اقتصادیات برائے عوام

(مائیکرو اکنامکس کے منتخب اصول)

سید اطہر رضا بلگرامی

قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان، دہلی

اقتصادیات برائے عوام

(مائیکرواکنامکس کے منتخب اصول)

سید اطہر رضا بلگرامی

قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان، نئی دہلی

وزارت ترقی انسانی وسائل، حکومت ہند

فروغ اردو بھون، FC-33/9، انسٹی ٹیوشنل ایریا، جسولہ، نئی دہلی-110025

©قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان، نئی دہلی

پہلی اشاعت : 2014
تعداد : 550
قیمت : -/70 روپے
سلسلۂ مطبوعات : 1195

Eqtisadiyat Barai Awaam
By: Syed Athar Raza Bilgrami

ISBN :978-93-5160-051-0

ناشر: ڈائرکٹر، قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان، فروغ اردو بھون، FC-33/9، انسٹی ٹیوشنل ایریا،
جسولہ، نئی دہلی 110025، فون نمبر: 49539000، فیکس: 49539099
شعبۂ فروخت: ویسٹ بلاک۔8، آر۔ کے۔ پورم، نئی دہلی۔ 110066 فون نمبر: 26109746
فیکس: 26108159 ای۔ میل: ncpulsaleunit@gmail.com
ای۔ میل: urducouncil@gmail.com، ویب سائٹ: www.urducouncil.nic.in
طابع: میکاف پرنٹرس، ترکمان گیٹ، دہلی 110006
اس کتاب کی چھپائی میں 70GSM, TNPL Maplitho کاغذ استعمال کیا گیا ہے۔

پیش لفظ

انسان کا اجتماعی شعور صدیوں کو محیط ہے۔ اظہار کے سانچوں پر قابو پانے میں صدیاں لگی ہیں۔ اظہار کے لسانی سانچے پر عبور پانا معجزے سے کم نہیں۔ زبان کا سفر حقیقت سے مجاز تک کا نہایت بامعنی سفر ہے۔ مجاز کے توسط سے اشارے حقیقت کی ترسیل ہیں۔ مفروضے سے معروضے کی منزل مشاہدے سے تجربے کی منزل ہے جو پیچیدگی سے آسانی کی طرف لے جاتی ہے۔ فکر سے اظہار اور اظہار سے تحریر کے مراحل میں ردوقبول کا سلسلہ جاری رہتا ہے۔ جذبے، احساسات اور اشیا کی شناخت کے لیے لفظیات کا انتخاب اور ان کی قبولیت کے لیے زمانہ درکار ہوتا ہے۔ زبان عمرانی، معاشرتی اور تہذیبی مظہر ہے۔ ایک دن میں زبان بنتی ہے نہ قواعد۔ نطق سے اظہار تک کا سفر صدیوں پر مشتمل ہے۔ اردو نے اپنا ادبی سفر شروع کیا تو تحریر بھی اسے محفوظ کرتی گئی اور آج اردو کتابوں کے عظیم ذخیرے پر ہم فخر کرتے ہیں۔

اردو میں مختلف علوم وفنون کی کتابوں کو منتقل کرنا اور معیاری تحریروں کو یکی روشنائی عطا کر کے اردو حلقوں تک پہنچانا ہماری اہم ذمہ داری ہے۔ کونسل نے متنوع موضوعات پر کتابیں شائع کی ہیں۔ ادب کے علاوہ فلسفہ، منطق، معاشیات، اقتصادیات، ریاضی، کیمیا،

طبیعیات، طب، صحافت اور دیگر موضوعات پر کونسل نے خصوصی توجہ دی ہے۔'اقتصادیات برائے عوام' اسی سلسلے کی ایک کڑی ہے۔ ادھر ہمارے یہاں اقتصادیات کے اصولوں اور اس کے دائرۂ کار کے جدید اصولوں کی تفہیم کی طرف رجحان بڑھا ہے۔ پروفیسر سید اطہر بلگرامی جامعہ ملیہ اسلامیہ میں شعبۂ معاشیات کے صدر رہے ہیں۔ یہ موضوع نہ صرف ان کی دلچسپی کا ہے بلکہ ان کے جذبے کو بھی نگاہ تحسین سے دیکھنا چاہیے کہ انھوں نے ضرورت محسوس کی کہ اردو حلقے کو اقتصادیات کے نئے اصولوں اور رویوں سے آشنا کیا جائے۔ اس موضوع پر اردو میں کتابیں بہت کم ہیں۔ اس لیے یہ کوشش نہ صرف قابل ستائش ہے، بلکہ ایک اہم اضافہ ہے۔ ان کی زبان سلیس اور رواں ہے۔ انھوں نے اپنے حدود کا بھی ذکر کردیا ہے۔ چونکہ اس کتاب میں اقتصادیات کے طلبہ کے ساتھ عام قارئین میں بھی اس موضوع سے دلچسپی پیدا کرنے کی کوشش کی گئی ہے، اس لیے وضاحتی انداز اختیار کیا گیا ہے۔ مجموعی طور پر یہ کتاب اردو کے قارئین کے لیے ایک قیمتی تحفہ ہے۔
کونسل مصنف کی شکرگزار ہے اور امید کرتی ہے کہ ایسے موضوعات پر ان کا تعاون آئندہ بھی حاصل رہے گا۔

امید ہے کونسل کی دیگر مطبوعات کی طرح اس کتاب کی بھی خاطر خواہ پذیرائی ہوگی۔ ہمیں اہل ذوق کی آرا کا انتظار رہے گا۔

پروفیسر خواجہ محمد اکرام الدین
(ڈائرکٹر)

فہرست

تعارف VII

1۔ اکنامکس: تعارف برائے عوام 1

2۔ اکنامکس: آئینۂ زندگی 9

3۔ اقتصادیات کا نظریۂ قدر 17

4۔ اقتصادیات میں صارفین کے خطِ بے نیازی کا تصور 27

5۔ تنظیم پیداوار: پیداوار اور پیداواری عمل 37

6۔ تنظیم پیداوار: اصول پیداوار 49

7۔ تنظیم پیداوار: پیداوار کی لاگتیں 57

8۔ تنظیم پیداوار: آمدنی و بازاریں 67

9۔ بازار۔ کامل مسابقتی اور اجارہ داری بازاریں 75

10۔ اجارہ دارانہ مسابقتی بازار 91

11۔ تنظیم تقسیم: رینٹ، سود، اُجرت اور منافع 101

12۔ اختتامیہ 139

تعارف

''اقتصادیات برائے عوام'' اُن مضامین کا مجموعہ ہے جو رسالہ ''نئی کتاب'' میں بہ اقساط شائع ہوتے رہے ہیں۔ تقسیم کے متعلق مضامین شائع نہیں ہو سکے جن کو کتاب میں ایک مکمل باب کی صورت شامل کر لیا ہے تا کہ ''مائیکرو اکنامکس'' کے بنیادی اصولوں کو تسلسل کے ساتھ عوام تک پہنچایا جا سکے۔ کوشش کی ہے کہ یہ بنیادی اصول و نظریات درسی حصار میں مقید ہو کر محض طلبا کو فیض پہنچانے کا ذریعہ نہ بنیں بلکہ عوام بھی پڑھ کر یہ سمجھ سکیں کہ اقتصادیات کے اصول ان کی زندگی کے کتنے قریب ہیں۔

اردو زبان میں اصول اقتصادیات کی متعدد کتابیں نظر سے گزری جو بی اے کے طلبا کی نصابی ضرورت کو پورا کرتی ہیں۔ کچھ مستند یورپین مصنفین کی کتابوں کے ترجمے بھی شائع ہو چکے ہیں۔ ان کو پڑھ کر ایک خلش سی پیدا ہوئی کہ عوام اس کو پڑھ کر کیا سمجھیں گے۔ ان میں اس مضمون کے متعلق کیا دلچسپی پیدا ہوگی۔ زبان، بیان، انداز تشریح، اصطلاحیں اور پھر قدم قدم پر فرضی اعداد و شمار پر مبنی چارٹس، ڈائیگرام، ریاضی اور الجبرہ کے سہارے تشریحات کے لیے عوام میں کیا دلچسپی ہوگی۔ ایک ایسا مضمون جس کے تمام اصول انسان کی روزمرہ زندگی سے جڑی ہوں، جن کو جانے انجانے وہ برتتا رہتا ہو اور تاعمر اس کی زندگی کی تمام تر سرگرمیوں کا احاطہ کیے رہتا ہو، وہ کتابوں میں

اتنا دقیق اتنا اجنبی کیوں بنا رہے۔ کیوں نہ اس کو عوام کا آئینہ بنا دیا جائے۔ ان مضامین کو زیرِ قلم لانے کی یہی تحریک ہے۔ میں نے کوشش کی ہے کہ اصولِ معاشیات جتنے اردو میڈیم طلبا کے لیے آسان و دلچسپ ثابت ہوں اسی قدر دلچسپ و معلوماتی عوام کے لیے بھی ہوں۔ میں کہاں تک کامیاب ہوا ہوں، اس کا اندازہ تو تنقیدی تبصروں اور خطوط، فون یا موبائیل کے رابطوں سے ہوگا۔

میری یہ کوشش ابتدائی ہے کہنہ مشقی سے بہت دور ہے۔ اہلِ معاشیات کے لیے، بشرطیکہ وہ اردو زبان سے واقف ہوں، یہ قبول کرنا ہی دُشوار ہوگا کہ یہ "مائیکرو اِکنامِس" کی کتاب ہے۔ ان کی نظر میں اصول کی تشریح میں کہیں کہیں مستند درسی کتابوں کا چربہ ضرور نظر آجاتا ہے لیکن اکنامکس کا لب و لہجہ نہیں ملتا۔ اس لیے مجموعی طور پر "مائیکرو اکنامکس" کا احاطہ کرتے یہ مضامین اصولوں کے Generalisation سے زیادہ نہیں ہیں۔ میرا مقصد بھی یہی ہے کہ نفسِ اصول کو مجروح کیے بغیر اگر اصولوں اور نظریوں کو عام فہم بنا دیا جائے تو علم و آگاہی میں زیادہ وسعت پیدا ہوگی۔

مجھے اعتراف ہے کہ میں اس کوشش میں بہت زیادہ کامیاب نہیں ہوا ہوں۔ بہت سے مقامات ایسے آئے ہیں جہاں اصطلاحیں، ڈائیگرامس اور ان کا مخصوص اندازِ تشریح ناگزیر ہوگیا اور عوام کی دلچسپی کو نظر انداز کرنا پڑا ہے۔ ان کی ذہنی سطح کا خیال نہ کر کے وہی انداز اختیار کرنا پڑا جو مستند درسی کتابوں کا ہے اور جس سے عوام کو کوئی دلچسپی نہیں ہے۔ لیکن پھر بھی کوشش یہ کی ہے کہ بیان کو اتنا سہل کروں کہ اگر کوئی ڈائیگرامس کی پیچیدگیوں اور بھاری بھرکم اصطلاحوں کے بوجھ کو برداشت نہ بھی کرے تو بھی نفسِ مضمون سے ذہن کو وابستہ رکھے۔ یہ مجموعہ اصولوں کی تمام تفصیلات اور جدتوں کا بھی احاطہ نہیں کرتا۔ وہ صرف معروف اصولوں تک محدود ہے۔ یہ احتیاط فی الحال اس لیے ہے کہ کہیں تمام تفصیلات آپ کو الجھا نہ دیں۔ ان چنندہ اصولوں کی تشریح و تنقیدی تشریح میں کوشش کی ہے کہ ان کی وضاحتیں آپ کی زندگی کے مشاہداتی دائروں سے دور نہ ہونے پائیں۔ اگر میں دلچسپی پیدا کرنے میں کامیاب ہوگیا تو اقتصادیات کا دوسرا اہم حصہ جس کو "میکرو اکنامکس" (MACRO-ECONOMICS) کہا جاتا ہے، اس کے اہم موضوعات اسی انداز سے پیش کرنے کی کوشش کروں گا۔

اس مجموعے کے ابتدائی دو مضامین تعارفی نوعیت کے ہیں جو اقتصادیات کو متعارف کرتے ہیں اور اس کی اہمیت کا احساس کراتے ہیں۔ یہ مضمون دوسرے رسالوں میں شائع ہو چکے ہیں جن کو اس میں شامل کرلیا ہے۔ عملِ صارفین دوسرا حصہ ہے جس کے اہم موضوعات (نظریۂ قدر، نظریۂ طلب، تصورِ خطِ بے نیازی) کو تیسرے اور چوتھے مضامین میں سمیٹا ہے۔ پیداوار، پیداوار کے عمل اور بازاروں کی نوعیتوں سے جڑے اصولوں کی تشریح وتنقید پانچ تا نو مختلف عنوانات میں پھیلی ہوئی ہیں۔ آخری تفصیلی مضمون تقسیم کے اصولوں کے متعلق ہے جہاں پیداوار کے عوامل کی قیمت بہ شکل رینٹ (Rent)، سود (Interest)، اُجرت (Wages) اور منافع (Profit) ادا کی جاتی ہے۔

اگر آپ نے اس کوشش کی پذیرائی کی تو اقتصادیات کے وسیع میدان میکرو اکنامکس (Macro-Economics) میں داخل ہونے کی جرأت کروں گا۔

میں قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان کا شکر گزار ہوں جس نے کتاب کی اشاعت قبول کی۔ میں ادارے کی دلچسپی اور تعاون کا بے حد مشکور ہوں۔ میں محترمہ شبنم، مکتبہ جامعہ کا بھی ممنون ہوں جنھوں نے محنت ولگن کے ساتھ اور انتہائی چابکدستی سے مسودوں کو ٹائپ کیا اور نظر ثانی کے بعد فائنل اسکرپٹ تیار کی۔ پھر بھی جو غلطیاں رہ گئی ہوں، جن کے امکان قوی ہیں، وہ سب میری ہیں۔

سید اطہر رضا بلگرامی
پروفیسر وسابق صدر شعبۂ معاشیات
جامعہ ملیہ اسلامیہ
بی۔۴۰، جوہری فارم، اوکھلا، نئی دہلی۔۲۵
موبائل: 9891425691

اکنامکس: تعارف برائے عوام

سماجی علوم میں اِکنامکس (اقتصادیات یا معاشیات) واحد ایسا مضمون ہے جو زبان، طرز بیان، انداز تشخیص وتشریح اور اصطلاحات کے استعمال کے اعتبار سے دیگر مضامین سے مختلف ہے۔ آپ کسی موضوع کی کتاب کا مطالعہ کیجیے پہلا تصور یہی ابھرے گا کہ موضوع سے وابستہ تمام وضاحتیں، تشریحات اور انداز بیان نامانوس، غیر دلچسپ، رُوکھے اور اجنبی سے ہیں۔ ان میں ایسی کشش نہیں ہے کہ پڑھنے والے کا ذہن اُس سے وابستہ رہے۔

اصولوں و نظریوں کے بیان میں اصطلاحات سے لدے، پھندے بھاری بھرکم جملے، تشریحات میں طرز بیان کی اجنبیت، قدم قدم پر مفروضات کے سہارے، جگہ جگہ قیاسی اعداد وشمار پر مبنی مختلف النوع چارٹس، ڈائیگرامس اور خاکے اور پھر ریاضی، الجبرا کے پر پیچ فارمولے اور جیومیٹری کی پیچیدہ شکلیں معنی ومطلب کو سمجھنے اور ذہن نشین کرنے میں ذہن کو نہ جانے کتنے جھٹکے دیتے ہیں۔ پڑھنے میں قدم قدم پر عبارت کے مفہوم اور ذہن کا ربط ٹوٹتا ہے اور بالآخر پڑھنے والا الجھ کر یہ کہتے ہوئے کتاب بند کردیتا ہے:

تری کتابوں میں اے حکیم معاش رکھا ہی کیا ہے آخر
خطوطِ خم دار کی نمائش! مریض و کجدار کی نمائش

(اقبال: ضرب کلیم)

تعجب اس بات پر ہوتا ہے کہ سماجی علوم کا ایسا مضمون جو انسانی معاشرے کے اہم پہلو جس کا تعلق مادّیت سے ہے کا احاطہ کر رہا ہو، اتنا اہم و بنیادی پہلو کہ جس پر معاشی و سماجی زندگی کا کاروبار ٹکا ہو اور اس کی تمام تہذیبی، معاشرتی اور اخلاقی قدروں کو نہ صرف متاثر کرتا ہو بلکہ بنا اور بگاڑ بھی رہا ہو، ان کی پاسبانی بھی کر رہا ہو وہ اپنے بیان انداز تشریح اور زبان کے اعتبار سے عوامی ذہنوں سے اس قدر دور کیوں ہے۔ اس قدر غیر آشنا سا کیوں ہے اور عوام کے لیے غیر پر کشش سا کیوں ہے؟

دراصل یہ مضمون انسانی معاشرے کے جس پہلو کا احاطہ کرتا ہے وہ بظاہر جتنا واضح، روشن اور زندگی کی سرگرمیوں کے قریب لگتا ہے اتنا ہی پیچیدہ، وسیع اور گہرا ہے۔ اقتصادیات نے اس کو چار طرح کے عمل میں تقسیم کیا ہے۔

اول۔عملِ صَرف　　دوم۔عملِ پیداوار　　سوم۔عملِ تبادلہ　　چہارم۔عملِ تقسیم

یہ تمام عمل مربوط ہیں۔ ہم کو کسی شے کی ضرورت ہے تو عملِ پیداوار وجود میں آتا ہے۔ عملِ پیداوار تبادلہ پر منحصر ہے اور جو پیداوار ہوتی ہے وہ تقسیم ہو کر ہماری تسکین کا باعث بنتی ہے۔ اقتصادیات میں مخصوص قوانین و اصولوں کے تحت ہر عمل کی تشریح کی گئی ہے۔ مفکرین و مفسرین نے انسانی معاشرے کی مادّی پیچیدگیوں کو سمجھنے اور سلجھانے کے لیے سائنسی طرز فکر اپنایا اور پھر جیسے جیسے یہ پیچیدگیاں بڑھیں، تشخیص بھی اسی قدر سافسٹی کیٹیڈ (Sophisticated) بنتی گئی۔ اب قیاس و حقیقی اعداد و شمار اور ان پر مبنی متعدد اقسام کے ٹیبلس (Tables) یا جدولوں، نقشوں (Charts)، تصویروں (Diagrams)، ریاضی و الجبرا کے فارمولوں، ٹگنامیٹری کی مشقوں اور جیومیٹری کی پر پیچ شکلوں کی مدد سے اصول و نظریات کی تشریح کی جانے لگی۔ ماہرین نے معاشرے کے اقتصادی (مادی) پہلوؤں کو گہرائی سے واضح کرنے کے لیے جس قدر سائنسی رخ اختیار کیا اسی قدر ان کے قوانین و اصول کی تشریح لفظوں و جملوں سے نکل کر اعداد و شمار اور ریاضی و الجبرا کے فارمولوں اور جیومیٹری کی شکلوں میں گم ہوتی گئی اور معاشرے کے عام انسان کی فہم سے دور ہوتی گئی۔ اس مضمون کے ساتھ عوام کی غیر دلچسپی کا بنیادی سبب یہی ہے۔

چلیے ہم اس مضمون کی اجنبیت و غیر مانوسیت کو دور کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ آپ اصول

معاشیات کی کوئی مستند کتاب کھولیں تو سب سے پہلے ایک تعارفی باب ملے گا جس میں اقتصادیات کی تعریف، اس موضوع کا اسکوپ (دائرۂ اثر) دیگر مضامین سے اس کی نسبت، سائنس ہے یا آرٹ اور آخر میں ابواب کی تنظیم ملے گی۔ اصول معاشیات کے مواد کو چار حصوں میں تقسیم کیا گیا ہے۔ ہر حصہ متعدد ابواب پر مشتمل ہے۔ انسانی معاشرے کے چار بنیادی مادی افعال ہیں۔ اس کی مادی ضرورتیں ہیں جن کی تکمیل کے لیے وہ جدوجہد اور کاوشیں کرتا ہے۔ یہ جدو جہد، کاوشیں پیداوار و خدمات کی شکل میں رونما ہوتی ہیں۔ وہ اپنی کاوشوں کے انعام کو تقسیم کرتا ہے کیونکہ وہ دوسروں کے تعاون کے بغیر وجود میں نہیں آسکتے۔ تقسیم صَرف یعنی خرچ کے لیے ہوتی ہے اور یہی صَرف آخری تسکین کا باعث بنتا ہے۔ یہ مختلف النوع مادی افعال طلب (مانگ)، پیداوار، تبادلہ (پیداوار اور خدمتوں کا) اور تقسیم میں منقسم ہو کر متعدد اصولوں اور نظریوں کے ذریعہ واضح کیے جاتے ہیں۔ آیئے پہلے صرف سے متعلق نظریہ طلب کی بات کریں۔

اصول معاشیات میں نظریہ طلب (یعنی اشیا وخدمات کی مانگ) نظریہ صارفین (یعنی صَرف کرنے والے) کا ابتدائی باب ہے۔ نظریہ صارفین (Consumers Theory) کے تحت جن اصولوں کی وضاحتیں اور تشریحات ملتی ہیں ان میں نظریہ طلب و رسد (Theory of Demand & Supply)، طلب و رسد کی لچک (Elasticity of Demand & Supply)، صارفین کا نقطۂ توازن (Consumer's Equilibrium)، نظریہ افادہ (Utility Theory)، خط بے نیازی (Indifference Curve) اور اضافہ صارفین (Consumer's Surplus) خصوصی توجہ کے حامل ہیں۔

سب سے پہلے اس پر غور کیجیے کہ اقتصادیات میں تمام بنی نوع انسان کو ان کے عمل صَرف کو نگاہ میں رکھتے ہوئے صارفین کا نام دیا گیا ہے۔ انسان نوزائیدہ بچہ ہو یا بوڑھا، عمر کے کسی دور سے گزر رہا ہو، کسی پیشہ کو اختیار کیے ہو، راجہ ہو یا پرجا، صاحب اختیار ہو یا محتاج، تنہائی پسند ہو یا مجلسی، گھر میں ہو یا گھر کے باہر، وطن میں ہو یا وطن سے دور، صحت مند ہو یا بیمار، خوشحال و مطمئن ہو یا پریشان و افسردہ، اس کے افکار و خیالات اور عقائد کچھ بھی ہوں ہر حال میں اگر سانس لے کر زندگی کا ثبوت دے رہا ہے تو صارف ہے، وہ صرف کے عمل سے نہ گریز کرسکتا ہے اور نہ انحراف۔

اگر کوئی انسان یا گروہ خود اختیاری طور پر ارادتاً یا جبراً صرف کے عمل سے گریز کرتا ہے تو وہ اقتصادیات کے دائرے سے باہر ہے کیونکہ اُس کا یہ فعل معقولیت کے خلاف ہوگا اور بڑی حد تک اس کی فطرت کے بھی۔

انسان کے اس عمل صرف کو اُبھارنے، اُکسانے اور بڑھانے والے عوامل خواہشات، ضرورتیں اور طلب ہیں۔ یہی جذبے متحرک ہو کر عمل صرف کو سرگرم رکھتے ہیں۔ اقتصادیات انسان کے ان تمام جذبوں کو قبول کرتا ہے، احترام کرتا ہے لیکن اپنی فکر و نظر طلب پر مرکوز رکھتا ہے۔ وہ اس کی منطقی دلیل و تشریح پیش کرتا ہے۔ اس کا کہنا ہے کہ انسان آرزوؤں و خواہشوں کا پتلا ہے۔ ویسے بھی ہم جانتے ہیں کہ ہر آدمی کے عمل کے پیچھے کوئی نہ کوئی مدعا ہوتا ہے۔ دل بے مدعا ہونا تو قریب قریب ناممکن بات ہے۔ پھر بھی بیشتر آرزوئیں و خواہشات محض آرزوئیں ہوتی ہیں جن کا سلسلہ لامتناہی ہوتا ہے۔ ان کی کوئی حد کوئی ڈسپلن کوئی طریق کار بھی معین نہیں ہوتا۔ وہ مطلق آزاد ہوتی ہیں۔ اس لیے انسان چاہے جتنا صاحب اختیار کیوں نہ ہو، ہر آرزو، ہر خواہش کو پورا کرنے پر قادر بھی نہیں ہوسکتا۔ اقتصادیات انسان کے ہر اس عمل کو اپنی فکر میں باندھتا ہے جس کے پیچھے سعی و کاوش ہو اور کاوش کرنے والا اس کا 'مادی شکل میں' کوئی معاوضہ بھی چاہتا ہو۔ اس لیے وہ محض ان خواہشات اور آرزوؤں کو قابل توجہ سمجھتا ہے جن کا پورا کرنے کے لیے انسان حسب اہلیت اور حسب استعداد کوشش کرتا ہے۔

اب اقتصادیات انسانی ذہن کو زیادہ جامع اور حقیقت پسندانہ فکر کی طرف موڑتا ہے۔ غور کیجیے انھیں آرزوؤں و خواہشات کے کبھی نہ ٹوٹنے والے تسلسل کے درمیان چند ایسی قوی خواہشات ضرور ہوتی ہیں جو بار بار ابھرتی ہیں اور جن کا ٹالنا ممکن نہیں ہوتا۔ وہ جس وقت ابھرتی ہیں دیگر تمام خواہشات پیچھے ہو جاتی ہیں۔ پیاس، بھوک، انتہائی سردی میں فوری طور پر گرمی اور انتہائی گرمی میں کسی سائے یا ٹھنڈک حاصل کرنے کی خواہش اس کی چند مثالیں ہیں۔ اگر انسان کسی عادت کا اسیر ہے مثلاً چائے، کوفی، شراب، سگریٹ وغیرہ وہ بھی اسی ضمن کی خواہشات ہیں۔ ایسی قوی خواہشات کی تسکین کے لیے ہر انسان اپنی استعداد کے بموجب سعی و کاوش کرتا ہے۔ اقتصادیات میں ایسی قوی خواہشات کو ''ضرورت'' (Wants) کہا گیا۔ انسان کی لامتناہی

خواہشات وآرزوؤں کے انبوہ میں سے چھانٹ پھٹک کران قوی خواہشات کوالگ کرنا جوانسان کو بار بار مجبور کرتی رہیں کہ ان کو پورا کیا جائے اور انسان بھی وقتی طور پر ہی سہی، ان کو پورا کرنے کی کاوش میں سرگرداں نظر آئے، اقتصادیات میں قابل توجہ مطالعہ کا میدان بنا اور ''ضرورتوں'' کا عنوان دے کر خواہشات کے انبار سے ان کو الگ کرلیا۔

اقتصادیات نے اپنی تشخیص کواور آگے بڑھایا۔ اس نے واضح کیا کہ ہر انسان کے وسائل، اُن پر اس کی قدرت، طبیعت، مزاج، ترجیحات یکساں نہیں ہوتیں۔ اس لیے ہر انسان اپنی ضرورتوں کو اپنی پسند، استعداد و ترجیحات کے بموجب پورا کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ اگر چند دوستوں کو ایک قلم کی ضرورت ہے تو ضروری نہیں کہ سبھی ایک جیسا، ایک ہی قیمت کا قلم خریدیں، کوئی قیمتی اور کوئی معمولی قلم خرید سکتا ہے۔ یہاں جو شرط تمام دوستوں میں مشترک ہے وہ قلم کی ضرورت ہے۔ اب ہر دوست اس ضرورت کو اپنی استعداد و پسند کے مطابق پورا کرے گا۔ بس جہاں ضرورت کو استعداد، ترجیح و پسند سے منسلک کر کے پورا کیا وہیں ضرورت (Want) طلب (Demand) میں منتقل ہوگئی۔ اقتصادیات کی تمام تر توجہ اسی طلب کی طرف ہے۔

آپ نے دیکھا کہ اکنامکس نے کس طرح آرزوؤں وخواہشات کے بکھراؤ کو سمیٹا اور ایک بامقصد فعل کی طرف منتقل کردیا۔ آپ خواہشات سے طلب کی منزل تک آتے آتے مکمل معاشی انسان بن گئے۔ انھیں معاشی انسانوں کو ''صارفین'' (Consumers) کہا گیا ہے یعنی ایک فعال انسان۔ ایک معقول انسان میں آرزوئیں وخواہشات ہوتی ہیں۔ ان کو پورا کرنے کا جذبہ ہوتا ہے، خواہشات کے انبوہ میں چند قوی خواہشات ایسی ہوتی ہیں جن کو پورا کیے بغیر اس کو سکون نہیں ملتا۔ ان کو پورا کرنے کی وہ سعی کاوش کرتا ہے اور پھر اپنی استعداد و ترجیح کے بموجب وہ ان کو پورا کرتا ہے۔ پس یہی کاوشیں کسی شے کے حصول کا باعث بنتی ہیں۔ اور جب اس حاصل شدہ شے کا استعمال ضرورت کی تسکین کا ذریعہ بنتی ہے تو انسان کو اطمینان وسکون حاصل ہوتا ہے۔ یہی تسکین صارف کا مقصد آخر ہے اور یہیں پر انسان کی معاشی شخصیت کی تکمیل ہو جاتی ہے۔

بالعموم ہر انسان اپنی ضرورت کی تکمیل کے لیے آمدنی و دولت کو وسیلہ بناتا ہے۔ یعنی کسی ضرورت کی شے یا خدمت کو حاصل کرنے کے لیے وہ اپنی آمدنی یا دولت کا ایک حصہ بطور معاوضہ

یا قیمت ادا کرتا ہے۔ یہی آمدنی و دولت گویا اس کی استعداد کا تعین کرتی ہے۔ یعنی کسی شے یا خدمت کے حصول میں آپ جو قیمت ادا کرتے ہیں وہ آپ کی استعداد کو ناپتی ہے۔ آپ ایک جنس کو کسی دوسری جنس سے بھی بدل کر ضرورت کو پورا کر سکتے ہیں۔ آپ یہ عمل اسی وقت انجام دے سکتے ہیں جب بدلی جانے والی، اشیا یا چیزیں ایک دوسرے کی ضرورت کی تکمیل کر رہی ہوں۔ پھر اس تبادلہ میں کسی فریق کو نقصان کا احساس بھی نہ ہو۔ تہذیب کے ابتدائی دور میں اور عصر حاضر میں دور دراز کے دیہی علاقوں میں یہ رواج جاری ہے لیکن آج کے مہذب سماج کا چلن یہی ہے کہ اشیا وخدمات کا حصول قیمت ادا کر کے کیا جائے۔ یہ ہمارے سب کے تجربے کی بات ہے کہ جب کسی شے یا خدمت کی قیمت زیادہ ہو جاتی ہے تو اس کو کم طلب کیا جاتا ہے اور جب قیمت گری ہوئی ہوتی ہے تو طلب کرنے والوں کی تعداد زیادہ ہوتی ہے۔

نظریہ طلب اسی حقیقت کی وضاحت وتشریح کرتا ہے۔ اسی لیے کہتے ہیں کہ اگر دیگر باتیں یکساں رہیں تو قیمت اور طلب کے درمیان مخالف رشتہ پایا جاتا ہے۔ یعنی قیمت بڑھنے پر طلب کم اور قیمت گرنے پر طلب زیادہ ہوتی ہے۔ یہ اصول بہت سے گوشوں کی وضاحتیں کرتا ہے۔ قیمت کے اونچے ہونے پر طلب کرنے والوں کی تعداد کم اور گرنے پر زیادہ اس لیے ہو سکتی ہے کہ اونچی قیمت کی ادائیگی کی استعداد تھوڑے لوگوں میں ہوگی اور جیسے جیسے قیمت گرے گی صارفین کی استعداد کا دائرہ وسیع ہوگا اور زیادہ سے زیادہ صارفین کا گروہ اس شے کو حاصل کرنے کے قابل ہوگا۔ دوسری اہم بات یہ ہے کہ یہ اصول یوں تو ہر شے یا خدمت سے وابستہ ہے لیکن چند اشیا کی طلب پر یہ اصول منطبق نہیں ہوتا بلکہ ان اشیا کے ساتھ اصول الٹا ہے۔ یعنی ان اشیا کی طلب قیمت کے بڑھنے پر بڑھتی ہے اور گھٹنے پر گھٹتی ہے۔ تاریخی نوادرات کی طلب کی یہی نوعیت ہے قیمتی تاریخی اور نادر ڈاک ٹکٹ، تاریخی عجوبے نگینے، جواہرات بھی اسی ضمن میں آتے ہیں۔ چونکہ بیشتر عوام سے ان اشیا کا تعلق نہیں ہے بلکہ سماج کے مخصوص افراد سے ان کا تعلق ہے اس لیے عام طلب کے اصول کے دائرے میں ان کو نہیں رکھا جاتا۔ تیسری توجہ طلب بات یہ ہے کہ اس اصول کے ابتدا میں ''اگر دیگر باتیں یکساں ہیں'' کا فقرہ معنی خیز ہے۔ یہ جملہ اس اصول کے پورا ہونے کی شرائط بتلاتا ہے۔ ''اگر دیگر باتیں یکساں ہیں'' کا مطلب یہ ہے کہ آپ کی طلب نارمل ہو یعنی کسی

ہنگامی صورت حال کا نتیجہ نہ ہو۔ آپ کی آمدنی کی سطح میں کوئی تبدیلی نہیں ہو۔ اگر آمدنی اچانک بڑھ یا گھٹ جاتی ہے تو وہ مروّجہ قیمتوں پر طلب کو متاثر کر سکتی ہے۔ آپ کی پسند، مذاق اور ترجیحات میں بھی کوئی نمایاں فرق نہیں آنا چاہیے۔ اشیا کی پیکنگ، کوالٹی، سائز اور رسدی خدمات بھی نارمل رہیں گی۔ اس شے کا مطلق متبادل بازار میں موجود نہیں ہوگا۔ افراد خاندان میں اچانک تخفیف یا اضافہ نہیں ہوگا۔ کوئی اچانک جغرافیائی یا سیاسی حالات میں تبدیلی رونما نہیں ہوگی۔ اس شے کی پیداوار، دستیابی اور قیمتوں کے سلسلے میں حکومت کی پالیسیوں میں کوئی نمایاں تبدیلی نہیں ہوگی وغیرہ وغیرہ۔ یہ تمام مفروضات ہیں جن کو سمیٹ کر یہ کہہ دیا گیا ''اگر دیگر باتیں یکساں ہیں'' تو اشیا کی قیمت اور اس کی طلب میں مخالف رشتہ پایا جاتا ہے۔

یہاں ایک بات کی وضاحت اور ملتی ہے۔ طلب تین نوعیتوں کی بتلائی گئی ہے۔ اول طلب برائے اشیا ضروری یا مقدم (Primary)۔ دوم طلب برائے اشیا راحت و آرام یعنی (Comfort) اور سوم طلب برائے اشیا عیش و عشرت (Luxuries)۔ قیمتوں کے ساتھ ہر ایک کا رشتہ جداگانہ ہے، جس کو طلب کی حساسیت کے بطور واضح کیا گیا ہے۔ تکنیکی اصطلاح میں Price Elasticity of Demand یا Price Responsiveness کہا گیا۔ اشیا ضروری یا مقدم جیسے نمک یا لائف سیونگ ڈرگس، غذا کی بنیادی اشیا وغیرہ قیمتوں کے سلسلے میں بہت حساس نہیں ہوتیں یعنی اگر ان کی قیمتیں بڑھتی یا گھٹتی ہیں تو طلب کی سطح پر کوئی نمایاں فرق نہیں پڑتا۔ ایسی اشیا کی طلب بے لوچ کہلاتی ہے۔ آرام و آسائش کی تمام اشیا کی طلب لوچ دار ہوتی ہے۔ یعنی قیمتوں کے بڑھنے پر طلب گرتی ہے اور گرنے پر بڑھتی ہے۔ ان میں بھی حساسیت کے نقطہ نظر سے مختلف سطحیں ہوتی ہیں۔ بالعموم وہ اشیا جو پائدار ہوتی ہیں کم حساس ہوتی ہے، یعنی قیمتوں کے اتار چڑھاؤ کا اثر نسبتاً کم ہوتا ہے۔ لیکن ناپائدار اشیا کی طلب بہت حساس ہوتی ہیں۔ قیمتوں کے چڑھنے پر طلب بہت کم اور گرنے پر بہت زیادہ ہوجاتی ہے۔ گھر کا تمام ساز وسامان الکٹرانک سامان، فرنیچر، قیمتی ملبوسات، کاریں، موٹر سائکلیں، سجاوٹی سامان وغیرہ اسی ضمن کی اشیا ہیں۔ عیش و عشرت کے ساز وسامان کی طلب بالعموم بہت حساس ہوتی ہے۔ تھوڑی سی قیمتوں میں گراوٹ طلب کو بہت بڑھا دیتی ہے اور قیمتوں میں معمولی سا اٹھان طلب کو بہت گرا دیتی ہے۔ قیمتی قالین، جھاڑ فانوس، قیمتی

کاریں، ائیر کنڈیشنز، قیمتی ظروف، کپڑے اور قیمتی الکٹرانک سامان اسی ضمن میں آتے ہیں۔

ان تمام تفصیلات کو زیادہ ذی فہم، حقیقت کے قریب اور سائنٹفک طور پر زیادہ واضح بنانے کے لیے مفکرین نے قیاسی اعداد و شمار پر مبنی مختلف ٹیبلس اور جیومیٹری کی شکلوں کا سہارا لیا۔ قانون طلب اور خط طلب کی حساسیت برائے تغیر قیمت کو ان ٹیبلس اور شکلوں کے ذریعہ واضح کیا گیا۔ اب اگر یہ وضاحتیں ان اعداد و شمار اور شکلوں کی مدد سے زیادہ آسانی سے ذہن نشین ہو جاتی ہیں تو تشریح کا یہ انداز زیادہ موثر ہوگا۔ مزید انھیں تشریحات کو ریاضی و الجبرا کے فارمولوں میں ڈھال لیا گیا اور ان کو زیادہ سائنٹفک بنا لیا گیا۔ مثلاً اگر یہ کہنا ہو کہ کسی شے کی طلب اس کی قیمت سے وابستہ ہوتی ہے یا کسی شے کی طلب کا فعل اس شے کی قیمت سے وابستہ ہے تو آپ کہیں گے D=f(p) یعنی طلب Demand عمل ہے قیمت یعنی 'p' کا۔ یہ انتہائی چھوٹی اور ابتدائی مثال ہے جو مخصوص فکر کی سمت کا تعین کرتی ہے۔ آپ کو اصول معاشیات کی تمام وضاحتیں اسی انداز سے ملیں گی۔ یہ سب تشریحات کے طریق کار ہیں، انداز ہیں، ذرائع ہیں جو وضاحتوں کو پھیلانے کے بجائے سمیٹتے ہیں اور اختصار میں سب کچھ واضح کر دیتے ہیں۔ اس اختصار کی روش کو اپنانے سے قبل اصول و نظریوں کی وضاحتیں انسانی معاشرے کے قریب رہ کر کرنا ضروری ہے تاکہ پڑھنے والا ذہنی طور پر منسلک رہے اور اگر اس کو مزید سائنٹفک طور پر سمجھنا ہو اور جس کے لیے اس کا ذہن تیار ہو تو پھر ریاضی، جیومیٹری اور ٹگنامیٹری کی پر پیچ وادیوں کی سیر کرے اور انھیں اصولوں و نظریوں کو انھیں کے فریم میں سمجھے۔ اگر آپ غور کریں گے تو اکنامکس کا کوئی اصول، کوئی نظریہ آپ کی عملی زندگی سے زیادہ دور نہیں ہے۔ آپ کوئی اصول، کوئی نظریہ پڑھیے اور معاشرے کی عملی زندگی کو دیکھیے، کہیں نہ کہیں وہ جگمگاتا ہوا نظر آجائے گا۔

(نئی کتاب، جلد 6/ جولائی ستمبر 2008)

☆☆☆

اکنامکس: آئینۂ زندگی

انقلاب زمانہ کی کرشمہ سازی دیکھیے کہ سماجی علوم کا ایسا مضمون، جو کبھی ناقدری کی دبیز تہوں میں کہیں گم تھا، وہ آج ہر ذی فہم کی فکر کا محور بنا ہوا ہے۔ آج سے 60-50 سال قبل اقتصادیات کی عوام میں کوئی قدر و قیمت نہ تھی۔ اس کے مفکرین کی تصنیفات، خیالات، تجزیے و تبصرے ایک محدود حلقوں میں زیر بحث رہتے تھے۔ عوام میں ان کے لیے کوئی کشش نہ تھی۔ جاگیردارانہ نظامِ زندگی کی تہذیبی و معاشرتی قدروں نے اقتصادیات کو کبھی قدر و منزلت کی نگاہ سے نہیں دیکھا۔ اس کے قوانین اور اصولوں کو اپنی طرزِ معاشرت کے لیے اچھوت سمجھا۔ ان کی نگاہ میں تو یہ مضمون محض تاجروں، بیوپاریوں، محاصبوں کا موضوع تھا، جس کا شرفا سے کوئی تعلق نہ تھا۔ میں بھی ان کے اس رویے کا شکار بنا، جب میں نے بی اے میں اقتصادیات کو منتخب کرنے کی خواہش کا اظہار کیا۔

بزرگوں کے جملے میری سماعت سے ٹکرائے: ارے بھائی یہ کوئی شرفا کے پڑھنے کا مضمون ہے۔ جغرافیہ پڑھو، سیاسیات پڑھو، تاریخ پڑھو، انگریزی ادب پڑھو، فلسفہ پڑھو، اقتصادیات میں کیا پڑھو گے؟ یہی نا، دولت، پیسہ کوڑی کی بات کرو، پیداوار، خرچ، نفع، نقصان افادہ وافادیت کے اصول و قوانین پڑھو، سود و زر کی باتیں کرو، سرمایہ بڑھانے کی تدابیر سیکھو، اشیا اور بازاروں کے

بارے میں معلومات حاصل کرتے رہو، بچت اور قیمتوں پر نگاہ رکھو، اور کیا پڑھو گے۔ کیا شرفا کے بچوں کی یہی سوچ وفکر ہونی چاہیے۔ شریف گھرانوں کے بچوں کا یہ شیوہ نہیں کہ پیسہ، روزگار، سرمایہ کاری، کفایت شعاری، موزوں وغیرموزوں اخراجات 'بچت' اشیا کی طلب ورسد جیسی باتوں میں اپنی ذہنی صلاحیتوں کو کھپائیں۔ میں نے اپنی دلچسپی کا اظہار کرکے گویا اپنے آپ کو ان کی نظروں میں گرالیا۔ لیکن پتہ نہیں کیوں یہ مضمون جس کی ابتدا انٹرمیڈیٹ میں ہوئی، تمام تر دل شکن تبصروں کے باوجود، سہارا دیتا ملا اور صبر کی تلقین کرتا رہا کوئی خاموشی سے کہہ رہا تھا، وقت کا انتظار کرو۔

انتہائی دل برداشتہ، شکست خوردہ و مایوس اور منتشر ومتفکر ذہن کے ساتھ لکھنؤ پہنچا۔ یہ 1959 کی بات ہے۔ لکھنؤ یونیورسٹی کا شعبۂ معاشیات، تمام بزرگ پروفیسر سے بھرا تھا، رعب و دبدبے کا یہ عالم کہ ایم اے معاشیات کا طالب علم جہاں سے گزر جائے، لڑکوں کے قہقہے خاموش ہوجائیں۔ شعبے کی ایک قدیم روایت یہ تھی کہ بی اے میں اقتصادیات لینے والے نئے طلبا کو پہلے دن سب سے بزرگ پروفیسر مخاطب کرتے تھے۔ 45 لڑکوں کی کلاس میں دبا سمٹا، دوسری قطار کے اخیر میں بیٹھا، بزرگ پروفیسر کے چہرے کو تک رہا تھا۔ انھوں نے خاموشی سے تمام لڑکوں پر نگاہ ڈالی اور ایک لمحے کے لیے میرے چہرے پر آکر ٹھہر گئی۔ تعارف شروع ہوا۔ نام، وطن، بزرگوں کا پیشہ، شغل اور مشاغل یا سرگرمیاں اپنی اپنی من پسند ہر لڑکے کو بتلانے تھے۔ میرا دل تو بھرا ہوا تھا۔ نام، وطن اور پیشے کے ہمراہ یہ بھی بتلا دیا کہ میرے گھر میں ہر بزرگ نے اس مضمون کی نہ صرف مخالفت کی، بلکہ میری دلچسپی کو حقارت کی نگاہ سے دیکھا ہے۔ لیکن میں اسی مضمون کو پڑھنا چاہتا ہوں اور اپنی تعلیم کو اسی مضمون کے لیے وقف کرنا چاہتا ہوں۔ پروفیسر نے میرے ٹوٹتے بکھرتے عزم کو ہلکی سی مسکراہٹ کا سہارا دے کر پُرسکون کر دیا۔ تعارف ختم ہوا۔ پروفیسر نے پوری کلاس پر ایک ٹھہری ہوئی گمبھیر سی نگاہ ڈالی اور اقتصادیات کو جس طرح متعارف کرنا شروع کیا، اس نے کلاس کے اختتام تک میری کایا پلٹ کردی۔ اس کے بعد اکنامکس ہی اکنامکس تھی۔

پروفیسر صاحب نے اقتصادیات کی تعریف سے بات نہیں شروع کی اور نہ ابتدا غیر مانوس تکنیکی بوجھل اصطلاحوں سے بھری تعریفوں اور ان کی وضاحتوں سے کی۔ انھوں نے اکنامکس کو

ہماری روزمرہ کی زندگی کی سرگرمیوں سے اتنا قریب کردیا کہ بعد میں جب اس کے پیچیدہ اصول پڑھے تو ان میں زندگی کے مختلف عکس جھلکتے نظر آنے لگے۔ اگر کوئی مضمون ہماری روزمرہ کی زندگی کو اپنے اندر سمو لے تو آپ کو چلتے، پھرتے، چاروں طرف وہی مضمون رہنمائی کرتا نظر آنے لگے گا۔

پروفیسر صاحب کے منہ سے نکلنے والا پہلا جملہ تھا: یہ بات ذہن نشین کرلو کہ اقتصادیات وہ مضمون ہے، جو شکم مادر میں تمھاری تخلیق کے ساتھ شروع ہوتا ہے اور تمھاری آخری سانس تک تمھارے ساتھ ساتھ رہتا ہے۔ اب یہ بات اور ہے کہ تم شعوری یا غیر شعوری طور پر اس کا احساس کر پاتے ہو یا نہیں۔ معلم اقتصادیات کا یہ فرض ہے کہ وہ قدم قدم پر اس کا احساس کراتا رہے۔ ادھر ماں کو کسی وجود کا احساس ہوا، ادھر خاموشی سے احساس ذمہ داری جاگا۔ دو زندگیوں میں ایک ربط ضبط پیدا ہوگیا۔ ماں نے کسی وجود کی پرورش کے لیے ایک تحفظی حصار قائم کرلیا۔ وہ اچھا کھارہی ہے، وقت کی پابندی سے کھارہی ہے، آرام کا لحاظ رکھ رہی ہے، دل و دماغ کو تفکرات سے دور رکھنے کوشش کررہی ہے، اچھے صحت مند خیالات وتصورات میں اپنے آپ کو گم کررہی ہے۔ یہ سب کیوں کررہی ہے؟ اس وجہ سے کہ کوئی وجود صحت مند طور پر پرورش پاتا رہے۔ ادھر چند ماہ بعد، کسی وجود نے پھڑک کر زندگی کا احساس کرایا، ادھر احتیاط اور ذمہ داریوں میں مزید اضافہ ہوگیا۔ اس وجود کی زندگی تو ماں سے وابستہ ہے۔ وہ جیسا کھائے گی، جیسی احتیاط برتے گی، جس قدر پُرسکون رہے گی، وجود کی پرورش بھی اسی قدر صحت مند ہوگی۔ غور کرو، ایک وجود مجسم طلب بنا ہوا ہے تو دوسرا مجسم رسد۔ اور اب یہ طلب و رسد کا ازلی رشتہ تا حیات کبھی ختم نہ ہوگا۔ اس کے دائرے وسیع ہوتے جائیں گے۔ سمتیں بدلتی رہیں گی، لیکن جب تک آپ دنیا میں ہیں شعوری وغیر شعوری طور پر اس رشتے سے وابستہ رہیں گے۔

وہ وجود جو نو ماہ شکم مادر میں طلب و رسد کے رشتے سے منسلک رہا، اب دنیا میں آگیا۔ اس سانس لیتے وجود کے پاس ابھی نہ کوئی الفاظ ہیں اور نہ کوئی زبان، صرف چہرے کے بدلتے ہوئے تاثرات ہیں۔ ابھی تاثرات بھی نہ کہیے، صرف بدلتے ہوئے رنگ ہیں۔ کبھی کبھی کچھ مدھم سی آوازیں بھی ہیں۔ لیکن ماں کے لیے معانی و مطالب کی پوری دنیا ہیں۔ وہ چہرے پر آئے ہر رنگ کے معنی جانتی ہے، چہرے کی ہر شکن کا مطلب سمجھتی ہے۔ وہ وجود کس وقت کیا چاہتا ہے، کیا

تکلیف ہے، سب اس پر واضح ہے۔ نیپکن بدلنے کا اشارہ کیا ہے، بستر کی شکن تکلیف پہنچا رہی ہے، سردی سے بے چینی ہے، دودھ کی خواہش (بھوک) نے چین کر رہی ہے، ہر ہر بات چہرے کی شکن، ہاتھ پاؤں کی جنبش سے بتلائی جا رہی ہے اور ماں سمجھ رہی ہے۔ وہ اس کو پورا کرتی ہے۔ تھپکتی وسہلاتی ہے، گود میں لیتی ہے اور دیکھتے ہی دیکھتے بچہ پُرسکون خوشگوار نیند میں ڈوب جاتا ہے۔ آپ کو یہ قدرت ایک بے زبان محض سانس لیتے وجود کے ذریعے اقتصادیات کا بنیادی اصول واضح کر رہی ہے۔ کوئی وجود کچھ طلب کر رہا ہے اور کوئی دوسرا وجود اس کو پورا کر رہا ہے۔ طلب میں کیا شدت ہے، پورا کرنے والا اچھی طرح سمجھ رہا ہے۔ جیسی شدت تیز ہوگی، پورا کرنے والے میں اسی قدر سرعت، پھرتی اور مستعدی پائی جائے گی۔ پُرسکون نیند کا انحصار اسی پر ہے۔ اس سطح پر اس خوشگوار و پُرسکون نیند کو آپ نقطہ تسکین (Equilibrium) کہیں گے، جو طلب کرنے والے اور اس کو پورا کرنے والے کے باہمی ربط ضبط سے پیدا شدہ توازن کا دوسرا نام ہے۔ اب ذرا یہ ربط ضبط بگاڑ دیجیے، توازن بگڑ جائے گا۔ وقت پر دودھ نہ دیجیے، نیپکن نہ بدلیے، بستر کی شکن نہ درست کیجیے، بے چین روتے بلکتے بچے کو گود میں نہ لیجیے اور پھر چاہیے کہ وہ سکون سے سو جائے۔ کیا یہ ممکن ہے؟ اس بگڑے ہوئے توازن کا نام (Dis-equilibrium) ہے، جو دراصل طلب و رسد کی غیر متوازن کیفیت کا دوسرا نام ہے۔ بس تم اس دائرے کو بڑھاتے جاؤ۔ ابھی تو یہ ربط ضبط ایک نوزائیدہ زندگی اور ماں اور دیگر خاندان کے افراد کے درمیان تھا، جب یہ زندگی آگے بڑھی تو گھر کے افراد کے ساتھ ساتھ محلہ اور دیگر افراد بھی شامل ہو گئے، زندگی اور آگے بڑھی تو پھر آپ طلب کے ساتھ ساتھ رسد بھی بن گئے۔ آپ کچھ طلب کرتے ہیں اور ساتھ ہی کچھ دوسروں کی طلب پوری بھی کرتے ہیں۔ یوں آپ رسد بن گئے۔ فلاں شے لے آؤ، فلاں شے اس جگہ جا کر رکھ آؤ۔ زندگی کی تمام تر سرگرمیوں میں آپ کیا کر رہے ہیں، کچھ دوسروں سے طلب کر رہے ہیں اور کچھ دوسروں کی طلب کو پورا کر رہے ہیں۔ ایسا کرنے میں جہاں جہاں توازن قائم ہوتا جا رہا ہے، سکون پاتے جا رہے ہیں، مطمئن ہوتے جا رہے ہیں اور جب جب توازن بگاڑ رہے ہیں، سکون درہم برہم کرتے جا رہے ہیں۔ غور کیجیے گھر کی، محلّے کی، قصبہ گاؤں و شہر کی، ملک کی اور تمام ممالک میں بسنے والے افراد کی زندگی اسی جدوجہد میں تو گزر رہی ہے کہ وہ طلب و رسد کے

درمیان توازن برقرار رکھیں۔ اقتصادیات کے مفکرین نے اس نظام قدرت پر غور کیا اور اقتصادیات کے ایک بنیادی قانون طلب ورسد سے دنیا کو متعارف کرایا۔ اب اس پس منظر میں جب آپ قانون کو پڑھیں گے اوراس کی تفصیلات میں جائیں گے تو اقتصادیات کو اپنی زندگی کے بالکل قریب پائیں گے۔ آپ زندگی کے آخری لمحوں تک اس سے وابستہ رہیں گے۔ میرے ذہن کے بند دریچے کھل رہے تھے کہ اقتصادیات کا ایک بنیادی قانون ہمارے بزرگوں کی زندگی کے اتنے قریب ہے اوراس کو یک لخت نظرانداز کیے ہوئے ہیں۔ صبح وشام اس کی پیروی کرر ہے ہیں، لیکن اس کے بارے میں غوروفکر کو شرفا کے معیار فکر سے پست گردان رہے ہیں۔

میں چونکا جب پروفیسر صاحب کے جملے میری سماعت سے ٹکرائے۔ ہم معاشیات میں ایک معقول انسان (Rational Human Being) اور معقول افراد پر مبنی سماج کو نظر میں رکھتے ہیں۔ ہم سادھو، سنتوں، دنیاوی کاروبار کو ٹھکرانے والے افراد کو حلقۂ فکر میں نہیں لاتے۔ ہم ان افراد کی زندگی کے ایک مخصوص پہلو کا مطالعہ کرتے ہیں جو بہ حیثیت معقول انسان اپنے اندر خواہشات رکھتے ہیں، ان کو پورا کرنے کی سعی کرتے ہیں اور پورا ہوجانے پر اطمینان وسکون کا فوری احساس کرتے ہیں اور پھر کسی اور خواہش کی تکمیل میں سرگرداں نظر آتے ہیں اور زندگی کی یہ جدوجہد دن رات مسلسل چلتی رہتی ہے۔ عمر کے لحاظ سے اس میں اتار چڑھاؤ، کمی بیشی، تندہی، سکون وٹھہراؤ یقیناً آتا ہے، لیکن زندگی کی آخری سانس تک اس سے چھٹکارا نہیں ملتا۔ زندگی کی تمام سرگرمیاں جو آپ کے چاروں طرف پھیلی نظر آرہی ہیں، ان پر ذرا غور کیجیے۔ آپ کو معمولی سے معمولی سرگرمی میں کوئی خواہش پوشیدہ نظر آئے گی۔ ذرا یوں ہی کسی سڑک پر کھڑے ہوکر چلتے پھرتے بھاگتے دوڑتے انسانوں میں سے کسی کو روک کر پوچھ لو کہ کہاں جارہے ہو۔ فوراً جواب ملے گا، فلاں کام سے جارہا ہوں، فلاں سے ملنا ہے، فلاں کی عیادت میں جارہا ہوں اور کچھ نہیں تو یہی جواب مل سکتا ہے کہ بس کچھ نہیں ذرا طبیعت گھبرا رہی تھی، ٹہلنے نکل آیا۔ گویا کوئی نہ کوئی خواہش آپ کو متحرک کیے ہوئے ہے۔ اقتصادیات کے مفکرین نے انسان کی اس فطرت کو اپنے حلقۂ فکر میں رکھ کر افادہ وافادیت کے قوانین مرتب کیے۔ انھوں نے بتلایا کہ انسان خواہشات کا پلندہ ہے۔ ایک لامتناہی خواہشات کا سلسلہ ہے، جو ابتدا تا انتہا زندگی کے ساتھ لپٹا رہتا ہے۔ اس کو پورا

کرنے کی جدوجہد میں وہ سرگرداں اس لیے رہتا ہے کہ خواہشات کے لامتناہی سلسلے کے مقابلے اس کو پورا کرنے کے وسائل محدود ہیں یا ان کے متعلق اس کی جانکاری کوتاہ ہے۔ اسی لیے اس کا ذہن ترجیحات قائم کرتا ہے، یعنی کون سی خواہش/ضرورت پہلے پوری کرے اور کون سی بعد میں اور کن ضروریات کو فی الحال ملتوی کردے۔ اس کا ذہن یہ فیصلہ اس لیے کرتا ہے کہ اس کو اپنے محدود وسائل کا علم ہے اور ان محدود وسائل سے ہر ضرورت کو پورا نہیں کیا جاسکتا۔ اس لیے وہ سب سے اہم ضرورت کو سب سے پہلے پورا کرے گا پھر حسب ترجیح دیگر ضروریات پر نظر ڈالے گا۔ اس فیصلے کے پس پشت افادہ کا احساس پوری طرح موجزن رہتا ہے۔

آپ کو یہ تو بخوبی معلوم ہے کہ دنیا کی ہر شے جو آپ کے حلقہ تصور میں آسکتی ہے، آپ کے کام کی ہے، یعنی وہ آپ کی کسی نہ کسی ضرورت یا خواہش کی تسکین کا ذریعہ ہے۔ اب خواہش کی سطح اور ضرورت کی شدت کے بموجب کسی شے کی قدر و قیمت کا تعین کیا جاتا ہے۔ پیاس کی شدت پانی کی قدر و قیمت کا معیار طے کرے گی۔ موسم کی تبدیلیاں اور مقدار دست یابی کی صورت حال اور طلب کرنے والوں کی تعداد اس قدر و قیمت میں اضافہ یا تخفیف کا باعث بنے گی۔ ایک انتہائی صورت حال یہ بھی ہوسکتی ہے کہ صحرا اور ریگستان میں یہی پانی سونے سے زیادہ قیمتی بن جائے۔ صرف یہی نہیں افادہ کے احساس کی نوعیتیں تو مختلف شکلوں میں آپ کی زندگی سے وابستہ رہتی ہیں۔ مریض کی نازک حالت میں کسی ڈاکٹر کی بروقت دست یابی اور اس کی فوراً آمد گھر والوں کے اطمینان وسکون کو کن بلندیوں پر پہنچا دیتی ہے، اس کا احساس کیجیے۔ اس ڈاکٹر کی قدر و قیمت کا اس صورت حال میں اندازہ کیجیے۔

یہ سمجھتے ہوئے کہ تسکین واطمینان دائمی نہیں ہے، ان میں تغیر وتبدل ہوتا رہتا ہے اور اس حقیقت سے بھی بخوبی واقف ہے کہ اس کے وسائل کی تنگی اس کی ہر ضرورت کو پورا نہیں کرسکتی۔ اس لیے جس ضرورت کی تسکین کے لیے وہ اپنے محدود وسائل کا استعمال کرتا ہے، اس سے بھرپور فائدہ بھی اٹھانے کی کوشش کرتا ہے، تاکہ تسکین کی انتہائی سطح کو چھوسکے۔ اسی کو Maximum Satisfaction اور Optimum Utility کی اصطلاحوں سے واضح کیا جاتا ہے۔ افادیت یا Utility یعنی اشیا کی انسانی خواہشوں کو پورا کرنے کی طاقت۔

ایک طرف وسائل کا محدود ہونا، ان کی اہمیت وقدر و قیمت کو ابھارتا ہے تو دوسری طرف ان کے ذریعہ حاصل کی گئی شے یا کوئی خدمت کسی ضرورت کی تسکین کا وسیلہ بن کر اپنی افادیت کا احساس جگاتی ہے۔ اب انسان کا ذہن ایک بصیرت افروز فیصلہ کی طرف بڑھتا ہے۔ جس وقت وہ کسی ضرورت کو پورا کرنے کے لیے اپنے محدود وسائل کو استعمال کرتا ہے تو فوری طور پر دو احساس ابھرتے ہیں۔ اول وسائل کے اختیار میں کمی اور دوسرا وسیلے کو کسی دوسری شے کو حاصل نہ سکنے کا احساس محرومی۔ اب وہ اس کمی و محرومی کا مقابلہ حاصل کی جانے والی شے کی افادیت سے کرتا ہے۔ وہ اس وقت مطمئن ہو جاتا ہے، جب چلی جانے والی افادیت ملنے والی امکانی افادیت کے متوازی ہو اور یہی اس کا مقام اطمینان ہے۔ انسان اپنی زندگی کی سرگرمیوں میں شعوری و غیر شعوری طور پر ان مراحل سے گزرتا رہتا ہے۔ معاشیات میں باقاعدہ اس کے متعلق قوانین کی وضاحت کی گئی ہے، جو افادہ اور قانون افادہ کے باب میں آپ پڑھیں گے۔

یہ قانون تو آپ کی روزمرہ کی زندگی میں ایسے رچ بس گئے ہیں کہ بعض اوقات بے خیالی میں غیر شعوری طور پر آپ اس قانون کی وضاحت کرتے رہتے ہیں اور لاعلم رہتے ہیں۔ ذرا غور کیجیے کہ آپ بازار سے کوئی شے لے کر آتے ہیں تو گھر والے دیکھ کر بے ساختہ کہہ اٹھتے: ارے یہ تو بڑی خوبصورت چیز لے آئے، یہ تو بہت اچھی ہے اور جب آپ اس کی قیمت بتلاتے ہیں تو کہا جاتا ہے، واقعی یہ بہت سستی مل گئی... ارے کیا دوکاندار کی آنکھوں میں دھول جھونک کر لے آئے۔ کبھی اس کے برعکس جملے بھی سننے کو ملتے ہیں۔ ارے کہاں پیسے برباد کر دیے۔ یہ تو بھائی کسی کام کی نہیں ہے۔ یہ جو جملے آپ سن رہے ہیں، اسی اصول و قانون کی وضاحت کر رہے ہیں۔ پہلے ساخت کے جملوں میں واضح کیا جا رہا ہے کہ خریدی جانے والی شے کی افادیت، اس کی قدر و قیمت، اس کی خاطر ادا کی جانے والی قیمت کی افادیت سے کہیں زیادہ ہے اس لیے وہ شے نگاہوں میں سستی لگ رہی ہے اور دوسری صورت میں روپے کی قدر و قیمت، اس شے کی افادیت سے زیادہ ہے، اس لیے اس شے کے لیے پیسہ کی بربادی معلوم ہوتی ہے۔ اس طرح کے جملے آپ کو غیر محسوس طور پر معاشیات کے قوانین سے وابستہ رکھتے ہیں۔

اب آپ اپنے نصاب کی کتابوں کا مطالعہ کیجیے۔ مجھے یقین ہے کہ اقتصادیات کے کسی

اصول، کسی قانون میں آپ کو اجنبیت کا احساس نہیں ہوگا۔ وہ سب آپ کی زندگی کی رہنمائی کرتے ملیں گے۔ اس ایک گھنٹے کی تقریر نے میرے ٹوٹتے بکھرتے عزم کو اتنا قوی کر دیا کہ پھر پلٹ کر کسی اور طرف نہ دیکھا۔

(مستقبل، اپریل 2008)

☆☆☆

اقتصادیات کا نظریہ قدر

اصولِ معاشیات کی تمام مروجہ مستند کتابوں کا پہلا حصہ جہاں صارفین کے طرزِ عمل (Consumer Behaviour) کی تشریحات ملتی ہیں، ان میں سب سے دلکش تشریح نظریہ قدر (Utility) کی ہے جو معاشیات کے روایتی خشک و غیر دلچسپ اندازِ بیان و تشخیص سے ہٹ کر انسانی احساسات و مشاہدات کے قریب لگتی ہے۔ اکنامکس کی پر پیچ غیر مانوس و مختلف النوع اصطلاحات سے لبریز اصولوں کی وضاحتوں کے درمیان نظریہ قدر کی تفصیلات اور اس سے وابستہ نظریوں کو پڑھیے تو ایسا محسوس ہوتا ہے کہ انتہائی اُمس میں کہیں سے کوئی فرحت بخش ہوا کا جھونکا آ گیا۔ بے آب و گیاہ صحرا میں نخلستان نظر آ گیا۔ چلیے آج اس کی تشریح پڑھیے اور محسوس کیجیے کہ معاشیات کا یہ نظریہ آپ کی زندگی سے کیسا مانوس ہے۔

معاشیات کی کتابوں میں نظریہ قدر کی تشریح بیانیہ انداز میں بھی ہے اور ریاضی و الجبرے کے فارمولے اور جیومیٹری کی خاکے نما تصویروں کی مدد سے بھی ہے۔ میں تکنیکی زبان اپنانے سے قبل بیانیہ انداز اپنا رہا ہوں تا کہ نظریہ قدر معاشیات کے دائرے میں رہتے ہوئے آپ کے قریب رہے اور پھر پڑھتے پڑھتے جب آپ کی فکر میں بالیدگی پیدا ہونے لگے تو پھر ریاضی و الجبرے کی تکنیکی زبان اپنا کر پُر پیچ لکیروں میں مقید ہو کر انھیں تشریحات کو زیادہ گمبھیر بنا لیجیے گا۔

پہلا سوال یہ ہے کہ آپ کسی شے میں کوئی کشش کیوں محسوس کرتے ہیں؟ کیوں کسی شے کو دیکھتے ہی اس کے کارآمد ہونے کا احساس کرتے ہیں؟ یا اس کے برعکس کسی شے میں آپ کوئی کشش محسوس نہیں کرتے؟ دیکھتے ہی اس کے بے مصرف ہونے کا احساس کرتے ہیں، کیوں؟ معاشیات میں اس کا جواب یہ دیا گیا ہے کہ کائنات کی ہر شے میں انسان کی کسی نہ کسی ضرورت کی تسکین کی قوت پوشیدہ ہے اور اسی باطنی قوت کا احساس انسان میں اس شے کے لیے قدر پیدا کرتا ہے۔ وہ شے باعث کشش بن جاتی ہے۔ جب تک انسان اس شے کی اس صفت یا قوت سے بے خبر رہتا ہے، اس کے لیے کوئی کشش نہیں پاتا۔ وہ شے اس کے لیے بے قدر و قیمت ہی رہتی ہے۔ معاشیات میں قدر (Utility) کو محسوس کرنے کی پہلی و بنیادی شرط یہی ہے کہ کسی شے میں انسان کی کسی نہ کسی ضرورت کی تسکین کی قوت ہو اور انسان کو اس کا علم بھی ہو۔

معاشیات کے دائرے میں قدر کی دوسری اہم شرط/شناخت یہ ہے کہ وہ ہمیشہ کمیابی میں ابھرتی ہے۔ افراط میں نہیں۔ ہوا، پانی، سورج کی روشنی و اُس کی تمازت سب خدا کے عطیات ہیں اور یہ اتنے قیمتی ہیں کہ ان پر بنی نوع انسان ہی نہیں، حیوانات، نباتات سبھی کی بقا ٹکی ہوئی ہے۔ اس کی قدر و افادیت کا تعین مشکل ہے۔ یہ سب اتنی افراط میں ہیں کہ انسان کو ان کی قدر کا احساس بھی نہیں ہوتا۔ ذرا ان کے دائرے دستیابی کو محدود کر دیجیے تو فوری طور پر قدر ابھر آتی ہے۔ انتہائی حبس و اُمس میں ایک ہلکے سے فرحت بخش ہوا کے جھونکے کی قدر بتلایئے کتنی ہوتی ہے؟ بے آب و گیاہ صحرا میں بھٹکتے ہوئے مسافر کو کہیں دور نظر آنے والا تھوڑا سا پانی کا ذخیرہ اس کی کتنی قدر و منزلت کو بڑھا دیتا ہے، محسوس کیجیے۔ سمندر کی اتھاہ گہرائیوں میں آکسیجن نہیں ہوتی۔ غوطہ خور کی پشت پر لگا ہوا آکسیجن کا سلینڈر کتنا قیمتی و اہم بن جاتا ہے۔ غور کیجیے۔ وہ غوطہ خور اپنی نارمل زندگی میں کبھی دھیان بھی نہیں دیتا کہ سانس کی آمد و شد میں آکسیجن کی کیا اہمیت ہے، کیونکہ افراط اس کا احساس ہی نہیں ہونے دیتی۔ ہاں جہاں آکسیجن کی شدید کمی ہو، وہاں سلینڈر میں بند اس کی محدود و مقدار کی قدر کا احساس کیجیے جو غوطہ خور کی زندگی کی ضمانت ہے۔ یہی صورت اسپتال میں کسی مریض کے سرہانے لگے آکسیجن سلنڈر کی بھی ہے، جہاں محدود و مقدار اس کی زندگی کو قائم رکھنے میں معاون ہو رہی ہے۔ یہاں اس سے اور اس کے تیمارداروں سے اس سلنڈر کی قدر و قیمت

پوچھیے۔ یہ مثالیں تو مخصوص ہیں۔ آپ تو معمولاتِ زندگی میں دیکھیے کہ جس وقت گھریلو اشیا صرف کی تعداد میں افراط ہو جائے، ان کی قدر گھٹ جاتی ہے اور جب یہی تعداد بہ وجہ استعمال گھٹنے لگے تو بتدریج قدر و منزلت بڑھنے لگتی ہے۔ خرچ میں سلیقہ و تنظیم بھی پیدا ہو جاتا ہے۔ احتیاط بھی برتی جانے لگتی ہے اور یہ سارے افعال قدر و منزلت کا ہی عکس ہوتے ہیں۔ مریض کی نازک حالت میں بر وقت ڈاکٹر کی دستیابی اس کی قدر کو کتنا بڑھا دیتی ہے، سوچیے۔

معاشیات میں قدر کا اہم رشتہ قیمت سے ہے۔ کسی شے کو حاصل کرنے کے لیے جو ہم قیمت ادا کرتے ہیں، وہ دراصل اس شے کی قدر کا پیمانہ ہوتی ہے۔ نایاب ہیرے یا کسی تاریخی نادر و نایاب اشیا کی انتہائی بلند قیمت اس کے ''نادر و نایاب'' ہونے کی قیمت ہے اور صاحب حیثیت اس کو حاصل کر کے گویا ایک منفرد عظمت و حشمت کے احساس کی تسکین کرتا ہے۔ قیمت کی ادائیگی کی استعداد، جس کو ہم قوتِ خرید کہتے ہیں اور جس کو آمدنی کی سطح سے ناپا جاتا ہے مختلف ہوتی ہے۔ اس لیے قدر کی نوعتیں بھی جداگانہ ہوتی ہیں۔ لیکن جداگانہ ہونے کے باوجود مطمئن ہونے کی سطح (Level of Satisfaction) مساوی رہتا ہے۔ اگر ایک صاحب حیثیت کے لیے قیمتی کار اس کو کسی قدر و قیمت کی سطح کا احساس کرا کر مطمئن کرتی ہے، تو کسی دوسرے کم صاحب حیثیت شخص کو اسی قدر و قیمت کا احساس موٹر سائیکل یا محض سائیکل کرا سکتی ہے۔ یہاں قوت خرید کے فرق کے باوجود قدر کی سطح اور نتیجتاً مطمئن ہونے کی سطح مساوی ہوگی۔ ایک کروڑ پتی کے لیے ادنیٰ کرنسی نوٹ، کوئی قدر و قیمت نہ رکھتا ہو، اس کو دیکھ کر اس کے ذہن میں کوئی جھماکا نہ ہو، آنکھوں میں کوئی چمک پیدا نہ ہو لیکن کسی فقیر، نادار و غریب سے پوچھیے کہ وہ اس کی کیا قدر و قیمت آنکتا ہے۔ ایک وقت پیٹ کی آگ بجھ جانے کا یقین اس نوٹ کی قدر و قیمت کو اس کی نگاہ میں کن اونچائیوں پر پہنچا دیتی ہے، ذرا سوچیے۔ اس کے لیے اس نوٹ کی قوتِ خرید کی عظمت کا احساس کیجیے۔ قیمت سے منسلک قدر و قیمت کی باقائدہ تشریح بعد میں دوں گا۔ ابھی تو محض معاشیات کے دائرے میں قدر کا تعارف پڑھیے۔ یہاں ایک بات کی وضاحت اور کرتا چلوں کہ قیمت جو قوتِ خرید کا مظہر ہے، قدر کا پیمانہ بنتی ہے۔ لیکن بلند قیمت ہونے پر کمزور یا پست قوتِ خرید والے اگر اس شے کو حاصل کرنے سے محروم رہتے ہیں تو اس کے معنی یہ نہیں ہوتے کہ ان کو اس شے کی قدر کا احساس

نہیں ہے۔ یہ شخص اس شے کے افادہ سے بخوبی واقف ہے لیکن فی الوقت اس کی نگاہ میں اس شے کی قدر اس لیے نہیں ہے کہ اس کو خرید کر اپنے مصرف میں لانے کا اہل نہیں ہے۔

مدتِ وقت (زمانہ) اور فاصلے بھی قدر اور اس کے معیار کا تعین کرتے ہیں۔ شراب کہنہ کی بڑی قدر ہے، بڑی اونچی قیمت ہے۔ محض اس لیے نہیں کہ کمیاب ہے۔ دیگر شرابوں کی دستیابی کے مقابلے محدود ہے بلکہ اس لیے بھی اس کی تیاری میں دوسری شرابوں کے مقابل، زیادہ وقت لگا ہے۔ اب جتنا وقت زیادہ لگے گا (جتنی کہنہ ہوگی) اتنی ہی قیمتی ہوگی، اتنی ہی زیادہ اس کی قدر ہوگی۔ چاول کے کچھ اقسام بھی قیمت و مدت کے لحاظ سے اپنی قدر و قیمت بڑھاتے ہیں۔ یہی صورت فاصلے کی ہے۔ گنگا کے کنارے رہنے والوں کو گنگا کی پاکیزگی کا وہ احساس نہیں جتنا ان کو جو اس سے بہت فاصلے پر رہتے ہیں۔ حرم شریف سے متصل رہنے والوں کے دلوں میں وہ عقیدت نہیں ہوگی جو اس سے ہزاروں میل دور دراز ملکوں میں رہنے والوں کے دلوں میں ہوگی۔

انسانی شعور کی بالیدگی بھی قدر کی سطح کو طے کرتی ہے۔ نو جوانوں میں ہوسکتا ہے کہ بہت سی اشیا خدمات کی فی الوقت کوئی قدر نہ ہو لیکن طویل عمر کا تجربہ رکھنے والے بزرگ، عمر کے نشیب و فراز کو جھیل کر دور بینی پیدا کرنے والے معمر حضرات واقف ہیں کہ آئندہ آنے والے زمانے میں ان کی کیا قدر ہوگی۔ انسان میں پس انداز کرنے کا جذبہ اسی پختہ شعور سے پرورش پاتا ہے اور بیشتر وہی حضرات زیادہ مطمئن نظر آتے ہیں جو حال کے ساتھ ساتھ مستقبل پر بھی نگاہ رکھتے ہیں۔ بلکہ یہ کہنا زیادہ مناسب ہے جو مستقبل کی قدر و قیمت کو حال میں طے کرتے ہیں۔

یوں تو قدر کی کثیر الجہتی سمتیں ہیں لیکن معاشیات نے اس کو ایسی صفت یا قوّت سے آنکا ہے جو انسان کی کسی ضرورت کی تسکین کا وسیلہ بن جائے۔ قیمت کی ادائیگی اسی سے منسلک ہے اس لیے قدر کو قیمت کے توسط سے بھی متعارف کرایا جاتا ہے۔ اب میں خالص معاشیات کے دائرے میں رہ کر قانونِ قدر کی وضاحت کروں گا۔

اقتصادیات کی کتابوں میں بتلایا گیا کہ اگر دیگر باتیں یکساں رہیں تو صَرف کی پہلی اکائی (یونٹ) سب سے بلند قدر دے گی اور جیسے جیسے صَرف کی یہ اکائیاں بڑھتی جائیں گی۔ ہر اگلی اکائی پر قدر کی سطح گھٹتی جائے گی۔ صَرف کی ایک سطح وہ ہوگی جہاں قدر صفر ہو جائے گی۔ اور یہی سطح

'اطمینانِ کُل' "Maximum / Optimum Satisfaction" کی ہوگی۔ اس سطح کے بعد اگر مزید صَرف کی اکائیوں کو بڑھایا جاتا ہے تو قدر بجائے مثبت ہونے کے منفی ہو جائے گی۔ یعنی غیر مطمئن (Dis-satisfaction) ہونے کی کیفیت پیدا ہو جائے گی۔ اب اس کی وضاحت چند روزمرہ کے امور سے کیجیے اور دیکھیے کہ یہ قانون کہاں تک صحیح ہے۔ آپ کو جس وقت شدید پیاس لگی ہو تو پانی سے بھرے گلاس کا پہلا گھونٹ جو فرحت و آسودگی کا احساس کرائے گا، دوسرا گھونٹ اس سے کم اور آخر گھونٹ سب سے کم کرائے گا۔ اب یہ بات دیگر ہے کہ پیاس ایک گلاس پانی سے بجھتی ہے یا دو گلاس پانی سے۔ اگر دوسرے گلاس کی بھی ضرورت محسوس ہو رہی ہے تو اس کا آخر گھونٹ سب سے کم آسودگی کا احساس کرائے گا۔ یہی بات بھوک میں کھانے پر بھی صادق آتی ہے۔ بھوک میں کھانے کا پہلا نوالہ جو آسودگی کا احساس کرائے گا، دوسرا تیسرا نہیں۔ ہر نوالے پر آسودگی بتدریج گھٹتی جائے گی اور یہاں تک کہ آخری روٹی یا نوالہ سب سے کم آسودگی دے گا۔

پیاس میں پانی کے ہر گھونٹ کے ساتھ اور بھوک میں ہر نوالے کے ساتھ احساسِ تسکین بڑھتا جائے گا۔ اس لیے ہر اگلے گھونٹ یا ہر اگلی روٹی یا اگلے نوالے میں قوت تسکین گرتی جائے گی۔ ہر شے کے استعمال پر یہ قانون صادق آتا ہے۔ آپ ملبوسات کی تعداد لے لیجیے۔ کار، سائیکل کی تعداد لے لیجیے۔ مکان لے لیجیے۔ جس کی آپ کو ضرورت ہے اس کی پہلی اکائی سب سے زیادہ تسکین کا ذریعہ بنتی ہے اور جیسے جیسے اس کی تعداد میں اضافہ کرتے جاتے ہیں، ہر اگلا اضافہ سابقہ اکائی کے مقابل تسکین کا احساس کم کراتا ہے۔ اس قانون کے لیے بھی شرائط ہیں جن کو سمیٹ کر ہم ''اگر دیگر باتیں یکساں رہیں'' کے جملے میں بیان کرتے ہیں۔ اس قانون کے صحیح طور پر نافذ ہونے کے لیے پہلی شرط یہی ہے کہ انسان معقول فکر و ذہن کا ہو۔ کنجوس اور ہوس والے انسان کبھی مطمئن نہیں ہوتے۔ Rational Human Being ہی جب کسی چیز کا استعمال کرتا ہے تو اس شے کی پہلی اکائی میں سب سے زیادہ تسکین کا احساس کرتا ہے اور ایک سطح وہ آتی ہے جب وہ اس شے کی آخری اکائی سے سب سے کم تسکین پاتا ہے۔ یعنی اس کی ضرورت مکمل طور پر پوری ہو گئی اور وہ پوری طور پر مطمئن ہو گیا۔ یہ صفت کنجوس اور ہوس والے انسانوں میں نہیں پائی جاتی۔ اس لیے اس قانون کا اطلاق ان پر نہیں ہوتا۔

دوسری شرط یہ ہے کہ استعمال کے اوقات اور کوالٹی و اقسام میں تبدیلی نہ ہو۔ اگر آپ پیاس میں وقفہ دے کر پانی پیتے ہیں تو بہت ممکن ہے کہ ہر وقفہ کے بعد پہلا گھونٹ مساوی تسکین دے۔ یا اگر پہلا گھونٹ سادہ پانی کا پیا اور دوسرا گھونٹ ٹھنڈے پانی کا پیا تو دوسرا گھونٹ پہلے کی بہ نسبت زیادہ تسکین دے۔ یہی صورت بھوک میں کھانے کی ہے۔ اگر پہلا نوالہ باسی روٹی کا لیا اور دوسرا تازی و گرم روٹی کا تو دوسرا نوالہ زیادہ تسکین دے گا۔ یا کھانے کے درمیان کوئی اچھی اور زیادہ ذائقہ دار چیز سامنے آ گئی تو اس کا نوالہ سابقہ نوالوں کی بہ نسبت زیادہ تسکین کا احساس کرائے گا۔ یہی صورت وقت کے بدلنے میں پیدا ہو سکتی ہے۔ بھوک کا اپنا ایک وقت ہے۔ اگر وہ ٹل گیا اور بے وقت کھانا کھایا تو وہ تسکین حاصل نہیں ہوگی یا معینہ وقت سے بہت پہلے، یعنی بھوک سے قبل، کھا لیا تو بھی وہ تسکین حاصل نہیں ہوگا۔

تیسری شرط انسان کی آمدنی، مقام اور ذہنی سطح کی ہے۔ ان سب میں بھی تبدیلیاں و تغیر نہیں ہونا چاہیے۔ کسی ذہنی انتشار میں یہ قانون منطبق نہیں ہوتا۔ یہی حال آمدنی کے تغیر اور مقامات کی تبدیلیوں کا ہے۔ آمدنی کے اتار چڑھاؤ سے ترجیحات بدلتی ہیں اور اسی کے ساتھ مطمئن ہونے کی سطح بدلتی ہے۔ گندی بستیوں سے نکل کر صاف ستھرے ماحول میں آ کر رہنے، گاؤں قصبوں سے نکل کر بڑے شہروں میں آ کر بسنے، انتہائی گرم موسم سے گھبرا کر کسی ٹھنڈے اور فرحت بخش مقام پر چلے جانے سے بھی ہمارے مطمئن ہونے کا معیار تبدیل ہو جاتا ہے اور قانونِ قدر منطبق نہیں ہوتا۔ یہی صورت اچانک خوشی یا اچانک غم و صدمے کی بھی ہے۔ ان دونوں ہی صورتوں میں یہ قانون فعال نہیں رہتا۔

گویا قانونِ قدر ایک نارمل صورت حال میں فعال رہتا ہے۔ یعنی کوئی غیر معمولی کیفیت اس کے عمل میں مانع نہ ہو۔ اب اگر ان تمام بیانیہ تفصیلات کو سمیٹ کر ہندسوں اور شکلوں میں منتقل کر دیا جائے تو شاید قانون اپنی "عملی شکل" میں واضح ہو جائے گا۔ میں ایک چھوٹی سی مثال کو ہندسوں اور شکل میں منتقل کر رہا ہوں۔ تصور کیجیے آپ کو شدید پیاس لگی ہے۔ قانون یہ بتلاتا ہے کہ پیاس کی شدت میں پانی سے بھرے گلاس کا پہلا گھونٹ سب سے زیادہ تسکین کا باعث ہوگا۔ یعنی اس کی قدر سب سے بلند ہوگی۔ اب اگر یہ بلندی 80 مان لی جائے تو پہلے گھونٹ کی قدر 80 کی سطح

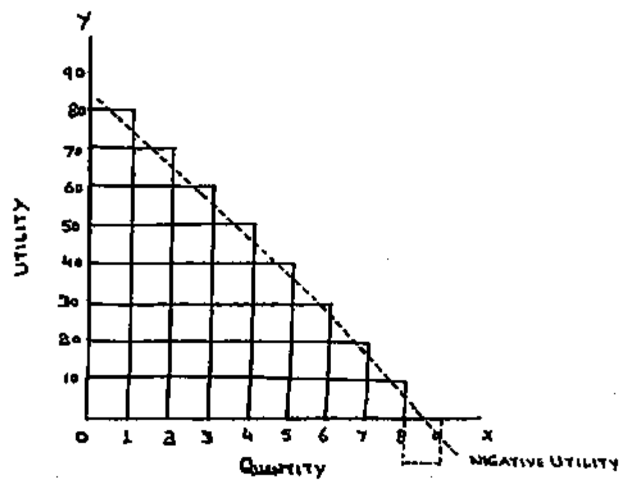
کومس کرے گی۔اب پانی کا دوسرا گھونٹ بھی یقیناً بہت تسکین دے گا لیکن یہاں تسکین کا احساس سابقہ پہلے گھونٹ کے مقابل تھوڑا کم ہوگا۔ یہاں مان لیجیے یہ سطح 70 رہتی ہے۔اسی طرح یہ سلسلہ چلتا رہے گا۔آپ گھونٹ گھونٹ پانی پیتے رہیں گے، پیاس دھیرے دھیرے بجھتی رہے گی اور ایک سطح وہ آئے گی جب آپ کو مزید پانی کی کوئی خواہش نہیں ہوگی۔یہ کامل تسکین کی سطح ہے جہاں پانی کی قدر صفر ہو جائے گی۔اب اس کے بعد کسی کے اسرار پر بہ لحاظ تہذیب، آپ نے مزید پانی پی بھی لیا تو معاشیات کے دائرے میں اس کی قدر منفی ہوگی، یعنی بجائے تسکین کے بے لطفی کا احساس پیدا کرے گی۔ یہی صورت بھوک میں کھانے کی ہے۔ پوری بھوک میں پہلی روٹی یا پہلا نوالہ سب سے بلند قدر کا احساس کرائے گا اور جیسے جیسے نوالوں کی تعداد بڑھتی جائے گی، چونکہ بھوک مٹتی جائے گی اس لیے ہر اگلا نوالہ سابقہ نوالے کے مقابلے میں کم قدر کا احساس کرائے گا۔ یہاں تک کہ جب پیٹ بھر جائے گا تو روٹی یا نوالے کی قدر صفر ہو جائے گی۔اب اس کامل تسکین کے بعد اگر کچھ کھایا تو بجائے تسکین کے تکلیف کا احساس ہوگا، یعنی قدر منفی ہو جائے گی۔اس کی وضاحت ذیل کے نقشہ میں دیکھیے۔

یہاں صرف پانی کی مثال لی گئی ہے جہاں ہر گھونٹ کی افادیت (قدر) بہ تدریج گھٹتی جائے گی۔ یہاں تک کہ آٹھویں گھونٹ پر پیاس بجھ جاتی ہے۔ یہ مکمل تسکین کی سطح ہے جہاں قدر صفر ہو جاتی ہے۔اب اس کے بعد مزید پانی کے گھونٹ کوئی افادیت کا احساس نہیں کراتے بلکہ منفی قدر کا احساس کراتے ہیں۔اسی کیفیت کو ذیل کی شکل میں گرتے ہوئے خط کے ذریعے دکھلایا گیا ہے۔اس قانون کی وضاحت کے لیے یہ انتہائی آسان سی مثال لی گئی ہے۔لیکن دراصل صَرف کا عمل پیچیدہ ہے۔آپ بھوک میں اگر کھانے کی مثال ہی لیں تو آپ کے سامنے تین طرح کے مختلف ذائقے کی ڈشیں عموماً ہوتی ہی ہیں اور بھوک میں ہر ایک سے افادہ کا احساس ہوتا ہی ہے۔ کسی ڈش میں بہت زیادہ اور کسی میں کم۔ یہی حال دیگر مصرف میں آنے والی اشیا کا ہے۔اس پیچیدگی کا حل یہ نکالا گیا کہ ہم افادہ (قدر) کو مجموعی (یعنی کل) اور حاشیائی یعنی اضافی افادہ میں تقسیم کر کے اس قانون کی وضاحت کرتے ہیں۔ایسی صورت میں کل افادہ بڑھ رہا ہے۔لیکن بڑھنے کا انداز مسلسل گھٹنے کا انداز اختیار کیے ہوگا۔یعنی حاشیائی یا اضافی افادہ (قدر) تسلسل سے

گھٹ رہا ہے جو قانون قدر کو واضح کر رہا ہے۔ مثلاً ذیل کے ٹیبل کو غور سے دیکھیے :

اشیاء کی مقدار

مقدار صرف	مجموعی قدر	حاشیائی قدر	کیفیت
0	0	0	0
1	8	8-0=0	8
2	14	14-8=6	6
3	18	18-14=4	4
4	20	20-18=2	2
5	20	20-20=0	0
6	18	20-18-2	-2



اب ان تفصیلات کو اور سمیٹیے اور مختصراً حروف تہجی کی مدد سے یوں واضح کیجیے۔ اگر یہ وضاحتیں ذہن میں ہیں تو ریاضی و الجبرے کے چھوٹے فارمولوں کے ذریعے یہی بات مختصر طور پر

اورزیادہ جامع انداز میں کہی جاسکتی ہے۔

ہم کل افادہ یعنی مجموعی قدر کو کسی شے x کی مقدار صرف کا عمل کہہ سکتے ہیں۔اسی بات کو آپ Tu=f(x) کی طرح کہہ سکتے ہیں۔اگر آپ ٹیبل میں دیکھیں تو قدر کی بلند ترین سطح 20 ہے۔ حاشیائی قدر کا کل میزان بھی 20 ہے۔اس طرح ہم یہ بھی کہہ سکتے ہیں کہ TU=E MU یعنی کُل مجموعی قدر حاشیائی قدر کا مجموعہ ہے۔یہاں " E " نشان مجموعہ کو بتلاتا ہے۔

حاشیائی یا اضافی قدر کو بھی اس طرح سمیٹ کر ایک فارمولے کی شکل میں واضح کیا جاسکتا ہے۔حاشیائی قدر سابقہ قدر کے اضافہ کا ہی نام ہے۔اس لیے کسی سطح پر جو قدر کی سطح ہے اس کو سابقہ قدر کی سطح سے گھٹا دیا جائے تو جو اضافہ ہوگا، وہی اضافہ قدر ہوگی۔مثلاً ہمارے ٹیبل میں مقدار صرف 2 پر جو قدر کی سطح ہے، وہ 14 ہے۔اس سے قبل کی سطح 8 تھی۔اس لیے اگر 14 میں سے 8 کو گھٹا دیا جائے تو اضافی قدر 6 ہوگی۔اسی طرح صرف کی سطح 3 پر قدر 18 ہے۔جبکہ سابقہ قدر 14 ہے تو اس طرح سطح 3 پر حاشیائی قدر 14-18 یعنی 4 ہوئی۔اب اسی کو فارمولے کے ذریعے ہم یوں کہیں گے: MUnth=Tu nth - TU یعنی حاشیائی قدر، کل قدر منفی سابقہ کل قدر ہوگی۔اب ٹیبل میں حاشیائی قدر کی نوعیت کو دیکھیے تو وہ متواتر گھٹتی نظر آئے گی۔جس سطح کو لیں گے اس سے سابقہ سطح بلند یا بڑی ہوگی یعنی 2 سے بلند 4 اور 4 سے بلند 6 وغیرہ وغیرہ۔اس طرح MU1 بڑی ہے MU2 سے اور MU2 بڑی ہے MU3 سے۔

یہ قانون اتنا معتبر ہے کہ آپ بالعموم ہر طرح کے صَرف پر اس کا اطلاق کر سکتے ہیں۔ہاں کچھ مخصوص اشیا ایسی ضرور ہیں جن پر اس قانون کو منطبق نہیں کیا جاسکتا ہے۔قیمتی پتھر، تاریخی نوادرات، قیمتی مصوری کے شاہکار، ڈاک ٹکٹ وغیرہ۔لیکن چونکہ ان کا استعمال یا ان کی طلب سماج کے مخصوص طبقے سے تعلق رکھتی ہے اس لیے یہ اشیاء خصوصی ضمن میں آتی ہے۔ورنہ بالعموم عوام کا جو عموی صرف کا انداز ہے، وہاں یہ قانون قدر پوری طور پر اثر انداز ہوتا ہے۔خصوصی ضمن کی اشیا میں ان کی حاشیائی قدر بجائے گھٹنے کے ہر اکائی کے بڑھانے پر بڑھتی رہتی ہے۔

معاشیات کا نظریۂ قدر آپ کے صَرف کے عمل سے خاموش کے ساتھ لپٹا ہوا ہے۔آپ کے ذہن، طبیعت و مزاج اور سوچ و فکر کے ساتھ وابستہ ہے۔اب یہ بات اور ہے کہ اہلِ

معاشیات نے اس پر خصوصیت سے توجہ کی اور ایک نظریہ و قانون کی شکل دے کر صارفین کے طرزِ عمل (Consumer Behaviour) کے تحت اس کو متعارف کرایا اور زیادہ سے زیادہ سائنٹفک بنانے کی خاطر مختلف النوع ریاضی و الجبرے اور جیومیٹری کی پُر پیچ شکلوں کے ذریعے اس کی تشریحات پیش کیں۔ ان تمام مشقتوں میں مرکزی کردار تو صارف اور اس کے طرزِ عمل کا ہی ہے جس کو پوری طور پر مقید نہیں کیا جا سکتا۔ ہاں موٹے طور پر اس کے طرزِ عمل کی جو شناختیں، معقولیت کے دائرے واضح ہیں ان کی عکاسی یہ قانون ضرور کرتا ہے۔ اس نظریے کو مزید بہتر طور پر خطِ بے نیازی (Indifference Curve) کی صورت واضح کیا گیا جس کو آئندہ بیان کروں گا۔

☆☆☆

اقتصادیات میں صارفین کے خطِ بے نیازی کا تصور

(Indifference Curve)

معاشیات میں عملِ صارفین (Consumer Behaviour) کا ایک اور دلچسپ باب خطِ بے نیازی ہے۔ جس کی تشریح نظریہ قدر کی مانند آپ کو اپنی معمولاتِ زندگی کے بہت قریب لگے گی۔ آپ اکثر و بیشتر یہ کہتے ہوئے ملتے ہیں کہ فلاں، فلاں اشیا کے درمیان ہم کو تو کوئی خاص فرق نظر نہیں آتا۔ گویا دونوں کی قدر و قیمت آپ کی نگاہ میں برابر ہے۔ چاہے یہ استعمال کریں یا وہ، آپ دونوں کے لیے بے نیاز ہیں۔ اکنامکس کی زبان میں دونوں اشیا سے آپ کو مساوی تسکین کا احساس ہوتا ہے۔ صارف دو اشیا کے درمیان کیسے اور کیوں بے نیاز ہے اسی کی تشریح خطِ بے نیازی میں ملتی ہے۔

خطِ بے نیازی، نظریہ قدر کا ریفارم تصور ہے۔ نظریہ قدر میں کسی شے کی قدر کو ہندسی انداز میں ناپا گیا۔ نظریہ قدر کی تشریح کا یہ ہندسی یا اعدادی فکر (Cardinal Approach) تھی جہاں یہ وضاحت کی گئی کہ کسی خواہش کی تسکین کے لیے، دیگر باتیں یکساں رہنے پر، صَرف ہونے والی اشیا کی پہلی اکائی سب سے زیادہ تسکین دیتی ہے اور جیسے جیسے صَرف کی اکائیوں میں اضافہ ہوتا ہے، ہر اضافی اکائی سے ملنے والی تسکین گرتی جاتی ہے۔ یہاں تک کہ صَرف کی آخری اکائی کی

تسکین صفر ہو جاتی ہے۔ یہی مقام تسکین کامل (Point of Maximum Satisfaction) کا ہے۔ اس عمل میں صَرف کی پہلی اکائی کی قدر سب سے زیادہ اور آخری اکائی کی قدر سب سے کم ہوگی۔ اس کو قیاسی اعداد و شمار سے ناپ کر اور گراف پر منتقل کر کے واضح کیا گیا۔

مفکّرین نے نظریہ قدر کی اس تشریح اور فکر میں دو اہم سدھار کیے۔ اول اس نظریہ کو اتنا آسان بنا کر پیش کیا گیا کہ وہ صحیح ہوتے ہوئے بھی معمولات زندگی کا احاطہ کرنے سے محروم نظر آتا ہے۔ انسان کے سامنے اپنی کسی ضرورت کو پورا کرنے کے لیے تو متعدد اشیا ہوتی ہیں، وہ بالعموم ان میں انتخاب بھی کرتا ہے اور کہتا ہے کہ چاہے یہ لے یا وہ، ہمارے لیے تو دونوں یکساں ہیں۔ نظریہ قدر کی تشریح کا دامن تنگ ہے۔ وہ کسی ایک اشیا کے انداز صَرف کے ذریعہ اس نظریہ کی تشریح کرتا ہے۔ خطِ بے نیازی کے ذریعہ نظریہ قدر میں وسعت پیدا کی گئی ہے اور نتیجتاً وہ صَرف کے متعلق معمولات زندگی کا وسیع دائرہ پیش کرتا ہے۔

دوسرا اہم سدھار یہ کیا گیا کہ قدر کو ہندسوں میں ناپا نہیں گیا بلکہ بلند و پست سطحوں کے ذریعہ واضح کیا گیا۔ کسی شے کی قدر اس شے میں پنہا وہ قوتِ تسکین بتلائی گئی جس کا ادراک ایک صارف کو بلند و پست سطحوں سے تو ہوتا ہے پر ہندسوں میں ناپ تول کر نہیں ہوتا۔ پیاس کی شدت میں پانی سے بھرے گلاس کا پہلا گھونٹ جس قدر کی بلند تسکین کا احساس کرائے گا، دوسرا، تیسرا اور چوتھا گھونٹ نہیں۔ آپ گھونٹ گھونٹ پانی پیتے جاتے ہیں، پیاس بتدریج بجھتی جاتی ہے اور ہر اگلے گھونٹ کی افادیت سابقہ گھونٹ کے مقابلے گھٹتی جاتی ہے۔ یہاں تک کہ جب آخری گھونٹ لیتے ہیں تو اس کی افادیت کی سطح سب سے کم ہوتی ہے۔ لیکن اس بلند و پست ترین تسکین کے احساس کو ہندسوں میں باندھ کر نہیں بتلایا جا سکتا۔

نظریہ قدر میں یہ دو اہم ریفارم (سدھار) کیے گئے ہیں۔ اول انسان کے معمولاتِ زندگی کا احاطہ کرتے ہوئے نظریہ کو کسی ایک شے تک محدود نہ رکھ کر متعدد اشیا کے وسیع دائرہ میں رکھ کر دیکھا گیا۔ اور دوسرا، قدر کو ہندسوں میں ناپ تول کر نہیں بلکہ بلند و پست سطحوں سے واضح کیا گیا۔ اب یہاں ایک پیچیدگی پیدا ہوئی۔ معمولاتِ زندگی کے قریب رہ کر اس نظریہ کو وسیع کیا گیا اور صَرف کی متعدد اشیا کو سمیٹا گیا تو احساس ہوا کہ سبھی اشیا کو یکجا کر کے نظریہ کی وضاحت مشکل ہے۔ اس لیے اس

سدھارشدہ نظریہ کی وضاحت کوآسان اورعام فہم بنانے کے لیے کنھیں دومختلف اشیاصَرف کاانتخاب کیاگیااوران کے ذریعہ نظریہ کی وضاحت کی گئی۔مان لیجیے یہ دومختلف اشیاسیب اورسنترے ہیں۔ان دواشیاکے اندازصَرف کےذریعہ نظریہ کی تشریح کی گئی۔اگرکوئی شخص یہ کہتاہے کہ اس کوایک سیب کے کھانے سےوہی تسکین ملتی ہے جودوسنتروں کےکھانے سےملتی ہےتواس کے معنی یہ ہوئے کہ تسکین کے معیار کے اعتبار سےایک سیب دوسنتروں کے متوازی ہے۔مقدار کےفرق کے باوجود معیارِ تسکین مساوی ہے۔اس لیےانتخاب کی روسے بےنیاز ہے۔چاہےایک سیب لےیادوسنترے۔

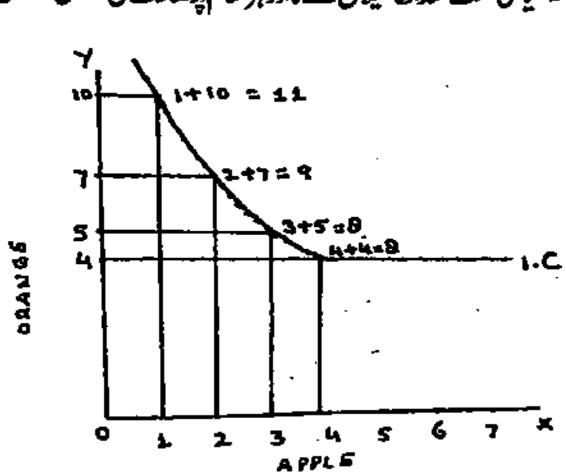
اب مان لیجیے اشیاسیب وسنترے کے اس انتخاب سے وہ مطمئن نہیں ہے۔وہ ذہن میں ایک دوسراانتخاب بناتا ہے۔وہ طے کرتا ہے کہ بجائے ایک سیب کےدوسیب لے۔کیااب بھی وہ سنتروں کی تعداداتنی ہی رکھےگا؟اگراس کوتسکین کےسابقہ معیارکوقائم رکھناہےتوسیب کی تعداد بڑھانے پرسنتروں کی تعدادکوکم کرناہوگا۔اوراگروہ سیب کی تعدادکومسلسل بڑھاتارہےتوسنتروں کی تعدادکومسلسل کم کرتارہناپڑےگا۔تبھی تسکین کی ایک سطح کوقائم رکھناممکن ہوسکےگا۔یہ عمل معمولاتِ زندگی سےبعیدبھی نہیں ہے۔ہرشخص اپنی تسکین کی سطح سےواقف ہے۔وہ اس کوحاصل کرنے کے لیے متعدداشیااستعمال کرتاہے۔اب اگرکسی ایک اشیاکی مقدارکومسلسل بڑھاتارہتا ہےتوتسکین کی سطح کے مدِّنظردوسری اشیاکومسلسل کم کرتے رہناہوگا۔صرف کم ہی کرنانہیں بلکہ انحطاط پذیرشرح سےکم کرتے رہناہوگا۔ذیلی گوشوارہ میں اس کی وضاحت کی جارہی ہے۔

انحطاط پذیرحاشیائی شرح بدل

شرح بدل	سیب وسنترے کے گروپ	سیب	سنترے	مجموعی تعداد	انحطاط پذیر
		......	......	......	......
	A	+1	10	11	-
	B	+2	7	9	1:3
	C	+3	5	8	1:2
	D	+4	4	8	1:1

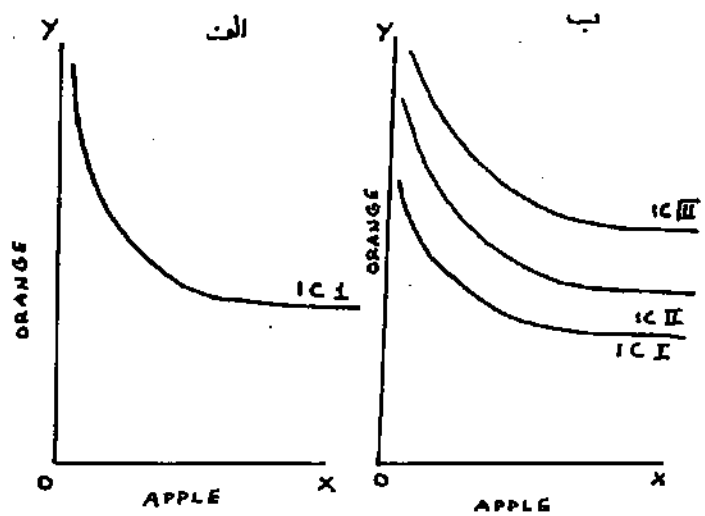
ایک صارف کا طرزِ عمل اسی اصول کا تابع رہتا ہے۔ اس کو اپنی خواہش کی تسکین کی سطح کا علم ہے۔ اب اگر دو اشیا کے ذریعہ وہ اس کی تسکین کرنا چاہتا ہے تو بہت سے امکانی انتخابات کھلے ہیں۔ وہ کسی ایک اشیا کا انتخاب کر سکتا ہے اور ساری تسکین اسی سے حاصل کر سکتا ہے۔ ایسی صورت میں دوسری اشیا صفر رہے گی اور تمام اکائیاں پہلی اشیا کی ہی استعمال ہوں گی۔ لیکن یہ ایک عام اور معقول عمل نہیں ہوگا۔ صحیح و معقول عمل تو یہ ہوگا کہ اگر دو اشیا سامنے ہیں تو وہ تسکین کی خاطر دونوں کا ہی استعمال کرے گا۔ اب مقدار کے اعتبار سے دونوں اشیا کے کئی مختلف جوڑے بنائے جاسکتے ہیں جن کو استعمال کر کے ایک صارف مساوی تسکین حاصل کر سکتا ہے۔ لیکن یہاں ایک اصول کام کرے گا۔ اگر کسی ایک اشیا کی مقدار کو بڑھاتا ہے تو پھر تسکین کی سطح کو قائم رکھنے کے لیے دوسری اشیا کی مقدار کو کم کرنا ہوگا۔ مزید دوسری اشیا میں تخفیف کی نوعیت بھی انحطاط پذیر ہوگی۔ گوشوارہ میں اس پہلو کو واضح کیا گیا ہے۔ ایسا کیوں؟ اس کی منطقی وضاحت یہ کی گئی کہ کسی اشیا کے استعمال سے تسکین کا کچھ حصہ تو پورا ہو گیا اس لیے باقی حصہ دوسری اشیا کے لیے رہ جائے گا۔ اب اگر ایک اشیا کی تعداد کو مسلسل بڑھائیں گے تو تسکین کا بڑا حصہ اسی کے ذریعہ پورا ہو جائے گا۔ دوسری اشیا کے لیے حصہ کم سے کم رہ جائے گا، انحطاط پذیر شرح سے کم ہوتا جائے گا۔

دو اشیا کے صَرف کی اس نوعیت کو اگر ایک خط میں منتقل کر دیا جائے تو اس کی شکل خطِ خمیدہ کی ہوگی جس کے ہر نقطہ پر ان دو اشیا کی مختلف مقدار کا میلان ملے گا اور ہر مقام پر صارف کی تسکین مساوی ہوگی۔



یہاں 1 سیب اور 10 سنتروں سے تسکین کی جس سطح کو حاصل کیا جارہا ہے وہی سطح 2 سیب اور 7 سنتروں یا 3 سیب یا 5 سنتروں یا 4 سیب و 4 سنتروں سے حاصل ہو رہی ہے۔ باوجود اشیا کی تعداد میں تغیر کے ہر مقام پر تسکین کی سطح مساوی رہتی ہے۔

اب اشیا کی تعداد میں ہونے والے تغیر کی نوعیت پر غور کیجیے۔ سیب میں مسلسل مساوی طور پر اضافہ ہو رہا ہے اور سنترے میں انحطاط پذیر طور پر گراوٹ آرہی ہے۔ سیب کو اگر ایک عدد سے مسلسل بڑھایا جائے تو سنترے 10 سے 7، پھر 5 اور آخر میں 4 رہ جاتے ہیں۔ اب اگر اس تغیر کی نوعیت کا تناسب نکالا جائے تو 1:2,1:3: اور 101 ملے گا۔ اگر صارف کو تسکین کی سطح کا احساس ہے اور تسکین کی خاطر ایک اشیا کی مقدار میں مسلسل اضافہ کیا جارہا ہے تو پھر دوسری اشیا کے لیے گنجائش کم سے کم ہوتی جائے گی۔ گرتے ہوئے خطِ خمیدہ اور OX خط پر متوازی ہوتے خط بے نیازی سے یہ ثابت ہو جاتا ہے۔ تصویر الف میں واضح ہے۔

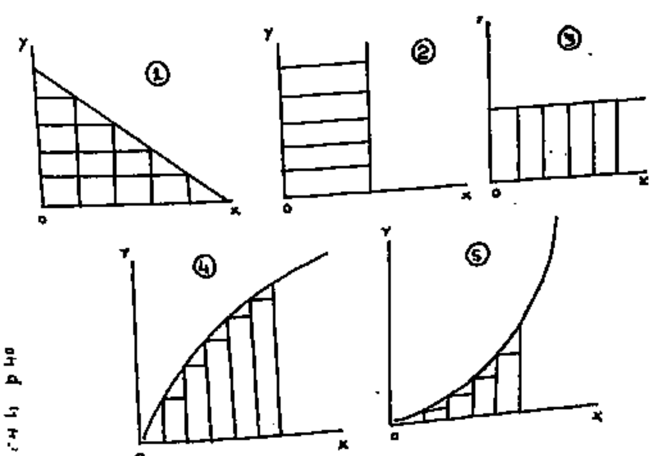


یہ خطِ بے نیازی متعدد ہو سکتے ہیں۔ (تصویر "ب") جو آمدنی کی سطح کے اعتبار سے بلند و پست ہو سکتے ہیں۔ I.C3 یعنی خطِ بے نیازی 3 آمدنی کی بلند سطح اور نمبر ا پست سطح کا اظہار کر رہا ہے۔ مزید، یہاں ہر خط کے ہر مقام پر تسکین کی سطح مساوی پائی جاتی ہے۔

اس خط کی کچھ منفرد خصوصیات ہیں۔ ایک یہ کہ اس خطِ خمیدہ کا "Y" سے "X" کی طرف

گرنے کا رجحان "O" کی طرف ہوگا اور ابتدا میں وہ تیزی سے گراوٹ کا اظہار کرے گا اور پھر OX سطح کے متوازی ہوتا جائے گا۔ گراوٹ کا یہ انداز حاشیائی شرح انحطاط پذیری کا مظہر ہوگا۔ ہم اگر ایک شے کو ایک ہی شرح سے بڑھا رہے ہیں اور یہ بھی چاہتے ہیں کہ تسکین کی سطح مساوی رہے تو دوسری شے کو گرتی ہوئی شرح سے کم کرتے رہنا ہوگا۔ اس عمل کی شکل تصویر ''الف'' میں دیے گئے خطِ خمیدہ جیسی ہوگی۔ مگر دوسری شکلیں اس کیفیت کی وضاحت کرنے سے قاصر ہیں۔ ذیل کی متعدد شکلوں کو دیکھیے:

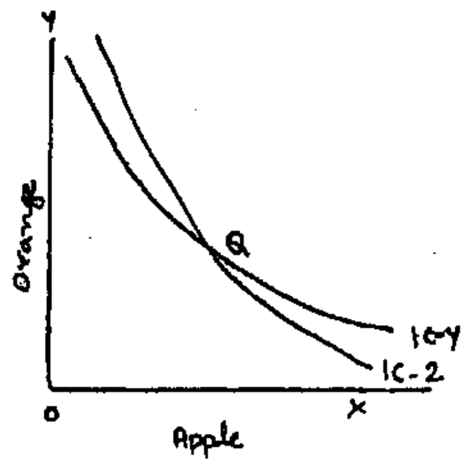
جہاں دو اشیا کی شرح بدل اس شرط پر پوری نہیں اترتیں۔



شکل نمبر 1 میں دو اشیا کے درمیان شرح بدل متوازی ہے۔ شکل نمبر 2 اور 3 میں ایک شے کی مقدار ساکت جبکہ دوسری اشیا کی مقدار مسلسل بڑھ رہی ہے۔ شکل نمبر 4 اور 5 میں شرح بدل مسلسل بڑھ رہی ہے۔ صرف تصویر ''الف'' و ''ب'' کی خطِ خمیدہ شکلیں یہ واضح کر رہی ہیں کہ اگر ایک شے کی مقدار کو بڑھایا جاتا ہے تو دوسری شے کی مقدار کو گھٹتی ہوئی در سے گھٹاتے رہنا ہوگا تبھی ہم مساوی تسکین کی سطح کو قائم رکھ سکیں گے۔

خطِ بے نیازی کی ایک خصوصیت یہ ہے کہ دو خطِ بے نیازی جو بلند و پست آمدنی کی سطح کو بتلا رہے ہیں۔ ایک دوسرے کو کاٹتے ہوئے نہیں گزریں گے۔ دو خطوط بلند و پست کی سطح کو

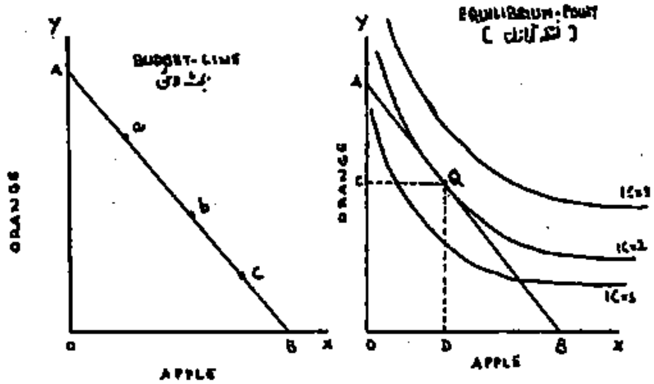
بتلا رہے ہیں۔ ایک دوسرے کو کاٹنے کی صورت میں وہ مقام جہاں دونوں خطوط ملیں گے۔ دو مختلف تسکین کی سطحوں کو بتلا رہے ہیں۔ ایک دوسرے کو کاٹنے کی صورت میں وہ مقام جہاں دونوں خطوط ملیں گے دو مختلف تسکین کی مختلف کے ملاپ کا مقام ہوگا، جو ممکن نہیں۔ یعنی اس مقام پر I.C-1 اور I.C-2 جو تسکین کی مختلف سطحوں کے مظہر ہیں، مل کر یہ بتلا رہے ہیں کہ صارف کو دونوں سے مساوی تسکین مل رہی ہے جو ممکن نہیں ہے۔



اس پورے عمل میں ایک صارف کے نقطۂ توازن کو تلاش کیا گیا۔ ایک صارف اپنی آمدنی کو نظر میں رکھتے ہوئے کسی خواہش کی تسکین کے لیے دو اشیا کے صرف کے انتخاب سے گزرتا ہے تو میں نے دیکھا کہ اگر وہ اشیا کے صرف کی مقدار کو بڑھاتا ہے اور پھر بھی وہ چاہتا ہے کہ تسکین کی سطح قائم رہے تو دوسری شے کے صرف کو کم کرتا چلا جاتا ہے۔ سوال یہ ہے کہ اس عمل کے دوران وہ کہاں ٹھہرتا ہے، کہاں اس کا توازن ہوگا، اگر اس کی آمدنی بڑھتی ہے تو وہ بلند خطِ بے نیازی پر چلا جائے گا اور اگر گھٹتی ہے تو پست خطِ بے نیازی پر ہوگا۔ لیکن وہ ان تمام بلند و پست خطوطِ بے نیازی میں کس مقام پر ٹھہرے گا۔

یعنی وہ اس مقام سے آگے نہیں جا سکے گا اور اگر وہ پیچھے رہتا ہے تو تسکین کی متوقع بلند سطح کو کھودے گا۔ یعنی یہ نقطۂ توازن وہ مقام ہوگا جس کے آگے وہ بڑھ نہیں سکتا اور اگر پیچھے

رہتا ہے تو تسکین کے اعتبار سے نقصان میں رہے گا۔ آمدنی کی مختلف سطحوں میں اگر فی الحال ہم کسی ایک آمدنی کی سطح کا انتخاب کرلیں اور اس کو متعدد خط بے نیازی کے درمیان رکھیں تو اس ''بجٹ لائن'' پر جو بھی خطِ بے نیازی مَس کرے گا وہی مقام ''مقام توازن'' ہوگا۔ ذیل کے دو ڈائیگرام دیکھیے۔ اول بجٹ لائن کا ڈائیگرام ہے اور دوسرا خطِ بے نیازی میں صارف کے نقطۂ توازن کا ہے۔



پہلے ڈائیگرام میں AB بجٹ لائن ہے جو یہ واضح کرتی ہے اگر صارف اپنی پوری آمدنی سیب پر صرف کردے تو وہ OB سیب لے سکتا ہے، لیکن پھر سنترہ کی کوئی مقدار حاصل نہیں کرسکتا۔ اسی طرح اگر اپنی تمام آمدنی کو سنترے پر خرچ کردے تو OA سنترے لے سکتا ہے۔ لیکن پھر سیب نہیں لے سکتا۔ بالعموم وہ ایسا نہیں کرتا۔ وہ دونوں ہی حاصل کرنا چاہتا ہے۔ ایسی صورت میں "a"، "b" اور "c" تین مقامات کو دیکھیے جہاں وہ دونوں اشیا کا انتخاب کرتا ہے اور انتخاب کی نوعیت یہ رہتی ہے کہ اگر وہ کسی ایک شے کی مقدار کو بڑھاتا ہے تو دوسری شے کی مقدار کو کم کرتا ہے۔ اس بجٹ لائن کو متعدد خطِ بے نیازی کے درمیان سے گزاریے اور دیکھیے کس خطِ بے نیازی کو کس مقام پر چھو رہی ہے۔ تصویر 2 میں یہ بجٹ لائن خطِ بے نیازی 2 کو 'Q' مقام پر چھو رہی ہے۔ اس مقام کے علاوہ کوئی دوسرا مقام لے لیجیے تو خطِ بے نیازی بجٹ لائن سے بلند ملے گی۔ اس کے معنی یہ ہوئے کہ صارف کے پاس کسی شے کو بڑھانے کی گنجائش نہیں ہے۔ بجٹ لائن نیچے ہے اور

خطِ بے نیازی اس سے بلند ہے۔ صرف Q ایسا مقام ہے جہاں دونوں کا جھکاؤ مل جاتا ہے یعنی دو اشیا کی تعداد کا تعین اس مقام پر ہو جاتا ہے۔ یہاں OD تعداد سیب کی اور OC تعداد سنتروں کی طے ہو جائے گی۔ بجٹ لائن اس سے آگے بڑھ کر کسی دوسرے انتخاب کی اجازت نہیں دیتی اور اگر اس سے پیچھے رہ جاتا ہے تو تسکین کامل نہیں ہوتی۔ اس لیے بس یہی انتخاب صارف کے توازنی کیفیت کا مظہر ہے۔

خط بے نیازی کی تشریح سے اتنا اندازہ ضرور ہو جاتا ہے کہ نظریہ قدر کی یہ بہتر، جامع اور زیادہ سائنٹفک تشریح ہے۔ ہماری معمولات زندگی سے زیادہ قریب ہے۔ انداز تشریح یقیناً پیچیدہ اور غیر مانوس سا لگتا ہے۔ لیکن اگر صارف کے عمومی طرز عمل کو نگاہ میں رکھا جائے تو یہ انداز تشریح اس کے طرز عمل کو زیادہ حقیقت پسندانہ انداز سے سمجھنے کی کاوش کرتا ہے۔

☆☆☆

تنظیمِ پیداوار: پیداوار اور پیداواری عمل

میں نے گزشتہ شماروں میں صارفین سے وابستہ چند ممتاز و معروف نظریوں و اصولوں سے متعارف کرایا ہے۔ مائکرو اکنامکس کی تمام کتابوں کا یہ ابتدائی حصہ ہے جہاں ڈمانگ، مانگ کی لوچ، اصول قدر، نقطۂ تسکین کامل اور خط بے نیازی کی وضاحتیں زندگی کی مشاہدات و تجربات کی روشنی میں کی گئی ہیں۔ اب میں پیداوار و پیداواری عمل کی دنیا میں داخل ہو رہا ہوں۔ بڑی وسیع دنیا ہے جہاں انتخاب کا سہارا لینا پڑے گا۔

کیا آپ نے کبھی غور کیا کہ انسان اپنی خواہشات و ضروریات کی تسکین کیوں کر کرتا ہے؟ بنیادی سوال ہے کہ کیا بغیر اشیا و خدمات کی موجودگی و دستیابی کے کسی خواہش و کسی ضرورت کی تسکین ممکن ہے؟ یعنی پوری بنی نوع انسانی جس کو اکنامکس نے صارفین کا لقب دیا ہے، اپنی تمام خواہشات و ضروریات کی تسکین کے لیے کسی خاص طبقے کی مخصوص سرگرمیوں کا مرہون منت ہے۔ اس طبقے کی یہی مخصوص سرگرمیاں تمام خواہشات و ضروریات کی تسکین کا باعث بنتی ہیں اور انھیں سرگرمیوں کا مطالعہ ہم پیداوار و پیداواری عمل کے دائرے میں کرتے ہیں۔ اس وسیع دنیا میں داخل ہونے سے قبل ابتدائی باتوں کی وضاحت ضروری ہے کیونکہ یہی وضاحتیں اس کے اصول و نظریوں کو سمجھنے میں معاون ہوں گی۔ اول پیداوار و پیداواری عمل سے جڑا طبقہ صارفین سے ہٹ کر کوئی

منفرد طبقہ نہیں ہے۔ وہ بھی صارفین ہی ہیں اور صارفین کی تمام صفات سے مزین ہیں۔ فرق صرف اتنا ہے کہ ان کی سرگرمیاں پیداوار اور پیداواری عمل سے وابستہ ہیں۔ دوسری اہم بات یہ ہے کہ جب پیداوار اور پیداواری عمل کے دائرے میں داخل ہو رہا ہوں تو پھر بات تعریف سے شروع کرنی چاہیے۔ یہ واضح ہونا چاہیے کہ پیداوار کے کیا معنی ہیں اور پیداوار کے عمل سے کیا مراد ہے؟ ان وضاحتوں کے بعد ہی اس سے وابستہ اصولوں و نظریوں کو سمجھا جا سکتا ہے۔

بتلایا گیا کہ ہر وہ شے و خدمت جو افادیت کا باعث بنے، پیداوار کہلاتی ہے اور اس کی افادیت میں اضافہ ہوتے رہنے کے عمل کو پیداوار کا عمل کہا جاتا ہے۔ انگلش میں لفظ پیداوار (Production) کے سلسلے میں تین الفاظ آسانی سے استعمال کر لیے جاتے ہیں۔ حالانکہ اُن میں بہت فرق ہے۔ ایک لفظ "Creation" ہے جس کے معنی تخلیق کے ہیں۔ پیداوار کے ضمن میں اس کو استعمال کیا جاتا ہے۔ اگر غور کیجیے تو تخلیق کا عمل صرف خدا کے ہاتھ میں ہے۔ کائنات میں اس کی تخلیق کی ہوئی اشیا کو انسان استعمال کرتا ہے اور نتیجے میں جب کوئی دوسری شے پاتا ہے تو اس کو پیداوار کہتا ہے۔ یعنی انسان کسی شے کی تخلیق نہیں کرتا بلکہ تخلیق شدہ شے کو استعمال کر کے کوئی دوسری شے پیدا کر لیتا ہے اور اس کو پیداوار کہتا ہے۔

پھر ایک لفظ "Manufacturing" ہے جس کے معنی 'بنانے' کے ہیں۔ اس کو بھی پیدا کرنے کے ضمن میں استعمال کر لیا جاتا ہے۔ حالانکہ بنانے اور پیدا کرنے میں بڑا فرق ہے۔ زرعی سیکٹر میں کسان اجناس، ترکاریاں، پھل، پھول پیدا کرتا ہے، بناتا نہیں ہے۔ جبکہ کارخانوں میں اشیا بنائی جاتی ہے۔ کپاس سے سوت، سوت سے کپڑا اور کپڑوں سے مختلف ملبوسات بنائے جاتے ہیں، پیدا نہیں کیے جاتے۔ لکڑی سے فرنیچر بنایا جاتا ہے، لوہے سے مشینیں بنائی جاتی ہی، پیدا نہیں کی جاتیں۔

اس طرح پیداوار کا تعلق زرعی سیکٹر اور اس سے وابستہ ضمنی شعبوں جیسے جنگلات، باغات، ندیاں و سمندر سے ہے، جہاں کائناتی تخلیق شدہ عوامل فیصلہ کُن حد تک اپنا رول ادا کرتے ہیں اور انسان انھیں عوامل کی مدد سے کوئی شے پیدا کرنے کا حامل بن جاتا ہے۔ وہ محض ایک سہارا، ایک ذریعہ بنا رہتا ہے۔ ذرا غور کیجیے مٹی میں قوت نمو انسان پیدا نہیں کرتا ہے، حرارت، تمازت، دھوپ، بارش انسان کے قابو سے باہر ہیں۔ بیج، پانی انسان پیدا نہیں کرتا۔ وہ ان تمام تخلیق شدہ

عناصر کو جب ایک مخصوص طریقۂ کار سے جوڑتا ہے تو بطور انعام اناج، پھل، میوے، ترکاریاں، سیپ، موتی، پوشیدہ قیمتی معدنیات کے ذخائر پاتا ہے۔ انسان کا کام محنت وکاوش کرنا ہے اور قدرت اس کے عوض جو انعام دیتی ہے، اس کو وہ پیداوار کہتا ہے۔

"Manufacturing" یعنی بنانے میں انسانی فیصلے زیادہ اہم ہیں۔ کپاس سے کیسا سوت تیار کیا جائے؟ لوہے سے کون سے پُرزے اور کیسی مشین ڈھالی جائے؟ سوت سے کون سا کپڑا، کیسے ملبوسات تیار کیے جائیں؟ مشینوں کو کن کن کاموں کی انجام دہی کے لیے مخصوص کر دیا جائے؟ یہ سارے فیصلے انسان کرتا ہے۔ لیکن یہاں بھی جو غور طلب بات ہے وہ یہ کہ انسان کے یہ تمام فیصلے تخلیق شدہ عوامل کے ہی طابع رہتے ہیں۔ انسان قیمتی سے قیمتی فرنیچر تیار کرسکتا ہے، ملبوسات تیار کرسکتا ہے، حساس ترین کَل پُرزے بنا سکتا ہے۔ لیکن یہ بھی فراموش نہیں کیا جا سکتا کہ انسان کی تمام کاوشیں بالآخر قدرت کی تخلیق کردہ عناصر پر ٹکی ہیں۔ اس سے کون انکار کرسکتا ہے کہ قیمتی سے قیمتی فرنیچر، ملبوسات بالآخر لکڑی اور کپاس میں پوشیدہ خصوصیات کی مرہون منت ہیں جو انسان کے ہر مرحلے اور اس کی ہر سطح پر افادیت میں اضافہ کرتی رہتی ہے، جس کو پیداواری عمل کہا جاتا ہے۔ اکنامکس کا یہ حصہ اسی عمل اور اس سے متعلق قوانین کا احاطہ کرتا ہے۔

پیداوار کے عمل میں بہت سے عوامل کارفرما ہوتے ہیں۔ مثلاً زرعی پیداوار کے بنیادی عوامل زمین، بیج، کھاد، ہل، بیل، مشینیں، آبپاشی، نگہداشت، کسان کی محنت، دوائیوں کا چھڑکاؤ وغیرہ ہیں۔ اسی طرح صنعتی طبقے کی پیداوار کے لیے کارخانہ، مشینیں، خام مال، سرمایہ، تجربہ کار محنت کش، انتظامیہ کی ضرورت ہوتی ہے۔ جب پیداوار کا عمل شروع کیا جاتا ہے تو ان عوامل کو ایک مخصوص پلاننگ وطریقۂ کار کے تحت منظم کر کے روبہ کار لاتے ہیں۔ زرعی سیکٹر میں جب ایک کسان فصل پیدا کرنے کا منصوبہ بناتا ہے تو پہلے زمین کو ہل یا ٹریکٹر کے ذریعے جوتتا ہے۔ پھر گھریلو آلات یا مشینوں کے ذریعے مٹی کو ہموار کرتا ہے، کھاد کی اگر ضرورت ہوتی ہے تو کھاد ڈالتا ہے، میڑھیں اور کیاریاں تیار کرتا ہے، بیج ڈالتا ہے، اس کو نرم مٹی میں چھپاتا ہے، اگر چھپانے کی ضرورت ہوئی ورنہ بیج کو چھڑک دیتا ہے۔ پھر ہفتہ، عشرہ بعد جب بیج کا انکر پھوٹ کر نرم مٹی کے اوپر آجاتا ہے تو روپائی سینچائی اور نگہداشت کا عمل شروع ہو جاتا ہے۔ پھر ایک مناسب وقفے کے ساتھ جس کو

کسان جانتا ہے، پودے کی جسامت کے لحاظ سے روپائی، سینچائی، اور نگہداشت میں رد و بدل کرتا رہتا ہے۔ ایک مدت کے بعد جب فصل تیار ہو جاتی ہے تو پھر اس کو کاٹتا ہے۔ بھوسہ، دانا الگ کرتا ہے اور اناج کا ڈھیر لگاتا ہے جس کو ہم کسان کی پیداوار کہتے ہیں۔ بیج بوتے وقت کسان کی جھولی میں چند کلو بیج تھے اور اب ان تمام عناصر کی منظم کاوشوں کے نتیجے میں اس کے سامنے منوں کا ڈھیر ہے۔ اناج کے اس ڈھیر کو افادیت کے اضافے کا ڈھیر کہہ لیجیے جو بیج کی تعداد سے کئی گنا زیادہ بڑھ کر کسان کے سامنے ہے، جس کو وہ اپنی پیداوار کہتا ہے۔

صنعتی میدان میں انسان کی ہر کاوش افادیت کا باعث بنتی ہے۔ کپاس کے اس ڈھیر کی اپنی افادیت کی سطح ہے۔ جب اس کو مشینوں کی مدد سے مختلف نوعیتوں کے سوت و دھاگوں میں منتقل کیا گیا تو اس کی افادیت مزید بڑھ گئی اور جب انھیں سوت و دھاگوں کو مختلف نوعیتوں کی مشینوں کی مدد سے کپڑے میں منتقل کیا گیا تو افادیت کی سطح اور بلند ہو گئی۔ اب کپڑوں کو مختلف ملبوسات میں بدلا تو افادیت بلند ترین مقام کو چھونے لگی۔ اسی طرح سے خام لکڑی سے عمارتی ساز و سامان تیار کرنا، فرنیچر بنانا افادیت میں اضافے کی ایک سطح ہے۔ پھر فرنیچر پر نقش و نگار بنانا، اس کو مزید خوبصورت و دلکش بنانا افادیت کی مزید بلند سطح ہے اور پھر اس پر پالش کر کے آئینے کی مانند چمکا دینا افادیت کی بلند ترین سطح پر پہنچا دیتا ہے۔ زرعی پیداوار جب صنعتی میدان میں قدم رکھتی ہے تو وہ بھی منزل بہ منزل افادیت میں اضافے کا باعث بن جاتی ہے۔ گیہوں سے آٹا، میدہ، سوجی تیار کرنا، پھر ان کو وسیلہ بنا کر دیگر خورد و نوش کی اشیا تیار کرنا افادیت میں مسلسل فروغ ہے جس کو عرف عام میں پیداوار کا عمل کہا جاتا ہے۔

آپ غور کیجیے اس پیداوار کے عمل میں کیا کیا جا رہا ہے؟ ہم مختلف عوامل کو کسی مخصوص تنظیم کے ساتھ جوڑتے ہیں اور اس کو کسی دوسری شے میں منتقل کر دیتے ہیں جو افادیت کے لحاظ سے سابقہ شے سے بلند ہوتی ہے۔ آپ کی مٹھی میں جو گیہوں ہیں، وہ دراصل زمین، بیج، کھاد، پانی، محنت، نگہداشت، مشینوں و آلات اور سرمایہ سب کی شمولیت کا ثمر ہیں۔ جس خوبصورت صوفے پر بیٹھے ہیں، اس میں لکڑی، بڑھئی، اوزار، پالش، محنت و ہنر کی حصہ داری ہے۔ ہم نے اجناس پیدا کیے تو افادیت کی ایک منزل پر پہنچے لیکن افادیت کی دوسری بلند منزل پر پہنچنے کے لیے اسی جنس کو

دوسری شے کا ذریعہ (Input) بنایا اور بلند سطح کو حاصل کرلیا۔ گیہوں کو آٹا، میدا، سوجی کا ذریعہ (Input) بنایا اور گیہوں کے مقابلے بلند افادیت کو حاصل کرلیا۔ پھر اس آٹے، سوجی اور میدا کو ذریعہ بنایا اور اس سے بلند افادیت والی اشیا (Output) میں منتقل کردیا۔ اس کو ایک آسان سے فارمولے کے ذریعے یوں کہا جاسکتا ہے:

$$o=f(x_1\ x2,x3,x4.....xn)$$

یعنی پیداوار "o" x4,x3,x2,x1 اور اسی طرح xn عوامل کی مشترکہ کوششوں کا نتیجہ ہے۔ اب عوامل کی اس مشترکہ شمولیت میں اگر یہ معلوم کرنا ہو کہ کسی ایک کا کیا رول ہے؟، کتنی حصے داری ہے؟ تو اس کا ایک سائنٹفک طریق کار یہ ہوگا کہ جس عنصر کے رول یا اس کی حصے داری کو معلوم کرنا ہو تو اس میں تبدیلی لے آیئے، باقی تمام عوامل کو اسی مقام پر رکھیے یعنی جس عنصر کے رول کو معلوم کرنا ہو اس کو حرکی بنا دیجیے اور باقی سب کو غیر حرکی۔ پھر اس کے بعد پیداوار کی سطح پر پڑنے والے اثر کا جائزہ لیجیے۔ مثلاً اگر ہم کو یہ معلوم کرنا ہے کہ ایک قطعہ آراضی پر کاشت میں استعمال ہونے والے عوامل میں کھاد کی مقدار تبدیل کرنے کا کیا اثر ہوگا؟ تو تمام عوامل کی مقدار میں کوئی تبدیلی نہ لائیں اور کھاد کی مقدار کو بڑھا، گھٹا کر کل پیداوار پر پڑنے والے اثرات کو معلوم کرلیں۔ اس کو ذیل کے فارمولے سے واضح کیا گیا ہے:

$$x=f(x1,x2,x3,x4/x5)$$

یعنی x1 تا x4 تک عوامل کو غیر حرکی رکھ کر محض x5 کو تبدیل کیا جارہا ہے۔

یہ عوامل اور پیداوار کے درمیان کسی نسبت کو واضح کرتا ہے۔ اس نسبت کی نوعیت دو ہی ہوسکتی ہیں۔ اول تناسبی نسبت اور دوم غیر تناسبی نسبت۔ اگر کسی عنصر میں جس قدر تبدیلی لائی جارہی ہے، اسی قدر تبدیلی پیداوار کی سطح میں بھی آرہی ہے تو اس عنصر اور پیداوار کے درمیان نسبت تناسبی ہوگی۔ اس کے برعکس اگر عنصر میں ہونے والی تبدیلی کے مقابلے پیداوار میں ہونے والی تبدیلی زیادہ یا کم ہے تو یہ نسبت غیر تناسبی ہوگی۔ طویل مدت میں چونکہ تمام عوامل تبدیل شدہ بن جاتے ہیں اس لیے پیداوار کے عمل کو تغیر پذیر عوامل اور تغیر پذیر پیداوار کے سیاق وسباق میں واضح کیا جاتا ہے۔

اگر یہ نسبت تناسبی ہے تو اس کے معنی یہ ہوں گے کہ ہر سطح پر عنصر میں ہونے والی تبدیلی اور

نتیجہ میں پیداوار میں ہونے والی تبدیلی لگ بھگ مساوی رہے گی۔ اگر عنصر میں پانچ فیصد کی تبدیلی، پیداوار میں بھی تقریباً پانچ فیصد تبدیلی لے آتی ہے تو عنصر و پیداوار کی یہ تناسبی نسبت ہر سطح پر پائی جائے گی۔ اس کو ہم ذیل کے ٹیبل سے واضح کر سکتے ہیں۔

عنصر x1	پیداوار y1	نسبتی خط کا جھکاؤ Δy1/Δx1
		0
0 Kg	30کوئنٹل	
25	12.5	12.5/25 = 1/2 = 0.5
50	25.0	12.5/25 = 1/2 = 0.5
75	37.5	12.5/25 = 1/2 = 0.5
100	49.0	12.5/25 = 1/2 = 0.5
125	61.5	12.5/25 = 1/2 = 0.5
150	73.5	12.5/25 = 1/2 = 0.5

(یہاں Δ نشان تبدیلی بتلا رہا ہے۔)

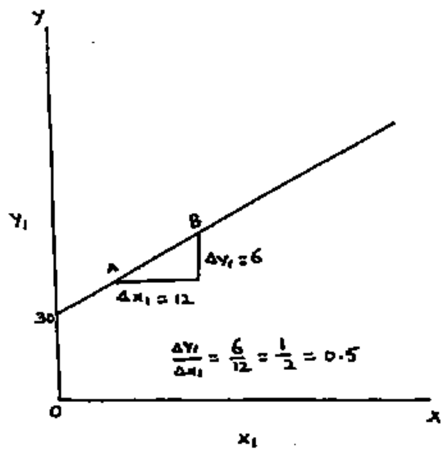
اسی کو ایک چھوٹے سے فارمولے کے ذریعہ مزید واضح کر سکتے ہیں۔ فارمولا ہے: y=a+bx1 ۔ یہاں "a" انٹرسپٹ کہلاتا ہے جس کے معنی یہ ہیں کہ چاہے وہ عنصر (مثلاً کھاد) کچھ نہ استعمال کی جائے پھر بھی پیداوار کچھ نہ کچھ ضرور ہوگی۔ ہمارے ٹیبل میں 0Kg عنصر اور 30 کوئنٹل پیداوار سے واضح کیا گیا ہے۔ اب اگر کسی کسان کو ۲ کلو کھاد کے استعمال سے ایک کوئنٹل اناج ملتا ہے تو اس فارمولے کے تحت ہم کہیں گے:

y=a+.5x1

چونکہ "a" 30 کوئنٹل ہے اس لیے ہم کہیں گے:

y=30+.5x1

.5 کا مطلب ہے کہ پیداوار (y1) ہر 1 کلو کھاد کے مقابلہ 0.5 سے بڑھے گی۔ ٹیبل میں پیداوار کی ہر سطح پر تناسبی نسبت قائم ہے۔ اب ذرا اسی نسبت کو شکل میں تبدیل کر دیجیے۔ اس نسبت کی شکل کچھ اس طرح ہوگی۔



اس شکل میں A سے B کی طرف بڑھنے پر x1 (کھاد) میں تبدیلی 12 کی ہے جبکہ پیداوار میں 6 کی ہے۔ A سے B خط کا جھکاؤ اسی نسبت کو بتلا رہا ہے۔ جھکاؤ کی یہ نسبت خط کے ہر مقام پر ملے گی۔ اس طرح کی نسبت میں پیداوار کا پیمانہ ایک ہی سطح سے بڑھتا ہے جس کو اصطلاحاً Constant Returns to Scale کہا جاتا ہے۔ اگر اس طویل تناسبی نسبت کو فارمولے کی زبان میں بیان کرنا ہو تو ہم یوں کہیں گے:

$$\Delta y1/\Delta x1=\Delta y2/\Delta x2 = \Delta y3/\Delta x3 = ...\Delta yn/\Delta xn$$

پیداوار کے عمل میں عوامل اور پیداوار کے درمیان اس طرح کی نسبت شاذ و نادر ہی نظر آتی ہے۔ منطقی اعتبار سے خواہ وہ کتنی ہی یقینی سی کیوں نہ ہو، حقیقت کی دنیا میں مشکل سے نظر آتی ہے۔ کسی صورتِ حال میں ایک مختصر مدت میں یہ نسبت قائم ہو سکتی ہے لیکن طویل مدت کے لیے قائم نہیں رہ سکتی۔ اس لیے ایک امکانی حقیقت ہوتے ہوئے حقیقت سے دور ہے۔ اس نوعیت کی نسبت کو ثابت کرنے کے لیے صرف ایک عنصر کو متحرک بنا کر باقی سب کو غیر متحرک بنانا تجربہ کی حد تک تو آزمایا جا سکتا ہے لیکن پیداوار کے عمل کے بطور قبول نہیں کیا جا سکتا۔

عملی طور پر حقیقت سے قریب جو نسبت ملتی ہے وہ غیر تناسبی ہے۔ یہ نسبت دو طرح کی ہے۔ اول بڑھنے والی اور دوسری گھٹنے والی۔ بڑھنے والی غیر تناسبی نسبت بتلاتی ہے کہ جیسے جیسے کسی عنصر (Input) کی اکائیوں کو بڑھایا جاتا ہے تو بڑھی ہوئی اکائی پر پیداوار کی سطح میں، سابقہ سطح کے

مقابلہ میں اضافہ ہوتا جاتا ہے۔ اصطلاحاً اس کو Increasing Returns to Scale یعنی حاصل پیداوار کا پیمانہ فروغ کہا جاتا ہے۔ ذیل کے ٹیبل میں اس کی تشریح کی گئی ہے۔

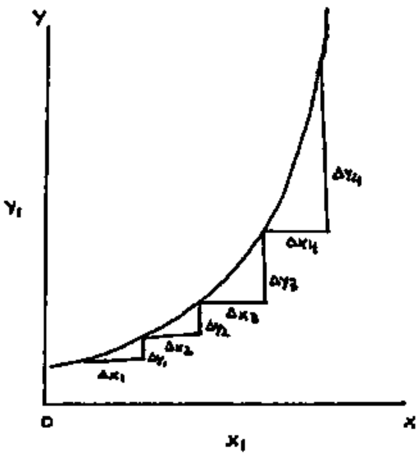
عنصر	عنصر میں تبدیلی	پیداوار	پیداوار میں تبدیلی	تناسب
x_1	$\triangle x_1$	y_1	$\triangle y_1$	$\triangle y_1/\triangle x_1$
5	-	10	-	-
15	5	22	12	12/5 = 2.5/1
20	5	48	26	26/5 = 5.2/1
25	5	75	27	27/5 = 5.2/1
30	5	110	35	35/5 = 7.0/1
35	5	150	40	40/5 = 8.0/1
40	5	200	50	40/5 = 8.0/1
				50/5 = 10.0/1

اس صورت حال پر اگر غور کریں تو معلوم ہوگا کہ x_1 عنصر (Input) کو ایک ہی تناسب میں یعنی 5 کی سطح سے بڑھایا جا رہا ہے لیکن پیداوار کی سطح y_1 ہر بار سابقہ سطح کے مقابلہ مسلسل بڑھ رہی ہے۔ اسی کیفیت کا اظہار فارمولے کی زبان میں یوں کیا گیا:

$$\triangle y_1/\triangle x_1<\triangle y_2/\triangle x_2 <\triangle y_3/\triangle x_3 <\triangle y_4/\triangle x_4.....<\triangle y_n/\triangle x_n$$

چونکہ x_1 مساوی طور پر بڑھ رہا ہے اور y_1 میں بڑھوتری اس کے مقابلے میں تیز ہو رہی ہے اس لیے x_1 اور y_1 کا تناسب ہر سطح پر بڑھتا ہوا ملے گا۔ اس کو یوں بھی کہہ لیجیے، جیسا فارمولے کی زبان میں واضح کیا گیا ہے کہ عنصر x_1 اور y_1 کا تناسب x_2 اور y_2 کے تناسب سے چھوٹا ہوگا اور x_2 و y_2 کا تناسب $\triangle 3$ و y_3 کے تناسب کے مقابلے میں چھوٹا ہوگا۔

اس کیفیت کو اگر کسی شکل میں منتقل کیا جائے تو وہ اس طرح کی ہوگی:



اس شکل پر غور کیجیے۔ عنصر x1 ایک ہی تناسب میں بڑھ رہا ہے جبکہ پیداوار کی سطح عنصر کے ہر مساوی اضافہ کے ساتھ بڑھتی نظر آ رہی ہے۔ یہاں خط کو عمودی حصہ بتلاتا ہے کہ ابتدا میں بڑھنے کی رفتار سست ہوگی جو بعد میں عنصر کے مقابلے تیز ہو جائے گی۔ ٹیبل میں یہ بڑھوتری ابتدا میں 2.5/1 کی ہے جو بڑھ کر 5.2/1 ہوئی اور پھر 10/1 تک پہنچ گئی۔

پیداوار کے عمل میں پیداوار کے عوامل اور پیداوار کے درمیان یہ نسبت قرین قیاس اور حقیقت کے قریب ہے۔ ابتدا میں پیداوار کے عوامل کی قوت نمو اپنے شباب پر ہوتی ہے۔ اس لیے اس کے استعمال سے بھرپور نتائج سامنے آتے ہیں۔ اگر ہم ایک اکائی کے تناسب میں اضافہ کرتے ہیں تو پیداوار کے بڑھنے کی رفتار اس سے تیز ملتی ہے۔ زمین ایک عنصر ہے جو ابتدا میں وافر مقدار میں دستیاب ہے اور اس کی قوت نمو بھی محفوظ ہے۔ اس کی مقدار میں اگر اضافہ کیا جائے تو دیگر عوامل کی شمولیت سے حاصل پیداوار کہیں زیادہ ہوگی۔

ایک دوسری حقیقت کا دور اس کے بعد کا ہے۔ پیداوار کی بڑھتی ہوئی کیفیت اپنے ایک نقطۂ انتہا پر پہنچ کر رک جائے گی اور انحطاط پذیری کے دور میں داخل ہو جائے گی۔ اب اگر عنصر کی مقدار میں ایک ہی تناسب میں اضافہ ہوتا ہے تو ہر اضافی اکائی کے مقابلہ پیداوار کی رفتار گھٹتی ہوئی در سے بڑھے گی۔ سادہ زبان میں کہہ لیجیے کہ عنصر کی اکائی بڑھنے پر پیداوار گھٹتی جائے گی۔ اس کی بنیادی وجہ یہ ہوگی کہ عنصر کی قوت نمو بتدریج گھٹتی جائے گی۔ آراضی کے ایک ٹکڑے پر مسلسل

کاشت کرتے رہنے سے اس کی قوت نمو میں گراوٹ آئے گی۔ اب اگر بیج، کھاد، پانی، محنت، نگہداشت بڑھاتے بھی رہیں تو پیداوار یقینی کچھ نہ کچھ بڑھے گی لیکن اس کی رفتار انحطاط پذیری کی طرف مائل رہے گی۔ یہ صورت حال صرف زراعت تک محدود نہیں ہے بلکہ ہر پیداواری عمل سے وابستہ ہے۔ خواہ وہ زراعت ہو یا صنعت۔ طویل مدت میں پیداوار کے عمل کی یہ کیفیت زیادہ حقیقت آمیز ہے۔ اگر اسی کیفیت کو فارمولے کی زبان میں بیان کیا جائے تو وہ یوں ہوگی:

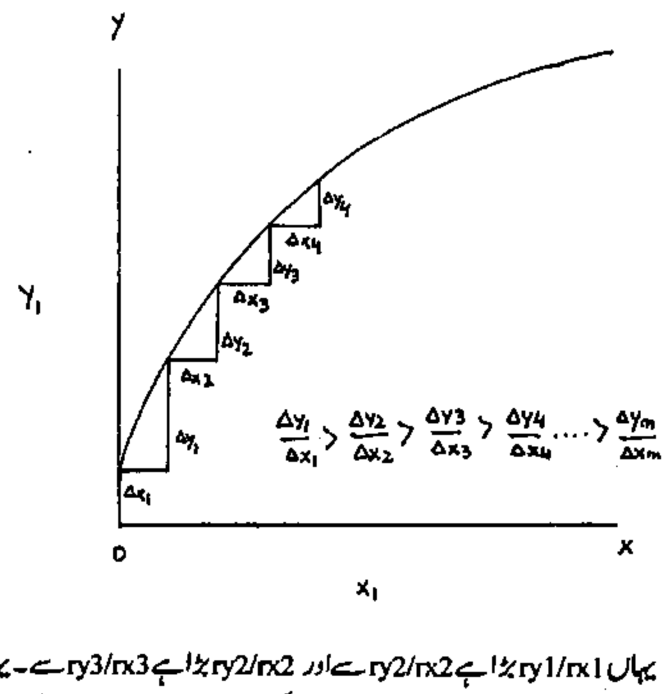
$$\Delta y1/\Delta x1 > \Delta y2/\Delta x2 > \Delta y3/\Delta x3 > \Delta y4/\Delta x4 \ldots\ldots > \Delta yn/\Delta xn$$

یعنی $\Delta y1/\Delta x1$ کا تناسب $\Delta y2/\Delta x2$ کے مقابلہ بڑا ہے اور $\Delta y2/\Delta x2$ کا تناسب $\Delta y3/\Delta x3$ کے مقابلہ بڑا ہے جو اس بات کا اظہار ہے کہ پیداوار میں گراوٹ کس طرح آرہی ہے۔ ذیل کی ٹیبل سے اور پھر اسی کیفیت کو ایک شکل میں منتقل کرنے سے زیادہ وضاحت ہوجائے گی۔

عنصر	عنصر میں تبدیلی	پیداوار	پیداوار میں تبدیلی	تناسب
x1	Δx1	y1	Δy1	Δy1/Δx1
5	-	10	-	-
10	5	18	8	8/5 = 1.6/1
15	5	25	7	7/5 = 1.4/1
20	5	31	6	6/5 = 1.2/1
25	5	35	4	4/5 = .8/1
30	5	38	3	3/5 = .6/1
35	5	40	2	2/5 = .4/1
40	5	41	1	1/5 = .2/1

یہاں بظاہر پیداوار (y1) مسلسل بڑھ رہی ہے۔ لیکن اگر بڑھنے کی رفتار پر غور کیجیے تو وہ

مسلسل گھٹتی جارہی ہے۔ جیسا ry1 سے واضح ہے۔ اب چونکہ پیداوار مسلسل گر رہی ہے جبکہ عنصر Input میں مسلسل 5 کا اضافہ ہورہا ہے، اس لیے ہر پانچ کے مقابلے میں جب انحطاط پذیر پیداوار کو لائیں گے تو تناسب مسلسل گرتا ملے گا۔ اس کی وضاحت تناسب کے کالم میں ملے گی جہاں یہ تناسب 1.6/1 سے گرتے گرتے 2/1. تک پہنچ گیا۔ اس کو اصطلاحا کہا جاتا ہے کہ پیداوار گھٹتی ہوئی در سے بڑھ رہی ہے۔ اسی کو(Law of Diminishing Returns) کہا جاتا ہے۔ چونکہ یہاں پیداوار میں لگائے ہوئے عوامل بدلتے ہوئے تناسب میں ہوتے ہیں اس لیے اسی مناسبت سے Law of Variable Proportion یعنی تغیر پذیر قانون تناسب کہا جاتا ہے۔ اب اس عمل کو ایک شکل میں منتقل کیجیے:



یہاں ry1/rx1 بڑا ہے ry2/rx2 سے اور ry2/rx2 بڑا ہے ry3/rx3 سے۔ یہاں عنصر x کی بڑھتی ہوئی اکائیوں کے بالمقابل پیداوار y کو دیکھیے تو یہ تعداد یا مقدار بتدریج گھٹتی ہوئی ملے گی۔ مثلاً x کی پانچ اکائیوں کے اضافے پر پیداوار 10 سے بڑھ کر 18 ہوگئی۔ یعنی x کی 5 مزید

اکائیوں نے پیداوار میں 8 کا اضافہ کیا۔ پھر مزید 15 اکائیوں کے اضافے نے پیداوار کو 18 سے بڑھا کر 25 کر دیا۔ لیکن اس سطح پر 5 کے مزید اضافے نے پیداوار میں صرف 7 کا اضافہ کیا۔ یہاں تک کہ x کی اکائیوں کی تعداد 40 تک پہنچ گئی۔ اضافہ صرف 1 کا رہ گیا۔ x میں 5 اکائیوں کے مسلسل اضافے نے پیداوار بڑھائی تو ضرور لیکن دراصل وہ ہر سطح پر اپنی پچھلی سطح کے مقابلے گرتی جارہی ہے۔ ڈائیگرام میں اسی کیفیت کا اظہار ہورہا ہے۔

پیداوار کے عمل سے وابستہ ہر طبقہ انھیں تین کیفیتوں سے گزرتا ہے۔ وہ ابتدا میں اپنے لگائے ہوئے عوامل کے مقابل بڑھتی ہوئی پیداوار حاصل کرتا ہے۔ پھر ایک مدت کے بعد اس میں ٹھہراؤ آجاتا ہے اور وہ تقریباً اسی تناسب میں پیداوار حاصل کرتا ہے، جس تناسب میں عوامل میں اضافہ کیا ہے۔ پھر ایک طویل عرصہ کے بعد وہ اس سطح پر آجاتا ہے جہاں عوامل کے بڑھانے پر پیداوار بڑھتی ضرور ہے لیکن گھٹتی ہوئی در سے بڑھتی ہے۔ یہاں عوامل کے مقابلہ پیداوار میں گراوٹ شروع ہو جاتی ہے۔ یہ پیداوار صارفین کی تسکین کا ذریعہ ہے، جس کو نظام تقسیم کے ذریعے صارفین تک پہنچایا جاتا ہے۔ آپ نے پیداوار کا عمل کن مراحل سے گزرتا ہے، یہ تو معلوم کرلیا لیکن پیداوار کرنے والا طبقہ اپنے پیداوار کے عمل کو کس تنظیم کے تحت مرتب کرتا ہے، اور اس عمل میں اس کا زاویۂ نگاہ کیا رہتا ہے اور وہ اس کو کن اصولوں سے باندھے رہتا ہے؟ یہ سب آپ آئندہ پڑھیے گا۔ یعنی اس ابتدائیہ تعارف کے بعد پیداوار کے عمل کی سرگرمیوں میں آپ کو شریک کروں گا۔

☆☆☆

تنظیم پیداوار: اصول پیداوار

میں نے گذشتہ مضمون میں تنظیم پیداوار کی ابتدا، پیداوار کی تعریف، پیداوار کے عمل، پیداوار کے عوامل، ان کے باہمی ربط اور ان کی نوعیتوں سے کی تھی۔ اس مضمون میں پیداوار کے عمل سے متعلق اصول بیان کر رہا ہوں۔

میں گزشتہ مضمون میں یہ واضح کر چکا ہوں کہ اقتصادیات میں پیداوار ایک ایسا عمل ہے جہاں کچھ اشیا و خدمات کو کسی دوسری نوعیت کی اشیا و خدمات کو وجود میں لانے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ اس طرح کچھ اشیا و خدمات بڑھی ہوئی افادیت کے ساتھ کسی دوسری اشیا و خدمات میں منتقل ہو جاتی ہیں۔ اس عمل کے تسلسل کا نام پیداوار کا عمل ہے۔ اس کی تشریح کچھ مثالوں سے کی تھی۔ اس عمل کے ایک بنیادی پہلو لاگتوں کی تشریح اگلے باب میں کروں گا۔ مختصراً یہاں اتنا واضح کر دوں کہ پیداوار سے وابستہ طبقہ اس کا لحاظ رکھتا ہے کہ وہ فی اکائی پیداوار کی لاگت جس کو اوسط لاگت کہا جاتا ہے اور حاشیائی لاگت یعنی پیداوار کی اضافی اکائی کی لاگت پر خاص توجہ دیتا رہے کیونکہ پیداوار کے عمل کو افادہ بخش بنائے رکھنے میں ان دونوں لاگتوں کی مرکزی حیثیت ہے۔ اوسط لاگت فی اکائی پیداوار کی قیمت طے کرتی ہے جس کے اتار چڑھاؤ کا اثر شے کی مانگ پر پڑتا ہے اور حاشیائی لاگت مستقبل میں پیداوار کے پیمانہ میں توسیع یا تخفیف کو ترغیب دیتی ہے۔

مختلف عوامل میں جن کی تشریح کی جا چکی ہے، کی مدد سے جب اشیا پیدا کی جاتی ہیں تو ان کو کُل یا مجموعی پیداوار کہا جاتا ہے۔ اس پیداوار کو دو مزید ضمن میں تقسیم کرتے ہیں۔ اول اوسط پیداوار (یعنی فی اکائی پیداوار) اور دوم حاشیائی پیداوار (یعنی ایک اضافی وسیلہ سے ملنے والی اضافی پیداوار) چونکہ پیداوار کے وسیلے متعدد ہوتے ہیں اور ان کی نوعیتیں بھی جُدا جُدا ہوتی ہیں جو مختلف اوقات میں اور مختلف تعداد میں پیداوار کے عمل میں کام آتی ہیں اس لیے پیداوار کا عمل پیچیدہ بن جاتا ہے۔ ہم یہاں وضاحت میں آسانی کے لیے محض ایک وسیلہ ''محنت'' کو لے کر کُل اوسط اور حاشیائی پیداوار کی تشریح کرتے ہیں۔

محنت کشوں کی تعداد	مجموعی پیداوار (اکائی)	اوسط پیداوار (اکائی)	حاشیائی پیداوار (اکائی)
0	0	0	0
1	3	3	3
2	8	4	5
3	12	4	4
4	14	3.5	2
5	14	2.8	5
6	12	2	-2

اس ٹیبل کو غور سے دیکھیے۔ جیسے جیسے محنت کشوں کی تعداد میں اضافہ ہو رہا ہے مجموعی پیداوار بڑھ رہی ہے لیکن اوسط اور حاشیائی پیداوار میں مسلسل گراوٹ آ رہی ہے۔ محنت کشوں کی تعداد میں مسلسل 1 کا اضافہ ہو رہا ہے۔ مجموعی پیداوار بھی اسی لحاظ سے بڑھ رہی ہے۔ ایک محنت کش کے اضافے سے پیداوار 3 یونٹ سے 8 یونٹ ہو جاتی ہے، یعنی 2 محنت کش 8 یونٹ پیدا کرتے ہیں تو فی محنت کش 8 یونٹ پیداوار کرتا ہے۔ اس طرح محنت کشوں کی تعداد بڑھانے پر گویا فی محنت کش کی پیداوار کی صلاحیت میں اضافہ ہو رہا ہے اور پیداوار کرنے والے کے لیے یقیناً یہ حوصلہ افزا

صورت حال ہے۔صرف اتنا ہی نہیں بلکہ حاشیائی پیداوار مزید حوصلہ افزائی کر رہی ہے۔ایک محنت کش کے بڑھانے پر پیداوار کی سطح 3 یونٹ سے 8 یونٹ ہو جاتی ہے، یعنی ایک زائد محنت کش پیداوار میں 5 یونٹ کا اضافہ کر رہا ہے جو اس بات کا ثبوت ہے کہ محنت کشوں کی تعداد میں اضافہ ان کی بہتر صلاحیتوں کی غمازی کر رہا ہے۔

لیکن یہ صورتحال قائم نہیں رہے گی۔اگر مزید ایک اور محنت کش کا اضافہ کیا جاتا ہے تو مجموعی پیداوار 8 سے 12 ضرور ہو جاتی ہے لیکن اوسط اور حاشیائی پیداوار کے نقطہ نظر سے خطرہ کی گھنٹی بج جاتی ہے۔اوسط پیداوار اسی سطح یعنی 4 یونٹ پر قائم رہتی ہے اور حاشیائی پیداوار یعنی اضافی محنت کش کی پیداوار سابقہ 5 یونٹ سے گھٹ کر 4 یونٹ رہ جاتی ہے۔یہاں اس سطح پر اوسط و حاشیائی پیداوار مساوی ہیں۔پیداوار کی سرگرمیوں میں ملوث شخص محنت کشوں کی تعداد کو بڑھانے کے فیصلے میں ہوشیار ہو جائے گا، کیونکہ لاگتوں کے بڑھنے کے امکان قوی ہیں۔چلیے یہ شخص خطرہ مول لیتا ہے اور ایک مزید محنت کش کا اضافہ کر دیتا ہے۔مجموعی پیداوار 12 سے 14 ہو گئی، لیکن بہ اعتبار اوسط و حاشیائی پیداوار میں مزید گراوٹ پائی گئی۔اوسط پیداوار یعنی فی محنت کش پیداوار 4 یونٹ سے گر کر 3.5 رہ گئی اور حاشیائی پیداوار مزید تیزی سے گر کر 4 یونٹ سے 2 یونٹ رہ گئی۔اب اگر ایک اور محنت کش کا اضافہ کیا جاتا ہے تو مجموعی پیداوار کی سطح میں کوئی اضافہ نہیں ہوتا، وہ 14 پر ہی قائم رہتی ہے۔نتیجتاً اوسط پیداوار مزید ایک محنت کش کے اضافہ کی بدولت 3.5 یونٹ سے گر کر 2.8 پر آجاتی ہے اور حاشیائی پیداوار صفر ہو جاتی ہے کیونکہ مجموعی پیداوار میں کوئی اضافہ ہوا ہی نہیں ہے۔اس سے آگے بڑھنے پر مجموعی پیداوار گر جاتی ہے۔وہ 14 کی سطح سے گر کر 12 پر آجاتی ہے۔نتیجتاً اوسط پیداوار (فی محنت کش پیداوار) 2.8 سے گر کر محض 2 رہ جاتی ہے اور چونکہ مجموعی پیداوار میں گراوٹ آ گئی ہے اس لیے حاشیائی لاگت منفی ہو گئی ہے۔

پیداوار کی سرگرمیوں سے وابستہ طبقہ پیداوار کے عمل کے دوران جب پیداوار کے عوامل کی تنظیم کرتا ہے اور نتیجتاً جو پیداوار حاصل کرتا ہے اس میں کچھ اسی نوعیت کے باہمی رشتوں کا تجربہ کرتا ہے۔وہ موٹے طور پر ذیل کے رشتے یا پیداوار و اس کے وسیلے کے درمیان ربط و ضبط پاتا ہے۔

اول: مجموعی پیداوار، وسیلے کے بڑھنے کے ہمراہ بڑھتی ہے لیکن گھٹتی ہوئی نوعیت سے بڑھتی ہے۔

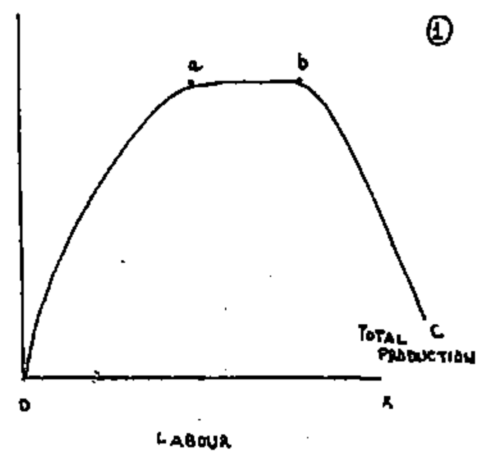
دوم: اوسط اور حاشیائی دونوں پیداوار مجموعی پیداوار سے نیچے ہیں اور ان دونوں کے درمیان جو تعلق ملتا ہے وہ کچھ اس طرح کا ہے کہ جب اوسط پیداوار بڑھتی ہے تو حاشیائی پیداوار اس سے زیادہ تیزی سے بڑھتی ہے لیکن جب اوسط پیداوار گراوٹ کی طرف مائل ہوتی ہے تو حاشیائی پیداوار اس سے زیادہ تیزی کے ساتھ گرتی ہے یہاں تک کہ جب اوسط پیداوار گر کر 2 کی سطح پر آجاتی ہے تو حاشیائی پیداوار منفی ہو جاتی ہے۔

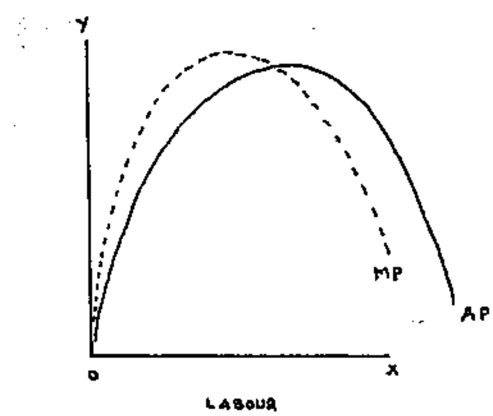
سوم: ان باہمی رشتوں کی نوعیتوں سے یہ بات واضح ہو جاتی ہے کہ پیداوار کے عمل کے تحت جب پیداوار کی سطح میں توسیع کی جاتی ہے اور وسائل کی تعداد بڑھائی جاتی ہے تو ایک مدت تک اوسط و حاشیائی رخ سے پیداوار کے وسائل کا پیداوار کی سطح کو بلند کرنے میں کنٹری بیوشن بڑھتا ہے لیکن پھر ایک مدت بعد یہ حصہ داری بتدریج کم ہو جاتی ہے۔ یوں مجموعی حیثیت سے پیداوار بڑھتی نظر آتی ہے لیکن اگر اس کی رفتار پر غور کریں تو وہ سست ہوتی چلی جاتی ہے۔ اس کی بنیادی وجہ یہ ہے کہ پیداوار کے وسائل خواہ وہ زمین ہو، انسانی محنت و مشقت ہو یا مشینری ہو، جب مسلسل استعمال کی جاتی ہے تو اس کی صلاحیتیں انحطاط پذیر ہو جاتی ہیں۔

چہارم: ایسا کیوں ہوا کہ ابتدا میں جب اوسط پیداوار بڑھ رہی تھی تو حاشیائی پیداوار زیادہ تیزی سے بڑھی اور جب اوسط پیداوار گرنے کی طرف مائل ہوئی تو حاشیائی پیداوار اس سے زیادہ تیزی سے گری۔ یہاں تک کہ وہ منفی ہو گئی۔ وہ اس لیے کہ پیداوار کے ابتدائی دور میں چونکہ وسائل کی صلاحیت کوری ہوتی ہیں اس لیے کل پیداوار میں فی وسیلہ کی حصے داری بڑھے گی۔ اب اگر وسیلہ کے ذریعے 3 یونٹ کی پیداوار ہوتی ہے تو اوسط پیداوار 3 ہی ہوگی اور چونکہ اضافی وسیلہ نہیں لگایا گیا ہے اس سے حاشیائی پیداوار بھی 3 ہی ہوگی۔ اگلے مرحلے میں اب اگر وسیلے کی تعداد 2 ہوگئی اور دونوں نے مل کر پیداوار کی سطح کو 8 کردیا تو بہ اعتبار اوسط پیداوار 3 سے بڑھ کر 4 ہو جائے گی۔ لیکن بہ اعتبار حاشیائی پیداوار یعنی ایک زائد وسیلہ کی پیداوار 5 ہوگی (8-3=5)، جو اوسط سے زیادہ ہے اور یہ اس لیے ہے کہ اوسط پیداوار کو کل پیداوار میں لگے وسیلے کی تعداد سے

تقسیم کر کے حاصل کیا گیا جبکہ حاشیائی پیداوار یعنی بڑھی ہوئی پیداوار واحد بڑھے ہوئے وسیلے کی حصے داری ہوگی اس لیے تقسیم شدہ سطح سے اس کی سطح بلند رہے گی۔ آگے چل کر چونکہ صلاحیتیں انحطاط پذیر ہوں گی اس لیے پیداوار گرتی ہوئی شرح سے بڑھے گی اور نتیجتاً اوسط پیداوار یعنی فی وسیلہ پیداوار گرتی جائے گی۔ چونکہ پیداوار کی شرح بھی گر رہی ہے۔ اس لیے ہر اضافی وسیلے کی حصے داری نہ صرف اوسط سے بھی نیچے رہے گی بلکہ وہ ایک سطح پر آ کر منفی بھی ہو سکتی ہے۔

اب وسائل اور پیداوار کے درمیان تعلقات کی نوعیتوں کی تشریح جو پیش کی گئی ہے اس کی تصویر کشی کیجیے اور دیکھیے کہ لفظوں اور جملوں کے سہارے کہی جانے والی باتیں شکلوں میں منتقل ہو کر کتنی واضح و مستند بن جاتی ہیں۔





پہلی شکل میں مجموعی پیداوار کے مسلسل بڑھنے، پھر ٹھہرنے اور آخر میں گرنے کی کیفیت واضح ہے۔ یہاں نقطوں کے درمیان فاصلہ پیداوار کی گراوٹ کی شرح کو واضح کر رہا ہے۔ پیداوار گرتی ہوئی شرح سے بڑھ رہی ہے۔ دوسری تصویر میں مجموعی پیداوار میں گراوٹ کی شرح کے نتائج اوسط اور حاشیائی پیداوار کی کیفیتوں سے ظاہر کیے گئے ہیں۔ اس شکل میں جب اوسط پیداوار بڑھ رہی ہے تو حاشیائی پیداوار اس سے بلند ہے اور جب اوسط پیداوار میں گراوٹ شروع ہوئی تو حاشیائی پیداوار میں اس سے زیادہ تیزی کے ساتھ گراوٹ آئی۔ یہاں تک کہ وہ منفی 2 ہوگئی۔

پیداوار کی سطح اور پیداوار کے عوامل کے درمیان جن تعلقات کی تشریح کی گئی ہے اس سے پیداوار کے عمل کے کچھ اصول واضح ہو جاتے ہیں۔ اول جیسے جیسے ہم پیداوار کے عوامل اور تعداد میں اضافہ کرتے ہیں تو پیداوار بڑھتی ہے تو یہ اس لیے ہوتا ہے کہ ابتدا میں تمام پیداوار کے عوامل کی صلاحیت بھرپور ہوتی ہے، ان کا استعمال نہیں ہوتا۔ یہ پیداوار کا ابتدائی دور ہے جہاں پیداوار اور ان کے عوامل کے درمیان مثبت نسبت قائم رہتی ہے۔ پھر پیداوار دوسرے دور میں داخل ہوتی ہے اور دوسرا اصول مرتب کرتی ہے۔ یہاں پیداوار کے وسائل کے ہمراہ بڑھتی نہیں بلکہ قائم رہتی ہے۔ یہ ایک مساوی تعلقات کی کیفیت ہے۔ اگر وسائل کی دو اکائیاں بڑھائی ہیں تو پیداوار میں بھی تقریباً دو اکائیوں کا اضافہ ہو جائے گا۔ اگر پیداوار کے وسائل میں مزید اضافہ کیا جاتا رہا تو پھر پیداوار کا عمل تیسرے دور میں داخل ہو جائے گا جہاں پیداوار کے عوامل کی حصے داری میں گراوٹ شروع ہو جائے گی اور پیداوار کے عمل کو جاری رکھنے پر ایک وہ وقت آئے گا کہ یہ حصے داری منفی ہو جائے گی۔ پیداوار کے عمل کی یہ نوعیتیں فطری اصول پر ٹکی ہیں، جس کی عکاسی ٹیبل اور تصویروں میں کی گئی ہے۔ یہاں ٹکنالوجی پیداوار کے طریق کاروں میں تبدیلیاں، ریسرچ و معلومات وغیرہ وقتی طور پر اصولوں کو پلٹ سکتی ہیں۔ لیکن طویل مدت میں بالآخر انحطاط پذیری کے فطری اصول کو تسلیم کرنا پڑے گا۔ دنیا کی ہر شے انحطاط پذیری کی طرف مائل ہے۔ اس اصولِ فطرت کو اقتصادیات تسلیم کرتا ہے اور اسی کے تحت اصول پیداوار مرتب کرتا ہے۔ ایک پیداوار کا پیمانہ افزائش ہے۔ دوسرا پیمانہ استقامت ہے اور تیسرا پیداوار کا پیمانہ انحطاط پذیری ہے۔ یہ آخری دور لازمی ہے۔ خواہ زراعت کا میدان ہو، یا صنعت و حرفت کا پیداوار کا عمل ان تینوں دور سے گزرتا ہے۔ پیداوار کے عمل سے وابستہ طبقہ ان سے بہ خوبی واقف ہوتا ہے اور اپنا لائحہ عمل اسی کے

بموجب طے کرتا ہے۔ پیداوار کے اس فطری عمل کی عکاسی اقتصادیات کرتا ہے۔

پیداوار کرنے والے کی نگاہ اپنی پیداوار کی اوسط اور حاشیائی پیداوار کی نوعیتوں پر لگی ہوتی ہیں کیونکہ یہی نوعیتیں پیداوار کی پالیسی و مستقبل کے فیصلوں کو اثر انداز کرتی ہیں۔ پیداوار کی لاگتوں کی تشریح اگر آپ کے ذہن میں ہے تو یہاں مجموعی پیداوار و مجموعی لاگت، اوسط پیداوار و اوسط لاگت اور حاشیائی پیداوار و حاشیائی لاگت ذہن میں رکھیے۔ پیداوار کرنے والا اپنی شے کی قیمت کیسے طے کرے گا؟ وہ کل پیداوار کو کل لاگت سے تقسیم کر کے پیداوار کی ہر اکائی پر آنے والی لاگت کو دیکھے گا۔ بازار میں اس لاگت سے کم پر وہ شے فروخت نہیں ہوسکتی۔ پھر کیا، وہ بغیر کچھ منافع کمائے چیز کو فروخت کر دے گا؟ وہ لاگت کے ہمراہ اپنا منافع بھی دھیان میں رکھے گا اور پھر اس شے کی قیمت طے کرے گا۔ ہم سب بازار میں جو شے خریدتے ہیں اس میں اس شے پر آئی لاگت اور منافع دونوں شامل ہوتا ہے۔ اس طرح اوسط پیداوار کسی شے کی بازار میں قیمت طے کرنے میں اہم رول ادا کرتی ہے۔ اوسط پیداوار پر آئی اوسط لاگت اور ایک طے شدہ منافع مل کر بازار میں جو قیمت طے کرے گا وہ یقیناً جوکھم بھرا ہوتا ہے۔ بازار میں یہ قیمت بہت حساس ہوتی ہے۔ بازار میں پیدا کرنے والا تو یہ چاہتا ہے کہ وہ اس قیمت پر اپنا سارا مال بیچ دے لیکن اس کو بہت سے پہلوؤں پر غور کرنا پڑتا ہے۔

سب سے پہلے اس کو یہ معلوم ہونا چاہیے کہ اس شے کی طلب کا دائرہ کیا ہے؟ اور ہماری طے شدہ قیمت پر صارفین کا رد عمل کیا ہے؟ یعنی وہ کتنے Responsive ہوں گے؟ پھر یہ بھی دیکھنا ہوگا کہ اس شے کا نعم البدل بازار میں کیا موجود ہے اور اس کی قیمت کیا ہے۔ صارفین کی Responsiveness کا انحصار بہت کچھ اس پر ہے کہ اس شے کے مقابلے میں دوسری کیا شے موجود ہے اور اس کی کیا قیمت ہے؟ وہ یہ موازنہ کریں گے کہ بہ لحاظ صفات و کارکردگی آپ کی شے اور بازار میں موجودہ شے میں کتنا اور کیسا فرق ہے۔ آپ کی پیدا کی گئی شے کو موجودہ شے سے بہر حال بہتر ہونا چاہیے۔ تبھی صارفین میں کشش پیدا ہوگی اور اگر اس کی قیمت بہ مقابلہ دوسری شے کی قیمت کے تھوڑی زیادہ بھی ہے تو بھی صارفین آپ کی شے کو ترجیح دیں گے۔ اس طرح اگر قیمت زیادہ بھی ہے تو اس کی طلب اور کشش اسی وقت برقرار رہے گی جب آپ صارفین کی پسند، ترجیحات اور شے کی کوالٹی پر نظر رکھیں گے اور اس کے لیے مسلسل ریسرچ و سروے، ٹکنالوجی، انتظامیہ چابکدستی اور اشتہار جیسے عوامل فعال بنائے رکھیں گے۔ یقیناً فی یونٹ پیداوار کی لاگت

میں اضافہ ہوگا اور اسی لحاظ سے فی یونٹ پیداوار کی قیمت بھی بڑھے گی۔ بڑھی ہوئی قیمت کا منفی اثر صارفین کی طلب اور ترجیحات پر پڑے گا لیکن کوالٹی اور صارفین کی پسند پھر بھی سہارا بنے گی۔ پیداوار میں ملوث طبقہ ان سب عمل اور ردعمل پر انتہائی باریک بینی سے نگاہ رکھتا ہے۔ وہ ہر صورت میں اپنے مال کی طلب کو پہلے وسیع، مضبوط اور قابلِ اعتبار بنانے کی کوشش کرتا ہے اور پھر اسی کے سہارے بے خوف و خطر قیمت میں اضافہ اور اپنے منافع میں توسیع کرتا ہے۔

پیداوار کے عمل میں حاشیائی پیداوار کی نوعیتوں کی بھی بہت اہمیت ہے کیونکہ پیداوار کے عمل کی توسیع اسی سے وابستہ ہے۔ آپ اپنی پیداوار کی توسیع اس وقت تک کرتے رہنے میں حق بجانب ہیں جب تک اضافی وسیلے سے اضافی پیداوار بڑھتی ہوئی ملتی رہے۔ جس سطح پر اضافی وسیلے سے ملنے والی پیداوار گرنا شروع ہو جائے تو یہ اضافی وسیلہ لاگت کے نقطۂ نظر سے مہنگا بن جائے گا اور پیداوار کے عمل میں اس سطح سے آگے بڑھنا غیر دانشمندانہ قدم ہوگا۔ اس لیے جس وقت پیداوار کی سطح میں توسیع کا فیصلہ کیا جاتا ہے تو حاشیائی پیداوار پر نگاہ رکھی جاتی ہے۔ اب چونکہ پیداوار کرنے والے کو اس کا علم ہے کہ پیداوار میں لگے تمام وسائل کی پیداوار کی صلاحیتیں وقت کے ساتھ ساتھ انحطاط پذیر ہوتی ہیں، وہ اس قانونِ قدرت کو تسلیم کرتے ہوئے محتاط رہتا ہے اور بہت سوچ سمجھ کر وسائل اور پیداوار میں توسیع کا فیصلہ کرتا ہے۔

معاشیات میں پیداوار کے تین قوانین اسی تشریح سے وابستہ ہیں۔ اول Law of Increasing Returns یعنی قانون افزائش پیداوار۔ دوم Law of Constant Returns یعنی قانون استقامتی پیداوار اور سوم Law of Diminishing Returns یعنی پیداوار کا قانون انحطاط پذیری۔ پیداوار کی سرگرمیاں انھیں تین سے گزرتی ہیں۔ قانون انحطاط پذیری ایک فطری قانون ہے جو دنیا میں موجود ہر مادی شے سے وابستہ ہے۔ پیداوار کا عمل اس سے کیسے مستثنیٰ رہ سکتا ہے۔ اقتصادیات میں زرعی پیداوار کے سلسلے میں اس قانون کے عمل کی بھرپور تشریح کی گئی ہے۔ پیداوار کرنے والا جو پیداوار کرتا ہے، اس کو فروخت کرتا ہے یہی اس کی آمدنی ہے۔ اس کی تشریح بھی لاگت اور پیداوار کی مانند مجموعی آمدنی (Total Revenue)، اوسط آمدنی (Average Revenue) اور حاشیائی آمدنی (Marginal Revenue) کی طرح ملتی ہے جس کو آئندہ پیش کروں گا۔

☆☆☆

تنظیم پیداوار: پیداوار کی لاگتیں

گذشتہ مضمون میں پیداوار کے عمل کو متعارف کیا گیا اور چند ابتدائی وضاحتوں کے ہمراہ ڈائیگرامس کی مختلف شکلوں کے ذریعے بات کو زیادہ مستند بنا کر پیش کرنے کی کوشش کی گئی ہے۔ مجھے احساس ہے کہ اقتصادیات کے اصولوں ونظریوں کی تشریح کے لیے ان مختلف نوعیتوں کے ڈائیگرامس میں آپ کو کوئی دلچسپی نہیں ہوگی۔ مطالعہ کے درمیان یہ شکلیں بوجھل بن جاتی ہیں۔ لیکن کیا کیا جائے؟ اس مضمون کے مخاطب کرنے کا انداز ہی یہی ہے۔ یہی گویا اس کی شناخت ہے۔ وہ اپنی باتوں، اصولوں ونظریوں کو محض ایک غیر مانوس سے طرز بیان کے ذریعے بیان کر کے اس وقت تک مطمئن نہیں ہوتا جب تک ٹیبل، گراف اور جیومیٹری کی شکلوں کے ذریعے مزید مستند بنا کر پیش نہ کر دے۔ اگر غور کیجیے تو اس کی خلش بے جا نہیں بلکہ سائنٹفک ہے۔ اگر اصولوں و نظریوں کو جملوں کے ساتھ ساتھ شکلیں بھی دے دی جائیں اور ذہن انسانی ان کو جذب کریں تو ایسے اصول محو ہی نہیں ہوتے بلکہ مزید روشن ہو جاتے ہیں۔ شکلوں کی اپنی زبان ہوتی ہے اور وہ جو کہتی ہیں وہ وہی ہوتا ہے جس کو انسانی ذہن کہلوانا چاہتا ہے۔ یہ شکلیں جملوں میں کہی گئی بات کا عینی ثبوت ہوتی ہیں۔ آپ ان شکلوں سے گھبرایئے مت بلکہ ان لکیروں، زاویوں کے ہاؤ بھاؤ کو سمجھیے اور پھر دیکھیے وہ کس طرح آپ کی زندگی کا آئینہ پیش کرتی ہیں۔

بات پیداوار کے عمل سے شروع کی گئی تھی۔ آپ نے معلوم کیا کہ پیداوار مختلف عوامل کے اشتراک اور ان کے درمیان مخصوص تنظیم کا نتیجہ ہوتی ہے جہاں وہ مختلف سطحوں پر افادیت میں اضافہ کرتی رہتی ہیں۔ اسی افادیت میں مسلسل اضافہ ہوتے رہنے کا نام پیداوار کا عمل ہے۔

سوال یہ ہے کہ کیا پیداوار کے عمل سے وابستہ عوامل کی کوئی قیمت نہیں ہوتی؟ کیا یہ تمام عوامل پیداوار کرنے والے کو مفت حاصل ہو جاتے ہیں؟ ان تمام عوامل کی قیمت ہوتی ہے جو استعمال کرنے والے کو ادا کرنی پڑتی ہے۔ زمین استعمال کرنی ہے تو اس کو خریدتا ہے یا استعمال کرنے کا کرایہ ادا کرتا ہے۔ کوئی کارخانے کی بلڈنگ، شیڈ بناتا ہے تو متعلقہ تمام ساز و سامان خریدتا ہے۔ مشینیں، کچا مال خریدتا ہے۔ پھر انتظامیہ اسٹاف کا تقرر کرتا ہے، ان کی تنخواہیں ادا کرتا ہے۔ حکومت کی لائسنس فیس و دیگر ٹیکس ادا کرتا ہے۔ پھر دیکھ بھال وغیرہ متوقع صورت حال سے نپٹنے کے لیے ایک مخصوص رقم کو ہر وقت محفوظ رکھتا ہے۔ یہ سب پیداوار کے مصارف ہیں جن کو اکنامکس میں پیداوار کی لاگتیں (Cost of Production) کہا جاتا ہے۔ ہم پیداوار کے اسی پہلو کا احاطہ کر رہے ہیں۔

اکنامکس میں پیداوار کے ان اخراجات (لاگتوں) کی تشریح مختلف نوعیتوں سے ملتی ہے۔ اس لیے واضح کیا گیا کہ کچھ اخراجات وہ ہوتے ہیں جو پیداوار کرنے والے کی جیب سے سیدھے نکلتے ہیں۔ ان کو "Actual-out-of Pocket Expenditure" کہا جاتا ہے۔ مندرجہ بالا بیان کیے گئے تمام اخراجات اسی زمرے میں آتے ہیں جن کو واضح اخراجات یا Explicit Cost کا نام دیا گیا۔ پھر مفکرین نے غور کیا اور بتایا کہ تمام لاگتیں واضح نہیں ہوتی بلکہ پوشیدہ یا مخفی بھی ہوتی ہیں مثلاً اگر پیداوار کرنے والا اپنے ہی اثاثوں کو پیداوار میں لگا دیتا ہے، خود انتظامیہ سرگرمیوں میں ملوث ہو جاتا ہے، اپنے گھر کے افراد کو شریک کر لیتا ہے اور عوض میں کچھ نہیں لیتا تو درحقیقت یہ پیداوار کی پوشیدہ لاگتیں ہیں، کیونکہ اگر وہ اثاثے، وہ محنت، وہ صلاحیتیں دوسری جگہ استعمال ہوتیں تو آمدنی کا ذریعہ بنتیں ہیں جو اس صورت میں نہیں بن پاتیں۔

مفکرین نے ایک اور طرح کی لاگتوں کو متعارف کرایا۔ ان کو سواقعی لاگتیں یا Opportunity Costs کا نام دیا گیا۔ انھوں نے غور کیا کہ اگر آپ کسی شے کے مالک ہیں تو

معقولیت کا تقاضہ یہ ہے کہ آپ اس کے مختلف مصرف سے بھی واقف ہیں۔ پیداوار کے میدان میں اترے اشخاص کے لیے تو یہ بات اور بھی اہم اور ضروری ہے۔ اگر وہ شخص اس شے کو کسی ایک مصرف میں لے آتا ہے تو وہ اس کے دیگر تمام ممکنہ تصرّفات سے محروم ہوجاتا ہے، جس کا علم و اندازہ اس کو ہے۔ اس کو اس بات کا کسی حد تک اندازاہ ہوتا ہے کہ وہ شے اگر دوسری جگہ استعمال کی جاتی تو کیا پیداوار کر کے دیتی اور جہاں وہ فی الحال استعمال ہو رہی ہے کیا پیدا کر کے دے رہی ہے۔ اگر وہ شے کسی دوسری جگہ بہتر پیداوار، اچھی آمدنی کا ذریعہ بن سکتی تھی تو موجودہ صورت حال میں نہیں ہے یہاں جس محرومی کا احساس ہوگا اور اس سے جو نقصان کا تخمینہ ہوگا وہ Opportunity Cost موافقتی لاگت کہلائے گی۔ پیداوار کے فیصلوں میں ان لاگتوں کی بہت اہمیت ہے کیونکہ ان سے بہتر جگہ وسائل لگانے کی ترغیب ملتی ہے۔

پھر ان پیداوار کی لاگتوں کا ایک سماجی پہلو بھی ہے جس کو Social Cost کا نام دیا گیا ہے۔ پیداوار میں جو بھی مصارف آرہے ہیں، وہ سب مادی، مالی، قدرتی اور بشری نوعیت کے ہیں جن کو مختصراً نجی زمرے میں رکھ لیا جاتا ہے لیکن جب یہ وسائل پیداواری عمل میں لگائے جاتے ہیں تو کچھ سماجی اثرات مرتب ہوتے ہیں جو پورے معاشرے کو متاثر کرتے ہیں۔ کسی کارخانہ کا نکلا ہوا کچرہ بیکار خام مال کا ملبہ، چمنیوں سے نکلنے والا دھواں، مختلف اقسام کے تیزابی یا کیمیکل مواد پانی میں مل کر بہتے ہیں۔ وہ سب آب و ہوا کو آلودہ کرتے ہیں، ہمارے تاریخی اثاثوں کو متاثر کرتے ہیں، مختلف بیماریوں کے موجد بنتے ہیں۔ یہ سب پیداوار کی سوشل کاسٹ ہے جو معاشرے کو برداشت کرنا ہوتی ہے۔ یہ ایک الگ موضوع ہے جس کی تفصیلات میں فی الحال یہاں نہیں جاؤں گا۔

جو شخص پیداوار کے عمل سے وابستہ ہے اس کو پیداوار کے تمام مصارف برداشت کرنے ہیں۔ وہ ایک کثیر رقم لگا کر کسی شے کو پیدا کر رہا ہے۔ اب یہاں سے لاگتوں کی تقسیم، ان کے اقسام اور ان کے آپسی رشتوں، ربط و ضبط کی تشریح کی جاتی ہے اور ان سے ان کی اہمیت واضح کی جاتی ہے۔ جب ایک کثیر رقم لگا کر کوئی شے پیدا کی گئی تو پیداوار کی مقدار اور خرچ کی گئی رقم کا تخمینہ واضح ہوجاتا ہے۔ اس کو پیداوار کی مجموعی لاگت (Total Cost) کا نام دیا گیا۔ یہ گویا مزید

لاگتوں کی تشریح کی بنیاد ہے۔ اب پیداوار کرنے والے کو اگر یہ معلوم کرنا ہو کہ ہماری مجموعی پیداوار میں فی اکائی کی کیا لاگت آئی ہے؟ تو وہ اپنی کل پیداوار کو کل لاگت سے تقسیم کر کے معلوم کر لے گا۔ اسی کو ''اوسط لاگت'' (Average Cost) کا نام دیا گیا جو پیداوار کی فی یونٹ لاگت ہے۔ پیداوار کرنے والے کے لیے اس کا تخمینہ لگانا بہت ضروری ہے، کیونکہ یہی وہ لاگت ہے جو پیداوار کی فی اکائی بازار میں قیمت طے کرے گی۔ فی اکائی کی قیمت طے کرنے میں محض لاگت ہی نہیں بلکہ پیداوار کرنے والا اپنا منافع بھی شامل کرتا ہے۔ اس طرح قیمت میں فی اکائی لاگت اور منافع دونوں شامل ہوتا ہے۔

پیداوار کا عمل تو متحرک ہے۔ وہ کبھی بڑھتا ہے، کبھی گھٹتا ہے۔ اس کی یہی خاصیت لاگتوں کو بھی متحرک رکھتی ہے۔ اب ایسی متحرک کیفیت میں لاگتوں کا تخمینہ کیسے لگایا جائے؟ یہاں مفکرین نے ایک راستہ نکالا۔ آپ پیداوار کی ایک طے شدہ سطح سے آگے بڑھیے اور معلوم کیجیے پیداوار کی سابقہ سطح کے مقابل کیا تبدیلی رونما ہوئی؟ کتنی بڑھی یا گھٹی؟ پھر اس تغیر کے نتیجے میں لاگتوں میں کیا تبدیلیاں رونما ہوئیں؟ وہ کتنی بڑھتی یا گھٹتی ہیں؟ مان لیجیے کہ پیداوار 200 کی سطح سے آگے بڑھ کر 210 یونٹ کی ہوگئی اور لاگت 400 سے بڑھ کر 412 روپے ہوگئی تو اضافی پیداوار 10 یونٹ کی اور اضافی لاگت 12 روپے ہوگی، یعنی پیداوار بڑھانے کی فی یونٹ لاگت سابقہ 2 روپے فی یونٹ اوسط لاگت سے کم آئی۔ یہ پیداوار کرنے والے کے لیے حوصلہ افزا بات ہے۔ وہ پیداوار کو بڑھاتا جائے گا اور اضافی لاگت کا اندازہ لگاتا جائے گا۔ جب تک اوسط اضافی لاگت مجموعی اوسط لاگت سے کم رہے گی، پیداوار بڑھائے گا اور جہاں اضافی اوسط لاگت مجموعی اوسط لاگت سے بڑھی وہیں پر پیداوار میں اضافے کو روک لے گا۔ اس تشریح کو حاشیائی کی لاگت کی تشریح (Marginal-cost Analysis) کہا جاتا ہے۔ اوسط لاگت کی طرح یہ بھی بہت اہم ہے۔ کیونکہ ان لاگتوں کے تخمینوں پر پیداوار کے پیمانوں کے فیصلے کیے جاتے ہیں۔

آپ نے پیداوار سے متعلق کل (مجموعی) اوسط اور حاشیائی لاگتوں کا تعارف حاصل کیا، ان کی اہمیت معلوم کی، اور ان کی آپسی نسبت کو پہچانا۔ پیداوار کی نسبت سے ان لاگتوں کی شناختیں جدا جدا ہیں جن کو دو فرقوں میں بانٹا گیا ہے۔ وہ بھی قلیل وطویل مدت کے رخ ہے۔ آپ محسوس

کیجیے کہ جب کوئی پیداوار کے میدان میں قدم رکھتا ہے اور پیداوار کے عمل کی ابتدا کرتا ہے تو شروع کی مدت میں صرف خرچ ہی خرچ ہوتا ہے، پیداوار کچھ نہیں ہوتی۔ یہ گویا آئندہ برسوں میں پیداوار ہونے کا ابتدائی دور ہے۔ کارخانے کی عمارت بنی، چہار دیواری تعمیر ہوئی، حفاظتی انتظامات کیے گئے۔ بڑی بڑی مشینیں لگائی گئیں۔ حکومت کے لائسنس فیس و دیگر ٹیکس ادا کیے گئے، لیکن ابھی پیداوار صفر ہے۔ ان کو مقررہ لاگتیں(Fixed Cost) کہا گیا۔ یہ لاگتیں طے شدہ ہوتی ہیں، یعنی پیداوار کا پیمانہ چاہے جو ہو، یہ لاگتیں قلیل مدت میں گھٹتی بڑھتی نہیں ہیں۔ جب یہ تیاری مکمل ہو گئی تو اب پیداوار کی شروعات کی گئی۔ کچا مال خریدا گیا، مشینوں کو چلانے کے لیے بجلی، تیل، ڈیزل، موبائل وغیرہ کا انتظام ہوا۔ ماہرین کا تقرر کیا گیا، مزدوروں کی بھرتیاں ہوئیں، چھوٹی مشینوں کل پرزوں اور مشینوں کی دیکھ بھال و مرمت کا انتظام کیا گیا۔ انتظامیہ عملے کا تقرر ہوا۔ ان سب نے مل کر ایک مخصوص تنظیم کے ساتھ پیداوار شروع کر دی۔ ابتدا میں رفتار سست رہی پھر جیسے جیسے نظام منظم ہوا پیداوار کی رفتار بڑھی اور اب مانگ و کھپت کے لحاظ سے پیداوار کو بڑھایا جاتا رہے گا۔ اسی قدر ان تمام وسائل کی مقدار میں بھی توسیع ہوتی رہے گی۔ اس کیفیت کو ماہرین نے Variable Costs یعنی متحرک لاگتوں کا نام دیا۔ یہ وہ لاگتیں ہیں جو پیداوار کی سطح کے ساتھ گھٹتی بڑھتی رہتی ہیں۔

جب ہم مجموعی لاگت یعنی Total Cost کی بات کرتے ہیں تو اس کو انھیں زمرے میں بانٹا جاتا ہے یعنی اس میں مقررہ متحرک (Fixed and Variable) دونوں لاگتیں شامل ہوتی ہیں۔ اس طرح مجموعی لاگت دونوں کا مجموعہ ہوتی ہے۔ چونکہ اوسط لاگت مجموعی لاگت سے ہی معلوم کی جاتی ہے اس لیے اس میں بھی دونوں لاگتیں شامل ہوتی ہیں، یعنی اوسط مقررہ لاگت اور اوسط متحرک لاگت مل کر اوسط لاگت بنتی ہے۔ حاشیائی لاگت (Marginal Cost) پیداوار پر اضافی لاگت ہے۔ یہاں اضافت یا تبدیلی کو ایک تکون (△) کے نشان سے بتلاتے ہیں۔ اب یہ ان تمام تفصیلات کو سمیٹ کر حرفوں کی زبان میں یوں کہیے:

$$TC = TFC + TVC$$

$$AC = AFC + AVC$$

MC = ΔTC

Q = Quantity

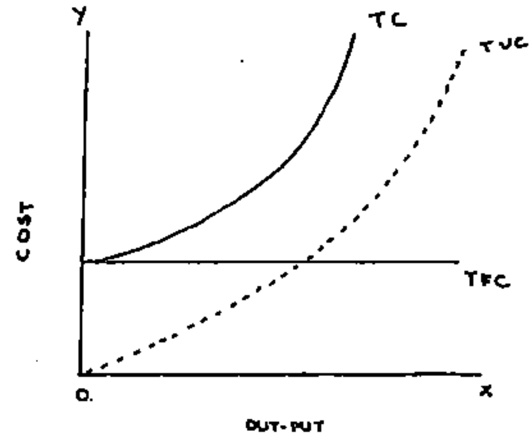
یہاں "Q" کے معنی Quantity یعنی مقدار پیداوار ہے۔ انھیں تفصیلات کو ایک ٹیبل میں سمیٹ کر واضح کر دیجیے۔ اس ٹیبل میں مختلف لاگتوں کے آپسی رشتے بھی واضح ہو جائیں گے۔

پیداوار کی مجموعی اوسط اور حاشیائی لاگتیں

پیداوار کی سطح	مجموعی طے شدہ لاگتیں	مجموعی متحرک لاگتیں	کل لاگتیں	اوسط لاگتیں	اوسط متحرک لاگتیں	اوسط لاگتیں	حاشیائی لاگتیں
1	2	3	4	5	6	7	8
1	30 روپے	20 روپے	50 روپے	30 روپے	20 روپے	50 روپے	20 روپے
2	30 روپے	30 روپے	60 روپے	15 روپے	15 روپے	30 روپے	10 روپے
3	30 روپے	45 روپے	75 روپے	10 روپے	15 روپے	25 روپے	15 روپے
4	30 روپے	80 روپے	110 روپے	7.5 روپے	20 روپے	27.5 روپے	35 روپے
5	30 روپے	145 روپے	175 روپے	6 روپے	29 روپے	35 روپے	65 روپے

یہ اعداد جو گھٹتے، بڑھتے نظر آرہے ہیں، لاگتوں کی تفصیلات کا آئینہ ہیں۔ بس پیداوار کے دوران جو ان کا انداز ہوتا ہے اس کو عددی شکل دے دی گئی ہے۔ اب اسی انداز کو ڈائیگرام میں

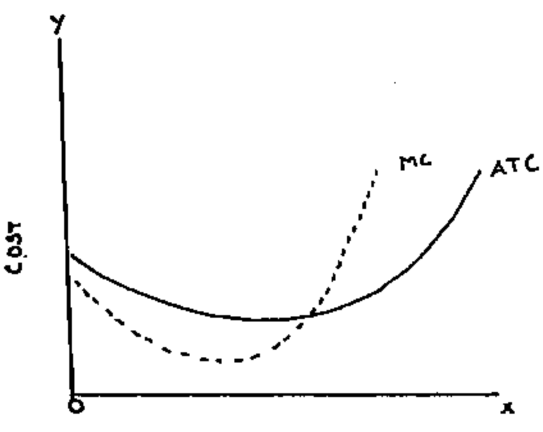
منتقل کر دیجیے اور دیکھیے پیداوار کی مختلف سطحوں اور اس سے منسلک لاگتوں کا کیسا تعلق رہتا ہے۔



ذرا اس ڈائیگرام کو غور سے دیکھیے اور محسوس کیجیے کہ اس کی لکیریں وہی کچھ کہہ رہیں جو ہم بیان کر چکے ہیں۔ OX لائن پر پیداوار OY لائن پر لاگتوں کو ناپا جارہا ہے۔ کل طے شدہ لاگت 30 ہے جو پیداوار چاہے جتنی بڑھے، تبدیل نہیں ہوگی۔ OX کے اوپر مساوی لکیر سے یہ ظاہر کیا جارہا ہے۔ کل لاگت کی لکیر اوپر ہے جو کل متحرک لاگت TVC سے بلند ہوگی۔ یہ بلندی ظاہر کرتی ہے کہ کل لاگتیں اوسط لاگتوں سے زیادہ رہیں گی۔ کل لاگت کی ابتدا صفر پیداوار سے ہورہی ہے جس کے معنی یہ ہوئے کہ پیداوار صفر ہونے کے باوجود لاگتیں (مقررہ) پھر بھی 30 ہوں گی۔ اب پیداوار آگے بڑھی تو پہلی سطح پر مقررہ لاگت اور متحرک لاگت تقریباً مساوی ہے۔ لیکن ان دونوں کا فرق پیداوار کی سطح بڑھنے کے ساتھ ساتھ بڑھ رہا ہے۔ وجہ یہ ہے کہ مقررہ لاگتیں اپنی سطح پر قائم ہیں جبکہ متحرک لاگتیں مسلسل بڑھ رہی ہیں۔ ذرا ان نقطوں پر غور کیجیے کہ کس طرح پیداوار کی سطح بلند ہونے پر متحرک لاگتیں بڑھ رہی ہیں اور ان کے مقابلے طے شدہ اوسط لاگتیں چھوٹی یا کم ہوتی جارہی ہیں۔ اگر یہ صورت حال قائم رہی تو پیداوار کے بلند ترین پیمانے پر طے شدہ لاگتیں کم سے کم یعنی صفر کے قریب اور متحرک لاگتیں سب سے بلند ہوں گی۔ پیداوار کے ساتھ لاگتوں کی اسی

نسبت کو ماہرین نے انگریزی کے لفظ "U" سے تعبیر کیا ہے۔ یہاں بلند سے پستی کی طرف آنے میں جو گراوٹ ہورہی ہے وہ اسی وجہ سے ہورہی ہے کہ مقررہ لاگتیں پیداوار کے پیمانے کے ساتھ ساتھ تقسیم ہوتی جارہی ہیں اور اپنی مقدار (اپنا حصہ) کم سے کم کرتی جارہی ہیں۔ ایک مقام پر وہ سب سے نچلی سطح پر آجاتی ہیں۔ اب اس کے بعد جو بلندی ہے وہ متحرک لاگتوں کے بڑھنے کی بدولت ہے۔

ذرا ٹیبل میں اوسط اور حاشیائی لاگتوں کے تعلق پر غور کیجیے۔ ابتدا میں اوسط لاگت بلند اور حاشیائی لاگت پست ہے۔ اوسط لاگت میں مسلسل گراوٹ آرہی ہے تو حاشیائی لاگت میں بھی گراوٹ نظر آرہی ہے۔ یہاں تک کہ جب اوسط لاگت 50 سے 25 رہ گئی تو حاشیائی لاگت بھی 20 سے گر کر 15 رہ گئی۔ یہاں تک تو دونوں لاگتیں گر رہی ہیں اور حاشیائی لاگت اپنی گراوٹ کے انداز میں اوسط لاگت سے پیچھے ہی ہے۔ لیکن اس مقام کے بعد غور کیجیے۔ حاشیائی لاگتوں میں اوسط لاگتوں کی بہ نسبت تیزی سے اچھال آیا اور وہ اوسط لاگتوں سے کہیں تیزی سے بلند ہوئیں۔ ان نسبتوں کو ذیل کے گراف میں واضح کیا گیا ہے۔



ایسا کیوں ہورہا ہے؟ اس کا منطقی استدلال ہے۔ آپ کو معلوم ہے اوسط کل لاگت پیداوار کی مقدار اور اس پر آنے والی کل لاگت کے تقسیم کے بعد حاصل ہوتی ہے جس کو پیداوار کی فی اکائی

لاگت کہا جاتا ہے۔اب ذرا ٹیبل میں کل لاگتوں کے بڑھنے کے انداز پر غور کیجیے۔کل لاگتیں پیداوار کی سطحوں کے بموجب 50,60,75,110,175 کے انداز سے بڑھی ہیں۔یعنی پیداوار کی ہر اگلی سطح پر 10,15,35,65 سے بڑھیں۔شروع میں یہ فرق کم اور بعد میں زیادہ ہے۔ایسا اس لیے ہے کہ مقررہ لاگت (Fixed Cost) پیداوار کی سطح میں بلندی آنے پر جب تقسیم ہو کر کم سے کم ہو رہی ہے تو متحرک لاگتیں تیزی سے بڑھ رہی ہیں۔اس لیے مجموعی لاگت میں یہ تیزی آئی ہے جو آپ کو 15,35 اور 65 کے انداز میں مل رہی ہے۔ATC خط میں بخوبی اس کا اظہار مل رہا ہے۔حاشیائی لاگت کی تعریف اگر آپ کے ذہن میں ہے تو اس خط کی نوعیت جو ڈائیگرام سے دکھلائی گئی ہے واضح ہو جائے گی۔حاشیائی لاگت، اضافی پیداوار پر اضافی لاگت ہے۔جب پیداوار 1 سے 2 کی سطح پر آئی تو اس اضافی 1 کی لاگت میں 10 کا فرق آیا، پیداوار کی لاگت 50 سے 60 ہو گئی۔اوسط لاگت 50 سے 30 ہوئی، یعنی 20 کا فرق ہے۔10 کے مقابلے 20 تو بلند سطح ہے اس لیے اوسط لاگت کا خط حاشیائی لاگت سے بلند ہے۔پیداوار کی تیسری سطح پر کل لاگتیں 60 سے 75 ہو گئیں، یعنی مزید سطح بڑھانے پر لاگتوں میں 15 کی بڑھوتری ہوئی۔اوسط لاگت کی رو سے دیکھیے تو فی اکائی لاگت 15 آئی۔لیکن حاشیائی لاگت کے رخ سے دیکھیے تو وہ 10 سے 15 ہوئی۔دونوں لاگتوں کی بڑھوتری کا مقابلہ کیجیے تو معلوم ہوگا کہ یوں تو دونوں 15,15 پر آ کر مساوی سطح پر ہیں، لیکن حاشیائی لاگت میں اضافہ صرف 5 کا ہے۔وہ 10 سے 15 ہو گی جبکہ اوسط لاگت 30 سے گھٹ کر 25 رہ گئی، یعنی 5 کی گراوٹ آئی۔اوسط لاگت میں گراوٹ کا اندازہ خط کی گراوٹ سے کیجیے اور حاشیائی لاگت کا اٹھان اوسط لاگت کی گراوٹ کے قریب اٹھنے کے انداز سے کیجیے۔اب اس سطح کے بعد کا منظر دوسرا ہے۔چونکہ اوسط لاگت جو اب بڑھ رہی ہے وہ متحرک لاگت کے مسلسل تیزی کے ساتھ بڑھنے کی بدولت بڑھ رہی ہے۔اس لیے اوسط لاگت کے بڑھنے میں (کل لاگت سے تقسیم کے بعد) ایک طرح کا پھیلاؤ یا پھیلے پن کا احساس ہوگا جو خط سے ظاہر ہو رہا ہے لیکن حاشیائی لاگت تقسیم نہ ہو کر واحد اضافی اکائی کی شکل میں بڑھ رہی ہے۔اس لیے وہ اوسط لاگت کے مقابلے زیادہ تیزی سے بلند ہو رہی ہے اور یہ بلندی خط سے ظاہر ہو رہی ہے۔

پیداوار کی سرگرمیوں میں پیداوار کی سطح کا تعین اس سے منسلک لاگتوں میں ہونے والی تبدیلیوں اور ان کی نوعیتوں پر نظر رکھ کر کیا جاتا ہے۔ اسی لیے اکنامکس میں جب پیداوار کے متعلق تفصیلات بیان کی جاتی ہیں تو لاگتوں کا بیان اور ان کے تجزیے ناگزیر بن جاتے ہیں۔ میں نے مضمون میں یہی کوشش کی کہ پیداوار کا تفصیلی بیان دینے سے قبل بطور بنیادی ڈھانچے کے اس سے وابستہ لاگتوں، انکی نوعیتوں اور ان کے پیداوار سے رشتوں کو متعارف کر دوں اور جہاں ضرورت ہو وہاں ڈائیگرامس کے ذریعے وضاحتوں کی سند پیش کر دوں۔ آئندہ مضامین میں پیداوار کے میدان میں قدم رکھیں گے۔ پیداوار کی تین لاگتیں ایسی ہیں جن کو پیدا کرنے والا اپنے ذہن میں رکھتا ہے۔ اول 'مجموعی لاگت'، دوم 'اوسط لاگت' اور سوم 'حاشیائی لاگت'۔ پیداواری سرگرمیوں کے درمیان اوسط اور حاشیائی لاگتیں بہت اہم ہیں۔ اوسط لاگت سے پیداوار کی فی اکائی قیمت طے کی جاتی ہے اور حاشیائی لاگت سے پیداوار کے پیمانوں کا تعین ہوتا ہے۔ یہ حاشیائی لاگتیں بالآخر اوسط لاگت یعنی فی اکائی قیمت کو متاثر کرتی ہیں۔ اس لیے پیداوار کرنے والوں کو اوسط و حاشیائی دونوں لاگتوں پر نگاہ رکھنی ہوتی ہے۔

☆☆☆

تنظیم پیداوار: آمدنی و بازاریں

آپ نے لاگتوں کے اعتبار سے تنظیم پیداوار کی تفصیلات پڑھیں۔ پیداوار کرنے والے کو اپنی محنت و تنظیم کا پھل پیداوار کی صورت مل گیا، لیکن جب تک پیداوار فروخت نہیں ہوتی، تمام جدو جہد، کاوشیں و تنظیمیں کوئی معنی نہیں رکھتی۔ پیداوار کرنے والا، خواہ وہ کسان ہو یا صنعت کار، اپنی پیداوار کو ملکی و غیر ملکی بازاروں میں فروخت کرتا ہے۔ خریدنے والے صارفین ہوتے ہیں۔ اسی مقام سے پیدا کرنے اور خریدنے والوں کے درمیان ایک خاموش، اَن دیکھا سا رشتہ قائم ہو جاتا ہے، جس کا مرکز بازاریں ہوتی ہیں۔ اشیا کو خریدنے والے صارفین بازاروں کے میڈیم سے پیداوار کے سلسلے میں اپنی پسند، ناپسند، متوقع تبدیلیوں وغیرہ کے متعلق چھوٹی، بڑی تمام انفارمیشن اور اپنا ردِعمل پیداوار کرنے والے تک پہنچاتے ہیں۔ اس کا آلۂ کار ہوتا ہے، دی ہوئی قیمت پر اس شے کی خریداری کی نوعیت یعنی اس شے کی طلب، گویا ان کے ردِعمل کا مثبت یا منفی عکس ہے جو پیداوار کرنے والے کے لیے صارفین کی طرف سے ہوتا ہے اور وہ انھیں کے بموجب تبدیلیاں لاتا رہتا ہے۔

پیداوار کرنے والا بھی اپنی پیداوار کے متعلق بھر پور انفارمیشن صارفین تک پہنچاتا ہے۔ وہ اپنی اشیا کی کارکردگی، صفات، مثبت و منفی اثرات و مناسب احتیاطی تدابیر کے متعلق آگاہ کرتا

ہے۔اور اگر اس شے کے مقابل بازار میں دوسری شے موجود ہو تو ہر صورت اپنی شے کو بہتر ثابت کرنے کی کوشش کرتا ہے تاکہ اس کی شے کی طلب نہ صرف کم ہو بلکہ بڑھتی رہے اور صارفین کا اعتماد بحال رہے۔دونوں فریقین، پیداوار کرنے والے اور اس کو خریدنے والے کا مرکز بازار ہیں ہوتی ہیں جہاں وہ اپنی رائے، مشورے و دیگر انفارمیشن دیتے رہتے ہیں اور طلب یعنی خریدنے کی سطح اس کا آئینہ ہوتی ہے۔بازار یں پیداوار کو قبول کرتی ہیں، فروخت کرتی ہیں اور مال صارفین کو اور رقم پیداوار کرنے والے کو پہنچاتی ہیں۔یہی رقم پیداوار کرنے والے کی آمدنی ہے جس کا جائزہ اس مضمون میں پیش کیا جارہا ہے۔

اقتصادیات میں اشیا کی فروخت ہونے کا ایک مستند واضح اصول یہ بتلایا گیا کہ بالعموم بلند قیمت پر خریدنے والوں کی تعداد کم اور کم قیمت پر زیادہ پائی جاتی ہے۔بلند قیمت پر پیدا کرنے والا تو یہ چاہتا ہے کہ وہ پیداوار کی کل مقدار کو فروخت کردے، لیکن وہ ایسا نہیں کرسکتا۔خریدنے والے کے سامنے بہت سی رکاوٹیں و پابندیاں حائل ہوتی ہیں۔اس کی آمدنی یعنی قوت خرید پہلی و بنیادی پابندی ہے۔پھر یہ بھی دیکھنا ہوتا ہے کہ وہ شے طلب کے اعتبار سے کس نوعیت کی ہے، یعنی وہ کتنی ناگزیر اہم و بنیادی ہے یا آرام و آسائش کی ہے۔اگر ناگزیر نوعیت کی ہے جیسے نمک، زندگی کو تحفظ بخشنے والی ادویات و آلے و مشین، اجناس وغیرہ تو بلند قیمت پر بھی خریدی جائے گی۔یہاں خریداروں کی تعداد کم نہیں ہوگی۔اس طرح کی اشیا کی طلب قیمت کے رخ سے بے حس یعنی Inelastic ہے۔یہاں فروخت کی سطح مستحکم رہتی ہے اور اسی قدر آمدنی بھی یقینی ہوتی ہے۔

بہت سی اشیا ایسی ہوتی ہیں جن کی اگر قیمت بلند ہے تو خریدار کم ہوتے ہیں لیکن جیسے ہی قیمتوں میں گراوٹ آتی ہے، خریداروں کی تعداد بڑھ جاتی ہے۔تمام آرام کی اشیا اسی زمرے میں آتی ہیں۔ان کی طلب قیمتوں کی رخ سے لوچدار Elastic ہوتی ہے۔یہاں پیداوار کرنے والا اپنے فروخت کے دائرے کو وسیع کرسکتا ہے بشرطیکہ وہ قیمتوں کو کم کرے۔قیمتوں کو کم کرکے اوسط منافع کم اور مجموعی منافع زیادہ کرسکتا ہے۔یہاں پیداوار کرنے والے کے سامنے ایک اندیشہ پیدا ہوتا ہے۔وہ شے جس کے دائرے فروخت کو بڑھانے کی خاطر قیمت کو گرایا گیا ہے، اگر بازار میں واحد ہے تو کوئی خطرہ نہیں لیکن اگر اس شے کی متبادل دوسری شے موجود ہے تو قیمت کا فرق طلب کو

بانٹے گا۔ اگر ایک نے قیمت گرائی ہے تو متبادل شے کی قیمت بھی گرے گی ورنہ اس کی فروخت کا دائرہ کم ہو جائے گا۔ اس طرح متبادل اشیا کی موجودگی میں قیمتوں کو بہت دیکھ بھال کر بڑھایا گھٹایا جاتا ہے۔ پھر صارفین کی ترجیحات، پسند، مقدار اور یہاں تک رنگ، روپ، ذائقہ پیکنگ بھی طلب یعنی خرید کو متاثر کرتی ہے اور فروخت کی سطح کو بلند و پست کرتی ہیں۔

بازار میں قیمتوں کے سامنے صارفین کی طلب کے خاموش مظاہرے کچھ اسی انداز سے چلتے رہتے ہیں اور پیداوار کرنے والا ان سب پر نگاہ رکھتے ہوئے اپنے مال کے فروخت کو آنکتا رہتا ہے اور آمدنی و منافع کو دیکھتے ہوئے پیداوار کی سرگرمیوں کو بڑھاتا گھٹاتا رہتا ہے۔

بالفرض محال اگر آمدنی کی سطح کے بموجب، یعنی قوت خرید کے لحاظ سے تمام صارفین کی صف بندی کی جائے تو آپ کو اندازہ ہوگا کہ سب سے بلند قیمت پر صارفین کم اور جیسے جیسے قیمت گرتی جائے خریداروں کی تعداد میں اضافہ ہوتا جائے گا۔

مثلاً اگر قیمت 60 روپے ہے تو کوئی خریدار نہیں، یا اتنے کم جن کو شمار کرنا بے معنی ہے۔ لیکن جیسے ہی قیمت گری، خریداروں کی تعداد بڑھی۔ یہاں تک جب قیمت سب سے نیچی سطح پر پہنچی تو خریداروں کا دائرہ سب سے وسیع ہوگیا۔ بلند قیمت پر فروخت کرنے والا تو چاہے گا کہ سب کچھ فروخت کر دے، لیکن جیسا بتلایا گیا، ایسا کر نہیں سکتا۔ صارفین کی طرف سے بہت سی رکاوٹیں ہیں، جن کا ذکر کیا جا چکا ہے۔ اب اگر پیداوار کرنے والا فروخت کے دائرے کو وسیع کرنا چاہتا ہے اور آمدنی و منافع کو بڑھانا چاہتا ہے تو قیمت کو کم کرے گا۔ یہاں لاگت کو نہیں بلکہ منافع کو ہی کم کر کے قیمت کو کم کرنا پڑتا ہے۔ لاگت سے کم قیمت پر تو وہ فروخت ہی نہیں کر سکتا۔ یہاں اوسط منافع ضرور کم ہوگا لیکن چونکہ فروخت کا دائرہ وسیع ہو جائے گا، اس لیے مجموعی منافع زیادہ ہوگا۔

پیداوار کرنے والے کی آمدنی فروخت کی سطح سے وابستہ ہے۔ کسی شے کی فی اکائی قیمت طے کرنے پر جتنی تعداد میں وہ شے فروخت ہوئی وہ گویا مجموعی آمدنی (Total Revenue) ہوگی۔ ہم نے یہ مجموعی آمدنی پیداوار کی مجموعی تعداد کو فی اکائی قیمت سے ضرب دے کر حاصل کرلی۔ یہی فی اکائی قیمت اوسط آمدنی (Average Revenue) ہے، یعنی اوسط آمدنی اور اوسط

قیمت ایک ہی ہیں۔اب اگر ایک مقررہ سطح سے آگے بڑھ کر پیداوار کو بڑھایا، تو اس اضافی پیداوار کے فروخت ہونے پر جو آمدنی ہوگی اس کو حاشیائی آمدنی (Marginal Revenue) کہا جائے گا۔اس طرح پیداوار کرنے والے کی اشیا جب بازار میں فروخت ہوتی ہے تو آمدنی کے اعتبار سے اس کو تین زمروں میں بانٹ کر جائزہ لیا جاتا ہے۔اول کل مجموعی آمدنی TR، دوم اوسط آمدنی AR اور سوم حاشیائی آمدنی MR۔

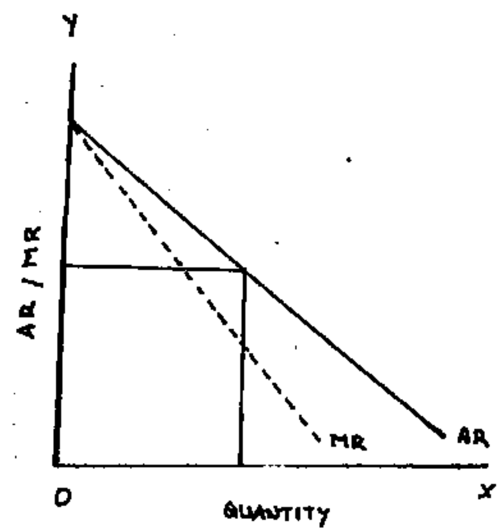
اگر منافع کا تخمینہ لگانا ہے تو آمدنی اور لاگتوں کا جائزہ لیجیے۔پیداوار پر آئی مجموعی لاگت کو کل آمدنی میں سے نکال دیجیے تو مجموعی یا کل منافع معلوم ہو جائے گا، یعنی TR-TC=TP۔اس طرح اگر اوسط منافع معلوم کرنا ہو تو اوسط آمدنی میں سے اوسط لاگت کو نکال دیجیے، یعنی AR-AC=AP۔اب حاشیائی آمدنی میں سے حاشیائی لاگت کو اگر نکال دیا جائے تو حاشیائی منافع معلوم ہو جائے گا، یعنی MR-MC=MP۔یہی اوسط اور حاشیائی منافع کی نوعیتیں پیداوار کی سرگرمیوں کو جاری رکھنے، فروغ دینے یا منسوخ کرنے میں اہم رول ادا کرتی ہیں اور وہ پیداوار کرنے والا ان نوعیتوں پر نگاہ رکھتا ہے۔اب ذیل کے ایک فرضی گوشوارے پر غور کیجیے، جہاں ایک فرضی اعداد و شمار کی مدد سے ان تمام کارگزاریوں کو سمیٹ لیا گیا ہے۔

پیداوار کی آمدنی اور منافع کا تخمینہ

قیمت فی اکائی 5 روپے

پیداوار کی سطح	مجموعی پیداوار	کل آمدنی	اوسط آمدنی	حاشیا کی آمدنی	کل لاگت	کل منافع
0	0	0	0	0	0	0
1	10	50	50	50	10	50-10=40
2	28	140	70	90	20	140-20=120
3	44	220	73.3	80	30	220-30=190

270-40=230	40	50	69.3	270	54	4
300-50=250	50	30	60.0	300	60	5
330-60=270	60	30	55.5	330	66	6
350-70=280	70	.20	50.0	350	70	7
350-80=270	80	10	45.0	360	72	8
360-90=270	90	0	40.0	360	72	9
350-100=250	100	10	35.0	350	70	10



آپ ان اعداد وشمار کے ذریعہ آمدنی، لاگت اور منافع کی بدلتی سطحوں کا اندازہ لگا سکتے ہیں۔ پھر کل اوسط و حاشیائی آمدنی کے آپسی رشتوں اور ان سے بدلتی منافع کی سطحوں کا بھی جائزہ لے سکتے ہیں۔ یہ ساری انفارمیشن اور بدلتے ٹرینڈس پیداوار کرنے والے کے سامنے ہیں اور ان کے مطابق پیداواری سرگرمیوں کو بڑھاوا دینے، جاری رکھنے اور روک دینے کا فیصلہ کرتا رہتا ہے۔

آپ غور کیجیے، کل پیداوار 1 تا 8 سطح تک مسلسل بڑھ رہی ہے۔ پھر 9 سطح تک اس میں ٹھہراؤ ہے اور پھر اس میں گراوٹ کا رجحان ہے۔ پیداوار کے جو بڑھنے کا رجحان ہے اس پر اگر غور

کیجیے تو مجموعی اعتبار سے تو وہ بڑھ رہی ہے لیکن شرح افزائش کے اعتبار سے گھٹتی جا رہی ہے۔ پیداوار 10 سے 28 ہوئی تو 18 کا اضافہ ہوا۔ لیکن اگلی سطح پر جب 44 ہوئی تو اضافہ محض 16 رہ گیا، پھر جب 54 ہوئی تو گویا اضافہ محض 10 رہ گیا، یہاں تک 70 سے 72 ہو کر اضافہ صرف 2 رہ گیا۔ اب اگلی سطح پر پیداوار میں کوئی اضافہ نہیں ہوا بلکہ مزید اگلی سطح پر تو پیداوار سابقہ سطح کے مقابلے گر گئی اور یوں اضافہ منفی ہو گیا۔ بس اس منفی اضافے سے قبل تک وہ پیداوار جاری رکھ سکتا ہے۔

ظاہر ہے پیداوار کے اس ٹرینڈ کا اثر کل، اوسط اور حاشیائی آمدنی پر پڑے گا۔ اگر پیداوار کی فی اکائی قیمت 5 روپے ہے تو کل آمدنی بھی 8 ویں سطح تک مسلسل بڑھے گی، پھر 9 ویں سطح تک قائم رہے گی اور پھر 10 ویں سطح تک آ کر گر جائے گی۔ یہاں آمدنی کے بڑھنے کی نوعیت پیداوار کے بڑھنے کی نوعیت کی مانند ہی ہوگی، یعنی گھٹتی ہوئی شرح سے بڑھے گی۔ آمدنی 50 سے 140 ہوئی تو اضافی آمدنی 90 ہوئی، پھر جب آمدنی 140 سے 220 ہوئی تو اضافہ 80 رہ گیا۔ اگلی سطح پر 50 رہ گیا، پھر 30 رہ گیا، پھر 20 رہ گیا، پھر 10 رہ گیا۔ اس سطح پر آ کر ٹھہر گیا۔ یعنی اگلی سطح پر کوئی اضافہ نہیں ہوا۔ اب اس سے آگے آمدنی گر گئی۔ اضافی آمدنی بھی گھٹتی ہوئی شرح کو بتلا رہی ہے۔

اوسط آمدنی جو فی اکائی فروخت یعنی فی اکائی قیمت ہے محض تیسری سطح تک بڑھتی ہے پھر اس سے مسلسل گراوٹ شروع ہو جاتی ہے۔ دوسری سطح پر کل آمدنی 140 روپے تھی تو اوسط آمدنی 70 روپے ہوئی۔ تیسری سطح پر کل آمدنی 220 تھی تو اوسط آمدنی 73.3 ہوئی اور آخری دسویں سطح پر یہ آمدنی محض 37 روپے رہ گئی۔ میں نے فی اکائی قیمت اور اوسط آمدنی ایک ہی بتلائی ہیں۔ اگر 1 یونٹ کی قیمت 5 روپے ہے تو یہی اوسط آمدنی بھی ہے۔ 10 ویں سطح پر 70 یونٹ کی پیداوار ہے۔ 5 روپے فی یونٹ کے حساب سے فروخت ہونے پر کل آمدنی 350 روپے ہوئی۔ اب اگر 350 کو 70 سے تقسیم کر دیجیے تو وہی 5 روپے فی یونٹ قیمت معلوم ہو جائے گی۔

کل، اوسط اور حاشیائی آمدنی کے ٹرینڈس کا اگر جائزہ لیں تو کئی طرح کے نسبتوں کا انکشاف ہوتا ہے۔ اول تینوں گراوٹ کی طرف مائل ہیں۔ بنیادی وجہ یہ ہے کہ پیداوار میں گراوٹ پائی جا رہی ہے۔ اس لیے اس کا اثر اوسط اور حاشیائی آمدنی پر بھی ہے۔ دوم، کل اور اوسط آمدنی کے تعلق پر غور کیجیے۔ دونوں میں گراوٹ ہے لیکن اوسط آمدنی کل آمدنی سے قبل ہی گرنا شروع ہو گئی۔

کل آمدنی 220 سے 270 بڑھی پر اوسط آمدنی 73.3 سے گھٹ کر 69.3 رہ گئی۔ اگلی سطحوں پر جب کہ کل آمدنی میں اضافہ ہو رہا ہے، اوسط آمدنی مسلسل گراوٹ کی طرف مائل ہے۔ ایسا کیوں؟ بنیادی وجہ یہ ہے کہ اوسط آمدنی تقسیم ہو کر حاصل ہو رہی ہے اور ہر سطح پر تقسیم کرنے والا عدد بڑھ رہا ہے۔ ہم اوسط آمدنی کے لیے کل آمدنی کو 2,3,4,5 وغیرہ سے تقسیم کر رہے ہیں۔ اگر کل آمدنی میں شرح اضافہ گھٹ رہا ہے اور تقسیم کرنے والا عدد بڑھ رہا ہے تو اوسط آمدنی گھٹتی جائے گی۔ سوم، اوسط اور حاشیائی آمدنی کا تعلق دلچسپ ہے اور اہم بھی۔ حاشیائی آمدنی تو کل پر اضافے کا نام ہے جبکہ اوسط تقسیم کا نتیجہ ہے۔ اب اگر مجموعی آمدنی میں اضافہ گھٹتی ہوئی شرح سے ہو رہا ہے تو گویا اضافہ بھی گھٹ رہا ہے۔ ابتدا میں اضافہ 50 سے 90 کا ہے لیکن اس کے بعد مسلسل گراوٹ کے رجحان کی نشان دہی کر رہا ہے، یہاں تک کہ ایک سطح پر اضافہ صفر ہو گیا اور اس کے بعد منفی 10 ہو گیا۔

اگر آپ اوسط اور حاشیائی آمدنی کا تقابلی جائزہ لیں تو اول، ابتدا میں حاشیائی آمدنی اوسط آمدنی سے زیادہ ملے گی پھر کم ہوتی جائے گی اور دوم، حاشیائی آمدنی میں گراوٹ کی شرح کے مقابلے زیادہ تیز نظر آئے گی۔ ابتدا میں جبکہ اوسط آمدنی 70 ہے تو حاشیائی آمدنی 90 ہے۔ اوسط آمدنی 73.3 ہے تو حاشیائی آمدنی 80 ہے اور اس کے بعد حاشیائی آمدنی میں اوسط آمدنی کے مقابلے تیزی سے گراوٹ ملتی ہے۔ ابتدا میں تو حاشیائی آمدنی اوسط سے بلند ہے پھر وہ اوسط سے کہیں نیچے نظر آتی ہے۔ دراصل دونوں آمدنیوں کے حصول کے طریق کار اس کی وضاحت کرتے ہیں۔ حاشیائی آمدنی، جیسا بتلایا گیا، اضافے کا نام ہے اور اگر یہ اضافہ تیزی سے گر رہا ہے تو مسلسل کم ہی ہوتا جائے گا یہاں تک کہ صفر اور منفی بھی ہو جائے گا۔ لیکن اوسط آمدنی مجموعی آمدنی کو تقسیم کر کے حاصل ہوئی ہے اس لیے حاشیائی آمدنی سے پھر بھی بلند ہی رہے گی۔ اگر غور کیجیے تو دونوں آمدنیوں کے ٹرینڈس یہی ظاہر کرتے ہیں۔ دونوں بڑھنے کے بعد گر رہے ہیں اور اوسط آمدنی حاشیائی آمدنی سے زیادہ پائی جا رہی ہے۔ اس طرح حاشیائی آمدنی اوسط سے نیچے ہوتی جائے گی۔

پیداوار کرنے والا آمدنیوں کی ان نوعیت پر نگاہ رکھتا ہے۔ وہ اس وقت تک پیداوار بڑھاتا

رہتا ہے جب تک اضافی آمدنی بڑھتی رہتی ہے۔ جب اضافی آمدنی صفر رہ جائے تو اس کی پیداواری سرگرمیوں کو روک دینا ہوتا ہے کیونکہ اس سطح سے تجاوز کرنے پر حاشیائی آمدنی منفی ہو جائے گی۔ اوسط آمدنی کے نقطۂ نظر سے پیداوار کو اس وقت تک بڑھایا جاتا رہے گا جب تک اوسط آمدنی قیمت کے کم سے کم مساوی رہے، یعنی مقررہ قیمت حاصل ہوتی رہے۔ جس میں لاگت ومنافع دونوں شامل ہیں۔ اگر مقررہ قیمت بھی حاصل نہیں ہو رہی ہے تو ایسی پیداوار محض گھاٹے کی سرگری بن کر رہ جائے گی۔ اقتصادیات میں سب سے بہتر پیداوار کی کیفیت وہ بتلائی گئی جہاں اوسط و حاشیائی آمدنی قیمت کے متوازی سطح پر ہوں یعنی جہاں AR=MR=P ہو۔ ان کیفیتوں کا باتصویر جائزہ آئندہ پیش کروں گا۔ جب بازاروں کی مختلف نوعیتوں کا جائزہ لوں گا۔

پیداوار کرنے والا سب سے زیادہ منافع کہاں حاصل کرے گا؟ منافع جیسا بتلایا ہے، آمدنی ولاگت کے فرق سے ظاہر کیا جاتا ہے۔ جس پیداواری سطح پر یہ فرق سب سے زیادہ ہوگا وہیں منافع سب سے زیادہ ہوگا۔ ٹیبل میں دیکھیے، آمدنی ولاگت کا سب سے زیادہ فرق پیداوار کی سطح 7,8 میں پایا جا رہا ہے۔ یہاں منافع 280 روپے سب سے بلند سطح پر ہے۔ یہاں کل آمدنی 350 اور 360 روپے ہے جبکہ کل لاگت 70,80 روپے ہے۔ اس لیے دونوں سطحوں پر منافع 280 روپے سب سے زیادہ ہے۔ اس سطح تک منافع مسلسل بڑھتا جا رہا ہے، اس کے بعد منافع گرنا شروع ہو گیا اور یہی گراوٹ پیداوار کرنے والے کو ہوشیار کر دینے کا الارم ہے۔ اب آئندہ میں آپ کو بازاروں کی سیر کراؤں گا جہاں خالص اقتصادیات کے دائرے میں خرید و فروخت کی سرگرمیوں اور منافع کو اقتصادی اصولوں کے تحت باتصویر واضح کیا جائے گا۔

☆☆☆

بازار۔ کامل ومسابقتی اوراجارہ داری بازاریں

گذشتہ باب میں پیداوار کی تنظیم کے تحت آپ نے پیداوار کرنے والے، اس کو استعمال کرنے والے اوران دونوں کے درمیان ربط وضبط بنائے رکھنے والے مرکز بازار کا تعارفی جائزہ لیا تھا۔ پیداوار کی تنظیم کے یہ تینوں جُز ایک دوسرے سے ایسے منسلک ہیں کہ ایک کے بغیر دوسرا کوئی معنی نہیں رکھتا۔ آپ غور کیجیے، پیداوار کرنے والے طبقہ کی تمام تر سرگرمیاں، صارفین کے بغیر کیا معنی رکھتی ہیں اور کیا صارفین پیداوار کے بغیر اپنی کسی خواہش کی تسکین کر سکتے ہیں۔ پھر کیا بازار کے وجود کے بغیر ممکن ہے کہ صارفین اشیا و خدمات کو حاصل کر لیں۔ اشیا و خدمات کے اقسام، خصوصیات، کارکردگی وافادیت سے آگاہ ہوتے رہیں اور پیداوار کرنے والوں کو اپنی پسند و ناپسند سے مطلع کرتے رہیں۔ پیداوار کی تنظیم میں بازار کی وہ مرکزی حیثیت ہے جو پیداوار کرنے والے اوران کو استعمال کرنے والے کے درمیان ثالث کا رول ادا کرتی ہیں۔ بازار کی اسی حیثیت پر توجہ مرکوز کرتے ہوئے بازار کی سرگرمیوں اوران کی ساخت کی تشریح پیش کی جارہی ہے۔ پہلے بازار سے متعارف ہوئیے۔

لفظ ''بازار'' تو بہت آسان سا لفظ ہے۔ اتنا آسان کہ ہر شخص کا، سن وشعور کی تفریق کے بغیر، جزوِ زندگی ہے۔ لیکن بظاہر یہ جتنا آسان ہے اسی قدر گہرا، پیچیدہ اور گمبھیر ہے۔ اتنا وسیع کہ

گاؤں کے ''ہاٹ'' سے پہلے تو پورے ملک کو سمیٹ لے اور پھر تمام ممالک کو سمیٹ کر ''عالمی بازار'' کا درجہ حاصل کر لے۔ ایسا گہرا و گمبھیر کہ اس کی ظاہری پرکشش سرگرمیوں میں کھو کر آپ یہ دعویٰ کرنے لگیں کہ میں تو فلاں بازار سے بخوبی واقف ہوں لیکن اگر کبھی ان کی سرگرمیوں کی گہرائیوں میں اترنے کی جسارت کریں تو اتنا پیچیدہ پائیں کہ اپنے کو طفلِ مکتب سے زیادہ نہ سمجھیں۔

اقتصادیات میں ''بازار'' کا عام تصور سے ہٹ کر، کوئی مادی پیکر و جغرافیائی حدود اربعہ نہیں ہوتا۔ وہ محض اس کو عملی کارکردگیوں اور خصوصی شناختوں کا احاطہ کرتے ہوئے ایک ''فورس'' یا طاقت کے بطور متعارف کراتا ہے۔ ''ہندوستان کے محنت کشوں کی بازار'' یا ''عالمی اسلحوں کی بازار'' جیسے تصورات میں بازار کے مادی و جغرافیائی حدود کوئی معنی نہیں رکھتے۔ یہاں محض ایک ''فورس'' بازار کی ہیئت کی تشکیل کرتی ہے۔ اس فورس کے تین اجزا مل کر ایک کامل فورس بنتے ہیں۔ اول بازار ضرورتوں کی تسکین کا مرکز ہے، جہاں صارفین اپنی ضرورت کی اشیا و خدمات حاصل کرتے ہیں۔ وہ پسند ناپسند کا اظہار کرتے ہیں، رد کرتے یا قبول کرتے ہیں، لین دین میں قیمتوں کو طے کرتے ہیں، مقدار کا تعین کرتے ہیں اور متوقع معیار کا اظہار کرتے ہیں۔ یہ سب مل کر صارفین کی فورس بنتے ہیں۔ پھر مال فروخت کرنے والوں کی قوت ہوتی ہے۔ یہ دوسری قوت ہے جو صارفین کی قوت کے بالمقابل کارفرما نظر آتی ہے۔ اپنے مال کی قیمت پیداوار کرنے والا طے کرتا ہے۔ وہ اس مال میں بہتر سے بہتر تسکین کی صلاحیت پیدا کرتا ہے۔ پھر اس کو مشتہر کر کے صارفین کو متوجہ کرتا ہے، ان کے لیے کشش پیدا کرتا ہے، پھر اسی کے مطابق قیمت وصول کرتا ہے۔ وہ کوشش کرتا ہے کہ اس کے صارفین کا دائرہ وسیع سے وسیع تر ہوتا جائے اور زیادہ سے زیادہ منافع حاصل کرتا رہے۔ یہ پیداوار کرنے والوں اور فروخت کرنے والوں کی فورس ہے۔

ان دونوں فورسیس کے درمیان ایک تیسری مشترک فورس ہے۔ جو دونوں میں ربط بنائے رکھتی ہے۔ یہ فورس زر یا قوت خرید کی ہے۔ یہ بہت اہم فورس ہے، جس کی تشریح بطور صارف و بطور فروخت کرنے والے کے اس طرح ملتی ہے۔ یہ بات آپ کے مشاہدے کی ہے کہ بازاروں میں خریداروں کی بھیڑ ان گنت اشیا کی خریداری میں مصروف رہتی ہے۔ خریداروں کی طرف سے جو سرگرمی نظر آتی ہے اس میں قیمت کے تعین، پسند ناپسند، مقدار، پیمائش، موزونیت خاص ہیں۔

خریداروں کی ایسی تمام سرگرمیاں دو پر قوت عناصر کے زیرِ نگر رہتی ہیں۔ اول زر (آمدنی) جو قوّت خرید کا مظہر ہے، کی سطح اور دوم، خریدی جانے والی شے کی افادیت جو خریدار کی ضرورت کی تسکین کا ذریعہ ہوتی ہے۔ جب خریدار نے اپنی ضرورت کی شے پسند کی اور قیمت طے کر کے خریدی تو اس عمل میں دو متوازی عمل کارفرما ہوئے۔ اول اس شے کی قیمت دے کر اس نے اپنی مجموعی قوّتِ خرید (مجموعی آمدنی) میں تخفیف کی اور دوم اس کمی کو اس شے میں پوشیدہ قوت تسکین (افادیت) کو حاصل کر کے پورا کیا۔ آپ بازار میں اشیا خریدنے اور فروخت کرنے والوں کے درمیان لین دین کا جو ہنگامہ دیکھتے ہیں، تول ناپ، پرکھ کا مشاہدہ کرتے ہیں تو دراصل اس کے پس پشت یہی قوتیں کارفرما رہتی ہیں۔ جب خریدار کوئی شے خرید کر مطمئن ہو جاتا ہے تو گویا قوت خرید کی کمی کی بھرپائی اس شے سے ملنے والی افادیت سے پوری ہو جانے کا اظہار کرتا ہے۔

دوسری طرف فروخت کرنے والوں کی قوت ہے اور یہ قوت اس مال کا مظہر ہے جو ان کے پاس ہے۔ اس مال کو پیدا کرنے، بنانے اور فروخت کرنے میں لاگت آئی ہے جو بہ شکل زر آنکی جاتی ہے۔ پیدا کرنے اور فروخت کرنے والا اپنی شے کو خواہ صارفین کی نظر میں کتنی ہی افادہ بخش کیوں نہ ہو، لاگت سے کم پر فروخت نہیں کر سکتا۔ معقولیت کا تقاضہ تو یہ ہے کہ نہ صرف لاگت سے کم بلکہ منافع کے بغیر بھی فروخت نہیں کر سکتا۔ یہاں زر بہ شکل لاگت و منافع ایک فورس بن جاتا ہے۔ یہاں بھی وہی عمل دہرایا جا رہا ہے۔ فروخت کرنے والوں کے مجموعی اسٹاک سے کچھ اشیا نکل کر خریدنے والوں تک پہنچ جاتی ہیں اور اس طرح ان کی مجموعی اثاثی افادیت و قوت میں کچھ کمی آ جاتی ہے جو خریدنے والوں کی طرف سے ادا کی گئی قیمت کے بطور پوری کر لی جاتی ہے۔ اگر غور کریں تو زر بہ صورت سیل رواں خریدنے اور فروخت کرنے والوں کے درمیان بہتا رہتا ہے۔ خریدنے والوں کے پاس سے قیمت کی ادائیگی کی صورت نکلتا ہے اور بیچنے والوں کے پاس آمدنی کی صورت پہنچ جاتا ہے۔ خریدنے والوں کے یہاں اگر قوت خرید کم ہوئی تو بیچنے والوں کے لیے بڑھ گئی۔ یہ بڑھی ہوئی قوت خرید ٹھہرے گی نہیں۔ فروخت کرنے والوں کو مال خریدنا ہے اور پیدا کرنے والے کو بیچنا ہے۔ اب یہاں زر کی حیثیت پھر بدل جاتی ہے۔ بیچنے والا جس کی آمدنی بڑھی تھی، خریدنے والا بن جاتا ہے اور پیدا کرنے والے کو مال کی قیمت ادا کر کے اپنی قوت خرید کو

کم کرتا ہے۔اور مال حاصل کر کے اس کی بھرپائی کرتا ہے۔دوسری طرف پیدا کرنے والا اپنا مال فروخت کر کے آمدنی بڑھاتا ہے اور اس آمدنی کو پیداوار میں لگے عوامل کو حاصل کرنے پر خرچ کر دیتا ہے۔ یہ زر (آمدنی) بہ صورت قوت خرید، خرید و فروخت کے دائرے میں گردش کرتی رہتی ہے۔ایک سطح پر پیداوار کرنے والا خریدار ہے تو دوسری سطح پر یہی خریدار فروخت کرنے والا بن جاتا ہے۔

ان دونوں حیثیتوں میں قدر مشترک افادیت ہے۔خریدار کی حیثیت سے یہ افادیت خریدی ہوئی شے میں پوشیدہ قوت تسکین کے ساتھ ابھرتی ہے۔جس کا موازنہ زر کی افادیت یعنی اس کی قوت خرید سے کیا جاتا ہے جو قیمت کی ادائیگی کی صورت کھوئی ہے۔ یہی عمل فروخت کرنے والوں اور پیداوار کرنے والوں کے درمیان جاری رہتا ہے اور پھر پیداوار کرنے والوں اور پیداوار کے وسائل کے مالکوں کے درمیان رہتا ہے۔اقتصادیات میں بازار کا تصور ان تین عوامل (خریدار، فروخت کرنے والا اور زر) کی مربوط سرگرمیوں کا مظہر ہے جن کی تشریح بطور ''فورس'' کی جاتی ہے۔

آپ اس ''فورس'' کو گاؤں کے ''ہاٹ'' میں بھی پائیں گے اور عالمی بازاروں کی سطح پر بھی پائیں گے۔ جو فرق محسوس ہوگا وہ سطح و معیار کا ہوگا۔گاؤں اور قصبوں کے او نگھتے بازاروں پر غور کیجیے کہ وہ خریدنے و بیچنے والوں کے کس اقتصادی و سماجی معیار کے آئینہ دار ہیں۔ یہاں آپ کو ہر شے سستی اور کسی فوری ضرورت کی تسکین کرتی نظر آئے گی۔ان کا معیار پست و مقدار بھی قلیل ہوتی ہے۔اس سستے پن، ناپائیداری اور فوری تسکین کے پیچھے جو عوامل کارفرما رہتے ہیں، وہ پست آمدنی، سماجی و معاشرتی اقدار کی پابندی اور سوچ وفکر ورجحانات کے معیار خاص ہیں۔ چھوٹے شہروں کی بازاروں میں ان کی سطح تھوڑی بلند نظر آتی ہے اس لیے گہما گہمی بھی تھوڑی زیادہ نظر آتی ہے۔ بڑے شہروں میں معیار زندگی سب سے بلند ہے کیونکہ آمدنی کے ذرائع وسیع ہیں۔ان کی سطح بلند ہے۔اس لیے ضرورتوں کا دائرہ وان کا معیار بھی بلند ہے جو مستقل وسیع اور تغیر پذیر رہتا ہے۔ یہاں سماجی و معاشرتی اقدار، سوچ وفکر ورجحانات سب بلند معیار آمدنی کے طابع نظر آتے ہیں۔ بازاروں کی وسعت، ان کی نت نئی تبدیلیاں، ساز و سامان سے لدے پھندے مراکز، خاموش لیکن بھرپور لین دین کی سرگرمیاں سب انھیں خصوصیات کا عکس ہیں۔اب عالمی بازاروں میں پہنچ

جائیں۔ یہاں کوئی ملک گاہک یعنی خریدار ہے تو دوسرا فروخت کرنے والا۔ وہی زر یعنی قوت خرید درمیان میں ہے۔ اس سطح پر ہر ملک کھیں میدانوں میں پُرقوت اور کھیں میں کمزور نظر آتا ہے۔ نتیجتاً جن میدانوں میں وہ مضبوط و پُرقوت ہے، قیمت اپنے طور پر طے کرتا ہے اور جہاں کمزور ہے، دوسروں کا محکوم بن جاتا ہے۔ سِلک (ریشم)، سوتی ملبوسات، پھل، محنت کش، مسالے، مخصوص ہنر کے حامل طبقات و کچھ اجناس وہ میدان ہیں جہاں قیمت طے کرنے میں ہم حاوی ہیں۔ الکٹرانک، سائنس وٹکنالوجی، ڈیفنس کا ساز وسامان میں ابھی ہم حاوی نہیں ہیں۔ اس لیے بہت کچھ دوسروں پر منحصر ہیں، ان کے محکوم ہیں۔

بازار کا تصور انھیں تین عوامل کی مربوط قوتوں سے تکمیل پاتا ہے۔ ان مربوط عملی سرگرمیوں کی کئی شکلیں ہوتی ہیں، کہیں پھٹکر (خُردہ) کی صورت نظر آتی ہے اور کہیں ''تھوک'' کی صورت۔ دونوں میں خرید وفروخت کے پیمانوں کا فرق ہے۔ کہیں مہارت یعنی (Specialisation) کی صورت نظر آتی ہے۔ یہی مہارت بازار کی شناخت بن جاتی ہے جو بہ اعتبار اشیا و خدمات اور بہ اعتبار مقام نمایاں ہوتی ہے۔ مثلاً لکھنؤ کی زردوزی وچکن، مرادآباد کے پیتل، تانبے کے ظروف بہ حیثیت مقام مہارت کی نمائندگی کرتے ہیں اور الکٹرانک کے بازار، ملبوسات کے بازار، پھل و میوہ جات کے بازار، فرنیچر کے بازار بہ حیثیت اشیا مہارت کی پہچان بنتے ہیں۔ بازاروں کی ایک صورت ''غیرقانونی'' بھی ہوتی ہے جن کو بلیک مارکٹ یا کالا بازار کا نام دیا جاتا ہے۔ یہاں تینوں دعوامل غیر قانونی طور پر عام کاروباری سرگرمیوں میں خفیہ انداز میں مربوط رہتے ہیں۔ بازاریں خواہ کوئی بھی ہوں، ان کی ہیئت وساخت کچھ بھی ہو، خریدار فروخت کرنے والے اور زر سے وابستہ رہتے ہیں۔

اقتصادیات میں بازاروں کی انھیں سرگرمیوں کو احاطۂ فکر میں رکھ کر ان کو مختلف نوعیتوں کی بازار کا نام دیا گیا ہے۔ یہ بات آپ کے مشاہدے کی ہے کہ کہیں اشیا کو پیدا کرنے یا خدمات کو فراہم کرنے والا کوئی ایک فرد، یا ایک تنظیم یا ادارہ ہوتا ہے۔ اقتصادیات اس کو اجارہ دار (Monopolist) کہتا ہے۔ وہی پیداوار تقسیم اور قیمت طے کرتا ہے۔ یہاں مسابقت نہیں پائی جاتی۔ دوسری طرف اس کے برعکس کچھ اشیا و خدمات کو پیدا کرنے اور فراہم کرنے والے لاتعداد

ہوتے ہیں اوران کوطلب کرنے والے بھی لاتعداد ہوتے ہیں۔ اناج، پھل، سبزیاں، کپڑے و ملبوسات، دوائیں، وکیل، ڈاکٹر سب اسی ضمن کی اشیاء و خدمات ہیں۔ ان کی بازاریں شدید مسابقت کے دائرے میں رہتی ہیں۔ نتیجتاً قیمتوں میں ٹھہراؤ پایا جاتا ہے۔ قیمتوں میں کسی ایک کی طرف سے تھوڑی سی تبدیلی خریداروں کو سمٹتی اور پھیلاتی رہتی ہے۔ کیونکہ ان کے سامنے انتخابات کا دائرہ وسیع ہوتا ہے۔ اقتصادیات میں ایسی بازاروں کو خالص وکامل مسابقتی بازایں (Pure & Perfect Competitive Market) کہا جاتا ہے۔ ان دونوں کے درمیان ایک اور بازار کی قسم ہے جہاں کچھ اجارہ داری اور کچھ مسابقتی دونوں ملی جلی صفات پائی جاتی ہیں۔ یہاں اشیاء و خدمات کو پیدا کرنے اور فراہم کرنے والے چند ہوتے ہیں لیکن لاتعداد نہیں ہوتے اور ان اشیاء و خدمات کو حاصل کرنے والے صارفین بھی بہت ہوتے ہیں۔ لیکن لاتعداد نہیں ہوتے۔ یہاں مسابقت پائی جاتی ہے۔ لیکن ایسی نہیں کہ قیمت ٹھہری رہیں۔ قیمتوں میں اتار چڑھاؤ پیدا ہوتا رہتا ہے۔ الکٹرانک کا ساز وسامان، کاریں، موٹر سائیکل، ہوائی جہاز، رسل ورسائل کے ساز وسامان وغیرہ اسی ضمن میں آتے ہیں۔ ہم یہاں ایسے تمام بازاروں کی تشریح پیش کرر ہے ہیں۔ سب سے آسان بازار کی تشریح پیش ہے جس کو خالص ومسابقتی بازار کا نام دیا جاتا ہے۔

خالص وکامل مسابقتی بازار

ان بازاروں کی ذیل کی شناختیں بتلائی گئی ہیں۔ یہی شناختیں دراصل ان کی شرائط ہیں جن کی تکمیل کے بغیر کوئی بازار خالص وکامل مسابقتی بازار کہلانے کا حقدار نہیں ہے:

1۔ لاتعداد فروخت کرنے وخریدنے والے جن کی تعداد اتنی بڑی ہونی چاہیے کہ کسی فرد یا گروہ کے پاس مروجہ قیمتوں کو متاثر کرنے کی استعداد باقی نہ رہے اور نتیجتاً قیمتیں ٹھہری رہیں۔

Large number of sellers and buyers so that any action on the part of any one will have no noticeable effects on the price and out-put of the whole industry.

2۔ کامل مشابہت والی ایک جیسی اشیا کی پیداوار (Homogeneous Product)

3۔ ایک قیمت، ہر جگہ اور ہر زمانے میں ٹھہری ہوئی قیمت (Constent Prices)

4۔ وسائل کی کامل حرکت پذیری (Perfect Mobility of Resources)

5۔ بازار کی کامل معلومات (Perfect knowledge of Market)

6۔ پیداوار کی سرگرمیوں اور بازار کی کارگزاریوں میں شامل ہونے یا ان سے علاحدہ ہوجانے کی آزادی (Freedom of entry or exit of firm)

7۔ باربرداری لاگتوں کی عدم موجودگی (Absence of Transportation Cost)

کیا ان تمام شرائط کا پورا ہونا ممکن ہے؟ درحقیقت خالص و کامل مسابقتی بازار کی یہ تمام شرائط مصنوعی اور عملی طور سے ناممکن سی لگتی ہیں۔ ہاں کہیں حالات میں، وقتی مختصر مدت کے لیے ان میں بہت سی شرائط کی تکمیل ممکن ہوسکتی ہے اور اس طرح جز وقتی طور پر یہ بازار اپنا وجود منوا لیتی ہیں۔ لیکن عام طور پر اس کا وجود تخیلی ہے۔ تھوڑی دیر کے لیے یہ مان لیجیے کہ ایسے بازار کا وجود ہے تو پھر یہاں پیداوار کرنے والے کا نقطۂ توازن کہاں ہوگا؟ پیمانہ پیدائش میں ردوبدل کے کیا امکانات ہیں؟ منافع حاصل کرنے کی سطح کیا ہوگی؟ یہ وہ بنیادی سوالات ہیں جن کی تشریح اس طرح کی گئی ہے۔

یہ واضح کیا جاچکا ہے کہ کامل مسابقتی بازار میں خریدنے و بیچنے والوں کی تعداد کثیر ہوتی ہے۔ اتنی کثیر کہ کوئی ایک فرد یا گروہ مروجہ قیمتوں کو متاثر نہیں کرسکتا۔ یعنی قیمتوں میں استقامت پائی جاتی ہے۔ اس کے معنی یہ ہوئے کہ اشیا کی جتنی مقدار فروخت ہوگی، ایک ہی قیمت پر ہوگی اور اس طرح فی اکائی آمدنی (جو قیمت کا دوسرا نام ہے) یعنی اوسط (A.R.) اور حاشیائی آمدنی (M.R.) (اضافی اکائی کی فروخت کرنے کی قیمت) ایک ہی رہے گی یعنی مساوی رہے گی۔ اس طرح اس بازار میں قیمت (P) اوسط آمدنی (A.R.) اور حاشیائی آمدنی (M.R.) مساوی سطح پر رہے گی۔ پیداوار کی سطح خواہ کچھ بھی ہو۔ مجموعی آمدنی، فروخت کی سطح کے بموجب کم یا زیادہ ہوسکتی ہے۔

چونکہ آمدنی اور لاگتوں کے موازنہ کے بغیر منافع اور توازنی سطح کو نہیں معلوم کیا جاسکتا اس لیے آمدنی کی نوعیتوں کے ساتھ لاگتوں کی نوعیتوں کی تشریح بھی ضروری ہے۔ پیداوار کی قیمت اس کی لاگت کے بموجب طے ہوتی ہے جس میں منافع شامل ہوتا ہے۔ پیداوار کی کل مقدار کو اس کی کل لاگت سے تقسیم کرکے فی اکائی پیداوار کی قیمت یعنی اوسط لاگت (A.C.) معلوم کی جاتی ہے۔ اگر پیداوار میں توسیع کی گئی تو لاگت میں بھی توسیع ہوگی۔ توسیع شدہ پیداوار کی جو توسیع شدہ

لاگت ہوگی اس کو اضافی لاگت یا حاشیائی لاگت (.M.C) کہا جاتا ہے۔ پیداوار کے عمل کو جاری رکھنے کے لیے اوسط لاگت (.A.C) اور اضافی لاگت (M.C) کے تعلق کو معلوم کرنا ضروری ہے کیونکہ یہی تعلق پیداوار کے ٹرینڈ کو طے کرے گا اور یہی پیداوار کی فراہمی کو بھی طے کرے گا۔

آپ نے سابقہ باب میں لاگتوں کی تشریح کے تعلق سے پڑھا تھا کہ پیداوار کی ابتدا میں اوسط لاگت بلند رہتی ہے پھر جیسے جیسے پیداوار کا پیمانہ بڑھتا ہے، اس میں گراوٹ آنے لگتی ہے۔ ایک سطح پر آ کر یہ سب سے کم ہوتی ہے اور پھر اس کے بعد اگر پیداوار بڑھائی جاتی ہے تو یہ تیز رفتاری سے بلند ہوتی نظر آتی ہے۔ اس کی وجہ یہ بتلائی جاتی ہے کہ ابتدا میں جبکہ پیداوار کچھ بھی نہیں تھی یا شروع کی گئی تھی، مقررہ لاگتیں (Fixed Costs) کی جا چکی تھیں۔ اس لیے پیداوار کی مختصر تعداد پر اگر ان کو تقسیم کر کے اوسط لاگت معلوم کی جائے تو اس کی سطح بہت بلند نظر آئے گی۔ اب متحرک لاگتوں (کچا مال، مزدور، انتظامیہ عملہ، چھوٹی بڑی مشین، کل پرزے، حکومت کے ٹیکس وغیرہ) کو پیداوار کے پیمانے بڑھانے کے ساتھ بڑھانا ہوگا۔ اس لیے مقررہ لاگتیں تو تقسیم ہوتے ہوئے فی اکائی پیداوار پر کم سے کم ہوتی جائیں گی، لیکن متحرک لاگتیں دھیرے دھیرے بڑھیں گی۔ مجموعی حیثیت سے لاگتوں میں گراوٹ کا ٹرینڈ ملے گا۔ پیداوار کی ایک سطح پر مقررہ لاگتیں کم ترین ہوں گی۔ یہی وہ مقام ہوگا جہاں اوسط لاگت سب سے کم ہوگی۔ اس کے بعد اگر پیداوار میں مزید اضافہ ہوتا ہے تو اب متحرک لاگتوں کے بڑھنے کے ہمراہ ہوگا۔ اس لیے اوسط لاگت بلند ہوتی نظر آئے گی۔

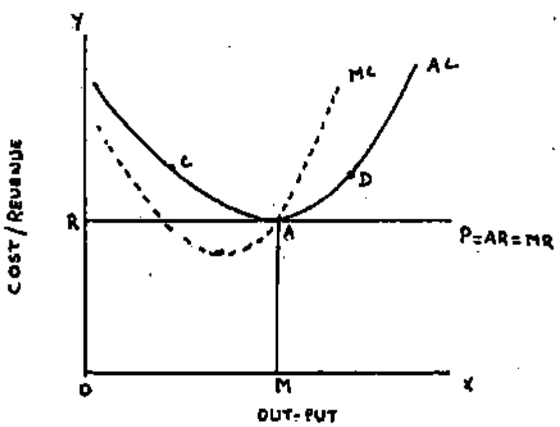
چونکہ پیداوار بڑھنے کے ساتھ مجموعی اور اوسط لاگتوں میں تبدیلی آ رہی ہے اس لیے اضافی لاگت (.M.C) میں بھی تغیر پایا جائے گا۔ پیداوار کرنے والے کا عمل اور بازاروں میں پیداوار کی دستیابی اوسط اور اضافی لاگتوں کے ٹرینڈ سے متاثر ہوتی رہے گی۔ یہ تو معلوم ہے ابتدا میں پیداوار میں اضافہ تیز رفتاری سے نہیں ہوتا اور جو ہوتا ہے وہ گرتی ہوئی شرح سے ہوتا ہے۔ اس لیے مجموعی پیداوار پر اضافہ اوسط سے کم رہے گا کیونکہ اوسط مجموعی پیداوار ان کی اکائیوں سے تقسیم کر کے حاصل ہوتی ہے جبکہ اضافہ تقسیم نہیں ہوتا۔ اب پیداوار کی مجموعی مقدار کو اگر ایک شرح سے بڑھتی ہوئی اکائیوں سے تقسیم کرتے جائیں تو اوسط کی سطح بالمقابل اضافی سطح کے بلند ہی ملے گی۔ چونکہ پیداوار میں اضافہ گرتی ہوئی شرح سے ہو رہا ہے اس لیے اضافہ اوسط سے پیچھے ہی رہے گا۔ ایک

مقام پر دونوں کی سطح مساوی ہو جائے گی۔ پیداوار کا یہ وہ مقام ہوگا جہاں اوسط لاگت سب سے کم ہوگی اور اضافی لاگت بھی اوسط کی سطح پر آجائے گی، اس لیے اسی سطح پر قیمت (P)، اوسط لاگت (A.C.) اور اضافی لاگت (M.C.) متوازی ہو جائے گی۔

اس سطح کے بعد اگر پیداوار میں مزید توسیع کی جاتی ہے تو اوسط اور اضافی یعنی حاشیائی لاگتوں کی نوعیت یکلخت بدل جائے گی۔ اب اوسط لاگت میں تیزی سے اچھال آئے گا اور اضافی لاگت اس سے زیادہ تیز رفتاری سے بڑھنے کا مظاہرہ کرے گی۔ اوسط لاگت میں تیزی سے اچھال اس لیے آئے گا کیونکہ مقررہ لاگت تو تقریباً صفر ہوگی اور پیداوار میں توسیع کا سارا دارومدار متحرک لاگتوں کے پیمانے پر ہوگا جو تیزی سے بڑھے گی۔ خالص اضافہ جو تقسیم نہیں ہو رہا ہے اس کی سطح اوسط سے زیادہ پائی جائے گی۔ اس لیے کہ وہ اوسط کے مقابلے زیادہ تیزی سے بڑھے گا۔ اس لیے اوسط لاگت کے بڑھنے کے ٹرینڈ کے مقابلے حاشیائی لاگت میں زیادہ تیزی نظر آئے گی۔

آمدنی اور لاگتوں کی ایسی کیفیتوں میں توازنی سطح کہاں پر ہوگی، پیداوار کی سطح کہاں قائم ہوگی اور منافع کی سطح کیا ہوگی؟ یہ اہم سوالات ہیں جس کی تشریح اس طرح کی گئی ہے۔ منطقی طور پر یہ کہا جاسکتا ہے کہ بازار کی متوازی کیفیت وہ ہوگی جہاں آمدنی اور لاگت متوازی ہوں۔ ہمارے بیان میں یہ واضح کیا جاچکا ہے کہ کامل و خالص مسابقتی بازار میں قیمت (P) اور اوسط و حاشیائی آمدنی ایک ہی سطح پر ہوں گی خواہ پیداوار کی سطح کچھ بھی ہو۔ اوسط اور حاشیائی لاگتیں، پیداوار میں توسیع کے ساتھ مسلسل گر رہی ہیں۔ پیداوار کی ایک سطح پر آمدنی اور لاگت مساوی ہو جائیں گی۔ یہاں قیمت، اوسط و حاشیائی آمدنی، اوسط و حاشیائی لاگتوں کے متوازی ہوں گی۔ بس یہی مقام توازنی کیفیت کا ہوگا۔ اس نقطہ سے قبل اور اس کے بعد کی کیفیتوں پر اگر آپ غور کریں تو آمدنی کے مقابلہ لاگتیں یا تو گرتی ہوئی یا بلند ہوتی ملیں گی، جو کسی طور توازنی کیفیت نہیں ہوسکتی۔ اس نقطہ سے قبل چونکہ لاگتیں گر رہی ہیں اس لیے پیداوار میں توسیع فائدہ بخش ہوگی۔ اس امکان کو چھوڑا نہیں جاسکتا اور اس نقطہ کے بعد لاگتوں میں تیزی سے اچھال نظر آتا ہے جو آمدنی کی سطح سے بلند ہے اس لیے یہ صورت حال بھی توازنی نہیں ہوسکتی۔ یہاں پیداوار میں توسیع آمدنی سے زیادہ لاگتوں میں توسیع بتلا رہی ہے۔

اگر توازنی نقطہ سے خطِ پیداوار کو مس کرتی ہوئی ایک لکیر کھینچیں تو جہاں وہ لکیر پیداوار کے خط کو مس کرے گی وہی پیداوار کی متوازنی سطح ہوگی۔ چونکہ بازار میں اشیا کی قیمتوں میں استقامت پائی جاتی ہے اس لیے اوسط و حاشیائی آمدنی بھی مستحکم ملتی ہے۔ خواہ پیداوار کا پیمانہ کچھ بھی ہو۔ ایسی صورت میں کسی بڑے پیمانے پر منافع حاصل کرنے کی گنجائش نہیں ہوتی۔ ہم کو یہ معلوم ہے کہ قیمت میں منافع شامل ہے اس لیے ٹھہری ہوئی قیمت پر ٹھہرا ہوا ہی منافع حاصل ہوتا رہے گا۔ اسی کو "نارمل پرافٹ" کہا جاتا ہے اور جو اس بازار میں پیداوار کرنے والے کو ملتا رہے گا۔ یہی منافع کا حصول اور اس کا یقین پیداوار کرنے والے کو بازار میں ٹکا رہنے دے گا۔ جہاں مسابقت کے بڑھنے یعنی پیداوار کرنے اور فروخت کرنے والوں میں اضافہ ہوا وہاں فروخت کی سطح پر اثر پڑے گا، منافع گرے گا اور کچھ لوگ اپنا کاروبار سمیٹ کر بازار سے باہر ہونے میں عافیت سمجھیں گے۔ بازار اس کی مکمل اجازت دیتا ہے۔ اس کے برعکس صورت حال میں بازار کی سرگرمیوں میں لوگ شامل ہوں گے، نارمل پرافٹ کے حقدار بنیں گے۔ بازار اس کی بھی اجازت دیتا ہے۔ اس طرح بازار میں پیداوار کرنے اور فروخت کرنے والوں کا ٹھہرنا اس پر منحصر ہے کہ مسابقت کی سطح کیسی ہے۔ ان تمام تفصیلات کو جن کی تشریح یہاں کی گئی ہے، ایک تصویر میں سمیٹ کر دیکھیے جہاں حقائق انھیں تشریحات کا عکسی ثبوت ہیں۔



(نقطۂ توازن 'A' پیداوار کی توازنی سطح OM نارمل منافع 'A'، C,D غیر متوازنی کیفیت)

جیسا کہ پہلے بیان کیا جاچکا ہے کہ کامل مسابقتی بازار محض تخیلی بازار ہے جس کا حقیقی بازار سے بہت کم تعلق ہے۔ اس کی شرائط حقیقت سے دور ہیں۔ کہیں وقتی حالات میں اگر بہت سی شرائط پوری ہو جاتی ہیں تو عارضی طور پر مکمل مسابقتی بازار کی کیفیت پیدا ہو جاتی ہے اور اسی جزوی کیفیت کو نگاہ میں رکھ کر اس بازار کی تشریح کی جاتی ہے۔

اجارہ داری بازار

مکمل مسابقتی بازار کے برعکس اجارہ داری بازار ہے۔ اس کی مثالیں ریلوے اور ڈیفنس دی جا چکی ہیں۔ یہاں پیداوار کرنے، سپلائی کرنے اور فروخت کرنے والا ایک ہی ہوتا ہے۔ وہی پیداوار، دستیابی اور فروخت کا پیمانہ طے کرتا ہے، قیمت طے کرتا ہے اور منافع کی سطح کا تعین کرتا ہے۔ یہ اس کے اختیار میں ہوتا ہے کہ پیدا کنندہ شے یا خدمت کہاں، کیسی اور کتنی مقدار میں مہیا کرائی جائے؟ کہاں کتنی قیمت طے کی جائے اور مقدار و قیمت کو حسب منشا و پالیسی کس طرح بدلتا رہے۔ ایسی بازار کی صفات (شرائط) حسب ذیل ہیں:

1۔ پیداوار کرنے والا اور فروخت کرنے والا واحد ایک شخص یا ادارہ ہوتا ہے۔
2۔ اشیا و خدمات جس کو وہ پیدا کر رہا ہے، اس کی قیمت طے کرنا اسی کے اختیار میں ہوتا ہے۔
3۔ منافع کی سطح بلند رکھنا اس کے اختیار میں ہوتا ہے۔
4۔ ایک اجارہ داری بازار میں کسی دوسرے کا داخل ہونا بہت مشکل ہوتا ہے۔
5۔ اشیا و خدمات کی دستیابی بہ اعتبار مقدار، کوالٹی اور مقام اجارہ دار کی مرضی پر منحصر ہوتا ہے۔
6۔ اشیا و خدمات میں تبدیلیاں بہ اعتبار شکل و صورت و اوصاف اجارہ داری کے ہی اختیار میں ہوتا ہے۔

یہ چند اہم شناختیں جن کو شرائط بھی کہا جا سکتا ہے، مختلف بندشوں کے دائرے میں ہیں۔ بہت سے بنیادی سوالات ہیں جو ہر باہوش ذہن میں اٹھ سکتے ہیں۔ جب ہم ایک اجارہ دار کو متعارف کرتے ہیں تو ایک ایسا تصور ابھارتے ہیں کہ وہ شخص تنظیم و ادارہ کامل صاحب اختیار ہے۔ وہ جو کچھ کرنا چاہتا ہے، اپنی مرضی، اپنی خواہش اور اپنی پالیسی کے بموجب کرنے کا اختیار رکھتا

ہے۔ یہ تصور کس حد تک درست ہے؟ اتنا کہا جاسکتا ہے کہ بہت کچھ وہ اپنے اختیار میں رکھتا ہے۔ لیکن پھر بھی وہ بندشوں کا پابند نظر آتا ہے۔ غور کیجیے وہ پیداوار پر کتنا عبور رکھتا ہے۔ کیا وہ یہ فیصلہ کرسکتا ہے کہ کوئی شے کتنی اور کس مقدار میں پیدا کی جائے؟ کتنی حسب منشا و پالیسی دستیاب کرائی جائے، اور کہاں دستیاب کرائی جائے؟ لیکن کیا پیداوار کرنے کے جو موزوں وسائل درکار ہیں ان پر کنٹرول ہے؟ اور کیا ان کی حسب ضرورت مقدار اور کوالٹی کی دستیابی پر بھی اس کو عبور ہے؟ کیا وہ جتنی قیمت طے کرے گا، اس پر حسب خواہش فروخت بھی کرے گا؟ کیا خریدنے والوں کی آمدنی (قوت خرید) کی ناہمواری رکاوٹ نہیں بنے گی؟ پھر کیا یہ ضروری ہے کہ وہ شے ہر خریدار کو پسند آجائے؟ یعنی کیا صارفین کی پسند یا ناپسند اور ترجیحات کوئی معنی نہیں رکھتیں؟ کیا پیداوار کے مراحل سے لے کر دستیابی کے مراحل تک حکومت کے قوانین اپنا اثر نہیں رکھتے؟ اگر غور کیجیے تو ایک اجارہ دار کے سامنے یہ تمام پابندیاں، رکاوٹیں اور معذوریاں حائل ہوتی ہیں جو اس کو صحیح معنی میں مطلق العنان اجارہ دار نہیں بننے دیتیں۔ اس لیے ایک اجارہ دار درحقیقت بہت کچھ اجارہ دارانہ صفات رکھتے ہوئے بھی اجارہ دار نہیں ہوتا۔

اس کو پیدا کردہ اشیاء کی قیمت طے کرنے کا اختیار ضرور ہے۔ وہ بلند منافع حاصل کرنے کی خاطر کسی شے یا خدمت کی اونچی قیمت طے کرسکتا ہے۔ لیکن حسب منشا فروخت پر قادر نہیں ہوسکتا۔ اس کا تعلق آمدنی کی سطح اور صارفین کی ضرورت و انتخاب سے ہے جو اس کے دائرۂ اختیار سے باہر ہے۔ ہاں اگر وہ شے یا خدمت انتہائی اہم و ضروری دائرے میں آتی ہے یعنی جن کی طلب کی لوچ بہ قدر قیمت انتہائی بے لوچ ہے تو اجارہ دار حسب خواہش قیمت وصول کرسکتا ہے۔ دیگر تمام وہ اشیا و خدمات جو زندگی کی بنیادی و اہم زمرے میں نہیں آتی، یعنی جن کی طلب بہ قدر قیمت لوچ دار ہوتی ہے، وہاں اجارہ دار اپنی مرضی سے قیمت طے کرکے فروخت کے ہدف کو نہیں پاسکتا ہے یا اپنے دائرے فروخت کو حسب خواہش وسیع نہیں کرسکتا ہے۔

ایسی تمام حدیں تبدیلیوں و پابندیوں کے باوجود کچھ اشیا و خدمات کی بازاروں میں اجارہ دارانہ صفات پائی جاتی ہیں اور اسی لیے ایسی بازاروں کو حقیقی دائرے میں رکھا جاتا ہے۔ میں نے ریلوے ڈیفنس کی مثالیں دی ہیں۔ اس کے علاوہ بیشتر ملٹی نیشنل صنعتی و مالی ادارے بھی اسی زمرے

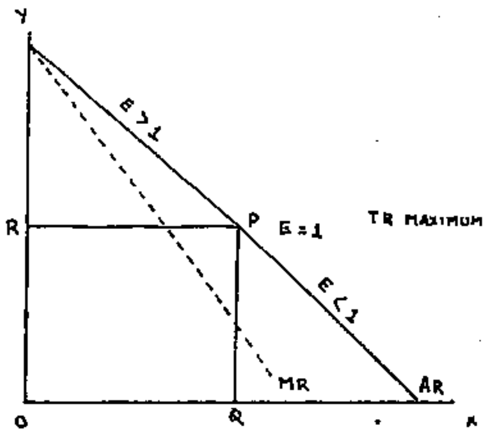
میں آتے ہیں۔ ہمارے ملک میں ٹاٹا، برلا، بجاج، امبانی، سہارا جیسے گروپ بھی مسابقتی سے زیادہ اجارہ داری دائرے میں شامل ہیں۔

سوال یہ ہے کہ ایسے بازاروں کا نقطہ توازن، پیداوار کی سطح اور منافع کس طرح طے ہوتا ہے۔اس کی تشریح اس طرح کی گئی ہے۔ہم کو یہ علم ہے کہ بازاروں کا نقطۂ توازن خواہ وہ کسی ساخت کی ہوں آمدنی اور لاگت کے متوازی ہونے کی صورت میں طے ہوتا ہے۔اس بازار میں اوسط اور اضافی آمدنی کی کیا کیفیت ہوتی ہے؟ اوسط آمدنی کا گراف طلب کا ہی گراف ہوتا ہے۔ اوسط آمدنی جو فی اکائی قیمت ہے اور جو ہم خریدتے وقت ادا کرتے ہیں، ہماری طلب کا عکس ہوتا ہے۔اس لیے اونچی قیمت پر طلب کم ہوگی اور جیسے جیسے قیمت میں گراوٹ آئے گی، طلب بڑھتی جائے گی یعنی اوسط آمدنی بڑھتی جائے گی۔اب اگر Ox سطح پر فروخت ہونے والی اشیا کو ناپ رہے ہیں اور Oy عمودی یا افقی لائن پر قیمت کو دکھلا رہے ہیں تو اوسط آمدنی کی لائن جو طلب کی ہی لائن ہے، اوپر سے نیچے کی سمت گرتی ہوئی دکھلائی جاسکتی ہے۔اس طرح اوسط آمدنی کا خط درحقیقت خطِ طلب ہی ہوگا۔اضافی آمدنی کا خط جو اضافی طلب کا خط ہے وہ بھی اوسط آمدنی کی طرح نیچے گرتا ہوا ہوگا اور وہ اوسط سے پیچھے ہوگا۔ پیچھے ہونے کا مطلب یہ ہے کہ اس میں گراوٹ بہ مقابل اوسط کے زیادہ تیز ہوگی۔اس کو زیادہ واضح طور پر ذیل کے ٹیبل میں دیکھیے:

اجارہ دار کا گوشوارۂ آمدنی (روپے میں)

قیمت اوسط آمدنی	فروخت رسد اشیا کی مقدار	کل آمدنی	حاشیائی آمدنی
20	1	20	20
19	2	38	18
18	3	54	16
17	4	68	14
16	5	80	12
15	6	90	10

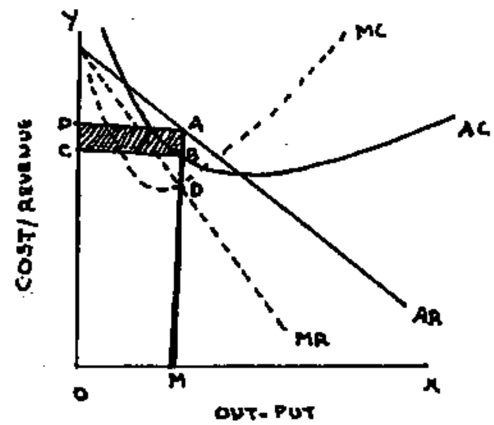
اضافی آمدنی جو اوسط سے کم نظر آرہی ہے وہ صارفین کے طلب کے ٹرینڈ کو بتلا رہی ہے۔ طلب میں ہونے والی تبدیلی کو دو عوامل متاثر کررہے ہیں۔ اول قیمت میں گراوٹ اور دوم طلب کی لوچ جو پسندگی و دیگر متبادل اشیا کی دستیابی جیسے بہت سے عوامل سے تعلق رکھتی ہے۔ یہ بات یقینی ہے کہ ایک اجارہ دار کی توازنی کیفیت خطِ طلب یا خطِ اوسط آمدنی کے اس مقام پر نہیں ہوسکتی جہاں طلب کی لوچ یونیٹی سے کم ہو یعنی ایک سے کم ہو، مانگ کی لوچ ایک یعنی یونٹی کے مساوی ہے (e=1) اور اس نقطہ کے بعد خط کے جھکاؤ کے ہر نقطہ پر وہ منفی ہے۔ اس لیے اس درمیانی نقطہ کے نیچے توازنی کیفیت کی گنجائش نہیں رہے۔ اس کو ذیل کی تصویر میں دیکھیے :



اس تصویر میں 'P' مقام پر مانگ کی لوچ یونٹی کے برابر ہے یعنی E=1 ہے۔ 'P' سے پہلے اوسط آمدنی مسلسل بڑھ رہی ہے۔ یعنی یہاں مانگ کی لوچ یونٹی سے زیادہ ہے۔ E>1 اور "P" کے نیچے اوسط آمدنی گر رہی ہے یعنی یہاں مانگ کی لوچ یونٹی سے کم ہے۔ "P" ایک ایسا مقام ہے جہاں E=1 ہے اور یہی وہ مقام ہے جہاں مجموعی آمدنی سب سے زیادہ ہو رہی ہے۔ یہی مقام توازنی کیفیت کا ہے۔ اگر فروخت کی سطح پر غور کریں تو OQ مقدار توازنی سطح کی مقدار ہے جس کی قیمت OR ہوگی۔

جہاں تک لاگتوں کی نوعیتوں کا سوال ہے یہ بتلایا گیا کہ ان کی کیفیت مسابقتی بازاروں کی نوعیتوں جیسی ہی ہوگی۔ یہ مانا گیا ہے کہ ایک اجارہ دار فرم، مسابقتی فرم کی مانند پیداوار کے وسائل خریدتا ہے جن کی قیمتوں پر اس کو کنٹرول نہیں ہوتا۔ دونوں ہی مساوی طور پر عوامل کی پیداواری

صلاحیت میں ہونے والی تبدیلیوں کا سامنا کرتے ہیں اور ایک ہی طرح کی اوسط واضافی لاگتوں کا سامنا کرتے ہیں۔ اس لیے لاگتوں کے خطوط یہاں بھی ویسے ہی ہوں گے جیسے مسابقتی لاگتوں بازاروں میں ہوتے ہیں۔ اب لاگتوں کے ہمراہ آمدنی کو ملایئے تو نقطۂ توازن پر مجموعی منافع کا تخمینہ لگایا جا سکتا ہے۔ ذیل کی تصویر میں اس کی وضاحت کی گئی ہے:



اس تصویر کو غور سے دیکھیے۔ OM فروخت کی مقدار جو OP قیمت پر فروخت کی گئی ہے اس کی اوسط آمدنی AM ہے (اوسط آمدنی (AR) کو A نقطے پر چھورہی ہے) اوسط لاگت BM ہے (AC خط پر "B" مقام پر چھورہی ہے)۔ اگر ہم اوسط یعنی AM میں سے اوسط لاگت یعنی BM نکال دیں تو اوسط منافع AB ملتا ہے۔ یہ اوسط منافع ہے۔ اب اس اوسط منافع کو اگر کُل فروخت کی مقدار سے ضرب دے دیں تو کل منافع معلوم ہو جائے گا۔ ہماری کل فروخت کی سطح OM یا اس کے متوازی CB ہے۔ اس لیے CB x BA کل منافع کا رقبہ ہوگا۔ یعنی PACB پُر لکیر رقبہ اجارہ دار کا کل منافع ہوگا جو اس کو OM مقدار کے فروخت کرنے پر حاصل ہوگا۔ یہی توازنی سطح پر فروخت کا مجموعی منافع ہوگا۔ اگر اوسط لاگت بڑھ جاتی ہے تو خط لاگت بلند ہو جائے گا۔ اگر اسی قیمت پر فروخت جاری رکھی گئی تو یقیناً فروخت کی مقدار کم ہوگی اور اوسط آمدنی اور اوسط لاگت کا فرق کم ہو جائے گا۔ اور نتیجتاً مجموعی منافع کم ہو جائے گا۔ اب یہ رقبہ پہلے کے بہ نسبت سمٹ کر کم نظر آئے گا۔

اجارہ دار کے اختیار میں بہت کچھ ہے۔لیکن پھر بھی وہ مختلف پہلوؤں سے کمزور نظر آتا ہے۔ اول اجارہ دارانہ طاقت وہاں کمزور ہو جاتی ہے جہاں اس کی اشیا کا متبادل بازار میں موجود ہو۔ یہاں اپنی مرضی سے قیمت بڑھا نہیں سکتا۔پھر صارفین کی آمدنی کی سطح بھی تو مختلف ہوتی ہے جو اس کی مختلف قوت خرید کو بتلاتی ہے۔اس لحاظ سے بھی ایک اجارہ دار آزادانہ حسب منشا اپنے فروخت کے دائرے کو وسعت نہیں دے سکتا۔ یہ بھی حقیقت ہے کہ ایک اجارہ دار بہ یک وقت قیمت اور پیداوار کو کنٹرول نہیں کر سکتا۔ وہ یا تو قیمت پر کنٹرول کرے گا یا پیداوار و اس کی سپلائی پر۔ قیمت کا تعین لاگتوں اور منافع کے لحاظ سے کر سکتا ہے۔لیکن یہاں صارفین کی طلب، ان کے رجحانات اور ترجیحات، رکاوٹیں کھڑی کر سکتے ہیں۔ اگر ان کا لحاظ کرتے ہوئے وہ قیمتوں کو سبک رکھتا ہے اور اس کے لیے پیداوار کے پیمانوں کو بڑھا کر لاگتوں کو کم کرنے کی کوشش کرتا ہے تو بھی یہ نہیں کہا جا سکتا کہ وہ حسب منشا پیداوار کی سطح کو بڑھانے پر عبور رکھتا ہے۔اس کو وسائل کی قیمتوں پر عبور نہیں، ان کی دستیابی کی مقدار پر قابو نہیں، حکومت کی امکانی پالیسیوں، ٹیکس کی شرح وغیرہ کی تبدیلیوں پر اختیار نہیں۔ وہ بہ یک وقت دونوں پر کنٹرول نہیں کر سکتا۔ یہ کہنا زیادہ صحیح ہے کہ وہ کسی پر حقیقی معنی میں قدرت نہیں رکھتا۔ہاں کسی حد تک وہ کسی ایک پر کنٹرول کر سکتا ہے۔ وہ بھی وقتی طور پر۔

بازار میں اجارہ دارانہ خصوصیات سے انکار نہیں کیا جا سکتا۔ لیکن جیسا کہ عموماً تصور کیا جاتا ہے کہ ایک اجارہ دار سب کچھ اپنے قبضے میں رکھتا ہے، غلط تصور ہے۔ اقتصادیات ایک اجارہ دار کو پابند اجارہ دار کے دائرے میں رکھتا ہے۔ ہاں یہ ممکن ہے کہ کہیں غیر یقینی صورت حال میں وقتی طور پر وہ زیادہ صاحب اختیار ہونے کا مظاہرہ کرے ورنہ عام حالات میں وہ محض پُر قوت پیدا کرنے والا، فروخت کرنے والا اور بلند منافع کمانے والا رہتا ہے۔ایسی بازاروں کی حقیقت ہے۔ اس سے زیادہ حقیقت پسندانہ اور عوامی زندگی کی بازار کی سرگرمیوں کے قریب اگر کوئی بازار کی ساخت ہے تو وہ مسابقتی اجادارانہ بازار (Monopolistic-Competitive Market) ہے جس کی تفصیل آئندہ باب میں پیش کروں گا۔ اس بازار میں دونوں بازاروں کی ملی جلی صفات پائی جاتی ہیں۔ یہ ایسا بازار ہے جس سے ہم سب کا وسیع طور پر تعلق رہتا ہے۔

☆☆☆

اجارہ دارانہ مسابقتی بازار

اجارہ دارانہ مسابقتی بازار

گذشتہ باب میں بازار اور ان کی ساخت کے تحت آپ نے کامل مسابقتی بازار (Perfect Competitive Market) اور اجارہ دار بازار (Monopolistic Market) کی خصوصیات، پیداوار کی سطح کا تعین، منافع کا تعین اور توازنی کیفیت کے بارے میں معلومات حاصل کیں اور ساتھ ہی یہ بھی معلوم کیا کہ یہ دونوں بازاریں دراصل حقیقت سے دور ہیں۔ بازاروں میں یہ کیفیت پائی تو جاتی ہے لیکن قلیل مدتی، چند اور پابندیوں میں جکڑی نظر آتی ہیں۔ ان کا اطلاق عام بازاروں کی نوعیتوں پر نہیں ہوتا۔ ان کے وجود سے انکار تو نہیں کیا جاسکتا لیکن ان کو بازار کی شناخت کا واحد نمائندہ بھی نہیں تسلیم کیا جاسکتا۔

اگر کسی ایسے بازار کا تصور کیا جائے جس میں یہ دونوں خصوصیات یکجا ہو جائیں تو نہ صرف ان کا دائرۂ شناخت وسیع ہوگا، بلکہ ان کے دائرے کار کی عمر بھی طویل ہوگی۔ اجارہ دارانہ مسابقتی بازار ایک ایسے ہی بازار کا تصور ہے جو حقیقت سے قریب، عرصہ دراز تک اپنی شناخت قائم رکھنے والا اور اپنے دائرے کار کو وسیع تر بنائے رکھنے والا ہے۔

میں نے کامل مسابقتی بازار کی ایک نمایاں شناخت یہ بتلائی تھی کہ اس بازار میں خریدنے

اور بیچنے والوں کی تعداد کثیر ہوتی ہے۔اتنی کثیر کہ کوئی فرد (خریدنے والا یا بیچنے والا) اپنے طور پر قیمتوں کو متاثر نہیں کرسکتا۔اس کے برعکس اجارہ داری بازار کی یہ نمایاں خصوصیت ہے کہ یہاں پیدا کرنے و بیچنے والا واحد ایک شخص ہوتا ہے اور خریدنے والے لاتعداد ہوتے ہیں۔نتیجتاً قیمت کے تعین میں اس کو اجارادارانہ سبقت حاصل ہے۔ یہ دونوں صفات حقیقت سے دور ہیں۔ان دونوں کی ملی جلی کیفیت ہی بازار کی اصل شکل پیدا کرتی ہے۔یعنی پیدا کرنے والے اور فروخت کرنے والے لاتعداد یا واحد نہیں بلکہ بہت ہوتے ہیں۔تعداد میں اتنے کہ کسی ایک کا پیداوار یا فروخت کرنے کے معاملے میں کوئی فیصلہ مروجہ قیمتوں کو متاثر کرتا رہتا ہے۔خریدنے والوں کی تعداد لاتعداد ہوتی ہے لیکن آمدنی کی مختلف سطحوں میں تقسیم ہونے کے باعث ان کی ترجیحی دائرے بٹے ہوتے ہیں۔اور قیمتوں کو متاثر کرتے رہتے ہیں۔ یہ بازار کی حقیقی شکل ہے اور مسابقتی اجارہ دار بازار کی پہچان ہے۔

پھر ہم نے یہ بھی دیکھا کہ کامل مسابقتی بازار میں پیداوار کی اشیا ایک جیسی (Homogeneous) ہوتی ہیں اور اجارہ دارانہ بازار میں اشیا کا کوئی قریبی متبادل (Close-Substitute) نہیں ہوتا۔ یہ دونوں صفات بھی غیر فطری اور غیر قدرتی سی لگتی ہیں۔اگر آپ غور کریں تو بازار میں ایک جیسی اشیا ہوتی ضرور ہیں لیکن بہ اعتبار کشش و کارکردگی ان میں فرق ہوتا ہے جس کو پیدا کرنے والا ترجیحی طور پر ابھارتا رہتا ہے، تبدیلیاں لاتا رہتا ہے اور کوشش کرتا رہتا ہے کہ اشیا ایک جیسی ہونے کے باوجود منفرد و معلوم ہوں۔صابن، ٹوتھ پیسٹ، پاؤڈر، کریم اس کی چند مثالیں ہیں جو بہ اعتبار کارکردگی ایک جیسی ہیں لیکن رنگ، خوشبو، بناوٹ، پیکنگ اور اثر پذیری کے اعتبار سے مختلف ہوجاتی ہیں۔ یہ بازار کی اصل صورت حال ہے۔ دوسری طرف ایسا بھی ممکن نہیں کہ اشیا واحد ہوں۔ان کا کوئی قریبی متبادل (قائم مقام) موجود نہ ہو۔ہاں یہ ممکن ہوسکتا ہے کہ کسی اشیا کا پیدا کرنے والا صارفین کا اتنا اعتماد حاصل کرے کہ بازار میں اسی کی پیداوار کو ترجیح ملتی رہے اور دوسری دستیاب اشیا کو مسترد کیا جاتا رہے۔لیکن اس کے معنی یہ نہیں کہ دوسری متبادل شے موجود نہیں ہوسکتی۔ایسے کامل اعتماد کی عمر طویل نہیں ہوتی۔حالات و پالیسیوں کے تحت یہ کامل اعتماد کا فسوں ٹوٹتا رہتا ہے اور پس پشت پڑی دیگر متبادل اشیا آگے آجاتی ہیں۔اس طرح اجارہ دارانہ

قوت ٹوٹتی رہتی ہے۔

ان دونوں کے درمیان ایک لوچ دار روش بھی پائی جاتی ہے اور وہی درمیانی راستہ بازار کی اصل صورت ہوتی ہے جس کو صارفین شوق سے قبول کرتے ہیں۔ ان کی یہی پسند اس کو دائمی عمر عطا کرتی ہے۔ ایک اشیا پر اجارہ دارنہ قبضہ ہوتا ہے لیکن دوسری متبادل اشیا بھی موجود ہوتی ہے۔ ایک صارف اپنے ذوق وشوق، آمدنی کی سطح اور ترجیح کے بموجب آزاد ہوتا ہے کہ چاہے اجارہ دارانہ قیمت ادا کرے یا حسب استعداد دوسری قیمت دے کر ویسی ہی ملتی جلتی چیز حاصل کرے۔ یہ مسابقتی اجارہ دارانہ بازار کی شناخت ہے جس سے کبھی کا سابقہ رہتا ہے۔

اس لوچ کی ایک نمایاں شکل یہ بھی ہے کہ یہاں پیداوار و فروخت کرنے والوں کا آنا جانا بنا رہتا ہے اور نہ صرف آنا جانا بلکہ کاروباری منتقلی بھی ہوتی رہتی ہے۔ ابھی آپ نے دیکھا کہ ایک جنرل اسٹور اپنی پوری گہما گہمی کے ساتھ چل رہا ہے۔ پھر دیکھتے ہی دیکھتے اس میں سست رفتاری پیدا ہوئی، پھر سمٹنا شروع ہوا اور پھر ایک دن معلوم ہوا کہ فلاں نے دوسرا کاروبار شروع کر دیا۔ اس بازار کی یہ آزادی ہے کہ جب تک پیدا کرنے والا مطمئن ہے کاروبار کو چلائے گا اور جب اس کو نقصان کا احساس ہوگا، یا دلچسپی کم ہوگی اور دیگر کاروباری سرگرمیوں سے متاثر ہوگا، تو اپنا کاروبار بند کر کے ان میں شامل ہو جائے گا۔ اس کے سامنے مواقع پھیلے ہوتے ہیں۔ وہ جب تک چاہے اپنے کاروبار میں ٹھہرے اور جب چاہے اس کو بند کر دے۔ وہ بطور ہتھیار اپنی اشیاء کی قیمتوں کو کم کر سکتا ہے۔ اشیا کی صفات و کارکردگی میں تبدیلی لا سکتا ہے اور اپنی اشیا کے فروخت کرنے کے اخراجات میں ردوبدل کر سکتا ہے تا کہ گرتی ہوئی ساکھ مضبوط ہو یا دوسروں کے مقابلے میں قدم جمے رہیں۔ اور اس طرح کے ہتھیاروں کے استعمال کے باوجود اگر پھر بھی وہ ڈگمگاتا ہے تو پھر وہ آزاد ہے کہ دوسرے کاروبار میں آجائے جو زیادہ منافع بخش ہے۔

ان خصوصیات سے تو یہ ظاہر ہوتا ہے کہ اجارہ دارانہ مسابقتی بازار تھوک اور خصوصی "Specialised" نہیں ہوتی بلکہ خردہ (Retail) بازار ہوتی ہے۔ اس بازار سے تعلق عوام یا صارفین سے ہوتا ہے اور ان تمام اشیا و خدمات سے ہوتا ہے جو ان کی روزمرہ کی زندگی سے گہرا تعلق رکھتے ہیں۔ چونکہ تھوک و خصوصی و منفردی بازاروں سے عوام کا برائے راست تعلق نہیں ہوتا

اس لیے ان کو دائرے فکر میں نہیں رکھا جا رہا ہے۔

مختصراً اجارہ دارانہ مسابقتی بازار کی نمایاں شناختیں ذیل ہیں:

1۔ بڑی تعداد میں بیچنے وخریدنے والے جو مختلف گروپ میں تقسیم ہوتے ہیں۔

2۔ اشیا مختلف معلوم ہوتی ہیں لیکن آسانی سے ان کے متبادل بھی موجود ہوتے ہیں۔

3۔ گروپ میں تقسیم خریدنے و بیچنے والے آسانی سے اپنے دائرے کار کو چھوڑ سکتے ہیں یا شامل ہو سکتے ہیں۔

4۔ پیدا کرنے والی فرم کا مقصد منافع حاصل کرنا ہوتا ہے۔ خواہ قلیل مدت میں ہو یا طویل مدت میں۔

5۔ پیداوار کرنے والے عوامل کی قیمتیں وٹکنالوجی معلوم رہتی ہیں۔

6۔ فرم کارکردگی کا مظاہرہ کچھ اس طرح کرتی ہے جیسے اشیا کی طلب اور پیداوار کی لاگت کا اسے علم ہے۔

7۔ اس لیے دونوں خطوط طلب ولاگت (Demand and Cost Curves) تمام پیداوار کے لیے ہر گروپ میں یکساں رہتے ہیں۔

ایسے بازار کا نقطہ توازن کیا ہے، پیداوار کی سطح کا تعین کس طرح ہوتا ہے۔ آمدنی ولاگتوں کی نوعیت کیا ہوتی ہے، اشیا کی قیمتوں کا تعین کس طرح اور کہاں ہوتا ہے اور پھر منافع کی سطح کس طرح طے ہوتی ہے؟ یہ ایسے بنیادی سوالات ہیں جو اس بازار سے جڑے ہیں اور عوام کی ان معلومات میں دلچسپی ہو سکتی ہے۔ ان کی تشریح اس طرح ملتی ہے:

توازنی کیفیتیں

پیداوار کی تفریق کسی شے کے خطِ طلب کو منفی طور پر گراوٹ کی طرف رکھتا ہے۔ اگر کوئی فرم اپنی اشیا کی قیمت کو بڑھاتا ہے تو متبادل اشیا کی موجودگی، اس کی طلب میں کچھ گراوٹ لے آئے گی لیکن تمام خریدار اس کے ہاتھ سے نہیں نکلیں گے۔ اور اگر وہ قیمت میں کچھ تخفیف کرتا ہے تو طلب میں تھوڑا اضافہ ہوگا یعنی کچھ بکری بڑھ جائے گی۔ نئے خریدار دوسری شے کو چھوڑ کر اس کو

خریدیں گے۔اس کیفیت کی حقیقت اس مفروضہ پر مبنی ہے کہ لاگتوں اور خریدار کی ترجیحات میں تبدیلیاں رونما نہیں ہوں گی یعنی شے کے متعلق خریداروں کے ترجیحاتی گروہ تبدیل نہیں ہوں گے۔یعنی تمام فرموں کے خطوطِ لاگت اور خطِ طلب باوجود شے میں تفریق کے ایک جیسے رہیں گے۔یہاں توازنی کیفیت کے لیے قیمتوں کا رول بہت اہم ہے۔اس کی تین صورتیں بتلائی گئی ہیں:

اول: فرم تعداد کے اعتبار سے نہایت موافق (Optimal) سطح پر ہیں یعنی کوئی نیا داخلہ یا خروج نہیں ہے اور طویل مدتی توازن قیمتوں کی ہم آہنگی (Price-Adjustment) یعنی قیمتوں کے درمیان مقابلہ سے طے ہوگا۔

دوم: فرم قلیل مدتی توازنی کیفیت میں ہیں جہاں وہ غیر معمولی (Abnormal) منافع کمارہی ہیں اس لیے ان کی قیمتوں میں فی الحال کسی ردوبدل کی ضرورت نہیں ہے لیکن طویل مدت میں یہی غیر معمولی منافع دوسروں کے لیے کشش کا باعث بنے گا اور ان کی شمولیت ہوگی۔یہاں وہی مسابقتی قیمتوں کے ذریعے توازنی کیفیت پیدا کی جائے گی۔

سوم: مندرجہ بالا دو کیفیتوں کی ملی جلی صورت پیدا ہو سکتی ہے جہاں نئے داخلوں کے ہمراہ طویل مدت میں قیمتوں کی ہم آہنگی کے ذریعے توازنی کیفیت کو حاصل کیا جائے گا۔

نئی فرموں کے داخلوں کے ہمراہ توازنی کیفیت

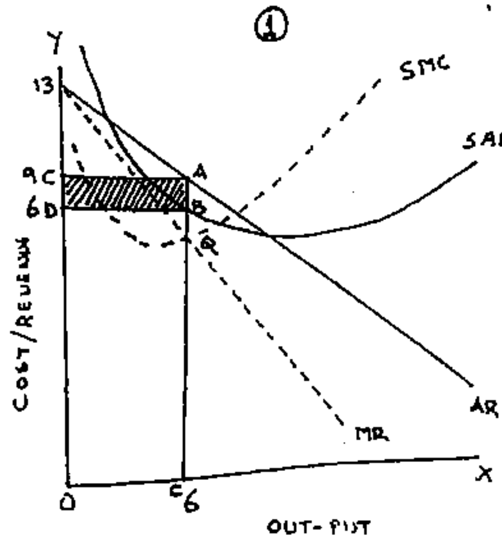
ابتدائی دور یعنی قلیل مدت میں یہ واضح کیا گیا کہ فرم غیر معمولی منافع حاصل کریں گی جو دوسروں کے لیے باعث کشش ہوگا۔وہ بھی بازار میں شریک ہونے کی ترغیب پائیں گی۔ان کی شرکت کے ساتھ طلب یعنی خرید کی سطح تقسیم ہو جائے گی اور خط طلب نیچے آجائے گا۔نتیجتاً منافع کم ہو جائے گا۔چونکہ لاگتوں کے خطوط یعنی اوسط لاگت اور حاشیائی لاگت میں کوئی تبدیلی نہیں آئے گی اس لیے نئی فرموں کی شمولیت اور طلب کی تقسیم منافع میں گراوٹ کا سبب ضرور بنے گی۔اقتصادیات کی متند درسی کتابوں میں اس کی وضاحت پیچیدہ گرافس (تصویروں) کے ذریعے ملتی ہیں۔عوام کی دلچسپی ایسی مشکل و پیچیدہ گرافس میں نہیں ہوگی۔ہم ان کی وضاحت انتہائی آسان

بنا کر پیش کرنے کی کوشش کر رہے ہیں۔

سطح پیداوار، قیمت، منافع اور توازن کا تعین، لاگتوں، آمدنی و قیمتوں کی نوعیت کے ذریعے کیا جاتا ہے جن کی تشریح و جائزہ قلیل و طویل مدتی ادوار میں تقسیم کر کے کیا جاتا ہے۔ میں نے واضح کیا ہے کہ ابتدا میں جبکہ دوسری فرم ابھی شامل نہیں ہوئی ہیں، ایک فرم بلند منافع کی حامل ہوگی اور دوسری فرموں کے لیے یہی منافع کی بلند سطح کشش کا باعث بنے گی۔

جب وہ بھی شامل ہوں گی تو مانگ یعنی اوسط آمدنی تقسیم ہوگی، حاشیائی آمدنی بٹے گی۔ اس طرح دونوں یعنی اوسط و حاشیائی آمدنی میں کمی (گراوٹ) آئے گی۔ دوسری طرف لاگتوں کی نوعیتیں ویسی ہی رہیں گی۔ اس طرح طویل مدت میں دیگر فرموں کی شمولیت کی بدولت منافع کم ہوجائے گا۔ ان دونوں کیفیتوں کا اظہار ذیل کی دو تصویروں (گراف) سے بخوبی ہوجاتا ہے جہاں پیداوار کی سطح، قیمت کا تعین آمدنی کی سطح اور توازنی کیفیت کی وضاحت ملتی ہے۔ پہلی صورت وہ ہے جہاں منافع کی بلند سطح ملتی ہے۔ یہ قلیل مدتی کیفیت کا اظہار ہے۔ دوسری طویل مدتی کیفیت کی وضاحت ہے جہاں منافع گھٹ رہا ہے۔ دونوں ہی صورتوں میں منافع کا تعین، لاگتوں و آمدنی کی نوعیتوں کے ربط وضبط سے ہوگا۔ پہلی صورت کی تشریح اس تصویر میں دیکھیے :

①



OX پر فروخت کی سطح اور OY پر لاگتوں و آمدنی کو دکھلایا جا رہا ہے۔

AR: اوسط پر آمدنی کا خط ہے جو دراصل طلب کی نوعیت کا اظہار ہے۔ بلند قیمت پر طلب کم یعنی آمدنی کم اور کم قیمت پر زیادہ طلب اور زیادہ آمدنی کا اظہار ہو رہا ہے۔ اس لیے یہ خط بلندی سے گراوٹ کا اظہار کر رہا ہے۔

MR: حاشیائی آمدنی کا خط ہے جو اوسط آمدنی سے نیچے ہے۔ اس کی تفصیل سابقہ مضامین میں مل جائے گی۔

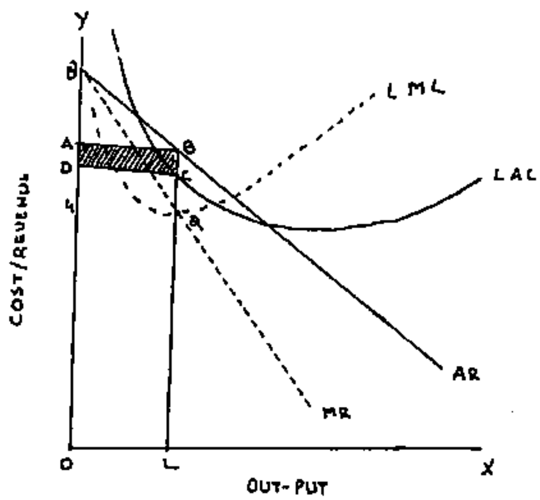
SAC اور SMC قلیل مدتی اوسط و حاشیائی لاگتوں کے خطوط ہیں۔ ان کی نوعیتوں کی تفصیل بھی پچھلے مضامین میں کی جا چکی ہے۔

توازنی کیفیت اس مقام پر ہوگی جہاں MR اور MC متوازی ہوں گے۔ تصویر میں یہ مقام Q ہے۔ اب اس نقطۂ توازن سے پیداوار کی سطح، قیمت اور منافع کی سطح کا تعین کیا جا سکتا ہے۔ "Q" سے پیداوار کی سطح OX پر اگر ایک لکیر کھینچی جائے تو نقطۂ توازن پر فروخت کی "6" یونٹ کا تعین ہو جاتا ہے۔ "6" یونٹ کی پیداوار اوسط آمدنی AR کے "A" مقام کو چھو رہی ہے جس کے معنی یہ ہوئے کہ اوسط آمدنی 9 ہے جو OY پر دیکھی جا سکتی ہے۔ یہی اوسط آمدنی فی اکائی قیمت ہے۔ اور یہی قیمت طلب کا بھی اظہار کر رہی ہے۔ اس لیے AR کا خط جو گرتا دکھلایا گیا ہے، دراصل گرتی ہوئی طلب کا اظہار کر رہا ہے۔ یعنی جب قیمت 13 ہے تو طلب صفر اور جب قیمت گر کر 9 رہ گئی تو طلب بڑھ کر 6 ہو گئی۔ مزید گراوٹ پر طلب یعنی فروخت کی سطح اور وسیع ہوگی۔

لاگتوں کے خطِ خمیدہ پر نظر کیجیے تو اوسط لاگت کے "B" مقام پر فی اکائی لاگت کا اظہار ہو رہا ہے۔ AC اگر اوسط آمدنی ہے تو اس میں BC اوسط لاگت ہے۔ اگر کل اوسط آمدنی میں سے اوسط لاگت کو نکال دیا جائے تو اوسط منافع AB رہ جاتا ہے۔ اگر اس اوسط منافع کو کل فروخت کے پیمانہ یعنی OC یا اس کے متوازی BD سے ضرب دے دیا جائے تو ہم کو ABCD چوکور احاطہ ملے گا جو OC فروخت کا مجموعی منافع ہوگا۔ چونکہ یہ منافع حاشیائی آمدنی سے یعنی Q نقطہ سے ہو کر بنا ہے اس لیے اسی مقام پر منافع کی سطح سب سے بلند ہوگی۔

یہی بلند منافع کی سطح دوسروں کے لیے باعث کشش بنے گی اور دوسری فرم بھی اس کاروبار

میں شامل ہوں گی، طلب کو بانٹے گی، فروخت کی سطح تقسیم ہوگی، گرے گی اور لاگتوں میں کوئی تبدیلی نہ ہونے کی صورت میں منافع کرے گا۔ اس لیے طویل مدت میں کیا صورتِ حال ہوگی، اس کی تصویر کشی اس ڈائیگرام میں دیکھیے :



(Long run average cost)	طویل مدتی اوسط لاگت کا خط	LAC
(Long run marginal cost)	طویل مدتی حاشیائی لاگت	LMC

اس تصویر میں پچھلی تصویر کے مقابلے منافع کا رقبہ کم ہوگیا ہے جو دیگر فرموں کی شمولیت اور فروخت کی سطح تقسیم ہونے کی بدولت ہوا ہے۔ نقطۂ توازن "Q" جہاں فروخت کی سطح گھٹ کر 4 رہ گئی ہے۔ اوسط آمدنی جو پہلے 13 سے شروع ہوئی تھی، طویل مدت میں دیگر فرموں کی شمولیت کی بدولت گھٹ کر 8 رہ گئی۔ اگر یہی صورت حال قائم رہی اور دیگر فرموں کی شمولیت بڑھتی رہی، طلب تقسیم ہوتی رہی تو منافع گھٹتا جائے گا۔ لاگتوں میں اگر کوئی تبدیلی نہیں ہوتی تو منافع کا مسلسل گھٹتے رہنا ناگزیر ہو جائے گا۔

اجارہ دارانہ مسابقتی بازاروں کی یہ تمام سرگرمیاں ہمارے آپ کے تجربے میں آتی رہتی ہیں۔ آپ تجربے کرتے ہیں کہ کسی علاقے میں کوئی فرم اجارہ دارانہ طور پر سرگرم عمل ہوئی، کچھ

برسوں تک وہ واحد سپلائر بنی رہی، اپنی مرضی کی قیمتیں وصول کرتی رہی، اپنا حلقہ وسیع اور مضبوط کرتی رہی۔ پھر دیکھتے ہی دیکھتے اسی انداز کی دیگر فرمیں آ گئیں۔ انھوں نے بھی ویسا ہی مال سپلائی کرنا شروع کیا۔ خریداروں کا ٹوٹنا شروع ہوا۔ ایک سے دو، دو سے چار فرمیں سرگرم عمل ہوئیں اور پھر چند برسوں کے اندر اندر ان میں سے چند نے اپنے کاروبار کو سمیٹ کر کسی دوسرے کاروبار کا رُخ کیا۔ یہ بازار کی حقیقی تصویر ہے جس سے عوام کا سابقہ رہتا ہے۔

ان بازاروں کے علاوہ کچھ مخصوص صفات کی بازاروں کی نشان دہی بھی کی گئی ہے جن کی حقیقت سے انکار تو نہیں کیا جا سکتا لیکن وہ عوام کے تجربے میں آنے کے باوجود غیر مانوس سی لگتی ہیں۔ عوام کی توجہ سے دور ہیں۔ ان میں ایک نام ''ڈیوپولی'' (Duopoly) اور دوسرا اولی گوپولی (Oligopoly) ہے۔ بہت ملتی جلتی بازاریں ہیں جہاں کسی شے کے پیدا کرنے والے فروخت کرنے والے محض دو ہیں۔ یہ ایک دوسرے کے حریف ہیں اور ایک دوسرے کی حکمتِ عملی (Strategy) کی معلومات کے ذریعے اپنے حدف کو حاصل کرنے کی کوشش میں سرگرداں رہتے ہیں۔ اسی عمل کو Game-theory کہا گیا ہے جس کا اطلاق ان بازاروں پر ہوتا ہے۔ عوام کو ان کے اس کھیل میں برائے راست کوئی دلچسپی نہیں معلوم ہوتی۔ اس لیے ان بازاروں کی تفصیلات سے گریز کر رہا ہوں۔ آپ نے پیداوار کے عمل کے سیاق وسباق میں پیداوار کی سطح، ان کی لاگتیں، فروخت کے عمل کے ذریعے آمدنی اور لاگتوں کے ذریعے منافع کے تعین اور توازنی کیفیت کی تفصیلات معلوم کی۔ بازار وہ مرکز ہے جہاں یہ سارے عمل نظر آتے ہیں۔ اس لیے بازاروں کی تمام نوعیتوں کے بارے میں بھی آپ نے تفصیل سے معلومات حاصل کی۔ اب اس پیداوار کے عمل کے بعد تقسیم (Distribution) کا عمل ہے جس کی ابتدا آئندہ باب میں کی جائے گی۔

☆☆☆

تنظیمِ تقسیم: رینٹ، سود، اُجرت اور منافع

پیداوار کا عمل وسائل کے بغیر ممکن نہیں ہے۔ پیداوار کرنے والا جب ایک مخصوص تنظیم کے تحت موزوں وسائل کو شریکِ عمل کرتا ہے تو کوئی شے وجود میں آتی ہے۔ سوچیے کیا زرعی و صنعتی پیداوار خواہ وہ کسی نوعیت کی ہو، بغیر زمین، سرمایہ، محنت، کچا مال، مشین وکل پُرزے خصوصی اہلیت، نگہداشت، ریسرچ، ایجاد واختراع، بیج، کھاد، آبپاشی وغیرہ کے ممکن ہے؟ اور کیا پیداوار کرنے والا ان تمام وسائل پر قادر ہے؟ ان وسائل کا مالک کوئی اور ہوتا ہے، پیداوار کرنے والا ان کو ان کے مالکوں سے حاصل کرتا ہے۔ وہ خریدتا ہے اور کرایے پر بھی حاصل کرتا ہے۔ تقسیم کے باب میں پیداوار کے وسائل کو استعمال کرنے کے عوض ان کے مالکان کو جو قیمت ادا کی جاتی ہے، اس کے اصول وقوانین کی تشریح ملتی ہے۔

اقتصادیات میں پیداوار کے وسائل کو زمین، سرمایہ، محنت اور جوکھم چار حصوں میں تقسیم کرلیا گیا ہے۔ ان کے استعمال کی قیمت کے نام جدا ہیں۔ زمین کے مالک کو زمین استعمال کرنے کے عوض جو قیمت ادا کی جاتی ہے، اس کو رینٹ (Rent) کہا جاتا ہے۔ سرمایہ دار اگر کسی کو سرمایہ دیتا ہے تو وہ سود (Interest) وصول کرتا ہے۔ محنت کش اپنی جسمانی ودماغی صلاحیتوں کے استعمال کے عوض جو پاتا ہے اس کو اُجرت (Wages) اور تنخواہ (Salaries) کہا جاتا ہے اور آخر میں پیداوار

کرنے والا چونکہ تمام وسائل کو منظم کرتا ہے اور پیداوار کے عمل میں ہر سطح پر جوکھم اٹھاتا ہے، اس لیے وہ منافع (Profit) کا حقدار بنتا ہے۔ اس باب میں ہر وسیلے کی قیمت کے تعین کے اصول و قواعد بتائے گئے ہیں۔ ان کی تشریح و تنقید کی گئی ہے اور مختلف تصویروں کی مدد سے وضاحت کی گئی ہے۔

زمین کا حقِ استعمال: کرایہ (Rent)

زمین پیداوار کا بنیادی وسیلہ ہے۔ اس کا مالک کوئی شخص واحد و ادارہ ہوسکتا ہے۔ کوئی سوسائٹی یا حکومت ہوسکتی ہے۔ اقتصادیات میں رینٹ (Rent) کا ابتدائی تصور زمین کی کاشت سے وابستہ تھا۔ پھر جدید مفکرین نے اس تصور کو وسیع کیا اور پیداوار کے ہر وسیلے سے وابستہ کیا۔ اس باب میں ان دونوں تصورات کی تشریح کی جارہی ہے۔

یوں روزمرہ کی زندگی میں جب آپ رینٹ (Rent) کی بات کرتے ہیں تو کوئی بھی شے جو کرایے پر حاصل کی جائے اس کی مقررہ رقم کی ادائیگی کو رینٹ کہتے ہیں۔ آپ کرایے پر مکان، دوکان، کارخانہ، باغ، مشین، آلات، کار، ہوائی جہاز، الیکٹرانک کا ساز و سامان سب کچھ کرایے پر حاصل کرسکتے ہیں۔ مقررہ کرایہ سالانہ، ماہانہ، یومیہ ہوسکتا ہے یا ایک طویل مدت دو سال، پانچ سال، دس سال یا اس سے بھی زیادہ ہوسکتا ہے۔ یہ سب جدید وسیع النظری کی باتیں ہیں۔ اقتصادیات میں رینٹ کے تصور کی ابتدا کاشت میں استعمال ہوئی زمین سے ہوئی اور اس کو سب پہلے کلاسیکی اقتصادیات کے مفکر ریکارڈو (Ricardo) نے پیش کیا۔

ریکارڈو کا نظریۂ رینٹ

ریکارڈو رینٹ کے تصور کی ابتدا یوں کرتا ہے کہ انسان زمین کو وجود میں نہیں لاتا یعنی اس کی کوئی محنت، کاوش، جدوجہد نہ زمین پیدا کرتی ہے اور نہ اس کا حجم اور کوالٹی طے کرتی ہے۔ یہ قدرت کا عطیہ ہے جو اس کا حجم و کوالٹی طے کرتی ہے۔ ہاں، انسان اپنی محنت و کاوش سے اس کی پوشیدہ صلاحیتوں کو ابھارتا ہے، نکھارتا ہے اور محفوظ بھی کرتا ہے۔ چونکہ انسان زمین کو وجود میں

لانے سے قاصر ہے، اس لیے اس کی دستیابی مقرر ہے۔ یعنی بہ اعتبار طلب غیر لچکیلی ہے۔ ہاں، انسان اپنی محنت سے اس کی صلاحیتوں کو ابھار کر قیمتی ضرور بنالیتا ہے۔

اب ایک طرف زمین اپنے حجم میں محدود ہے تو دوسری طرف اس کی طلب آبادی کے مسلسل بڑھنے کے ساتھ توسیعی نوعیت کی ہے۔ نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ طلب کے مقابلہ زمین کمیاب ہوتی جاتی ہے۔ جس شے کی دستیابی طلب کے مقابل کمیاب ہو تو طلب کرنے والا اس کے حصول و استعمال کی قیمت ادا کرتا ہے جس کو رینٹ کہا جاتا ہے۔ غور طلب بات یہ ہے کہ زمین کا مالک جو کوئی بھی ہے، اس نے زمین پیدا نہیں کی۔ یعنی زمین کو وجود میں لانے کی کوئی لاگت نہیں لگائی۔ اس لیے اس کی اصل یا حقیقی لاگت تو صفر ہے۔ اب جو بھی قیمت یعنی رینٹ وہ وصول کر رہا ہے، وہ دراصل اضافی (Surplus) ہے۔ زمین کی مقررہ دستیابی سے یہ بھی واضح ہوجاتا ہے کہ اس کی قیمت اس کے طے شدہ وجود سے نہیں بلکہ غیر مقررہ طلب کی نوعیت سے طے ہوتی ہے۔

ریکارڈو کا نظریہ رینٹ زرعی پیداوار کے قانونِ انحطاط پذیری سے جڑا ہے۔ ریکارڈو کے بموجب رینٹ زمین کی پیداوار کا وہ حصہ ہے جو لینڈ لارڈ کو مٹی کی خلقی و غیر فانی قوتِ کار کے استعمال کے عوض ادا کرنی ہوتی ہے۔

Rent is that portion of the produce of earth which is paid to the land-lord for the use of the original and indestructible powers of soil.

ریکارڈو کی اس تعریف سے یہ واضح ہوجاتا ہے کہ رینٹ کا تعلق صرف زمین کو کاشت میں استعمال کرنے سے ہے۔ اس پر دیگر نوعیتوں کے انوسٹمنٹ جیسے ٹیوب ویل، نالیاں، باڑھ وغیرہ سے ملنے والی منافعت سے نہیں ہے، جس وقت مجموعی رینٹ سے اس طرح کے انوسٹمنٹ سے ملنے والی منافعت کو نکال دیا جاتا ہے، تو جو بچ رہتا ہے وہ زمین کی خالص خلقی و غیر فانی قوتِ کار کے استعمال کا رینٹ ہوتا ہے۔ ریکارڈو اس کو خالص رینٹ (Pure-Rent) کہتا ہے۔

ریکارڈو کا یہ نظریہ چند مفروضوں پر ٹکا ہے۔ وہ یہ تسلیم کرتا ہے کہ زمین کی دستیابی مقرر ہے۔ یعنی کوئی قیمت اس کے حجم کو بڑھا نہیں سکتی ہے۔ دوسرے وہ یہ مانتا ہے کہ زمین کو ایک واحد فصل

غلّہ پیدا کرنے کے لیے استعمال میں لایا جاتا ہے۔ اگر غلّہ پیدا نہیں کیا جاتا تو زمین کو خالی چھوڑ دیا جاتا ہے، دیگر استعمال میں نہیں لایا جاتا۔ اس طرح زمین کی متبادل منافعت (کمائی) (Transfer Earning) صفر ہے۔ تیسرا وہ یہ بھی تسلیم کرتا ہے کہ بہ اعتبار روئیدگی (Fertility of Soil) یا کوالٹی زمین مختلف ہوتی ہے۔

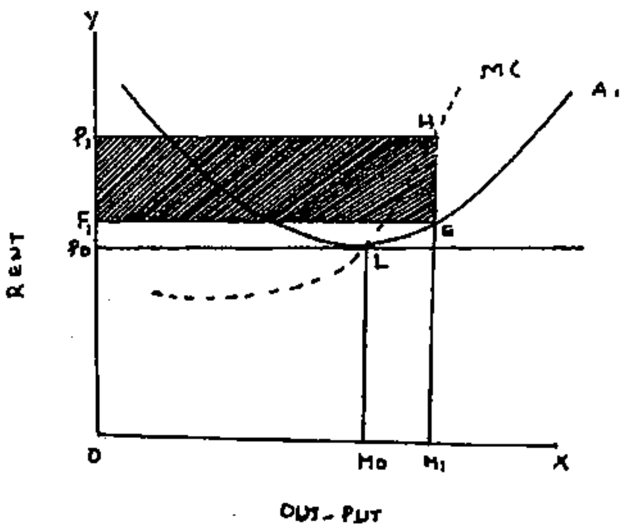
ان مفروضات کی روشنی میں ریکارڈو رینٹ کے وجود میں آنے کے دو اسباب بتلاتا ہے۔ اول، اگر زمین روئیدگی و محل وقوع کے اعتبار سے ایک جیسی ہوں تو طلب کے مقابلے اس کی قلّت رینٹ پیدا کرے گی اور جیسے جیسے طلب بڑھے گی، تو زمین کی قلّت رینٹ بڑھا دے گی۔ ریکارڈو اس کو رینٹ بہ اعتبار قلت کا نام دیتا ہے۔ دوم جب زمینیں بہ اعتبار روئیدگی اور محل وقوع مختلف ہوتی ہیں تو اعلیٰ و بہتر زمینوں کی قلت امتیازی رینٹ (Differential- Rent) پیدا کرتی ہیں۔

رینٹ بہ اعتبار قلّت (Scarcity-Rent)

اس رینٹ کا تصور یوں شروع ہوتا ہے کہ ایک نیا قطعہ آراضی دریافت ہوا اور لوگ جا کر اس پر بسنے لگے۔ یہ قطعہ آراضی بہ اعتبار کوالیٹی و محل وقوع دیگر قطعات کے مساوی ہے۔ اس قطعہ پر کاشت کا رقبہ متعین ہے۔ اس لیے اس کے استعمال کی قیمت میں کوئی تغیر نہیں لایا جا سکتا ہے۔ اس رقبے پر صرف غلے کی پیداوار کی جاتی ہے اور کوئی متبادل استعمال نہیں کیا جاتا۔ اب جب کاشت کی جائے گی تو محنت و سرمایہ کا استعمال ہوگا۔ اگر تمام آراضی استعمال میں نہیں آتی ہے تو غلہ کی قیمت کا تعین محنت و سرمایہ پر لگی لاگت کے بموجب ہوگا۔

جب تک کچھ آراضی بغیر استعمال دستیاب رہے گی، غلے کی پیداوار میں اضافہ غیر استعمال شدہ زمین کو زیر کاشت لا کر ہی ممکن ہوگا۔ اس لیے جب تک زمین کمیاب نہیں ہوتی (کچھ آراضی دستیاب رہتی ہے) غلے کی قیمت محنت و سرمایہ کی اوسط لاگت سے زیادہ نہیں ہو سکتی۔ چونکہ ابھی طلب کے مقابلے زمین کی دستیابی کی قلت نہیں ہے اس لیے زمین مالک کے لیے رینٹ ادا کرنے کا کوئی جواز پیدا نہیں ہوتا۔ زمین کی دستیابی میں اگر لینڈ لارڈ رینٹ وصول کرنے کی کوشش کرتا ہے تو کاشت کار بجائے رینٹ دینے کے، دستیاب آراضی کو حاصل کرنے کی کوشش کرے گا۔

دوسری طرف آبادی میں مسلسل توسیع ہونے پر غلہ کی طلب میں بھی مسلسل توسیع ہوگی اور اس کے ساتھ تمام غیر استعمال شدہ زمین زیر کاشت لے آئی جائے گی۔ اگر یہ صورت حال قائم رہی تو ایک مقام ایسا آئے گا جہاں غلہ کی طلب میں اتنا اضافہ ہوگا کہ اس کی قیمت محنت و سرمایہ کی کمترین اوسط لاگت سے بلند ہو جائے گی۔ رینٹ کو وجود میں لانے کا یہی سبب ہوگا جو درحقیقت زمین کی کمیاب دستیابی کا نتیجہ ہوگا۔ اس کی وضاحت تصویر کی مدد سے اس طرح کی گئی ہے:



اس تصویر میں OX غلہ کی پیداوار کی سطح اور OY غلہ کی قیمت بتلاتی ہے۔ AC اور MC خطوط فی اکائی اوسط اور حاشیائی لاگتوں کو بتلا رہے ہیں جن کا تعلق محنت و سرمایہ سے ہے۔ غلہ کی OPO قیمت پر لاگتوں کے مقابلے کوئی اضافہ (Surplus) پیدا نہیں ہو رہا ہے کیونکہ اس سطح پر غلہ کی فی اکائی قیمت، اوسط لاگت AC کے مساوی ہے۔ اس لیے اس سطح پر کوئی رینٹ وجود میں نہیں آئے گا۔ ابھی یہاں زمین دستیابی کے مقابلہ کمیاب نہیں ہے۔ 'L' مقام نقطہ توازن ہے۔

لیکن آبادی تو مسلسل بڑھے گی اور غلہ کی طلب میں بھی اسی قدر اضافہ ہوگا۔ نتیجتاً قیمت بڑھ کر OPI ہو جائے گی۔ بڑھی ہوئی طلب کے مطابق پیداوار بڑھانے کے لیے کاشت میں مصروف زمین کو زیادہ عمیق طریقوں سے استعمال کیا جائے گا جس کے لیے پھر اسی قدر محنت و

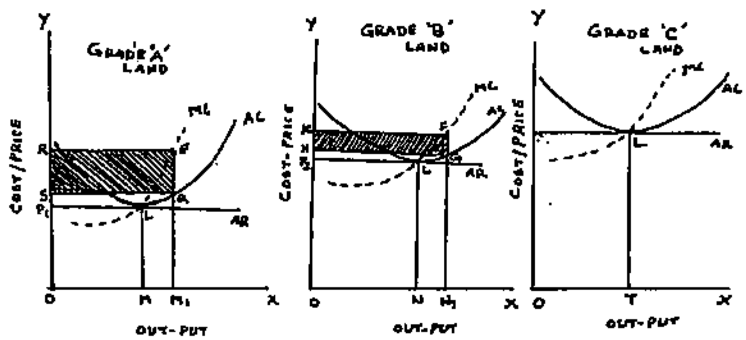
سرمایہ لگایا جائے گا۔ اب پیداوار کی OMI سطح پر OPI قیمت کے ہمراہ کاشتکار کا نقطہ توازن H مقام پر ہوگا جہاں پیداوار حاشیائی لاگت MC کے متوازی ہے۔ OMI سطح پر جو پیداوار ہو رہی ہے، اس کی قیمت (OPI) حاشیائی لاگت (H) کے مساوی ہے۔ اب دیکھیے یہاں اضافہ (Surplus) رونما ہو رہا ہے جو PI HEF لکیروں سے گھرا علاقہ ہے۔ فی اکائی پیداوار کی رو سے یہ اضافہ EH ہے۔ اب اگر اس اضافے کو کل پیداوار سے ضرب دیا جائے تو کل اضافہ EHPIF حاصل ہوگا جو رینٹ ہوگا۔ یہ رینٹ قیمت اور لاگت کے فرق سے پیدا ہو رہا ہے جو درحقیقت زمین کی قلت کا نتیجہ ہے۔ اسی قلت کا دوسرا نام قدرت کی تہی دامانی (Niggardiness) ہے۔ قدرت نے زمین کے حجم کو بڑھتی ہوئی طلب کے مقابلے بڑھتے رہنے کی صفت نہیں دی ہے۔ آبادی کے بڑھنے کے ساتھ غلہ کی طلب میں اس قدر اضافہ ہوگا کہ موجود کاشت کی زمین سے کمترین لاگت پر اس قدر غلہ پیدا نہیں کیا جا سکتا جو بڑھی ہوئی طلب کو پورا کرے۔ نتیجتاً پیداوار بڑھانے کی خاطر لاگتوں میں اضافہ کرنا ہوگا اور حاشیائی لاگت H مقام تک بڑھ جائے گی۔ قیمت اور اوسط لاگت کا فرق پیدا ہوگا جو بالآخر رینٹ کا موجد ہے۔

امتیازی رینٹ (Differential Rent)

رینٹ بہ اعتبار قلت کے بیان میں یہ تسلیم کر لیا گیا تھا کہ تمام زمین روئیدگی و کوالیٹی اور محل وقوع کے اعتبار سے مساوی ہے۔ لیکن یہ مفروضہ حقیقت پر مبنی نہیں ہے۔ روئیدگی و محل وقوع کے اعتبار سے زمین کے قطعات مختلف ہوتے ہیں۔ کچھ کی پیداواری صلاحیتیں اعلیٰ اور کچھ کی پست ہوتی ہیں۔ تجارتی نقطۂ نظر سے جو آراضی موزوں ہے زیادہ کارآمد اور اہم ہوتی ہے اور دوسری نسبتاً کم۔ مثلاً بازار، رسل و رسائل کی سہولتوں کے قریب کے قطعات آراضی کاروباری اعتبار سے زیادہ اہم اور ان سے دور کے قطعات کم اہم ہوتے ہیں۔

زمینوں کے درمیان یہ تفریق پیداوار کی لاگتوں میں فرق پیدا کر دیا کرتی ہے۔ زمین کو بہ اعتبار روئیدگی تین درجات میں تقسیم کیا گیا ہے۔ گریڈ "A" زمین سب سے اچھی، اس سے پست "B" گریڈ اور سب سے کم "C" گریڈ مانی گئی ہے۔ جب زمین پر انسان بستا ہے تو سب سے اچھی

زمین کو زیر کاشت لاتا ہے۔ جب تک یہ "A" گریڈ کی زمین باقی رہتی ہے، کوئی رینٹ وجود میں نہیں آتا۔ آبادی بڑھنے کے ساتھ غلہ کی بڑھتی طلب کو پورا کرنے کے لیے جب تمام "A" گریڈ کی زمین زیر کاشت آجائے گی، تو غلہ پیدا کرنے کی اوسط لاگت اپنی کم ترین سطح پر ہوگی۔ ذیل میں دی گئی تصویر میں وضاحتیں ملتی ہیں۔



آبادی کے بڑھنے کا سلسلہ تو جاری رہے گا اور ساتھ ہی دیگر ترقیاتی کام (سڑکیں، منڈیاں، صنعتیں) جاری رہیں گے اس لیے غلہ کی طلب میں بھی مسلسل توسیع ہوتی رہے گی۔ ایسی صورت میں دو باتیں رونما ہوں گی۔ گریڈ "A" زمین جو مکمل طور پر استعمال میں آچکی ہے، اس پر محنت وسرمایہ کی مزید اکائیاں صَرف کرکے زراعت کو اور زیادہ عمیق بنایا جائے گا تاکہ بڑھتی ہوئی طلب کو پورا کرنے کے لیے پیداوار میں اضافہ ہو اور دوسرے اب "B" گریڈ کی زمین کو بھی زیر کاشت لانے کی ابتدا کردی جائے گی۔ چونکہ "B" گریڈ کی زمین روئیدگی کے اعتبار سے "A" سے کمتر ہے اس لیے لاگت نسبتاً زیادہ آئے گی۔ اس لیے یہ زمین اسی وقت زیر کاشت لائی جائے گی جب کاشت کرنے والے کو اتنی بلند قیمت ملے جو بڑھتی ہوئی لاگت کو پورا کردے۔ اگر ایسا ممکن نہ ہو تو "B" گریڈ کی زمین کو زیر کاشت نہیں لایا جائے گا۔ اس کی وضاحت "B" گریڈ کی زمین میں ملتی ہے۔ اگر "B" گریڈ زمین پر کاشت ہونی ہے تو قیمت OP2 تک بلند ہوتی ہے، اجناس کی طلب بڑھنے پر اگر ایسا ہوا تو اس کے معنی یہ ہوں گے کہ "B" گریڈ کی زمین پر کاشت کے اعتبار سے ابھی ابتدائی منزل میں ہوگی۔ ہر کسان جو "B" گریڈ کی زمین پر کاشت کرے گا، وہ

اوسط لاگت (AC) کی کم ترین سطح پر کرے گا۔ چونکہ OP2 قیمت کی سطح محنت وسرمایہ کی اوسط لاگت کے متوازی ہے اس لیے "B" گریڈ کی زمین پر لاگت سے بلند کوئی اضافہ رونما نہیں ہوگا اور یہ زمین رینٹ سے مبرّا رہے گی۔

لیکن OP2 قیمت کی سطح گریڈ "A" زمین کی کم ترین لاگت کی سطح سے بلند ہے۔ اس لیے اب "A" گریڈ زمین پر پیداوار لاگت سے زیادہ یعنی اضافہ دینے والی بن جائے گی۔ یہ اضافہ رینٹ ہوگا جو اب "A" گریڈ کی زمین پر واجب ہوگا۔ آبادی میں مزید اضافہ ہوگا جو طلب کو مزید بڑھانے کا سبب بنے گا۔ نتیجتاً قیمت بھی مزید بلند ہوگی۔ قیمت کی یہ بڑھی ہوئی سطح OP3 ہے جو تصویر "C" میں دی گئی ہے۔ اب گریڈ "A" و "B" دونوں پر محنت وسرمایہ کی مزید اکائیاں لگا کر زیادہ گہرائی سے کاشت کی جائے گی تاکہ بڑھی ہوئی طلب کو پورا کیا جائے۔ اس طرح پیداوار کی لاگتیں بڑھیں گی۔ قیمت کی سطح (OP3) "C" گریڈ کی زمین کی کمترین اوسط لاگت (AC) کے متوازی ہے۔ اس لیے یہاں کسی اضافہ (Surplus) کا امکان نہیں ہے۔ یہ زمین پیداوار کے اعتبار سے حاشیہ پر ہے۔ "A" اور "B" گریڈ کی زمینوں پر مزید لاگت لگنے کی بدولت پیداوار اتنی بڑھے گی کہ ان کی حاشیائی لاگت (MC) OP3 قیمت کے متوازی ہو جائے گی۔ یہ متوازی سطح "A" گریڈ کے لیے OM1 ہے اور "B" گریڈ کے لیے ON1 ہے۔ یہاں "B" گریڈ پر "A" گریڈ کی طرح اضافہ (Surplus) رونما ہوگا۔ "B" گریڈ کی زمین سے ملنے والی کل آمدنی ON1 FK ہے جس کی لاگت ON1GH ہے جو اضافہ ہے وہ HGFK ہے جو رینٹ ہے "A" گریڈ کی زمین کی کل آمدنی OM1ER ہے جبکہ کل لاگت OM1QS ہے۔ اس لیے "A" کا اضافہ SQER ہے جو رینٹ ہوگا۔ "C" گریڈ پر کوئی اضافہ رونما نہیں ہو رہا ہے۔ اس لیے یہ زمین رینٹ سے مبرّا ہے۔ یہ زمین حاشیہ پر ہے جہاں P3 قیمت پر لاگت و آمدنی مساوی ہیں۔ اس لیے کوئی اضافہ پیدا نہیں ہو رہا ہے۔ دراصل اس نظریہ میں رینٹ کا تعلق غلہ کی قیمت سے ہے۔ یہ غلہ کی قیمت ہے جس کی بدولت رینٹ وجود میں آتا ہے۔

ریکارڈو کے نظریہ کا تنقیدی جائزہ

جدید معاشی مفکرین ریکارڈو کے اس نظریہ کو تسلیم کرتے ہوئے رینٹ کے وجود کو زمین کی قلت کا نتیجہ مانتے ہیں۔ ریکارڈو نے اس کو رینٹ برائے قلت اور امتیازی رینٹ کے تحت وضاحت کی ہے۔ جدید معاشی مفکرین اسی کی وضاحت طلب ورسد کی قوتوں کا نتیجہ مان کر کرتے ہیں جو ریکارڈو کے مقابلے زیادہ واضح ہے۔

زمین کی قوت نمو اس کے متواتر استعمال سے گھٹتی ہے جس کو جدید سائنسی طریقوں اور علم جوہری طبیعات (Nuclear-Physics) اور جوہری توانائی (Nuclear-Energy) کی مدد سے نہ صرف برقرار رکھا جاسکتا ہے بلکہ بڑھایا بھی جاسکتا ہے۔ رینٹ کو زمین کی اس گھٹتی ہوئی قوت سے جوڑنا اتنا مناسب نہیں ہے جتنا یہ کہ زمین پیداوار کا بنیادی عنصر ہے جس کی دستیابی قیمت میں تبدیلیوں کے مقابلے، مطلق غیر لچکیلی ہے اس لیے اس کی محدودیت ہی دراصل رینٹ کو وجود میں لاتی ہے۔

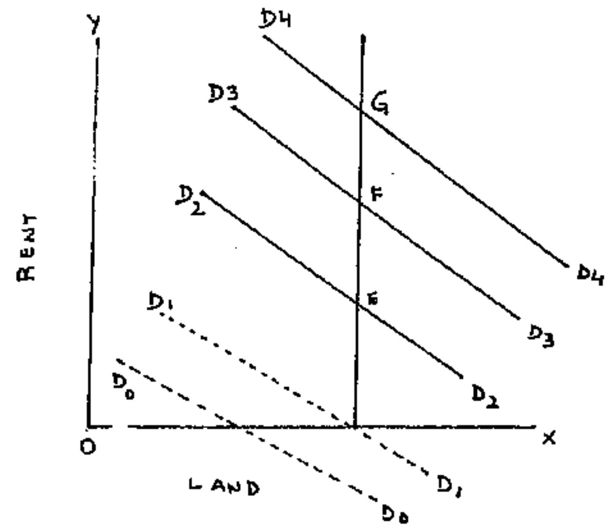
بریگس اور جارڈین (Briggs & Jordan) نے کہا کہ ریکارڈو کا نظریہ محض ایک حقیقت مسلمہ ہے۔ ریکارڈو کا کہنا کہ بہتر زمین اعلیٰ زمین کے مقابلے زیادہ پیداوار دے سکتی ہے۔ زیادہ کما کر دے سکتی ہے۔ یہ سامنے کی حقیقت ہے۔ ریکارڈو کا خیال ہے کہ رینٹ پیداوار پر آئی لاگت کا اضافہ ہے۔ اس لیے اس کو لاگت میں شامل نہیں ہونا چاہیے۔ دراصل ریکارڈو کی نظر میں رینٹ کا تعین غلہ کی قیمت پر منحصر ہے نا کہ لاگت پر۔ لیکن اگر زمین کو صنعتی پیداوار کا عنصر تسلیم کرلیا جائے اور ترقی کے ساتھ زراعت کو بھی صنعت کا درجہ دے دیا جائے تو یہی زمین پیداوار کی لاگت میں شامل ہوجائے گی اور پیداوار کی قیمت طے کرنے میں اہم رول ادا کرے گی۔ اس لیے جدید مفکرین یہ تسلیم نہیں کرتے کہ غلہ کی قیمت طے کرنے میں زمین کا کوئی رول نہیں ہے۔

طلب ورسد کی قوتوں کے ذریعہ رینٹ کا تعین

ریکارڈو کے نظریے کو برائے راست زمین کی طلب ورسد کی قوتوں کی مدد سے بھی واضح کیا

جا سکتا ہے۔ ریکارڈو کی نظر میں زمین کی دستیابی مقرر ہے اور اس کی طلب غلے کی طلب سے وابستہ ہے۔ لپسے (Lipsey) کے بموجب ریکارڈو کا یہ استدلال اخذ کردہ طلب (Derive-Demand) پر منحصر ہے۔ زمین تو مقرر ہے۔ اس لیے اس کی طلب کا انحصار غلہ کی قیمت پر ہے۔ غلہ کی قیمت جتنی بلند ہوگی، اتنا ہی غلہ کو پیدا کرنا فائدہ بخش ہوگا اور اتنی ہی زمین کی مانگ زیادہ ہوگی۔ جتنی زیادہ طلب ہوگی، اتنی ہی زیادہ اس کی قیمت ہوگی۔

ریکارڈو کے ماڈیل میں زمین کا استعمال صرف غلہ پیدا کرنے کے لیے ہے۔ اس کو استعمال کی کوئی دوسری قیمت نہیں ہے۔ اس لیے زمین کی دستیابی بہ اعتبار حجم مقرر ہے۔ یعنی زمین کی دستیابی کا خط کلی طور پر غیر لچکیلا ہے۔ رینٹ بہ اعتبار قلت اسی وقت بڑھ سکتا ہے جب زمین کی دستیابی طلب کے مقابلے قلیل (کمیاب) ہو۔ طلب میں توسیع تو غلہ کے لیے ہوگی۔ دراصل ریکارڈو کا نظریہ رینٹ بہ اعتبار قلت طلب و رسد کے قانون کو ہی بیان کر رہا ہے جس کی وضاحت ذیل کی تصویر سے کی جا سکتی ہے۔



اس تصویر میں OS زمین کی دستیابی ہے جو مقرر ہے۔ SS1 دستیابی غیر لچکیلی ہے۔ یہ دی ہوئی زمین کوالٹی و محل وقوع کے اعتبار سے مساوی ہے۔ D3D3, D2D2, D1D1 اور D4D4 مختلف طلب کے خطوط ہیں جو اس کی سطحوں کا اظہار ہیں۔ یہ خطوط غلہ سے وابستہ ہیں۔

D0D0 سطح پر زمین کے حصول پر کوئی رینٹ نہیں ہوگا کیونکہ اس سطح پر زمین کی دستیابی وافر ہے۔ 0S زمین کی دستیابی پر ابھی صرف OK زمین ہی استعمال میں ہے۔ KS فاضل زمین دستیاب ہے جو ابھی زیر کاشت نہیں لائی گئی ہے۔ اگر طلب D1D1 ہو جاتی ہے تو بھی کوئی رینٹ رونما نہیں ہوگا کیونکہ طلب کی اس سطح پر پوری زمین 0S استعمال میں لے آئی گئی ہے۔ اگر طلب D2D2 سطح تک بلند ہوتی ہے تو زمین کی طلب اور اس کی دستیابی (رسد) کا نقطہ توازن E مقام پر ہوگا اور اب یہاں OR رینٹ رونما ہوگا۔ طلب کے D3D3 تک بلند ہونے پر رینٹ بڑھ کر OR1 ہو جائے گا اور اگر مزید طلب D4D4 ہوگئی تو رینٹ بڑھ کر OR" ہو جائے گا۔ یہ طلب میں مسلسل توسیع آبادی کے بڑھنے کی وجہ سے ہوگی۔ اس طرح ریکارڈو کے نظریہ رینٹ کو زیادہ بہتر طور پر قانون طلب و رسد کے ذریعے پیش کیا جا سکتا ہے۔ امتیازی رینٹ (Differential-Rent) کو بھی اسی قانون طلب و رسد کے ذریعہ زیادہ واضح طور پر بیان کیا جا سکتا ہے۔ چونکہ نہ تو زمین کی روئیدگی مساوی ہوتی ہے اور نہ محلِ وقوع کے اعتبار سے زمین مساوی اہمیت کی ہوتی ہے اس لیے امتیازی رینٹ وجود میں آتا ہے۔ اگر زمینوں کے یہ فرق واضح ہیں تو ہر معیار کی زمین کی طلب و رسد جدا ہوگی اور ان کے الگ الگ خطِ طلب و رسد ہوں گے۔ امتیازی رینٹ انھیں کے بموجب طے ہوگا۔

رینٹ کا جدید نظریہ (Modern Theory of Rent)

جدید نظریہ میں رینٹ کو محض زمین تک محدود نہیں رکھا گیا بلکہ اس کو عمومی بنا کر زمین کے ساتھ ساتھ پیداوار کے دیگر عوامل تک وسعت دے دی گئی۔ کہا گیا کہ رینٹ زمین کی مانند دیگر عوامل کی اضافی ادائیگی (Surplus-Payment) ہے اور یہ اضافی ادائیگی کسی کام کے روبہ عمل رہنے کے لیے مختلف عوامل کی جو کمترین سطح درکار ہوتی ہے، اس سے بلند جو بھی حاصل ہو وہ سب رینٹ کہلائے گا۔ یہ ریکارڈو کے نظریہ کی توسیع ہے۔ ریکارڈو نے زمین کو قدرت کا عطیہ سمجھ کر یہ خیال ظاہر کیا کہ جو کچھ اس سے پیدا کیا جائے وہ سب اضافی آمد (Surplus earning) ہے جس کو وہ اکنامک رینٹ کہتا ہے۔ جدید مفکرین نے اس خیال کو پیداوار کے تمام عوامل پر منطبق

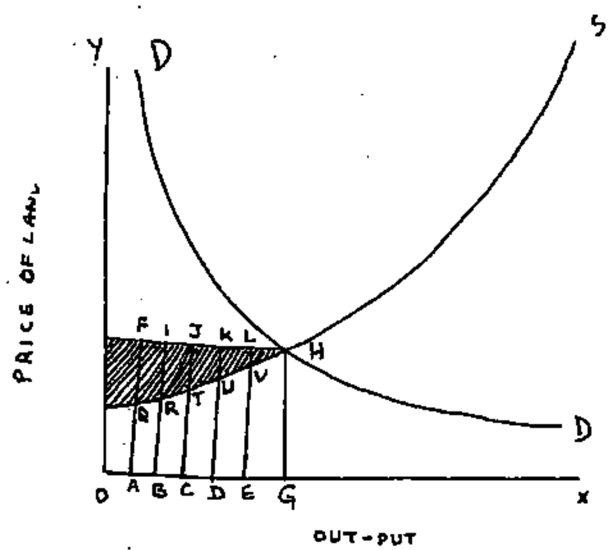
کیا محض زمین تک محدود نہیں رکھا ہے۔ پیداوار کے کسی عنصر کو جب کسی پیداواری سرگرمی میں لگالیا جاتا ہے تو یہ بھی معلوم ہو جاتا ہے کہ اگر اس کو کسی دوسرے کام سے منسلک کر دیا جائے تو کتنا پیدا کرتا ہے۔ اس طرح ایک فرق نمایاں ہو جاتا ہے۔ یعنی درحقیقت وہ کتنا پیدا کر رہا ہے اور کتنا پیدا کر سکتا ہے یہی فرق اکنامکس رینٹ ہے، جس کو جدید مفکرین Transfer-Earning کہتے ہیں۔ جان رابنسن، جارج اسٹگلر (John Robinson and George Stigler) نے کچھ اس طرح کے خیالات پیش کیے ہیں۔ اس طرح جدید مفکرین کا خیال ہے کہ رینٹ کو محض زمین تک محدود نہیں رکھا جاسکتا بلکہ اس کا اطلاق دیگر عوامل پر بھی جو اضافہ حاصل کر رہے ہیں، ہوتا ہے۔ یہ اضافہ کسی کام میں لگے رہنے کے لیے جو ضروری کمائی ہے اس سے کتنا زیادہ کما رہے ہیں، اس سے طے ہوگا۔

بولڈنگ (Boulding) اور جان رابنسن (John Robinson) نے اس بات پر زور دیا کہ جب بھی کسی عنصر کی دستیابی کلی طور پر لچکیلی نہیں ہوگی تو اس عنصر کی اکائیوں کی کمائی کا کچھ حصہ اضافی ہوگا جس کو اکنامک رینٹ کہا جائے گا۔ کیونکہ جس قیمت پر وہ حاصل کی جارہی ہیں ضروری نہیں کہ تمام اکائیاں اس قیمت پر مہیا ہو جائیں۔ اگر عنصر کی اکائیوں کی دستیابی مکمل طور پر لچکیلی نہیں ہے تو کچھ اکائیاں کم قیمت پر بھی حاصل ہو سکتی ہیں۔ بالمقابل اس قیمت کے جو درحقیقت وہ حاصل کر رہے ہیں۔ یہی فرق اکنامک رینٹ ہے۔

ریکارڈو کے یہاں زمین کی متبادل کمائی سوائے غلہ پیدا کرنے کے ممکن نہیں ہے۔ جدید مفکرین نے زمین کی متبادل قیمت پر بھی غور کیا ہے۔ زمین کی دستیابی تو کلی معیشت کے نقطۂ نظر سے غیر لچکیلی ہو سکتی ہے کیونکہ وہ دی ہوئی ہے۔ اس کے حجم کو بڑھایا نہیں جاسکتا۔ لیکن استعمال کرنے کی نوعیتوں کے اعتبار سے اس کو لچک دار پایا جاسکتا ہے۔ ایک زمین کے ٹکڑے کو محض غلہ کے لیے کیوں، دوسری فصلوں کے لیے بھی استعمال کیا جاسکتا ہے۔ محض کھیتی کے لیے کیوں، باغبانی کے لیے، کارخانوں کے لیے، گوداؤن کے لیے بھی استعمال کیا جاسکتا ہے۔ بشرطیکہ اس سے موجودہ کمائی متبادل استعمال کی امکانی کمائی سے کم ہو رہی ہو۔ اس طرح متبادل کمائی (Transfer Earning) طے کرتی ہے کہ کسی عنصر کی اکائی کو سابقہ پیداواری عمل میں ٹھہرے رہنا ہے یا کسی

دوسرے عمل میں منتقل ہو جاتا ہے۔ مثلاً ایک ایکڑ زمین جس پر گیہوں پیدا کیا جا رہا ہے، اگر اس کو آلو کی پیداوار میں استعمال کیا جائے تو 500 روپیہ کی کمائی ہو سکتی ہے۔ اس طرح زمین کے منتقل کرنے کی کمائی 500 روپے ہوئی۔ اب اگر اس کو گیہوں کی پیداوار میں لگائے رکھنا ہے تو 500 روپے کمانا ضروری ہوں گے ورنہ وہ آلو کی پیداوار میں منتقل کر دی جائے گی۔ اگر گیہوں کی پیداوار میں کسان درحقیقت 600 روپے کما رہا ہے تو وہ 100 روپے اضافہ کما رہا ہے جو حقیقی کمائی اور متوقع کمائی کا فرق ہے۔ یہی رینٹ ہے۔

گیہوں کی پیداوار کے لیے جس قدر زیادہ زمین زیر کاشت لائی جائے گی، اسی قدر اس کی قیمت بڑھے گی۔ یعنی کمائی منتقلہ اسی قدر بڑھے گی۔ اس کی وضاحت ذیل کی تصویر میں کی جا رہی ہے:



"A" مقام پر زمین کی دستیابی قیمت AQ ہے۔ یعنی یہ قیمت ادا کرنی ضروری ہے، اگر زمین کو گیہوں کی پیداوار میں لگائے رکھنا ہے۔ یہی AQ قیمت زمین کی منتقلہ کمائی ہوگی۔ اسی طرح "B" کی دستیابی قیمت RB ہے۔ یہی اس کی منتقلی کی قیمت ہے۔ اسی طرح آگے بڑھتے جائیے اور منتقلی قیمت CT,UD,VE اور HG تک پہنچیے۔ طلب و رسد H مقام پر ملتے ہیں اس لیے زمین کی OP قیمت طے ہو جاتی ہے۔ "G" زمین حاشیائی زمین ہوگی۔ قیمت OP منتقلی کمائی GH

کے مساوی ہے۔ چونکہ ہم یہ مانتے ہیں کہ روئیدگی کے نقطۂ نظر سے ہر قطعہ آرضی مساوی ہے اس لیے ABCDEG تمام زمین کے قطعات OP منتقلی قیمت پائیں گے۔ "G" مقام کی زمین پر کوئی رینٹ رونما نہیں ہوگا۔ کیونکہ منتقلی قیمت کمائی کے مساوی ہے۔ ان میں کوئی فرق نہیں ہے۔

اب مجموعی طور پر دیکھیے۔ کل زمین OG کی منتقلی آمدنی OSHG ہے۔ یہ وہ علاقہ ہے جو خطِ رسد میں G تک ہے۔ کل آمدنی OPHG ہے۔ یہ علاقہ OP قیمت کو OG سے ضرب دے کر حاصل کیا جاسکتا ہے۔ کل اقتصادی رینٹ جو OG زمین سے حاصل ہوگا وہ SHP ہے۔ یہ رینٹ کل آمدنی OPHG میں سے منتقل ہونے والی OSHG نکالنے پر حاصل کیا جاسکتا ہے۔ یہ بھی واضح ہو جاتا ہے کہ زمین کا ہر قطعہ مساوی رینٹ نہیں دے گا۔ زمین کے مختلف ٹکڑے مختلف رینٹ دیں گے جو ان کی منتقل ہونے والی آمدنی پر منحصر ہے۔ "A" قطعہ آراضی کا رینٹ QH ہے۔ "B" کا RI "C" کا TJ وغیرہ۔ یہ تفریق اس لیے نہیں ہے کہ قطعہ آراضی کی قوت روئیدگی مختلف ہے بلکہ اس لیے ہے کہ ان کے دیگر (متبادل) آمدنی حاصل کرنے کے مواقع مختلف ہیں۔

نظریہ سود (Interest)

سود سرمایہ دار کا حصہ ہے۔ سرمایہ دار جب اپنا سرمایہ کسی کو دیتا ہے تو جو قیمت وصول کرتا ہے اسے سود (Interest) کہتے ہیں۔ اسی کو سرمایہ کی شرح یافت (Rate of return over capital) کہا جاتا ہے۔ کلاسیکی مفکرین معاشیات نے فطری یا حقیقی اور بازار کی شرح سود میں فرق کیا ہے۔ بازار کی شرح سود وہ شرح ہے جس پر بازار سے فنڈ ادھار لیتے ہیں جبکہ فطری یا قدرتی شرح سود سرمایہ لگانے کی یافت (Return) ہوتا ہے۔ جب یہ فطری یا قدرتی شرح سود مارکیٹ کے شرح سود سے بلند ہوتا ہے تو سرمایہ پر زیادہ فنڈ لگائے جاتے ہیں۔ نتیجتاً قدرتی شرح گر جاتی ہے۔ توازن وہاں قائم ہوتا ہے جہاں مارکیٹ اور قدرتی سود متوازی ہو جائیں۔ چونکہ سرمایہ دار کا سرمایہ اس کی بچت ہوتا ہے اس لیے کسی کو سرمایہ (زر کی صورت میں فنڈ) دے کر اس کی قیمت وصول کرنا بچت کی قیمت وصول کرنا ہوگا۔ اس لیے یہ بھی کہا جاسکتا ہے کہ سود انوسٹمنٹ کی قیمت نہیں بلکہ بچت کی قیمت ہے جو سرمایہ دار وصول کرتا ہے۔

سود کے تین نظریہ بہت مقبول ہیں۔ اول کلاسیکی نظریہ جو یہ بتلاتا ہے کہ سود بچت اور انوسٹمنٹ کے ذریعے طے ہوتا ہے۔ دوم جدید کلاسیکی نظریہ (Neo-classical) جو سود کو ادھار دینے والے فنڈ (Loanable-Fund) سے منسلک کرتا ہے اور تیسرا کینس (Keynes) کا نظریہ جو زر کی طلب و رسد کے ذریعے شرح سود کو طے کرتا ہے۔ ہر نظریہ کا تفصیلی جائزہ لیا جا رہا ہے۔

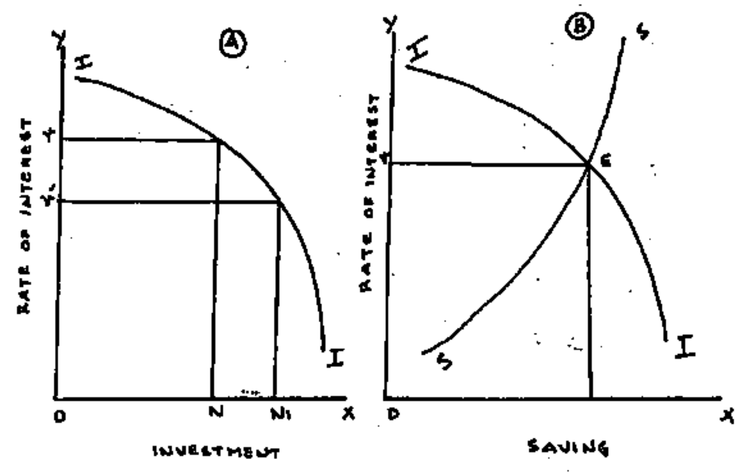
کلاسیکی نظریہ سود

جے بی کلارک، ایف ایچ نائٹ، فیشر اور بوہم بیورک اور سینئر جیسے کلاسیکی مفکرین نے یہ خیال پیش کیا کہ شرح سود انوسٹمنٹ کی خاطر بچت کی طلب اور بچت کی دستیابی (رسد) کے مابین تعلق سے طے ہوتا ہے۔ چونکہ یہاں کفایت شعاری، موقعہ محل اور سرمایہ کی پیداواری صلاحیتیں جیسی قوتیں اہم رول ادا کرتی ہیں اس لیے اس نظریے کو سود کو طے کرنے کا حقیقی نظریہ بھی سمجھا جاتا ہے۔ کچھ مفکرین نے رسد یعنی بچت کی دستیابی پر زور دیا اور کچھ نے بچت کی طلب پر زیادہ توجہ دی۔

جن مفکرین نے بچت کی دستیابی کے پہلو کو زیادہ روشن سمجھا، ان کا کہنا ہے کہ بچت کی ہوئی رقم اگر کسی کو ادھار دی جاتی ہے تو دینے والا حال و مستقبل کی بہت سی ضرورتوں کو پورا کرنے سے محروم رہ جاتا ہے۔ اسی محرومی کی وہ قیمت وصول کرتا ہے جس کو سود کہتے ہیں۔ اس طرح بچت میں توقف اور اجتناب (Abstinence and Waiting) کا پہلو بہت نمایاں ہے۔ جو شرح سود کو طے کرتا ہے۔ اگر کہیں انوسٹ کرنے کے لیے سرمایہ خریدنے کی ضرورت پڑتی ہے تو وہ حال کی آمدنی کی بچت ہی ہوگی جو مہیا ہوگی اور اس دستیابی کا مطلب ہوگا بہت سے مصارف کو موقوف کرنا۔ اسی موقوف کرنے کی قیمت سود ہے۔

دوسری طرف بچت کی طلب سرمایہ لگانے والے کی طرف سے ہوتی ہے جو کسی کاروبار یا صنعتی سرگرمیوں میں سرمایہ لگانا چاہتا ہے۔ سرمایہ اس لیے طلب کیا جاتا ہے کہ وہ ایسی صنعتوں و کاروبار میں لگایا جا سکے جو آمدنی کا ذریعہ بنے۔ اس طرح سرمایہ میں پیداوار و آمدنی بڑھانے کی صلاحیت ہوتی ہے۔ چونکہ سرمایہ ایک طویل مدت تک پیداوار کرتے رہنے کی صلاحیت رکھتا ہے

اس لیے اس طویل مدت میں غیر یقینیت کا پہلو بہت نمایاں ہو جاتا ہے۔ جتنی مدت طویل ہوگی، بہت سے عوامل غیر یقینی بن جاتے ہیں۔ قدرتی عوامل، بدلتے ہوئے رجحانات، روزگار، آمدنی اور ان سے متاثر طلب وغیرہ ایسے ہی عوامل ہیں جن میں آنے والے تغیرات کی پیشن گوئی نہیں کی جا سکتی۔ مختصراً کہا جا سکتا ہے کہ مستقبل غیر یقینی ہے۔ اس لیے سرمایہ طلب کرنے والا امکان وغیر یقینیت کے عوامل کو نگاہ میں رکھ کر سرمایہ کی پیداوار کی صلاحیتوں اور اس کی دیکھ بھال کی لاگت کو نظر میں رکھ کر متوقع آمدنی کا تخمینہ لگاتا ہے۔ اس کو سرمایہ کی خالص متوقعہ آمدنی کہتے ہیں۔ (net expected return of a capital asset) اس خالص متوقع آمدنی کو سرمایہ کی فیصد لاگت کہا جا سکتا ہے۔ اب جتنا زیادہ سرمایہ لگایا جائے گا، اسی قدر اس کی فیصد لاگت بڑھے گی اور حاشیائی پیداوار کا خط اسی قدر نیچے جھکتا جائے گا۔ سرمایہ املاک (Capital Asset) پر جو زر خرچ کیا جائے گا، اس کی قیمت کو سود کہتے ہیں۔ سرمایہ لگانے والا اس وقت تک سرمایہ لگاتا رہے گا جب تک اس سے ہونے والے خالص متوقع آمدنی سود کی شرح سے بلند رہے گی۔ توازنی کیفیت وہاں ہوگی جہاں یہ دونوں مساوی ہو جائیں۔ چونکہ سرمایہ کی حاشیائی آمدنی کا خط نیچے کی طرف گرتا ہوا ملتا ہے اس لیے شرح سود کے گرنے پر زیادہ انوسٹمنٹ کرنے کی طلب پائی جائے گی۔ اس طرح انوسٹمنٹ کی طلب کا خط شرح سود کے رخ سے لچکیلا ہوتا ہے۔ اس کی وضاحت ان دو تصویروں میں ملتی ہے:



تصویر "A" انوسٹمنٹ کا خط I I سرمایہ کی گرتی ہوئی حاشیائی آمدنی کا اظہار کر رہا ہے۔ جیسے جیسے انوسٹمنٹ بڑھایا جاتا ہے، تو ہر بڑھتی ہوئی اکائی پر ملنے والی آمدنی گھٹتی جارہی ہے۔ جب شرح سود Or ہے تو انوسٹمنت کی سطح ON ہے۔ جب شرح سود گر کر Or ہو گئی تو انوسٹمنٹ بڑھ کر ON_1 ہو گیا۔ دوسری تصویر "B" میں سود کے تعین کا اظہار ہو رہا ہے جو انوسٹمنٹ کے خطِ طلب I I اور خطِ رسد S S کے نقطۂ توازن E پر ہے۔

کلاسیکل نظریہ کا تنقیدی جائزہ

سود کے تعین کا یہ نظریہ بہت سی تنقیدوں کا نشانہ بنا۔ کلاسیکل نظریہ سود کا بنیادی مفروضہ کامل روزگار کا تصور ہے۔ کلاسیکل مفکرین یہ مان کر چلتے ہیں کہ معیشت میں کلی روزگار کی صورت حال ہے یعنی تمام وسائل مکمل طور پر برسر کار ہیں۔ اس لیے جب انوسٹمنٹ کی طلب بڑھتی ہے تو سرمایہ مہیا کرنے والا اسی وقت مہیا کر پائے گا جب وہ اپنے صَرف سے بچائے گا۔ اس طرح بچت کی دستیابی اس بات کا ثبوت ہے کہ کوئی اپنے صَرف یا امکانی صَرف سے اجتناب کر رہا ہے۔ شرح سود کا تعین اسی تصور سے وابستہ ہے جو وسائل کے کامل برسر کار ہونے کے مفروضہ پر ٹکا ہے۔ لیکن وسائل کی ایک بڑی تعداد اگر بے روزگار موجود ہو تو صَرف میں تخفیف (Abstain from consumption) کا کوئی جواز پیدا نہیں ہوتا اور زیادہ انوسٹمنٹ کیا جاسکتا ہے اور جو بے روزگار وسائل موجود ہیں ان کو برسر کار لا کر پیداوار کی صلاحیتوں کو بڑھایا جاسکتا ہے۔

کلی روزگار کے تصور نے کلاسیکی مفکرین کو آمدنی میں ہونے والی تبدیلیوں کو بھی نظر انداز کرنے کی طرف موڑا ہے۔ آمدنی کی سطح ایک نہیں ہوتی اور اسی سے متاثر انوسٹمنٹ و بچت کا رجحان بھی ایک نہیں ہوتا۔ آمدنی کی مختلف سطحیں، انوسٹمنٹ کو متاثر کرتی ہیں اور ان کی سطحیں بھی مختلف ہوتی ہیں۔ کلاسیکل نظریہ بچت کی مقدار کو برائے راست شرح سود سے جوڑتا ہے۔ شرح سود جتنی بلند ہوگی، بچت بھی اسی قدر زیادہ کی جائے گی۔ لیکن دوسری طرف اگر شرح سود بلند ہوئی تو زیادہ انوسٹمنٹ کی کشش منفی طور پر متاثر ہوگی۔ انوسٹمنٹ میں تخفیف ہوگی۔ نتیجتاً انوسٹمنٹ کی مانگ کم ہونے پر شرح سود گرے گی اور اس سطح پر آجائے گی جہاں بچت اور انوسٹمنٹ متوازی

ہیں۔اس پر غور نہیں کیا گیا کہ جب شرح سود بڑھنے پر انوسٹمنٹ کم ہوگا تو آمدنی بھی گرے گی اور جب آمدنی گرے گی تو بچت بھی گرے گی۔اس لیے بچت اور انوسٹمنٹ میں توازن شرح سود میں تبدیلیوں کی وجہ سے نہیں بلکہ آمدنی میں ہونے والی تبدیلیوں کی وجہ سے پیدا ہوگا۔

اب اس سے مختلف صورت حال پر غور کیجیے۔کلاسیکل نظریہ کے مطابق اگر شرح سود گرتا ہے تو انوسٹمنٹ کی مانگ بڑھ جائے گی۔لیکن دوسری طرف زیادہ بچت کی دستیابی کے امکانات بھی اس قدر مفقود ہو جائیں گے۔اس لیے کلاسیکل نظریہ کے مطابق کم سود کی شرح پر بھی زیادہ انوسٹمنٹ کے امکان نہیں ہیں۔لیکن درحقیقت ایسا نہیں ہے۔گری ہوئی شرح سود پر زیادہ انوسٹمنٹ کیا جائے گا جو ضارب (Multiplier) کے ذریعے زیادہ آمدنی کا باعث بن سکتا ہے۔ یہی زیادہ آمدنی بچت کی سطح کو بھی بلند کر سکتی ہے۔

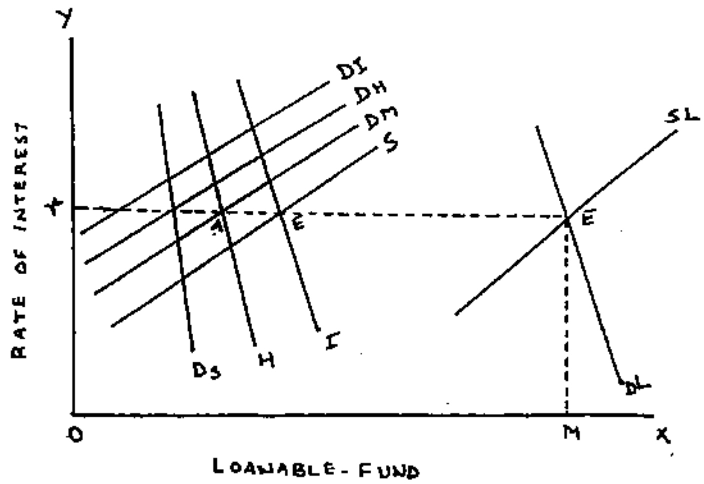
کلاسیکل مفکرین نے آمدنی میں ہونے والی متوقع تبدیلیوں کو اس لیے نظرانداز کیا کیونکہ وہ وسائل کے کلی روزگار (Full-Employment) میں ہونے کے مفروضے پر قائم تھے۔جب تمام وسائل کلی طور پر برسرکار ہوں گے تو آمدنی کی سطح ٹھہری ہوئی رہے گی، بشرطیکہ پیداوار کی ٹکنیک میں کوئی تبدیلی نہ لائی جائے۔یہ وسائل کے کلی طور پر برسرکار ہونے کا نتیجہ ہوگا کہ انوسٹمنٹ کو اسی وقت بڑھایا جا سکے گا جب صَرف (Consumption) کو گھٹایا جائے گا۔جتنا زیادہ صَرف کو کم کیا جائے گا، اسی قدر سرمائی اشیاء میں انوسٹمنٹ کے مواقع بڑھیں گے۔لیکن سرمائی اشیاء (Capital-Goods) میں انوسٹمنٹ کی طلب تو اشیا صارفین کی طلب سے وابستہ ہے، یعنی سرمائی اشیاء پر انوسٹمنٹ کا مقصد ہی صارفین اشیاء کا پیدا کرنا ہے۔اس لیے اگر صَرف گرا تو اس کے معنی یہ ہوئے کہ اشیا صارفین کی طلب میں گراوٹ آئی ہے اور اشیا صارفین کی طلب میں گراوٹ کا مطلب انوسٹمنٹ میں گراوٹ ہوگا۔اگر وسائل برسرکار نہیں ہیں تو زیادہ انوسٹمنٹ بچے ہوئے وسائل کو برسرکار لانے کے لیے ہو سکتا ہے۔جب انوسٹمنٹ بڑھے گا تو آمدنی کی سطح بھی بڑھے گی اور آمدنی کے بڑھنے کے ساتھ لوگوں کا صَرف بھی بڑھ جائے گا۔اس طرح زیادہ انوسٹمنٹ زیادہ صرف کو فروغ دیتا ہے یا یوں کہہ لیجیے کہ انوسٹمنٹ اور صَرف ساتھ ساتھ عمل پیرا ہوتے ہیں۔ وسائل کے کلی طور پر برسرکار ہونے کے مقابلہ یہ نظریہ جس کو کنیس (Keynes) نے پیش کیا، زیادہ

حقیقت کے قریب لگتا ہے۔

کلاسیکل مفکرین کی تنقید ان کے بچت کے تصور کے رخ سے بھی کی گئی ہے۔ انھوں نے بچت کو موجودہ آمدنی (Current Income) کا حصہ مانا ہے جو بازار کے لیے فنڈ کی دستیابی کا باعث بنتی ہے۔ لیکن بچت صرف موجودہ آمدنی کا ہی حصہ نہیں ہو سکتی۔ ماضی کے جمع شدہ فنڈ کا بھی حصہ ہو سکتی ہے۔ جدید دور میں بینک کریڈٹ بھی فنڈ مہیا کرا دیتے ہیں جس کو کہیں انوسٹ کیا جاتا ہے۔

سود کا نظریہ قرضداری فنڈ (Loanable-fund theory of Interest)

یہ نظریہ ویکسل (Wicksell)، اوہلن (Ohlin)، رابرٹسن (Robertson)، میرڈال (Myrdal)، وائنر (Viner) وغیرہ کا ہے۔ اس نظریے کے مطابق شرح سود کا تعین محض حقیقی قوتوں (Real-Forces) جیسے کفایت شعاری (Thriftiness)، توقف (Waiting) سرمایہ کی پیداواری صلاحیت (Productivity of Capital) اور برمحل فیصلے (Time-preference) سے نہیں ہوتا بلکہ زرّی قوتوں جیسے زر کے ذخیرے (Hoarding of Money) یا زر کے عدم ذخیرے کا رجحان، بینک کے ذریعے زر کی تخلیق، صَرف کے لیے زرعی قرضوں کی دستیابی بھی شرح سود کو متاثر کرتی ہیں۔ اس طرح سود کی شرح کے تعین میں یہ نظریہ زری اور غیر زری دونوں قوتوں پر زور دیتا ہے۔ اس نظریے کے بموجب شرح سود قرضداری فنڈ کی طلب و رسد کی قوتوں کے باہمی ربط و ضبط کے ذریعے متعین ہوتی ہے۔ قرضداری کی دستیابی خرچ لائق آمدنی (Disposable-Income) زر کے عدم ذخیرے (Dishoading) بینک کے ذریعۂ زر کی تخلیق سے طے ہوتی ہے جبکہ اس کے طلب کا تعین زر کو روکے رکھنے (اس کے ذخیرہ کرنے) کی روش، انوسٹمنٹ کا رجحان اور صَرف کا رجحان کرتا ہے۔ ان قوتوں کے آپسی ربط و ضبط کے ذریعے شرح سود کے تعین کی تصویر کشی یوں کی گئی:



DS عدم بچت (Dissaving) یا خطِ طلب صَرف (Consumption Demand Curve) ہے اور H زر کے ذخیرے کا خط ہے۔ قرض داری فنڈ کے طلب کا مجموعی خط DL انھیں دو کو ملا کر بنا ہے۔ سپلائی کے رخ سے S یعنی بچت کو لیا ہے۔ عدم ذخیری (Dishoarding) DH کو لیا ہے اور عدم انوسٹمنٹ (Dis-investment) کو لیا ہے۔ شرح سود کا تعین (Or) قرض داری فنڈ کی سپلائی (SL) اور قرض داری فنڈ کی طلب (DL) کے توازنی نقطہ E پر ہوگا جہاں قرض داری فنڈ OM ہے۔

قرض داری فنڈ کے نظریہ کی تنقید

سود کے تعین کا قرض داری فنڈ نظریہ کلاسیکل نظریہ سے بہتر اور زیادہ واضح نظر آتا ہے۔ اس نظریے سے طلب و رسد کی قوتوں کا ربط و ضبط زیادہ منظم نظر آتا ہے۔ لیکن پھر بھی کینس نے اس کے بہت سے کمزور پہلوؤں کی نشان دہی کی ہے۔ سب سے پہلے یہ بتلایا گیا ہے کہ اس نظریہ میں زر کے ذخیرے کا تصور شکوک پیدا کرتا ہے۔ ذخیرہ کو بڑھایا یا گھٹایا نہیں جا سکتا۔ اگر زر گردش میں ہے تو معیشت میں وہ کسی نہ کسی کی نقدی زر کی شکل میں ہے۔ اگر زر کی مقدار طے ہو اور وہ گردش میں ہو تو ابتدا یا آخر یہ نقدی زر (Cash Balance) ایک ہی رہے گا۔ اب اگر کوئی زر کا زیادہ

ذخیرہ کر لیتا ہے تو یہ اسی وقت ممکن ہے کہ کب کوئی زیادہ عدم ذخیرہ کرے (Dishoarding) سوسائٹی میں موثر زر کی رسد محض زر کی مقدار پر منحصر نہیں ہے بلکہ اس کی گردش کی رفتار (Velocity of Money) سے بھی جڑی ہے۔ ذخیرہ کی مقدار زر کی اس گردشی رفتار کو متاثر کرتی ہے اور زر کی دستیابی (Supply) میں تبدیلی لاتی ہے۔ باوجود اس کے کہ زر کی مقدار متعین ہے۔ سابقہ نظریہ نے زر کی گردش اور اس کے اثرات کو نظر انداز کیا ہے۔

کینس نے ایک یہ بھی اعتراض کیا کہ اس قرض داری فنڈ نظریے میں بچت کو فنڈ کے بڑھانے یا گھٹانے میں مرکزی رول ادا کرتے بتلایا گیا ہے۔ اس فنڈ کی دستیابی کا تعلق آمدنی سے ہے اور آمدنی بچت کو متعین کرتی ہے۔ اس لیے ہم شرح سود کا تعین اسوقت تک نہیں کر سکتے جب تک آمدنی کی سطح کا تعین نہ ہو جائے اور آمدنی کی سطح کا تعین اس وقت تک نہیں ہو سکتا جب تک شرح سود نہ معلوم ہو، کیونکہ شرح سود انوسٹمنٹ کو متاثر کرتا ہے اور انوسٹمنٹ آمدنی کو طے کرتا ہے۔ کینس کے اس اعتراض کو ہنسن (Hansen) نے بھی مانا ہے اور تسلیم کیا ہے کہ کلاسیکی نظریہ نے بچت کی دستیابی پر آمدنی کی سطح کے تغیرات سے پڑنے والے اثرات کو نظر انداز کر دیا ہے۔

ایک واضح اعتراض یہ بھی ہے کہ کلاسیکی نظریے نے کلی روزگار کے تصور پر مبنی شرح سود کے تعین کا نظریہ پیش کیا ہے جبکہ حقیقی دنیا میں وسائل کا کلی طور پر برسرکار ہونا ممکن نہیں ہے۔ معیشت کے وسائل جب برسرکار لائے جاتے ہیں تو کچھ وسائل اپنی اہلیت کے اندر رہتے ہیں۔ کچھ کی اہلیت محفوظ رہتی ہے۔ کچھ مکمل طور پر یا عارضی طور پر استعمال میں لائے جاتے ہیں۔ یہ کہنا یا تصور کرنا غیر منطقی ہے کہ ہر وسیلہ اپنی تمام تر اہلیت کے ساتھ استعمال ہو رہا ہے۔ سود کے تعین میں قرض داری فنڈ کا تصور کلاسیکی تصور سے بہتر ضرور ہے لیکن اس میں بھی خامیاں پائی جاتی ہیں۔ یہ نظریہ دراصل کلاسیکی نظریے اور کینس کے نظریہ ترجیح نقد (Liquidity Preference) کا درمیانی نظریہ ہے جہاں کلاسیکی نظریہ بچت اور انوسٹمنٹ کی طلب کو بھی لیا گیا ہے اور کینس کے ترجیح نقد کے نظریہ کو بھی شامل کیا گیا ہے۔

کینس کا ترجیح نقد (Liquidity Preference) کا نظریہ

شرح سود کے تعین میں جے ایم کینس (J.M. Keynes) کا نظریہ ترجیح نقد سب سے زیادہ مشہور و مستند تسلیم کیا گیا ہے۔ اس کی وضاحت و تشریح حقیقت پر مبنی ہے۔ اپنی مشہور کتاب "The general theory of employment, interest and money" میں اس کی تشریح اس طرح دی ہے: ایک انسان اپنی دی ہوئی آمدنی سے یہ طے کرتا ہے کہ کتنا خرچ کرنا ہے اور کتنا بچالیتا ہے۔ کتنا خرچ کرنا ہے اس کو کینس میلانِ صَرف (Propensity to consume) کہتے ہیں۔ اس میلانِ صَرف کی سطح سے بچت کی سطح طے ہوتی ہے۔ اب وہ ایک دوسرا فیصلہ کرتا ہے۔ کیا وہ اپنی بچت کو ذخیرہ بنائے یا وہ اپنی بچت کا کتنا حصہ نقد کی شکل میں رکھے اور کتنا ادھار دینے کے لیے رکھے؟ کینس اس رجحان کو ترجیح نقد کا نام دیتا ہے۔ بہ الفاظ دیگر یہ وہ ترجیح ہے جو بتلاتی ہے کہ ایک انسان یا سماج زر کی کتنی مقدار کو نقد کی شکل میں رکھنے کا متمنی ہے؟

زر کی طلب یا ترجیح نقد کی ترغیب

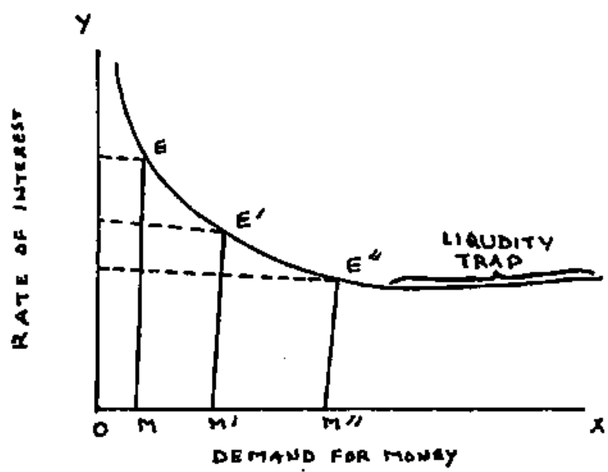
انسان کی زر کی طلب یا اس کی ترجیح نقد کی ترغیب متعدد عوامل سے متاثر ہوتی ہے۔ ایک انسان زر کو نقد کی شکل میں کیوں رکھتا ہے؟ جبکہ اس کو اُدھار دے کر سود کمایا جاسکتا ہے۔ کینس اس کے تین وجوہات بتلاتا ہے۔ اول خرید وفروخت کا مقصد، دوسرا احتیاط اور تحفظ اور تیسرا قیاس آرائی کا مقصد۔ (Transactions, Precautionary and speculative motives)۔ ان میں کینس قیاس آرائی کا مقصد سب سے اہم بتلاتا ہے۔

لین دین و خرید وفروخت کے لیے ہر وقت نقد رقم کی ضرورت ہوتی ہے جو انفرادی نوعیت اور کاروباری نوعیت کی ہوسکتی ہے۔ آمدنی کا کتنا حصہ اس کے لیے مخصوص کرنا ہوتا ہے، یہ مصارف کی نوعیتوں اور کاروباری سطح پر منحصر ہوتا ہے۔ بلند آمدنی والے آمدنی کا بڑا حصہ روزمرہ، ماہانہ یا سالانہ اخراجات کا مخصوص کر سکتے ہیں اور کم آمدنی والے کم۔ اسی طرح جس کے کاروبار زیادہ پھیلتے ہوئے ہوتے ہیں وہ آمدنی کا بڑا اور چھوٹے کاروباری آمدنی کا چھوٹا حصہ مخصوص کرتے

ہیں۔ لیکن کینس کا خیال ہے کہ یہ مقصد واضح اور تقریباً طے شدہ ہوتا ہے۔

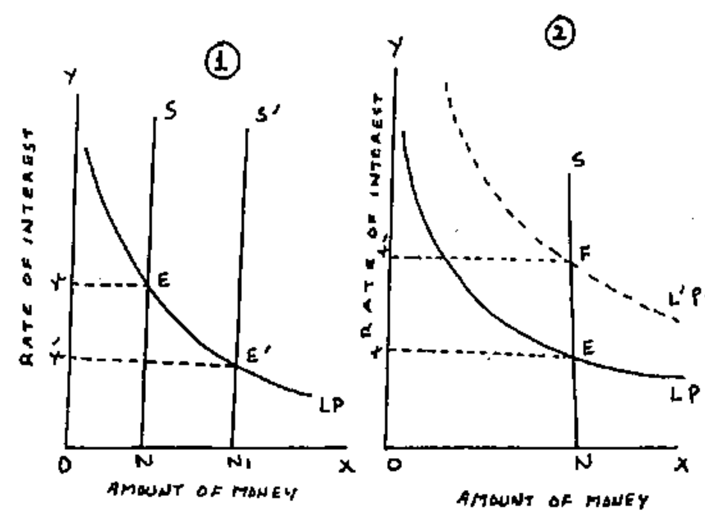
ہر انسانی زندگی کچھ انجانے اور اچانک ہونے والے واقعات اور حادثات سے نبرد آزما ہوتی ہے جس کے لیے احتیاط برتی جاتی ہے اور آمدنی کا کچھ حصہ اس کے لیے مخصوص رکھا جاتا ہے۔ یہ احتیاط برتنے کا مقصد (Prcautionary Motive) بھی تقریباً دیا ہوا ہوتا ہے۔ بلند آمدنی والے ایک بڑا حصہ اور کم آمدنی والے چھوٹا حصہ اس مقصد کے لیے مخصوص کرتے ہیں۔

کینس کی نظر میں قیاس آرائی کا مقصد بہت اہم ہے اور شرح سود اسی سے متاثر ہوتی ہے۔ ہر انسان بازار کے اتار چڑھاؤ (ٹرنڈس) کا فائدہ اٹھانے کے لیے آمدنی کا ایک حصہ نقد شکل میں مخصوص کرتا ہے۔ اس کا تعلق مستقبل میں شرح سود میں ہونے والی تبدیلیوں سے ہے۔ اگر یہ قیاس ہو کہ مستقبل میں شرح سود بڑھ جائے گا تو موجودہ شرح پر زیادہ انوسٹمنٹ کیا جائے گا اور لوگ زیادہ پیسہ لگائیں گے۔ شرح سود گرنے پر لوگ مستقبل میں بڑھنے کی امید میں زیادہ جمع کریں گے۔ اس مقصد کے تحت زر کی طلب موجودہ شرح سود سے جڑی ہے۔ زر کو شرح سود کے گرنے پر زیادہ اور بڑھنے پر کم جمع رکھا جائے گا۔ اس طرح اس مقصد کے لیے زر کی طلب بر بنائے قیاس انحطاط پذیر شرح سود سے منسلک ہے۔ اس کی وضاحت ذیل کی تصویر میں کی گئی ہے۔



OX خط پر زر کی طلب کو ناپا جا رہا ہے۔ یہ طلب (Speculative Motive) کے تحت ہے۔ OY خط پر شرح سود کو ناپا جا رہا ہے۔ LP خط نیچے کی طرف گرتا ہوا خط ہے جو یہ بتلا رہا ہے کہ اونچی شرح سود پر زر کی طلب کم اور نیچی شرح سود پر زیادہ ہوگی۔ اونچی شرح سود پر (r) زر کا زیادہ حصہ اُدھار پر دے دیا جائے گا اور کم حصہ (OM) ہی Speculative Motive کے لیے رہ جائے گا۔ اور جب شرح سود گر کر "r پر آجائے گا تو یہی Speculative Demand بڑھ کر 'OM ہو جائے گی۔ اگر شرح سود میں مزید گراوٹ آتی ہے تو وہ "r کی سطح پر آ جاتا ہے زر کی یہ طلب "OM ہو جائے گی۔ E مقام تک تو شرح سود اور طلب زر کا تعلق سیدھا اور براے راست رہتا ہے۔ لیکن E کے بعد طلب کا یہ خط OX کے متوازی ہو جاتا ہے یعنی شرح سود کی مزید گراوٹ طلب زر پر کوئی اثر نہیں ڈال رہی ہے۔ یعنی کم شرح سود پر عوام زیادہ سے زیادہ زر اپنے پاس رکھنا پسند کریں گے۔ اس کو کینس نے شکنجۂ نقد (Liquidity Trap) کہا ہے۔

کینس کے یہاں سود کا تعین زر کی اسی ترجیح نقد اور زر کی سپلائی کے ربط وضبط سے ہوتا ہے۔ زر کی سپلائی حکومت اور مرکزی بینک کی پالیسیوں کے ذریعے طے ہوتی ہے اور طلب ترجیح نقد کے ذریعے طے ہوتی ہے۔ شرح سود کس طرح طے ہوتا ہے، ذیل کی دو تصویروں میں دیکھیے:



پہلی تصویر زر میں پھیلاؤ کا شرح سود پر پڑنے والے اثر کو واضح کرتی ہے۔ دوسری تصویر میں LP (Liquidity Preference) کے بڑھنے کا شرح سود پر کیا اثر پڑے گا، اس کی وضاحت کی گئی ہے۔ کینس نے شرح سود کے تعین میں صرف زر کے عوامل کو لیا ہے۔ حقیقی قوتوں جن کا ذکر کلاسیکی نظریے میں کیا گیا، ان کو اہمیت نہیں دی ہے۔ پھر جن بنیادوں پر کینس نے کلاسیکی اور قرض داری فنڈ کے نظریے کی تنقید کی ہے، اسی بنیاد پر خود کینس کی تھیوری کو بھی نشانہ بنایا گیا ہے۔ کینس کا نظریہ بھی کلاسیکی نظریے کی طرح غیر معتبر و مشکوک بتلایا گیا ہے۔ کینس کے مطابق شرح سود کا تعین زر کی قیاسی طلب (Speculative Demand) کے ذریعہ ہوتی ہے۔ اور اس قیاسی طلب کی تسکین زر کی دستیابی کے ذریعے ہوتی ہے۔ لیکن زر کی اگر مجموعی دستیابی دی ہو تو ہم یقین سے نہیں کہہ سکتے کہ زر کی کتنی مقدار قیاسی طلب کے لیے درکار ہوگی؟ اور یہ اس وقت تک معلوم نہیں ہو سکتی جب تک ہم کو یہ نہ معلوم ہو کہ کتنی مقدار روزمرہ کے مصارف اور کاروبار (Transaction) کے لیے درکار ہے اور روزمرہ کے مصارف و کاروبار کے لیے زر کی مقدار اس وقت تک معلوم نہیں ہو سکتی جب تک ہم کو آمدنی کی سطح کا علم نہ ہو۔ اس لیے یہ مانا جاتا ہے کہ کینس کا نظریہ بھی کلاسیکی نظریے کی مانند غیر معتبر و مشکوک ہے۔

کینس کے نظریہ پر ایک اعتراض یہ بھی ہوا کہ بچت کے بغیر نقد زر کی دستیابی کا کوئی تصور نہیں کیا جا سکتا۔ یعنی Liquidity بچت کے بغیر (Saving) کے ممکن نہیں ہے۔ کینس کا خیال ہے کہ سود تھوڑی Liquidity سے محروم ہو جانے کا انعام ہے۔ لیکن Liquidity کا تصور تو بچت سے جڑا ہے۔ بغیر بچت کے Liquidity کا تصور نہیں کیا جا سکتا۔ جیکب وائنر (Jacob Viner) کا خیال ہے کہ Liquidity سے محرومیت اسی وقت ممکن ہے جب انسان کے پاس کچھ بچت ہو۔ اس لیے سود بچت سے ہی وابستہ ہے Liquidity سے نہیں۔ کینس نے بچت کے تصور کو نظر انداز کر کے سود کے تعین کے نظریے کو مشکوک بنا دیا ہے۔

نظریہ اُجرت (wages)

تقسیم کا انتہائی اہم جز اُجرت ہے۔ پیداوار کے عمل میں محنت کشوں کے کنٹری بیوشن سے

سبھی واقف ہیں۔ یہ کنٹری بیوشن جسمانی وذہنی دونوں ہوتا ہے جس کی اُجرت دی جاتی ہے۔ اجرت کا تعین کن اصولوں پر ہو، اس کی تشریح نظریہ اجرت میں کی جاتی ہے۔ اُجرت تو مہذب لفظ ہے۔ اقتصادیات میں اس کو عمومی دائرے میں رکھ کر مزدوری یعنی ویجیز (wages) کہہ دیا جاتا ہے۔ لیکن محنت کشوں کی محنت کا تعلق صرف اس گروہ تک محدود نہیں جو پیداوار کے عمل میں جسمانی طور سے منسلک ہیں بلکہ ان سے بھی ہے جو دماغی طور پر وابستہ ہیں۔ یہ انجینئر بھی ہوسکتا ہے، کوئی ٹکنیشن (مستری) بھی ہوسکتا ہے، انتظامیہ امور میں طاق کوئی شخص یا چند افراد کا گروہ ہوسکتا ہے۔ یہ سبھی لوگ مزدوری نہیں تنخواہیں پاتے ہیں۔ اس لیے جب ہم اُجرت کی بات کرتے ہیں تو اس میں مزدوری اور تنخواہیں دونوں شامل ہوتی ہیں جس کو ویجیز (wages) کہہ دیا جاتا ہے۔ مزدوری عموماً یومیہ یا ہفتہ وار ہوتی ہے اور تنخواہیں ماہ باماہ ہوتی ہیں۔ کبھی اُجرت ٹھیکوں پر بھی طے ہوتی ہے۔ یہ ٹھیکے کچھ معینہ مدت کے ہوتے ہیں اور کام ختم ہونے پر اجرت مجموعی طور پر ادا کی جاتی ہے۔ اقتصادیات میں جس پہلوؤں پر سب سے زیادہ زور ملتا ہے وہ یہ ہے کہ اُجرت کیسے طے ہو؟ اس کو طے کرنے کے عوامل کون ہیں؟ اجرت کا نقطۂ توازن کیا ہے؟ ہم یہاں اُجرت کے نظریوں کی تشریح میں انھیں پہلوؤں کی وضاحت کریں گے۔

سب سے پہلے اس کی وضاحت کی گئی کہ اُجرت دو طرح کی ہوتی ہے ایک اُجرت برائے قیمت، یعنی بہ شکل زر یا اس کو Nominal wages کہا گیا ہے اور دوسرے اجرت بہ حیثیت ساز و سامان و خدمات جو اجرت سے خریدا جاتا ہے، اس کو حقیقی اجرت (Real Wages) کہا جاتا ہے۔ جب معیشت میں اشیاء و خدمات کی قیمتیں بڑھتی ہیں تو یہی مقررہ اجرت (Nominal Wages) کم ساز و سامان خرید پاتی ہے اور جب قیمتیں گرتی ہیں تو زیادہ خریدنے کی اہل ہوتی ہے۔ اس طرح قیمتوں کے بڑھنے پر اجرت بہ شکل زر وہی رہتی ہے لیکن حقیقی اجرت گھٹ جاتی ہے۔ صرف اتنا ہی نہیں بلکہ حقیقی اجرت میں وہ تمام غیر زری مراعات، سہولتیں و فائدے بھی شامل کر لیے جاتے ہیں جو مقررہ بطور زر اجرت کے ساتھ ملتے ہیں۔

جس طرح پیداوار کے عمل میں دیگر عوامل کی قیمتیں طلب و رسد کی قوتوں کے اشتراک سے طے ہوتی ہیں، اجرت بھی طلب و رسد کے ذریعے طے ہوتی ہے۔ محنت کشوں کی طلب کیوں ہوتی

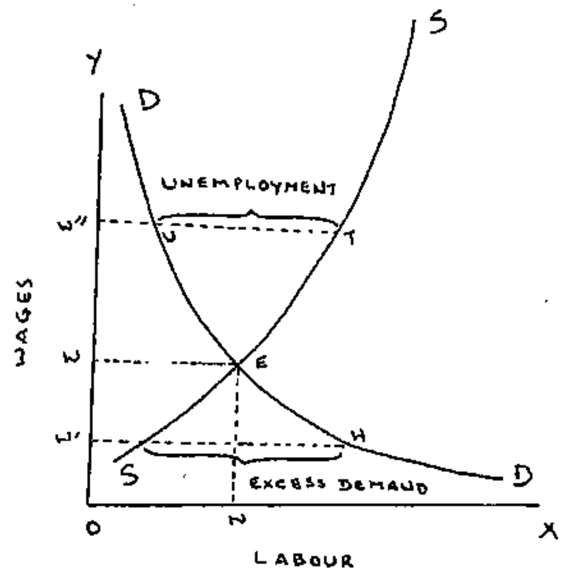
ہے؟ درحقیقت یہ محنت کش اپنی جسمانی و ذہنی صلاحیتوں کو بروئے کار لاکر کوئی شے یا خدمت کو وجود میں لانے کا ذریعہ بنتے ہیں اور اپنی اس محنت کے بدلے اجرت پاتے ہیں۔ پھر بھی اجرت ان کی ضرورتوں کو پورا کرتی ہے۔ اس طرح محنت کشوں کی طلب درحقیقت اشیا صارفین و خدمات کو پیدا کرنے کی ضرورت یا طلب سے وابستہ ہے۔ اب جتنی زیادہ اشیا و خدمات کی ضرورت ہوگی اتنی ہی زیادہ محنت کشوں کی طلب ہوگی۔ جس طرح کسی شے کی طلب اس کی پوشیدہ افادیت سے جڑی ہے اسی طرح محنت کش کی طلب اس کی صلاحیت سے وابستہ ہے۔ اسی صلاحیت کا دوسرا نام محنت کش کی حاشیائی پیداوار کی صلاحیت ہے یعنی (Marginal Revenue Product of Labour)۔

اُجرت کا تعین مختلف بازاروں کی کیفیت کے تحت ہوتا ہے مثلاً مکمل مسابقتی بازار، اجارہ داری بازار اور اجارہ دارانہ مسابقتی بازار وغیرہ۔ ان بازاروں کے تحت اجرت کا تعین کس طرح ہوتا ہے اس کی تشریح کی جارہی ہے۔

کلی مسابقتی بازار میں پیداوار کے عوامل کی جس طرح قیمت طے ہوتی ہے اسی طرح اجرت جو پیداوار کا عنصر ہے اس کی قیمت طے ہوتی ہے یعنی جو اوسط لاگت ہوگی، وہی اوسط اجرت ہوگی اور جو حاشیائی لاگت ہے وہی حاشیائی اجرت ہوگی۔ اجرت تو طلب و رسد کی قوتوں کے اشتراک سے طے ہوتی ہے اس لیے محنت کشوں کی طلب ان کی حاشیائی پیداوار (Marginal Revenue Product (MRM)) سے کنٹرول ہوتی ہے۔ جہاں تک رسد یعنی دستیابی کا تعلق ہے، وہ بہت سے عوامل سے وابستہ ہے مثلاً آبادی، آبادی میں کام کرنے لائق آبادی، کام کے اوقات، کاموں کی نوعیت، کام کرنے والوں کی صلاحیتیں اور ان کے رجحانات وغیرہ۔ آبادی کا سائز اجرت کی مروجہ شرح سے متاثر نہیں ہوتا لیکن کچھ مفکرین کا خیال ہے کہ اجرت کے چڑھنے و گرنے سے آبادی کا سائز ضرور متاثر ہوتا ہے اور اسی کے تحت انھوں نے اجرت کا قوی قانون (Iron Law of Wages) متعارف کرایا۔ لیکن تاریخ نے تو یہ ثابت کردیا کہ شرح اجرت آبادی کے سائز پر الٹا اثر ڈالتی ہے۔

ان تمام عوامل میں کام کرنے کا رجحان، اوقات، نوعیت و صلاحیتیں شرح اجرت کا اثر قبول کرتی ہیں۔ اگر اجرتیں بڑھتی ہیں تو وہ محنت کش جو باصلاحیت ہیں اور جو مروجہ شرح اجرت پر کام

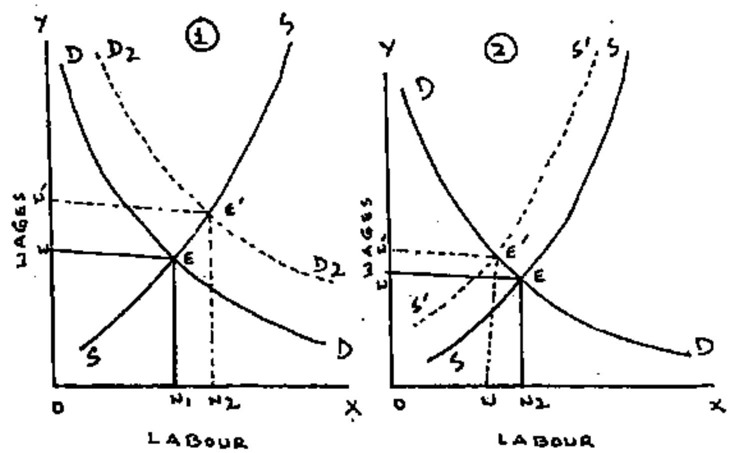
کرنا پسند نہیں کرتے تھے، کام کرنے کے لیے تیار ملیں گے۔ پھر اجرتیں بڑھنے پر کچھ لوگ مقررہ اوقات میں ہی کام کرنا پسند کریں گے۔ ہوسکتا ہے کچھ خواتین پھر کام پر جانا پسند نہ کریں کیونکہ مردوں کی اجرت میں اضافہ ہوگیا ہے۔ اس طرح کے تمام عوامل ہیں جن کے مثبت و منفی اثرات دیکھے جاسکتے ہیں۔ اس لیے یہ کہا گیا کہ محنت کشوں کی سپلائی کے خط کا تعین مشکل ہے۔ پھر بھی مجموعی طور پر یہ کہا جاسکتا ہے کہ اجرتوں کے بڑھنے پر محنت کشوں کی دستیابی ایک حد تک بڑھتی ہے اور پھر وہ پلٹ کر گرنا شروع ہوجاتی ہے۔ طلب اور رسد کے ذریعۂ شرح اجرت کس طرح طے ہوتی ہے اس کو ذیل کی تصویر میں واضح کیا گیا ہے۔



اس تصویر میں DD طلب کا اور SS سپلائی کا خط ہے۔ E مقام پر یہ دونوں قوتیں ملتی ہیں۔ یہاں OW اجرت طے ہوجاتی ہے یعنی اس مقام پر محنت کشوں کی جتنی طلب ہے، سپلائی بھی اسی قدر مہیا ہے۔ یہ مکمل روزگار کی صورت ہے۔ اس سے بلند یا پست مقام پر طلب و رسد کے درمیان توازن نہیں ہے۔ مثلاً "OW اجرت کی سطح پر محنت کشوں کی دستیابی طلب سے زیادہ ہے۔ نتیجتاً UT کے برابر بے روزگاری ہے۔ چونکہ محنت کشوں کے درمیان مسابقت پائی جارہی ہے اس لیے یہ بے زورگاری اجرت کو گرادے گی اور وہ گر کر OW پر آجائے گی۔ دوسری طرف اگر اجرت گر کر

OW' سطح پر آجاتی ہے تو طلب رسد سے بڑھ جاتی ہے اور اجرت پھر بلند ہو کر OW سطح پر آجاتی ہے۔ اس طرح OW وہ توازنی اجرت کی سطح ہے جو مارکیٹ میں طے ہو جائے گی۔ اجرت کی یہ توازنی سطح ایک پہلو سے مزید اہمیت کی حامل ہے۔ یہ اجرت کی سطح محنت کشوں کے حاشیائی پیداواری افادیت (Value of Marginal Product of Labour) (VMP) کے بھی مساوی ہونا چاہیے۔ منافع کو بڑھانے کے لیے ایک فرم یہ دیکھتی ہے کہ یہ اجرت VMP کے برابر ہو۔ اگر VMP اجرت سے بلند ہوئی تو اس کے معنی یہ ہوں گے کہ ابھی منافع کو مزید بڑھانے کی گنجائش ہے۔ اس لیے محنت کشوں کی تعداد کو بڑھایا جاسکتا ہے۔ دوسری طرف اگر منافع اس توازن سے بڑھایا جاتا ہے تو اس کے معنی یہ ہوں گے کہ حاشیائی پیداوار کی استعداد اجرت سے کم ہے جو منافع کو گرا سکتی ہے۔ بشرطیکہ مزید محنت کشوں کو برسرِ روزگار لایا جائے۔ اس لیے یہاں محنت کشوں کی تعداد کو کم کرنے میں عافیت ہے۔ اس لیے مسابقتی بازار میں محنت کشوں کی تعداد وہیں تک بڑھائی جاسکتی ہے جہاں اجرت ان کی حاشیائی پیداوار کی استعداد کے متوازی ہو۔

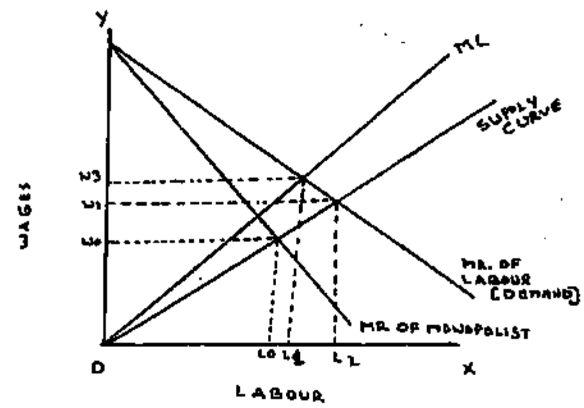
اب یہ توازنی کیفیت عرصہ دراز تک قائم نہیں رہ سکتی۔ بہت سے عوامل محنت کشوں کی مطلوبہ تعداد کو گھٹا یا بڑھا سکتے ہیں، اجرتیں بھی ایک مقام پر ٹھہری نہیں رہ سکتیں، ان میں اتار چڑھاؤ آئے گا۔ نتیجتاً خطِ طلب و رسد بلند و پست ہوسکتا ہے۔ اس کی تصویر کشی یوں کی گئی ہے:



ان تصویروں میں پہلی تصویر میں طلب میں تبدیلی آتی ہے وہ DD سے بڑھ کر D'D' ہو گئی

جبکہ سپلائی میں کوئی تغیر نہیں ہوا ہے۔ نتیجہ اجرت W سے بلند ہو کر W' ہو گئی اور محنت کشوں کی تعداد جو پہلے ON' تھی، وہ بڑھ کر ON2 ہو گئی۔ اب اجرت کی نئی توازنی سطح E' ہے۔ دوسری تصویر میں رسد میں تبدیلی لائی گئی ہے۔ اب OW اجرت کی سطح رسد کے گھٹنے پر بڑھ کر OW' ہو گئی لیکن چونکہ طلب میں کوئی تبدیلی نہیں آئی ہے اس لیے محنت کشوں کی مقدار ON2 سے گر کر ON1 رہ گئی۔ یہاں توازن جو پہلے E مقام پر تھا، وہ پیچھے ہو کر E' ہو گیا۔

اجارہ داری بازار میں اجرتوں کے تعین کا انداز دوسرا ہے۔ اجارہ دار واحد خریدار ہے۔ محنت کشوں کا طالب ہے۔ لیکن یہ واحد خریدار پیداوار کرنے والوں کی یونین کی شکل میں ہے۔ اسی طرح محنت کش گو بہت ہیں لیکن وہ بھی یونین کی شکل میں ہیں۔ یعنی محنت کشوں کی طلب یونین کی طلب ہوتی ہے۔ اس طرح یہ یونین بھی اجارہ دار ہوتی ہے جو محنت کو فروخت کرتی ہے۔ یہاں اجتماعی معائدہ (Collective Bargaining) کے تحت اجرت کا تعین ہوتا ہے۔ یہ اجتماعی محاہدہ کی دو سطحیں ہوتی ہیں۔ ایک بلند سطح جو محنت کشوں کی یونین کے ذریعے طے کی جاتی ہے اور ایک پست سطح جو اجارہ دار صنعت کاروں کی تنظیم کے ذریعے طے ہوتی ہے۔ اب ان دو سطحوں کے درمیان لین دین اور بات چیت کے ذریعے اجرت کسی مقام پر طے کر لی جاتی ہے لیکن یہاں اس بات کا خیال رہے کہ اجارہ دار یونین وہی اجرت دینے پر تیار ہوگا جو محنت کشوں کی حاشیائی پیداوار کی استعداد (MR) اس کی حاشیائی لاگت (MC) کے متوازی ہو۔ اس کی وضاحت ذیل کی تصویر میں ملتی ہے:



یہاں اجاری داری یونین منافع کو اس مقام سے زیادہ حاصل کرے گا جہاں اجرت OWO

محنت کش کی تعداد PLo کے متوازی ہو۔ E مقام پر MC کا خط MR خط کے متوازی ہے۔ اس لیے WO اجرت طے ہو جائے گی۔ اس کے نیچے اجرت نہیں جائے گی۔ ٹریڈ یونین جو محنت کشوں کی واحد سپلائی یونین ہے اس کا MRP خط طلب کے مانند ہے۔ محنت کشوں کے MRP خط کے نیچے گرنے کا مطلب یہ ہوگا کہ جیسے جیسے ان کی تعداد میں اضافہ ہوگا (زیادہ روزگار پر آئیں گے) اجرت کی شرح گرے گی اور یہ اس لیے گرے گی کیونکہ محنت کشوں کی تعداد میں اضافہ ہونے پر ان کی حاشیائی پیداوار کی استعداد میں گراوٹ آئے گی۔ دوسری طرف محنت کشوں کی دستیابی (سپلائی) SL خط اس کا اظہار کرتا ہے کہ اجرت کی یہ کمترین سطح ہے جس کے نیچے محنت کشوں کی دستیابی ممکن نہیں ہے۔ یہ گویا حاشیائی لاگت کا خط ہے جس کے نیچے جا کر اجرت قبول کرنا ممکن نہیں ہوگا۔

اب ان دو یونین، ایک محنت کشوں کی جو سپلائی طے کرتی ہے اور دوسری صنعت کاروں کی جو محنت کشوں کو طلب کرتی ہے، میں آپسی سمجھوتہ حاشیائی لاگت اور حاشیائی کمائی کو مد نظر رکھ کر ہوگا جو اجرت کو طے کرے گا۔ اس تصویر میں W2 اجرت کی بلند ترین سطح ہے جو محنت کشوں کی یونین چاہتی ہے۔ WO پست ترین سطح ہے جو صنعت کاروں کی یونین طے کر رہی ہے۔ ان دو کے درمیان اجرت طے ہوگی۔ دونوں کے پاس معاملات طے کرنے کی قوت ہے۔ محنت کشوں کے پاس ہڑتال کرنے، دھرنے پر بیٹھ جانے کی طاقت ہے اور اگر اس دھمکی سے دوسری یونین کو متاثر کر لیا تو اجرت W2 پر طے ہو جائے گی۔ اگر صنعت کاروں کی یونین ان کی دھمکی میں نہ آئی اور کارخانے کو بند کرنے کی دھمکی دے دی، تمام مراعات ختم کرنے کا اعلان کر دیا تو ہو سکتا ہے کہ اجرت WO پر طے ہو جائے۔ لیکن یہ سب کچھ ایک دوسرے کو متاثر کرنے کی سطح پر موقوف ہے۔

اجرت کو طے کرنے میں ایک اہم پہلو یہ بھی ہے کہ اجرتیں مساوی کیوں نہیں ہوتی۔ ان میں تفریق کیوں ہوتی ہے۔ سب سے بنیادی وجہ یہ ہے کہ محنت کشوں کی قابلیت، رجحان، سنجیدگی اور لگن جیسی صفات ایک جیسی نہیں ہوتی۔ پھر کچھ کام زندگی کے لیے خطرناک یا نقصان دہ ہوتے ہیں، غیر محفوظ ہوتے ہیں اور کچھ بے خطر۔ اس لیے خطرناک و نقصان کے امکان والے کام کی اجرت زیادہ اور بے خطر کام کی اجرت کم ہوتی ہے۔ پھر باعتبار ہنر و دیدہ ریزی کچھ کام زیادہ توجہ اور ہنرمندی کے طالب ہوتے ہیں اور کچھ کام سادے ہوتے ہیں۔ بلند و پست اجرت اسی کے مطابق رائج ہوتی

ہے۔ مذہبی، نسلی، امتیازات جیسے کالے وگورے نسل کا امتیاز، پچھڑی اعلیٰ ذات کا امتیاز، عورت اور مرد کا امتیاز، علاقائی امتیازات وغیرہ اجرتوں میں فرق پیدا کرتے ہیں۔ تجربہ وٹریننگ کے اعتبار سے بھی محنت کش ایک معیار کے نہیں ہوتے۔ اس لیے اجرتوں کے تعین میں تفریق پائی جاتی ہے۔

اجرت کے تعین میں طلب ورسد کی قوتوں سے ہٹ کر بات نہیں کی جاتی۔ چونکہ اجرت کا تعلق پیداوار کے عمل سے جڑا ہے اس لیے بازاروں کی مختلف کیفیتوں کے درمیان ہی اجرت کے تعین کی تشریح ملتی ہے اور یہاں بھی محنت کشوں کی طلب اور ان کی رسد کے ربط و ضبط سے ہی اجرت طے کی جاتی ہے۔ اگر غور کیجیے تو پیداوار کرنے والے کے لیے محنت کشوں کی طلب اور اجرت کا طے کرنا پیداوار کی لاگت ہوگی اور یہی اجرت محنت کشوں کی آمدنی ہے جس سے وہ اپنی زندگی گزاریں گے۔ پیداوار کرنے والا تو یہ چاہے گا کہ پیداوار پر لاگت کم آئے اور اسی لیے وہ کم سے کم اجرت پر محنت کشوں کو حاصل کرنے کی کوشش کرے گا لیکن کم اجرت پر محنت کشوں کی دستیابی مشکل ہے کیونکہ مروجہ بازار میں اشیاء صرف کی قیمتوں کے مطابق وہ اجرت مناسب ہے یا نہیں، محنت کش اس پر دھیان دے کر اجرت قبول کرے گا۔ یہ عام زبان کی باتیں ہیں جن کو ٹیکنیکل اصلاحوں کے ذریعے بیان کیا گیا اور پھر اس بیان کو تصویروں میں اتارا گیا جس کی وضاحت حتیٰ الامکان سہل کر کے پیش کی گئی ہے۔ محنت کشوں کو طلب کرنے والے کی نگاہ تو منافع پر رہتی ہے اس لیے وہ یہ دیکھتا ہے کہ اگر ہم نے محنت کشوں کی تعداد بڑھائی تو لاگت کتنی بڑھ جائے گی اور اس کے مقابل پیداوار کتنی بڑھے گی یعنی حاشیائی لاگت کو حاشیائی آمدنی کے متوازی ہونا چاہیے۔ اسی کو کہا جاتا ہے کہ اجرت وہاں طے ہوگی جہاں MR=MC ہو۔ اجرت کے تعین میں اسی کی تفصیلات تمام تکنیکی اصطلاحات کے ساتھ بیان کی گئی ہیں۔

منافع (Profit)

منافع پیداوار کی سرگرمیوں میں جوکھم وخطرہ اٹھانے کا انعام ہے (Reward for Enterprise)۔ تقسیم کا یہ آخری حصہ ہے۔ پیداوار کرنے والے نے سرمایہ مہیا کرنے کی قیمت

سود (Interest) کی شکل میں ادا کی، زمین استعمال کرنے کی قیمت، کرایہ (Rent) ادا کیا، پھر پیدوار کے عمل میں محنت کشوں کی اجرت (Wages) ادا کی اور ان تمام عوامل کی تنظیم ونگہداشت میں جو اپنی ذہنی صلاحیتیں استعمال کیں، جو خطرات مول لیے اور جو جدوجہد جز ہیتیں برداشت کی، بعد میں منافع کی شکل میں انعام پایا۔ یہ انعام دراصل پیداوار کے عمل میں قدم قدم پر جو خطرات د عدم یقینیت کا سامنا کرنا پڑتا ہے، ان کو جھیلنا اور ان کا حل نکالنا پڑتا ہے، اس کا منافع ہوتا ہے۔ اسی کو کہا جاتا ہے کہ "Profit is a reward of bearing risk and uncertainty"۔

چونکہ پیدا کرنے والا اپنی مخصوص ذہنی صلاحیتوں کو بروئے کار لا کر نامانوس و لاعلم صورت حال کو اپنے موافق بنانے کی کوشش کرتا ہے اس لیے Schumpeter نے منافع کو اختراع یا Innovation کا انعام کہا ہے۔ دوسرے مفکرین نے منافع کو ایک خاص اجرت اور خاص نوعیت کی محنت کہا ہے۔

چونکہ صنعت کار پیداوار کے حقیقی عمل میں شریک نہیں ہوتا۔ وہ انتظامیہ اور پیداوار کے عوامل کے تنظیمی امور سے وابستہ رہتا ہے اس لیے کچھ مفکرین نے منافع کو صنعت کار کی بے عمل آمدنی (Non Functional Income) کہا ہے۔ جان رابنسن (Joan Robinson)، چیمبرلین (E.H.Chamberlin) اور کلیسکی (M.Kelecki) منافع کو غیر کامل مسابقت (Imperfect Competition) اور اجارہ داری (Monopoly) سے جوڑتے ہیں۔ جتنی زیادہ غیر کامل مسابقت ہوگی یا جتنی زیادہ اجارہ داری قوتیں بڑھیں گی، اتنا ہی زیادہ منافع بڑھے گا۔

اس طرح اگر غور کیجیے تو منافع کو مختلف صورتوں میں دیکھا گیا ہے۔ جہاں ہر صورت اپنے رُخ سے صحیح معلوم ہوتی ہے۔ اس لیے منافع کو کسی ایک زاویے سے دیکھنا یا کسی ایک نظریے سے وضاحت کرنا مناسب نہیں ہے کیونکہ ایسا کرنے میں دوسرے زاویوں و نظریوں کے اہم پہلو نظر انداز ہو سکتے ہیں۔ چند مشہور نظریوں کی تشریح اس طرح ہے:

منافع ایک بچی ہوئی آمدنی (Profits as a Residual Income)

پیداوار کرنے والا تمام وسائل کی قیمت بہ شکل سود، کرایہ، اجرت ادا کرنے کے بعد جو پس

اندازکرتا ہے، بچ رہتا ہے، اپنا منافع سمجھتا ہے۔ پیداوار کرنے والا وسائل کی جو قیمت ادا کرتا ہے وہ معاہدی (Contractual) اندازکی ہوتی ہے جو پیداوار ہونے اور بازار میں فروخت ہو کر آمدنی کی صورت آنے پر ادا کردی جاتی ہے۔ اس لیے تمام ادائیگی کے بعد جو بچتا ہے وہ معاہدہ کی آمدنی ہوتی ہے۔ اس لیے منافع ایک غیر معاہدی آمدنی (Non Contractual Income) ہے۔ اب یہ آمدنی مثبت بھی ہوسکتی ہے اور منفی بھی، یعنی نفع بھی ہوسکتا ہے اور نقصان بھی ہوسکتا ہے۔ دیگر عوامل کی قیمت یعنی کرایہ، سود اور اجرت ہمیشہ مثبت ہوتی ہے۔ اس منافع کو خالص اور غیر خالص منافع میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔ اگر زمین کا کچھ حصہ یا پوری زمین پیداوار کرنے والے کی ہے جس کے رینٹ (Rent) کوادا نہیں کرنا پڑتا یا کچھ حصہ ادا کرنا پڑتا ہے یا اگر پیداوار کرنے والا کسی سطح پر پیداواری عمل میں شریک ہوجاتا ہے اور اس طرح اجرت میں شریک ہوجاتا ہے لیکن اجرت نہیں لیتا ہے یا سرمایہ سود پر لیتا نہیں بلکہ اپنا سرمایہ جو اس کا خاندانی ہے، لگا دیتا ہے اور سود ادا کرنے سے کلّی یا جزوی طور پر مستثنیٰ رہتا ہے تو ایسی صورت میں کل منافع میں سے ان سب کو تخفیف کرکے جو بچ رہتا ہے اس کو خالص منافع (Pure Profit) کہتے ہیں۔

کلارک (Clark) کا فعال نظریہ (Dynamic Theory)

کلارک کا نظریہ ہے کہ منافع ہمیشہ فعال معیشتوں میں پیدا ہوتا ہے، ایک غیر حرکی یا جامد معیشتوں میں جہاں کوئی تبدیلیاں رونما نہیں ہورہی ہیں، پیدا نہیں ہوتا۔ بقول کلارک منافع ایک حرکی یا فعال اضافہ (Dynamic Surplus) ہے۔ اس کی وجہ یہ بیان کی گئی کہ ایک غیر حرکی معیشت میں طلب و رسد میں کوئی تبدیلی نہیں آتی، پیداوار کے عوامل کی قیمتیں جو ان کی حاشیائی پیداوار کی اہلیت کے مطابق ادا کی جاتی ہیں وہ پیداوار کی افادیت کے ساتھ خرچ ہوجاتی ہیں۔ اس لیے کوئی منافع پیدا نہیں ہوتا۔ منافع تو وہاں پیدا ہوتا ہے جہاں فروخت ہونے والی قیمتیں اشیا و خدمات کی لاگتوں سے زیادہ ہو اور یہ فعال معیشتوں میں ہی ممکن ہے۔ فعال معیشتوں میں طلب و رسد میں اتار چڑھاؤ آتے رہتے ہیں اور قیمتیں لاگتوں سے بلند ہوتی رہتی ہیں، متوازی بھی ہوسکتی ہیں اور گر بھی سکتی ہیں اس لیے اچھے منافع، کم منافع اور نقصان (صفر منافع) کے امکانات ہوسکتے

ہیں۔ اگر غور کیجیے تو فعال معیشتوں میں یہی غیر متوازی کیفیت (State of Dis-Equilibrium) منافع پیدا کرتی ہے۔

فعال معیشتوں میں یہ تبدیلیاں کیوں پائی جاتی ہیں؟ اس کے کئی وجوہات ہیں۔ اول انسانوں کی ضرورتوں اور خواہشوں میں تبدیلیاں، دوم پیداوار کے طریق کار میں تبدیلیاں، سوم سرمایہ میں تبدیلیاں، چہارم کاروباری وصنعتی تنظیموں کے خاکوں میں تبدیلیاں، پنجم آبادی میں تبدیلیاں پیدا ہوتی ہیں۔ یہ تمام تبدیلیاں متواتر ہوتی رہتی ہیں اور قیمتوں ولاگتوں کو بدلتی رہتی ہیں۔ انھیں تبدیلیوں کی بدولت نفع ونقصان ہوتا رہتا ہے۔ اس کے علاوہ ایجادات واختراع اور بیرونی اثرات بھی معیشتوں کے کاروبار کو متاثر کرتے ہیں جن کی بدولت قیمتوں اور لاگتوں میں تبدیلیاں آتی ہیں اور منافع ونقصان کی موجد بنتی ہیں۔

نائیٹ (Knight) کا نظریہ: خطرات (جوکھم) اور غیر یقینیت کا نظریہ

منافع کے سلسلے میں نائیٹ کا نظریہ بھی قابل غور ہے۔ نائیٹ نے منافع کو جوکھم اٹھانے اور معیشت کی غیر یقینیت کا مقابلہ کرنے کا انعام بتلایا ہے۔ اگر انسان کو مستقبل کا علم ہو، ہونے والی تبدیلیوں کو جانتا ہو اور اس کے بارے میں پیشن گوئی کرسکتا ہو تو غیر یقینیت کی کیفیت پر قابو پایا جاسکتا ہے۔ مستقبل میں رونما ہونے والی تبدیلیوں کی لاعلمی اور ان پر قابو پانے کی نااہلیت خطرات اور غیر یقینیت پیدا کرتی ہیں اور جن پر حتی الواسع قابو پالینے کا انعام منافع ہے۔

ابتدا تا انتہا پیداوار کرنے والا غیر یقینی کیفیتوں سے نبردآزما رہتا ہے۔ وہ ایک نامکمل معلومات کے ماحول میں ہی رہتا ہے۔ جب تک قیمت پر حاصل کیے گئے عوامل کی حاشیائی پیداوار اور ان کی اصل پیداوار کے درمیان فاصلہ رہے گا، اضافہ رونما ہوتا رہے گا اور یہی اضافہ مثبت شکل میں منافع اور منفی شکل میں نقصان کہلائے گا۔ دو طرح کی تبدیلیاں غیر یقینی کیفیت پیدا کرتی ہیں۔ پہلی طرح کی غیر یقینی کیفیت ایجاد واختراع کے ذریعے پیدا ہوتی ہے۔ مثلاً نیا سستا طریق کار جو مروّجہ طریق کار کے مقابلے پیداوار کی لاگت کو کم کردے یا پیداوار کے کسی نئے طریقے کی ایجاد جو سابقہ پیداوار کے مقابلے زیادہ پرکشش ہو، افادہ بخش ہو اور سستا ہو۔ دوسری

کچھ بیرونی وجوہات ہیں جو غیر یقینیت کی کیفیت پیدا کردیا کرتی ہیں۔ان وجوہات کا تعلق صنعتی و کاروباری سرگرمیوں سے باہر ہے اوران کا براۓ راست صنعت کاروں سے وابستہ نہیں ہے مثلاً فیشن، پسند اور ترجیحات کا بدلتے رہنا، حکومت کی پالیسیاں، بالخصوص ٹیکس پالیسی کا بدلنا، محنت کشوں کے قانون، اجرت میں تبدیلیاں، افراط زر کے سبب قیمتوں اور لاگتوں میں تبدیلیاں صارفین کی آمدنی میں اتار چڑھاؤ، بیرونی ٹکنالوجی کے اثرات وغیرہ۔یہ وہ بیرونی تبدیلیاں ہیں جن کی بدولت غیر یقینیت کی کیفیت پیدا ہوتی رہتی ہے۔

ضمانتی اور غیر ضمانتی خطرات (Insurable and Non-Insurable Risk) بھی غیر یقینیت کی فضا قائم کرانے میں مددگار بنتے ہیں۔یہ حقیقت ہے کہ پیداوار کرنے والا ہر طرح کے خطرات و جوکھم میں گھرا رہتا ہے۔ نائیٹ نے واضح کیا کہ ہر طرح کے خطرات غیر یقینیت کی کیفیت پیدا نہیں کرتے۔خطرات دو طرح کے ہوتے ہیں۔اول وہ جو تحفظی حصار میں ہوتے ہیں یعنی جن کا بیمہ کیا جا سکتا ہے۔ان خطرات سے غیر یقینیت کی کیفیت پیدا نہیں ہوتی۔آگ لگنے کا بیمہ جو املاک کے لیے ہوتا ہے، مشینوں کا بیمہ چوری یا کل پرزوں کے نقائص کے خلاف ہوتا ہے، کچے اور تیار شدہ مال کا بیمہ جو ٹرانسپورٹ سے وابستہ ہوتا ہے، مشینوں پر کام کرنے والوں کا بیمہ جو حادثات کا شکار ہو سکتے ہیں، ایسے تمام بیمہ کی فیس (Premium) ادا کرنی ہوتی ہے جو پیداوار کی لاگت میں شامل کرلی جاتی ہے۔اس لیے ایسے ضمانتی خطرات سے غیر یقینیت پیدا نہیں ہوتی۔ لیکن بہت سی ایسی تبدیلیاں ہیں جن کی ضمانت نہیں دی جا سکتی۔قدرتی آفات، فصلوں کا تباہ ہونا اور کچے مال کی دستیابی میں دشواریاں پیدا ہوجانا ایسے ہی خطرات ہیں۔اندرونی و بیرونی فسادات و جنگیں، حکومت کی پالیسیوں کا بدلنا وغیرہ کچھ ایسی تبدیلیاں ہیں جن پر قابو پانا یا جن کی پیشن گوئی کرنا ممکن نہیں اور نہ بیمہ بہت زیادہ فائدہ پہنچا سکتا ہے۔ان کی بدولت غیر یقینیت کی کیفیت پیدا ہوتی ہے اوران ہی کو جھیلنے کا انعام منافع ہے۔

Schumpeter نے اختراع (Innovation) کے ذریعے منافع کی وضاحت کی ہے۔ ان کا خیال ہے کہ ایک صنعت کار کا بنیادی کام پیداوار کے عمل میں اختراع پیدا کرتے رہنا ہے تا کہ وہ نمایاں اورالگ لگے۔ جتنا وہ کامیاب ہوگا، اسی قدر منافع کمائے گا۔ پہلی طرح کی اختراع

وہ ہیں جن کا تعلق پیداوار کی لاگتوں سے ہے۔ اس کا مطمح نگاہ پیداوار کی لاگتوں کو کم کرنا ہے۔ اس لیے وہ تکنیکی و انتظامیہ اختراعیں (Innovations) ایجاد کرسکتا ہے۔ ان کی بدولت پیداوار کے عمل میں تبدیلیاں آئیں گی۔ نئے وسائل، نئے طریق کار، کفایتی طریق استعمال، نئی منصوبہ بندی، پیداوار کی تنظیم میں جدتیں، پیشکش اور فروغ کے نئے انداز کے ذریعے اگر وہ لاگت کو کم اور طلب کو بڑھا سکتا ہے تو یقیناً منافع کا حقدار بنتا ہے۔ اس طرح Schumpeter کی نگاہ میں اختراع وہ عمل ہے جس کے ذریعے پیداوار کی لاگتوں کو کم کرکے مروجہ قیمتوں سے کم قیمت پر اپنی اشیاء کی دستیابی کو بڑھاتا ہے، یعنی آمدنی کو بڑھاتا ہے اور منافع کماتا ہے۔ دوسری طرف اگر وہ قیمتوں کو کم نہیں بھی کر پایا یعنی لاگتوں کو حسب خواہش کم نہیں کر پاتا تو وہ مروجہ قیمتوں پر بھی فروخت کے نئے انداز اپنا کر، اپنی اشیا کو زیادہ پُرکشش بنا کر، ان کے سائز و مقدار میں تبدیلیاں لاکر، اشتہار کے نئے انداز اپنا کر اپنی اشیا کی بازاروں کو وسعت دے سکتا ہے اور منافع کما سکتا ہے۔

لیکن یہ تمام اختراعیں کسی ایک کی ملکیت نہیں بن سکتیں۔ دوسرے بھی اس کو اپنائیں گے اور منافع کے حق دار بنیں گے۔ اس لیے ایجادات، ندرت و اختراع ایسے عمل ہیں جس میں مسلسل تبدیلیاں ہوتی رہیں گی۔ منافع میں مسلسل اتار چڑھاؤ ہوتے رہنا اس کا ثبوت ہے۔ اتار چڑھاؤ کی رفتار یہ بتلائے گی کہ معیشت کتنی باخبر اور حساس ہے۔ معیشت جتنی بے خبر ہوگی، جتنی بے احساس ہوگی، منافع کی سطح ٹھہری رہے گی اور معیشت جتنی باہوش، باعلم اور حساس ہوگی، منافع کی سطحیں بدلتی رہیں گی۔

تقسیم کے باب میں آپ نے رینٹ، سود، اجرت اور منافع کے معروف نظریے پڑھے۔ یہ پیداوار کے عوامل اپنی محنت، کارکردگی اور شرکت عمل کی قیمت بہ صورت رینٹ، سود، اجرت اور منافع حاصل کرتے ہیں۔ یہی ان کی آمدنی ہے جو اشیا صرف و خدمات پر خرچ کی جاتی ہیں اور صارفین کی تسکین کا ذریعہ بنتی ہیں۔ حسب خواہش تسکین پالینا، گو اس کا تعین نہیں کیا جاسکتا، آخری منزل ہے اور ہماری تمام معاشی سرگرمیوں کا مقصد اسی آخری منزل کو پالینا ہے۔

☆☆☆

اختتامیہ

ان مضامین میں مائیکرو اکنامکس (Micro-economics) کے چند معروف موضوعات کو پیش کیا گیا ہے۔ کوشش یہ رہی ہے کہ روایتی درسی کتابوں کے انداز تشریح سے جہاں تک ممکن ہو سکے، بچا جائے اور موضوعات کے مواد کو کلاس روم سے نکال کر عوام کے ذہنی سطحوں تک لے آیا جائے تا کہ جس وقت وہ ان کو پڑھیں تو انتہائی خشک، غیر دلچسپ اور بے تعلق سا نہ پا کر اپنی روزمرہ کی زندگی کی سرگرمیوں سے قریب پائیں۔ میں سمجھتا ہوں سماجی علوم کی مقبولیت اسی میں مضمر ہے۔

مائکرو اکنامکس کے مواد کو تین شعبوں میں تقسیم کیا گیا۔ پہلا تمہیدی باب صارفین (Consumers) سے متعلق ہے۔ اقتصادیات کی ابتدا یہیں سے کی جاتی ہے۔ بتلایا جاتا ہے کہ انسان کی ضرورتیں لامحدود ہیں جن کو وہ اپنے محدود وسائل سے زیادہ سے زیادہ پورا کرنے کی جدوجہد کرتا ہے۔ اس کی اسی جدوجہد سے کچھ اصول وقوانین نکال لیے گئے ہیں جن کو اس باب میں پڑھایا جاتا ہے۔ مثلاً صارفین مسئلہ انتخاب سے جوجھتے ہیں یعنی کون سی ضرورت مقدم ہے، پہلے پوری کریں اور کون سی بعد میں اور کس کو فی الحال ملتوی کریں۔ یعنی طلب اور اس کو تسکین پہونچانے والی اشیا کی دستیابی، اس کی قیمت اور اپنی استعداد سے ذہن

کو الجھاتا ہے۔ اقتصادیات نے قانونِ طلب ورسد، نقطۂ توازن، مانگ کی لوچ، طلب کی بدلتی سطحیں اور اس کے مطابق بدلتے نقطۂ توازن کی تشریحات کے ذریعے صارفین کے ان الجھنوں اور فیصلوں کی تشریح کی ہے۔

اقتصادیات صارفین کے ذہنوں کے اور قریب پہنچا۔ اس نے بتلایا کہ بالعموم صارف (Consumer) متعدد اشیا کے درمیان بہ اعتبار متوقع تسکین کوئی فرق نہیں پاتا۔ چاہے ''الف'' لے یا ''بے'' وہ متوازی تسکین حاصل کرتا ہے۔

اگر ہماری روزمرہ کی زندگی کی یہ ایک حقیقت ہے تو پھر اقتصادیات نے صارفین کے خطِ بے نیازی کو پیش کیا ہے۔ ان کی تفصیلات کو پڑھیے اور محسوس کیجیے کہ اقتصادیات آپ کی سوچ وفکر سے کتنے قریب ہے۔ مختلف اشیا اور آمدنیوں کی سطح کے درمیان آپ کس طرح نقطۂ توازن حاصل کرتے ہیں۔

ابتدایہ حصے کے یہ چند موضوعات ہیں جن کو اس کتاب میں متعارف کرایا گیا ہے۔ کوشش کی ہے کہ جہاں تک ممکن ہو سکے اصطلاحات وان کی پیچیدہ تفصیلات سے قارئین کو محفوظ رکھا جائے، مزید ان کو پُر پیچ جیومیٹری کے ڈائیگرامس اور الجبرا علم اعداد کے فارمولوں سے جو نصابی کتابوں میں جگہ جگہ پر ملتے ہیں، اور جن میں پڑھنے والے کا ذہن قدم قدم پر الجھتا رہتا ہے، بھی محفوظ رکھا جائے۔ ہاں جہاں ان ڈائیگرامس کی ضرورت ناگزیر ہے یا بیان وتشریح کو زیادہ واضح وموثر بنا کر پیش کرنے میں کوئی مضائقہ نہیں ہے، ان کو پیش کیا گیا ہے۔

انسانی ضرورتوں کی تسکین تو پیداوار اور ان کی دستیابی پر منحصر ہے۔ مائیکرو اکنامکس کا یہ دوسرا اہم حصہ ہے جہاں پیداوار، پیداواری عمل، پیداوار کی لاگت، پیداوار کی آمدنی، بازاریں، ان کی مخصوص شناختیں، بازار کی نوعیتیں، منافع کا تعین جیسے موضوعات کی تشریح کی گئی ہے۔ یہاں ڈائیگرامس کی مدد سے تشریحات ناگزیر ہیں۔ پھر بھی کوشش کی ہے کہ ڈائیگرامس کی پیچیدگیوں سے قاری کو بچائے رکھا جائے اور ہر ڈائیگرامس کی وضاحتیں کو زیادہ آسان اور روشن بنا کر پیش کیا جائے۔

تیسرا اور آخری مرحلہ تقسیم کا آتا ہے۔ ہر پیداوار سے منسلک فرد پیداوار کے وسائل کو

جوڑتا ہے، ان کو خریدتا یا کرائے پر حاصل کرتا ہے۔ یہ اس لیے ہوتا ہے کیونکہ یہ ناممکن ہے کہ وہ ہر وسیلہ پر قادر ہو۔ اس کو اپنی پیداوار کے لیے ان وسائل کو خریدنا ہوتا ہے یا اُجرت پر حاصل کرنا ہوتا ہے۔ دونوں ہی صورتوں میں ان مطلوبہ وسائل کی گویا قیمت چکانا ہوتی ہے جو صاحب وسیلہ کی آمدنی ہوتی ہے۔ زمین کے مالک کو زمین استعمال کرنے کے بدلے جو قیمت ادا کی گئی اس کو رینٹ کہا گیا۔ جو سرمایہ لگایا اس کا سود ادا کیا، محنت کشوں کو اُجرت دی اور جب تمام وسائل کا بندوبست ہو گیا اور قیمتیں ادا کر دی گئیں تو پیدا کرنے والے نے اپنی محنت و کاوش کی قیمت منافع کی شکل میں وصول کی۔ آپ نے تقسیم کے باب میں انھیں وسائل کی قیمتوں کے تعین کے اصول پڑھے۔ رینٹ کس طرح طے ہوتا ہے؟ اس کی نوعیتیں کیا ہوتی ہیں؟ رینٹ کے طے کرنے کے مختلف نظریات کیا ہیں؟ سود طے کرنے کے نظریات کیا ہیں؟ اجرتیں کس طرح طے ہوتی ہیں؟ اور آخر میں جو کھم اٹھانے والا شخص جو پیداوار کے عمل میں ملوث ہے، اپنا منافع کس طرح حاصل کرتا ہے؟ سب کی وضاحتیں پڑھیں۔

یہاں نظریات کی تشریحات اور تنقیدی جائزوں میں قاری کو پیچیدگیوں کا احساس شدت سے ہوگا۔ میں نے کوشش کی ہے کہ ان کو ہلکے و آسان پیرائے میں پیش کروں۔

ان تمام ابواب میں ضمنی تفصیلات کو پیش نہیں کیا گیا ہے۔ بلکہ مخصوص مرکزی و بنیادی اصولوں کی تشریح تک محدود رکھا ہے۔ مثلاً قلیل مدتی و طویل مدتی تشریحات کو مخصوص باب بنا کر پیش نہیں کیا گیا بلکہ تفصیلات کے دوران دونوں کی تشریح کر دی گئی ہے۔ اس طرح سے قانونِ طلب، طلب کی لوچ، خطِ بے نیازی، بازاروں کی نوعیتوں کی تفصیلات اور تقسیم کے باب میں رینٹ، سود، اُجرت و منافع کے متعلق نہ جانے کتنے ضمنی موضوعات ہیں جن کو شامل نہیں کیا ہے۔ اس لیے نہیں کہ یہ تفصیلات اہم نہیں ہیں بلکہ اس لیے کہ مائیکرو اکنامکس کو ابتدائی مشق بنا کر قاری کے مشاہدوں کے قریب تر رکھنا مقصد ہے تاکہ پڑھتے وقت ان کی دلچسپی قائم رکھ سکوں۔ بہت زیادہ ضمنی موضوعات کی تفصیلات میں جا کر قاری کے ذہن کو الجھانا نہیں چاہتا۔ اگر قاری کی طرف سے حوصلہ افزائی ملی تو یقیناً دوسرے ایڈیشن میں ان تمام تفصیلات کو بھی شامل کر لیا جائے گا۔

مجھے اعتراف ہے کہ مائیکرو اکنامکس کی مستند کتابوں کی طرح یہ ایک مکمل کتاب نہیں ہے۔ یہ محض مائیکرو اکنامکس کے چند نمایاں و منتخب ابواب کا تعارف ہے اور وہ بھی اکنامکس کی مخصوص زبان، انداز بیان، طرز تشریح سے ہٹ کر۔ مقصد تو اکنامکس کو ''کلاس روم'' سے نکال کر عام آدمی تک پہچانا ہے اور ان کو احساس کرانا ہے کہ دیکھو جو ہم کلاس روم میں پڑھاتے ہیں، وہ تمھاری روزمرہ کی زندگی کے کتنے قریب ہے۔ ظاہر ہے اس مقصد کی تکمیل کے لیے کتابوں کی مروجہ ڈگر سے ہٹ کر اس کے ہر اصول و قانون کو آپ کے مشاہدے کے اندر رکھ کر ہی واضح کرنا ہوگا اور اس کے لیے بہت کچھ چھوڑنا پڑے گا۔ صرف انھیں اصولوں و قوانین کا انتخاب کرنا ہوگا جن کی تشریح کو آپ زندگی کے قریب پائیں۔ اسی لیے کتاب کا عنوان ''مبادیات معاشیات'' یا ''قوانین اقتصادیات'' یا ''مائیکرو اکنامکس'' نہیں ہے بلکہ ''معاشیات برائے عوام'' ہے۔

ایک تجربہ ہے جو پیش خدمت ہے۔ یقیناً بہت سی کمیاں، کوتاہیاں اور غلطیاں ضرور ہوں گی جن کی نشان دہی کرنا آپ کا کام ہے۔ میں ان کی اصلاح کروں گا۔ اگر آپ کی جانب سے حوصلہ افزائی ہوئی تو اکنامکس کا دوسرا حصہ جس کو ''میکرو اکنامکس'' (Macro-economics) کہا جاتا ہے، اسی انداز میں پیش کرنے کی کوشش کروں گا۔

***

اصول معاشیات

مصنف: سید علی
صفحات: 192
قیمت : -/47

بین الاقوامی معاشیات

مترجم : لیاقت علی خان
صفحات: 744
قیمت : -/145

معاشیات کے بنیادی اصول

مصنف: سراج الحسن
صفحات: 368
قیمت : -/82

معاشیات

مصنف: رضیہ نظامی
صفحات: 381
قیمت : -/87

ہندوستان اور مشرقی وسطی کے تجارتی تعلقات

مصنف: ڈاکٹر حامد اللہ ندوی
صفحات: 150
قیمت : -/22

ہندوستان کا صنعتی ارتقاء

مترجم : ایم صدیقی
صفحات: 343
قیمت : -/130

₹ 70/-

9 78-93-5160-051-0

राष्ट्रीय उर्दू भाषा विकास परिषद्
قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان
National Council for Promotion of Urdu Language
Farogh-e-Urdu Bhawan, FC-33/9, Institutional Area
Jasola, New Delhi-110025