

Allama Iqbal Open University AIOU intermediate solved assignment Autumn 2024

Code 1348 Introduction to Economics

Q.1

الفریڈ مارشل کی معاشیات کی تعریف وضاحت سے بیان کریں۔

Ans:

الفریڈ مارشل

(Alfred Marshall)

ایک عظیم معاشیاتی مفکر تھے، جنہوں نے معاشیات کے شعبے میں اہم تبدیلیاں متعارف کرائیں اور جدید معاشی نظریات کی بنیاد رکھی۔ ان کی سب سے اہم کاموں میں سے ایک مائیکرو معاشیات

(Microeconomics)

کی ترقی تھی، جسے انہوں نے گہرائی سے سمجھا اور اس کے مختلف پہلوؤں کو واضح کیا۔ مارشل کی معاشیات کی تعریف اور اس کے اہم پہلوؤں کو سمجھنا اس بات میں مددگار ثابت ہوتا ہے کہ ہم ان کے خیالات اور مفہیم کو کس طرح آج کے معاشی ڈھانچے پر لاگو کرسکتے ہیں۔

الفریڈ مارشل کی معاشیات کی تعریف:

الفریڈ مارشل نے معاشیات کی تعریف کرتے ہوئے کہا کہ یہ "وہ سائنسی مطالعہ ہے جو انسانوں کے محدود وسائل کو استعمال کرتے ہوئے ان کی ضرورتوں اور خواہشات کی تکمیل کے لیے کیے جانے والے فیصلوں کا تجزیہ کرتا ہے"۔ ان کے مطابق، معاشیات ایک ایسا علم ہے جو معاشرتی اور اقتصادی سرگرمیوں کے درمیان تعلقات کو سمجھنے میں

مدد فراہم کرتا ہے۔ یہ انسانوں کی خواہشات اور ان کے وسائل کی کمی کے درمیان ایک متوازن حل تلاش کرنے کی کوشش کرتا ہے۔

مارشل نے معاشی سرگرمیوں کا تجزیہ کرتے ہوئے اس بات پر زور دیا کہ وسائل محدود ہیں، لیکن انسانوں کی ضروریات اور خواہشات لامتناہی ہوتی ہیں۔ اسی وجہ سے لوگ اپنے وسائل کو بہترین طریقے سے استعمال کرنے کی کوشش کرتے ہیں تاکہ وہ اپنی ضروریات کو پورا کر سکیں۔ اس کے نتیجے میں، معاشی فیصلے کسی بھی ملک یا فرد کی ترقی میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

الفریڈ مارشل کی معاشیات کے اہم تصورات

الفریڈ مارشل نے معاشیات میں کئی اہم تصورات متعارف کرائے جو آج بھی عالمی سطح پر استعمال ہو رہے ہیں۔ ان میں سے بعض اہم تصورات درج ذیل ہیں:

1. (Supply and Demand) عرض و طلب:

مارشل کی سب سے بڑی شراکت ان کا عرض و طلب

(Supply and Demand)

کا تصور تھا۔ ان کے مطابق، مارکیٹ میں قیمتیں اور مقداریں اس بات پر منحصر ہوتی ہیں کہ کسی شے کی طلب اور اس کی رسد میں کس حد تک توازن ہے۔ جب کسی شے کی طلب زیادہ ہو اور رسد کم ہو تو اس کی قیمت بڑھ جائے گی، اور اگر رسد زیادہ ہو اور طلب کم ہو تو قیمتیں کم ہو جائیں گی۔

مارشل نے مساوات قیمت

(Equilibrium Price)

کا بھی تعارف کرایا، جو اس وقت کو ظاہر کرتا ہے جب مارکیٹ میں طلب اور رسد کا توازن ہو۔ انہوں نے یہ وضاحت کی کہ قیمتیں خود بخود اس توازن کی طرف بڑھتی ہیں، جہاں بازار میں خریدار اور فروخت کنندہ دونوں کی ضروریات پوری ہوتی ہیں۔

2. (Marginal Utility) حدی قیمت:

مارشل نے حدی قیمت

(Marginal Utility)

کے نظریہ کو بھی اہمیت دی۔ ان کے مطابق، جب ہم کسی شے کو خریدتے ہیں، تو اس کی ہر اضافی یونٹ کی قیمت ہمارے لیے کم ہوتی جاتی ہے۔ یعنی جیسے ہی ہم کسی

چیز کا ایک یونٹ استعمال کرتے ہیں، اس کی اضافی مقدار کی قیمت (یعنی اس کی افادیت) کم ہو جاتی ہے۔ مثال کے طور پر، اگر آپ ایک گلاس پانی پی چکے ہیں تو دوسرے گلاس کی افادیت پہلے کے گلاس کی نسبت کم ہو سکتی ہے۔ یہ تصور صارفین کی ترجیحات اور فیصلوں کو سمجھنے میں مدد فراہم کرتا ہے۔

3. اور میکرو معاشیات (Microeconomics) مائیکرو معاشیات (Macroeconomics):

الفریڈ مارشل نے معاشیات کو دو اہم حصوں میں تقسیم کیا:

- **مائیکرو معاشیات:** یہ فرد، خاندان، یا کاروبار کے سطح پر معاشی فیصلوں کا تجزیہ کرتی ہے۔ مائیکرو معاشیات اس بات کا مطالعہ کرتی ہے کہ کس طرح افراد اور چھوٹے کاروبار اپنی محدود وسائل کا استعمال کرتے ہوئے اپنی ضروریات کو پورا کرتے ہیں۔
- **میکرو معاشیات:** یہ معاشرتی سطح پر بڑی معیشتوں، جیسے کہ قومی سطح پر معیشت کے مسائل کو سمجھتی ہے۔ اس میں بے روزگاری، افراط زر، مجموعی پیداوار، اور مالیاتی پالیسی جیسے مسائل شامل ہیں۔

مارشل کی یہ تقسیم معاشی تجزیہ کے لیے ایک بنیادی فریم ورک فراہم کرتی ہے جو بعد میں دیگر معاشی مفکرین نے مزید بہتر بنایا۔

4. اقتصادی خوشحالی کا تجزیہ:

مارشل نے معاشی خوشحالی کو اس طرح بیان کیا کہ ایک معاشرہ یا قوم کی خوشحالی اس بات پر منحصر ہے کہ وہ اپنے وسائل کو کس طرح استعمال کرتی ہے تاکہ زیادہ سے زیادہ خوشی اور فائدہ حاصل کیا جا سکے۔ اس کے لیے انہوں نے ایک توازن کو تلاش کرنے کی بات کی، جس میں ہر فرد کی ضروریات پوری ہو رہی ہوں اور معاشی ترقی کی رفتار تیز ہو۔

5. قیمتوں کا تعین اور پیداوار:

مارشل نے اس بات کی وضاحت کی کہ قیمتیں ایک طویل عرصے میں عرض و طلب کے توازن پر منحصر ہوتی ہیں، لیکن کچھ قلیل المدت عوامل بھی قیمتوں کے تعین میں کردار ادا کرتے ہیں۔ مارشل کے مطابق، قیمتوں میں تغیرات پیداوار کے اخراجات، پیداوار کی نوعیت، اور مارکیٹ کی مسابقت کی بنیاد پر ہوتے ہیں۔

الفریڈ مارشل کی معاشیات کی اہمیت:

الفریڈ مارشل کی معاشیات نے معاشی تجزیے کو ایک سائنسی اور مستند شعبہ بنا دیا۔ ان کے خیالات نے معاشیات کو زیادہ منطقی، قابل فہم اور قابل عمل بنا دیا۔ ان کے اثرات آج بھی محسوس کیے جاتے ہیں، خاص طور پر مارکیٹ کے تجزیے، قیمتوں کے تعین، اور عوامی پالیسی کے فیصلوں میں۔

- **مارشل کی معیشت میں شمولیت:** مارشل نے معیشت میں سوشیل سائنسز کی اہمیت کو اجاگر کیا، اس طرح معاشیات کو محض اعداد و شمار کی باتوں تک محدود نہیں کیا بلکہ انسانی سلوک اور سماجی اثرات کو بھی اس میں شامل کیا۔
- **تعلیمی ترقی:** مارشل نے معاشیات کو ایک تعلیمی شعبے کے طور پر تسلیم کرایا اور اسے عوام تک پہنچایا، جس سے مختلف اسکولوں میں معاشیات کی تعلیم کا آغاز ہوا۔
- **عالمی سطح پر اثر:** ان کے نظریات اور تصورات نے نہ صرف برطانیہ بلکہ عالمی سطح پر معاشی تجزیے کی ترقی کی راہ ہموار کی۔ انہوں نے **مائیکرو معاشیات** کے تصورات کو بنیاد بنا کر معاشی ماڈلز کی تعمیر کی۔

نتیجہ:

الفریڈ مارشل کی معاشیات کی تعریف اور اس کے اہم تصورات آج بھی معاشی تجزیہ پالیسی سازی اور تعلیم کے میدان میں رہنمائی فراہم کرتے ہیں۔ ان کا کام نہ صرف معیشت کو بہتر طریقے سے سمجھنے میں مدد دیتا ہے، بلکہ معاشی فیصلوں کی بنیاد پر بہتر معاشی استحکام اور ترقی حاصل کرنے کے لیے ایک موثر فریم ورک فراہم کرتا ہے۔ مارشل نے معاشیات کو نہ صرف ایک سائنسی علم بلکہ انسانی زندگی کی بہتری کے لیے ایک مفید ذریعہ بنایا۔

Q.2

خط رسد تفصیل سے بیان کریں۔

Ans:

خط رسد

(Supply Curve)

معیشت کے ایک اہم تصور میں سے ہے، جو معاشی تجزیہ میں کسی خاص شے یا خدمت کی رسد کو ظاہر کرنے کے لیے استعمال ہوتا ہے۔ یہ وہ گرافیکل نمائندگی ہے جو کسی خاص شے کی قیمت اور اس کی مقدار کے تعلق کو ظاہر کرتی ہے۔ خط رسد بتاتا ہے کہ ایک پروڈیوسر (یا کاروبار) کسی خاص قیمت پر کتنی مقدار میں سامان یا خدمات فراہم کرنے کے لیے تیار ہے۔

خط رسد کی تعریف:

خط رسد یا

Supply Curve

ایک گراف ہے جو قیمتوں اور مقداروں کے درمیان تعلق کو ظاہر کرتا ہے۔ یہ عام طور پر ایک مثبت ڈھلوان

(Positive Slope)

میں ہوتا ہے، یعنی جیسے جیسے قیمت بڑھتی ہے، رسد (یعنی پروڈیوسر کی طرف سے فراہم کی جانے والی مقدار) بھی بڑھتی ہے۔ اس کا مطلب ہے کہ جب کسی شے کی قیمت زیادہ ہوتی ہے تو پروڈیوسر اس کی زیادہ مقدار پیدا کرنے اور مارکیٹ میں فراہم کرنے کے لیے تیار ہوتا ہے۔

خط رسد کے عناصر:

1. (Price) قیمت پر قیمت

(Price)

افقی محور پر ہوتی ہے، جو کسی شے یا خدمت کی قیمت کو ظاہر کرتی ہے۔
قیمت کے لحاظ سے رسد کی مقدار میں تبدیلی ہوتی ہے۔

2. مقدار رسد (Quantity Supplied)

عمودی محور پر مقدار رسد :

(Quantity Supplied)

دکھائی جاتی ہے۔ یہ اس بات کو ظاہر کرتا ہے کہ مختلف قیمتوں پر مارکیٹ
میں کتنی مقدار میں شے یا خدمت دستیاب ہے۔

خط رسد کی خصوصیات:

- **قیمت اور رسد کا براہ راست تعلق:** خط رسد عام طور پر مستقیم

(positive)

ڈھلوان پر ہوتا ہے، یعنی جیسے ہی قیمت بڑھتی ہے، رسد کی مقدار بھی بڑھتی
ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ جب قیمت زیادہ ہوتی ہے، تو پروڈیوسر زیادہ
مقدار میں مصنوعات تیار کرنے اور مارکیٹ میں فراہم کرنے کے لیے تیار ہوتے
ہیں۔

- **قیمت میں کمی:** جب قیمت کم ہوتی ہے، تو پروڈیوسر کم مقدار میں
مصنوعات فراہم کرنے کے لیے تیار ہوتے ہیں، کیونکہ کم قیمتوں میں منافع کم
ہوتا ہے۔

- **ٹائم فریم:** خط رسد کا تعلق وقت کی مدت سے بھی ہوتا ہے۔ قلیل مدتی

(Short run)

میں رسد میں کم تبدیلیاں آتی ہیں، لیکن طویل مدتی

(Long run)

میں رسد میں زیادہ تبدیلی ہو سکتی ہے کیونکہ پروڈیوسر نئے وسائل یا
ٹیکنالوجی کا استعمال کر سکتے ہیں۔

خط رسد کا سادہ گراف:

جب ہم خط رسد کا گراف بناتے ہیں تو قیمت کو افقی محور پر

(x-axis)

اور مقدار رسد کو عمودی محور پر

(y-axis)

رکھتے ہیں۔ عام طور پر اس گراف کا ڈھلوان اوپر کی طرف چلا جاتا ہے، یعنی جب قیمت بڑھتی ہے، مقدار رسد بھی بڑھتی ہے۔

مثال کے طور پر:

- اگر کسی شے کی قیمت 10 روپے ہے تو اس کے لیے 100 یونٹس کی رسد ہو سکتی ہے۔
- اگر قیمت 15 روپے ہو جاتی ہے تو رسد 150 یونٹس تک بڑھ سکتی ہے۔

خط رسد میں تبدیلی:

خط رسد میں تبدیلی کی دو بڑی وجوہات ہو سکتی ہیں:

1. **قیمت میں تبدیلی:** قیمت میں تبدیلی کی صورت میں خط رسد میں ایک حرکت (Movement)
2. آتی ہے، یعنی جب قیمت بڑھتی ہے یا کم ہوتی ہے تو رسد کی مقدار بھی بڑھتی ہے یا کم ہوتی ہے، مگر **خط رسد** کی جگہ میں کوئی تبدیلی نہیں آتی۔ یہ گراف پر نقطوں کی حرکت کے طور پر ظاہر ہوتا ہے۔

مثال: اگر قیمت بڑھ جاتی ہے، تو پروڈیوسر زیادہ مقدار میں سامان فراہم کرے گا، اور اس کا مطلب یہ ہوگا کہ رسد کی مقدار بڑھ جائے گی۔

3. **دیگر عوامل کی تبدیلی:** اگر پروڈیوسر کے لیے کسی وجہ سے پیداوار کی لاگت (Production Costs)

4. **ٹیکنالوجی (Technology)**

پیداوار کی صلاحیت ،

(Production Capacity)

، حکومتی پالیسیاں (Government Policies)

یا دیگر بیرونی عوامل میں تبدیلی آتی ہے، تو اس سے پورے خط رسد کی پوزیشن میں تبدیلی آ سکتی ہے۔ یہ تبدیلی گراف میں خط رسد کے دائیں یا بائیں طرف حرکت کرتی ہے۔

مثال:

- اگر کسی شے کی پیداوار میں استعمال ہونے والے خام مال کی قیمت کم ہو جائے، تو پروڈیوسر اس شے کی زیادہ مقدار فراہم کرنے کے لیے تیار ہو جائیں گے، اور نتیجتاً خط رسد دائیں طرف منتقل ہو جائے گا۔
- اگر حکومت نئی ٹیکس پالیسی لگاتی ہے یا پیداوار کی قیمتیں بڑھ جاتی ہیں، تو اس سے خط رسد بائیں طرف منتقل ہو سکتا ہے، یعنی رسد کی مقدار کم ہو جائے گی۔

خط رسد کے اثرات:

1. پیداوار کی لاگت میں تبدیلی: اگر پیداوار کی لاگت بڑھ جائے تو پروڈیوسر کم مقدار میں سامان فراہم کرنے کے لیے تیار ہوں گے، اور اس سے خط رسد بائیں طرف منتقل ہوگا۔
2. نئے ٹیکنالوجی کا استعمال: اگر پروڈیوسر نئی ٹیکنالوجی استعمال کرتے ہیں، تو پیداوار کی لاگت کم ہو سکتی ہے، جس سے رسد میں اضافہ ہوگا اور خط رسد دائیں طرف منتقل ہو گا۔
3. حکومتی پالیسیاں: اگر حکومت سبسڈی دیتی ہے تو اس سے پروڈیوسر کی لاگت کم ہو سکتی ہے اور رسد بڑھ جائے گی۔ دوسری طرف، اگر حکومت ٹیکس لگاتی ہے تو رسد میں کمی ہو سکتی ہے۔
4. قدرتی آفات یا ہڑتالیں: قدرتی آفات یا ہڑتالیں پیداوار کو متاثر کر سکتی ہیں، جس سے رسد میں کمی ہو سکتی ہے اور خط رسد بائیں طرف منتقل ہو گا۔

نتیجہ:

خط رسد معیشت میں ایک اہم میکانزم ہے جو قیمت اور مقدار کے تعلقات کو ظاہر کرتا ہے۔ یہ گراف کسی خاص شے کی رسد کی مقدار کے بارے میں معلومات فراہم کرتا ہے اور اس کے ذریعے مارکیٹ کی قیمتوں کے طے ہونے کے عمل کو سمجھا جا سکتا ہے۔ خط رسد میں تبدیلیاں پروڈیوسر کے فیصلوں، بیرونی عوامل، اور حکومت کی پالیسیوں پر منحصر ہوتی ہیں۔

Q.3

اوسط اور مختتم مصارف کا باہمی تعلق بیان کریں۔

Ans:

اوسط اور مختتم مصارف کا باہمی تعلق

1. اوسط مصارف (Average Cost): کسی اوسط مصارف وہ اخراجات ہیں جو کسی کمپنی کو ایک یونٹ مال پیدا کرنے میں آتے ہیں۔ یہ اس بات کو ظاہر کرتا ہے کہ ایک یونٹ مال پیدا کرنے کے لیے کمپنی نے مجموعی طور پر کتنی رقم خرچ کی ہے۔

اوسط مصارف کی اقسام:

- اوسط متغیر مصارف: یہ صرف متغیر اخراجات پر مبنی ہوتے ہیں جیسے مواد، محنت وغیرہ۔
- اوسط ثابت مصارف: یہ ثابت (کامیاب) اخراجات پر مبنی ہوتے ہیں جیسے کرایہ، مشینوں کی قیمت وغیرہ۔
- اوسط مجموعی مصارف: یہ مجموعی اخراجات پر مبنی ہوتے ہیں جو ثابت اور متغیر دونوں اخراجات کو شامل کرتے ہیں۔

2. مختتم مصارف (Marginal Cost): وہ اضافی اخراجات ہیں جو کسی کمپنی کو ایک اضافی یونٹ مال پیدا کرنے کے لیے برداشت کرنا پڑتے ہیں۔ اس سے یہ معلوم ہوتا ہے کہ کسی مخصوص سطح پر پیداوار بڑھانے سے مجموعی اخراجات میں کتنی تبدیلی آتی ہے۔

3. اوسط اور مختتم مصارف کا باہمی تعلق:

- جب مختتم مصارف کم ہوں، تو اوسط مصارف میں کمی آتی ہے۔
- جب مختتم مصارف زیادہ ہوں، تو اوسط مصارف بڑھتے ہیں۔
- اگر مختتم مصارف اور اوسط مصارف برابر ہوں، تو اوسط مصارف میں استحکام آ جاتا ہے۔

4. گراف کے ذریعے تعلق:

- مختتم مصارف کی گراف، شروع میں نیچے کی طرف مڑتی ہے اور پھر اوپر کی طرف جاتی ہے۔
- شکل کا ہوتا ہے، یعنی پہلے کمی ہوتی "U" اوسط مصارف کا گراف عام طور پر ہے اور پھر اضافہ۔
- جب مختتم مصارف اوسط مصارف کے برابر ہوتے ہیں، تب اوسط مصارف اپنے کم ترین نقطے پر ہوتے ہیں۔

5. پیداوار کے مختلف مراحل میں تعلق:

- جب پیداوار کی مقدار کم ہوتی ہے، تو مختتم مصارف کم ہوتے ہیں اور اوسط مصارف بھی کم ہو سکتے ہیں۔
- جیسے جیسے پیداوار کی مقدار بڑھتی ہے، مختتم مصارف کچھ حد تک بڑھنے لگتے ہیں، جس سے اوسط مصارف میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔
- آخرکار، جب پیداوار کی مقدار بہت زیادہ بڑھ جاتی ہے، تو مختتم مصارف اوسط مصارف کو عبور کر لیتے ہیں، اور اس کے بعد اوسط مصارف میں اضافہ ہوتا ہے۔

مثال: فرض کریں کہ ایک کمپنی کے پاس مجموعی مصارف 1000 روپے ہیں اور وہ 6 یونٹ مال پیدا کر رہی ہے، تو اوسط مصارف 10 روپے ہوں گے ($1000 \div 100 = 10$)۔ اگر کمپنی ایک اور یونٹ پیدا کرتی ہے، اور اس سے مجموعی مصارف 1010 روپے ہو جاتے ہیں، تو مختتم مصارف 10 روپے ہوں گے ($1010 - 1000 = 10$)۔ اب اگر کمپنی مزید یونٹ پیدا کرنے کی کوشش کرتی ہے اور مختتم مصارف 12 روپے تک پہنچ جاتے ہیں، تو اس کا مطلب ہے کہ کمپنی کو مزید پیداوار بڑھانے سے اوسط مصارف میں اضافے کا سامنا ہو سکتا ہے۔

نتیجہ: اوسط مصارف اور مختتم مصارف کا باہمی تعلق ایک کمپنی کے پیداواری اخراجات کو سمجھنے میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔ یہ تعلق بتاتا ہے کہ کس طرح پیداوار کی مقدار میں تبدیلی سے کمپنی کے اخراجات میں تبدیلی آتی ہے، اور جب مختتم مصارف اوسط مصارف سے بڑھ جاتے ہیں، تو کمپنی کے لیے پیداوار میں مزید اضافہ فائدہ مند نہیں رہتا۔

Q.4

قانون تغیر تناسبات پر نوٹ تحریر کریں۔

Ans;

قانون تغیر تناسبات (Law of Proportional Change):

قانون تغیر تناسبات معاشی تجزیے کا ایک اہم اصول ہے جو قیمتوں اور مقداروں کے درمیان تعلق کو سمجھنے میں مدد دیتا ہے۔ اس قانون کے مطابق، جب کسی شے کی قیمت میں تبدیلی آتی ہے تو اس کا اثر اس کی مقدار پر بھی پڑتا ہے، اور یہ اثر ایک مخصوص تناسب کے مطابق ہوتا ہے۔ یہ قانون اس بات کو ظاہر کرتا ہے کہ قیمت میں اضافہ یا کمی کس طرح مقدار پر اثر انداز ہوتی ہے۔

قانون تغیر تناسبات کی وضاحت:

اس قانون کے مطابق، کسی شے یا خدمت کی قیمت اور اس کی مقدار میں ایک متعین تناسب ہوتا ہے۔ اگر قیمت میں کسی خاص شرح سے اضافہ ہوتا ہے، تو مقدار میں بھی ایک خاص تناسب سے تبدیلی آتی ہے، اور اس کے برعکس، اگر قیمت کم ہوتی ہے تو مقدار بھی اسی تناسب سے کم ہوتی ہے۔

یہ قانون زیادہ تر مفروضات

(assumptions)

پر مبنی ہوتا ہے، جیسے:

- تمام دیگر عوامل مستقل رہیں: یعنی قیمت میں تبدیلی کے دوران، اس کے اثرات دیگر عوامل پر نہیں پڑیں گے۔
- قیمت اور مقدار میں براہ راست تعلق: قیمت اور مقدار کا تعلق عموماً براہ راست یا متناسب

(proportional)

ہوتا ہے۔

قانون تغیر تناسبات کی مثال:

فرض کریں کہ اگر ایک کمپنی ایک خاص شے کو 100 روپے میں بیچ رہی ہے اور اس کی مقدار 50 یونٹ ہے، تو اگر کمپنی قیمت کو 20 فیصد بڑھا دیتی ہے، تو قانون تغیر تناسب کے مطابق اس کا اثر مقدار پر بھی پڑے گا۔ اگر قیمت 100 روپے سے بڑھ کر 120 روپے ہو جاتی ہے، تو مقدار 50 یونٹ سے کم ہو کر کسی تناسب سے کم ہو جائے گی۔

اس کا مطلب یہ ہے کہ اگر قیمت میں 20 فیصد اضافہ ہو گا تو مقدار میں بھی ایک، متناسب تبدیلی آئے گی، یعنی اگر قیمت کا اثر قیمت کی مقدار کے ساتھ تناسب میں ہو تو اس سے مقدار کی تبدیلی کا اندازہ لگایا جا سکتا ہے۔

قانون تغیر تناسب کا اثر:

1. **رسد اور طلب:** اس قانون کے اثرات رسد اور طلب پر بھی پڑتے ہیں۔ جب قیمت میں اضافہ ہوتا ہے، تو طلب میں کمی آتی ہے، اور جب قیمت کم ہوتی ہے، تو طلب بڑھ جاتی ہے۔ تاہم، اس تعلق کی شدت قیمت کی مقدار پر منحصر ہوتی ہے۔
2. **مارکیٹ کی نوعیت:** بعض اوقات، قیمت اور مقدار کے درمیان تناسبی تعلق میں تبدیلی آ سکتی ہے، خصوصاً جب کسی شے کی قیمت میں تبدیلی سے لوگوں کی خریداری کی عادتوں میں بھی تبدیلی آتی ہو۔
3. **سایہ دار تعلقات:** اس قانون کا اطلاق نہ صرف قیمتوں پر بلکہ دیگر معاشی متغیرات پر بھی ہوتا ہے جیسے اجرتیں، پیداوار کی مقدار، اور پیداوار کے اخراجات۔

قانون تغیر تناسب کا معاشی اہمیت:

1. **قیمتوں کا تجزیہ:** قانون تغیر تناسب قیمتوں کے اتار چڑھاؤ کا تجزیہ کرنے میں مددگار ثابت ہوتا ہے۔ جب قیمتوں میں تبدیلی آتی ہے، تو مارکیٹ میں اشیاء کی فراہمی اور طلب پر اثر پڑتا ہے۔
2. **پیداوار کی منصوبہ بندی:** کمپنیوں کے لیے یہ قانون اس بات کا تعین کرنے میں مدد دیتا ہے کہ اگر قیمتوں میں تبدیلی کی جائے تو اس سے پیداوار کی مقدار پر کیا اثر پڑے گا اور اس کے مطابق وہ اپنے پیداوار کی منصوبہ بندی کر سکتی ہیں۔
3. **پالیسی سازی:** حکومتی سطح پر قیمتوں میں تبدیلی کی پالیسیوں کے اثرات کو سمجھنے کے لیے قانون تغیر تناسب اہم ہے۔ اگر حکومت قیمتوں میں اضافے کی

اجازت دیتی ہے تو اس کا اثر کس طرح کے معاشی رویے (جیسے طلب میں کمی) پر پڑے گا، اس کا تعین اس قانون سے کیا جا سکتا ہے۔

نتیجہ:

قانون تغیر تناسبات معاشی تجزیے میں ایک اہم آلہ ہے جو قیمت اور مقدار کے تعلق کو سمجھنے میں مدد دیتا ہے۔ اس کے ذریعے ہم یہ سمجھ سکتے ہیں کہ قیمت میں تبدیلی کس طرح مقدار پر اثر انداز ہوتی ہے اور مارکیٹ میں کس طرح کا ردعمل ظاہر ہوتا ہے۔ یہ قانون کمپنیوں، حکومتی اداروں اور مارکیٹ کے دیگر کھلاڑیوں کے لیے فیصلہ سازی میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔

Q.5

منڈی کے لوازمات تفصیل سے بیان کریں۔

Ans:

منڈی کے لوازمات وہ عناصر یا شرائط ہیں جو کسی بھی منڈی کے کامیاب اور موثر طور پر کام کرنے کے لیے ضروری ہوتے ہیں۔ منڈی کا مقصد اشیاء اور خدمات کا تبادلہ کرنا ہوتا ہے، اور اس کے لیے چند خاص شرائط کا پورا ہونا ضروری ہوتا ہے تاکہ وہ منڈی موثر انداز میں کام کر سکے۔

منڈی کے لوازمات درج ذیل ہیں:

1. (Buyers and Sellers) کامیاب خریدار اور فروخت کنندہ:

منڈی کی بنیاد خریداروں اور فروخت کنندگان پر ہوتی ہے۔ ایک منڈی میں اشیاء اور خدمات کا تبادلہ تب ممکن ہے جب اس میں دونوں طرف کے لوگ موجود ہوں:

- خریدار وہ لوگ ہوتے ہیں جو اشیاء یا خدمات خریدنے کے لیے تیار ہوں۔

- فروخت کنندہ وہ لوگ یا ادارے ہوتے ہیں جو اشیاء یا خدمات فروخت کرنے کے لیے تیار ہوں۔

اگر خریدار اور فروخت کنندہ دونوں موجود نہ ہوں تو منڈی کا عمل مکمل نہیں ہو سکتا۔

2. مقدار اور قیمت کا تعین (Determination of Quantity and Price):

منڈی میں اشیاء کی قیمت اور مقدار کا تعین ہونا ضروری ہے۔ قیمت اور مقدار کا تعین منڈی میں طلب اور رسد کے قانون کے مطابق ہوتا ہے:

- طلب: ایک خاص قیمت پر خریداروں کی ایک مخصوص مقدار کی خواہش۔
- رسد: ایک خاص قیمت پر فروخت کنندگان کی ایک مخصوص مقدار کی پیشکش۔ منڈی میں ان دونوں کے درمیان توازن

(equilibrium)

ہوتا ہے جہاں قیمت اور مقدار کا تعین ہوتا ہے۔

3. آزادی کا ماحول (Freedom of Entry and Exit):

کسی بھی منڈی کی کامیابی کے لیے اس میں آزادی کا ماحول ضروری ہوتا ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ:

- آزادی سے داخلہ: نئے کاروباروں یا افراد کو مارکیٹ میں داخل ہونے کی آزادی ہونی چاہیے۔
- آزادی سے اخراج: جو کاروبار یا فرد منڈی سے باہر نکلنا چاہے، اسے اس کی آزادی ہونی چاہیے۔

اگر منڈی میں داخلہ اور اخراج پر پابندیاں ہوں تو منڈی کی کارکردگی متاثر ہو سکتی ہے۔

4. معلومات کی فراہمی (Availability of Information):

منڈی کے تمام شرکاء کو قیمتوں، رسد، طلب، اور دیگر متعلقہ معلومات کا علم ہونا ضروری ہے۔ یہ معلومات خریداری اور فروخت کے فیصلوں میں مدد دیتی ہیں:

- خریداروں کو یہ جاننا ضروری ہے کہ کہاں سے اور کتنی قیمت پر اشیاء خریدی جا سکتی ہیں۔

- فروخت کنندگان کو یہ جاننا ضروری ہے کہ مارکیٹ میں ان کی اشیاء کی قیمت کیا ہو سکتی ہے اور کس مقدار میں اشیاء کی طلب ہے۔

5. مقابلہ (Competition):

منڈی میں مختلف فروخت کنندگان کا موجود ہونا ضروری ہے تاکہ اس میں صحیح مقدار میں مقابلہ ہو سکے۔ مقابلہ منڈی میں:

- قیمتوں کو متوازن رکھتا ہے۔
- پیداوار کے معیار کو بہتر بناتا ہے۔
- خریداروں کو انتخاب کی آزادی دیتا ہے۔ مقابلے کی موجودگی سے منڈی کی کارکردگی بہتر ہوتی ہے اور صارفین کے لیے فائدہ مند ہوتی ہے۔

6. قانونی ضوابط (Legal Framework):

منڈی کی کامیابی کے لیے ایک مضبوط قانونی ڈھانچہ ضروری ہے جس کے ذریعے:

- معاہدے اور لین دین کی قانونی حیثیت کی ضمانت دی جاتی ہے۔
- حقوق اور فرادی ذمہ داریوں کی حفاظت کی جاتی ہے۔
- فراڈ اور غلط بیانی جیسے مسائل سے نمٹنے کے لیے قوانین موجود ہوں۔ اس سے منڈی میں شفافیت آتی ہے اور ہر فرد یا ادارہ اپنے حقوق کے بارے میں پراعتماد ہوتا ہے۔

7. ادائیگی کا طریقہ (Mode of Payment):

منڈی میں خریداری اور فروخت کے لیے ایک واضح اور قابل بھروسہ ادائیگی کا طریقہ ہونا ضروری ہے۔ ادائیگی کی مختلف شکلیں ہو سکتی ہیں:

- نقدی: جب خریدار فوری طور پر قیمت ادا کرتا ہے۔
- کریڈٹ: جب خریدار قیمت بعد میں ادا کرتا ہے۔
- آن لائن ادائیگیاں: جب آن لائن خریداری کی جاتی ہے اور ادائیگی کے لیے ڈیجیٹل ذرائع استعمال ہوتے ہیں۔ اس کا مقصد لین دین کو آسان اور محفوظ بنانا ہوتا ہے۔

8. مال و دولت کی موجودگی (Availability of Goods and Services):

منڈی میں اشیاء اور خدمات کا ایک معقول ذخیرہ ہونا ضروری ہے تاکہ خریداروں کے لیے انتخاب کے مواقع موجود ہوں۔ اگر اشیاء کی فراہمی کم ہو یا کمیابی ہو تو اس سے منڈی کی کارکردگی متاثر ہو سکتی ہے۔

9. مختلف اقسام کی منڈیاں (Different Types of Markets):

منڈی میں مختلف اقسام کی منڈیاں ہو سکتی ہیں:

- ہول سیل مارکیٹ: یہاں پر بڑی مقدار میں اشیاء خریدی اور بیچی جاتی ہیں۔
- ریٹیل مارکیٹ: یہاں پر اشیاء چھوٹی مقدار میں بیچی جاتی ہیں۔
- آن لائن مارکیٹ: یہاں پر انٹرنیٹ کے ذریعے اشیاء کی خرید و فروخت ہوتی ہے۔

10. ٹیکنالوجی کا کردار (Role of Technology):

آج کل کی منڈیوں میں ٹیکنالوجی کا اہم کردار ہے۔ انٹرنیٹ، ای کامرس، اور جدید ذرائع ابلاغ نے منڈیوں کو عالمی سطح پر تبدیل کر دیا ہے۔ ٹیکنالوجی کی مدد سے

- اشیاء کی دستیابی اور قیمتوں کی معلومات فوری طور پر حاصل کی جا سکتی ہیں۔
- خرید و فروخت کے عمل کو آسان اور تیز تر بنایا جا سکتا ہے۔

نتیجہ:

منڈی کے لوازمات وہ بنیادی عناصر ہیں جو کسی منڈی کی کامیابی اور کارکردگی کو متاثر کرتے ہیں۔ ان لوازمات کی موجودگی سے منڈی میں توازن، شفافیت، اور کارکردگی کا تسلسل برقرار رہتا ہے۔ ہر منڈی کے لئے یہ ضروری ہے کہ یہ تمام شرائط پوری ہوں تاکہ خریدار اور فروخت کنندہ دونوں کو فائدہ پہنچ سکے اور معیشت کی ترقی میں حصہ ڈال سکیں۔