

# ইউনিট ৬

## বাজার

### ভূমিকা

পূর্বের ইউনিটে উৎপাদন এবং এর উপাদানসমূহ নিয়ে আলোচনা করা হয়েছে। আধুনিক অর্থনৈতিক ব্যবস্থায় বিভিন্ন দ্রব্য ও সেবার উৎপাদন গড়ে উঠেছে বাজারের চাহিদা ও প্রয়োজনকে কেন্দ্র করে। মুনাফা সর্বাধিক করার লক্ষ্যে উৎপাদনকারী যেমন বাজার থেকে কম মূল্যে উৎপাদনের উপাদান বা কাঁচামাল সংগ্রহের চেষ্টা করে, তেমনি সেগুলো ব্যবহার করে উৎপাদিত পণ্য সর্বাধিক মূল্যে আবার বাজারে বিক্রয় করার চেষ্টা করে। অতএব গোটা উৎপাদন প্রক্রিয়াতে বাজার গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।

### পাঠ ১ : বাজারের অর্থ ও আয়তন

#### উদ্দেশ্য :

এ পাঠ শেষে আপনি—

- বাজার কাকে বলে তা বলতে পারবেন।
- বাজারের বৈশিষ্ট্য কি কি তার বর্ণনা দিতে পারবেন।
- বাজারের আয়তনের ব্যাখ্যা দিতে পারবেন।
- বাজারের আয়তন কোন কোন বিষয়ের দ্বারা নির্ধারিত হয় তা বলতে পারবেন।

#### বাজার কাকে বলে?

সাধারণ অর্থে বাজার বলতে একটি নির্দিষ্ট স্থানকে বুঝায় যেখানে বিভিন্ন প্রকার দ্রব্যসামগ্রী ক্রয়-বিক্রয় হয়। কিন্তু অর্থনীতিতে বাজার শব্দটি একটি বিশেষ অর্থে ব্যবহৃত হয়। অর্থনীতিতে কোন পণ্য এবং প্রতিযোগিতার মাধ্যমে পণ্যের দাম নির্ধারণকারী ক্রেতা ও বিক্রেতাদেরকে বাজার নামে আখ্যায়িত করা হয়। যেমন— পাটের বাজার, স্বর্ণের বাজার, কাপড়ের বাজার ইত্যাদি।

অর্থনীতিতে বাজারের কয়েকটি উপাদান বা বৈশিষ্ট্য আছে। যথা—

- ক্রয়-বিক্রয়যোগ্য এক বা একাধিক দ্রব্য থাকতে হবে।
- ঐ দ্রব্যগুলোর ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকা চাই। ক্রেতাদের মধ্যে ক্রয়ের বাজারে প্রতিযোগিতা এবং বিক্রেতাদের মধ্যে বিক্রয়ের বাজারে প্রতিযোগিতা থাকে।
- ক্রেতা-বিক্রেতাদের মধ্যে অবাধ সংশ্রবের ফলে একই সময়ে একই দ্রব্যের জন্য একটি নির্দিষ্ট দামের উদ্ভব হবে।
- একটি স্থান, অঞ্চল, দেশ বা গোটা পৃথিবী কোন পণ্যের বাজার হতে পারে।

#### বাজারের আয়তন

সকল পণ্যের বাজার একরূপ হয় না। বাজারের আয়তন ক্ষুদ্র বা বড় হতে পারে। যেমন, মাছ বা দুধের বাজার সংকীর্ণ; কিন্তু গম, সোনা বা কাপড় ইত্যাদি পণ্যগুলোর বাজারের আয়তন বড় হয়। এসব ধরনের পণ্যের বাজার বিশৃঙ্খলাও হয়। নিচে বাজারের আয়তন বা বিস্তৃতি যেসব বিষয়ের উপর নির্ভর করে তা আলোচনা করা হল :

**১. চাহিদার বিস্তৃতি :** কোন পণ্যের বাজার এর চাহিদার উপর নির্ভর করে। যে পণ্যের চাহিদা যত ব্যাপক তার বাজার তত বিস্তৃত হয়ে থাকে। কিন্তু যে পণ্যের চাহিদা কম তার বাজার সংকীর্ণ হয়ে থাকে। স্বর্ণ, রৌপ্য, গম, কাপড়, তুলা ইত্যাদির বাজার বিস্তৃত হয়। কিন্তু মাছ, দুধ, সবজি ইত্যাদির বাজার খুব সংকীর্ণ এবং ছোট একটি এলাকাতে সীমাবদ্ধ থাকে।

**২. যোগান :** কোন পণ্যের বাজার বিস্তৃত হতে হলে এর যোগানও বিপুল হতে হবে। মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র এত অধিক গম উৎপাদন করতে পারে বলেই তা বিশ্বব্যাপী সরবরাহ করা সম্ভব হয়। তাই এই গমের বাজার বিশ্বব্যাপী। অন্যদিকে, বাংলাদেশের চালের যোগান সীমিত বলে এর বাজার দেশের মধ্যেই সীমাবদ্ধ।

**৩. স্থায়িত্ব :** যে সব দ্রব্য পচনশীল, ক্ষণস্থায়ী এবং কোথাও পাঠাতে গেলে নষ্ট হয়ে যায়, সে সব দ্রব্যের বাজার সংকীর্ণ হয়। যেমন— তাজা মাছ, পাকা ফল, শাক-সবজি, দুধ ইত্যাদির বাজার সংকীর্ণ। অপরপক্ষে, যে সব দ্রব্য টেকসই ও দীর্ঘস্থায়ী তাদের বাজার বিস্তৃত হয়। যেমন — স্বর্ণ, রৌপ্য, কাপড় ইত্যাদির বাজার বিস্তৃত হয়।

**৪. বহনযোগ্যতা :** যে সব দ্রব্যের ওজন কম অথচ মূল্য বেশি, সহজে ও অল্প খরচে স্থানান্তর করা যায় সে সব দ্রব্যের বাজার বিস্তৃত হয়। স্বর্ণ, রৌপ্য প্রভৃতি দ্রব্য সহজে বহনযোগ্য তাই তাদের বাজার বিস্তৃত। অপরপক্ষে, যে সব দ্রব্যের আয়তন ও ওজন বেশি এবং স্থানান্তর কষ্টসাধ্য ও ব্যয়বহুল তাদের বাজার সংকীর্ণ হয়। যেমন— ইটের বাজার।

**৫. শ্রেণীবিভাগ ও নমুনাকরণ :** যে সমস্ত দ্রব্য গুণাগুণ অনুসারে বিভিন্ন শ্রেণীতে ভাগ করা যায় এবং বিদেশে বা দূরতম স্থানে নমুনাসমূহ পাঠিয়ে ক্রেতাদের কাছ থেকে ক্রয়-আদেশ পাওয়া যায়, সে সব দ্রব্যের বাজার বিস্তৃত হয়। যে সব দ্রব্যের ক্ষেত্রে এ ধরনের নমুনাকরণের সুবিধা নেই, সে সব দ্রব্যের বাজার সংকীর্ণ হয়ে থাকে।

**৬. উন্নত পরিবহন ও যোগাযোগ ব্যবস্থা :** বাজারের পরিধি দেশের পরিবহন ও যোগাযোগ ব্যবস্থার উপরও অনেকাংশে নির্ভর করে। সড়ক, রেল, জল ও বিমান পরিবহন ব্যবস্থা এবং ডাক, তার, টেলিফোন ইত্যাদি যোগাযোগ মাধ্যমগুলো উন্নত হলে বিভিন্ন দ্রব্যাদি সহজে সময়মত দূরবর্তী স্থানে পাঠানো সম্ভব হয়। ফলে এসব দ্রব্যাদির বাজার বিস্তৃত হয়।

**৭. শান্তি ও নিরাপত্তা :** শান্তি ও নিরাপত্তায়ুক্ত পরিবেশের উপরও বাজারের বিস্তৃতি নির্ভর করে। দেশের ভিতর এবং বাইরে যদি শান্তি ও নিরাপত্তা বজায় থাকে তাহলে নির্বিঘ্নে দ্রব্যাদির আদান-প্রদান চলে। ফলে বাজার বিস্তৃত হয়। অপরপক্ষে, দেশের মধ্যে এবং বাইরে যুদ্ধ-বিগ্রহ বা রাজনৈতিক বিশৃঙ্খলা বিরাজ করলে দ্রব্যের অবাধ চলাচল বিঘ্নিত হয় এবং বাজারের আয়তন হ্রাস পায়।

**৮. সরকারের বাণিজ্যনীতি :** বাজারের বিস্তৃতি সরকারের বাণিজ্যনীতির উপরও বহুলাংশে নির্ভর করে। সরকার যদি সংরক্ষণমূলক বাণিজ্যনীতি অনুসরণ করে এবং দ্রব্য আমদানি ও রপ্তানির উপর বিভিন্ন বিধি-নিষেধ আরোপ করে তাহলে দ্রব্যের বাজার সংকুচিত হয়। পক্ষান্তরে সরকার যদি অবাধ ও উদার বাণিজ্যনীতি অনুসরণ করে তাহলে দ্রব্যের বাজার বিস্তৃত হয়।

**৯. শ্রমবিভাগ :** বাজারের বিস্তৃতি অনেক সময় শ্রমবিভাগের মাত্রার উপরও নির্ভর করে। উৎপাদন পদ্ধতিতে যত বেশি মাত্রায় শ্রমবিভাগ প্রবর্তন করা যায় তত বেশি উৎপাদন হয়। দ্রব্যের মান উন্নত হয়, উৎপাদন ব্যয় কম হয়। কম মূল্যে বিক্রয় করা সম্ভব হয়। ফলে দ্রব্যের বাজার বিস্তৃত হয়।

**১০. প্রচারণা :** আধুনিক প্রচারমুখী সমাজে প্রচারণার উপর বাজারের বিস্তৃতি নির্ভর করে। দ্রব্যের গুণাগুণ, দাম ও প্রাপ্তিস্থান, ব্যাপক বিজ্ঞাপন, রেডিও, টেলিভিশন ও সংবাদপত্রের মাধ্যমে ক্রেতাদের কাছে পৌঁছানো যায়। ফলে সে সব দ্রব্যের বাজার বিস্তার লাভ করে।

### সারসংক্ষেপ

- ক্রেতা-বিক্রেতাদের মধ্যে প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষ দরকষাকষির মাধ্যমে একটি দ্রব্য নির্ধারিত দামে ক্রয়-বিক্রয় হয়। দ্রব্য এবং ক্রেতা ও বিক্রেতাকে বাজার বলে। যেমন— পাটের বাজার, স্বর্ণের বাজার ইত্যাদি।
- বাজারের অনেকগুলো বৈশিষ্ট্য আছে এবং অনেকগুলো বিষয় দ্বারা বাজারের আয়তন নির্ধারিত হয়। যেমন— চাহিদার বিস্তৃতি, যোগান, দ্রব্যের স্থায়িত্ব, পরিবহনযোগ্যতা সরকারের বাণিজ্যনীতি, প্রচারণা ইত্যাদি।

**পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ৬.১**

### নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্ন

**সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন:**

- ১। বাজার কি?
  - ক. গঞ্জ বা হাট যেখানে দ্রব্য বেচাকেনা হয়
  - খ. ক্রেতা ও বিক্রেতা যেখানে মিলিত হয়
  - গ. দ্রব্য এবং ক্রেতা ও বিক্রেতা
  - ঘ. পণ্য নিয়ে দর কষাকষির স্থান

- ২। কোন দ্রব্যের চাহিদা বিস্তৃত?  
ক. মাছ খ. দুধ  
গ. সোনা ঘ. শাক-সবজি

### রচনামূলক প্রশ্ন :

- ১। বাজারের বিস্তৃতি নির্ধারণকারী বিষয়গুলো আলোচনা করুন।

### সংক্ষিপ্ত-উত্তর প্রশ্ন :

- ১। বাজার কাকে বলে?  
২। বাজারের উপাদান কি কি?

## পাঠ ২ : বাজারের শ্রেণীবিভাগ

### উদ্দেশ্য :

এ পাঠ শেষে আপনি—

- বাজারের শ্রেণীবিভাগ করতে পারবেন।
- সময়-মেয়াদ অনুসারে বাজারকে কি কি ভাবে ভাগ করা যায় তা বলতে পারবেন।
- প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে বাজারকে কি কি ভাবে ভাগ করা যায় তা উল্লেখ করতে পারবেন।

আয়তন, সময় এবং প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে বাজারকে বিভিন্নভাবে ভাগ করা যায়। এগুলো নিয়ে নিচে আলোচনা করা হল :

### (ক) আয়তনের ভিত্তিতে শ্রেণীবিভাগ

আয়তন বা পরিধি অনুসারে বাজারকে তিন ভাগে ভাগ করা যায়। এগুলো হচ্ছে :

- ১। স্থানীয় বাজার ২। জাতীয় বাজার এবং ৩। আন্তর্জাতিক বাজার।

১। **স্থানীয় বাজার** : যখন কোন পণ্যের বাজার দেশের একটি বিশেষ স্থান বা এলাকা বা অঞ্চলের মধ্যে সীমাবদ্ধ থাকে তখন তাকে স্থানীয় বাজার বলে। যেমন—টাটকা মাছ বা শাক-সবজির বাজার।

২। **জাতীয় বাজার** : যখন কোন পণ্যের বাজার সারা দেশ জুড়ে বিস্তৃত থাকে তখন তাকে জাতীয় বাজার বলা হয়। যেমন— দেশে উৎপন্ন চাল, গম, শাড়ি, চাদর ইত্যাদির বাজারকে জাতীয় বাজার বলা হয়।

৩। **আন্তর্জাতিক বাজার** : কোন পণ্যের ক্রয়-বিক্রয় যখন দেশের মধ্যে সীমাবদ্ধ থাকে না বরং কতকগুলো দেশ জুড়ে বিস্তৃত থাকে তখন এই ধরনের পণ্যের বাজারকে আন্তর্জাতিক বাজার বলা হয়। যেমন— পাট, তুলা, স্বর্ণ ইত্যাদির বাজার আন্তর্জাতিক বাজার।

### (খ) সময়ের ভিত্তিতে বাজারের শ্রেণীবিভাগ

অধ্যাপক মার্শাল সময়ের ভিত্তিতে বাজারকে ৪ ভাগে ভাগ করেছেন। এগুলো হল :

- ১। অতি-স্বল্পকালীন বাজার, ২। স্বল্পকালীন বাজার, ৩। দীর্ঘকালীন বাজার ও ৪। অতি-দীর্ঘকালীন বাজার।

১। **অতি-স্বল্পকালীন বাজার** : যে বাজার কয়েক ঘণ্টা বা কয়েক দিন স্থায়ী হয় তাকে অতি-স্বল্পকালীন বাজার বলে। এরূপ বাজারের সময় এতই অল্প যে দ্রব্যের সরবরাহের হ্রাস-বৃদ্ধি করা যায় না। এ অবস্থায় দ্রব্যের মূল্য চাহিদা দ্বারাই নির্ধারিত হয়। মাছ ও শাক-সবজির বাজার এরূপ অতি-স্বল্পকালীন বাজার।

২। **স্বল্পকালীন বাজার** : স্বল্পকালীন বাজারে পণ্যের যোগান কিছুটা বাড়ানো বা কমানো যায় এবং যদি চাহিদা কমে তবে যোগানও কিছুটা কমানো যায়। তবে এটুকু সময়ের মধ্যে শিল্প প্রতিষ্ঠানের আয়তন বা সংখ্যা পরিবর্তন করা যায় না।

**৩। দীর্ঘকালীন বাজার :** যে বাজারে দ্রব্যের চাহিদার সাথে সাজা দিয়ে যোগান পরিবর্তন করা যায় তাকে দীর্ঘকালীন বাজার বলা হয়। চাহিদা বৃদ্ধি বা হ্রাস পেলে এ সময়ের মধ্যে উৎপাদন প্রতিষ্ঠানের সংখ্যা, আয়তন, যন্ত্রপাতি, উৎপাদন পদ্ধতির পরিবর্তন ঘটিয়ে চাহিদার সাথে যোগানের সামঞ্জস্য বিধান করা যায়।

**৪। অতি-দীর্ঘকালীন বাজার :** যে বাজারে উৎপাদনকারীর কাছে এত অধিক সময় থাকে যে, দ্রব্যের চাহিদার ব্যাপক পরিবর্তনের সাথে সামঞ্জস্য রেখে যোগানের হ্রাস-বৃদ্ধি ঘটানো যায় এরূপ বাজারকে অতি-দীর্ঘকালীন বাজার বলা হয়। কিন্তু এই বাজারে সময়ের ব্যবধানে ক্রেতার সংখ্যা রুচি ও অভ্যাসের ব্যাপক পরিবর্তন ঘটতে পারে। ফলে উৎপাদনকারীর ধারণার বাহিরে চাহিদারও ব্যাপক পরিবর্তন ঘটতে পারে।

### (গ) প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে শ্রেণীবিভাগ

প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে বাজারকে প্রধানত দুই ভাগে ভাগ করা যায়। যথা— ১। পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার ও ২। অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার। এই দুই ধরনের বাজারের বিবরণ নিচে দেওয়া হল :

**১। পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার :** যখন কোন সমজাতীয় (অর্থাৎ একজাতীয়) দ্রব্যের বাজারে বহুসংখ্যক ক্রেতা ও বিক্রেতা থাকে এবং তাদের মধ্যে পূর্ণ প্রতিযোগিতা বিরাজ করে তখন তাকে পূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলা হয়।

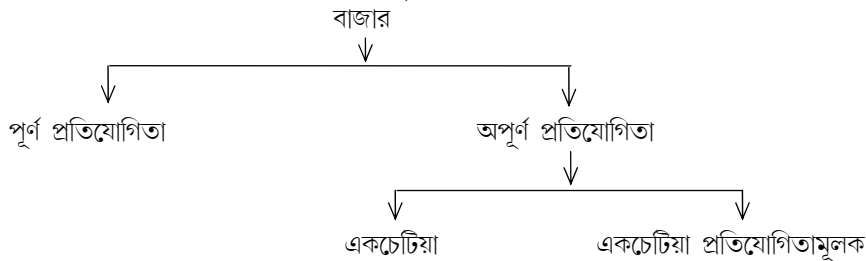
**২। অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার :** যখন কোন দ্রব্যের বাজারে কম সংখ্যক ক্রেতা বা বিক্রেতা থাকে, যার ফলে তাদের মধ্যে যে কোন একজনের আচরণ মূল্যের উপর প্রভাব বিস্তার করে, তখন বাজারকে আংশিক বা অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলে।

অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক বাজারকে আবার দুইভাগে ভাগ করা যায়। যথা— ১) একচেটিয়া বাজার ও (১) একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার।

**(১) একচেটিয়া বাজার :** যখন বাজারে কোন দ্রব্যের মাত্র একজন বিক্রেতা থাকে বা একটি মাত্র উৎপাদক প্রতিষ্ঠান দ্রব্যটির মোট যোগান নিয়ন্ত্রণ করে তখন তাকে একচেটিয়া বাজার বলে।

**(২) একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার :** যখন বাজারে বহুসংখ্যক বিক্রেতা সম্পূর্ণ এক না হয়েও প্রায় একই ধরনের দ্রব্য বিক্রয় করে তখন তাকে একচেটিয়া প্রতিযোগিতামূলক বাজার বলে।

নিচে একটি ছকের সাহায্যে প্রতিযোগিতামূলক বাজারের শ্রেণীবিভাগ দেখানো হল :



### সারসংক্ষেপ

- আয়তনের ভিত্তিতে এবং সময়ের পরিসর অনুসারে বাজারের বিভিন্ন ধরনের শ্রেণীবিভাগ হতে পারে। যেমন— স্থানীয়, জাতীয় ও আন্তর্জাতিক বাজার। আবার অতি-স্বল্পকালীন, স্বল্পকালীন, দীর্ঘকালীন ও অতি-দীর্ঘকালীন বাজার।
- প্রতিযোগিতার ভিত্তিতে বাজারকে পূর্ণ প্রতিযোগিতা ও অপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক এই দু'ভাগে ভাগ করা যায়।



## পাঠ ৩ : বাংলাদেশের বিভিন্ন পণ্য ও সেবার বাজার

### উদ্দেশ্য :

এ পাঠ শেষে আপনি—

- বিপণনের সংজ্ঞা দিতে পারবেন।
- বাংলাদেশের বিপণন ব্যবস্থার গুরুত্বপূর্ণ স্বভাবগুলোর বর্ণনা দিতে পারবেন।
- বাংলাদেশে বিপণন কাজে নিযুক্ত প্রতিষ্ঠানসমূহের বর্ণনা দিতে পারবেন।
- কৃষিপণ্য বিপণনে নিযুক্ত প্রতিষ্ঠানসমূহ কি কি তা বলতে পারবেন।
- শিল্প সামগ্রী বিপণনে নিয়োজিত প্রতিষ্ঠানসমূহ কি কি তা উল্লেখ করতে পারবেন।

### বিপণন

দ্রব্যসামগ্রী তৈরি বা প্রস্তুত হওয়ার পর উৎপাদনকারীর কাছ থেকে এগুলো ভোক্তার কাছে নিয়মিত ও অবিরাম ধারায় প্রবাহিত করার যাবতীয় কার্যাবলীকে বিপণন বা বাজারজাতকরণ বলা হয়। এ দ্বারা সমাজের প্রয়োজনীয় বিভিন্ন জিনিসের চাহিদা ও সরবরাহের মধ্যে সমতা সৃষ্টি করা হয়। প্রকৃতপক্ষে বিপণন এমন এক কার্যক্রম যা ভোক্তাদের চাহিদা ও প্রয়োজন আবিষ্কার করে, সে অনুযায়ী পণ্য বা সেবা উৎপন্ন করে এবং চাহিদা সৃষ্টি বা বৃদ্ধির কাজে ব্যাপৃত থাকে। সুতরাং বলা যায় যে উৎপাদনের সাথে ভোগের সেতুবন্ধন সৃষ্টিই হচ্ছে বিপণনের কাজ।

### বাংলাদেশে বিপণন কাজের বর্ণনা

বাংলাদেশের অর্থনীতিতে উৎপাদনকারীগণ মোট উৎপাদনের অধিকাংশই নিজে ব্যবহার করে থাকে। সাধারণত কৃষিভিত্তিক অনুন্নত দেশগুলোতে এটি একটি স্বাভাবিক অবস্থা। জনসংখ্যাধিক্যের কারণেই এরূপ ঘটে।

বিপণনের কাজ হল কোন জিনিসকে উৎপাদকের কাছ থেকে ভোক্তার কাছে পৌঁছে দেওয়া। এ কাজে যে সকল লোক ও সম্পদ নিয়োজিত আছে, তারা প্রধানত পরিবহন, যোগাযোগ, গুদামজাতকরণ, অর্থ যোগানদান, বীমা ব্যবসা, সংবাদ সরবরাহ এবং ক্রয় ও বিক্রয়ের কাজ করে থাকে। এ কাজগুলো কত স্বল্প ব্যয়ে ও যথাসময়ে কতটা করা সম্ভব তার উপরই সমগ্র দেশের বিপণন ব্যবস্থা নির্ভর করছে। বিজ্ঞান ও প্রযুক্তির প্রসারের সাথে সাথে বিপণন ক্ষেত্রেও যোগ্যতা ও দক্ষতার ব্যাপক পরিবর্তন ঘটেছে। যেমন— পরিবহন বা গুদামজাতকরণের কাজ সেকালেও ছিল এবং বর্তমানকালেও করতে হয়। কিন্তু আগের দিনে পণ্যসামগ্রী এক স্থান থেকে অন্যস্থানে নেওয়া হত পশুর পিঠে করে, সেখানে বর্তমানে স্টিমার, রেলগাড়ি ও উড়োজাহাজে একাজ সম্পন্ন করা হচ্ছে। তেমনি পুরাতন গোলাঘরের বদলে এখন গুদামজাতের জন্য হিমাগার ব্যবহৃত হচ্ছে। বর্তমান কালে মোড়কের জন্য উন্নতমানের দ্রব্যাদি বা মাল-মসলা ব্যবহার করা হচ্ছে। আধুনিককালে আকর্ষণীয় মোড়কের প্রতি মানুষ অধিক ঝুঁকিয়েছে। তেমনি দ্রব্যের শ্রেণীবিভাগ বৈজ্ঞানিক ব্যবস্থার উপর প্রতিষ্ঠিত হয়েছে। কেননা নমুনার উপর ভিত্তি করে চাহিদা ও যোগানের পরিমাণ নির্ধারিত হয়।

### বাংলাদেশে বিপণন কাজে নিযুক্ত প্রতিষ্ঠানসমূহের বর্ণনা ও শ্রেণীবিভাগ

কি ধরনের প্রতিষ্ঠান এই বিপণন কাজ সম্পন্ন করবে তা দ্রব্যের প্রকৃতির উপর নির্ভরশীল। যেমন, মিলের প্রস্তুত কাপড় দেশের বিভিন্ন অঞ্চলে বিক্রয় করতে হবে। সুতরাং এ কাজের জন্য প্রধানত কয়েক শ্রেণীর এবং কয়েক স্তরের মধ্যস্থ কারবারির প্রয়োজন। মিল থেকে প্রথমত পাইকারি বিক্রেতা বা হোলসেলার এই কাপড় নিয়ে আসে এবং তার কাছ থেকে খুচরা বিক্রেতা বা রিটেলার নিয়ে যায় এবং খরিদারের কাছে বিক্রি করে। কিন্তু কৃষিজাত পণ্যের বেলায় প্রথমত পল্লীর বিস্তীর্ণ এলাকা থেকে ফরিয়া বা ছোট বেপারি অল্প পরিমাণে কৃষিজাত পণ্য, যেমন— তরকারি কিনে আনে। গ্রাম বা হাট থেকে কেনা এই তরকারি শহরে এনে তারা বড় বেপারি বা আড়তদারের কাছে বিক্রি করে। এরপর খুচরা বিক্রেতার এগুলো কিনে আনে এবং ভোগকারি ক্রেতার কাছে বিক্রয় করে। আবার সবসময় যে মধ্যস্থতাকারী প্রয়োজন হয় এমন নয়। যেমন— গ্রামের তাঁতিরা কাপড় বানিয়ে নিজেরাই হাটে বা বাজারে বিক্রি করে। আবার যাদের তাঁত অনেকগুলো, বেশ কিছু কাপড় তৈরি করে তারা কিন্তু মহাজনের ঘরে গিয়ে ঐ কাপড় বিক্রি করে। এখানে মধ্যস্থতাকারীর অনুপ্রবেশ ঘটে। আলু উৎপাদনকারী কৃষকগণের বেলায়ও একই কথা প্রযোজ্য। ক্ষুদ্র ক্ষুদ্র উৎপাদনকারীরা তাদের উদ্ভূত পণ্য হাটে বা বাজারে বিক্রি করতে পারে কিন্তু বেশি পরিমাণে উৎপাদনকারীরা তাদের পণ্য হিমাগারে ভাড়ার বিনিময়ে রাখে। পাইকারি বিক্রেতারও হিমাগারে এগুলো গুদামজাত করে।

বাংলাদেশে বিপণন কাজে যে সকল প্রতিষ্ঠান নিয়োজিত আছে তাদেরকে মোটামুটি দু'ভাগে ভাগ করা যায়। যথা : ১। কৃষিজ পণ্য বিপণনে নিযুক্ত প্রতিষ্ঠানসমূহ এবং ২। শিল্পে উৎপাদিত সামগ্রীসমূহের বিপণনে নিযুক্ত প্রতিষ্ঠানসমূহ।

**যে সকল প্রতিষ্ঠান কৃষিজাত পণ্য বিপণন কাজে নিযুক্ত তারা হল :**

- (ক) ফড়িয়া ও বেপারি ;
  - (খ) আড়তদার, গোলাদার, দালাল ;
  - (গ) পাইকারি ব্যবসায়ী, (পাট বিক্রয়ের ক্ষেত্রে পরবর্তী ধাপে থাকে বেলার, শীপার ও কারখানা) ;
  - (ঘ) কৃষিজাত পণ্যের খুচরা ব্যবসায়ী এবং
  - (ঙ) ক্রয়-বিক্রয়ে নিযুক্ত সরকারি প্রতিষ্ঠানসমূহ।
- এছাড়াও রয়েছে ব্যাংক, বীমা কোম্পানি ইত্যাদি সাহায্যকারী প্রতিষ্ঠানসমূহ।

**অনুরূপভাবে শিল্পসামগ্রী বিপণনে নিযুক্ত প্রতিষ্ঠানসমূহ হল :**

- (ক) উৎপাদকের এজেন্ট ;
  - (খ) হোলসেলার বা পাইকারি বিক্রেতা ;
  - (গ) কমিশন এজেন্ট ;
  - (ঘ) ডিস্ট্রিবিউটর এবং
  - (ঙ) খুচরা বিক্রেতা।
- এছাড়াও রয়েছে ব্যাংক, বীমা কোম্পানি ইত্যাদি সাহায্যকারী প্রতিষ্ঠান।

#### সারসংক্ষেপ

- বিপণন হল এমন একটি কার্যক্রম যা ভোক্তাদের চাহিদা ও প্রয়োজন আবিষ্কার করে সে অনুযায়ী পণ্য ও সেবা উৎপাদন করে, চাহিদা সৃষ্টি ও বৃদ্ধির কাজে ব্যাপৃত থাকে এবং কোন পণ্যকে উৎপাদকের কাছ থেকে ভোক্তার কাছে পৌঁছে দেয়।

#### পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ৬.৩

##### নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্ন

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন:

- ১। বিপণনের কাজ কি?
  - ক. বিক্রয় করা ও উৎপাদন করা
  - খ. উৎপাদনের সঙ্গে ভোগের সেতু সৃষ্টি করা
  - গ. ভোক্তার চাহিদা আবিষ্কার করা
  - ঘ. উৎপাদন করা ও প্রয়োজনমত যোগান দেয়া
- ২। মিল থেকে কারা কাপড় নিয়ে আসে?
  - ক. মহাজন
  - খ. খুচরা বিক্রেতা
  - গ. পাইকারী বিক্রেতা
  - ঘ. দালাল
- ৩। বাংলাদেশে বিপণন কাজে নিয়োজিত প্রতিষ্ঠানগুলোকে কয় ভাগে ভাগ করা যায়?
  - ক. চার ভাগে
  - খ. দুই ভাগে
  - গ. পাঁচ ভাগে
  - ঘ. ছয় ভাগে

##### রচনামূলক প্রশ্ন

- ১। বিপণন কি? বাংলাদেশে বিপণন কাজে নিযুক্ত প্রতিষ্ঠানসমূহের বর্ণনা দিন।

##### সংক্ষিপ্ত-উত্তর প্রশ্ন

- ১। বিপণন কাকে বলে?
- ২। কৃষিপণ্য বিপণনে নিয়োজিত প্রতিষ্ঠানগুলো কি কি?
- ৩। শিল্প সামগ্রী বিপণনে নিয়োজিত প্রতিষ্ঠানসমূহের নাম লিখুন।

## পাঠ ৪ : বাংলাদেশের কৃষিপণ্যের বাজার : পাটের বিপণন

### উদ্দেশ্য :

এই পাঠ শেষে আপনি—

- পাট বিপণনের গুরুত্ব কি কি তা বলতে পারবেন।
- পাট বিপণনে সম্পাদিত কার্যাবলী কি কি বলতে পারবেন।

বাংলাদেশ একটি কৃষিপ্রধান দেশ। এ দেশের গ্রামীণ অর্থনীতির স্বরূপ নির্ধারণে কৃষিপণ্যের শ্রেণীবিভাগ, প্যাকিং, সংরক্ষণ ইত্যাদি ব্যাপারে বংশ পরম্পরায় যে প্রাগৈতিহাসিক পদ্ধতি পালিত হয়ে আসছে তা মোটেই সন্তোষজনক নয়। বাংলাদেশের কৃষি পণ্যের বিপণন ব্যবস্থায় বহু ত্রুটি লক্ষণীয়। পণ্যের উৎপাদক ও ভোক্তার মধ্যবর্তী পর্যায়ে অগণিত মধ্যস্বত্বভোগী ব্যবসা চালিয়ে পণ্যের বিক্রয়মূল্য বহুগুণে বৃদ্ধি করে।

বাংলাদেশে কৃষিজাত পণ্যই জাতীয় আয়ের প্রধান উৎস। এই পণ্যগুলো হচ্ছে — ১। চাউল, ২। পাট, ৩। চামড়া, ৪। চা, ৫। তামাক, ৬। তৈলবীজ, ৭। ডাল, ৮। শাক-সবজি, ৯। আম, ১০। পান ইত্যাদি।

### পাট বিপণন

পাট বাংলাদেশের অর্থনীতির মেরুদণ্ড এবং অন্যতম প্রধান রফতানিযোগ্য সম্পদ। বাংলাদেশের প্রায় সর্বত্র পাটের চাষ করা হয়। মোট আবাদি জমির মাত্র ৭% জমির পাট চাষ থেকে ১৯৯৩-৯৪ অর্থ বছরে প্রায় ১৩০০ কোটি টাকার বৈদেশিক মুদ্রা অর্জিত হয়। দেশের ৭৭টি পাটকলে প্রতি বছর আনুমানিক ৩০ লাখ বেল কাঁচা পাট সরবরাহ করার পরও প্রায় ১০ থেকে ২০ লাখ বেল কাঁচা পাট উদ্বৃত্ত থাকে (এক বেলে ২ কুইন্টালের চেয়ে কিছু কম পাট থাকে)। শুধু পাট চাষে নিয়োজিত কৃষক ও বৈদেশিক মুদ্রা অর্জনের দৃষ্টিকোণ থেকেই নয়, প্রায় দেড় লক্ষ শ্রমিকের কথা বিবেচনা করে পাটকে বাংলাদেশের অন্যতম প্রধান সম্পদ বলা হয়। পাট দু'শ্রেণীর হয়। যথা :

(১) সাদা দেশী পাট ও

(২) তোষা পাট।

মোট উৎপাদিত পাটের শতকরা প্রায় ৭৫ ভাগই সাদা পাট। মানের উপর ভিত্তি করে পাটকে আরও কয়েকটি ভাগে ভাগ করা হয়।

### পাট বিপণনে বিভিন্ন স্তর বা মধ্যস্থ কারবারি

বাংলাদেশে পাট বাজারজাতকরণ প্রক্রিয়ায় অনেকগুলো মধ্যস্বত্বভোগী কারবারি জড়িত থাকে। পাট বন্টন প্রণালীতে এসব মধ্যস্থকারবারী বিশেষ ভূমিকা পালন করে থাকে। প্রকৃতপক্ষে উৎপাদনকারী কৃষকরা তাদের উৎপাদিত পণ্যের ন্যায্য মূল্যের সামান্য অংশ মাত্র পায়। মধ্যস্থ কারবারিরাই মুনাফার বেশিরভাগ অংশ ভোগ করে।

এসব মধ্যস্থ কারবারিদের নিয়ে নিচে সংক্ষেপে আলোচনা করা হল :

**বেপারি বা ফড়িয়া :** পাটের বন্টন প্রণালীর প্রথম ধাপেই কর্মরত থাকে অসংখ্য বেপারি বা ফড়িয়া। তারা বাংলাদেশে পাট উৎপাদনকারী অঞ্চলগুলোতে বাড়ি বাড়ি ঘুরে পাট সংগ্রহ করে। এছাড়া উৎপাদকরা পাট বিক্রয়ের জন্য হাটে নিয়ে আসে। সেখানে ফড়িয়ারা উৎপাদকদের সাথে দরকষাকষি করে পাটের দাম ঠিক করে।

**আড়তদার ও দালাল :** আড়তদার এমন এক মধ্যস্থ কারবারি যে বেপারি, ফড়িয়া এবং উৎপাদককে পাটের ক্রেতা খুঁজে বের করতে সাহায্য করে। আড়তদার একদিকে উৎপাদক, বেপারী বা ফড়িয়া এবং অন্যদিকে বেলার ও মিলের মধ্যবর্তী পর্যায়ে কাজ করে। এ দু'পক্ষের যোগসূত্র হিসেবে আড়তদার কাজ করে। আড়তদারদের সংরক্ষণাগার থাকে এবং যারা এই সংরক্ষণাগারে পাট বিক্রির আগ পর্যন্ত সংরক্ষণ করতে চায় তাদের কাছ থেকে কমিশন আদায় করা হয়। সাধারণত আড়তদারগণ কমিশনের ভিত্তিতে কাজ করে।

**দালাল :** দালাল বা ব্রোকারও একজন মধ্যস্থকারী। তার প্রধান কাজ হলো ক্রেতা ও বিক্রেতাদেরকে পরস্পরের সান্নিধ্যে আনয়ন করা। এজন্য সে কমিশন বা মুনাফার অংশ লাভ করে।

**কাঁচা বেলার :** কাঁচা বেলার খোলা পাট ক্রয় করে। মান অনুসারে পাটগুলোকে আলাদা আলাদা করার পর কাঁচা বেলে রূপান্তর করে। কাঁচা বেলার যে গাইট তৈরি করে তা কাঁচা গাইট নামে পরিচিত।

বেল করা পাটের দালাল : এরা শুধুমাত্র বেল করা পাট নিয়ে কারবার করে। এসব দালালদের কাজ হলো ক্রেতা ও বিক্রেতার মধ্যে সংযোগ স্থাপন করে বেল করা পাটের লেনদেন সম্পন্ন করা।

স্বাধীনতার পর একাধিক সরকারি নিয়ন্ত্রণাধীন প্রতিষ্ঠান পাট ক্রয় করছে। যথা—

(ক) জুট মার্কেটিং করপোরেশন ও (খ) বাংলাদেশ জুট করপোরেশন।

### পাট বিপণনে সম্পাদিত কার্যাবলী

১. **ক্রয়-বিক্রয়** : বাংলাদেশের অধিকাংশ কৃষক দরিদ্র ও নিরক্ষর। নগদ অর্থের প্রয়োজন থাকতে ফসল তোলার পরপরই তারা স্বল্প দামে পাট বিক্রি করে দেয়। প্রাথমিক পর্যায়ে খোলাখুলি দরকষাকষির মাধ্যমে মূল্য নির্ধারিত হয় এবং প্রাথমিকভাবে গুণাগুণ নির্ধারণ করা হয়। কখনো কখনো ক্রয়ের এক অংশ বাকিতে করা হয়।

মধ্যস্থতাকারীদের ক্রয়-বিক্রয়ের ক্ষেত্রেও পাটের মূল্য উঠানামার পশ্চাতে সংরক্ষণ ব্যবস্থা অন্যতম কারণ। সংরক্ষণ ব্যবস্থা অনেকেরই না থাকার কারণে তারা ক্রয়ের পরই তা বিক্রি করতে চায়।

২. **গুদামজাতকরণ** : প্রাথমিক স্তরে পাটের গুদামজাত করা হয় সাধারণত ব্যবসায়ীর বাড়িতে বা অল্প সময়ের জন্য নদীর ঘাটে বা নৌকায়। বাংলাদেশে পাট গুদামজাত করার মত গুদাম খুবই সীমিত। তবে বেশিরভাগ কাঁচা বেলার তাদের নিজেদের গুদামে বা ভাড়া করা গুদামে পাট গুদামজাত করে।

৩. **শ্রেণীবিভাগ** : প্রাথমিক মধ্যস্থ কারবারিরা সঠিকভাবে পাটের বৈশিষ্ট্যের ভিত্তিতে প্রত্যেক শ্রেণী বা গ্রেডের নাম জানে না। কৃষকদেরও গ্রেড সম্পর্কে জ্ঞানের অভাব থাকায় তারা সর্বদা ক্ষতিগ্রস্ত হয়।

৪. **পরিবহণ** : বাংলাদেশে প্রাথমিক স্তরে ভারী পাটকে নৌকায় করে বহন করা হয়। অন্যদিকে কাঁচা বেলাররা রেলওয়ে ও ট্রাকের উপর নির্ভর করে।

৫. **অর্থসংস্থান** : বেপারি ও ফড়িয়ারা বেশিরভাগ ক্ষেত্রে নিজ টাকায় ব্যবসা করে। কেউ কেউ আত্মীয়-স্বজন বা বন্ধু-বান্ধবের কাছ থেকে পুঁজি চুক্তিভিত্তিতে নিয়ে কারবার করে। কাঁচা বেলাররা নিজ অর্থ বিনিয়োগের সাথে সাথে ব্যাংক থেকে যথেষ্ট সুবিধা পায়।

### সারসংক্ষেপ

- পাট প্রধানত দুই ধরনের : সাদা দেশী ও তোষা। সাধারণত যেসব মধ্যস্থত্বভোগী পাট বিপণনে জড়িত থাকেন তারা হচ্ছেন : বেপারি বা ফড়িয়া, আড়তদার ও দালাল, কাঁচা বেলার ও বেল করা পাটের দালাল।

পাটোত্তর মূল্যায়ন : ৬.৪

### নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্ন

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন:

১। বাংলাদেশের মোট আবাদি জমির শতকরা কত ভাগে পাট চাষ করা হয়?

- ক. ১২      খ. ১৫  
গ. ৭        ঘ. ৪

২। বাংলাদেশের ৭৭টি পাটকলে বছরে কত লাখ বেল পাট সরবরাহ করা হয়?

- ক. ৫০      খ. ৬২  
গ. ২৫      ঘ. ৩০

৩। এক বেলে প্রায় কত কুইন্টাল পাট থাকে?

- ক. ৫        খ. ৬  
গ. ২        ঘ. ৪

### রচনামূলক প্রশ্ন

- ১। পাট বিপণনের স্তরসমূহের মধ্যস্থ কারবারীদের বর্ণনা দিন।
- ২। পাট বিপণনে সম্পাদিত কার্যাবলী বর্ণনা করুন।

### সংক্ষিপ্ত-উত্তর প্রশ্ন

- ১। পাট বিপণনের গুরুত্ব আলোচনা করুন।

### উত্তরমালা

অনুশীলনী ৬.১ : ১। গ ; ২। গ

অনুশীলনী ৬.২ : ১। খ ; ২। গ ; ৩। গ

অনুশীলনী ৬.৩ : ১। খ ; ২। গ ; ৩। খ

অনুশীলনী ৬.৪ : ১। গ ; ২। ঘ ; ৩। গ