

उपभोक्ता की बचत की माप  
(MEASUREMENT OF CONSUMER'S SURPLUS)

प्रो. टॉसिस (Taussig) ने उपभोक्ता की बचत की माप हेतु निम्नलिखित गणितीय सूत्र बताया है :

$$\text{उपभोक्ता की बचत} = \text{कुल उपयोगिता} - (\text{वस्तु की कीमत} \times \text{खरीदी गयी वस्तु की इकाइयाँ})$$

जहाँ,

$$\text{कुल उपयोगिता} = 80 \text{ रु. (कल्पित)}$$

$$\text{कीमत प्रति इकाई} = 5 \text{ रु. (कल्पित)}$$

$$\text{क्रय की वस्तु की संख्या} = 12 \text{ इकाइयाँ (कल्पित)}$$

अतः

$$\begin{aligned} \text{उपभोक्ता की बचत} &= 80 - (5 \times 12) \\ &= 80 - 60 \\ &= 20 \text{ रु.} \end{aligned}$$

उपभोक्ता की बचत की धारणा की आलोचनाएँ/ कठिनाइयाँ  
(CRITICISMS/DIFFICULTIES OF THE CONCEPT OF CONSUMER'S SURPLUS)

प्रो. मार्शल द्वारा प्रतिपादित उपभोक्ता की बचत की धारणा की आलोचना निकोलसन (Nicholson), टॉसिंग (Taussig), पैटन (Patten), कैन्नन (Cannan), हिक्स (Hicks), डेवनपोर्ट (Davenport), सैम्युअलसन (Samuelson), रॉबिन्स (Robbins) आदि अर्थशास्त्रियों द्वारा की गयी है। इनके द्वारा की गयी मुख्य आलोचनायें निम्नलिखित हैं :

1. उपयोगिता मापी नहीं जा सकती है (Utility cannot be measured)—प्रो. मार्शल ने यह मान लिया है कि उपयोगिता मापी जा सकती है किन्तु इसकी माप असम्भव है, क्योंकि उपयोगिता एक मनोवैज्ञानिक विचार (Psychological concept) है। एक ही वस्तु के उपभोग से अलग-अलग व्यक्तियों को अलग-अलग उपयोगिता मिलती है। इतना ही नहीं, एक ही वस्तु से एक ही व्यक्ति को अलग-अलग परिस्थितियों में अलग-अलग उपयोगिता प्राप्त होती है। जब उपयोगिता की ही माप सम्भव नहीं है, तो उपभोक्ता की बचत की माप का असम्भव होना एक स्वाभाविक-सी बात है।

2. मुद्रा की सीमान्त उपयोगिता बदलती रहती है (Marginal utility of money is not constant)—प्रो. मार्शल ने उपभोक्ता की बचत की अवधारणा की व्याख्या करते समय मुद्रा की सीमान्त उपयोगिता को स्थिर मान लिया है, किन्तु यह बात व्यावहारिक जीवन में सच्ची प्रतीत नहीं होती है। किसी भी उपभोक्ता के पास जैसे-जैसे मुद्रा की इकाइयाँ घटती जाती हैं, वैसे-वैसे मुद्रा की सीमान्त उपयोगिता बढ़ती चली जाती है। अर्थात् यह अस्थिर रहती है। चूँकि उपभोक्ता की बचत की माप मुद्रा में की जाती है और मुद्रा की सीमान्त उपयोगिता ही बदलती रहती है तो ऐसी स्थिति में उपभोक्ता की बचत की माप सम्भव प्रतीत नहीं होती है।

3. जीवनरक्षक वस्तुओं के सम्बन्ध में उपभोक्ता की बचत की माप सम्भव नहीं (It is not possible to measure consumer's surplus in connection with the goods necessaries for existence)—पैटन (Patten) का मत है कि जीवनरक्षक वस्तुओं के सम्बन्ध में उपभोक्ता की बचत की माप असम्भव है। उदाहरणतः, एक ऐसा व्यक्ति जो कैंसर जैसी जानलेवा बीमारी से पीड़ित है उसके लिये एक अचूक दवा की जानकारी होती है। उस दवा के लिये वह कितनी कीमत चुकाने के लिये तैयार होगा अर्थात् उस दवा से उसे कितनी उपयोगिता

मिलेगी, का अनुमान लगाना वस्तुतः एक अत्यन्त ही जटिल एवं दुष्कर काम है, जबकि वह दवा उसे मात्र 100 रु. में ही मिल जाती है। अतः जीवनरक्षक वस्तुओं के सम्बन्ध में उपभोक्ता की बचत की माप वस्तुतः असम्भव है।

4. यह एक काल्पनिक धारणा है (It is an imaginary concept) — आलोचकों के अनुसार उपभोक्ता की बचत पूर्णतया एक काल्पनिक धारणा है। उदाहरणतः, मान लिया कि कोई व्यक्ति किसी खास वस्तु को 5 रु. में खरीदता है। यदि वह कहे कि उस वस्तु के लिये वह 10 रु. अथवा 20 रु. अथवा 50 रु. दे सकता था, ऐसी स्थिति में उपभोक्ता की बचत कुछ भी हो सकती है। अतः उपभोक्ता की बचत की सही माप असम्भव है।

5. प्रतिष्ठारक्षक वस्तुओं के सन्दर्भ में उपभोक्ता की बचत की माप सम्भव नहीं है (Measurement of consumer's surplus in connection with prestigious goods is not possible) — आलोचकों का कहना है कि जो वस्तुएँ प्रतिष्ठारक्षक होती हैं, उनके सम्बन्ध में उपभोक्ता की बचत की माप कठिन है, क्योंकि प्रतिष्ठा तथा इसकी कीमत अपने आप में एक बहुमूल्य चीज है। प्रतिष्ठारक्षक वस्तु से वंचित होने की स्थिति में उपभोक्ता उसकी क्या कीमत दे सकता था, का अनुमान लगाना कठिन है। अतः प्रतिष्ठारक्षक वस्तुओं के सम्बन्ध में उपभोक्ता बचत की माप सम्भव नहीं है।

6. आर्थिक स्थिति में विभिन्नता (Difference in economic condition) — उपभोक्ता की आर्थिक स्थिति में अन्तर होने के कारण भी उपभोक्ता की बचत की माप ठीक-ठीक सम्भव नहीं है। उदाहरणतः, कोई धनी व्यक्ति किसी X वस्तु के लिये यदि 10 रु. देने को तैयार हो सकता है, तो हो सकता है कि एक निर्धन व्यक्ति उसी वस्तु के लिये  $7\frac{1}{2}$  रु. देने की बात कर सकता है। ऐसी स्थिति में उस वस्तु से मिलने वाली उपयोगिता की ठीक-ठीक माप सम्भव प्रतीत नहीं होती है।

7. स्थानापन्न वस्तुओं के सम्बन्ध में कठिनाई (Difficulties in connection with substitute goods) — यदि A वस्तु की जगह पर B वस्तु का प्रयोग किया जा सकता है, तो B वस्तु को A वस्तु की स्थानापन्न वस्तु कहेंगे; जैसे—चाय एवं कॉफी। आलोचकों के अनुसार ऐसी वस्तुओं के सम्बन्ध में उपभोक्ता की बचत की माप सम्भव नहीं है। इसका कारण यह है कि इन वस्तुओं की उपयोगिता एक-दूसरे पर निर्भर करती है तथा एक वस्तु की माँग का प्रभाव दूसरी वस्तु की माँग पर पड़ता है। अतः स्थानापन्न वस्तुओं के सम्बन्ध में उपभोक्ता की बचत की माप सम्भव नहीं है।

8. पूरक वस्तुओं के सम्बन्ध में कठिनाई (Difficulties in connection with complementary goods) — पूरक वस्तुओं का आशय वैसी वस्तुओं से है, जब एक के अभाव में दूसरी व्यर्थ प्रतीत होने लगे; जैसे—स्कूटर एवं पेट्रोल, टी. वी. एवं बिजली, नमक एवं सब्जी, स्याही एवं कलम आदि। ऐसी वस्तुओं के सम्बन्ध में भी एक वस्तु की उपयोगिता दूसरी पूरक वस्तु पर निर्भर करती है साथ ही एक की माँग में परिवर्तन का प्रभाव दूसरे की माँग पर पड़ता है। अर्थात् पूरक वस्तुओं के सम्बन्ध में उपभोक्ता की बचत की माप सम्भव प्रतीत नहीं होती है।

9. उपभोक्ताओं की आय, रुचि, फैशन इत्यादि में अन्तर होने पर (When consumer's income, taste, fashion etc. have changed) — प्रो. मार्शल ने इस अवधारणा का प्रतिपादन इस मान्यता पर किया था कि उपभोक्ताओं की आय, रुचि तथा फैशन आदि में परिवर्तन नहीं होना चाहिये। किन्तु व्यावहारिक जीवन में ऐसा देखा जाता है कि प्रत्येक उपभोक्ता की आय, रुचि तथा फैशन अलग-अलग होते हैं। इतना ही नहीं, एक ही उपभोक्ता की आय, रुचि तथा फैशन समयानुसार बदलते रहते हैं। स्पष्टतः आय, रुचि तथा फैशन में परिवर्तन होने से वस्तु

विशेष से प्राप्त होने वाली उपयोगिता में भी परिवर्तन आ जाता है। अतः ऐसी स्थिति में एक ही वस्तु के लिये किसी एक उपभोक्ता की बचत अलग-अलग होगी और तब उपभोक्ता की बचत की माप भी सम्भव नहीं हो सकती।

10. प्रत्येक वस्तु एक-दूसरे से स्वतन्त्र नहीं होती (Each commodity is not independent of one-another)—प्रो. मार्शल ने यह मान लिया है कि प्रत्येक वस्तु एक-दूसरे से स्वतन्त्र होती है। अर्थात् एक वस्तु की उपयोगिता दूसरी की उपयोगिता पर निर्भर नहीं करती। किन्तु वास्तविकता यह है कि प्रत्येक वस्तु एक-दूसरे पर निर्भर करती है। उदाहरण के लिये, हम चावल पर कितना व्यय करेंगे केवल चावल की हमारी इच्छा पर ही निर्भर नहीं करता बल्कि इस बात पर भी निर्भर करता है कि दाल एवं सब्जी पर कितना खर्च किया गया है। इस प्रकार दाल एवं सब्जी पर व्यय की गई रकम को ध्यान में रखते हुये चावल से प्राप्त उपभोक्ता की बचत निश्चय ही उस उपभोक्ता की बचत से भिन्न होगी, जो हमें चावल की खरीद से तब मिलती जब दाल एवं सब्जी पर व्यय की रकम को ध्यान में नहीं रखते और चावल की खरीद से ही खरीदारी आरम्भ करते।

11. उपभोक्ता की कुल खरीद को ध्यान में रखते हुए उपभोक्ता की बचत शून्य होती है (In view of totality of purchases, consumer's surplus is zero)—आलोचकों का मत है कि यदि उपभोक्ता की कुल खरीदारी को ध्यान में रखा जाय तो उपभोक्ता की बचत शून्य होती है। उदाहरणतः, यदि किसी उपभोक्ता को पहली खरीदारी पर बचत होती है, तो वह उस बचत को दूसरी वस्तु के उपभोग पर लगाता है। यदि दूसरी वस्तु से भी बचत प्राप्त होती है, तो इस बचत को तीसरी वस्तु के उपभोग पर लगाता है। यह क्रम तब तक चलता रहता है जब तक उपभोक्ता की बचत शून्य नहीं हो जाती है।

12. प्रचलित बाजार मूल्य पर माँग-तालिका बनाया जाना (Preparation of Demand schedule at market price)—कोई भी उपभोक्ता अपनी माँग तालिका प्रचलित बाजार मूल्य पर ही बनाता है। अतः कोई भी उपभोक्ता यदि प्रचलित बाजार मूल्य की जानकारी प्राप्त कर लेता है, तो वह उससे अधिक कीमत कदापि नहीं दे सकता, यदि उसके समक्ष और कोई दूसरी विवशता नहीं हो। इससे स्पष्ट है कि उपभोक्ता की बचत की धारणा एक भ्रमात्मक धारणा है।

13. पिछली इकाइयों की उपयोगिता में कमी (Decrease in the utility of earlier units)—कोई भी उपभोक्ता किसी वस्तु की ज्यों-ज्यों अतिरिक्त इकाइयों का क्रय करता जाता है, वैसे-वैसे पूर्व की इकाइयों की उपयोगिता घटती चली जाती है। उदाहरणतः, किसी व्यक्ति के पास एक कोट (Coat) है और यदि वह दूसरे प्रचलित मॉडल का कोट (Coat) बनवा लेता है, तो पहले कोट की उपयोगिता में कमी आ जायेगी। ऐसी परिस्थिति में उपभोक्ता की बचत की सही-सही माप सम्भव नहीं हो पाती है।

14. सम्पूर्ण बाजार के लिये किसी वस्तु की उपयोगिता की बचत नहीं मापी जा सकती है (Consumer's Surplus of Commodity for the whole market cannot be measured)—प्रत्येक उपभोक्ता की आय, रुचि, फैशन आदि दूसरे से भिन्न होती है, जिसके कारण वे एक ही वस्तु के लिये अलग-अलग कीमत देने के लिये तैयार हो जाते हैं। अतः यदि एक उपभोक्ता की बचत की माप कर भी ली जाती है, तो सम्पूर्ण बाजार के उपभोक्ताओं की बचत की माप व्यावहारिक प्रतीत नहीं होती है।

15. उपभोक्ता की पूरी माँग तालिका की जानकारी नहीं होती है (Knowledge about the total demand schedule of a customer is not possible)—किसी भी उपभोक्ता

द्वारा विभिन्न प्रकार की वस्तुओं का उपभोग किया जाता है। वह प्रत्येक वस्तु के लिये कितना-कितना मूल्य देने के लिये तैयार है, इस बात की जानकारी प्राप्त करना कठिन है। अतः अधिकांशतः माँग तालिका अपूर्ण तथा कल्पित रहती है, जिससे उपभोक्ता की बचत की सही-सही माप सम्भव नहीं हो पाती है।

**निष्कर्ष**—मार्शल द्वारा प्रतिपादित उपभोक्ता की बचत की धारणा के अध्ययन के पश्चात् निष्कर्ष के तौर पर यह कहा जा सकता है कि सैद्धान्तिक दृष्टिकोण से यह सिद्धान्त उतना ठोस व परिपूर्ण नहीं है, किन्तु व्यावहारिक दृष्टिकोण से देखा जाय तो इसमें भी सच्चाई का अंश प्रतीत होता है। दैनिक जीवन में कुछ वस्तुएँ ऐसी हैं, जिनके उपभोग के क्रम में व्यक्ति उपभोक्ता की बचत की अवधारणा की सच्चाई का अनुभव करता है। इस सन्दर्भ में रॉबर्ट्सन का कथन इस प्रकार है— “यदि आप इस विचार से बहुत अधिक आशा न रखें तो यह बौद्धिक रूप से आदरणीय है तथा व्यावहारिक कार्यों में पथ-प्रदर्शक के रूप में लाभदायक है।”

Provided, “You do not expect too much of it, the concept of consumer’s surplus is both intellectually respectable and useful as a guide to practical action.”

—Robertson