એકમ 5

માંગમાં ફેરફાર

: રૂપરેખા :

5.0 ઉદ્દેશો

5.1 પ્રસ્તાવના

5.2 માંગને અસર કરતા પરિબળો

5.2.1 ગ્રાહકની અભિરુચિ-પસંદગી

5.2.2 વસ્તીનું પ્રમાણ

5.2.3 ગ્રાહકની આવક

5.2.4 આવકની વહેંચણી

5.2.5 વસ્તુની કિંમત

5.2.6 અવેજી તથા પૂરક વસ્તુઓની કિંમત / અન્ય વસ્તુઓની કિંમત

5.2.7 જાહેરાત ખર્ચ / વિજ્ઞાપન ખર્ચ

5.2.8 વસ્તુના પુરવઠા અંગે ગ્રાહકની અપેક્ષાઓ / ભાવિ અટકળો

5.2.9 ધિરાણની સવલતો

5.3 માંગનું વિધેય

5.4 માંગની પરિસ્થિતિમાં ફેરફાર

5.4.1 માંગનું વિસ્તરણ અને માંગનું સંકોચન

5.4.2 આકૃતિ દ્વારા સમજૂતી

5.4.3 માંગમાં વધારો અને માંગમાં ઘટાડો

5.4.4 આકૃતિ દ્વારા સમજૂતી

5.5 સારાંશ

5.6 ચાવીરૂપ શબ્દો

5.7 સંદર્ભ પુસ્તકો

5.8 'તમારી જાતે ચકાસો' ના જવાબ

5.0 ઉદ્દેશો:

આ એકમના અભ્યાસ પછી તમે

- માંગને અસર કરતા જુદા જુદા પરિબળો વિશે જાણકારી મેળવી શકશો.
- માંગના વિધેય અંગે માહિતી મેળવી શકશો.
- વસ્તુની કિંમતમાં ફેરફાર થતાં તેની માંગમાં થતાં ફેરફાર અંગે સમજી શકશો.
- વસ્તુની કિંમત સિવાયના અન્ય પરિબળોમાં ફેરફાર થતાં વસ્તુની માંગમાં કઈ રીતે ફેરફાર થાય છે તે અંગેની જાણકારી મેળવી શકશો.

5.1 પ્રસ્તાવના :

વિદ્યાર્થી મિત્રો, અગાઉના એકમમાં તમે માંગનો અર્થ, માગનો નિયમ, માંગના નિયમના

અપવાદો વગેરે બાબતો અંગે જાણકારી મેળવી. માંગના નિયમ મુજબ ''જો અન્ય પરિબળો સ્થિર રહેતા વસ્તુની કિંમત વધતાં માંગનું સંકોચન થાય છે અને કિંમત ઘટતાં માંગનું વિસ્તરણ થાય છે અને કિંમત ઘટતાં માંગનું વિસ્તરણ થાય છે.'' મિત્રો, અહીં નિયમની શરૂઆતમાં જ એક શરત રાખવામાં આવી છે. 'જો અન્ય પરિબળો એટલે કયાં પરિબળો?' કે જે વસ્તુની માંગને અસર કરે છે એવો પ્રશ્ન મનમાં ઉદ્‌ભવે. તો આ પ્રશ્નના સમાધાન માટે આપણે પ્રસ્તુત એકમમાં માંગને અસર કરતા આવા વિવિધ પરિબળો વિશે અભ્યાસ કરીશું. આ જુદા જુદા પરિબળો વસ્તુની માંગને કઈ રીતે અસર કરે છે તે અંગે ની સમજૂતી આપણે અહીં મેળવીશું વસ્તુની માંગને અસર કરતાં આવા અનેક પરિબળોના પરિણામે માંગનું વિધેય કઈ રીતે મેળવી શકાય છે તે અંગેની જાણકારી આપણે પ્રસ્તુત એકમમાં મેળવીશું એટલું જ નહિ પણ માંગના વિસ્તરણ અને માંગના સંકોચન તેમજ માંગમાં થતાં વધારા અને માંગમાં થતાં ઘટાડા અંગેની સમજૂતી આપણે અહીં મેળવીશું.

5.2 માંગને અસર કરતા પરિબળો (Determinants of demand) :-

મિત્રો, માંગ અંગેની વિસ્તૃત ચર્ચા આપણે અગાઉના એકમમાં કરી. ગ્રાહક જ્યારે કોઈ વસ્તુ કે સેવાની માંગ કરે છે ત્યારે તેની આ માંગને અનેક પરિબળો અસર કરે છે. આનો અર્થ એ થયો કે કોઈ પણ વસ્તુ કે સેવાની માંગ માત્ર કોઈ એક જ પરિબળ પર આધારિત હોતી નથી. તો ચાલો, હવે આપણે વસ્તુની માંગને અસર કરતા આવાં મહત્વનાં પરિબળો અંગે ચર્ચા કરીએ.

5.2.1 ગ્રાહકની અભિરુચિ પસંદગી :-

કોઈ પણ વસ્તુની માંગ ગ્રાહક ત્યારે જ કરે છે જ્યારે તેને તે વસ્તુ પસંદ આવે છે. ગ્રાહકને પસંદ ન આવે તેવી વસ્તુની તે માંગ ક્યારેય કરતો નથી. આમ, ગ્રાહકની, અભિરુચિ-પસંદગી વસ્તુ માટેની માંગને અસર કરતું એક મહત્ત્વનું પરિબળ ગણાવી શકાય. ગ્રાહકની જરૂરિયાતોમાં સમય અને સંજોગો અનુસાર સતત પરિવર્તનો આવ્યા કરે છે. જેના પરિણામ સ્વરૂપે ગ્રાહકની અભિરુચિ-પસંદગીમાં ફેરફારો થયા કરે છે. આમ, આ રીતે ગ્રાહકની અભિરુચિ-પસંદગી બદલાતા વસ્તુ માટેની તેની માંગ પણ બદલાય છે.

5.2.2 વસ્તીનું પ્રમાણ :-

વિશ્વમાં વસ્તીનું પ્રમાણ સતત બદલાયા કરે છે. કોઈ પણ દેશમાં વસ્તીનું પ્રમાણ સ્થિર રહેતું નથી. આથી બદલાતી જતી જનસંખ્યા મુજબ વસ્તુની માંગમાં પરિવર્તન આવ્યા કરે છે. વસ્તીનું પ્રમાણ અને વસ્તુ માટેની માંગ એકબીજા સાથે ગાઢ રીતે સંકળાયેલા છે. જો લોકોની અભિરુચિ-પસંદગીનાં ધોરણો સ્થિર રહે અને વસ્તીના પ્રમાણમાં વધારો થાય તો વસ્તુ માટેની માંગ સામાન્ય રીતે વધે છે. આમ, વસ્તીનું પ્રમાણ વસ્તુ માટેની માંગને પ્રભાવિત કરે છે.

5.2.3 ગ્રાહકની આવક :-

મિત્રો, આપણે જાણીએ છીએ કે, ગ્રાહકની આવકમાં વધારો થાય તો તેના દ્વારા થતી વસ્તુની માંગમાં પણ સામાન્ય રીતે વધારો થાય છે. આવક વધતાં ગ્રાહકની વપરાશમાં વધારો થાય છે. પરિણામે વસ્તુની માંગમાં વધારો થાય છે. આવકમાં વધારો થતાં બધી જ વસ્તુઓની માંગ સરખા પ્રમાણમાં વધે એવું બનતું નથી, કારણ કે આવક વધતા ગ્રાહકની જરૂરિયાતો પણ વધવા લાગે છે અને શરૂઆતમાં પ્રથમિક જરૂરિયાતો સંતોષાયા પછી તે મોજ શોખની વસ્તુઓની માંગ કરે છે. આમ, ગ્રાહકની આવક એ વસ્તુની માંગને અસર કરતું એક મહત્ત્વનું પરિબળ છે. બીજી રીતે કહીએ તો વસ્તુની માંગ એ ગ્રાહકની આવક પર આધારિત હોય છે.

5.2.4 આવકની વહેંચણી :-

જો દેશમાં કુલ આવકની વહેંચણી અસમાન રીતે થયેલી હોય તો, જે લોકોના હાથમાં કુલ આવકનો વધુ ભાગ હશે તે લોકોની જરૂરિયાત મુજબની વસ્તુની માંગમાં વધારો થશે. આવા લોકો મોટાભાગે મોજશોખની વસ્તુઓ માટેની માંગ વધુ કરતાં હોય છે. પરિણામ સ્વરૂપે મોજશોખ ની વસ્તુઓની માંગ વધશે પરંતુ જો દેશમાં કુલ આવકની વહેંચણી સમાન રીતે થયેલી હશે તો આવું બની શકશે નહિ.

5.2.5 વસ્તુની કિંમત :

ગ્રાહકની આવક મર્યાદિત હોય છે અને આ મર્યાદિત આવકમાંથી તેને પોતાની અનેક જરૂરિયાતો સંતોષવાની હોય છે. પરિણામે વસ્તુની કિંમત એ વસ્તુ માટે ગ્રાહકની માંગ નક્કી કરવામાં અગત્યનો ભાગ ભજવે છે. વસ્તુની કિંમત અને તેની માંગ વચ્ચે વ્યસ્ત સંબંધ રહેલો છે. આમ જો વસ્તુની કિંમત ઓછી હશે તો ગ્રાહક તે વસ્તુની માંગ વધુ કરશે અને જો વસ્તુની કિંમત વધુ હશે તો ગ્રાહક તે વસ્તુની માંગ ઓછી કરશે. ટૂંકમાં વસ્તુની કિંમતને ધ્યાનમાં રાખીને ગ્રાહક વસ્તુ માટેની માંગ નક્કી કરશે.

5.2.6 અવેજી તથા પૂરક વસ્તુઓની કિંમત :- (અન્ય વસ્તુઓની કિંમતો)

વસ્તુની કિંમતમાં જ ફેરફાર થવાથી તેની માંગમાં ફેરફાર થાય છે એવું હંમેશા થતું નથી. ઘણીવાર અન્ય વસ્તુઓની કિંમતમાં ફેરફાર થવાથી પણ આપેલી વસ્તુની માંગમાં ફેરફાર થાય છે એવું બને છે. આનો અર્થ એ થાય કે આપેલી વસ્તુ અન્ય વસ્તુઓની અવેજી કે પૂરક વસ્તુ છે. ઉદાહરણ તરીકે, ચા અને કોફી એકબીજાની અવેજી વસ્તુઓ છે. ચાની કિંમતમાં વધારો થતાં તેની માંગમાં સ્વાભાવિક રીતે ઘટાડો થવાનો. એટલું જ નહિ પરંતુ કોફી એ ચાની અવેજી વસ્તુ હોવાથી કોફીની માંગમાં વધારો થશે. અહીં કોફીની કિંમતમાં કોઈ પણ ફેરફાર ન થયો હોવા છતાં તેની માંગમાં વધારો થાય છે જે દર્શાવે છે કે ચાની કિંમતમાં ફેરફાર થવાની અસર કોફીની માંગ પર થાય છે. તે જ રીતે પેટ્રોલ અને સ્કૂટર એકબીજાની પૂરક વસ્તુઓ છે. સ્કૂટરની માંગમાં વધારો થાય તો પેટ્રોલની કિંમતમાં કોઈ પણ ફેરફાર ન થયો હોવા છતાં પેટ્રોલની માંગમાં પણ વધારો થાય છે. ટુંકમાં, અવેજી થતાં પૂરક વસ્તુઓની કિંમતમાં ફેરફાર થવાથી મૂળ વસ્તુની માંગમાં ફેરફાર થાય છે.

5.2.7 જાહેરાત ખર્ચ / વિજ્ઞાપન ખર્ચ :-

વર્તમાન સમયમાં જાહેરાત ખર્ચ / વિજ્ઞાપન ખર્ચ વસ્તુની માંગને અસર કરતું એક મહત્ત્વનું પરિબળ છે. નવી વસ્તુઓને બજારમાં સ્થાન મળી રહે અને આ નવી વસ્તુઓની માંગમાં વધારો કરાવવા માટે જાહેરાત ખર્ચ અનિવાર્ય બની ગયું છે. જાહેરાત ખર્ચ દ્વારા આ નવી વસ્તુ એ લોકોની જરૂરિયાત છે. એવું તેમના માનસમાં ઠસાવવામાં આવે છે. પરિણામે દેખાદેખીની અસરના લીધે લોકો દ્વારા આવી વસ્તુઓની માંગ કરવામાં આવે છે. આ નવી વસ્તુ એ લોકોની જરૂરિયાત બની જાય છે. જાહેરાત ખર્ચના પરિણામે લોકોની પસંદગી-અભિરુચિ નવી વસ્તુ તરફ વળતી જોવા મળે છે અને પરિણામ સ્વરૂપ નવી વસ્તુની માંગમાં વધારો થવા લાગે છે. દાખલા તરીકે ટેલિવિઝન પછી લોકો એલ.ઈ.ડી. ની માંગ વધુ કરતા થયા અને એલ.ઈ.ડી પછી હવે એલ.સી.ડી.ની માંગ વધુ કરવા લાગ્યા માંગમાં થયેલ આ ફેરફાર જાહેરાતખર્ચ / વિજ્ઞાપન ખર્ચ આધારિત છે.

5.2.8 વસ્તુના પુરવઠા અંગે ગ્રાહકની અપેક્ષાઓ / ભાવિ અટકળો :-

વસ્તુના પુરવઠા અંગેની ગ્રાહકની ભાવિ અટકળો વસ્તુની માંગને સીધે સીધી રીતે પ્રભાવિત કરે છે. જો ગ્રાહક એવી અપેક્ષા રાખે કે ભવિષ્યમાં વસ્તુના પુરવઠામાં વધારો થશે પરિણામે વર્તમાન સમય કરતાં ભવિષ્યમાં તે વસ્તુના ભાવ ઘટશે તો ગ્રાહકને વસ્તુ માટેની વર્તમાન માંગને મુલત્વી રાખશે અને ભવિષ્યમાં તેની માંગ કરશે. પરિણામ સ્વરૂપ વર્તમાન સમયમાં તે વસ્તુ માટેની માંગ ઘટશે અને ભવિષ્યમાં માંગ વધશે. આનાથી વિપરિત, જો ગ્રાહકને એમ લાગે કે ભવિષ્યમાં વસ્તુનો પુરવઠો ઘટશે અને તેની કિંમતમાં વધારો થશે તો તે વર્તમાન સમયમાં તે વસ્તુની માંગ વધારશે. પરિણામ સ્વરૂપે વર્તમાન સમયમાં વસ્તુની માંગમાં વધારો થશે. આમ, વસ્તુના પુરવઠા અંગેની ભાવિ અટકળો વસ્તુની માંગને સીધી અસર કરે છે.

5.2.9 ધિરાણની સવલતો :-

ગ્રાહકની આવક મર્યાદિત હોવાથી ઘણી વખત તે અત્યંત મોંઘી કે કિંમતી વસ્તુઓની ખરીદી કરી શકતો નથી. પરંતુ જો ગ્રાહક માટે વસ્તુની ખરીદી કરવા ધિરાણની સુવિધાઓ ઉપલબ્ધ હોય તો તે આવી કિંમતી વસ્તુઓ માંગ કરશે. અન્યથા નહિ. આમ, ગ્રાહક માટે ધિરાણની સુવિધાઓ જો સરળતાથી ઉપલબ્ધ થઈ શકે તો તે મોંઘી વસ્તુઓની માંગને અસર કરે છે.

◆ **તમારી જાતે ચકાસો - (ક) :-**

(૧) વસ્તુની માંગને અસર કરતાં પરિબળો જણાવો.

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

(૨) ગ્રાહકની અભિરુચિ-પસંદગી વસ્તુની માંગને કઈ રીતે અસર કરે છે ?

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

(૩) વસ્તીમાં વધારો થતાં માંગમાં વધારો થાય છે ? — સમજાવો.

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

(૪) ગ્રાહકની આવક વધતા માંગમાં કઈ રીતે વધારો થાય છે ?

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

(૫) આવકની વહેંચણી જો અસમાન રીતે થયેલી હોય તો કેવા પ્રકારની વસ્તુની માંગમાં વધારો થયેલો જોવા મળે છે ?

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

(૬) 'વસ્તુની માંગ નક્કી કરવામાં વસ્તુની કિંમત કઈ રીતે ભાગ ભજવે છે' – સમજાવો.

....

....

....

....

....

....

(૭) કૉફીની કિંમતમાં વધારો થતાં ચાની માંગ પર શું અસર થશે ?

....

....

....

....

....

....

(૮) વિજ્ઞાપન ખર્ચ વસ્તુની માંગને કઇ રીતે અસર કરે છે ?

....

....

....

....

....

....

(૯) જો ભવિષ્યમાં વસ્તુનાં પુરવઠામાં વધારો થવાનો હોય તો વર્તમાન સમયમાં તે વસ્તુની માંગ કેવી રહેશે ?

....

....

....

....

....

....

(૧૦) ધિરાણની પ્રાપ્યતા ગ્રાહકની માંગને કઈ રીતે અસર કરે છે ?

....

....

....

....

....

....

તમારી પ્રગતિ જાતે ચકાસો (ખ)

નીચેના વિધાનો ખરાં છે કે ખોટાં તે લખો.

૧. કોઇ પણ વસ્તુની માંગને માત્ર તેની કિંમત જ અસર કરે છે.

૨. ગ્રાહકને જે વસ્તુમાં અભિરુચિ નથી તેવી વસ્તુ માટે તે માંગ કરે છે.

૩. ગ્રાહકની પસંદગી સ્થિર રહેતી હોય છે.

૪. વસ્તીના પ્રમાણમાં ફેરફાર થવા છતાં વસ્તુની માંગમાં કોઈ પણ પ્રકારના ફેરફાર જોવા મળતા નથી.

૫. ગ્રાહકની આવક વધતા તેની વપરાશમાં વધારો થાય છે.

૬. વસ્તુની કિંમત વધતા તેની માંગમાં વધારો થાય છે.

૭. અન્ય વસ્તુઓની કિંમતો મૂળ વસ્તુની માંગને અસર કરે છે.

૮. સ્કૂટર અને પેટ્રોલ એકબીજાની અવેજી વસ્તુઓ છે.

૯. દેખાદેખીની અસરના પરિણામે વસ્તુની માંગમાં ફેરફાર થાય છે.

૧૦. જો ધિરાણની સવલતો સરળતાથી ઉપલબ્ધ હશે તો મોંઘીદાટ વસ્તુઓની માંગમાં વધારો થશે.

૫.૩ માંગનું વિધેય (Demand Function)

મિત્રો, આપણે માંગને અસર કરતાં વિવિધ પરિબળો વિશે ચર્ચા કરી. તો ચાલો, હવે આપણે વસ્તુની માંગ અને તેને અસર આ વિવિધ પરિબળો વચ્ચેના સંબંધની માહિતી મેળવીએ. વસ્તુની માંગ અને તેને અસર કરતાં વિવિધ પરિબળો વચ્ચેના સંબંધની ગાણિતીક સમજૂતી મેળવવા માટે વિધેયના ખ્યાલનો આપણે ઉપયોગ કરીશું. વિધેયનો ખ્યાલ એ સાપેક્ષ ચલ (Dependent Variable) અને નિરપેક્ષ ચલ (Independent Variable) વચ્ચેનો સંબંધ દર્શાવે છે. અહીં વસ્તુની માંગ એ સાપેક્ષ ચલ છે અને તેને અસર કરતાં વિવિધ પરિબળો એ નિરપેક્ષ ચલ છે. માંગનું વિધેય એ કોઈ એક વસ્તુની માંગ અને તેને અસર કરતાં જુદા જુદા પરિબળો વચ્ચેનો સંબંધ દર્શાવે છે. ગ્રાહક જ્યારે કોઇ એક વસ્તુની માંગ કરે છે ત્યારે તે વસ્તુની માંગ માત્ર કોઈ એક જ પરિબળ પર આધારિત હોતી નથી. તે વસ્તુની માંગને અન્ય અનેક પરિબળો અસર કરતાં હોય છે. આમ, કોઇ X વસ્તુ માટેની માંગનું વિધેય સંજ્ઞાના સ્વરૂપમાં નીચે મુજબ દર્શાવી શકાય.

$Dx = f(T, I, Px, Ps, Pc, u.........)$

અહીં, Dx = X વસ્તુની માંગ

f = વિધેયાત્મક સંબંધ

T = ગ્રાહકની અભિરુચિ પસંદગી

I = ગ્રાહકની આવક

Px = x વસ્તુની કિંમત

Ps = x વસ્તુની અવેજીમાં વપરાતી વસ્તુઓની કિંમત

Pc = x વસ્તુની પૂરક વસ્તુઓની કિંમત

u = x વસ્તુની માંગને અસર કરતાં અન્ય પરિબળો

ઉપરોક્ત વિધેયમાં વસ્તીનું પ્રમાણ, આવકની વહેંચણી, વસ્તુના પુરવઠા અંગે ગ્રાહકની અપેક્ષા તથા અન્ય તમામ બાબતોને u માં આવરી લેવામાં આવેલ છે. કારણ કે, માંગ પર તેમની વ્યક્તિગત અસર પ્રમાણમાં ઓછી હોય છે. વિજ્ઞાપન ખર્ચ ગ્રાહકની અભિરુચિ-પસંદગીને અસર કરતો હોવાથી તેનો સમાવેશ T માં કરવામાં આવેલ છે.

તમારી જાતો ચકાસો (ગ)

૧. વિધેયનો ખ્યાલ કોની-કોની વચ્ચેનો સંબંધ દર્શાવે છે ?

૨. માંગનું વિધેય એટલે શું ?

૩. વસ્તુની માંગ એ .... ચલ છે.

૪. વસ્તુની માંગને અસર કરતાં વિવિધ પરિબળો એ .... ચલ છે.

૫. કોઇ X વસ્તુ માટેની માંગના વિધેયનું બીજ ગાણિતીક સ્વરૂપ જણાવો.

૬. વસ્તુની માંગ પર વ્યક્તિગત રીતે પ્રમાણમાં ઓછી અસર કરતાં પરિબળો જણાવો.

૭. માંગના વિધેયના બીજગાણિતીક સ્વરૂપમાં વિજ્ઞાપન ખર્ચનો સમાવેશ શેમાં કરવામાં આવે છે ?

૫.૪ માંગની પરિસ્થિતિમાં ફેરફાર :

વિદ્યાર્થી મિત્રો, હવે આપણે જોઈશું કે માંગની પરિસ્થિતિમાં ફેરફાર કઇ રીતે થાય છે. માંગની પરિસ્થિતિમાં થતાં ફેરફારોને મુખ્યત્વે બે વિભાગમાં વિભાજિત કરવામાં આવે છે.

૧. **કિંમત પ્રેરિત ફેરફાર :** વસ્તુની કિંમતમાં ફેરફાર થતાં તેની માંગમાં જે ફેરફાર થાય છે તેને કિંમત પ્રેરિત ફેરફાર તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. આ કિંમત પ્રેરિત ફેરફારને માંગના વિસ્તરણ અને માંગના સંકોચન તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે.

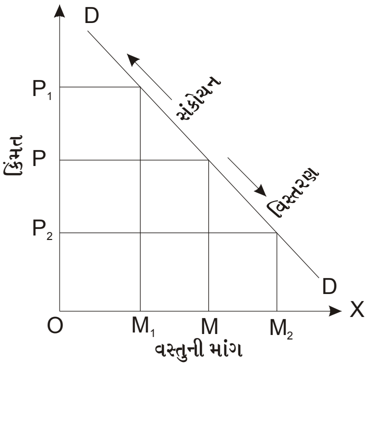
૨. **અન્ય પરિબળો પ્રેરિત ફેરફાર :** વસ્તુની કિંમત સ્થિર રહે પરંતુ અન્ય પરિબળો કે જે માંગને અસર કરે છે તેમાં ફેરફાર થવાથી માંગમાં જે ફેરફાર થાય છે તેને અન્ય પરિબળો પ્રેરિત ફેરફાર તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. અન્ય પરિબળો પ્રેરિત ફેરફારને માંગમાં વધારા અને માંગમાં ઘટાડા તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે.

૫.૪.૧ માંગનું વિસ્તરણ અને માંગનું સંકોચન :

અગાઉ આપણે જોયું કે જો અન્ય પરિબળો સ્થિર રહે અને વસ્તુની કિંમતમાં ફેરફાર થાય તો તેની માંગમાં ફેરફાર થાય છે. વસ્તુની કિંમતમાં વધારો થતાં તેની માંગમાં ઘટાડો થાય છે જેને 'માંગના સંકોચન' તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. તેનાથી વિપરીત જ્યારે વસ્તુની કિંમતમાં ઘટાડો થાય છે. ત્યારે તેની માંગમાં વૃદ્ધિ થાય છે જેને 'માંગના વિસ્તરણ' તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. આમ, અન્ય પરિબળો સ્થિર રહેતાં વસ્તુની કિંમતમાં ફેરફાર થવાથી તેની માંગમાં જે ફેરફાર થાય છે તેને માંગના વિસ્તરણ અને માંગના સંકોચન તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. ટૂંકમાં, માંગનો નિયમ એ માંગના વિસ્તરણ અને સંકોચનને જ સમજાવે છે એમ કહી શકાય.

૫.૪.૨ આકૃતિ દ્વારા સમજૂતી :

વિદ્યાર્થી મિત્રો, આપણે માંગના વિસ્તરણ અને માંગના સંકોચન અંગેની સમજૂતી મેળવી. હવે આપણે માંગના વિસ્તરણ અને માંગના સંકોચનની આકૃતિ દ્વારા રજૂઆત કઈ રીતે કરી શકાય તે જાણકારી મેળવીએ.



ઉપરોક્ત આકૃતિમાં OX ધરી પર વસ્તુની માંગ તથા OY ધરી પર વસ્તુની કિંમત દર્શાવેલી છે. DD રેખા એ વસ્તુની કિંમત તથા વસ્તુની માંગ વચ્ચેનો સંબંધ વ્યક્ત કરતી માંગ રેખા છે. આકૃતિમાં દર્શાવ્યા મુજબ જ્યારે વસ્તુની કિંમત OP હોય છે. ત્યારે વસ્તુના OM જેટલા એકમોની માંગ થાય છે. પરંતુ જ્યારે વસ્તુની કિંમત OP થી ઘટીને OP_2 જેટલી થાય છે ત્યારે વસ્તુની માંગ મૂળ માંગ OM થી વધીને OM_2 જેટલી થાય છે. આમ, કિંમતમાં PP_2 જેટલો ઘટાડો થતાં વસ્તુની માંગમાં MM_2 જેટલો વધારો થયેલો જોવા મળે છે. વસ્તુની માંગમાં થયેલો આ વધારો વસ્તુની કિંમતમાં થયેલા ઘટાડાના પરિણામે જોવા મળે છે. આથી તેને માંગના વિસ્તરણ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. તે જ રીતે જ્યારે વસ્તુની કિંમત મૂળ કિંમત OP થી વધીને OP_1 જેટલી થાય છે ત્યારે વસ્તુની માંગ મૂળ માંગ OM થી ઘટીને OM_1 જેટલી થાય છે. આમ, કિંમતમાં PP_1 જેટલો વધારો થવાના પરિણામે વસ્તુની માંગમાં MM_1 જેટલો ઘટાડો થયેલો જોવા મળે છે. માંગમાં થયેલ આ ઘટાડો વસ્તુની કિંમતમાં થયેલ વધારાના પરિણામે જોવા મળે છે. આથી તેને માંગના સંકોચન તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

આમ, માંગનું વિસ્તરણ અને માંગનું સંકોચન એક જ માંગ રેખા દ્વારા વ્યક્ત કરી શકાય છે. આકૃતિમાં દર્શાવ્યા મુજબ 'DD' માંગરેખા પર નીચેની બાજુમાં માંગનું વિસ્તરણ અને ઉપરની બાજુ જતાં માંગનું સંકોચન દર્શાવેલ છે. એટલે કે, માંગ રેખા પરની ગતિએ માંગનું વિસ્તરણ અને માંગનું સંકોચન દર્શાવે છે.

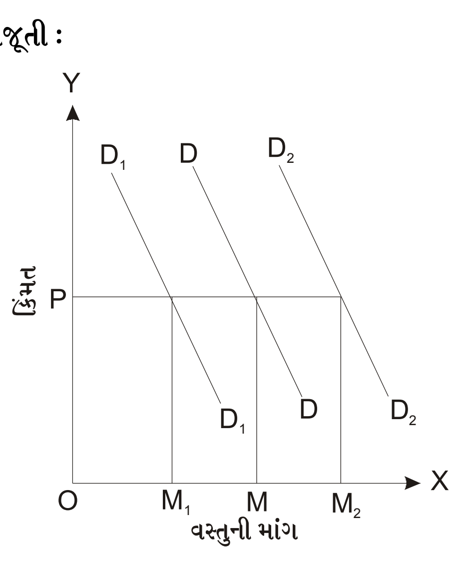
૫.૪.૩ માંગમાં વધારો અને માંગમાં ઘટાડો

મિત્રો, આપણે જોયું કે, કિંમત પ્રેરિત ફેરફારના પરિણામે માંગનું વિસ્તરણ અને માંગનું સંકોચન કઈ રીતે થાય છે. હવે આપણે અન્ય પરિબળો પ્રેરિત ફેરફારના પરિણામે માંગમાં વધારો અને માંગમાં ઘટાડો કઈ રીતે થાય છે જોઈએ.

અગાઉ આપણે જોયું કે વસ્તુની માંગ પર કિંમત સિવાયના અન્ય અનેક પરિબળો પર અસર કરતાં હોય છે. વસ્તુની કિંમત સ્થિર રહે અને અન્ય પરિબળોમાં ફેરફાર થતાં વસ્તુની માંગમાં જે ફેરફાર થાય છે તેને માંગના વધારા અને માંગના ઘટાડા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. જેમ કે, વસ્તુની કિંમત સ્થિર રહે અને ગ્રાહકની આવક વધે, કોઈ વસ્તુની નવી ફેશન શરૂ થાય, ગ્રાહકની પસંદગી બદલાય, ભવિષ્યમાં વસ્તુના ભાવ વધવાની શક્યતા હોય વગેરે પરિસ્થિતિઓમાં વસ્તુની માંગમાં જે વૃદ્ધિ થાય છે તેને માંગના વધારા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. તે જ રીતે આનાથી વિપરિત પરિસ્થિતિઓ જેમ કે, ગ્રાહકની આવકમાં ઘટાડો થાય, કોઈ વસ્તુની ફેશન જતી રહી હોય, ગ્રાહકની પસંદગી ન બદલાય, ભવિષ્યમાં વસ્તુના ભાવ ઘટવાની શક્યતા હોય વગેરેમાં વસ્તુની માંગમાં જે ઘટાડો થાય છે તેને માંગના ઘટાડા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

આમ, વસ્તુની કિંમત સિવાયના અન્ય પરિબળોમાં ફેરફાર થવાથી વસ્તુની માંગમાં વધારો અને માંગમાં ઘટાડો થયેલો જોવા મળે છે.

૫.૪.૪ આકૃતિ દ્વારા સમજૂતી :



ઉપરોક્ત આકૃતિમાં OX ધરી પર વસ્તુની માંગ તથા OY ધરી પર વસ્તુની કિંમત દર્શાવેલી છે. 'DD' એ વસ્તુની મૂળ માંગ રેખા છે કે જે OP કિંમતે વસ્તુના OM જેટલા એકમોની માંગ દર્શાવે છે. હવે, ધારો કે, કિંમતમાં કોઇ ફેરફાર થતો નથી પરંતુ, અન્ય પરિબળોમાં ફેરફાર થવાથી વસ્તુની માંગ OM થી વધીને OM_2 જેટલી થાય છે. પરિણામે મૂળ માંગ રેખા 'DD' જમણી બાજુ ઉપર તરફ ખસે છે અને નવી માંગ રેખા 'D_2D_2' અસ્તિત્ત્વમાં આવે છે. અહીં અન્ય પરિબળોમાં ફેરફાર થવાના પરિણામે વસ્તુની માંગમાં વધારો થતાં માંગ રેખાનું સ્થાન બદલાયું છે. જેને માંગના વધારા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. તે જ રીતે કિંમત સ્થિર રહે અને અન્ય પરિબળોમાં ફેરફાર થવાથી વસ્તુની માંગ જો મૂળ માંગ OM થી ઘટીને OM_1 થાય તો મૂળ માંગ રેખા 'DD' ડાબી બાજુ નીચે તરફ ખસે છે અને નવી માંગ રેખા 'D_1D_2' અસ્તિત્ત્વમાં આવે છે. આમ, આ પ્રકારે માંગ રેખાના સ્થાનમાં જે ફેરફાર થાય છે તેને માંગના ઘટાડા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

ટૂંકમાં વસ્તુની કિંમત સ્થિર રહે અને અન્ય પરિબળોના ફેરફારથી માંગ રેખાના સ્થાનમાં જે ફેરફાર થાય છે તેને માંગના વધારા અને માંગના ઘટાડા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. અહીં માંગ રેખાનું સ્થાન બદલાય છે.

તમારી જાતે ચકાસો (ઘ)

૧. માંગની પરિસ્થિતિમાં થતાં ફેરફારોને કેટલાં વિભાગમાં વહેંચવામાં આવે છે ? કયા કયા ?

....

....

....

....

....

....

૨. કિંમત પ્રેરિત ફેરફાર એટલે શું ?

....

....

....

....

....

....

૩. વસ્તુની કિંમત સ્થિર રહે અને માંગમાં ફેરફાર થાય તે .... પ્રેરિત ફેરફાર તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

....

....

....

....

....

....

૪. માંગનું વિસ્તરણ એટલે શું ?

....

....

....

....

....

....

૫. માંગનું સંકોચન એટલે શું ?

....

....

....

....

....

....

૬. માંગ રેખા પર નીચેની બાજુ જતાં માંગનું .... અને ઉપરની બાજુ જતાં માંગનું .... દર્શાવવામાં આવે છે.

....

....

....

....

....

....

૭. વસ્તુની કિંમત સ્થિર રહે અને અન્ય પરિબળોમાં ફેરફાર થતાં માંગમાં જે ફેરફાર થાય છે તેને શું કહેવામાં આવે છે ?

....

....

....

....

....

....

૮. વસ્તુની કિંમત સ્થિર રહે અને ગ્રાહકની આવકમાં ઘટાડો થાય તો તેની વસ્તુની માંગ પર શું અસર થશે ?

....

....

....

....

....

....

૯. વસ્તુની કિંમત સ્થિર રહે અને અન્ય પરિબળોમાં ફેરફાર થવાથી જો માંગમાં વધારો થાય તો તેની માંગ રેખા પર શું અસર થશે ?

....

....

....

....

....

....

૫.૫ સારાંશ

આ એકમમાં આપણે જોયું કે વસ્તુની માંગને માત્ર તેની કિંમત જ અસર કરતી નથી. પરંતુ, ગ્રાહકની આવક, અભિરુચિ, પસંદગી, ફેશન અન્ય વસ્તુઓની કિંમત, વસ્તીનું પ્રમાણ, ભાવિ અટકળો વગેરે અનેક મહત્ત્વના પરિબળો છે કે જે વસ્તુની માંગને અસર કરે છે. આ તમામ પરિબળો વસ્તુની માંગને નક્કી કરવામાં નિર્ણાયક ભૂમિકા ભજવે છે. આ પરિબળો પૈકી કેટલાંક એવા પરિબળો છે કે જેમાં ફેરફાર થતાં વસ્તુની માંગમાં મોટા પ્રમાણમાં ફેરફાર થાય છે જ્યારે કેટલાંક એવા પરિબળો છે કે જેમાં ફેરફાર થતાં વસ્તુની માંગમાં નજીવો ફેરફાર થાય છે. વસ્તુની માંગને નક્કી કરતાં આ તમામ પરિબળોના આધારે માંગનું વિધેય કઈ રીતે મેળવી શકાય તે અંગેની સમજૂતી પણ આપણે પ્રસ્તુત એકમમાં મેળવી. આ ઉપરાંત, કિંમત પ્રેરિત ફેરફારના પરિણામે માંગનું વિસ્તરણ અને માંગનું સંકોચન એક જ માંગ રેખા પર કઇ રીતે દર્શાવી શકાય છે તે અંગેની સમજૂતી પણ આપણે અહીં મેળવી. એટલું જ નહિં પણ અન્ય પરિબળો પ્રેરિત ફેરફારનાં પરિણામે માંગરેખાના સ્થાનમાં કઈ રીતે પરિવર્તન આવે છે તે પણ આપણે જોયું. ગ્રાહકની આવક, ફેશન, અભિરુચિ, પસંદગી, ભાવિ અટકળો વગેરેના પરિણામે વસ્તુની માંગમાં થતાં વધારા અને ઘટાડા અંગેની વિસ્તૃત ચર્ચા અહીં આપણે કરી.

૫.૬ ચાવીરૂપ શબ્દો

૧. **માંગ :** જ્યારે વ્યક્તિ કોઇ વસ્તુ ખરીદવાની ઇચ્છા કરે છે, એટલું જ નહિં પરંતુ તે વસ્તુની ખરીદી કરવા માટે તેની પાસે પૂરતા પ્રમાણમાં નાણાં હોય અને વસ્તુની કિંમત મુજબ નાણાં ચૂકવવાની તૈયારી પણ હોય ત્યારે તેને વ્યક્તિ દ્વારા તે વસ્તુની માંગ કરવામાં આવી છે એમ કહેવાય.

૨. **અન્ય પરિબળો :** કોઇ પણ વસ્તુની માંગ તે વસ્તુની કિંમત સિવાય બીજી કેટલીક બાબતો જેવી કે વ્યક્તિની આવક, ફેશન, અભિરુચિ, પસંદગી, વસ્તીનું પ્રમાણ, ભાવિ અટકળો વગેરે ઉપર પણ આધારિત હોય છે. આવી તમામ બાબતોને અન્ય પરિબળો તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

૩. **અવેજી વસ્તુ :** જ્યારે કોઇ એક વસ્તુના બદલામાં બીજી વસ્તુનો ઉપયોગ કરી તેમાંથી પહેલી વસ્તુમાંથી મળતાં સંતોષ જેટલો જ અને જેવા જ સંતોષ મેળવી શકાય ત્યારે તે વસ્તુને પહેલી વસ્તુની અવેજી વસ્તુ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. દાખલા તરીકે ડવ સાબુ અને સંતુર સાબુ, ચા અને કૉફી, કૉલગેટ અને દંતકાંતિ વગેરે.

૪. **પૂરક વસ્તુ :** જ્યારે કોઈ એક વસ્તુનો ઉપયોગ બીજી વસ્તુ વિના શક્ય ન બની શકે ત્યારે તેવી વસ્તુઓને એકબીજાની પૂરક વસ્તુઓ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. દા.ત. શાહી અને પેન, ટાયર અને કાર, જમણા પગનો બૂટ અને ડાબા પગનો બૂટ, પેટ્રોલ અને સ્કૂટર વગેરે.

૫. **માંગ વિધેય :** કોઇ પણ વસ્તુની માંગને વિવિધ પરિબળો અસર કરતાં હોય છે. વસ્તુની માંગ અને તેને અસર કરતાં આ વિવિધ પરિબળો વચ્ચેના બીજ ગાણિતિક સંબંધ દર્શાવતા વિધેયને માંગના વિધેય તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

૬. **માંગનું વિસ્તરણ :** જો અન્ય પરિબળો સ્થિર રહે અને વસ્તુની કિંમતમાં ઘટાડો થાય તો તેના પરિણામે વસ્તુની માંગમાં જે વૃદ્ધિ થાય તેને માંગના વિસ્તરણ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

૭. **માંગનું સંકોચન :** જો અન્ય પરિબળો સ્થિર રહે અને વસ્તુની કિંમતમાં વધારો થાય તો તેના પરિણામે વસ્તુની માંગમાં જે ઘટાડો થાય તેને માંગના સંકોચન તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

૮. **માંગમાં વધારો :** જો વસ્તુની કિંમત સ્થિર રહે અને અન્ય પરિબળોમાં ફેરફાર થતાં વસ્તુની માંગમાં જે વૃદ્ધિ થાય તેને માંગના વધારા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

૯. **માંગમાં ઘટાડો :** જો વસ્તુની કિંમત સ્થિર રહે અને અન્ય પરિબળોમાં ફેરફાર થતાં વસ્તુની માંગમાં જે ઘટાડો થાય તેને માંગના ઘટાડા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

૫.૭ સંદર્ભ પુસ્તકો :

1. Shri H. K. Trivedi, Arthshashtra na sidhdhanto (Mulya ane Vehchni), Chap.3
2. Pri. R. C. Joshi and Prof. J. P. Bhatt, Micro Economics, Chap.3
3. Dr. Rohit J. Desai, Micro Economics, Chap.2
4. Dr. Mahesh V. Joshi, Micro Economics, Chap.3
5. K. P. M. Sundharam and Dr. M. C. Vaish, Principles of Economics, Chap.1.
6. Ronald A. Wykstra, Introductory Economics, Chap.14

૫.૮ તમારી જાતે ચકાસોના જવાબ

તમારી જાતે ચકાસો (ક)

૧. (i) ગ્રાહકની અભિરુચિ-પસંદગી (v) વસ્તુની કિંમત

(ii) વસ્તીનું પ્રમાણ (vi) અવેજી તથા પૂરક વસ્તુઓની કિંમત

(iii) ગ્રાહકની આવક (iv) આવકની વહેંચણી

(vii) આવકની વહેંચણી (vii) જાહેરાત/વિજ્ઞાપન ખર્ચ

(viii) ભાવિ અટકળો વગેરે (ix) ધિરાણની સવલતો

પરિબળો વસ્તુની માંગને અસર કરે છે.

૨. વિભાગ ૫.૨.૧ જુઓ

૩. વિભાગ ૫.૨.૨ જુઓ

૪. વિભાગ ૫.૨.૩ જુઓ

૫. મોજશોખની વસ્તુ

૬. વિભાગ ૫.૨.૫ જુઓ

૭. વધશે

૮. વિભાગ ૫.૨.૭ જુઓ

૯. ઓછી / ઘટશે

૧૦. વિભાગ ૫.૨.૯ જુઓ

તમારી જાતે ચકાસો (ખ)

(1) ×	(2) ×	(3) ×	(4) ×	(5) ✓
(6) ×	(7) ✓	(8) ×	(9) ✓	(10) ✓

તમારી જાતે ચકાસો (ગ)

૧. સાપેક્ષ ચલ અને નિરપેક્ષ ચલ

૨. વિભાગ ૫.૩ જુઓ

૩. સાપેક્ષ

૪. નિરપેક્ષ

૫. વિભાગ ૫.૩ નો બીજો પેરેગ્રાફ જુઓ

૬. વિભાગ ૫.૩નો ત્રીજો પેરેગ્રાફ જુઓ

૭. T માં

તમારી જાતે ચકાસો (ઘ)

૧. બે વિભાગમાં (i) કિંમત પ્રેરિત ફેરફાર અને (ii) અન્ય પરિબળો પ્રેરિત ફેરફાર

૨. વિભાગ ૫.૪નો બીજો પેરેગ્રાફ (૧) જુઓ

૩. અન્ય પરિબળો

૪. વિભાગ ૫.૪.૧ જુઓ

૫. વિભાગ ૫.૪.૧ જુઓ

૬. વિસ્તરણ, સંકોચન

૭. માંગમાં વધારો અને માંગમાં ઘટાડો

૮. ઘટશે

૯. માંગ રેખા જમણી બાજુ ઉપર તરફ ખસશે.