प्रतिस्थापन प्रभाव (SUBSTITUTION EFFECT)

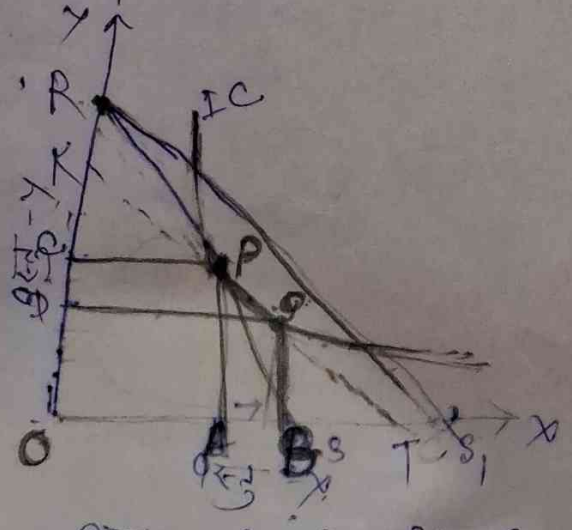
जब वस्तुओं की सापेक्षिक कीमतों में परिवर्तन होता है तब उपभोक्ता महंगी वस्तु को कम कीमत वाली वस्तु से प्रतिस्थापित करता है, इसे स्थानापन्न अथवा प्रतिस्थापन प्रभाव कहते हैं।

स्टोनियर और हेग के शब्दों में, "प्रतिस्थापन प्रभाव तब घटित होता है जबकि वस्तुओं की सापेक्षिक कीमतों में परिवर्तन इस प्रकार होता है कि उपभोक्ता न तो पहले से अच्छी स्थिति में होता है न ही बुरी, बल्कि वह अपनी खरीद को नई कीमतों के साथ व्यवस्थित करता है।

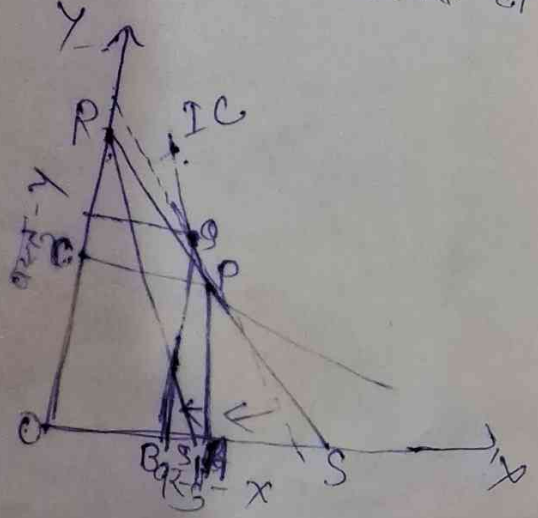
प्रतिस्थापन प्रभाव के विषय में दो प्रकार की धारणाएँ हैं।
(i) हिक्स का प्रतिस्थापन प्रभाव —
(ii) स्लटस्की का प्रतिस्थापन प्रभाव —

Note ⓐ हिक्स की धारणा में वास्तविक आय से अभिप्राय उपभोक्ता के संतुष्टि-स्तर से है जबकि स्लटस्की की धारणा में वास्तविक आय का अर्थ उपभोक्ता की क्रय शक्ति है।

① हिक्स का प्रतिस्थापन प्रभाव — इसके अनुसार किसी वस्तु के कीमत में परिवर्तन होने पर उपभोक्ता के पास मुद्रा-आय में इतना परिवर्तन किया जाता है जिससे कि वह उस अनाधिमान वक्र पर ही रहे जिस पर कि वह कीमत में परिवर्तन से पहले था। अर्थात हिक्स के दृष्टिकोण के अनुसार प्रतिस्थापन प्रभाव में उपभोक्ता एक ही तटस्थता वक्र पर एक संयोग बिन्दु से दूसरे संयोग बिन्दु पर स्थानान्तरित हो जाता है।



वस्तु-X की कीमत में कमी
चित्र- A



वस्तु-X की कीमत में वृद्धि
चित्र-B

चित्र - A में X वस्तु की कीमत कम होने पर कीमत रेखा RS से RS, हो जाती है। X वस्तु की कीमत कम होने पर मौद्रिक आय स्थिर रहते हुए भी उपभोक्ता की वास्तविक आय में वृद्धि हो जाती है। उपभोक्ता की वास्तविक आय को स्थिर रखने के लिए उपभोक्ता की मौद्रिक आय को इस प्रकार कम किया जाता है कि उपभोक्ता की संतुष्टि स्तर में कोई परिवर्तन नहीं हो। वास्तविक आय को स्थिर रखने के लिए नई कीमत रेखा RS, को मूल बिन्दु की ओर इस प्रकार खिसकाया जाता है की कीमत रेखा KT पहले उदासीनता वक्र IC को बिन्दु Q पर स्पर्श कर ले। अब उपभोक्ता बिन्दु P एवं Q पर एक ही IC पर स्थित है अर्थात ये दोनों बिन्दु एक समान सन्तुष्टि एवं वास्तविक आय स्तर की सूचना देता है। उपभोक्ता कीमतों में सापेक्षिक परिवर्तन के बाद उपभोक्ता की वास्तविक आय को पूर्ववत् रखने के लिए उपभोक्ता की मौद्रिक आय को Y वस्तु के शब्दों में RK के बराबर घटाना पड़ेगा तब ही उपभोक्ता अपने पूर्व उदासीनता वक्र IC पर रह सकेगा, किन्तु नई सन्तुलन बिन्दु Q पर उपभोक्ता X वस्तु की OB तथा Y वस्तु की OD इकाइयां खरीद रहा है। X वस्तु की कीमत कम होने के कारण उपभोक्ता का उपभोग X वस्तु के संदर्भ में OA से OB हो जाता है। अर्थात उपभोग AB बढ़ जाता है तथा Y वस्तु के सन्दर्भ में उपभोग OC से घटकर OD रह जाता है अर्थात उपभोग CD घट जाता है। X वस्तु का उपभोग बढ़ना तथा Y वस्तु का उपभोग घटना ही प्रतिस्थापन प्रभाव है।