मागणी सिद्धान्त

नी. वि. सोवनी

सर्वसाधारणपणें एखाद्या वस्तूची बाजारांत किंमत कमी झाली कीं, तिचा उठाव अगर तिला येणारी मागणी वाढते व किंमत जास्त झाली कीं, तिचा उठाव अगर मागणी कमी होते हा आपला नित्याचा अनुभव आहे. बाजारांतील निरनिराळ्या वस्तूंच्या किंमती आणि त्यांचा उठाव यांसंबंधीं जी आंकडेवार माहिती उपलब्ध आहे तिच्यावरूनहि हेंच प्रत्ययास येतें. कांहीं अपवाद सोडले तर किंमतींच्या व्यस्त प्रमाणांत मागणींत फरक पडतो ही गोष्ट बहुतेक वस्तूंच्या खरेदी-विक्रीच्या व्यावहारिक अनुभवावरून सिद्धच आहे. मागणी सिद्धान्ताची ही प्रत्यक्ष प्रमाणानें वा विगमन पद्धतीनें केलेली सिद्धीच होय.

अर्थशास्त्रांतील मूल्य मीमांसेंत मागणी सिद्धान्त असा कां असतो, त्याचीं कारणें कोणतीं याचा विचार होऊन निगमन पद्धतीनें मागणीचें सिद्धान्तन केलें जातें. या सिद्धान्तनाचें येथें विवरण करावयाचें आहे.

आधुनिक अर्थशास्त्रांतील मागणी सिद्धान्तनास शास्त्रीय व बांधेसूद स्वरूप गेल्या शतकाच्या अखेरी मार्शल या नामवंत अर्थशास्त्रज्ञानें दिलें. त्याचें यासंबधीचें विवेचन आपल्या या चर्चेसाठीं पायाभूत मानलें पाहिजे. अलीकडच्या काळांत मार्शल यांच्या सिद्धान्तनांतील अनेक दोष दाखविण्यांत आले व ते दुरुस्त करून हें सिद्धान्तन अधिक निर्दोष रीतीनें कसें मांडतां येईल याची खटपट केली गेली. आपण मार्शल यांच्या सिद्धान्तनाचा मागोवा घेत या नवीन सिद्धान्तनाकडे वळूं.

मागणी सिद्धान्ताचा निगमनानें उलगडा करावयाचा तर बाजारांतील पदार्थांना अगर वस्तूंना ज्यांच्याकडून मागणी येते व जे त्या विकत घेतात त्या ग्राहकांचें यांसंबंधीचें वर्तन कोणत्या प्रकारचें असतें, त्याच्यामागच्या मानसिक प्रेरणा काय असतात यांसंबंधीं विचार करणें आवश्यक आहे. तेथूनच मागणी सिद्धान्तनास सुरवात होते. बाजारांतील निरनिराळ्या वस्तूंसंबंधीं व्यक्तिगत मागणी कशी निर्माण होत असेल यासंबंधीं सर्वसाधारणपणें विचार केल्यास ती त्या त्या व्यक्तीस त्या त्या वस्तूचे होणारे उपयोग व जरूरी यांवर अवलंबून असतील हें सहजच ध्यानांत येईल. कोणतीहि वस्तु उपयोगी असल्याखेरीज विकत घेतली जाणार नाहीं अगर तिला बाजारांत कोणी विचारणार नाहीं. वस्तूंची मनुष्यमात्रांना असणारी उपयोगिता हीच त्यांना येणाऱ्या मागणीची जननी आहे. यासाठीं बाजारांतील मागणीचें हें मूळ वस्तूंच्या उपयोगितेंतच शोधलें पाहिजे.

बाजारांत ज्या वस्तूंची खरेदी-विक्री केली जाते त्या वस्तूंची उपयोगिता हा एक सर्वसामान्य गुण आहे असें मार्शल व त्यांचे समकालीन अर्थशास्त्रज्ञ यांनीं कल्पिलें. सर्वसामान्य निरीक्षण व स्वानुभव यांवरून उपयोगिता मोजतां येते व ती स्थूल मानानें वस्तूंच्या किंमतींत प्रतिबिंबित होते असें मानण्यास हरकत नाहीं असेंहि त्यांनीं गृहित धरलें. एखाद्या वस्तूच्या निरनिराळ्या एककांची (भागांची) उपयोगिता मोजतां येते म्हणून तिची बेरीज करून त्या वस्तूपासून ग्राहकाला मिळणारी एकंदर उपयोगिताहि काढतां येते, मोजतां येते, हें त्यांच्या मतें ओघानेंच प्राप्त होतें. उपयोगिता मोजतां येते (स्थूल मानानें किंमतींच्या साह्यानें) व तिची बेरीज करतां येते असे दोन गुणधर्म त्यांनीं तिच्या अंगीं कल्पिले. याशिवाय वस्तूंच्या किंमती ठरतांना विकत घेतलेल्या एखाद्या वस्तूच्या एकंदर एककांची (भागांची) ग्राहकाला मिळणारी उपयोगिता