باب 4

مکمل مسابقت کے تحت فرم کا نظریہ

(The Theory of the Firm under Perfect Competition)

پچھلے باب میں ہم نے ایک فرم کے تفاعل پیداوار اور لاگت خطوط سے متعلق تصورات کا مطالعہ کیا۔اس باب کا خدوخال مختلف ہے۔ یہاں ہم یہ دیکھیں گے کہ ایک فرم یہ کس طرح فیصلہ کرسکتی ہے کہ اس کو کتنی پیداوار کرنی ہے؟ ہمارے اس سوال کا جواب کسی طرح آسان یا غیر متنازعہ نہیں ہے۔ ہمارے جواب کی بنیاد ناقدانہ، کسی حد تک استدلال سے عاری، فرم کے برتاؤ کے بارے میں مفروضے پر قائم ہوگی۔ کوئی بھی فرم منافع کو انتہا تک بڑھانے کا کام کرتی ہے۔ اس لیے ایک فرم بازار میں وہ مقدار پیدا کرتی اور بیچتی ہے جس سے اس کا منافع بیش ترین ہو سکے۔

اس باب کی ساخت مندرجہ ذیل ہے۔ ہم پہلے ایک فرم کے انتہائی منافع کمانے کے مسئلے کو رکھ کر اس کا تفصیل سے مطالعہ کرتے ہیں۔ اس کے بعد ہم فرم کے خط رسد کا استخراج کرتے ہیں۔ خط رسد ماحصل کی ان سطحوں کو دکھاتا ہے جسے فرم، بازار کی قیمت کی مختلف قدروں کے لیے پیدا کرنے میں منتخب کرتی ہے۔ بالآخر ہم اس بات کا مطالعہ کرتے ہیں کہ منفرد فرموں کے خطوط رسد کو کس طرح یکجا کیا جائے اور بازار سے خط رسد کس طرح حاصل کیا جاتا ہے۔

4.1 مکمل مسابقت: واضح خصوصیات (Perfect Competition : Defining Features)

ایک فرم کے منافع کو انتہا تک بڑھانے کے مسئلے کا تجزیہ کرنے کے لیے ہمیں پہلے بازار کے ماحول کے بارے میں صاف طور سے بتانا پڑے گا جس میں فرم کام کرتی ہے۔ اس باب میں ہم ایک ایسے بازار کے ماحول کا مطالعہ کریں گے جس کو مکمل مسابقت (Perfect competition) کہتے ہیں۔ ایک مکمل مسابقتی بازار کی دو نمایاں خصوصیات ہیں۔

1۔ بازار خریداروں اور فروخت کاروں (یعنی فرموں) پر مشتمل ہوتا ہے۔ بازار میں تمام فرمیں ایک خاص ہم جنس (یعنی غیر امتیازی) شے کی پیداوار کرتی ہیں۔

2۔ بازار میں ہر خریدار اور فروخت کار قیمت کو اختیار کرنے والا ہوتا ہے۔

© NCERT not to be republished

چونکہ ایک مکمل مسابقتی بازار کی پہلی خصوصیت سمجھنا آسان ہے اس لیے ہم دوسری خصوصیت پر توجہ مبذول کریں گے۔

ایک فرم کے نقطۂ نظر سے قیمت کو قبول کرنے میں ضروری باتیں کیا شامل ہوتی ہیں؟ ایک قیمت قبول کرنے والی فرم یہ یقین رکھتی ہے کہ بازار قیمت سے اونچی قیمت رکھ کر وہ اپنی پیدا کردہ اشیا کی کچھ مقدار ہی فروخت کر سکتی ہے۔ دوسری طرف اگر مقررہ قیمت بازار کی قیمت کے برابر یا کم ہے تو فرم اس شے کی جتنی اکائیاں کی بیچنا چاہتی ہے بیچ سکتی ہے۔ ایک خریدار کے نقطۂ نظر سے قیمت قبول کرنے کے لیے مطلوبہ شرائط کیا ہیں؟ ایک خریدار ظاہر ہے کہ شے کو سب سے کم قیمت پر خریدنا چاہے گا۔ لیکن قیمت قبول کرنے والا خریدار یہ یقین رکھتا ہے کہ اگر وہ بازار کی قیمت سے کم پر خریدنا چاہے گا تو کوئی فرم اسے فروخت کرنے کے لیے تیار نہیں ہوگی۔ دوسری طرف اگر پوچھی گئی قیمت بازار کی قیمت سے زیادہ ہے یا اس کے برابر ہے تو خریدار شے کی جتنی اکائیاں چاہتا ہے خرید سکتا ہے۔

چونکہ یہ باب مکمل طور سے فرموں کے بارے میں ہے اس لیے ہم خریدار کے برتاؤ کے بارے میں اور چھان بین نہیں کرتے ہیں۔ بلکہ ہم ان حالات کی نشاندہی کرتے ہیں جن میں قیمت کو قبول کرنے والی فرموں کے لیے ایک معقول مفروضہ ہے۔ قیمت قبول کرنا اکثر اس صورت میں معقول مفروضہ سمجھا جاتا ہے جب بازار میں کئی فرمیں موجود ہوتی ہیں اور خریداروں کو بازار میں رائج قیمتوں کے بارے میں پوری معلومات فراہم ہوتی ہے۔ آخر کیوں؟ آیئے ایک ایسی صورت حال سے شروعات کرتے ہیں جس میں بازار کی ہر ایک فرم ایک جیسی بازار قیمت اختیار کرتی ہے اور شے کی کچھ مقدار بیچتی ہے۔ مان لیجیے کہ اب خاص فرم اپنی قیمت بازار قیمت سے بڑھا دیتی ہے۔ مشاہدہ کریں کہ چونکہ تمام فرمیں ایک شے ہی پیدا کر رہی ہیں اور تمام خریدار بازار قیمت سے آگاہ ہیں اس لیے مذکورہ فرم اپنے تمام خریداروں سے محروم ہو جاتی ہے۔ مزید برآں یہ خریدار جیسے جیسے اپنی خریداری دوسری فرموں سے کرتے ہیں کوئی موافقت کا مسئلہ نہیں اٹھتا ہے، جب بازار میں کئی فرمیں ہوتی ہیں تو ان کی مانگیں آسانی سے پوری ہو جاتی ہیں۔ اب یاد کریں کہ ایک منفرد فرم کی بازار قیمت سے زیادہ قیمت پر شے کی کوئی بھی مقدار بیچ سکنے میں نااہل ہونا بے کم و کاست وہی بات ہے جو کہ قیمت قبول کرنے کا مفروضہ بتاتا ہے۔

4.2 محاصل (REVENUE)

ہم یہ پہلے بتا چکے ہیں کہ ایک مکمل مسابقتی بازار میں ایک فرم کو یقین ہوتا ہے کہ بازار قیمت کے برابر یا اس سے کم قیمت مقرر کر کے وہ شے کی جتنی اکائیاں فروخت کرنا چاہتی ہے فروخت کر سکتی ہے۔ لیکن اگر صورت حال یہ ہے تو یقیناً بازاری قیمت سے کم قیمت مقرر کرنے کی کوئی وجہ نہیں ہے۔ دوسرے لفظوں میں اگر فرم شے کی کچھ مقدار بیچنے کا فیصلہ کرتی ہے، تو جو قیمت وہ مقرر کرتی ہے وہ بازار قیمت کے بالکل برابر ہوتی ہے۔

ایک فرم بازار میں اپنی پیدا کی ہوئی شے کی فروخت کے ذریعہ محاصل (revenue) کماتی ہے۔ مان لیجیے کہ شے کی ایک اکائی کی بازار قیمت p ہے مان لیں کہ پیدا کی گئی شے کی مقدار q ہے۔ اور اس لیے فرم کے ذریعے قیمت p پر جاتی ہے۔ تب فرم کی

© NCERT not to be republished

کل محاصل (TR) کی تعریف اس طرح ہے کہ یہ شے کی بازار قیمت (p) سے فرم کے ماحصل (q) کا ضرب ہے۔

اس لیے :

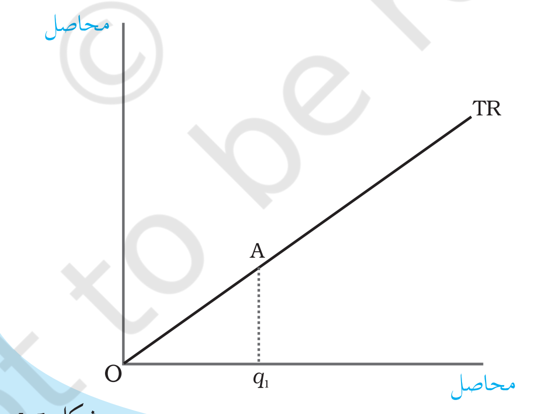
$$TR = p \times q$$

اس بات کو اور پختہ بنانے کے لیے ذیل کی عددی مثال پر غور کریں۔ مان لیں کہ موم بتیوں کا بازار مکمل مسابقتی ہے اور موم بتیوں کے ایک ڈبے کی قیمت 10 روپیے ہے۔ ایک موم بتیوں کے کارخانے دار کے لیے جدول 4.1 یہ دکھاتا ہے کہ کل محاصل (Revenue) کا ماحصل (Output) سے کیا تعلق ہے۔ دھیان دیجیے کہ جب کوئی بھی ڈبہ تیار نہیں ہے تو TR صفر کے برابر ہے، اگر موم بتیوں کا ایک ڈبے کی پیداکاری ہوتی ہے تو TR برابر ہوگا 1×10 روپیے = 10 روپیے۔ اگر موم بتیوں کے مزید 2 ڈبے بنائے جاتے ہیں تو TR برابر ہوگا 2×10 روپیے = 20 روپیے۔ اور اسی طرح آگے بھی حساب چلتا ہے۔

جدول 4.1 : کل محاصل

بیچے گئے ڈبے	TR (روپیے میں)
0	0
1	10
2	20
3	30
4	40
5	50

اس مثال کے بعد آیئے اب زیادہ عام صورت حال کے طرف لوٹیں۔ ایک مکمل مسابقتی بازار میں ایک فرم کی بازار قیمت (p) دی ہوئی ہے۔ بازار قیمت p پر قائم رہتے ہوئے کل محاصل خط فرم کے کل محاصل (y-محور) اور فرم کی ماحصل (x-محور) کے درمیان تعلق دکھاتا ہے۔ شکل 4.1 فرم کا کل محاصل خط دکھاتا ہے۔ یہاں تین مشاہدات مناسب ہیں۔ پہلا، جب ماحصل صفر ہے تو فرم کی کل محاصل بھی صفر ہے۔ اس لیے TR خط نقطۂ صفر سے گزرتا ہے۔ دوسرا، جب ماحصل میں اضافہ ہوتا ہے تو کل محاصل بڑھتا ہے۔



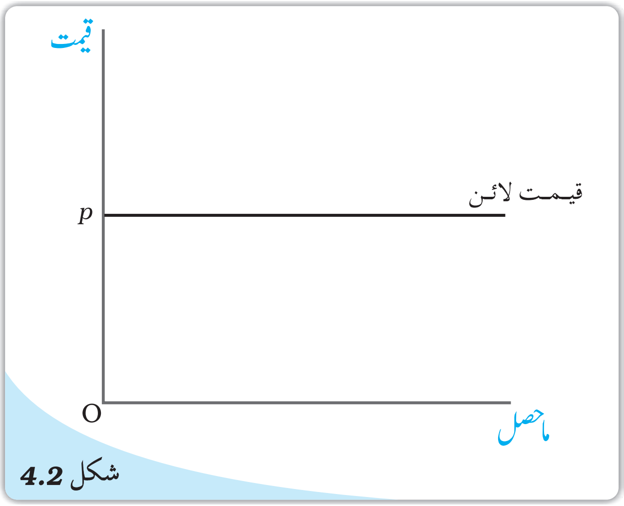
شکل **4.1**

کل محاصل خط: ایک فرم کا کل محاصل خط فرم جو کل محاصل کماتا ہے اور فرم کے ماحصل کی سطح کے درمیان کا تعلق دکھاتا ہے۔ خط کی ڈھلان، Aq_1 بازار کی قیمت فراہم کرتی ہے۔

علاوہ ازیں مساوات $TR=p\times q$، سیدھی لائن کی مساوات ہے۔ اس کا مطلب ہے کہ TR خط اوپر کی طرف اٹھتی ہوئی سیدھی لائن ہے۔ تیسرا، اس سیدھی لائن کی ڈھلان پہ غور کریں۔ جب ماحصل ایک اکائی ہے (افقی دوری Oq_1 شکل 4.1)، کل محاصل (عمودی اونچائی Aq_1 شکل 4.1 میں) $p\times 1=p$ ہے۔ اس لیے سیدھی لائن کی ڈھلان $Aq_1/Oq_1=p$ ہے۔

© NCERT not to be republished

اب شکل 4.2 پر غور کریں۔ یہاں ہم فرم کی ماحصل (x-محور) کی مختلف قدروں کے لیے بازار قیمت (y-محور) کا نقشہ بناتے ہیں۔ چونکہ بازار قیمت p پر قائم ہے۔ ہم ایک افقی سیدھی لائن حاصل کرتے ہیں جو کہ y-محور کو p کے برابر اونچائی پر کاٹتی ہے۔ یہ افقی سیدھی لائن کہلاتی ہے قیمت لائن ایک فرم کے خط طلب کو بھی دکھاتی ہے۔ مشاہدہ کریں کہ شکل 4.2 پر دکھائی گئی ہے کہ بازار قیمت p فرم کی ماحصل پر منحصر نہیں ہے۔ اس کا مطلب ہے کہ ایک فرم قیمت p پر جتنی شے کی اکائیاں بیچنا چاہے بیچ سکتی ہے۔



شکل 4.2

قیمت لائن: قیمت لائن بازار میں قیمت اور فرم کی ماحصل سطح کے درمیان تعلق دکھاتی ہے۔ قیمت لائن کی عمودی اونچائی بازاری قیمت p کے برابر ہے۔

فرم کے اوسط محاصل AR **(average revenue)** کی تعریف یہ ہے کہ یہ ماحصل کی ایک اکائی پر کل محاصل ہے۔ غور کریں کہ اگر فرم کی ماحصل q ہے اور بازار قیمت p ہے تو TR برابر ہے p×q کے۔ اس لیے

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

دوسرے لفظوں میں ایک قیمت قبول کرنے والی فرم کے لیے اوسط محاصل بازار قیمت کے برابر ہے۔

فرم کی حاشیائی محاصل MR (marginal revenue) کی تعریف یہ ہے کہ فرم کے ماحصل کی ایک اکائی میں اضافے کے لیے محاصل میں اضافہ ہے۔ ایک ایسی صورت حال پر غور کریں جس میں فرم کی ماحصل q^0 سے بڑھا کر (q^0+1) کر دی جاتی ہے۔ بازار قیمت p دی گئی ہے۔ غور کریں کہ (ماحصل q^0 سے TR)۔ (ماحصل (q^0+1) سے TR) = MR

$$=(p\times(q^0+1))-(pq^0)=p$$

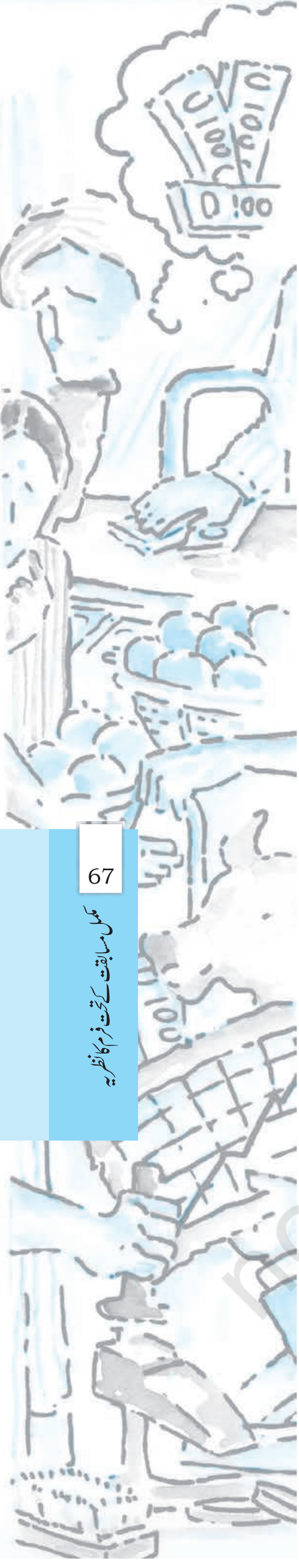
دوسرے لفظوں میں ایک قیمت قبول کار فرم کے لیے حاشیائی محاصل بازار قیمت کے برابر ہے۔

الجبرا کو الگ رکھتے ہوئے، اس نتیجے کا وجدان کافی آسان ہے۔ ایک فرم اپنے ماحصل کو ایک اکائی بڑھاتی ہے تو یہ زائد اکائی بازار قیمت پر بکتی ہے۔ اس لیے ایک اکائی ماحصل اضافے سے فرم کے کل محاصل میں اضافہ یعنی MR بے کم و کاست بازار قیمت ہے۔

4.3 منافع بیش کاری (PROFIT MAXIMISATION)

ایک فرم ایک شے کی ایک خاص مقدار پیدا کرتی ہے اور بیچتی ہے۔ فرم کا منافع جس کے لیے π علامت کا استعمال ہوتا ہے، اس کی

© NCERT not to be republished



تعریف فرم کا کل محاصل (TR) اور کل لاگت پیداوار (TC)[1] کے درمیان کا فرق ہے۔ دوسرے لفظوں میں

$$\pi = TR - TC$$

صاف طور سے TR اور TC میں فرق لاگت نکال کر فرم کی آمدنی ہے۔ ایک فرم اپنے منافع کو بڑھا کر انتہا تک کرنا چاہتی ہے۔ ایک اہم سوال یہ ہے کہ ماحصل کی کس سطح پر فرم کا منافع اپنی انتہا پر ہوگا؟ یہ مانتے ہوئے کہ فرم کا ماحصل مکمل طور پر تقسیم ہوسکتا ہے۔ ہم اب یہ دکھاتے ہیں کہ اگر ماحصل کی سطح مثبت ہے، q^0 جس پر منافع بیش ترین ہے تو تین شرطیں پوری ہونا ضروری ہیں:

1۔ بازار قیمت p، q_0 پر حاشیائی لاگت کے برابر ہے۔

2۔ q_0 پر حاشیائی لاگت نا گھٹنے والی ہے۔

3۔ قلیل مدت میں بازاری قیمت P کو q_0 پر اوسط متغیر لاگت کے برابر یا اس سے زیادہ ہونی چاہیے۔ طویل مدت میں بازار قیمت p کو q_0 پر اوسط لاگت کے برابر یا اس سے زیادہ ہونا چاہیے۔

4.3.1 شرط 1 (Condition 1)

شرط 1 پر غور کریں۔ ہم دکھاتے ہیں کہ شرط 1 صحیح ہے۔ اس کے لیے یہ دلیل ہے کہ ایک منافع کو انتہا تک پہچانے والی فرم ایک ایسی ماحصل کی سطح پر پیداکاری نہیں کرے گی جہاں بازار قیمت حاشیائی لاگت سے زیادہ ہو یا حاشیائی لاگت بازار قیمت سے زیادہ ہو۔ ہم دونوں معاملات کو دیکھیں گے۔

صورت حال 1 : قیمت کا (MC) حاشیائی لاگت سے زیادہ ہونا ممکن نہیں ہے۔

شکل 4.3 پر غور کریں اور دھیان دیں کہ ماحصل سطح q_2 بازاری قیمت p یا اشیائی لاگت سے زیادہ ہو رہی ہے۔ ہم دعویٰ کرتے ہیں کہ q_2 منافع کو انتہا تک بڑھانے والی ماحصل سطح نہیں ہوسکتی ہے۔ کیوں نہیں؟

مشاہدہ کریں کہ تمام ماحصل سطحوں کے لیے جو q_2 کے تھوڑی دائیں طرف میں بازار قیمت حاشیائی لاگت سے بڑھتی ہے۔ اس لیے ایک ماحصل سطح q_3 کو جو q_2 کے تھوڑا دائیں جانب ہے منتخب کریں۔ یہ اس طرح ہو کہ q_2 اور q_3 کے درمیان کے تمام ماحصل سطحوں کے لیے بازاری قیمت حاشیائی لاگت سے بڑھی ہوئی ہو۔

اب مان لیں کہ فرم اپنی ماحصل سطح کو q_2 سے بڑھا کر q_3 کرتی ہے۔ فرم کے کل محاصل میں اضافہ جو کہ اس ماحصل میں اضافہ سے ہوا ہے صرف بازار قیمت کو مقدار میں تبدیلی سے ضرب دینے سے حاصل ہونے والی قدر ہے۔ یعنی یہ مستطیل $q_2=q_3$ CB کا رقبہ ہے۔ دوسری طرف کل لاگت میں اضافہ ہے جو کہ اس ماحصل میں اضافے کی وجہ سے ہوا ہے وہ ماحصل سطح q_2 اور q_3 کے درمیان حاشیائی لاگت خط کے نیچے کا رقبہ ہے۔ یعنی علاقے q_2q_3XW کا رقبہ۔ لیکن دونوں رقبوں کا موازنہ دکھاتا ہے کہ فرم کا منافع زیادہ ہوتا ہے جب کہ ماحصل سطح q_2 نہیں ہے بلکہ q_3 ہے۔ اگر یہ بات صحیح ہے تو q_2 منافع کو انتہا تک بڑھانے والی ماحصل سطح نہیں ہوسکتی ہے۔

---

1 معاشیات میں منافع کو یونانی حرف π کی علامت سے دکھانے کا چلن ہے۔ یا حاشیائی لاگت بازاری قیمت سے زیادہ ہے۔ ہم دونوں صورتحال کا معائنہ کریں گے۔

© NCERT not to be republished

صورت حال 2: قیمت کا حاشیائی لاگت (MC) سے کم ہونا ممکن نہیں ہے۔

شکل 4.3 پر غور کریں، ماحصل سطح q_5 پر بازار قیمت حاشیائی لاگت سے کم ہے۔ ہمارا دعویٰ ہے کہ q_5 منافع کو انتہا تک بڑھانے والی ماحصل سطح نہیں ہوسکتا۔ کیوں؟

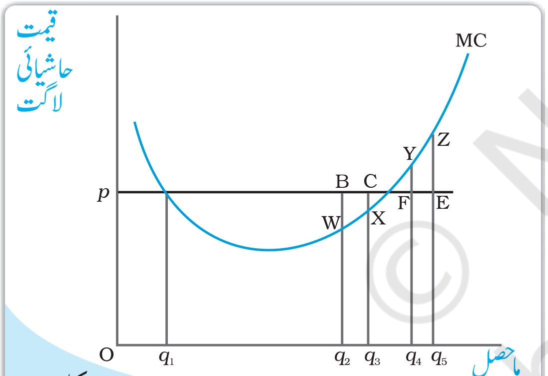
مشاہدہ کریں q_5 کے تھوڑا بائیں جانب کے تمام ماحصل سطحوں کے لیے بازار قیمت حاشیائی لاگت سے کم رہتی ہے۔ اس لیے q_5 سے تھوڑا بائیں طرف کے ایک ایسے ماحصل سطح کا انتخاب کریں کہ q_4 کے درمیان تمام ماحصل کی سطحوں کے لیے حاشیائی لاگت سے بازار قیمت کم ہے۔

اب مان لیں کہ فرم اپنے ماحصل سطح کو q_5 سے کاٹ کر q_4 دیتی ہے۔ فرم کی کل محاصل میں کمی جو کہ اس ماحصل کے سکڑنے کی وجہ سے ہوئی ہے وہ بازار قیمت اور مقدار میں تبدیلی کا ضرب ہے، یعنی مستطیل q_4q_5EF کا رقبہ۔ دوسری طرف کل لاگت میں کمی جو کہ اس ماحصل کے سکڑنے سے آتی ہے وہ حاشیائی لاگت خط کے نیچے کا رقبہ ہے جو ماحصل سطحوں q_4 اور q_5 کے درمیان ہے یعنی q_4q_5ZY کے علاقے کا رقبہ۔ لیکن دونوں رقبوں کا موازنہ یہ دکھاتا ہے کہ فرم کا منافع اس وقت زیادہ ہے جب ماحصل سطح q_4 ہے نہ کہ q_5۔ لیکن اگر یہ صورت حال ہے تو q_5 منافع کو بیش ترین کرنے والی ماحصل سطح نہیں ہوسکتی ہے۔

4.3.2 شرط 2 (Condition 2)

دوسری شرط پر غور کریں جو کہ انتہائی منافع کی ماحصل سطح کے مثبت ہونے پر صحیح ثابت ہوگی۔ ایسا کیوں ہے کہ انتہائی منافع کی ماحصل سطح پر حاشیائی لاگت خط نیچے کی طرف ڈھلواں نہیں ہوسکتا ہے؟ اس سوال کا جواب دینے کے لیے ایک بار پھر شکل 4.3 کو دیکھیں دھیان دیں کہ ماحصل سطح q_1 پر بازار قیمت حاشیائی لاگت کے برابر ہے، حالانکہ حاشیائی لاگت خط نیچے کی طرف ڈھلواں ہے۔

ہم یہ دعویٰ کرتے ہیں کہ q_1 انتہائی منافع کی ماحصل سطح نہیں ہوسکتی ہے۔ کیوں؟



شکل 4.3

منافع میں انتہائی اضافہ کرنے کی شرائط 1 اور 2۔ یہ شکل بتاتی ہے کہ جب بازار قیمت p ہے تو انتہائی منافع کرنے والی فرم کلی ماحصل سطح q_1 نہیں ہوسکتی ہے۔ (حاشیائی لاگت خط MC نیچے کی طرف ڈھلوان ہے۔)-q_2 (بازار قیمت حاشیائی لاگت سے زیادہ ہے) ، یا q_5 حاشیائی لاگت بازاری قیمت سے زیادہ ہے)۔

مشاہدہ کریں کہ q_1 کے تھوڑا بائیں جانب تمام ماحصل سطحوں کے لیے بازار قیمت حاشیائی لاگت سے کم ہے۔ لیکن سیکشن 4.3.1 کی صورت حال 2 میں دی گئی دلیل کے معنی یہ ہیں کہ فرم کا وہ منافع جو q_1 سے کچھ کم ماحصل سطح پر ہے وہ q_1 کی ماحصل سطح سے متعلقہ منافع سے بڑھ جاتا ہے۔ یہ صورت حال ہونے پر q_1 انتہائی منافع دینے والی ماحصل سطح نہیں ہوسکتی ہے۔

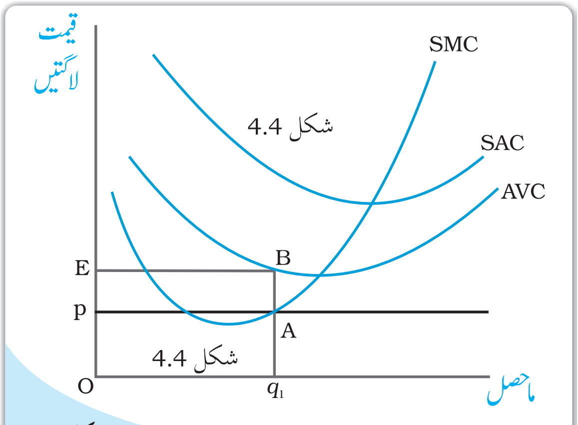
© NCERT not to be republished

4.3.3 شرط 3 (Condition 3)

تیسری شرط پر غور کریں جو کہ اس وقت صحیح ثابت ہوگی جب انتہائی منافع کرنے والی ماحصل سطح مثبت ہوتی ہے۔غور کریں کہ تیسری شرط کے دو حصے ہیں: ایک حصہ قلیل مدت اور ایک حصہ طویل مدت میں لاگو ہوگا۔

صورت حال 1 : قلیل مدت میں قیمت AVC سے زیادہ یا اس کے برابر ہونی چاہیے۔

ہم یہ دکھائیں گے کہ صورت حال 1 کا بیان (اوپر دیکھیں) صحیح ہے۔اس کے لیے ہم یہ دلیل دیتے ہیں کہ ایک انتہائی منافع تک پہنچانے والی فرم قلیل مدت میں ماحصل سطح پر پیداکاری نہیں کرے گی جس میں بازاری قیمت AVC سے کم ہے۔



شکل 4.4

قیمت۔ AVC اور انتہائی منافع کرنا (قلیل مدت) کے درمیان تعلق۔ یہ شکل دکھاتی ہے کہ منافع انتہائی حد کو بڑھانے والی فرم قلیل مدت میں صفر ماحصل دیتی ہے جب بازار قیمت p اس کے اوسط متغیر لاگت (AVC) کی کم سے کم قدر سے کم ہے۔ اگر فرم کی ماحصل سطح q_1 ہے تو فرم کی کیا متغیر لاگت اس کی محاصل سے بڑھ جاتی ہے جو کہ مستطیل pEBA کے رقبہ کے برابر کی مقدار کے بہ قدر ہے۔

آیئے شکل 4.4 کی طرف واپس لوٹیں۔ مشاہدہ کریں کہ q_1 ماحصل کی سطح پہ بازاری قیمت p_1، AVC سے کم ہے۔ہم دعویٰ کرتے ہیں کہ منافع انتہا تک پہنچانے والی ماحصل سطح نہیں ہوسکتی ہے۔کیوں؟

غور کریں کہ فرم کی کل محاصل q_1 پر اس طرح سے ہے

$TR=$ قیمت × مقدار

$=Oq_1$ عمودی اونچائی Op × چوڑائی

مستطیل $Op\ Aq_1$ کا رقبہ

اسی طرح سے q_1 پر فرم کی کل متغیر لاگت اس طرح سے ہے۔

$TVC=$ اوسط متغیر لاگت × مقدار

$=Oq_1$ عمودی اونچائی OE × چوڑائی

$=$ مستطیل $OEBq_1$ کا رقبہ

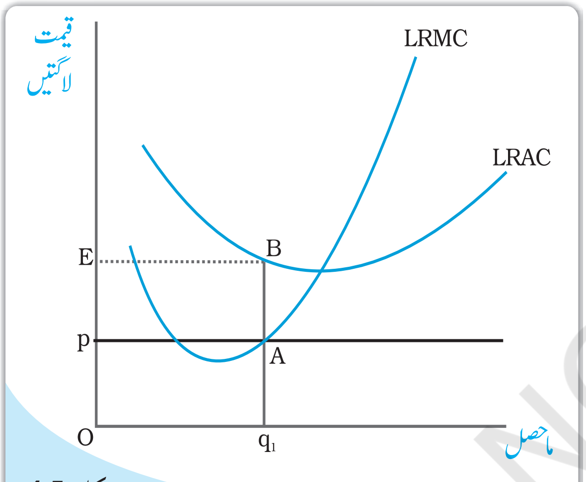
اب یاد کریں کہ فرم کا q_1 پر منافع $TR-(TVC+TFC)$ ہے؛ یعنی (مستطیل $OpAq_1$ کا رقبہ)۔ (مستطیل $OEBq_1$ کا

© NCERT not to be republished

رقبہ)۔TFC–اگرفرم صفر ماحصل پیدا کرتی ہے تو کیا ہوگا؟ چونکہ ماحصل صفر ہے تو TR اور TVC بھی صفر ہیں۔اس لیے فرم کا صفر ماحصل پر منافع۔TFC کے برابر ہوگا۔لیکن مستطیل $OpAq_1$ کا رقبہ یقینی طور پر مستطیل $OEBq_1$ کے رقبہ سے کم ہے۔اس لیے q_1 پر فرم کا منافع یقینی طور پر اس سے کم ہے وہ جو کچھ بھی پیدا کاری نہ کر سکنے کی صورت میں حاصل ہوتا۔اس کے معنی ہیں کہ یقیناً q_1 منافع انتہا تک بڑھانے والی ماحصل سطح نہیں ہوسکتی ہے۔

صورت حال **2** : طویل مدت میں قیمت **AC** سے زیادہ یا اس کے برابر ہونی چاہیے۔

ہم دکھائیں گے کہ صورت حال 2 کا بیان (اوپر دیکھیں) صحیح ہے اور اس کے لیے یہ دلیل ہے کہ طویل مدت میں ایک منافع انتہا تک بڑھانے والی فرم اس ماحصل کی سطح پر پیدا کاری نہیں کرے گی اس میں بازار قیمت AC سے کم ہے۔



شکل **4.5**

قیمت **AVC** اور منافع انتہا تک بڑھانا: (طویل مدت) کے درمیان تعلق۔شکل دکھاتی ہے کہ منافع انتہا تک بڑھانے والی فرم طویل مدت میں صرف ماحصل دیتی ہے جب کہ بازاری قیمت اس کی طویل مدت کی اوسط لاگت (LRAC) کی سب سے کم قدر سے کم ہے۔اگر فرم کا ماحصل کی سطح q_1 ہے تو فرم کی کل لاگت اس کی محاصل سے اس مقدار کے برابر بڑھتی ہے جو کہ مستطیل pEBA کے رقبہ کے برابر ہے۔

آیئے شکل 4.5 کی طرف رخ کریں۔مشاہدہ کریں کہ q_1 ماحصل کی سطح پر بازار قیمت p (طویل مدت) AC سے کم ہے۔ہم یہ دعویٰ کرتے ہیں کہ q_1 منافع انتہا تک برھانے والی ماحصل سطح نہیں ہوسکتی ہے۔کیوں؟

دھیان دیں کہ فرم کا کل محاصل TR پر q_1 ہے مستطیل $Op\,Aq_1$ کا رقبہ ہے (قیمت اور مقدار) جب کہ فرم کی کل لاگت TC مستطیل $OEBq_1$ (اوسط قیمت اور مقدار کا ماحصل)۔چوکہ $OEBq_1$ کے رقبہ مستطیل $OpAq_1$ کے رقبے سے بڑی ہے۔فرم کو q_1 ماحصل کی سطح پر نقصان اٹھانا پڑتا ہے۔لیکن طویل مدت کی صورت میں ایک فرم جو اپنی پیداوار بند کردیتی ہے اس کا منافع صفر ہوتا ہے۔یقینی طور پر اس کا مطلب یہ ہے کہ q_1 ایک منافع انتہا تک بڑھانے والی ماحصل کی سطح نہیں ہے۔

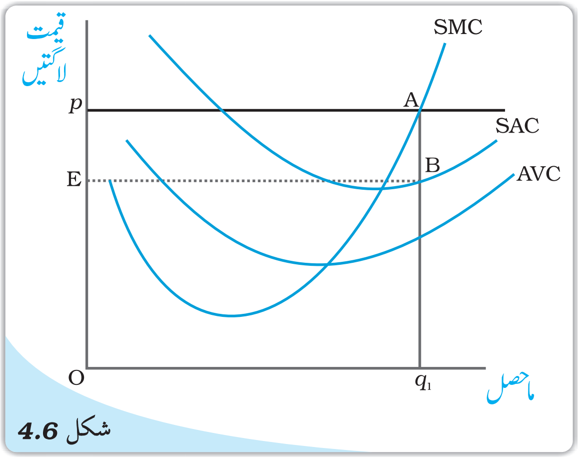
4.3.4 منافع انتہا تک بڑھانے کا مسئلہ: گراف کے ذریعہ وضاحت *(The Profit Maximisation Problem: Graphical Representation)*

3.1، 3.2 اور 3.3 سیکشنوں کے مواد کے استعمال سے آیئے ایک فرم کے قلیل مدت کی صورت میں منافع کی انتہا تک بڑھانے کے مسئلے کو گراف کے ذریعہ دیکھیں۔شکل 4.6 پر غور کریں۔بازار قیمت p ہے۔بازاری قیمت کو (قلیل مدت) حاشیائی لاگت کے برابر کرکے ہمیں ماحصل کی سطح q_0 ملتی ہے۔مشاہدہ کریں کہ q_0 پر SMC اوپر کی طرف ڈھلواں ہے اور، pAVC سے زیادہ ہے۔چونکہ

© NCERT not to be republished

تینوں شرائط جن کا 3.1 سے 3.3 سیکشنوں میں ذکر کیا گیا ہے q_0 پہ پوری ہورہی ہیں۔ ہم یہ سمجھتے ہیں کہ منافع انتہا تک بڑھانے والی ماحصل کی سطح q_0 ہے۔

q_0 پر کیا ہوتا ہے؟ فرم کا کل محاصل q_0 پر مستطیل $OpAq_0$ کا رقبہ ہے (قیمت اور مقدار کا ضرب)۔ جب کہ q_0 پر کل لاگت $OEBq_0$ ہے (قلیل مدت اوسط لاگت اور مقدار کا ضرب) اس لیے فرم q_0 پر مستطیل $EpAB$ کے رقبہ کے برابر منافع کماتی ہے۔



شکل 4.6

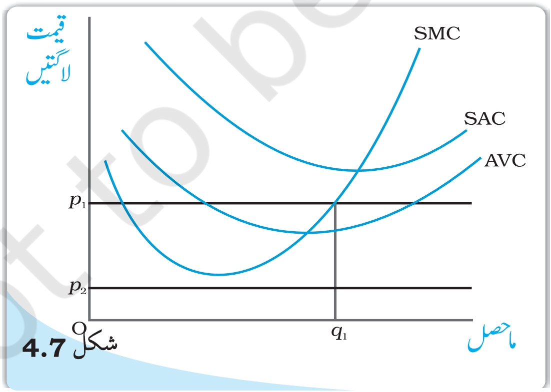
(قلیل مدت) منافع انتہا تک بڑھانے کی جیومیٹری نمائندگی دی گئی بازار قیمت p پر ایک منافع انتہا تک بڑھانے والی فرم کا ماحصل سطح q_0 ہے۔ q_0 پر فرم کا منافع مستطیل $EpAB$ کے رقبہ کے برابر ہے۔

4.4 ایک فرم کا خط رسد (Supply Curve of a Firm)

ایک فرم کا خط رسد ماحصل کی سطحوں (جس کا خاکہ x-محور پر ہے) دکھاتا ہے۔ ان کو فرم پیدا کاری کے لیے بازار قیمت کی مختلف متعلقہ قدروں کے لیے (خاکہ y-محور پر بنتا ہے) منتخب کرتی ہے۔ دی گئی بازار قیمت کے لیے انتہا تک بڑھانے والی فرم کی ماحصل کی سطح اس بات پر منحصر ہوگی کہ آیا ہم قلیل مدت یا طویل مدت پر غور کر رہے ہیں۔ اسی لحاظ سے ہم قلیل مدت خط رسد اور طویل مدت خط رسد میں امتیاز کرتے ہیں۔

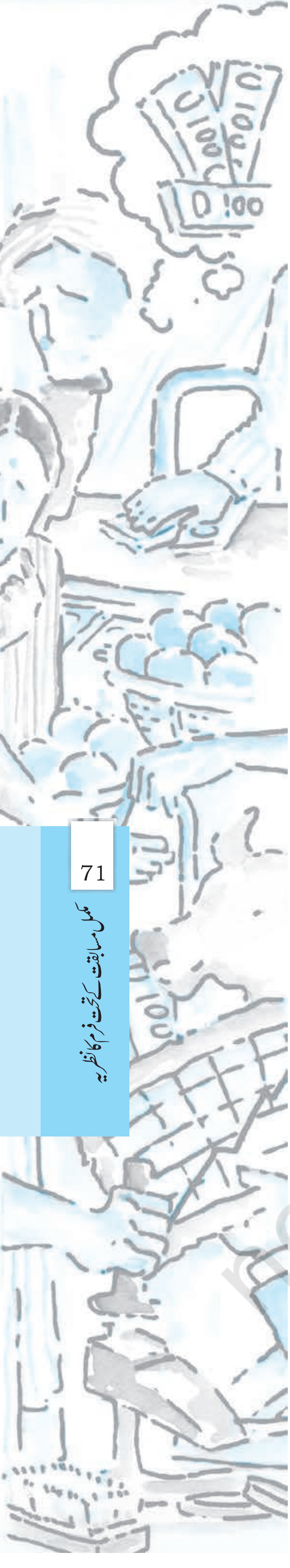
4.4.1 ایک فرم کا قلیل مدت خط رسد (Short Run Supply Curve of a Firm)

آیئے شکل 4.7 کو دیکھیں اور ایک فرم کا قلیل مدت خط رسد اخذ کریں۔ ہم اس اخذ کردہ نتائج کو دو حصوں میں الگ کر دیں گے۔ ہم پہلے فرم کا منافع انتہا تک بڑھانے کی ماحصل سطح کا تعین کریں گے جب بازار قیمت سب سے کم AVC کے برابر یا اس سے زیادہ ہے۔ یہ ہونے کے بعد ہم فرم کی اس منافع انتہا تک بڑھانے والی ماحصل کی سطح کا تعین کریں گے جب بازاری قیمت کم سے کم AVC سے کم ہے۔ بازار قیمت قدریں۔ شکل ان ماحصل کی سطحوں کی دکھاتی ہے جن کو ایک منافع انتہا تک بڑھانے والی فرم قلیل مدت میں بازار قیمت کی دو قدروں p_1 اور p_2 کے لیے



شکل 4.7

بازاری قیمت قدریں: شکل ان ماحصل کی سطحوں کو دکھاتی ہے جن کو ایک منافع انتہا تک بڑھانے والی فرم قلیل مدت میں بازاری قیمت کی دوقدروں p_1 اور p_2 کے لیے منتخب کرتی ہے۔ جب بازاری قیمت p_1 ہے تو فرم کی ماحصل کی سطح q_1 ہے جب بازاری قیمت p_2 ہے تو فرم صفر ماحصل دیتی ہے۔



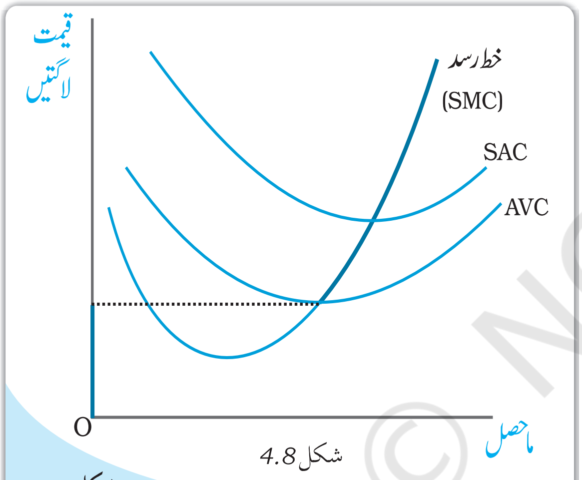
منتخب کرتی ہے۔ جب بازار قیمت p_1 ہے تو فرم کی ماحصل کی سطح q^0 ہے جب بازار قیمت p_2 ہے تو فرم صفر ماحصل دیتی ہے۔

صورت حال 1 : قیمت کم سے کم AVC سے زیادہ ھے یا اس کے برابر ھے

مان لیں کہ بازار قیمت p_1 ہے جو کہ سب سے کم AVC سے زیادہ ہے۔ہم شروعات کرتے ہیں کہ SMC خط کے اوپر اٹھتے حصے پر p_1 اور SMC کو برابر کرکے؛ یہ ماحصل سطح q_1 تک پہنچاتا ہے۔ یہ بھی غور کریں کہ q_1 پر AVC بازار قیمت p_1 سے زیادہ نہیں بڑھتی ہے۔اس طرح سیکشن 3 میں بیان کی گئی تینوں شرائط q_1 پر لاگو ہوتی ہیں۔اس لیے جب بازار قیمت p_1 ہے تو فرم کی قلیل مدت میں ماحصل سطح q_1 کے برابر ہے۔

صورت حال 2 : قیمت کم سے کم AVC سے کم ہے

مان لیں کہ بازار قیمت p_2 جو کہ کم سے کم AVC سے کم ہے۔ہماری دلیل (سیکشن 3 کی شرط 3 دیکھیں) یہ ہے کہ اگر ایک منافع انتہا تک بڑھانے والی فرم ایک مثبت ماحصل کی پیداکاری قلیل مدت میں کرتی ہے تو بازار قیمت p_2 ماحصل سطح پر AVC کے برابر یا اس سے زیادہ ہونی چاہیے۔لیکن شکل 4.7 میں اس بات پر دھیان دیں کہ تمام مثبت ماحصل سطحوں کے لیے AVC یقینی طور پر p_2 سے زیادہ ہوتا ہے۔دوسرے لفظوں میں ایسا نہیں ہوسکتا کہ فرم ایک مثبت ماحصل مہیا کرائے۔اس لیے اگر بازار قیمت p_2 ہے تو فرم صفر ماحصل کی پیداکاری کرے گی۔



شکل 4.8

ایک فرم کا قلیل مدت خط رسد جس کی بنیاد اس کی قلیل مدت حاشیائی خط لاگت (SMC) اور اوسط متغیر لاگت خط (AVC) پر ھے کو موٹی لائن سے دکھایا گیا ھے۔

صورت حال 1 اور صورت حال 2 کو یکجا کرتے ہوئے ہم ایک اہم نتیجے پر پہنچتے ہیں۔ایک فرم قلیل مدت خط مدت رسد SMC خط کا اوپر اٹھتا ہوا وہ حصہ ہے جو کہ کم سے کم AVC سے کم اور اس کے ساتھ کم سے کم قیمتوں کے لیے صفر ماحصل بھی ہے۔شکل 4.8 میں موٹی لائن فرم کے قلیل مدت خط رسد کی نمائندگی کرتی ہے۔

4.4.2 ایک فرم کا طویل مدت خط رسد (Long Run Supply Curve of a Firm)

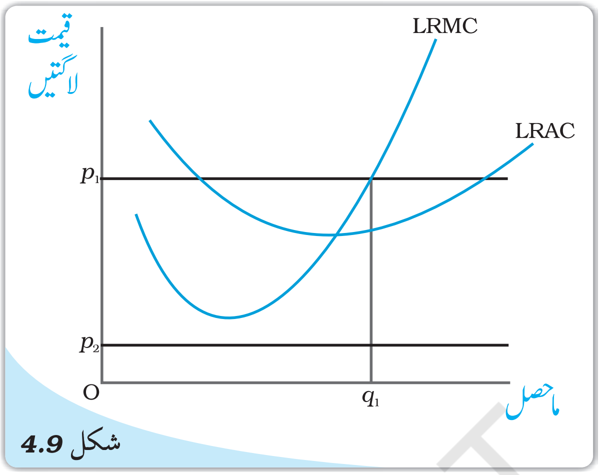
آیئے شکل 4.9 کو دیکھ کر فرم کے طویل مدت خط رسد اخذ کریں۔قلیل مدت کی صورت حال کی طرح ہم اخذ شدہ کو دو حصوں میں بانٹتا ہے۔ہم پہلے فرم کے منافع کو انتہا تک بڑھانے والی ماحصل سطح کا تعین کرتے ہیں۔

© NCERT not to be republished

جب کہ بازار قیمت کم سے کم (طویل مدت) AC سے زیادہ ہے یا اس کے برابر ہے۔ اس کے بعد ہم فرم کے منافع انتہا تک بڑھانے والی ماحصل سطح کا تعین اس صورت کے لیے کرتے ہیں جب بازار قیمت کم سے کم (طویل مدت) AC سے کم ہے۔

صورت حال 1: قیمت کم سے کم LRAC سے زیادہ یا اس کے برابر ہے۔

مان لیں کہ بازار قیمت p_1 ہے جو کم سے کم LRAC سے زیادہ ہے۔ LRMC خط کے اوپر اٹھتے ہوئے حصے پر p_1 کو LRMC سے برابر کر کے ہم ماحصل سطح q_1 حاصل کرتے ہیں۔ یہ بھی دھیان میں رکھیں کہ q_1 پر LRAC بازاری قیمت p_1 سے زیادہ نہیں ہے۔ اس لیے تینوں شرائط جو سیکشن 3 میں بیان کی گئی تھیں وہ q_1 پر لاگو ہوتی ہیں۔ اس لیے بازار قیمت p_1 ہے تو فرم کے طویل مدت میں رسد کی سطح q_1 برابر ہو جاتی ہے۔

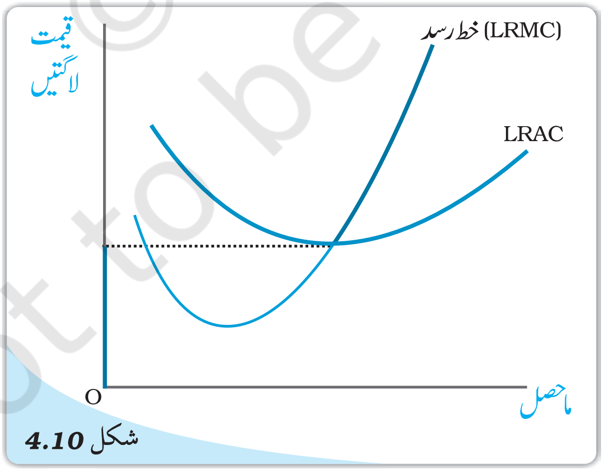


شکل 4.9

مختلف بازاری قیمت کی قدروں کے لیے طویل مدت میں منافع کو بیش ترین کرنا۔ شکل میں منافع انتہا تک بڑھانے والی ایک فرم کی طویل مدت میں بازاری قیمت کی دو قدروں p_1 اور p_2 کے لیے فرم کی چُنی ہوئی ماحصل کی سطحوں کو دکھایا گیا ہے۔ جب بازاری قیمت p_1 ہے تو فرم کی ماحصل سطح q_1 ہے۔ جب بازاری قیمت p_2 ہے تو فرم صفر ماحصل دیتی ہے۔

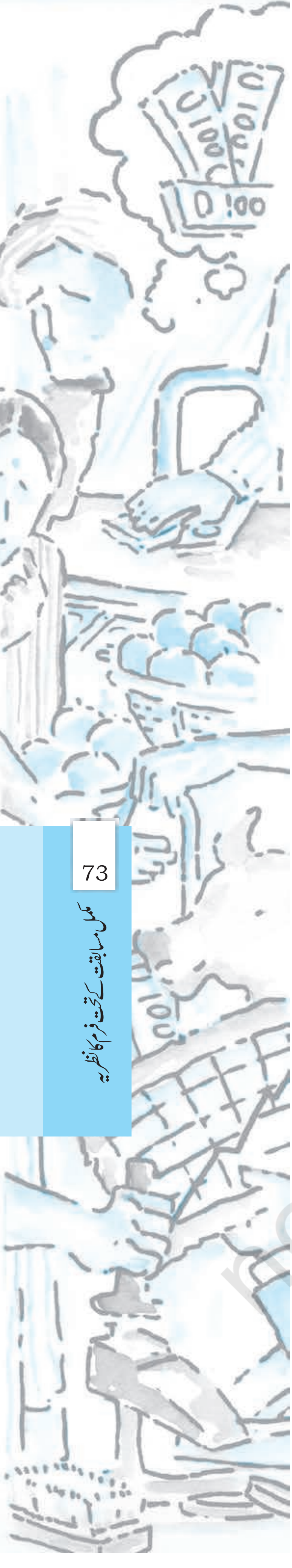
صورت حال 2: قیمت کم سے کم LRAC سے کم ہے۔

مان لیں کہ بازار قیمت q_2 ہے جو کہ کم سے کم LRAC سے کم ہے۔ ہم نے یہ دلیل دی تھی (سیکشن 3 کی شرط 3 دیکھیں) کہ اگر ایک منافع انتہا تک بڑھانے والی فرم ایک مثبت ماحصل طویل مدت میں پیدا کرتی ہے تو بازار قیمت q_2 اس ماحصل سطح پر LRAC سے زیادہ یا اس کے برابر ہونا چاہیے۔ لیکن دھیان دیں کہ شکل 4.9 میں تمام مثبت ماحصل سطحوں کے لیے LRAC یقینی طور پر p_2 سے زیادہ ہے۔ دوسرے لفظوں میں ایسا نہیں ہو سکتا ہے کہ فرم مثبت ماحصل مہیا کراتی ہے۔ اس لیے جب بازار قیمت p_2 ہے تو فرم صفر ماحصل کی پیدا کاری کرتی ہے۔



شکل 4.10

ایک فرم کا طویل مدتی خط رسد: ایک فرم کا طویل مدت خط رسد جس کی بنیاد اس کی طویل مدت حاشیائی لاگت خط *(LRMC)* اور طویل مدت اوسط لاگت خط *(LRAC)* پر ہے اس کی نمائندگی شکل میں موٹی لائن سے کی گئی ہے



© NCERT not to be republished

صورت حال 1 اور صورت حال 2 کو یکجا کر کے ہم ایک اہم نتیجے پر پہنچتے ہیں۔ایک فرم کا طویل مدت خط رسد LRMC خط کا اوپر اٹھتا ہوا حصہ ہے جو کم سے کم LRAC سے اوپر ہے۔اور اس کے ساتھ کم سے کم LRAC سے کم تمام قیمتوں کے لیے صفر ماحصل بھی ہے۔شکل 4.10 میں موٹی لائن فرم کے طویل مدتی خط رسد کی نمائندگی کرتی ہے۔

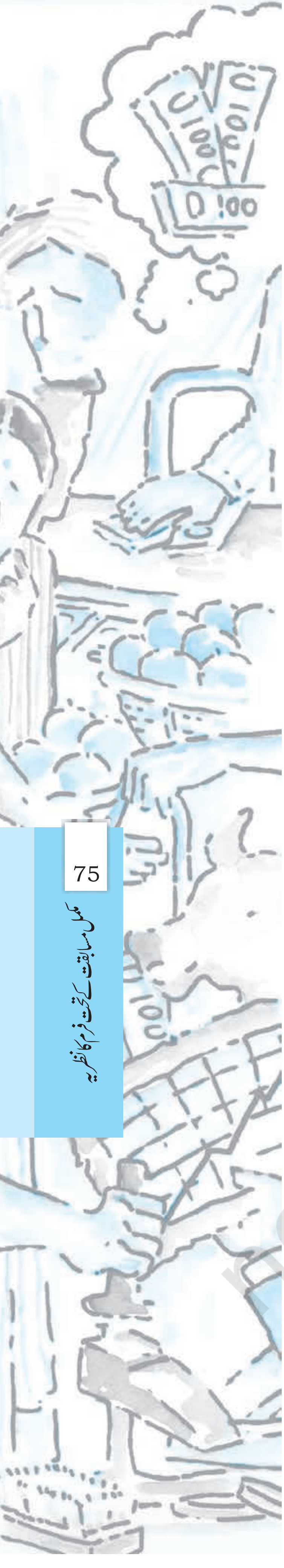
4.4.3 پیداکاری بند کرنے کا نقطہ (The Shut Down Point)

اس سے قبل خط استخراج کے دوران ہم یہ بتا چکے ہیں کہ فرم اس وقت تک پیدا کاری جاری رکھتی ہے جب تک قیمت کم سے کم AVC سے زیادہ یا اس کے برابر رہتی ہے۔اس لیے جب ہم خط رسد کے ساتھ نیچے کی طرف چلتے ہیں تو آخری قیمت۔ماحصل اتصال جس پہ فرم مثبت ماحصل کی پیدا کاری کرتی ہے وہ نقطہ ہے جہاں AVC سب سے کم ہے اور SMC خط AVC خط کو کاٹتا ہے۔ اس کے نیچے پیدا کاری نہیں ہوتی ہے۔یہ نقطہ فرم کا قلیل مدت پیدا کاری بند کرنے کا نقطہ کہلاتا ہے۔لیکن طویل مدت میں پیدا کاری بند کرنے کا نقطہ LRAC خط کا سب سے کم نقطہ ہے۔

4.4.4 عام منافع اور بے نقصان نقطہ (The Normal Profit and Break-even Point)

کوئی فرم ایک پیدا کاری کے عمل میں مختلف قسم کی مادخلوں کا استعمال کرتی ہے۔ان میں سے کچھ کو حاصل کرنے کے لیے فرم کو سیدھی قیمت چکانی ہوتی ہے۔مثال کے طور پر اگر فرم مزدوروں کو رکھتی ہے تو اس کی مزدوری ادا کرنی ہوتی ہے؛ اگر وہ کچھ خام مال کا استعمال کرتی ہے تو فرم کو یہ خریدنے پڑتے ہیں۔کچھ ایسے بھی مادخل ہوسکتے ہیں۔جو فرم کی ملکیت ہوتے ہیں اور ان کے لیے فرم کو کسی کو بھی قیمت ادا کرنے کی ضرورت نہیں ہے۔یہ مادخل حالانکہ ظاہری طور پر فرم کے لیے کوئی لاگت نہیں دکھاتے ہیں لیکن فرم کے لیے لاگت بدل ان کی وجہ سے ہوتی ہے فرم ان مادخلوں کو حال کے پیدا کاری عمل میں استعمال نہ کر کے کچھ دوسرے کاموں میں استعمال کرسکتی ہے اور کچھ فائدہ حاصل کرسکتی ہے۔یہ چھوڑا گیا فائدہ فرم کا لاگت بدل ہے۔فرم عام طور سے امید کرتی ہے کہ حاصل کیا گیا منافع ظاہری لاگت اور اس کے ساتھ لاگت بدل کو پورا کر سکے گا۔منافع کی وہ سطح جو کہ بس فرم کی ظاہری لاگت اور لاگت بدل کو پورا کر سکے وہ عام منافع کہلاتا ہے۔اگر ایک فرم اپنے کل لاگت کے حساب میں ظاہری لاگت اور لاگت بدل دونوں کو شامل کر لیتی ہے تو عام منافع وہ سطحی منافع بن جاتا ہے جب کل محاصل کل لاگت کے برابر ہو جاتا ہے۔یعنی منافع کی سطح صفر۔ایک فرم عام منافع کے اوپر جو منافع کماتی ہے وہ منافع بیش نارمل منافع (Super-Normal Profit) کہلاتا ہے۔طویل مدت میں اگر ایک فرم نارمل منافع سے کم کماتی ہے تو وہ پیدا کاری نہیں کرتی ہے۔قلیل مدت میں لیکن اگر منافع اس سطح سے کم ہے تو بھی فرم پیدا کاری کرسکتی ہے۔خط رسد پر وہ نقطہ جس پر ایک فرم عام منافع کماتی ہے اس کو فرم کا بے نقصان نقطہ کہتے ہیں۔کم سے کم اوسط لاگت کا نقطہ جس پر خط رسد LRAC خط (قلیل مدت میں SAC خط) کو کاٹتا ہے وہ نقطہ اس لیے ایک فرم کا بے نقصان نقطہ ہے۔

© NCERT not to be republished



لاگت بدل (Opportunity Cost)

معاشیات میں اکثر لاگت بدل کا تصور ملتا ہے۔ لاگت بدل کسی سرگرمی کا دوسرا سب سے عمدہ سرگرمی سے چھوڑا گیا فائدہ ہے۔ مان لیجیے آپ کے پاس 1,000 روپیے ہیں آپ خاندانی تجارت میں سرمایہ کاری کرنا چاہتے ہیں۔ آپ کے اس عمل کی لاگت بدل ہوگی ہے؟ اگر آپ روپیے کی سرمایہ کاری نہیں کرتے تو یا تو آپ اس کو اپنے گھر میں حفاظت سے رکھتے ہیں جس سے آپ کو صفر فائدہ ہوتا ہے یا پھر آپ اس رقم کو بینک-1 میں یا بینک-2 میں جمع کرسکتے ہیں جہاں آپ کو 10 فی صد اور 5 فی صد کی شرح سے سود حاصل ہوتا ہے۔ اس لیے دوسری متبادل سرگرمیوں سے جو سب سے زیادہ فائدہ آپ حاصل کرسکتے ہیں وہ بینک-1 سے حاصل ہونے والا سود ہے۔ لیکن یہ موقع اس صورت میں نہیں ملے گا جب کہ آپ اس رقم کو اپنی خاندانی تجارت میں لگا دیتے ہیں۔ اس لیے اپنی خاندانی تجارت میں اس سرمایہ کاری کرنے کی لاگت بدل بینک-1 سے چھوڑا ہوا سود ہے۔

4.5 فرم کے خط رسد کے تعینی عوامل (DETERMINANTS OF A FIRM'S SUPPLY CURVE)

پچھلے سیکشن میں ہم یہ دیکھ چکے ہیں کہ فرم کا خط رسد اس کی حاشیائی لاگت خط کا حصہ ہے۔ اس لیے کوئی بھی عوامل جو فرم کی حاشیائی لاگت خط پر اثر ڈالتا ہے وہ یقیناً فرم کے خط رسد کا عوامل ہے۔ اس سیکشن میں ہم ایسے تین عوامل کا ذکر کریں گے۔

4.5.1 تکنیکی ترقی (Technological Progress)

مان لیجیے کہ ایک فرم پیداکاری کے دو عوامل سرمایہ اور مزدوری کا استعمال ایک خاص شے بنانے کے لیے کرتی ہے۔ تنظیمی جدت کے نتیجے کے طور پر سرمایہ اور مزدوری کی پہلے والی سطح پر ہی اب ماحصل کی اور زیادہ اکائیاں پیدا ہوتی ہیں۔ اس کو دوسری طرح ایسے کہہ سکتے ہیں کہ ماحصل کی ایک خاص سطح کی پیداکاری کرنے کے لیے تنظیم کی جدت فرم کو پہلے سے کم ماخل کی اکائیوں کا استعمال کرنے کے قابل بنا دیتی ہے۔ یہ امید کی جاتی ہے کہ اس سے فرم کی حاشیائی لاگت میں ماحصل کی بھی سطح پر کمی آئے گی؛ یعنی حاشیائی لاگت (*MC*) خط میں دائیں طرف (یا نیچے کی طرف) منتقلی ہوتی ہے۔ چونکہ فرم کا خط رسد بنیادی طور پر *MC* خط کا حصہ ہے، ٹکنالوجیکل ترقی فرم کے خط رسد کو دائیں طرف منتقل کرتی ہے۔ کسی بھی دی گئی بازار قیمت پر اب فرم ماحصل کی اور زیادہ اکائیاں مہیا کرتی ہے۔

4.5.2 ماخل کی قیمتیں (Input Prices)

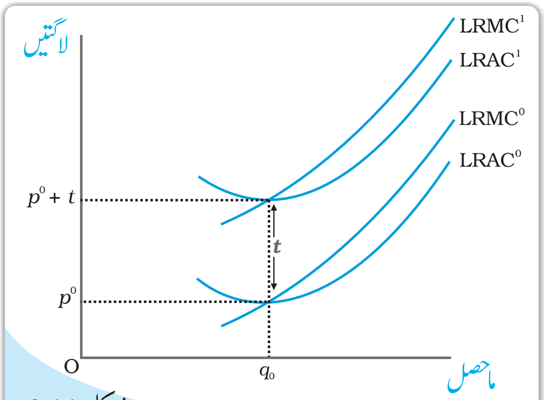
ماخل کی قیمتوں میں تبدیلی بھی فرم کے خط رسد پر اثر انداز ہوتی ہے۔ اگر ایک ماخل کی قیمت (جیسے کہ مزدور کی مزدوری کی شرح) بڑھتی ہے تو پیداکاری کی لاگت بڑھتی ہے۔ فرم کی اوسط لاگت میں نتیجے کے طور پر ہوا اضافہ، جو کہ ماحصل کے کسی بھی سطح پر ہو وہ عام طور پر ماحصل کے کسی بھی سطح پر فرم کی حاشیائی لاگت میں اضافہ کے ساتھ ساتھ ہوتا ہے؛ یعنی حاشیائی لاگت *MC* خط بائیں جانب زیادہ اوپر

© NCERT not to be republished

کی طرف منتقل ہوتا ہے۔اس کے معنی ہیں کہ فرم کا خط رسد بائیں جانب منتقل ہوتا ہے: کسی بھی دی گئی بازار قیمت پر فرم، ماحصل کی پہلے سے کم اکائیاں مہیا کرتا ہے۔

4.5.3 اکائی ٹیکس (Unit Tax)

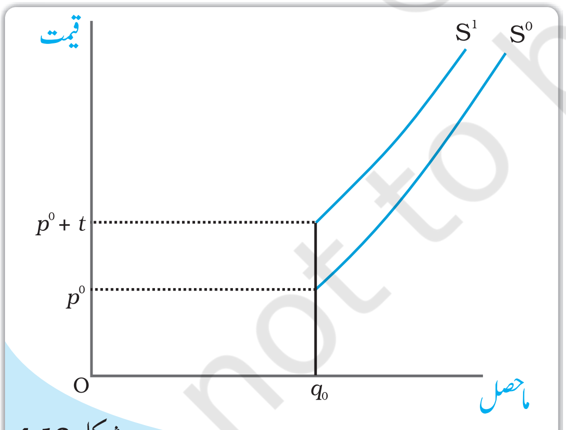
اکائی ٹیکس وہ ٹیکس ہے جو کہ حکومت ماحصل کی ایک اکائی کی فروخت پر لگاتی ہے۔مثال کے طور پر مان لیں کہ حکومت 2 روپے اکائی ٹیکس لگاتی ہے۔ اب اگر فرم شے کی 10 اکائیاں پیدا کرکے فروخت کرتی ہے، تو کل ٹیکس جو فرم حکومت کو ادا کرے گی وہ ہے 2x10 روپے = 20 روپے



شکل 4.11

لاگت خطوط اور اکائی ٹیکس $LRAC^0$ اور $LRMC^0$ طویل مدت اوسط لاگت خط اور طویل مدت حاشیائی لاگت خط فرم کے اکائی ٹیکس t روپے لاگو ہونے کے پہلے کے ہیں۔ $LRAC^1$ اور $LRMC^1$ علی الترتیب فرم کے طویل مدتی اوسط لاگت خط اور طویل مدتی حاشیائی لاگت خط t روپے اکائی ٹیکس لگنے کے بعد کے ہیں۔

فرم کا طویل مدت خط رسد اکائی ٹیکس لگنے سے کس طرح تبدیل ہوتا ہے؟ آیئے شکل 4.11 کو دیکھیں۔اکائی ٹیکس لگنے سے پہلے، $LRMC^0$ اور $LRAC^0$ طویل مدت حاشیائی لاگت خط اور طویل مدت اوسط لاگت خط ہیں۔اب مان لیں کہ حکومت t روپے اکائی ٹیکس لاگو کرتی ہے۔ چونکہ اب فرم کو ہر پیدا ہونے والی شے کی اکائی کے لیے t روپے زائد ادا کرنے ہوں گے فرم کا طویل مدت اوسط خط اور طویل مدت حاشیائی لاگت خط ماحصل کی کسی بھی سطح کے لیے t روپے کے حساب سے بڑھیں گے۔ شکل 4.11 میں $LRMC^1$ اور $LRAC^1$ فرم کے طویل مدت حاشیائی لاگت خط اور طویل مدت اوسط لاگت اکائی ٹیکس لگنے کے بعد کے ہیں۔

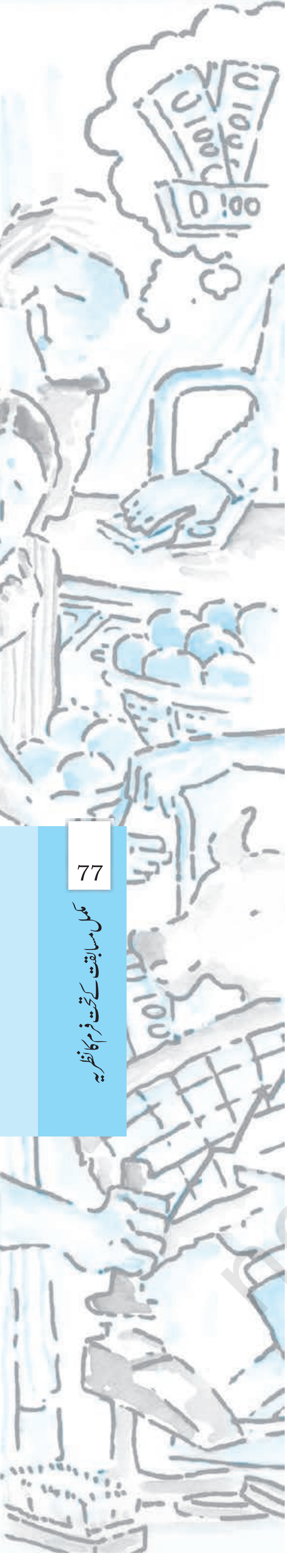


شکل 4.12

رسد اور اکائی ٹیکس S^0 فرم کا خط رسد اکائی ٹیکس لاگو ہونے سے پہلے کا ہے۔ S^1 فرم کے خط رسد کو t روپیے اکائی ٹیکس لاگو ہونے کے بعد کے لیے دکھاتا ہے۔

یاد کریں کہ ایک فرم کا طویل مدت خط رسد LRMC خط کا اوپر اٹھتا ہوا حصہ ہے جو کہ کم سے کم LRAC سے اور اس کے اوپر سے اور کم سے کم LRAC سے کم قیمتوں کے لیے صفر ماحصل کے ساتھ ساتھ ہے۔اس مشاہدے کو شکل 4.12 میں استعمال کرتے ہوئے ہم دیکھتے ہیں کہ S^0 اور S^1 طویل مدت خط رسد ہیں جو علی الترتیب فرم کے اکائی ٹیکس لگنے سے پہلے اور اس کے بعد کے ہیں۔ دھیان دیں کہ اکائی ٹیکس فرم کے طویل مدت خط رسد میں بائیں جانب منتقلی کرتا ہے۔ کسی بھی دی گئی بازار قیمت پہ فرم اب ماحصل کی پہلے سے کم اکائیاں مہیا کرتا ہے۔

© NCERT not to be republished



4.6 بازار خط رسد (Market Supply Curve)

بازار خط رسد ان ماحصل کی سطحوں (x- محور پر بنے خاکہ) کو دکھاتا ہے جو کہ بازار میں فرمیں مجموعی طور پر بناتی ہیں اور بازار قیمت کی مختلف قدروں سے مطابق ہوتی ہیں۔(y- محور پر بنا خاکہ)

بازار خط رسد کس طرح اخذ ہوتا ہے؟ ایک بازار کے بارے میں غور کریں اس میں n فرمیں ہیں فرم 1 ،فرم 2 ،فرم 3 وغیرہ۔ مان لیں کے بازار قیمت p پر مقرر کردی گئی ہے۔تو n فرموں کی مجموعی طور پر پیدا کیا گیا ماحصل یہ ہے: (قیمت p پر فرم 1 کا رسد)+ (قیمت p پر فرم 2 کا رسد) + ...+ (قیمت p پر فرم n کا رسد)۔ دوسرے لفظوں میں p قیمت پر بازار کا رسد اس p قیمت پر منفرد فرموں کے رسد کا جوڑ ہے۔

آیئے اب بازار خط رسد کو جیومیٹری کی مدد سے دیکھیں، بازار میں صرف دو فرموں فرم 1 فرم 2 کے ساتھ بنائیں۔ ان دونوں فرموں کی لاگت ساخت الگ الگ ہیں۔ اگر بازار قیمت $\bar{p}_1$ سے کم ہے تو فرم 1 کوئی پیداکاری نہیں کرے گی۔ جب کہ فرم 2 کوئی پیداکاری نہیں کرے گی کیونکہ بازار قیمت $\bar{p}_2$ سے کم ہے۔ یہ بھی فرض کریں کہ $\bar{p}_1, \bar{p}_2$ سے زیادہ ہے۔

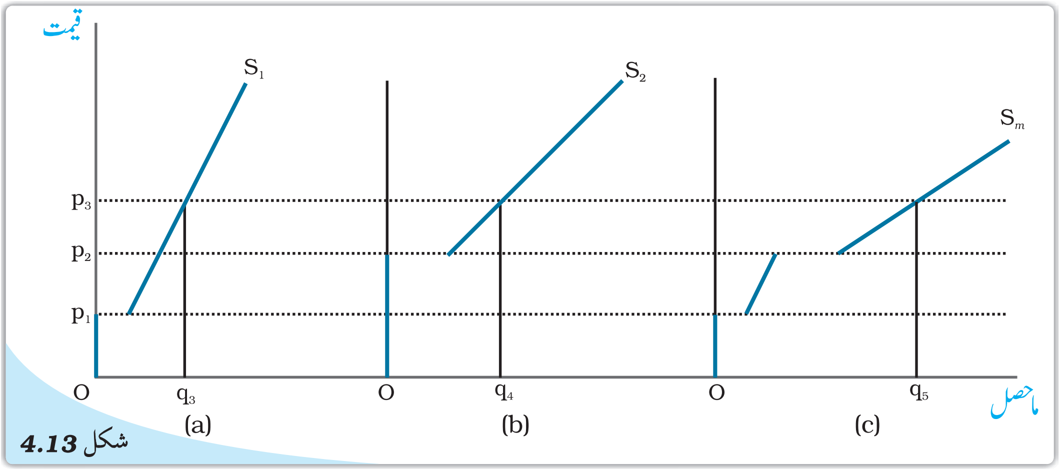
شکل 4.13 کے پینل (a) میں فرم 1 کا خط رسد دکھایا گیا ہے اس کی علامت S_1 ہے؛ پینل (b) میں فرم 2 کا خط رسد دکھایا گیا ہے جس کی علامت S_2 ہے۔ پینل (c) بازار خط رسد دکھاتا ہے جس کی علامت S_m ہے۔ جب بازار قیمت $\bar{p}_1$ سے بالکل کم ہے تو دونوں فرمیں شے کی کوئی بھی مقدار نہیں بنانے کا فیصلہ کرتی ہیں؛ اس لیے اس طرح کی سبھی قیمتوں کے لیے بازار رسد بھی صفر ہوگا۔ $\bar{p}_1$ کے برابر یا اس سے زیادہ بازار قیمت کے لیے لیکن $\bar{p}_2$ سے یقینی طور پر کم قیمت کے لیے صرف فرم 1 شے کی مثبت مقدار کی پیداکاری کرے گی۔ اس لیے اس صورت حال کے لیے بازار خط رسد فرم 1 کے خط رسد سے میل رکھتا ہے۔ $\bar{p}_2$ کے برابر یا اس سے بڑی بازار قیمت کے لیے دونوں فرموں کی ماحصل سطحیں مثبت ہوں گی۔ مثال کے طور پر ایک ایسی صورت حال پر غور کریں جہاں بازار قیمت کی قدر p_3 فرض کی جاتی ہے۔ (دھیان دیں کہ p_3 ، $\bar{p}_2$ سے زیادہ ہے)۔ دی گئی p_3 کے لیے فرم 1 ماحصل کی q_3 اکائیاں مہیا کرتی ہے اور فرم 2 ماحصل کی q_4 اکائیاں مہیا کرتی ہے۔ اس لیے قیمت p_3 پر بازار رسد q_5 ہے جہاں $q_5=q_3+q_4$ - دھیان دیں کہ بازار خط رسد S_m (پینل (a) ہیں) کس طرح سے بنایا جا رہا ہے: ہم S_m کو بازار کی دونوں فرموں کے خطوط رسد S_1 اور S_2 کے افقی جوڑ کو لے کر حاصل کرتے ہیں۔

یہ بات ذہین نشین ہونی چاہیے کہ بازار خط رسد کا استخراج بازار میں فرموں کی ایک مقررہ تعداد کے لیے کیا گیا ہے۔ جب فرموں کی تعداد بدلتی ہے تو بازار خط رسد بھی تبدیل ہوتا ہے۔ اگر بازار میں فرموں کی تعداد بڑھتی (گھٹتی) ہے تو بازار خط رسد دائیں جانب (بائیں جانب) منتقل ہوتا ہے۔

اب ہم اوپر دیے گئے گراف کے ذریعہ تجزیے کو ایک متعلقہ عددی مثال سے سمجھاتے ہیں۔ ایک بازار پر غور کریں جس میں دو فرمیں: فرم 1 اور فرم 2 ہیں۔ مان لیجیے کہ فرم 1 کا خط رسد درج ذیل ہے۔

© NCERT not to be republished

$$s_1(p) = \begin{cases} 0 & : p < 10 \\ p - 10 & : p \geq 10 \end{cases}$$



شکل 4.13

بازارخط رسد پینل : (a)فرم 1 کا خط رسد دکھاتا ھے۔پینل (b) فرم 2 کا خط رسد دکھاتا ھے۔ پینل (c)بازار خط رسد دکھاتا ھے جو کہ دونوں فرموں کے خطوط رسد کے افقی جوڑسے حاصل کیا گیا ھے۔

غور کریں کہ $S_1(p)$ اشارہ کرتا ہے کہ (1) اگر بازار قیمت p، 0 سے یقینی طور پر کم ہے تو فرم 1 کی ماحصل کی پیداکاری صفر ہے۔اور (2) اگر بازار قیمت 10 سے زیادہ یا اس کے برابر ہے تو فرم 1 کی ماحصل کی پیداکاری (p-10) ہے۔فرض کریں کہ فرم 2 کا خط رسد مندرجہ ذیل ہے۔

$$S_2(p) = \begin{cases} 0 & : p < 15 \\ p - 15 & : p \geq 15 \end{cases}$$

$S_2(p)$ کا مفہوم اور $S_1(p)$ کا مفہوم یکساں ہیں اور اس کے لیے یہاں اس کو چھوڑ دیا گیا ہے۔اب بازار خط رسد دونوں فرموں کے خطوط رسد کو صرف جمع کر دیتا ہے؛ دوسرے لفظوں میں:

$$S_m(p) = S_1(p) + S_2(p)$$

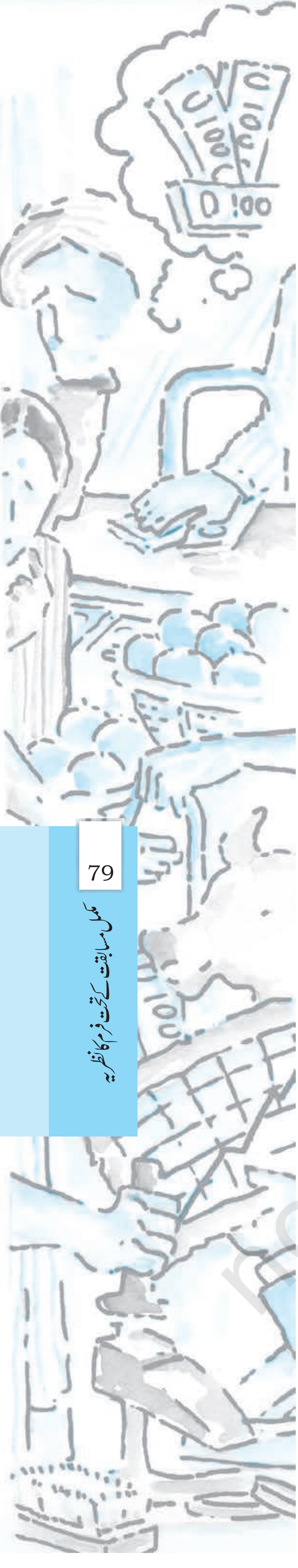
لیکن اس کے معنی ہیں کہ $S_m(p)$ مندرجہ ذیل ہے۔

$$S_m(p) = \begin{cases} 0 & : p < 10 \\ p - 10 & : p \geq 10 \text{ and } p < 15 \\ (p-10) + (p-15) = 2p - 25 & : p \geq 15 \end{cases}$$

4.7 رسد کی قیمت میں لچک (PRICE ELASTICITY OF SUPPLY)

ایک شے کی رسد کی قیمت میں لچک، شے کی قیمت میں تبدیلی کے لیے مہیا کی گئی مقدار کی اثر پذیری کی پیمائش کرتی ہے۔اور صاف طور پر رسد کی قیمت میں لچک کی علامت (e_s) کی تعریف مندرجہ ذیل ہے۔

© NCERT not to be republished



$$\text{رسد کی قیمت میں لچک } (e_s) = \frac{\text{مہیا کی گئی مقدار میں فی صد تبدیلی}}{\text{قیمت میں فی صد تبدیلی}}$$

اگر ایک شے کا بازار خط رسد دیا گیا ہے یعنی $S_m(p)$ تو مان لیں کہ بازار قیمت p^0 پر بازار کو مہیا کی گئی شے کی مقدار q^0 ہے۔ کسی وجہ سے شے کی بازار قیمت p^0 سے p_1 ہوجاتی ہے۔ مان لیں کہ جب بازار قیمت p_1 تو بازار کو مہیا کی گئی شے کی مقدار p^1 ہے۔ دھیان دیں کہ جب بازار قیمت p^0 سے p^1 ہوجاتی ہے تو قیمت میں فی صد تبدیلی $\frac{(p^1 - p^0)}{p^0} \times 100$ ہے۔ اسی طرح سے جب مہیا کی گئی مقدار q^0 سے q^1 ہوجاتی ہے۔ مہیا کی گئی مقدار کی فی صد تبدیلی $\frac{(q^1 - q^0)}{q^0} \times 100$ ہے۔ اس لیے

$$e_s = \frac{100 \times (q^1 - q^0)/q^0}{100 \times (p^1 - p^0)/p^0} = \frac{q^1/q^0 - 1}{p^1/p^0 - 1}$$

اس بات کو اور پختہ بنانے کے لیے ذیل کی عددی مثال پر غور کریں۔ مان لیں کہ کرکٹ کی گیندوں کے لیے بازار کامل طور سے مقابلے کا ہے۔ جب کرکٹ بال کی قیمت 10 روپیے ہے تو فرض کریں کہ بازار میں کل فرمیں مجموعی طور پر 200 کرکٹ گیندوں کی پیداکاری کرتی ہیں۔ جب ایک کرکٹ گیند کی قیمت بڑھ کر 30 روپیے ہوجاتی ہے تو فرض کریں کہ بازار میں فرموں کی مجموعی پیداکاری 1,000 کرکٹ گیندوں کی ہے۔ تب

1۔ $\frac{q^1}{q^0 - 1} = (1000/200 - 1) = 4,$

2۔ $\frac{p^1}{p^0 - 1} = (30/10 - 1) = 2,$

3۔ $e_s = \frac{4}{2} = 2$

جب خط رسد عمودی ہے تو رسد پر قیمت کا کوئی اثر نہیں ہے اور رسد کی لچک صفر ہے۔ دوسرے لفظوں میں، جب خط رسد مثبت طور سے ڈھلواں ہے تو قیمت بڑھنے پر رسد بڑھتا ہے اور اس لیے رسد کی لچک مثبت ہے۔ قیمت میں لچک طلب کی طرح قیمت لوچ رسد بھی اکائیوں پر منحصر نہیں ہے۔

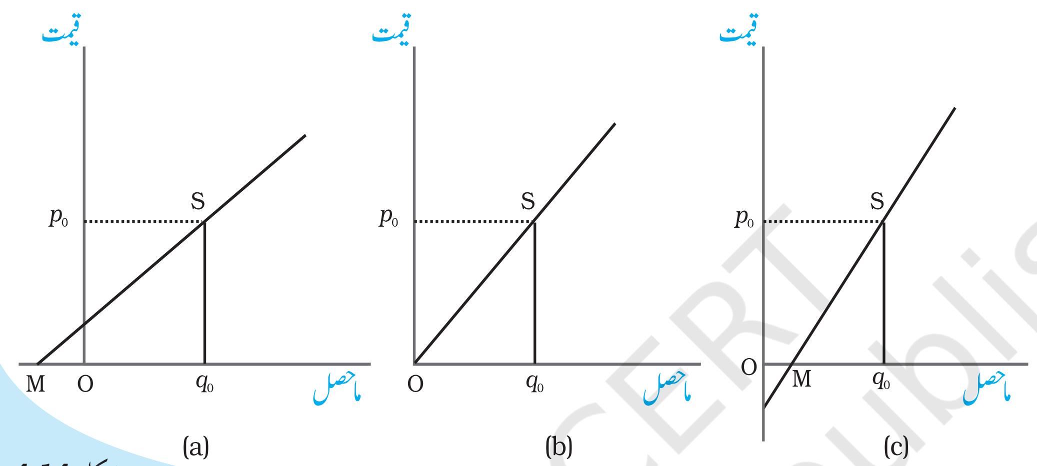
4.7.1 جیومیٹری طریقہ (The Geometric Method)

شکل 4.11 پر غور کریں۔ پینل (a) ایک سیدھی لائن خط رسد دکھاتا ہے۔ S خط رسد پر ایک نقطہ ہے۔ یہ قیمت محور کو اس کے مثبت حصہ پر کاٹتا ہے۔ اور جب ہم سیدھی لائن کو بڑھاتے ہیں تو یہ مقدار۔ محور کو M پر کاٹتا ہے جو کہ اس کے منفی حصے میں ہے۔ نقطہ s پر اس خط رسد کی قیمت لوچ $Mq_0/0q_0$ تناسب سے ملتی ہے۔ اس طرح کے خط رسد پر کس نقطے s کے لیے ہم دیکھتے ہیں کہ $Mq_0 > 0q_0$ اس لیے اس طرح کے خط رسد پر کسی بھی نقطے پر لوچ 1 سے زیادہ ہوگا۔

© NCERT not to be republished

پینل (c) میں ہم ایک سیدھی لائن خط رسد پر غور کرتے ہیں اور اس پر S ایک نقطہ ہے۔ یہ مقدار۔محور کو M پر کاٹتا ہے۔ جو کہ اس کے مثبت حصہ پر ہے۔ایک بار پھر نقطے S پر اس خط رسد کی قیمت لوچ تناسب Mq_0/Oq_0 سے ملتا ہے۔اب $Oq_0 < Mq_0$ ہے۔ اور اس لیے $e_S < 1$ خط رسد پر کوئی نقطہ ہوسکتا ہے۔اور اس لیے اس طرح کے خط رسد پر تمام نقطوں پر $e_S < 1$ ہے۔

اب ہم پینل (b) پر غور کرتے ہیں۔ یہاں پر خط رسد آغاز سے ہوکر گزرتا ہے۔ہم یہ سمجھ سکتے ہیں کہ نقطہ M اور آغاز یہاں ایک ہی ہیں یعنی Mq_0 یہاں Oq_0 کے برابر ہوگیا ہے۔نقطہ S اس خط رسد کی قیمت لوچ Oq_0/Oq_0 تناسب سے ملتی ہے جو کہ 1 کے برابر ہے۔سیدھی لائن خط رسد پر جو کہ آغاز سے گزرتا ہے، کسی بھی نقطے پر قیمت لوچ 1 ہوگی۔



شکل 4.14

سیدھی لائن خطوط رسد سے متعلق قیمت لوچ۔ پینل (a) میں قیمت لوچ (e_S) نقطہ پر 1 سے زیادہ ہے S ۔ پینل (b) میں S پر قیمت لوچ(e_S)1 کے برابر ہے۔ پینل (c)میں S پر قیمت لوچ (e_S)1 سے کم ہے۔

خلاصہ

- ایک مکمل مسابقتی بازار میں فرمیں قیمت قبول کار ہوتی ہیں۔
- ایک فرم کی کل محاصل شے کی بازار قیمت ہے جو فرم کی شے کا ماحصل کے ذریعہ دیا گیا ہے۔
- قیمت قبول کار فرم کا اوسط محاصل بازار قیمت کے برابر ہے۔
- قیمت قبول کار فرم کا حاشیائی محاصل بازار قیمت کے برابر ہے۔
- ایک مکمل مسابقتی بازار میں فرم کا خط طلب کامل طور سے لچک دار ہوتا ہے؛ یہ بازار قیمت پر ایک افقی سیدھی لائن ہے۔
- فرم کا منافع کل محاصل اور کل لاگت کے درمیان کا فرق ہے۔
- اگر قلیل مدت میں فرم کے ماحصل کی ایک مثبت سطح پر فرم کا منافع بڑھ کر انتہا تک پہنچتا ہے تو اس ماحصل کی سطح پر تین شرطیں پوری ہونی چاہئیں:

© NCERT not to be republished

(i) p=SMC

(ii) SMC گھٹ نہیں رہا ہے۔

(iii) p> AVC

- اگر طویل مدت میں فرم کے ماحصل کی ایک مثبت سطح پر فرم کا منافع بڑھ کر انتہا تک پہنچتا ہے تو اس ماحصل کی سطح پر تین شرطیں پوری ہونی چاہئیں:

(i) p= LRMC

(ii) LRMC گھٹ نہیں رہا ہے۔

(iii) P>LRMC

- فرم کا قلیل مدت خط رسد SMC خط کا اوپر اٹھتا ہوا حصہ ہے جو کہ کم سے کم AVC سے اور اس کے اوپر سے اٹھ رہا ہے اور اس کے ساتھ کم سے کم AVC سے کم کی تمام قیمتوں کے لیے صفر ماحصل ہے۔
- فرم کا طویل مدت سے خط رسد LRMC کے خط کا اوپر اٹھتا ہوا حصہ ہے جو کہ کم سے کم LRAC سے اور اس کے اوپر سے اٹھ رہا ہے اور اس کے ساتھ کم سے کم LRAC سے کم کی تمام قیمتوں کے لیے صفر ماحصل ہے۔
- ٹیکنالوجیکل ترقی کسی فرم کے خط رسد کو دائیں طرف منتقل کرسکتی ہے۔
- ماذخل کی قیمتوں میں اضافہ (کمی) سے امکان ہے کہ ایک فرم کا خط رسد بائیں طرف (دائیں طرف) منتقل ہو جاتا ہے۔
- اکائی ٹیکس لاگو ہونے سے فرم کا خط رسد بائیں جانب منتقل ہوتا ہے۔
- منفرد فرموں کے خطوط رسد کے افقی جوڑ سے بازاری خط رسد حاصل ہوتا ہے۔
- ایک شے کی رسد کی قیمت کی لچک مہیا کی گئی مقدار میں فی صد تبدیلی ہے جو کہ شے کی بازار قیمت میں ایک فی صد تبدیلی کی وجہ سے ہوتی ہے۔

© NCERT not to be republished

کلیدی تصورات

مکمل مسابقتی Perfect Competition	ماحصل، منافع منافع بیش کاری یا Revenue, Profit
منافع بیش کاری Profit Maximisation	بازار خط رسد Market Supply Curve
فرم کا خط رسد Firm's Supply Curve	رسد کی قیمت کی لچک Price Elasticity of Supply

مشقیں

1۔ مکمل مسابقتی بازار کی خصوصیات کیا ہیں؟

2۔ فرم کی کل محاصل، بازار قیمت اور بیچی گئی مقدار کا ایک دوسرے سے کس طرح کا تعلق ہے؟

3۔ قیمت لائن کیا ہے؟

4۔ ایک قیمت قبول کار فرم کے کل محاصل کا خط اوپر کی طرف ڈھلواں سیدھی لائن ہے؟ خط کیوں آغاز (مبتدا) سے ہو کر گزرتا ہے۔

5۔ ایک قیمت۔قبول کار فرم کی بازار قیمت اور اوسط محاصل کے درمیان کیا رشتہ ہے؟

6۔ ایک قیمت۔قبول کارفرم کی بازار قیمت اور حاشیائی محاصل کے درمیان کیا رشتہ ہے؟

7۔ اگر ایک مسابقتی بازار میں منافع۔انتہا تک بڑھانے والی فرم مثبت ماحصل کی پیدا کاری کرتی ہے تو کس شرط کو پورا ہونا چاہیے؟

8۔ کیا ایک مسابقتی بازار میں ماحصل کی ایک مثبت سطح ہوسکتی ہے جو کہ ایک منافع انتہا تک بڑھانے والی فرم پیدا کاری کرتی ہے جس پر بازار قیمت، حاشیائی لاگت کے برابر نہیں ہے؟ سمجھایئے۔

9۔ کیا ایک مسابقتی بازار میں منافع انتہا تک بڑھانے والی فرم ماحصل کی مثبت سطح کی پیدا کاری کرے گی جو اس حصہ میں ہو جہاں حاشیائی لاگت کر رہی ہے؟ سمجھایئے۔

10۔ کیا ایک مسابقتی بازار میں منافع انتہاءتک بڑھانے والی فرم قلیل مدت میں ماحصل کی مثبت سطح کی پیدا کاری کرے گی اگر بازار قیمت کم سے کم AVC سے کم ہے؟ سمجھایئے۔

11۔ کیا ایک مسابقتی بازار میں منافع انتہا بڑھانے والی فرم طویل مدت میں ماحصل کی مثبت سطح کی پیدا کاری کرے گی اگر بازاری قیمت AC سے کم ہے؟ سمجھایئے۔

12۔ قلیل مدت میں فرم کا خط رسد کیا ہے؟

13۔ طویل مدت میں فرم کا خط رسد کیا ہے؟

14۔ فرم کے خط رسد پر ٹیکنالوجیکل ترقی کا کیا اثر ہوتا ہے؟

15۔ فرم کے خط رسد پر اکائی ٹیکس لگانے کا کیا اثر ہوتا ہے؟

16۔ ایک ماداخل کی قیمت میں اضافہ فرم کے خط رسد پر کیسے اثر انداز ہوتا ہے؟

17۔ ایک بازار میں فرموں کی تعداد میں اضافہ بازار کے خط رسد پر کیسے اثر انداز ہوتا ہے؟

18۔ رسد کی قیمت لچک کے کیا معنی ہیں؟ ہم اس کی پیائش کس طرح سے کرتے ہیں؟

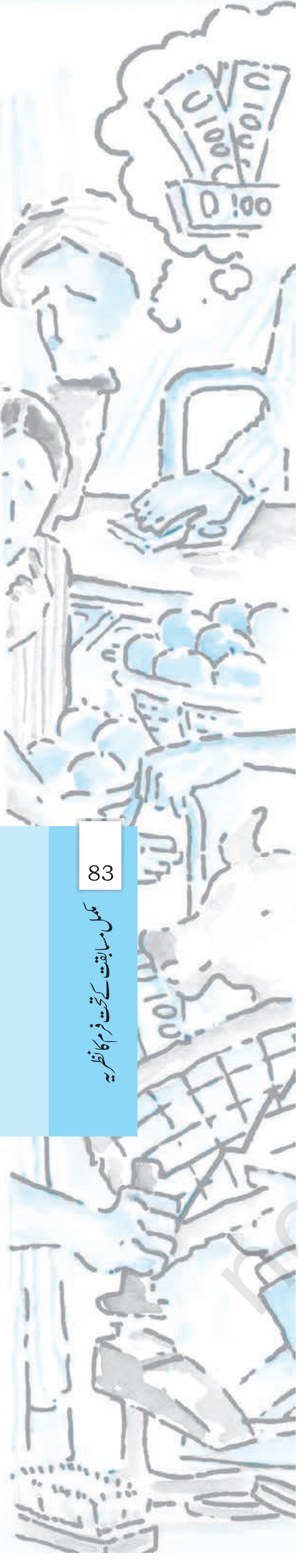
فروخت کی گئی مقدار	TR	MR	AR
0			
1			
2			
3			
4			
5			
6			

19۔ ذیل میں دیے گئے جدول میں کل محاصل، حاشیائی محاصل اور اوسط محاصل گوشواروں کے حساب لگایئے۔ شے کی ایک اکائی کی بازار قیمت 10 روپے ہے۔

20۔ ذیل کا جدول ایک مسابقتی فرم کے کل محاصل اور کل لاگت شے گوشوارہ کو دکھاتا ہے ماحصل کی ہر سطح پر منافع کتنا ہوگا؟ شے کی بازار قیمت بھی بتایئے۔

فروخت کی گئی مقدار	TR(روپے)	TC(روپے)	نفع
0	0	5	
1	5	7	
2	10	10	
3	15	12	
4	20	15	
5	25	23	
6	30	33	
7	35	40	

© NCERT not to be republished



21۔ درج ذیل جدول ایک فرم کا کل لاگت گوشوارہ دکھاتا ہے۔سطح پر منافع بتائیے۔شے کی بازار قیمت بھی بتائیے ماحصل کا منافع انتہا تک بڑھانے والی سطح بتائیے۔

قیمت (روپے)	TC (روپے) میں
0	5
1	15
2	22
3	27
4	31
5	38
6	49
7	63
8	81
9	101
10	123

22۔ ایک بازار کے بارے میں غور کریں جس میں صرف دو فرمیں ہیں۔ذیل کا جدول فرموں کے رسد گوشوارے دکھاتا ہے : SS_1 کالم فرم کا رسد گوشوارہ دیتا ہے اور SS_2 کا فرم 2 کا رسد گوشوارہ دیتاہے۔بازار رسد گوشوارے کا حساب لگائیے۔

قیمت (روپے)	SS_1 اکائیاں	SS_2 اکائیاں
0	0	0
1	0	0
2	0	0
3	1	1
4	2	2
5	3	3
6	4	4

23 فرموں کے ایک بازار کے بارے میں سوچیے۔ذیل کی قیمت روپیے میں جدول میں کالم SS_1 اور کالم SS_2 فرم اور 2 کے رسد گوشوارے دیتے ہیں۔بازار رسد گوشوارہ بتائیے۔

قیمت (روپے)	SS_1 (کلوگرام)	SS_1 (کلوگرام)
0	0	0
1	0	0
2	0	0
3	1	0
4	2	0.5
5	3	1
6	4	1.5
7	5	2
8	6	2.5

© NCERT not to be republished

24۔ ایک بازار میں تین یکساں فرمیں ہیں۔ نیچے دیے گئے جدول میں فرم 1 کا رسد گوشوارہ دکھایا گیا ہے۔ بازار رسد گوشوارہ بتائیے۔

قیمت (روپیے)	SS_1 (اکائیاں)
0	0
1	0
2	2
3	4
4	6
5	8
6	10
7	12
8	14

25۔ جب ایک شے کی بازار قیمت 10 روپیے ہے تو فرم محاصل 50 روپیے کماتی ہے۔ بازار قیمت بڑھ کر 15 روپیے ہوجاتی ہے۔ فرم کی خط رسد کی قیمت لوچ کیا ہے؟

26۔ ایک شے کی بازار قیمت 5 روپیے سے 20 روپیے ہوجاتی ہے۔ نتیجے کے طور پہ فرم جو مقدار مہیا کراتی ہے وہ بڑھ کر 15 اکائیاں ہوجاتی ہیں۔ فرم کی خط رسد کی قیمت لوچ 0.5 ہے۔ فرم کے شروع کا اور آخری سطح ماحصل بتائیے۔

27۔ ایک فرم بازار قیمت 10 روپیے پر ماحصل کی 4 اکائیاں مہیا کرتی ہے۔ بازار قیمت بڑھ کے 30 روپیے ہوجاتی ہے۔ فرم کے رسد کی قیمت لوچ 1.25 ہے۔ فرم نئی قیمت پر کتنی مقدار مہیا کرے گی؟

© NCERT not to be republished