বিষয়ে বলে। প্রতিষ্ঠানের সীমা এবং সংস্থানির্বাচনের মধ্যে লেনদেন খরচের ভূমিকার প্রভাব করা হয়।

প্রতিষ্ঠানের থিওরি: প্রতিষ্ঠানের থিওরিগুলি প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ গঠন, উপাদান, এবং আচরণের সম্পর্কে জানার জন্য কেন্দ্রিক। এই থিওরিগুলি প্রতিষ্ঠান যেভাবে তাদের লক্ষ্য অর্জন করার জন্য তাদের সম্পদ এবং কার্যক্ষমতা সংগঠিত করে তা বোঝার চেষ্টা করে। মৌলিক প্রতিষ্ঠানের থিওরিগুলির মধ্যে অবদান রেখে: ১। প্রতিষ্ঠানের থিওরি: অর্থনৈতিকবিদরা যেমন রোনাল্ড কোয়েস এবং অর্মেন অ্যালচিয়ান এই থিওরি দ্বারা প্রতিষ্ঠান যেভাবে তাদের উত্পাদন খরচ নিয়ন্ত্রণ করে এবং লাভ অধিকরণের জন্য তাদের উভয়ত্রানুসারে অর্থনৈতিক কার্যকলাপ সংগঠিত করে তা পরীক্ষা করে। ২। রিসোর্স-ভিত্তিক দৃষ্টিকোণ (আরবিভি) অফ দ্যা প্রতিষ্ঠান: প্রতিষ্ঠানের মধ্যে আভ্যন্তরীণ সম্পদ এবং ক্ষমতার ভূমিকা এবং দীর্ঘমেয়াদী কর্মসংস্থান অধিকার তৈরি করার ব্যাপারে গুরুত্ব দেয়। আরবিভি অনুসারে, প্রতিষ্ঠানরা অনুবাদ তৈরি এবং সময়ের মধ্যে সংস্থানিক সীমানা পরিবর্তনের জন্য অদ্বিতীয় ক্ষমতা এবং দক্ষতা তৈরি করে।

এই ধারণাগুলি অর্থনৈতিক, ব্যবস্থাপনা, এবং প্রতিষ্ঠানিক অধ্যয়নের ক্ষেত্রে প্রতিষ্ঠানের স্বভাব, আচরণ, এবং সংগঠনের সম্পর্কে ধারণা প্রদান করতে ক্রমশঃ ক্রমশঃ প্রধান হিসাবে নিজেকে সাজানে এবং এগিয়ে যেতে থাকে।

Behaviour of profit maximizing firms and the production process

The behavior of profit-maximizing firms in the production process is influenced by several factors, including technology, input costs, market demand, and regulatory constraints. Profit-maximizing firms aim to produce the level of output that maximizes their profits, which are the difference between total revenue and total costs. Here's how profit-maximizing firms behave in the production process:

1. Profit Maximization Objective:

- Profit-maximizing firms seek to produce the level of output that maximizes their profits.
- Firms determine the optimal level of output where marginal revenue equals marginal cost. At this point, the firm maximizes its profits because it is producing the quantity at which the additional revenue from selling one more unit (marginal revenue) equals the additional cost of producing one more unit (marginal cost).

2. Production Decisions:

- Profit-maximizing firms make decisions about how much output to produce based on the profit-maximizing rule: Produce at the level where marginal revenue equals marginal cost ($MR = MC$).
- If marginal revenue exceeds marginal cost ($MR > MC$), the firm can increase profits by producing more output.
- If marginal cost exceeds marginal revenue ($MC > MR$), the firm can increase profits by producing less output.
- The firm continues adjusting its level of output until $MR = MC$, where it achieves the highest level of profit.

3. Input Choices:

- Profit-maximizing firms make decisions about how to allocate inputs (such as labor and capital) to produce output efficiently.
- Firms consider the marginal product of each input (the additional output produced by one additional unit of input) and the input's price to determine the optimal combination of inputs that minimizes costs.
- The firm equates the marginal product of each input to its price to achieve input optimization.

4. Technology and Efficiency:

- Profit-maximizing firms aim to use technology and production methods that minimize costs and maximize output.
- Firms seek to operate at the lowest possible average total cost (ATC) curve for the given level of output.
- Efficiency in production involves producing the maximum amount of output with the given resources or producing a given level of output with the minimum possible inputs.

5. Market Conditions and Demand:

- Profit-maximizing firms consider market conditions and demand for their products when making production decisions.
- Firms adjust their level of output in response to changes in market demand, aiming to produce the quantity that maximizes profits given prevailing market conditions.
- Changes in market demand can influence both the price the firm can charge for its products and the quantity of output it can sell.

In summary, profit-maximizing firms make decisions about production levels and input usage to maximize profits. These decisions are based on the profit-maximizing rule, which equates marginal revenue to marginal cost, and involve considerations of technology, input costs, market demand, and efficiency in production.

লাভ সর্বোচ্চতা অর্জনকারী প্রতিষ্ঠানগুলির উৎপাদন প্রক্রিয়াতে বিভিন্ন কারণে প্রভাবিত হয়, যেমন প্রযুক্তি, ইনপুট খরচ, বাজারের চাহিদা, এবং প্রতিবেদনগুলির সীমাবদ্ধতা। লাভ সর্বোচ্চতা অর্জনকারী প্রতিষ্ঠানগুলি লভ্য মোট রাসায়নিক এবং মোট খরচের পার্থক্য (লাভ) যা সর্বাধিক হয়ে থাকে, তার স্তর উৎপাদন করার লক্ষ্য ধরে। নিম্নে লাভ সর্বোচ্চতা অর্জনকারী প্রতিষ্ঠানগুলি উৎপাদন প্রক্রিয়ায় কিভাবে আচরণ করে:

1. লাভ সর্বোচ্চতা লক্ষ্য: • লাভ সর্বোচ্চতা অর্জনকারী প্রতিষ্ঠানগুলি তাদের লাভ সর্বোচ্চতা বৃদ্ধি করতে চেষ্টা করে।
• প্রতিষ্ঠানরা মার্জিনাল রাজস্ব মার্জিনাল খরচ সমান হয়ে উৎপাদনের সর্বোচ্চ স্তর নির্ধারণ করে। এই বিন্দুতে, প্রতিষ্ঠানটি তার লাভ সর্বোচ্চতা বৃদ্ধি করে কারণ এটি একক একক ইউনিট বিক্রয় করার বৃদ্ধি রাজস্ব (মার্জিনাল রাজস্ব) একক ইউনিট তৈরির বৃদ্ধি খরচ (মার্জিনাল খরচ) সমান হয়।
2. উৎপাদন নির্ধারণ: • লাভ সর্বোচ্চতা অর্জনকারী প্রতিষ্ঠানগুলি লাভ সর্বোচ্চতা নিয়ে সিদ্ধান্ত নেয় যেমন: মার্জিনাল রাজস্ব মার্জিনাল খরচ সমান হয় ($MR = MC$) স্তরে উৎপাদন করুন। • যদি মার্জিনাল রাজস্ব মার্জিনাল খরচ ছাড়িয়ে যায় ($MR > MC$), প্রতিষ্ঠানটি আরও উৎপাদন করে লাভ বৃদ্ধি করতে পারে। • যদি মার্জিনাল খরচ মার্জিনাল রাজস্ব ছাড়িয়ে যায় ($MC > MR$), প্রতিষ্ঠানটি আরও কম উৎপাদন করে লাভ বৃদ্ধি করতে পারে। • প্রতিষ্ঠানটি তার উৎপাদনের স্তর সংশোধন করে যতক্ষণ না $MR = MC$, যেখানে এটি লাভের সর্বোচ্চ স্তর প্রাপ্ত করে।
3. ইনপুট নির্বাচন: • লাভ সর্বোচ্চতা অর্জনকারী প্রতিষ্ঠানগুলি সঠিকভাবে উৎপাদন করতে ইনপুট (যেমন শ্রম এবং মূলধন) কোনভাবে বরাদ্দ করা উচিত তা নিয়ে সিদ্ধান্ত নেয়। • প্রতিষ্ঠানগুলি খরচ কমানোর জন্য প্রতিটি ইনপুটের মার্জিনাল পণ্য (একটি অতিরিক্ত ইনপুটের দ্বারা তৈরি একটি অতিরিক্ত উৎপাদন) এবং ইনপুটের মূল্য বিবেচনা করে। • প্রতিষ্ঠানটি প্রতিটি ইনপুটের মার্জিনাল পণ্য তার মূল্যের সাথে সমান করে ইনপুট অপটিমাইজেশন অর্জন করে।
4. প্রযুক্তি এবং কার্যক্ষমতা: • লাভ সর্বোচ্চতা অর্জনকারী প্রতিষ্ঠানগুলি খরচ কমানো এবং উৎপাদন মান বৃদ্ধি করার জন্য প্রযুক্তি এবং উৎপাদন পদ্ধতি ব্যবহার করার লক্ষ্য রেখে। • প্রতিষ্ঠানগুলি নির্দিষ্ট উৎপাদনের জন্য

সর্বনিম্ন গড় মোট খরচ (ATC) এর সাথে চলাচল করতে চেষ্টা করে। • উৎপাদনে দক্ষতা প্রদর্শন করা হল প্রদত্ত সম্পদের সর্বোচ্চ পরিমাণ উৎপাদন করা বা প্রদত্ত স্মার্টফোন নির্দিষ্ট সম্পদ নিয়ন্ত্রণ করা।

5. বাজারের শর্ত এবং চাহিদা: • লাভ সর্বোচ্চতা অর্জনকারী প্রতিষ্ঠানগুলি উৎপাদন নির্ধারণের সময় তাদের পণ্যের বাজারের শর্ত এবং চাহিদা বিবেচনা করে। • প্রতিষ্ঠানগুলি বাজারের চাহিদায় পরিবর্তনের প্রতিক্রিয়ায় তাদের উৎপাদনের পরিমাণ সংশোধন করে, বর্তমান বাজারের শর্ত অনুযায়ী লাভ সর্বোচ্চ পরিমাণ উৎপাদন করা লক্ষ্য করে। • বাজারের চাহিদা পরিবর্তন প্রতিষ্ঠানটির পণ্যের মূল্য এবং উৎপাদনের পরিমাণের উৎপাদনের পরিমাণে প্রভাব ফেলতে পারে।

সারংশ: লাভ সর্বোচ্চতা অর্জনকারী প্রতিষ্ঠানগুলি লাভ মৎসকরার উত্তীর্ণ স্বর এবং ইনপুট ব্যবহারের সিদ্ধান্ত নেয় যাতে লাভ সর্বোচ্চতা নীতি মার্জিনাল রাজস্বের সাথে সমান হয়, এবং প্রযুক্তি, ইনপুট খরচ, বাজারের চাহিদা এবং উৎপাদনে কার্যক্ষমতা সম্পর্কে বিবেচনা করা হয়।

Short run costs and output decisions

In the short run, firms face both fixed costs and variable costs when making output decisions. Short-run costs are those that can be varied only to a limited extent in response to changes in output levels. Here's how short-run costs influence output decisions for a profit-maximizing firm:

1. **Fixed Costs (FC):**

- Fixed costs are costs that do not vary with the level of output in the short run. These costs remain constant regardless of the quantity produced.
- Examples of fixed costs include rent for factory space, insurance premiums, and salaries for permanent staff.
- Since fixed costs do not change with output, they are incurred regardless of whether the firm produces any output.
- In the short run, fixed costs are sunk costs, meaning they cannot be recovered or avoided, regardless of the level of output.

2. **Variable Costs (VC):**

- Variable costs are costs that change with the level of output. These costs increase as production increases and decrease as production decreases.
- Examples of variable costs include raw materials, labor for production, and utilities like electricity and water.
- Variable costs are directly related to the level of output and are typically represented as a per-unit cost (e.g., cost per unit of labor or cost per unit of raw material).

3. Total Costs (TC):

- Total costs represent the sum of fixed costs and variable costs incurred by the firm at a given level of output.
- Mathematically, $TC = FC + VC$.
- Total costs increase as output increases due to the presence of variable costs, while fixed costs remain constant.

4. Marginal Cost (MC):

- Marginal cost represents the additional cost incurred by producing one additional unit of output.
- Mathematically, $MC = \Delta TC / \Delta Q$, where ΔTC is the change in total cost and ΔQ is the change in output.
- Marginal cost is influenced by variable costs, as fixed costs do not change with changes in output.

5. Output Decisions:

- Profit-maximizing firms determine the level of output that maximizes their profits by equating marginal cost (MC) to marginal revenue (MR).
- If marginal revenue exceeds marginal cost ($MR > MC$), the firm can increase profits by producing more output.
- If marginal cost exceeds marginal revenue ($MC > MR$), the firm can increase profits by producing less output.
- The firm continues adjusting its level of output until marginal cost equals marginal revenue ($MC = MR$), where it achieves profit maximization.

In summary, in the short run, firms make output decisions based on their marginal cost and marginal revenue. Fixed costs remain constant, while variable costs change with output levels. By equating marginal cost to marginal revenue, firms determine the profit-maximizing level of output.

নিকটস্থ সময়ে, প্রতিষ্ঠানগুলি উৎপাদন নির্ধারণে একটি ধর্মঘটিত মুনাফার সম্মতিগুলির সাথে নির্দিষ্ট খরচ এবং পরিবর্তনশীল খরচের মুখোমুখি হয়। ছোটমুদ্রাকার খরচ হল তারা যা সংযোজন পর্যায়ে শুধুমাত্র সীমাবদ্ধ পরিমাণে প্রোডাকশনের পরিবর্তনের প্রতি প্রতিক্রিয়ায় বৃদ্ধি পায়। এখানে ছোটমুদ্রাকার খরচ যেভাবে লাভউত্তীর্ণ প্রতিষ্ঠানের উৎপাদন নির্ধারণে প্রভাব ফেলে তা দেখানো হয়: ১। স্থায়ী খরচ (এফসি): • স্থায়ী খরচ হল সেই খরচ যা ছোটমুদ্রাকার অবস্থায় উৎপাদনের মাত্রার সাথে পরিবর্তন করে না। এই খরচগুলি প্রস্তুতি পরিমাণের উপর নির্ভর করে না এবং এই খরচগুলি উৎপাদিত পরিমাণের উপর অবিরত থাকে। • স্থায়ী খরচের উদাহরণস্বরূপ কারখানা স্থানের ভাড়া, ইন্সুরেন্স মূল্য, এবং স্থায়ী কর্মীদের বেতন দিতে পারে। • সিদ্ধান্ত করা হয়েছে যে স্থায়ী খরচ উৎপাদনের সাথে পরিবর্তন করে না,

এগুলি প্রতিষ্ঠান যে কোনও উৎপাদন করে কিনা সে এই খরচগুলি উঠে। • ছোটমুদ্রাকার অবস্থায়, স্থায়ী খরচ অসম্পূর্ণ খরচ, অর্থাৎ এগুলি যে প্রতিষ্ঠান কোনো উৎপাদন না করতে পারলেও তা পুনরাবৃত্তি বা অনুবর্তন করা যায় না।

২। পরিবর্তনশীল খরচ (ভিসি): • পরিবর্তনশীল খরচ হল সেই খরচ যা উৎপাদনের মাত্রার সাথে পরিবর্তন করে। এই খরচগুলি উৎপাদন বৃদ্ধি পেতে পেতে বৃদ্ধি পেতে এবং উৎপাদন হ্রাসের সাথে হ্রাস পায়। • পরিবর্তনশীল খরচের উদাহরণস্বরূপ কাচের উপাদান, উৎপাদনের কাজে শ্রম, এবং বিদ্যুৎ এবং পানি জাতীয় সেবা অন্তর্ভুক্ত।

3. মোট খরচ (টিসি): • মোট খরচ প্রতিষ্ঠানের নির্ধারিত উৎপাদনের স্তরে প্রদত্ত স্থিতিতে নিষ্কয়কৃত নির্ধারিত খরচ এবং চলমান খরচের মোট যোগফল প্রতিনিধিত্ব করে। • গাণিতিকভাবে, টিসি = এফসি + ভিসি। • চলমান খরচের উপস্থিতিতে মোট খরচ উৎপাদনের স্তর বৃদ্ধি পায়, যখন স্থির খরচ অপরিবর্তন থাকে।

4. মার্জিনাল খরচ (এমসি): • মার্জিনাল খরচ প্রতিষ্ঠানের একটি অতিরিক্ত একক উৎপাদন তৈরি করার সাথে যুক্ত খরচকে প্রতিনিধিত্ব করে। • গাণিতিকভাবে, এমসি = Δ টিসি / Δ কিউ, যেখানে Δ টিসি মোট খরচের পরিবর্তন এবং Δ কিউ হল উৎপাদনের পরিবর্তন। • মার্জিনাল খরচ চলমান খরচের অনাবস্থিতিকে প্রভাবিত করে, কারণ স্থির খরচ উৎপাদনের পরিবর্তনে পরিবর্তন হয় না।

5. উৎপাদন নির্ধারণ: • লাভবান প্রতিষ্ঠানরা লাভের সর্বোচ্চ স্তর নির্ধারণ করতে মার্জিনাল খরচ (এমসি) এবং মার্জিনাল রেভিনিউ (এমআর) সমান করে উৎপাদনের স্তর নির্ধারণ করে। • যদি মার্জিনাল রেভিনিউ মার্জিনাল খরচকে অতিক্রম করে (এমআর > এমসি), তবে প্রতিষ্ঠানটি আরও উৎপাদন তৈরি করে লাভ বাড়াতে পারে। • যদি মার্জিনাল খরচ মার্জিনাল রেভিনিউকে অতিক্রম করে (এমসি > এমআর), তবে প্রতিষ্ঠানটি কম উৎপাদন তৈরি করে লাভ বাড়াতে পারে। • প্রতিষ্ঠানটি তার উৎপাদনের স্তর যতটুকু পরিবর্তন করে তা চালিয়ে যায় যেতে থাকে যতক্ষণ না মার্জিনাল খরচ মার্জিনাল রেভিনিউ সমান হয় (এমসি = এমআর), যেখানে সে লাভের সর্বোচ্চ স্তর অর্জন করে।

সংক্ষেপে, সংক্ষেপে, সংক্ষেপে, প্রতিষ্ঠানরা স্থিতিশীল এবং চলমান খরচের স্তরের সাথে তাদের উৎপাদন নির্ধারণ করে। স্থির খরচ ধরে রাখা হয়, যখন চলমান খরচ উৎপাদনের স্তর পরিবর্তন করে। মার্জিনাল খরচ মার্জিনাল রেভিনিউকে সমান করে, প্রতিষ্ঠানরা লাভের সর্বোচ্চ স্তর নির্ধারণ করে।

Costs and output in the long run

In the long run, firms have the flexibility to adjust all factors of production, including capital, labor, and technology. Unlike the short run, where some inputs are fixed, all inputs are variable in the long run. Here's how costs and output decisions are influenced in the long run:

1. Long-Run Total Costs (LRAC):

- Long-run total costs represent the minimum cost of producing a given level of output when all inputs, including capital and labor, can be adjusted.
- Long-run average total cost (LRATC or LRAC) is the per-unit cost of production in the long run, calculated by dividing total costs by the level of output.
- LRAC reflects the most efficient combination of inputs for producing a given level of output, taking into account economies of scale, technological advancements, and optimal input combinations.

2. **Economies and Diseconomies of Scale:**

- In the long run, firms may experience economies of scale or diseconomies of scale depending on their size and the scale of production.
- Economies of scale occur when increasing the scale of production leads to lower average costs per unit of output. This can result from factors such as specialization, better utilization of capital, and bulk purchasing discounts.
- Diseconomies of scale occur when increasing the scale of production leads to higher average costs per unit of output. This can result from factors such as coordination problems, inefficiencies in large organizations, and diminishing returns to scale.

3. **Long-Run Marginal Cost (LRMC):**

- Long-run marginal cost represents the additional cost incurred by producing one additional unit of output in the long run.
- LRMC reflects the change in total costs resulting from changes in the scale of production and adjustments to all inputs.
- LRMC can be influenced by economies and diseconomies of scale, technological progress, input prices, and other factors.

4. **Output Decisions:**

- In the long run, firms aim to produce the level of output that minimizes their long-run average total costs (LRATC or LRAC).
- Firms adjust their scale of production and input combinations to achieve the lowest possible average cost per unit of output.
- Profit-maximizing firms equate long-run marginal cost (LRMC) to long-run marginal revenue (LRMR) to determine the optimal level of output.
- The firm continues adjusting its level of output until LRMC equals LRMR, where it achieves long-run profit maximization.

In summary, in the long run, firms have the flexibility to adjust all inputs and production processes to minimize costs and maximize profits. They seek to produce the level of output that minimizes long-run average total costs, taking into account economies and diseconomies of scale, technological advancements, and optimal input combinations.

দীর্ঘ মেয়াদে, প্রতিষ্ঠানগুলির ক্ষমতা রয়েছে সব উৎপাদনের উপাদান, যেমন মূলধন, শ্রম, এবং প্রযুক্তি, সংযুক্ত করতে। সংক্ষেপে, দীর্ঘ মেয়াদে, যেখানে কিছু উপাদান স্থিতিশীল, সব উপাদান দীর্ঘ মেয়াদে পরিবর্তনশীল। এখানে খরচ এবং উৎপাদনের নির্ধারণ কিভাবে প্রভাবিত হয় তা নিম্নে উল্লেখ করা হল:

1. দীর্ঘ মেয়াদের মোট খরচ (এলআরএসি): • দীর্ঘ মেয়াদের মোট খরচ নির্ধারিত উৎপাদনের সর্বনিম্ন খরচ প্রতিষ্ঠানের অবস্থান প্রত্যেক উপাদান, যেমন মূলধন এবং শ্রম, পরিবর্তন করা যায়। • দীর্ঘ মেয়াদের গড় মোট খরচ (এলআরএটিসি বা এলআরএসি) দীর্ঘ মেয়াদে উৎপাদনের প্রতি-একক খরচ, মোট খরচকে উৎপাদনের স্তরে ভাগ করে গণনা করে। • এলআরএসি দীর্ঘ মেয়াদে নির্ধারিত উৎপাদনের সর্বোত্তম উৎপাদন স্তরের জন্য উপাদানের সবচেয়ে দক্ষ সমন্বয় প্রতিফলন, প্রযুক্তিগত উন্নতি, এবং সর্বোত্তম উপাদান সমন্বয় গণনা করে।
2. পরিমাণের অর্থনৈতিক এবং অসুবিধা: • দীর্ঘ মেয়াদে, প্রতিষ্ঠানগুলি তাদের আকার এবং উৎপাদনের মাত্রা অনুযায়ী অর্থনৈতিক এবং অর্থনৈতিক অসুবিধার অনুভব করতে পারে। • পরিমাণের অর্থনৈতিক অসুবিধা হয় যখন উৎপাদনের মাত্রা বৃদ্ধি নিয়ে উৎপাদনের প্রতি-একক গড় খরচ কমে। এটি পেশাগততা, মূলধনের ভাল ব্যবহার, এবং বড় সংগ্রহের ছাড়গুলির মধ্যে উপাদানগুলির অনুকূলতা থেকে সংঘটিত হতে পারে। • পরিমাণের অর্থনৈতিক অসুবিধা হয় যখন উৎপাদনের মাত্রা বৃদ্ধি নিয়ে প্রতি-একক গড় খরচ বৃদ্ধি পেতে। এটি সমন্বয়ের সমস্যা, বৃহত সংগঠনে অদৃশ্যতা, এবং স্কেল এর প্রতিফলন ক্ষমতা থেকে আসতে পারে।
3. দীর্ঘ মেয়াদের মার্জিনাল খরচ (এলআরএমসি): • দীর্ঘ মেয়াদের মার্জিনাল খরচ প্রদূশ্যের উৎপাদনের প্রতি অতিরিক্ত খরচকে প্রতিনিধিত্ব করে। • এলআরএমসি উৎপাদনের পরিমাণের পরিবর্তন এবং সব উপাদানের সংশোধন থেকে মোট খরচের পরিবর্তনকে প্রতিফলিত করে। • এলআরএমসি পরিমাণের অর্থনৈতিক এবং অসুবিধার, প্রযুক্তিগত অগ্রগতির, উপাদান মূল্যের, এবং অন্যান্য কারণগুলি দ্বারা প্রভাবিত হতে পারে।
4. উৎপাদন নির্ধারণ: • দীর্ঘ মেয়াদে, প্রতিষ্ঠানগুলি তাদের দীর্ঘ মেয়াদের গড় মোট খরচ (এলআরএটিসি বা এলআরএসি) মিনিমাইজ করা উৎপাদনের প্রতি-একক খরচ উৎপাদনের স্তর নির্ধারণ করতে। • প্রতিষ্ঠানরা তাদের উৎপাদনের মাত্রা এবং উপাদানের সমন্বয় সমন্বয় করে যেতে পারে যাতে প্রতি-একক উৎপাদনের সর্বনিম্ন গড় খরচ প্রাপ্ত হয়। • লাভমূলক প্রতিষ্ঠানরা দীর্ঘ মেয়াদের মার্জিনাল খরচ (এলআরএমসি) কে দীর্ঘ মেয়াদের মার্জিনাল রেভিনিউ (এলআরএমআর) সমান করে উৎপাদনের সর্বোচ্চ মাত্রা নির্ধারণ করতে চায়। • প্রতিষ্ঠানটি যতক্ষণ না এলআরএমসি এলআরএমআর সমান হয়, ততক্ষণ তা দীর্ঘ মেয়াদে লাভের সর্বোচ্চ স্তর অর্জন করে।

সংক্ষেপে, দীর্ঘ মেয়াদে, প্রতিষ্ঠানগুলি সমস্ত উপাদান এবং উৎপাদন প্রক্রিয়াগুলি সংশোধন করার স্বাধীনতা অর্জন করে যেন খরচ কমাতে এবং লাভ বাড়াতে। তারা লক্ষ্য করে যেন দীর্ঘ মেয়াদের গড় মোট খরচ (এলআরএটিসি বা

এলআরএএসআর) যা পরিমাণের অর্থনৈতিক এবং অসুবিধা, প্রযুক্তিগত উন্নতি, এবং সর্বোত্তম উপাদান সমন্বয়ে গণনা করে প্রতিপাদন করে।

Imperfect Market Structure

Monopoly and anti-trust policy

Monopoly refers to a market structure characterized by a single seller who has significant control over the supply of a good or service and faces no close substitutes. In a monopoly, the firm can set prices higher than in a competitive market and restrict output to maximize profits. Monopolies can arise due to barriers to entry, such as economies of scale, legal restrictions, control over essential resources, or technological superiority.

Antitrust policy, also known as competition policy, refers to government regulations and laws aimed at promoting competition and preventing anti-competitive behavior in markets. The main goals of antitrust policy include:

1. **Preventing Monopoly Power:**

- Antitrust laws aim to prevent the formation or abuse of monopoly power. They prohibit anti-competitive practices such as collusion, price-fixing, and predatory pricing.
- Government agencies, such as the Federal Trade Commission (FTC) and the Antitrust Division of the Department of Justice (DOJ) in the United States, enforce antitrust laws and investigate potential violations.

2. **Promoting Competition:**

- Antitrust policy seeks to promote competition by removing barriers to entry, encouraging new market entrants, and ensuring a level playing field for firms.
- Measures to promote competition include blocking mergers that would significantly reduce competition, breaking up monopolies or firms with excessive market power, and fostering innovation and entrepreneurship.

3. **Consumer Protection:**

- Antitrust policy aims to protect consumers from monopolistic practices that can lead to higher prices, reduced choice, lower quality, and decreased innovation.
- By promoting competition, antitrust policy helps ensure that consumers have access to a variety of goods and services at competitive prices.

4. **Efficiency and Economic Welfare:**

- Antitrust policy aims to improve economic efficiency and enhance overall economic welfare by promoting allocative efficiency and productive efficiency.
- Allocative efficiency is achieved when resources are allocated to their most valued uses, leading to the optimal allocation of goods and services. Productive efficiency is achieved when firms produce goods and services at the lowest possible cost.

Key tools and strategies used in antitrust policy include:

- **Merger Review:** Assessing proposed mergers and acquisitions to determine their potential impact on competition and consumer welfare. Mergers that may substantially lessen competition are often challenged or blocked by antitrust authorities.
- **Antitrust Enforcement:** Investigating and prosecuting anti-competitive behavior such as collusion, price-fixing, market allocation agreements, and monopolization.
- **Market Regulation:** Implementing regulations and standards to prevent anti-competitive practices and promote competitive markets in specific industries or sectors.

Overall, antitrust policy plays a crucial role in ensuring that markets operate efficiently, promote innovation, and benefit consumers and society as a whole by maintaining competition and preventing the harmful effects of monopoly power.

মনোপলি বস্তু বা সেবার সরবরাহে প্রভুত্ব রাখতে একজন একক বিক্রেতা দ্বারা চিহ্নিত একটি বাজার গঠনের উপর প্রতিকূল নিকটসংলগ্ন বিকল্প নেই। একটি মনোপলির মাধ্যমে, প্রতিযোগিতামূলক বাজারের চেয়ে উচ্চ মূল্যে দাম নির্ধারণ করা সম্ভব এবং লাভ অধিকারের সর্বোচ্চ করার জন্য আউটপুট সীমাবদ্ধ করা যেতে পারে। মনোপলি অবস্থানে, ব্যবসা আকারের বাধা, সুবিধা অর্জনের প্রতিবন্ধক, বৈধ সীমানা, প্রধান সম্পদের কন্ট্রোল, বা প্রযুক্তিগত উন্নতির কারণে উত্থান করতে পারে।

অ্যান্টিট্রাস্ট নীতি, যা প্রতিযোগিতা নীতি হিসেবেও পরিচিত, বাজারে প্রতিযোগিতা সৃষ্টি ও এন্টি-প্রতিযোগিতামূলক আচরণ প্রতিরোধের দিকে প্রচার করতে লক্ষ্য করা সরকারি বিধিমালা এবং আইন। অ্যান্টিট্রাস্ট নীতির প্রধান লক্ষ্যগুলি নিম্নলিখিত:

1. **মনোপলি শক্তি প্রতিরোধ:** • অ্যান্টিট্রাস্ট আইন মনোপলি শক্তির গঠন বা ব্যবহার প্রতিরোধের দিকে লক্ষ্য করে। এটি সঙ্গতিসংযোগ, দাম নির্ধারণ, এবং হতাশাকর দাম নির্ধারণের মত অ্যান্টি-প্রতিযোগিতামূলক অভ্যন্তরীণ আচরণ প্রতিরোধ করে। • যুক্তরাষ্ট্রের ফেডারেল ট্রেড কমিশন (এফটিসি) এবং বিচারের বিভাগের অ্যান্টিট্রাস্ট বিভাগ (ডিওজে) এরকম সরকারী সংস্থা অ্যান্টিট্রাস্ট আইন প্রয়োগ করে এবং সম্ভাব্য লঙ্ঘন তদন্ত করে।
2. **প্রতিযোগিতা প্রচার:** • অ্যান্টিট্রাস্ট নীতি প্রতিযোগিতা উত্থান করতে বাধা অপসারণ, নতুন বাজারে প্রবেশ উৎসাহিত করা এবং প্রতিষ্ঠানগুলির জন্য একটি সমান মাঠ নিশ্চিত করার চেষ্টা করে। • প্রতিযোগিতা উত্থানের জন্য উপায়গুলির মধ্যে সংযুক্তি ব্লক করা, প্রতিযোগিতার প্রতিষ্ঠানগুলি বা বেশি বাজার শক্তি সঙ্গে সংযুক্তি বিচ্ছিন্ন করা, এবং উদ্ভাবন এবং উদ্যোগের উৎপাদন অনুমোদন করা রয়েছে।

3. উপভোগকারী সুরক্ষা: • অ্যান্টিট্রাস্ট নীতি মনোপলিস্টিক অভ্যন্তরীণ আচরণ থেকে উপভোগকারীদের সুরক্ষা করতে লক্ষ্য করে, যা উচ্চ দাম, হ্রাস নিয়ে, নিম্ন গুণগত এবং অল্প উদ্ভাবনের কারণে বিভিন্ন মূল্যে এবং সেবা প্রদানে নেতিবাচক। • প্রতিযোগিতা উৎপাদন করার মাধ্যমে, অ্যান্টিট্রাস্ট নীতি নিশ্চিত করে যে উপভোগকারীদের প্রতিযোগিতামূলক দামে বিভিন্ন পণ্য এবং সেবা পাওয়া যায়।
4. দক্ষতা এবং অর্থনৈতিক কল্যাণ: • অ্যান্টিট্রাস্ট নীতি অর্থনৈতিক দক্ষতা এবং সামগ্রিক অর্থনৈতিক কল্যাণ উন্নত করার লক্ষ্যে তৈরি হয়, যা বরাদ্দ দক্ষতা এবং উৎপাদন দক্ষতা উন্নত করে। • বরাদ্দ দক্ষতা হয় যখন সম্পদ তাদের সর্বোত্তম ব্যবহারে বরাদ্দ করা হয়, যা পণ্য এবং সেবার সর্বোত্তম বরাদ্দ করে। উৎপাদন দক্ষতা হয় যখন প্রতিষ্ঠান পণ্য এবং সেবা সর্বনিম্ন খরচে উৎপাদন করে।

অ্যান্টিট্রাস্ট নীতিতে ব্যবহৃত মৌলিক প্রযুক্তি এবং রণনীতির কীগুলি নিম্নে তালিকাভুক্ত: • মার্জার পর্যালোচনা: প্রস্তাবিত মার্জার এবং অধিগ্রহণগুলির মূল্যায়ন করে তাদের প্রতিযোগিতা এবং উপভোগকারী কল্যাণের সম্ভাব্য প্রভাব নির্ধারণ করা। সম্পত্তি যেগুলি প্রতিযোগিতা সার্থকভাবে কম করতে পারে, তারা অফটিট্রাস্ট কর্তৃপক্ষগুলি দ্বারা সম্পর্কিত সংস্থাগুলি প্রতিষ্ঠান করা অথবা প্রতিযোগিতা করা হয়। • অ্যান্টিট্রাস্ট প্রতিরোধ: সঙ্গতিসংযোগ, দাম নির্ধারণ, বাজার বন্টন চুক্তি, এবং মনোপলাইজেশন এরকম অ্যান্টি-প্রতিযোগিতামূলক আচরণের তদন্ত এবং দায়ী করা। • বাজার নির্বাচন: বিশেষ শ্রেণীর বা খাতে সঙ্গতিসংযোগমূলক আচরণ প্রতিরোধ এবং প্রতিযোগিতামূলক বাজার উৎপাদন এবং ব্যবস্থাপনা প্রচার করতে।

সারাংশ: অ্যান্টিট্রাস্ট নীতি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে যে বাজারগুলি দক্ষতার মধ্যে কার্যকরীভাবে পরিচালিত, উদ্ভাবন উৎসাহিত এবং উপভোগকারীদের এবং সমাজের সামগ্রিক প্রয়োজনে প্রতিযোগিতা বজায় রাখে, এবং মনোপলি শক্তির ক্ষতিকারক প্রভাব প্রতিরোধ করে।

Measuring monopoly power

Measuring monopoly power involves assessing the extent to which a firm or group of firms can set prices above marginal cost and restrict output due to their market dominance. There are several methods and indicators used to measure monopoly power, including:

1. **Concentration Ratios:**

- Concentration ratios measure the market share held by the largest firms in an industry.
- Common concentration ratios include the four-firm concentration ratio (CR4), which measures the combined market share of the four largest firms, and the Herfindahl-Hirschman Index (HHI), which measures the sum of the squared market shares of all firms in the market.
- Higher concentration ratios and HHI values indicate greater market concentration and potentially higher levels of monopoly power.

2. **Lerner Index:**

- The Lerner Index measures the extent to which a firm can markup prices above marginal cost as a percentage of price.
- It is calculated as $(P - MC) / P$, where P is price and MC is marginal cost.
- The higher the Lerner Index, the greater the firm's market power. A Lerner Index of zero indicates perfect competition, while a Lerner Index of one indicates pure monopoly.

3. **Price-Cost Margin:**

- The price-cost margin measures the difference between price and marginal cost as a percentage of price.
- It provides an indication of the firm's pricing power and ability to extract rents from consumers.
- Higher price-cost margins suggest greater market power and the presence of monopoly behavior.

4. **Profitability Measures:**

- Profitability indicators such as return on investment (ROI), return on equity (ROE), and profit margins can also provide insights into a firm's market power.
- Higher profitability compared to firms in competitive markets may indicate the presence of monopoly power.

5. **Elasticity of Demand:**

- The elasticity of demand measures the responsiveness of quantity demanded to changes in price.
- In markets with higher elasticity of demand, firms have less pricing power and face greater competition, while in markets with lower elasticity, firms have more pricing power and may exhibit monopoly behavior.

6. **Entry Barriers:**

- Assessing the presence of entry barriers such as economies of scale, technological superiority, legal restrictions, and control over essential resources can also indicate the level of monopoly power in an industry.
- Higher entry barriers make it more difficult for new firms to enter the market and compete with existing firms, leading to higher levels of market concentration and monopoly power.

By using these measures and indicators, economists and antitrust authorities can assess the extent of monopoly power in different industries and take appropriate regulatory actions to promote competition and protect consumer welfare.

নিজস্ববাদী শক্তি পরিমাপ করা হয় একটি প্রতিষ্ঠান বা প্রতিষ্ঠানের দল যারা মার্জিনাল মূল্যের উপর মূল্য নির্ধারণ করতে এবং তাদের বাজার মেধাবিশেষের কারণে উৎপাদন সীমাবদ্ধ করতে পারে। একে নিজস্ববাদী শক্তি পরিমাপ করার সহজ বিধান এবং সূচক সম্পর্কে বেশ কয়েকটি পদ্ধতি এবং সূচক রয়েছে, যা হল:

1. একত্রিত অনুপাত: • একত্রিত অনুপাত একটি শ্রেণীতে বৃহত্তম প্রতিষ্ঠানের বাজার ভাগদেওয়ার পরিমাণ পরিমাপ করে। • চেপ্টা অনুপাত চার-প্রতিষ্ঠান একত্রিত অনুপাত (সিআর 4), যা চারটি বৃহত্তম প্রতিষ্ঠানের সমন্বিত বাজার ভাগদেওয়া মাত্রা পরিমাপ করে, এবং হারফিল্ডাল-হিরশমান সূচক (এইচএইচআই), যা বাজারে সমস্ত প্রতিষ্ঠানের বর্গ বাজার ভাগদেওয়া মাত্রার সমষ্টি পরিমাপ করে। • উচ্চ একত্রিত অনুপাত এবং এইচএইচআই মান প্রদর্শন করে বৃহত্তর বাজার একত্রিত এবং সম্ভাবনা অনুপাতের মূল্যকে নিশ্চিত করে।
2. লার্নার সূচক: • লার্নার সূচক বিক্রয় মূল্য মার্জিনাল মূল্যের উপর মূল্য নির্ধারণ করতে প্রতিষ্ঠানের উপর যা পার্সেন্টেজ হিসাবে হয়েছে তা পরিমাপ করে। • এটি হিসাব করা হয় (পি - এমসি) / পি, যেখানে পি মূল্য এবং এমসি মার্জিনাল মূল্য। • লার্নার সূচক যত বেশি হবে, তত বেশি প্রতিষ্ঠানের বাজার শক্তি। একটি লার্নার সূচক শূন্য পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক অনুপাত নির্দেশ করে, যখন একটি লার্নার সূচক এক পুরোনো মনোপলি নির্দেশ করে।
3. মূল্য-বেতন মার্জিন: • মূল্য-বেতন মার্জিন মূল্য এবং মার্জিনাল মূল্য মধ্যে পার্থক্য বা বাজার সংখ্যার হিসেবে দাম প্রস্তুতির পার্থক্য পরিমাপ করে। • এটি প্রতিষ্ঠানের মূল্য নির্ধারণ শক্তি এবং উৎপাদকদের থেকে ভাড়া প্রাপ্ত করা সম্ভাবনা দেয়। • উচ্চ মূল্য-বেতন মার্জিন বেশি বাজার শক্তি এবং মনোপলি আচরণের উপস্থিতির সুপারিশ করে।
4. লাভবানতা পরিমাপ: • লাভবানতা সূচক যেমন মুনাফার পরিমাপ (আরওআই), মুনাফার পরিমাপ (আরওই), এবং লাভ মার্জিন সম্ভাবনাও প্রতিষ্ঠানের বাজার শক্তির উপস্থিতি সম্পর্কে সংজ্ঞান দিতে পারে। • বাজার প্রতিস্থান প্রতিষ্ঠানগুলির তুলনায় উচ্চ লাভবানতা মনোপলি শক্তির উপস্থিতি সূচনা করতে পারে।
5. চাহিদার লচন: • চাহিদার লচন দামের পরিবর্তনে প্রয়োগকারী পরিমাপ করে। • উচ্চ চাহিদার লচন সহ বাজারে প্রতিষ্ঠানের দাম নির্ধারণের শক্তি কম এবং প্রতিযোগিতা এবং উচ্চ লাভবানতা সুপারিশ করে, যেখানে নিম্ন চাহিদার লচন সুপারিশ করে যেখানে প্রতিষ্ঠানের দাম নির্ধারণের শক্তি বেশি এবং মনোপলি আচরণ সুপারিশ করে।
6. প্রবেশ ব্যাধি: • একত্রিত বাজারে নিজস্ববাদী শক্তির উপস্থিতি পর্যালোচনা করা হয় যেমন পৃথকরণের অর্থনৈতিক, প্রযুক্তিগত বেশিরভাগই, আইনি সীমাবদ্ধতা, এবং প্রযুক্তিগত সশস্ত্র নিয়ন্ত্রণের উপস্থিতি অনুমান করতে পারে। • উচ্চ প্রবেশ ব্যাধিগুলি নতুন প্রতিষ্ঠানগুলির বাজারে প্রবেশ এবং বর্তমান প্রতিষ্ঠানের সাথে প্রতিস্থাপন করতে কঠিন করে, যা উচ্চ বাজার একত্রিত এবং নিজস্ববাদী শক্তির উপস্থিতিতে প্রায় নিশ্চিত করে।

এই পরিমাপ এবং সূচকগুলি ব্যবহার করে, অর্থনীতিবিদরা এবং সমযোচিত প্রতিস্থান কর্তৃপক্ষরা বিভিন্ন শ্রেণীতে নিজস্ববাদী শক্তির পরিমাণ মূল্যায়ন করতে এবং উন্নয়নের উপযুক্ত নীতিগুলি নেয় যাতে প্রতিযোগিতা উন্নতি করা এবং গ্রাহক কল্যাণ রক্ষা করা যায়।

Government policies towards competition

Government policies toward competition, often referred to as competition policy or antitrust policy, aim to promote and maintain competitive markets, prevent anti-competitive behavior, and protect consumer welfare. These policies are typically implemented through laws, regulations, and enforcement actions. Key government policies toward competition include:

1. Antitrust Laws:

- Antitrust laws are a set of legal provisions designed to prevent anti-competitive practices and promote competition in markets.
- These laws typically prohibit activities such as price-fixing, collusion, market allocation agreements, tying arrangements, and monopolization.
- Examples of major antitrust laws include the Sherman Antitrust Act, the Clayton Antitrust Act, and the Federal Trade Commission Act in the United States, as well as similar legislation in other countries.

2. Merger Review and Regulation:

- Governments review proposed mergers and acquisitions to assess their potential impact on competition and consumer welfare.
- Merger review involves evaluating factors such as market concentration, market shares, potential entry barriers, and the likelihood of anti-competitive effects.
- Authorities may approve mergers, impose conditions to address competition concerns, or block mergers that would significantly harm competition.

3. Market Regulation:

- Governments regulate specific industries or sectors to promote competition and prevent anti-competitive behavior.
- Regulations may include measures to ensure non-discriminatory access to essential facilities, mandate transparency in pricing and terms of service, and prevent abuses of market power.
- Regulated industries may include telecommunications, energy, transportation, healthcare, and finance.

4. **Consumer Protection:**

- Governments enact consumer protection laws and regulations to safeguard consumers from unfair or deceptive practices and ensure access to accurate information.
- Consumer protection measures may include requirements for product labeling, advertising standards, warranty provisions, and dispute resolution mechanisms.
- Authorities may also investigate and prosecute companies engaged in fraudulent or misleading conduct that harms consumers.

5. **Competition Advocacy and Awareness:**

- Governments promote competition advocacy to raise awareness of the benefits of competitive markets and encourage compliance with competition laws.
- Competition authorities engage in outreach activities, provide guidance and education to businesses and consumers, and advocate for pro-competitive policies and reforms.
- Advocacy efforts may involve collaborating with other government agencies, industry stakeholders, and international organizations to address competition-related issues.

6. **International Cooperation:**

- Governments cooperate internationally to address cross-border competition issues and harmonize competition policies.
- International agreements and forums facilitate collaboration on competition enforcement, information sharing, technical assistance, and capacity building.
- Examples of international organizations involved in competition policy include the International Competition Network (ICN) and the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD).

Overall, government policies toward competition play a critical role in fostering dynamic, efficient, and fair markets that benefit consumers, businesses, and the economy as a whole. By promoting competition and preventing anti-competitive practices, these policies contribute to innovation, productivity growth, and consumer choice

. সরকারের প্রতিযোগিতা প্রস্তুতিতে অধিকার প্রস্তুতি বা প্রতিযোগিতা পরিপ্রেক্ষিত নীতি, সমতুল্য বাজারগুলি উন্নত করতে এবং প্রতিযোগিতামূলক আচরণ প্রতিরোধ করতে এবং মেয়াদান্তর কল্যাণ রক্ষা করতে লক্ষ্য করে। এই নীতিগুলি সাধারণত আইন, বিধি, এবং সচরাচর কার্যবিধির মাধ্যমে প্রযোজ্য করা হয়। প্রতিযোগিতা প্রস্তুতিতে মূলত সরকারের নীতিগুলি নিম্নলিখিতগুলিকে সংজ্ঞায়িত করে:

1. অ্যান্টিট্রাস্ট আইনসমূহ: • অ্যান্টিট্রাস্ট আইন সাধারণত বাজারে প্রতিযোগিতা উন্নত করতে এবং বাজারগুলিতে অন্তি-প্রতিযোগিতামূলক আচরণ প্রতিরোধ করতে প্রতিষ্ঠিত আইনি প্রবিধানের সেট। • এই আইনগুলি সাধারণত

দাম-নির্ধারণ, প্রান্তীকরণ, বাজার বরাদ্দ চুক্তি, সংযুক্তি ব্যবস্থা, এবং এককবদ্ধতা সংশ্লিষ্ট কৃতি অনুমোদন করে। • প্রধান অ্যান্টিট্রাস্ট আইনের উদাহরণ হল: মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের শার্মান অ্যান্টিট্রাস্ট আইন, ক্লেটন অ্যান্টিট্রাস্ট আইন, এবং ফেডারেল ট্রেড কমিশন আইন।

2. বিলয় পর্যালোচনা এবং প্রতিষ্ঠান: • সরকার প্রস্তাবিত বিলয় এবং ক্রয়ের প্রতিষ্ঠানের বিষয়বস্তু পর্যালোচনা করে তাদের প্রতিযোগিতা এবং মেয়াদান্তর কল্যাণের সম্ভাব্য প্রভাব মূল্যায়ন করে। • বিলয় পর্যালোচনা বাজারের ঘনত্ব, বাজার ভাগাভাগি, সংভাব্য প্রবেশ প্রতিবন্ধকগুলি, এবং অস্তি-প্রতিযোগিতামূলক প্রভাবের সম্ভাবনা প্রতিপাদন করে। • কর্তৃপক্ষ বিলয় অনুমোদন দিতে পারে, প্রতিযোগিতা সংক্ষেপ নির্দেশনা সাধন করার শর্তে, অথবা বিলয় অধিক প্রতিযোগিতা ক্ষতি করতে পারে।
3. বাজার প্রতিবন্ধীকরণ: • সরকার বিশেষ শ্রেণীর বা খাতের বিষয়ে বাজার প্রতিবন্ধীকরণ করে প্রতিযোগিতা উন্নত করে এবং অস্তি-প্রতিযোগিতামূলক আচরণ প্রতিরোধ করতে। • বিধিগুলি উন্নতিসংক্রান্ত সবাধীন বাজারের অনুপ্রবেশের সুনিশ্চিততা নিশ্চিত করতে, মূল্য এবং পরিষেবার শর্তগুলি প্রদর্শনের জন্য প্রতিবন্ধী ব্যাখ্যা, এবং বাজারের শক্তি প্রত্যাহার প্রতিরোধ করার উপায়। • নিয়ন্ত্রিত উদ্যোগগুলি মূলধন, শক্তি, পরিবহন, স্বাস্থ্য সেবা, এবং অর্থিকে অন্তর্ভুক্ত করে তাদের শ্রেণী হতে পারে।
4. উপভোগকারী সুরক্ষা: • সরকার উপভোগকারী সুরক্ষা আইন এবং বিধিগুলি প্রয়োজন করে কন্যারদের অসম্ভব বা প্রত্যাহারামূলক আচরণ থেকে কন্যারদের রক্ষা করতে এবং সঠিক তথ্যের অনুপ্রবেশ নিশ্চিত করতে। • উপভোগকারী সুরক্ষা ব্যবস্থাগুলি প্রোডাক্ট লেবেলিং, বিজ্ঞাপন মান নির্ধারণ, ওয়ারেন্টি প্রদান, এবং বিরোধীয় সমাধান ব্যবস্থা জন্য আবশ্যিক। • কর্তৃপক্ষ প্রতিপাদন করতে পারে এবং কম্পানীগুলির বিচার করে যেসব কৌশল বা ব্যঙ্গ আচরণ উপভোগকারীদের ক্ষতি করে।
5. প্রতিযোগিতা প্রসারণ এবং সচেতনতা: • সরকার প্রতিযোগিতা প্রসারণ প্রমোট করে যাতে সচেতনতা বাজারের প্রতিযোগিতামূলক লাভগুলি ও প্রতিযোগিতার আইন অনুসরণ করা যায়। • প্রতিযোগিতা কর্মক্ষেত্রে সচেতনতা প্রযুক্তিগুলি প্রদান করে, ব্যবসা এবং উপভোগকারীদের জন্য প্রশিক্ষণ ও শিক্ষা প্রদান করে, এবং প্রতিযোগিতামূলক নীতি এবং সংশোধনার সমর্থন করে। • সচেতনতা প্রচারের প্রচেষ্টা অন্যান্য সরকারি প্রতিষ্ঠান, উদ্যোক্তারা, এবং প্রতিষ্ঠানের অন্যান্য সংগঠনগুলির সাথে সহযোগিতা করে প্রতিযোগিতা-সংশ্লিষ্ট বিষয়গুলি নির্ধারণ করতে পারে।
6. আন্তর্জাতিক সহযোগিতা: • সরকার আন্তর্জাতিকভাবে সহযোগিতা করে সীমান্তের প্রতিযোগিতা বিষয়ে সম্পর্কিত সমস্যাগুলি সমাধান করতে এবং প্রতিযোগিতা নীতি সমন্বয় করতে। • আন্তর্জাতিক চুক্তি এবং ফোরাম প্রতিযোগিতা প্রশাসন, তথ্য ভাগ, প্রযুক্তিগত সাহায্য, এবং ক্ষমতা নির্মাণে সহযোগিতা সুনিশ্চিত করে। • প্রতিযোগিতা নীতি সংক্রান্ত সংগঠনগুলির উদাহরণ হল: আন্তর্জাতিক প্রতিযোগিতা নেটওয়ার্ক (আইসিএন) এবং অর্থনৈতিক সহযোগিতা এবং উন্নত সংস্থা (এইসিডি)।

সারাংশঃ সরকারের প্রতিযোগিতা নীতি দক্ষিণ, দক্ষিণএশিয়াতে নাগরিকদের, উদ্যোক্তাদের, এবং অর্থনীতির সামগ্রিক সুযোগ প্রদানে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে। প্রতিযোগিতা উন্নত করে এবং অস্বাভাবিক প্রতিযোগিতামূলক আচরণ প্রতিরোধ করে এই নীতিগুলি প্রযুক্তি উন্নতি, উন্নতি এবং উপভোগকারী চ্যেস অনুমোদনের সাথে যোগদান করে।

Various types of imperfect competition

Imperfect competition refers to market structures that deviate from the idealized conditions of perfect competition, where there are many buyers and sellers, homogeneous products, perfect information, and free entry and exit. In imperfectly competitive markets, firms have some degree of market power, allowing them to influence prices and output levels. Various types of imperfect competition include:

1. **Monopoly:**

- Monopoly is a market structure characterized by a single seller (or a dominant firm) with significant control over the supply of a good or service.
- The monopolist faces no close substitutes for its product and can set prices above marginal cost to maximize profits.
- Barriers to entry, such as economies of scale, legal restrictions, control over essential resources, or technological superiority, often contribute to the existence of monopolies.

2. **Oligopoly:**

- Oligopoly is a market structure characterized by a small number of large firms dominating the market.
- Firms in an oligopoly may compete with each other in terms of prices, product differentiation, advertising, and other strategies.
- Oligopolistic firms may engage in collusion, tacit agreements, or strategic behavior to maintain their market power and limit competition.

3. **Monopolistic Competition:**

- Monopolistic competition is a market structure characterized by many firms selling differentiated products that are similar but not identical.
- Each firm has some degree of market power due to product differentiation, brand loyalty, or non-price competition (e.g., advertising, packaging, customer service).
- Entry and exit are relatively easy in monopolistic competition, leading to a large number of firms competing for market share.

4. Cartels:

- Cartels are agreements between competing firms to coordinate their actions and limit competition.
- Cartels may fix prices, restrict output, allocate markets, or engage in other anti-competitive practices to increase profits.
- Cartels are often illegal under antitrust laws and are subject to regulatory scrutiny and enforcement actions.

5. Monopsony:

- Monopsony is a market structure characterized by a single buyer (or a dominant buyer) with significant control over the purchase of a good or service.
- Monopsonists can exert downward pressure on prices paid to suppliers or input providers, leading to lower wages or prices for inputs.
- Monopsony power may arise due to factors such as limited availability of suppliers, high switching costs, or regulatory barriers.

6. Bilateral Monopoly:

- Bilateral monopoly occurs when a single seller (monopolist) faces a single buyer (monopsonist) in the market.
- Negotiations between the monopolist and monopsonist may result in inefficient outcomes due to bargaining power imbalances and the absence of competitive pressures.

These various types of imperfect competition highlight the diversity of market structures and the different degrees of market power that firms may possess. Each type of imperfect competition presents unique challenges and opportunities for firms, consumers, and policymakers.

অপূর্ণ প্রতিযোগিতা একটি বাজার গঠনের উপর প্রভাব ফেলায় যেখানে একাধিক ক্রেতা এবং বিক্রেতা, একইভাবে পরিবর্তনশীল পণ্য, পরিপূর্ণ তথ্য, এবং স্বৈচ্ছাসেবক এবং স্বৈচ্ছাবিশেষ অব্যাহতির আইডিয়াল শর্তগুলি থেকে বিচ্যুতি বর্ণিত করে। অপূর্ণভাবে প্রতিযোগিতামূলক বাজারে, প্রতিষ্ঠানগুলির কোনও ধরণের বাজার শক্তি আছে, যা তাদেরকে মূল্য এবং উত্পাদনের স্তর প্রভাবিত করতে অনুমতি দেয়। অপূর্ণভাবে প্রতিযোগিতামূলক বাজারের বিভিন্ন ধরণ নিম্নলিখিত অনুচ্ছেদগুলিতে সংজ্ঞায়িত করা হয়েছে:

1. একত্রিতা: • একত্রিতা হল একটি বাজার গঠন যা একটি একক বিক্রেতা (বা প্রধান প্রতিষ্ঠান) সঙ্গে বিশাল নিয়ন্ত্রণ দেয় যে সেবা বা পণ্যের সরবরাহের উপর। • একত্রিতাতে মূল্য নির্ধারণ করা হয় যাতে লাভ সর্বোচ্চ হয় এবং একটি প্রতিষ্ঠান মার্জিনাল মূল্যের উপর মূল্য নির্ধারণ করতে পারে। • প্রতিষ্ঠানের একত্রিতা অস্তিত্বের জন্য অন্যান্য বিকল্পের অভাব, যেমন স্কেলের অর্ধাংশে, আইনি সীমাবদ্ধতা, গুরুত্বপূর্ণ সম্পদের কন্ট্রোল, বা প্রযুক্তিগত সুশক্তি সাধারণত একত্রিতার অস্তিত্বে অংশ করে।

2. অলিগোপলি: • অলিগোপলি হল একটি বাজার গঠন যা বড় সংখ্যক প্রতিষ্ঠানগুলি দ্বারা নিয়ন্ত্রিত। • অলিগোপলির প্রতিষ্ঠানগুলি দাম, পণ্য পার্থক্য, বিজ্ঞাপন, এবং অন্যান্য পদ্ধতিতে একে অপরকে প্রতিযোগিতা করতে পারে। • অলিগোপোলিস্টিক প্রতিষ্ঠানগুলি অভ্যন্তরীণ মিল, অমৃতস্থল চুক্তি, অথবা প্রতিযোগিতামূলক চেষ্টা করতে পারে যাতে তারা তাদের বাজার শক্তি রক্ষা করতে পারে এবং প্রতিযোগিতা সীমাবদ্ধ করতে পারে।
3. একটানা প্রতিযোগিতা: • একটানা প্রতিযোগিতা হল একটি বাজার গঠন যা অনেকগুলি প্রতিষ্ঠান বিভিন্ন পণ্য বিক্রি করে যা একে অপরের মতন নয়। • প্রতিটি প্রতিষ্ঠানের কিছু মার্কেট শক্তি থাকে পণ্য পার্থক্য, ব্র্যান্ড বোন্ধুহ, বা গড় মূল্য প্রতিযোগিতা (যেমন বিজ্ঞাপন, প্যাকেজিং, গ্রাহক সেবা) কারণে। • একটানা প্রতিযোগিতায় প্রবেশ এবং বাহিরে সহজ, যা বাজারে বড় সংখ্যক প্রতিষ্ঠানের প্রতিযোগিতা করে।
4. কার্টেল: • কার্টেল হল প্রতিযোগিতামূলক সংঘটনে সংঘটিত প্রতিষ্ঠানের মধ্যে তাদের ফ্রিয়াকলাপ সমন্বয় করতে এবং প্রতিযোগিতা সীমাবদ্ধ করতে। • কার্টেল দাম নির্ধারণ করতে, উৎপাদন সীমাবদ্ধ করতে, বাজার আন্টন করতে বা লাভ বাড়ানোর অন্যান্য অপ্রতিস্থানী চর্চাগুলি করতে পারে। • কার্টেল সাধারণত প্রতিষ্ঠান প্রতিরোধ আইন অধীনে অবৈধ এবং প্রতিষ্ঠানিক পরিদর্শন এবং বাস্তবায়ন করা হয়।
5. একতন্ত্র: • একতন্ত্র হল একটি বাজার গঠন যা একটি একক ক্রেতা (বা প্রধান ক্রেতা) দ্বারা একটি সামগ্রিক ক্রয়ের উপর গুরুত্বপূর্ণ নিয়ন্ত্রণ রয়েছে। • একতন্ত্র সরবরাহকারীদের প্রতি মূল্যের নিম্নকটা প্রেসার প্রয়োগ করতে পারে যা সরবরাহকারীদের জন্য নিম্ন মজুত বা উৎপাদনের জন্য নিম্ন মূল্য সৃষ্টি করে। • একতন্ত্র শক্তি মূলধনের সীমিত উপলব্ধতা, বৃহত্তর পরিবর্তন ব্যয়, বা বিধির্ভাৱা অসম্ভব হতে পারে।
6. দ্বিপক্ষীয় একতন্ত্র: • দ্বিপক্ষীয় একতন্ত্র ঘটে যখন একটি বিক্রেতা (একক বিক্রেতা) একটি বাজারে একটি ক্রেতা (একটি একক বিক্রেতা) দ্বারা মুখোমুখি হয়। • দ্বিপক্ষীয় একতন্ত্রের মধ্যে নেগোশিয়াকায় নেগোটিয়েশন অসমঞ্জস্যের কারণে অকার্যকর ফলাফল হতে পারে এবং প্রতিযোগিতামূলক চাপের অনুপ্রেরণা অনুপস্থিতি।

এই বিভিন্ন ধরনের অপূর্ণ প্রতিযোগিতার মাধ্যমে বাজারের গঠনের বৈচিত্র্য এবং প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন মাত্রার বাজার শক্তি সুস্থায়িত করা হয়েছে। প্রতিটি অপূর্ণ প্রতিযোগিতা প্রতিষ্ঠানগুলি, গ্রাহকদের এবং নীতিগত নির্ধারণকারীদের জন্য বিশেষ চ্যালেঞ্জ এবং সুযোগ প্রদান করে।

Input Markets

Theory of rent – Ricardo, Marshall and Modern theory of rent

The theory of rent is a concept in economics that explains the differential returns to factors of production, particularly land. Different economists have developed theories of rent over time, each

offering unique insights into the nature and determinants of rent. Here's an overview of the theories of rent proposed by David Ricardo, Alfred Marshall, and the modern theory of rent:

1. **Ricardian Theory of Rent:**

- David Ricardo, an influential classical economist, developed the theory of rent in the early 19th century.
- Ricardo's theory of rent is based on the differential fertility and productivity of land. He argued that as population grows and more land is brought into cultivation, land of lesser quality is utilized.
- According to Ricardo, rent emerges because land of varying quality exists, and the most fertile land provides surplus produce above what is required to cover production costs. This surplus becomes rent.
- Rent is a payment made to landowners for the use of land, and it increases as the demand for agricultural products grows or as technological improvements increase the productivity of land.

2. **Marshallian Theory of Rent:**

- Alfred Marshall, a neoclassical economist, expanded upon Ricardo's theory of rent in the late 19th and early 20th centuries.
- Marshall refined the concept of rent to apply not only to land but also to other factors of production, such as labor and capital.
- According to Marshall, rent arises due to the scarcity of productive factors and the differential productivity of factors across different uses. The more productive factors command higher rents.
- Marshall distinguished between economic rent, which arises due to the scarcity of factors, and transfer earnings, which represent payments made to factors of production in excess of what is required to keep them in their current use.
- In Marshall's view, rent is a surplus payment above opportunity cost, reflecting the difference between what a factor of production earns in its best alternative use and its actual earnings.

3. **Modern Theory of Rent:**

- The modern theory of rent incorporates insights from neoclassical economics and focuses on the role of scarcity, demand, and competition in determining rent.
- Modern economists emphasize that rent arises not only from differential productivity but also from factors such as location, amenities, and resource scarcity.

- Rent is viewed as the payment made for access to scarce resources that provide unique benefits or advantages.
- Modern theories of rent also consider the dynamic nature of markets and the impact of technological change, market competition, and government intervention on the determination of rent.

Overall, the theories of rent developed by Ricardo, Marshall, and modern economists provide valuable frameworks for understanding the allocation of economic resources and the distribution of income in market economies. They highlight the role of scarcity, productivity, and competition in determining the returns to factors of production, particularly land.

ভাড়া সিদ্ধান্ত হল অর্থনীতিতে একটি ধারণা যা উৎপাদনের উপাদান, স্পষ্টভাবে ভূমি, প্রতিফলনের পৃথক প্রতিফলনের উপর ব্যাখ্যা করে। বিভিন্ন অর্থনীতিবিদরা সময়ের মাঝে ভাড়ার সিদ্ধান্ত তৈরি করেছেন, প্রতিটি অন্যত্র ভাড়ার স্বভাব এবং নির্ধারকগুলির বিষয়ে অনন্য দৃষ্টিভঙ্গি উপস্থাপন করেন। দয়া করে নিম্নলিখিত ডেভিড রিকার্ডো, আলফ্রেড মার্শাল, এবং আধুনিক ভাড়ার সিদ্ধান্তের ওপর একটি ওভারভিউ দেয়া হল:

1. রিকার্ডোয়ের ভাড়া সিদ্ধান্ত: • ডেভিড রিকার্ডো, একটি প্রভাবশালী প্রাচীন অর্থনীতিবিদ, রিকার্ডোর ভাড়া সিদ্ধান্ত উদ্ভাবন করেন প্রারম্ভিক ১৯শ শতাব্দীতে। • রিকার্ডোর ভাড়ার সিদ্ধান্ত ভূমির পৃথক উর্বরতা এবং উৎপাদনশীলতার উপর ভিত্তি করে। উনি বিচার করেন যে, যখন জনসংখ্যা বাড়ছে এবং আরও বেশি ভূমি খাদ্যসম্পদ প্রতিফলনের মধ্যে আনা হয়, তখন কম গুণগত মানের ভূমি ব্যবহৃত হয়। • রিকার্ডোর মতে, ভাড়া উত্তরমূলকভাবে উৎপাদন খরচ পর্যাপ্ত হয়ে যাওয়ার চেয়ে একটি স্থানীয়তম ভূমি অধিক প্রয়োজনীয় উৎপাদন প্রদান করে। এই অতিরিক্ত অংশ ভাড়া হয়। • ভাড়া ভূমি ব্যবহারের জন্য ভূমির মালিকদের প্রদান করা হয় এবং আগ্রহ বাড়ে যখন কৃষিজ পণ্যের জন্য চাহিদা বাড়ে বা প্রযুক্তিগত উন্নতি জন্য ভূমির উৎপাদকতা বাড়ে।
2. মার্শালের ভাড়া সিদ্ধান্ত: • আলফ্রেড মার্শাল, একটি নেওক্লাসিকাল অর্থনীতিবিদ, রিকার্ডোর ভাড়া সিদ্ধান্ত গড়ে তুলেন শেষ পাঁচ দশকে এবং নবাবদ্বীপ শতাব্দীতে। • মার্শাল ভাড়ার ধারণাটি সমগ্রভাবে পৃথক প্রতিফলনের সাথে সংশ্লিষ্ট উপাদানগুলি, যেমন শ্রম এবং পুঁজি, জড়িত করে ধরেন। • মার্শালের মতে, ভাড়া উৎপাদনশীল উপাদানের অভাবে এবং বিভিন্ন ব্যবহারের মধ্যে উপাদানের পৃথক উৎপাদনশীলতা প্রতিফল উত্পন্ন হয়। উত্তরমূলক উপাদানগুলি আরও উচ্চ ভাড়া বলে বাধ্য করে। • মার্শাল অর্থনৈতিক ভাড়ার মধ্যে প্রাপ্তিশীলতার মধ্যে পৃথকভাবে ভেদ করেন, যা অর্থনীতি বাধার অধিকারের প্রদান করে, যা প্রতিষ্ঠানের উপযুক্ত ব্যবহারে প্রদান করা যায়।
3. আধুনিক ভাড়া সিদ্ধান্ত: • আধুনিক ভাড়া সিদ্ধান্তে নেওক্লাসিকাল অর্থনীতি থেকে অংশগ্রহণ করা হয় এবং ভাড়ার নির্ধারণে দৃঢ়তা, চাহিদা এবং প্রতিযোগিতা কোড়া হয়। • আধুনিক অর্থনীতিবিদরা জোর দেয় যে ভাড়া শুধুমাত্র পৃথক উৎপাদনশীলতা থেকে নয়, প্রথম অভিজ্ঞতার জন্য অধিকাংশ সময়ের বাদলে স্থান, সুবিধা, এবং সম্পদের দারিদ্রতা থেকে উত্পন্ন হয়। • ভাড়া সম্পদের অ্যাক্সেস প্রদানের জন্য দেয়া হয় যা একক উপায়ে উপলব্ধ সুবিধা

বা সুবিধা দেয়। • আধুনিক ভাড়া সিদ্ধান্তগুলি আগামীকালের বাজারের গতি এবং ভাড়ার নির্ধারণে প্রযুক্তিগত পরিবর্তন, বাজার প্রতিযোগিতা, এবং সরকারী ব্যবস্থাপনা প্রভাব নিয়ে ভেবেন।

সারাংশে, ডেভিড রিকার্ডো, মার্শাল, এবং আধুনিক অর্থনীতিবিদরা ভাড়ার সিদ্ধান্ত উপর তাদের পরিচিতি প্রদান করেন যা বাজার অর্থনীতিতে অর্থনৈতিক সম্পদের বন্টন এবং আয়ের বিতরণ উপর অনুধাবন করার জন্য মূল্যবান কাঠামো প্রদান করে। এটি স্বল্পবিচারে, উৎপাদনের পৃথকতা এবং প্রতিযোগিতা উত্তেজনা স্পষ্টভাবে প্রদর্শন করে।

Labour and land markets – basic concepts (derived demand, productivity of an input, marginal productivity of labour, marginal revenue product)

Labour and land markets are essential components of the economy, where factors of production, such as labor and land, are bought and sold. Several basic concepts help understand the dynamics of these markets:

1. **Derived Demand:**

- Derived demand refers to the demand for a factor of production (e.g., labor or land) that is derived from the demand for the goods and services it helps produce.
- In labor markets, for example, the demand for labor is derived from the demand for the final goods and services that labor helps produce. Firms demand labor because they need workers to produce goods and services for consumers.

2. **Productivity of an Input:**

- Productivity of an input measures the output produced per unit of input (e.g., output per hour of labor or output per acre of land).
- In labor markets, labor productivity is often measured as output per worker or output per hour worked. Higher productivity indicates that each unit of labor contributes more to the production process.
- In land markets, land productivity measures the output generated per unit of land area. It reflects the fertility, location, and quality of the land.

3. **Marginal Productivity of Labor (MPL):**

- The marginal productivity of labor is the additional output produced by employing one additional unit of labor while holding other inputs constant.
- Mathematically, $MPL = \Delta Q / \Delta L$, where MPL is the marginal productivity of labor, ΔQ is the change in output, and ΔL is the change in labor input.

- Firms hire workers until the marginal productivity of labor equals the wage rate. This occurs at the point where the value of the additional output produced by hiring another worker (marginal revenue product) equals the cost of hiring that worker (wage rate).

4. Marginal Revenue Product (MRP):

- The marginal revenue product of labor is the additional revenue generated by employing one additional unit of labor while holding other inputs constant.
- Mathematically, $MRP = MPL * MR$, where MRP is the marginal revenue product of labor, MPL is the marginal productivity of labor, and MR is the marginal revenue from selling an additional unit of output.
- The firm maximizes profits by hiring workers up to the point where the marginal revenue product of labor equals the wage rate. At this point, the value of the additional output produced by hiring another worker is equal to the cost of hiring that worker.

Understanding these basic concepts helps firms make decisions about hiring labor and utilizing land efficiently in production processes. By analyzing productivity and marginal returns to factors of production, firms can optimize their resource allocation and maximize profits in competitive markets.

শ্রম এবং ভূমি বাজারগুলি অর্থনীতির প্রধান উপাদান, যেখানে শ্রম এবং ভূমি প্রতিষ্ঠান, প্রতিষ্ঠানগুলি, যেমন কর্মী এবং ভূমি, ক্রয় এবং বিক্রয় করা হয়। এই বাজারের গতিবিধি বোঝার সাহায্য করতে একাধিক মৌলিক ধারণা আছে:

1. অধিগত চাহিদা: • অধিগত চাহিদা বা অধিগত চাহিদা হ'ল একটি উৎপাদনের চাহিদা (উদাহরণস্বরূপ, শ্রম বা ভূমির) যা এটি সাহায্য করে উৎপাদন করার চাহিদা থেকে উৎপন্ন হয়। • শ্রম বাজারে, উদাহরণস্বরূপ, শ্রমের চাহিদা শ্রম সাহায্যে পরিমাণ পূরণ করার চাহিদা থেকে অধিগত। কোম্পানিগুলি কার্যকরী পণ্য এবং সেবা উৎপাদনের জন্য শ্রমকে প্রয়োজন করে যেহেতু তারা গ্রাহকদের জন্য পণ্য এবং সেবা উৎপাদন করতে হয়।
2. উপাদানের উৎপাদনশীলতা: • ইনপুটের উৎপাদনশীলতা হ'ল প্রতি ইনপুট এককে প্রস্তুত উৎপাদনের পরিমাপ (যেমন, শ্রমের প্রতি ঘন্টার উৎপাদন বা ভূমির প্রতি একরের উৎপাদন)। • শ্রম বাজারে, শ্রমের উৎপাদনশীলতা সাধারণত প্রতি শ্রমিক বা প্রতি ঘন্টা কাজ করা উপাদানের উৎপাদন হিসাবে পরিমাপ করা হয়। উচ্চ উৎপাদনশীলতা প্রতিটি শ্রমের প্রস্তুতিপ্রক্রিয়াতে অধিক অবদান রয়েছে তা দেখায়। • ভূমি বাজারে, ভূমির উৎপাদনশীলতা প্রতি ভূমির একক পরিমাপ করে। এটি ভূমির উর্বরতা, অবস্থান এবং মানের প্রতিফল করে।
3. শ্রমের মার্জিনাল উৎপাদনশীলতা (এমপিএল): • শ্রমের মার্জিনাল উৎপাদনশীলতা হ'ল অন্য উপাদানগুলি ধারণা ধরে অন্য একটি ইউনিট শ্রম করায় অতিরিক্ত উৎপাদন প্রস্তুত হয়। • গণনাকৃতিকভাবে, $এমপিএল = \Delta Q / \Delta L$, যেখানে এমপিএল হ'ল শ্রমের মার্জিনাল উৎপাদনশীলতা, ΔQ হ'ল পরিবর্তন উৎপাদন, এবং ΔL হ'ল শ্রম ইনপুটের পরিবর্তন। • প্রতিষ্ঠান মজুদ কর্মীর সংখ্যা নিয়োগ করে যতটুকু শ্রমের মার্জিনাল উৎপাদনশীলতা

কামনা করে যেখানে মার্জিনাল উৎপাদন মার্জিনাল মূল্যেরেখা সমান হয়। এটি একটি ব্যবসায় নিয়োগ করা প্রয়োজনীয় পরিমাণের কর্মী যেতে পারে।

4. মার্জিনাল রাজস্ব প্রডাক্ট (এমআরপি): • মার্জিনাল রাজস্ব প্রডাক্ট হ'ল অন্য উপাদানগুলি ধারণ ধরে অন্য একটি ইউনিট শ্রম করায় অতিরিক্ত রাজস্ব উত্পন্ন হয়। • গণনাকৃতিকভাবে, এমআরপি = এমপিএল * মার্জিনাল রাজস্ব, যেখানে এমআরপি হ'ল শ্রমের মার্জিনাল উৎপাদনশীলতা, এমপিএল হ'ল শ্রমের মার্জিনাল উৎপাদনশীলতা, এবং এমআর হ'ল একটি ইউনিট আউটপুট বিক্রি করার মার্জিনাল রাজস্ব। • প্রতিষ্ঠান লাভ সর্বোচ্চ করতে মার্জিনাল রাজস্ব প্রডাক্ট যে নিয়োগ শ্রমের মার্জিনাল রাজস্ব কর্মী নিয়োগ করা যায় তা পর্যাপ্ত বেতন হয়। এই অংশে, আরেকটি কর্মী নিয়োগ করার বাড়ানো প্রোডাক্ট একটি অন্য কর্মী নিয়োগ করা কাজের মূল্য বেতনের মূল্য দিয়ে যা তারা নিয়োগ করা পরিমাণের মূল্য করতে হয়।

এই মৌলিক ধারণাগুলির সম্পর্কে বুঝতে কোম্পানিগুলি শ্রম নিয়োগ এবং উপাদান উৎপাদন প্রক্রিয়াগুলি সঠিকভাবে ব্যবহার করার সিদ্ধান্ত নেওয়ার মাধ্যমে। উৎপাদনশীলতা এবং উপাদানের মার্জিনাল ফলাফলের বিশ্লেষণ করে কোম্পানিগুলি তাদের সংস্থানিক বরাদ্দ সরবরাহ প্রস্তুত করতে পারে এবং প্রতিযোগিতামূলক বাজারে লাভ সর্বাধিক করতে পারে।

Demand for labour; input demand curves; shifts in input demand curves

The demand for labor refers to the quantity of labor that firms are willing and able to hire at various wage rates, holding all other factors constant. Several factors influence the demand for labor, including the marginal productivity of labor, the price of the output being produced, the availability of substitutes for labor (such as capital or technology), and the overall state of the economy.

The demand for labor is typically represented by an input demand curve, which shows the relationship between the quantity of labor demanded and the wage rate. The input demand curve has a negative slope, indicating an inverse relationship between the wage rate and the quantity of labor demanded. As the wage rate increases, the quantity of labor demanded decreases, and vice versa.

Shifts in the input demand curve occur when there are changes in factors other than the wage rate that affect the quantity of labor demanded by firms. Some common factors that can shift the input demand curve include:

1. **Changes in the Price of Output:**

- An increase in the price of the output being produced by firms will increase the demand for labor, as firms seek to produce more output to take advantage of higher prices.

2. **Changes in Technology:**

- Technological advancements that increase the productivity of labor or reduce the need for labor can shift the input demand curve to the left, decreasing the quantity of labor demanded at any given wage rate.

3. Changes in the Prices of Other Inputs:

- Changes in the prices of other inputs, such as capital or raw materials, can affect the relative cost of production and influence the demand for labor. For example, if the price of capital decreases, firms may substitute capital for labor, reducing the demand for labor.

4. Changes in the Size of the Market:

- Increases in the size of the market or changes in consumer preferences can lead to higher demand for goods and services, increasing the demand for labor as firms expand production to meet the higher demand.

5. Changes in Government Policies:

- Government policies, such as taxes, subsidies, regulations, or labor market interventions, can affect the cost of hiring labor and influence the demand for labor by firms.

These factors can cause the input demand curve to shift either to the right (increase in demand for labor) or to the left (decrease in demand for labor) depending on their impact on firms' production decisions and labor requirements. Understanding shifts in the input demand curve is essential for analyzing labor market dynamics and assessing the implications for employment, wages, and economic growth.

শ্রমের চাহিদা এমন কর্মীদের পরিমাণের মেয়াদ যারা বিভিন্ন মজুদা হরিয়ে সার্থক বাজারে শ্রম নিয়োগ করতে সম্মত এবং সক্ষম, অন্য সমস্ত ফ্যাক্টর ধরে রাখা হয়। বেশ কিছু কারণ শ্রমের চাহিদা প্রভাবিত করে, যেমন শ্রমের মার্জিনাল উৎপাদনশীলতা, প্রস্তুতি হয় পণ্য মূল্য, শ্রমের বিকল্প (যেমন, পুঁজিবিদ্যুত বা প্রযুক্তি) এবং অর্থনৈতিক অবস্থান। শ্রমের চাহিদা সাধারণত একটি ইনপুট চাহিদা বৃত্ত দ্বারা প্রতিনিধিত্ব করা হয়, যা শ্রমের চাহিদা এবং মজুদা মূল্য মধ্যকার সম্পর্ক দেখায়। ইনপুট চাহিদা বৃত্তের ধারণ হয় নেতিবাচক ঢেউয়ে, যা শ্রমের চাহিদা এবং মজুদা মূল্যের মধ্যে উল্টোদিকে সম্পর্ক দেখায়। যেমন, মজুদা মূল্য বৃদ্ধি পাওয়া করে, যতটা দাম উপরে উঠে তাতে মজুদা শ্রমের চাহিদা বৃদ্ধি পায়। ইনপুট চাহিদা বৃত্তের অপসারণ প্রয়োজনীয় হয় যখন মূল্য বাদামের বাইরে অন্য ফ্যাক্টর পরিবর্তন হয় যা প্রতিষ্ঠানের মাধ্যমে প্রতিনিধিত্ব শ্রমের চাহিদা প্রভাবিত করে। কিছু সাধারণ কারণ যা ইনপুট চাহিদা বৃত্তের অপসারণ প্রভাবিত করতে পারে তা হল:

1. পণ্যের মূল্য পরিবর্তন: • প্রতিষ্ঠানগুলি দ্বারা তৈরি পণ্যের মূল্যের বৃদ্ধি শ্রমের চাহিদা বৃদ্ধি পায়, যেখানে প্রতিষ্ঠানগুলি প্রয়োজনের অধিক উৎপাদনের সুযোগ নিতে চায় উচ্চ দাম প্রয়োজনের সুযোগ নিতে চায়।
2. প্রযুক্তি পরিবর্তন: • শ্রমের উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি এবং শ্রমের প্রয়োজনের মাত্রা কমাতে প্রযুক্তিগত উন্নতি একটি বামু সাধারণত বৃদ্ধি পায়।

3. অন্যান্য উৎপাদনের মূল্য পরিবর্তন: • অন্যান্য উৎপাদনের মূল্যের পরিবর্তন যেমন পুঁজিবিদ্যুত বা প্রাথমিক উপাদানের মূল্যের পরিবর্তন প্রস্তুতিতে খরচের পরিমাণের বিনিময় প্রভাবিত হতে পারে এবং শ্রমের চাহিদাকে প্রভাবিত করতে পারে।
4. বাজারের আকারের পরিবর্তন: • বাজারের আকারের বৃদ্ধি বা মূল্যস্থায়ী পছন্দ পরিবর্তনের ফলে পণ্য এবং পরিষেবার জন্য বেশি চাহিদা দেখা যায়, এটি প্রতিষ্ঠানগুলি পর্যাপ্ত চাহিদা মেটানোর জন্য উপাদানের চাহিদার বৃদ্ধি করে।
5. সরকারি নীতিসমূহে পরিবর্তন: • সরকারি নীতিগুলি, যেমন কর, অনুদান, বিধিমালা, বা শ্রম বাজারে হস্তক্ষেপ, চাহিদা প্রভাবিত করতে পারে এবং প্রতিষ্ঠানের চাহিদা।

Competitive labour markets

Competitive labor markets are markets characterized by a large number of employers competing to hire workers with similar skills, and a large number of workers competing for job opportunities. In competitive labor markets, no single employer or group of employers has significant control over wages or working conditions, and workers have the flexibility to move between jobs based on their preferences and the prevailing wage rates.

Key characteristics of competitive labor markets include:

1. Many Buyers (Employers) and Sellers (Workers):

- Competitive labor markets feature a large number of employers seeking to hire workers and a large number of workers seeking employment opportunities.
- Employers compete with each other to attract and retain qualified workers, while workers compete with each other to secure job offers and negotiate favorable employment terms.

2. Homogeneous Labor Supply:

- In competitive labor markets, workers possess similar skills, qualifications, and abilities, making the labor supply relatively homogeneous.
- Employers view workers as interchangeable and base hiring decisions primarily on factors such as experience, education, and productivity.

3. Perfect Information:

- Competitive labor markets assume that both employers and workers have access to perfect information about job opportunities, wages, working conditions, and labor market trends.

- This ensures transparency and facilitates efficient matching between job seekers and employers.

4. **Ease of Entry and Exit:**

- Competitive labor markets allow for easy entry and exit of firms and workers. There are no significant barriers to entry for new firms or obstacles preventing workers from switching jobs.
- Workers have the freedom to enter or leave the labor force based on their preferences and opportunities.

5. **Wage Determination by Supply and Demand:**

- Wages in competitive labor markets are determined by the interaction of labor supply and demand.
- When labor demand exceeds supply, wages tend to rise, attracting more workers to the market. Conversely, when labor supply exceeds demand, wages may decline, encouraging some workers to exit the market or seek alternative employment.

6. **Flexibility and Mobility:**

- Competitive labor markets promote flexibility and mobility among workers. Workers can pursue employment opportunities across different industries, occupations, and geographic locations based on their skills and preferences.
- Employers also have the flexibility to adjust their workforce size and composition in response to changing market conditions.

Overall, competitive labor markets are characterized by free competition, efficient allocation of resources, and responsive adjustments to changes in supply and demand. They play a crucial role in driving economic growth, promoting productivity, and enhancing overall welfare by matching workers with job opportunities and facilitating efficient production processes.

সংখ্যাবহুল কর্মবাজার গুরুত্বপূর্ণ অংশ হিসেবে অর্থনৈতিক প্রগতি, নতুনত্ব, এবং কর্মকর্তা এবং নিয়োজকদের জন্য সমান সুযোগ সৃষ্টি করে। নিম্নে প্রতিষ্ঠানগুলি এবং শ্রমিকদের মধ্যে প্রতিষ্ঠানগুলি এবং শ্রমিকদের মধ্যে মূল বৈশিষ্ট্য এবং প্রতিষ্ঠানগুলি এবং প্রতিষ্ঠানগুলির প্রতিযোগিতামূলক শ্রম বাজারের গুরুত্বপূর্ণ সুযোগগুলির সংক্ষিপ্ত তালিকা:

১। বহু ক্রেতা (নিয়োজক) এবং বিক্রেতা (শ্রমিকদের): • প্রতিস্থানগুলি প্রতিষ্ঠানগুলি বিক্রেতা নিয়োজকদের নিয়োজক চাহিয়ে এবং একইভাবে, প্রায় সমান পরিমাণের শ্রমিকদের নিয়োজন এড়ানোর চেষ্টা করে। এই প্রায়শই মূল্য প্রায় সমান হয়ে থাকে যেটি কর্মকর্তা এবং সংস্থা দের মধ্যে ক্রেতার আবদ্ধতা তৈরি করে। এক্ষেত্রে শ্রমিকরা একে অন্যের সাথে প্রতিযোগিতামূলক অনুভব করে এবং উপযুক্ত চাকরি প্রদানের শর্তাদি আলোচনা করেন।

২। সমবাহু শ্রম সরবরাহ: • প্রতিস্থানগুলি এখানে শ্রমিকরা সমান দক্ষতা, যোগ্যতা, এবং দক্ষতা অবলম্বন করে যা শ্রম সরবরাহকে প্রায় সমতুল্য করে তুলে। এই অসমতুল্যতা মোটামুটি গ্রহণের সহজতর করে এবং উদ্যোগী কর্মীদের মধ্যে অনুমান করার সুবিধা দেয়।

৩। পূর্ণ তথ্য: • প্রতিযোগিতামূলক শ্রম বাজারে প্রতিষ্ঠানগুলি এবং শ্রমিকরা চাকরি সুযোগ, মূল্য, কর্মসূচি এবং শ্রম বাজারের প্রবল তথ্যের উন্নতি গণনা করে তোলে। এটি ন্যায্য এবং দক্ষিণ লেনদেন নিশ্চিত করে এবং চাকরি সন্ধানকারীদের এবং নিয়োজকদের মধ্যে ক্ষমতাস্বয়ন প্রক্রিয়া করে।

৪। প্রবেশ এবং প্রস্থানের সুবিধা: • প্রতিযোগিতামূলক শ্রম বাজারে প্রতিষ্ঠানগুলির এবং কর্মীদের জন্য প্রবেশ প্রবেশের জন্য ন্যায্য ন্যায্য নিয়ম এবং কোনও অসংখ্য বিধি নেই যেটি নতুন প্রতিষ্ঠানগুলির জন্য অথবা কর্মীদের জন্য চাকরি সন্ধান অথবা বিভিন্ন অবস্থানে আল্পকালিক সংস্থা গড়ার অনুমতি দেয়।

৫। আয় এবং চাকরি পরিচালনার জন্য প্রশাসনিক তত্ত্ব: • প্রতিযোগিতামূলক শ্রম বাজারে শ্রম সরবরাহের জন্য আয় বা চাকরি পরিচালনার জন্য সরবরাহ এবং চাকরি পরিচালনার বিষয়ে সরবরাহ দ্বারা বিবেচনা করা হয়। যখন শ্রম চাহিয়ার ব্যাপ্তি শ্রম আপনি তখন চাকরি আসলে তখন আপনি চাকরি সুযোগ নিয়ে নিয়ে অন্যত্র সৃজন এবং সবশেষে বিভিন্ন আয় এবং চাকরি বা প্রবেশ বা প্রস্থান বিষয়ে সরকারের নীতি পরিবর্তনে আধাপাটা আছে।

এই বৈশিষ্ট্যগুলি প্রতিযোগিতামূলক শ্রম বাজারের প্রধান লক্ষণ এবং সুযোগগুলির সুযোগগুলির সাথে মেলানোর ক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ অবদান রাখে। প্রতিস্থানগুলির এবং শ্রমিকদের মধ্যে সামর্থ্য এবং প্রত্যাবর্তন আদান প্রদানের মাধ্যমে প্রতিযোগিতামূলক শ্রম বাজারে পরিবর্তন নিশ্চিত করা হয় এবং এটি আর্থিক অগ্রগতি, উন্নতমানের উন্নতিতে এবং সার্বজনিক উত্তরাধিকার অনুভব করা হয়।

labour market and public policy.

The labor market is a critical component of the economy, and public policy plays a significant role in shaping its functioning and outcomes. Public policy interventions in the labor market aim to address various challenges, promote favorable conditions for workers and employers, and achieve broader economic and social objectives. Here are some ways in which public policy interacts with the labor market:

1. Employment Protection and Labor Rights:

- Public policies often include measures to protect workers' rights, ensure fair treatment, and prevent exploitation.
- Labor laws may establish minimum wage standards, regulate working hours, mandate workplace safety and health standards, and provide protections against discrimination and harassment.

- Employment protection measures, such as laws governing dismissal procedures and severance pay, aim to provide job security for workers.

2. Unemployment Insurance and Social Safety Nets:

- Governments implement unemployment insurance programs to provide financial assistance to workers who lose their jobs involuntarily.
- Unemployment benefits help cushion the financial impact of job loss, maintain consumer purchasing power, and support aggregate demand in the economy during economic downturns.
- Social safety nets, such as welfare programs and income support initiatives, provide assistance to vulnerable populations facing unemployment, poverty, or economic hardship.

3. Training and Skill Development:

- Public policies often support training and skill development programs to enhance workers' employability, adaptability, and productivity.
- Government-funded vocational training, apprenticeship programs, and adult education initiatives help workers acquire new skills, upgrade existing skills, and transition to new occupations or industries.
- Investments in education and lifelong learning contribute to a skilled and adaptable workforce capable of meeting evolving labor market demands.

4. Labor Market Regulation and Flexibility:

- Public policy decisions shape the regulatory environment governing labor markets, influencing factors such as hiring and firing practices, contract arrangements, and collective bargaining rights.
- Labor market regulations aim to balance the interests of workers and employers while promoting economic efficiency, social equity, and labor market stability.
- Policies may vary in their degree of flexibility, with some emphasizing labor market deregulation and flexibility to encourage job creation and investment, while others prioritize worker protections and collective bargaining rights.

5. Equal Opportunities and Diversity:

- Governments implement policies to promote equal opportunities and diversity in the labor market, addressing barriers to employment and advancement faced by marginalized groups.

- Affirmative action measures, anti-discrimination laws, and diversity initiatives aim to eliminate bias, prejudice, and systemic inequalities based on factors such as race, gender, age, disability, or ethnicity.
- Promoting diversity and inclusion in the workforce not only fosters social justice but also enhances organizational performance, innovation, and competitiveness.

6. Labor Market Monitoring and Analysis:

- Public authorities collect data, conduct research, and analyze labor market trends to inform policy formulation, monitor labor market dynamics, and assess the effectiveness of interventions.
- Labor market information systems provide insights into employment patterns, wage trends, skills shortages, occupational demand, and workforce demographics, guiding policy responses to emerging challenges and opportunities.

Overall, public policies in the labor market seek to achieve a balance between economic efficiency, social equity, and individual well-being, fostering conditions conducive to productive, inclusive, and sustainable employment growth. Effective labor market policies require coordination among government agencies, employers, trade unions, civil society organizations, and other stakeholders to address diverse needs, promote social cohesion, and advance shared prosperity.

শ্রম বাজার অর্থনীতির একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ এবং সার্বজনিক নীতি এর সাথে এর কার্যক্ষমতা এবং ফলাফল নির্ধারণে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। শ্রম বাজারে সার্বজনিক নীতি আকার নেওয়ার উদ্দেশ্যে বিভিন্ন চ্যালেঞ্জগুলির প্রতিষ্ঠান করা, কর্মী ও প্রতিষ্ঠানের জন্য অনুকূল শর্ত সৃষ্টি করা এবং সাধারণ অর্থনীতি এবং সামাজিক লক্ষ্যগুলি অর্জনে লক্ষ্য সাধনের ক্ষেত্রে প্রয়োজনীয় অনুমোদন অর্জন করা যায়। এখানে কিছু প্রকারে সার্বজনিক নীতি কীভাবে শ্রম বাজারের সাথে ব্যাপার করে তা নিয়ে আলোচনা করা হয়:

1. শ্রম প্রতিরক্ষা এবং শ্রমের অধিকার: • সরকারি নীতিগুলি সচিবদের অধিকার রক্ষা করার মাপগুলি অন্তর্ভুক্ত করতে পারে, ন্যায় ব্যবহার নিশ্চিত করা, এবং শোষণ প্রতিরোধ করতে পারে। • শ্রম আইনগুলি ন্যূনতম মজুরি মান নির্ধারণ করতে পারে, কাজের ঘন্টা নিয়ন্ত্রণ করতে, কাজস্থলে নিরাপত্তা এবং স্বাস্থ্যের মান নির্ধারণ করতে এবং অবসান প্রক্রিয়া এবং বিয়োগদান জন্য সূচিপত্রের প্রদান করতে। • বেয়াজু অবসান বিষয়ে শ্রমিকদের জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ মামলা প্রদানের লক্ষ্যে শ্রম আইন।
2. বেকারত্ব ইন্স্যুরেন্স এবং সামাজিক নিরাপত্তা জাল: • সরকার বেকারত্ব ইন্স্যুরেন্স প্রোগ্রাম বাস্তব অস্বীকৃত যারা তাদের কর্ম অক্ষম হয়েছে তাদের জন্য আর্থিক সাহায্য প্রদান করতে। • বেকারত্ব সুবিধা কাজের অবস্থান প্রভাবিত হয়ে পড়ার আর্থিক প্রভাব মোছা এবং অর্থনীতির পুন্যতির সময়ে অ্যাগ্রিগেট চাহনির সমর্থন করতে। • সামাজিক নিরাপত্তা নেট, যেমন কল্যাণ প্রোগ্রাম এবং আয় সহায়তা প্রক্রিয়া, বেকারদের জন্য সাহায্য প্রদানের জন্য স্বার্থবহল প্রতিষ্ঠানের মুখোমুখি হতে পারে।

3. **প্রশিক্ষণ এবং দক্ষতা উন্নতি:** • সরকারি নীতিগুলি অক্ষমতা, বহনশীলতা এবং উৎপাদকতা উন্নতির জন্য প্রশিক্ষণ এবং দক্ষতা উন্নতি প্রোগ্রাম সমর্থন করে। • সরকারের অনুদানিত বোকেশনাল প্রশিক্ষণ, শিশুশ্রম প্রোগ্রাম এবং পূর্ণবয়স্ক শিক্ষা উন্নতি প্রচেষ্টা করে কর্মীদের নতুন দক্ষতা অর্জন, বর্তমান দক্ষতা আপগ্রেড এবং নতুন পেশায় বা উদ্যোগে প্রবর্তনের জন্য সাহায্য করে। • শিক্ষা এবং জীবনদীর্ঘ শেখা উন্নতি করার মাধ্যমে বিপণি কর্মী প্রয়োজনীয় একটি দক্ষিণ এবং প্রতিস্থান শ্রমকৌশল সম্পর্কে অনুভূত শ্রমক্ষম শ্রমবাজার তৈরি করা সমর্থন করে।
4. **শ্রম বাজার প্রবিধান এবং প্রস্থানতা:** • সরকারি নির্ধারণগুলি কর্ম বাজারের প্রবিধানের পরিবেশ আকর্ষণ করে, যা কর্মী ও কর্মপালের ক্ষেত্রে কাজের আছে কি এবং গ্রহণের অধিকার প্রতিরক্ষা করে। • শ্রম বাজারের বিধি নীতিগুলি কর্মী ও প্রতিষ্ঠানের মধ্যে কাজের ওপর দায়িত্বের সমতুল্য করতে প্রয়োজনীয়, সামাজিক ন্যায্যতা এবং শ্রম বাজারের স্থিতিশীলতা সাধনে লক্ষ্য করে। • নীতি শ্রম বাজারের নিরাপত্তা এবং পরিষ্কার মিথ্যা উৎপাদনের নির্ধারণ করতে পারে।
5. **সমান সুযোগ এবং বিবিধতা:** • সরকার সমান সুযোগ এবং বিবিধতা প্রচারের জন্য নীতিগুলি কর্তৃপক্ষের ক্ষেত্রে নিয়ে আসে, কাজের ওপর আবর্তনের সামনে অবরোধ সমাপ্ত করার জন্য গ্রেপ্তার করা হয়। • অধিকারের বিধি, বিপণি আইন, এবং বিবিধতা উদ্যোগগুলি বৈষম্য, বৈপ্রতিষ্ঠান মন্তব্য, এবং ব্যবসায় নীতিগুলি নিস্পৃহ করার জন্য প্রতিষ্ঠান প্রতিষ্ঠা করা হয়। • শ্রম বাজারে বিবিধতা ও অন্তর্নিহিততাকে প্রচার করার মাধ্যমে বিপণি অনুষ্ঠান, নবছবি, এবং প্রতিযোগিতা উন্নতি করা হয় যা সামাজিক ন্যায্যতা বা সাধারণ উন্নতির মাধ্যমে প্রদান করা হয়।
6. **শ্রম বাজার মনিটরিং এবং বিশ্লেষণ:** • সরকারি কর্মকাণ্ড তথ্য সংগ্রহ করে, গবেষণা করে, এবং শ্রম বাজার দশা নির্ধারণ করে যাতে নীতি তৈরি, শ্রম বাজার গতির মোনিটর করা এবং প্রতিক্রিয়ার ক্ষমতার মূল্যায়ন করা যায়। • শ্রম বাজার তথ্য প্রণালী জানায় কর্মসংস্থানের আদর্শ, মজুরি ট্রেন্ড, দক্ষতা দরকার, কাজের চাহিদা, এবং কর্মী জনগণের তথ্যসম্পদের উপর ইনসাইট সরবরাহ করে নীতি ব্যবস্থা নতুন চ্যালেঞ্জ এবং সুযোগের জন্য। সার্বজনিক নীতিগুলি শ্রম বাজারে আর্থিক দক্ষতা, সামাজিক ন্যায্যতা, এবং ব্যক্তিগত ভালবাসার মধ্যে একটি সামঞ্জস্য বোধ করা উচিত যা প্রোডাক্টিভ, উল্লেখযোগ্য, এবং টেকনিক্যালি স্থায়ী কর্মসংস্থান বৃদ্ধি করে। কার্যকর শ্রম বাজার নীতিগুলি পরিষ্কারভাবে সম্পাদিত হওয়ার জন্য সরকারী প্রতিষ্ঠান, কর্মপাল, শ্রম সংস্থা, সামাজিক সংগঠন, এবং অন্যান্য প্রতিষ্ঠান মধ্যে সমন্বয় প্রয়োজন যেন বিভিন্ন প্রয়োজন ঠিক করা যায়, সামাজিক সংকট প্রতিষ্ঠিত হয়, এবং ভাগ্যের সম্পদ অগ্রগতি করে।