باب 11

# منڈی
# MARKET

## اہم موضوعات

☆ منڈی کا مفہوم اور اہمیت

(a) منڈی کی وسعت

(b) منڈی کی اقسام

(c) مکمل مقابلہ اور اجارہ داری

(d) مکمل مقابلہ اور اجارہ داری کے تحت عرصۂ قلیل اور عرصۂ طویل کی منڈی

☆ مکمل مقابلہ کے تحت قیمت کا تعین بلحاظ وقت (بازاری قیمت اور معیاری قیمت)

www.downloadclassnotes.com

# منڈی اور اشیاء کی قیمتوں کا تعین

Market and pricing of goods

علم معاشیات میں منڈی کو خصوصی اہمیت حاصل ہے کیونکہ یہ ایسی جگہ ہوتی ہے جہاں اشیاء کی طلب اور رسد کے باہمی توازن سے قیمتوں کا تعین ہوتا ہے۔ اشیاء کی طلب و قیمتوں میں تبدیلی اور کاروباری اُتار چڑھاؤ کا اندازہ منڈی کے حالات سے ہی لگایا جا سکتا ہے اور اس طرح منڈی سرمایہ کاروں اور کاروباری اداروں کی رہنمائی کرتے ہوئے ان کے منافع پر اثر انداز ہوتی ہے۔

**منڈی کا مفہوم** عام بول چال میں منڈی سے مراد وہ بازار لیا جاتا ہے جہاں دوکاندار اپنا مال لے کر بیٹھتے ہیں اور گاہک خریداری کے لئے اس کے پاس جاتے ہیں اور سودا طے پانے پر اشیاء کی خرید و فروخت ہوتی ہے۔ لیکن معاشیات میں کسی مخصوص جگہ یا بازار کو منڈی نہیں کہا جاتا بلکہ اسے وسیع معنوں میں لیا جاتا ہے یہ افراد کا گروہ ادارہ یا کوئی نظام بھی ہوسکتا ہے جو کہ اشیاء کی خرید و فروخت کے لیے صارفین اور آجرین کے مابین رابطہ فراہم کرے اور جو جگہ یا علاقہ مندرجہ ذیل شرائط پوری کرے وہ منڈی کہلاتا ہے۔

## منڈی کے لوازمات (Essentials of Market):

1- **شے کا وجود:** جس شے کی منڈی کا ذکر ہو رہا ہو وہ تیار شدہ صورت میں کہیں نہ کہیں موجود ہونی چاہیے

2- **خریداروں اور فروخت کاروں کے مابین باہمی رابطہ:** رابطے کی کئی صورتیں ہوسکتی ہیں مثلاً خریدار کا فروخت کنندہ سے ذاتی طور پر ملنا یا ڈاک و تار، ٹیلیفون ای۔میل اور انٹرنیٹ وغیرہ کے ذریعے رابطہ کرنا۔

3- **مقام یا جگہ:** یہ جگہ ایک دوکان بھی ہوسکتی ہے ایک بازار بھی، ایک ملک بھی یا پوری دنیا بھی۔ گویا جہاں شے بیچنے اور خریدنے والوں کے درمیان باہمی رابطہ ہو سکے وہ علاقہ شے کی منڈی کہلائے گا۔

4- **شے کی ایک قیمت:** کسی شے کی منڈی کے لئے چوتھی شرط یہ ہے کہ اس پورے علاقے میں شے کی ایک وقت میں ایک قیمت وصول ہونی چاہیے۔ مختلف جگہوں پر شے کی قیمت میں فرق کو اس حد تک درگزر کیا جاتا ہے جس حد تک کسی شے کو ایک جگہ سے دوسری جگہ لے جانے پر نقل و حمل کے اخراجات برداشت کرنا پڑیں کیونکہ مختلف اشیاء مختلف مقامات پر تیار ہوتی ہیں۔ لہٰذا جب انہیں دوسری منڈیوں اور علاقوں میں پہنچایا جاتا ہے تو کرائے اور ٹال ٹیکس جیسے کئی اخراجات برداشت کرنا پڑتے ہیں۔ ان اخراجات کو منہا کرنے کے بعد اگر مختلف علاقوں میں شے کی قیمت میں کوئی فرق نہ ہو تو سارا علاقہ شے کی منڈی بن جاتا ہے۔

مثال کے طور پر گندم سرگودھا میں پیدا ہوتی ہے جہاں اس کی قیمت 200 روپے فی من ہے۔ سرگودھا سے گندم کو کوئٹہ لے جانے پر اگر 15 روپے فی من خرچ آئے اور کوئٹہ میں گندم کا نرخ 215 روپے فی من ہو تو سرگودھا اور کوئٹہ گندم کی ایک ہی منڈی ہو گی۔ کیونکہ ظاہری طور پر قیمت میں 15 روپے کا جو فرق ہے وہ نقل و حمل کے اخراجات کے برابر ہے۔ لہٰذا حقیقتاً گندم کا بھاؤ دونوں جگہوں پر ایک ہی ہے اور اس طرح گندم کی ایک ہی منڈی ہے۔

## منڈی کی اہمیت (Significance of Market)

معاشیات میں منڈی کو خصوصی اہمیت حاصل ہے جس کا اندازہ درج ذیل امور سے لگایا جا سکتا ہے۔

**1-اشیاء کی قیمتوں کا تعیّن (Price determination of goods):** منڈی ہی ایک ایسی جگہ ہوتی ہے جہاں پر اشیاء کی طلب اور رسد کے باہمی توازن سے قیمتوں کا تعیّن ہوتا ہے اور قیمتوں کے اسی نظام (میکانیت) کے تحت ایک سرمایہ دارانہ اور مخلوط معاشی نظام میں تمام معاشی فیصلے کئے جاتے ہیں۔

**2-صارفین کے لئے اشیاء کی دستیابی (Availability of goods):** منڈی میں چونکہ ہر قسم کی خاص و عام اشیاء موجود ہوتی ہیں لہٰذا صارفین اپنی ضرورت اور پسند کے مطابق اشیاء حاصل کرکے اپنی حاجات کی تسکین کر سکتے ہیں۔ نیز منڈی میں ہی صارف کے روّیے کا جائزہ لیا جا سکتا ہے کہ قیمتوں میں تبدیلی کے پیش نظر اس کا ردِعمل کیا ہوتا ہے۔

**3-اشیاء کی پیداوار کا فیصلہ اور مال کی کھپت (Decision regarding production / supply of goods):**

قیمتوں کے نظام ہی سے اس بات کی راہنمائی حاصل کی جاتی ہے کہ کون سی اشیاء کتنی مقدار میں پیدا کر کے منڈی میں فروخت کے لئے بھیجنی ہیں۔ نیز تیار شدہ مال (ذخیرے) کا کتنا حصہ منڈی میں بطور رسد بھیجنا ہے۔ اس کا انحصار بھی منڈی میں رائج الوقت قیمتیں ہی کرتی ہیں۔

**4-مزدوروں کی خدمات کی فراہمی (Availability of labour):** محنت کی منڈی میں مزدوروں کی خدمات حاصل کی جا سکتی ہیں۔ نیز مزدوروں کی طلب اور رسد کے پیش نظر ان کی اُجرتوں کے تعیّن کا مسئلہ طے پاتا ہے۔

**5-زری منڈی کی اہمیت (Importance of money market):** زری منڈی میں زر کے مختلف اجزا مثلاً کرنسی، طلبی امانتوں اور معیادی امانتوں پر نظر رکھی جاتی ہے اور زر کی طلب و رسد کا جائزہ لیا جاتا ہے۔

**6-سرمائے کی منڈی کی اہمیت (Importance of capital market):** سٹاک ایکسچینج مارکیٹ میں مشترکہ سرمایہ کی کمپنیوں کے حصص، ہنڈیوں، بانڈز، کفالتوں اور تمسکات کی خرید و فروخت ہوتی ہے۔ نیز سرمایہ کاری کے رجحان کا علم ہوتا ہے اور حصص کی قیمتوں میں کمی بیشی سے منڈی میں مندے یا تیزی کا پتہ چلتا ہے۔

**7-غیر ملکی اشیاء سے استفادہ (Utility of foreign goods):** بین الاقوامی منڈی میں غیر ملکی اشیاء دستیاب ہوتی ہیں۔ درآمدات و برآمدات وجود میں آتی ہیں۔ زرِ مبادلہ کی کمائی اور ادائیگی کے پیش نظر ایکسچینج ریٹ کا تعیّن ہوتا ہے۔ اور توازنِ تجارت کے پیش نظر ملکی معیشت کے استحکام کا پتہ چلتا ہے۔

**8-مقابلہ کی نوعیت کا علم ہونا (Awareness of the nature of competition):** منڈی کے حالات سے پتہ چلتا ہے کہ مقابلہ مکمل ہے، نامکمل یا اجارہ داری کی کیفیت ہے لہٰذا عرصہ قلیل اور عرصہ طویل میں قیمت کے تعیّن کا جائزہ لیا جاتا ہے۔ اب ہم ان باتوں کا جائزہ لیتے ہیں جن پر منڈیوں کی وسعت کا انحصار ہوتا ہے۔

www.downloadclassnotes.com

# منڈی کی وسعت (Extent of the Market)

منڈی کی وسعت سے مراد ہے کہ جو شے منڈی میں فروخت کی جا رہی ہے اس کی طلب کی مقدار کیا ہے اگر اس کی طلب کم ہوگی تو اس کی منڈی محدود ہوگی۔ اس کے علاوہ منڈی کی وسعت میں اس بات کا جائزہ لیا جاتا ہے کہ شے کی مانگ قریبی علاقوں تک ہی ہے یا کہ دور دراز علاقوں تک پھیلی ہوئی ہے۔ جن اشیاء کی طلب دور دراز علاقوں تک ہوگی ان کی منڈیاں وسیع ہوں گی اور جن کی طلب قریبی علاقوں تک ہی محدود ہوگی اس شے کی منڈی وسیع نہیں ہوگی۔

منڈی کی وسعت کا دارومدار مندرجہ ذیل عوامل پر ہوتا ہے۔

**1- شے کی نوعیت (Nature of good):** سب سے پہلے یہ دیکھنا پڑتا ہے کہ شے پائیدار ہے یا ضیاع پذیر۔ ایسی اشیاء جو جلد ضائع ہو جائیں یا گل سڑ جائیں۔ مثلاً دودھ، پھل، سبزی، گوشت، برف وغیرہ انہیں دور دراز علاقوں تک نہیں پہنچایا جا سکتا۔ اس لئے ان کی منڈی محدود ہوتی ہے جبکہ پائیدار اشیاء مثلاً گندم، کپڑا، ریڈیو، سائیکل وغیرہ مختلف مقامات تک پہنچانے میں ان کے جلد ضائع ہو جانے کا خطرہ نہیں ہوتا۔ لہٰذا ان کی منڈی وسیع ہوتی ہے۔

**2- شے کا حجم، وزن اور مالیت (Size, weight and value of goods):** شے کے حجم، وزن اور مالیت وغیرہ کے پیش نظر بھی اس کی منڈی کی وسعت کا جائزہ لیا جاتا ہے۔ وہ اشیاء جو حجم اور وزن تو زیادہ رکھتی ہیں لیکن ان کی مالیت کم ہو مثلاً بھوسہ، چارہ، مٹی وغیرہ۔ ایسی اشیاء کی منڈی محدود اور مقامی ہوتی ہے جبکہ کم وزن اور زیادہ مالیت والی اشیاء مثلاً گھڑیاں، زیورات، کپڑے، پن وغیرہ کی منڈی وسیع ہوتی ہے۔

**3- شے کی طلب (Demand for good):** جس شے کی طلب زیادہ ہوگی اس کی مانگ دور دراز علاقوں تک پھیلے گی اور منڈی کو وسعت نصیب ہوگی۔ لیکن شے کی طلب کم ہونے کی صورت میں منڈی محدود ہو کر رہ جاتی ہے۔

**4- رسد کی مقدار (Quantity of supply):** اگر شے کو بڑے پیمانے پر تیار کیا جا رہا ہو تو وہ زیادہ لوگوں کی ضرورت کو پورا کرتی ہے۔ اس لئے اس کی منڈی وسیع ہو جاتی ہے لیکن کم مقدار میں پیداوار کی صورت میں وہ صرف چند افراد کے استعمال میں ہی آتی ہے اس لئے اس کی منڈی محدود ہوتی ہے۔

**5- ذرائع نقل و حمل اور رسل و رسائل (Means of communication and Transportation):**

ریلیں، سڑکیں آبی اور ہوائی راستے منڈی کے حالات پر بہت زیادہ اثر انداز ہوتے ہیں۔ اگر یہ ذرائع ترقی یافتہ ہوں تو اشیاء کو ایک مقام سے دوسرے مقام اور ایک ملک سے دوسرے ملک تک پہنچانا آسان اور سستا ہوتا ہے جبکہ ان ذرائع کے پسماندہ ہونے کی صورت میں اشیاء کی نقل و حمل نہ صرف مشکل ہوتی ہے بلکہ اس پر لاگت بھی زیادہ آتی ہے اس لئے منڈی محدود ہو جاتی ہے۔ نیز ریڈیو، ٹیلی ویژن، اخبارات اور اشتہارات کے ذریعے بھی شے کی پیداوار کو پورے ملک بلکہ پوری دنیا میں متعارف کروا کر اس کی منڈی وسیع کی جا سکتی ہے۔

**6- نظام بینکاری (Banking system):** دور جدید میں اشیاء کے لین دین میں بینک اہم فرائض ادا کرتے ہیں۔ کیونکہ اعتباری زر، ہنڈی، چیک، ڈرافٹ وغیرہ کے ذریعے ادائیگیاں کر کے یہ تجارت کو فروغ بخشتے ہیں۔ اس لئے جتنا کسی ملک میں بنکاری نظام مستحکم ہوگا اور لوگوں کو زیادہ سہولتیں میسر ہوں گی۔ اتنا ہی اشیاء کا لین دین زیادہ ہوگا اور ان کی منڈی وسیع ہوگی جن ممالک میں نظام بنکاری زیادہ مستحکم اور مضبوط نہیں ہوتا وہاں اشیاء کی خرید و فروخت بھی محدود پیمانے پر ہوتی ہے۔

**7-سیاسی حالات (Political condition):** اگر ملک میں امن و امان ہو اور سیاسی حالات مستحکم ہوں تو اشیاء کی رسد اور طلب میں اضافہ ہوتا ہے اور منڈی وسیع ہوتی ہے جبکہ بدامنی، افراتفری اور جنگ وغیرہ کی صورت میں نہ صرف اشیاء کی پیداوار کم ہوتی ہے بلکہ انہیں دور دراز علاقوں میں پہنچانا بھی مشکل ہو جاتا ہے اس لئے منڈی محدود رہتی ہے۔

**8-تجارتی پالیسی (Commercial policy):** اگر حکومت آزاد تجارتی پالیسی کے حق میں ہو تو درآمدات اور برآمدات میں اضافہ ہو جاتا ہے اور اشیاء کی منڈی پھیل جاتی ہے جبکہ تجارتی پابندیاں درآمدی اور برآمدی اشیاء کی مقدار کو کم کر دیتی ہیں۔ لہٰذا ان کی منڈی سکڑ کر رہ جاتی ہے۔

**9-اشیاء کی درجہ بندی (Grading of goods):** اگر اشیاء کی درجہ بندی اور معیار بندی کی جائے تو ان کی مانگ میں اضافہ ہوتا ہے جبکہ ایسا نہ کرنے پر منڈی محدود ہو جاتی ہے۔

**10-تخصیص کار (Specialization):** منڈی کی وسعت پر سب سے زیادہ اثر انداز ہونے والا عامل تقسیم کار کا اصول ہے۔ اس اصول کو اپنانے کی صورت میں شے کو بڑے پیمانے پر تیار کیا جاتا ہے۔ اندرونی اور بیرونی کفایتیں حاصل ہوتی ہیں۔ شے سستی اور پائیدار ہوتی ہے۔ لہٰذا اس کی طلب بڑھتی ہے اور منڈی وسیع ہو جاتی ہے۔ اگر کاروبار میں تقسیم کار نہ ہو تو شے محدود پیمانے پر پیدا ہوتی ہے اور اس کی منڈی بھی وسیع نہیں ہوتی۔

## منڈی کی اقسام (Kinds of Market)

منڈی کی اقسام کا جائزہ درج ذیل صورتوں میں لیا جاتا ہے۔

1- عرصہ وقت کے پیش نظر
2- محل وقوع کے پیش نظر
3- اشیاء کی نوعیت کے پیش نظر
4- مقابلہ کی نوعیت کے پیش نظر

### 1 عرصہ وقت کے پیش نظر منڈی کی اقسام

- یومیہ منڈی
- عرصہ قلیل کی منڈی
- عرصہ طویل کی منڈی

**(الف) یومیہ منڈی (Day to day Market):** یہ ایسی اشیاء کی منڈی ہوتی ہے جو جلد گل سڑ یا ضائع ہو جاتی ہیں اور جن کا ذخیرہ نہیں کیا جا سکتا۔ ان اشیاء میں دودھ، گوشت، مچھلی، پھل، سبزیاں، برف وغیرہ شامل ہوتی ہیں۔ ایسی اشیاء کی روزانہ تازہ رسد منڈی میں پہنچتی ہے اور صبح تک تمام مال منڈی میں پہنچ جاتا ہے۔ چونکہ ایک دن میں رسد میں کمی بیشی نہیں کی جا سکتی اس لئے ان کی رسد معینہ ہوتی ہے۔ اگر شے کی طلب میں اضافہ ہو جائے تو قیمت بڑھ جاتی ہے اور طلب کم ہونے پر قیمت میں کمی آ جاتی ہے۔ لہٰذا ایسی منڈی میں شے کی قیمت مستحکم نہیں رہتی اور آئے دن بدلتی رہتی ہے۔

اگرچہ سائنسی ترقی کی بدولت اب ان میں سے اکثر اشیاء کو دیر تک محفوظ کیا جا سکتا ہے۔ مثلاً دودھ کو خشک کر کے، پھل اور سبزیوں کو کولڈ سٹوریج میں رکھ کر۔ تاہم ان اشیاء کا تازہ سٹاک یومیہ منڈی میں ہی خرید و فروخت ہوتا ہے اور ان کا بڑے پیمانے پر ذخیرہ کرنا بہت مشکل ہوتا ہے۔

**(ب) عرصہ قلیل کی منڈی: (Short Period Market)** قلیل عرصہ سے مراد اتنا عرصہ وقت لیا جاتا ہے جس سے رسد کو ایک محدود حد تک کم و بیش کیا جا سکے۔ یعنی جس حد تک مال ذخیرے میں موجود ہو یا کارخانوں میں اگر گنجائش ہو تو مزید شفٹ چلا کر پیداوار میں اضافہ کر کے رسد بڑھانا۔ لیکن اتنا وقت نہیں ہوتا کہ کارخانے کے موجودہ سائز میں تبدیلی کی جا سکے یا شے کو نئے سرے سے تیار کر کے منڈی میں لایا جا سکے۔ قلیل عرصہ کی منڈی میں اگر شے کی طلب میں اضافہ ہو جائے تو ایک حد تک رسد میں اضافہ کیا جا سکتا ہے۔ لیکن اگر شے کی طلب میں بہت زیادہ اضافہ ہو جائے تو اس حد تک نہیں بڑھایا جا سکتا۔ اس لئے قیمت میں اضافہ ہو جاتا ہے اور اس طرح قیمت پر رسد کے مقابلہ میں طلب زیادہ اثر انداز ہوتی ہے۔ ایسی منڈی میں قیمت کا تعین شے کی قلیل عرصہ کی طلب اور رسد کے باہمی توازن سے طے پاتا ہے۔

**(ج) عرصہ طویل کی منڈی: (Long Period Market)** طویل عرصہ سے مراد اتنا عرصہ وقت ہوتا ہے جس میں کارخانے کے سائز اور جسامت میں تبدیلی کی جا سکتی ہے۔ نئے کارخانے قائم کئے جا سکتے ہیں اور شے کو نئے سرے سے پیدا کر کے منڈی میں لایا جا سکتا ہے۔ لہٰذا ایسی منڈی میں اگر شے کی طلب میں اضافہ ہو جائے تو رسد میں اضافہ کیا جا سکتا ہے اور اگر طلب میں کمی آ جائے تو رسد کو گھٹایا جا سکتا ہے۔ اس طرح طلب میں کمی بیشی کے اثر کو رسد میں رد و بدل کر کے ختم کیا جا سکتا ہے۔ اس طرح شے کی قیمت کے تعین پر طلب کے مقابلہ میں رسد کو زیادہ اہمیت حاصل ہوتی ہے اور قیمت، طلب اور رسد کے مستقل توازن کی بناء پر مقرر ہوتی ہے۔ یہ قیمت دیرپا ہوتی ہے۔ اس میں آئے دن اُتار چڑھاؤ نہیں ہوتا رہتا اس لئے اسے معیاری قیمت کا نام بھی دیا جاتا ہے۔

## 2- محل وقوع کے پیش نظر منڈی کی اقسام

- مقامی منڈی
- علاقائی منڈی
- قومی منڈی
- بین الاقوامی منڈی

**(الف) مقامی منڈی: (Local Market)** بعض اشیاء ایسی ہوتی ہیں جو جہاں پیدا ہوتی ہیں اس کے قرب و جوار میں استعمال میں آتی ہیں اور انہیں دور دراز علاقوں میں نہیں پہنچایا جا سکتا۔ ایسی اشیاء کی مقامی منڈی ہوتی ہے۔ ان میں عموماً دو قسم کی اشیاء شامل ہوتی ہیں۔

1- ایسی اشیاء جن کا حجم اور وزن تو زیادہ ہوتا ہے لیکن مالیت کم ہو۔ مثلاً اینٹیں، بھوسہ، چارہ، مٹی وغیرہ۔ ان کے نقل و حمل کے اخراجات زیادہ ہوتے ہیں۔ اس لئے مقامی جگہ پر ہی استعمال میں آتی ہیں۔
2- ضیاع پذیر اشیاء جن کے جلد گل سڑ جانے یا ضائع ہو جانے کا خطرہ ہو۔ مثلاً گوشت، سبزیاں، دودھ، برف وغیرہ۔

**(ب) علاقائی منڈی: (Regional Market)** بعض اشیاء کی خرید و فروخت ایک مخصوص علاقے تک محدود ہوتی ہے۔ کیونکہ وہ اس علاقے کے لوگوں کی عادات اور رسم و رواج میں شامل ہوتی ہیں جبکہ دوسرے علاقوں میں ان کی مانگ نہیں ہوتی۔ مثلاً خوشابی لنگی، سندھی ٹوپی، پشاوری چپل وغیرہ ایسی اشیاء کی علاقائی منڈی ہوتی ہے۔

**(ج) قومی یا ملکی منڈی: (National Market)** جن اشیاء کی پورے ملک میں خرید و فروخت کی جا رہی ہو ان کی قومی منڈی ہوتی ہے ایسی اشیاء کی پورے ملک میں تقریباً ایک ہی قیمت ہوتی ہے۔ کیونکہ قیمت کی یکسانیت کے لئے ڈاک تار اور ٹیلیفون کے ذرائع اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ ایسی اشیاء میں پائیدار اور کم حجم و زیادہ مالیت والی اشیاء شامل ہوتی ہیں۔ ملکی منڈی میں شے کی قیمت میں فرق صرف نقل و حمل کے اخراجات کے برابر ہوتا ہے جب اسے منہا کر دیا جائے تو ملک کے ہر حصہ میں اس کی قیمت برابر ہوتی ہے۔ گندم، گھی، سیمنٹ، کپڑے وغیرہ کی ملکی منڈی ہو سکتی ہے۔

www.downloadclassnotes.com

**(د) بین الاقوامی یا غیر ملکی منڈی:** (International Market) ایسی اشیاء جو دنیا کے مختلف ممالک میں خرید و فروخت کی جا رہی ہوں' کی عالمی یا بین الاقوامی منڈی ہوتی ہے۔ ان میں سونا چاندی' ادویات' مشینیں وغیرہ شامل ہوتی ہیں۔ ایسی منڈی میں دنیا بھر کے لوگ خرید و فروخت کرتے ہیں۔

## 3- اشیاء کی نوعیت کے پیش نظر منڈی کی اقسام

عام منڈی — خاص منڈی — نمونہ کی منڈی — درجہ بندی کی منڈی — محنت کی منڈی — سرمائے کی منڈی — زر کی منڈی

**(الف) عام منڈی:** (General Market) اس سے ایسی منڈی مراد لی جاتی ہے جس میں ضروریات زندگی کی ہر قسم کی اشیاء کی خرید و فروخت کی جا رہی ہو' یعنی جہاں کپڑا' جوتے' گھی' ادویات' صابن' چینی' چائے' ریڈیو غرض ہر قسم کی اشیاء دستیاب ہوں۔ پاکستان کے تمام شہروں اور قصبوں میں عام منڈیاں پائی جاتی ہیں۔ لاہور کا انارکلی بازار' شاہ عالم مارکیٹ اور سرگودھا کا کچہری بازار عام منڈی کی مثالیں ہیں۔

**(ب) خاص منڈی:** (Special Market) یہ ایسی منڈی ہوتی ہے جس میں صرف مخصوص قسم کی اشیاء کی خرید و فروخت ہی ہوتی ہے۔ مثلاً غلہ منڈی' چارہ منڈی' کپڑے کی منڈی وغیرہ۔

**(ج) نمونے کی منڈی:** (Sample Market) بعض اشیاء کی خرید و فروخت کے لئے تمام مال نہیں دیکھا جاتا بلکہ اس کا کچھ حصہ بطور نمونہ دیکھ کر ہی سودا طے پا جاتا ہے۔ عام طور پر زرعی اجناس مثلاً گندم' چاول' چنے وغیرہ کی خرید و فروخت اسی طریقہ سے ہوتی ہے۔

**(د) درجہ بندی کی منڈی:** (Graded Market) بعض اشیاء کی معیار بندی کر دی جاتی ہے اور ان کے مختلف لیبل یا ٹریڈ مارک کا نام لے کر ہی خرید و فروخت کی جاتی ہے۔ اس طرح شے کو دیکھنے کی ضرورت نہیں پڑتی۔ مثلاً باسمتی چاول' گندم چناب 70- کپڑا 4000K-T' چائے کراؤن برانڈ۔ صابن لکس' پن ایگل وغیرہ۔

**(و) محنت کی منڈی:** (Labour Market) ایسی منڈی میں مزدوروں کی خدمات حاصل کی جاتی ہیں اور ان کی طلب و رسد کے پیش نظر ان کی اُجرتوں کا تعین ہوتا ہے۔

**(ر) سرمائے کی منڈی:** (Capital Market) اسے سٹاک ایکسچینج مارکیٹ بھی کہا جاتا ہے اور ایسی منڈی میں مشترکہ سرمایہ کمپنیوں کے حصص' ہنڈیوں' بانڈز' کفالتوں اور تمسکات کی خرید و فروخت ہوتی ہے۔

**(س) زر کی منڈی:** (Money Market) زر کی منڈی مرکزی و تجارتی بینکوں' مالی کارپوریشنوں' بیمہ کمپنیوں اور دیگر مالیاتی اداروں پر مشتمل ہوتی ہے۔ جہاں عام لوگوں کی بچتیں بطور امانت وصول کر کے ضرورت مندوں کو قرضے جاری کئے جاتے ہیں۔ ایسی منڈی میں زر کے مختلف اجزاء (Components) مثلاً کرنسی' طلبی امانتوں' معیادی امانتوں وغیرہ پر نظر رکھی جاتی ہے اور زر کی رسد و طلب کا جائزہ لیا جاتا ہے۔

## 4- مقابلہ کے پیش نظر منڈی کی اقسام

مکمل منڈی — نامکمل منڈی — اجارہ داری

-1 **مکمل منڈی:** (Perfect Market) جس جگہ یا علاقے میں مکمل مقابلہ کی مندرجہ ذیل شرائط پوری ہوں، وہ مکمل منڈی کہلاتی ہے۔

## مکمل مقابلہ کی شرائط (کلیدی مفروضات)
(Assumptions Conditions of Perfect Competition)

(i) **شے کی یکسانیت:** (Homogeneity of the Product) ایسی منڈی میں شے کی تمام اکائیاں یکساں نوعیت کی ہوتی ہیں اور ان کے سائز، لیبل، حجم، کوالٹی وغیرہ میں کوئی فرق نہیں پایا جاتا۔ مثال کے طور پر لکس صابن کی ٹکیاں خصوصیت اور سائز وغیرہ کے اعتبار سے ایک جیسی ہوتی ہیں۔ اس لئے ہر ٹکیہ کی قیمت دوسری کے برابر ہوتی ہے۔ اسی طرح ٹریٹ بلیڈ کا ہر پیکٹ دوسرے کے برابر اور ہر بلیڈ دوسرے بلیڈ کی خصوصیات کا حامل ہوتا ہے۔ اس لئے سب کی قیمت برابر ہوتی ہے۔

(ii) **خریدنے اور بیچنے والوں کی کثیر تعداد** (Large Number of Buyers and Sellers) مکمل مقابلے کے تحت شے کے خریداروں اور فروخت کاروں کی کثیر تعداد ہوتی ہے اور اس طرح ہر فروخت کار کے پاس شے کی تھوڑی مقدار ہوتی ہے اور وہ اپنے انفرادی عمل سے شے کی قیمت کو متاثر نہیں کر سکتا۔ اسی طرح ہر خریدار ہزاروں میں ایک ہوتا ہے اور وہ بھی اپنی مرضی سے شے کی قیمت میں کمی بیشی نہیں کر سکتا۔ لہٰذا شے کی ایک وقت میں ایک قیمت رہتی ہے۔

(iii) **آزادانہ داخلہ وخروج:** (Free Entry and Exit) مکمل منڈی میں شے کو بیچنے اور خریدنے والوں پر کسی قسم کی کوئی پابندی عائد نہیں ہوتی۔ جو فرم یا ادارہ جتنی مقدار میں چاہے اپنا مال فروختگی کے لئے پیش کر سکتا ہے اور خریدار اپنی مرضی سے شے کی جتنی مقدار چاہے خرید سکتا ہے۔ اس طرح جب شے کی طلب میں کمی آ جاتی ہے تو کچھ پرانی فرمیں منڈی میں مال لانا بند کر دیتی ہیں۔ لہٰذا شے کی طلب اور رسد میں توازن برقرار رہتا ہے اور شے کی قیمت ایک ہی رہتی ہے۔ جس منڈی میں مندرجہ بالا تینوں شرائط پوری ہو رہی ہوتی ہیں اس میں خالص مقابلہ (Pure Competition) پایا جاتا ہے۔

(iv) **عاملین کی رسد کا لچکدار:** (Elastic Supply of Factors) مکمل مقابلے کی چوتھی شرط یہ ہے کہ وہ عوامل جن کی مدد سے شے تیار کی جا رہی ہو ان کی رسد لچکدار ہونی چاہیے۔ تاکہ ضرورت کے مطابق ان کی اکائیوں میں کمی بیشی کی جا سکے۔ مثال کے طور پر اگر شے کی طلب میں اضافہ ہو جائے تو رسد بڑھانے کے لئے عوامل کی زیادہ اکائیاں دستیاب ہوں اور انہیں کاروبار میں لگایا جا سکے۔ اور اگر شے کی طلب میں کمی واقع ہو جائے تو ایسے عوامل کی کچھ اکائیاں دوسرے کاروبار میں منتقل کی جا سکیں تاکہ رسد کو کم کر کے طلب کے برابر رکھا جا سکے اور قیمت متاثر نہ ہو سکے۔

(v) **منڈی کے حالات سے مکمل واقفیت** (Perfect Knowledge of the Market): ہر خریدار اور فروخت کار کی منڈی کے حالات سے مکمل واقفیت ہونا چاہیے۔ یعنی منڈی سے متعلق ہر فرد کو شے کی منڈی میں موجود مقدار، شے کی قیمت، شے کی رسد، نیز ہر قسم کی معلومات حاصل ہونی چاہیے تاکہ کوئی خریدار شے کی زیادہ قیمت نہ دینے پائے اور کوئی فروخت کنندہ زیادہ قیمت وصول نہ کر سکے۔ اس طرح سے نہ کوئی دوکاندار کسی گاہک کا استحصال کر سکے گا اور نہ ہی کوئی خریدار کسی دوکاندار کو قیمت کے سلسلے میں

دھوکہ دے سکے گا اور شے کی ایک ہی قیمت رائج ہوگی۔ مکمل مقابلہ کی مندرجہ بالا شرائط جب کسی منڈی میں پوری ہوتی ہیں تو شے کی ایک وقت میں ایک ہی قیمت رہتی ہے اور یہی مکمل منڈی کی سب سے بڑی خصوصیت ہے۔

**2- نامکمل منڈی: (Imperfect Market)** ایسی منڈی جس میں مکمل مقابلہ کی پانچوں شرائط پوری نہ ہو رہی ہوں، نامکمل منڈی ہوتی ہے۔ آج کل اکثر اشیاء کی خرید و فروخت ایسی ہی منڈیوں میں ہوتی ہے کیونکہ عملی طور پر مکمل مقابلہ کی شرائط کا پورا ہونا بہت مشکل ہوتا ہے۔ مثلاً عام استعمال کی چیزوں کی کئی قسمیں ہوتی ہیں اور ان کی اکائیوں میں یکسانیت نہیں پائی جاتی جیسے ریڈیو، صابن، ٹالکم پاؤڈر، نیل پالش وغیرہ کئی قسم کے ہوتے ہیں۔

نامکمل منڈی کی درج ذیل صورتیں ہوتی ہیں۔

**(الف) دوکی اجارہ داری: (Duopoly)** جب کسی شے کی پیداوار اور رسد پر دو فرموں کو کلی اختیارات حاصل ہوں اور منڈی میں مال لانے کی ذمہ داری انہی پر عائد ہو تو ایسی منڈی کو دو جارہ یا دو کی اجارہ داری کہتے ہیں۔ ایسی منڈی میں ہر فرم رسد کا ایک بڑا حصہ فراہم کرتی ہے۔ اس لئے اگر وہ رسد کم و بیش کر دے تو قیمت تبدیل ہو سکتی ہے۔

**(ب) چند کی اجارہ داری (Oligopoly):** جب کسی شے کی رسد پر چند ایک فرموں کو اختیارات حاصل ہوں اور وہ اپنی مرضی سے شے کی رسد کم و بیش کر کے اس کی قیمت کو متاثر کر سکیں تو ایسی منڈی کو چند جارہ یا چند کی اجارہ داری کا نام دیا جاتا ہے۔ ایسی منڈی میں فرموں کی تعداد بہت زیادہ نہیں ہوتی۔ تاہم ان کی تعداد متعین بھی نہیں ہوتی۔ عام طور پر چار یا پانچ فرمیں ایسی منڈی میں مال فراہم کرنے کی ذمہ دار ہوتی ہیں۔ اگر فرموں کی پیدا کردہ اشیاء بالکل ایک جیسی ہو تو اسے ''خالص چند جارہ'' اور اگر اشیاء کی خصوصیت' کوالٹی وغیرہ میں فرق پایا جائے تو اسے ''تفریقی چند جارہ'' کہا جاتا ہے۔

**(ج) اجارہ دارانہ مقابلہ (Monoplistic Competition):** ایسی منڈی میں کئی ایک فرمیں مال تیار کر کے فروخت کے لئے پیش کرتی ہیں لیکن جو شے تیار کی جا رہی ہوتی ہے۔ اس کی اکائیاں ایک جیسی نہیں ہوتیں بلکہ ہر فرم اپنا لیبل اور ٹریڈ مارک لگا کر اسے منڈی میں پیش کرتی ہے۔ لہٰذا شے کی اکائیوں کے سائز، حجم، خصوصیت اور لیبل میں فرق ہوتا ہے۔ حالانکہ وہ شے ایک ہی استعمال میں آتی ہے۔ مثال کے طور پر کئی فرمیں صابن تیار کر کے منڈی مین بھیجتی ہیں جن میں لکس، کیپری، لائف بوائے، رکسونا، ڈیوو وغیرہ شامل ہوتا ہے اجارہ دارانہ مقابلہ میں شے کی اشتہار بازی پر بہت سارو پیہ خرچ کیا جاتا ہے۔ کیونکہ ہر فرم اپنے برانڈ کو مقبول بنانے کے لئے بڑھ چڑھ کر حصہ لیتی ہے اور شے کی ظاہری خوبصورتی سے گاہکوں کو متاثر کرنے کی کوشش کرتی ہے۔

**3- اجارہ داری (Monopoly):** خالص اجارہ داری (Pure Monopoly) مکمل مقابلے (Perfect Competition) کی ضد ہے اور اس سے مراد ایسی صورت لی جاتی ہے جس میں:-

1- کسی شے کی پیداوار اور رسد پر ایک ہی فرم کو کلی اختیارات حاصل ہوتے ہیں اور یہ فرم پوری صنعت کی نمائندگی کرتی ہے لہٰذا فرم اور صنعت میں کوئی فرق باقی نہیں رہتا۔

2- پوری منڈی میں اس شے کا کوئی قریبی نعم البدل (Close Substitute) موجود نہیں ہوتا۔

3- ایسی فرم کا شے کی منڈی میں کسی دوسری فرم سے مقابلہ سرے سے ہوتا ہی نہیں اور نہ ہی کسی نئی فرم کا کاروبار میں داخل ہونا ممکن ہوتا ہے۔

4- چونکہ پوری منڈی میں واحد فرم شے کی رسد کو کنٹرول کرتی ہے۔ اس لئے وہ اپنی مرضی سے شے کی قیمت کو کم و بیش کرنے کا

اختیار رکھتی ہے۔لہٰذا جب وہ شے کی پیداوار اور مقدار فروخت میں اضافہ کرنا چاہے تو قیمت کم کر دیتی ہے جبکہ پیداوار کو کم کر کے قیمت میں اضافہ بھی کر سکتی ہے۔اس طرح شے کا خط طلب اُوپر سے نیچے بائیں سے دائیں جانب حرکت کرتا ہے اور منفی جھکاؤ رکھتا ہے۔اگر غور سے دیکھا جائے تو یہ خط طلب اجارہ دار فرم کے اوسط حاصل (AR) کا خط ہی ہوتا ہے۔

-5 اجارہ داری کے تحت فرم کے اوسط حاصل (AR) اور مختتم حاصل (MR) کے خطوط اُوپر سے نیچے بائیں سے دائیں جانب گرنے کا رجحان رکھتے ہیں۔چونکہ اوسط حاصل کے مقابلے میں مختتم حاصل تیزی سے گرتا ہے۔اس لئے MR خط AR خط کے ہمیشہ نیچے رہتا ہے۔

اگرچہ عملی طور پر کسی منڈی میں اجارہ داری کی کیفیت بمشکل ہی پیدا ہوتی ہے تاہم بعض حالات کے تحت ایسا ممکن ہوتا ہے۔کئی دفعہ حکومت کسی ادارے کو کسی شے یا خدمت (Good or Service) کی فراہمی پر اجارہ داری کے اختیارات دے دیتی ہے جیسا کہ پاکستان میں بجلی کی سپلائی پر واپڈا (WAPDA) اور ریلوے سروس پر ریلوے بورڈ کو اجارہ داری حاصل ہے۔

## مکمل مقابلہ کے تحت قیمت کا تعین بلحاظ وقت

اشیاء کی قیمت کے تعین میں عرصہ وقت کو بھی خصوصی اہمیت حاصل ہے۔یومیہ منڈی میں شے کی رسد اور طلب میں ہر روز کمی بیشی ہوتی رہتی ہے اس لئے قیمت کا تعین ان کے عارضی توازن پر ہوتا ہے جو تقریباً ہر روز بدلتی رہتی ہے۔طویل عرصے کی قیمت کا تعین طلب و رسد کے مستقل توازن کی بناء پر ہوتا ہے جس میں رسد کو طلب کے مطابق گھٹایا یا بڑھایا جا سکتا ہے۔اس لئے قیمت میں آئے دن تبدیلیاں رونما نہیں ہوتیں۔ماہرین نے وقت کو سامنے رکھتے ہوئے متوازن قیمت کی مندرجہ ذیل صورتیں بیان کی ہیں۔

-1 بازاری قیمت (Market Price)     -2 معیاری قیمت (Normal Price)

### 1-بازاری قیمت: (Market Price)

یہ یومیہ منڈی کی قیمت ہوتی ہے جو کسی شے کی طلب و رسد کے عارضی اور وقتی توازن سے وجود میں آتی ہے۔اگر کسی شے کی طلب میں اضافہ ہو جائے تو قیمت زیادہ ہو جاتی ہے اور اسی طرح طلب میں کمی قیمت میں بھی کمی کا سبب بنتی ہے۔چونکہ رسد میں محدود حد تک کمی بیشی کی جا سکتی ہے اس لئے بازاری قیمت پر طلب زیادہ اثر انداز ہوتی ہے لہٰذا ہر روز نئی قیمت مقرر ہوتی ہے۔

اس کا جائزہ مندرجہ ذیل صورتوں میں لیا جا سکتا ہے۔

(ا) ضیاع پذیر شے کی قیمت کا تعین     (ب) پائیدار شے کی قیمت کا تعین

### (ا) ضیاع پذیر شے کی بازاری قیمت کا تعین (Price Determination of a Perishable good):

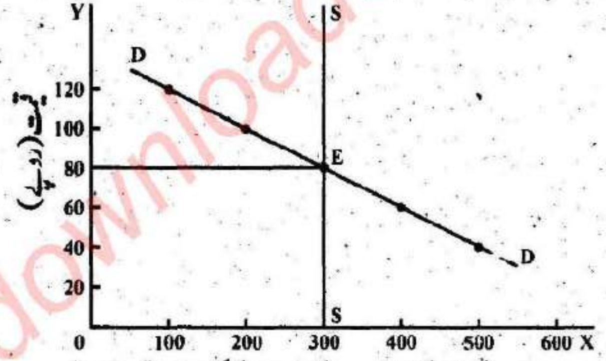
ایسی شے جس کا ذخیرہ نہ کیا جا سکے یعنی جس کے جلد ضائع ہو جانے کا اندیشہ ہو مثلاً سبزی، پھل، مچھلی، گوشت، دودھ وغیرہ ضیاع پذیر اشیاء کہلاتی ہیں۔ایسی اشیاء کی رسد معینہ ہوتی ہے کیونکہ ان میں کمی بیشی نہیں کی جا سکتی۔اگر طلب بڑھ جائے تو رسد میں اضافہ ممکن نہیں ہوتا اور اگر طلب میں کمی آ جائے تو رسد کو کم نہیں کیا جا سکتا۔کیونکہ شے کا ذخیرہ نہیں ہو سکتا اس لئے اس کی ساری مقدار کو فروخت کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔

چونکہ ایسی شے کی رسد معینہ ہوتی ہے اس لئے SS خط رسد OX خط پر بالکل عمودی رہتا ہے۔یعنی قیمت میں چاہے اضافہ ہو یا کمی رسد میں کوئی تبدیلی نہیں آتی۔

ایسی شے کی قیمت کا تعین بھی اس سطح پر ہوتا ہے جہاں اس کی طلب اور رسد آپس میں برابر ہوں لیکن طلب میں تبدیلی قیمت پر زیادہ اثر انداز ہوتی ہے۔ وضاحت کے لئے درج ذیل گوشوارہ تیار کیا جاتا ہے۔

| قیمت (فی کلوگرام) | رسد | طلب |
|---|---|---|
| 120روپے | 300 | 100 |
| 100روپے | 300 | 200 |
| 80روپے | 300 | 300 |
| 60روپے | 300 | 400 |
| 40روپے | 300 | 500 |

**وضاحت:** گوشوارے میں یہ فرض کیا گیا ہے کہ یومیہ منڈی میں گوشت کی رسد 300 کلوگرام ہے۔ جب قیمت -/120 روپے فی کلوگرام ہے تو طلب صرف 100 کلوگرام ہے کیونکہ صارفین کے لئے یہ قیمت زیادہ ہے۔ لیکن جب قیمت 120 سے کم کر کے 100 روپے فی کلوگرام ہو جاتی ہے تو طلب میں مزید اضافہ ہو جاتا ہے لیکن اب بھی طلب رسد کے مقابلے میں کم ہے۔ لہٰذا قیمت مزید کم ہو کر 80 روپے فی کلوگرام ہو جاتی ہے تو طلب بڑھ کر 300 کلوگرام ہو جاتی ہے۔ اس طرح طلب اور رسد میں توازن پیدا ہو جاتا ہے اور گوشت کی بازاری قیمت 80 روپے فی کلوگرام مقرر ہو جاتی ہے۔ اگر قیمت مزید کم ہو جائے یعنی 60 روپے فی کلوگرام تو طلب میں مزید اضافہ ہو جاتا ہے اور یہ رسد سے بڑھ جاتی ہے۔ جس کا فروخت کنندہ کو کوئی فائدہ نہیں ہوتا کیونکہ وقت اتنا تھوڑا ہوتا ہے کہ رسد نہیں بڑھائی جا سکتی۔ پس رسد اور طلب کے توازن کو پیش نظر رکھتے ہوئے گوشت کی بازاری قیمت 80 روپے فی کلوگرام مقرر ہوتی ہے۔




ڈائیگرام

**وضاحت:** ڈائیگرام میں SS خط رسد اور DD خط طلب ہے۔ یہ دونوں خطوط ایک دوسرے کو نقطہ E پر قطع کرتے ہیں جو کہ نقطہ توازن ہے۔ اس نقطہ سے OX خط پر عمود گرا کر شے کی توازنی مقدار معلوم کی گئی ہے جو کہ OQ یعنی 300 ہے جبکہ OY خط پر عمود گرا کر شے کی قیمت معلوم کی گئی ہے جو کہ OP یعنی 80 روپے ہے۔

## (ب) پائیدار شے کی بازاری قیمت کا تعین (Price determination of a Durable good):

پائیدار شے وہ ہوتی ہے جو دیرپا ہو اور جس کا ذخیرہ کیا جا سکے۔ مثلاً گندم، چاول، چینی، کپڑا، ریڈیو، کار وغیرہ۔ چونکہ ایسی اشیاء کے جلد ضائع ہو جانے کا کوئی خطرہ نہیں ہوتا۔ لہٰذا اس کی قیمت اگر مناسب سطح پر نہ ہو تو پھر اس کی تمام کی تمام مقدار فروخت کرنا ضروری نہیں ہوتا۔ چنانچہ اسے ذخیرہ کر لیا جاتا ہے اور اگر طلب میں اضافہ ہو جائے تو جس حد تک ذخیرے میں شے کی

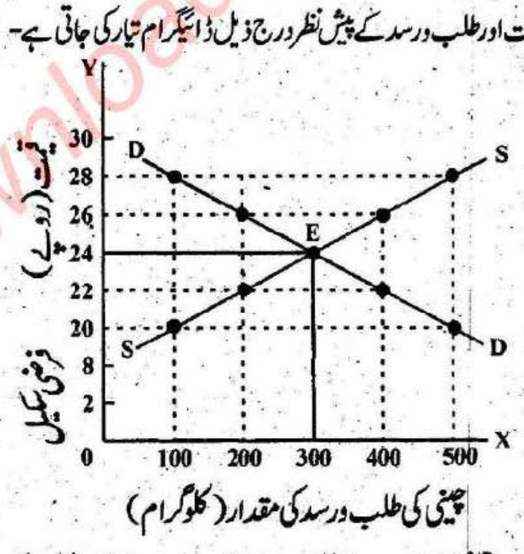
مقدار موجود ہو اس کی رسد میں اضافہ کیا جا سکتا ہے۔ چونکہ طلب میں کمی بیشی کے ساتھ ساتھ اس کی رسد میں کسی حد تک کمی بیشی ممکن ہوتی ہے۔ اس لئے خط رسد نیچے سے اُوپر کی طرف حرکت کرتا ہے اور قیمت کا تعین اس سطح پر ہوتا ہے جہاں شے کی طلب اور رسد کی مقدار برابر ہو جائے۔ جیسا کہ درج ذیل گوشوارے سے ظاہر ہے۔

| قیمت (فی کلوگرام) | رسد | طلب |
|---|---|---|
| 28 روپے | 500 | 100 |
| 26 روپے | 400 | 200 |
| 24 روپے | 300 | 300 |
| 22 روپے | 200 | 400 |
| 20 روپے | 100 | 500 |

**وضاحت:** گوشوارے میں چینی کی فی کلوگرام قیمت اور رسد و طلب ظاہر کی گئی ہے۔ جب قیمت 28 روپے ہے تو طلب کے مقابلے میں رسد زیادہ ہے۔ کیونکہ صارفین کے نزدیک یہ قیمت بلند ہے لہٰذا طلب کم ہے، جب قیمت میں کمی آ جاتی ہے تو رسد کم ہو جاتی ہے لیکن طلب میں اضافہ ہو جاتا ہے حتیٰ کہ جب قیمت 24 روپے فی کلوگرام ہوتی ہے تو رسد و طلب دونوں آپس میں برابر ہو جاتی ہیں۔ اس لئے چینی کی بازاری قیمت 24 روپے فی کلوگرام مقرر ہو گی اگر قیمت اس سے کم ہو جائے تو بیچنے والے رسد گھٹا دیتے ہیں اور اس کی کچھ مقدار ذخیرہ کر لیتے ہیں۔ پس قیمت کا تعین، رسد اور طلب کے باہمی توازن سے طے پاتا ہے۔

یہ بات یاد رہے کہ وقت بہت کم ہوتا ہے۔ اس لئے رسد میں صرف اسی حد تک اضافہ کیا جا سکتا ہے جس حد تک ذخیرے میں شے کی مقدار موجود ہو۔

گوشوارے میں درج قیمت اور طلب و رسد کے پیش نظر درج ذیل ڈائیگرام تیار کی جاتی ہے۔




**وضاحت:** ڈائیگرام میں SS چینی کا خط رسد ہے جبکہ DD خط طلب ہے۔ یہ دونوں خطوط ایک دوسرے کو نقطہ E پر قطع کرتے ہیں جو کہ نقطہ توازن ہے۔ نقطہ E سے OX خط پر عمود گرا کر چینی کی طلب و رسد کی توازنی مقدار حاصل کی گئی ہے جو کہ OQ یعنی 300 کلوگرام بنتی ہے۔ اسی نقطہ سے OY خط پر عمود گرا کر شے کی توازنی قیمت OP یعنی 24 روپے معلوم کی گئی ہے پس چینی کی بازاری قیمت 24 روپے فی کلوگرام مقرر ہوئی ہے۔

## بازاری قیمت کے اہم خواص

مختلف اشیاء کی بازاری قیمت کا تعین کرنے کے بعد مندرجہ ذیل اہم باتیں سامنے آتی ہیں۔

1- بازاری قیمت عارضی نوعیت کی ہوتی ہے اور اس میں آئے دن اُتار چڑھاؤ ہوتا رہتا ہے۔

2- ضیاع پذیر شے کی رسد معینہ ہوتی ہے جبکہ پائیدار شے کی رسد میں صرف اس حد تک اضافہ کیا جاسکتا ہے جتنی شے کی مقدار ذخیرے میں موجود ہو۔

3- قیمت میں تبدیلی زیادہ تر طلب میں کمی بیشی کا سبب ہوتی ہے۔ یعنی قیمت کے تعین میں رسد کے مقابلے میں طلب کو زیادہ اہمیت حاصل ہوتی ہے۔

4- بازاری قیمت معیاری قیمت کے اردگرد گھومتی رہتی ہے۔

**2- معیاری قیمت (Normal Price):** اسے نارمل قیمت یا طویل عرصے کی قیمت بھی کہا جاتا ہے۔ یہ طلب و رسد کے مستقل توازن سے متعین ہوتی ہے۔ اس میں اتنا وقت ہوتا ہے کہ اگر شے کی طلب میں اضافہ ہوجائے تو شے کی رسد بڑھانے کیلئے کاروباری عوامل بروئے کار لائے جاسکتے ہیں فرم کے سائز اور جسامت میں توسیع کی جاسکتی ہے۔ نئی فرمیں ان کی جگہ لے سکتی ہیں۔ طلب میں کمی کے پیش نظر رسد میں بھی کمی کی جاسکتی ہے اور اگر طلب بڑھ جائے تو رسد میں بھی اضافہ کیا جاسکتا ہے۔ اس میں طلب و رسد میں مستقل توازن برقرار رہتا ہے۔ معیاری قیمت کا جائزہ دو صورتوں میں لیا جاسکتا ہے۔

1- عرصہ قلیل کی معیاری قیمت (Short Period Normal Price)

2- عرصہ طویل کی معیاری قیمت (Long Period Normal Price)

**(ا) عرصہ قلیل کی معیاری قیمت:** عرصہ قلیل سے مراد ایسا وقت لیا جاتا ہے جس میں نئی فرمیں تو کاروبار میں داخل نہیں ہوسکتیں البتہ پُرانی فرمیں اپنی پیداوار میں کسی حد تک اضافہ کر کے رسد بڑھا سکتی ہیں۔ مثلاً اگر پہلے مزدوروں کی دو شفٹیں چلائی جارہی ہوں تو بڑھتی ہوئی طلب کو پورا کرنے کے لئے تیسری شفٹ کا اضافہ کر کے شے کی رسد میں اضافہ کیا جاسکتا ہے اور اگر طلب کم ہوجائے تو شفٹوں میں کمی بھی کی جاسکتی ہے۔ اس لئے خط رسد "یومیہ منڈی" کے خط رسد کے مقابلے میں زیادہ لچکدار ہوتا ہے۔ پس اس صورت میں شے کی طلب اور رسد کے باہمی توازن سے جو قیمت مقرر ہوتی ہے وہ عرصہ قلیل کی معیاری قیمت کہلاتی ہے۔

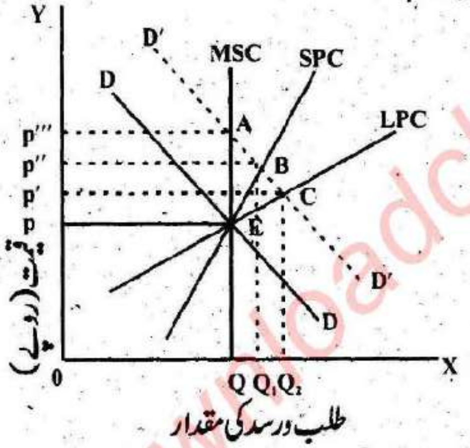
**(ب) عرصہ طویل کی معیاری قیمت:** طویل عرصہ سے مراد ایسا عرصہ وقت لیا جاتا ہے۔ جس میں نئی فرمیں کاروبار میں داخل ہوسکیں۔ پُرانی فرمیں اگر حالات بہتر نہ ہوں تو کاروبار چھوڑ کر جاسکیں اور اگر کوئی فرم چاہے تو اپنے سائز اور جسامت میں توسیع کرسکے۔ اس لئے طلب میں جس قدر اضافہ ہوتا ہے اس قدر رسد میں بھی اضافہ کیا جاسکتا ہے اور اگر طلب میں کمی واقع ہوجائے تو متعلقہ عوامل کو دوسرے کاروبار میں منتقل کیا جاسکتا ہے اور رسد میں کمی کی جاسکتی ہے۔ اس لئے طلب اور رسد میں دیرپا توازن برقرار رہتا ہے اور عرصہ طویل کا خط رسد عرصہ قلیل کے خط کے مقابلے میں زیادہ لچکدار ہوتا ہے۔ مزید وضاحت کے لئے درج ذیل گوشوار تیار کیا جاتا ہے جس میں گوشت کی بازاری رسد کی سابقہ مثال کو پیش نظر رکھتے ہوئے یہ فرض کیا گیا ہے کہ گوشت کی طلب میں اضافہ مستقل نوعیت کا ہوتا ہے لہٰذا اس کی قیمت بڑھ جاتی ہے۔ جس سے بھیڑ بکریاں پالنے کا کاروبار زیادہ منافع بخش نظر آنے لگتا ہے اور کچھ نئے لوگ اس کی طرف راغب ہوجاتے ہیں۔ نئے فارم کھلنے لگتے ہیں اور جو لوگ پہلے ہی یہ کام کر رہے ہوتے ہیں وہ اس پر زیادہ توجہ دیتے ہیں اور جانوروں کی تعداد میں اضافہ کر کے

اپنے کاروبار کو وسیع کر لیتے ہیں اور اس طرح گوشت کی بڑھتی ہوئی طلب کے پیش نظر رسد میں اضافہ کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔

**گوشوارہ**

| گوشت کی قیمت روپے (فی کلوگرام) | بازاری عرصہ کی رسد (کلوگرام) | بازاری عرصہ کی طلب (کلوگرام) | بڑھتی ہوئی طلب (کلوگرام) | قلیل عرصہ کی رسد (کلوگرام) | طویل عرصہ کی رسد (کلوگرام) |
|---|---|---|---|---|---|
| 120 | 300 | 100 | 200 | 500 | 700 |
| 100 | 300 | 200 | 300 | 400 | 500 |
| 80 | 300 | 300 | 400 | 300 | 300 |
| 60 | 300 | 400 | 500 | 200 | 100 |
| 40 | 300 | 500 | 600 | 100 | 50 |

اس کی مزید وضاحت کے لئے درج ذیل ڈائیگرام تیار کی جاتی ہے۔




## وضاحت:

ڈائیگرام میں OX خط کے ساتھ گوشت کی طلب و رسد ظاہر کی گئی ہے اور OY کے ساتھ قیمت رکھی گئی ہے۔ DD خط طلب ہے MSC بازاری رسد کا خط ہے چونکہ بازاری رسد معین ہوتی ہے۔ اس لئے یہ خط غیر لچکدار ہونے کی وجہ سے OX خط پر عمودی رہتا ہے۔ SPC قلیل عرصے کا خط رسد ہے جو کہ لچکدار ہونے کی وجہ سے نیچے سے اُوپر بائیں سے دائیں جانب چڑھنے کا رجحان رکھتا ہے اور جب گوشت کی طلب میں مستقل نوعیت کا اضافہ ہوتا ہے تو کچھ نئے لوگ بھیڑ بکریاں پالنے کا کام شروع کر دیتے ہیں جس سے عرصہ طویل کی رسد میں اضافہ ہو جاتا ہے اور LPC طویل عرصے کا خط رسد زیادہ لچکدار ہونے کی بنا پر نیچے سے اوپر بائیں سے دائیں جانب آہستہ آہستہ چڑھنے لگتا ہے۔

## معیاری قیمت کے اہم خواص:

1۔ یہ طویل عرصے کی قیمت ہوتی ہے اور طلب و رسد کے مستقل توازن سے متعین ہوتی ہے۔

2۔ معیاری قیمت کے تعین میں طلب اور رسد دونوں اہم کردار ادا کرتی ہیں بلکہ رسد زیادہ لچکدار ہوتی ہے۔ اس لئے قیمت کو متاثر کرنے میں اس کا زیادہ ہاتھ ہوتا ہے۔

3۔ یہ ایک مقررہ سطح پر برقرار رہتی ہے اور بازاری قیمت کے لئے محور کا کام دیتی ہے۔ معیاری قیمت پر قوانین حاصل بھی اثر انداز ہوتے ہیں اگر کاروبار قانون تکثیر حاصل کے تابع ہو تو لاگت پیدائش فی اکائی کم ہوتی ہے۔ اس لئے رسد میں مزید اضافہ کرنا نہ صرف سہل بلکہ فائدہ مند بھی ہوتا ہے اور خط رسد زیادہ لچکدار ہوتا ہے لیکن جب کاروبار قانون تقلیل

حاصل کے تحت ہو تو مختتم لاگت بڑھ جاتی ہے۔اس لئے پیداوار زیادہ نہیں ہوتی اور خط رسد زیادہ لچکدار نہیں ہوتا۔

4- ایسی اشیاء جنہیں بار بار پیدا کیا جا سکے ان کی معیاری قیمت متعین ہوتی ہے۔مثلاً چاول، گھی، کار، کپڑا وغیرہ لیکن وہ اشیاء جو نادر قسم کی ہوں اور انہیں دوبارہ پیدا نہ کیا جا سکے ان کی معیاری قیمت نہیں ہوتی۔

## اہم مشقی سوالات

**نوٹ:** پنجاب کے تمام بورڈز بشمول آزاد کشمیر بورڈ میں 2011ء سے لیکر 2019ء تک آنے والے کثیر الانتخابی سوالات (MCQ's) بھی شامل کر دیئے گئے ہیں۔

**سوال 1: ہر سوال کے چار ممکنہ جوابات دیئے گئے ہیں، درست جواب کو مارکر یا پین سے بھر دیا گیا ہے۔**

1- یہ منڈی کا فرض نہیں ہوتا کہ وہ۔
(A) اشیاء کے لین دین کو ممکن بنائے (B) خریدار اور فروخت کار کو آپس میں ملائے
(C) قیمت کا تعین کرے (D) زیادہ پیداوار دے

2- عرصہ وقت کے لحاظ سے منڈی کی کتنی اقسام ہیں۔
(A) چار (B) چھ (C) دو (D) تین

3- مکمل مقابلہ کی یہ شرط نہیں ہوتی کہ۔
(A) فروخت کار کثرت سے ہوں (B) شے کی نوعیت یکساں ہو
(C) عاملین پیدائش نقل پذیر ہوں (D) ایک ہی شے کی قیمت مختلف ہو

4- یومیہ منڈی وہ ہوتی ہے جس میں۔
(A) رسد طلب کی بنیاد پر تبدیل ہو سکتی ہے (B) رسد معین ہوتی ہے
(C) عرصہ وقت قلیل ہوتا ہے (D) رسد لامحدود ہوتی ہے

5- فرموں کا ایک گروپ جو مخصوص شے پیدا کرتا ہے۔
(A) آجرین (B) صارفین (C) صنعت (D) کارخانہ

6- اجارہ داری منڈی کی وہ قسم ہے جس میں۔
(A) مکمل مقابلہ کی صفات ہوں (B) قیمت پہلے سے طے شدہ ہو
(C) بہت زیادہ آجرین ہوں (D) شے کی قریبی نعم البدل موجود نہ ہو

7- عرصہ قلیل کی منڈی ہوتی ہے جس میں۔
(A) اشیاء کا ذخیرہ نہیں کیا جا سکتا (B) اشیاء پائیدار ہوتی ہے
(C) تمام عاملین پیدائش تبدیل ہو سکتے ہیں (D) اشیاء خراب ہو جاتی ہیں

8- طویل عرصہ کی منڈی میں۔
(A) مبینہ عاملین پیدائش تبدیل ہو سکتے ہیں (B) فرموں کا صنعت میں آزادانہ داخلہ اور اخراج ہوتا ہے
(C) قیمت کو متعین کرنے میں رسد کا کردار اہم (D) B،A اور D

www.downloadclassnotes.com

9۔ طویل عرصہ کی اجارہ داری کی خصوصیات یہ ہے کہ۔
(A) وسائل لامحدود ہوتے ہیں (B) مصارف پیدائش کم ترین ہوتے ہیں
(C) شے کو پیدا کرنے میں خام مال پر مکمل کنٹرول ہوتا ہے (D) شے کو پیدا کرنے والے دو یا تین ہوتے ہیں

10۔ عرصہ وقت کے لحاظ سے درج ذیل میں سے کون سی قسم منڈی میں شامل نہیں۔
(A) علاقائی منڈی (B) یومیہ منڈی (C) قلیل عرصہ کی منڈی (D) طویل عرصہ کی منڈی

11۔ درج ذیل میں سے کونسی مکمل مقابلہ کی شرائط میں شامل نہیں۔
(A) شے کی یکسانیت (B) عاملین کی رسد کا لچکدار ہونا
(C) شے کی قیمت میں فرق (D) خریداروں کا کثیر تعداد میں ہونا

12۔ اجارہ داری کے تحت۔
(A) شے کو کئی فرمیں پیدا کرتی ہیں (B) شے کی قیمت پہلے سے طے شدہ ہوتی ہے
(C) شے کا قریبی نعم البدل موجود نہیں ہوتا (D) منڈی میں داخلہ آزاد نہ ہوتا ہے

13۔ منڈی کی وسعت کا انحصار ہوتا ہے۔
(A) ذرائع نقل و حمل کی ترقی (B) اشیاء کا ضیاع پذیر ہونا (C) تجارتی پابندیاں (D) بدامنی اور ہنگامی حالات

14۔ اجارہ دارانہ مقابلہ کی منڈی میں ہوتی ہے۔
(A) رسد پر ایک ہی فرم کا کنٹرول (B) چند فرموں کی اجارہ داری
(C) اپنے اپنے لیبل اور ٹریڈ مارک کے ساتھ کئی فرموں کا مال تیار کرنا (D) شے کی رسد پر حکومت کا کنٹرول

15۔ معیاری قیمت ہوتی ہے۔
(A) مستقل نوعیت (B) عارضی نوعیت (C) منڈی کے عرصہ کی (D) بازاری قیمت کے گرد گھومنا

16۔ جب شے کے بے شمار خریدار اور فروخت کار ہوں تو منڈی کی کیا صورتحال ہوگی۔
(A) مکمل مقابلہ (B) نامکمل مقابلہ (C) اجارہ داری (D) اجارہ دارانہ مقابلہ

17۔ بازاری قیمت کس کے گرد گھومتی ہے۔
(A) یومیہ منڈی کی قیمت (B) معیاری قیمت (C) صارفین کے (D) فرموں کی

18۔ چینی تیار کرنے والے گروپوں کو کیا کہا جائے گا۔
(A) صنعت (B) کارٹل (C) مکمل مقابلیاتی (D) اجارہ داری

19۔ اجارہ داری میں فرموں کی تعداد ہوتی ہے۔
(A) کثیر (B) چند (C) ایک (D) دو

20۔ اجارہ داری کا خطِ طلب کہلاتا ہے۔
(A) کل وصولی (B) اوسط وصولی (C) مختتم وصولی (D) صفر وصولی

21۔ مکمل مقابلہ ضد ہے۔
(A) دو جارہ داری (B) چند جارہ داری (C) اجارہ دارانہ مقابلہ کا (D) اجارہ داری کا

22۔ ایسی منڈی جس میں شرح اجرت کا تعین ہوتا ہے کہلاتی ہے۔
(A) حقیقی منڈی (B) سرمائے کی منڈی (C) محنت کی منڈی (D) حصص کی منڈی

www.downloadclassnotes.com

23۔ ایک مقابلیاتی منڈی میں قیمت کا تعین کون کرتا ہے۔

(A) حکومت (B) صنعتکار (C) منڈیاتی توازن (D) زراعت پیشہ فرد

24۔ ان میں سے ایک یومیہ منڈی ہے۔

(A) ضیاع پذیر اشیاء کی منڈی (B) ریفریجریٹر کی منڈی (C) سٹیشنری کی منڈی (D) پائیداری کی منڈی

25۔ ضیاع پذیری اشیاء کی منڈی ہوتی ہے۔

(A) قلیل عرصہ کی منڈی (B) یومیہ منڈی (C) طویل عرصہ کی منڈی (D) مقابلہ کی منڈی

26۔ یومیہ منڈی میں .................... معین ہوتی ہے۔

(A) قیمت (B) طلب (C) رسد (D) توازن

27۔ منڈی کا توازن قائم ہوتا ہے۔

(A) طلب سے (B) رسد سے (C) صارف سے (D) طلب و رسد سے

28۔ وہ منڈی جس میں روزانہ قیمت طے ہوتی ہوتی ہے۔ کہلاتی ہے۔

(A) عرصہ طویل کی منڈی (B) عرصہ قلیل کی منڈی (C) قومی منڈی (D) یومیہ منڈی

29۔ مچھلی کی منڈی مثال ہے۔

(A) عرصہ طویل کی منڈی (B) عرصہ قلیل کی منڈی (C) یومیہ منڈی (D) بین الاقوامی منڈی

## Descriptive Part انشائیہ

نوٹ: پنجاب کے تمام بورڈز بشمول آزاد کشمیر بورڈ میں 2011ء سے لیکر 2019ء تک پوچھے جانے والے مختصر سوالات (Short Questions) بھی شامل کردیے گئے ہیں۔

## پارٹ I:

**سوال 4: درج ذیل کے مختصر جواب لکھیں۔**

**1۔ منڈی کا مفہوم بیان کریں یا منڈی کی تعریف کریں؟**

ج: معاشیات میں منڈی اس جگہ یا علاقہ کو کہتے ہیں جو درج ذیل شرائط پوری کرے:

① شے کا وجود ② خریداروں اور فروخت کاروں کے مابین باہمی رابطہ

③ کوئی مقام یا جگہ ④ پورے علاقے میں شے کی ایک ہی قیمت

**2۔ منڈی کی چار لوازمات تحریر کریں؟**

ج: منڈی کی چار لوازمات درج ذیل ہیں:

① شے کا وجود ② خریداروں اور فروخت کاروں کے مابین باہمی رابطہ

③ کوئی مقام یا جگہ ④ پورے علاقے میں شے کی ایک ہی قیمت

**3۔ منڈی کی وسعت کا انحصار کن کن عوامل پر ہے؟**

ج: منڈی کے سائز یا جسامت کو متعین کرنے والے عوامل درج ذیل ہیں:

① شے کی نوعیت ② طلب کی نوعیت ③ طلب کی وسعت ④ ذرائع نقل وحمل

**4۔ عرصہ وقت کے لحاظ سے منڈی کی اقسام تحریر کریں؟**

ج: ① یومیہ منڈی ② عرصہ قلیل کی منڈی ③ عرصہ طویل کی منڈی

**5۔ منڈی کی وسعت سے کیا مراد ہے؟**

ج: منڈی کی وسعت سے مراد یہ ہے کہ کسی شے کی مانگ قرب وجوار سے آتی ہے یا دور دراز کے علاقوں سے آتی ہے۔ اگر کسی شے کی مانگ تھوڑی ہو اور قریب کے علاقوں میں فروخت ہوتی ہو تو اس کی منڈی محدود ہوتی ہے اور اگر کسی شے کی طلب دور دراز کے علاقوں سے آتی ہو تو اس کی منڈی وسیع ہوتی ہے۔

**6۔ یومیہ منڈی سے کیا مراد ہے؟**

ج: یومیہ منڈی کو روزانہ کی منڈی بھی کہتے ہیں۔ اس کا تعلق ضیاع پذیر اشیاء یعنی گل سڑ جانے والی اشیاء مثلاً زرعی اجناس وغیرہ سے ہوتا ہے۔ جنہیں ذخیرہ نہیں کیا جا سکتا۔ یومیہ منڈی کی رسد معین ہوتی ہے۔ اس کا خطِ رسد غیر لچکدار ہوتا ہے۔

**7۔ یومیہ منڈی کی کوئی سی چار خصوصیات لکھیں؟**

ج: ① یہ روزانہ کی منڈی کہلاتی ہے۔ ② یہ ضیاع پذیر اشیاء پر مشتمل ہوتی ہے۔

③ اس کا عرصہ وقت اس وقت شروع ہوتا ہے جب یہ بیچنے کے لیے لائی جاتی ہے۔

④ اس کی رسد غیر لچکدار ہوتی ہے۔

**8۔ عرصہ قلیل کی منڈی سے کیا مراد ہے؟**

ج: اس سے مراد وہ عرصہ وقت لیا جاتا ہے جس سے رسد کو ایک حد تک کم وبیش کیا جا سکے اور کارخانوں میں مزید شفٹ لگا کر پیداوار میں اضافہ کر کے رسد کو بڑھایا جا سکتا ہے۔ لیکن اتنا وقت نہیں ہوتا کہ رسد کو بڑھانے کے لیے کارخانے کے سائز یا جسامت کو بڑھایا جائے۔

**9۔ عرصہ طویل کی منڈی کسے کہتے ہیں؟**

ج: عرصہ طویل سے مراد وہ عرصہ وقت ہوتا ہے۔ جس میں کارخانے کے سائز اور جسامت میں تبدیلی کی جا سکتی ہے۔ نئے کارخانے قائم کیے جا سکتے ہیں اور شے کو نئے سرے سے پیدا کر کے منڈی میں لایا جا سکتا ہے۔ ایسی منڈی میں اگر شے کی طلب میں اضافہ ہو جائے تو رسد میں بھی اضافہ کیا جا سکتا ہے۔

**10۔ مقامی منڈی سے کیا مراد ہے؟**

ج: جب کوئی شے اپنے مقام پیدائش اور اس کے نزدیکی مختصر سے علاقوں میں ہی خرید یا بیچی جاتی ہو تو ایسی منڈی کو مقامی منڈی کہا جاتا ہے۔ ایسی منڈی میں عموماً ایسی اشیاء کی خرید وفروخت ہوتی ہے جن کے خراب ہونے کا خطرہ ہوتا ہے۔ جیسا کہ پھل، سبزیاں اور دودھ وغیرہ۔

**11۔ علاقائی منڈی سے کیا مراد ہے؟**

ج: بعض اشیاء کی خرید وفروخت ایک مخصوص علاقے تک محدود ہوتی ہے۔ کیونکہ وہ اس علاقے کے لوگوں کی عادات اور رسم ورواج میں شامل ہوتی ہیں۔ جبکہ دوسرے علاقوں میں ان کی مانگ نہیں ہوتی مثلاً سندھی ٹوپی یا پشاوری چپل وغیرہ۔

**12۔ قومی یا ملکی منڈی کسے کہتے ہیں؟**

ج: اس سے مراد ایسی منڈی ہوتی ہے جس میں اشیاء کی پورے ملک میں تقریباً ایک ہی قیمت ہوتی ہے۔ کیونکہ قیمت کی یکسانیت کے لیے ڈاک، تار اور ٹیلیفون کے ذرائع اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ قومی یا ملکی منڈی میں شے کی قیمت میں فرق

نقل وحمل کے اخراجات منہا کردینے سے ملک کے ہر حصہ میں اس کی قیمت برابر ہو جاتی ہے۔ مثلاً گندم، گھی، سیمنٹ، کپڑے وغیرہ کی ملکی منڈی ہو سکتی ہے۔

**13۔ بین الاقوامی یا غیر ملکی منڈی سے کیا مراد ہے یا عالمی منڈی کا مفہوم لکھیں؟**

ج: جب کوئی شے پوری دنیا میں خریدا اور بیچی جائے یعنی اس کے خریدار اور فروخت کار صرف ایک ملک کے لوگ نہ ہوں بلکہ دنیا کے تمام افراد اس میں حصہ لیں تو ایسی شے کی منڈی عالمی یا بین الاقوامی کہلاتی ہے۔ مثلاً سونا، چاندی، کاریں وغیرہ۔

**14۔ محلِ وقوع کے پیشِ نظر منڈی کی اقسام تحریر کریں؟**

ج: ① مقامی منڈی ② علاقائی منڈی ③ قومی منڈی ④ بین الاقوامی منڈی

**15۔ اشیاء کی نوعیت کے پیشِ نظر منڈی کی اقسام لکھیں؟**

ج: ① عام منڈی ② خاص منڈی ③ نمونے کی منڈی ④ درجہ بندی کی منڈی
⑤ محنت کی منڈی ⑥ سرمائے کی منڈی ⑦ زر کی منڈی

**16۔ عام منڈی اور خاص منڈی میں کیا فرق ہے؟**

ج: عام منڈی سے مراد ایسی منڈی لی جاتی ہے۔ جس میں ضروریات زندگی کی ہر قسم کی اشیاء کی خرید و فروخت کیا جا رہی ہو یعنی یہاں کپڑا، جوتے، گھی اور ادویات وغیرہ غرض ہر قسم کی شے دستیاب ہوں۔ جبکہ خاص منڈی سے مراد ایسی منڈی لی جاتی ہے جس میں صرف مخصوص قسم کی اشیاء کی خرید و فروخت بھی ہوتی ہو مثلاً غلہ منڈی، چارہ منڈی اور کپڑے کی منڈی وغیرہ۔

**17۔ سرمائے کی منڈی کسے کہتے ہیں؟**

ج: اسے اسٹاک ایکسچینج مارکیٹ بھی کہا جاتا ہے اور ایسی منڈی میں مشترکہ سرمایہ کمپنیوں کے حصص، ہنڈیوں، بانڈز، کفالتوں اور تمسکات کی خرید و فروخت ہوتی ہے۔

**18۔ زر کی منڈی سے کیا مراد ہے؟**

ج: زر کی منڈی مرکزی وتجارتی بینکوں، مالی کارپوریشنوں، بیمہ کمپنیوں اور دیگر مالیاتی اداروں پر مشتمل ہوتی ہے۔ جہاں عام لوگوں کی بچتیں بطور امانت وصول کر کے ضرورت مندوں کو قرضے جاری کیے جاتے ہیں۔ ایسی منڈی میں زر کے مختلف اجزا مثلاً کرنسی، طلبی امانتوں، معیادی امانتوں وغیرہ پر نظر رکھ کر زر کی رسد اور طلب کا جائزہ لیا جاتا ہے۔

**19۔ مقابلہ کے پیشِ نظر منڈی کی اقسام بیان کریں؟**

ج: ① مکمل منڈی ② نامکمل منڈی ③ اجارہ داری

**20۔ مکمل مقابلہ کی چار شرائط یا کلیدی مفروضات لکھیں؟**

ج: ① شے کی یکسانیت ② خریدنے اور بیچنے والوں کی کثیر تعداد ③ آزادانہ داخلہ وخروج
④ عاملین کی رسد کا لچکدار ہونا ⑤ منڈی کے حالات سے مکمل واقفیت

**21۔ مکمل منڈی کسے کہتے ہیں؟**

ج: جس جگہ یا علاقے میں مکمل مقابلہ کی مندرجہ ذیل شرائط پوری ہو رہی ہوں تو وہ مکمل منڈی ہوتی ہے۔
① شے کی یکسانیت ② خریدنے اور بیچنے والوں کی کثیر تعداد ③ آزادانہ داخلہ وخرو
④ عاملین کی رسد کا لچکدار ہونا ⑤ منڈی کے حالات سے مکمل واقفیت

**22۔ نامکمل منڈی سے کیا مراد ہے؟**

ج: ایسی منڈی جس میں مکمل مقابلہ کی پانچوں شرائط پوری نہ ہو رہی ہوں۔ نامکمل منڈی کہلاتی ہے۔ کیونکہ عملی طور پر ان شرائط

کا پورا ہونا بہت مشکل ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ عام استعمال کی چیزوں میں یکسانیت نہیں پائی جاتی۔ جیسے صابن، ٹالکم پوڈر، نیل پالش وغیرہ۔

23۔ **نامکمل منڈی کی صورتیں کون کون سی ہیں؟**

ج: نامکمل منڈی تین صورتیں ہیں جو کہ درج ذیل ہیں:

① دو کی اجارہ داری ② چند کی اجارہ داری ③ اجارہ دارانہ مقابلہ

24۔ **دو کی اجارہ داری سے کیا مراد ہے؟**

ج: جب کسی شے کی پیداوار اور رسد میں دو فرموں کو کلی اختیارات حاصل ہوں اور منڈی میں مال لانے کی ذمہ داری انہیں پر عائد ہو تو ایسی منڈی کو دو جارہ یا دو کی اجارہ داری کہتے ہیں۔

25۔ **اجارہ دارانہ مقابلے سے کیا مراد ہے؟**

ج: ایسی منڈی میں کئی ایک فرمیں آپس میں مقابلہ کر کے اپنی اپنی شے کا لیبل اور ٹریڈ مارک لگا کر منڈی میں فروخت کے لیے پیش کرتی ہیں۔ حالانکہ وہ شے ایک ہی استعمال میں آتی ہے مگر اس کی اکائی کا سائز، حجم، خصوصیت اور لیبل میں فرق ہوتا ہے۔

26۔ **اجارہ داری کی تعریف کریں یا اجارہ دار کون ہوتا ہے؟**

ج: جب کسی شے کی پیداوار اور رسد پر ایک ہی فرم یا ادارے کو کلی اختیارات حاصل ہوں اور شے کا کوئی نعم البدل بھی موجود نہ ہو تو فرم کو شے کی منڈی میں اجارہ داری حاصل ہوتی ہے۔

27۔ **بازاری قیمت سے کیا مراد ہے؟**

ج: یہ یومیہ منڈی کی قیمت ہوتی ہے۔ جو کسی شے کی طلب اور رسد کے عارضی اور وقتی توازن سے وجود میں آتی ہے۔ یہ قلیل عرصہ کی قیمت بھی کہلاتی ہے۔

28۔ **معیاری قیمت سے کیا مراد ہے؟**

ج: اسے معیاری یا نارمل قیمت یا طویل عرصے کی قیمت بھی کہا جاتا ہے۔ یہ طلب اور رسد کے مستقل توازن سے متعین ہوتی ہے۔ اس کی تبدیلی کے پیشِ نظر طلب اور رسد کو ضرورت کے مطابق کم و بیش کیا جا سکتا ہے۔

## پارٹ II: انشائیہ Descriptive Part

-1 معاشی اصطلاح میں منڈی سے کیا مراد ہے؟ اس کی اہمیت بیان کیجئے نیز یہ بھی بتائیے کہ اس کی وسعت کا انحصار کن عوامل پر ہوتا ہے؟

-2 منڈی کی مختلف اقسام بیان کیجئے۔

-3 مکمل مقابلہ اور اجارہ داری میں کیا فرق ہوتا ہے؟

-4 مکمل مقابلہ کے تحت قیمت کا تعین کیسے ہوتا ہے؟ شکل سے واضح کیجئے۔

-5 مثالیں دے کر اور خاکے بنا کر سمجھائیے کہ بازاری قیمت کا تعین کس طرح ہوتا ہے؟

-6 ضیاع پذیر اشیاء کی قیمت کا تعین کیسے ہوتا ہے؟ شکل سے واضح کیجئے۔