Department of Economics

L.N.D. COLLEGE, MOTIHARI (BIHAR)

(a constitueant unit of B.R.A. University, Muzaffarpur (Bihar)

NAAC Accredited 'B+'

Topic : माँग (Demand)

BA Economics Part I MJC/MIC/MDC (Semester I)

Instructor

Dr. Ram Prawesh

Guest Faculty (Department of Economics)

L.N.D. COLLEGE, MOTIHARI (BIHAR)

माँग (Demand)

अर्थशास्त्र के क्षेत्र में 'माँग' (demand) को एक धुरी (pivot) की संज्ञा दी जा सकती है जिसके चारों ओर सम्पूर्ण आर्थिक क्रियाएँ चक्कर लगाती हैं। किन्तु माँग के नियम को समझाने से पूर्व यह आवश्यक है कि हम इच्छा (desire), आवश्यकता (want) एवं माँग (demand) शब्दों के मौलिक भेद को समझ लें। सामान्यतः इन तीनों शब्दों को पर्यायवाची मान लिया जाता है किन्तु अर्थशास्त्र में ये तीनों शब्द अपना अलग-अलग अर्थ रखते हैं। मानवीय इच्छाएँ अनन्त एवं असीमित होती हैं जिनका सम्बन्ध मनुष्य की कल्पनाओं से होता है। मनुष्य की प्रत्येक कल्पना मनुष्य के वास्तविक जीवन में पूरी नहीं होती। मानवीय मनोवृत्ति (Human Psycho- logy) सदैव मनुष्य को अच्छे-से-अच्छा उपभोग करने की प्रेरणा देती है किन्तु मनुष्य के पास इन असीमित इच्छाओं की पूर्ति के लिए सीमित साधन (limited resources) होते हैं। जिन इच्छाओं की पूर्ति के लिए हम अपने सीमित साधन व्यय करने को तैयार होते हैं वे इच्छाएँ हमारी आवश्यकताएँ (wants) कहलाती हैं। दूसरे शब्दों में, जब क्रय-शक्ति द्वारा पोषित करके इच्छा पूरी कर ली जाती है तब इच्छा माँग में परिवर्तित हो जाती है। प्रत्येक माँग में एक क्रय-शक्ति का वास्तविक व्यय अर्थात् कीमत (price) सदैव निहित होती है जिस पर उपभोक्ता उस वस्तु की माँग करता है। इस प्रकार माँग का सम्बन्ध सदैव कीमत से होता है तथा कीमत की अनुपस्थिति में माँग अर्थहीन हो जाती है।

इच्छा, आवश्यकता एवं माँग को एक उदाहरण द्वारा समझा जा सकता है। एक गरीब व्यक्ति की वायुयान से सफर की कल्पना करना इच्छा की श्रेणी में आयेगा। एक धनी व्यक्ति जब अपने साधनों से वायुयान की यात्रा का टिकट खरीदने जाता है तो यह आवश्यकता कहलायेगी क्योंकि वह टिकट खरीदने की क्षमता रखता है और वह जब टिकट खरीद लेता है तो आवश्यकता माँग के रूप में परिवर्तित हो जाती है।

माँग की परिभाषाएँ (DEFINITIONS OF DEMAND)

प्रो. पेन्सन (Penson) के अनुसार, "माँग एक प्रभावी इच्छा है जिसमें तीन तथ्य सम्मिलित होते हैं- (i) वस्तु को प्राप्त करने की इच्छा, (ii) वस्तु खरीदने के लिए साधन उपलब्धता तथा (iii) वस्तु खरीदने के लिए साधनों को व्यय करने की तत्परता। "

प्रो. पेन्सन की परिभाषा मुख्यतः आवश्यकताओं के सन्दर्भ में ही लागू होती है और इसके द्वारा माँग की मौलिक प्रवृत्तियों का ज्ञान नहीं होता। इसके अतिरिक्त यह परिभाषा आवश्यकता एवं माँग में अन्तर भी स्पष्ट नहीं करती। इन्हीं कमियों के कारण इस परिभाषा को पूर्ण परिभाषा नहीं कहा जा सकता।
प्रो. जे. एस. मिल (J. S. Mill) के अनुसार, "माँग शब्द का अभिप्राय माँगी गई उस मात्रा से लगाया जाना चाहिए जो एक निश्चित कीमत पर क्रय की जाती है। "

प्रो. बेन्हम (Benham) के अनुसार, "किसी दी गई कीमत पर वस्तु की माँग वह मात्रा है जो उस कीमत पर एक निश्चित समय में खरीदी जाती है। "

प्रो. मेयर्स (Mayers) के अनुसार, "किसी वस्तु की माँग उन मात्राओं की तालिका होती है जिन्हें क्रेता एक समय विशेष पर सभी सम्भव कीमतों पर खरीदने को तैयार रहता है। "

उपर्युक्त परिभाषाओं का यदि विश्लेषण किया जाये तो माँग में निम्नलिखित पाँच तत्व निहित होना आवश्यक है-
(i) वस्तु की इच्छा (Desire for a good),
(ii) वस्तु क्रय के लिए पर्याप्त साधन (Sufficient resources to buy the good),
(iii) साधन व्यय करने की तत्परता (Willingness to spend),
(iv) एक निश्चित कीमत (Given price),
(v) निश्चित समयावधि (Given time period)

वस्तुओं की माँग क्यों की जाती है ? (WHY ARE GOODS DEMANDED?)

वस्तुओं में निहित उनकी उपयोगिता के कारण वस्तुओं की माँग की जाती है। मानवीय आवश्यकताओं को सन्तुष्टि करने की क्षमता उपयोगिता कहलाती है। व्यक्ति किसी वस्तु की माँग इसीलिए करता है, क्योंकि उस वस्तु में हमारी आवश्यकता को सन्तुष्टि करने की क्षमता होती है। इस प्रकार वस्तु की माँग उपयोगिता का प्रयोग है। माँग

फलन (Demand Function) - वस्तु की माँग और इसे प्रभावित करने वाले घटकों के बीच फलनात्मक सम्बन्ध को माँग फलन कहते हैं।
माँग फलन को निम्नलिखित समीकरण द्वारा स्पष्ट किया जा सकता है-

$$D_x = f(P_x, P_r, Y, T)$$

यहाँ
D = किसी वस्तु (x) की माँग
P_x = x वस्तु की कीमत
P_r = सम्बन्धित वस्तुओं की कीमत
Y = उपभोक्ता की मौद्रिक आय
T = उपभोक्ता की रुचि

यदि हम वस्तु की कीमत में परिवर्तन का उसकी माँग पर प्रभाव को जानना चाहते हैं तो हमें अन्य कारकों को स्थिर मानना होता है। अन्य बातों के स्थिर रहने पर वस्तु की कीमत और उसकी माँग के बीच के फलनात्मक सम्बन्ध को ही कीमत माँग सम्बन्ध अथवा कीमत माँग कहा जाता है। इसे निम्न प्रकार से दर्शाया गया है-

$$D_x = f(P_x)$$

माँग को प्रभावित करने वाले तत्व (FACTORS AFFECTING DEMAND)

माँग को प्रभावित करने वाले प्रमुख तत्व हैं-
(i) वस्तु की उपयोगिता (Utility of the Good) -
(ii) आय स्तर (Income Level) -
(iii) धन का वितरण (Distribution of Wealth) -
(iv) वस्तु की कीमत (Price of the Good) -
(v) सम्बन्धित वस्तुओं की कीमतें (Prices of Related Goods)- सम्बन्धित वस्तुएँ दो प्रकार की होती हैं-
(a) स्थानापन्न वस्तुएँ (Substitutes Goods) -

(b) पूरक वस्तुएँ (Complementary Goods) -
(vi) रुचि, फैशन, आदि (Taste, Fashion, etc.)-

माँग के प्रकार (TYPES OF DEMAND)

माँग को मुख्य रूप से तीन रूपों में वगीकृत किया जा सकता है-

(1) कीमत माँग (Price demand) - कीमत माँग से अभिप्राय वस्तु की उन मात्राओं से है जो एक निश्चित समयावधि में निश्चित कीमतों पर उपभोक्ता द्वारा माँगी जाती है। 'यदि अन्य बातें समान रहें' तो वस्तु की कीमत बढ़ जाने से उसकी माँग कम हो जायेगी और वस्तु की कीमत घट जाने से उसकी माँग बढ़ जायेगी। यहाँ अन्य बातें समान रहें शब्दों का अभिप्राय यह है कि जिस समय विशेष पर उपभोक्ता किसी वस्तु विशेष की माँग करता है उस समय उपभोक्ता की आय, रुचि, व्यवहार एवं उसके आय स्तर में किसी प्रकार का कोई भी परिवर्तन नहीं होना चाहिए। कीमत एवं वस्तु माँग में विपरीत सम्बन्ध होने के कारण कीमत माँग वक्र (price- demand curve) का ढाल ऋणात्मक (negative) होता है अर्थात् कीमत माँग वक्र बायें से दायें नीचे गिरता हुआ होता है।

(2) आय माँग (Income Demand)- सामान्यतः आय माँग का अर्थ वस्तुओं एवं सेवाओं की उन मात्राओं से लगाया जाता है जो अन्य बातों के समान रहने की दशा में उपभोक्ता दी गई समयावधि में अपनी आयु के विभिन्न स्तरों पर खरीदने की क्षमता रखता है। आय माँग वक्र को जर्मनी के अर्थशास्त्री एंजिल (Engel) के नाम पर एंजिल वक्र (Engel's curve) भी कहा जाता है।
आय माँग वस्तु की प्रकृति पर निर्भर होती है। वस्तुएँ दो वगो में बाँटी जा सकती हैं-

(i) श्रेष्ठ वस्तुएँ (Superior goods)
(ii) घटिया वस्तुएँ (Inferior goods)।

(i) श्रेष्ठ वस्तुओं के सम्बन्ध में आय माँग वक्र धनात्मक ढाल (positive slopes) वाला होता है अर्थात् बायें से दायें ऊपर चढ़ता हुआ होता है। श्रेष्ठ वस्तुओं का धनात्मक ढाल वाला आय माँग वक्र यह बतलाता है कि उपभोक्ता की आय में प्रत्येक वृद्धि उसकी माँग में (अन्य बातों के समान रहने पर) भी वृद्धि करती है तथा इसके विपरीत आय की प्रत्येक कमी सामान्य दशाओं में माँग में भी कमी उत्पन्न करती है।

(ii) घटिया वस्तुएँ वे वस्तुएँ होती हैं जिन्हें उपभोक्ता हीन दृष्टि से देखता है और आय स्तर के पर्याप्त न होने पर उपभोग करता है; जैसे, मोटा अनाज, वनस्पति घी, मोटा कपड़ा आदि। ऐसी दशा में जैसे-जैसे उपभोक्ता की आय में वृद्धि होती है वैसे-वैसे उपभोक्ता इन घटिया वस्तुओं का उपभोग घटाकर श्रेष्ठ वस्तुओं के उपभोग में वृद्धि करने लगता है अर्थात् घटिया वस्तुओं के लिए आय माँग वक्र ऋणात्मक ढाल वाला बायें से दायें नीचे गिरता हुआ होता है आय माँग के इस विरोधाभास (paradox) प इंग्लैण्ड के अर्थशास्त्री रॉबर्ट गिफिन (Robert Giffin) ने सर्वप्रथम प्रकाश डाला तथा उन्हीं के सम्मानार्थ इसे हम 'गिफिन का विरोधाभास' (Figgin's paradox) कहते हैं।

(3) आड़ी अथवा तिरछी माँग (Cross Demand) - अन्य बातें समान रहने पर वस्तु X की कीमत में परिवर्तन होने से उसके सापेक्ष सम्बन्धित वस्तु Y की माँग में जो परिवर्तन होता है उसे आड़ी माँग (cross demand) कहते हैं। दूसरे शब्दों में, आड़ी माँग में एक वस्तु की कीमत का उसके सापेक्ष सम्बन्धित दूसरी वस्तु की माँग पर प्रभाव देखा जाता है। ये सम्बन्धित वस्तुएँ दो प्रकार की हो सकती हैं-

(i) स्थानापन्न वस्तुएँ (Substitutes Goods)- स्थानापन्न वस्तुएँ वे हैं जो एक-दूसरे के बदले एक ही उद्देश्य के लिए प्रयोग की जाती हैं; जैसे, चाय-कॉफी। ऐसी वस्तुओं में जब एक वस्तु की कीमत में वृद्धि होती है तब अन्य बातें समान रहने की दशा में (अर्थात् स्थानापन्न वस्तु की कीमत अपरिवर्तित रहने पर) स्थानापन्न वस्तु की माँग में वृद्धि हो जायेगी। उदाहरणार्थ कॉफी की कीमत बढ़ने की दशा में चाय की माँग में वृद्धि होगी।

(ii) पूरक वस्तुएँ (Complementary Goods)- पूरक वस्तुएँ वे हैं जो किसी निश्चित उद्देश्य की पूर्ति के लिए एक साथ प्रयोग की जाती हैं; जैसे, स्कूटर-पैट्रोल। यदि स्कूटर की कीमत में वृद्धि हो जाये तब स्कूटर की पूरक वस्तु पैट्रोल की माँग पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है जबकि पैट्रोल की कीमत में कोई परिवर्तन नहीं होता। इस प्रकार पूरक वस्तुओं की कीमत और खरीदी जाने वाली मात्रा में विपरीत सम्बन्ध पाया जाता है

मांग के अन्य प्रकार

(i) संयुक्त माँग (Joint Demand) - यह माँग पूरक माँग का ही एक रुप है। जब एक ही उद्देश्य की पूर्ति के लिए एक ही समय एक से अधिक वस्तुओं की माँग एक साथ की जाती तब ऐसी माँग को संयुक्त माँग कहा जाता है; जैसे, गेंद-बल्ला, जूता-मोजा, स्कूटर-पैट्रोल, आदि। संयुक्त माँग में एक वस्तु का प्रयोग दूसरे के अभाव में नहीं किया जा सकता।

(ii) व्युत्पन्न माँग (Derived Demand) - जब एक ही वस्तु की माँग से दूसरी वस्तु की माँग स्वतः उत्पन्न हो जाती है, तो इस प्रकार की माँग को व्युत्पन्न माँग कहते हैं; जैसे, कपड़े की माँग बढ़ने पर कपड़े के उत्पादन में प्रयोग होने वाले उत्पत्ति के साधनों की माँग में वृद्धि। यही कारण है कि उत्पत्ति के साधनों की माँग होती है क्योंकि इनकी माँग उस वस्तु की माँग पर निर्भर करती है जिसके उत्पादन में ये साधन प्रयोग किये जाते हैं।

(iii) सामूहिक माँग (Composite demand)- जब एक वस्तु दो या दो से अधिक उपयोगों में माँगी जाती है तब ऐसी वस्तु की माँग को सामूहिक माँग कहते हैं; जैसे, कोयला, बिजली, दूध आदि। कोयला अनेक प्रयोगों में प्रयोग किया जाता है, घर में भोजन बनाने हेतु, रेलवे में इंजन शक्ति हेतु, कारखानों में भट्टी का ईंधन आदि।