باب 6

غیر مسابقتی بازار

(Non-competitive Markets)

ہمیں یاد ہے کہ مکمل مسابقتی بازار کی نظریہ سازی بازار کی ایک ساخت کے طور پر کی گئی تھی جہاں صارفین اور فرمیں دونوں قیمت کے اختیار کنندگان تھے۔ باب 4 میں ایسی صورت حال میں فرم کے برتاؤ کا بیان کیا گیا تھا۔ ہم نے غور کیا تھا کہ ایک مکمل مسابقتی بازار کی ساخت ایک ایسے بازار کی طرح ہوتی ہے، جہاں درج ذیل شرائط کو پورا کیا جاتا ہے:

(i) جہاں فرم اور شے کے صارفین کی بڑی تعداد موجود رہتی ہے۔ سبھی فرموں کے کل ماحصل کے مقابل ہر ایک فرم کے ذریعہ فروخت کی گئی پیداوار کی مقدار برائے نام یعنی بہت کم ہوتی ہے اور اسی طرح ہر ایک صارف کے ذریعہ خریدی گئی مقدار مجموعی طور پر سبھی صارفین کے ذریعہ خریدی گئی مقدار کے مقابلے میں بہت کم ہوتی ہے؛

(ii) شے کی پیداوار کرنے یا اسے بند کر کے روک دینے کے لیے فرمیں آزاد ہوتی ہے؛

(iii) کسی صنعت میں ہر ایک فرم کے ذریعہ پیدا کیا گیا ماحصل اور دیگر فرم کے پیدا کیے گئے ماحصل میں کوئی خاص فرق نہیں ہوتا ہے اور کسی دیگر صنعت کا برآمد پر اس برآمد کا بدل نہیں ہو سکتے؛ اور

(iv) صارفین اور فرمیں دونوں کے ماحصل، ماخل اور ان کی قیمتوں کی پوری واقفیت ہوتی ہے۔

اس باب میں ہم ان صورت حال کا ذکر کریں گے جہاں پر ان میں سے ایک یا ایک سے زیادہ شرائط کی تکمیل نہیں ہوتی۔ اگر مفروضہ (i) اور (ii) کو چھوڑ دیا جائے تو ہمیں بازار کی جو ساخت حاصل ہوتی ہے اسے اجارہ داری یا محدود مقابلہ آرائی کہتے ہیں۔ اگر مفروضہ (iii) کو چھوڑ دیا جائے تو ہمیں بازار کی ایک ایسی ساخت حاصل ہوتی ہے جو اجارہ دارانہ مسابقت کہلاتی ہے۔ مفروضہ (iv) کو چھوڑنے پر اسے جوکھم کی معاشیات کے طور پر لیا جاتا ہے۔ اس باب میں ہم اجارہ داری، اجارہ دارانہ مسابقت اور محدود مقابلہ آرائی ساخت کا جائزہ لیں گے۔

© NCERT not to be republished

6.1 شے بازار میں سادہ اجارہ داری (SIMPLE MONOPOLY IN THE COMMODITY MARKET)

ایک بازار کی ساخت جس میں ایک اکیلا فروخت کار رہوتا ہے اجارہ داری کہلاتی ہے۔اس ایک جملے کی تعریف میں چھپی شرائط کو واضح طور پر بیان کرنے کی ضرورت ہے۔ایک اجارہ دارانہ بازار کی ساخت میں یہ ضروری ہے کہ کسی مخصوص شے کا واحد پیدا کار رہو؛اس شے کی کوئی متبادل شے نہ ہو اور اس صورت کو لمبے وقت تک بنائے رکھنے کے کافی انتظام کی ضرورت ہوتی ہے تا کہ کسی دیگر فرم کو بازار میں داخلے کے لیے شے کی فروخت کرنے سے روکا جا سکے گا۔

بازار کی دیگر ساختوں کے مقابل شے بازار میں اجارہ داری کے نتیجے میں توازن میں فرق کی جانچ کے سلسلے میں ہمیں یہ ماننا ہوگا کہ دیگر سبھی بازار مکمل مسابقت کی حالت میں ہوتے ہیں۔خاص طور پر یہ ضرورت ہوگی کہ (i) مخصوص شے کی بازار کی مانگ کی جانب مکمل مسابقت ہو یعنی سبھی صارفین قیمت کو قبول کرنے والے ہوں؛ اور (ii) اس شے کی پیداوار میں استعمال ہونے والے ماحصل کا بازار رسد اور مانگ دونوں رخ سے پوری طرح مسابقتی ہو۔

اگر درج بالا سبھی شرائط کی تکمیل ہو رہی ہو تو ہم اس صورت حال کو واحد شے بازار میں اجارہ کے طور پر متعین کر سکتے ہیں۔

مسابقتی برتاؤ بنام مسابقتی ساخت (Competitive Behaviour versus Competitive Structure)

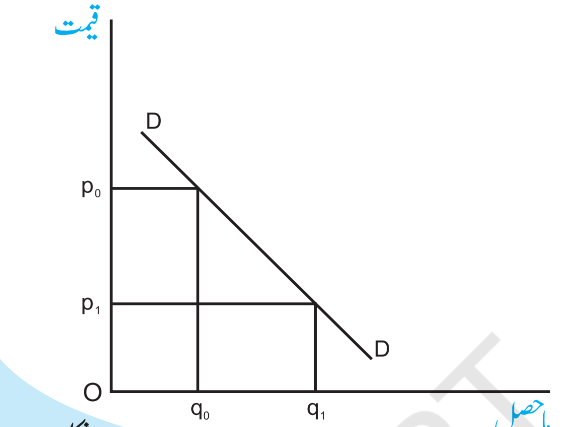
مکمل مسابقتی بازار کی تعریف ایک ایسے بازار کے طور پر کی گئی ہے۔جہاں بازار میں پیداوار کی فروخت جس قیمت پر ہوتی ہے،اس قیمت کو متاثر کرنے میں انفرادی فرم نا اہل ہوتی ہے۔چونکہ انفرادی فرم کے ماحصل کی کسی بھی سطح کے لیے قیمت یکساں رہتی ہے،اس لیے ایسی فرم کسی بھی مقدار کو فروخت کر پاتی ہے جتنی مقدار کی وہ دی ہوئی بازار قیمت پر فروخت کرنے کی خواہش مند ہیں،لہٰذا اسے اپنی پیداوار کے لیے بازار حاصل کرنے کے لیے دیگر فرموں سے مسابقت کرنے کی ضرورت نہیں ہوتی۔

یہ واضح طور پر اس تصور کے برعکس ہے جو عام طور پر مسابقت یا مسابقتی برتاؤ کے طور پر سمجھا جاتا ہے۔ہم دیکھتے ہیں کہ کوک اور پیپسی فروخت کی زیادہ اونچی سطح یا بازار میں زیادہ حصہ داری حاصل کرنے کے لیے کئی طرح سے ایک دوسرے کی مسابقت کرتے ہیں۔اس کے برخلاف، ہم انفرادی کسانوں کو بہت زیادہ مقدار میں اناج فروخت کرنے کے لیے آپس میں مسابقت کرتے ہوئے نہیں دیکھتے ہیں۔ایسا اس لیے ہے کیونکہ کوک اور پیپسی جیسے مشروبات کی بازار قیمت پر اثر ڈالنے کی استعداد ہے جبکہ انفرادی کسان کے پاس نہیں ہے۔

© NCERT not to be republished

لہٰذا مسابقتی برتاؤ اور مسابقتی بازار ساخت عام طور پر معکوسی طور پر متعلق ہوتے ہیں، بازار ساخت زیادہ مسابقتی ہوتی ہے تو فرموں کا برتاؤ کم مسابقتی ہوتا ہے۔ دوسری طرف بازار ساخت کم مسابقتی ہوتی ہے تو مسابقتی فرموں کا برتاؤ ایک دوسرے کے تئیں زیادہ مسابقتی ہوتا ہے۔ خالص اجارہ داری زیادہ واضح استثنیٰ ہے۔

6.1.1 مانگ بازار کا خط اوسط خط محاصل ہے (Market Demand Curve is the Average Revenue Curve)



شکل 6.1

مانگ بازار خط: اس مقدار کو دکھاتا ھے جو صارف مختلف قیمتوں پر مجموعی طور پر خریدنا چاھتے ھیں

شکل 6.1 میں مانگ بازار خط دکھایا گیا ہے جسے صارف مختلف قیمتوں پر مجموعی طور پر خریدنے کا خواہش مند ہے۔ اگر بازار قیمت اونچی سطح p_0 پر ہو تو صارف کم مقدار q_0 خریدنے کے خواہش مند ہوں گے۔ دوسری طرف، اگر بازار قیمت نچلی سطح p_1 ہو تو صارف زیادہ مقدار q_1 خریدنے کے خواہش مند ہوں گے۔ یعنی قیمت بازار میں صارف کے ذریعہ مانگ کی گئی مقدار کو متاثر کرتی ہے۔ اسے اس طرح بھی ظاہر کیا جاسکتا ہے کہ صارفین کے ذریعہ خریدی گئی مقدار قیمت کا گھٹتا تفاعل ہے۔ اجارہ دار فرم کے لیے درج بالا دلیل خود معکوس سمت کو ظاہر کرتی ہے۔ بڑی مقدار میں فروخت کرنے کی اجارہ دار فرم کا فیصلہ کم قیمت پر ہی ممکن ہے۔ اس کے برعکس اگر اجارہ دار فرم کم مقدار میں فروخت کرنے کے لیے شے کو بازار میں لائے، تو اس کے لیے اونچی قیمت پر شے کو فروخت کرنا ممکن ہوگا لہٰذا اجارہ دار فرم کے لیے قیمت، فروخت کی گئی اشیا کی مقدار پر انحصار کرتی ہے۔ اسے اس طرح بھی ظاہر کیا جاتا ہے کہ قیمت فروخت کی گئی مقدار کا گھٹتا تفاعل ہے۔ لہٰذا اجارہ دار فرم کے لیے مانگ بازار خط تکمیل کی مختلف مقدار کے لیے دستیاب قیمت کو ظاہر کرتا ہے۔ اس بیان میں یہ خیال ظاہر ہوا ہے کہ اجارہ دار فرم کو مانگ بازار خط کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔

درج بالا تصور پر ایک دوسرے زاویے سے غور کیا جاسکتا ہے۔ چونکہ یہ مان لیا جاتا ہے کہ فرم کو خط مانگ بازار کی پوری معلومات ہے، اس لیے اجارہ دار فرم جس قیمت پر اپنی شے فروخت کرنا چاہتی ہے اور شے کی جتنی مقدار فروخت کرنا چاہتی ہے، دونوں کے بارے میں فیصلہ لے سکتی ہے۔ مثال کے لیے شکل 6.1 کی دوبارہ جانچ کرنے پر ہم دیکھتے ہیں کہ اجارہ دار فرم DD خط کی شکل سے واقف رہتی ہے اس لیے وہ p_0 قیمت پر شے کو فروخت کرے گی کیونکہ p_0 قیمت پر صارف q_0 کی مقدار خریدنے کی خواہش مند ہے۔ یہ خیال اس نعرے کو تقویت دیتا ہے کہ ''اجارہ دار فرم قیمت ساز ہوتی ہے''

مکمل مسابقتی بازار میں فرم کے برعکس ساخت زیادہ واضح ہونی چاہیے۔ اس صورت میں فرم بازار میں اتنی مقدار میں شے لائے گی جتنی لانے کی وہ خواہش مند ہوگی اور اسے اسی قیمت پر فروخت کرے گی۔ چونکہ اجارہ دار فرم کے لیے ایسا نہیں ہوتا، اس لیے شے کی فروخت کے ذریعہ حاصل رقم کی مقدار کا پھر جائزہ لینا ہوگا۔

© NCERT
not to be republished

ہم ایک شیڈول، ایک گراف اور ایک سیدھے خط طلب کی سہل مساوات کا استعمال کرکے اس کی مشق کریں، ایک مثال کے طور پر مانگ کے تفاعل کو درج ذیل مساوات کی شکل میں مان لیں۔

$$q = 20 - 2p$$

جہاں q فروخت کی گئی مقدار اور P روپے میں قیمت ہے۔اس مساوات کو p کی شکل میں اس طرح لکھا جاسکتا ہے:

$$p = 10 - 0.5q$$

0 تا 13 سے q کی مختلف اقدار کو بدل کرنے پر 10 سے 3.5 تک کی قیمت حاصل کرتے ہیں، انھیں جدول 6.1 کے کالم q اور p میں دکھایا گیا ہے۔ان اعداد کو شکل 6.2 میں ایک گراف میں ظاہر کیا گیا ہے جس میں قیمت عمودی محور پر اور مقدار افقی محور پر دکھائی گئی ہے۔ شے کی مختلف مقدار کے لیے دستیاب قیمتوں کو خط مستقیم D سے دکھایا گیا ہے۔

جدول 6.1 : قیمتیں اور محاصل

q	p	TR	AR	MR
0	10	0	–	–
1	9.5	9.5	9.5	9.5
2	9	18	9	8.5
3	8.5	25.5	8.5	7.5
4	8	32	8	6.5
5	7.5	37.5	7.5	5.5
6	7	42	7	4.5
7	6.5	45.5	6.5	3.5
8	6	48	6	2.5
9	5.5	49.5	5.5	1.5
10	5	50	5	0.5
11	4.5	49.5	4.5	-0.5
12	4	48	4	-1.5
13	3.5	45.5	3.5	-2.5

شے کی فروخت سے فرم کے ذریعہ حاصل کل محاصل (TR) پیداوار قیمت اور فروخت کی گئی مقدار کے حاصل کے بقدر ہوتا ہے۔اجارہ دار فرم کے معاملے میں کل محاصل خط مستقیم میں نہیں ہوتے۔اس کی شکل خط طلب کی شکل پر منحصر ہوتی ہے۔ریاضی کے اصول پر کل محاصل کی فروخت کی گئی مقدار کے تفاعل کے طور پر دکھایا جاتا ہے۔لہٰذا ہماری مثال میں:

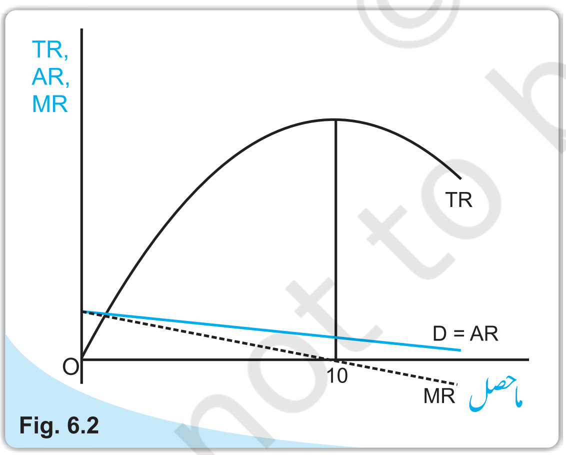


Fig. 6.2

کل اوسط اور حاشیائی برآمد محاصل خطوط کل محاصل، اوسط محاصل اور حاشیائی محاصل خطوط یہاں دکھائے گئے ہیں

$$\text{کل محاصل } (TR) = p \times q$$

$$= (10-0.5q) \times q$$

$$= 10q - 0.5q^2$$

یہ خط مستقیم کی مساوات نہیں ہے۔یہ ایک مربعی مساوات ہے جس میں مربع والی رسم میں ایک منفی سر ہوتا ہے۔اس طرح کے مساوات سے ایک معکوس عمودی مکافی (Parabola) کا اظہار ہوتا ہے۔

سوال:۔ جدول 6.1 میں $q=10$ پر MR صفر کے برابر کیوں نہیں ہے؟ یہ اس لیے کہ ہم MR کی پیائش مجرد طریقے سے کر رہے ہیں یعنی یونٹ 9 سے براہ راست یونٹ 10 پر آتے ہیں۔اگر آپ 10 کے قریب q کی قدر یعنی 9.5، 9.7 یا 9.9 کے لیے TR کی دوبارہ تحسیب کریں تو آپ 50 کے قریب پہنچ جائیں گے۔مثال کے طور پر جب $q=9.9$ ہوتا تو $TR=49.995$ ہوگا۔

© NCERT not to be republished

جدول 6.1 میں کل حاصل کالم p اور q کالموں کے حاصل کی نمائندگی کرتا ہے۔اس پر غور کیا جاسکتا ہے کہ جیسے جیسے مقدار میں اضافہ ہوتا ہے،کل حاصل میں بھی 50 روپیے تک اضافہ ہوتا ہے جب تک ماحصل 10 اکائی ہوجاتا ہے۔ برآمد کی اس سطح کے بعد کل محاصل میں کمی آنا شروع ہوجاتی ہے۔ایسا ہی شکل 6.2 میں دکھائی دیتا ہے۔

فرم کے ذریعہ شے کی فی اکائی فروخت سے حاصل آمدنی اوسط کو محاصل کہتے ہیں،ریاضیاتی طور پر AR=TR/q۔ جدول 6.1 میں اوسط محاصل کالم کل محاصل (TR) کی قدر فراہم کرتا ہے۔ یہ دیکھا جاسکتا ہے کہ اوسط محاصل قدر p کالم کی قدر جیسی رہتی ہے۔صرف یہی توقع کی جاتی ہے۔

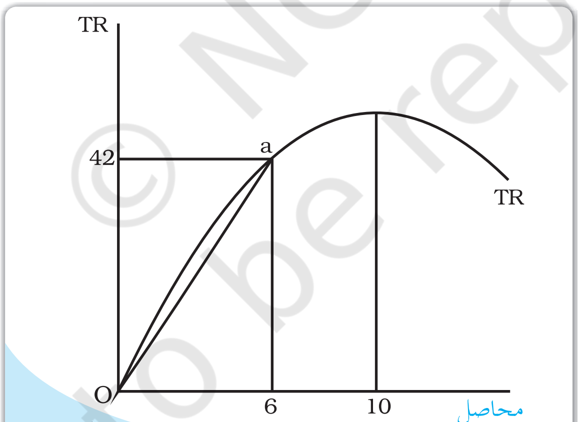
$$AR = \frac{TR}{q}$$

چونکہ $TR = p \times q$ ، اسے AR مساوات میں تحریر کرنے پر

$$AR = \frac{(p \times q)}{q} = p$$

جیسا کہ پہلے دیکھا گیا ہے، p کی قدر مانگ بازار خط کو ظاہر کرتی ہے جیسا کہ شکل 6.2 میں دکھایا گیا ہے۔لہٰذا اوسط محاصل کا خط مانگ بازار خط پر ہی بنے گا۔اس بیان سے ظاہر ہے کہ اجارہ دار فرم کے لیے مانگ بازار خط ہی اوسط محاصل خط ہوتا ہے۔

گراف کے طور پر فروخت کی گئی مقدار کی کسی بھی سطح کے لیے اوسط محاصل (AR) کی قدر کل محاصل قدر TR خط سے حاصل کیا جاسکتی ہے۔اسے شکل 6.3 میں دی گئی سادہ ساخت کے ذریعہ دکھایا گیا ہے۔جہاں، جب مقدار 6 دی گئی اکائیاں ہیں تب افقی محور پر قدر سے 6 سے ہوکر ایک عمودی خط گزرتا ہے۔یہ خط کل محاصل خط کو 'a' کے ذریعہ نشان زد 42 کے برابر کی اونچائی پر کاٹے گا۔ مبدا O اور نقطہ 'a' کو ملاتے ہوئے ایک سلسلے میں لائن کھینچیں،نقطہ آغاز سے کسی ایک نقطے تک اس کرن کے ڈھلواں سے کل محاصل پر اوسط محاصل کی قدر حاصل ہوتی ہے اس کرن کی ڈھلان 7 کے برابر ہے۔ لہٰذا اوسط محاصل کی قدر 7 ہے۔اس کی تصدیق جدول 6.1 سے بھی کی جاسکتی ہے۔



شکل 6.3

اوسط محاصل اور کل محاصل خط کے درمیان تعلق: برآمد کی کسی بھی سطح پر اوسط محاصل کو نقطہ آغاز اور زیر غور برآمد کے موافق کل محاصل خط پر ایك متعین نقطه کو جوڑنے والے خط کے ڈھلوان کے ذریعے دکھایا گیا ھے۔

6.1.2 کل،اوسط اور حاشیائی محاصل (Total, Average and Marginal Revenues)

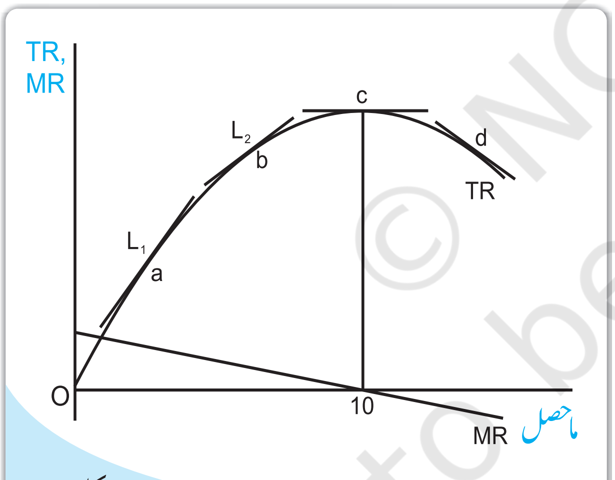
جدول 6.1 کو غور سے دیکھنے سے یہ ظاہر ہوتا ہے کہ مقدار میں ہر ایک اکائی اضافہ کے لیے کل محاصل TR میں اسی مقدار میں اضافہ

© NCERT not to be republished

نہیں ہوتا ہے۔ پہلی اکائی کی فروخت سے کل محاصل میں 0 روپیے سے تبدیلی ہوتی ہے، جب مقدار 0 اکائی سے بڑھ کر 1 اکائی ہوتی ہے تو کل محاصل میں 9.5 روپیے کی تبدیلی ہوتی ہے۔ یعنی 2.5 روپیے بڑھتا ہے۔ آگے جیسے جیسے مقدار میں اضافہ ہوتا جاتا ہے کل محاصل میں اضافہ کم ہوتا ہے۔ مثال کے طور پر شے کی پانچویں اکائی کے لیے کل محاصل میں 5.5 روپیے (5 ویں اکائی کے لیے 37.5 روپیے 4 اکائی کا 32 روپیے گھٹانے پر) کا اضافہ ہوتا ہے۔ جیسا کہ پہلے ذکر کیا گیا ہے کہ پیداوار کی 10 اکائی مابعد کل محاصل میں کمی ہونے لگتی ہے۔ اس سے ظاہر ہے کہ 10 اکائیوں سے زیادہ مقدار کی فروخت سے کل محاصل کی سطح 50 روپیے سے کم ہوگی اس طرح 12 ویں اکائی سے کل محاصل میں اضافہ 48-49.50=-1.50 روپیے یعنی 1.50 روپیے کی کمی درج ہوتی ہے۔

ایک اضافی اکائی کی فروخت سے کل محاصل میں تبدیلی کو حاشیائی محاصل یا آمدنی کہتے ہیں۔ جدول 6.1 میں اسے آخری کالم میں دکھایا گیا ہے۔ ایک کے بعد حاشیائی محاصل کالم کی ہر قطار کی قدر اس قدر کی کل محاصل قدر سے پچھلی قطار کی محاصل قدر گھٹانے پر حاصل قدر کے مساوی ہوتی ہے۔ پچھلے پیراگراف میں یہ دکھایا گیا تھا کہ جیسے جیسے فروخت کی مقدار میں اضافہ ہوتا ہے کل محاصل (آمدنی) میں بھی دھیرے دھیرے اضافہ ہوتا جاتا ہے اور 10 ویں اکائی کے بعد اس میں کمی آنی شروع ہوتی ہے۔ اس کا مشاہدہ حاشیائی محاصل کی قدر کے ذریعہ بھی کیا جاسکتا ہے جو کہ مقدار q میں اضافہ ہونے پر گھٹتی ہے۔ شکل 6.2 میں حاشیائی محاصل کو نقطے دار خط کے ذریعہ دکھایا گیا ہے۔

گرافی طور پر خط حاشیائی محاصل قدر کو کل محاصل خط کی ڈھلوان (slope) کے ذریعہ دکھایا گیا ہے۔ کسی ہموار خط کے ڈھلان کی تعریف اس نقطے پر خط کے مماس کی ڈھلان کے طور پر کی جاتی ہے۔ اس کا اظہار شکل 6.4 میں کیا گیا ہے۔ کل محاصل (TR) خط پر نقطہ پر حاشیائی محاصل قدر کو خط L_1 اور نقطہ 'b' پر خط L_2 کی ڈھلان مثبت ہے لیکن خط L_2 خط L_1 سے زیادہ سپاٹ ہے یعنی اس کی ڈھلان کم ہے۔ جب شے کی 10 اکائیوں کی فروخت کی جاتی ہے تو کل محاصل کا مماس افقی ہوتا ہے۔ یعنی اس کی ڈھلان صفر ہوتی ہے۔ ایک ہی مقدار کے لیے حاشیائی محاصل کی قدر صفر ہوتی ہے۔ کل خط محاصل پر نقطہ 'α' پر مماس کی ڈھلان منفی ہوتا ہے، حاشیائی محاصل قدر منفی ہوتی ہے ہم یہ نتیجہ اخذ کر سکتے ہیں کہ جب کل محاصل میں اضافہ ہوتا ہے تو حاشیائی محاصل مثبت ہوتا ہے اور جب کل محاصل میں کمی پیدا ہوتی ہے تو حاشیائی محاصل منفی ہوتی ہے اوسط محاصل اور حاشیائی محاصل خطوط میں دوسرا رشتہ بھی دیکھا جاسکتا ہے۔



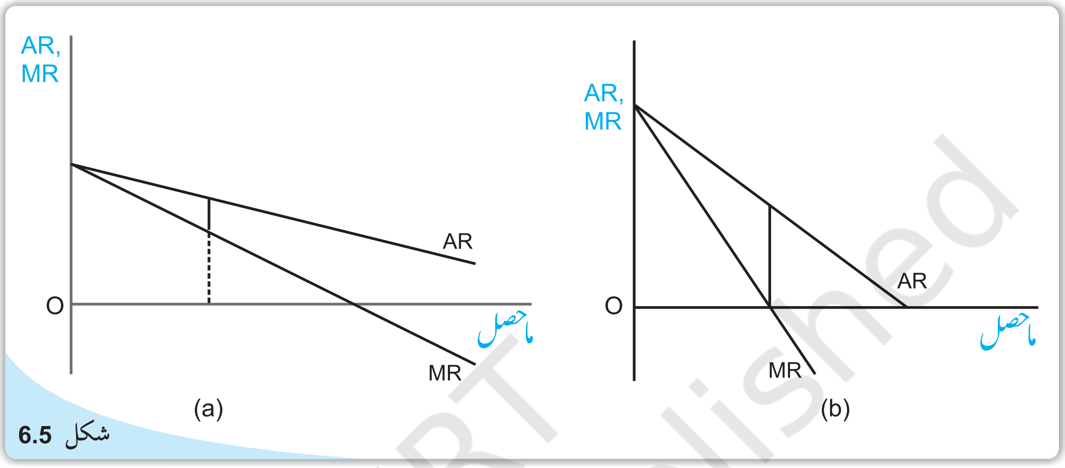
شکل **6.4**

حاشیائی محاصل اور کل محاصل خطوط کے درمیان رشتہ: برآمد کی کسی بھی سطح پر حاشیائی محاصل کو برآمد کی اس سطح پر کل محاصل خط کی ڈھلان کے ذریعہ دکھایا گیا ہے۔

شکل 6.2 میں ظاہر ہے کہ حاشیائی محاصل خط اوسط محاصل خط کے نیچے رہتا ہے جدول 6.1 میں بھی اسے دیکھا جاسکتا ہے

© NCERT not to be republished

جہاں برآمد کی کسی بھی سطح پر حاشیائی محاصل قدر اوسط محاصل کی موافق قدر سے کم ہے۔ ہم یہ نتیجہ نکال سکتے ہیں کہ اگر اوسط محاصل خط (یعنی خط طلب) بہت زیادہ ڈھلواں ہوتا ہے تو حاشیائی خط محاصل اوسط محاصل خط سے زیادہ نیچے رہتا ہے۔ دوسری طرف، اگر اوسط محاصل خط کی ڈھلان کم ہوتی ہے تو اوسط محاصل خط اور حاشیائی محاصل کے خط کے درمیان عمودی دوری کم ہوتی ہے۔ شکل 6.5 (a) میں اوسط محاصل خط زیادہ سپاٹ ہے جبکہ 6.5 (b) میں اوسط محاصل خط کا ڈھلان زیادہ ہے۔ شے کی یکساں اکائیوں کے لیے اوسط محاصل اور حاشیائی محاصل کے درمیان فرق پینل (a) میں پینل (b) کی نسبت کم ہے۔



شکل 6.5

اوسط محاصل اور حاشیائی محاصل خطوط کے درمیان رشتہ: اگر اوسط محاصل خط کی ڈھلان زیادہ ہو تو حاشیائی محاصل خط اوسط محاصل خط سے بہت نیچے ہوتا ہے۔

6.1.3 حاشیائی محاصل اور مانگ کی قیمت لچک (Marginal Revenue and Price Elasticity of Demand)

حاشیائی محاصل کی قدر کا تعلق مانگ کی قیمت لچک کے ساتھ بھی ہوتا ہے۔ یہاں تفصیلی تعلق نہیں اخذ کیا گیا ہے۔ ایک ہی پہلو پر توجہ دینا کافی ہے: جب حاشیائی محاصل کی قدر مثبت ہوتی ہے تو مانگ کی قیمت لچک یا لچک سے زیادہ ہوتی ہے اور جب حاشیائی محاصل کی قدر منفی ہوتی ہے تو اکائی سے کم ہوجاتی ہے۔ اسے جدول 6.2 میں دیکھا جاسکتا ہے جس میں وہی اعداد و شمار دکھائے گئے ہیں جو جدول 6.1 میں ہے۔ جیسے جیسے شے کی مقدار میں اضافہ ہوتا ہے، حاشیائی محاصل کی قدر گھٹتی ہے اور مانگ کی قیمت لچک کی قدر بھی بہت کم ہوجاتی ہے۔ یاد کیجیے کہ خط طلب کی لچک اس نقطے پر ہوتی ہے جہاں قیمت لچک اکائی سے زیادہ ہوتی ہے، یہ اس نقطے پر ہوتی ہے جہاں قیمت لچک اکائی سے زیادہ ہوتی ہے، یہ اس نقطے پر بے لچک ہوتی ہے جہاں قیمت لچک اکائی سے کم ہوتی ہے اور جب قیمت لچک 1 کے برابر ہوتی ہے تو خط طلب اکائی لچک میں ہوتی ہے۔ جدول 6.2 میں دکھایا گیا ہے کہ جب مقدار 10 اکائیوں سے کم ہے تب حاشیائی محاصل مثبت ہوتا ہے اور خط طلب لچک دار ہے اور جب مقدار 10 اکائیوں سے زیادہ ہے تب مانگ بے لچک ہے۔ مقدار کی 10 اکائی کی سطح پر خط طلب لچک دار ہے۔

6.1.4 اجارہ دار فرم کا قلیل مدتی توازن (Short Run Equilibrium of the Monopoly Firm)

مکمل مسابقہ کی حالت میں ہم اجارہ دار فرم کو زیادہ سے زیادہ منافع کمانے والی فرم کی شکل میں دیکھتے ہیں۔ اس سیکشن میں ہم زیادہ

© NCERT not to be republished

سے زیادہ منافع کمانے کے اس برتاؤ کا تجزیہ اجارہ دار فرم کے ذریعہ پیداوار کی مقدار اور قیمت کو جس پر اس کی فروخت کی جاتی ہے، متعین کرنے کے لیے کرتے ہیں۔ ہم مان لیں گے کہ ایک فرم تیار شے کی مقدار کے ذخیرہ کو قائم نہیں رکھتی ہے اور کل تیار مقدار کو فروخت کے لیے پیش کرتی ہے۔

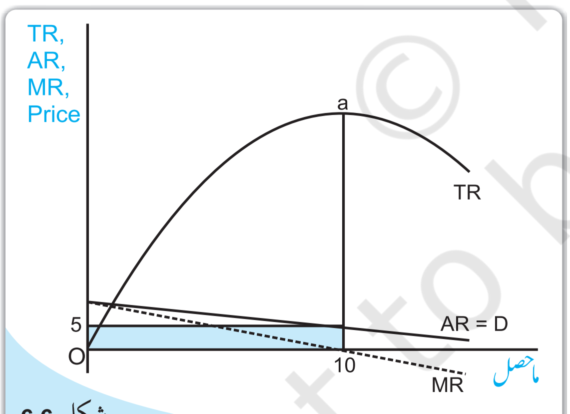
جدول 6.2 حاشیائی آمدنی اور قیمت لوچ

q	p	MR حاشیائی آمدنی	لوچ
0	10	-	-
1	9.5	9.5	19
2	9	8.5	9
3	8.5	7.5	5.67
4	8	6.5	4
5	7.5	5.5	3
6	7	4.5	2.33
7	6.5	3.5	1.86
8	6	2.5	1.5
9	5.5	1.5	1.22
10	5	0.5	1
11	4.5	-0.5	0.82
12	4	-1.5	0.67
13	3.5	-2.5	0.54

صفر لاگت کی عام صورت (The Simple Case of Zero Cost)

مان لیجیے کہ کوئی گاؤں دیگر گاؤں سے کافی فاصلے پر واقع ہے۔ اس گاؤں میں ایک ہی کنواں ہے جس میں پانی دستیاب رہتا ہے۔ سبھی باشندے پانی کی ضرورت کے لیے پوری طرح اسی کنویں کے پانی پر منحصر ہیں کیونکہ وہ کنویں میں سے پانی نکالنے کے لیے لوگوں کو روکنے میں کامیاب ہے لوگوں کے پاس پانی خریدنے کے علاوہ کوئی چارہ نہیں ہے۔ اس کنویں سے پانی خریدنے والے خود ہی پانی نکالتے ہیں۔ کنویں کا مالک اس طرح ایک اجارہ دار فرم ہے جسے شے پیدا کرنے میں صفر لاگت آتی ہے۔ ہم اس اجارہ داری کی صورت کا تجزیہ فروخت جہاں لاگت صفر ہے، اس پانی کی مقدار اور اس کی قیمت جس پر فروخت کیا جاتا ہے، کا تعین کرنے کے لیے کریں گے۔

شکل 6.6 میں 6.2 کی طرح ہی کل محاصل، اوسط محاصل اور حاشیائی محاصل خطوط کو دکھایا گیا ہے۔ فرم کے ذریعہ حاصل کیا گیا منافع فرم کی آمدنی سے واقع ہونے والی لاگت کو گھٹانے پر ملے محاصل کے برابر ہوتا ہے یعنی منافع = کل محاصل (TR) – کل لاگت (TC) چونکہ اس صورت میں TC صفر ہے تب منافع افقی محور تک کے عمودی خط حصے کی لمبائی کے ذریعہ دی گئی ہے۔



شکل 6.6

صفر لاگت کے ساتھ اجارہ داری کا قلیل مدتی توازن: برآمد کی جس سطح کے لیے کل محاصل زیادہ سے زیادہ ہوتا ھے۔ اس سطح پر اجارہ داری کا منافع زیادہ سے زیادہ ہوتا ھے۔

جس قیمت پر یہ ماحصل فروخت ہوگا صارف مجموعی طور پر اسی قیمت کی ادائیگی کرنے کا خواہش مند ہوگا۔ اسے مانگ بازار خط D کے ذریعہ دیا گیا ہے۔ 10 اکائی کی برآمد سطح پر اس کی قیمت 5 روپے ہے۔ چونکہ اجارہ دار فرم کے مانگ بازار خط ہی حاشیائی محاصل خط ہے اس لیے فرم کے ذریعہ حاصل اوسط محاصل اور فروخت کی مقدار کے حاصل ضرب یعنی 5 روپے × 10 اکائیاں = 50 روپے کے ذریعہ دیا گیا ہے یہ گہرے رنگ کے مستطیل کے ذریعہ دکھایا گیا ہے۔

© NCERT not to be republished

مکمل مسابقت کے ساتھ موازنہ (Comparison with Perfect Competition)

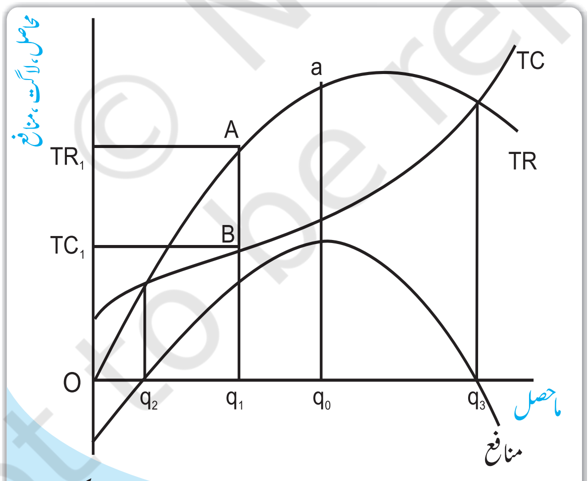
درج بالا نتیجے کا موازنہ ہم اس نتیجے سے کریں گے جو مکمل مسابقتی بازار کی ساخت سے حاصل ہوگا۔ مان لیجیے کہ اس طرح کے بے شمار کنویں ہیں۔ اگر ایک کنویں کا مالک 50 روپیے منافع حاصل کرنے کے لیے پانی ہر ایک اکائی کے لیے 5 روپیے فی اکائی قیمت لگاتا ہے۔ ایک دوسرے کنویں کا مالک یہ سوچتا ہے کہ صارف کم شرح پر پانی کو خریدنا چاہتے ہیں، لہٰذا وہ 5 روپیے سے کم یعنی 4 روپیے فی اکائی پانی کی قیمت مقرر کرتا ہے۔ اب صارف دوسرے پانی بیچنے والے سے پانی خریدنے کا فیصلہ کریں گے اور 12 اکائی مقدار کی پانی کی مانگ کریں گے جس سے 48 روپیے کل محاصل کی تخلیق ہوگی۔ اس طرح ایک اور پانی فروخت کرنے والا محاصل کے لیے اور زیادہ کم قیمت یعنی 3 روپیے پر پانی فروخت کرنا چاہتا ہے اور پانی کی 14 اکائیوں سے 42 روپیے آمدنی حاصل کرتا ہے چونکہ فرموں کی تعداد بے شمار ہے، اس لیے قیمت لامحدود طور پر نیچے گرے گی اور تب تک گرے گی جب تک کہ صفر نہ ہو جائے، اس برآمد پر یعنی 20 اکائی پانی کو فروخت کیا جائے گا اور منافع صفر ہو جائے گا۔

موازنہ کے ذریعہ ہم دیکھ سکتے ہیں کہ مکمل مسابقتی توازن کے نتیجے میں کم قیمت پر زیادہ مقدار کی فروخت ہوتی ہے۔ اب ہم پیداوار کی مثبت لاگت والی عام صورت پر غور کرتے ہیں۔

مثبت لاگت کا تعارف (Introducing Positive Costs)

کل خطوط کے استعمال کے ذریعہ تجزیہ
(Analysing Using Total Curves)

باب 3 میں ہم نے لاگت کے تصور کل لاگت خط کی شکل پر غور کیا ہے جسے شکل 6.7 میں کل لاگت (TC) کے ذریعہ دکھایا گیا ہے۔ اس ڈائیگرام میں کل محاصل (TR) خط کو بھی دکھایا گیا ہے۔ کل محاصل سے کل لاگت کو گھٹانے پر جو باقی بچتا ہے فرم کا منافع ہے۔ شکل میں ہم دیکھ سکتے ہیں کہ جب مقدار q_1 کی پیداوار ہوتی ہے تو کل محاصل TR_1 اور کل لاگت TC_1 ہے۔ لہٰذا $TR_1–TC_1$ کا فرق حاصل کیا گیا منافع ہے۔ اسے جزو خط AB کی لمبائی یعنی برآمد سطح q_1 پر کل محاصل اور کل لاگت خطوط کے درمیان کی عمودی دوری سے دکھایا گیا ہے۔ ظاہر ہے کہ یہ عمودی فاصلہ برآمد کی مختلف سطحوں کے لیے بدلتا رہتا ہے۔ جب برآمد سطح q_2 سے کم ہو تو کل لاگت خط کل محاصل سے اوپر واقع



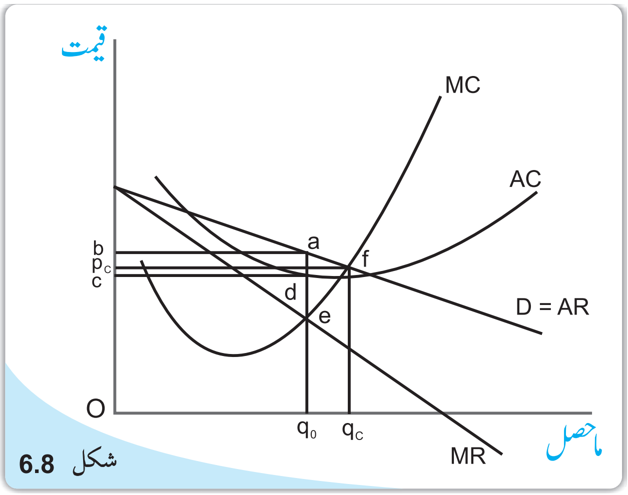
شکل 6.7

کل لاگت کی اصطلاح میں اجارہ دار کا توازن: اجارہ دار کا فائدہ برآمد کی اس سطح پر زیادہ سے زیادہ ہوتا ہے جس پر کل محاصل اور کل لاگت کے درمیان عمودی فاصل زیادہ سے زیادہ ہوتا ہے اور کل ماصل خط کل لاگت کے اوپر واقع ہوتا ہے۔

© NCERT not to be republished

ہوگا۔یعنی کل لاگت کل محاصل سے زیادہ ہوگی۔لہٰذا منافع منفی ہوتا ہے اور فرم کو نقصان ہوتا ہے۔

یہی صورت q_3 سے زیادہ برآمد سطح کے لیے بھی موجود رہتی ہے۔لہٰذا فرم کل محاصل خط اور کل لاگت کے درمیان عمودی پیداوار سطحوں q_2 اور q_3 ہی مثبت منافع کما سکتی ہے۔اجارہ دار فرم پیداوار کی اس سطح کو چنتی ہے جس سے اس کا منافع بیش ترین ہوتا ہے۔



شکل 6.8

اوسط اور حاشیائی خط کی جزونسبت میں اجارہ داری کا توازن: اجارہ دار کا منافع برابر زیادہ ہوتا ہے جس کے لیے حاشیائی محاصل *(MR)* = حاشیائی لاگت *(MR)* اور حاشیائی لاگت میں اضافہ ہورہا ہے۔

پیداوار میں وہ سطح ہوگی جس کے لیے کل محاصل *TR* اور کل لاگت *TC* کے درمیان فاصلہ زیادہ سے زیادہ ہوگا اور کل محاصل خط کل لاگت خط کے اوپر واقع ہوگا، یعنی کل محاصل۔کل لاگت زیادہ سے زیادہ ہے۔ اب برآمد q_0 کی سطح پر ہوتا ہے۔اگر کل محاصل۔کل لاگت کے فرق شمار کیا جائے اور ایک گراف کی شکل میں اسے دکھایا جائے تو یہ شکل 6.7 میں درج منافع جیسا ہوگا۔یہ دیکھا جاسکتا ہے کہ پیداوار سطح q_0 پر خط پر اس کی منافع کی قدر زیادہ سے زیادہ ہوگی۔

جس قیمت پر اس اجارہ دار ماحصل کو فروخت کیا جاتا ہے صارف اشیا کی اس q_0 مقدار کے لیے اس قیمت کو ادا کرنے کے خواہش مند ہوتے ہیں۔لہٰذا اجارہ دار فرم خط طلب پر متعلقہ سطح مقدار q_0 پر قیمت تعین کرے گی۔

اوسط اور حاشیائی خطوط کے استعمال کے ذریعہ *(Using Average and Marginal Curves)*

درج بالا تجزیے کو اوسط اور حاشیائی محاصل اور اوسط اور حاشیائی لاگت کے استعمال کے ذریعہ انجام دیا جاسکتا ہے۔اگرچہ یہ طریقہ تھوڑا پیچیدہ ہے لیکن اس سے عمل کو زیادہ واضح طور پر پیش کیا جاسکتا ہے۔

شکل 6.8 میں اوسط لاگت *(AC)* اور اوسط متغیرہ لاگت *(AVC)* اور حاشیائی لاگت خطوط کو مانگ (اوسط محاصل) خط اور حاشیائی محاصل خط کے ساتھ دکھایا گیا ہے۔

یہ دیکھا جاسکتا ہے کہ q_0 کے نیچے برآمد سطح پر حاشیائی محاصل *(MR)* سطح حاشیائی لاگت *(MC)* سطح سے اونچی ہے۔اس کا مطلب ہے کہ شے کی ایک اضافہ اکائی کے فروخت سے حاصل کل محاصل میں اضافہ اس اضافی اکائی کی پیداوار لاگت میں اضافے سے زیادہ ہوتا ہے۔اس سے مراد ہے کہ ماحصل *(output)* کی اضافی اکائی سے اضافی منافع کی تخلیق ہوگی۔چونکہ منافع میں تبدیلی = کل محاصل *(TR)* میں تبدیلی۔ کل لاگت *(TC)* میں تبدیلی۔لہٰذا اگر فرم q_0 سے کم سطح پر برآمد کا پیداوار کر رہی ہے تو وہ اپنے

© NCERT not to be republished

برآمد میں اضافہ لانا چاہے گی کیونکہ اس سے اس کے منافع میں اضافہ ہوگا۔ جب تک حاشیائی محاصل (MR) خط، حاشیائی لاگت (MC) خط کے اوپر واقع ہے، تب تک درج بالا دلیل کا اطلاق ہوگا۔ لہٰذا فرم اپنے برآمد میں اضافہ کرے گا۔ اس عمل میں تب رکاوٹ آئے گی جب برآمد کی سطح q_0 پر پہنچے گی، کیونکہ اس سطح پر حاشیائی محاصل اور حاشیائی لاگت یکساں ہوں گی اور برآمد میں اضافے سے فائدے میں کسی طرح کا اضافہ نہیں ہوگا۔

جب کہ دوسری طرف اگر فرم q_0 سے زیادہ مقدار میں برآمد کی پیداوار کرتی ہے تو حاشیائی لاگت حاشیائی محاصل سے زیادہ ہوتی ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ برآمد کی ایک اکائی کم کرنے سے کل لاگت میں جو کمی ہوتی ہے، وہ اس کمی کے سبب کل محاصل میں ہوئے نقصان سے زیادہ ہوتا ہے۔ لہٰذا فرم کے لیے یہ مناسب ہے کہ وہ برآمد میں کمی لائے۔ یہ دلیل تب تک مناسب ہوگی جب تک حاشیائی لاگت خط حاشیائی محاصل خط کے اوپر واقع ہوگا اور فرم اپنے برآمد میں کمی کو جاری رکھے گا۔ ایک بار برآمد سطح کے q_0 پر پہنچنے پر حاشیائی لاگت اور حاشیائی لاگت یکساں ہوگی اور برآمد میں اضافے سے منافع میں کسی طرح کا اضافہ نہیں ہوگا۔

دوسری طرف اگر فرم q_0 سے زیادہ مقدار میں ماحصل کی پیداوار کرتی ہے تو حاشیائی لاگت محاصل (Revenue) سے زیادہ ہوتی ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ ماحصل (Output) کی ایک اکائی کم کرنے سے کل لاگت میں جو کمی ہوتی ہے، وہ اس کمی کے سبب کل محاصل میں ہوئے نقصان سے زیادہ ہوتی ہے۔ لہٰذا فرم کے لیے یہ مناسب ہے کہ وہ برآمد یا پیداوار میں کمی لائے۔ یہ دلیل تب تک مناسب رہے گی جب تک حاشیائی لاگت خط، حاشیائی محاصل خط کے اوپر واقع ہوگا اور فرم اپنے ماحصل میں کمی کو جاری رکھے گی۔ ایک بار ماحصل سطح کے q_0 پر پہنچنے پر حاشیائی لاگت اور حاشیائی محاصل کی قدر مساوی ہو جائے گی اور فرم اپنے ماحصل میں کمی کو روک دے گی۔

چونکہ فرم لازمی طور پر q_0 ماحصل سطح پر پہنچتی ہے، اس لیے اس سطح کو ماحصل کی توازنی سطح کہا جاتا ہے کیونکہ یہ توازن سطح اس نقطے کے مطابق ہوتی ہے۔ جہاں حاشیائی محاصل، حاشیائی لاگت کے برابر ہوتی ہے۔ اس مساوات کو اجارہ دار فرم کے ذریعہ پیش کیے گئے برآمد کے لیے توازن کی شرط کہا جاتا ہے۔

q_0 ماحصل (Output) کے سطح توازن پر اوسط لاگت نقطہ 'd' کے ذریعہ دی گئی ہے جہاں عمودی خط q_0 سے اوسط لاگت خط کو کاٹتا ہے۔ لہٰذا اوسط لاگت کو dq_0 کی اونچائی پر دکھایا گیا ہے۔ چونکہ کل لاگت، اوسط لاگت اور پیداوار کی مقدار q_0 کے حاصل ضرب کے برابر ہوتا ہے اس لیے اسے مستطیل Oq_0dc کے ذریعہ دکھایا گیا ہے

جیسا کہ پہلے دکھایا گیا ہے کہ ایک بار تیار ماحصل (Output) کی مقدار کا تعین ہونے پر جس قیمت پر ماحصل کی فروخت ہوتی ہے، وہ اس مقدار سے متعین ہوتی ہے جس کی صارف ادائیگی کرنا چاہتا ہے۔ اسے بازار مانگ خط کے ذریعہ ظاہر کیا گیا ہے۔ لہٰذا قیمت نقطہ 'a' سے دکھائی گئی ہے، جہاں q_0 سے ہوکر عمودی خط مانگ بازار خط D سے ملتی ہے۔ اس سے aq_0 کی اونچائی کے ذریعہ دکھائی گئی قیمت حاصل ہوتی ہے۔ چونکہ فرم کے ذریعہ حاصل قیمت ماحصل کی فی اکائی محاصل ہوتی ہے۔ لہٰذا یہ فرم کے لیے اوسط محاصل ہے۔ کل محاصل اوسط محاصل اور ماحصل q_0 کی سطح کا حاصل ضرب ہوتا ہے اس لیے اسے مستطیل Oq_0ab کے رقبے کی شکل میں دکھایا گیا ہے۔

© NCERT
not to be republished

اس ڈائیگرام سے ظاہر ہے کہ مستطیل Oq_0ab کا رقبہ مستطیل کے Oq_0dc رقبے سے بڑا ہے یعنی کل محاصل کل لاگت سے زیادہ ہے۔ مستطیل cdab کا رقبہ ان کے درمیان فرق ہے۔ لہٰذا منافع = کل محاصل - کل لاگت کو cdab کے رقبے سے ظاہر کیا جا سکتا ہے۔

دوبارہ مکمل مسابقت کے ساتھ موازنہ (Comparison with Perfect Competition again)

ہم اجارہ دار فرم کی توازنی مقدار اور قیمت کا موازنہ مکمل مسابقتی فرم کی توازنی مقدار اور قیمت سے کریں گے۔ یاد رہے کہ مکمل مسابقتی فرم قیمت کی اختیار کنندہ ہوتی ہے۔ اگر بازار کی قیمت دی ہوئی ہو تو مکمل مسابقتی بازار ساخت میں فرم یہ یقین کرتی ہے کہ وہ ماحصل (Output) کی زیادہ یا کم پیداوار کر کے قیمت کو نہیں بدل سکتی ہے۔

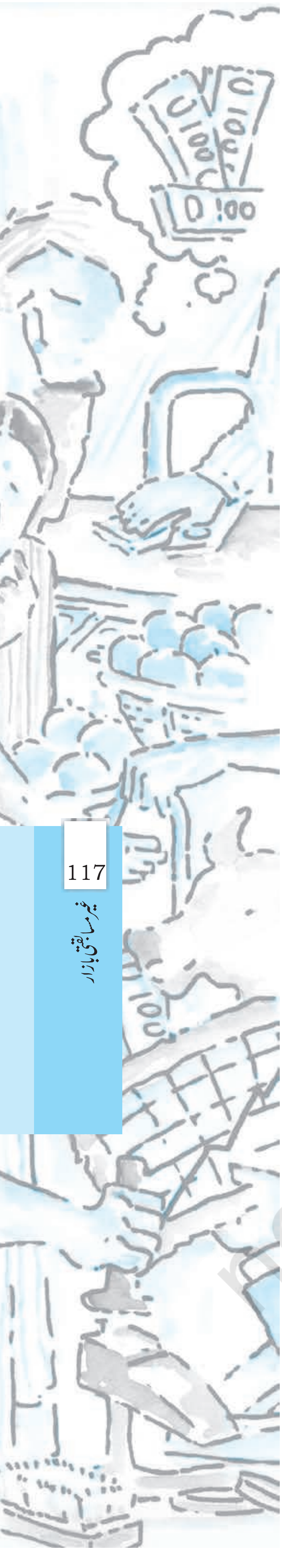
مان لیجیے کہ اوپر ہم نے جس فرم کے بارے میں غور کیا ہے، وہ مانتی ہے کہ وہ مکمل مسابقتی فرم ہے۔ دی گئی برآمد سطح q_0 اور شے کی قیمت $aq_0=Ob$ پر وہ قیمت کے Ob پر قائم رہنے کی توقع کرے گا اور اس طرح وہ ماحصل (Output) کی ہر ایک اضافی اکائی کو اسی قیمت پر فروخت کرنا چاہے گی۔ چونکہ ایک اضافی اکائی کی پیداوار جو کہ حاشیائی لاگت بھی ہے، eq_0 کے ذریعہ ظاہر ہے، جو کہ aq_0 سے کم ہے فرم پھر یہ یقین کرتی ہے کہ زیادہ مقدار میں ماحصل کی پیداوار کرنے سے اس کے فائدے میں اضافہ ہوگا۔ یہ تب تک چلتا رہے گا جب تک قیمت حاشیائی لاگت سے زیادہ مقدار میں ماحصل کی پیداوار کرنے سے اس کے فائدے میں اضافہ ہوگا۔ یہ تب تک چلتا رہے جب تک قیمت حاشیائی لاگت سے زیادہ رہے گی۔ شکل 6.8 میں نقطہ f پر جہاں پر حاشیائی لاگت (MC) خط، خط طلب کو کاٹتا ہے، فرم کے ذریعہ حاصل قیمت حاشیائی لاگت کے برابر ہو جاتی ہے۔ لہٰذا اب یہ مکمل مسابقتی فرم کے ذریعہ نہیں مانا جاتا ہے کہ ماحصل میں اضافے کے لیے یہ صورت حال مفید رہے گی۔ اس کا سبب یہ ہے کہ قیمت = حاشیائی لاگت کو مکمل مسابقتی فرم کے لیے توازن کے شرط کے طور پر مانا جاتا ہے۔

ڈائیگرام سے ظاہر ہوتا ہے کہ ماحصل (Output) کی اس سطح پر پیدا کی گئی مقدار q_0, q_c سے زیادہ ہے۔ صارف کے ذریعہ ادا کی گئی قیمت میں q_c پر کم تر ہوگی۔ اس سے نتیجہ نکلتا ہے کہ مکمل مسابقتی بازار اجارہ دار فرم کے مقابل شے کی زیادہ سے زیادہ مقدار اور فروخت فراہم کرتا ہے مکمل مسابقت میں شے کی قیمت اجارہ دار کے مقابلے کم ترین ہوتی ہے اور اس میں فرم کے ذریعہ حاصل منافع بھی اجارہ دار کے مقابلے بہت کم ہوتا ہے۔

طویل مدت میں (In the Long Run)

باب 5 میں، ہم نے دیکھا کہ آزادانہ داخلے اور اخراج کے ساتھ مکمل مسابقتی فرم صفر فوائد حاصل کرتی ہے۔ اس کی وجہ یہ تھی کہ اگر فرم کے ذریعہ کمایا گیا منافع مثبت ہے تو بازار میں زیادہ فرمیں داخل ہوں گی اور ماحصل (Output) میں اضافہ ہوگا جس سے قیمت گھٹ جائے گی اور اس سے موجودہ فرم کی کمائیوں میں کمی ہونے لگے گی۔ اسی طرح اگر فرم نقصان کی حالت میں ہو کچھ فرمیں پیداوار بند کر دیں گی اور ماحصل (Output) میں کمی پیدا ہوگی۔ جس سے قیمت میں اضافہ ہوگا اور موجودہ فرموں کی کمائی میں اضافہ ہوگا۔ اجارہ دار فرم کے لیے ایسی صورت حال نہیں پیدا ہوتی ہے۔ چونکہ دیگر فرموں کے بازار میں داخلے پر پابندی رہتی ہے اس لیے اجارہ دار فرم کی کمائی طویل مدت تک بنی رہتی ہے۔

© NCERT not to be republished



کچھ تنقیدی خیالات (Some Critical Views)

درج بالا پیش کیے گئے نتائج سے شے بازار میں اجارہ داری اثر کی انتہائی منفی تصویر ظاہر ہوتی ہے۔اجارہ دارفرم کا فائدہ پوری طرح صارفین پرمنحصر ہوتا ہے۔اجارہ دارفرم طویل مدت میں زیادہ منافع اور مثبت فائدہ حاصل کرتی ہے۔دوسری طرف، صارفین کو ماحصل (Output) کی نہایت قلیل مقدار حاصل ہوتی ہےاورصارف کو ہرایک اکائی کے لیے زیادہ قیمت ادا کرنی پڑتی ہے۔

تاہم اجارہ داری کے بارے میں ماہرین معاشیات نے مختلف خیالات ظاہر کیے ہیں۔اولاً یہ دلیل دی جاتی ہے کہ اوپر جس طرح کی اجارہ داری کی تشریح کی گئی ہے، وہ عملاً نہیں پائی جاتی ہے کیونکہ ہر شے کا کوئی نہ کوئی بدل ہوتا ہے۔ایسا اس لیے ہوتا ہے کہ چونکہ حتمی تجزیے میں شے سے پیدا کرنے والی سبھی فرموں کی مسابقت آمدنی حاصل کرنے کے معاملے میں صارفین پر ہی منحصر ہوتی ہے۔

دوسری دلیل یہ ہے کہ خالص اجارہ داری کی حالت میں بھی فرموں کے درمیان مسابقت ہوتی ہے۔اس کی وجہ یہ ہے کہ معیشت کبھی ساکت نہیں ہوتی۔اس میں اجارہ دارفرم ہمیشہ مسابقت کی حالت میں ہوتی ہے بلکہ قلیل مدت میں بھی مسابقت کا اندیشہ بنا رہتا ہےاوراجارہ دارفرم اس طرح سے برتاؤ نہیں کر پاتی جیسا کہ اوپر بیان کیا گیا ہے۔

ایک اور خیال کے مطابق اجارہ داری کا وجود سماج کے لیے فائدہ مند ہوگا چونکہ اجارہ دارفرم زیادہ منافع کماتی ہے اس لیے اس کے پاس تحقیق وترقی کے لیے کافی فنڈ ہوتا ہے۔لیکن مکمل مسابقتی فرم اس کام کو پورا کرنے میں ناکام ہوتی ہے۔اسی طرح تحقیقی عمل کے ذریعہ اجارہ دارفرم اچھے معیار وخوبیوں والی اشیا کی پیداوار کرتی ہے۔اجارہ دارفرم نہایت جدید ٹکنالوجی کے استعمال سے اپنی حاشیائی لاگت کو اتنا کم لیتی ہے جہاں حاشیائی لاگت (MC) پہ حاشیائی محاصل MR مکمل مسابقت کی حالت میں بھی اس سے زیادہ ہوسکتا ہے۔

6.2 دیگر غیر مکمل مسابقتی بازار (OTHER NON-PERFECTLY COMPETITIVE MARKETS)

6.2.1 اجارہ دارانہ مسابقت (Monopolistic Competition)

اب ہم ایک ایسی بازار ساخت پر غور کریں جس میں فرموں کی تعداد کافی زیادہ ہوتی ہےاورفرموں کا آزادانہ داخلہ اوراخراج ہوتا ہے، لیکن ان کے ذریعہ تیار اشیا یکساں نہیں ہوتی ہیں۔ایسی بازار ساخت کو اجارہ دارانہ مسابقت کہا جاتا ہے۔

اس طرح کی ساخت عام طور پر دیکھنے کو ملتی ہے۔بسکٹ کی پیداوار کرنے والی متعدد فرمیں اس کی مثال ہیں۔لیکن کئی بسکٹ کچھ برانڈ سے جڑے ہوئے نام اور اس برانڈ نام اور پیکنگ کے سبب یہ ایک دوسرے سے مختلف ہیں۔ان کے ذائقے میں بھی تھوڑا فرق ہوتا ہے۔دھیرے دھیرے صارف کو ایک خاص برانڈ والے بسکٹ کھانے کی عادت پڑ جاتی ہے۔یا کسی وجہ سے وہ اس سے وابستہ ہوجاتے ہیں۔لہٰذا وہ اس خاص برانڈ کے بسکٹ کو دوسرے بسکٹ سے بدل کرنے کے خواہش مند نہیں ہوتے، لیکن اگر قیمت میں فرق زیادہ ہوتو صارف دوسرے برانڈ والے بسکٹ کا انتخاب کرنا چاہیں گے۔صارف کے لیے استعمال کی گئی برانڈ کو بدلنے کے لیے مطلوبہ قیمت میں فرق مختلف ہوسکتا ہے۔لہٰذا اگر کسی خاص برانڈ کی قیمت کم ہوتو صارف اس برانڈ کا استعمال کرنے لیے اس کی

© NCERT not to be republished

طرف منتقل ہوں گے۔لہٰذا قیمت کم کرنے سے زیادہ سے زیادہ صارفین کو کم قیمت والی برانڈ کی طرف منتقل ہونا ہوگا۔

لہٰذا فرم کے سامنے خط طلب مکمل مسابقتی حالت میں افقی (مکمل لوچ دار) نہیں ہوگا۔فرم کے سامنے خط طلب اجارہ دار کی طرح خط طلب بھی نہیں ہے۔اجارہ دار مسابقت کی حالت میں فرم کم قیمت پر مانگ میں تھوڑے اضافے کی توقع رکھتی ہے۔اس لیے حاشیائی (MR) محاصل اوسط محاصل (AR) سے تھوڑا کم ہوتا ہے۔جب حاشیائی محاصل حاشیائی لاگت سے زیادہ ہوتا ہے تو فرم اپنے برآمد کی مقدار میں اضافہ ہوتا ہے۔چونکہ حاشیائی محاصل قیمت سے کم ہے، اس لیے مکمل مسابقت کے مقابلے ماحصل (Output) کی کم سطح پر حاشیائی محاصل حاشیائی لاگت کے برابر ہوگا۔

یہی وجہ ہے کہ اجارہ دار مسابقتی فرم میں مکمل مسابقتی۔فرم کے مقابلے ماحصل کی کم مقدار کی پیداوار ہوتی ہے۔چونکہ صارف شے کی فی اکائی کو زیادہ قیمت ادا کرنے کے خواہش مند ہیں اس لیے دی ہوئی کم تر برآمد سطح پر شے کی قیمت۔مکمل مسابقت کے مقابلے اونچی ہوتی۔

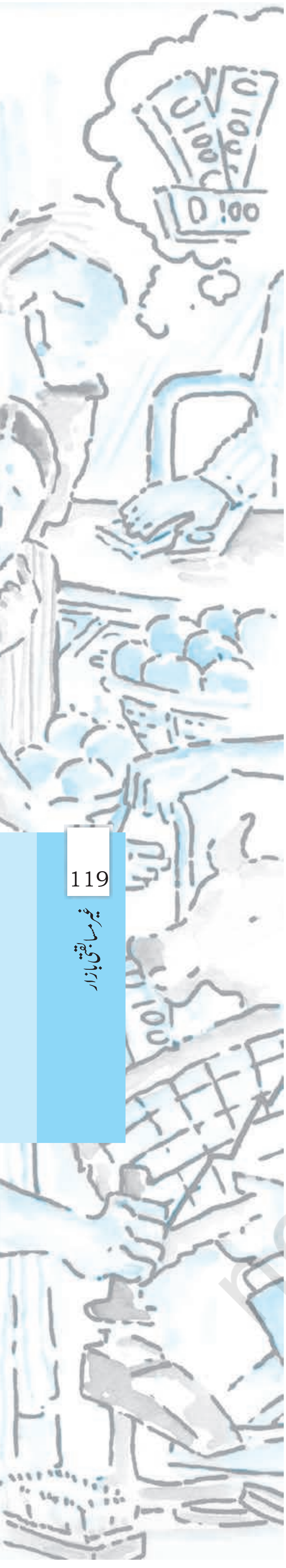
متذکرہ بالا صورت حال قلیل مدت میں موجود رہتی ہے۔لیکن اجارہ داری مسابقت کی بازار ساخت میں نئی فرموں کا آزادانہ داخلہ ہوتا ہے۔اگر صنعت میں فرم قلیل مدت میں مثبت منافع حاصل کر رہا ہو تو اس سے نئی فرم اس صنعت میں شے کی پیداوار شروع کرنے کے لیے راغب ہوں گے (بازار میں داخلے کے لیے) جیسے جیسے شے کی پیداوار بڑھے گی بازار میں قیمت اسی طرح گرنے لگے گی۔یہ صورت حال تب تک جاری رہے گی جب تک منافع صفر نہ ہو جائے۔اس کے بعد اس صنعت خاص میں داخلہ نئی فرموں کے لیے باعث کشش نہیں رہ جائے گا۔معکوسی طور پر اگر قلیل مدت میں صنعت میں فرموں کو نقصان ہو رہا ہو تو کچھ فرمیں پیداوار بند کر دیں گی (بازار سے اخراج) اور شے کی کل پیداوار کی مقدار میں کم سے کم شے کی قیمت اونچی ہو جائے گی۔ایک بار منافع صفر ہونے کے بعد داخلہ اور اخراج رک جائے گا اور اس سے طویل مدت میں توازن حاصل ہوگا۔

6.2.2 محدود اجارہ داری میں فرمیں کیسا برتاؤ کرتی ہیں؟ (How do Firms behave in Oligopoly?)

اگر کسی شے خاص کے بازار میں ایک سے زیادہ فروخت کنندہ ہوں لیکن فروخت کنندگان کی تعداد بہت کم ہو تو اس بازار کی ساخت کو محدود اجارہ داری کہتے ہیں۔محدود اجارہ داری کی ایک خاص حالت جس میں صرف دو فروخت کنندہ ہوتے ہیں اسے دو اجارہ کہتے ہیں۔اس بازار ساخت کے تجزیے میں ہم مان لیتے ہیں کہ دونوں فرموں کے ذریعہ فروخت کی گئی پیداوار یکساں ہیں اور کسی دوسری فرم کے ذریعہ اس پیداوار کی بدل نہیں تیار کی جاتی ہے۔

فرض کیجیے کہ چند فرمیں ہیں اور ہر فرم مارکیٹ کے سائز کے لحاظ سے کافی بڑی ہے۔اس کے نتیجے میں ہر فرم اس پوزیشن میں ہے کہ وہ مارکیٹ میں کل رسد کو متاثر کر سکتی ہے اور اس طرح مارکیٹ کی قیمت کو متاثر کر سکتی ہے۔مثال کے طور پر دو اجاری فرمیں سائز کے لحاظ سے برابر ہیں اور ان میں سے ایک فرم اپنی ماحصل (Output) دوگنا کرنے کا فیصلہ کرتی ہے، تو اس صورت میں مارکیٹ میں کل رسد میں کافی اضافہ ہو جائے گا جس کے نتیجے میں قیمت گر جاتے ہیں۔قیمت میں یہ کمی، اس صفت میں موجود سبھی فرموں کے منافع پر اثر انداز ہوگی۔دیگر فرمیں اپنے منافع کے تحفظ کے لیے ردعمل ظاہر کریں گی اور اپنے ماحصل (Output) کو بڑھانے سے متعلق نیا

© NCERT not to be republished



فیصلہ کریں گی۔ اس لیے کسی صفت میں ماحصل (Output) کی سطح، قیمت کی سطح اور اس کے ساتھ ساتھ منافع کی سطح، اس بات کا نتیجہ ہوگا کہ یہ فرمیں آپس میں کس طرح برتاؤ کرتی ہیں۔

ایک انتہائی صورت میں، فرمیں اپنا یکجا منافع بیش ترین کرنے کی خاطر آپس میں گٹھ جوڑ کر سکتی ہیں۔ اس صورت میں یہ گٹھ جوڑ اجارہ داری کے طور پر کام کرے گا۔ صفت کے ذریعہ سپلائی کی گئی مشترکہ مقدار اور ان کے لیے حاصل کی جانے والی قیمت اس طرح یکساں ہوگی جس طرح اجارہ داری کی صورت میں ہوتی ہے۔

دوسری انتہائی صورت یہ ہو سکتی ہے کہ، فرمیں آپس میں ایک دوسرے کے ساتھ مقابلہ آرائی کا فیصلہ کریں۔ مثال کے طور پر ایک فرم، اپنے ماحصل کی قیمت دوسری فرموں کے مقابلے کچھ کم کر سکتی ہے کہ وہ زیادہ سے زیادہ صارفین کو راغب کر سکے۔ ظاہر ہے کہ دوسری فرمیں بھی اسی طرح کا اقدام کرتے ہوئے ردعمل ظاہر کریں گی۔ اس صورت میں اس شے کی قیمت اس وقت تک کم ہوتی رہے گی جب تک کہ فرمیں ایک دوسرے کی قیمت سے کم تر کرنے کا فیصلہ کرتی رہیں گی۔ یہ سلسلہ اسی وقت ختم ہوگا جب کہ قیمتیں حاشیائی لاگت (MC) تک نہیں گر جائیں۔ (کوئی بھی فرم حاشیائی لاگت سے کم قیمت پر سپلائی نہیں کرے گی)۔ یہ صورت حال بالکل اسی طرح ہو جائے گی جس طرح مکمل مسابقت کے بازار میں ہوتی ہے۔

عملی طور پر، اس طرح کا تعاون حاصل کرنا، جس کا نتیجہ اجارہ داری ہو، حقیقی دنیا میں بہت مشکل ہے۔ دوسری جانب، فرمیں اس بات کو سمجھ سکتی ہیں کہ قیمتوں میں مسلسل کمی کر کے سخت مسابقت کرنا سے ان کے خود کے منافع کے لیے نقصان دہ ہے۔ اس لیے محدود اجارہ داری میں توازن، دو انتہائی صورتوں، یعنی اجارہ داری اور مکمل مسابقت کے درمیان حاصل کیا جا سکتا ہے۔

© NCERT not to be republished

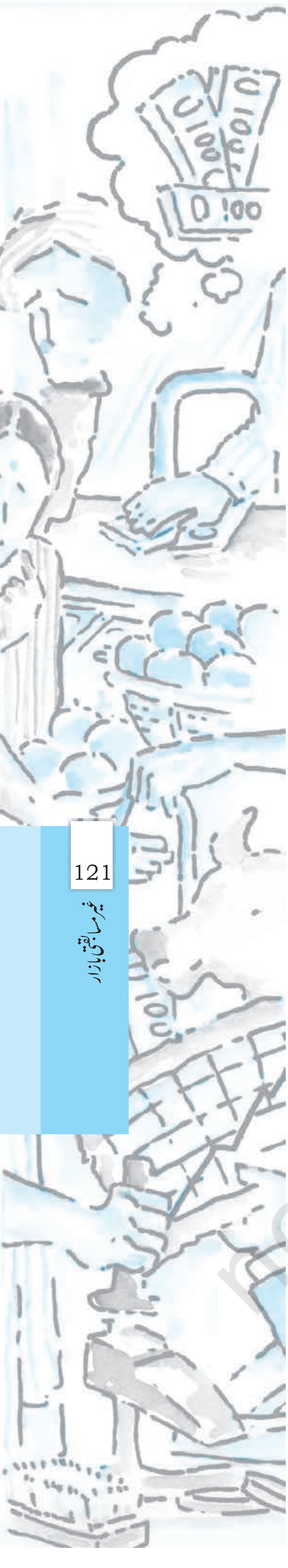
خلاصہ

- جس بازار ساخت میں صرف ایک فروخت کنندہ ہوتا ہے اسے اجارہ داری کہا جاتا ہے۔
- اگر شے کا ایک فروخت کنندہ ہو، شے کا کوئی متبادل نہ ہو اور صنعت میں دیگر فرموں کا داخلہ ممنوع ہو تو اس شے بازار کی ساخت اجارہ دار ساخت کہا جاتا ہے۔
- شے کی بازار قیمت اجارہ دار فرم کی رسد کی مقدار پر منحصر ہوتی ہے۔اجارہ دار فرم کے خط بازار طلب ہی اوسط محاصل خط کہلاتا ہے۔
- کل محاصل خط کی شکل اکثر اوسط خط محاصل کی شکل پر منحصر ہوتی ہے۔منفی ڈھلان والی سیدھے خطی خط طلب کے مقابلے میں کل خط حاصل معکوسی عمودی مکافی *(parabola)* کے شکل میں ہوتا ہے۔
- کسی بھی مقدار سطح کے لیے اوسط محاصل کی پیائش کل خط محاصل پر نقطہ ءآغاز سے متعلق نقطے کی طرف جاتے ہوئے خط کی ڈھلان سے دی جاتی ہے۔
- کسی بھی مقدار سطح کے لیے حاشیائی محاصل کی پیائش کل خط حاصل کو واقع متعلقہ نقطے کے مماس کی ڈھلان سے کی جاتی ہے۔
- دیگر حاشیائی محاصل کی قدر اوسط محاصل کی قدر سے کم ہو تو اوسط خط محاصل نیچے کی طرف ہوتا ہے۔
- منفی ڈھلان والا خط طلب انتہائی ڈھلواں ہوتا ہے اور یہ حاشیائی خط محاصل کے نیچے ہوتا ہے۔خط طلب تب لوچدار ہوتا ہے، جب اشیائی محاصل کی قدر مثبت ہوتی ہے اور یہ تب بے لچک ہوتا ہے جب حاشیائی محاصل کی قدر منفی ہوتی ہے۔
- اگر اجارہ دار فرم کی لاگت صفر ہو یا صرف قائم لاگت ہو تو توازن میں رسد کی مقدار کو اس نقطے کے ذریعہ دکھایا جاتا ہے جس پر حاشیائی محاصل صفر ہوتا ہے، اس کے برخلاف مکمل مسابقت میں توازن کی مقدار اس نقطے کے ذریعہ دکھائی جاتی ہے جس پر اوسط محاصل صفر ہوتا ہے۔
- اجارہ دار کے توازن کی تعریف اس نقطے سے کی جاتی ہے جس پر حاشیائی محاصل یہ حاشیائی لاگت اور حاشیائی لاگت اضافے کی حالت میں ہوتی ہے، یہ نقطہ ء پیداوار کے توازن کی مقدار کو بتاتا ہے۔دی ہوئی توازن مقدار سے خط طلب کے ذریعہ توازن قیمت کو دکھایا جاتا ہے۔
- اجارہ دار فرم کا مثبت فائدہ طویل مدت میں بھی جاری رہتا ہے۔
- شے بازار میں اجارہ دار مسابقت غیر متجانس شے کے سبب پیدا ہوتی ہے۔
- اجارہ دار مسابقت میں قلیل مدتی توازن کے نتیجے میں مکمل مسابقت کے مقابل پیداوار کی مقدار کم ہوتی ہے اور قیمت زیادہ ہوتی ہے۔ یہ صورت حال طویل مدت میں بھی قائم رہتی ہے لیکن طویل مدت میں منافع صفر ہوتا ہے۔
- شے بازار میں محدود اجارہ داری کی حالت تب ہوتی ہے جب یکساں اشیا کی پیداوار فرموں کی تعداد کم ہوتی ہے۔

کلیدی تصورات

اجارہ داری	Monopoly
اجارہ دارانہ مسابقت	Monopolistic Competition
محدود اجارہ داری	Oligopoly

© NCERT not to be republished



1۔ خط طلب کی شکل کیا ہوگی تا کہ کل خط محاصل

(a) ایک نقطۂ آغاز کے ذریعہ گزرتا ہوا مثبت ڈھلان والا خط مستقیم ہو؟

(b) ایک افقی خط ہو؟

2۔ نیچے دیے گئے جدول سے کل خط محاصل اور مانگ کی قیمت لوچ کا شمار کیجیے ۔

مقدار	1	2	3	4	5	6	7	8	9
حاشیائی محاصل (MR)	10	6	2	2	2	0	0	0	–5

3۔ جب خط طلب لوچ دار ہو تو حاشیائی محاصل کی قدر کیا ہوگی؟

4۔ ایک اجارہ دار فرم کی کل قائم لاگت 100 روپے اور درج ذیل مانگ جدول ہے:

مقدار	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
قیمت	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10

قلیل مدت میں توازن کی مقدار، قیمت اور کل منافع حاصل کیجیے۔ طویل موت میں توازن کیا ہوگا؟ جب کل لاگت 1,000 روپے ہو تو قلیل مدت اور طویل مدت میں توازن کا بیان کریں۔

5۔ اگر مشق 3 کی اجارہ دار فرم عوامی شعبہ کی فرم ہو تو حکومت اس کے انتظام کے لیے دی ہوئی سرکاری قائم قیمت (یعنی وہ قیمت کا اختیار کنندہ ہے اور اس لیے مکمل مسابقتی بازار کے فرم جیسا برتاؤ کرتا ہے؟ قبول کرنے کے لیے ضوابط تیار کرے گی اور حکومت متعین کرے گی کہ ایسی قیمت متعین ہو جس سے بازار میں مانگ اور رسد یکساں ہوں، اس صورت میں قیمت، مقدار اور منافع کیا ہوگا؟

6۔ اس صورت میں حاشیائی محاصل کی شکل پر تبصرہ کیجیے کس میں کل خط محاصل

(i) مثبت ڈھلان والا سیدھا خط ہو (ii) افقی سیدھا خط ہو۔

7۔ نیچے جدول میں شے کی خط بازار طلب اور شے کی پیدا کار اجارہ دار اور فرم کے لیے کل لاگت دی ہوئی ہے۔ ان کا استعمال کر کے درج ذیل کا شمار کریں۔

مقدار	0	1	2	3	4	5	6	7	8
قیمت	52	44	37	31	26	22	19	16	13

مقدار	0	1	2	3	4	5	6	7	8
کل لاگت	10	60	90	100	102	105	109	115	125

(a) حاشیائی محاصل (Revenue) اور حاشیائی لاگت MC جدول

(b) وہ مقدار جس پر حاشیائی محاصل اور حاشیائی لاگت برابر ہو

(c) ماحصل (Output) کے مقدار توازن اور شے کی قیمت توازن

© NCERT not to be republished

(d) توازن میں کل محاصل، کل لاگت اور کل منافع۔

8۔ برآمد بہتر قلیل مدت میں اگر نقصان ہو تو کیا قلیل مدت میں اجارہ دار فرم پیداوار کو جاری رکھے گی؟

9۔ اجارہ داری مسابقت میں کسی فرم کے خط طلب کی ڈھلان منفی کیوں ہوتی ہے؟ تشریح کیجیے۔

10۔ اجارہ داری مسابقت میں طویل مدت کے لیے کسی فرم کا توازن صفر منافع پر ہونے کی کیا وجہ ہے؟

11۔ تین مختلف طریقوں کی فہرست بنایئے جس میں محدود اجاری فرم برتاؤ کر سکتی ہے۔

12۔ اگر دو اجاری فرم کا برتاؤ نوٹ کے بیان کیے گئے برتاؤ جیسا ہو تو خط بازار طلب کو مساوات $q=200-4p$ کے ذریعہ دکھایا جاتا ہے اور دونوں فرموں کی لاگت صفر ہوتی ہے۔ ہر ایک فرم کے ذریعہ اور توازنی بازار قیمت میں پیداوار کی مقدار معلوم کیجیے۔

13۔ قیمتوں کے بےلوچ ہونے سے کیا مراد ہے؟ محدود اجارہ داری کے برتاؤ سے اس طرح کا نتیجہ کیسے نکل سکتا ہے؟

© NCERT not to be republished

فرہنگ اصطلاحات

اوسط لاگت (average cost) پیداوار کی فی اکائی پر کل لاگت

اوسط غیر متغیر لاگت (average fixed cost) پیداوار کی فی اکائی پر کل غیر متغیر لاگت

اوسط پیداوار (average product) متغیر ماد خل کی فی اکائی پیداوار

اوسط محاصل (average revenue) ماحصل کی فی اکائی کا کل محاصل

اوسط متغیر لاگت (average variable cost) ماحصل کی ایک اکائی پر کل متغیر لاگت

برابری نقطہ (break-even point) یہ خط رسد پر وہ نقطہ ہے جس پر فرم عام منافع کماتی ہے۔

بجٹ لائن (budget line) اس میں وہ تمام بنڈل ہیں جن کی قیمت صارف کی آمدنی کے بالکل برابر ہے۔

بجٹ سیٹ (budget set) یہ ان تمام بنڈلوں کا مجموعہ ہے جن کو پھیلی ہوئی بازاری قیمتوں پر صارف اپنی آمدنی سے خرید سکتا ہے۔

اسکیل استقرار حاصل (constant returns to scale) یہ تفاعل پیداوار کی وہ خصوصیت ہے جو اس وقت پوری ہوتی ہے جب تمام ماد خل (Input) میں متناسبی اضافے کا نتیجہ اسی تناسب سے ماحصل (Output) میں اضافے کی شکل ہوتا ہے۔

تفاعل لاگت (cost function) ماحصل کی ہر سطح کے لیے یہ فرم کی سب سے کم لاگت دکھاتا ہے۔

اسکیل سے گھٹتے حاصل (decreasing returns to scale) یہ تفاعل پیداوار کی وہ خصوصیت ہے جو اس وقت پوری ہوتی ہے جب تمام ماد خلوں (درآمد) میں متناسب اضافہ کے نتیجے میں ماحصل (برآمد) میں اس تناسب سے کم کا اضافہ ہوتا ہے۔

خط طلب (demand curve) یہ تفاعل طلب کی خاکہ گراف کے ذریعہ نمائندگی ہے۔ یہ ہر ایک قیمت کے لیے صارف کی مانگ کی مقدار کو دکھاتا ہے۔

تفاعل طلب (demand function) ایک شے کے لیے صارف کا تفاعل شے کی وہ مقدار دیتا ہے جو

© NCERT not to be republished

کہ اس کی قیمت کی مختلف سطحوں پر صارف منتخب کرتا ہے جب تک دیگر چیزیں غیر متغیر رہتی ہیں۔

دواجارہ (ڈیوپولی) (duopoly) یہ ایک ایسا بازار ہے جس میں صرف دو فرمیں ہوتی ہیں۔

توازن (equilibrium) یہ ایک ایسی صورت حال ہے جس میں تمام صارفین اور فرموں کے منصوبے ایک جیسے ہوں۔

زائد مانگ (excess demand) اگر ایک بازار قیمت پر مانگ بازار رسد سے زیادہ ہوتی ہے تب یہ کہا جاتا ہے کہ اس قیمت پر بازار میں زائد مانگ پائی جاتی ہے۔

زائد رسد (excess supply) اگر ایک قیمت بازار پر رسد بازار مانگ سے زیادہ ہے۔ تب یہ کہا جاتا ہے کہ اس قیمت پر بازار میں زیادہ رسد پایا جاتا ہے۔

فرم کا خط رسد (firm's supply curve) یہ ماحصل کی ان سطحوں کو دکھاتا ہے جو کہ ایک منافع کو انتہا تک بڑھانے والی فرم بازار قیمت قدرں پہ پیداکاری کے لیے منتخب کرتی ہے۔

غیر متغیر ماخل (fixed input) ایک ماخل جو کہ قلیل مدت میں متغیر نہ کیا جاسکے وہ ایک غیر متغیر ماخل کہلاتا ہے۔

آمدنی اثر (income effect) ایک شے کی قیمت میں تبدیلی کے سبب شے کی بہترین مقدار میں تبدیلی سے جب قوت خرید بدلتی ہے، آمدنی اثر کہتے ہیں۔

اسکیل سے بڑھتے حاصل (increasing returns to scale) یہ تفاعل پیداوار کی وہ خصوصیت ہے جو اس وقت پوری ہوتی ہے جب تمام ماخلوں میں متناسب اضافے کے نتیجے میں ماحصل میں اس تناسب سے زیادہ کا اضافہ ہوتا ہے۔

خط بے نیازی (indifference curve) یہ ان تمام نقطوں کا مرکز ہے جن میں صارف بے تعلق ہوتی ہے۔

ادنیٰ شے (inferior good) ایک شے جس کی مانگ صارف کی آمدنی کے بڑھنے کے ساتھ کم ہوتی ہے اس کو ادنیٰ شے کہتے ہیں۔

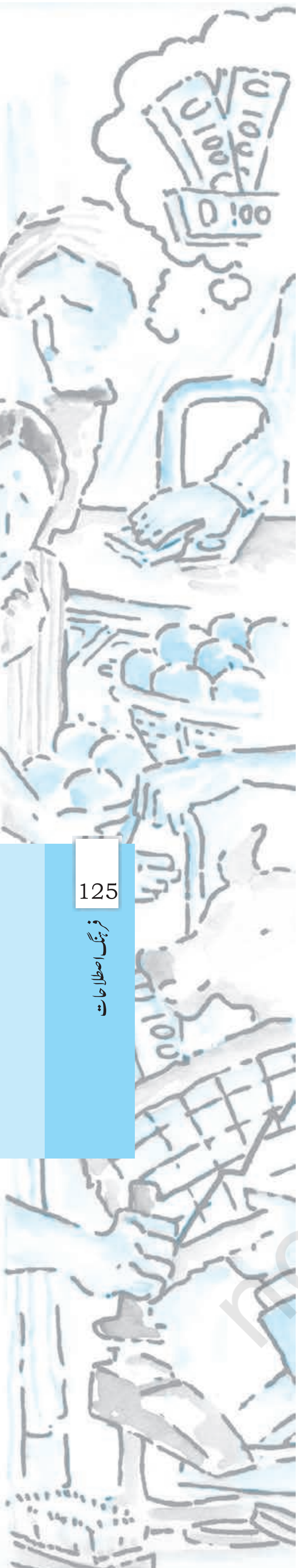
مساوی مقدار (isoquant) یہ ان دو ماخلوں کے وہ تمام امکانی اتصال کا سیٹ ہے جو ماحصل کی زیادہ سے زیادہ ممکن مساوی سطح فراہم کرتے ہیں۔

طلب قانون (law of demand) اگر ایک صارف کی کسی شے کی مانگ اسی سمت میں جاتی ہے جس میں کہ اس کی آمدنی جارہی ہے تو صارف کی مانگ کا شے کی قیمت سے معکوس تعلق ہونا چاہیے۔

تقلیل پذیر حاشیائی پیداوار کا قانون (law of diminishing marginal product) اگر ہم ایک ماخل کا استعمال بڑھاتے جائیں جب کہ دوسرے ماخل قائم رہیں تو بالآخر ہم ایک ایسے نقطے پر پہنچیں گے جس کے بعد اس ماخل کی حاشیائی پیداوار گرنی شروع ہوجائے گی۔

متغیر تناسب قانون (law of variable proportions) ایک عامل ماخل کی حاشیائی پیداوار جب ماخل کے استعمال کی سطح کم نیچی ہوتی ہے تو استعمال کی سطح کے ساتھ ساتھ شروع میں بڑھتی ہے۔ لیکن استعمال کی ایک خاص سطح پر پہنچنے کے بعد یہ گرنا شروع کردیتی ہے۔

© NCERT not to be republished



طویل مدت (long run) اس کا حوالہ اس وقت کی مدت سے ہے جس میں پیداوار کے تمام عوامل کا تغیر کیا جا سکتا ہے۔

حاشیائی لاگت (marginal cost) یہ ماحصل کی فی اکائی تبدیلی کے لیے ماحصل میں ہونے والی تبدیلی ہے۔ جب کہ دوسرے تمام مادخلوں کو قائم رکھا گیا ہے۔

(marginal product) حاشیائی پیداوار

حاشیائی محاصل (marginal revenue) ماحصل کی فی اکائی سطری کے لیے کل محاصل میں تبدیلی۔

ایک عامل کی حاشیائی محاصل پیداوار (marginal revenue product (MRP) of a factor) حاشیائی محاصل گنا عامل کی حاشیائی پیداوار

بازار رسد خط (market supply curve) یہ ماحصل کی ان سطحوں کو دکھاتا ہے جن کو بازار میں فرمیں بازار قیمت کی مختلف قدروں کے لیے مجموعی طور پر پیدا کرتی ہیں۔

اجارہ دارانہ مسابقت (monopolistic competition) یہ بازار کی ایک ساخت ہے جس میں ایسے فروخت کاروں کی تعداد بہت زیادہ ہوتی ہے جو امتیازی لیکن قابل متبادل اشیا فروخت کرتے ہیں۔

اجارہ داری (monopoly) بازار کی ایک ایسی ساخت جس میں صرف ایک فروخت کار رہتا ہے اور کسی اور فروخت کار کو بازار میں داخل نہ ہونے دینے کے لیے کافی رکاوٹیں ہوتی ہیں۔

یک سری ترجیحات (monotonic preferences) کسی صارف کی ترجیحات صرف اور صرف اسی صورت میں یک سری (monotonic) ہوتی ہیں جب دو بنڈلوں کے درمیان وہ اس بنڈل کو ترجیح دیتا ہے جس میں دوسرے بنڈل کے مقابل میں کم از کم ایک شے کی مقدار زیادہ ہوتی ہے اور دوسری شے کم نہیں ہوتی ہے۔

عام شے (normal good) ایک شے جس کی مانگ صارف کی آمدنی میں اضافے کے ساتھ بڑھتی ہے عام (نارمل) شے کہلاتی ہے۔

عام منافع (normal profit) منافع کی وہ سطح جس سے صرف فرم کی واضح لاگت اور لاگت بدل حاصل ہو پاتا ہے عام منافع کہلاتی ہے۔

محدود اجارہ داری (oligopoly) ایک بازار جس میں ایک سے زیادہ لیکن کچھ) ہی فروخت کار ہوں، چند اجارہ داری کہلاتا ہے۔

لاگت بدل (opportunity cost) کسی سرگرمی کی لاگت بدل وہ چھوڑ دیا گیا فائدہ ہے جو دوسری بہترین سرگرمی سے ملتا ہے۔

کامل مسابقت (perfect compitition) یہ بازار کا وہ ماحصل ہے جس میں (i) بازار کی تمام فرمیں ایک ہی شے کی پیداکاری کرتی ہیں (ii) خریدار اور فروخت کار قیمت قبول کار ہوتے ہیں۔

پیش ترین قیمت (price ceiling) کسی شے یا خدمت کی قیمت پر حکومت کے ذریعے نافذ کی گئی اوپری حد ہے۔

مانگ کی قیمت لوچ (price elasticity of demand) شے کی مانگ میں فی صد تبدیلی کو شے کی قیمت میں فی صد تبدیلی سے تقسیم کر کے شے کے لیے مانگ کی قیمت لوچ ملتی ہے۔

رسد کی قیمت لوچ (price elasticity of supply) یہ مہیا کی گئی مقدار میں فی صد تبدیلی ہے جو کہ شے کی بازار قیمت میں ایک فی صد تبدیلی کے سبب ہوتی ہے۔

© NCERT not to be republished

زیرین تعین قیمت (price floor) قیمت پر حکومت کی کے ذریعے نافذ کی گئی نچلی حد جو کہ کسی شے یا خدمت کے لیے لی جاسکتی ہے۔

قیمت لائن (price line) یہ ایک افقی سیدھی لائن ہے جو بازار قیمت اور فرم کی ماحصل کی سطح کے درمیان کے تعلق کو دکھاتی ہے۔

تفاعل پیداوار (production function) ماحصل کی زیادہ سے زیادہ مقدار کو دکھاتا ہے جو کہ مادخلوں کے مختلف اتصال کے استعمال کرنے سے پیدا کی جاسکتی ہے۔

منافع (profit) یہ فرم کی کل محاصل اور اس کی کل لاگت پیداوار کے درمیان کا فرق ہے۔

قلیل مدت (short run) وقت کی اس مدت کا حوالہ ہے جس میں کچھ پیداوار میں تغیر نہیں کیا جاسکتا۔

بند کرنے کا نقطہ (shut down point) قلیل مدت میں یہ AVC خط کا سب سے نچلا نقطہ ہے اور طویل مدت میں یہ LRAC خط کا سب سے نچلا نقطہ ہے۔

بدل اثر (substitution effect) ایک شے کی بہترین مقدار میں تبدیلی جب اس کی قیمت تبدیل ہوتی ہے اور صارف کی آمدنی اس طرح موافق ہوجاتی ہے کہ صارف وہ بنڈل بس خرید سکتا ہے جس کو وہ قیمت میں تبدیلی سے پہلے خرید رہا تھا۔

زائد عام منافع (super-normal profit) فرم جو منافع عام منافع کے اوپر اور اس سے زائد کماتی ہے اس کو زائد عام منافع کہتے ہیں۔

کل لاگت (total cost) یہ کل غیر متغیر لاگت اور کل متغیر لاگت کا جوڑ ہے۔

کل غیر متغیر لاگت (total fixed cost) یہ وہ لاگت ہے جو کہ فرم غیر متغیر مادخل کے استعمال کرنے کی وجہ سے اٹھاتی ہے۔

کل مادی پیداوار (total physical product) یہ ٹھیک کل پیداوار کی طرح ہے۔

کل پیداوار (total product) اگر ہم ایک مادخل (درآمد) میں تغیر کرتے ہیں اور بقیہ تمام مادخلوں (درآمدوں) کو قائم رکھتے ہیں تو اس مادخل کے استعمال کی مختلف سطحوں کے لیے تفاعل پیداوار سے ہمیں ماحصل (برآمد) کی مختلف سطحیں ملتی ہیں۔ متغیر مادخل (درآمد) اور ماحصل (برآمد) کے اس تعلق کا حوالہ کل پیداوار ہے۔

کل حاصل (total return) یہ ٹھیک کل پیداوار کی طرح ہے۔

کل محاصل (total revenue) یہ شے کی بازار قیمت ضرب فرم کے ذریعہ بیچی گئی شے کی مقدار کے مساوی ہے۔

کل محاصل خط (total revenue curve) یہ فرم کی کل محاصل، محاصل اور فرم کی ماحصل (برآمد) کی سطح کے درمیان کا تعلق دکھاتا ہے۔

کل متغیر لاگت (total variable cost) فرم پر متغیر ماخلوں (درآمد) کے استعمال سے جو لاگت آتی ہے اس کو کل متغیر لاگت کہتے ہیں۔

ایک عامل کی حاشیائی پیداوار کی قدر (value of marginal product (VMP) of a factor) قیمت گنا عامل کی حاشیائی پیداوار

متغیر مادخل (variable input) (درآمد) ایک مادخل (درآمد) جس کی مقدار میں تغیر کیا جاسکتا ہے۔

© NCERT
not to be republished