

## माँग की लोच को प्रभावित करने वाले तत्व (FACTORS AFFECTING THE ELASTICITY OF DEMAND)

उपरोक्त अध्ययन से यह स्पष्ट है कि प्रत्येक वस्तु की माँग की लोच एकसमान नहीं होती। किसी वस्तु विशेष की माँग की लोच लोचदार होगी या बेलोचदार, यह निम्नलिखित बातों पर निर्भर करता है :

1. **वस्तु का स्वभाव (Nature of the commodity)**—वस्तुओं की अलग-अलग प्रकृति (स्वभाव) होती है; जैसे—कुछ वस्तुएँ अनिवार्य होती हैं, तो कुछ आरामदायक और कुछ विलासिता की। **अनिवार्य वस्तुओं** की माँग बेलोचदार होती है; जैसे—दियासलाई, नमक, पानी, ईंधन आदि। इनकी कीमतों में वृद्धि होने पर भी इनकी माँग करीब-करीब अपरिवर्तित होती है। ऐसा इसलिए कि ये वस्तुएँ हमारे जीवन के लिये अत्यन्त आवश्यक होती हैं। पुनः **आरामदायक वस्तुओं** की माँग लोचदार होती है, क्योंकि इनके बिना मनुष्य जीवित रह सकता है। अतः इनकी कीमत घटने पर माँग बढ़ती है तथा कीमत बढ़ने पर माँग घटती है। उदाहरणतः, रेडियो, पंखा इत्यादि की माँग। पुनः **विलासिता की वस्तुओं** की माँग अत्यधिक लोचदार होती है, क्योंकि ये न तो हमारे जीवन के लिये अनिवार्य होती हैं और न इनसे हमारी कार्यक्षमता में वृद्धि होती है। उदाहरणतः, मोटरकार, फ्रीज, हीरे-जवाहरात आदि।

2. **उपभोक्ता की आदत (Habit of the consumer)**—जिस वस्तु के प्रयोग की आदत किसी व्यक्ति को लग जाती है, उस वस्तु की माँग की लोच बेलोचदार होती है। अर्थात् कीमत बढ़ने पर भी लगभग माँग अप्रभावित रहती है। उदाहरणतः, किसी व्यक्ति को सिगरेट पीने की आदत लग जाने पर इसकी माँग की लोच बेलोचदार होती है। दूसरे शब्दों में, सिगरेट की कीमत बढ़ जाने पर भी माँग बनी रहती है यदि इसकी आदत लग गयी हो।

3. **पूरक वस्तुएँ (Complementary goods)**—सामान्यतया पूरक वस्तुओं की माँग की लोच बेलोचदार होती है। उदाहरण के लिये, स्कूटर तथा पेट्रोल एक-दूसरे की पूरक वस्तुएँ हैं। यदि पेट्रोल की कीमत बढ़ जाय, किन्तु स्कूटर की कीमत यथावत् रहे, तो कीमत बढ़ने पर भी पेट्रोल की माँग में कमी नहीं होगी। पूरक वस्तुओं की माँग पर मूल्य का तब प्रभाव पड़ता है जब सम्बन्धित वस्तु का मूल्य भी उसी दिशा में परिवर्तित हो जिस दिशा में पूरक वस्तु का

मूल्य परिवर्तित हो रहा हो। अतः पूरक वस्तुओं की माँग की लोच सामान्य तौर पर बेलोचदार होती है।

4. **वस्तु का मूल्य स्तर (Price level of the commodity)**—वस्तुओं के मूल्य स्तर से भी माँग की लोच प्रभावित होती है। सामान्यतया अधिक कीमती तथा कम कीमती वस्तुओं की माँग की लोच बेलोचदार होती है, क्योंकि इन वस्तुओं की कीमत में परिवर्तन का उनकी माँग पर बहुत कम प्रभाव पड़ता है; जैसे—मोटर गाड़ी (कीमती वस्तुएँ) तथा सुई, बटन, दियासलाई (सस्ती वस्तुएँ) आदि। ऐसा होने का मुख्य कारण यह है कि अधिक कीमती वस्तुओं का प्रयोग धनी व्यक्तियों के द्वारा किया जाता है, जिनकी क्रय-शक्ति (Purchasing power) अधिक होती है, अतः इनके मूल्य में परिवर्तन का माँग पर कम प्रभाव पड़ता है। दूसरी ओर, सस्ती वस्तुएँ (दियासलाई, बटन आदि) मानव-जीवन की अनिवार्य वस्तुएँ होती हैं, अतः इनकी माँग की लोच बेलोचदार होती है। इसके विपरीत, मध्यम मूल्य वाली वस्तुओं की माँग की लोच लोचदार होती है, क्योंकि इन वस्तुओं के मूल्य में कमी इनकी माँग को बढ़ाती है तथा मूल्य में वृद्धि माँग को घटाती है।

5. **स्थानापन्न वस्तुएँ (Substitute goods)**—स्थानापन्न वस्तुओं की माँग की लोच लोचदार होती है। उदाहरण के लिये, कॉफी एवं चाय स्थानापन्न वस्तुएँ हैं। यदि चाय की कीमत बढ़ जाय एवं कॉफी की कीमत पूर्ववत् रहे तो चाय की माँग घट जायगी, क्योंकि उपभोक्ता लोग अब चाय का प्रयोग छोड़कर कॉफी का प्रयोग करना प्रारम्भ कर देंगे। इसके विपरीत, यदि चाय की कीमत घट जाय एवं कॉफी की कीमत पूर्ववत् रहे तो ऐसी स्थिति में चाय की माँग बढ़ जायगी, क्योंकि अब लोग कॉफी की जगह पर चाय का प्रयोग करना प्रारम्भ कर देंगे। अतः स्थानापन्न वस्तुओं की माँग की लोच लोचदार होती है।

6. **उपभोग को स्थगित करने की सम्भावना (Possibility of postponement of consumption)**—कुछ वस्तुएँ ऐसी होती हैं, जिनके उपभोग को कुछ समय के लिये स्थगित किया जा सकता है, ऐसी वस्तुओं की माँग की लोच लोचदार होती है, क्योंकि इनकी कीमत में वृद्धि हो जाने पर इनके उपभोग को कुछ समय के लिये स्थगित किया जा सकता है। इसके विपरीत, जिन वस्तुओं के उपभोग को भविष्य के लिये टाला नहीं जा सकता, उनकी माँग की लोच बेलोचदार होती है, क्योंकि उनका उपभोग हमारे लिये अनिवार्य होता है। अतः हम किसी भी मूल्य पर उन्हें प्राप्त करने के लिए तत्पर होते हैं। उदाहरणतः, दवा, नमक, दियासलाई आदि वस्तुओं का उपभोग।

7. **उपभोक्ता की आय (Consumer's Income)**—समाज में अलग-अलग आय-स्तर के लोग होते हैं। कुछ गरीब होते हैं तो कुछ अमीर और कुछ मध्यम वर्ग के। प्रायः अमीर लोगों की माँग की लोच बेलोचदार होती है। उनकी आय इतनी अधिक होती है कि वे लगभग अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति कर लेते हैं जिससे मूल्य में परिवर्तन (कमी/वृद्धि) का प्रभाव उनकी माँग पर बहुत कम पड़ता है। इसके विपरीत, गरीब लोगों की आय कम होने के कारण उनकी क्रय-शक्ति अमीर लोगों की तुलना में कम होती है, जिससे कीमत में परिवर्तन का प्रभाव शीघ्र ही उनकी माँग पर पड़ता है। अतः उनकी माँग की लोच लोचदार होती है। मध्यम गरीब एवं मध्यम वर्ग के लोग वस्तुओं की कीमत घटने पर अधिक मात्रा में वस्तुएँ क्रय करते हैं तथा कीमत बढ़ने पर वे कम मात्रा में वस्तुएँ क्रय करते हैं।

8. **वस्तुओं के विभिन्न प्रयोग (Various uses of goods)**—जिन वस्तुओं के विभिन्न प्रयोग सम्भव हैं उनकी माँग की लोच लोचदार होती है क्योंकि उनकी कीमत घटने पर

उनका प्रयोग विभिन्न उद्देश्यों की पूर्ति के कारण बढ़ जाता है; जैसे—बिजली (इसका प्रयोग रोशनी, पंखा चलाने, हीटर चलाने, फ्रीज चलाने, टेप चलाने, पानी-मोटर चलाने तथा फैक्ट्री के ईंधन शक्ति के रूप में प्रयोग किया जाता है)। इसके विपरीत, बिजली की कीमत बढ़ जाने पर उपरोक्त तमाम क्षेत्रों में इसकी माँग घट जाती है। अतः ऐसी वस्तुओं की माँग की लोच लोचदार होती है।

9. **समय तत्व का प्रभाव (Effect of time factor)**—समय तत्व से भी माँग की लोच प्रभावित होती है। जिस वस्तु को प्राप्त करने की अवधि जितनी अधिक होगी, उसकी माँग की लोच उतनी ही अधिक होगी। इसके विपरीत, जिस वस्तु को प्राप्त करने की अवधि जितनी ही कम होगी उसकी माँग की लोच उतनी ही कम होगी क्योंकि ऐसी स्थिति में उपभोक्ताओं के पास समय की कमी होती है जिससे उन्हें प्रचलित मूल्य पर वस्तुएँ खरीदनी पड़ती हैं। उनके समक्ष दूसरा कोई विकल्प नहीं होता है।

10. **फैशन की वस्तुएँ (Fashionable goods)**—चूँकि उपभोक्ता की रुचि एवं नये आविष्कार ऐसे तत्व हैं जो वस्तुओं के उपभोग में परिवर्तन लाते रहते हैं। प्रायः ऐसा देखा जाता है जो वस्तुएँ आज फैशन में हैं कल आउट ऑफ डेट (Out of date) हो जाती हैं। अतः ऐसी वस्तुओं की माँग की लोच प्रायः लोचदार होती है।

11. **आय का वितरण (Distribution of income)**—माँग की लोच समाज में आय के वितरण पर भी निर्भर करती है। यदि समाज में आय का समान वितरण हो, तो समाज के विभिन्न लोगों की आर्थिक स्थिति लगभग समान होगी। यहाँ आर्थिक स्थिति समान होने का आशय सब की आय एकसमान होने से नहीं बल्कि उनकी कार्यक्षमता के अनुपात में समान होने से है। आय के समान वितरण की स्थिति में मूल्य परिवर्तन से सभी लोग समान रूप से प्रभावित होंगे। अतः ऐसी स्थिति में माँग की लोच लोचदार होती है। इसके विपरीत, यदि समाज में आय का वितरण असमान हो तो समाज मुख्यतः दो वर्गों में विभाजित हो जाता है—अमीर तथा गरीब वर्ग। चूँकि अमीरों की आय (क्रय-शक्ति) अधिक होती है, जिससे उनकी माँग की लोच बेलोचदार होती है तथा गरीब वर्ग के लोगों की माँग की लोच लोचदार होती है।

12. **व्यय का अनुपात (Ratio of the expenses)**—वस्तुओं पर उपभोक्ता के द्वारा किये गये व्यय का अनुपात भी माँग की लोच को प्रभावित करता है। यदि कोई उपभोक्ता अपनी आय का अधिकांश भाग किन्हीं खास वस्तुओं पर व्यय करता है तो उन वस्तुओं की माँग की लोच लोचदार होगी; जैसे—पंखा, घड़ी, साइकिल, स्कूटर, फ्रीज, टी. वी., रेडियो आदि की माँग। इसके विपरीत, जिन वस्तुओं के उपभोग पर उपभोक्ता अपनी कुल आय का कम भाग व्यय करता है, तो उन वस्तुओं की माँग की लोच बेलोचदार होगी; जैसे—पान, बीड़ी, सिगरेट, नमक, सुई, दवाई इत्यादि।