

- 15.0 ઉદ્દેશો
- 15.1 પ્રસ્તાવના
- 15.2 સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણનો નિયમ
- 15.3 ગ્રાહકનો અધિક સંતોષ
- 15.4 સારાંશ
- 15.5 ચાવીરૂપ શબ્દો
- 15.6 કેટલાંક ઉપયોગી પુસ્તકો
- 15.7 તમારી પ્રગતિ ચકાસો

15.0 ઉદ્દેશો

- એક કરતાં વધુ વસ્તુઓની ખરીદીમાં ગ્રાહકની સમતુલા અથવા મહત્તમ સંતોષની પ્રાપ્તિની સમજ મેળવી શકાશે.
- ગ્રાહકના અધિક સંતોષના ખ્યાલની સમજૂતી મેળવી શકાશે.

15.1 પ્રસ્તાવના

ઘટતા સીમાંત તૃષ્ટિગુણનો નિયમ એક વસ્તુની સરખામણીએ ગ્રાહકની સમતુલા સમજાવે છે. જ્યારે સમ સીમાંત તૃષ્ટિગુણનો નિયમ એક કરતાં વધારે એટલે કે અનેક વસ્તુઓની સરખામણીએ ગ્રાહકની સમતુલા સમજાવે છે. આમ જોવા જઈએ તો સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણના નિયમ ઘટતા સીમાંત તૃષ્ટિગુણનો નિયમનું એક વિસ્તૃત સ્વરૂપ ગણાય.

15.2 સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણનો નિયમ :

આ નિયમ અવેજના નિયમ તરીકે પણ ઓળખાય છે ધારો કે  $x$  વસ્તુનું પ્રમાણ ઘટતું જાય છે અને બીજી વસ્તુ  $y$  નું પ્રમાણ વધતું જાય છે. ત્યારે બીજી વસ્તુ એટલે કે  $y$  ના વધારાના એકમ માટે ગ્રાહક કોઈ એક એટલે કે  $x$  વસ્તુના ઓછા એકમો જતા કરવા તૈયાર હોય છે. આમ, બે વસ્તુ વચ્ચેની અવેજનો સીમાંત દર ઘટતો જાય છે. ગ્રાહક મહત્તમ સંતોષ કેવી રીતે મેળવે છે તે અંગે પણ આ નિયમ માર્ગદર્શન આપે છે. તે તેને ‘મહત્તમ સંતોષના નિયમ’ તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે.

ગ્રાહકની જરૂરિયાત અનેક છે તેથી તે અનેક વસ્તુનો ઉપયોગ કરે છે. વળી વ્યક્તિની આવક જરૂરિયાતના સંદર્ભમાં મર્યાદિત હોય છે. ત્યારે તે પોતાની મર્યાદિત આવકની ફાળવણી જુદી જુદી વસ્તુઓ પાછળ કઈ રીતે કરશે કે જેથી તે મહત્તમ સંતોષ પ્રાપ્ત કરી શકે તે આ નિયમમાં ગોસેન દ્વારા સમજાવવામાં આવી છે. તેથી તેને ‘ગોસેનના બીજા નિયમ’ તરીકે ઓળખાય છે.

◆ વ્યાખ્યા :

સમ સીમાંત તૃષ્ટિગુણની વ્યાખ્યાઓ નીચે મુજબ છે :

- (1) એચ.એચ. ગોસેન : જ્યારે ખરીદવામાં આવતી જુદી જુદી વસ્તુઓ પાછળ ખર્ચવામાં આવતા નાણાંના સીમાંત એકમમાંથી એક સરખો તૃષ્ટિગુણ મળી રહે, ત્યારે મહત્તમ સંતોષ પ્રાપ્ત થાય છે.

(2) **આલ્ફ્રેડ માર્શલ :** જ્યારે ગ્રાહકને પોતાની મર્યાદિત આવકમાંથી એક કરતાં વધુ વસ્તુઓ ખરીદવાની હોય ત્યારે તે પોતાની મર્યાદિત આવકની જુદી જુદી વસ્તુઓ પાછળ એવી રીતે ફાળવણી કરશે કે, જેથી દરેક વસ્તુના છેલ્લા એકમમાંથી મળતો સીમાંત તૃષ્ટિગુણ એકસરખો થઈ રહે આ પ્રમાણે ખરીદી કરવાથી ગ્રાહકને મહત્તમ સંતોષ પ્રાપ્ત થાય છે. એને તેવી સ્થિતિમાં તે સમતુલા મેળવે છે.

◆ **ધારણાઓ :**

સમ સીમાંત તૃષ્ટિગુણની ધારણાઓ નીચે પ્રમાણે છે :

- (1) ગ્રાહક એક કરતાં વધારે અનેક વસ્તુઓ ખરીદે છે.
- (2) ગ્રાહક બુદ્ધિ પ્રમાણે વર્તન કરે છે કારણ કે તેનો ઉદ્દેશ્ય મહત્તમ સંતોષ મેળવવાનો છે.
- (3) ગ્રાહકનું વસ્તુઓની પસંદગીનું ધોરણ આપેલું છે.
- (4) ગ્રાહકની આવક મર્યાદિત છે.
- (5) ગ્રાહક વસ્તુમાંથી મળતા તૃષ્ટિગુણથી માહિતગાર છે.
- (6) વસ્તુઓની કિંમત સ્થિર છે.
- (7) નાણાંનો સીમાંત ગુણ

◆ **સમજૂતી :**

મર્યાદિત આવકમાં એક કરતાં વધારે વસ્તુઓ ખરીદવાની હોય ત્યારે વ્યક્તિ કેવી રીતે મહત્તમ સંતોષ પ્રાપ્ત કરી શકે એ બાબત હવે આપણે સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણના નિયમથી સમજીશું.

આ પ્રકારની સ્થિતિ ગ્રાહક વસ્તુની ખરીદી અને તેની પાછળ ખર્ચવામાં આવતા નાણાંનાં સીમાંત તૃષ્ટિગુણ એકસરખો થઈ રહે.

બીજી રીતે કહીએ તો દરેક વસ્તુનો સીમાંત તૃષ્ટિગુણ અને કિંમતનો તૃષ્ટિગુણનો ગુણોત્તર સમાન થઈ રહે તેટલા પ્રમાણમાં જુદી જુદી વસ્તુની ખરીદી તેટલા પ્રમાણમાં જુદી જુદી વસ્તુની ખરીદી

કરવાથી ગ્રાહક સંતોષ પ્રાપ્ત કરે છે ત્યારે તે સમતુલા પ્રાપ્ત કરે છે. ધારો કે  $x$  વસ્તુઓ  $\frac{\text{સી.તુ.ગુ.}}{\text{કિંમત}}$

ગુણોત્તર  $y$  વસ્તુ કરતા વધુ હોય તે જ્યાં સુધી બંને વસ્તુઓ  $\frac{\text{સી.તુ.ગુ.}}{\text{કિંમત}}$  વધારશે. છેવટે જ્યારે  $x$

વસ્તુનો  $\frac{\text{સી.તુ.ગુ.}}{x \text{ કિંમત}}$  નો ગુણોત્તર  $y$  વસ્તુના  $\frac{\text{સી.તુ.ગુ.}}{\text{કિંમત}}$  ના ગુણોત્તર બરાબર થઈ જાય ત્યારે ગ્રાહક

સમતુલા પ્રાપ્ત કરે છે. સૂત્રના રૂપમાં કહીએ તો  $x$  નો  $\frac{\text{સી.ત.ગુ.}}{x \text{ ની કિંમત}} = \frac{y \text{ નો સી.ત.ગુ.}}{y \text{ ની કિંમત}}$

◆ **ગ્રાહકની સમતુલા :**

ઉદાહરણ દ્વારા સમજૂતી

- (1) ગ્રાહકની આવક ધારો કે 48 રૂ. છે.
- (2) તે પોતાની આવક  $x$ ,  $y$  અને  $z$  વસ્તુની પાછળ ખર્ચવા માગે છે.
- (3)  $x$ ,  $y$ ,  $z$  વસ્તુની કિંમત 4, 6, 10 રૂ.

### સીમાંત તૃષ્ટિગુણ અનુસૂચિ

વસ્તુના એકમો	x નો સી.તુ.ગુ	y નો સી.તુ.ગુ	z સી.તુ. ગુ
1	68	54	30
2	44	30	20
3	28	18	15
4	16	12	10
5	12	6	5

સીમાંત તૃષ્ટિગુણના આંકડાનો અભ્યાસ કરતા માલુમ પડશે કે ગ્રાહક z કરતાં y અને y કરતાં x એકમ વધુ પસંદ કરે છે કારણ કે તેને મહત્તમ સીમાંત તૃષ્ટિગુણ × એકમમાંથી મળે છે.

મહત્તમ સંતોષ પ્રાપ્ત કરવા માટે હવે ગ્રાહક x, y અને z ના કેટલો એકમોની ખરીદી કરશે કે જેથી સમતુલા મેળવી શકશે.

સીમાંત તૃષ્ટિગુણ અને કિંમતમાં ગુણોત્તરની ગણતરી

વસ્તુના એકમો	x નો સી.તુ.ગુ A કિંમત	y નો સી.ત.ગુ y ની કિંમત	z ની સી.ત.ગુ z ની કિંમત
1	$\frac{64}{4} = 17$	$\frac{54}{6} = 9$	$\frac{30}{10} = 3$
2	$\frac{44}{4} = 11$	$\frac{30}{6} = 5$	$\frac{20}{10} = 2$
3	$\frac{28}{4} = 7$	$\frac{18}{6} = 3$	$\frac{15}{10} = 1.5$
4	$\frac{16}{4} = 4$	$\frac{12}{6} = 2$	$\frac{10}{10} = 1$
5	$\frac{12}{4} = 3$	$\frac{6}{6} = 1$	$\frac{5}{10} = 0.5$

હવે સમ સીમાંત તૃષ્ટિગુણના નિયમ મુજબ નીચેની શરતોનું પાલન થાય. ત્યારે ગ્રાહકને મહત્તમ સંતોષ પ્રાપ્ત થઈ શકે :

$$\frac{x \text{ નો સી.ત.ગુ.}}{x \text{ ની કિંમત}} = \frac{y \text{ નો સી.ત.ગુ.}}{y \text{ ની કિંમત}} = \frac{z \text{ નો સી.ત.ગુ.}}{z \text{ ની કિંમત}}$$

$$\frac{12}{4} = \frac{18}{6} = \frac{30}{10} = 3$$

આ ગણતરી ઉપરથી એમ કહી શકાય. કે ગ્રાહક

- (1) x વસ્તુ પાછળ રૂ. 20 રૂ. ખર્ચાને તેના 5 એકમ ખરીદશે.
- (2) y વસ્તુ પાછળ 18 રૂ. ખર્ચાને તેના 3 એકમ ખરીદશે.
- (3) z વસ્તુ પાછળ ગ્રાહક રૂ. 10 ખર્ચાને તેની 1 એકમ ખરીદશે.

આ રીતે ગ્રાહક તેની કુળ આવક  $(20 + 18 + 10) = 48$  x, y અને z વસ્તુ પાછળ ખરીદશે.

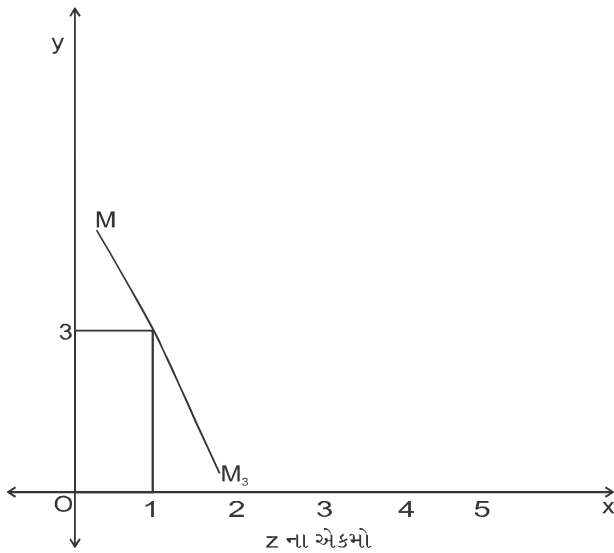
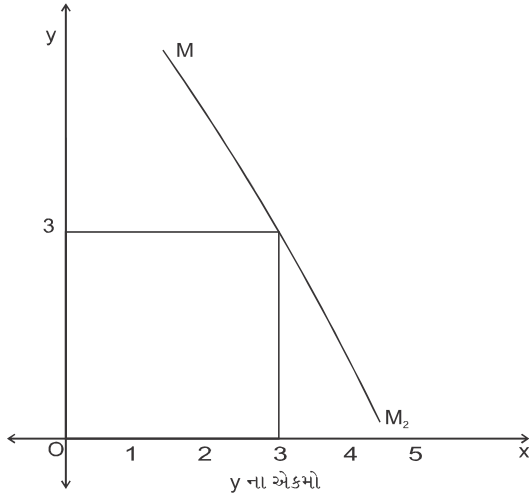
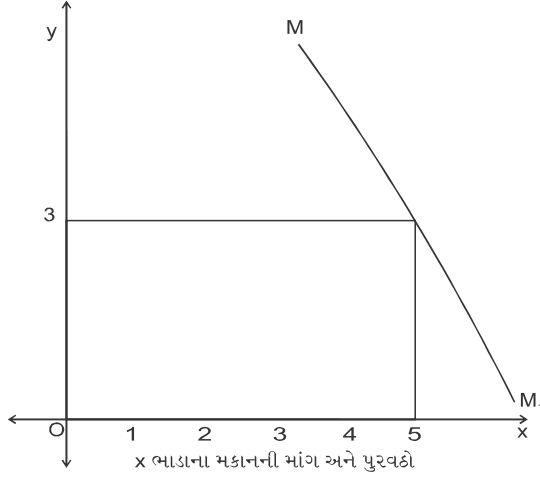
આમ ત્રણેય વસ્તુના અનુક્રમે 5, 3, 1 એકમો ખરીદવામાં આવશે પરિણામે કુલ તૃષ્ટિગુણ પ્રાપ્ત થાય છે તે મહત્તમ છે.

(1)  $x$  ના 5 એકમની ખરીદીથી મળતો કુલ તૃષ્ટિગુણ =  $68 + 44 + 28 + 16 + 12 = 168$

(2)  $y$  ના 3 એકમની મળતો તૃષ્ટિગુણ =  $54 + 30 + 18 = 102$

(3)  $z$  ના 1 એકમની ખરીદીથી મળતો કુલ તૃષ્ટિગુણ = 30

ત્રણેય વસ્તુમાંથી કુલ મળતો તૃષ્ટિગુણ =  $168 + 102 + 30 = 300$  જે સૌથી વધુ કુલ તૃષ્ટિગુણ છે. આમ,  $x$ ,  $y$  અને  $z$  ના 5, 3 અને 1 એકમની ખરીદી રવાથી ગ્રાહક મહત્તમ સંતોષ પ્રાપ્ત કરી શકે છે.



◆ સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણની મર્યાદાઓ :

- (1) અધુરું જ્ઞાન : વસ્તુઓની કિંમત અને તેમાંથી મળતા સીમાંત તૃષ્ટિગુણ વિશે ગ્રાહક સંપૂર્ણ જ્ઞાન ધરાવે છે. એવી માન્યતા આ નિયમમાં રહેલી છે. પરંતુ ઘણીવાર ગ્રાહકનું તેમના વિશેનું અજ્ઞાન આ સિદ્ધાંત અમલમાં મર્યાદારૂપ બને છે.
- (2) વસ્તુની અદ્રશ્યતા : વસ્તુની અવિભાજ્યતાને આ નિયમ લાગુ પાડી શકાય નહીં નાણાં અને વસ્તુનો ઉપયોગ ગ્રાહક પોતાની સગવડતા પ્રમાણે કરે છે. દરેક વસ્તુને નાના એકમમાં વિભાજિત કરે છે. દરેક વસ્તુને નાના એકમમાં વિભાજિત કરવી શક્ય નથી. દા.ત. સ્કૂટર, સાઈકલને  $\frac{1}{2}$ ,  $\frac{2}{5}$  માં વિભાજિત ના કરી શકાય.
- (3) વસ્તુની અચોક્કસ પસંદગી : અહીંયા એવું માનવામાં આવે છે. ગ્રાહકની પસંદગીના ધોરણમાં કોઈ ફેરફાર થતો નથી જ્યારે હકીકતમાં ગ્રાહકની પસંદગી અચોક્કસ હોય છે.
- (4) ગ્રાહકનું બુદ્ધિ પૂર્વકનું વર્તન : સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણનો નિયમ બુદ્ધિ પૂર્વકના વર્તનની અવાસ્તવિકતા પર રચાયેલો છે. હકીકતમાં ગ્રાહકની ટેવ, વર્તન, ફેશન પર સામાજિક રીત રીવાજો મહેનત વગેરે પ્રબળ અસર કરે છે ત્યારે ગ્રાહકનું વર્તન બુદ્ધિ પૂર્વકનું હોતું નથી.
- (5) તૃષ્ટિગુણને માપી શકાતો નથી : તૃષ્ટિગુણને સંખ્યાત્મક રીતે માપી શકાય છે અને નાણાંનો સીમાંત તૃષ્ટિગુણ સ્થિર રહે છે. તેથી ધારણા આ નિયમમાં રહેલી છે, જે હિક્કસે આ બંને ધારણાઓ દૂર કરી છે.

◆ નિયમનું મહત્ત્વ :

સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણની કેટલીક મર્યાદાઓ રહેલી છે. તેમ છતાં ગણી બધી બાબતોમાં આ નિયમ માર્ગદર્શનરૂપ બંને છે. તે ગ્રાહકના સમતુલાની શરત તારવવા માટે તાર્કિક પાયો રજૂ કરે છે જુદા જુદા ક્ષેત્રે તેની ઉપયોગિતા નીચે પ્રમાણે છે.

(1) જાહેર જમા ખર્ચ ક્ષેત્રે :

મહત્તમ સામાજિક કલ્યાણનો સિદ્ધાંત એવું કહે છે કે, જુદા જુદા વર્ગ પર કરબોજની વહેંચણી એવી રીતે કરવી જોઈએ કે જેથી દરેક વર્ગ પર સમાન બોજો થાય. એજ રીતે ખર્ચની વહેંચણી પણ એવી જ રીતે કરવી જોઈએ દરેક પ્રકારના જાહેર ખર્ચમાંથી સીમાંત તૃષ્ટિગુણ સમાન મળી રહે. આ બાબતમાં સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણો નિયમ ઉપયોગી બને છે.

(2) વિનિમય ક્ષેત્રે :

આ નિયમ મૂલ્ય નિર્ધારણની સિદ્ધાંત માટે પૂર્વભૂમિકા પૂરી પાડે છે. જ્યારે વસ્તુ માટે ખર્ચાતા નાણાં જેટલો તૃષ્ટિગુણ તે વસ્તુ માંથી પ્રાપ્ત થાય ત્યારે વ્યક્તિ તે વસ્તુની ખરીદી કે વેચાણ કરે છે. જેમ કે જે વસ્તુની અછત હોય છે. તે વસ્તુની કિંમત ઊંચી હોય છે. હવે જો અછતવાળી વસ્તુની અવેજીમાં મળતી વસ્તુમાં ઉપભોગ કરવા માંડીએ તો અછત ઓછી થતાં તેની કિંમત ઘટશે.

(3) ઉત્પાદન ક્ષેત્રે :

એક સફળ વેપારી આ નિયમનો ઉપયોગ કરી તેનો મહત્તમ નફો મેળવી શકે છે. વધારે સારું પરિણામ મેળવવા તે જુદાં જુદાં સાધનો પાછળ ખર્ચવામાં આવતા નાણાના છેવટના એકમ દ્વારા સીમાંત ઉત્પાદકતા મેળવી શકે છે. અને તેના દ્વારા તે જુદા જુદા ક્ષેત્રોમાં મૂડીરોકાણ કરી શકે છે.

(4) વહેંચણીનાં ક્ષેત્રો :

વહેંચણીના સીમાંત ઉત્પાદકતાના સિદ્ધાંતમાં અવેજીનો નિયમ રહેલો છે. આ નિયમ પ્રમાણે

જ્યાં સુધી દરેક ઉત્પાદનના સાધનને તેની સીમાંત ઉત્પાદકતા જેટલું વળતર મળે ત્યાં સુધી સાધનોની અવેજી થતી રહે છે. છેવટે દરેક ઉત્પાદનના સાધનનું તેની સીમાંત ઉત્પાદકતા જેટલું વળતર મળી રહે ત્યારે મહત્તમ વહેંચણી થશે.

#### (5) ઉપભોગ ક્ષેત્રે :

જુદી જુદી વસ્તુઓની ખરીદી કરવાની હોય ત્યારે ગ્રાહક કેવી રીતે તેનાં મહત્તમ સંતોષ પ્રાપ્ત કરી શકે છે. ત્યારે આ સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણનો નિયમ મદદરૂપ બને છે.

### 15.3 ગ્રાહકનો અધિક સંતોષ

#### ◆ પ્રસ્તાવના :

અધિક સંતોષનો ખ્યાલ સૌ પ્રથમ પ્રો. માર્શલે તૃષ્ટિગુણ વિશ્લેષણમાં રજૂ કર્યો હતો. રોજબરોજના વ્યવહારમાં એવું બને છે કે જરૂરિયાત સંતોષવા માટે ગ્રાહક અમૂક વસ્તુની ઊંચી કિંમત ચૂકવવા તૈયાર થઈ જાય છે. પરંતુ હકીકતમાં તે જ વસ્તુ ઓછી કિંમત મળી જાય છે. પરિણામે આપણને એક વિશેષ પ્રકારનો આનંદ મળે છે. આ આનંદ તે ગ્રાહકના અધિક સંતોષ તરીકે ઓળખાય છે.

પ્રો. માર્શલ : કોઈ પણ વસ્તુ વિના ચલાવી લેવાના બદલે ગ્રાહક તે વસ્તુની જે કિંમત ચૂકવવા તૈયાર હોય અને વાસ્તવમાં જે કિંમત ચૂકવે તે બંને વચ્ચેનો તફાવત ગ્રાહકનો અધિક સંતોષ છે.

માર્શલનો ઉપભોક્તાનો અધિક સંતોષનો ખ્યાલ ગ્રાહકને વસ્તુમાંથી પ્રાપ્ત થતા સંતોષ અને કિંમત ચૂકવવાથી થતા અસંતોષના આધારે રજૂ કરવામાં આવ્યો છે. ગ્રાહકને પ્રાપ્ત થતા સંતોષ તેને ચૂકવવી પડતી કિંમત કરતા વધારે હોય છે. તે જે વધારો છે તે ગ્રાહકને પ્રાપ્ત થતો અધિક સંતોષ છે. દા.ત. ગ્રાહકને કોઈ વસ્તુ માટે રૂ. 500 ચૂકવવાની તૈયારી દર્શાવે છે પરંતુ તેને તો વસ્તુ પાછળ 400 રૂ. ચૂકવવા પડે છે. તો તેને રૂ. 100નો અધિક સંતોષ મળે છે.

વીજળી, દિવાસળી કે સીટી બસની સેવા, ડોક્ટરની સેવા વગેરે વગર આપણને ચાલતું નથી અને તે વસ્તુઓ માટે આપણે વધારે કિંમત ચૂકવવા પણ તૈયાર થઈ જઈએ. છીએ. પરંતુ હકીકતમાં આ વસ્તુઓ અને સેવાઓ આપણને ઓછી કિંમતમાં મળી રહે છે. તેથી આપણને તેમાંથી અધિક સંતોષ મળે છે.

અધિક સંતોષને આપણે નીચેના સૂત્રમાં પણ રજૂ કરી શકીએ છીએ :

**ગ્રાહકનો અધિક સંતોષ :** ગ્રાહકની વસ્તુ માટે કિંમત ચૂકવવાની તૈયારી - હકીકતમાં ગ્રાહકે ચૂકવેલ કિંમત  $500 - 400 = 100$ .

**ધારણાઓ :** પ્રો. માર્શલનો ગ્રાહકનો અધિક સંતોષનો ખ્યાલ અમૂક ધારણાઓ પર આધારિત છે. તે નીચે પ્રમાણે છે.

- (1) નાણાંનો સીમાંત તૃષ્ટિગુણ સ્થિર છે.
- (2) વસ્તુનો સીમાંત તૃષ્ટિગુણ નાણાંના એકમ વડે માપી શકાય છે.
- (3) વસ્તુનો તૃષ્ટિગુણ સ્વતંત્ર છે. જે અન્ય પૂરક અને અવેજી વસ્તુઓ પર આધારિત નથી.
- (4) ગ્રાહકની આવક, અભિરૂચિ વગેરે સ્થિર રહે છે.

#### ◆ ગ્રાહકના અધિક સંતોષના ખ્યાલની સમજૂતી :

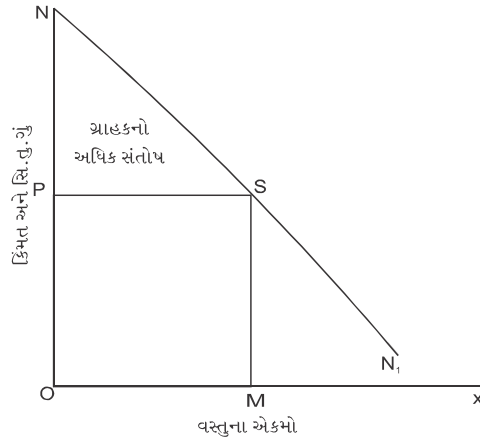
માનવીના રોજબરોજના વ્યવહારમાં અધિક સંતોષની પ્રાપ્તિનો અનુભવ હર એકને થાય છે. માનવજીવન સેવાઓની જરૂરિયાત એટલી બધી તીવ્ર હોય છે કે વ્યક્તિ તેના માટે ઊંચી કિંમત ચૂકવવા પણ તૈયાર થઈ જાય છે. પરંતુ જ્યારે તે સેવા તેને નીચી કિંમતે મળી રહે છે. ત્યારે ગ્રાહક અધિક સંતોષનો અનુભવ કરે છે.

ગ્રાહકના અધિક સંતોષની અનુસૂચી

વસ્તુના એકમમાં	કિંમત ચૂકવવાની તૈયારી રૂ.	વાસ્તવમાં ગ્રાહકે ચૂકવેલ કિંમત	અધિક સંતોષ રૂ.
1	100	10	90
2	70	10	60
3	45	10	35
4	25	10	15
5	10	10	0
કુલ	250	50	200

ઉપરોક્ત અનુસૂચિમાં આપેલ આંકડાઓ તપાસતાં માલુમ પડશે કે, વસ્તુના પહેલા એકમ માટે ગ્રાહક રૂ. 100 ચૂકવવા તૈયાર છે. પરંતુ ખરેખર તેને તે વસ્તુ રૂ. 10માં મળે છે. તેથી તેને રૂ. 90 જેટલો અધિક સંતોષ મળે છે. એ જ રીતે અમૂક તો 70, 45, 25, 10 રૂ. ચૂકવવા તૈયાર થાય છે અને હકીકતમાં તે વસ્તુઓ તેને અનુક્રમે 10 10 રૂ. માં મળે છે. તેથી ગ્રાહકને અનુક્રમે 60, 35, 15 જેટલો અધિક સંતોષ પ્રાપ્ત થાય છે.

આકૃતિ:



આકૃતિ મુજબ  $ox$  ધરી પર વસ્તુના એકમો અને  $oy$  ધરી પર વસ્તુની કિંમત અને સીમાંત તૃષ્ટિગુણ દર્શાવેલ છે. ગ્રાહક વસ્તુના તેજ જેટલા એકમો માટે OMSN જેટલી કિંમત ચૂકવવા તૈયાર જેમ કે તો 5 વસ્તુના એકમ માટે રૂ. 250 ચૂકવવા તૈયાર છે. પરંતુ વસ્તુની કિંમત તેને 50 રૂ. માં મળે છે. તેથી ગ્રાહકને રૂ. 200 જેટલો અધિક સંતોષ પ્રાપ્ત થાય છે.

◆ ગ્રાહકના અધિક સંતોષના ખ્યાલની મર્યાદાઓ.

(1) અનિવાર્ય જરૂરિયાતો :

પ્રાથમિક જરૂરિયાતની બાબતમાં ગ્રાહકના અધિક સંતોષનો ખ્યાલ અવાસ્તવિક બની જાય છે. દા.ત. વ્યક્તિને જ્યારે ખૂબ જ ભૂખ લાગી હોય અને તો ભોજનની થાળી માટે રૂ. 500 ચૂકવવા તૈયાર હોય પરંતુ તેને ભોજન રૂ. 100માં મળી જાય તો તેને રૂ. 400 નો અધિક સંતોષ પ્રાપ્ત થયો છે. તેમ કહેવું હાસ્યાસ્પદ ગણાશે.

(2) અધિક સંતોષ માપવો મુશ્કેલ :

પ્રો. માર્શલનો અધિક સંતોષનો ખ્યાલ તૃષ્ટિગુણ પર આધારિત છે. તૃષ્ટિગુણનો ખ્યાલ માનસિક છે. તૃષ્ટિગુણને સંખ્યાત્મક રીતે માપી શકાતો નથી. તો પછી અધિક સંતોષને કેવી રીતે માપી શકાય. જુદી જુદી વ્યક્તિ માટે જુદા જુદા સંજોગોમાં પણ અધિક સંતોષ એકસરખા હોઈ શકે નહીં.

**(3) રિવાજ જરૂરિયાતો :**

રિવાજ જરૂરિયાતની બાબતમાં અધિક સંતોષનો ખ્યાલ સુસંગત નથી. રિવાજ જરૂરિયાતો સંતોષવાથી કોઈ સંતોષ મળતો નથી. દા.ત. લગ્ન સમારંભમાં યોજવામાં આવતો ભોજન સંમારભથી વ્યક્તિને અધિક સંતોષ મળતો નથી. પણ જો આમ ન કરવામાં આવે તો વ્યક્તિને અસંતોષ થાય છે.

**(4) નાણાંનો સીમાંત તૃષ્ટિગુણ હોવાની ધારણા :**

ગ્રાહક જ્યારે ખરીદીમાં વધારો કરતો જાય છે. ત્યારે તેની પાસે નાણાંનો વ્યાપ ઘટતો જાય છે. અને તેથી જ નાણાંનો સીમાંત તૃષ્ટિગુણ પણ ઘટતો જાય છે. ખરીદી વધતાં ગ્રાહકના અસંતોષમાં પણ વધારો થાય છે અધિક સંતોષ જાણવા માટે કેટલી કિંમત ચૂકવવા તૈયાર છે અને કેટલી કિંમત ચૂકવે છે તે બાબત ગૌણ છે. આમ, નાણાંનો સીમાંત તૃષ્ટિગુણ સ્થિર રહેતો નથી.

**(5) પ્રતિષ્ઠા મૂલ્ય ધરાવતી વસ્તુઓ :**

પ્રાતિષ્ઠ મૂલ્ય ધરાવતી વસ્તુઓમાં ગ્રાહકના અધિક સંતોષનો ખ્યાલ લાગુ પડતો નથી. કારણ કે સામાન્ય રીતે વસ્તુની બજારકિંમત જેમ ઓછી તેમ તેમાંથી મળતો અધિક સંતોષ વધુ હોય છે. પરંતુ હીરા, માણેક જેવી પ્રતિષ્ઠા મૂલ્ય ધરાવતી વસ્તુની બજાર કિંમત જેટલી ઊંચી તેટલો અધિક સંતોષ વધારે જો આવી વસ્તુ નીચી કિંમતે મળી જાય તો પ્રાપ્ત થતા સંતોષમાં ઘટાડો થાય છે.

**◆ નિયમનું મહત્ત્વ :**

ગ્રાહકના અધિક સંતોષનો ખ્યાલ મર્યાદાવાળો હોવા છતાં તેનું વ્યવહારમાં ઘણું મહત્ત્વ છે, જે નીચે પ્રમાણે છે.

- (1) નાણા પ્રધાનને કરનીતિ ઘડતી વખતે આ ખ્યાલ માર્ગદર્શનરૂપ બને છે.
- (2) ગ્રાહકના અધિક સંતોષનો ખ્યાલ કલ્યાણલક્ષી અર્થશાસ્ત્રમાં ઉપયોગી બને છે. ગ્રાહકનો અધિક સંતોષ એ લોકોની સુખાકારી અને આર્થિક કલ્યાણને અંદાજ આપે છે.
- (3) ગ્રાહકના અધિક સંતોષમાં ખ્યાલ ઈજારદાર પેઢીને વસ્તુની કિંમત નક્કી કરવામાં માર્ગદર્શન આપે છે. ઈજારદાર પેઢી લોકોના અધિક સંતોષને ખ્યાલમાં રાખી વસ્તુની ઊંચી કિંમત રાખી શકે છે.
- (4) ગ્રાહકના અધિક સંતોષ દ્વારા જુદા જુદા દેશના લોકોની આર્થિક સ્થિતિની સરખામણી થઈ શકે છે.
- (5) ગ્રાહકના અધિક સંતોષનો ખ્યાલ વસ્તુની કિંમતમાં ફેરફાર થવાથી પ્રજાના આર્થિક કલ્યાણમાં કેટલો ફેરફાર થશે તેનો અંદાજ આપી શકે છે.

આમ અધિક સંતોષનો ખ્યાલ આર્થિક સ્થિતિની તુલના, ઈજારદાર માટે મદદરૂપ, નાણાપ્રધાનને કરનીતિ ઘડવામાં ઉપયોગી થાય છે.

---

**15.5 સારાંશ :**

અર્થતંત્રમાં એક કરતાં વધુ વસ્તુ હોય અને ગ્રાહકના દરેક વસ્તુમાંથી પ્રાપ્ત થતો તૃષ્ટિગુણ અંગેનો સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણનો નિયમ, તૃષ્ટિગુણના આધારે ઘટતા સીમાંત તૃષ્ટિગુણ અને માંગનો નિયમની સમજૂતી આપીને ગ્રાહકના અધિક સંતોષનો ખ્યાલ અને તેનું અર્થતંત્રમાં મહત્ત્વની સમજૂતી આ એકમમાં જુદા જુદા ઉદાહરણ અને આકૃતિના માધ્યમથી સમજાવવાનો પ્રયાસ કર્યો છે.

---

### 15.6 ચાવીરૂપ શબ્દો :

---

1. ગ્રાહકનો અધિક સંતોષ : કોઈ પણ વસ્તુ વિના ચલાવી લેવાના બદલે ગ્રાહક તે વસ્તુની જે કિંમત ચૂકવવા તૈયાર હોય અને વાસ્તવમાં જે કિંમત ચૂકવે તે બંને વચ્ચેનો તફાવત ગ્રાહકનો અધિક સંતોષ છે.
2. સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણ : જ્યારે ગ્રાહકને પોતાની મર્યાદિત આવકમાંથી એક કરતાં વધુ વસ્તુઓ ખરીદવાની હોય અને તે પોતાની મર્યાદિત આવકની જુદી જુદી વસ્તુઓ પાછળ એવી રીતે ફાળવણી કરશે કે જેથી દરેક વસ્તુના છેલ્લા એકમમાંથી મળતો સીમાંત તૃષ્ટિગુણ એક સરખો થઈ રહે.

---

### 15.7 કેટલાક ઉપયોગી પુસ્તકો :

---

1. Gauld J.P. and Edward P.I. (1996) Microeconomy Theory : Richard, Irwin, Homewood.
2. Lipsy, R.G and K.A Chriystal (1999), Principle of Econimics (9<sup>th</sup> Edition), Oxford Universty Press, Oxford.
3. Stonier, A.W. and D.C. Hague (1970). A Text Book of Econimic Theory, ELBS & longman grop, Landon.
4. Somuelson, P.A. and W.D. Nordhas (1998), Econimics, Tata Mcgraw Hill, New Delhi.
5. M.L. Jhingan (2012), Micro Econimic Theory (7th Edition), Vrinda Publication Delhi.

---

### 15.8 તમારી પ્રગતિ ચકાસો :

---

1. સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણનો નિયમ સમજાવો.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2. ગ્રાહકનો અધિક સંતોષનો ખ્યાલ સમજાવો.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

#### ◆ ટૂંકમાં જવાબ આપો :

1. સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણની વ્યાખ્યા આપો.

.....  
.....  
.....

1. ગ્રાહકનો અધિક સંતોષ એટલે શું?

.....  
.....  
.....

6. પ્રતિષ્ઠા મૂલ્ય ધરાવતી વસ્તુઓને ગ્રાહકના અધિક સંતોષનો ખ્યાલ લાગુ પડતો નથી.

.....  
.....  
.....

◆ નીચેના વિધાનો ખરાં છે કે ખોટાં તે જણાવો.

- (1) ગ્રાહકના અધિક સંતોષનો ખ્યાલ એડમ સ્મિથે આપ્યો છે.
- (2) ગ્રાહકનો અધિક સંતોષ એટલે ગ્રાહકની વસ્તુ માટે કિંમત ચૂકવવાની તૈયારી
- (3) ગ્રાહકનો અધિક સંતોષ એટલે હકીકતમાં ગ્રાહકે ચૂકવેલી કિંમત
- (4) સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણનો નિયમ અવેજના નિયમ તરીકે પણ ઓળખાય છે.
- (5) એક કરતાં વધુ વસ્તુના સંદર્ભમાં સમ સીમાંત તૃષ્ટિગુણને સમજાવવામાં આવે છે.

◆ નીચેનામાંથી સાચો વિકલ્પ પસંદ કરો.

- (1) ગ્રાહકના અધિક સંતોષનો ખ્યાલ નીચેનામાંથી કયા અર્થશાસ્ત્રીએ આપ્યો છે ?  
(a) એડમ સ્મિથ (b) પીગુ (c) માર્શલ
- (2) સમસીમાંત તૃષ્ટિગુણના નિયમને કયો નિયમ કહેવામાં આવે છે.  
(a) અવેજ (b) પૂરક (c) બંને
- (3) ગ્રાહકનો અધિક સંતોષ એટલે  
(a) ગ્રાહકની વસ્તુ માટે કિંમત ચૂકવવાની તૈયારી - હકીકતમાં ગ્રાહકે ચૂકવેલ કિંમત  
(b) ગ્રાહકની વસ્તુ માટે ચૂકવેલ સમય - હકીકતમાં ગ્રાહકે ચૂકવેલ કિંમત  
(c) ગ્રાહકની વસ્તુ માટે મિલકત ચૂકવવાની તૈયારી હકીકતમાં ગ્રાહકે ચૂકવેલ મિલકત