



E-Content

Instructional Media Centre
Maulana Azad National Urdu University
Gachibowli, Hyderabad - 32
T.S. India

Subject / Course - B.A.

Paper : Microeconomics

Module Name/Title : Theory of Consumer Behaviour



DEVELOPMENT TEAM

CONTENT	DDE SLM / Dr. Sayed Hasan Qayed
PRESENTATION	Dr. Sayed Hasan Qayed
PRODUCER	Omar Azmi



Instructional Media Centre
Maulana Azad National Urdu University
Gachibowli, Hyderabad - 32
T.S. India



باب 2 صارف کا رویہ اور طلب کا نظریہ

Consumer Behaviour And The Demand Theory

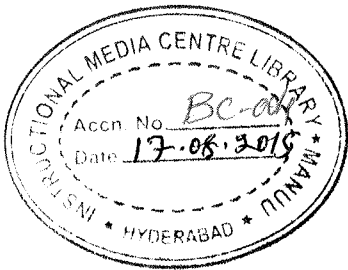
پہلے باب میں آپ نے معاشی نظام کے تصور نیز بنیادی معاشی قوانین اور مختلف معاشی نظاموں کے بارے میں معلومات حاصل کی تھیں۔ یہ باب قانون تفکیلی مختتم افادہ (گھٹتے حاشیائی افادہ کا قانون) قانون مساوات افادہ مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون) کے علاوہ خط بے نیازی کے مختلف تجزیوں اور قانون طلب و طلب کی چمک سے بحث کرتا ہے۔

اکائی 4 افادہ کے معنی، گل افادہ کے تقابلی تجزیے، اوسط افادہ اور مختتم (حاشیائی) افادہ، قانون تفکیلی مختتم افادہ (گھٹتے حاشیائی افادہ کا قانون)، قانون مساوات افادہ مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون) اور نفع صارف کے تصور سے بحث کرتی ہے۔

اکائی 5 خط بے نیازی کا تصور، بحث قیمت خط کا مفہوم، قیمت صرف خط اخذ کرنا، قیمت اثر کو آمدنی اور نعم البدل اثرات میں تقسیم کرنا اور خط بے نیازی کی مدد سے نفع صارف کا تخمینہ کرنا جیسے امور کی وضاحت کرتی ہے۔

اکائی 6 طلب کے معنی اور طلب پر اثر انداز ہونے والے عاملین، قانون طلب، خط طلب کے ساتھ نقل و حرکت کی شناخت، قیمتوں پر حکومتوں کی پالیسی کے لئے قانون طلب کے استعمال سے بحث کرتی ہے۔

اکائی 7 طلب کی چمک پذیری کا تصور، طلب کی چمک بلحاظ قیمت، طلب کی چمک بلحاظ آمدنی، طلب کی متقابل چمک بلحاظ قیمت، چمک کے اقسام، طلب کی چمک کی پیمائش، طلب کی چمک بلحاظ قیمت کی اہمیت اور اس کو متعین کرنے والے عاملین کی وضاحت کرتی ہے۔



اکائی 4 قانون تقلیل مختتم افادہ (گھٹتے حاشیائی افادہ کا قانون) اور قانون مساوات افادہ مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون)

Law of Diminishing Marginal Utility and Equimarginal Utility

Structure	ساخت	
Objectives	مقاصد	4.0
Introduction	تمہید	4.1
Utility	افادہ	4.2
Total Utility, Average Utility and Marginal Utility	جملہ (کل) افادہ، اوسط افادہ اور مختتم (حاشیائی) افادہ	4.3
Law of Diminishing Marginal Utility	قانون تقلیل مختتم افادہ (گھٹتے حاشیائی افادہ کا قانون)	4.4
Marginal Utility of Money	زر کا مختتم (حاشیائی) افادہ	4.5
	تقلیل مختتم افادہ (گھٹتا حاشیائی افادہ) اور شے کی طلب	4.6
Diminishing Marginal Utility and Demand for a Commodity		
The Law of Equimarginal Utility	قانون مساوات افادہ مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون)	4.7
Consumer's Surplus	نفع صارف	4.8
Let Us Sum Up	خلاصہ	4.9
Key Words	کلیدی الفاظ	4.10
Answers to Check Your Progress	اپنی معلومات کی جانچ: جوابات	4.11
Terminal Questions	امتحانی سوالات	4.12

Objectives مقاصد 4.0

اس اکائی کے مطالعہ کے بعد آپ

- افادہ کے تصور کی وضاحت کر سکیں گے۔
- جملہ (کل) افادہ، اوسط افادہ اور مختتم (حاشیائی) افادہ کے تقابلی تجزیہ سے بحث کر سکیں گے۔
- قانون تقلیل مختتم افادہ (گھٹتے حاشیائی افادہ کا قانون) اور اس کی کوتاہیوں یا تحدیدات کی وضاحت کر سکیں گے۔
- زر کے مختتم (حاشیائی) افادہ سے بحث کر سکیں گے۔
- تقلیل مختتم افادہ (گھٹتا حاشیائی افادہ) کے تجزیہ کے ذریعہ شے کی طلب کی وضاحت کر سکیں گے۔
- قانون مساوات افادہ مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون) اور اس کی کوتاہیوں یا تحدیدات سے بحث کر سکیں گے۔
- نفع صارف کے تصور اور اس کی کوتاہیوں یا تحدیدات کی وضاحت کر سکیں گے۔

Introduction تمہید 4.1

کچھلی اکائی میں آپ نے معاشی نظام کے مرکزی مسائل، بنیادی معاشی قوانین اور مختلف قسم کے معاشی نظاموں کے بارے میں معلومات حاصل کی تھیں۔ یہ اکائی صارف کے رویہ اور طلب کے نظریہ سے بحث کرتی ہے نیز معاشی استدلال کے چند اہم نظریاتی بنیادوں اور معاشی ترقی کے میدانوں کا خاکہ تیار کرتی ہے۔ ہمیں یہ معلوم ہونا چاہیے کہ (1) قیمتوں کا تعین (2) مختلف اشیاء کی قیمتوں میں وقوع ہونے والی تبدیلیاں صاف اور واضح طور پر (i) ان اشیاء کی طلب (ii) اور ان اشیاء کی رسد سے جڑی ہوئی ہیں۔ اسی لیے ایک دوسرے کو متاثر کرنے کی کیفیت میں ان تینوں (یعنی طلب، رسد اور قیمتوں کے درمیان مسلسل بین عمل جاری رہتا ہے۔ دیگر الفاظ میں ان تینوں کے درمیان ایک ایسا بین عمل جس میں یہ تینوں ایک دوسرے کو متاثر کرتے ہیں جاری رہتا ہے۔ معاشی ماہرین ہمیشہ سے اس حقیقت کو دریافت کرنے سے دلچسپی رکھتے ہیں کہ قیمتوں کا تعین کس طرح ہوتا ہے؟ اور کس طرح ان میں تبدیلیاں واقع ہوتی ہیں؟ اس مقصد کے حصول کو پیش نظر رکھتے ہوئے وہ عام طور پر چھوٹے چھوٹے اور سہل تر سوالوں سے آغاز کرتے ہیں جیسے (i) کسی ایک شے کی قیمت کا تعین (ii) ایک شے کی قیمت میں تبدیلیاں وغیرہ اور پھر تجزیہ کے ان طریقوں اور مشاہدات کو قیمتوں کے وسیع تر احاطہ کے لیے وسعت دیتے ہیں۔

اب اگر ہم کسی شے کی قیمت پر غور کر رہے ہیں تو ہمیں پتہ چلتا ہے کہ اس کے دو پہلو ہیں جو یہ ہیں (i) خریداروں کی طرف سے قیمت کی ادائیگی (ii) فروشنڈوں کی طرف سے قیمت کی وصولی۔ اس باب میں ہم پہلے پہلو یعنی خریداروں کی طرف سے قیمت کی ادائیگی کا قریبی مشاہدہ کریں گے جس کو صارف کارویہ کہتے ہیں۔

شروعات کے طور پر صرف کی کسی شے کو منتخب کر لیا جاتا ہے۔ تاکہ اس کو صارفین خرید سکیں۔ (کوئی شے اگر وہ داخل input کی حیثیت کی حامل ہے جس کو پیدا کنندہ پیدائش میں استعمال کرنے کے لئے خریدتا ہے تو اس کے بارے میں دوسرے مرحلہ پر غور کیا جائے گا۔ فی الوقت ہم صارفین اور خریداروں کی دو اصطلاحوں کو ایک دوسرے کے باہم متبادل کے طور پر استعمال کر رہے ہیں)۔ دوسری طرف اس کے خریداروں کی جانب سے اسی طرح کسی خریدار کو جو بہت عام قسم سے تعلق رکھتا ہے تجزیہ کے لئے منتخب کر لیا جاتا ہے تو اس کا مطلب یہ ہے کہ عام خریداروں کی طرف سے اس کو مثالی، منفرد یا نمائندہ خریدار Typical buyer کی حیثیت حاصل ہے۔ یہ انتخاب اسی لئے کیا جا رہا ہے کہ ”نمائندہ خریدار“ کے رویہ کے مشاہدات کو عملی طور پر خریداروں کی پوری جماعت تک وسعت دی جاسکے۔ ایسا طریقہ اختیار کر کے معاشی ماہرین ذیل میں دئے گئے چند آسان لیکن متعلقہ سوالات پر غور کرتے ہیں جیسے

کوئی مثالی خریدار شے کیوں خریدتا ہے؟ خریدار شے کی قیمت ادا کرنے پر کیوں آمادہ ہے؟ اور شے کی خریداری سے کیوں باز نہیں رہتا؟ اور مختلف قیمتوں کے لحاظ سے اس شے کی کتنی مقدار خریدتا ہے؟ ان سوالوں کے جوابات کو مجموعی طور پر زیر بحث منفرد خریدار کا طلب کارویہ (Demand behaviour) کہتے ہیں۔ ہم کو یہ جاننا چاہیے کہ ان سوالات کے جواب کو باضابطہ اصول کے طور پر پیش کرنے کے لئے معاشی ماہرین افادہ کے تصور (Concept of Utility) سے مدد لیتے ہیں۔ افادہ کے تصور سے کچھ حد تک آپ پہلے ہی سے واقف ہیں۔ اس اکائی میں آپ اس تصور کے بارے میں کچھ زیادہ معلومات حاصل کریں گے۔ ان معلومات سے نہ صرف آپ کو نمائندہ صارف کے طرز عمل (روبیہ) کو سمجھنے میں مدد ملے گی بلکہ ان کو تجزیہ کیلئے ایک معیاری کارآمد طریقہ کے طور پر استعمال کرنے کیلئے بھی پیش کر سکیں گے مثال کے طور پر آپ یہ دیکھیں گے کہ ایک طرف صارف کو خریدی ہوئی شے سے کچھ افادہ حاصل ہوتا ہے تو دوسری طرف صارف شے کی قیمت کی ادائیگی کی شکل میں کچھ افادہ کھوتا ہے۔ اس لحاظ سے ہم خود اس نتیجے پر پہنچتے ہیں کہ کوئی صارف صرف اس وقت تک کسی شے کی خریداری کو جاری رکھے گا جب تک کہ قیمت کی شکل میں کھویا ہوا افادہ شے میں پائے جانے والے افادہ سے کم یا کم از کم مساوی ہے۔ آسان الفاظ میں قیمت کی شکل میں کھویا ہوا افادہ اگر خریدی ہوئی شے میں پائے جانے والے افادہ سے کم یا کم از کم مساوی ہے تو صارف اس شے کی خریداری کو جاری رکھے گا۔ آپ یہ نتیجہ بھی اخذ کر سکتے ہیں کہ اگر شے میں پایا جانے والا افادہ شے کی ادا کردہ قیمت کے مقابلہ میں کم ہے تو صارف اس شے کو کم مقدار میں خریدے گا۔ اسی طرح اگر اس کی قیمت اونچی ہو جاتی ہے تو شے کی خرید کردہ مقدار میں دوبارہ تخفیف ہو جاتی ہے۔ اس طریقہ سے اگر آپ کسی منفرد صارف کے خریداری کے طرز (روبیہ) کو ایک بار معیاری شکل

دینے کے قابل ہو جاتے ہیں تو اس شے کے تمام صارفین تک اس طریقے کو وسعت دے سکتے ہیں۔ اور اب آپ زیر غور شے کی قیمت میں تبدیلی کے نتیجے میں سارے مارکٹ میں اسکی طلب کے تغیر کے انداز کو بیان کرنے کے قابل ہو جاتے ہیں۔ تاہم قبل اس کے کہ آپ شے کی طلب کے اہم مشاہدات کے بارے میں نتائج اخذ کرنے کیلئے تیار ہو جائیں خود "افادہ کے تصور" (Concept of Utility) کے بنیادی متبادیات کے بارے میں بحث اور تشریح ہمارے لئے ضروری ہے۔

4.2 افادہ Utility

اس تصور کے ضروری مبادیات سے ہم پہلے ہی سے اچھی طرح واقف ہیں۔ ابتدائی اکائی میں آپ کو یہ بتایا گیا تھا کہ کسی شے میں پائی جانے والی احتیاج کی تشفی کی صلاحیت کو افادہ کہتے ہیں تاہم میں اس مفہوم میں افادہ کے ادعا کو معاشیات میں واقعی استعمال میں لانے سے قبل اس کی واضح تشریح اور تعین کمیت (قدر کا اندازہ) ضروری ہے جو آپ کو افادہ کے تصور کی صحیح اور ٹھیک تعریف بیان کرنے کی طرف متوجہ کرتی ہے۔

کسی شے کا افادہ اس تشفی کی نمائندگی کرتا ہے جو اس شے کے صارف کو قبل الوصول ہے۔ تشفی جس کی صرف امید رکھی جاسکتی ہے یعنی جو متوقع ہے اسی لئے کہ شے کی تشفی کے ساتھ غیر یقینیت کا عنصر جزا ہوا ہے۔ اسی لئے حقیقت میں شے سے حاصلہ واقعی تشفی کا اس کی متوقع تشفی کی مقدار کے مساوی ہونا ضروری نہیں۔ دوسرے الفاظ میں تشفی اور افادہ ایک چیز نہیں۔ افادہ متوقع تشفی اور تشفی حاصلہ افادہ ہے۔ لیکن آپ کو ایک اہم بات یہ جاننا ضروری ہے کہ کسی صارف کا شے کو خریدنے یا نہ خریدنے کا فیصلہ شے کے افادہ پر ہوتا ہے نہ کہ شے کی تشفی پر۔ شے کا افادہ یعنی (متوقع تشفی) صارف کو شے کے حصول اور اس کی قیمت کی ادائیگی پر راغب کرتا ہے۔ حقیقت تو یہ ہے کہ کسی شے کے افادہ کا تخمینہ کئی چیزوں سے متاثر ہوتا ہے۔ جیسے صارف کا دیرینہ تجربہ، دوسرے صارفین کا تجربہ، تشہیر اور دیگر ہوبوباری ہتکنڈے وغیرہ۔ یہ تمام باتیں کہنے اور سننے کی ہیں۔ اصل بات تو یہ ہے کہ خود صارف کا افادہ کا ذاتی تخمینہ شے کے خریدنے یا نہ خریدنے کے فیصلہ کا تعین کرتا ہے۔ کوئی صارف صرف اس وقت تشفی حاصل کر سکتا ہے جب وہ واقعی کسی شے کو خریدتا ہے لہذا سب سے پہلے شے کی خریداری ضروری ہے۔

کسی شے کی افادہ کی اہم خصوصیت اس حقیقت سے وابستہ ہے کہ افادہ کوئی مستقل چیز نہیں یعنی اس میں استقرار نہیں پایا جاتا کیونکہ یہ مختلف صارفین کے لئے مختلف ہوتا ہے اور (same) صارف کے لئے بھی مختلف حالات اور مختلف اوقات میں مختلف ہوتا ہے۔ اس منظر (حقیقت) کے اسباب آسانی سے دیکھے جاسکتے ہیں۔

پہلی بات تو یہ ہے کہ کسی شے کے افادہ کا انحصار صارف کی احتیاج کی شدت پر ہے جس کے ساتھ اس حاجت کی تشفی ہوتی ہے۔ عام مشاہدہ یہ ہے کہ یہ ہی احتیاج تمام صارفین مساوی شدت کے ساتھ محسوس نہیں کرتے۔ مثال کے طور پر صبح کے ناشتہ کے لئے روٹی کا ہر صارف مساوی طور پر بھوکا نہیں ہے۔

دوسری بات یہ ہے کہ کسی شے کے استعمال سے صارف کی متوقع تشفی کی مقدار کے اندازے پر افادہ کا انحصار ہے اور مختلف صارفین کا مختلف اندازے قائم کرنا یقینی ہے۔ صارف کو درپیش حالات اور ان پر غور کرنے کے انداز پر اس کے افادہ کے تخمینہ کا انحصار ہے۔ لیکن کسی صورت حال کا اندازہ کرنے کا کوئی معیاری طریقہ نہیں ہے جس کو اوزانی پیمائش کی طرح رکھا جاسکے۔ دیئے ہوئے حالات میں وہی صارف حالات پر غور کے مختلف طریقے اختیار کرتا ہے۔ ایک پیاسا شخص جسے ایک گلاس پانی مل رہا ہے اگر یہ سمجھتا ہے کہ اسے آئندہ 48 گھنٹوں تک پانی کا ایک قطرہ بھی ملنے کی امید نہیں ہے یا اس کو اس بات کا یقین ہے کہ جب جتنا چاہے پانی اسے حاصل ہو سکتا ہے تو اس کے لئے پہلی صورت حال میں اس گلاس کے پانی کا افادہ دوسری صورت حال کے مقابلے میں زیادہ ہے۔

تیسری بات یہ ہے کہ تمام صارفین کا کسی شے کو مساوی طور پر پسند کرنا ضروری نہیں۔ حالات بدستور ہیں (جو کہ توں ہیں) کے تحت انڈے نہ پسند کرنے والوں کے مقابلہ میں انڈے پسند کرنے والوں کے لئے انڈوں کا افادہ زیادہ ہی ہو گا۔ اسی طرح دواؤں کی افادیت ان مریضوں کے لئے زیادہ ہے جن کو ڈاکٹر نے خصوصی طور پر ان کے لئے تجویز کیا ہے۔

جو تھی بات یہ کہ صارفین کے درپیش حالات بدلتے رہتے ہیں جیسے موسم کی تبدیلی، مقام کی تبدیلی وغیرہ۔ یہ ایسی چیزیں ہیں جو صارف کی شے کی ضرورت میں تبدیلیاں عمل میں لاتی ہیں۔ جس کے نتیجے میں ان اشیاء کے متعلقہ افادہ میں تبدیلیاں ہوتی ہیں۔

پانچویں بات یہ ایک مسلمہ حقیقت ہے کہ کسی حاجت کی تشفی کے لئے جب کسی شے کو مسلسل استعمال کیا جاتا ہے تو اس شے کی چاہت کی شدت میں کمی ہوتی جاتی ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ شے کی زائد اکائیوں کے صرف سے تشفی کی مقدار میں کمی ہوتی ہے لہذا اس شے کا افادہ بھی کم ہوتا جاتا ہے۔ افادہ کے تصور کی دوسری اہم خصوصیت اس کی پیمائش سے تعلق رکھتی ہے۔ ہم ان پیمائشی اکائیوں سے بخوبی واقف ہیں جن کے ذریعہ عام طور پر لمبائی، تعداد، وزن، وقت اور دیگر مقداروں کی پیمائش کی جاتی ہے۔ دوسرے سائنسی مضامین کی طرح معاشیات میں بھی تجربہ کی غرض سے مقداروں اور متغیرات کے تخمینہ کیلئے پیمائشات کا انتخاب کرنا ہے۔ افادہ کا تصور بھی معیاری پیمائشی اکائیوں میں اس کے تخمینہ کی ضرورت پر روشنی ڈالتا ہے۔ بد قسمتی سے ایسے پیمائشات کا حقیقت میں وضع کرنا ممکن نہیں کیونکہ کسی شے کا افادہ صارف کے دماغی اندازے کی نمائندگی کرتا ہے۔ یعنی افادہ کے تعلق سے تشفی کا وہ نقطہ نظر بیان کرتا ہے جس میں صارف کی متوقع تشفی کی حد کا اندازہ کیا جاتا ہے۔ دوسرے الفاظ میں مطلق انداز (یعنی کارڈینل طریقے سے) میں افادہ کی پیمائش ممکن نہیں۔ زیادہ سے زیادہ کوئی صارف ہمیں یہ بتا سکتا ہے کہ اس شے کی دو مقداروں میں سے کونسی مقدار سے اس کو زیادہ افادہ حاصل ہوا یا دو مختلف اشیاء A اور B میں سے کونسی شے یا ان کے کونسے مجموعے میں صارف کے لئے زیادہ افادہ ہے۔ دوسرے الفاظ میں صارف افادوں کو صرف درجہ واری یعنی صعودی اور نزولی (چڑھتی اور اترتی یا بڑھتی اور گھٹتی) اساس پر ترتیب دے سکتا ہے۔ لہذا اس حقیقت کو بیان کرنے کے لئے یہ کہا جاسکتا ہے کہ افادہ کی کارڈینل (مطلق) انداز میں پیمائش نہیں کی جاسکتی البتہ درجہ واری (آرڈینل) انداز میں کی جاسکتی ہے۔ اس بیان کا ایک اہم اطلاق یہ بھی ہے کہ آپ جب یہ جانتے ہیں کہ افادہ کا مطلق انداز میں تخمینہ نہیں کیا جاسکتا لہذا شے A کی اکائی کے دو مختلف صارفین x اور y کے افادوں کے سلسلے میں بھی یہ نہیں بتایا جاسکتا کہ شے A سے کون سے صارف کو زیادہ افادہ حاصل ہوا۔ اسی لئے معاشی استدلال میں یہ کہا جاتا ہے کہ افادہ کا بین شخصی تقابل Inter-personnel comparisons ممکن نہیں۔

مطالعہ کے اس مرحلہ پر تاہم ہمیں یہ یاد رکھنا چاہیے کہ تجربہ کی سہولت کی خاطر ہمارے لئے یہ فرض کرنا ضروری ہے کہ افادہ کا مطلق (کارڈینل) طریقے سے تخمینہ ممکن ہے۔ اسی طرح افادہ کے بین شخصی تقابل کے علاوہ کچھ اور دیگر سہل مفروضے بھی ہم کو بنانے پڑیں گے۔ تاہم پانچویں اکائی میں آپ کو افادہ کے آرڈینل پیمائش کے طریقے سے متعارف کروایا جائے گا جس کی بنیاد پر صارف کے رویہ کا تجربہ کیا جائے گا۔

کسی شے کے افادہ سے اس کا کارآمد یا فائدہ مند ہونا ہر گز مراد نہیں ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ کارآمد اور فائدہ مندی کی خصوصیت پر صارف کسی شے کو نہیں خریدتا۔ صارف جب یہ یقین کرتا ہے کہ کسی شے کے استعمال سے اس کی کسی احتیاج کی تشفی ہوگی تو اس شے میں اس صارف کے لئے افادہ ہے۔ اس طرح کچھ نشہ آور چیزیں (ڈرگس یا مضر صحت اشیاء) جو انسان کی صحت برباد کر دیتے ہیں لیکن ان میں نشہ کرنے والے صارفین کے لئے افادہ ہے۔ سگریٹ نوشی پھپھڑوں کے لئے مضر ہی سہی لیکن بہت سارے سگریٹ کے شوقین قیمت ادا کر کے زہر خریدتے ہیں۔ اسی لئے معاشیات میں افادہ کے تصور کے اطلاقات اخلاقی یا قدری حیثیت نہیں رکھتے۔

4.3 جملہ (کل) افادہ، اوسط افادہ اور مختتم (حاشیائی) افادہ

Total Utility, Average Utility and Marginal Utility

شماربائی مثال (Numerical example) کی مدد سے جملہ افادہ، اوسط افادہ اور مختتم افادہ کے تصورات کو آپ آسانی سے سمجھ سکتے ہیں۔ یہ فرض کر کے کہ حالات بدستور ہیں (جو کہ توں ہیں) تسلسل میں ایک کے بعد ایک، ہر زائد آم کے استعمال سے حاصل ہونے والے افادہ کو جدول 4.1 میں دکھایا گیا ہے۔ اس جدول یا ٹیبل پر نظر کر کے پر آپ کو معلوم ہوگا کہ صارف X کو پہلے آم سے افادہ کی 25 اکائیاں حاصل ہو رہی ہیں۔ اور دوسرے آم سے 18 اکائیاں اور اسی طرح تیسرے، چوتھے آم کے استعمال سے مختلف اکائیوں پر مشتمل افادے حاصل ہو رہے ہیں پانچویں آم کے استعمال سے زیر غور صارف صرف تین اکائیوں کا افادہ حاصل کر رہا ہے۔ چھٹے آم کے استعمال سے صارف کو کوئی فائدہ حاصل نہیں ہو رہا ہے جبکہ ساتویں آم کا استعمال صارف کے لئے منفی افادہ کا باعث ہے یعنی اس کو افادہ کے بجائے عدم افادہ ہے۔ جدول میں یہ صورت حال

دو (2) اکائیوں پر مشتمل عدم افادہ کو ظاہر کر رہی ہے اس کا مطلب یہ ہے کہ ساتویں آم کے استعمال سے صارف، کوئی افادہ کی توقع نہیں رکھتا بلکہ وہ یہ سمجھتا ہے کہ اس کا استعمال اس کے لئے تشفی کی بجائے عدم تشفی کا باعث ہوگا۔

صارف کو شے کی آخری اکائی سے حاصل ہونے والے افادہ کو مختتم (حاشیائی) افادہ Marginal Utility کہتے ہیں۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ کسی شے کے مختتم افادہ کو معلوم کرنے کے لئے صارف کی حاصل کردہ شے کی مقدار کا معلوم ہونا ضروری ہے۔ اسی لئے جدول 4.1 کے کالم 2 پر نظر ڈالیے۔ اگر صارف صرف ایک آم خریدتا ہے تب اس ایک آم کا افادہ بذات خود، مختتم افادہ کو ظاہر کرتا ہے جو 25 اکائیوں پر مشتمل ہے۔ دوسری صورت میں جب صارف 2 آم خریدتا ہے تب اس صورت میں مختتم افادہ دوسرے آم کے افادہ پر مشتمل ہوگا جو اس جدول میں 18 اکائیوں پر مشتمل ہے۔ اس طرح پانچ آموں کی خریداری کی صورت میں پانچویں آم کا مختتم افادہ 3 اکائیوں پر مشتمل ہے۔ 6 آموں کے ساتھ چھٹے آم کے لئے مختتم افادہ صفر ہے اور ساتویں آم کے لئے مختتم افادہ دو منفی اکائیوں پر مشتمل ہے۔ (تسلسل میں ایک کے بعد ایک ہر زائد آموں کے استعمال سے مختتم افادہ میں گھٹنے کے رجحان کی وضاحت بعد میں اس ہی اکائی میں کی جائے گی)۔

جملہ (کل) افادہ Total Utility صارف کی ملی ہوئی شے کی تمام اکائیوں کی جملہ مقدار سے حاصل ہونے والے افادوں کے مجموعہ کو جملہ افادہ کہتے ہیں۔ جدول 4.1 میں دی گئی مثال سے اس کی وضاحت کی جاسکتی ہے۔ جب صارف تین آم لیتا ہے۔ تب جملہ افادہ $25 + 18 + 12 = 55$ اکائیاں ہیں۔ جدول 4.1 کے چوتھے کالم سے آموں کی ہر تعداد کے جملہ افادے کے اعداد پڑھیں جاسکتے ہیں۔ آپ یہ بات اچھی طرح سمجھ لیں گے کہ جملہ افادہ، مختتم افادوں کے سلسلہ وار مجموعہ کے سوا کچھ اور نہیں۔ اسی طرح مختتم افادہ جملہ افادہ میں اس اضافہ کے سوا کچھ نہیں جولی گئی شے کی آخری اکائی سے وصول ہوا۔ اسی لئے جب مختتم افادہ صفر ہے تو جملہ افادہ میں اب کوئی تبدیلی نہیں ہو رہی ہے۔ جب صارف آموں کی تعداد میں چھٹے آم کا بھی اضافہ کر دیتا ہے تو ہماری اس مثال میں جملہ افادہ 65 اکائیوں پر غیر متبدل ہی ہے یعنی قائم ہے۔ جب مختتم افادہ منفی ہے تو جملہ افادہ بھی گھٹتا ہے۔ جس کو اس مثال میں صارف کی آموں کی تعداد میں ساتویں آم کے اضافہ سے دکھایا گیا ہے۔

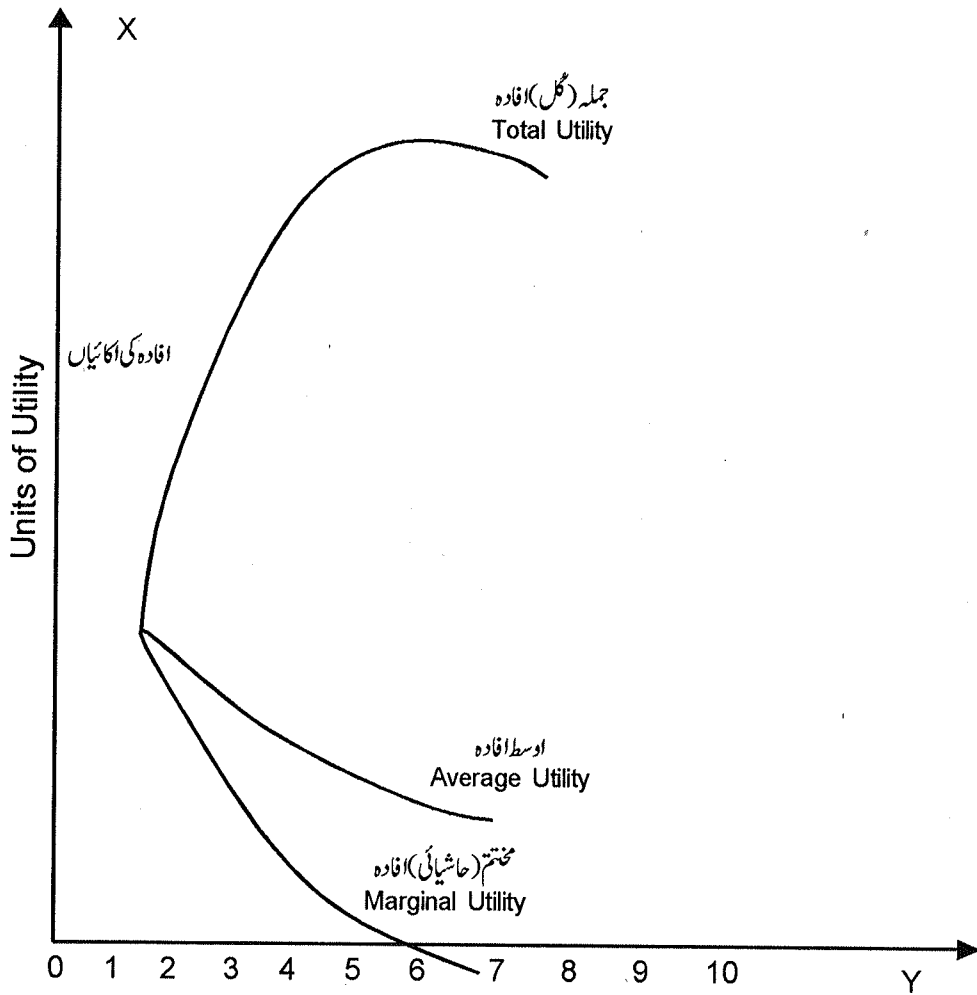
جدول 4.1

صارف کے لئے آموں کا افادہ Utility of Mangoes for the Consumer

	مختتم (حاشیائی) افادہ Marginal Utility (MU)	اوسط افادہ Average Utility (AU)	جملہ (کل) افادہ Total Utility (TU)
(1)	(2)	(3)	(4)
پہلا آم	25	25	25
دوسرا آم	18	21.5	43
تیسرا آم	12	18.3	55
چوتھا آم	7	15.5	62
پانچواں آم	3	13	65
چھٹا آم	0	10.8	65
ساتواں آم	-2	9	63

اوسط افادہ (Average Utility (AU) : جملہ افادہ کو شے کی جملہ اکائیوں سے تقسیم کرنے سے اوسط افادہ حاصل ہوتا ہے۔ جدول 4.1 کے کالم 3 میں اوسط افادہ کے اعداد دکھائے گئے۔ اوسط افادہ پر غور کرتے وقت یہ بات ذہن نشین رہے کہ مختتم افادہ میں تبدیلی کے مقابلہ میں اوسط افادہ میں تبدیلی عام طور پر کم تر یا کم از کم (اس کے مساوی ہوتی ہے) ایسا اس لئے ہوتا ہے کہ مختتم افادہ کی وجہ سے جملہ افادہ میں اضافہ، شے کی تمام اکائیوں میں پھیل جاتا ہے مثال کے طور پر جب صارف تیسرا آم لیتا ہے تو مختتم افادہ 18 اکائیوں سے گھٹ کر 12 اکائیوں تک اتر جاتا ہے یا اس میں 6 اکائیوں کی حد تک کمی ہوتی ہے تاہم اوسط افادہ 21.5 اکائیوں سے گھٹ کر 18.3 اکائیوں تک گر جاتا ہے یا اس میں 3.2 اکائیوں کی حد تک کمی ہوتی ہے۔ اسی طرح جب ساتواں آم لیا جاتا ہے تو مختتم افادہ میں دو اکائیوں کی کمی ہوتی ہے لیکن اوسط افادہ میں صرف 1.8 اکائیوں کی حد تک کمی ہوتی ہے۔

ہمیں یہ معلوم چاہیے کہ آم کی پہلی اکائی کے سلسلے میں تینوں افادوں یعنی (جملہ، اوسط اور مختتم) میں یکسانیت رہتی ہے۔ ہماری اس مثال میں تینوں افادے 25 اکائیوں پر مشتمل ہیں۔



خرید شدہ آموں کی تعداد
جملہ افادہ، اوسط افادہ اور مختتم افادہ کا درمیانی تعلق

آموں کے جملہ، اوسط اور مختتم افادوں کو گراف کی شکل میں بھی پیش کیا جاسکتا ہے، شکل 4.1 میں OX کے افقی خط پر آموں کی تعداد اور OY کے عمودی خط پر افادہ کی اکائیوں کی پیمائش کی گئی ہے۔ توقع کے مطابق افادوں کے تینوں خطوط کا اسی نقطہ سے آغاز ہوتا ہے۔ جملہ افادہ کے خط کے برخلاف اوسط اور مختتم افادوں کے خطوط اپنی تمام لمبائی کے دوران مسلسل گھٹتے ہی رہتے ہیں۔ جہاں تک مختتم افادہ مثبت اور اس کا خرچ OX کے افقی خط کے اوپر ہے وہاں تک جملہ افادہ کے خط میں اوپر اٹھنے کا رجحان برقرار ہے۔ جب مختتم افادہ کا خط OX کے افقی خط کو قطع کرتا ہے تو جملہ افادہ کے خط میں اضافہ کا رجحان رک جاتا ہے۔ اور جب مختتم افادہ کا خط OX کے افقی خط سے نیچے اتر جاتا ہے تو جملہ افادہ کا خط بھی مائل بہ زوال ہو جاتا ہے یعنی گھٹتا ہے۔

اپنی معلومات کی جانچ A

1. ذیل میں دیئے گئے جملے صحیح ہیں یا غلط نشانہ ہی کیجئے۔

- (i) افادہ اور تشفی ایک ہی چیز ہے۔
- (ii) افادہ ایک موضوعی چیز ہے۔
- (iii) ہم افادہ کی مطلق انداز میں پیمائش کر سکتے ہیں۔
- (iv) کسی احتیاج کی تشفی کیلئے جب کسی شے کا متواتر استعمال ہوتا ہے تو اس شے کا مختتم افادہ گھٹتا جاتا ہے
- (v) مختتم افادہ کے مجموعہ کو جملہ افادہ کہتے ہیں۔
- (vi) شے کی دی ہوئی آخری اکائی سے جملہ افادہ میں جو اضافہ ہو اس کو مختتم افادہ کہتے ہیں۔
- (vii) کسی صارف کے لئے اگر شے میں افادہ ہے تو اس کی خریداری یقیناً اس کے لئے فائدہ مند ہوگی۔

2. ذیل میں دیئے گئے الفاظ سے ان جملوں کی خانہ پری کیجئے۔

- (i) شے کی خریدی کے لئے صارف کے فیصلے کا انحصار پر ہے۔ (افادہ تشفی)
- (ii) افادہ ایک مقدار ہے۔ مستقل (استقراری یا قائم)، تبدیل ہونے والی
- (iii) افادہ تشفی ہے: تشفی افادہ ہے۔ (متوقع، حاصل کردہ)
- (iv) افادہ کا تخمینہ صرف تخمینہ پیمائشوں سے کیا جاسکتا ہے۔ (کارڈینل / آرڈینل)
- (v) اگر افادہ کی پیمائش طریقہ سے کی جائے تو افادہ کا بین شخصی تقابل ممکن ہے۔ (آرڈینل، کارڈینل)

4.4 قانون تقلیل افادہ مختتم (گھٹتے حاشیائی افادہ کا قانون)

Law of Diminishing Marginal Utility

انسانی احتیاجات کی ایک اہم خصوصیت سے آپ اچھی طرح واقف ہیں کہ کسی ایک دی ہوئی احتیاج کو تشفی کے عمل کے دوران اگر بیچ میں ترک نہ کیا جائے تو اس کی مکمل تشفی کی جاسکتی ہے۔ مارشل اپنی مشہور کتاب "Principles of Economics" میں اس کو یوں بیان کرتا ہے "احتیاجات اور ان کی گونا گوں اقسام variety ایک نہ ختم ہونے والا سلسلہ ہے لیکن ہر علمدہ حاجت کی ایک حد ہوتی ہے"۔ آپ کو یہ بھی یاد ہونا چاہیے کہ کسی شے کے افادہ سے مراد اس کی حاجت کی تشفی کی صلاحیت ہے۔ اب ان دونوں چیزوں کو یکجا کر دیجئے۔ نتیجہ کے طور پر آپ کو افادہ کے تعلق سے معاشیات کا ایک اہم قانون ملے گا۔ حالات جوں کہ توں ہیں کہ مفروضہ کے تحت جب کوئی صارف کسی شے کی متواتر اکائیاں لیتا ہے تو

زیر تشفی حاجت کی شدت بتدریج گھٹتی جاتی ہے۔ دوسرے الفاظ میں تشفی جو حاجت کو پورا کر کے حاصل کی جاسکتی تھی بتدریج گھٹتی جاتی ہے۔ زیر غور شے کی پہلی اکائی کے متوقع افادہ کے مقابلے میں اس کے ہر زائد اکائی کے افادہ میں کمی کی توقع کی جاتی ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ صارف جیسے جیسے کسی شے کی زائد اکائیاں لیتا جاتا ہے ویسے ویسے شے کا مختتم (حاشیائی) افادہ گھٹتا جاتا ہے۔

اس حقیقت کو قانون تقلیل افادہ مختتم یا قابل تشفی احتیاجات کے قانون کی شکل میں بیان کیا جاتا ہے۔ یہ قانون ”حالات بدستور (جو کہ توں) ہیں کہ مفروضہ کے تحت یہ بیان کرتا ہے کہ جب کوئی صارف شے کے پہلے سے موجود ذخیرہ میں مزید ایک اکائی کا اضافہ کرتا ہے تو اس زائد اکائی سے حاصل ہونے والا زائد یا مختتم (حاشیائی) افادہ بتدریج گھٹتا جاتا ہے۔“ ہمیں یہ معلوم ہونا چاہیے کہ مختتم افادہ میں کمی یا گراوٹ کی شرح میں یکسانیت ہونا ضروری نہیں۔ تاہم عام طور پر مختتم افادہ کی گراوٹ شے کی ابتدائی اکائیوں کے لئے بہت تیز ہوگی جبکہ بعد کی اکائیوں میں سست ہوگی لیکن ہمیشہ ایسا ہونا ضروری نہیں۔ ہمیں یہ بھی معلوم ہونا چاہیے کہ بعض صورتوں میں اگر ہم شے کے ذخیرہ میں کافی حد تک اضافہ کر دیتے ہیں تو مختتم افادہ صفر تک گھٹ جاتا ہے یا کبھی منفی بھی ہو جاتا ہے۔ قانون تقلیل افادہ رگھتے افادہ کا قانون ایک بنیادی حقیقت اور روزمرہ زندگی کے عام تجربہ کو بیان کرتا ہے۔ مثال کے طور پر کسی ایسے شخص کی حالت پر غور کیجئے جو شدید پیاسا ہے اور جسکو پیاس بجھانے کے لئے ایک کے بعد ایک پیالی پانی دیا جا رہا ہے۔ یہ بات صاف ہے کہ اس پیاسے کو دوسری پیالی کے مقابلہ میں پہلی پیالی کے پانی سے زیادہ تشفی حاصل ہوئی۔ اسی طرح تیسری پیالی کے مقابلہ میں دوسری پیالی کے پانی میں اس شخص کے لئے زیادہ تشفی ہے وغیرہ۔ اس طرح اس کی پیاس پوری طرح بجھ جائے گی اور پانی کا افادہ صفر تک گھٹ جائے گا۔ اس کے بعد بھی اگر اس شخص کو مزید ایک پیالی پانی پینے پر مجبور کیا جائے تو افادہ کی بجائے اس کو عدم افادہ (یا نقصان) ہوگا اس اکائی میں جدول 4.1 اور شکل 4.1 کی مدد سے ہم نے آموں کی مثال کے ذریعہ اس قانون کی تشریح بھی کی تھی۔

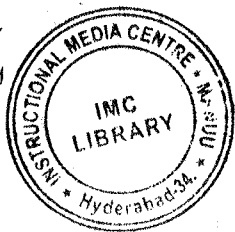
اس مرحلہ پر تقلیل افادہ مختتم کے اصول سے متعلقہ دوسری حقیقت پر غور کیجئے۔ کوئی مخصوص شے کو تمام احتیاجات کے لئے تو نہیں لیکن ایک یا کچھ احتیاجات کی تشفی کے لئے استعمال کیا جاسکتا ہے۔ اگر ایک شے کے استعمال سے تمام احتیاجات کی تشفی ممکن ہوتی تو اس شے کا مختتم افادہ نہیں گھٹتا تھا کیونکہ انسانی احتیاجات لامحدود ہیں اور بار بار عود کرتی ہیں۔ زیادہ احتیاجات کی تشفی کی صورت میں ان کی اجتماعی شدت میں گراوٹ نہیں ہوتی بلکہ یہ شدت ایک یا چند حاجتوں کی شدت ہے جس میں ایک شے کے استعمال سے کمی ہوتی ہے۔ دوسرے الفاظ میں اس کو یوں بیان کیا جاسکتا ہے کوئی دی ہوئی شے قانون تقلیل افادہ مختتم کی تعمیل کرتی ہے کیونکہ اسکو دیگر اشیاء کا کامل متبادل نہیں بنایا جاسکتا (جو دوسرے احتیاجات کی تشفی کے لئے ضروری ہیں) لیکن کسی ایک شخص کی ساری آمدنی، یعنی مجموعی طور پر تمام اشیاء کے لئے اس کلیہ کی تعمیل ضروری نہیں۔

کو تاہیاں یا تحدیدات Limitations

بے شمار صورتیں ایسی ہیں جن میں قانون تقلیل افادہ مختتم کا اطلاق نہیں ہو سکتا۔ قانون کی کو تاہیاں حالات جوں کے توں ہیں (حالات بدستور ہیں) کی خلاف ورزی سے وابستہ ہیں۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ ایسی کوئی صورت نہ پیدا ہو جو احتیاجات کی شدت میں اضافہ کر سکے جس کی تشفی کے لئے زیر غور شے زیر استعمال ہے تاہم دوسری چیزوں کا جوں کا توں رہنا ضروری نہیں ہے۔ تشفی کے عمل کے دوران احتیاجات کی شدت بڑھ سکتی ہے اور اگر ایسا ہو تو قانون تقلیل افادہ مختتم کی خلاف ورزی ہوتی ہے۔ اس طرح اس قانون کی کو تاہیوں کے لئے ان عام وجوہات کو ذمہ دار قرار دیا جاسکتا ہے جو احتیاجات کی تشفی کے عمل کے دوران ان کی شدت میں اضافہ کا ذریعہ بنتے ہیں اور شے کے مختتم افادہ کو اوپر کی طرف منتقل کرنے کا باعث ہوتے ہیں۔ ذیل میں اس قانون کی کو تاہیاں پیش کی گئی ہیں۔

(1) شے کی مناسب اکائیاں Suitable Units :- قانون تقلیل افادہ مختتم کے اطلاق کے لئے یہ ضروری ہے کہ صارف کو شے کی

مناسب اکائیاں فراہم کی جائیں۔ مثال کے طور پر جوتے ہوں تو جوڑی نہ کہ صرف ایک جوتا، دیوار پر چسپاں کرنے کے لئے دیواری کاغذ اتنا ہو کہ کم از کم مخصوص احاطہ کی ضرورت کو پورا کر سکے۔ مارشل قلیل عرصہ کی چھٹی یا تفریحی پروگرام کی مثال دیتے ہیں۔ بہت ہی کم وقت کے لئے موسیقی سے لطف اندوز ہونے کا مطلب یہ ہے کہ اس کی خواہش میں اضافہ ہوتا ہے۔ ایسی صورت میں موسیقی کا مختتم افادہ بڑھ جاتا ہے۔ اسی طرح بہت ہی قلیل مدت کی چھٹی لمبے عرصے کی چھٹی کی خواہش پیدا کرتی ہے۔ جس کے نتیجے میں اس کے مختتم افادہ میں اضافہ ہوتا ہے۔



(2) **وقت کا عنصر Time Factor** :- جب کسی شے کی دو اکائیوں کے صرف کے لئے مناسب وقت کے گزر جانے کی اجازت دی جائے تو اس شے سے وابستہ حاجت عود کر آتی ہے اور اس کی شدت بڑھ سکتی ہے۔ مثال کے طور پر کوئی شخص دوسری چپاتی سے جس کو وہ دوسرے دن صرف Consume کر رہا ہے تو (اس دوسری چپاتی سے) وہ زیادہ افادہ حاصل کرتا ہے۔ اسی طرح جب کافی تاخیر سے صارف کو پانی کی دوسری پیالی مل رہی ہے تو پانی کی دوسری پیالی میں صارف کے لئے زیادہ افادہ ہے کیونکہ اس کو پیاسا بننے پر مجبور کیا جا رہا ہے۔

(3) مذاق (پسند) فیشن، آمدنی **Tastes, Fashion, Income** :- وقت کی تبدیلی کے ساتھ ان چیزوں میں تبدیلیاں ہوتی ہیں اسی لئے ان میں تبدیلیاں احتیاج کی شدت میں تبدیلی پیدا کرتی ہیں۔ تاہم ضروری نہیں کہ یہ عناصر اس کی شدت میں ضروری طور پر اضافہ کریں بعض دفعہ یہ عناصر شدت کو کمزور بھی کرتے ہیں۔ یہ بات عام ہے کہ فیشن میں تبدیلی شے کی قبولیت میں تبدیلی پیدا کرتی ہے۔ اس طرح اس کا افادہ بھی تبدیل ہوتا ہے۔ بعض اشیاء افادہ کماتے ہیں کیونکہ زیادہ لوگ زیادہ مقداروں میں ان کو حاصل کرنا چاہتے ہیں۔ اس کے برخلاف بعض اشیاء فیشن سے باہر ہو جاتے ہیں۔ اسی لئے افادہ کھودیتے ہیں۔ اس طریقے سے فرد کا مذاق (پسند) یا ترجیح میں بھی تبدیلیاں ہوتی رہتی ہیں۔

کسی شے کے افادہ کو متاثر کرنے والا سب سے اہم عامل صارف کی آمدنی ہے۔ بعض اشیاء بڑی حد تک عام طور پر غریب افراد ہی استعمال کرتے ہیں جیسے موٹے چاول، سستے کپڑے وغیرہ۔ کوئی غریب فرد جس کی آمدنی بڑھ گئی ہے اب ایسے اشیاء کا استعمال ترک کر دیتا ہے اور ان کی بجائے اعلیٰ و معیاری اشیاء خریدتا ہے۔ دوسرے الفاظ میں شے کے ذخیرہ میں تبدیلی کے بغیر کسی فرد کی آمدنی میں تبدیلی اس شخص کیلئے شے کے افادہ کو تبدیل کر دیتی ہے۔

(4) شے کی متوقع فراہمی یا دستیابی **Anticipated availability of the commodity** :- اگر کسی صارف کو صحیح یا غلط طور پر اس بات کا یقین ہو جائے کہ مستقبل یا آنے والے دنوں میں کسی شے کی فراہمی کم ہو جائے گی تو اس کے لئے اس شے کا مختتم افادہ بڑھ جاتا ہے۔ مثال کے طور پر کسی پیاسے شخص کو پہلی پیالی پانی پینے کے بعد یہ معلوم ہوا کہ آئندہ چند دنوں تک پینے کے لئے پانی دستیاب نہیں ہے تو اس شخص کے لئے پانی کی دوسری پیالی کا افادہ خود ہی بڑھ جاتا ہے۔

(5) کسی شے سے لذت یا مزہ اٹھانے کی صلاحیت **Capacity to Enjoy Commodity** :- مخصوص شے کے استعمال کے دوران اکثر یہ دیکھنے میں آیا ہے کہ شے کے استعمال سے مزہ اٹھانے کی کسی شخص کی صلاحیت میں تبدیلی ہوتی ہے تو اس صورت میں قانون تقبیل افادہ مختتم کام نہیں کرتا۔ پس کسی شخص کے لئے کسی مخصوص گیت سے لطف اندوز ہوسکنے کے لئے اس کو دوسری یا تیسری بار سننا پڑتا ہے۔

(6) نوادرات جمع کرنے کا شوق **Rare Collections** :- بعض اشیاء جیسے قدیم سکے، نایاب تصاویر وغیرہ از خود مخصوص زمرہ سے متعلق ہو جاتے ہیں چونکہ ان کی رسد عام طور پر نایاب ہوتی ہے تو ان کے جمع کرنے والے شخص کے لئے ان کی جملہ لطف اندوزی تناسب سے کہیں زیادہ ہوتی ہے۔ ان نوادرات کے ذخیرہ میں اضافہ سے صارف کے سماجی رتبہ اور معلومات کے علاوہ دیگر پہلوؤں سے بھی اس کی لطف اندوزی میں اضافہ ہوتا ہے اور اس طرح تقبیل افادہ مختتم کا اصول اس صورت میں اپنی متعلقہ اہمیت کھودیتا ہے۔

(7) متعلقہ اشیاء کی دستیابی یا فراہمی میں تبدیلی **Change in the availability of related commodities** :- بعض اشیاء ایک دوسرے سے ملے ہوئے یا جڑے ہوئے ہوتے ہیں مثال کے طور پر کسی حاجت کی تشفی کے لئے دو مخصوص جڑی ہوئی اشیاء کی ضرورت پڑتی ہے جن کو تکمیلی اشیاء **Complementary commodities** کہتے ہیں۔ اس صورت میں ان دونوں میں سے صرف کسی ایک کی دستیابی صارف کے لئے بے کار ہوتی ہے لیکن اسکی دستیابی تکمیلی شے کے افادہ میں اضافہ کرتی ہے۔ اس سلسلے میں آپ کئی مثالوں پر غور کر سکتے ہیں جس میں کسی ایک شے کی دستیابی اس سے متعلقہ دوسری شے کے افادہ میں اضافہ عمل میں لاتی ہے۔ مثال کے طور پر بجلی کے پچھے کے لئے بجلی کی فراہمی، قلم کے لئے سیاہی اور پکوان کے لئے گیس وغیرہ۔

تکمیلی اشیاء کے برخلاف بعض اشیاء ایک دوسرے کے نعم البدل یا متبادل ہوتے ہیں۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ (same) حاجت

کی تکمیل کے لئے ان نعم البدل یا متبادل اشیاء کو استعمال کیا جاتا ہے۔ مثال کے طور پر بھوک کی تسکین کے لئے کئی متبادل کھانے کی چیزیں استعمال کی جاسکتی ہیں۔ جب کسی شے کی دستیابی بڑھ جاتی ہے تو اس کے متبادلات (substitutes) کی صلاحیت کم ہو جاتی ہے۔ اسی طرح جب کسی شے کی دستیابی کم ہو جاتی ہے تو اس کے متبادلات (substitutes) کی صلاحیت بڑھ جاتی ہے۔

(8) دوسروں کے مقابلے میں قابل حیثیت یا رتبہ کا حامل ہونا **Position in relation to other persons** :- انسان ایک سماجی جانور ہے اس لحاظ سے وہ صاحب حیثیت بننے اور مختلف اشیاء اور خدمات صرف کرنے کی خواہش رکھتا ہے اس خواہش کا دار و مدار اس کی سماجی حیثیت پر ہوتا ہے لہذا اس کا سماجی رتبہ اس شخص کی خواہشات پر بڑی حد تک اثر انداز ہوتا ہے۔ اسی لئے زیر غور شخص کے لئے شے کا افادہ اس وقت بدل جاتا ہے جب سماج کے دوسرے افراد کے لئے اس شے کی فراہمی میں تبدیلیاں ہوتی ہیں۔

آپ کو یہ یاد رکھنا چاہیے کہ اوپر بیان کئے گئے تحدیدات جو قانون تقلیل افادہ مختتم پر عائد ہوتے ہیں قانون کے بنیادی اطلاق کی خلاف ورزی نہیں کرتے۔ یہ قانون اب بھی اپنی ضروریات میں قابل اطلاق رہتا ہے۔ قانون پر عائد تحدیدات صرف اس حقیقت کی وضاحت کرتے ہیں کہ قانون سے جڑے ہوئے شرائط کی اکثر و بیشتر تکمیل نہیں ہو پاتی اور احتیاج کی تشفی کے عمل کے دوران اس کی شدت بڑھ جاتی ہے۔ تاہم اگر قانون کے مفروضات موجود ہیں تو قانون بجا، صحیح اور کارآمد ہے۔

4.5 زر کا افادہ مختتم (حاشیائی افادہ) Marginal Utility of Money

اس مرحلہ پر ہمارے سامنے ایک اہم سوال ہے وہ یہ کہ کیا زر پر قانون تقلیل افادہ کا اطلاق ہوتا ہے؟ اس کی اصلیت یا حقیقت کیا ہے اس کے بارے میں ذیل کی وجوہات کی بناء پر اختلاف رائے پایا جاتا ہے۔

زر عام طور پر قوت خرید کی نمائندگی کرتا ہے۔ ہر وہ چیز جو مارکٹ میں فروخت کی جاتی ہے اس کو خریدنے کے لئے زر کا استعمال کیا جاتا ہے۔ جیسا کہ ہم پہلے ہی سے جانتے ہیں کہ کسی ایک احتیاج کی مکمل تشفی کی جاسکتی ہے لیکن تمام احتیاجات کو یکجا کر کے ان کی تشفی نہیں کی جاسکتی۔ اسی لئے جب کسی شخص کے پاس زیادہ زر ہے تو اس کا مختتم افادہ (حاشیائی افادہ) کیوں گھٹنا چاہیے؟ تاہم بعض مفکرین اس استدلال سے متفق نہیں۔ یہ مفکرین روزمرہ زندگی کے عام تجربہ کے ذریعہ اپیل کرتے ہیں اور ہم سے یہ بیان کرتے ہیں کہ زر کی مقدار میں اضافہ سے اس کے مختتم (حاشیائی افادہ) میں کمی ہوتی ہے اس استدلال کی وضاحت کے لئے ہمیں روپے پیسوں کے تعلق سے دو متمند اور غریب افراد کے رویہ کا تقابل کرنے کے لئے کہا جاتا ہے۔ دولت مند افراد ایک آدھ سکے کے گھائے سے بے نیاز رہتے ہیں لیکن یہی افراد جب بہت غربت میں مبتلا ہو جاتے ہیں یا ان کے پاس زر کی بہت کم مقدار رہ جاتی ہے تو اس سکے کو دوبارہ حاصل کرنے کی کوشش کرتے ہیں اسی طرح کئی دوسری مثالیں یہ ثابت کرنے کے لئے پیش کی جاسکتی ہیں کہ زر پر بھی تقلیل افادہ مختتم کے عالمی قانون کا اطلاق ہوتا ہے۔ مارشل بھی اسی خیال کے حامی ہیں۔ تاہم طلب کے تصور اور صارف کے رویہ کے نظریہ کو بیان کرتے وقت مارشل یہ فرض کرتے ہیں کہ زر کا مختتم افادہ مستقل ہے یعنی اس میں استقرار ہے۔ یہ مفروضہ اس لئے ضروری ہو جاتا ہے کہ صارف شے کی خریدی کے دوران خرید کردہ شے سے حاصل کردہ شے کی ادا کی جانے والی قیمت کے ذریعہ کھوئے ہوئے افادہ سے تقابل کرتا ہے اور قیمت ہمیشہ زر کی شکل میں ادا کی جاتی ہے اور شے کی فی اکائی کے لئے تمام صارفین وہی قیمت ادا کرتے ہیں جو دوسرے صارفین ادا کر رہے ہیں (حالانکہ مختلف صارفین یہ سمجھتے ہیں کہ اس شے سے مختلف افادہ حاصل کریں گے)۔

4.6 تقلیل افادہ مختتم (گھٹنا حاشیائی افادہ) اور کسی شے کے لئے طلب

Diminishing Marginal Utility and Demand for a Commodity

صارف کی کسی شے کی طلب سے اس (شے) کا مختتم افادہ قریبی تعلق رکھتا ہے۔ بازار کی فروخت کی ایک اہم بات یہ ہے کہ صارف شے کی تمام اکائیاں

ایک ہی قیمت پر خریدتا ہے۔ اقلیت پسند شخص کی طرح (آپ عقلیت پسندی کی اصطلاح سے بخوبی واقف ہیں) صارف اس بات کی طمانیت چاہتا ہے کہ شے X کی ایک زائد اکائی کی خریدی سے حاصل ہونے والا افادہ اس کی (شے X کی اس زائد اکائی کے لئے) ادا کی جانے والی قیمت سے زیادہ رہے۔ دوسرے الفاظ میں شے X کے لئے قیمت کی شکل میں ادا کیا جانے والا افادہ اگر اس سے (شے X سے) حاصل ہونے والے افادہ سے کم ہے تو صارف اس شے کی زائد اکائی خریدتا ہے۔ آسان الفاظ میں شے کی ادا کی جانے والی قیمت کے مقابلہ میں شے سے حاصل ہونے والا مختتم افادہ زیادہ ہو۔ دوسری صورت میں شے X سے حاصل ہونے والا افادہ شے X کی ادا کردہ قیمت سے کم ہے تو صارف کو شے کی اس اکائی کو ہرگز نہیں خریدنا چاہیے نیز شے کا مختتم افادہ اور اس کی قیمت مساوی ہونے کی صورت میں صارف بے نیاز رہتا ہے یعنی چاہے تو صارف شے کی اس اکائی کو خریدے یا اس کی خریدی سے باز رہے۔ دوسرے الفاظ میں شے کی خریدی کے لئے صارف کی قیمت کی ادا کی کی آمدگی شے کے مختتم افادہ سے ہرگز نہیں بڑھ سکتی اس لحاظ سے اگر صارف کو شے کی زائد اکائیاں خریدنی ہوں تو قیمت جس کو وہ ادا کرنے پر آمادہ ہے کی ہونی چاہیے (کیونکہ کسی شے کی زائد خریدی سے اس کا مختتم افادہ گھٹتا ہے)۔ دوسرے الفاظ میں اس کو یوں بیان کیا جاسکتا ہے کہ اگر کسی شے کی قیمت گھٹتی ہے تو ایک ایسی صورت حال پیدا ہوتی ہے جس میں شے کا مختتم افادہ اس شے کی قیمت سے بڑھ جاتا ہے اور صارف اس شے کی زائد اکائیاں خریدتا ہے۔

جدول 4.1 کے کالم دو کی مثال لیجئے اس جدول میں صارف کے آموں کے مختتم افادہ کو ریکارڈ کیا گیا ہے۔ فرض کیجئے کہ ایک آم کی قیمت افادہ کی اصطلاح میں 12 اکائیوں کے مساوی ہے اس صورت میں صارف پہلے آم کے لئے 12 افادہ کی اکائیاں ادا کرتا ہے لیکن اس ادائیگی کے عوض سے 25 اکائیوں کے مساوی افادہ حاصل کرتا ہے۔ اس طرح صارف کو افادہ کی 13 اکائیوں کا نفع حاصل ہوتا ہے۔ اسی طرح دوسرا آم صارف کو $6 = 18 - 12$ کے مساوی افادہ کا نفع دیتا ہے تاہم تیسرے آم کا افادہ اور اس کی قیمت مساوی ہے۔ تیسرا آم حاصل کرنا یا نہ کرنا صارف کی مرضی پر منحصر ہے۔ دوسری طرف اگر آموں کی قیمت 12 افادہ کی اکائیوں سے نیچے اتر جاتی ہے لیکن 7 اکائیوں سے اوپر رہتی ہے تو ایسی صورت میں صارف تیسرا آم بھی خرید لیتا ہے۔ اس طرح صارف آموں کی قیمت کی کمی کی صورت میں ان کی زیادہ اکائیاں اور آموں کی قیمت میں اضافہ کی صورت میں ان کی کم اکائیاں خریدنے کا فیصلہ کرتا ہے۔ عام اصول یہ ہے کہ شے کی دی ہوئی قیمت کے اساس پر صارف شے کی وہ مقدار خریدنے کا فیصلہ کرتا ہے جو اس کے مختتم افادوں کو اس کے قیمت کے مساوی کرتا ہے۔ ہماری مثال میں صارف کے لئے قیمت اور مختتم افادوں میں بالکل مساوات پیدا کرنا ہمیشہ ممکن نہیں ہے کیونکہ ایک وقت میں مختتم افادوں میں ایک ساتھ بڑی مقداروں میں تبدیلیاں ہوتی ہیں لیکن مذکورہ اصول یا بیان بنیادی طور پر بجائے اور صحیح رہتا ہے اور اس کو قانون کی شکل میں رکھا جاسکتا ہے۔ جسے ہم قانون طلب کہتے ہیں۔ قانون طلب یہ بیان کرتا ہے کہ ”کسی شے کی طلب (دی ہوئی خاص وقت کی مدت میں شے کی خریدی ہوئی مقدار) اس کی (شے) قیمت میں کمی کی صورت میں بڑھتی ہے اور اس کی (شے) قیمت میں اضافہ کی صورت میں گھٹتی ہے“۔ اوپر بیان کی گئی بحث میں ایک ترمیم کی ضرورت ہے۔ مارکٹ میں شے کی قیمت (یا شرح نرخ) بتادی جاتی ہے اور جس کی ادائیگی اور وصولی افادہ کی اکائیوں میں نہیں بلکہ زر کی شکل میں ہوتی ہے۔ ہر صارف زر کی شکل میں وہی قیمت ادا کرتا ہے (حالانکہ قیمت کو جب افادہ میں تبدیل کیا جاتا ہے تو مختلف صارفین کے لئے ادا شدہ قیمت مختلف ہو سکتی ہے) اسی لئے صارف کے رویہ کو زر کی اصطلاح میں ظاہر کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔ دوسرے الفاظ میں ہمیں یہ معلوم کرنے کا اہل ہونا ضروری ہے کہ صارف کسی دی ہوئی قیمت پر شے کی کتنی مقدار خریدنے یا کسی دی ہوئی مقدار کے لئے کتنی قیمت ادا کرنے کے لئے آمادہ ہے؟ اس مقصد کے حصول لئے یہ فرض کیا جاتا ہے کہ زر کا مختتم افادہ صارف کے زر کے ذخیرہ سے غیر ہم آہنگ یا قائم رہتا ہے۔ یہ مفروضہ ہمیں زیر غور شے کی مختلف مقداروں کے لئے صارف کی قیمت کی ادائیگی کی آمدگی کو بیان کرنے کے قابل بناتا ہے۔ جدول 4.1 پر نظر کرنے سے اس نکتہ کی مزید تشریح ہو سکتی ہے جس میں ہمیں یہ فرض کرنا ہے کہ ہر روپیہ کا مختتم افادہ وہی ہے۔ مثال کے طور پر یہ فرض کیجئے کہ صارف کے لئے ہر روپیہ کا مختتم افادہ دس اکائیوں کے مساوی ہے اس بنیاد پر آموں کے مختتم افادہ کو روپیہ کی اصطلاح میں ظاہر کیا گیا ہے۔ جدول 4.2 کے کالم تین میں اسے دیکھا جاسکتا ہے۔ اس طرح ایک آم کا مختتم افادہ 2.5 ہے۔ دو آموں کے لئے مختتم افادہ 1.80 ہے وغیرہ۔ اس لئے یہ معلوم ہوا کہ اگر ایک آم کی قیمت 70 پیسے ہے تو صارف 3 آم خریدنے آمادہ ہے۔ اور چوتھا آم صارف خریدے یا نہ خریدے اس کی مرضی پر منحصر ہے۔ آموں کی قیمت 30 پیسے فی آم سے کم ہو تو صارف 5 آم خریدنے آمادہ ہے۔

جدول 4.2

Marginal Utility of Mangoes آموں کا مختتم افادہ

مختتم افادہ (روپیوں میں)	مختتم افادہ (افادہ کی اکائیوں میں)	آموں کی تعداد
(3)	(2)	(1)
2.50	25	1
1.80	18	2
1.20	12	3
0.70	7	4
0.30	3	5
0.00	0	6
(-0.20)	-2	7

جدول طلب کا تصور The Concept of a Demand Schedule

جدول طلب، صارف کے رویہ کو ٹیبل کی شکل میں پیش کرتا ہے جو دو کالم پر مشتمل ہے۔ پہلے کالم میں زیر غور شے کی فی اکائی کی متبادل قیمتوں کو دکھایا گیا ہے۔ دوسرے کالم میں ان کی قیمتوں کے لحاظ سے صارف شے کی جن مقداروں کو خریدنے پر آمادہ ہے پیش کی گئی ہیں۔ جدول 4.3 میں صارف کے سنتروں کے مثالی طلب کے جدول کی تشریح کی گئی ہے۔ جدول کا ہر جوڑ، دی ہوئی قیمت پر سنتروں کی مقدار کو جنہیں دی ہوئی قیمت پر صارف خریدنے پر آمادہ ہے یا وہ پیشترین قیمت جو دی ہوئی سنتروں کی تعداد کیلئے صارف ادا کرنے پر آمادہ ہے پیش کرتا ہے۔ اس طرح مثال کے طور پر جب قیمت 50 پیسے فی سنترہ ہے تو صارف 15 سنترے خریدنے پر آمادہ ہے۔ دوسری طرف 15 سنترے خریدنے کیلئے فی سنترہ 50 پیسے سے زائد قیمت ادا کرنے پر صارف آمادہ نہیں ہے۔ اس بات کو نوٹ کیجئے کہ سنتروں کی گھٹتی ہوئی قیمتوں پر ان کی مقدار میں اضافہ ہو رہا ہے اور سنتروں کی بڑھتی ہوئی قیمتوں پر ان کی مقدار میں کمی ہو رہی ہے۔

جدول 4.3

Demand Schedule for Oranges سنتروں کا جدول طلب

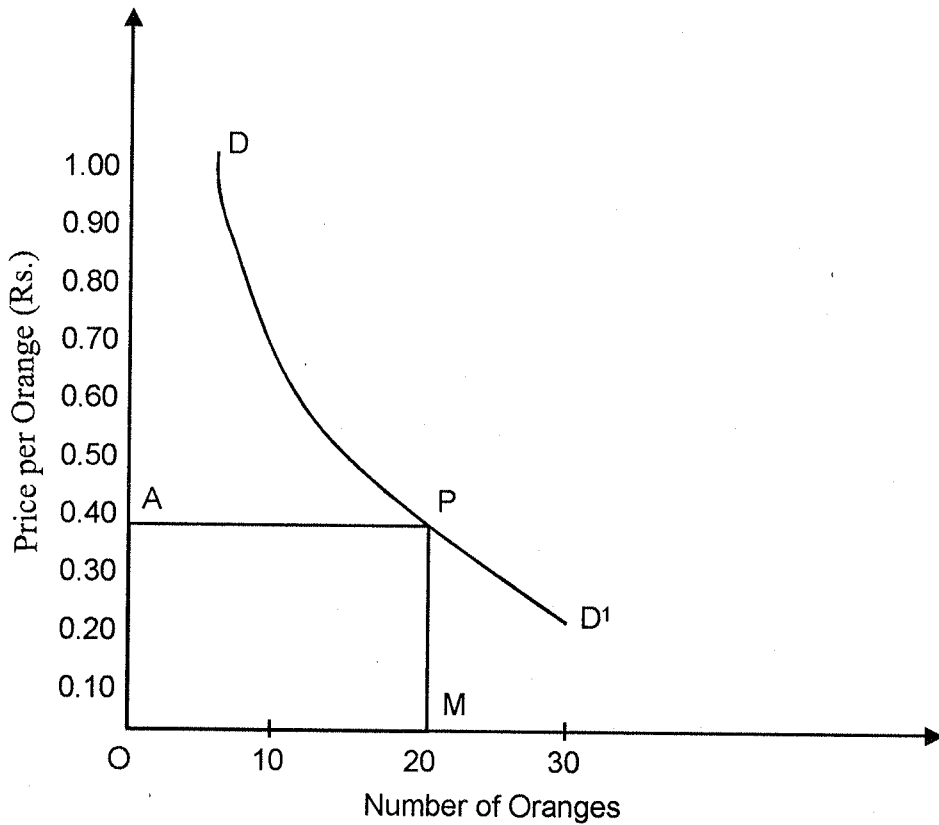
سنتروں کی طلب (تعداد میں)	فی اکائی سنترہ کی قیمت (روپیوں میں)
(1)	(2)
4	1.00
5	0.90
6	0.80
8	0.70
11	0.60
15	0.50
20	0.40
24	0.30
30	0.20



خط طلب یا قوس طلب کا تصور The Concept of the Demand Curve

صارف کے رویہ کو گرانی طریقہ سے قوس طلب کے ذریعہ بھی پیش کیا جاسکتا ہے۔ قیمتوں اور مقداروں کے جوڑ کے نقاط کو ملا کر قوس طلب کا خاکہ یا نقشہ حاصل کیا جاسکتا ہے۔ 4.3 کے جدول طلب سے گرانی شکل میں ایسا ہی خاکہ D D_1 پر مشتمل قوس طلب کی شکل میں اخذ کیا گیا ہے جو زیر غور صارف کے خریدی کے رویہ کو پیش کرتا ہے۔ شکل میں OX کے افقی خط پر سنتروں کی تعداد اور OY کے عمودی خط پر فی سنترہ کی قیمت کی پیمائش کی جا رہی ہے۔ اگر آپ خط طلب کے کسی ایک نقطہ کو لے کر OX اور OY کی لکیروں پر دو عمودی خطوط کھینچتے ہیں تو OY کے عمودی خط کے فاصلہ کی لکیروں کی قیمت اور OX کے عمودی خط کے فاصلہ کی لکیروں کی اس مقدار کو پیش کرتی ہے جو اس قیمت پر خریدے جائیں گے۔ مثال کے طور پر خط طلب کے نقطہ P کو لیجئے اور دو سیدھی لکیروں PA اور PM کی طرح کھینچئے جیسا کہ شکل میں دکھایا گیا ہے۔ تب $PM (= OA)$ فی سنترہ کی قیمت ہوگی اور $OM (= AP)$ سنتروں کی طلب کی مقدار کے مساوی ہوگی۔

اس بات پر غور کیجئے کہ خط طلب دائیں سے بائیں نیچے کی طرف اترتا ہے کیونکہ شے کی مطلوبہ مقداریں اور فی شے کی قیمت متضاد سمتوں میں حرکت کرتی ہیں۔ اس کی وجہ سے خط طلب بھی منفی ڈھلان کا حامل ہوتا ہے۔

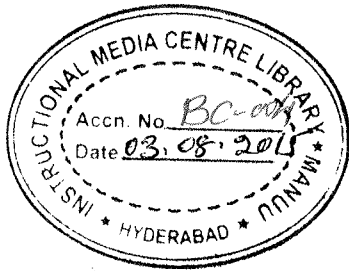


شکل 4.2

اپنی معلومات کی جانچ B

1. ذیل میں دیئے گئے جملے صحیح ہیں یا غلط نشان دہی کیجئے۔

- (i) کسی ایک احتیاج کی مکمل تسکین یا تشفی نہیں کی جاسکتی۔
- (ii) کسی شے کا محتتم افادہ (حاشیائی افادہ) یکساں شرح سے گھٹتا ہے۔



- (iii) کوئی شے منفی مختتم افادہ (حاشیائی افادہ) کی حامل ہو سکتی ہے۔
- (iv) کسی شے کی متوقع دستیابی اس شے کے مختتم افادہ (حاشیائی افادہ) پر اثر انداز ہوتی ہے۔
- (v) صارف کے فیشن، مذاق (پسند) اور آمدنی میں تبدیلیاں شے کے مختتم (حاشیائی) افادہ میں ہمیشہ اضافہ کرتی ہیں۔
- (vi) گھٹیا اشیاء صحت کے لئے مضر ہوتی ہے۔
- (vii) خط طلب کو وضع کرنے کیلئے یہ فرض کیا جاتا ہے کہ زر کا مختتم (حاشیائی) افادہ قائم یا مستقل رہتا ہے۔
- (viii) خط طلب جدول طلب کی گرافی شکل کی ہے۔
2. ذیل میں دیئے گئے الفاظ سے ان جملوں کی خانہ پری کیجئے۔

- (i) اگر کسی ایک شے کی دستیابی سے دوسرے شے کے افادہ میں اضافہ ہوتا ہے تو یہ اشیاء اشیاء کہلاتی ہیں۔
- (ii) اگر کسی ایک شے کی دستیابی سے دوسری شے کے افادہ میں کمی آتی ہے تو یہ دونوں اشیاء کہلاتی ہیں۔
- (iii) میں اضافہ سے اشیاء کے افادہ میں صارف کے لئے کمی ہوتی ہے۔
- (iv) اگر ہم یہ فرض کرتے ہیں کہ زر کا قائم یا مستقل رہتا ہے تو شے کے مختتم افادہ (حاشیائی) افادہ کے جدول کو اس کا خط طلب وضع کرنے کے لئے استعمال کر سکتے ہیں۔
- (v) ہر صارف کسی دی ہوئی شے کے لئے وہی قیمت کی شکل میں ادا کرتا ہے نہ کہ کی شکل میں۔
- (vi) قانون طلب کے لحاظ سے کسی خاص مدت میں شے کی مقدار خرید ہے جب قیمت ہے

اور ہے جب ہے۔

(الفاظ :- قائم یا مستقل - مختتم افادہ (حاشیائی افادہ) - افادہ - بڑھتی ہے - گھٹتی ہے -

نعم البدال (متبادل) - گھٹیا - اعلیٰ - تکمیلی - زر)

4.7 قانون مساوات افادہ مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون)

The Law of Equimarginal Utility

ہم پہلے ہی دیکھ چکے ہیں کہ صارف کو بہت ساری احتیاجات کا سامنا ہے اور ان تمام احتیاجات کی تکمیل نہیں کی جاسکتی۔ صارف کو اپنی محدود آمدنی کے لحاظ سے ان بہت ساری احتیاجات میں سے چند کا انتخاب کرنا ہے۔ صارف کو اس بات کا فیصلہ کرنا ہے کہ کون سی حاجتیں پوری کی جائیں اور کون سی حاجتوں کو چھوڑ دیا جائے۔ اس کے علاوہ یہ بھی ضروری نہیں ہے کہ تشفی کے لئے چن لی گئی احتیاجات کی مکمل تشفی کی جائے۔ چندہ حاجتوں میں بھی چند یا تمام احتیاجات کی صرف جزوی تکمیل جائے گی۔ اسی لئے صارف کو ان تمام امور کا فیصلہ کرنا ہے۔

صارف کس طرح آگے بڑھے گا؟ یعنی وہ کس طرح یہ فیصلہ کرے گا کہ کس حاجت کی تکمیل کرنا ہے اور کس مقدار میں کرنا ہے۔ ان سوالات کے جواب صارف کے ان مقاصد میں پوشیدہ ہیں جن کے ذریعہ وہ اپنے صر فی خرچ Consumption expenditure کا فیصلہ کرتا ہے۔ اگر صارف عقلیت پسند ہے تو اس کا مقصود اپنے صر فی اخراجات سے بیش ترین افادہ حاصل کرنا ہو گا۔ اور ہم یہ فرض کرتے ہیں کہ صارف عقلیت پسند شخص ہے۔

واحد شے کے ضمن میں عقلیت پسند صارف کے طرز عمل یارویہ سے ہم پہلے سے ہی بخوبی واقف ہیں جہاں یہ فرض کیا گیا تھا کہ زیر غور شے کی قیمت معتین یا قائم ہے۔ اس لحاظ سے صارف کو شے کی مقدار خرید یا اکائیوں کے بارے میں فیصلہ کرنا ہے۔ ایسی صورت حال میں صارف شے کی اکائیوں کی خریدی اس وقت تک جاری رکھتا ہے جب تک کہ شے کا مختتم افادہ اس کی قیمت کے مقابلے میں کم نہیں ہو جاتا۔

اس استدلال میں اب ترمیم کی ضرورت ہے۔ اس سے پہلے ہم نے یہ فرض کیا تھا کہ صارف شے کی خریدی ایک ایک اکائی میں کرتا ہے اور دی ہوئی زر کی مقدار کو خرید کردہ شے کی ہر اکائی پر خرچ کرتا ہے لیکن اب یہ فرض کیا جاتا ہے کہ صارف زر کو ایک ایک روپیہ کی اکائی میں خرچ کرتا ہے۔ اور جو بھی شے خریدتا ہے اس کی دی ہوئی مقدار لیتا ہے۔ فرض کیجئے کہ صارف کو کسی چار اشیاء A, B, C, D میں سے انتخاب کرنا ہے اور ہر شے قانون تقلیل افادہ مختتم (گھٹتے حاشیائی افادہ کا قانون) کی عمل داری میں ہے۔ پہلا روپیہ خرچ کرنے کا فیصلہ کرتے ہوئے صارف اس شے کا انتخاب کرتا ہے جو اس کو خرچ کردہ روپیہ کے حساب سے بیشترین افادہ فراہم کرتی ہے نیز صارف اس بات کو بھی یقینی بناتا ہے کہ صرف کردہ زر کا مختتم افادہ خرید کردہ شے کے افادہ کے مقابلے میں نہیں بڑھ رہا ہے۔ اسی طرح پہلا روپیہ خرچ کرنے کے بعد صارف یہ معلوم کرتا ہے کہ کون سی شے اس کو دوسرا روپیہ خرچ کرنے سے بیشترین افادہ ہم پہنچاتی ہے۔ اپنی معلومات کی بناء پر صارف دوسرا روپیہ اسی شے کی خریداری پر خرچ کرتا ہے جو اس کو اس روپیہ کے خرچ سے بیشترین افادہ فراہم کرتی ہے علیٰ ہذا قیاس (وغیرہ)۔ ایک مثال کے ذریعہ اس کی تشریح کی جاسکتی ہے۔ جدول 4.4 میں چاروں اشیاء A, B, C, D کے مختتم افادہ دکھائے گئے ہیں۔

جدول 4.4

Marginal Utility Schedules (حاشیائی) افادہ کے جدول

اخراجات	اشیاء کا مختتم (حاشیائی) افادہ			
	A	B	C	D
1st Rupee	303	352	361	266
2nd Rupee	257	285	294	238
3rd Rupee	200	229	1912	2011
4th Rupee	1714	1813	10	1715
5th Rupee	12	15	5	14
6th Rupee	8	10	2	11
7th Rupee	4	7	0	8

نوٹ: (چاروں اشیاء ABCD کے مختتم افادوں سے متصل پہلے سے پندرہ روپے تک صارف کے خرچ کے انداز کو دیکھا جاسکتا ہے)

اس طرح یہ دیکھا جاسکتا ہے کہ شے A پر خرچ کیا گیا پہلا روپیہ 30 اکائیوں کے مساوی افادہ ہم پہنچاتا ہے۔ دوسرا روپیہ 25 اکائیاں وغیرہ۔ شے A پر خرچ کیا گیا ساتواں روپیہ صارف کو چار اکائیوں کے مساوی افادہ دیتا ہے۔ دوسری طرف شے B پر متواتر خرچ کئے گئے روپیہ علی الترتیب 10, 15, 22, 28, 35 اور 7 اکائیوں کے مساوی افادے پہنچاتے ہیں۔ اسی طرح آپ شے C اور شے D کے سلسلے میں ان کے مختتم (حاشیائی) افادوں کے اعداد اسی انداز میں پڑھ سکتے ہیں۔

فرض کیجئے کہ صارف ان چاروں اشیاء پر 7 روپیہ خرچ کرتا ہے۔ کون سی شے پر صارف کو پہلا روپیہ خرچ کرنا چاہیے؟ اس کا صاف جواب یہ ہے کہ

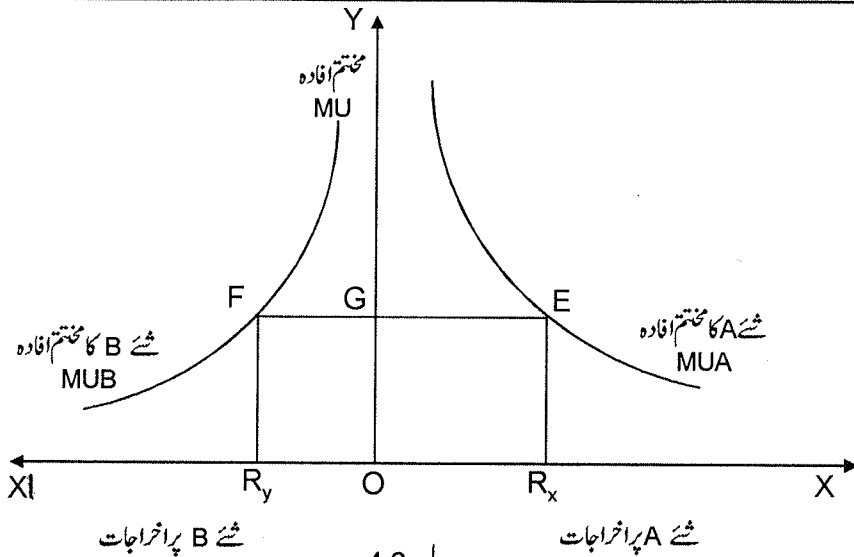
شے C پر کیونکہ اس طریقے کے خرچ سے اس کو 36 اکائیوں کے مساوی افادہ حاصل ہوتا ہے جو اس مثال میں ممکنہ بیشترین افادہ ہے۔ اسی طرح دوسرا روپیہ شے B کی خریداری پر خرچ کیا جانا چاہیے جس کا افادہ 35 اکائیوں کے مساوی ہے۔ اور تیسرا روپیہ شے A پر خرچ کیا جانا چاہیے جس کا افادہ 30 اکائیوں کے مساوی ہے۔ چوتھا روپیہ پھر دوبارہ شے C پر خرچ کرنا چاہیے جس کا افادہ 29 اکائیوں کے مساوی ہے۔ اور پانچواں روپیہ شے B پر جس کا افادہ 28 اکائیاں ہیں۔ اور چھٹا روپیہ شے B پر خرچ کیا جائے جس کا افادہ 26 اکائیاں ہے اور ساتواں روپیہ شے A پر خرچ کیا جائے جس کا افادہ 25 اکائیاں ہیں۔ اگر صارف 7 روپیوں سے زائد روپے خرچ کرنے کا فیصلہ کرتا ہے تو متبادل اشیاء کے درمیان انتخاب کے لئے یہی اصول کار فرما ہوگا۔ آپ کو یہ ہرگز نہیں بھولنا چاہیے کہ آخری روپیہ کے خرچ سے خریدی ہوئی شے کا مختتم افادہ خرچ کردہ روپیہ کے مختتم افادہ کے مساوی یا بڑا ہونا ضروری ہے۔ اس طرح ساتواں روپیہ صرف اس وقت خرچ کیا جائے گا جب اس کا مختتم افادہ 25 اکائیوں سے زیادہ نہیں ہے۔

اس تشریح کو آپ آسانی کے ساتھ مثال کے طور پر یہ فرض کرتے ہوئے کہ صارف کو 15 روپے خرچ کرنا ہے آگے بڑھا سکتے ہیں۔ اس صورت میں آپ کو معلوم ہوگا کہ صارف بارہواں روپیہ شے C کی خریداری پر خرچ کرے گا یا تین روپیوں کے حساب سے 12 روپیوں کو ہر چاروں اشیاء کی خریداری پر صرف کرے گا۔ اسی طرح تیرہواں روپیہ شے B کی خریداری پر خرچ ہوگا لیکن 14 روپیہ کہاں خرچ ہوگا؟ یہ روپیہ یا تو شے A کے لئے خرچ کیا جائے یا شے D پر۔ تاہم اگر صارف 15 روپیہ خرچ کرتا ہے تب A اور D دونوں اشیاء 14 روپیوں اور 15 روپیوں سے خریدی جائیں گی۔

تاہم یہ بات ہمیشہ سے جانی ہو چکی اور خوب سمجھی ہوئی ہے کہ اس تجزیہ میں بیان کردہ شرط کو آپ ہرگز نہ بھولیں۔ وہ شرط یہ ہے کہ زر کا مختتم (حاشیائی) افادہ خرید کردہ شے کے مختتم (حاشیائی) افادہ سے نہیں بڑھتا۔ اس طرح صارف جب 14 واں روپیہ خرچ کرتا ہے تو اس کو 17 مختتم (حاشیائی) افادہ حاصل ہوتے ہیں۔ اسی لئے اگر صارف کا زر کا مختتم (حاشیائی) افادہ 17 اکائیوں سے زیادہ ہے تو وہ 14 واں روپیہ نہیں خرچ کرے گا۔

مکنہ بیش ترین تشفی حاصل کرنے کے لئے صارف اوپر بیان کیا گیا طرز عمل یا روپیہ اختیار کرے گا۔ دوسرے الفاظ میں افادہ مساوات مختتم (ہم حاشیائی افادہ) کی تکمیل کرے گا۔ جس کو ہم قانون افادہ مساوات مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون) کہتے ہیں۔ (صارف مختلف خریداریوں اور زر کے مختتم افادوں کو ایک دوسرے کے مساوی کرنے کی کوشش کرے گا)۔ یہ اصول قانون بدل Law of substitution ، قانون بے نیازی Law of indifference ، خرچ کی کفایت کا قانون Law of economy of expenditure اور قانون بیش ترین تشفی Law of maximum satisfaction کے ناموں سے بھی جانا جاتا ہے۔

افادہ مساوات مختتم کے قانون کو گرانی شکل کے ذریعہ بھی پیش کیا جاسکتا ہے۔ سہولت کی خاطر صرف دو اشیاء A اور B کے مسئلہ کو شکل 4.3 کے ذریعہ بیان کیا جا رہا ہے۔ شکل 4.3 میں OY کے عمودی خط پر مختتم (حاشیائی) افادہ کی پیمائش کی جا رہی ہے XX کے افقی خط پر شے A پر خرچ کی گئی زر کی مقدار کو اصل نقطے کے سیدھی جانب دکھایا گیا ہے اور شے A کے مختتم افادہ کا خط شے A کے متعلقہ مختتم افادہ کے خط کو ظاہر کر رہا ہے۔ اسی طرح شے B پر خرچ کی گئی زر کی مقدار کو اصل نقطے کے بائیں جانب دکھایا گیا ہے اور شے B کے مختتم افادہ کا خط شے B کے متعلقہ مختتم افادہ کے خط کو ظاہر کر رہا ہے۔ اب XX کے افقی خط کے بالمقابل ایک سیدھا خط اس طرح کھینچا گیا ہے کہ شے A اور شے B کے مختتم افادوں کے درمیان نقاط کو قطع کرنے والا فاصلہ خرچ کی جانے والی رقم کی مقدار کو مساوی بناتا ہے۔ اس طرح اب اگر اس صارف EF کے مساوی زر کی مقدار دونوں اشیاء پر خرچ کرنا ہے تو اس کو GE کے مساوی رقم کا حصہ شے A پر اور FG کے مساوی رقم کا حصہ شے B کی خریداری پر خرچ کرنا ہے۔ صارف ایک شے سے دوسری شے کی طرف خرچ کو منتقل کر کے اپنی جملہ تسکین یا تشفی میں اضافہ نہیں کر سکتا۔



جدول 4.3

قانون افادہ مساوات مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون) Law of Equimarginal Utility

عام طور پر صارف ہر وقت ہر شے ایک روپیہ کے حساب سے حاصل کرنے کے قابل نہیں ہوتا یعنی صارف کو شے کی مکمل اکائی حاصل کرنا ہے یا اسے چھوڑ دینا ہے۔ اور مختلف اشیاء کی قیمتیں بھی مختلف ہوتی ہیں۔ اسی لئے کسی شے پر فی روپیہ خرچ کو معلوم کرنے کے لیے خرید کردہ شے کی آخری اکائی کے افادہ (مختتم افادہ) کو شے کی قیمت سے تقسیم کیا جاتا ہے۔ اشارتی طرز یا علامت symbols کے طور پر اس کو یوں بیان کیا جائے گا۔

$$\frac{MUA}{PA} = \frac{\text{شے A کا مختتم افادہ}}{\text{شے A کی قیمت}} \quad \text{شے A کے لئے}$$

$$\frac{MUB}{PB} = \frac{\text{شے B کا مختتم افادہ}}{\text{شے B کی قیمت}} \quad \text{شے B کے لئے}$$

وغیرہ۔

قانون مساوات افادہ مختتم کے مطابق صارف ان تینوں نسبتوں اور ان کے مختتم افادہ کو بھی ایک دوسرے کے ساتھ مساوات میں لانے کی کوشش کرتا ہے۔ اشارتی طرز یا علامت کے لحاظ سے اس کو یوں پیش کیا جاسکتا ہے۔

$$\frac{MUA}{PA} = \frac{MUB}{PB} = \frac{MUC}{PC} = \dots = \text{MU of money}$$

$$\text{زر کا مختتم افادہ} = \frac{\text{شے C کا مختتم افادہ}}{\text{شے C کی قیمت}} = \frac{\text{شے B کا مختتم افادہ}}{\text{شے B کی قیمت مساوی ہے}} = \frac{\text{شے A کا مختتم افادہ}}{\text{شے A کی قیمت}}$$

تحدیدات (کوتاہیاں) Limitations

جہاں تک تحدیدات یا کوتاہیوں کا سوال ہے یہ قانون بھی دوسرے معاشی قوانین کی طرح تحدیدات سے مستثنیٰ نہیں ہے۔ یعنی اس قانون پر بھی تحدیدات عائد ہوتی ہیں۔

(1) ہم نے یہ فرض کیا ہے کہ صارف مختلف اشیاء پر چھوٹی چھوٹی مقدار میں رقم خرچ کرنے کے قابل ہے جو ہمیشہ ممکن نہیں۔ اکثر اوقات میں کسی شے کو مکمل طور پر خریدنا پڑتا ہے کیونکہ اس کو چھوٹے چھوٹے ٹکڑوں میں نہیں بچا جاسکتا یا اس شے کی اس طرح کی خریداری کارآمد نہیں ہوتی۔ دوسرے الفاظ میں بہت سی اشیاء تکنیکی بنیادوں یا معاشی وجوہات کی بناء پر چھوٹے چھوٹے اجزاء میں تقسیم نہیں کی جاسکتیں۔ ان کو یا تو بھاری مقدار میں خریدنا ہے یا نہیں خریدنا ہے۔ اس لحاظ سے اس شے پر خرچ کی جانے والی مقدار بھی بھاری ہی ہوگی۔ آسان الفاظ میں اکثر خریداریاں بھاری جسامت والی اکائیوں پر مشتمل ہوتی ہیں۔ اور چھوٹے چھوٹے حصوں میں تقسیم نہیں کی جاسکتی۔ ایسی صورتوں میں صارف مختتم افادوں کو مساوات میں لانے میں ناکام ہو جاتا ہے۔

(2) صارف کی لاعلمی دوسرا مسئلہ پیدا کرتی ہے۔ ایک مثالی (typical) صارف مختلف اشیاء کے مختتم افادوں کا اندازہ کرنے اور ان کے تغیر کے تقابل کرنے کے قابل نہیں ہوتا۔ اکثر صارفین اپنی عادتوں، پرانے طرز عمل اور دوسرے صارفوں کے طرز عمل وغیرہ کی رہنمائی میں فیصلہ کرتے ہیں۔

(3) مختلف اشیاء صارفین کی پائیداری کی مدت کی وجہ سے بھی ایک مسئلہ پیدا ہوتا ہے یعنی دیرپا اشیاء کتنی مدت تک استعمال میں آتی ہیں۔ بعض اشیاء صرف ایک بار استعمال میں آکر ختم ہو جاتی ہیں تو بعض پائیدار اور دیرپا نوعیت کی ہوتی ہیں یعنی بار بار استعمال کے باوجود قابل استعمال رہتی ہیں۔ جن کو ہم پائیدار اشیاء صارفین کہتے ہیں۔ ایک بار استعمال میں آکر ختم ہونے والی اشیاء کی مثال روٹی، تیل، برقی قوت وغیرہ سے اور بار بار استعمال میں آنے والی پائیدار اشیاء کی مثال موٹر، اسکوٹر، برتن، کپڑے، جوتے وغیرہ سے دی جاسکتی ہے۔ یہاں مسئلہ کی صورت یہ ہے کہ پائیدار اشیاء کی خریداری میں خرچ تو ایک ہی مدت میں ہوا ہے لیکن ان کے استعمال کا افادہ کئی مدتوں تک پھیل جاتا ہے۔ ان حالات میں صارف کے لئے ان پائیدار اشیاء اور ان کی خدمات کے مختتم افادہ کو ہر مدت میں مساوی بنانا نہایت مشکل ہو جاتا ہے۔

(4) اس قانون میں دوسری کوتاہی اس وجہ سے پیدا ہوتی ہے کہ بہت ساری اشیاء ایک دوسرے سے جڑی ہوئی ہیں یعنی یا تو ایک دوسرے کے نعم البدل substitutes ہیں یا ایک دوسرے کے بغیر نامکمل جنہیں تکمیلی اشیاء complementary goods کہتے ہیں۔ تاہم اس قانون میں یہ فرض کیا گیا ہے کہ اشیاء ایک دوسرے سے آزاد نوعیت کے حامل ہیں لہذا ان سے حاصلہ افادے دوسرے اشیاء کی مقداروں پر نہیں بلکہ ان کی اپنی مقداروں پر منحصر ہوتی ہیں۔

(5) جب خرچ کی جانے والی رقم بہت تھوڑی ہے تو اس قانون کا افادہ ہے کہ ان حالات میں صارف شاید ہی مختلف اشیاء کے مختتم افادوں کا تقابل کرتا ہے اس لحاظ سے وہ اس سلسلہ میں اپنے طرز عمل کو نظر انداز کر دیتا ہے۔

تاہم آپ کو یہ یاد رکھنا چاہیے کہ مذکورہ تحدیدات کے باوجود قانون افادہ مساوات مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون) کی بنیادی معقولیت یا صحت رائیگاں نہیں ہوتی بلکہ صرف حقیقت نمائی کے سچے تعلقہ اطلاق میں اپنی حیثیت کھوتی ہے۔

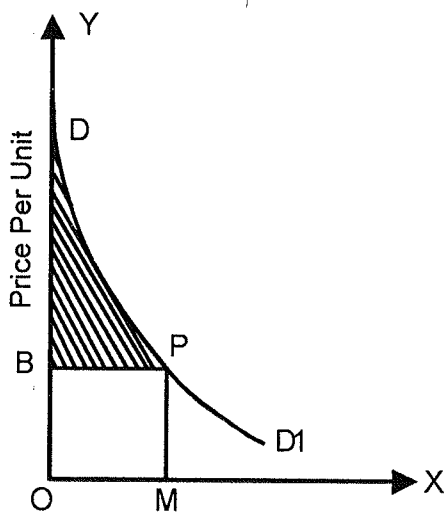
4.8 نفع صارف Consumer's Surplus

نفع صارف کے تصور کو مارشل نے متعارف کیا۔ جیسا کہ ہم جانتے ہیں کہ ہر صارف شے کی وہ مقدار خریدنے کی کوشش کرتا ہے جس میں اس کا مختتم افادہ (شے کے آخری اکائی سے حاصل ہونے والا افادہ) اور اس کی قیمت مساوات میں ہے۔ آپ کو یہ بھی یاد ہو گا کہ ہر شے قانون تقبیل مختتم افادہ کی تقبیل کرتی ہے یعنی صارف جب کسی شے کی زیادہ مقدار لیتا ہے تو اس کا مختتم افادہ گھٹتا ہے۔ اس لئے کسی مختتم افادہ (آخری اکائی) سے حاصل

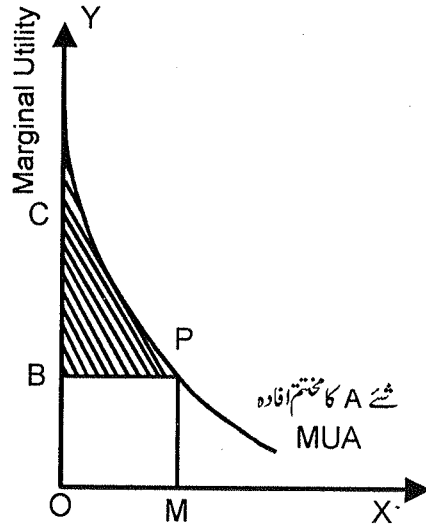
افادہ اس کی ادا کردہ قیمت کے مساوی ہوتا ہے لیکن درمیانی اکائیوں یا آخری سے پہلی اکائیوں سے حاصلہ افادے ان کی ادا کردہ قیمت کے مساوی نہیں ہوتے بلکہ ان کا افادہ ان کی ادا کردہ قیمت سے زیادہ ہی ہوتا ہے۔ حاصل نتیجہ یعنی کہ صارف شے کی آخری اکائی سے حاصلہ افادہ کی پوری ادائیگی کرتا ہے جب کہ درمیانی یا آخری سے پہلی اکائیوں سے حاصلہ افادوں کی صرف جزوی ادائیگی کرتا ہے۔ لیکن باقی افادے بلا معاوضہ حاصل کرتا ہے۔ جدول 4.4 پر غور کیجئے جس میں آموں کے محتتم افادوں کی مثال دی گئی ہے ہمیں یہ فرض کرنا ہے کہ ایک آم کی قیمت 7 افادے کی اکائیوں کے مساوی ہے۔ اس صورت میں ہم طرح استدلال کر سکتے ہیں کہ صارف پہلے آم کو چھوڑنے کے بجائے پہلے آم کے لئے 25 اکائیوں کا افادہ ادا کرنے پر آمادہ ہے۔ تاہم مارکٹ میں پہلے آم کو حاصل کرنے کے لئے صرف 7 اکائیوں کی ادائیگی کی شرط ہے۔ اس صورت میں صارف 18 زائد افادے ان کی قیمت ادا کئے بغیر حاصل کرتا ہے۔ یہی صارف کا وہ نفع ہے جو پہلے آم سے حاصل ہوا۔ جس کا (افادوں کی اصطلاح میں) تخمینہ کیا گیا ہے۔ اسی طرح دوسرے آم سے صارف کو 18 اکائیوں کا افادہ حاصل ہوا۔ لیکن اس دوسرے آم کے لئے وہ صرف 7 اکائیوں کا افادہ ادا کر رہا ہے۔ اس لئے صارف کو 11 اکائیوں کے مساوی نفع صارف حاصل ہوا۔ اسی انداز میں تیسرے آم سے صارف کو 4 اکائیوں کے مساوی نفع صارف حاصل ہوا اور چوتھے آم سے صارف کو کوئی نفع صارف نہیں ہے اس مثال میں صارف کا جملہ نفع صارف $18+11+4=33$ اکائیوں کے افادوں کے مساوی ہے۔

آپ خود یہ دیکھ سکتے ہیں کہ اگر آم کی قیمت 7 کے بجائے 3 افادے کی اکائیوں کے برابر ہو جائے تو نفع صارف بڑھ جائے گا۔ اس صورت میں پانچویں آم کے لئے نفع صارف صفر ہے لیکن پانچویں آم سے پہلے کے آموں کا نفع صارف علی الترتیب $4, 9, 15, 22$ اکائیوں کے مساوی ہے۔ مارشل کے الفاظ میں بعض اشیاء کے لئے ہم اونچی قیمت تک دینے کے لئے تیار ہو جاتے ہیں کیونکہ ان کے بغیر کام نہیں چل سکتا۔ حالانکہ ان کی خریدی کے لیے جو قیمت ہم ادا کر رہے ہیں وہ ان کی افادیت کے مقابلے میں بہت کم ہے۔ یہی زائد تفسی ان کا معاشی تخمینہ ہے جس کو نفع صارف کہتے ہیں۔

مختصر یہ کہ نفع صارف ان اشیاء کی خریداری سے جن کی قیمت ان سے حاصل شدہ تفسی سے کم ہے بحث کرتا ہے یعنی صارف کو کس طرح فاضل نفع ہو اس کی تشریح کرتا ہے۔ صارف شے کی خریدی کے لئے جو واقعی قیمت ادا کر رہا ہے مگر اس سے زیادہ قیمت ادا کرنے پر آمادہ ہے تو اس کا مطلب یہ ہے کہ صارف کو اس شے کی خریداری سے فاضل افادہ حاصل ہو رہا ہے۔ نفع صارف کے تخمینہ کو افادہ یا زر کی اصطلاح میں بیان کیا جاسکتا ہے۔ اوپر بیان کی گئی وضاحت میں اس کا تخمینہ افادہ کی اکائیوں میں کیا گیا ہے۔ شکل کی مدد سے اس تصور کی تشریح کی جاسکتی ہے۔



شے A کی مقدار
زر کی اصطلاح میں نفع صارف
شکل 4.5



شے A کی مقدار
مقداری اصطلاح میں نفع صارف
شکل 4.4

شکل 4.4 میں OX کے افقی خط پر شے کی مقدار اور OY کے عمودی خط پر شے A کے مختتم افادہ کی پیمائش کی جا رہی ہے اور MUA کا خط شے A کے مختتم افادہ کا خط ہے۔ فرض کیجئے کہ شے A کی فی اکائی کی قیمت OB کے مساوی ہے اس صورت میں صارف (OB) PM کی اکائی قیمت پر شے کی OM مقدار خریدتا ہے اور اسی لئے (PM) OB کی اکائی کے مساوی جملہ افادہ کی اکائیوں کو قیمت کے طور پر ادا کرتا ہے۔ تاہم مختتم افادہ کے خط کے تحت جو جملہ افادہ صارف کو حاصل ہو رہا ہے وہ OBCPM کے رقبے کے مساوی ہے۔ اس کے نتیجے میں لیکروں پر مشتمل BPC کے مساوی رقبہ نفع صارف ہے۔

نفع صارف کے تصور کو زر کی اکائیوں میں بھی آسانی کے ساتھ بیان کیا جاسکتا ہے۔ اس کے لئے ہمیں شے کے مختتم افادے اور اس کی قیمت دونوں کو زر کی اصطلاح میں بیان کرنا پڑتا ہے۔ اس کی وضاحت یا تشریح عموماً خط طلب سے کی جاسکتی ہے۔ شکل 4.5 میں DD1 ایک ایسا خط طلب ہے جس کے ساتھ OX کے افقی خط پر شے کی مقدار اور OY کے عمودی خط پر فی اکائی قیمت کی پیمائش کی جا رہی ہے۔ فرض کیجئے کہ شے کی فی اکائی قیمت OB کے مساوی ہے۔

OB (= PM) کی اکائی قیمت ہے۔ تو صارف شے کی OM اکائیاں خریدتا ہے اور شے کی ہر اکائی کی قیمت PM کی شرح سے ادا کرتا ہے۔ دوسرے الفاظ میں OBMP مقدار کے مساوی جملہ قیمت ادا کرتا ہے۔ تاہم شے کی OB مقدار کی خریداری کے لئے جیسا کہ خط طلب سے ظاہر ہو رہا ہے صارف جملہ ODPM کے مساوی قیمت ادا کرنے کے لئے آمادہ ہے جس کے بغیر اس کا گذارہ نہیں ہو سکتا۔ اسی لئے نفع صارف $OBPM - ODPM = BDP$ جس کو شکل 4.5 میں لیکروں کے رقبہ کے ذریعہ دکھایا گیا ہے جو BDP زر کی مقدار کے مساوی ہے۔

آپ کو یہ معلوم ہونا چاہیے کہ صارف کی عقلمندی اور دانائی سے نفع صارف اخذ نہیں ہوتا بلکہ یہ بازار کی قوتوں کی نتیجے ہے جو قیمت ادا کئے بغیر صارف کو تشفی یا تسکین حاصل کرنے کا موقع فراہم کرتی ہے۔ نفع صارف کا تعلق ایک طرف صارف کی طلب تو دوسری طرف شے کی رسد سے ہے جو ایک دی ہوئی قیمت پر صارف کو فراہم ہے۔ تمام تفصیلات کے ساتھ ہمیں اس بیان کی تکمیل کرنا ہے۔

(1) صارف کی زیر غور شے کی طلب کی صورت حال، طلب کے خط کے ڈھلان اور اس کے مبدا (شروع ہونے کے مقام) کا تعین کرتی ہے مثال کے طور پر طلب کی وہ صورت حال جس میں شے کی حیثیت ”ضرورت“ کی حامل ہے تو OY کے عمودی خط پر خط طلب، اونچے نقطہ سے شروع ہوگا۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ شے کی ابتدائی اکائی (اکائیاں) کی خریداری کے لئے صارف بہت اونچی قیمت ادا کرنے آمادہ ہے کیونکہ اس کے بغیر اس کا گذارہ نہیں ہو سکتا۔ جس کی مثال ہم نمک یا غذائی ضروریات یا لازمت زندگی سے دے سکتے ہیں۔ اسی طرح جس تیزی سے شے کا مختتم افادہ گرتا ہے اس لحاظ سے خط طلب کے ڈھلان کا تعین عمل میں آتا ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ اگر شے کا مختتم افادہ آہستہ گھٹتا ہے تو خط طلب کا ڈھلان بھی آہستہ ہی رہے گا۔ اور اغلب ہے کہ صارف شے کی زیادہ اکائیاں خریدے گا (قبل اس کے کہ گھٹتا ہوا شے کا مختتم افادہ اس حد تک گرجائے کہ شے کی قیمت کے مساوی ہو جائے)۔ دوسری طرف اگر شے کا مختتم افادہ تیزی سے گرتا ہے تو خط طلب کا ڈھلان بھی تیز ہی ہوگا۔ اس صورت حال میں صارف شے کی کم مقدار خریدے گا۔ اس کا مطلب یہ ہوا کہ شے کی دی ہوئی قیمت پر صارف کو اس وقت زیادہ نفع صارف حاصل ہوگا اگر

(i) خط طلب اس اونچی ابتدائی قیمت سے شروع ہوتا ہے جو صارف ادا کرنے پر آمادہ ہے۔

اور

(ii) اگر خط طلب کی ڈھلان کم تر ہے۔

(2) قوتوں کی دوسری جوڑ جو نفع صارف کو متاثر کرتی ہے شے کی رسد کی پہلو سے تعلق رکھتی ہے۔ مسابقتی مارکٹ میں (اس کے حقیقی معنوں سے آپ آنے والی اکائیوں میں واقف ہوں گے)۔ صارف دی ہوئی قیمت پر جتنی چاہے مقدار خریدنے کے قابل ہے۔ یہ بازار صارف کو ممکنہ بیشترین نفع صارف حاصل کرنے کی اجازت دیتا ہے۔ دوسری طرف غیر مسابقتی بازار کی صورت حال میں شے کی قیمت کا انحصار شے کی مقدار خرید پر ہوتا ہے۔ اس بازار میں صارف کو شے کی ابتدائی اکائیوں کی خریدی کے لئے زیادہ قیمت ادا کرنے پر مجبور کیا جاتا ہے۔ تاہم

جب وہ زیادہ مقدار خریدتا ہے تو ادا کردہ اوسط قیمت ضرور گھٹتی ہے (یعنی زائد اکائیوں کی خریدی کے لئے کم قیمت ادا کرتا ہے)۔ اس بازار کا نفع صارف اتنا بڑا لیا اتنا زیادہ نہیں جو معین قیمت کی صورت میں حاصل ہوتا ہے۔ آسان الفاظ میں معین قیمت کی صورت میں حاصل ہونے والے زائد افادہ کی طرح نہیں ہوتا یا تقابلاً نفع صارف کم رہتا ہے۔ صارف کو اس انداز کی ادائیگی کے لئے بھی مجبور کیا جاتا ہے کہ وہ نفع صارف حاصل کرنے سے قاصر رہتا ہے۔

نفع صارف کے استدلال کو آپ (i) دو یا دو سے زائد اشیاء اور (ii) دو یا دو سے زائد صارفین اور سارے مارکٹ تک بھی وسعت دے سکتے ہیں۔ ایسا کرنا ہمیشہ آسان نہیں ہوتا اور بہت ساری دشواریاں پیش آتی ہیں۔ مثال کے طور پر جب ہم دو اشیاء کی خریداری کے سلسلے میں نفع صارف پر غور کرتے ہیں تو دو انفرادی مقداروں کے مجموعوں میں فرق ہو سکتا ہے۔ کیا آپ دیکھ سکتے ہیں کہ ایسا کیوں ہوتا ہے؟ اس کی وجہ یہ ہے کہ اشیاء ایک دوسرے کے نعم البدل یا ایک دوسرے کے بغیر نامکمل ہیں (تکمیلی حیثیت کے حامل ہیں) تو ان میں کسی ایک شے کا افادہ دوسری شے کی مقدار سے متاثر ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ یہ اثر بہت زیادہ طاقتور یا بہت زیادہ کمزور ہو سکتا ہے۔ جس کا انحصار دونوں اشیاء کے درمیان تعلق کی طاقت پر ہے۔ اسی طرح نفع صارف کے اطلاق کو جب دو یا دو سے زائد صارفین تک وسعت دی جاتی ہے تو چند مسائل درپیش ہوتے ہیں جس کو ذہن نشین رکھنا ضروری ہے۔

آپ کو یہ بھی معلوم ہونا چاہیے کہ نفع صارف کا تصور صرف علمی مشق ہی نہیں ہے۔ تاہم اس کا صحیح تخمینہ مشکل ہے اور جب ہم اس کو سارے مارکٹ تک وسعت دینے کی کوشش کرتے ہیں تو بہت ساری دشواریوں کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ اس کے باوجود اس تصور کی عملی موزونیت یا مناسبت بہت زیادہ ہے۔ مثال کے طور پر ارباب اقتدار کو اس بات کا بخوبی علم ہے کہ ”ضروریات“ میں نفع صارف بہت زیادہ ہوتا ہے اسی لئے انہیں ضروریات کو چھوڑ کر تعیشات اور آسائیشوں پر زیادہ ٹیکس عائد کرنا چاہیے۔ اس کے علاوہ ارباب اقتدار کو ایسی اشیاء پر ٹیکس عائد کرنے سے گریز کرنا چاہیے جن پر غریب افراد اپنے بجٹ یا آمدنی کا بڑا حصہ خرچ کرتے ہیں۔ اسی طرح تاجروں کو ایسی اشیاء پر زیادہ قیمتیں عائد کرتے ہیں جن کی طلب بہت طاقتور ہے یعنی جن کے لئے صارفین اونچی قیمت دینے کے لئے آمادہ ہیں کیونکہ ان کے بغیر ان کا گذارا نہیں ہو سکتا۔

اپنی معلومات کی جانچ C

1. ذیل میں دیئے گئے جملے صحیح ہیں یا غلط نشانہ ہی کیجئے۔

- (i) قانون مساوات افادہ مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون) دیئے ہوئے خرچ پر عقلیت پسند صارف کے تشفی کے عمل کو بیشترین بنانے کے نقشے یا خاکہ کو پیش کرتا ہے۔
- (ii) افادہ کو بیشترین بنانے کے لئے کوئی صارف صرف فیلے میں مساوات افادہ مختتم کے قانون پر عمل پیرا ہونے میں ہمیشہ کامیاب رہتا ہے۔
- (iii) قانون مساوات افادہ مختتم کے مطابق کوئی صارف ہمیشہ (سستی) اشیاء خریدتا ہے۔
- (iv) قانون مساوات افادہ مختتم پر عمل کے دوران کسی خرید شدہ شے کا مختتم افادہ زر کے مختتم افادہ سے بڑھ سکتا ہے۔
- (v) قانون مساوات افادہ مختتم پر عمل پیرا ہونے کے لئے مختلف اشیاء کے مختتم افادوں کے جدول میں مشابہت ضروری ہے۔
- (vi) قانون مساوات افادہ مختتم کے مطابق صارف ہر شے پر زر کی مساوی مقدار خرچ کرتا ہے۔
- (vii) جیسیم (بھاری بھر کم) اشیاء وہ اشیاء ہیں جن کی خریدی بھاری اور بڑی اکائیوں میں کی جاتی ہے۔
- (viii) نفع صارف ان اشیاء کے نفع کی طرف اشارہ کرتا ہے جنکو صارف بغیر قیمت ادا کئے حاصل کرتا ہے۔
- (ix) نفع صارف کا وجود اس لئے ہے کہ صارف خرید کردہ شے سے حاصلہ افادوں کے مساوی قیمت ادا نہیں کرتا۔

2. خالی جگہوں کو مناسب الفاظ سے پر کیجئے یا جملہ کی آخر میں دیئے گئے الفاظ کی مدد سے نامکمل جملوں کو مکمل کیجئے۔

- (i) قانون مساوات افادہ مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون) کی اطلاقیت کے لئے یہ ضروری ہے کہ اشیاء ہیں۔
(جسیم بھاری بھاری) ، مکمل طور پر تقسیم پذیر
- (ii) ایک دوسرے سے جڑی ہوئی اشیاء کے سلسلے میں قانون مساوات افادہ مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون) کو کھودیتا ہے۔
(معقولیت، چچا پلاپن)
- (iii) نفع صارف ہیں جس کو صارف ادا کرنے پر ہے لیکن جس کو وہ واقعی ادا کر رہا ہے۔
(حاصلات (زائد)، کم، ادا کرنے پر مجبور ہے، ادا کرنے پر آمادہ ہے)
- (iv) نفع صارف مارکیٹ کا نتیجہ ہے کیونکہ اس کی وجہ سے صارف شے پوری قیمت کی ادائیگی کے بغیر تفریح یا تسکین سے مزہ اٹھا سکتا ہے۔
(موقع، فروشنده کی مہربانی)
- (v) عام طور پر یہ بیان کیا جاتا ہے کہ ضروریات کے مقابلے میں آسائشوں میں نفع صارف ہوتا ہے۔ (زیادہ، کم)

4.9 خلاصہ Let Us Sum Up

معاشی ماہرین ہمیشہ سے اس حقیقت کو دریافت کرنے میں دلچسپی رکھتے ہیں کہ قیمتوں کا تعین کس طرح ہوتا ہے اور عام طور پر ان میں کس طرح تبدیلیاں واقع ہوتی ہیں؟ لیکن تجزیہ کے لئے واحد شے کی قیمت سے شروع کرتے ہیں اور اس نتیجہ پر پہنچتے ہیں کہ طلب اور رسد کی قوتوں کے بین عمل کے نتیجے میں شے کی قیمت کا تعین ہوتا ہے۔

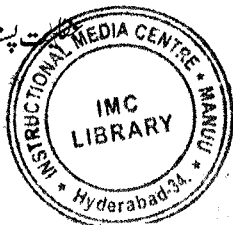
واحد شے کی طلب کے پہلو کا تجزیہ واحد نمائندہ صارف کے رویہ کے ساتھ کیا جاتا ہے۔ کوئی صارف قیمت ادا کر کے اس لیے شے خریدتا ہے کہ اس میں اس کے لئے افادہ ہے۔

کسی شے سے حاصل ہونے والی متوقع تفریح کو افادہ کہتے ہیں۔ یہ مقدار ہمیشہ تبدیل ہوتی رہتی ہے۔ یہ ایک موضوعی چیز ہے جس کا مطلق (Cardinal) اصطلاح میں تخمینہ نہیں کیا جاسکتا لیکن درجہ واری (Ordinal) انداز میں کیا جاسکتا ہے۔ اس ہی وجہ سے افادہ کا بین شخصی تقابل ممکن نہیں ہے۔ کسی شے میں افادہ کی موجودگی کا یہ مطلب نہیں کہ یہ شے صارف کے لئے افادیت کی حامل ہے یعنی شے افادیت پر مبنی ہو بھی سکتی ہے اور نہیں بھی۔ شے پر جملہ (گُل)، اوسط یا مختتم (حاشیائی) افادوں کی اصطلاح میں غور کیا جاسکتا ہے۔ شے کی تمام اکائیوں سے ماخوذ مجموعی افادہ کو جملہ (گُل) افادہ کہتے ہیں۔ جملہ (گُل) افادہ کو شے کی جملہ اکائیوں سے تقسیم کرنے سے اوسط افادہ معلوم ہوتا ہے۔ مختتم (حاشیائی افادہ) شے کی آخری اکائی سے حاصل ہونے والا افادہ ہے یا شے کی آخری اکائی کی وجہ سے جملہ (گُل) افادہ میں ہونے والا اضافہ ہے۔ جہاں تک مختتم افادہ مثبت رہتا ہے صرف اس وقت تک ہی جملہ افادہ میں اضافہ جاری رہتا ہے۔ آسان الفاظ میں جب تک مختتم (حاشیائی) افادہ مثبت ہے صرف اس وقت تک ہی جملہ (گُل) افادہ میں اضافہ جاری رہتا ہے۔

ہر شے قانون تقلیل افادہ (گھٹتے حاشیائی افادہ کا قانون) کی عمل داری میں ہے حالانکہ اس قانون پر دراصل کئی تحدیدات عائد ہیں جہاں تک زر کا سوال ہے اس کے تقلیل افادہ کے سلسلے میں اختلاف رائے پایا جاتا ہے۔ یعنی کیا زر کی مقدار میں اضافہ سے اس کے مختتم افادہ (حاشیائی افادہ) میں کمی ہوتی ہے یا نہیں۔

مارشل اس خیال کے حامی ہیں کہ یہ قانون زر پر بھی لاگو ہوتا ہے۔ تاہم تجزیہ میں آسانی کی وجوہات کو پیش نظر رکھتے ہوئے مارشل یہ فرض کرتا ہے کہ زر کا مختتم افادہ مستقل ہے یعنی اس میں استقرار ہے۔

شے کے مختتم افادہ میں تبدیلیاں ہمیں نمائندہ صارف کے رویہ کے انداز کو اخذ کرنے کا اہل بناتی ہیں۔ یہ فرض کرتے ہوئے کہ صارف ایک شخص ہے اور زر کا مختتم افادہ مستقل رہتا ہے یہ نتیجہ اخذ کیا جاسکتا ہے کہ صارف ہمیشہ شے کے مختتم افادہ کو شے کی قیمت کے مساوی بنانے



کی کوشش کرتا ہے۔ صارف کا یہ رویہ شے کے جدول طلب کو اخذ کرنے میں ہماری رہبری کرتا ہے جس کو خط طلب کی شکل میں پیش کیا جاسکتا ہے۔ ان نتائج کو بہت معروف قانون طلب کی شکل میں بیان کیا جاسکتا ہے جو اس بات کی تشریح کرتا ہے کہ شے کی طلب اور اس کی قیمت میں متضاد رشتہ پایا جاتا ہے

جیسے { $Q \downarrow P \uparrow$ } ق بر اد قیمت ط بر اد طلب۔ جب ان میں سے کوئی ایک گھٹتا ہے تو دوسرا بڑھتا ہے اور جب ان میں سے کوئی ایک بڑھتا ہے تو دوسرا گھٹتا ہے۔ اس کی وجہ سے خط طلب کا ڈھلوان بائیں جانب رہتا ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ طلب کا ڈھلوان منفی نوعیت کا ہوتا ہے۔ صارف کے رویہ کو پھیلا کر ہم قانون مساوات افادہ مختتم کے سلسلے میں رہبری حاصل کر سکتے ہیں جس کو قانون بیشترین تشفی Law of maximum satisfaction ، قانون بدل (متبادل) Law of substitution اور قانون بے نیازی Law of indifference بھی کہتے ہیں جو یہ بیان کرتا ہے کہ جب کسی صارف کو کئی اشیاء کی خریدی کا مسئلہ درپیش ہے تو وہ اپنے جملہ خرچ کو ان اشیاء پر اس انداز سے خرچ کرتا ہے کہ ہر شے سے حاصل ہونے والا مختتم افادہ مساوی رہے۔ دو اشیاء کے لئے اس قانون کو گرانی شکل میں بھی پیش کیا جاسکتا ہے۔

نفع صارف کے تصور کو مارشل نے متعارف کیا۔ قانون یہ بیان کرتا ہے کہ خریدار اپنی خریداریوں کے لئے فی الواقعہ جو قیمت (رقم) ادا کر رہا ہے اس سے زائد رقم ادا کرنے پر آمادہ ہے۔ آسان الفاظ میں شے کی خریدی کے لئے فی الواقعہ ادا کی جانے والی رقم سے زائد رقم صارف ادا کرنے پر آمادہ ہے جس کے بغیر اس کا گزارا نہیں ہو سکتا۔ اسی کو نفع صارف کہتے ہیں۔ نفع صارف کا نظہار اور تخمینہ افادہ یازر کی اصطلاحوں میں کیا جاسکتا ہے۔ افادہ کی اصطلاح میں اس کے تخمینہ کے لئے مختتم افادہ اور زر کی اصطلاح میں تخمینہ کے لئے خط طلب کو استعمال کیا جاتا ہے۔ خط طلب کی نشست (مبداء) اور ڈھلوان کی نوعیت کے علاوہ مارکٹ میں شے کی رسد کے حالات پر بھی نفع صارف کی مقدار کا انحصار ہوتا ہے۔ تاہم نفع صارف کے تصور کو پورے مارکٹ تک وسعت دینا یا پھیلانا مشکل ہے۔ پھر بھی اس تصور کی عملی افادیت بہت زیادہ ہے مثال کے طور پر ارباب اقتدار اپنے ٹیکس کے ڈھانچے کو کچھ اس طرح مطابق کر سکتے ہیں کہ اس میں کمترین حد تک تخفیف کی جائے۔ دوسری طرف فروشنده نفع صارف کے تصور کو اپنے منافعوں میں اضافہ کے لئے استعمال کر سکتا ہے۔

4.10 کلیدی الفاظ Key words

اوسط افادہ **Average Utility** : جملہ (گل) افادہ کو شے کی اکائیوں سے تقسیم کر کے معلوم کیا جاتا ہے۔

کارڈینل پیمائش یا تخمینہ **Cardinal Measurement** : اشاری یا مطلق اکائیوں کی اصطلاح میں تخمینہ۔

نفع صارف **Consumers Surplus** : شے سے اخذ کردہ یا حاصلہ افادہ کا وہ حصہ جو اس شے کے صارف کی ادا کردہ قیمت سے زیادہ ہے۔ زر کی اصطلاح میں شے کے حصول کے لئے جب صارف فی الواقعہ ادا کی جانے والی قیمت سے زیادہ قیمت ادا کرنے پر آمادہ ہے تو اس شے میں نفع صارف ہے۔

خط طلب (قوس طلب) **Demand Curve** : جدول طلب کی گرانی شکل میں پیشکش۔

جدول طلب **Demand Schedule** : ٹیبل کے ذریعہ شے کی مقداروں کی پیشکش جو مختلف مخصوص قیمتوں پر طلب کی جاتی ہیں۔

عدم افادہ **Disutility** : یہ اصطلاح اس زیر غور شے کے صرف کے بارے میں اشارہ کرتی ہے جس میں صارف کو شے کے استعمال سے تشفی کا نقصان ہوتا ہے۔ اسی لئے جملہ افادہ میں تخفیف ہوتی ہے۔

گھٹیا یا ذیلی اشیاء **Inferior goods** : ایسی اشیاء جو صرف پست آمدنی والے طبقات خریدتے ہیں۔ اسی لئے جب ان کی آمدنیوں میں اضافہ ہو جاتا ہے تو اس وقت یہ صارفین ان اشیاء کی طلب میں کمی کر دیتے ہیں۔

افادہ کا بین شخصی تقابل **Interpersonnel comparasion of Utility**: یہ اصطلاح دو اشخاص کے اخذ کردہ افادہ کے تقابل کی طرف اشارہ کرتی ہے۔ ایسا تقابل صرف افادہ کے مطلق (cardinal) تخمینہ کے تحت ممکن ہے۔

Law of Demand: یہ قانون اس رجحان کو بیان کرتا ہے جس میں شے کی قیمت میں اضافہ سے طلب گھٹتی ہے اور شے کی قیمت میں کمی سے اس کی طلب میں اضافہ ہوتا ہے۔

جیسے { ق ↑ ط ↓ } ق براد قیمت ط براد طلب۔

جسیم (بھاری بھرم) اشیا **Lumpy Goods**: ایسی اشیا جن کی خریداری چھوٹی مقداروں میں نہیں کی جاسکتی (اخراجات کے چھوٹے چھوٹے مقداروں میں ان کی خریداری نہیں ہو سکتی) جسیم اشیا کہلاتی ہیں۔

Law of Diminishing Marginal Utility or Law of Satiab قانون تکلیف افادہ یا قابل تشفی احتیاجات کا قانون **Wants**: ایسا اصول جس کے مطابق کسی ایک حاجت کی مکمل تشفی کی جاسکتی ہے۔ اسی لئے جب کسی شے کی مقدار میں اضافہ ہوتا ہے تو اس اضافہ کے ساتھ اسکے مختتم (حاشیائی) افادہ میں کمی ہوتی جاتی ہے۔

قانون مساوات افادہ مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون) **Law of Equimarginal Utility**: قانون یہ بیان کرتا ہے کہ ایک عقلیت پسند صارف اپنے جملہ اخراجات کو اس انداز سے تقسیم کرنے کی کوشش کرتا ہے کہ تمام اشیا پر خرچ کئے گئے ہر روپیہ کے عوض ان اشیا سے حاصل مختتم (حاشیائی) افادے مساوی ہو جاتے ہیں۔

Marginal Utility (حاشیائی) افادہ: شے کی آخری اکائی سے حاصل ہونے والا افادہ؛ شے کے آخری اکائی کی وجہ سے جملہ افادہ میں ہونے والا اضافہ۔

خط یا قوس کا منفی ڈھلان **Negative Slope of the Curve**: یہ خط اس بات کی طرف اشارہ کرتا ہے کہ افقی اور عمودی دونوں سمتوں سے متصل تخمینہ مقداروں میں تضاد یا برعکس تعلق پایا جاتا ہے یعنی جب ایک مقدار بڑھتی ہے تو دوسری گھٹتی ہے۔

درجہ واری یا آرڈینل تخمینہ **Ordinal Measurement**: افادہ کی مقداروں کی صعوتی اور نزولی (بڑھتی اور گھٹتی) ترتیب کا لظم۔ کوئی دو افادہ کی مقداروں کے درمیان یہ تو معلوم ہے کہ کون سی مقدار بڑی ہے لیکن یہ نہیں معلوم کہ کتنی بڑی ہے۔

جملہ (کل) افادہ **Total Utility**: جملہ افادہ صرف کی گئی شے کی تمام اکائیوں سے حاصلہ مجموعی یا کل افادہ۔

Utility افادہ: شے میں پائی جانے والی احتیاج کی تشفی کی صلاحیت۔ کسی شے کا متوقع افادہ۔

4.11 اپنی معلومات کی جانچ: جوابات Answer to Check Your Progress

1	(i) غلط	(ii) صحیح	(iii) غلط	(iv) صحیح	(v) صحیح
2	(i) افادہ	(ii) بدلتا	(iii) متوقع، حاصلہ	(iv) درجہ واری	(v) مطلق
1	(i) غلط	(ii) غلط	(iii) صحیح	(iv) صحیح	(v) غلط
	(vi) غلط	(vii) صحیح	(viii) صحیح		

(i) 2	(ii) متبادل نعم البدل (iii) آمدنی، گھٹیا	(iv) مختتم افادہ; مستقل یا استقرار		
(v) زر، افادہ	(vi) گھٹتی ہے، بڑھتی ہے، گرتی ہے			
C 1 (i) صحیح	(ii) غلط	(iii) غلط	(iv) غلط	(v) غلط
(vi) غلط	(vii) صحیح	(viii) غلط	(ix) صحیح	
(i) 2 مکمل قابل تقسیم	(ii) جچا تاپن	(iii) فاضل زیادہ; آمادہ ہے		
(iv) موقع	(v) زیادہ			

4.12 امتحانی سوالات Terminal Questions

- (1) جملہ (گل) افادہ، اوسط افادہ اور مختتم (حاشیائی) افادہ کے تصورات کے درمیان فرق کی وضاحت کیجئے۔
 - (2) قانون تقلیل افادہ (گھٹنے حاشیائی افادہ کا قانون) یا احتیاجات کی مکمل تشفی کے قانون پر عائد ہونے والے تحدیدات بیان کیجئے۔
 - (3) کیا زر پر قانون تقلیل افادہ کا اطلاق ہوتا ہے؟ وضاحت کیجئے۔
 - (4) قانون مساوات افادہ مختتم (ہم حاشیائی افادہ کا قانون) کا تنقیدی جائزہ لیجئے۔
 - (5) ذیل کے ضمن میں نفع صارف کے تصور کی صحت سے بحث کیجئے
- (a) واحد شے (b) دو یا دو سے زائد اشیا (c) دو یا دو سے زائد صارف
- (6) نفع صارف کے تصور کی وضاحت کیجئے اور اس کی کوتاہیاں بیان کیجئے۔

نوٹ: مذکورہ سوالات اس اکائی کو سمجھنے میں مددگار ثابت ہونگے۔ ان سوالات کو حل کرنے کی کوشش کیجئے۔ یونیورسٹی کو جوابات بھیجنے کی ضرورت نہیں۔ یہ سوالات آپ کی قابلیت کی خود جانچ کے لیے ہیں اور صرف آپ کی مشق کے لیے دیئے گئے ہیں۔