Department of Economics

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

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

NAAC Accredited 'B+'

Topic : उपयोगिता (UTILITY)

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

Instructor

Dr. Ram Prawesh

Guest Faculty (Department of Economics)

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

उपयोगिता (UTILITY)

प्रारम्भिक (Introductory)

उपभोक्ता का व्यवहार उपभोक्ता द्वारा साधन (means) एवं साध्य (ends) के बीच सन्तुलन स्थापित करने की प्रक्रिया पर प्रकाश डालता है। उपभोक्ता की सभी क्रियाएँ इस आधारभूत तथ्य पर आधारित हैं कि आवश्यकताएँ असीमित होती हैं और उन्हें पूरा करने के लिए साधन सीमित होते हैं। सीमित साधन एवं असीमित आवश्यकताएँ उपभोक्ता के व्यवहार को नियन्त्रित करती हैं। उपभोक्ता किसी वस्तु की माँग वस्तु में निहित उपयोगिता (utility) के कारण करता है। वस्तु की इस उपयोगिता के कारण ही उपभोक्ता अपनी आवश्यकता विशेष की पूर्ति कर पाता है। यदि कोई वस्तु मनुष्य की आवश्यकता विशेष की पूर्ति करती है तो उस वस्तु में उपयोगिता है चाहे वह वस्तु हानिकारक हो अथवा लाभदायक।

उपयोगिता का अभिप्राय (MEANING OF UTILITY)

उपयोगिता का अर्थ- आवश्यकता सन्तुष्टि शक्ति (Want Satisfying Power)। दूसरे शब्दों में वस्तु विशेष में किसी उपभोक्ता की आवश्यकता विशेष की सन्तुष्टि की निहित क्षमता अथवा शक्ति (capacity or power) का नाम ही उपयोगिता है। प्रत्येक वस्तु में कोई न कोई ऐसी विशेषता अवश्य निहित रहती है जिसके कारण उपभोक्ता उसकी माँग करता है। लाभदायक (Helpful) एवं हानिकारक (Harmful) दोनों ही प्रकार की वस्तुओं में उपयोगिता हो सकती है। एक वस्तु की उपयोगिता सभी व्यक्तियों के लिए समान नहीं होती। उपयोगिता शब्द सापेक्षिक (relative) है। मादक पदार्थ स्वास्थ्य के लिए हानिकारक होते हुए भी मादक पदार्थ भोगी व्यक्ति के लिए उपयोगिता रखते हैं। वस्तु के उपभोग की इच्छा उपयोगिता को जन्म देती है। प्रो. फ्रेजर के शब्दों में, "उपयोगिता केवल इच्छा करना है। " (Utility is simply desiredness.) इस प्रकार अनैतिक कार्य जैसे-चोरी, डकैती आदि भी किसी व्यक्ति विशेष को उपयोगिता दे सकते हैं। उपयोगिता 'इच्छा की तीव्रता का फलन' होती है (Utility is a function of intensity of want)। उपभोक्ता में किसी वस्तु विशेष के प्रति उपभोग की तीव्रता (intensity of consumption) जितनी अधिक होगी उपभोक्ता को उस वस्तु के उपभोग से उतनी ही अधिक उपयोगिता प्राप्त होगी। जैसे-जैसे उपभोक्ता किसी वस्तु विशेष का उपभोग करता चला जाता है उसके उपभोग की इच्छा की तीव्रता कम होती चली जाती है।

'उपयोगिता' (utility) एवं 'सन्तुष्टि' (satisfaction) दोनों मनोवैज्ञानिक विचार हैं, फिर भी दोनों में एक बिन्दु पर भिन्नता है। उपयोगिता का अर्थ जहाँ हम' अनुमानित सन्तुष्टि' (expected satisfaction) से लेते हैं वहीं सन्तुष्टि का अभिप्राय 'वास्तविक रूप से अनुभव की गई सन्तुष्टि' (actually realised satisfaction) से लिया जाता है। वास्तविक सन्तुष्टि, अनुमानित सन्तुष्टि से कम, अधिक अथवा बराबर हो सकती है। आधुनिक अर्थशास्त्री उपयोगिता का अर्थ अनुमानित सन्तुष्टि से लगाते हैं क्योंकि अनुमानित सन्तुष्टि 'उपभोग की तीव्रता' पर निर्भर करती है। इस प्रकार उपयोगिता का अर्थ इच्छा करने की तीव्रता से है न कि इच्छित वस्तु के उपभोग से प्राप्त वास्तविक सन्तुष्टि से।

उपयोगिता की विशेषताएँ (CHARACTERISTICS OF UTILITY)

(1) उपयोगिता एक मनोवैज्ञानिक धारणा है। उपयोगिता का कम या अधिक होना उपभोक्ता की मानसिक दशा पर निर्भर करता है।

(2) उपयोगिता व्यक्तिपूरक (subjective) होती है जो विभिन्न व्यक्तियों के लिए भिन्न-भिन्न होती है। एक ही वस्तु की उपयोगिता सभी व्यक्तियों के लिए एकसमान नहीं होती।

(3) उपयोगिता का विचार सापेक्षिक (relative) है क्योंकि उपयोगिता समय और स्थान के साथ परिवर्तित होती रहती है। गरम कपड़ों की जाड़ों के मौसम में उपयोगिता है जबकि वही कपड़े उसी उपभोक्ता को गर्मी में कोई उपयोगिता नहीं देते।
(4) उपयोगिता नैतिक सिद्धान्तों (moral duties) से प्रभावित नहीं होती। यदि किसी व्यक्ति विशेष को किसी सामाजिक कुकृत्य जैसे-चोरी, डकैती, हत्या, बलात्कार आदि कार्यों में उपयोगिता मिलती है तब यह कार्य तथा इन कार्यों में प्रयोग होने वाली वस्तुएँ उस व्यक्ति के लिए उपयोगी हैं। (5) उपयोगिता का अर्थ अनुमानित सन्तुष्टि से लिया जाता है न कि वास्तविक सन्तुष्टि से, क्योंकि अनुमानित सन्तुष्टि 'उपभोग की तीव्रता' (intensity of consumption) से सम्बन्धित है।

क्या उपयोगिता मापनीय है? (IS UTILITY MEASURABLE?)
उपयोगिता की माप से सम्बन्धित दो विचारधाराएँ हैं-

(1) गणनावाचक दृष्टिकोण (Cardinal approach) - मार्शल की विचारधारा,
(2) क्रमवाचक दृष्टिकोण (Ordinal approach)-परेटो, हिक्स, ऐलन की विचारधारा।

1. गणनावाचक दृष्टिकोण (Cardinal Approach)

गणनावाचक दृष्टिकोण प्रो. मार्शल. ने प्रस्तुत किया था। इस दृष्टिकोण के अनुसार उपयोगिता को मुद्रा के माध्यम से मापा जा सकता है। उपयोगिता की गणना का आधार है- वस्तु के लिए दी जाने वाली कीमत। इस प्रकार मार्शल के अनुसार उपयोगिता को गणनात्मक संख्याएँ (अर्थात् 1, 2, 3, 4, ..., आदि संख्याएँ) दी जा सकती हैं। मार्शल के अनुसार, "किसी वस्तु की इकाई के उपभोग से वंचित रहने की अपेक्षा उस वस्तु की इकाई के लिए जितना मूल्य देने की तत्परता रहती है, वही उस वस्तु से प्राप्त होने वाली उपयोगिता की मौद्रिक माप है।" इस दृष्टिकोण से हम यह ज्ञात कर सकते हैं कि वस्तु से प्राप्त उपयोगिता दूसरी वस्तु से प्राप्त उपयोगिता से कितने गुना कम या अधिक है।

2. क्रमवाचक दृष्टिकोण (Ordinal Approach)

कुछ आधुनिक अर्थशास्त्री जैसे-परेटो, हिक्स, ऐलन आदि मार्शल के गणनावाचक दृष्टिकोण से सहमत नहीं हैं। हिक्स ऐलन अर्थशास्त्रियों ने गणनावाचक दृष्टिकोण का एक विकल्प (alternative) प्रस्तुत किया जिसे क्रमवाचक दृष्टिकोण (ordinal approach) कहा जाता है। इस दृष्टिकोण के अनुसार उपयोगिता एक व्यक्तिगत (subjective) विचार है जिसे वस्तुगत (objective) नहीं बनाया जा सकता। दूसरे शब्दों में, उपयोगिता एक मनोवैज्ञानिक (Psychological) विचार है जो एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति के सम्बन्ध में बदलता रहता है। इसे गणनासूचक अंक देकर नहीं मापा जा सकता। क्रमवाचक दृष्टिकोण के अनुसार सन्तुष्टि के स्तरों को उपयोगिता के आधार पर एक निश्चित क्रम दिया जा सकता है। उपभोक्ता यह तो बता सकता है कि एक वस्तु की अमुक इकाई दूसरी वस्तु की अमुक इकाई की तुलना में कम सन्तुष्टि दे रही है या अधिक परन्तु वह यह नहीं बता सकता कि दोनों सन्तुष्टियों में कितना अन्तर है। क्रमवाचक दृष्टिकोण को मानने वाले अर्थशास्त्री उपयोगिता को मुद्रा के माध्यम से मापने पर भी सहमत नहीं हैं क्योंकि उनकी दृष्टि में मुद्रा का मापदण्ड स्थिर एवं निश्चित नहीं है। अत: प्रो. हिक्स तथा ऐलन उपयोगिता की गणनावाचक माप पर असहमत हैं। अपने क्रमवाचक दृष्टिकोण की प्रस्तुति उन्होंने उदासीन वक्र विश्लेषण (indifference curve analysis) के रूप में दी है जिसमें सन्तुष्टि स्तरों की गणनावाचक संख्याओं के स्थान पर क्रमवाचक संख्याएँ (अर्थात् I, II, III, दी गयी हैं। आदि)

इस प्रकार गणनावाचक दृष्टिकोण के अनुसार उपयोगिता को मापा जा सकता है जबकि क्रमवाचक दृष्टिकोण के अनुसार उपयोगिता को निरपेक्ष अन्तरों (absolute difference) से नहीं मापा जा सकता। नये मतानुसार, उपभोक्ता सन्तुष्टि को अनुभव करके उनको एक वरीयता क्रम (preference order) दे सकता है किन्तु सन्तुष्टि की परिमाणात्मक संख्याएँ (cardinal numbers) नहीं दे सकता।