



318hi15

15

माँग

पूर्ववती अध्यायों में आप अध्ययन कर चुके हैं कि वस्तुओं और सेवाओं में हमारी आवश्यकताओं को संतुष्ट करने की शक्ति होती है। हमारी आवश्यकताएं असीमित हैं। उनमें से अधिकांश की संतुष्टि वस्तुओं एवं सेवाओं से की जा सकती है। अतः हम वस्तुओं और सेवाओं का क्रय बाजार से करते हैं। आजकल बाजार विभिन्न प्रकार की वस्तुओं से भरा पड़ा है। हम इन सभी वस्तुओं का क्रय नहीं कर सकते, क्योंकि हमारे पास सीमित मुद्रा होती है। इसीलिए हमें यह चुनाव करना होता है कि किस वस्तु का क्रय करें, किसका नहीं। हमें किस वस्तु या वस्तु संयोग का क्रय करना है, यह इस बात पर निर्भर करता है कि हमारे पास कितनी मुद्रा है और हमें क्या कीमत देनी पड़ती है। इन सभी बातों का संबंध माँग के अध्ययन से जुड़ा है।



उद्देश्य

इस पाठ का अध्ययन करने के बाद आप:

- माँग के अर्थ की व्याख्या कर पाएंगे;
- इच्छा, आवश्यकता और माँग में अंतर कर पाएंगे;
- व्यक्तिगत माँग तथा बाजार माँग में अंतर कर पाएंगे;
- किसी वस्तु की व्यक्तिगत माँग तथा बाजार माँग पर प्रभाव डालने वाले कारकों की व्याख्या कर पाएंगे;
- माँग के नियम की व्याख्या कर पाएंगे;
- माँग के नियम के कारणों तथा अपवादों को चिन्हित कर पाएंगे;
- एक काल्पनिक व्यक्तिगत माँग तालिका बनाकर माँग वक्र का रेखांकन कर पाएंगे;
- बाजार माँग तालिका बनाना और उसका बाजार माँग वक्र रेखांकन कर पाएंगे; तथा
- माँग वक्र पर संचालन तथा माँग वक्र का स्थानांतरण में अंतर कर पाएंगे।

मॉड्यूल - 6

उपभोक्ता का व्यवहार



टिप्पणियाँ



टिप्पणियाँ

15.1 माँग का अर्थ

प्रायः देखा गया है कि लोग इच्छा, आवश्यकता और माँग को एक-दूसरे के विकल्प के रूप में प्रयोग करते हैं, किंतु अर्थशास्त्र में ये समान नहीं हैं। इच्छा किसी वस्तु को रखने की चाहत मात्र है। सामान्यतः यह वस्तु के प्रति उत्कंठा ही है। अतः कोई भी, किसी भी वस्तु की इच्छा कर सकता है, भले ही वह वस्तु वास्तव में उपलब्ध है या नहीं। दूसरी तरफ आवश्यकता वह इच्छा है, जिसे पूरा करने के लिए क्षमता (साधन) हो और साधनों को इच्छा पूर्ति हेतु व्यय करने की तत्परता हो। इसलिए हर इच्छा आवश्यकता नहीं होती। इच्छा आवश्यकता तब कहलाती है, जब व्यक्ति इस स्थिति में हों कि उसकी संतुष्टि कर सकें।

किसी वस्तु की माँग से हमारा अभिप्राय वस्तु की उस इच्छा से है, जिसे क्रय करने की क्षमता (शक्ति) हों और उसे व्यय करने की तत्परता भी हों। जब कोई उपभोक्ता किसी वस्तु के उपभोग की इच्छा करता है और उसके पास आवश्यक क्रय-शक्ति भी है। अर्थात् आय के साथ खर्च करने की इच्छा दोनों का होना वस्तु की माँग के लिए आवश्यक है।

किसी वस्तु की माँग का तात्पर्य वस्तु की उस मात्रा से है, जिसे उपभोक्ता एक निश्चित कीमत पर निश्चित अवधि में क्रय करने की इच्छा रखता है।

माँग की उक्त परिभाषा माँग के तीन आवश्यक तत्वों पर प्रकाश डालती है—

- (i) वस्तु की कीमत
- (ii) वस्तु की मात्रा
- (iii) समय अवधि : समयावधि एक दिन, एक सप्ताह, एक मास, एक वर्ष या अन्य अवधि हो सकती है।

आइए, निम्नांकित कथनों पर विचार करें—

- (i) गत सप्ताह मि. अक्षय ने 2 किलो सेब खरीदे
- (ii) मि. अक्षय ने 60 रुपये प्रतिकिलो कीमत पर 2 किलोग्राम सेब खरीदे।
- (iii) गत सप्ताह मि. अक्षय ने 60 रु. प्रति कि. के भाव पर 2 कि. सेब खरीदे।

माँग के संदर्भ में पहले दो कथन 'अपूर्ण' हैं। पहले कथन में सेब का मूल्य नहीं बताया गया है। दूसरे कथन में समय-अवधि के बारे में कुछ नहीं कहा गया है। तृतीय कथन 'पूर्ण' है, क्योंकि उसमें सेब की मात्रा, उसकी कीमत तथा समय अवधि तीनों का समावेश है, जिस पर वस्तु की उस मात्रा की माँग की गई है।

15.2 व्यक्तिगत माँग तथा बाजार माँग

व्यक्तिगत माँग—यह वह माँग है, जो एक व्यक्ति द्वारा एक निश्चित समय में वस्तु की दी गई कीमत पर वस्तु की माँगी गई मात्राओं को प्रकट करती है। पाठ के प्रारंभ में मि. अक्षय की सेबों की माँग, व्यक्तिगत माँग का उदाहरण है।

किंतु बाजार में सेब का एक मात्र क्रेता अक्षय ही नहीं है। बाजार में सेब की माँग करने वाले अन्य दूसरे व्यक्ति भी हो सकते हैं। आइए कल्पना करें कि अक्षय के अतिरिक्त रोहित, रीतिक और अजय अन्य तीन सेबों के क्रेता बाजार में हैं।

बाजार-माँग : एक निश्चित समय पर निश्चित कीमत पर सभी क्रेताओं की सेब की माँग का जोड़ बाजार-माँग कहलाएगा। कल्पना कीजिए, जब सेब का मूल्य 60 रु. प्रति किग्रा है, अक्षय 2 किग्रा, रोहित 3 किग्रा, रीतिक 2.5 किग्रा और अजय 1.5 किग्रा सेब एक सप्ताह में क्रय करते हैं। इस तरह 60 रु. प्रति किग्रा कीमत पर सेब की बाजार माँग होगी— $2+3+2.5+1.5 = 9$ किग्रा सेब होगी।

इस प्रकार बाजार माँग एक वस्तु की विभिन्न मात्राओं के योग प्रकट करता है, जो बाजार में एक निश्चित समय अवधि से सभी क्रेता दी गई कीमत पर खरीदने के लिए तैयार हैं।



पाठगत प्रश्न 15.1

1. वस्तु की माँग से क्या अभिप्राय है?
2. माँग के तीन आवश्यक तत्व क्या हैं?
3. 'इच्छा' माँग से किस प्रकार भिन्न होती है?
4. व्यक्तिगत माँग और बाजार माँग में भेद कीजिए।

15.3 वस्तु की व्यक्तिगत माँग को प्रभावित करने वाले कारक

वे कारक, जो उपभोक्ता के किसी वस्तु को क्रय करने के निर्णय को प्रभावित करते हैं, उन्हें माँग निर्धारक तत्व कहा जाता है। किसी वस्तु की व्यक्तिगत माँग को प्रभावित करने वाले कारक निम्न हैं—

1. वस्तु की कीमत
2. संबंधित वस्तुओं की कीमत
3. वस्तु के क्रेता की आय
4. क्रेता की अभिरुचि तथा वरीयताएं

1. वस्तु की कीमत

जैसा कि आपने देखा है, जब किसी वस्तु की कीमत में कमी होती है, आप उस वस्तु को अधिक मात्रा में क्रय करते हैं; कीमत वृद्धि पर कम मात्रा का क्रय करते हैं, जबकि अन्य बातें समान रहती हैं। दूसरे शब्दों में, अन्य बातें समान रहने पर वस्तु की कीमत और क्रेता



मॉड्यूल - 6

उपभोक्ता का व्यवहार



टिप्पणियाँ

माँग

द्वारा माँगी गई मात्रा में विपरीत संबंध पाया जाता है। इस कथन का संबंध माँग के नियम से है, जिसका अध्ययन आप पाठ के दूसरे चरण में करेंगे।

वस्तु की कीमत और क्रेता द्वारा माँगी गई वस्तु की मात्रा में तभी तक विपरीत संबंध स्थिर रहता है, जब तक 'अन्य बातें समान रहती हैं।' अतः उपवाक्य 'अन्य बातें समान रहने पर' वह मान्यता है, जो कीमत में परिवर्तन का प्रभाव माँगी गई वस्तु की मात्रा का अध्ययन करते समय प्रयोग होती है।

2. संबंधित वस्तु का मूल्य

एक उपभोक्ता एक विशेष वस्तु की माँग कर सकता है। उक्त वस्तु को क्रय करते समय वह उस वस्तु से संबंधित वस्तु की कीमत पूछता है।

संबंधित वस्तुएं दो प्रकार की हो सकती हैं—

1. स्थानापन्न वस्तुएं
2. पूरक वस्तुएं

किसी वस्तु को क्रय करते समय वस्तु की मात्रा को उसकी स्थानापन्न एवं पूरक वस्तुओं का कीमत प्रभावित करती है।

(क) स्थानापन्न वस्तुओं की कीमत : स्थानापन्न वस्तुएं वे वस्तुएं हैं, जिनका प्रयोग किसी विशेष आवश्यकता की संतुष्टि के लिए सरलता से किया जाता है, जैसे—चाय और कॉफी। स्थानापन्न वस्तु की कीमत बढ़ जाने पर दी गई वस्तु की माँग बढ़ जाती है तथा कीमत कम होने पर दी गई वस्तु की माँग कम हो जाती है। इसका अभिप्राय है कि स्थानापन्न वस्तु की कीमत का परिवर्तन दी गई वस्तु की माँग को प्रत्यक्ष रूप से प्रभावित करता है। उदाहरणार्थ, यदि कॉफी की कीमत में वृद्धि होती है तो चाय की माँग में भी वृद्धि हो जाएगी, क्योंकि कॉफी की तुलना में चाय सस्ती हो जाएगी।

(ख) पूरक वस्तुओं की कीमत : पूरक वस्तुएं वे वस्तुएं हैं, जिनका किसी विशिष्ट आवश्यकता की संतुष्टि के लिए साथ-साथ उपभोग किया जाता है, जैसे—कार और पेट्रोल। एक पूरक वस्तु की कीमत में वृद्धि हो जाने से दी गई वस्तु की माँग की मात्रा में कमी आ जाती है और पूरक वस्तु की कीमत में कमी आने से दी गई वस्तु की माँग में वृद्धि हो जाती है। जैसे पेट्रोल की कीमत गिरने से कार की माँग बढ़ जाती है। क्योंकि दोनों का साथ-साथ प्रयोग करना सस्ता पड़ता है। अतः दी गई वस्तु की माँग की मात्रा का पूरक वस्तु की कीमत के साथ विपरीत संबंध होता है।

3. वस्तु के क्रेता की आय

वस्तु की माँग को क्रेता की आय भी प्रभावित करती है। किंतु आय में परिवर्तन का विचारणीय वस्तु की माँग पर प्रभाव वस्तु की प्रकृति पर निर्भर करता है। कुछ वस्तुओं के संबंध में जैसे पूर्ण क्रीम युक्त दूध, बासमती चावल की गुणवत्ता आदि, जब क्रेता की आय बढ़ती है, इन

वस्तुओं की माँग बढ़ जाती है। क्रेता की आय में कमी से इन वस्तुओं की माँग मात्रा में कमी आती है। ऐसी वस्तुएँ जिनकी माँग क्रेता की आय बढ़ने के साथ बढ़ जाती है, सामान्य वस्तुएँ कहलाती हैं। किन्तु कुछ वस्तुएँ, जैसे—मोटा चावल, टोंड दूध आदि की माँग क्रेता की आय बढ़ जाने पर घट जाती है और आय के कम होने पर इनकी माँग बढ़ जाती है। क्रेता की आय की वृद्धि के साथ जिनकी आय घटती है, उन्हें घटिया वस्तु कहा जाता है। मान लो, कोई उपभोक्ता 25 रु. प्रति किग्रा की कीमत पर 10 किग्रा चावल क्रय करता है, वह 50 रु. प्रति किग्रा की दर वाला उच्च कोटि का चावल क्रय करने में असमर्थ है, क्योंकि उसे चावल पर प्रतिमाह 250 रु. ही व्यय करना होता है। अब यदि उपभोक्ता की आय में वृद्धि हो जाती है तो वह 10 किलो चावल के क्रय करने पर 350 रु. व्यय कर सकता है। इस प्रकार अब वह 6 किलो चावल 25 रु. प्रति कि. की दर पर, 4 कि. चावल 50 रु. प्रति कि. दर पर खरीद सकता है। इस प्रकार वह 350 रु. व्यय करके 10 किलो चावल क्रय करेगा।

अतः संक्षेप में कहा जा सकता है कि किसी सामान्य वस्तु की माँग का क्रेता की आय से प्रत्यक्ष संबंध होता है। निकृष्ट वस्तु की माँग का उपभोक्ता की आय से विपरीत संबंध होता है।

4. उपभोक्ता की अभिरुचि तथा वरीयताएं

किसी वस्तु की माँग उपभोक्ता की अभिरुचि (पसंद/ नापसंद) एवं वरीयताओं से भी प्रभावित होती है। इसके अंतर्गत फैशन, आदत, रीति-रिवाज आदि में परिवर्तन को शामिल किया जाता है। प्रायः उपभोक्ता उन्हीं वस्तुओं को प्राथमिकता देता है, जो फैशन में हैं। अतः फैशन के अंतर्गत आने वाली वस्तुओं की माँग बढ़ जाती है। दूसरे शब्दों में, जो वस्तु फैशन से बाहर हो जाती है, उसकी माँग गिर जाती है, क्योंकि कोई भी उपभोक्ता उसे क्रय करना पसंद नहीं करता।

15.4 वस्तु की बाजार माँग को प्रभावित करने वाले कारक

जैसा कि पहले लिखा जा चुका है कि बाजार माँग सभी क्रेताओं द्वारा निश्चित कीमत पर और निश्चित समय पर क्रय की गई मात्रा का योग होता है। व्यक्तिगत माँग को प्रभावित करने वाले कारकों के अतिरिक्त बाजार माँग निम्न कारकों द्वारा भी प्रभावित होती है। माँग भी निम्नांकित कारकों द्वारा भी प्रभावित होती है—

- 1. बाजार में क्रेताओं की संख्या (जनसंख्या) :** जनसंख्या वृद्धि बाजार माँग में वृद्धि करती है और जनसंख्या में कमी वस्तु की बाजार माँग को कम करती है। न केवल जनसंख्या का आकार, उसकी संरचना जैसे आय, लिंग भेद (स्त्री-पुरुष का औसत) बच्चे और वृद्ध आदि भी वस्तु की माँग को प्रभावित करते हैं। यह इसलिए क्योंकि बच्चों, युवाओं, वृद्धों, पुरुषों और स्त्रियों की आवश्यकताएं भिन्न-भिन्न होती हैं।
- 2. आय और धन का वितरण :** यदि आय और धन का वितरण धनिक वर्ग के पक्ष में होता है तो धनवान व्यक्तियों द्वारा उपभोग की जाने वाली आरामदायक व विलासिता की



टिप्पणियाँ

मॉड्यूल - 6

उपभोक्ता का व्यवहार



टिप्पणियाँ

माँग

वस्तुओं की माँग बढ़ जाएगी। यदि आय का वितरण गरीब-वर्ग के पक्ष में होता है तो निर्धन व्यक्तियों द्वारा प्रयोग की जाने वाली वस्तुओं, जैसे अनिवार्य वस्तुओं की माँग अधिक होगी।

3. ऋतु और मौसमी परिस्थितियाँ : प्रायः देखा गया है कि शीत ऋतु में ऊनी वस्त्रों की माँग बढ़ जाती है, जबकि आइसक्रीम एवं शीत-पेय की माँग गर्मियों में बढ़ जाती है। इसी प्रकार वर्षा के मौसम में छाता तथा बरसाती कोट की माँग में वृद्धि हो जाती है।



पाठगत प्रश्न 15.2

1. स्थानापन्न वस्तुएं क्या हैं? स्थानापन्न वस्तु का एक उदाहरण दीजिए।
2. घटिया वस्तुएं क्या हैं? घटिया वस्तु का एक उदाहरण दीजिए।
3. सामान्य वस्तु क्या है? सामान्य वस्तु का एक उदाहरण दीजिए।

15.5 माँग का नियम

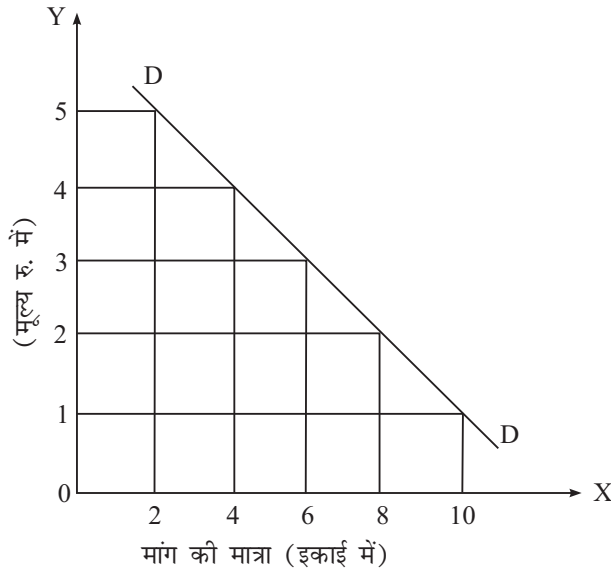
वस्तु की कीमत में परिवर्तन का वस्तु की माँग पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन हम इसके पूर्व कर चुके हैं। माँग का नियम, वस्तु की कीमत एवं माँगी गई मात्रा के आपसी संबंध की व्याख्या, माँग को प्रभावित करने वाले अन्य कारकों के स्थिर रहने पर, करता है।

माँग का नियम बताता है कि यदि माँग के अन्य निर्धारक तत्व अपरिवर्तित रहे तो किसी वस्तु की माँगी गई मात्रा तथा उसकी कीमत में विपरीत संबंध होता है। दूसरे शब्दों में, वस्तु की कीमत गिरने पर वस्तु की माँग बढ़ती है और कीमत के बढ़ने पर माँग घटती है। यदि अन्य कारक अपरिवर्तित रहते हैं।

माँग का नियम की व्याख्या तालिका 15.1 तथा आरेख 15.1 की सहायता से बेहतर तरीके से की जा सकती है—

तालिका 15.1

मूल्य (रु. में)	माँगी गई मात्रा (इकाई में)
1	10
2	8
3	6
4	4
5	2



चित्र 15.1

जैसा आप तालिका 15.1 में देखते हैं, जब वस्तु की कीमत बढ़ती है, माँग घटती है। इसलिए माँग वक्र का ढलान बायें से दायें नीचे की ओर होता है। जैसा आरेख 15.1 में दिखाया गया है। ऋणात्मक ढलान प्रकट करता है किसी वस्तु की कीमत तथा माँगी गई मात्रा में विपरीत संबंध होता है।

15.6 माँग के नियम की मान्यताएं

माँग के नियम में कीमत के अतिरिक्त माँग को प्रभावित करने वाले अन्य कारकों को स्थिर मान लिया जाता है। इसीलिए 'अन्य बातें समान रहने पर' उपवाक्य को प्रयोग में लाया जाता है। यह उपवाक्य नियम पर आधारित निम्न मान्यताओं के लिए प्रयुक्त होता है—

1. स्थानापन्न वस्तुओं की कीमत में परिवर्तन नहीं होता।
2. पूरक वस्तुओं की कीमत में परिवर्तन नहीं होता।
3. क्रेता की आय पूर्ववत् रहती है।
4. क्रेता के स्वभाव, आदत, रुचि आदि में कोई परिवर्तन नहीं होता।

15.7 माँग के नियम की क्रियाशीलता के कारण

जब हम यह स्पष्ट करने का प्रयत्न करते हैं कि कम कीमत पर एक उपभोक्ता वस्तु की अधिक मात्रा क्यों क्रय करता है और अधिक मूल्य पर कम क्यों? अथवा माँग का यह नियम कैसे क्रियाशील होता है? माँग वक्र का ढलान बायें से दायें नीचे की ओर क्यों होता है? माँग के नियम के अलागू होने के मुख्य कारण निम्न हैं—



टिप्पणियाँ

मॉड्यूल - 6

उपभोक्ता का व्यवहार



टिप्पणियाँ

माँग

- हासमान सीमांत उपयोगिता का नियम :** आप अध्ययन कर चुके हैं कि हासमान सीमांत उपयोगिता नियम व्याख्या करता है, जैसे-जैसे उपभोक्ता किसी वस्तु की अधिक इकाइयों का उपभोग करता है, तब प्रत्येक अगली इकाई से मिलने वाली उपयोगिता घटती जाती है। उपभोक्ता अधिक भुगतान करने के लिए तभी तैयार होता है, जब उसे प्रति इकाई अधिक उपयोगिता प्राप्त होती है। कम उपयोगिता के लिए कम भुगतान करता है। इसका अर्थ है कि वस्तु की अधिक मात्रा तभी खरीदी जाती है, जब वस्तु की कीमत घटती है।
- आय प्रभाव :** जब वस्तु की कीमत गिरती है, उपभोक्ता की वास्तविक आय और उसकी क्रयशक्ति बढ़ जाती है। वह उसी मौद्रिक आय से वस्तु की अधिक मात्रा को खरीदने में समर्थ हो जाता है। एक उदाहरण देखिए, माना आइसक्रीम की कीमत 25 रु. प्रति इकाई है, आप 4 आइसक्रीम खरीदते हैं। यदि आइसक्रीम की कीमत घटकर 20 रु. रह जाती है तो अब आप इसी मौद्रिक आय में 5 आइसक्रीम खरीद सकते हैं।
- स्थानापन्न प्रभाव :** किसी वस्तु की कीमत कम हो जाती है तो वह अपनी स्थानापन्न वस्तु की तुलना में सस्ती हो जाती है। यद्यपि स्थानापन्न वस्तु का मूल्य नहीं बदलता। इसके कारण दी वस्तु की माँग बढ़ जाती है। जैसे-कोकाकोला और पेप्सी में प्रत्येक की कीमत 10 रु. है। यदि कोकाकोला की कीमत गिर जाती है। पेप्सी की अपेक्षा कोक सस्ता हो जाता है तथा इसका प्रयोग पेप्सी के स्थान पर किया जाएगा। इससे कोक की माँग बढ़ जाएगी।
- क्रेताओं की संख्या में परिवर्तन :** जब किसी वस्तु की कीमत कम हो जाती है तो कई पुराने क्रेता घटे मूल्य पर उस वस्तु की माँग पहले से अधिक करने लगते हैं और नए खरीददार, जो बड़े मूल्य पर क्रय नहीं करते थे, वह भी उस वस्तु को क्रय करना शुरू कर देते हैं। अतः वस्तु की कीमत कम होने पर वस्तु के क्रेताओं की संख्या बढ़ जाती है। परिणामस्वरूप कीमत की गिरावट के साथ वस्तु की माँग में वृद्धि हो जाती है।
- वस्तु के विभिन्न उपयोग :** कई वस्तुओं के विभिन्न उपयोग होते हैं, जैसे-दूध। इसका उपयोग पीने में, मिष्ठान्न बनाने में, आइसक्रीम बनाने आदि में किया जाता है। यदि दूध की कीमत बढ़ती है तो इसका उपयोग प्रमुख उद्देश्यों में ही प्रतिबंधित रह जाएगा। इस प्रकार कम महत्वपूर्ण कार्यों के लिए इसकी माँग कम हो जाएगी। यदि दूध की कीमत कम होती है तो इसका विभिन्न प्रयोगों में इस्तेमाल होने के फलस्वरूप दूध की माँग बढ़ जाएगी।

15.8 माँग के नियम के अपवाद

माँग के नियम में आप अध्ययन कर चुके हैं कि कम कीमत पर एक क्रेता वस्तु की अधिक माँग करता है और अधिक मूल्य पर कम। किंतु कुछ विशेष परिस्थितियों में कुछ वस्तुओं की कीमत अधिक होने पर भी उनकी माँग बढ़ जाती है। इन विशेष परिस्थितियों को ही हम माँग के नियम का अपवाद कहते हैं। कुछ प्रमुख अपवाद इस प्रकार हैं—



टिप्पणियाँ

- गिफ्टिन पदार्थ :** गिफ्टिन पदार्थ वे घटिया वस्तु होती हैं, जिनका ऋणात्मक आय प्रभाव स्थानापन्न वस्तु के धनात्मक प्रभाव से अधिक होता है। गिफ्टिन वस्तुओं के मामले में कीमत और माँग के मध्य धनात्मक संबंध तब होता है, जब ऋणात्मक आय प्रभाव बहुत अधिक होता है। अतः माँग का नियम गिफ्टिन वस्तुओं पर लागू नहीं होता, क्योंकि इनकी कीमत बढ़ने पर ही माँग बढ़ती है, घटती नहीं। उदाहरण के लिए ज्वार व बाजरा गिफ्टिन पदार्थ हैं।
- प्रतिष्ठासूचक वस्तुएं :** हीरा, स्वर्ण, जवाहरात आदि वस्तुएं शान-शौकत अर्थात् प्रतिष्ठासूचक होती हैं, जिनका उपयोग केवल धनी लोग करते हैं। इन वस्तुओं की माँग तभी अधिक होती है, जब इनकी कीमत अधिक होती है। कीमत कम हो जाने पर माँग भी कम हो जाती है, क्योंकि ऐसी वस्तुओं को फिर प्रतिष्ठा सूचक वस्तुएं नहीं माना जाता। इसलिए इनकी माँग कम हो जाती है।
- अनिवार्यताएं :** दवा, नमक, गेहूँ इत्यादि कुछ ऐसी वस्तुएं हैं, जिन पर माँग का नियम लागू नहीं होता, क्योंकि हमें इनकी न्यूनतम आवश्यक मात्रा का क्रय अवश्य करना पड़ता है, भले ही उनकी कीमत कुछ भी हो।
- वस्तु की दुर्लभ होने की प्रत्याशा :** जब क्रेता किसी वस्तु विशेष की भविष्य में दुर्लभता होने की कल्पना करते हैं तो वह उस वस्तु की अधिक-से-अधिक मात्रा क्रय करना प्रारंभ कर देते हैं, भले ही उसकी कीमत बढ़ रही हो। उदाहरण के लिए अकाल, युद्धकाल आदि समय में व्यक्ति कुछ वस्तुओं का अधिक मात्रा में क्रय करते हैं, यद्यपि उनकी कीमत उनकी कीमत में वृद्धि होती है। उन्हें भय होता है कि निकट भविष्य में उनकी मात्रा (दुर्लभ) स्वल्प हो जाएगी।



पाठगत प्रश्न 15.3

- माँग के नियम का उल्लेख कीजिए।
- माँग के नियम की किन्हीं दो मान्यताओं का उल्लेख करो।
- माँग के नियम के कोई दो अपवाद बताइए।

15.9 व्यक्तिगत माँग अनुसूची

माँग के नियम में आप पढ़ चुके हैं कि अन्य बातें समान रहने पर वस्तु की माँग और कीमत में विपरीत संबंध होता है। मात्रा और कीमत के इस विपरीत संबंध को एक अनुसूची की सहायता से स्पष्ट किया जा सकता है। व्यक्तिगत माँग अनुसूची वह तालिका है, जो एक व्यक्ति द्वारा एक निश्चित समय में वस्तु की विभिन्न कीमतों पर वस्तु की माँगी गई मात्राओं के संबंध को प्रकट करती है। इस तरह की अनुसूची सारणी 15.2 में दी गई है—

मॉड्यूल - 6

उपभोक्ता का व्यवहार



टिप्पणियाँ

माँग

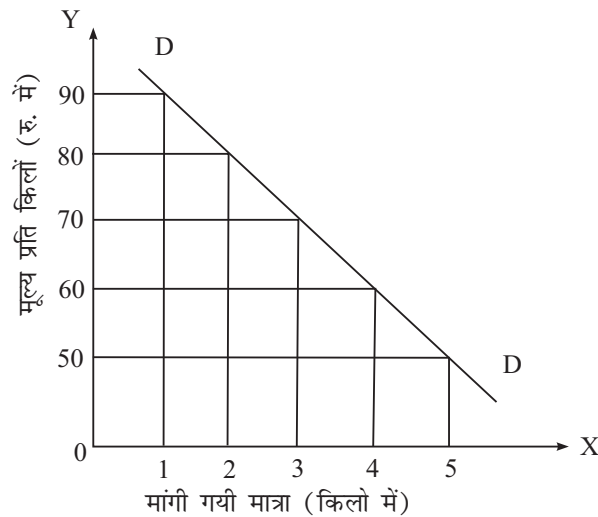
सारणी 15.2 : सेब की व्यक्तिगत माँग

प्रतिकिलो सेब की कीमत (रु. में)	एक सप्ताह में माँगी गई सेब की मात्रा (कि.ग्रा. में)
90	1
80	2
70	3
60	4
50	5

उपरोक्त अनुसूची दर्शाती है कि जब सेब की कीमत 90 रु. प्रति किलो है, सेब की एक सप्ताह में 1 किलो की मात्रा माँगी गई है। लेकिन जब कीमत गिरकर 80 रु., 70 रु., 60 रु. और 50 रु. प्रति किलो होती है तो सेब की माँग बढ़कर क्रमशः 2 कि., 3 कि., 4 कि. और 5 हो जाती है। इस प्रकार माँग अनुसूची माँग के नियम का सारणी के रूप में कथन है। माँग अनुसूची विभिन्न कीमतों पर वस्तु की माँगी गई विभिन्न मात्राओं को सारणी के रूप में प्रदर्शित करती है।

15.10 व्यक्तिगत माँग वक्र

माँग वक्र माँग के नियम का रेखाचित्र प्रस्तुतीकरण है। यदि हम व्यक्तिगत माँग अनुसूची को एक ग्राफ-पेपर पर अंकित करते हैं तो एक वक्र प्राप्त करते हैं, उसे ही हम व्यक्तिगत माँग वक्र कहते हैं। माँग व्यक्तिगत माँग को रेखाचित्र 15.2 पर दर्शाया गया है—



चित्र 15.2

जैसा कि रेखाचित्र में दिखाया गया है—OY अक्ष वस्तु की कीमत OX अक्ष मात्रा को प्रदर्शित करता है। सारणी 15.2 में बिंदु A, B, C, D और E कीमत और माँग की मात्रा के पाँच संयोगों को प्रदर्शित करते हैं। बिंदु A, 90 रु. प्रति किग्रा कीमत पर प्रति सप्ताह 1 किग्रा सेबों की

माँगी गई मात्रा को दर्शाता है। बिंदु B 80 रु. प्रति किग्रा कीमत पर 2 किग्रा प्रति सप्ताह माँगी गई मात्रा को दर्शाता है। कीमत और मात्रा के अन्य संयोगों को बिंदु C, D और E द्वारा सारणी 15.2 में दिया गया है। इन बिंदुओं को मिलाकर माँग वक्र को प्राप्त किया गया है।

15.11 बाजार माँग अनुसूची

जैसा कि स्पष्ट किया जा चुका है कि बाजार में समस्त क्रेताओं द्वारा एक निश्चित समय में निश्चित कीमत पर क्रय की गई मात्रा के जोड़ को बाजार माँग है। किसी वस्तु की व्यक्तिगत अनुसूची की सहायता से हम बाजार माँग अनुसूची तैयार कर सकते हैं। माना कि बाजार में सेब के केवल अ, ब, स तीन क्रेता हैं। इन तीनों की माँग अनुसूची सारणी 15.3 में दी गई है।

अनुसूची 15.3 : सेबों की बाजार माँग

सेब की कीमत	प्रति सप्ताह सेब की माँगी गई मात्रा (किग्रा में)			प्रति सप्ताह बाजार माँग (सेब किग्रा में)
	अ	ब	स	
				माँगी गई मात्रा = अ+ब+स
90	1	3	2	$1 + 3 + 2 = 6$
80	2	5	3	$2 + 5 + 3 = 10$
70	3	7	4	$3 + 7 + 4 = 14$
60	4	9	5	$4 + 9 + 5 = 18$
50	5	11	6	$5 + 11 + 6 = 22$

सेब की कीमत जब 90 रु. प्रति किग्रा है तो क्रेता 'अ' 1 किग्रा क्रेता 'ब' 3 किग्रा और क्रेता 'स' 2 किग्रा सेब क्रय करता है। इस तरह एक सप्ताह में सेब की माँग 90 रु. की कीमत पर $1+3+2 = 6$ किग्रा है। इस प्रकार विभिन्न मूल्यों पर सेब की बाजार माँग सूची को प्राप्त किया जा सकता है, जैसा तालिका 15.3 में दिखाया गया है।

15.12 बाजार माँग वक्र

जिस प्रकार हमने व्यक्तिगत माँग वक्र को ग्राफ पेपर पर अंकित किया, उसी प्रकार बाजार यदि माँग तालिका 15.3 को अंकित किया जाता है तो हमें निम्न रेखाचित्र प्राप्त होगा।

रेखाचित्र 15.3 में बिंदु FGHIJ अनुसूची 15.3 में दी गई प्रत्येक कीमत पर, बाजार में प्रति सप्ताह सेबों की दी गई मात्रा को दर्शाते हैं। किंतु F, 90 रु. प्रति किग्रा कीमत पर सेबों की 6 किग्रा बाजार माँग को दर्शाता है। इसी प्रकार सारणी 15.3 में सेबों की कीमत और माँगी गई मात्रा के अन्य संयोगों को बिंदु GHI और J द्वारा दर्शाया गया है। इन बिंदुओं को मिलाकर सेबों का बाजार माँग वक्र प्राप्त किया जा सकता है। इस प्रकार बाजार माँग वक्र व्यक्तिगत माँग वक्रों का क्षैतिजाकार योग है।



टिप्पणियाँ

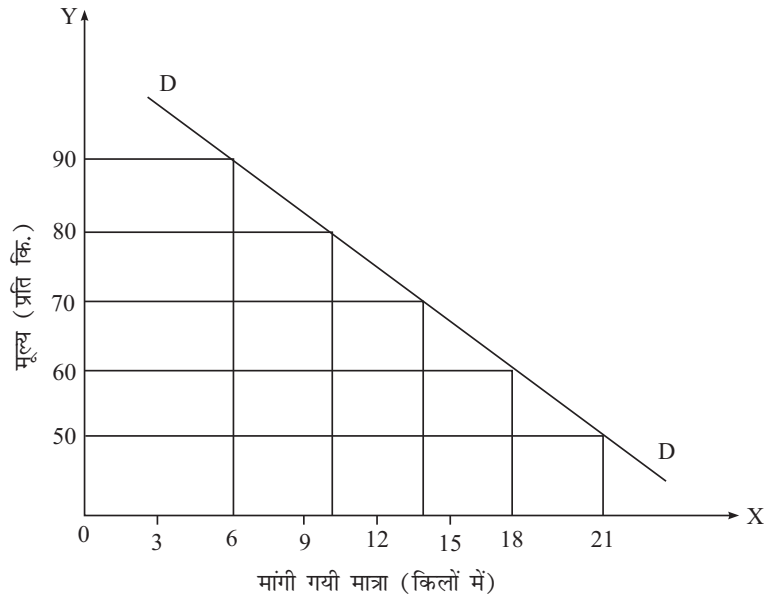
मॉड्यूल - 6

उपभोक्ता का व्यवहार



टिप्पणियाँ

माँग

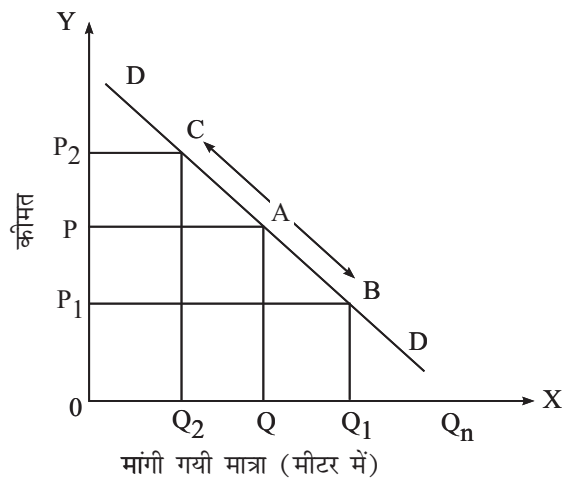


चित्र 15.3

15.13 माँग वक्र पर संचलन (माँगी गई मात्रा में परिवर्तन)

माँग के नियम में आप पहले ही अध्ययन कर चुके हैं कि वस्तु की कीमत तथा माँगी गई मात्रा में विपरीत संबंध होता है। अन्य बातें समान रहने पर जब वस्तु की माँगी गई मात्रा में, उसके मूल्य में परिवर्तन के कारण, परिवर्तन आता है तो उसे माँगी गई मात्रा में परिवर्तन कहते हैं। इसे रेखाचित्र द्वारा उसी माँग वक्र पर संचलन द्वारा दिखाया गया है।

उसी माँग वक्र पर संचलन या तो ऊपर की ओर या फिर नीचे की ओर होता है। उसी माँग वक्र पर ऊपर की ओर संचलन, माँग संकुचन या माँगी गई मात्रा में कमी कहलाता है और उसी माँग वक्र पर नीचे की ओर संचलन माँग विस्तार या माँगी गई मात्रा में वृद्धि कहलाता है। इसे रेखाचित्र 15.4 की सहायता से अच्छी प्रकार स्पष्ट किया जा सकता है।



रेखाचित्र 15.4 : माँग वक्र पर संचलन

जब कीमत गिरकर OP से OP_1 हो जाती है तो माँग की मात्रा बढ़कर OQ से OQ_1 पर आती है, जिसे माँग का विस्तार कहते हैं। परिणामस्वरूप उसी माँग वक्र DD पर बिंदु A से बिंदु तक नीचे की ओर संचलन होता है।

जब मूल्य बढ़कर OP से OP_2 पर आता है, माँग की मात्रा गिरकर OQ से OQ_2 पर पहुँच जाती है, जिसे माँग संकुचन कहा जाता है। जिसके कारण उसी माँग वक्र पर DD बिंदु A से बिंदु C तक ऊपर की ओर संचलन होता है।

माँग विस्तार और माँग संकुचन को माँग अनुसूची द्वारा भी स्पष्ट किया जा सकता है।

नीचे सेब की माँग अनुसूची संख्या 15.4 और 15.5 को देखिए—

सारणी 15.4 : माँग का विस्तार

सेब का मूल्य (रु. प्रति किग्रा)	प्रति सप्ताह सेबों की माँगी गई मात्रा (प्रति सप्ताह किग्रा)
70	3
60	4
50	5

अनुसूची संख्या 15.4 दर्शाती है कि सेब के मूल्य के गिरने के साथ सेब की माँगी गई मात्रा बढ़ती जा रही है। यह माँग का विस्तार दर्शाता है। इसे माँगी गई मात्रा में वृद्धि भी कहा जाता है।

तालिका 15.5 : माँग संकुचन

सेब का मूल्य (रु. प्रति किग्रा)	प्रति सप्ताह सेबों की माँगी गई मात्रा (किग्रा में)
70	3
80	2
90	1

तालिका संख्या 15.5 को देखिए, जब सेब का मूल्य बढ़ता है तो उसकी माँग कम हो जाती है, इसे माँग संकुचन कहते हैं। यह माँगी गई मात्रा में कमी भी कहलाती है।

15.14 माँग वक्र में खिसकाव (माँग में परिवर्तन)

माँग के नियम में वस्तु की कीमत के अतिरिक्त, अन्य बातें स्थिर मान ली जाती हैं, किंतु जब माँग को प्रभावित करने वाले अन्य कारकों में परिवर्तन होता है, किंतु कीमत स्थिर रहती है तो क्या होता है? किंतु जब उसी कीमत पर माँग में परिवर्तन होता है तो इसका अभिप्राय है कि प्रयोग को प्रभावित करने वाले किसी एक या अधिक कारकों में परिवर्तन होने से माँग में परिवर्तन हुआ है। जब वस्तु की कीमत के अतिरिक्त अन्य तत्वों में परिवर्तन होने के कारण



टिप्पणियाँ

मॉड्यूल - 6

उपभोक्ता का व्यवहार



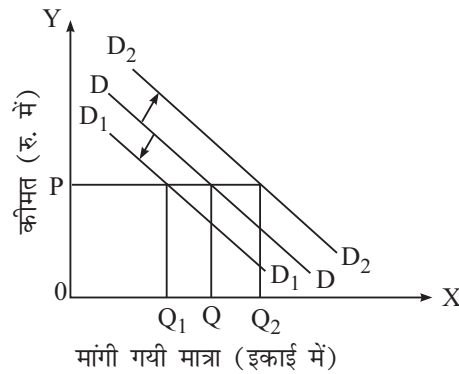
टिप्पणियाँ

माँग

माँग में परिवर्तन होता है तो उसे माँग में परिवर्तन कहा जाता है। माँग वक्र के रेखाचित्र में इसे माँग के खिसकाव के रूप में दिखाया गया है।

किसी वस्तु के माँग वक्र में, वस्तु की स्थानापन्न वस्तुओं की कीमत में परिवर्तन, पूरक वस्तुओं की कीमत में परिवर्तन, क्रेता की आय में परिवर्तन, क्रेता की अभिरुचियों एवं परिमताओं में परिवर्तन, जनसंख्या के आकार में परिवर्तन, आय के वितरण में परिवर्तन, मौसमी परिवर्तन आदि के कारण परिवर्तन हो सकता है।

माँग वक्र के खिसकाव को रेखाचित्र 15.5 की सहायता से स्पष्ट किया जा सकता है—



रेखाचित्र 15.5 : माँग वक्र में खिसकाव

रेखाचित्र 15.5 में आप देखते हैं कि उसी कीमत OP पर माँग OQ से घटकर OQ1 हो जाती है। यह कमी वस्तु की कीमत के अतिरिक्त अन्य कारकों के प्रतिकूल परिवर्तन के कारण हुई है। यह माँग में कमी कहलाती है। माँग में कमी आने से माँग वक्र में बायीं ओर खिसक जाता है।

जब उसी कीमत OP पर माँग OQ से बढ़कर OQ2 हो जाती है तो इसे माँग में वृद्धि कहा जाता है। माँग में वृद्धि वस्तु की कीमत के अतिरिक्त अन्य कारकों में अनुकूल परिवर्तन के कारण होती है। माँग में वृद्धि की दशा में माँग वक्र दांयी ओर खिसक जाता है।

माँग की इस वृद्धि और माँग की कमी को माँग अनुसूची की सहायता से भी स्पष्ट किया जा सकता है। सारणी 15.6 माँग वृद्धि को स्पष्ट करती है—

सारणी 15.6 : माँग में वृद्धि

सेब का मूल्य (रु. प्रति किग्रा)	सेब की माँगी गई मात्रा (किग्रा में)	सेब की माँगी गई मात्रा (किग्रा में)
(1)	(2)	(3)
90	1	2
80	2	3
70	3	4

माँग

यदि आप उपरोक्त अनुसूची का अध्धयन करेंगे तो पाएंगे कि 90 रु. प्रति किग्रा कीमत पर सेबों की माँग 1 किग्रा से बढ़कर 2 किग्रा हो जाती है। इसी प्रकार अन्य कीमतों पर भी सेबों की माँग कॉलम 3 में अधिक है। कॉलम 3 में सेब की मात्रा में वृद्धि हो रही है। माँग में यह वृद्धि, कीमत के अतिरिक्त अन्य कारकों में परिवर्तन के कारण हुई है।

इसी प्रकार माँग में कमी की सारणी भी तैयार कर सकते हैं। सारणी संख्या 15.7 माँग में कमी को दर्शाती है—

सारणी 15.7 : माँग में कमी

सेब का मूल्य (रु. प्रति किग्रा)	सेब की माँगी गई मात्रा (किग्रा में)	सेब की माँगी गई मात्रा (किग्रा में)
70	3	2
60	4	3
50	5	4

सारणी के कॉलम नं. 3 में उसी कीमत पर माँग की मात्रा को गिरते हुए दिखाया गया है। माँग में यह कमी वस्तु की कीमत के अतिरिक्त अन्य कारकों में प्रतिकूल परिवर्तन के कारण होती है।



पाठगत प्रश्न 15.4

1. माँग अनुसूची किसे कहते हैं?
2. निम्न सारणी को पूर्ण कीजिए—

कीमत (प्रति इकाई)	माँगी गई मात्रा (इकाईयों में)			बाजार माँग (इकाई में)
	परिवार 'अ'	परिवार 'ब'	परिवार 'स'	
1	15	20	16	—
2	12	18	13	—
3	9	16	10	—
4	6	14	7	—
5	3	12	4	—

3. किसी वस्तु की माँग के विस्तार से क्या अभिप्राय है?
4. किसी वस्तु की माँग वृद्धि के लिए उत्तरदायी किन्हीं दो कारकों का उल्लेख कीजिए।

मॉड्यूल - 6

उपभोक्ता का व्यवहार



टिप्पणियाँ



टिप्पणियाँ



आपने क्या सीखा

- वस्तु की माँग का अभिप्राय वस्तु की उस मात्रा से है, जिसे एक उपभोक्ता एक दी गई कीमत पर दी गई समय अवधि में क्रय करने के लिए तत्पर रहता है।
- किसी वस्तु की इच्छा मात्र आकांक्षा है। इच्छा, उसकी संतुष्टि करने की क्षमता और तत्परता के साथ, आवश्यकता बन जाती है। एक निश्चित समयावधि में और निश्चित कीमत पर आवश्यकता, माँग बन जाती है।
- व्यक्तिगत माँग के प्रमुख निर्धारक तत्व हैं—1. वस्तु की कीमत, 2. संबंधित वस्तुओं की कीमत, 3. क्रेता की आय और 4. क्रेता की अभिरुचि और वरीयताएं।
- व्यक्तिगत माँग को प्रभावित करने वाले कारकों के अतिरिक्त बाजार माँग को प्रभावित करने वाले कारक हैं—1. बाजार में क्रेताओं की संख्या, 2. आय और संपत्ति का वितरण, 3. ऋतु और मौसम इत्यादि।
- माँग का नियम बताता है, अन्य बातें स्थिर रहने पर, वस्तु की माँगी गई मात्रा और उसकी कीमत में विपरीत संबंध होता है।
- माँग वक्र का ढलान, बाईं से दाहिनी ओर नीचे की ओर होने के कारण हैं—1. ह्रासमान सीमांत उपयोगिता नियम, 2. आय प्रभाव, 3. प्रतिस्थापन प्रभाव, 4. क्रेताओं की संख्या में परिवर्तन तथा 5. वस्तु के विविध प्रयोग।
- माँग नियम के अपवाद हैं—1. गिफ्ट वस्तुएं, 2. प्रतिष्ठासूचक वस्तुएं, 3. अनिवार्यताएं तथा 4. भविष्य में वस्तु की दुर्लभता की आशा।
- माँग वक्र माँग तालिका का रेखाचित्र प्रस्तुतीकरण है, जो एक वस्तु की विभिन्न कीमतों पर विभिन्न मात्रा के संबंध को प्रकट करता है।
- व्यक्तिगत माँग अनुसूची एक व्यक्तिगत क्रेता द्वारा माँगी गई वस्तु की विभिन्न मात्राओं को दर्शाती है, जबकि बाजार माँग वक्र बाजार में सभी क्रेताओं की व्यक्तिगत माँग अनुसूचियों का कुल जोड़ होता है।
- माँग वक्र माँग के नियम का रेखाचित्र प्रस्तुतीकरण होता है।
- व्यक्तिगत माँग वक्र एक व्यक्तिगत उपभोक्ता द्वारा माँगी गई वस्तु की विभिन्न मात्राओं का रेखीय चित्रण है, जबकि बाजार माँग वक्र सभी व्यक्तिगत माँग वक्रों के ढाल का समग्र जोड़ है।
- वस्तु के कीमत में कमी आने से वस्तु की माँगी गई मात्रा में वृद्धि होती है तो वह माँग का विस्तार अथवा माँग की मात्रा में वृद्धि कहलाती है।
- वस्तु की कीमत बढ़ने पर जब वस्तु की माँगी गई मात्रा कम हो जाती है तो उसे माँग संकुचन या 'माँगी गई मात्रा में कमी' कहा जाता है।

- माँग के विस्तार में उसी माँग वक्र पर नीचे की ओर संचलन होता है, जबकि माँग संकुचन में उसी माँग वक्र पर ऊपर की ओर संचलन होता है।
- वस्तु की कीमत के अतिरिक्त अन्य कारकों के परिवर्तन होने पर वस्तु की माँग अधिक होती है तो जब वस्तु की कीमत के अतिरिक्त अन्य कारकों में वह माँग में वृद्धि कहलाती है।
- परिवर्तन के कारण वस्तु की माँग में कमी आती है, तो उसे माँग में कमी कहा जाता है।
- माँग में वृद्धि होने पर माँग वक्र दांयी ओर खिसक जाता है। माँग में कमी होने पर माँग वक्र बांयी ओर खिसक जाता है।



पाठांत अभ्यास

1. माँग शब्द का क्या अभिप्राय है?
2. उपयुक्त उदाहरण की सहायता से इच्छा, आवश्यकता तथा माँग में भेद बताइए।
3. किसी वस्तु की व्यक्तिगत माँग को प्रभावित करने वाले कारकों की व्याख्या कीजिए।
4. क्रेताओं की आय में वृद्धि किस प्रकार वस्तु की माँग को प्रभावित करती है?
5. अंतर बताइए—
(क) प्रतिस्थापन वस्तुएं और पूरक वस्तुएं
(ख) सामान्य वस्तुएं और निकृष्ट (घटिया) वस्तुएं
6. माँग के नियम का उल्लेख और व्याख्या कीजिए।
7. माँग के नियम के क्या कारण हैं?
8. उन तीन दशाओं की व्याख्या कीजिए, जहां माँग का नियम लागू नहीं होता है।
9. माँग का विस्तार और माँग में वृद्धि में अंतर बताइए।
10. माँग संकुचन और माँग में कमी में अंतर बताइए।



पाठगत प्रश्नों के उत्तर

15.1

1. खंड 15.1 को पढ़िए।
2. खंड 15.1 को पढ़िए।



टिप्पणियाँ

मॉड्यूल - 6

उपभोक्ता का व्यवहार



टिप्पणियाँ

मांग

3. खंड 15.2 को पढ़िए।
4. खंड 15.3 को पढ़िए।

15.2

1. खंड 15.4 को पढ़िए।
2. खंड 15.4 को पढ़िए।
3. खंड 15.4 को पढ़िए।

15.3

1. खंड 15.6 को पढ़िए।
2. खंड 15.7 को पढ़िए।
3. खंड 15.9 को पढ़िए।

15.4

1. खंड 15.10 को पढ़िए।
2. 51, 43, 35, 27, 19
3. खंड 15.14 को पढ़िए।
4. खंड 15.15 को पढ़िए।