অধ্যায় ২ঃ চাহিদা

অধ্যায় গাঁথনি

২.১ উদ্দেশ্য
২.২ পৰিচয়
২.৩ চাহিদাৰ ধাৰণা
২.৪ চাহিদা বিধি
২.৫ চাহিদা বিধিৰ ব্যতিক্রম
২.৬ চাহিদাৰ নিৰ্ণায়ক
২.৭ চাহিদাৰ স্থিতিস্থাপকতা
২.৮ চাহিদা পূৰ্বানুমা
২.৯ চাহিদা পূৰ্বানুমাৰ পদ্ধতি
২.১০ অধ্যায়টোৰ পৰা আমি কি শিকিলো
২.১১ অধিক জানিবলৈ
২.১২ অগ্রগতিৰ খতিয়ান
২.১৩ আৰ্হি প্রশ্ন

২.১ উদ্দেশ্য

এই অধ্যায়টো অধ্যায়ন কৰি আপুনি—

- চাহিদাৰ ধাৰণাটো ব্যাখ্যা কৰিব পাৰিব
- চাহিদা বিধি সম্পর্কে আলোচনা কৰিব পাৰিব
- চাহিদা বিধিৰ ব্যতিক্রমবোৰ ব্যাখ্যা কৰিব পাৰিব
- চাহিদাৰ নিৰ্ণায়কবোৰৰ বিষয়ে আলোচনা কৰিব পাৰিব
- চাহিদাৰ স্থিতিস্থাপকতাৰ ধাৰণা সম্পর্কে আলোচনা কৰিব পাৰিব
- চাহিদা পূৰ্বানুমানৰ ধাৰণাটোৰ বিষয়ে আলোচনা কৰিব পাৰিব
- চাহিদা পূৰ্বানুমানৰ পদ্ধতিবিলাকৰ বিষয়ে আলোচনা কৰিব পাৰিব।

২.২ পৰিচয়

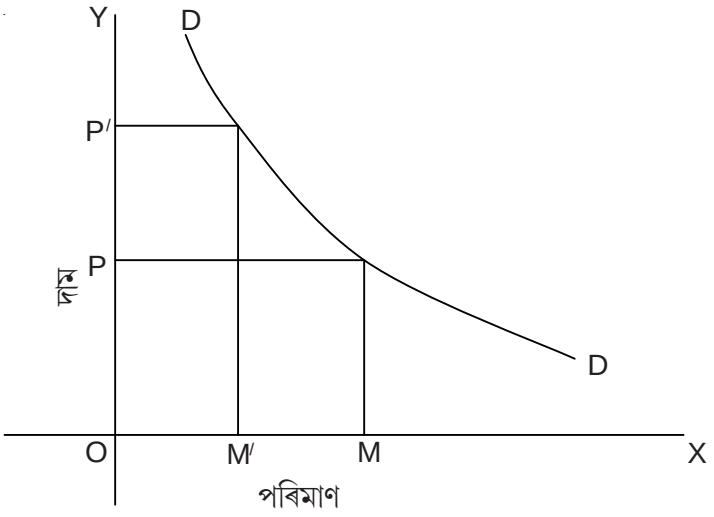
এই অধ্যায়ত আমি চাহিদা সম্পর্কে আলচ কৰিম। আপোনালোকে হয়তো মন কৰিছে যে কেতিয়াবা কিছুমান পণ্যৰ দাম বৃদ্ধি পায়। এনেধৰণৰ মূল্যবৃদ্ধিৰ কাৰণবোৰো হয়তো আপোনালোকে জানে। একোটা পণ্যৰ দাম বৃদ্ধি বা হ্রাস হোৱাটো ইয়াৰ চাহিদাৰ সৈতে সম্পর্কিত।

এতিয়া প্রশ্ন উঠিব পাৰে যে একোটা পণ্যৰ দাম আৰু তাৰ মূল্যৰ মাজত কি সম্পৰ্ক আছে? এই অধ্যায়ত আমি এই সকলো দিশ আলোচনা কৰিম।

২.৩ চাহিদাৰ ধাৰণা

একোটা পণ্যৰ চাহিদা হৈছে সেই পণ্যৰ প্ৰতি উপভোক্তাৰ ধাৰণা আৰু প্ৰতিক্ৰিয়া । চাহিদা আৰু আকাংক্ষা একে নহয়। যেতিয়া একোজন লোকে পাব বিচাৰে বা আকাংক্ষা কৰে আৰু তাৰ বাবে পৰিশোধ কৰিবলৈ ইচ্ছা কৰে, তেতিয়াই উক্ত আকাংক্ষা চাহিদালৈ পৰিৱৰ্তিত হয়। নিৰ্দিষ্টকৈ ক'বলৈ গ'লে, একোটা পণ্যৰ চাহিদা হৈছে এছোৱা সময়ত একোজন উপভোক্তাই ক্ৰয় কৰিব বিচৰাৰ পৰিমান বা বিভিন্ন দামত বজাৰৰ পৰা আহৰণ কৰিবলৈ প্ৰস্তুত হোৱা কাৰ্য। এনেদৰে, অৰ্থনীতিত চাহিদা হৈছে ক্ৰয় কৰাৰ ইচ্ছা আৰু পৰিশোধ কৰাৰ সামৰ্থ্য, দুয়োটা। মন কৰিবলগীয়া যে একোটা পণ্য পাবৰ বাবে কৰা ইচ্ছাই ইয়াৰ চাহিদা নুবুজায়, যদিহে এনে ইচ্ছাৰ বিপৰীতে পৰিশোধ কৰাৰ সামৰ্থ্য নাথাকে। উদাহৰণ স্বৰূপে - এজন ভিক্ষাৰীয়ে যদি এখন গাড়ী পাবলৈ ইচ্ছা কৰি, তেওঁৰ গাড়ী লাভ কৰাৰ ইচ্ছা বা আকাংক্ষা চাহিদা নহ'ব, কাৰণ তেওঁ ইয়াৰ বাবে পৰিশোধ কৰিবলৈ সমৰ্থ নহয়। তেওঁৰ ইচ্ছা বা আকাংক্ষাৰ বজাৰত প্ৰভাব পেলাব পৰাকৈ তেওঁৰ ক্ৰয় ক্ষমতা নাই। এতিয়া আমি চাহিদা ৰেখাৰ জৰিয়তে চাহিদা আৰু দামৰ সম্পৰ্ক লক্ষ্য কৰিম।

চাহিদা ৰেখা ঃ চাহিদা ৰেখাই একোটা পণ্যৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ আৰু তাৰ দামৰ সম্পৰ্ক দেখুৱাই। সাধৰনতে দুই ধৰনৰ চাহিদা ৰেখা থাকে। ব্যক্তিগত চাহিদা ৰেখা আৰু বজাৰ চাহিদা ৰেখা । আহক আমি ব্যক্তিগত চাহিদা ৰেখাৰ বিষয়ে আলোচনা কৰো।



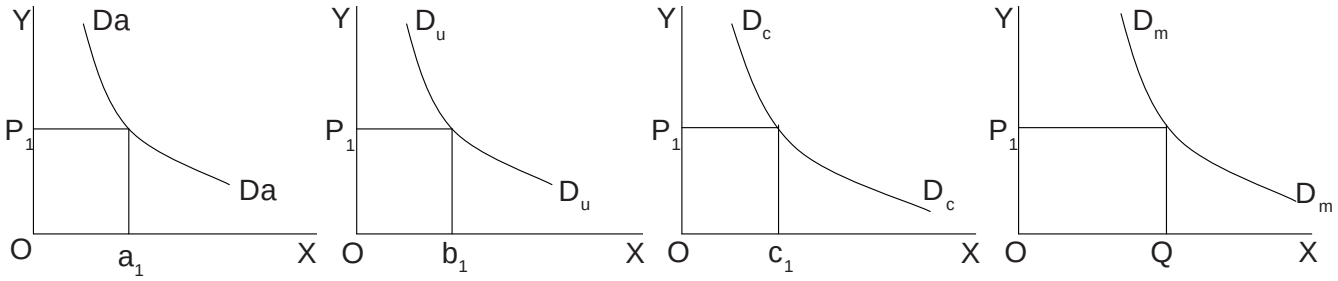
চিত্ৰ ঃ ব্যক্তিগত চাহিদা ৰেখা

ওপৰৰ চিত্ৰত, 'X' ৰেখাৰ জৰিয়তে আমি চাহিদাৰ পৰিমাণ আৰু 'Y' ৰেখাৰ জৰিয়তে একোটা পণ্যৰ দাম নিৰূপন কৰিছো। 'OP' দামত পণ্যৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ হৈছে 'OM'। যেতিয়া

দাম OP লৈ বৃদ্ধি পায় তেতিয়া পণ্যৰ চাহিদা হ্রাস পায় আৰু OM হৈছে। 'DD'হৈছে ব্যক্তিগত চাহিদা ৰেখা।

বজাৰ চাহিদা ৰেখা ঃ

এতিয়া আমি বজাৰ চাহিদা ৰেখাত চকু দিম। বজাৰ বুলিলে বৃহসংখ্যক ব্যক্তিগত উপভোক্তা থাকে আৰু এনে ব্যক্তিগত উপভোক্তাসকলৰ চাহিদাই বজাৰ চাহিদা প্রতিফলিত কৰে। তলত বজাৰ চাহিদাৰ এটা ব্যাখ্যা দিয়া হ'ল ঃ



A চাহিদাৰ পৰিমাণ B ৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ C ৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ ABC ৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ

চিত্র ঃ বজাৰ চাহিদা ৰেখা

বজাৰত বিভিন্ন উপভোক্তাৰ বেলেগ বেলেগ চাহিদাৰ পৰিমাণ যোগ কৰি আমি বজাৰ চাহিদা ৰেখা পাব পাৰো। P1 দামত A,B আৰু C লোককেইজনে Oa_1, Ob_1 আৰু Oc_1 পৰিমাণৰ পণ্য ক্রয় কৰিব বিচাৰে । ওপৰৰ চিত্রত P_1 দামত তিনিওজন লোকে ক্রয় কৰা পণ্যৰ মুঠ পৰিমাণ হৈছে $Oa_1 + Ob_1 + Oc_1$ যিটো OQ ৰ সমান। সেয়ে, Dm Dm হৈছে বজাৰ চাহিদা ৰেখা।

২.৪ চাহিদা বিধি

চাহিদা বিধিয়ে পণ্য বা বস্তুৰ দাম আৰু চাহিদাৰ পৰিমাণৰ মাজৰ সম্পর্ক প্রকাশ কৰে। চাহিদা বিধি মতে, অন্য বিষয়বোৰ একে থাকিলে যদি একোটা পণ্যৰ দাম কমে, তেতিয়া তাৰ চাহিদা বাঢ়ে, আৰু যদি পণ্যৰ দাম বাঢ়ে, তেন্তে চাহিদা কমে। এই ক্ষেত্রত অপৰিৱর্তিত থকা বুলি ধৰা অন্য দিশবোৰ হৈছে উপভোক্তাৰ পছন্দ আৰু অগ্রাধিকাৰ, উপভোক্তাৰ উপার্জন আৰু সম্পর্কযুক্ত আন পণ্যবোৰৰ দাম। সেয়ে একোটা পণ্যৰ দাম আৰু চাহিদাৰ সম্পর্ক সদায় বিপৰীতমুখী ।

এখন চাহিদা সূচী বা তালিকাৰ জৰিয়তে চাহিদা বিধিটো বর্ণনা কৰিব পাৰি।

এজন ব্যক্তি উপভোক্তাৰ চাহিদা সূচী

দাম (টকা)	চাহিদাৰ পৰিমাণ
১২	১০
১০	২০
৮	৩০
৬	৪০
৪	৫০
২	৬০

চাহিদা সূচীৰ জৰিয়তে দেখা গ'ল যে যেতিয়া এটা পণ্যৰ দাম ১২ টকা, তেতিয়া উপভোক্তাই তাৰ ১০ টা ক্ৰয় কৰিছে। যেতিয়া পণ্যবিধৰ দাম ১০ টকালৈ নামিল, তেতিয়া উপভোক্তাই ২০ টা ক্ৰয় কৰিছে। এনেকৈ পণ্যবিধৰ দাম কমি যোৱাৰ লগে লগে সেই পণ্যৰ চাহিদাৰ বাঢ়ি যাব । একেদৰে , ইয়াৰ দাম-চাহিদাৰ বিপৰীতমুখী সম্পৰ্কও প্ৰতিফলিত হৈছে। কম দামত অধিক পৰিমাণৰ চাহিদা আৰু বেছি দামত কম পৰিমাণৰ চাহিদা হোৱা বাবে চাহিদা ৰেখাডাল সোঁফালে তললৈ নামি আহে। চাহিদা বিধিত যিবোৰ কাৰক অপৰিৱৰ্তিত থকা বুলি ধৰি লোৱা হয়, সেইবোৰৰ কোনো পৰিৱৰ্তন হ'লে, গোটেই চাহিদা সূচী আৰু চাহিদা ৰেখা পৰিৱৰ্তিত হ'ব।

এতিয়া প্ৰশ্ন উঠিব পাৰে - চাহিদা ৰেখাডাল তলৰফালে হেলনীয়া হয় কিয়?

উপার্জনৰ প্ৰভাৱ আৰু সলনি কৰাৰ প্ৰভাৱৰ সহায়ত আমি এই প্ৰশ্নৰ উত্তৰ দিব পাৰো।

উপার্জনৰ প্ৰভাৱ ঃ যেতিয়া কোনো এবিধ পণ্যৰ দাম কমে, উপভোক্তাই তেওঁৰ নিদ্ধাৰিত উপার্জনেৰে পণ্যবিধ অধিক পৰিমাণে ক্ৰয় কৰিব পাৰে, কিন্তু অধিক ক্ৰয় নকৰি পূৰ্বৰ দৰে একে পৰিমাণৰ পণ্য ক্ৰয় কৰিলে তেওঁৰ হাতত কিছু ধন থাকি যাব কিয়নো তেওঁ দাম কমাৰ বাবে পণ্যবিধ ক্ৰয় কৰোতে আগতকৈ কম ব্যয় কৰিবলগা হ'ব। আন কথাত ক'বলৈ গ'লে, উপভোক্তাৰ প্ৰকৃত উপার্জন বা ক্ৰয় ক্ষমতা বৃদ্ধি পালে। এনেদৰে প্ৰকৃত উপার্জন বৃদ্ধি পালে উপভোক্তাই অধিক পণ্য ক্ৰয় কৰিব পাৰে। ইয়াকে উপার্জন প্ৰভাৱ বোলা হয় য'ত দাম কমাৰ ফলত একোবিধ পণ্য উপভোক্তাই অধিক পৰিমাণে ক্ৰয় কৰা পৰিলক্ষিত হয়।

তলৰ উদাহৰণটো চাওক -

ধৰা হ'ল মিষ্টাৰ X ৰ উপার্জন ১০০ টকা আৰু এক কিলোগ্ৰাম কমলাৰ দাম ৬০টকা। যদি কমলাৰ দাম প্ৰতিকিলোত ৪০ টকালৈ হ্ৰাস পায়, উপভোক্তাই তেওঁৰ নিদ্ধাৰিত উপার্জন অৰ্থাৎ ১০০ টকাৰে অধিক কমলা ক্ৰয় কৰিব পাৰিব। আনহাতে, কিলোত ৪০ টকালৈ দাম কমাৰ সময়তো যদি তেওঁ আগৰ দামত যিমান কমলা কিনিচিল, এইবাৰো সিমানেই কিনে, তে তিয়া তেওঁৰ হাতত কিছু ধন ৰাহি হ'ব যিহেতু কমলাৰ দাম ২০ টকা(৬০-৪০ টকা) হ্ৰাস পালে। আন কথাৰ ক'বলৈ গ'লে, কমলাৰ দাম হ্ৰাস পোৱাত উপভোক্তাৰ প্ৰকৃত উপার্জন বা ক্ষমতা

বিকল্পঃ বিকল্প বা বিকল্প সামগ্ৰী বুলিলে সেইবিলাকক বুজোৱা হয় যি একেধৰণৰ উদ্দেশ্য সাধন কৰে বা একেধৰণৰ প্ৰয়োজনীয়তা পূৰণ কৰে।

বৃদ্ধি পালে। এনেদৰে প্ৰকৃত উপাৰ্জন বৃদ্ধিয়ে উপভোক্তাক অধিক পৰিমানৰ কমলা ক্ৰয় কৰিবলৈ উৎসাহ দিব। এনেদৰে , যেতিয়া কোনো পণ্যৰ দাম হ্ৰাস পায়, তে তিয়া উপভোক্তাই অধিক পৰিমানৰ পণ্য ক্ৰয় কৰে আৰু অনুৰূপ ওলোটাও হয়। সেয়ে চাহিদা ৰেখা তলৈলৈ হেলনীয়া হয়।

বিকল্পৰ প্ৰভাৱ ঃ চাহিদা ৰেখা তলৰফালে হেলনীয়া হোৱাৰ আন এটা কাৰণ হৈছে বিকল্প সামগ্ৰীৰ প্ৰভাৱ। একোটা পণ্যৰ দাম হ্ৰাস পালে, যেতিয়া ইয়াৰ বিকল্পবিলাকৰ দাম অপৰিৱৰ্তিত থাকে, তেতিয়া সেই সামগ্ৰীৰ প্ৰতি শ্ৰোতাৰ আকৰ্ষণ বৃদ্ধি পায় আৰু তাৰ চাহিদা বৃদ্ধি পাব। তাৰ বিপৰীতে, একোটা পণ্যৰ দাম বৃদ্ধি পালে,তাৰ বিকল্পবিলাকৰ দাম অপৰিৱৰ্তিত থাকিলে সেই সামগ্ৰীৰ প্ৰতি শ্ৰোতাৰ আকৰ্ষণ নোহোৱা হয় আৰু কমকৈ ক্ৰয় কৰিব। উদাহৰণস্বৰূপে ঃ (১) দুটা বিকল্প সামগ্ৰী আইচ ক্ৰীম আৰু ক'ল্ড ড্ৰিংক। যদি আইচ ক্ৰীমৰ দাম বাঢ়ে আৰু ক'ল্ড ড্ৰিংকৰ দাম অপৰিৱৰ্তিত থাকে। উপভোক্তাই ক'ল্ড ড্ৰিংকৰ দ্বাৰা আইচ-ক্ৰীমৰ চাহিদা পূৰণ কৰিব। (২) চাহ আৰু কফি বিকল্প সামগ্ৰী। চাহৰ দাম কমিলে কফিৰ দাম অপৰিৱৰ্তিত থাকিলে, উপভোক্তাই চাহৰ দ্বাৰা কফিৰ চাহিদা পূৰণ কৰিব।

বিকল্পৰ প্ৰভাৱৰ ফলত দাম হ্ৰাস পোৱা পণ্যৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ বৃদ্ধি পায়।



অগ্ৰগতি নিৰীক্ষণ

প্ৰশ্ন নং ১ঃ চাহিদা মানে কি ?

.....

.....

প্ৰশ্ন নং ২ঃ চাহিদা বিধি কি ?

.....

.....



বিকল্পহীন সামগ্ৰীঃ এইবিলাক সামগ্ৰীৰ বিকল্প সাহে পোৱা নাযায়।

২.৫ চাহিদা বিধিৰ ব্যতিক্ৰম

এই অধ্যায়ত, আমি চাহিদা বিধিৰ কেতবোৰ নিৰ্দিষ্ট ব্যতিক্ৰমৰ বিষয়ে আলোচনা কৰিম।

- **ৱেবলেন প্ৰভাৱ** [Veblen Effect) ঃ চাহিদা বিধিৰ এটা ব্যতিক্ৰম আমেৰিকান অৰ্থনীতিবিদ থাৰ্ষ্টেইন ৱেবলেনৰ নামৰ সৈতে জড়িত । ৱেবলেনৰ মতে, - কিছুমান পণ্যৰ উপযোগীতা ইয়াৰ দামেৰে নিৰূপন কৰা হয়। পণ্যৰ দাম যিমানে বেছি হয়, ইয়াৰ উপযোগীতা সিমানে বেছি। উদাহৰণস্বৰূপে - সমাজত হীৰাক মূল্যবান সামগ্ৰী হিচাপে গণ্য কৰা হয়। হীৰাৰ দাম যিমানে বাঢ়ে , সিমানে ইয়াৰ মূল্য আৰু উপযোগীতা বাঢ়িব। কম ধন থকা গ্ৰাহকে কম পৰিমাণৰ হীৰা ক্ৰয় কৰিব কাৰণ কম দামত ইয়াৰ মূল্য হ্ৰাস পাব আৰু উপযোগিতা কম হ'ব। আনহাতে , এটা উচ্চ দামত হীৰাৰ

চাহিদাৰ পৰিমান বৃদ্ধি পাব। ইয়াকে ৰেবলেন প্ৰভাব বুলি জনা যায়। এনে ক্ষেত্ৰত চাহিদা ৰেখা ঊৰ্দ্ধমুখী হয়। এইটো চাহিদা বিধিৰ এটা ব্যতিক্ৰম।

- **বিকল্পহীন সামগ্ৰী** (Giffen Goods)ঃ সেইবিলাকেই বিকল্পহীন সামগ্ৰী যিবিলাকৰ দাম বাঢ়িলে চাহিদা বাঢ়ে। উদাহৰণস্বৰূপে- ধৰা হ'ল এজন উপভোক্তাই দুটা মৌলিক বস্তু খায় ভাত আৰু মাংস। মাংস এবিধ বিলাসী খাদ্য আৰু ভাততকৈ বহুত খৰচী। যদি ভাতৰ দাম বাঢ়ে তেন্তে মাংস খোৱাৰ পৰিমাণ কমি যাব। কাৰণ পৰ্যাপ্ত কেলৰী আহৰণ কৰিবৰ বাবে উপভোক্তাই অধিক দামৰ ভাত কিনিব লাগিব। কেবল মাংস খাই কোনো থাকিব নোৱাৰে। এই ক্ষেত্ৰততো চাহিদা ৰেখা ঊৰ্দ্ধমুখী হব।

২.৬ চাহিদাৰ নিৰ্ণায়ক

আপোনালোকে জানে যে চাহিদা বিধি অনুসৰি আন দিশবোৰ একে থাকিলে, যদি কোনো পণ্যৰ দাম বাঢ়ে তেতিয়া চাহিদাৰ পৰিমাণ্ত কমে আৰু একেদৰে ওলোটা ক্ৰিয়া হয়। এই আন দিশবোৰ হৈছে চাহিদাৰ নিৰ্ণায়ক। নিৰ্ণায়কবিলাকৰ পৰিবৰ্তন হ'লে চাহিদা ৰেখাৰো পৰিবৰ্তন হয়। সেয়ে চাহিদা বিধিৰ কথা আলোচনা কৰোতে আমি ধৰি লওঁ যে নিৰ্ণায়কবিলাক অপৰিৱৰ্তিত থাকিব। ইয়াত আমি চাহিদাৰ নিৰ্ণয়কবিলাকৰ বিষয়ে আলোচনা কৰিম।

● উপভোক্তাৰ জুতি আৰু অগ্ৰাধিকাৰ ঃ

এবিধ পণ্যৰ চাহিদা নিৰ্ণয় কৰাৰ ক্ষেত্ৰত এইটো এটা গুৰুত্বপূৰ্ণ কাৰক। একোবিধ পণ্যৰ বাবে উপভোক্তাৰ জুতি আৰু অগ্ৰাধিকাৰ বৰ্তি থকাটো উল্লেখনীয়, ইয়াৰ ফলতে পণ্যৰ চাহিদা বৃদ্ধি পায় আৰু ইয়াৰ চাহিদা ৰেখা এটা উচ্চ স্তৰত থাকিব। বিভিন্ন পণ্যৰ দাম মাজে-সময়ে সলনি হয় আৰু পৰিনাম স্বৰূপে সিবিলাকৰ চাহিদাৰ। বিভিন্ন পণ্যৰ চাহিদা সলনি হোৱাৰ কাৰন হৈছে উপভোক্তাৰ জীৱন শৈলীৰ পৰিৱৰ্তনৰ লগতে বিভিন্ন সামগ্ৰীৰ প্ৰস্তুতকৰ্তা আৰু বিক্ৰেতাই দিয়া বিভিন্ন বিজ্ঞাপনৰ হেচাঁ।

উদাহৰণ স্বৰূপে ঃ

উপভোক্তাৰ পছন্দ আৰু অগ্ৰাধিকাৰ সলনি হোৱা বাবে আমি তৈয়াৰী পোছাকৰ উদ্যোগত সঘনে সামগ্ৰীৰ পৰিবৰ্তন লক্ষ্য কৰিছো। একেদৰে উপভোক্তাৰ পছন্দ আৰু অগ্ৰাধিকাৰ সলনি হোৱাৰ প্ৰতি মনোযোগ দি বজাৰত বিভিন্ন আৰ্হিৰ টেলিভিশ্যন মুকলি কৰা হৈছে ।

● মানুহৰ উপাৰ্জন ঃ

পণ্যৰ চাহিদা মানুহৰ উপাৰ্জনৰ ওপৰতো নিৰ্ভৰ কৰে। মানুহৰ উপাৰ্জন যিমানে বেছি হয় তেওঁলোকৰ মাজত পণ্যৰ চাহিদা সিমানে বেচি হয়। অধিক উপাৰ্জনৰ অৰ্থ অধিক ক্ৰয় ক্ষমতা । সেয়ে, যেতিয়া মানুহৰ উপাৰ্জন বৃদ্ধি পায়, তেওঁলোকে অধিক ক্ৰয় কৰিব পাৰে। উদাহৰণ স্বৰূপে - যেতিয়া মিষ্টাৰ X ৰ উপাৰ্জন ১০০০ টকা, তেতিয়া তেও দুটা কল কিনে। যেতিয়া তেওঁৰ উপাৰ্জন ৫০০০ টকালৈ বৃদ্ধি পায়, তেতিয়া তেওঁ অধিক ব্যয় কৰিব পৰা হয় আৰু দুটাতকৈ অধিক কল ক্ৰয় কৰিব পাৰে।

● **সম্পর্কযুক্ত সামগ্রীৰ দামৰ পৰিৱৰ্তন ঃ**

যেতিয়া এবিধ পণ্যৰ দামৰ পৰিৱৰ্তনে অন্য এবিধ পণ্যৰ চাহিদাক প্ৰভাৱান্বিত কৰে, তেতিয়া আমি কওঁ যে দুয়োটা পণ্য সম্পৰ্কযুক্ত। সম্পৰ্কযুক্ত পণ্যবিলাক দুই ধৰণৰ বিকল্প (substitute) আৰু পৰিপূৰক (complements)আমি ইতিমধ্যে বিকল্প সামগ্রীৰ ধাৰণা সম্পৰ্কে আলোচনা কৰিছো। যেতিয়া এটা নিৰ্দিষ্ট পণ্যৰ দাম হ্ৰাস পায়, তেতিয়া ইয়াৰ বিকল্প সামগ্রীৰ চাহিদা হ্ৰাস পায়। বিকল্প সামগ্রীৰ দাম বাঢ়িলে, সেই সামগ্রীৰ চাহিদা বাঢ়ে , যেনে আপেল আৰু নাচপতি, চাহ আৰু কফি ইত্যাদি।

যিবোৰ সামগ্রী বা পণ্য ইটো-সিটোৰ পৰিপূৰক, সিবিলাকৰ যিকোনো এটাৰ দামৰ পৰিবৰ্তন হ'লে আনটোৰ চাহিদাত প্ৰভাৱ পৰিব । অৰ্থাৎ, যদি গাখীৰৰ দাম কমে, চেনীৰ চাহিদাৰ ওপৰত ইয়াৰ প্ৰভাৱ পৰিব, যিহেতু মানুহে অধিক গাখীৰ ক্ৰয় কৰিব গতিকে চেনীৰ চাহিদা বাঢ়িব।

● **আশা** (expectations) ঃ

উপভোক্তাই দুই ধৰণৰ আশা কৰে ঃ

(ক) তেওঁলোকৰ ভৱিষ্যৎ উপার্জনৰ সৈতে সম্পৃক্ত, আৰু

(খ) পণ্য আৰু ইয়াৰ সম্পৰ্কযুক্ত সামগ্রীৰ ভৱিষ্যৎ দামৰ সৈতে সম্পৃক্ত।

ভৱিষ্যতে উপার্জণ বাঢ়িব বুলি আশা কৰিলে , উপভোক্তাই বৰ্তমান অধিক ব্যয় কৰে আৰু তাৰ ফলত পণ্যৰ চাহিদা বৃদ্ধি পায়। একেদৰে বিপৰীতো হয়, যদিহে তেঁও ভৱিষ্যতে উপার্জন কমিব বুলি আশা কৰে ।তেনেকৈ , উপভোক্তাই যদি আশা কৰে যে পণ্যৰ দাম ভৱিষ্যতে বাঢ়িব, তেন্তে তেঁও ভৱিষ্যততকৈ বৰ্তমান অধিক পণ্য ক্ৰয় কৰিব বিচাৰিব। ই পণ্যৰ চাহিদা বৃদ্ধি কৰিব। ভৱিষ্যতে পণ্যৰ দাম কমিব বুলি আশা কৰিলে ইয়াৰ বিপৰীত প্ৰতিক্ৰিয়া ঘটিব।

● **বজাৰত উপভোক্তাৰ সংখ্যা ঃ**

এবিধ পণ্যৰ উপভোক্তা যিমানে বেছি হয়, সিমানে তাৰ বজাৰ চাহিদা বৃদ্ধি পায়। এতিয়া, প্ৰশ্ন উৎপন্ন হয় যে এবিধ পণ্যৰ উপভোক্তাৰ সংখ্যা কি কি কাৰকৰ ওপৰত নিৰ্ভৰ কৰে? যদি উপভোক্তাই এবিধ সামগ্রীৰ বিকল্প হিচাপে অন্য এবিধ ক্ৰয় কৰে, তেতিয়া সেইবিধ সামগ্রীৰ উপভোক্তাৰ সংখ্যা হ্ৰাস পাব আৰু তাৰ ঠাইত যিবিধ সামগ্রী ক্ৰয়কৰা হৈছে তাৰ উপভোক্তাৰ সংখ্যা বৃদ্ধি পাব। উপভোক্তাৰ সংখ্যা বৃদ্ধি পোৱাৰ আনটো গুৰুত্বপূৰ্ণ কাৰক হৈচে জনসংখ্যা বৃদ্ধি। উদাহৰণ স্বৰূপে, ভাৰতত বহুতো অত্যাৱশ্যকীয়া সামগ্রী, বিশেষকৈ খাদ্য সামগ্রীৰ চাহিদা বৃদ্ধি পোৱাৰ কাৰণ হৈছে দেশখনৰ জনসংখ্যা বৃদ্ধি হোৱাটো।

ওপৰৰ আলোচনাৰ পৰা আমি চাহিদাৰ বিভিন্ন নিৰ্ণায়কৰ বিষয়ে জানিব পাৰিলো। এতিয়া, চাহিদা ফলনৰ ওপৰত আলোকপাত কৰা যওকঃ

চাহিদা ফলন (Demand Function)

যেতিয়া, P_x = x পণ্যৰ নিজা দাম

I = ব্যক্তিৰ উপার্জন

P_r = সম্পর্কযুক্ত পণ্যৰ দাম

T = ব্যক্তিগত উপভোক্তাৰ পছন্দ আৰু অগ্ৰাধিকাৰ

A = পণ্যৰ প্ৰস্তুতকৰ্তাই কৰা বিজ্ঞাপন ব্যয়

সকলো নিৰ্ণায়ক অপৰিৱৰ্তিত থকা বুলি ধৰি লৈ আমি ব্যক্তিগত চাহিদা ফলন এনেদৰে লিখিব পাৰোঃ

$Q_1 = f(p)$ —(২)

ইয়াৰ দ্বাৰা এই কথা প্ৰযোজ্য হয় যে এবিধ পণ্যৰ চাহিদাৰ পৰিমানেই হৈছে ইয়াৰ নিজস্ব ফলন।



অগ্ৰগতি নিৰীক্ষণ

প্ৰশ্ন নং ৩ঃ চাহিদা ৰেখা কিয় তলৰফালে হেলনীয়া হয়?

.....

প্ৰশ্ন নং ৪ঃ চাহিদাৰ নিৰ্ণায়কসমুহ কি কি?

.....

.....

২.৭ চাহিদাৰ স্থিতিস্থাপকতা

চাহিদাৰ স্থিতিস্থাপকতা হৈছে পণ্যৰ দামৰ ক্ষেত্ৰত হোৱা পৰিৱৰ্তনৰ প্ৰতিক্ৰিয়া হিচাপে চাহিদাৰ পৰিমানৰ ক্ষেত্ৰত হোৱা পৰিৱৰ্তনৰ পৰিমাণ।

আন কথাৰ ক'বলৈ হ'লে , একোটা পণ্যৰ দামৰ শতকৰা পৰিৱৰ্তন অনুসৰি ইয়াৰ চাহিদাৰ ক্ষেত্ৰত হোৱা শতকৰা পৰিৱৰ্তনে চাহিদাৰ দাম স্থিতিস্থাপকতা সংজ্ঞায়িত হয়। ইয়াক আমি তলত দিয়াৰ দৰে প্ৰকাশ কৰিব পাৰোঃ

দামৰ স্থিতিস্থাপকতাৰ জোখ ঃ

দামৰ ক্ষেত্ৰত হোৱা একোটা সামান্য পৰিৱৰ্তন অনুসৰি চাহিদাৰ ক্ষেত্ৰত হোৱা শতকৰা পৰিৱৰ্তনক দামৰ পৰিৱৰ্তনেৰে হৰণ কৰি দাম স্থিতিস্থাপকতা পাব পাৰি। এনেদৰে, আমি মিম্নল্লিখিত সূত্ৰ প্ৰয়োগ কৰি স্থিতিস্থাপকতা নিৰ্ণয় কৰিব পাৰো ঃ

$$\text{দামৰ স্থিতিস্থাপকতা} = \frac{\text{চাহিদাৰ পৰিমাণত হোৱা শতকৰা পৰিৱৰ্তন}}{\text{দামৰ ক্ষেত্ৰত হোৱা পৰিৱৰ্তন}}$$

$$e_p = \frac{\frac{\Delta q \times 100}{q}}{\frac{\Delta p \times 100}{p}}$$

$$= \frac{\Delta q}{q} \div \frac{\Delta p}{p}$$

$$= \frac{\Delta q}{q} \times \frac{p}{\Delta p}$$

$$= \frac{\Delta q}{\Delta p} \times \frac{p}{q}$$

যেতিয়া, e_p = দাম স্থিতিস্থাপকতা

q = মূল পৰিমাণ

p = মূল দাম

Δ = সামান্য পৰিৱর্তন

যেতিয়া একোটা পণ্যৰ দামৰ শতকৰা পৰিৱর্তনতকৈ চাহিদাৰ শতকৰা পৰিৱর্তন অধিক হয়, তেতিয়া চাহিদাৰ দাম স্থিতিস্থাপকতা ১তকৈ অধিক হ'ব আৰু এই ক্ষেত্রত চাহিদাক স্থিতিস্থাপক বোলা হয়।

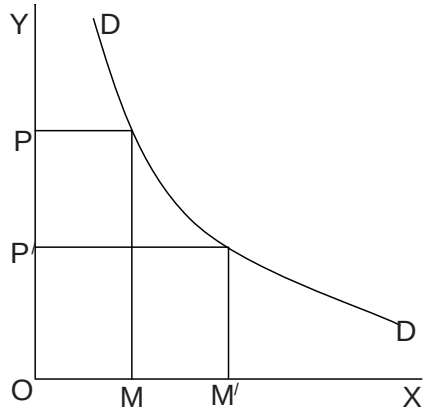
সেইটোৱেই হৈছে $e_p > 1$

যেতিয়া একোটা পণ্যৰ দামৰ শতকৰা পৰিৱর্তনতকৈ চাহিদাৰ শতকৰা পৰিৱর্তন কম হয়, তেতিয়া চাহিদাৰ দাম স্থিতিস্থাপকতা ১তকৈ কম হ'ব আৰু এই ক্ষেত্রত চাহিদাক অস্থিতিস্থাপক বোলা হয়।

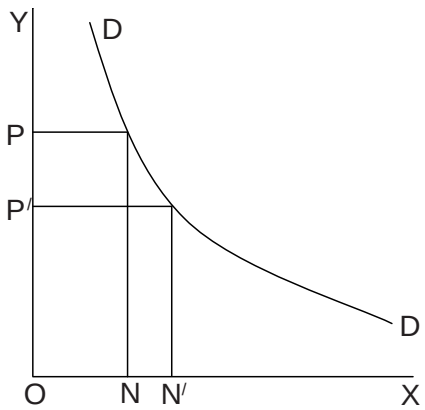
সেইটোৱেই হৈছে $e_p<1$

যেতিয়া একোটা পণ্যৰ চাহিদাৰ শতকৰা পৰিৱর্তন দামৰ শতকৰা পৰিৱর্তন সমান হয়, তেতিয়া দাম স্থিতিস্থাপকতা একৰ সমান হয়। সেয়া হৈছে $e_p = 1$, ইয়াকে একক স্থিতিস্থাপক চাহিদা বোলা হয়।

তলত দিয়া চিত্র দুটাত স্থিতিস্থাপক আৰু অস্থিতিস্থাপক চাহিদা দেখুওৱা হৈছে ঃ



চিত্র ১ ঃ স্থিতিস্থাপক চাহিদা



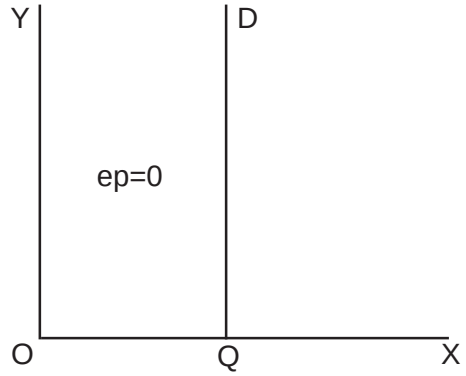
চিত্র ২ ঃ অস্থিতিস্থাপক চাহিদা

OP ৰ পৰা দাম OP' লৈ হ্ৰাস পালে, চিত্ৰ ২ তকৈ ১ ত চাহিদাৰ পৰিমান অধিক । সেয়ে, চিত্ৰ ২তকৈ চিত্ৰ ১ত চাহিদা অধিক স্থিতিস্থাপক।

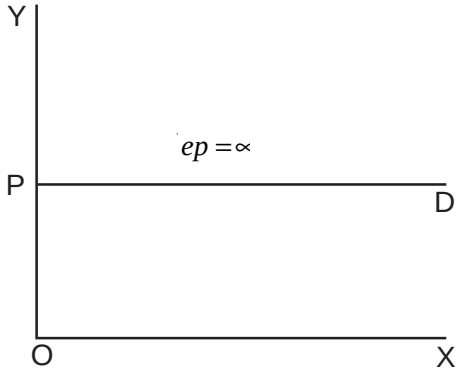
উদাহৰণঃ যদি গাড়ীৰ দাম কমে, গাড়ীৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ অৰ্থপূৰ্ণভাৱে বৃদ্ধি পাব। এনেকৈ গাড়ীৰ চাহিদা স্থিতিস্থাপক হয়। ই বিলাসী সামগ্ৰী ।

ইয়াৰ বিপৰীতে নিমখৰ দৰে অত্যাৱশ্যকীয় সামগ্ৰীৰ চাহিদা অস্থিতিস্থাপক কিয়নো ই মানুহৰ এটা মৌলক প্ৰয়োজনীয়তা পূৰণ কৰে আৰু ইয়াৰ কোনো বিকল্প নাই। আগতকৈ সামান্য দাম বাঢ়িলেও মানুহে প্ৰায় সম পৰিমাণৰে নিমখ খাব।

বিশুদ্ধ অস্থিতিস্থাপক আৰু বিশুদ্ধ স্থিতিস্থাপক চাহিদা ঃ



চিত্ৰ ৩ ঃ বিশুদ্ধ অস্থিতিস্থাপক চাহিদা



চিত্ৰ ৪ বিশুদ্ধ স্থিতিস্থাপক চাহিদা

চিত্ৰ ৩ত বিশুদ্ধ অস্থিতিস্থাপক চাহিদা দেখুওৱা হৈছে। ইয়াত একোটা পণ্যৰ দামৰ পৰিৱৰ্তনে ইয়াৰ চাহিদাৰ পৰিমাণত প্ৰভাৱ পেলোৱা নাই। এই ক্ষেত্ৰত চাহিদা ৰেখা Y অক্ষৰেখাৰ সৈতে সন্মুখৰ দিশত থিয়। ইয়াত ep=o ।

উদাহৰণ স্বৰূপেঃ দাম যিয়েই নহওক লাগে ঔষধৰ চাহিদা একেই থাকিব, কাৰন দাম বাঢ়িলেও ৰোগীয়ে ঔষধ ল'বই।

$$e_p = \frac{\text{চাহিদাৰ পৰিমাণত হোৱা শতকৰা পৰিৱৰ্তন}}{\text{দামৰ ক্ষেত্ৰত হোৱা শতকৰা পৰিৱৰ্তন}}$$

চিত্ৰ ৪ত বিশুদ্ধ স্থিতিস্থাপক চাহিদা দেখুওৱা হৈছে। ইয়াত,চাহিদা ৰেখা x অক্ষৰ লগত পথালিকৈ পোন। এই ক্ষেত্ৰত পণ্যৰ দাম সামন্য বৃদ্ধি পোৱাৰ ফলত ক্ৰেতা সামগ্ৰী ক্ৰয়ৰ পৰা সম্পূৰ্ণৰূপে আতৰি থাকিব আৰু সেয়ে ইয়াৰ চাহিদাৰ পৰিমান শূন্যলৈ অৱনমিত হ'ব। ইয়াত ep=x ।

২.৭.২ চাহিদাৰ আয় স্থিতিস্থাপকতা

চাহিদাৰ আয় স্থিতিস্থাপকতাই উপভোক্তাৰ উপাৰ্জনৰ সামন্য পৰিৱৰ্তনত একোটা

সামগ্রীৰ চাহিদাৰ পৰিমানৰ ক্ষেত্রত হোৱা প্রতিক্রিয়াৰ স্তৰ দেখুৱায়। চাহিদাৰ পৰিমানৰ ক্ষেত্রত হোৱা আংশিক পৰিৱর্তনক আয়ৰ আংশিক পৰিৱর্তনেৰে হৰণ কৰি ইয়াক নিৰূপন কৰিব পাৰি।

আন কথাত কবলৈ হ'লে, চাহিদাৰ আয় স্থিতিস্থাপকতাক আয়ৰ ক্ষেত্রত হোৱা শতকৰা পৰিৱর্তন অনুসৰি একোটা পণ্যৰ ক্রয়ৰ ক্ষেত্রত হোৱা পৰিৱর্তনৰ শতকৰা অনুপাত হিচাপে সংজ্ঞায়িত কৰিব পাৰি।

$$\text{আয় স্থিতিস্থাপকতা} = \frac{\text{পণ্যৰ ক্রয়ত শতকৰা পৰিবর্তন}}{\text{আয়ৰ শতকৰা পৰিৱর্তন}}$$

চাহিদাৰ আয় স্থিতিস্থাপকতা

$$e_i = \frac{\frac{\Delta q}{q} \times 100}{\frac{\Delta y}{y} \times 100}$$

$$= \frac{\Delta q}{q} \div \frac{\Delta y}{y}$$

$$= \frac{\Delta q}{\Delta y} \times \frac{y}{q}$$

য'ত e_i = চাহিদাৰ আয় স্থিতিস্থাপকতা

y = প্রাৰম্ভিক আয়

Δq = উপার্জনৰ পৰিৱর্তনৰ পৰিণতিত হোৱা ক্রয়ৰ পৰিমাণৰ পৰিৱর্তন

Δy = উপার্জনৰ সামান্য পৰিৱর্তন

q = প্রাৰম্ভিক ক্রয়ৰ পৰিমাণ

চাহিদাৰ আয় স্থিতিস্থাপকতা শূণ্য হোৱাৰ যথেষ্ট তাৎপর্য আছে। ই ইয়াকে সুচায় যে পণ্যৰ চাহিদাৰ পৰিমানত আয়ৰ পৰিৱর্তনে কোনো প্রভাব নেপেলায়।

২.৭.৩ সাধাৰণ সামগ্রী, কম গুৰুত্ব থকা সামগ্রী, বিলাসী সামগ্রী আৰু অত্যাৱশ্যকীয় সামগ্রীৰ ক্ষেত্রত আয় স্থিতিস্থপকতা

যেতিয়া আায় স্থিতিস্থাপকতা শূণ্যতকৈ অধিক হয় তেতিয়া আয় বা উপার্জন বঢ়াৰ ফলত পণ্যৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ বাঢ়ে। এইটো সাধাৰণ সামগ্রী (normal goods)ৰ ক্ষেত্রত ঘটে।

যেতিয়া আয় স্থিতিস্থাপকতা শূণ্যতকৈ কম, অর্থাৎ নেতিবাচক , তেনে ক্ষেত্রত আয় বঢ়াৰ ফলত পণ্যৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ হ্রাস পায়। এইটো কম গুৰুত্বপূর্ণ সামগ্রী (inferior goods)ৰ ক্ষেত্রত ঘটে।

বিলাসী সামগ্রী (luxurious goods)ৰ ক্ষেত্রত আয় স্থিতিস্থাপকতা একতকৈ বেছি। তেতিয়া পণ্যৰ বাবে উপভোক্তাই ব্যয় কৰা আয়ৰ অংশ বৃদ্ধি পায় যিহেতু উপভোক্তাৰ উপার্জন বাঢ়ে।

অত্যাৱশ্যকীয় সামগ্রী (necessary goods)ৰ ক্ষেত্রত আয় স্থিতিস্থাপকতা একতকৈ কম। একোটা সামগ্রীৰ আয় স্থিতিস্থাপকতা একতকৈ কম হোৱাৰ ফলত ইয়াৰ বাবে ব্যয় কৰা উপভোক্তাৰ আয়ৰ অংশ হ্রাস পায় আৰু তেওঁ অধিক ধনবান হয়, ইয়াকে কোৱা হয় আৱশ্যকতা (necessity)।

২.৭.৪ চাহিদাৰ বিপৰীত স্থিতিস্থাপকতা

চাহিদাৰ বিপৰীত স্থিতিস্থাপকতাক আন সামগ্রীৰ দামৰ পৰিৱর্ত্তনত হোৱা এবিধ সামগ্রীৰ চাহিদাৰ প্রতিক্রিয়াৰ স্তৰ হিচাপে সংজ্ঞায়িত কৰিব পাৰি।

Y সামগ্রীবিধৰ দাম কমাৰ ফলত x সামগ্রীবিধৰ যেতিয়া চাহিদাৰ পৰিমাণ হ্রাস পায় , তেতিয়া y ৰ বাবে x ৰ চাহিদাৰ বিপৰীত স্থিতিস্থাপকতা একে হয় আৰু y সামগ্রীৰ দামৰ শতকৰা পৰিৱর্তনৰ প্রতিক্রিয়া হিচাপে x সামগ্রীৰ চাহিদাৰ পৰিমানৰ ক্ষেত্রত হোৱা শতকৰা পৰিৱর্তন সমান হয়। ইয়াক তলত দিয়াৰ দৰে নিৰূপন কৰিব পাৰি ঃ

চাহিদাৰ বিপৰীত স্থিতিস্থাপকতাৰ জোখঃ

$$e_c = \frac{\text{x ৰ চাহিদাৰ পৰিমাণৰ শতকৰা পৰিৱর্তন}}{\text{y ৰ দামৰ শতকৰা পৰিৱর্তন}}$$

$$= \frac{\frac{\Delta q_x}{q_x} \times 100}{\frac{\Delta P_y}{P_y} \times 100}$$

$$= \frac{\Delta q_x}{q_x} \div \frac{\Delta P_y}{P_y}$$

$$= \frac{\Delta q_x}{\Delta P_y} \times \frac{P_y}{q_x}$$

য'ত e_c = Y ৰ বাবে X ৰ চাহিদাৰ বিপৰীত স্থিতিস্থাপকতা

q_x = X ৰ মূল চাহিদাৰ পৰিমাণ

p_y = y ৰ দাম

Δqx = X ৰ চাহিদাৰ পৰিমাণৰ পৰিৱৰ্তন

Δpy = y ৰ দামৰ পৰিৱৰ্তন

ব্যৱসায়িক সিদ্ধান্ত গ্ৰহণৰ ক্ষেত্ৰত চাহিদাৰ বিপৰীত স্থিতিস্থাপকতাৰ গুৰুত্ব ঃ

প্ৰথম কথা, সঠিক দাম নিৰূপনৰ বাবে পৰিচালন সম্পৰ্কীয় সিদ্ধান্ত গ্ৰহনৰ ক্ষেত্ৰত চাহিদাৰ বিপৰীত স্থিতিস্থাপকতাৰ ধাৰণাটো অত্যন্ত গুৰুত্বপূৰ্ণ। একাধিক সামগ্ৰী উৎপাদন কৰা প্ৰতিষ্ঠানে এবিধ সামগ্ৰীৰ দামৰ পৰিৱৰ্তনে অন্য প্ৰয়োগ কৰে।

উদাহৰণ স্বৰূপে: মাৰুটি উদ্যোগ লিমিটেডে মাৰুটি ভেন, মাৰুটি ৮০০ আৰু মাৰুটি এষ্টিম নিৰ্মাণ কৰে। এই সামগ্ৰীবোৰ ইটো আনটোৰ সুন্দৰ বিকল্প আৰু সেয়ে সিবিলাকৰ মাজত চাহিদাৰ বিপৰীত স্থিতিস্থাপকতা যথেষ্ট বেছি। যদি মাৰুটি উদ্যোগে মাৰুটি ৮০০ ৰ দাম কমাবলৈ সিদ্ধান্ত লয়, ই উল্লেখযোগ্যভাৱে মাৰুটি ভেন আৰু মাৰুটি এষ্টিমৰ চাহিদাত প্ৰভাৱ পেলাব । সেয়ে কোম্পানীটোৱে ইয়াৰ বিভিন্ন সামগ্ৰীৰ সঠিক দাম নিৰ্দ্ধাৰণৰ বাবে এটা মূল্য নিৰূপন কৌশল ৰচনা কৰিব।

দ্বিতীয়তে, একোটা উদ্যেগৰ পৰিসীমা নিদিষ্ট কৰিবৰ বাবে আৰু উদ্যোগসমূহৰ আন্তঃসম্পৰ্ক নিৰূপনৰ বাবে চাহিদাৰ বিপৰীত স্থিতিস্থাপকতা ধাৰণাটো সঘনে ব্যৱহৃত হয়। একোটা উদ্যোগ হৈছে একেধৰনৰ সামগ্ৰী উৎপন্ন কৰা একাধিক প্ৰতিষ্ঠানৰ সমষ্টি। প্ৰতিষ্ঠানসমূহৰ আৰু উদ্যোগসমূহৰ মাজৰ আন্তঃসম্পৰ্কৰ বাবে কোনেও নিজৰ বিক্ৰী হ্ৰাস কৰি ইয়াৰ উৎপাদিত সামগ্ৰীৰ দাম বৃদ্ধি কৰিব নোৱাৰে কিয়নো ইবিলাকৰ মাজৰ চাহিদাৰ বিপৰীত দাম- স্থিতিস্থাপকতা ইতিবাচক আৰু উচ্চ।

২.৮ চাহিদা পূৰ্বানুমান

পূৰ্বানুমান হৈছে কেতবোৰ নিদিষ্ট পৰিস্থিতিৰ অধীনত এটা ভৱিষ্যৎ পৰিস্থিতিৰ আগতীয়াকৈ অনুমান কৰা। ভাল উৎপাদন আৰু বিক্ৰয় পৰিকল্পনাৰ বাবে ব্যৱসায়ৰ অৱস্থা আৰু চাহিদাৰ সিবিলাকৰ সম্পৰ্কৰ পূৰ্বানুমান কৰাটো দৰকাৰ। পূৰ্বানুমান যিমানে বাস্তৱসন্মত হয়, ভৱিষ্যতৰ বাবে সিমানে ফলপ্ৰসু সিদ্ধান্ত গ্ৰহন কৰিব পৰা যায়।

পূৰ্বানুমানক বহলভাবে দুটা ভাগত ভাগব পাৰি ঃ

১। নিষ্ক্ৰিয় পূৰ্বানুমান ঃ য'ত ভৱিষ্যৎ সম্পৰ্কে পূৰ্বানুমান এনেধৰণে কৰা হয় যে প্ৰতিষ্ঠানে ইয়াৰ কাৰ্য পদ্ধতিৰ পৰিৱৰ্তন নকৰে।

২। সক্ৰিয় পূৰ্বানুমান ঃ ভৱিষ্যতে প্ৰতিষ্ঠানৰ কাৰ্যপদ্ধতি সলনি হ'ব বুলি লৈ পূৰ্বানুমান কৰা হয়।

উদাহৰণ স্বৰূপে ঃ যদি অদূৰ ভৱিষ্যতে বিক্ৰী বঢ়াবৰ বাবে টাটা টিয়ে কেনো কাৰ্য পদ্ধতি হাতত নলয় (যেনে বিজ্ঞাপন, মান নিয়ন্ত্ৰণ ইত্যাদি), তেতিয়া ইয়াৰ বিপনণ বিভাগে এটা নিষ্ক্ৰিয় বিক্ৰয় পূৰ্বানুমান প্ৰস্তুত কৰিব পাৰি।

আনহাতে, টাটা টিয়ে প্রতিষ্ঠানটোৰ ভৱিষ্যতৰ বিক্রী বঢ়াবৰ বাবে কেতবোৰ কার্য পদ্ধতি আৰু কৌশল অৱলম্বন কৰিব পাৰি। তেনেস্থলত আগতীয়াকৈ নিদ্ধাৰণ কৰা বিক্রয়ৰ লক্ষ্য অনুসৰি যি কার্যপদ্ধতি আৰু কৌশলৰ পৰিকল্পনা কৰা হ'ব, সেয়াই হৈছে সক্রিয় বিক্রয় পূর্বানুমাণ। সাধাৰণতে, ব্যৱসায় প্রতিষ্ঠানবিলাক নিষ্ক্রিয় আৰু সক্রিয় দুয়োটা পূর্বানুমানতে আগ্রহী। বিকল্প আৰু পৰিপূৰক সামগ্রীৰ দাম, আর্হি, মানদণ্ড, বিজ্ঞাপন ইত্যাদিৰ দৰে বিভিন্ন কর্মনীতিত সাধন কৰা পৰিৱর্তনৰ প্রতি লক্ষ্য ৰাখি তেওঁলোকে প্রায়ে বিক্রয়ৰ পূর্বানুমান কৰে।

চাহিদা পূর্বানুমাণৰ গুৰুত্ব ঃ

দীর্ঘকাল আৰু হ্রস্বকাল উভয় সময়ৰ বাবে চাহিদাৰ পূর্বানুমান কৰা হয়। একোটা হ্রস্বকালীন পূর্বানুমানত ঋতুভিত্তিক পদ্ধতিসমূহৰ প্রধান গুৰুত্ব আছে। এনেধৰনৰ পূর্বানুমান লাভজনক বিক্রয় নীতি প্রস্তুত কৰা আৰু আনৰ সমকক্ষ হোৱাত ব্যয়বহুল বিলম্ব বা অতিৰিক্ত জমা ৰখাৰ পৰা হাত সাৰিবলৈ উৎপাদনৰ সঠিকসূচী প্রস্তুত কৰাত সহায় কৰে। হ্রস্বকালীন পূর্বানুমাণে সামগ্রীৰ গ্রহণযোগ্য দাম নিদ্ধাৰণৰ লগতে বিজ্ঞাপন আৰু বিক্রয় কৌশলত প্রয়োজনীয় সংশোধন কৰাৰ বাবে সিদ্ধান্ত গ্রহণতো সহায় কৰে।

দীর্ঘকালীন পূর্বানুমানে সঠিক মূলধনী পৰিকল্পনা প্রস্তুত কৰাত সহায় কৰে। উৎপাদন ক্ষমতা সংস্থাপন কৰোতে, পৰিকল্পিত আৰু প্রত্যাশিত উৎপাদনৰ বাবে সিবিলাকৰ পর্যাপ্ততাৰ ক্ষেত্রত স্থিতিস্থাপকতাৰ এটা উৎপাদন নিশ্চিত কৰিব লাগিব। প্রতিষ্ঠানটোৱে কর্মচাৰী আদি মকৰলৰ বাবে পৰিকল্পনা কৰিব পৰাকৈ আহিলা- পাতি আৰু কামৰ প্রক্রিয়া সর্ম্পকে এটা সিদ্ধান্ত গ্রহনৰ পিছতেই ই সম্ভৱ।

এনেদৰে দীর্ঘকালীন পৰিকল্পনাই কেচামাল, মানৱ শক্তি, সময় আৰু শক্তিৰ অপচয় ৰোধ কৰে। বিভিন্ন উপাদন যেনে জনসংখ্যা, উপভোগ পদ্ধতি ইত্যাদিৰ পৰিৱর্তন দীর্ঘকালীন পূর্বানুমানত অন্তর্ভুক্ত থাকে। থোৰতে ক'বলৈ গ'লে, দীর্ঘকালীন পূর্বানুমানত সাধাৰণতে 'নতুন গোট' পৰিকল্পনা, চলি থকা গোটৰ সম্প্রসাৰণ, দীর্ঘম্যাদী বিত্তীয় প্রয়োজনীয়তা পৰিকল্পনা আৰু মানৱ শক্তিৰ প্রয়োজনীয়তাৰ ক্ষেত্রত ব্যৱহৃত হয়। হ্রস্বকালীন পূর্বানুমান সুচল উৎপাদন নীতি প্রস্তুত কৰা, উদ্ভাৱনীমূলক নীতি নিয়ন্ত্রণ কৰা আদিৰ লগতে কেচামালৰ ব্যয় নির্দ্ধাৰণ, সুবিধাজনক দাম নির্দ্ধাৰণ, বিক্রয়ৰ লক্ষ্য নির্দ্ধাৰিণ আৰু ভৱিষ্যতৰ বিত্তীয় প্রয়োজনীয়তাৰ পৰিকল্পনা কৰাত সহায়ক।

২.৯ চাহিদা পূর্বানুমানৰ পদ্ধতি

সামগ্রীৰ চাহিদা সম্পর্কে আগতীয়াকৈ অনুমান কৰিবলৈ বিভিন্ন ধৰণৰ পদ্ধতি আছে। এতিয়া আমি এই পদ্ধতিবোৰৰ কেইটামানৰ বিষয়ে আলোচনা কৰিম।

মত গণনা পদ্ধতি ঃ

চাহিদা পূর্বানুমানৰ মত গণনা পদ্ধতি বিভিন্ন ধৰণৰ আছে ঃ

১। উপভোক্তাৰ সমীক্ষা পদ্ধতি ঃ

এই পদ্ধতিত, ভৱিষ্যতৰ ক্ৰয় পৰিকল্পনা সম্পৰ্কে জানিবলৈ উপভোক্তাসকলক ব্যক্তিগতভাবে যোগাযোগ কৰা হয়। সকলো উপভোক্তাৰ এতা সম্পূৰ্ণ সমীক্ষা বা সমসাময়িক জনসংখ্যাৰ মাজৰ পৰা কেইটামান উপভোক্তা গোট বছনি কৰি এই কাম কৰিব পাৰি। বিবেচনাৰ যোগ্য পণ্যবিধ মধ্যৱৰ্তী সামগ্ৰী (যেনে ঃ কাঠ, ষ্টীল, যন্ত্ৰাংশ ইত্যাদি) হ'লে তেতিয়া সৰ্বশেষ সামগ্ৰীত এনে সামগ্ৰী ব্যৱহাৰ কৰি থকা উদ্যেগবোৰৰ মাজত সমীক্ষা চলোৱা হয়।

(ক) সম্পূৰ্ণ গণনা সমীক্ষা ঃ

সম্পূৰ্ণ গণনা সমীক্ষাৰ অধীনত পূৰ্বানুমান কৰা সময়ছোৱাৰ বাবে সকলো উপভোক্তাৰ সম্ভাব্য চাহিদা নিৰূপন কৰা হয়।

(খ) নমুনা সমীক্ষা ঃ

নমুনা সমীক্ষা পদ্ধতিৰ অধীনত প্ৰতিটো নিৰ্বাচিত গোটে প্ৰকাশ কৰা সম্ভাব্য চাহিদা যোগ কৰি পূৰ্বনুমানৰ সময়ছোৱাত নমুনা গোটটোৰ সম্পূৰ্ণ চাহিদা নিৰ্ণয় কৰা হয়।

২। **বিক্ৰয়-শক্তি মত পদ্ধতি ঃ**

এইটো এটা আকৰ্ষণীয় পদ্ধতি। যিসকল লোক বিপণনৰ নিকটৱৰ্তী তেওঁলোকক প্ৰশ্ন কৰা হয় আৰু তেওঁলোকৰ প্ৰতিক্ৰিয়া একত্ৰিত কৰা হয়। এই পদ্ধতিৰ সুবিধা হৈছে কম খৰচী আৰু সহজ, কিয়নো ইয়াত কোনোধৰণৰ বিস্তৃত পৰীসাংক্ষিক জোখ-মাখ নাথাকে। ইয়াৰ আৰু এটা সুবিধা হৈছে যে ই বিক্ৰেতাৰ পোণপটীয়া জ্ঞানৰ ওপৰত নিৰ্ভৰশীল। এই পদ্ধতি সাধৰণতে নতুন সামগ্ৰীৰ ক্ষেত্ৰত চাহিদা পূৰ্বানুমানত খুবেই ফলদায়ক বুলি বিবেচিত আৰু সেয়ে , ইয়াক 'প্ৰতিক্ৰিয়া সমীক্ষা' পদ্ধতি বুলি কোৱা হয়।

৩। **বিশেষজ্ঞৰ মত পদ্ধতি ঃ**

অদম্য পৰিৱৰ্তনৰ পৰিস্থিতিত, য'ত ভৱিষ্যতৰ কাৰিকৰী অৱস্থাৰ পূৰ্বানুমান কৰিব নোৱাৰি ইয়াত প্ৰথামিক তথ্যসমূহ পোৱা নায়ায় , তাত এই পদ্ধতি অত্যন্ত সুবিধাজনক। প্ৰাথমিক তথ্যৰাহি নাথাকিলে বিশেষজ্ঞসকলে যিৰূপে দৃষ্টিভংগী প্ৰেৰণ কৰিব পাৰে, কিন্তু তেতিয়াও এই দৃষ্টিভংগীসমূহৰ ওপৰত ভিত্তি কৰি প্ৰবন্ধকজনে নিজৰ সিদ্ধান্ত গ্ৰহণ কৰাটো সম্ভৱ।



২.১০ অধ্যয়টিৰ পৰা আমি কি শিকিলোঁ (LET US SUM UP)

এই অধ্যায়টোত আমি নিম্নলিখিত বিষয়সমূহ আলোচনা কৰিলো—

- একোটা পণ্যৰ চাহিদা হৈছে সেই পণ্যৰ প্ৰতি উপভোক্তাৰ ধাৰণা আৰু প্ৰতিক্ৰিয়া ।
- চাহিদা বিধিয়ে পণ্য বা বস্তুৰ দাম আৰু চাহিদাৰ পৰিমাণৰ মাজৰ সম্পৰ্ক প্ৰকাশ কৰে। চাহিদা হিধি মতে, অন্য বিষয়বোৰ একে থাকি যদি একোটা পণ্যৰ দাম কমে,

তেতিয়া তাৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ বাঢ়ে, আৰু যদি পণ্যৰ দাম বাঢ়ে, তেন্তে চাহিদাৰ পৰিমাণ কমে।

- চাহিদাৰ নির্ণয়কসমূহ হৈছে - উপভোক্তাৰ জুতি আৰু অগ্রাধিকাৰ, সম্পর্কযুক্ত সামগ্রীৰ দামৰ পৰিৱর্তন, মানুহৰ উপার্জন ।
- চাহিদাৰ স্থিতিস্থাপকতা হৈছে পণ্যৰ দামৰ ক্ষেত্রত হোৱা পৰিৱর্তনৰ প্রতিক্রিয়া হিচাপে চাহিদাৰ পৰিমানৰ ক্ষেত্রত হোৱা পৰিৱর্তনৰ জোখৰ পৰিমাণ।
- দামৰ ক্ষেত্রত হোৱা একোটা সামান্য পৰিৱর্তন অনুসৰি চাহিদাৰ ক্ষেত্রত হোৱা শতকৰা পৰিৱর্তনক দামৰ পৰিৱর্তনেৰে হৰণ কৰি দাম স্থিতিস্থাপকতা পাব পাৰি।
- চাহিদাৰ আয় স্থিতিস্থাপকতাই উপভোক্তাৰ উপার্জনৰ সামন্য পৰিৱর্তনত একোটা সামগ্রীৰ চাহিদাৰ পৰিমানৰ ক্ষেত্রত হোৱা প্রতিক্রিয়াৰ স্তৰ দেখুৱায়।
- চাহিদাৰ বিপৰীত স্থিতিস্থাপকতাক আন সামগ্রীৰ দামৰ পৰিৱর্ত্তনত হোৱা এবিধ সামগ্রীৰ চাহিদাৰ প্রতিক্রিয়াৰ স্তৰ হিচাপে সংজ্ঞায়িত কৰিব পাৰি।



২.১১ অধিক জানিবলৈ (FURTHER READINGS)

ইংৰাজী গ্রন্থ ঃ

1) Ahuja, H.L. (2007); *Advanced Economic Theory: Microeconomic Analysis*; New Delhi: S. Chand & Company Ltd.
2) Chopra, P.N. (2008): *Micro Economics*; Ludhiyana: Kalyani Publication.
3) Dewett, K.K. (2005). *Modern Economic Theory*; New Delhi: S. Chand & Company Ltd.
4) Sundharam, K.P.M. & Vaish M.C. (1997); *Microeconomic Theory*; New Delhi: S. Chand & Company Ltd.



২.১২ অগ্রগতিৰ খতিয়ান (ANSWERS TO CHECK YOUR PROGRESS)

১ নং প্রশ্নৰ উত্তৰঃ একোটা পণ্যৰ চাহিদা হৈছে সেই পণ্যৰ প্রতি উপভোক্তাৰ ধাৰণা আৰু প্রতিক্রিয়া ।চাহিদা আৰু আকাংক্ষা একে নহয়। যেতিয়া একোজন লোকে পাব বিচাৰে

বা আকাংক্ষা কৰে আৰু তাৰ বাবে পৰিশোধ কৰিবলৈ ইচ্ছা কৰে, তেতিয়াই উক্ত আকাংক্ষা চাহিদালৈ পৰিৱর্তিত হয়।

২ নং প্রশ্নৰ উত্তৰঃ চাহিদা বিধি মতে, অন্য বিষয়বোৰ একে থাকি যদি একোটা পণ্যৰ দাম কমে, তেতিয়া তাৰ চাহিদাৰ পৰিমাণ বাঢ়ে, আৰু যদি পণ্যৰ দাম বাঢ়ে, তেন্তে চাহিদাৰ পৰিমাণ কমে।



২.১৩ আৰ্হি প্রশ্ন (MODEL QUESTIONS)

প্রশ্ন ১ঃ চাহিদা বুলিলে কি বুজে?

প্রশ্ন ২ঃ চাহিদা বিধি আলোচনা কৰক।

প্রশ্ন ৩ঃ চাহিদাৰ স্থিতিস্থাপকতা বুলিলে কি বুজে?

প্রশ্ন ৪ঃ চাহিদাৰ নির্ণয়কসমূহ আলোচনা কৰক।

*** ***** ***