

# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 01

කෙටි කාලීන හා දිගු කාලීන  
නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

# නිෂ්පාදන ආයතන (ව්‍යාපාරික ආයතන)

ආර්ථිකයක් තුළ මිනිස් අවශ්‍යතා ඉටුකර ගැනීම සඳහා අවශ්‍ය භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කොට වෙළෙඳපොළට සපයනු ලබන්නේ විවිධ නිෂ්පාදන පිරිස් විසිනි.

- මෙම නිෂ්පාදන කාර්යයේ දී ඵලදායී ආර්ථික සම්පත් එකිනෙකට මුසු කිරීමක් සිදු වේ.

- ඵලස නිෂ්පාදන සම්පත් අවශ්‍ය පරිදි මුසු කරමින් නිෂ්පාදනය සංවිධානය කරන ඒකකයක් නිෂ්පාදන ආයතන (ව්‍යාපාරික ආයතන) නමින් හැඳින්වේ.

නිෂ්පාදන ආයතනවල මූලික අරමුණ වන්නේ ලාභ උපරිම කිරීමයි.

එසේ වුවද ඒ ඒ නිෂ්පාදන ආයතන අතර අපේක්ෂිත ලාභයෙහි විවිධ වෙනස්කම් පවතී.

වෙළෙඳපොළ ආර්ථිකයක් තුළ කටයුතු කරන නිෂ්පාදන ආයතන විවිධ ස්වරූපයන් ගෙන් යුක්තය

- තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර (කේවල ස්වාමි ව්‍යාපාර)
- හවුල් ව්‍යාපාර
- සංස්ථාපිත සමාගම්
- සමුපකාර ව්‍යාපාර
- රාජ්‍ය ව්‍යවසාය (රාජ්‍ය සංස්ථා, රාජ්‍ය දෙපාර්තමේන්තු , රාජ්‍ය සමාගම් ආදී)

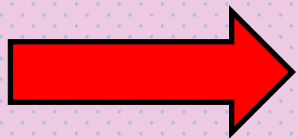
# නිෂ්පාදනය

නිෂ්පාදන සම්පත් භාණ්ඩ හා සේවා බවට පරිවර්තනය කිරීමේ ක්‍රියාවලිය නිෂ්පාදනය ලෙස හැඳින්වේ.

## නිෂ්පාදනය ක්‍රියාවලිය

යෙදවුම් (නිෂ්පාදන සම්පත් ) නිමවුම් (භාණ්ඩ හා සේවා) බවට පරිවර්තනය කිරීමේ ක්‍රියාවලිය නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය ලෙස හැඳින්වේ.

මෙහි දී යෙදවුම් කිසියම් තාක්ෂණික ක්‍රමවේදයක් ඔස්සේ නිමවුම් බවට පත් වේ.



# ශ්‍රීතයක්

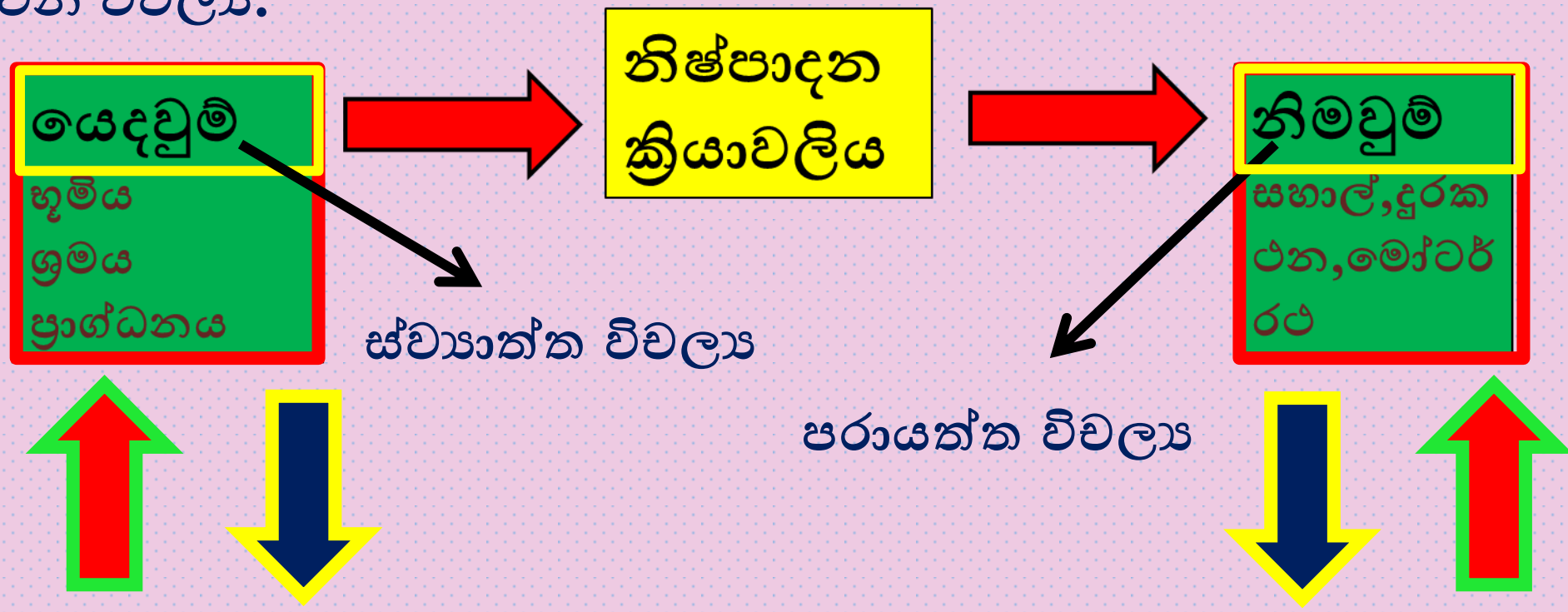
ප්‍රධාන විචල්‍ය 2 ක් ශ්‍රීතයක් තුළ දක්නට ලැබේ.

ස්වායත්ත විචල්‍ය

පරායත්ත විචල්‍ය

ස්වායත්ත විචල්‍ය යනු බාහිර සාධකයක බලපෑමකින් තොරව ස්වාධීනව වෙනස් වන විචල්‍ය.

පරායත්ත විචල්‍ය යනු ස්වායත්ත විචල්‍ය වෙනස් වීම නිසා වෙනස් වන විචල්‍ය.



# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 02

කෙටි කාලීන හා දිගු කාලීන  
නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

# නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය

යෙදවුමක් හෝ යෙදවුම් සංයෝගයක් හෝ මගින් ලබාගත හැකි උපරිම නිමැවුම නොඑසේ නම් කිසියම් නිමැවුමක් බිහි කිරීම සඳහා අවම වශයෙන් අවශ්‍ය කරන යෙදවුම් ප්‍රමාණය නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය මගින් පිළිබිඹු වේ.

යෙදවුම් හා නිමැවුම් අතර පවත්නා නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය නම් වේ.

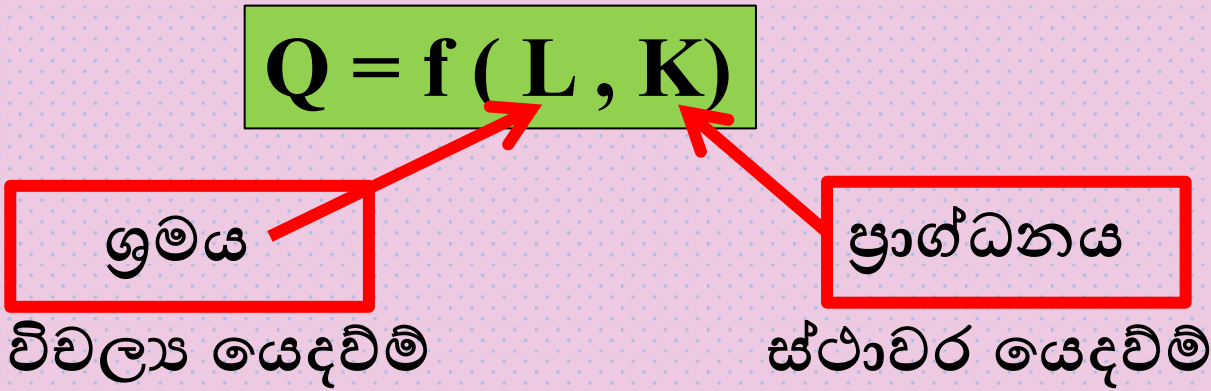
තාක්ෂණික සම්බන්ධතාව

$$Q = f(L, K)$$

Q = නිමැවුම f = ශ්‍රිතයක් වේ L = ශ්‍රමය K = ප්‍රාග්ධනය

ඉහත ශ්‍රිතයෙන් පෙන්වුම් කෙරෙන්නේ කිසියම් භාණ්ඩයක නිමැවුම, ශ්‍රමය සහ ප්‍රාග්ධනය යන යෙදවුම් මත රඳා පවත්නා බවය.

- නිෂ්පාදකයාට යෙදවුම් අඩු වැඩි කිරීම මගින් නිමැවුම අඩු වැඩි කළ හැකි ය.
- මෙහි දී ඇතැම් යෙදවුම් ඉක්මනින් වෙනස් කළ හැකි අතර ඇතැම් යෙදවුම් එසේ ඉක්මනින් වෙනස් කළ නොහැකි ය.
- නිමැවුම අඩු වැඩි කිරීමේ හැකියාව රඳා පවත්නේ කොතරම් ඉක්මනින් යෙදවුම් වෙනස් කිරීමට නිෂ්පාදකයාට හැකියාවක් තිබේ ද යන්න මත ය.



මෙලෙසින් යෙදවුම වෙනස් කිරීමට ගත වන කාලය මත නිෂ්පාදනය හා සම්බන්ධ ප්‍රධාන කාල ස්වරූප දෙකක් හඳුනාගත හැකි ය. එනම්

- 1) කෙටි කාලය
- 2) දිගු කාලය



$$Q = f(L, K)$$

ශ්‍රමය

ප්‍රාග්ධනය

විචල්‍ය යෙදවුම්

ස්ථාවර යෙදවුම්

## කෙටි කාලය

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය සඳහා යොදා ගැනෙන ඇතැම් යෙදවුම් (අවම වශයෙන් එක් සාධකයක් වත්) වෙනස් කළ නොහැකි කාල පරිච්ඡේදය කෙටි කාලය නම් වේ.

මේ නිසා ම කෙටි කාලයේ ස්ථාවර යෙදවුම් හා විචල්‍ය යෙදවුම් ලෙසින් සාධක දෙවර්ගයක් දැකිය හැකි ය.

# කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය

කර්මාන්ත ශාලාවේ තාක්ෂණය හා ධාරිතාව නොවෙනස් ව තිබිය දී විචල්‍ය යෙදවුම් වෙනස් කරන විට යෙදවුම් හා නිමැවුම් අතර පවත්නා තාක්ෂණික සම්බන්ධතාව කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය නමින් හැඳින්වේ එනම්,

$$Q = f(L, K)$$

ශ්‍රමය

ප්‍රාග්ධනය

විචල්‍ය යෙදවුම්

ස්ථාවර යෙදවුම්

කෙටි කාලයේ දී වෙනස් කළ හැක්කේ විචල්‍ය සාධක පමණක් වන හෙයින් තව දුරටත් මෙම ශ්‍රිතය පහත ලෙස දැක්විය හැකි ය.

$$Q = f(L_1, L_2, L_3, \dots, L_n, K)$$

හෝ

$$Q = f(V_1, V_2, V_3, \dots, V_n, K)$$

## දිගු කාලය

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට අදාළ සියලු ම යෙදවුම් වෙනස් කිරීමට ප්‍රමාණවත් කාලය දිගු කාලය යි.

මේ නිසා ම නිෂ්පාදන ආයතනයක දිගු කාලයේ දී පවතින සියලු ම යෙදවුම් විචල්‍ය යෙදවුම් වේ.

## දිගු කාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට අදාළ සියලු යෙදවුම් වෙනස් කරන විට යෙදවුම් හා නිමැවුම් අතර පවතින සම්බන්ධතාව පහත පරිදි දිගු කාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතයෙන් පෙන්විය හැකි ය.

$$Q = f ( L_1, L_2, L_3, \dots, L_n, K_1, K_2, K_3, \dots, , K_n)$$

# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 03

කෙටි කාලීන හා දිගු කාලීන  
නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය ප්‍රධාන අදියර දෙකකට වෙන් කළ හැකි ය.

1. කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

2. දිගු කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

## 1. කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

කෙටි කාලයේ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ දී සිටින නිෂ්පාදන ආයතන විසින් විචල්‍ය යෙදවුම් හා ස්ථාවර යෙදවුම් යන දෙවර්ගය ම භාවිත කෙරේ.

කෙටි කාලයේ දී නිෂ්පාදන ආයතන, ස්ථාවර සාධක නොවෙනස් ව තබා ගනිමින් විචල්‍ය යෙදවුම් පමණක් වැඩි කරමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදේ.

ස්ථාවර සාධක නොවෙනස් ව තබාගෙන විචල්‍ය යෙදවුම් පමණක් වැඩි කරමින් නිෂ්පාදනය වැඩි කිරීමේ දී නිමැවුම කිසියම් රටාවක් අනුව හැසිරේ.

හීනවන ආන්තික ඵලදා නීතිය මගින් පැහැදිලි කෙරෙන්නේ කෙටි කාලයේ නිමැවුමෙහි එම හැසිරීම් රටාවයි.

කෙටි කාලයේ දී ස්ථාවර යෙදවුම් සමඟ විචල්‍ය යෙදවුම් පමණක් වැඩි කිරීමේ දී නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හා සම්බන්ධ ව හඳුනාගත හැකි නිෂ්පාදනයේ ස්වරූප තුනකි.

1. මුළු නිෂ්පාදිතය (TP)
2. සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය (AP)
3. ආන්තික නිෂ්පාදිතය (MP)

## මුළු නිෂ්පාදිතය (TP)

ස්ථාවර යෙදවුම් සමඟ විචල්‍ය යෙදවුම් මිශ්‍ර කරමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදෙන විට ලැබෙන නිෂ්පාදන ප්‍රතිඵලය මුළු නිෂ්පාදිතය යි.

නිදසුන් :- අක්කරයක කුඹුරු ඉඩමකින් ශ්‍රමිකයෝ 100 දෙනෙක් දිනකට වී බුසල් 1500ක් ලබා ගන්නේ නම් ඒ මුළු නිෂ්පාදිතය යි.

# සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය

විචලය යෙදවුම් ඒකකයකට සාමාන්‍ය වශයෙන් ලැබෙන නිමැවුම් ඒකක ප්‍රමාණය සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය යි.

මුළු නිෂ්පාදිතය විචලය යෙදවුම්වලින් බෙදීමෙන් සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය ලබාගත හැකි ය.

$$\text{සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය} = \frac{\text{මුළු නිෂ්පාදිතය}}{\text{විචලය යෙදවුම්}} \quad AP = \frac{TP}{V}$$

# ආන්තික නිෂ්පාදිතය

විචලය යෙදවුම් එක් ඒකකයකින් වෙනස් කරනු ලැබුව හොත් මුළු නිෂ්පාදිතයේ හට ගන්නා වෙනස් වීම ආන්තික නිෂ්පාදිතය යි.

මුළු නිෂ්පාදිතයේ වෙනස විචලය යෙදවුම්වල වෙනසින් බෙදීමෙන් ආන්තික නිෂ්පාදිතය ලබා ගත හැකි ය.

$$\text{ආන්තික නිෂ්පාදිතය} = \frac{\text{මුළු නිෂ්පාදිතයේ වෙනස}}{\text{විචලය යෙදවුමමේ වෙනස}} \quad MP = \frac{\Delta TP}{\Delta V}$$

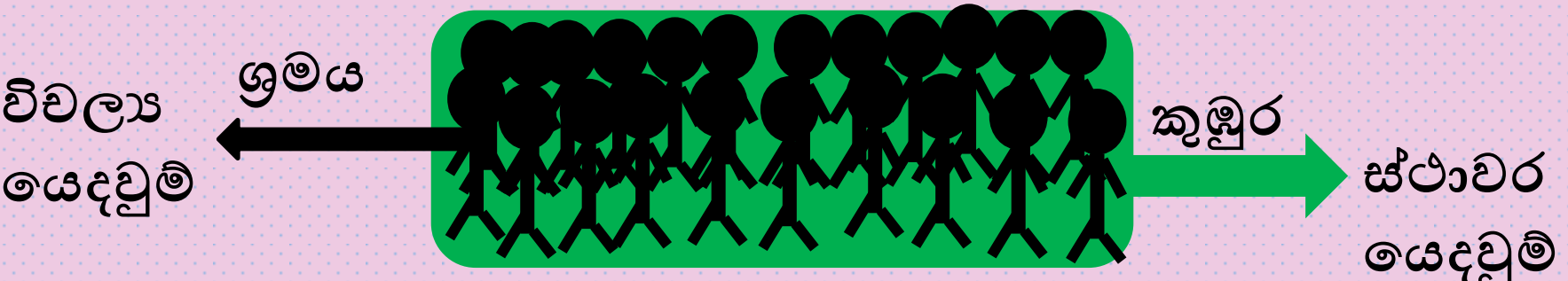
# හීනවන ආන්තික ඵලදා නීතිය

නිෂ්පාදන ආයතනයක් කෙටි කාලයේ දී ස්ථාවර යෙදවුම් සමඟ මිශ්‍ර කරමින් විචල්‍ය යෙදවුම් පමණක් වැඩි කරන විට, විචල්‍ය යෙදවුමේ ආන්තික ඵලදාව හා සාමාන්‍ය ඵලදාව එක්කරා අවස්ථාවකට පසු ව පහළ යෑම හීනවන ආන්තික ඵලදා නීතිය නමින් හැඳින්වේ.

කෙටි කාලීන නිමැවුම හා සම්බන්ධ මෙම හීන වන ආන්තික ඵලදා නීතිය පදනම් වන්නේ පහත උපකල්පන මතය

1. සියලු විචල්‍ය යෙදවුම් ඒකක සමජාතිය වීම
2. අදාළ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළ තාක්ෂණය නොවෙනස් ව පැවැතීම

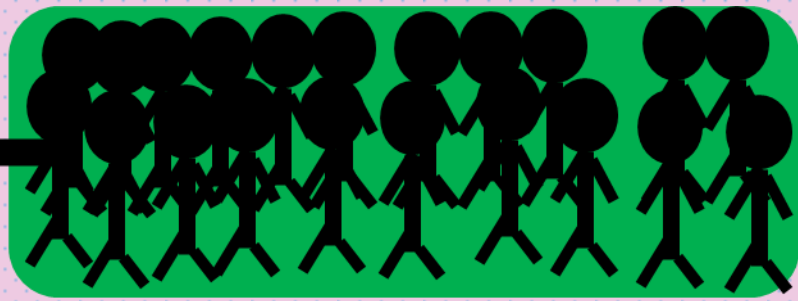
හීන වන ආන්තික ඵලදා නීතිය පහත නිදසුන ඇසුරින් විමසා බැලිය හැකි ය.





විචල්‍ය  
යෙදවුම්

ශ්‍රමය



කුඹුර

ස්ථාවර  
යෙදවුම්

- මෙහි දී විචල්‍ය සාධක ප්‍රමාණය වැඩි කිරීමත් සමඟ ස්ථාවර සාධක ප්‍රමාණය විචල්‍ය සාධක ප්‍රමාණය අතර බෙදී යන හෙයින් විචල්‍ය සාධක ඒකකයකට ලැබෙන ස්ථාවර සාධක ප්‍රමාණය ක්‍රමයෙන් අඩු වේ.
- ඉඩමෙහි වී වගා කිරීමට අඩුවෙන් ශ්‍රමය යොදන විට ශ්‍රමය වැඩි කරන ප්‍රතිශතයට වඩා වැඩි ප්‍රතිශතයකින් නිමැවුම වැඩි කර ගැනීමට හැකියාව ලැබේ.
- එහෙත් අක්කරයකට යොදවන ශ්‍රම ප්‍රමාණය සීමාව ඉක්මවා යන පරිදි වැඩි කරන විට ලැබෙන වී අස්වනු ප්‍රමාණය ශ්‍රමය වැඩි කරන ප්‍රතිශතය මෙන් වැඩි නොවේ.
- අනෙක් අතට එක් එක් ශ්‍රමිකයෙකු බැගින් වැඩි කිරීමෙන් මුළු නිමැවුමට අලුතෙන් එකතු වන ප්‍රමාණයත් ක්‍රමයෙන් අඩු වී එය ශූන්‍ය මට්ටමක් කරා ළඟා වීමට ද පුළුවන.

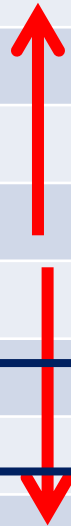
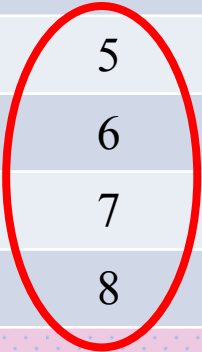
# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 04

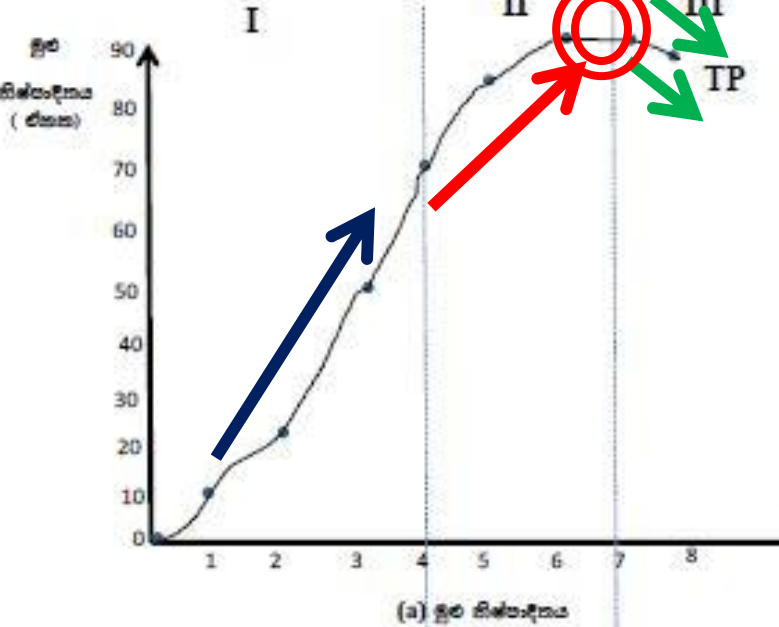
කෙටි කාලීන හා දිගු කාලීන  
නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

හීන වන ආන්තික ඵලදා නීතියෙන් හෙළි වන මෙම තොරතුරු තව දුරටත් පහත ආකාරයට වගු සටහනක් මගින් ද දැක්විය හැකිය.

ස්ථාවර සාධකය (අක්කර )	විචලය සාධකය (ශ්‍රමය)	මුළු නිෂ්පාදිතය (ඒකක TP)	සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය (ඒකක AP) $AP = \frac{TP}{V}$	ආන්තික නිෂ්පාදිතය (ඒකක MP) $MP = \frac{\Delta TP}{\Delta V}$
1	0	0	0	6
1	1	6	6	14
1	2	20	10	28
1	3	48	16	24
1	4	72	18	8
1	5	80	16	4
1	6	84	14	0
1	7	84	12	-4
1	8	80	10	



**මෙම තොරතුරු තව දුරටත් පහත ආකාරයට ප්‍රස්තාර සටහන් මගින් ද දැක්විය හැකි ය.**

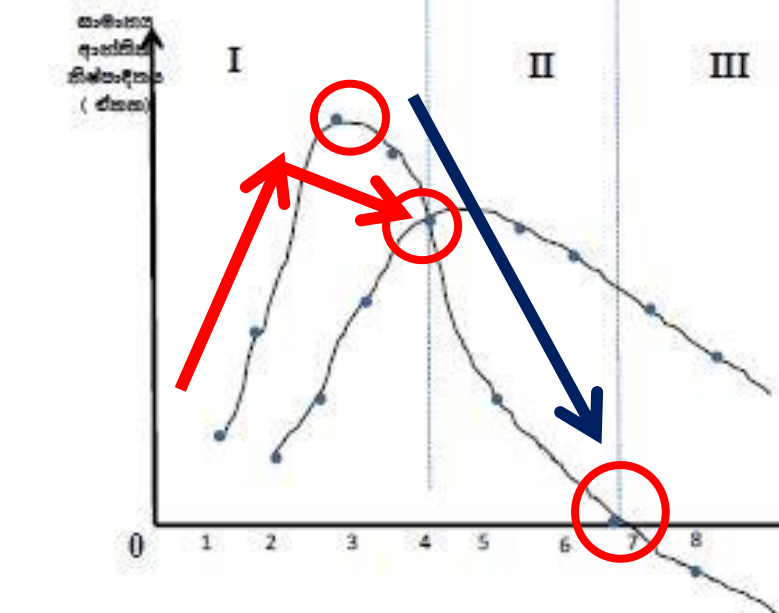


මුළු නිෂ්පාදනය මුල දී වේගයෙන් ඉහළ ගොස් පසු ව ක්‍රමයෙන් වර්ධන වේගය පසු බැසීමේ ප්‍රවණතාවකට මුහුණ දේ.

විචල්‍ය යෙදවුම් තව දුරටත් වැඩි කරනු ලැබුවහොත් එක්තරා අවස්ථාවක දී මුළු නිෂ්පාදනය උපරිම වී පසු ව පහත වැටීමට ද ඉඩ ඇත.

නිෂ්පාදනයේ හැසිරීම් අවධි තුනකි. එනම්, මුළු නිෂ්පාදනය (I), මුල දී වැඩි වන වේගයෙන් ඉහළ ගොස් (II), පසු ව අඩු වන වේගයෙන් ඉහළ ගොස් (III), නැවත නිමැවුම පහළ බසී.

මුළු නිෂ්පාදනය වේගයෙන් ඉහළ නඟින විට ආන්තික නිෂ්පාදනය උපරිම වන අතර, මුළු නිමැවුම් වේගය අඩු වීමේ දී ආන්තික නිෂ්පාදන වක්‍රය සාමාන්‍ය නිෂ්පාදන වක්‍රයේ උපරිම ලක්ෂ්‍යය ජේදනය කරමින් වේගයෙන් පහතට ගමන් කරයි. එහි දී සමාන්‍ය ඵලදාව උපරිම වේ. මුළු ඵලදාව උපරිම වන විට ආන්තික ඵලදාව ශුන්‍ය වේ.



විචල්‍ය යෙදවුම් වැඩි කරන විට ස්ථාවර යෙදවුම් ද වැඩි කිරීමට හැකියාවක් ඇත්නම් ආන්තික ඵලදාව හීන වීම වළක්වා ගත හැකි ය. එහෙත් කෙටි කාලයේ ස්ථාවර යෙදවුම් වැඩි කළ නොහැකි ය.

# දිගු කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

දිගු කාලයේදී සියලු ම යෙදවුම් වෙනස් කරමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදීමට නිෂ්පාදන ආයතනයට හැකිය.

## පරිමාණානුකූල ඵල නීතිය

සියලු ම යෙදවුම් විචල්‍ය යෙදවුම් වන විට නිමැවුම හැසිරෙන ආකාරය පරිමාණානුකූල ඵල නීතිය යන්නෙන් අදහස් වේ.

දිගු කාලයේ දී තම නිෂ්පාදන ආයතනයේ සමස්ත පරිමාව වෙනස් කිරීමට නිෂ්පාදන ආයතනයට හැකිය.

දිගු කාලයේ දී සියලු ම යෙදවුම් විචල්‍ය යෙදවුම් වන විට නිමැවුමේ හැසිරීම පිළිබඳ රටා තුනක් දැකිය හැකි ය.

## පරිමාණානුකූල ඵල

පරිමාණානුකූල ඵල යනු ආයතනයක ධාරිතාව පුළුල් කිරීමත් සමඟ නිෂ්පාදන සාධකවල කාර්යක්ෂමතාව ඉහළ යෑමෙන් අත්පත් කර ගනු ලබන මූර්ත ප්‍රතිලාභ වේ.

# 1. වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල

සියලු ම යෙදවුම් වෙනස් කරන ප්‍රතිශතයට වඩා විශාල ප්‍රතිශතයකින් නිමැවුම වර්ධනය වීම වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල යන්නෙන් අදහස් වේ.

නිදසුන් :- යෙදවුම් 20 %කින් වැඩි කරන විට නිමැවුම 30%කින් වර්ධනය වීම.

වැඩි වන පරිමාණානුකූල ඵල හට ගැනීම කෙරෙහි බලපාන සාධක කිහිපයකි.

1. නිෂ්පාදන සාධකවල අභ්‍යන්තරය හෙවත් නොබෙදිය හැකි යෙදවුම් තිබීම.
2. ශ්‍රම විභජනය මගින් විශේෂ ප්‍රාගුණය කිරීමේ හැකියාව.
3. යන්ත්‍ර භාවිතා කිරීමේ හැකියාව.
4. එක් වරක දී පමණක් දූරිය යුතු වියදම් තිබීම.

## 2. අඩු වන පරිමාණානුකූල ඵල

යෙදවුම් වැඩි කරන ප්‍රතිශතයට වඩා අඩු ප්‍රතිශතයකින් නිමැවුම වැඩි වීම අඩු වන පරිමාණානුකූල ඵලයි.

නිදසුන් :- යෙදවුම් 20%කින් වැඩි කරන විට නිමැවුම් 15%කින් වර්ධනය වීම

අඩු වන පරිමාණානුකූල හට ගැනීම කෙරෙහි පහත සඳහන් සාධක බලපායි.

1. සම්පත් හීන වීම (සම්පත් ක්ෂය වීම)
2. ආතතිය
3. කළමනාකරණය හා සම්බන්ධීකරණය පිළිබඳ ගැටලු ඇති වීම.

## 3. ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල

යෙදවුම් වෙනස් කරන ප්‍රතිශතයට සමාන ප්‍රතිශතයකින් නිමැවුම වර්ධනය වීම ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵලයි.

නිදසුන් :- යෙදවුම් 20%කින් වැඩි කරන විට නිමැවුම් 20 %කින් වර්ධනය වීම.

# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 05

### නිෂ්පාදන පිරිවැය |



# නිෂ්පාදන පිරිවැය

නිෂ්පාදන පිරිවැය නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළින් හට ගන්නා සංසිද්ධියක් වන අතර එය මූල්‍යමය ප්‍රපංචයක් වේ.

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ දී කැප කරනු ලබන සියලු ම නිෂ්පාදන සාධකවල මූල්‍යමය වටිනාකම නිෂ්පාදන පිරිවැය මගින් ප්‍රකාශ කරනු ලබන අතර එම වටිනාකම මගින් නිෂ්පාදනයේ සැබෑ ආවස්ථික පිරිවැය පිළිබිඹු කළ යුතු යි.

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියක ආවස්ථික පිරිවැය වන්නේ කිසියම් භාවිතයක් සඳහා සම්පත් යොදා ගත් විට එම සම්පත් භාවිත කොට නිපදවීමට හැකියාව තිබූ ඊළඟ හොඳ ම විකල්පයේ වටිනාකම යි.

මේ නිසා ආර්ථික විද්‍යාව තුළ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ දී කැප කරනු ලබන සියලු ආර්ථික සම්පත්වල ආවස්ථික පිරිවැය නිෂ්පාදන පිරිවැය ලෙසින් වඩාත් පරිපූර්ණ අර්ථයකින් නිර්වචනය කෙරේ.

# ආවස්ථික පිරිවැයට අයත් පිරිවැය වර්ග දෙකකි.

01. සෘජු පිරිවැය

02. වක්‍ර (ආරෝපිත) පිරිවැය

$$\text{ආවස්ථික පිරිවැය} = \text{සෘජු පිරිවැය} + \text{වක්‍ර පිරිවැය}$$

## සෘජු පිරිවැය

සෘජු පිරිවැය යනු නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය සඳහා ආයතනය විසින් පිටතින් මිල දී ගත් යෙදවුම් සඳහා වැය වන මුදල් ප්‍රමාණය යි.

නිදසුන් -

- අමුද්‍රව්‍ය මිල දී ගැනීම සඳහා වැය කළ මුදල් ප්‍රමාණය
- ශ්‍රමිකයන්ට වැටුප් ගෙවීම සඳහා වැය කළ මුදල් ප්‍රමාණය
- ඉන්ධන, විදුලිය ආදිය සඳහා වැය කළ මුදල් ප්‍රමාණය

# වක්‍ර පිරිවැය

වක්‍ර පිරිවැය යනු නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට උපයෝගී කරගනු ලබන ආයතනය සතු නිෂ්පාදන සම්පත්වල ආවස්ථික පිරිවැය යි.

වක්‍ර පිරිවැයෙහි සංරචක පහත දැක්වේ

- අහිමි වූ වැටුප් ආදායම
- නිෂ්පාදකයාට අහිමි වූ පොළී ආදායම
- ආර්ථික කෂය වීම්
- ප්‍රාමාණික ලාභ

## අහිමි වූ වැටුප් ආදායම

ව්‍යවසායකයකු දැනට කිසියම් ව්‍යාපාරික කටයුත්තක නිරත ව සිටින්නේ ඒ වෙනුවෙන් තම ශ්‍රමය කැප කිරීමෙනි. ඔහු තම ශ්‍රමය වෙනත් ව්‍යාපාරික කටයුත්තක යෙදවේ නම් ඔහුට වැටුපක් උපයා ගත හැකි ව තිබේ. ඒ ඔහුගේ අහිමි වැටුප් ආදායම යි.

නිදසුන් වශයෙන් ව්‍යවසායකයෙකු දැනට වතුර බෝතල් නිෂ්පාදන කර්මාන්තයක් ආරම්භ කොට ඇතැයි සිතමු. මෙහි දී ඔහුට එම ව්‍යාපාරයේ නිරත නොවී වෙනත් කිසියම් ආයතනයක නිෂ්පාදන කටයුත්තක නිරත ව මසකට රුපියල් 60000ක් ලබා ගත හැකි ව තිබිණි නම් එය ඔහුගේ අහිමි වැටුප් ආදායම යි.

## නිෂ්පාදකයාට අහිමි වූ පොළී ආදායම

නිෂ්පාදකයාට අහිමි වූ පොළී ආදායම යනු තමන් සතු ප්‍රාග්ධන භාවිතයෙහි ආවස්ථික පිරිවැයයි.

නිදසුන් වශයෙන් කිසියම් ව්‍යවසායකයකු ව්‍යාපාරයක් කරගෙන යෑම සඳහා ලක්ෂ 50ක අරමුදල් ආයෝජනය කර ඇතැයි සිතමු. එම අරමුදල් ප්‍රමාණය තම ව්‍යාපාරයේ ආයෝජනය නොකර පිළිණපත්වල ආයෝජනය කළේ නම් ඔහුට පොළී ආදායමක් ලබාගත හැකිව තිබුණි. නොඑසේ නම් බැංකුවක තැන්පත් කළේ නම් පොළී ආදායමක් ද ලබා ගත හැකිව තිබුණි. එහෙත් තම ව්‍යාපාරය වෙනුවෙන් ආයෝජනය කිරීම මගින් ව්‍යවසායකයාට මෙම පොළී ආදායම අහිමි වන නිසා එය ආවස්ථික පිරිවැයකි.

## ආර්ථික ක්ෂය වීම්

ආර්ථික ක්ෂය වීම් යනු යම් දෙන ලද කාලයක් තුළ ප්‍රාග්ධන වත්කම්වල වෙළෙඳපොළ වටිනාකමේ සිදු වන පහළ බැසීම යි.

නිදසුන් වශයෙන් කිසියම් ව්‍යාපාරයක භාවිත කරන ලද ප්‍රාග්ධන වත්කම්වල වසර ආරම්භයේවටිනාකම රුපියල් 50000ක් නම් සහ වසර අවසානයේ එම ප්‍රාග්ධන වත්කමිහි වටිනාකම රුපියල් 40000ක් නම් ආර්ථික ක්ෂයවීම්හි වටිනාකම රුපියල් 10,000කි. මෙම රුපියල් 10,000 වක්‍ර පිරිවැයකි.

# ප්‍රාමාණික ලාභ

ආයතනයේ හිමිකරුවා බොහෝ විට නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියක නිරත වෙමින් නිෂ්පාදන කාර්යයට අවශ්‍ය ව්‍යවසායකත්වය (නිෂ්පාදන සම්පත් සංවල කරමින් නිෂ්පාදන කටයුතු සංවිධානය කිරීම, අවදානම් දැරීම, ව්‍යාපාරික තීරණ ගැනීම, නව්‍යතා හඳුන්වාදීම වැනි) සපයයි.

ඒ වෙනුවෙන් ව්‍යවසායකයාට ලැබෙන ප්‍රතිලාභය ලාභය යි.

එබඳු නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියක නිරත වෙමින් උපයා ගැනීමට ව්‍යවසායකයෙකු අපේක්ෂා කරන අවම හෝ සාමාන්‍ය හෝ ලාභ ප්‍රමාණය ප්‍රාමාණික ලාභ නම් වේ.

එම අවම ගෙවීම වත් ඔහුට උපයා ගත නොහැකි වේ නම් ඔහු තමා නිරතවන ව්‍යාපාරයෙන් ඉවත් වේ. එබැවින් ව්‍යවසායකත්වයට කරන ගෙවීමක් නිසා මෙම ප්‍රාමාණික ලාභ ද වක්‍ර පිරිවැයකි. මේ මගින් ව්‍යවසායකයාගේ ආවස්ථික පිරිවැය නිරූපණය කරයි.

නිදසුන් වශයෙන් ව්‍යවසායකයකු දැනට A නමැති නිෂ්පාදන කර්මාන්තයේ නිරත ව සිටින අතර ඔහු කැප කරන ලද B නැමැති කර්මාන්තයෙහි යෙදීමෙන් වාර්ෂික ව රුපියල් 40000ක අවම හෝ සාමාන්‍ය ලාභ ප්‍රමාණයක් (අවම ගෙවීම) උපයාගත හැකි ව තිබිණි නම් එම රුපියල් 40000ක ලාභ ප්‍රමාණය දැනට නිරත ව සිටින A නැමැති නිෂ්පාදන කර්මාන්තයෙන් නොලැබේ නම් ඔහු තමා නිරත ව සිටින A නැමැති නිෂ්පාදන කර්මාන්තයෙන් ඉවත් වේ.

# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 06

### නිෂ්පාදන පිරිවැය II



# ගිණුම්කරණ පිරිවැය

ගණකාධිකාරීවරයකු නිෂ්පාදන පිරිවැයට ඇතුළත් කරනුයේ සෘජු පිරිවැය (මූල්‍ය පිරිවැය) පමණි.

ඒ අනුව,

ගිණුම්කරණ පිරිවැය = සෘජු පිරිවැය වේ

ගණකාධිකරණ ලාභ ගණනය කරනුයේ මුළු අයභාරයෙන් සෘජු පිරිවැය අඩු කිරීමෙනි.

ගණකාධිකරණ ලාභ = මුළු අයභාරය - සෘජු පිරිවැය

නිදසුන්

වගයෙන් ආයතනයක නිමැවුම ඒකක 1000 කි. ඒකකයක මිල රුපියල් 10 ක් වේ. අමු ද්‍රව්‍ය මිලට ගැනීම සඳහා රු. 3000 ක් ද, ශ්‍රමිකයන්ට වැටුප් ගෙවීමට රුපියල් 2000 ක් ද, ඉන්ධන හා විදුලිය සඳහා රුපියල් 500 ක් ද, ලබාගත් ණය සඳහා පොළී ගෙවීමට රුපියල් 800 ක් ද ආයතනයට වැය වී ඇත.

$$\text{මුළු අයහාරය} = \text{නිමැවුම} \times \text{මිල}$$

$$\text{මුළු අයහාරය} = 1000 \times 10$$

$$\text{මුළු අයහාරය} = \underline{\underline{10000}}$$

$$\text{සෘජු පිරිවැය} = 3000 + 2000 + 500 + 800 = \text{රුපියල් } 6300$$

$$\text{ගණකාධිකරණ ලාභ} = \text{මුළු අයහාරය} - \text{සෘජු පිරිවැය}$$

$$\text{ගණකාධිකරණ ලාභ} = 10000 - 6300$$

$$\text{ගණකාධිකරණ ලාභ} = \underline{\underline{3700}}$$

# ආර්ථික පිරිවැය

ආර්ථික විද්‍යාවේ දී නිෂ්පාදන පිරිවැය ගණනය කරනුයේ ඉතා පුළුල් අර්ථයකිනි.

ආර්ථික විද්‍යාඥයන්ට නිෂ්පාදන පිරිවැය ලෙසින් සලකන්නේ ආවස්ථික පිරිවැයයි.

මූර්ත පිරිවැය, ආර්ථික පිරිවැය යන නම්වලින් හැඳින්වෙන්නේ ද මෙම ආවස්ථික පිරිවැය ම යි.

ආර්ථික පිරිවැය සෘජු පිරිවැය සහ වක්‍ර පිරිවැය යන කොටස් දෙකින් සමන්විත ය.

ඒ අනුව,

$$\text{ආර්ථික පිරිවැය} = \text{සෘජු පිරිවැය} + \text{වක්‍ර පිරිවැය}$$

# ආර්ථික ලාභ

ආර්ථික විද්‍යාවේ ලාභ ගණනයේ දී ගණකාධිකරණයේ මෙන් සෘජු පිරිවැය පමණක් නොව වක්‍ර පිරිවැය ද සැලකිල්ලට ගනී.

ඊට හේතුව කිසියම් නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියක දී ආයතනය සතු සම්පත් ඒ සඳහා යෙදවීම තුළ, එම නිෂ්පාදන සම්පත් යෙදවීමට තිබූ වෙනත් අවස්ථාවක් අහිමි වීම යි.

මේ නිසා ආර්ථික ලාභ ගණනය කරනු ලබන්නේ මුළු අයහාරයෙන් ආර්ථික පිරිවැය අඩු කිරීමෙනි.

ආර්ථික ලාභ = මුළු අයහාරය - ආර්ථික පිරිවැය (සෘජු පිරිවැය + වක්‍ර පිරිවැය)

නිදසුන්

වශයෙන් ආයතනයක නිමැවුම ඒකක 1000 කි. ඒකකයක මිල රුපියල් 10 ක් වේ. අමු ද්‍රව්‍ය මිලට ගැනීම සඳහා රු. 3000 ක් ද, ශ්‍රමිකයන්ට වැටුප් ගෙවීමට රුපියල් 2000 ක් ද, ඉන්ධන හා විදුලිය සඳහා රුපියල් 500 ක් ද, ලබාගත් ණය සඳහා පොලී ගෙවීමට රුපියල් 800 ක් ද ආයතනයට වැය වී ඇත.

ඊට අමතරව මෙම ව්‍යාපාරිකයාට අනිමි වූ වැටුප් ආදායම රුපියල් 500 ආර්ථික ක්‍ෂය වීම රුපියල් 200 අනිමි පොලී ආදායම රුපියල් 100, ප්‍රාමාණික ලාභ රුපියල් 1000

$$\text{සෘජු පිරිවැය} = 3000 + 2000 + 500 + 800 = \text{රුපියල් } 6300$$

$$\text{වක්‍ර පිරිවැය} = 500 + 200 + 100 + 1000 = \text{රුපියල් } 1800$$

$$\text{ආර්ථික ලාභ} = \text{මුළු අයහාරය} - \text{ආර්ථික පිරිවැය (සෘජු පිරිවැය + වක්‍ර පිරිවැය)}$$

$$\text{ආර්ථික ලාභ} = 10,000 - (6300 + 1800)$$

$$\text{ආර්ථික ලාභ} = \underline{\underline{1900}}$$

ආර්ථික ලාභ නිවැරදි ව ගණනය වීමට නම් ඒ හා සම්බන්ධ  
ආවස්ථික පිරිවැය නිවැරදිව ගණනය විය යුතු යි.

එසේ නොවුණහොත් ගනු ලබන ආර්ථික තීරණ ද කාර්යක්ෂම නොවේ

ඇතැම් විට ආවස්ථික පිරිවැයට ඇතුළත් නොවන දෑ ආවස්ථික පිරිවැයට  
ඇතුළත් කළහොත් සහ ආවස්ථික පිරිවැයට ඇතුළත් වන දෑ ඇතුළත්  
නොකළ හොත් එය දෝෂ සහිත ය.

ආවස්ථික පිරිවැයට ඇතුළත් නොකළ යුතු දේ කවරක් ද යන්න තෝරා  
ගැනීම හා සම්බන්ධ වැදගත් සංකල්පයක් ලෙසින් ගිලුණු පිරිවැය සැලකිය  
හැකි ය.

# යට කළ පිරිවැය / ගිලුණු පිරිවැය

අතීතයේ වැය කරන ලද පිරිවැය වර්තමානයේ ආපසු ලබාගත නොහැකි නම් ඒ යට කළ පිරිවැය ලෙසින් අර්ථ දැක්වේ.

ගිලුණු පිරිවැය සේ සැලකිය හැකි දෑ පිළිබඳ ව නිදසුන් කීපයක් පහත දැක්වේ.

## කෙටි කාලයේ දී ආයතනයක් ස්ථාවර වත්කම් මිලට ගැනීම සඳහා දරන ලද පිරිවැය

ආයතනයක් නිෂ්පාදනය කළත් නැතත් ස්ථාවර වත්කම් හා සම්බන්ධ ස්ථාවර පිරිවැය දරා හමාර ය. ස්ථාවර වත්කම් වෙනුවෙන් දැරූ පිරිවැය එම නිෂ්පාදන කටයුත්ත හා සම්බන්ධ ව යට වී ඇති බැවින් එය ආපසු ලබා ගත නොහැකි ය.එය වෙනත් විකල්පයක් සඳහා ද යොදා ගත නොහැකිය

නිදසුන් :- ජල විදුලි බලාගාරයක සවි කර ඇති විදුලි ජනක යන්ත්‍රය

මෙම යන්ත්‍රය මිල දී ගන්නා අවස්ථාවේ දී නම් ඒ සඳහා වැය කළ මුදල් ප්‍රමාණයෙහි ආවස්ථික පිරිවැයක් තිබිණි. එහෙත් දැන් එම මුදල්වලින් එම යන්ත්‍රය මිලට ගෙන ජල විදුලි බලාගාරයෙහි සවි කළ පසු එහි ආවස්ථික පිරිවැය ශුන්‍ය වේ. ඊට හේතුව දැන් එම යන්ත්‍රයෙහි විකල්ප භාවිත නොමැති වීම යි. බලාගාරයේ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට එම යන්ත්‍රය යොදා නොගන්නේ නම් එය නිශ්ක්‍රීයව පවතී.

වේදිකා නාට්‍යයක් නැරඹීම සඳහා රු. 500ක ටිකට් පතක් රැගෙන ඇතුළේ වී නාට්‍යයෙහි කොටසක් නරඹා ආපසු ඒම. මෙය ද යට කළ පිරිවැයකි. එම ටිකට් පතෙහි මුදල ආපසු ලබා ගත නොහැකි ය. එම ටිකට් පතෙන් නාට්‍යය බැලීම මිස වෙනත් විකල්ප නොමැති හෙයින් ආවස්ථික පිරිවැය ශූන්‍යය වේ.



# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 07

### නිෂ්පාදන පිරිවැය III

# නිෂ්පාදන පිරිවැයෙහි ස්වරූප

නිෂ්පාදන පිරිවැය නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියෙන් ව්‍යුත්පන්න වූ සංසිද්ධියකි.

මේ නිසා ම කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හා දිගු කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය යන ස්වරූප දෙක හා සම්බන්ධ ව නිෂ්පාදන පිරිවැයෙහි ද ප්‍රධාන කොටස් දෙකක් පවතී.

1. කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය

2. දිගු කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය

# කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය

කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළ විචල්‍ය සාධක හා ස්ථාවර සාධක යන දෙවර්ගය ම භාවිත වන බැවින් කෙටි කාලයේ පිරිවැය වර්ග දෙකක් පවතී.

1. මුළු ස්ථාවර පිරිවැය ( TFC)

2. මුළු විචල්‍ය පිරිවැය (TVC)

● මෙම පිරිවැය වර්ග දෙකෙහි එකතුවෙන් කෙටි කාලීන මුළු පිරිවැය ලැබේ.

මෙම පිරිවැය තත්ත්වලට අතිරේක ව කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය ආශ්‍රිත ව හඳුනාගත හැකි තවත් පිරිවැය සංකල්ප කිහිපයකි.

- සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය (AFC)
- සාමාන්‍ය විචලන පිරිවැය (AVC)
- සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය (AC)
- ආන්තික පිරිවැය (MC)

# මුළු ස්ථාවර පිරිවැය

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ කරගනු ලබන ස්ථාවර සාධක සඳහා දරන පිරිවැය ස්ථාවර පිරිවැය (TFC) යි.

- මුළු ස්ථාවර පිරිවැය නිමැවුම් ප්‍රමාණය සමඟ වෙනස් නොවේ.
- එනම් නිමැවුම් මට්ටම සමඟ මුළු ස්ථාවර පිරිවැය සම්බන්ධයක් නොපෙන්වයි.
- නිමැවුම ශුන්‍ය අගයක් ගනු ලැබුව ද ස්ථාවර පිරිවැය අවශ්‍යයෙන් ම දැරීමට ආයතනයට සිදුවේ.
- මේ නිසා ම කෙටි කාලයේ දී මුළු ස්ථාවර පිරිවැය ආයතනයට නොවැළැක්විය හැකි පිරිවැයක් වේ.

# ස්ථාවර පිරිවැයට අයත් ප්‍රධාන සංරචක කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

1. ක්‍රම ක්‍ෂය ගාස්තු

2. දේපොළ බදු

3. රක්ෂණ වාරික

4. බලපත්‍ර ගාස්තු

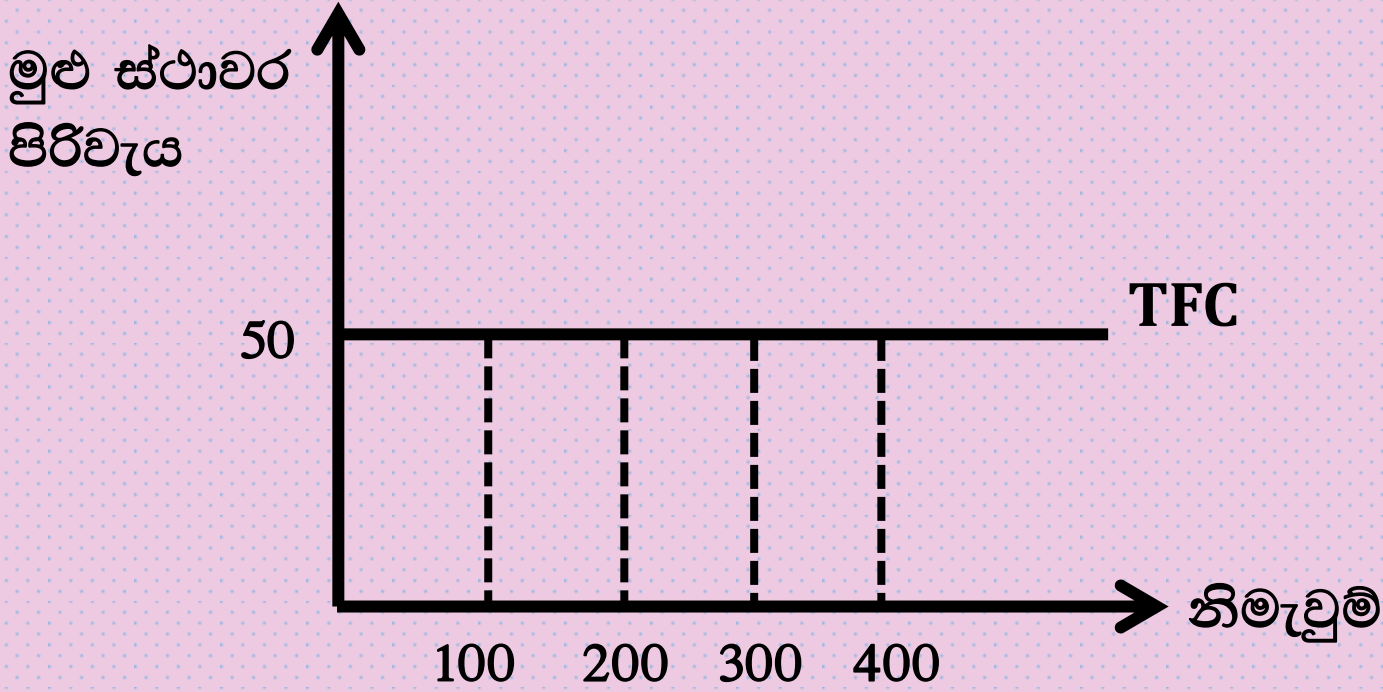
5. ප්‍රාග්ධනය සඳහා පොළී ගෙවීම්

6. කොන්ත්‍රාත් පදනමක් මත බඳවා ගත් කළමනාකරුවන්ට සහ අධීක්ෂකවරුන්ට ගෙවනු ලබන වැටුප්

7. ප්‍රාමාණික ලාභ

මුළු ස්ථාවර පිරිවැය නිමැවුම් ප්‍රමාණය සමඟ සම්බන්ධතාවක් නොදක්වන බැවින් එය සෑම නිමැවුම් මට්ටමක දී ම ස්ථාවර අගයක් ගනී.

- මේ නිසාම මුළු ස්ථාවර පිරිවැය වක්‍රය තිරස් අතට සමාන්තර සරල රේඛාවක් සේ පිහිටයි.



ඉහත ප්‍රස්තාර සටහනට අනුව නිමැවුම ශුන්‍ය මට්ටමේ දී මුළු ස්ථාවර පිරිවැය රුපියල් 50ක් වන අතර නිමැවුම් ප්‍රමාණය 100,200,300,400 ආදී වශයෙන් වැඩි වී ගිය ද මුළු ස්ථාවර පිරිවැය වෙනස් නොවේ.

# සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය(AFC)

නිමැවුම් ඒකකයකට දරන ස්ථාවර පිරිවැය සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය(AFC)යි. මුළු ස්ථාවර පිරිවැය නිමැවුම් ඒකක ප්‍රමාණයෙන් බෙදීමෙන් සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය ලබාගනී.

$$\text{සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය} = \frac{\text{මුළු ස්ථාවර පිරිවැය}}{\text{මුළු නිමැවුම් ප්‍රමාණය}}$$

$$\text{AFC} = \frac{\text{TFC}}{\text{Q}}$$

• නිමැවුම් ඒකක ප්‍රමාණය වැඩි වන විට සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය ක්‍රමයෙන් හීන වේ. එහෙත් ශුන්‍ය නොවේ. මේ නිසා සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය වක්‍රය සෘජුකෝණාස්‍රාකාර බහුවලයක හැඩය ගනියි.

• එසේ වන්නේ සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය නිමැවුමෙන් ගුණ කිරීමෙන් ලැබෙන මුළු ස්ථාවර පිරිවැය සෑම අවස්ථාවක දී ම එක සමාන වන නිසා ය.

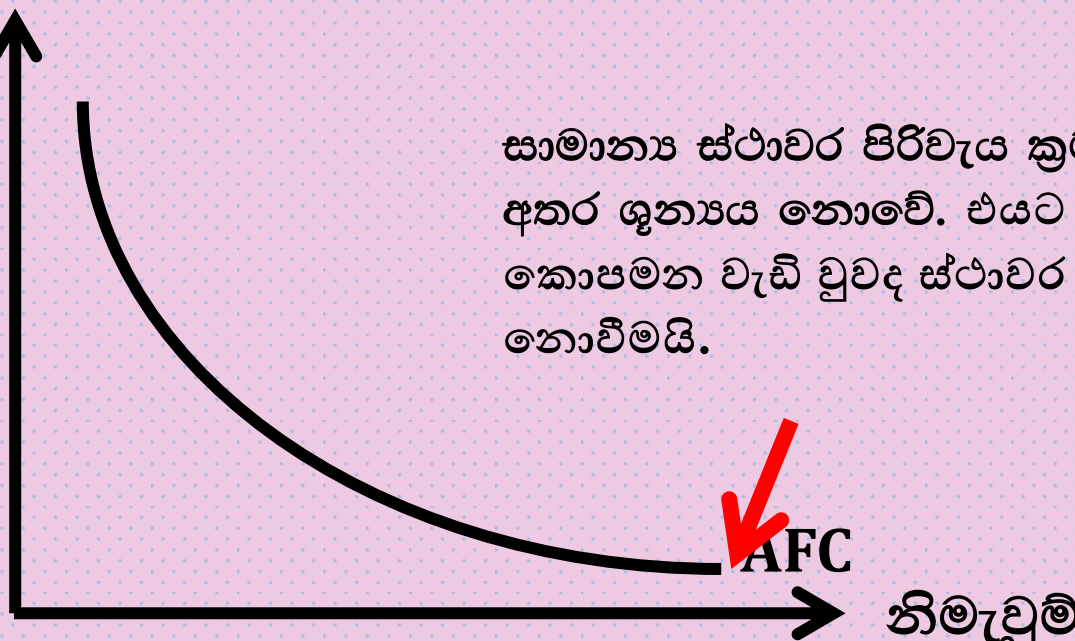


සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය වක්‍රයේ ඕනෑම ලක්ෂ්‍යයක් සම්බන්ධ කොට අදිනු ලබන සෘජුකෝණාස්‍ර කේන්ද්‍රඵලය සමාන වීමක් මෙහි දී සිදු වන අතර ඒ මගින් පෙන්නුම් කෙරෙන්නේ ඒ සෑම අවස්ථාවක දී ම මුළු ස්ථාවර පිරිවැය සමාන අගයක් වන බව යි.

මෙම ලක්ෂණ පෙන්නුම් කෙරෙන සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය වක්‍රයක් පහත පෙන්නුම් කෙරේ.

නිමැවුම (ඒකක)	මුළු ස්ථාවර පිරිවැය(රු)	සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය(රු)
100	50	0.5
200	50	0.25
300	50	0.167
400	50	0.125

සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය



නිමැවුම

# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 08

### නිෂ්පාදන පිරිවැය IV

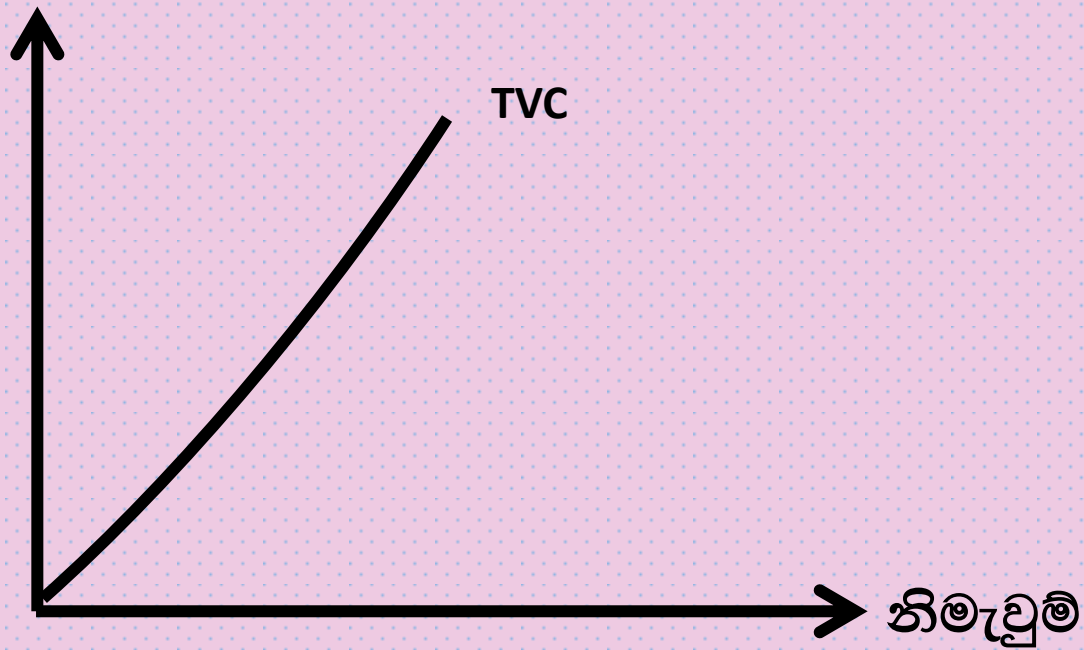
දේශක - කූෂාන් වීරහත්තැදිගේ  
BA (sp) Economics (SUSL)

# මුළු විචල්‍ය පිරිවැය

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ කරන විචල්‍ය සාධක වන අමුද්‍රව්‍ය, ශ්‍රමය, ඉන්ධන, විදුලි ගාස්තු ආදිය සඳහා දරන්නට සිදුවන පිරිවැය විචල්‍ය පිරිවැය (TVC) වේ.

- කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය තුළ ඇතුළත් මුළු විචල්‍ය පිරිවැය නිමැවුම් සමග වෙනස් වේ.
- නිමැවුම ශුන්‍ය වන විට විචල්‍ය සාධක අවශ්‍ය නොවන බැවින් විචල්‍ය පිරිවැය ශුන්‍ය වන අතර නිමුවම වැඩි වන විට විචල්‍ය පිරිවැය ද වැඩි වේ.
- නිමැවුම වැඩි වන විට විචල්‍ය පිරිවැය වැඩි වීමේ වේගය විවිධ නිමැවුම් මට්ටම් අතර වෙනස් වේ.
- මේ අනුව නිමැවුම ශුන්‍යයේ දී ශුන්‍යය අගයක් ගන්නා මුළු විචල්‍ය පිරිවැය නිමැවුම පහළ මට්ටම් වල දී අඩු වන වේගයකින් වැඩි වී, නිමැවුම ඉහළ මට්ටම්වල දී වැඩි වන වේගයකින් ඉහළ නගී.

මුළු විචල්‍ය  
පිරිවැය



## සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය

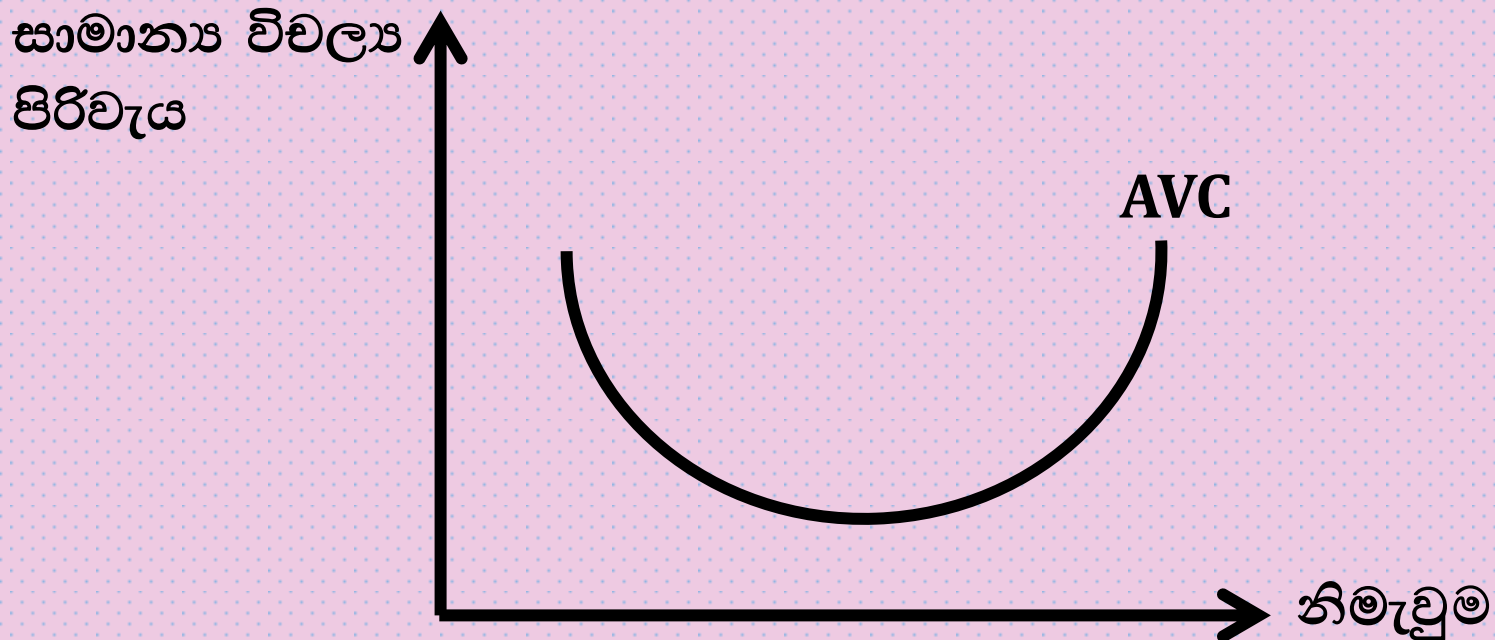
එක් නිමැවුම් ඒකකයකට දරන විචල්‍ය පිරිවැය ප්‍රමාණය සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය (AVC) වේ.

මුළු විචල්‍ය පිරිවැය නිමැවුම් ප්‍රමාණයෙන් බෙදීමෙන් සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය ලබාගත හැකි ය.

$$\text{සාමාන්‍ය විචලන පිරිවැය} = \frac{\text{මුළු විචලන පිරිවැය}}{\text{නිමැවුම}}$$

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

සාමාන්‍ය විචලන පිරිවැය වක්‍රය සාමාන්‍යයෙන් ඉංග්‍රීසි යූ (U) අකුරක හැඩය ගනී.



# කෙටි කාලීන මුළු පිරිවැය (TC)

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට යොදා ගනු ලබන සමස්ත විචල්‍ය යෙදවුම් ප්‍රමාණය සහ සමස්ත ස්ථාවර යෙදවුම් ප්‍රමාණය වෙනුවෙන් දරන මුළු වියදම මුළු පිරිවැය (TC) යි.

මුළු පිරිවැය = මුළු ස්ථාවර පිරිවැය + මුළු විචල්‍ය පිරිවැය

$$TC = TFC + TVC$$

නිමැවුම ශුන්‍ය වුව ද මුළු පිරිවැයක් පවතී. ඊට හේතුව ශුන්‍ය නිමැවුමක දී මුළු විචල්‍ය පිරිවැය ශුන්‍ය වුව ද මුළු ස්ථාවර පිරිවැයක් පවත්නා හෙයිනි.

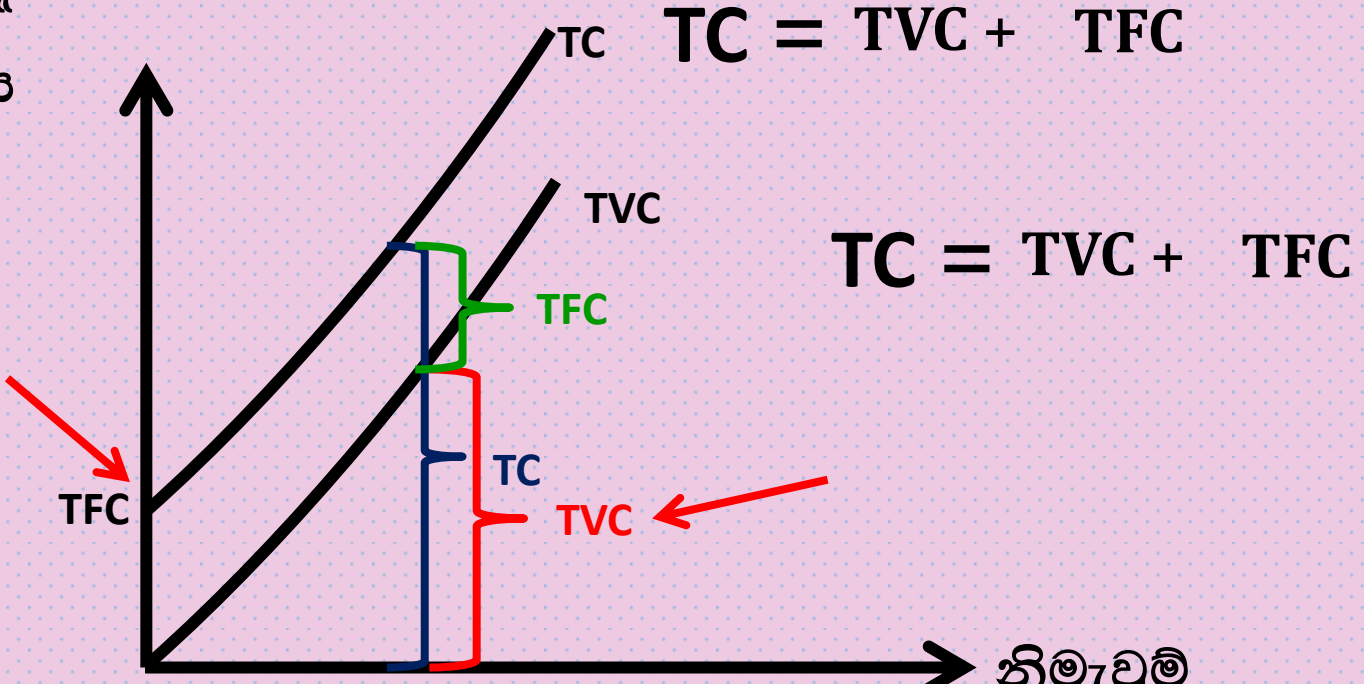
මේ නිසා මුළු පිරිවැය වක්‍රය ආරම්භ වන්නේ ස්ථාවර පිරිවැය ආරම්භ වන ලක්ෂ්‍යයෙන් ය.

නිමැවුම ක්‍රමයෙන් වැඩි කිරීමත් සමඟ මුළු පිරිවැය පහළ නිමැවුම් මට්ටම්වල දී අඩු වන වේගයකින් හා ඉහළ නිමැවුම් මට්ටම්වල දී වැඩි වන වේගයකින් ඉහළ යයි.

# මුළු පිරිවැය මුළු හා විචල්‍ය පිරිවැය අතර සම්බන්ධය

කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ දී නිමැවුම වැඩි වන විට මුළු ස්ථාවර පිරිවැය නොවෙනස්ව පවතිද්දී මුළු විචල්‍ය පිරිවැය පමණක් වෙනස් වන නිසා මුළු පිරිවැය වෙනස් වීමට බලපාන්නේ මුළු විචල්‍ය පිරිවැය වෙනස් වීම යි. මේ නිසා මුළු පිරිවැය වක්‍රයේ හැඩය මුළු විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රයේ හැඩයට සමරූපී වේ.

නිමැවුම සමඟ මුළු පිරිවැය සැකසෙන ආකාරය සහ මුළු ස්ථාවර පිරිවැය සහ මුළු විචල්‍ය පිරිවැය මුළු පිරිවැයට සම්බන්ධ වන ආකාරය පහත ප්‍රස්තාර සටහනෙනි දැක්වේ.





# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 09

### නිෂ්පාදන පිරිවැය V

# සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය

එක් නිමැවුම් ඒකකයකට දරන මුළු පිරිවැය සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය (ATC) යි. මුළු පිරිවැය නිමැවුමෙන් බෙදීමෙන් සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය ලැබේ.

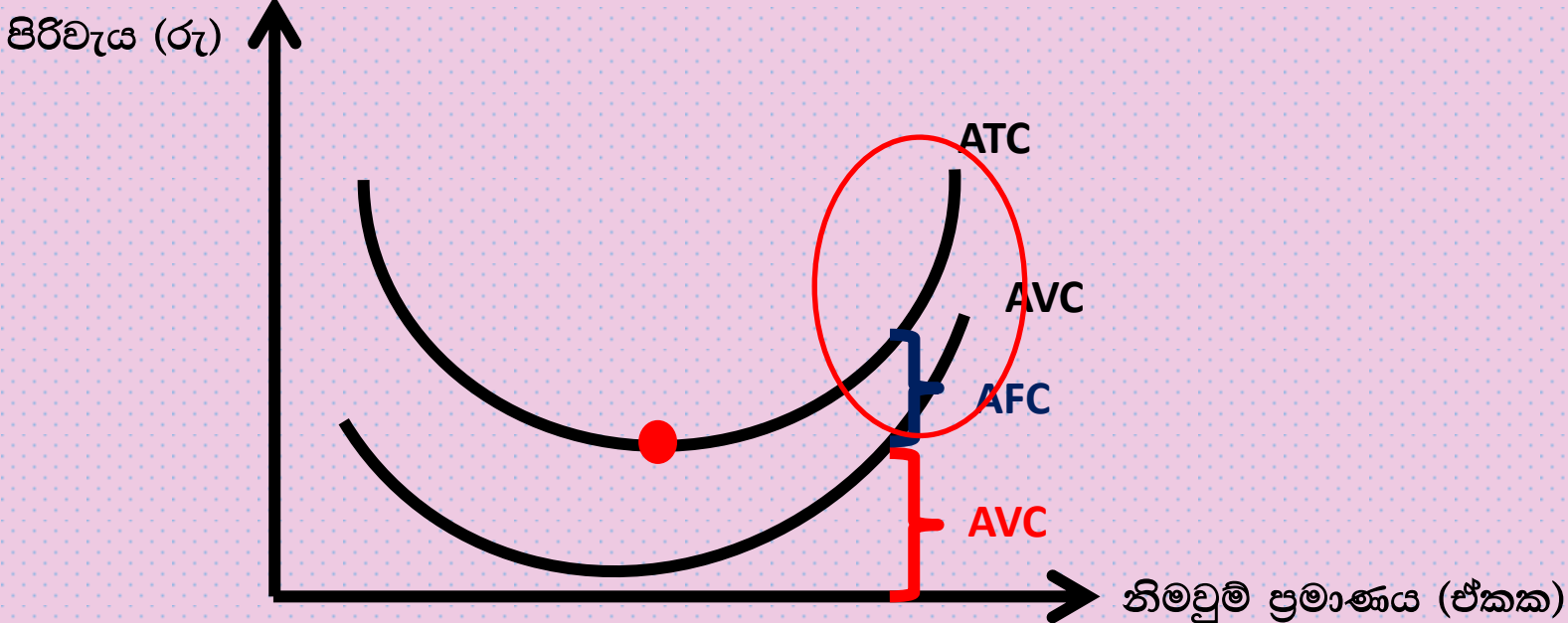
$$\text{සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය} = \frac{\text{මුළු පිරිවැය}}{\text{නිමැවුම}} \qquad \text{ATC} = \frac{\text{TC}}{Q}$$

$$\text{ATC} = \text{AFC} + \text{AVC}$$

නිමැවුම වැඩි කරන විට, සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය ක්‍රමයෙන් අඩු වී නැවතත් ඉහළ යයි.

සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය වක්‍රයේ හැඩය ද සාමාන්‍යයෙන් ඉංග්‍රීසි යූ (U) අකුරක හැඩය ගනී.

සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය වක්‍රය සැම විට ම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රයට ඉහළින් පිහිටයි. මෙය පහත ප්‍රස්ථාර සටහනෙහි පෙන්වුම් කෙරේ.



$$ATC = AFC + AVC$$

නිමවුම වැඩි වීමත් සමඟ සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රයට සමීප වේ. එයට හේතුව සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය තුළ ඇති සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය ක්‍රමයෙන් අඩු වීමයි. එහෙත් කිසි විටෙකත් එය සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රය මත පතිත නොවේ.

සාමාන්‍ය ස්ථාවර හා සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැයේ එකතුවෙන් සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය සකස්වන නිසා සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය වක්‍රයෙහි අවම ලක්ෂ්‍යය පිහිටන්නේ සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රයෙහි අවම ලක්ෂ්‍යයට ඉහළින් ය.

# ආන්තික පිරිවැය

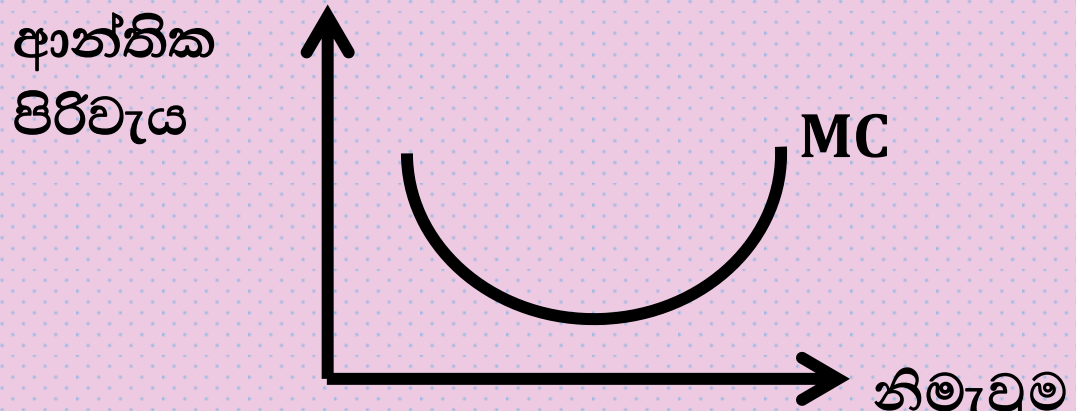
ආන්තික පිරිවැය යනු නිමැවුම එක් එකකයකින් වෙනස් කරන විට මුළු පිරිවැය වෙනස් වන ප්‍රමාණය යි.

මුළු පිරිවැයේ වෙනස නිමැවුමේ වෙනසින් බෙදීමෙන් ආන්තික පිරිවැය ලැබේ.

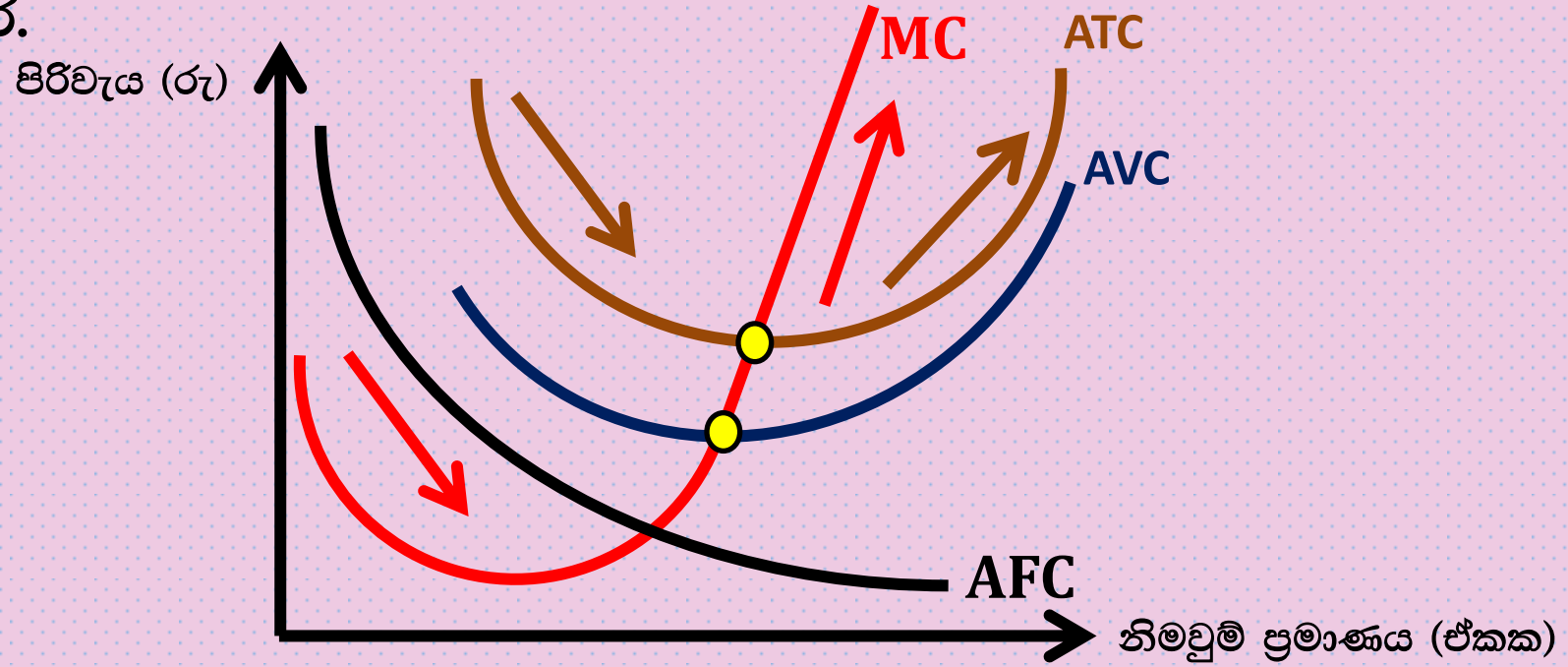
$$\text{ආන්තික පිරිවැය} = \frac{\text{මුළු පිරිවැය වෙනස}}{\text{නිමැවුම වෙනස}} \quad \text{MC} = \frac{\blacktriangle \text{TC}}{\blacktriangle \text{Q}}$$

කෙටි කාලය තුළ නිමැවුම වැඩි කරන විට ආන්තික පිරිවැය ක්‍රමයෙන් අඩු වී නැවතත් ඉහළ යයි.

ආන්තික පිරිවැය වක්‍රය ද සාමාන්‍යයෙන් ඉංග්‍රීසි යූ (U) අකුරක හැඩය ගනී. මෙය පහත ප්‍රස්තාර සටහනෙහි පෙන්වුම් කෙරේ.



කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හා සම්බන්ධ ආන්තික පිරිවැය හා සාමාන්‍ය පිරිවැය වක්‍රවල හැසිරීම් රටා පහත ප්‍රස්තාර සටහනෙහි පෙන්වුම් කෙරේ.



ඉහත ප්‍රස්තාර සටහනට අනුව,

ආන්තික පිරිවැය වක්‍රය, සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය හා සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය වක්‍රයන්හි අවම ලක්ෂ්‍යය ඡේදනය කරමින් වේගයෙන් ඉහළට ගමන් කරයි. ආන්තික පිරිවැය (MC) හා සාමාන්‍ය පිරිවැය (ATC) අතර සම්බන්ධය නම් ATC වක්‍රය පහළට එන විට MC වක්‍රය ATC වක්‍රයට වඩා පහළින් ගමන් කරයි ATC වක්‍රය ඉහළට ගමන් කරන විට ඊට වඩා වේගයෙන් MC වක්‍රය ඉහළට ගමන් කරයි.

# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 10

### නිෂ්පාදන පිරිවැය VI

01  $TC = TFC + TVC$

02  $ATC = \frac{TC}{Q}$  OR  $ATC = AFC + AVC$

03  $AVC = \frac{TVC}{Q}$

04  $AFC = \frac{TFC}{Q}$

05  $MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$

නිමැවුම ඒකක	මුළු ස්ථාවර පිරිවැය (TFC) රු	මුළු විචල්‍ය පිරිවැය (TVC) රු	මුළු පිරිවැය (TC) රු	සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය (AFC) රු	සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය (AVC) රු	සාමාන්‍ය පිරිවැය (ATC) රු	ආන්තික පිරිවැය (MC)රු
0	40	0	40.00	0	0	-	40
1	40	40	80.00	40.00	40.00	80.00	30
2	40	70	110.00	20.00	35.00	55.00	22
3	40	92	<b>132.00</b>	13.33	30.67	44.00	15
4	40	107	<b>147.00</b>	10.00	26.75	36.75	10
5	40	117	<b>157.00</b>	8.00	23.40	31.40	10
6	40	127	<b>167.00</b>	6.67	21.16	27.82	15
7	40	142	<b>182.00</b>	5.71	20.29	26.00	22
8	40	164	<b>204.00</b>	5.00	20.50	25.50	30
9	40	194	<b>234.00</b>	4.44	21.56	26.00	40
10	40	234	<b>274.00</b>	4.00	23.40	27.40	



**කෙටි කාලීන පිරිවැය වකු හීන වන ඵලදා නීතියේ පිළිබිඹුවකි.**

විචල්‍ය සාධකයේ මිල නොවෙනස් ව තිබිය දී විචල්‍ය යෙදවුමේ ආන්තික ඵලදාව ඉහළ යන විට ආන්තික පිරිවැය පහත වැටේ.

ආන්තික ඵලදාව හීන වීමට පටන් ගන්නා විට ආන්තික පිරිවැය ද ඉහළ යෑමට පටන් ගනී.

මේ නිසා කෙටිකාලීන ආන්තික පිරිවැය වකුය ආන්තික ඵලදා වකුයේ ප්‍රතිබිම්බය වේ.

එසේම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වකුය ද හීන වන ආන්තික ඵලදා නීතියට අනුව ම සාමාන්‍ය ඵලදා වකුයේ ප්‍රතිබිම්බයක් සේ ම පිහිටයි.

මෙලෙසින් වන කෙටි කාලයේ ඵලදායිතා වකු සහ පිරිවැය වකු අතර සම්බන්ධය පහත ප්‍රස්තාර සටහනින් නිරූපණය කෙරේ.

නිමයුම

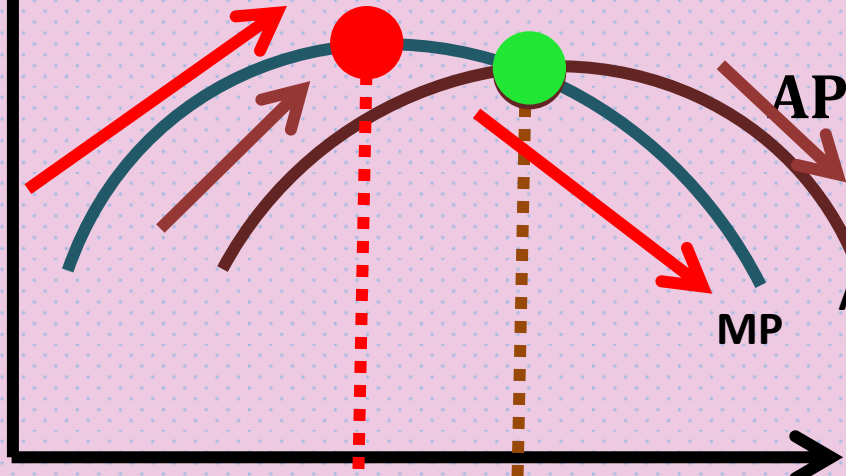
ඵලදා වක්‍ර

රූප සටහනට අනුව,

MP උපරිම වන විට - MC අවම වේ.

AP උපරිම වන විට - AVC අවම වේ.

MP වක්‍රය AP වක්‍රයෙහි උපරිම ලක්ෂ්‍යය ඡේදනය කරමින් වේගයෙන් පහත බසී.



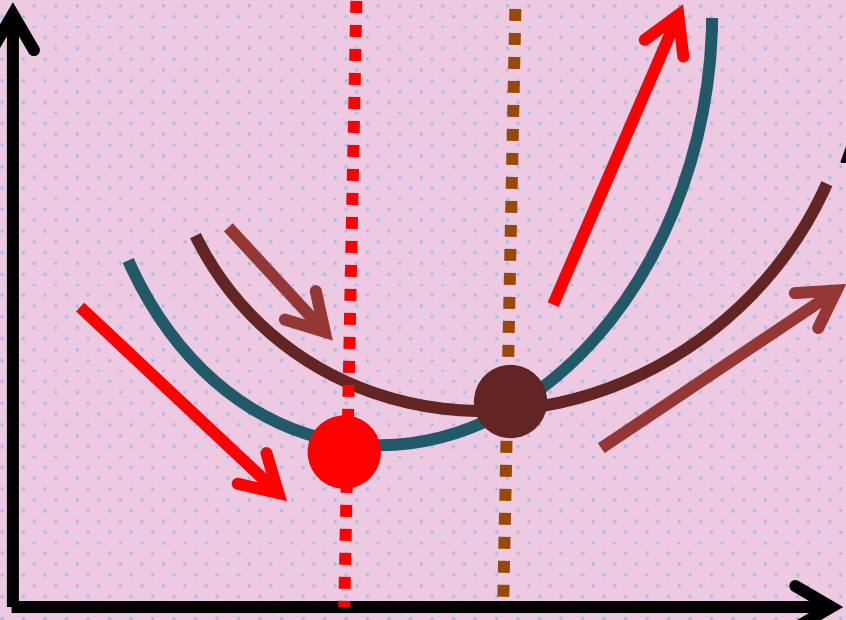
විචල්‍ය යෙදවුම්

පිරිවැය වක්‍ර

MC

AVC

පිරිවැය (රු)



නිමවුම් ප්‍රමාණය (ඒකක)

# දිගු කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය

දිගු කාලයේ දී සියලුම යෙදවුම් විචල්‍ය යෙදවුම් වේ.

නිෂ්පාදනය වැඩි කිරීමෙහි ලා බලපාන කිසි දු සංරෝධයක් දිගු කාලයේ දී දක්නට නොමැති

ඒ අනුව දිගු කාලයේ දී සියලුම නිෂ්පාදන ආයතන වඩා නම්‍යශීලී තත්ත්වයට පත් වේ.

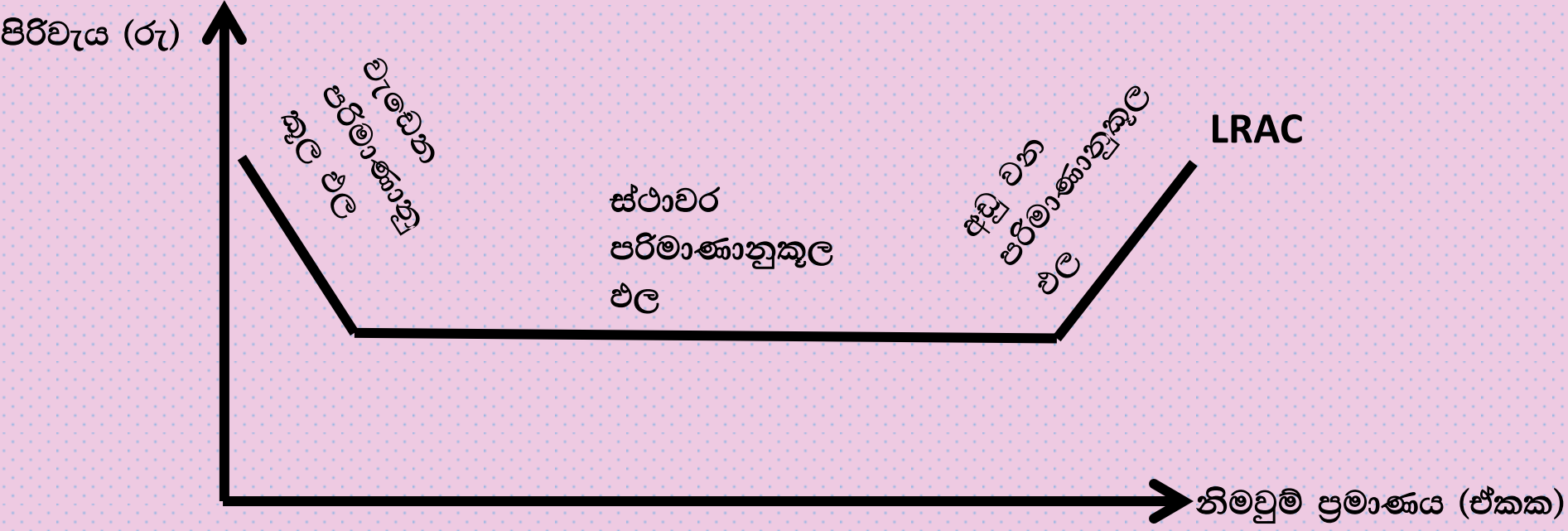
එසේ ම තම නිෂ්පාදන ධාරිතාව අවශ්‍ය පරිදි වෙනස් කර ගැනීමට ආයතනවලට හැකි ය.

දිගු කාලයේ දී නිෂ්පාදන ධාරිතාව ප්‍රසාරණය කිරීමේ ප්‍රතිඵල වශයෙන් පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් හා පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම් හට ගනියි.

පිරිමැසුම් හා නොපිරිමැසුම් යන දෙක ම නොපවතින විට ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල හට ගනියි.

පිරිමැසුම් පවතින විට දී වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵලත් නොපිරිමැසුම් පවතින විට දී අඩු වන පරිමාණානුකූල ඵලත් හට ගනියි.

පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්වලට හා නොපිරිමැසුම්වලට මුහුණ දෙන නිෂ්පාදන ආයතනයක දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය වක්‍රය ඉංග්‍රීසි යූ (U) අකුරක හැඩය ගනී.



# පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්

පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් යනු දිගුකාලයේ දී නිෂ්පාදන ආයතනයක් නිෂ්පාදන ප්‍රසාරණය කිරීමේ දී ආයතනයේ සාමාන්‍ය පිරිවැය හෙවත් (ඒකක පිරිවැය) පහළ බැසීම යි.

ආයතනයක ධාරිතාව පුළුල් කිරීමත් සමඟ නිෂ්පාදන සාධකවල කාර්යක්ෂමතාව ඉහළ යෑමත්, නිෂ්පාදන යෙදවුම්වල මිල පහළ වැටීමත් නිසා අත්පත් කරගත හැකි මූල්‍ය ප්‍රතිලාභයක් ලෙස පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් හැඳින්විය හැකි ය.

දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය පහත වැටීමක් සිදුව ඇති අතර එය පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් පවතින ප්‍රදේශය වේ. එහිදී පවතින්නේ වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල ය.

පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් ඇතිවීම කෙරෙහි බලපාන හේතු පහත දැක්වේ.

1. ධාරිතාව විශාල වීම නිසා හටගන්නා තාක්ෂණික පිරිමැසුම්
2. කළමනාකරණය ආශ්‍රිත පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්
3. අලෙවිකරණය හා සම්බන්ධ පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්
4. මූල්‍යමය පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්
5. අවදානම් දරීම හා සම්බන්ධ පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්

# පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම්

පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම් යනු දිගු කාලයේ දී ආයතනයක් නිෂ්පාදනය ප්‍රසාරණය කිරීමේ දී ආයතනයේ සාමාන්‍ය පිරිවැය හෙවත් ඒකක පිරිවැය ඉහළ යාම යි.

එනම් ආයතනයක ධාරිතාව පුළුල් කිරීමත් සමඟ නිෂ්පාදන සාධකවල කාර්යක්ෂමතාව පහළ යෑම නිසා මූල්‍යමය වශයෙන් සිදු වන පාඩුව යි.

දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය ඉහළ යෑමක් සිදුව ඇති අතර එම ප්‍රදේශයේ දී නොපිරිමැසුම් පවතී. එහි දී පවතින්නේ අඩු වන පරිමාණානුකූල ඵලය.

## පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම් ඇති වීම කෙරෙහි ද බලපාන හේතු සාධක කිහිපයකි.

1. ධාරිතාව විශාල වීම නිසා හටගන්නා තාක්ෂණික නොපිරිමැසුම්
2. කළමනාකරණය ආශ්‍රිත පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම්
3. අලෙවිකරණය හා සම්බන්ධ පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම්
4. මූල්‍යමය නොපිරිමැසුම්
5. අවදානම් දැරීම හා සම්බන්ධ පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම්

පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් හෝ නොපිරිමැසුම් හෝ නොපවතින විට  
ආයතනයේ දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය ස්ථාවර ව පවතී. එහි දී පවතින්නේ  
ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල ය.



# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 11

### වෙළඳපොළ ව්‍යුහය

# වෙළෙඳපොළ හෙවත් කර්මාන්තය

කිසියම් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් හෝ නිපදවීමෙහි යෙදී සිටින සියලු ම ආයතනවල එකතුවෙන් වෙළෙඳපොළ හෙවත් කර්මාන්තය සමන්විත ය.

ආයතනවලින් නිපදවනු ලබන භාණ්ඩ හා සේවා විවිධ වෙළෙඳපොළ තත්ත්වයන් යටතේ අලෙවි කරන අතර එම වෙළෙඳපොළ තත්ත්ව හැඳින්වීමට වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහය යන සංකල්පය භාවිතා කෙරේ.

- ප්‍රායෝගික ලෝකයේ විවිධ වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහයන් පවතී.
- වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහ විවිධ වීම කෙරෙහි පහත සඳහන් සාධක බලපායි.

1. වෙළෙඳපොළ තුළ සිටින ආයතන සංඛ්‍යාව
2. නිෂ්පාදනයේ සමජාතීය බව
3. ආයතනයකට වෙළෙඳපොළට පිවිසීමට හා වෙළෙඳපොළෙන් ඉවත් වීමට ඇති හැකියාව
4. වෙළෙඳපොළ තුළ සිටින නිෂ්පාදන ආයතන අතර පවත්නා තරඟයෙහි ස්වභාවය

වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහ පහත පරිදි වර්ග කළ හැකි ය.

1. පූර්ණ තරගය
2. ඒකාධිකාරය
3. ඒකාධිකාරී තරගය
4. කතිපයාධිකාරය

## පූර්ණ තරගය

සමජාතීය භාණ්ඩ නිපදවන, අබාධ පිවිසුමක් හා පිටවීමක් ඇති ආයතන රාශියකින් සමන්විත වෙළෙඳපොළ තත්ත්වය පූර්ණ තරගය ලෙස හැඳින්වේ.

**පුර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළ තත්ත්වයක ලක්ෂණ කිහිපයක් පහත දැක්වේ.**

1. නිෂ්පාදිතය සමජාතීය වීම
2. ගැනුම්කරුවන් හා විකුණුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව ඉතා විශාල වීම
3. ආයතනය මිල ගනුවකු වීම
4. අබාධ පිවිසුම හා පිටවීම
5. ගැනුම්කරුවන්ට හා විකුණුම්කරුවන්ට වෙළෙඳපොළ පිළිබඳ තොරතුරු පුර්ණ වශයෙන් හා පිරිවැයකින් තොර ව ලබාගත හැකි වීම.
6. සාධක සංචලතාවයට බාධා නොමැතිවීම
7. දිගු කාලීන සමතුලිතයේ දී වෙළෙඳපොළ තුළ සිටින සියලු ම ආයතන ප්‍රාමාණික ලාභ පමණක් ලැබීම

## නිෂ්පාදිතය සමජාතිය වීම

නිෂ්පාදිතය සමජාතිය වීම යන්නෙන් අදහස් වන්නේ කර්මාන්තය තුළ සිටින සියලුම නිෂ්පාදන ආයතන නිෂ්පාදනය කරනු ලබන්නේ මුලු මනින්ම සමාන වූ එකිනෙකට ආදේශක වූ භාණ්ඩ බව යි.

ගැනුම්කරුවන්ට කුමන නිෂ්පාදන ආයතනයකින් එම භාණ්ඩය මිල දී ගන්න ද එහි කිසිදු වෙනසක් ඔහුට නොපෙනේ.

## ගැනුම්කරුවන් හා විකුණුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව ඉතා විශාල වීම

පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළක ගැනුම්කරුවන් හා විකුණුම්කරුවන් විශාල සංඛ්‍යාවක් සිටින නිසා එක් ගැනුම්කරුවෙකුගේ හෝ විකුණුම්කරුවකුගේ ක්‍රියාකලාපය වෙළෙඳපොළ ක්‍රියාකාරීත්වය කෙරෙහි කිසි දු බලපෑමක් ඇති නොකරයි.

වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම හෝ සැපයුම වෙනස් කිරීමට එක් ගැනුම්කරුවකුට හෝ එක් විකුණුම්කරුවකුට කිසිදු හැකියාවක් නොමැත.

# ආයතනය මිල ගනුවකු වීම

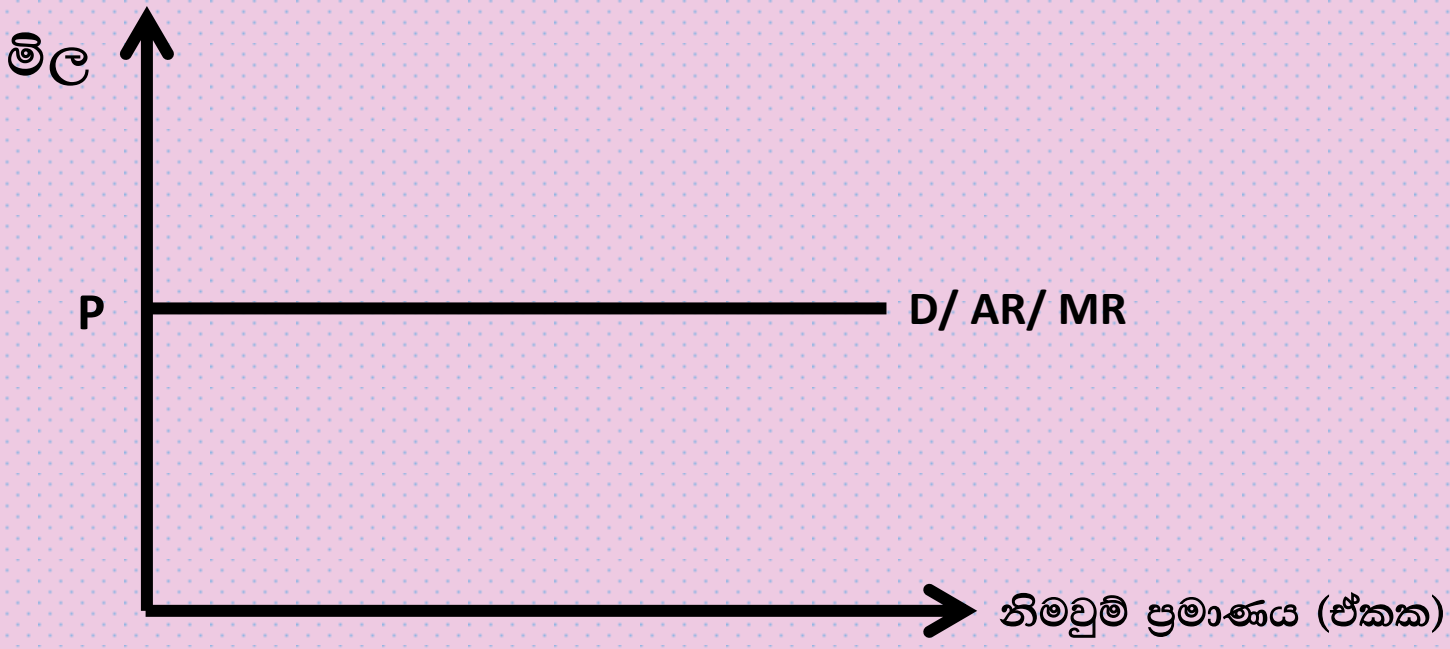
වෙළෙඳපොළ මිල ගනුවකු සේ කටයුතු කිරීමට සිදු වන්නේ වෙළෙඳපොළේ සිටින සෑම ආයතනයක් ම සමජාතීය භාණ්ඩ නිපදවීමත් එක් ආයතනයක් මුළු වෙළෙඳපොළ සැපයුමෙන් ඉතා සුළු කොටසක් පමණක් නිෂ්පාදනය කිරීම නිසාත් ය.

වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම හෝ සැපයුම වෙනස් කිරීමට එක් ගැනුම්කරුවකුට හෝ එක් විකුණුම්කරුවකුට කිසි දු හැකියාවක් නොමැත.

පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයකට මිල තීරණය කිරීමේ හැකියාවක් නොමැති අතර වෙළෙඳපොළ තීරණය වූ මිල යටතේ අවශ්‍ය තරම් සැපයීමට ආයතනයට සිදු වේ.

වෙළෙඳපොළේ පවතින මිල කෙරෙහි එක් ආයතනයකට කිසි දු බලපෑමක් කළ නොහැකි නිසාත්, වෙළෙඳපොළ තීරණය වූ මිල යටතේ මුළු සැපයුම අලෙවි කරගත හැකි නිසාත් පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක් මිල ගනුවකු ( Price taker) ලෙසින් හැඳින්වේ.

මේ නිසා පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍රය පහත පරිදි තීරස් අක්ෂයට සමාන්තර වූ සරල රේඛාවක් සේ පිහිටයි.



සාධක සංචලනය කිරීමේ හැකියාවක් ද පැවතීම ම පූර්ණ තරඟයේ විශේෂ ලක්ෂණයක් මෙයින් අදහස් වන්නේ කර්මාන්ත අතරේ සාධක මාරු විමට ඇති හැකියාවයි.

පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළක අබාධ පිවිසුමක් සහ පිටවීමක් පැවතීම විශේෂ ලක්ෂණයකි.

පූර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයකට අයත් භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීම සඳහා ඉදිරිපත් වීමට නව ආයතනවලට බාධාවක් නොමැති වීම අබාධ පිවිසුම යනුවෙන් හැඳින්වේ.

එසේ ම කර්මාන්තයේ සිටින ආයතනවලට නිෂ්පාදන කටයුතුවලින් ඉවත් වී යාමට ද කිසිදු බාධාවක් නොමැති අතර එම තත්ත්වය අබාධ පිට වීම යන්නෙන් අදහස් වේ.

තොරතුරු පූර්ණ හා පිරිවැයකින් තොර ව ලබා ගත හැකි වීම ද පූර්ණ තරගකාරීවෙළෙඳපොළක තවත් විශේෂ ලක්ෂණයකි.

භාණ්ඩයේ මිලක් එහි සැපයුම් ප්‍රමාණයත් පිළිබඳ ව ගැනුම්කරුවන් දැනුවත් ව සිටීම මෙයින් අදහස් වේ.

මෙම නිසා යම් විකුණුම්කරුවකු තම නිෂ්පාදිතයේ මිල වැඩි කළහොත් ගැනුම්කරුවන් එම භාණ්ඩ අඩු මිලට විකුණන වෙනත් විකුණුම්කරුවකු වෙත ගමන් කරයි.



දිගු කාලීන සමතුලිතයේ දී වෙළෙඳපොළ තුළ සිටින සියලු ම ආයතන ප්‍රාමාණික ලාභ පමණක් ලැබීම

පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළක කටයුතු කරන ආයතනයක් කෙටි කාලයේ දී අතිප්‍රාමාණික ලාභ ඉපයීමට ඉඩ ඇත.

එසේ වුවහොත් වෙනත් කර්මාන්තවල නිරත වන ආයතන ද එකී ලාභ ඉපයීම සඳහා පූර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයට පිවිසේ.

එහි ප්‍රතිඵලය වශයෙන් කර්මාන්තයේ සැපයුම වැඩි වී භාණ්ඩයේ මිල අඩු වේ.

මෙම නිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනවලට දිගු කාලයේ දී ප්‍රාමාණික ලාභ පමණක් ඉපයීමට හැකි වෙයි.

පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළේ ලක්ෂණවලට ආසන්න ලක්ෂණ ඇති වෙළෙඳපොළ ලෙස, වී, බඩඉරිඟු, වට්ටක්කා , කැරට් වැනි වෙළෙඳපොළවල් දැක්විය හැකි ය.

# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 12

වෙළඳපොළ ව්‍යුහය II

# ඒකාධිකාරය

තනි විකුණුම්කරුවකු සිටින කර්මාන්තයක් ඒකාධිකාරය වශයෙන් හැඳින්වේ. මෙය පූර්ණ තරඟයට ප්‍රතිවිරුද්ධ තත්ත්වයයි.

ඒකාධිකාරී වෙළෙඳපොළක ආයතනය සහ කර්මාන්තය යන දෙක ම එකක් වේ.

ඒකාධිකාරී වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහයක කැපී පෙනෙන ලක්ෂණ කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

- 1 නිෂ්පාදනය සුවිශේෂ වීම
- 2 එක් ආයතනයක් පමණක් නිෂ්පාදනයේ නිරත වීම
- 3 ප්‍රවේශයට බාධා පැවතීම
- 4 වෙළෙඳපොළ තොරතුරු අපූර්ණ වීම හා පිරිවැයකින් තොර ව ලබාගත නොහැකි වීම

# නිෂ්පාදනය සුවිශේෂ වීම

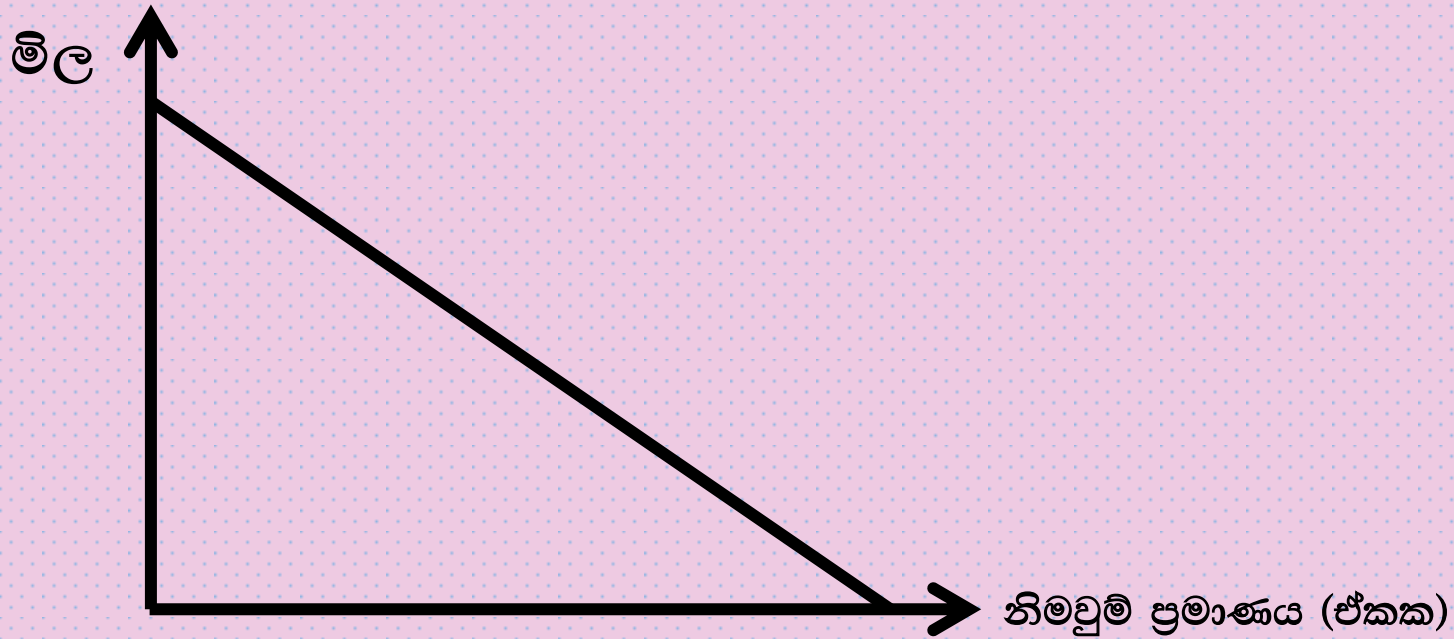
ඒකාධිකාරී වෙළෙඳපොළක අලෙවි වන භාණ්ඩ සඳහා සමීප ආදේශක නොමැත.

අදාළ නිෂ්පාදිතය ලබාගත හැක්කේ එක ම නිෂ්පාදකයකු ගෙන් පමණක් වන අතර ඒ හා සමාන භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කරන වෙනත් නිෂ්පාදකයෙක් නොමැත. මේ නිසා වෙළෙඳපොළ තුළ නිෂ්පාදකයාට ඒකාධිකාරී බලයක් හිමි වේ.

මෙම සුවිශේෂ බව නිසා පාරිභෝගිකයාට තේරීම් කිරීමට ඉඩක් නොලැබෙන අතර නිෂ්පාදකයාගෙන් භාණ්ඩය මිල දී ගැනීමට හෝ නොගෙන සිටීමට හෝ පාරිභෝගිකයාට සිදුවේ.

නිෂ්පාදිතය සම්බන්ධයෙන් පවතින මෙම සුවිශේෂ බව නිසා ආයතනයට භාණ්ඩයේ මිල කෙරෙහි බලපෑම් කළ හැකි ය.

මිල අඩු වැඩි කිරීමට ඇති හැකියාව නිසා ඒකාධිකාරී වෙළෙඳපොළක ආයතනයක් මුහුණ දෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය පහත පරිදි වමේ සිට දකුණට පහළට බැවුම් වේ.



# එක් ආයතනයක් පමණක් නිෂ්පාදනයේ නිරත වීම

ඒකාධිකාරී වෙළෙඳපොළක් තුළ එක ම ආයතනයක් පමණක් සිටින නිසා තරඟයක් දක්නට නොමැති අතර ඒ නිසා ම ඒකාධිකාරී බලයකින් කටයුතු කිරීමට ආයතනයට හැකියාව ලැබේ.

## ප්‍රවේශයට බාධා පැවතීම

ආයතනයකට ඒකාධිකාරී කර්මාන්තයකට අලුතින් ප්‍රවේශ වීම ඉතා දුෂ්කර වේ.

ආයතනයකට ඒකාධිකාරී කර්මාන්තයකට අලුතින් ප්‍රවේශ වීම වළක්වන ස්වාභාවික හෝ කෘත්‍රිම හෝ ස්වරූපයේ බාධක පවතී. පහත දැක්වෙන්නේ එබඳු බාධක කිහිපයකි.

1. ප්‍රධාන අමුද්‍රව්‍ය පිළිබඳ හිමිකම
2. රජයේ නීතිමය බාධක
3. පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් ඇති වීම

# ප්‍රධාන අමුද්‍රව්‍ය පිළිබඳ හිමිකම

භාණ්ඩයක් නිෂ්පාදනය කිරීමේ ප්‍රධාන අමු ද්‍රව්‍යවල අයිතිය තනි ආයතනයකට හිමි වන අවස්ථා පවතී.

නිදසුන් වශයෙන් රටක පිහිටි මැණික් නිධිවල අයිතිය එක් ආයතනයකට හිමි වීම හේතුවෙන් එකී ද්‍රව්‍යය භාවිතයෙන් කරන නිෂ්පාදිත සඳහා ඒකාධිකාරී තත්ත්වයක් නිර්මාණය වේ. මේ නිසා එවැනි නිෂ්පාදන සඳහා අලුත් ආයතන ප්‍රවේශ වීම බාධාකාරී වේ.

එසේම රජය ගන්නා ක්‍රියාමාර්ග නිසා ද අලුත් ආයතන ප්‍රවේශ වීම වැළකී ඒකාධිකාරී තත්ත්ව බිහිවන අවස්ථා පවතී.

යම් යම් ව්‍යාපාර කාර්ය කරගෙන යාමේ අයිතිය තනි ආයතනවලට පැවරීමත්, ඇතැම් ව්‍යාපාර කාර්ය රජයට අයත් ආයතන මගින් පමණක් කරගෙන යාමත් සඳහා රජය පියවර ගන්නා අවස්ථා පවතී.

නිදසුන් - ශ්‍රී ලංකාවේ දුම්රිය දෙපාර්තමේන්තුව, විදුලිබල මණ්ඩලය

# පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් ඇති වීම

පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් පවතින විට ද අලුත් ආයතන ප්‍රවේශ වීම ට බාධාකාරී වේ.

දිගු කාලයේ දී සියලු ම යෙදවුම් වෙනස් කරමින් නිෂ්පාදනය කරන විට පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් හටගනී.

පිරිමැසුම් පවතින විට දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය පහත වැටෙන අතර ඒ නිසා ම ආයතනයට තම නිෂ්පාදනය වැඩි කිරීමේ හැකියාව ද ලැබේ.

## ස්වාභාවික ඒකාධිකාරී

මෙහි දී අඩු පිරිවැයක් යටතේ නිපදවීමට හැකියාව ලැබෙන නිසා නිපදවන භාණ්ඩ අඩු මිලකට අලෙවි කිරීමට ද හැකියාව ලැබේ.

මෙබඳු තත්ත්වයක් ස්වාභාවික ඒකාධිකාරී තත්ත්වයක් ලෙස සලකනු ලබන අතර එවැනි තත්ත්වයක් ගොඩනැගුණු විට අලුත් ආයතනවලට ප්‍රවේශ වීම අපහසු වේ.



ඊට හේතුව ස්වාභාවික ඒකාධිකාරය ගොඩ නැගුණු විට අඩු පිරිවැයක් යටතේ නිමැවුම වැඩි කිරීමටත්, අඩු මිලක් යටතේ භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමට හැකියාවක් ලැබෙන නිසා අලුතින් පිවිසෙන ආයතනවලට ඒ හා සමඟ තරග කිරීම අපහසු වීම යි.

## වෙළෙඳපොළ තොරතුරු අපූර්ණ වීම හා පිරිවැයකින් තොර ව ලබාගත නොහැකි වීම

ඒකාධිකාරී නිෂ්පාදකයකුගේ වෙළෙඳපොළ තොරතුරු හා නිෂ්පාදනයට අදාළ තොරතුරු වෙනත් නිෂ්පාදකයකුට පූර්ණ හා පිරිවැයකින් තොර ව ලබාගත නොහැකි ය.

නිදසුන් :

කිසියම් භාණ්ඩයක ඉල්ලුම් තත්ත්ව, මිල ගණන්. ලාභදායීත්වය, නිෂ්පාදන පිරිවැය සහ තාක්ෂණය වැනි තොරතුරු ලබා ගැනීමේ හැකියාවක් වෙනත් ආයතනවලට නොමැත.

මෙවැනි තොරතුරු නොමැති ව වෙනත් අලුත් නිෂ්පාදන ආයතනවලට වෙළෙඳපොළට ප්‍රවේශ වීමට අපහසු වේ.

# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 13

### වෙළඳපොළ ව්‍යුහය III

# ඒකාධිකාරී තරගය

කර්මාන්තයට ඇතුළු වීමේ බාධක නොමැති වූත් ආයතන විශාල සංඛ්‍යාවකින් කර්මාන්තය සමන්විත වූත් වෙළෙඳපොළ තත්ත්වය ඒකාධිකාරී තරගය නමින් හැඳින්වේ.

ඒකාධිකාරී තරගය තුළ ඒකාධිකාරී ලක්ෂණ මෙන්ම පූර්ණ තරගකාරී ලක්ෂණ ද පවතී.

ඒ නිසා පූර්ණ තරගය හා ඒකාධිකාරය යන වෙළෙඳපොළ තත්ත්වයන්හි සංකලනයක් ලෙස ඒකාධිකාරී තරගය දැක්විය හැකි ය.

ඒකාධිකාරී තරගකාරී වෙළෙඳපොළක නිෂ්පාදිත අතර ප්‍රභේදනයක් පවතී. ඒකාධිකාරී තරගය පූර්ණ තරගයෙන් වෙනස් වන්නේ මේ නිසයි.

ඒකාධිකාරී තරගකාරී වෙළෙඳපොළ සංකල්පය මුලින් ම හඳුන්වා දෙන ලද්දේ 1930 වර්ෂයේ “එඩ්වඩ් වෑම්බර්ලින්” නමැති ආර්ථික විද්‍යාඥයා විසිනි.

සැබෑ ලොව සුමට ව දැකිය හැකි වෙළෙඳපොළ තත්ත්වය වන්නේ ද ඒකාධිකාරී තරගය යි.

# ඒකාධිකාරී තරගකාරී වෙළෙඳපොළක ලක්ෂණ පහත දැක්වේ.

- කර්මාන්ත තුළ ආයතන විශාල සංඛ්‍යාවක් පැවතීම
- එක් එක් ආයතනය ප්‍රභේදනය කරන ලද භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීම
- කර්මාන්තය තුළට ප්‍රවේශ වීමට හෝ පිට වීමට හෝ බාධා නොතිබීම
- ආයතනය මුහුණ දෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය පහතට බෑවුම් වීම
- සාධක සංචලතාවට බාධා නොපැවතීම
- ඒකාධිකාරී තරගකාරී ආයතන දිගු කාලයේ දී ප්‍රාමාණික ලාභ පමණක් ලැබීම

# කර්මාන්ත තුළ ආයතන විශාල සංඛ්‍යාවක් පැවතීම

පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළක මෙන් ම ඒකාධිකාරී තරගකාරී වෙළෙඳපොළක් තුළ ද ආයතන විශාල සංඛ්‍යාවක් සිටින අතර එක් එක් ආයතන ස්වාධීන මිල ප්‍රතිපත්ති අනුගමනය කරයි.

ආයතන විශාල සංඛ්‍යාවක් වෙළෙඳපොළ තුළ සිටින නිසා එක් ආයතනයකට මුළු වෙළෙඳපොළ සැපයුමෙන් හිමි වන්නේ ඉතා කුඩා කොටසකි.

මේ නිසා එක් ආයතනයක නිෂ්පාදනයට අන් ආයතන කෙරෙහි කිසිදු බලපෑමක් කළ නොහැකි ය.

## එක් එක් ආයතනය ප්‍රභේදනය කරන ලද භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීම

ඒකාධිකාරී තරගකාරී වෙළෙඳපොළක් තුළ සිටින සියලු ම ආයතන එක ම භාණ්ඩ වර්ගයක් නිෂ්පාදනය කළත්, එක් එක් ආයතනයේ නිෂ්පාදිත අතර විවිධ වෙනස්කම් පවතී.

නිදසුන් :-

ඒකාධිකාරී තරගකාරී වෙළෙඳපොළක නිපදවන භාණ්ඩය සබන් වුවත් ඒ ඒ ආයතනනිපදවන සබන් වෙන වෙන ම ගත් විට ඒ තුළ විවිධ වෙනස්කම් තිබීම.

මේ නිසා ඒකාධිකාරී තරගකාරී ආයතන නිපදවන භාණ්ඩ සමජාතීය නොවන අතර එක් භාණ්ඩයක් තවත් භාණ්ඩයක් සඳහා පූර්ණ ආදේශන නොවේ.

භාණ්ඩ ප්‍රභේදනය යන්නෙන් අදහස් වන්නේ මෙම තත්ත්වය යි.

භාණ්ඩ ප්‍රභේදනය කිරීම නිසා නිෂ්පාදන ආයතන අතර තරගකාරීත්වයක් ඇති වේ.

**ආයතන තරගකාරීත්වයක් ඇති කිරීමට පහත සඳහන් මාධ්‍යය භාවිත කරයි.**

- භාණ්ඩයේ ගුණාත්මක බව (භාණ්ඩයේ හැඩය, විශ්වසනීයත්වය, කල් පැවැත්ම, පාරිභෝගික සේවා)

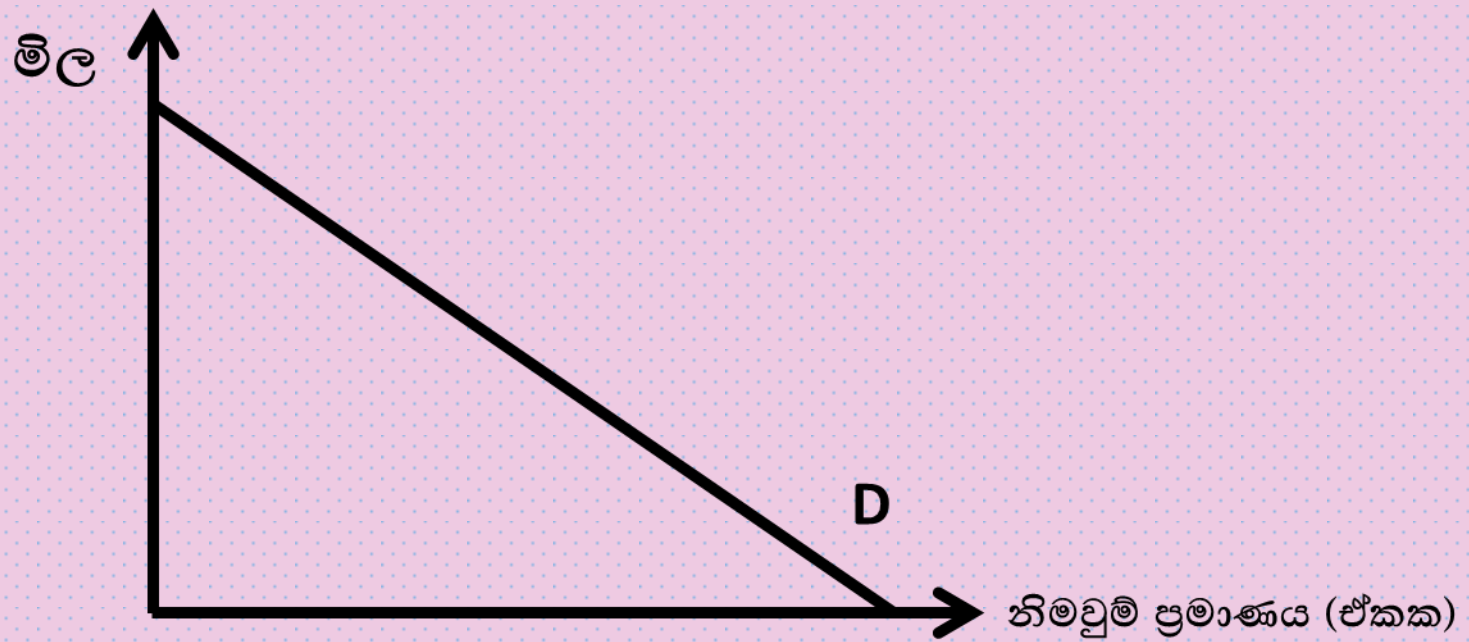
- භාණ්ඩයේ මිල

- අලෙවිකරණය

# ආයතනය මුහුණ දෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය පහතට බෑවුම් වීම

එක් එක් ආයතන ප්‍රභේදිත භාණ්ඩ නිපදවීම නිසා භාණ්ඩ එක සමාන වුවත් ඒවා අතර යම් යම් අසමානකම් පවතින බවට පාරිභෝගිකයන් තුළ විශ්වාසයක් පවතින නිසා භාණ්ඩවල මිල වෙනස් කිරීමේ හැකියාවක් ඒකාධිකාරී තරඟකාරී ආයතනයට ඇත.

මේ නිසා ඒකාධිකාරී තරඟකාරී ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍රය වමේ සිට දකුණට පහළට බෑවුම් වේ.



# කර්මාන්තය තුළට ප්‍රවේශ වීමට හෝ පිට වීමට හෝ බාධා නොතිබීම

පූර්ණ තරගයේ මෙන්ම ඒකාධිකාරී තරගයේ දී ද ව්‍යාපාර ආයතනවලට කර්මාන්තයට ඇතුළු වීමටත්, කර්මාන්තයෙන් ඉවත් ව යාමටත් නිදහස තිබේ.

ඒකාධිකාරී තරගකාරී ආයතනයක් කෙටි කාලයේ දී අතිප්‍රාමාණික ලාභ ඉපයීමට ඉඩකඩ පවතින අතර මේ නිසා නව ආයතන කර්මාන්තයට ප්‍රවේශ වේ.

මේ නිසා දිගු කාලයේ දී ඒකාධිකාරී තරගකාරී ආයතනයකට ලැබිය හැක්කේ ප්‍රාමාණික ලාභ පමණි.

ඒකාධිකාරී තරගකාරී වෙළෙඳපොළ සඳහා නිදසුන් පහත සඳහන් වේ.

- ආපණ ශාලා
- සිල්ලර කඩ
- බාබර් සාප්පු
- සබන්
- දන්තාලේප
- සෙරෙප්පු
- පාවහන් වර්ග



# කතිපයාධිකාරය

මුළු වෙළෙඳපොළ ම නිෂ්පාදන ආයතන අතලොස්සකට පමණක් හිමි ව පවතින වෙළෙඳපොළ තත්ත්වය කතිපයාධිකාරය ලෙස හැඳින්වේ.

මෙවැනි වෙළෙඳපොළක දැකිය හැකි විශේෂිත ලක්ෂණ කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.

- සැපයුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව අතිශයින් සීමිත වීම
- ප්‍රවේශයට දැඩි බාධා පැවතීම
- ආයතන අතර දැඩි අන්‍යෝන්‍ය රැඳියාවක් පැවතීම
- ප්‍රභේදනය වූ හෝ ප්‍රභේදනය නොවූ හෝ භාණ්ඩ නිපදවීම
- ආයතනය මුහුණදෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය සාපේක්ෂ වශයෙන් අනම්‍ය වූ පහළට බෑවුම් වන එකක් වීම

## සැපයුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව අතිශයින් සීමිත වීම

වෙළෙඳපොළ තුළ තරග කෙරෙන ආයතන සංඛ්‍යාව අතිශයින් සීමිත වීම නිසා එක් ආයතනයක හැසිරීම අනෙකුත් ආයතනවල හැසිරීම කෙරෙහි බලපෑම කතිපයාධිකාරයේ විශේෂ ලක්ෂණයකි.

බලපෑමට ලක්වන ආයතන ද අනෙක් ආයතනවලට ප්‍රතික්‍රියා දක්වයි.

## ප්‍රභේදනය වූ හෝ ප්‍රභේදනය නොවූ හෝ භාණ්ඩ නිපදවීම

කතිපයාධිකාරී වෙළෙඳපොළ තුළ ඒ ඒ ආයතන නිපදවන භාණ්ඩ ප්‍රභේදිත හෝ ප්‍රභේදිත නොවූ හෝ ඒවා විමට පුළුවන.

# ප්‍රවේශයට දැඩි බාධා පැවතීම

එසේ ම කතිපයාධිකාරී වෙළෙඳපොළක ස්වාභාවික හෝ කෘත්‍රිම හෝ බාධක පවතින අතර එය අලුත් ආයතන කර්මාන්තය තුළට ප්‍රවේශ වීම වළක්වයි.

එවැනි බාධක කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.

- ආයතන තුළ පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් පැවතීම
- උපාය මාර්ග ක්‍රියා අනුගමනය කිරීම
- නෛතික සාධක
- ආරම්භක ප්‍රාග්ධනය විශාල වීම
- අමුද්‍රව්‍ය පාලනය ආයතන කිහිපයක් සතු වීම

මෙවැනි බාධක නිසා කර්මාන්තයට අලුතින් පැමිණෙන ආයතනයකට වෙළෙඳපොළ තුළ කටයුතු කිරීම දුෂ්කර වේ.

# ආයතන අතර දැඩි අන්‍යෝන්‍ය රැඳියාවක් පැවතීම

ආයතන සංඛ්‍යාව සීමිත වන හෙයින් එක් ආයතනයකට වෙළෙඳපොළෙන් හිමි වන කොටස සාපෙක්ෂ වශයෙන් විශාල වේ.

සෑම ආයතනයක් ම වෙළෙඳපොළ තුළ විශාල කොටසක් හිමිකර ගෙන තිබෙන නිසා ආයතන අතර දැඩි අන්‍යෝන්‍ය රැඳියාවක් පවතී.

එක් ආයතනයක් අනුගමනය කරන ප්‍රතිපත්ති අනෙක් ආයතනවලට සෘජුව ම බලපාන අතර සෑම ආයතනයක් ම තරගකරුවන්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වය කෙරෙහි දැඩි සැලැකිල්ලෙන් පසුවේ.

ඒ ඒ ආයතන, තරග කිරීමේ ආශාව නිසා එකිනෙකට ප්‍රතික්‍රියා දක්වමින් කටයුතු කරයි.

නිදසුන් වශයෙන්, යම් ආයතනයක් භාණ්ඩයේ මිල පහළ හෙළීමට තීරණය කළහොත් එය අනෙක් ආයතනවල භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම අඩු වී ලාභය අඩු වීමට හේතුවේ. එවිට එම ආයතනය ද

තරගකාරී ලෙස භාණ්ඩයේ මිල පහළ දමයි. එවිට ප්‍රථමයෙන් මිල අඩු කළ ආයතනය අවදානමකට ලක් වන අතර ඒ නිසා විවිධ උපක්‍රම භාවිතා කරමින් ඔවුන් අතර සහයෝගීතාව වර්ධනය කරගැනීමට උත්සාහ ගනී.

# ආයතනය මුහුණදෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය සාපේක්ෂ වශයෙන් අනම්‍ය වූ පහළට බෑවුම් වන එකක් වීම

එක් එක් ආයතන වෙළෙඳපොළ මුළු සැපයුමෙන් විශාල කොටසක් හිමිකර ගෙන තිබෙන නිසා ඒ ඒ ආයතනවලට වෙළෙඳපොළ මිල කෙරෙහි බලපෑම් ඇති කළ හැකි ය.

මේ නිසා ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍රය වමේ සිට දකුණට පහළට බෑවුම් වේ.

වෙළෙඳපොළේ එක් ආයතනයක් මිලෙහි වෙනසක් සිදු කරන්නේ නම් අනෙක් ආයතන ඊට ප්‍රතිචාර දක්වන නිසා ආයතනයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය නිශ්චිත නැත.

ඒ නිසා මිල කෙරෙහි දක්වන ප්‍රතිචාරයන් මත ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස් විය හැකි බැවින් ඉල්ලුම් වක්‍රයෙහි බිඳුණු ස්වභාවයක් හට ගැනීමට පුළුවන.

පුවත් පත්, රූපවාහිනි සේවා, වාණිජ බැංකු සහ සිමෙන්ති කම්හල් ආදිය කතිපයාධිකාරී වෙළෙඳපොළ තත්ත්වයන්ට නිදසුන් වේ.

# ඉහත සඳහන් කරන ලද ප්‍රධාන වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහයන්හි මූලික ලක්ෂණ සංසන්දනාත්මක ව වඩාත් සංක්ෂිප්ත ආකාරයෙන් පහත වගු සටහනෙහි දැක්වේ.

වෙළෙඳපොළේ ස්වරූපය	ආයතන සංඛ්‍යාව	කර්මාන්තයට ප්‍රවේශ වීම	නිෂ්පාදනයේ ස්වභාවය	නිදසුන්	ආයතනය මුහුණ දෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය
පූර්ණ තරඟය	අතිවිශාල වේ.	බාධා රහිත වේ.	සමජාතිය භාණ්ඩයකි.	වී බඩඉරිගු, වට්ටක්කා කැරට්, ආසන්න ලක්ෂණ ඇති	තිරස් අක්ෂයට සමාන්තර වේ. ආයතනය මිල ගනුවෙකි.
ඒකාධිකාරය	එක් ආයතනයක් පමණි.	බාධා සහිත වේ.	සුවිශේෂ වූවකි.	දුම්ඵලය සේවා, ජල සම්පාදනය, විදුලි බල සැපයීම,	පහළට බෑවුම් වේ. ආයතනයට මිල කෙරෙහි සැලකිය යුතු බලපෑමක් කළ හැකි ය.



වෙළෙඳපොළේ ස්වරූපය	ආයතන සංඛ්‍යාව	කර්මාන්තයට ප්‍රවේශ වීම	නිෂ්පාදනයේ ස්වභාවය	නිදසුන්	ආයතනය මුහුණ දෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය
ඒකාධිකාරී තරඟය	විශාල වේ.	බාධා රහිත වේ.	ප්‍රභේදනය වූවකි.	ආපන ශාලා, සිල්ලර කඩ, බාබර් සාප්පු	පහළට බෑවුම් වේ. එහෙත් සාපේක්ෂ වශයෙන් නම්‍යතාව වැඩිය. මිල කෙරෙහි බලපෑම් කළ හැකි ය.
කතිපයාධිකාරය	අතලොස්සකි.	බාධාකාරී වේ.	ප්‍රභේදනය වූ හෝ ප්‍රභේදනය නොවූ හෝ ඒවා වේ.	පුවත් පත්. රූපවාහිනී සේවා, ගෑස්, වාණිජ බැංකු	පහළට බෑවුම් වේ. සාපේක්ෂ වශයෙන් අනම්‍ය වේ. එහෙත් මිල කෙරෙහි නිරන්තරයෙන් දක්වන ප්‍රතිචාර මත රඳා පවතී.



# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 14

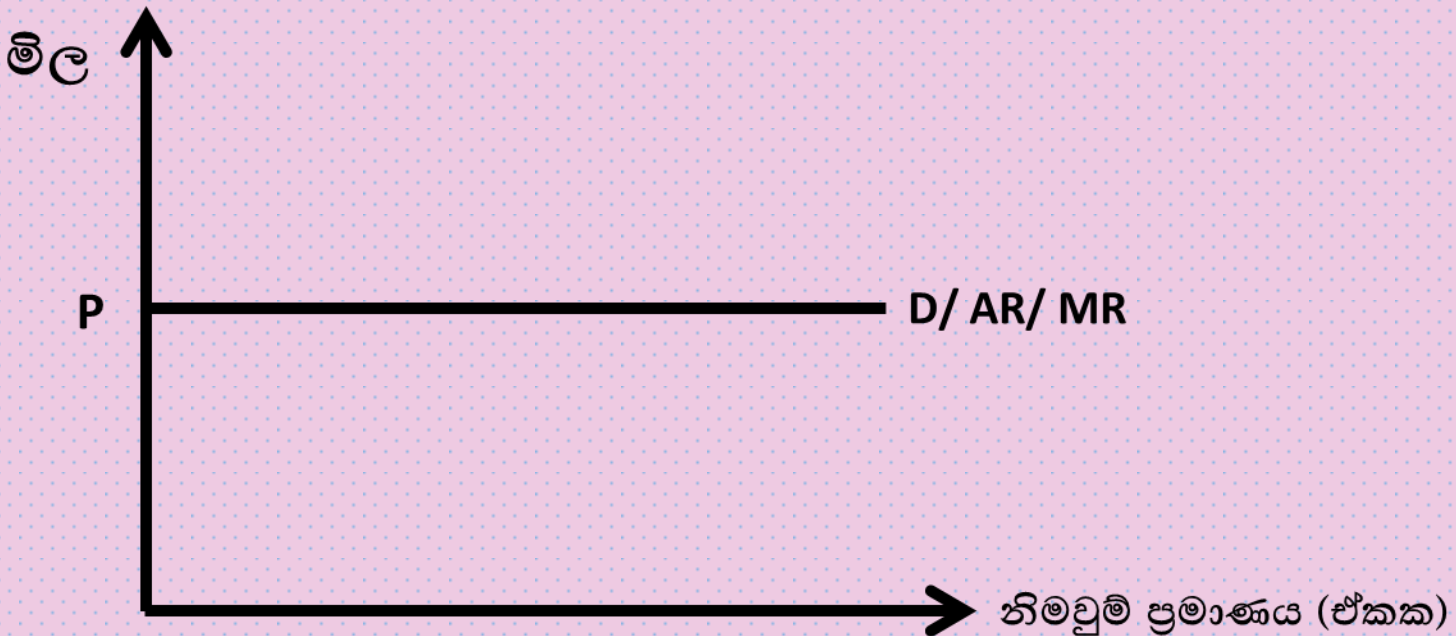
පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනයක  
කෙටිකාලීන හැසිරීම ।



# පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍රය

සමජාතීය භාණ්ඩ නිපදවීමක් එක් ආයතනයක් මුළු වෙළෙඳපොළ සැපයුමෙන් ඉතා සුළු කොටසක් පමණක් නිෂ්පාදනය කරන නිසාත් පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක් මිල ගනුවකු ( **Price Taker** ) ලෙස සැලැකේ.

මිලට බලපෑමක් නොකර වෙළෙඳපොළ පවතින මිලට ඕනෑම ප්‍රමාණයක් අලෙවි කර ගත හැකි නිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍රය පහත පරිදි තිරස් අක්ෂයට සමාන්තර වූ සරල රේඛාවක ආකාරයට පිහිටයි.

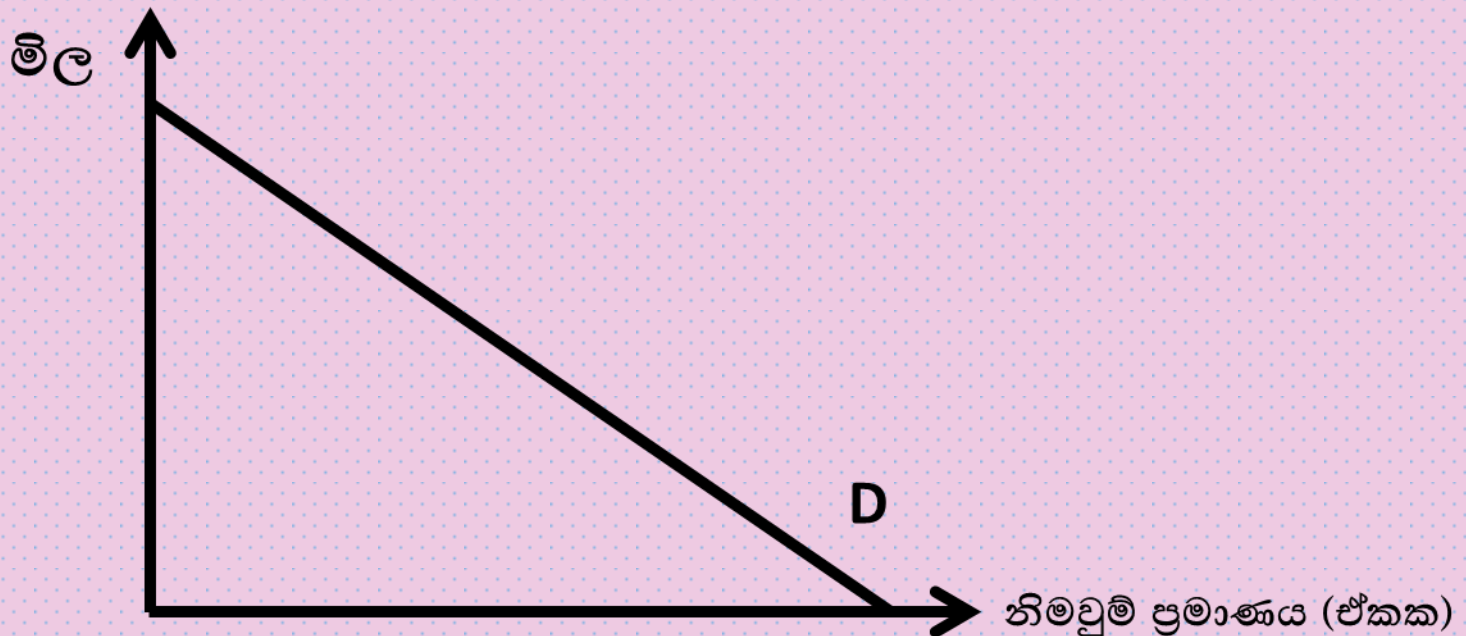


# පුර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය

පුර්ණ තරගකාරී ආයතනයක් මිල ගනුවකු වුව ද පුර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයට භාණ්ඩයක මිල තීරණය කිරීමට හැකි ය.

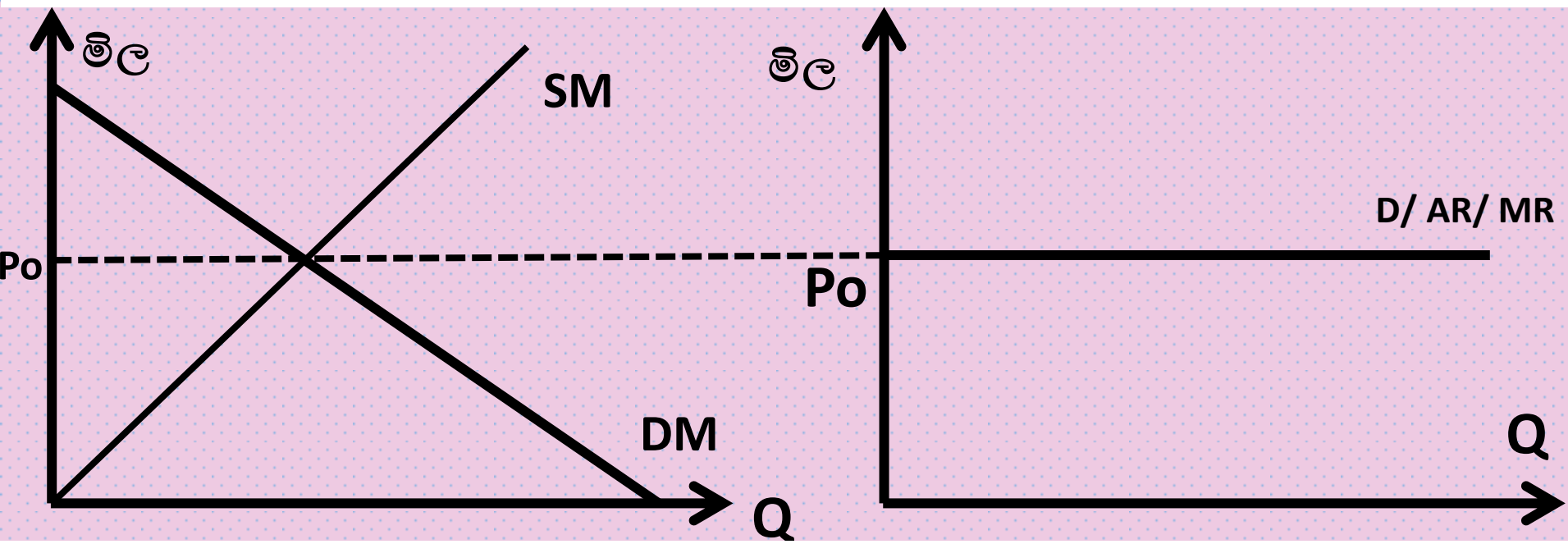
මේ නිසා පුර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය වමේ සිට දකුණට පහළට බෑවුම් වන්නකි.

එය පහත පරිදි දැක්විය හැකි ය.



පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍රය හා පූර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයක ඉල්ලුම් වක්‍රය අතර සම්බන්ධතාවක් පවතී

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍රය හා පූර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයක ඉල්ලුම් වක්‍රය අතර සම්බන්ධතාවක් පවතී. මෙම සම්බන්ධතාව පහත පරිදි දැක්විය හැකි ය.



ඉහත රූප සටහනේ  $D_M$  වක්‍රයෙන් කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වක්‍රයත්,  $S_M$  වක්‍රයෙන් කර්මාන්තයේ සැපයුම් වක්‍රයත් දැක්වේ.

කර්මාන්තයේ තීරණය වී ඇති සමතුලිත මිල  $P_0$  වේ.

ආයතන මුහුණ දෙන මිල වෙනස් වන්නේ කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම සැපයුම වෙනස් වුව හොත් පමණි.

පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයකට කෙටි කාලයේ දී සංරෝධක දෙකකට මුහුණ දීමට සිදුවේ. එනම්

1. මිල ගනුවකු ලෙස කටයුතු කිරීමට සිදු වීම.
2. ආයතනය සතු ව පවතින තාක්ෂණය හා ධාරිතාව මත කටයුතු කිරීමට සිදු වීම.

මෙම සංරෝධක දෙකක යටතේ කටයුතු කිරීමේ දී වැදගත් තීරණ දෙකක් ගැනීමට ආයතනයට සිදු වේ.

1. නිෂ්පාදනයේ තව දුරටත් රැඳී සිටිනවා ද? නො එසේ නම් ආයතනය වසා දමනවාද ?
2. නිෂ්පාදනයේ තව දුරටත් රැඳී සිටීමට තීරණය කළ හොත් කොපමණ භාණ්ඩ ප්‍රමාණයක් නිපදවනවා ද?

ආයතනය වසා නො දමා තව දුරටත් නිෂ්පාදනයේ රැඳී සිටීමට තීරණය කළ හොත් පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයට සිය ප්‍රශස්ත නිමැවුම තීරණය කිරීමට විශ්ලේෂණ ක්‍රම 2ක් භාවිත කළ හැකි ය. එනම්

1. මුළු අයහාර - මුළු පිරිවැය ප්‍රවේශය
2. ආන්තික අයහාර - ආන්තික පිරිවැය ප්‍රවේශය

# මුළු අයහාරය හා මුළු පිරිවැය ඇසුරින් ආර්ථික ලාභ ගණනය

මුළු අයහාරය හා මුළු පිරිවැය ඇසුරින් ආර්ථික ලාභ ගණනය කොට ආර්ථික ලාභ වැඩි ම නිමැවුම ප්‍රශස්ත නිමැවුම ලෙස තෝරා ගැනීම මුළු අයහාර හා මුළු පිරිවැය ප්‍රවේශය මගින් සිදු කරයි.

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයේ මුළු අයහාරය හෙවත් අලෙවි ආදායම පහත පරිදි ලබා ගත හැකිය.

$$\text{මුළු අයහාරය} = \text{භාණ්ඩයේ මිල} \times \text{ප්‍රමාණය}$$

$$TR = P \times Q$$

මුළු ස්ථාවර පිරිවැය (TFC) සහ මුළු විචලන පිරිවැය (TVC) යන දෙකෙහි එකතුවෙන් කෙටි කාලීන මුළු පිරිවැය (TC) ලැබේ.

$$\text{මුළු පිරිවැය} = \text{මුළු ස්ථාවර පිරිවැය} + \text{මුළු විචලන පිරිවැය}$$

$$TC = TFC + TVC$$

මෙලෙසින් ලබා ගන්නා මුළු ආහාරය හා මුළු පිරිවැය ඇසුරෙන් ප්‍රශස්ත නිමැවුම තෝරා ගන්නා ආකාරය පහත සංඛ්‍යා සටහන ඇසුරෙන් පැහැදිලි කළ හැකි ය.

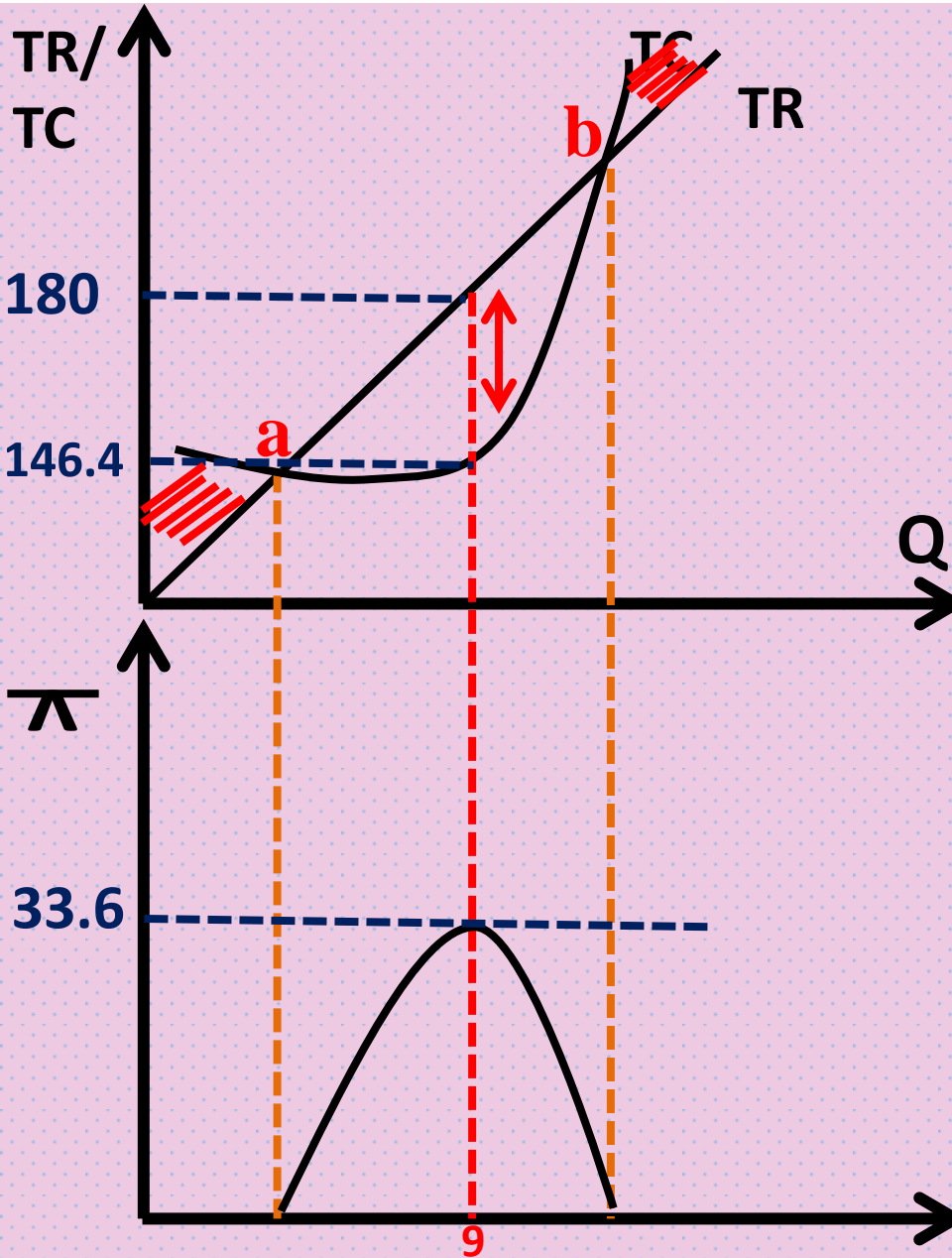
නිමැවුම (දිනකට ඒකක)	මුළු අයහාරය (රු.)	මුළු පිරිවැය (රු.)	ආර්ථික ලාභ (රු.)
0	0	20	-20
1	20	36.8	-16.8
2	40	52.8	-12.8
3	60	68.0	-8.0
4	80	80.0	0
5	100	90.4	9.6
6	120	101.6	18.4
7	140	114.4	25.6
8	160	128.0	32.0
9	180	146.4	33.6
10	200	168.0	32.0
11	220	196.0	24.0
12	240	240.0	0

මෙහි දී වෙළෙඳපොළේ තීරණය වී ඇති භාණ්ඩ ඒකකයක මිල රුපියල් 20/- ලෙසින් සැලකිල්ලට ගෙන ඇත.

සංඛ්‍යා සටහනට අනුව මුළු අයහාරයෙන් මුළු පිරිවැය අඩු කිරීමෙන් ආර්ථික ලාභ ලබා ගෙන ඇති අතර වැඩි ම ආර්ථික ලාභය රුපියල් 33.60කි.

එම නිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනය ආර්ථික ලාභය වැඩි ම නිමැවුම් මට්ටම වන නිමැවුම ඒකක 9 ප්‍රශස්ත නිමැවුමක් සේ තෝරා ගනී.

ඉහත සංඛ්‍යා ලේඛන සටහනේ දැක්වෙන තොරතුරු පහත ආකාරයට ප්‍රස්තාර සටහනක් මගින් ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.



ඉහත ප්‍රස්තාර සටහනට අනුව a සහ b ලක්ෂ්‍යයන්හි දී මුළු අයහාර වකුය මුළු පිරිවැය වකුය ජේදනය කරයි. ඒ අනුව a සහ b ලක්ෂ්‍යයන්හි දී ආර්ථික ලාභ ශුන්‍ය වේ.

- a ලක්ෂ්‍යයට පහළ කොටසේ දී මුළු අයහාර වකුයට වඩා ඉහළින් මුළු පිරිවැය වකුය ගමන් කරයි. එම ප්‍රදේශයේ දී ම ආර්ථික ලාභ සෘණ අගයක් ගනී.
- b ලක්ෂ්‍යයට ඉහළ කොටසේ දී මුළු අයහාර වකුයට වඩා ඉහළින් මුළු පිරිවැය වකුය ගමන් කරයි. එම ප්‍රදේශයේ ද ආර්ථික ලාභ සෘණ අගයක් ගනී.
- a හා b අතර ප්‍රදේශයේ දී මුළු පිරිවැයට වඩා ඉහළින් මුළු අයහාර වකුය ගමන් කරයි.

මේ නිසා වැඩි ම ආර්ථික ලාභ පවතින ඒකක 9 කෙටි කාලයේ දී ප්‍රශස්ත නිමැවුම් මට්ටම සේ තෝරා ගනී.

# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 15

පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනයක  
කෙටිකාලීන හැසිරීම ||



# ආන්තික අයහාර = ආන්තික පිරිවැය( MR=MC ) ප්‍රවේශයේ

ආන්තික අයහාර = ආන්තික පිරිවැය( MR=MC ) ප්‍රවේශයේ දී නිෂ්පාදන ආයතනයේ ආන්තික අයහාරය හා ආන්තික පිරිවැය පදනම් කර ගෙන ලාභ ගණනය කිරීම සිදු වේ. ඒ අනුව යම් අවස්ථාවක ආන්තික අයහාරය ආන්තික පිරිවැයට සමාන වන නිමැවුම් මට්ටම ප්‍රශස්ත නිමැවුම සේ තෝරා ගනී.

## ආන්තික අයහාරය

නිමැවුම එක් ඒකකයකින් වැඩි කරන විට ආයතනයේ මුළු අයහාරයට අලුතෙන් එකතු වන ප්‍රමාණය ආන්තික අයහාරය යි.

මුළු අයහාරයේ වෙනස නිමැවුමේ වෙනසින් බෙදීමෙන් ආන්තික අයහාරය ලබා ගත හැකි ය.

$$\text{ආන්තික අයහාරය} = \frac{\text{මුළු අයහාරයේ වෙනස}}{\text{නිමැවුමේ වෙනස}}$$

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

# ආන්තික පිරිවැය

නිමැවුම එක් ඒකකය බැගින් වැඩි කරන විට මුළු පිරිවැයට අලුතෙන් එකතු වන ප්‍රමාණය ආන්තික පිරිවැය යි.

මුළු පිරිවැයේ වෙනස නිමැවුමේ වෙනසින් බෙදීමෙන් ආන්තික පිරිවැය ලබා ගත හැකි ය.

$$\text{ආන්තික පිරිවැය} = \frac{\text{මුළු පිරිවැයේ වෙනස}}{\text{නිමැවුමේ වෙනස}}$$

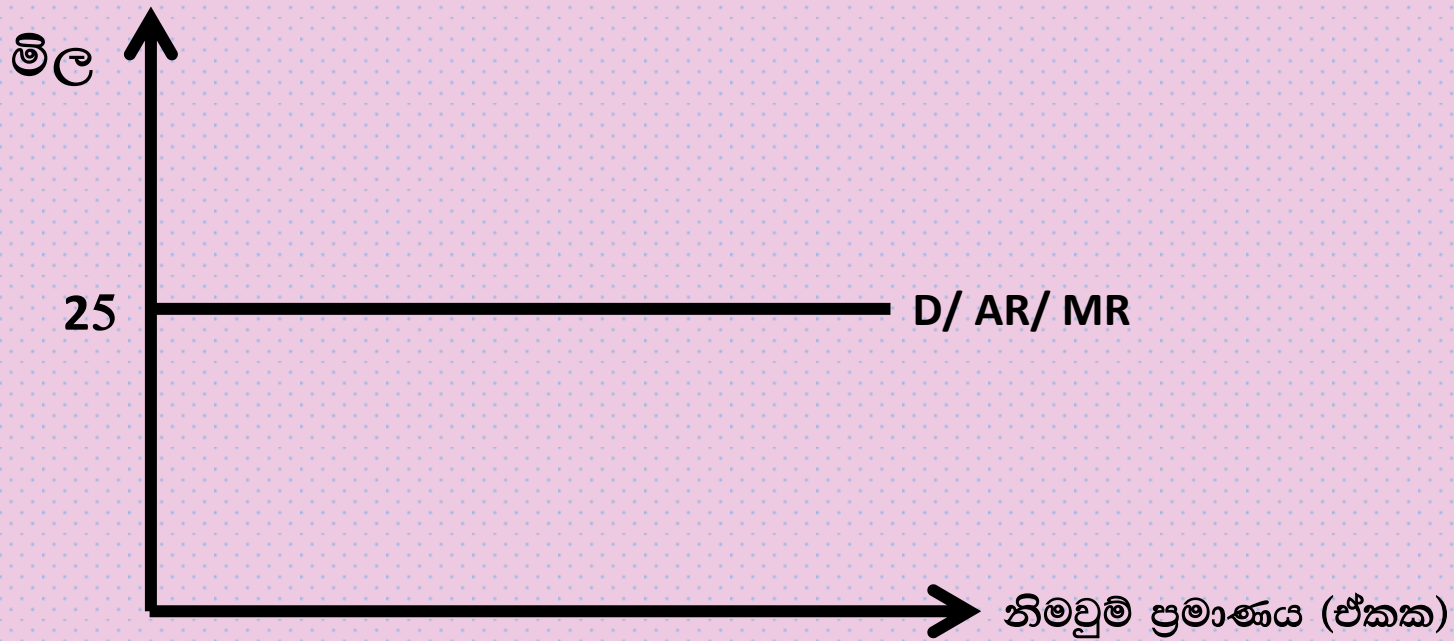
$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයකට පැවරුණු මිලක් යටතේ කටයුතු කිරීමට සිදුවන නිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක මිල සාමාන්‍ය අයහාරයට සහ ආන්තික අයහාරයට සමාන ( $P=AR=MR$ )වේ. මෙය පහත සංඛ්‍යා නිදසුන ඇසුරින් ලෙස පැහැදිලි කළ හැකි ය.

ප්‍රමාණය (Q)	මිල (P)	මුළු අයහාරය (TR)	සාමාන්‍ය අයහාරය (AR)	ආන්තික අයහාරය (MR)
0	25	0	0	-
1	25	25	25	25
2	25	50	25	25
3	25	75	25	25
4	25	100	25	25
5	25	125	25	25

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයකට පැවරුණු මිලක් යටතේ කටයුතු කිරීමට සිදුවන නිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක මිල සාමාන්‍ය අයහාරයට සහ ආන්තික අයහාරයට සමාන ( $P=AR=MR$ )වේ

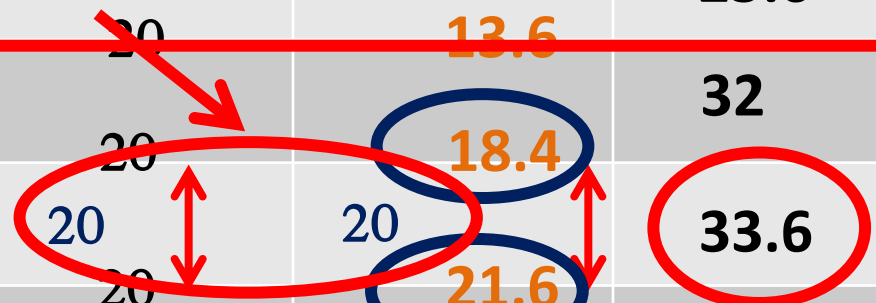
පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයේ මිල = සාමාන්‍ය අයහාරය = ආන්තික අයහාරය ( $P = AR = MR$ ) වන බැවින් එම තත්ත්වය පහත ආකාරයට ප්‍රස්තාර සටහනක් මගින් දැක්විය හැකි ය.



කෙටි කාලයේ දී පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක් ආන්තික අයහාරය ආන්තික පිරිවැයට සමාන වන විට දී සමතුලිතතාවට පත්වෙමින් ප්‍රශස්ත නිමැවුම තෝරා ගන්නා ආකාරය පහත පරිදි සංඛ්‍යා සටහනක් හා ප්‍රස්තාර සටහනක් ඇසුරෙන් පැහැදිලි කළ හැකි ය.

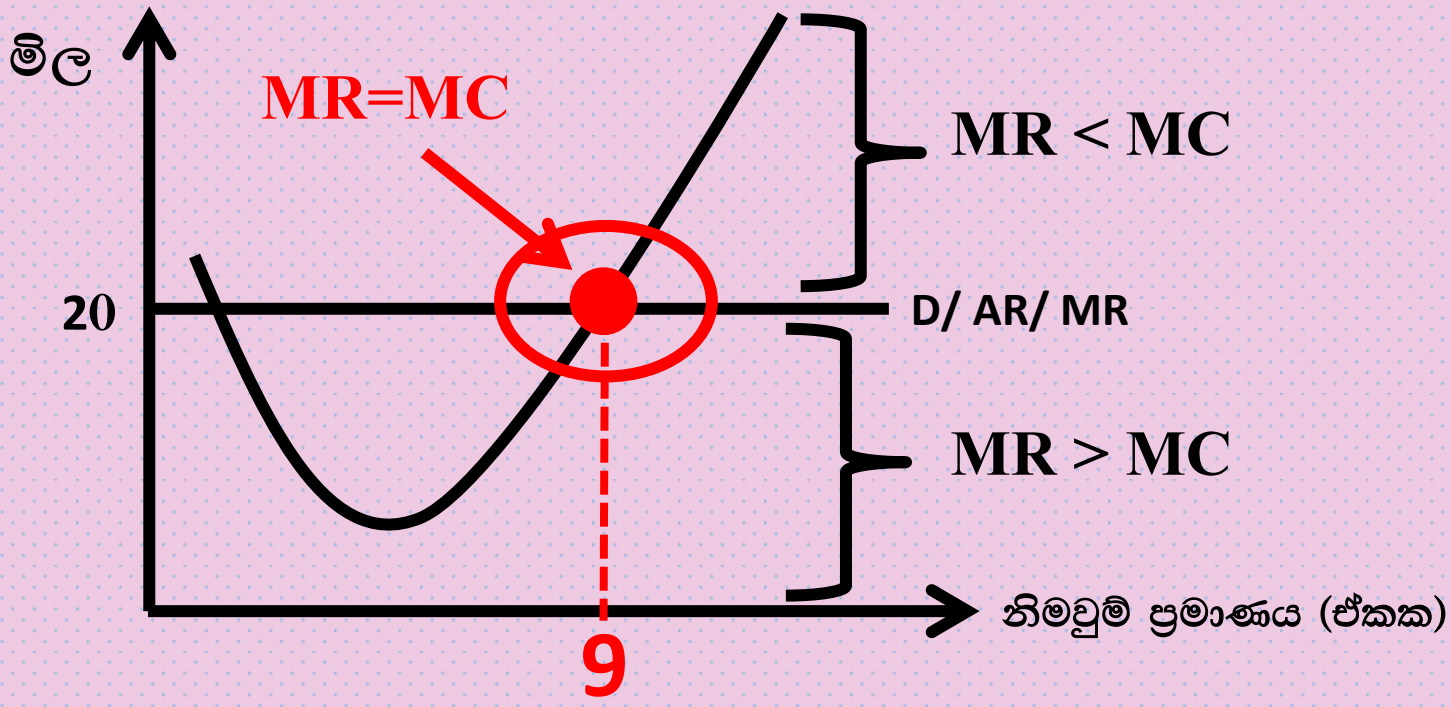
නිමැවුම (Q)	මුළු අයහාරය (TR)	මුළු පිරිවැය (TC)	ආන්තික අයහාරය (MR)	ආන්තික පිරිවැය (MC)	ආර්ථික ලාභය (TR - TC)
6	120	101.6			18.4
7	140	114.4	20	12.8	25.6
8	160	128	20	13.6	32
9	180	146.4	20	18.4	33.6
10	200	168	20	21.6	32
11	220	196	20	28	24

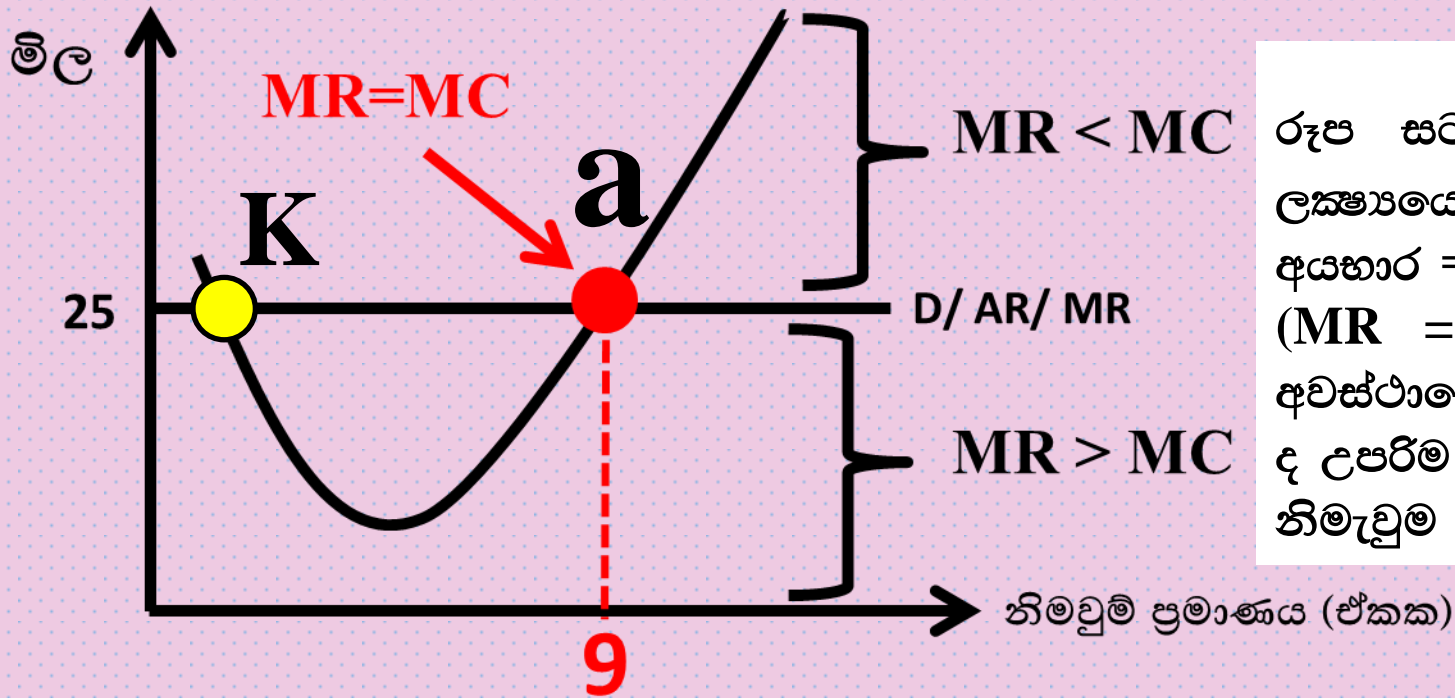
MR=MC



සංඛ්‍යා සටහනට අනුව නිමැවුම ඒකක 9 දී ආර්ථික ලාභය උපරිම වේ. එහි දී ආන්තික අයහාරය ආන්තික පිරිවැයට සමාන වේ.

එම නිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනය නිමැවුම් ඒකක 9 ප්‍රශස්ත නිමැවුම් මට්ටම සේ තෝරාගනී. ආන්තික අයහාර = ආන්තික පිරිවැය(  $MR=MC$  ) කොන්දේසිය තෘප්ත කරමින් ලාභ උපරිම කරන ප්‍රශස්ත නිමැවුම් මට්ටම පහත ප්‍රස්තාරයෙන් පෙන්වුම් කෙරේ.





රූප සටහනට අනුව **a** ලක්ෂ්‍යයේ දී ආන්තික අයහාර = ආන්තික පිරිවැය (MR = MC) වේ. එම අවස්ථාවේ දී ආර්ථික ලාභ ද උපරිම වන අතර ප්‍රශස්ත නිමවුම ඒකක 9 කි.

රූප සටහනේ දැක්වෙන **K** ලක්ෂ්‍යයේ දී ආන්තික අයහාර = ආන්තික පිරිවැය (MR = MC) කොන්දේසිය තෘප්ත වුවත් ඊට අදාළ නිමවුම ප්‍රශස්ත නිමවුම සේ තෝරා නො ගනී.

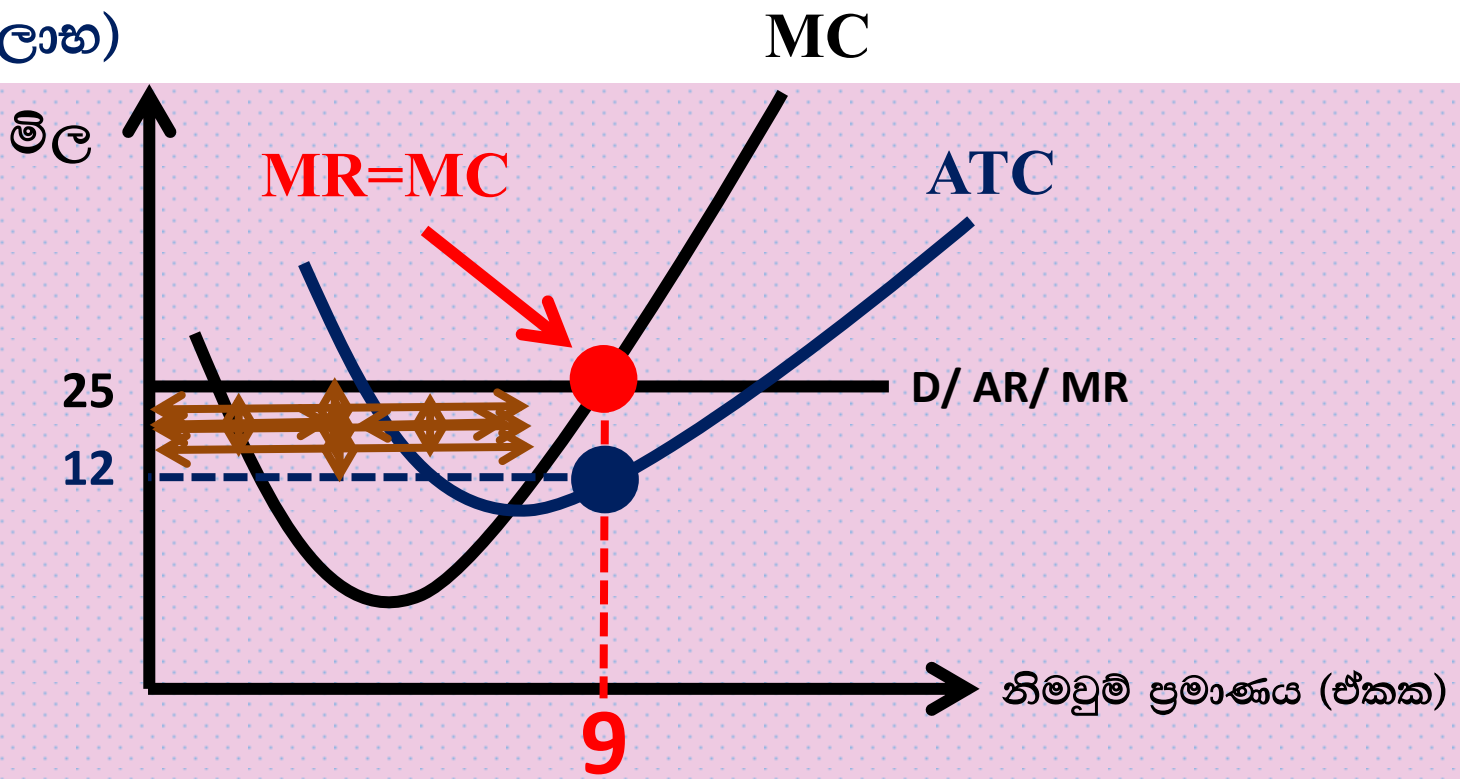
ඊට හේතුව **K** ලක්ෂ්‍යයට අදාළ නිමවුම් මට්ටමේ දී කිසිදු ලාභයක් නොලැබේ. නිමවුම ප්‍රසාරණය කළහොත් ලාභ හට ගනී. ලාභ උපරිම වීම සඳහා ආන්තික අයහාරය = ආන්තික පිරිවැය (MR = MC) යන කොන්දේසිය ඉටු වීම පමණක් ප්‍රමාණවත් නොවේ. මේ සඳහා තවත් කොන්දේසියක් ඉටු විය යුතුය එනම් ආන්තික අයහාරය ආන්තික පිරිවැයට සමාන වන (MR = MC) ලක්ෂ්‍යයේ දී ආන්තික පිරිවැය (MC) වකුය ආන්තික අයහාර (MR) වකුය ඡේදනය කළ යුත්තේ ඉහළ සිට පහළින් නොව පහළ සිට ඉහළින් එනම් ආන්තික පිරිවැය (MC) වකුයේ බෑවුම ධන අගයක් විය යුතු ය.

පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක කෙටි කාලීන හැසිරීම තුළ මුහුණ දිය හැකි විකල්ප අවස්ථා කිහිපයක් පහත දැක් වේ.

1. ආර්ථික ලාභ උපයමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදී සිටීම (නිෂ්ප්‍රාමාණික ලාභ / අතිප්‍රාමාණික ලාභ)
2. ආර්ථික ලාභ ශුන්‍ය මට්ටමේ නිෂ්පාදනයේ යෙදීම (ප්‍රාමාණික ලාභ)
3. පාඩු ලැබීම (අවප්‍රාමාණික ලාභ) / පාඩු ලබමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදී සිටීම
4. නිෂ්පාදන ආයතනය වසා දැමීම



ආර්ථික ලාභ උපයමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදී සිටීම (නිෂ්ප්‍රාමාණික ලාභ / අතිප්‍රාමාණික ලාභ)



මුළු අයභාරය = සාමාන්‍ය අයභාරය × නිමැවුම් ඒකක

$$TR = AR \times Q$$

$$TR = 25 \times 9$$

$$TR = \text{රුපියල් } 225$$

මුළු පිරිවැය = සාමාන්‍ය පිරිවැය × නිමැවුම් ඒකක

$$TC = ATC \times Q$$

$$TC = 12 \times 9$$

$$TC = \text{රුපියල් } 108$$

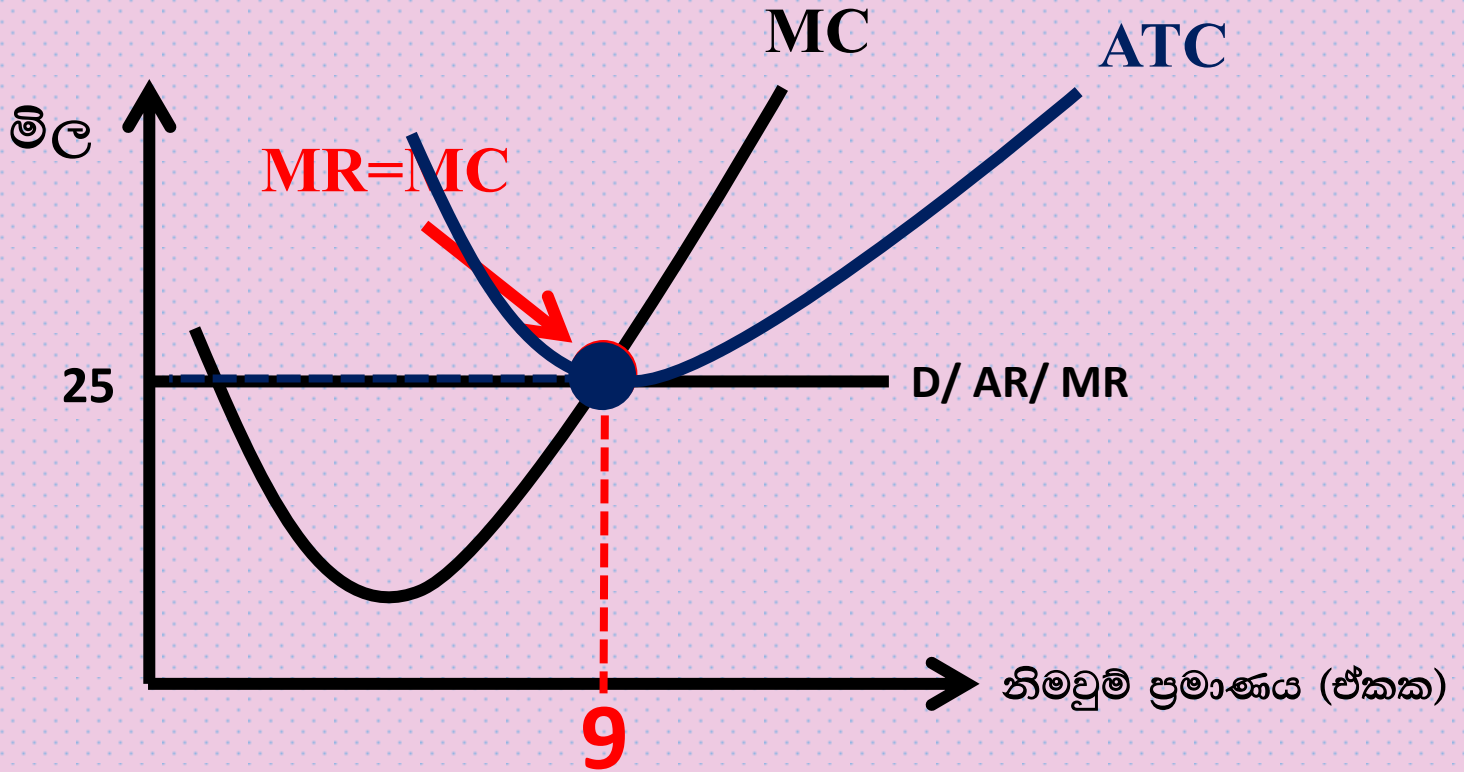
ආර්ථික ලාභය = මුළු අයභාරය - මුළු පිරිවැය

$$= TR - TC$$

$$= 225 - 108$$

$$= \text{රුපියල් } 72$$

# ආර්ථික ලාභ ශූන්‍ය මට්ටමේ නිෂ්පාදනයේ යෙදීම (ප්‍රාමාණික ලාභ)



මුළු අයහාරය = සාමාන්‍ය අයහාරය × නිමැවුම් ඒකක

$$TR = AR \times Q$$

$$TR = 25 \times 9$$

$$TR = \text{රුපියල් } 225$$

මුළු පිරිවැය = සාමාන්‍ය පිරිවැය × නිමැවුම්

$$TC = ATC \times Q$$

$$TC = 25 \times 9$$

$$TC = \text{රුපියල් } 225$$

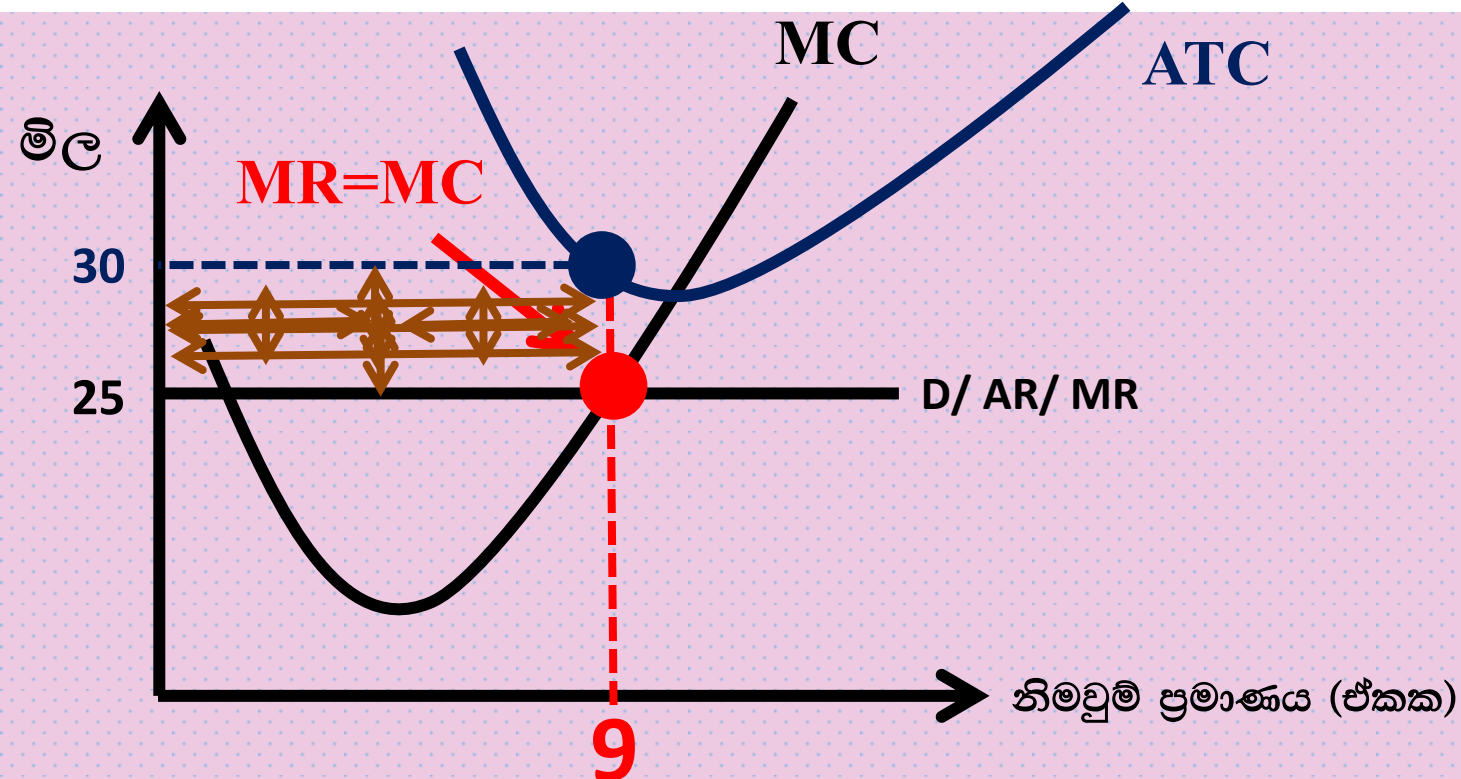
ආර්ථික ලාභය = මුළු අයහාරය - මුළු පිරිවැය

$$= TC - TC$$

$$= 225 - 225$$

$$= \text{රුපියල් } 0$$

පාඩු ලැබීම (අවප්‍රාමාණික ලාභ) / පාඩු ලබමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදී සිටීම



මුළු අයහාරය = සාමාන්‍ය අයහාරය × නිමැවුම් ඒකක  
 $TR = AR \times Q$   
 $TR = 25 \times 9$   
 $TR = \text{රුපියල් } 225$

මුළු පිරිවැය = සාමාන්‍ය පිරිවැය × නිමැවුම් ඒකක  
 $TC = ATC \times Q$   
 $TC = 30 \times 9$   
 $TC = \text{රුපියල් } 270$

ආර්ථික ලාභය = මුළු අයහාරය - මුළු පිරිවැය  
 $= TC - TC$   
 $= 225 - 270$   
 $= \text{රුපියල් } - 45$

# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 16

පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනයක  
කෙටිකාලීන හැසිරීම III

# නිෂ්පාදන ආයතනය වසා දැමීම

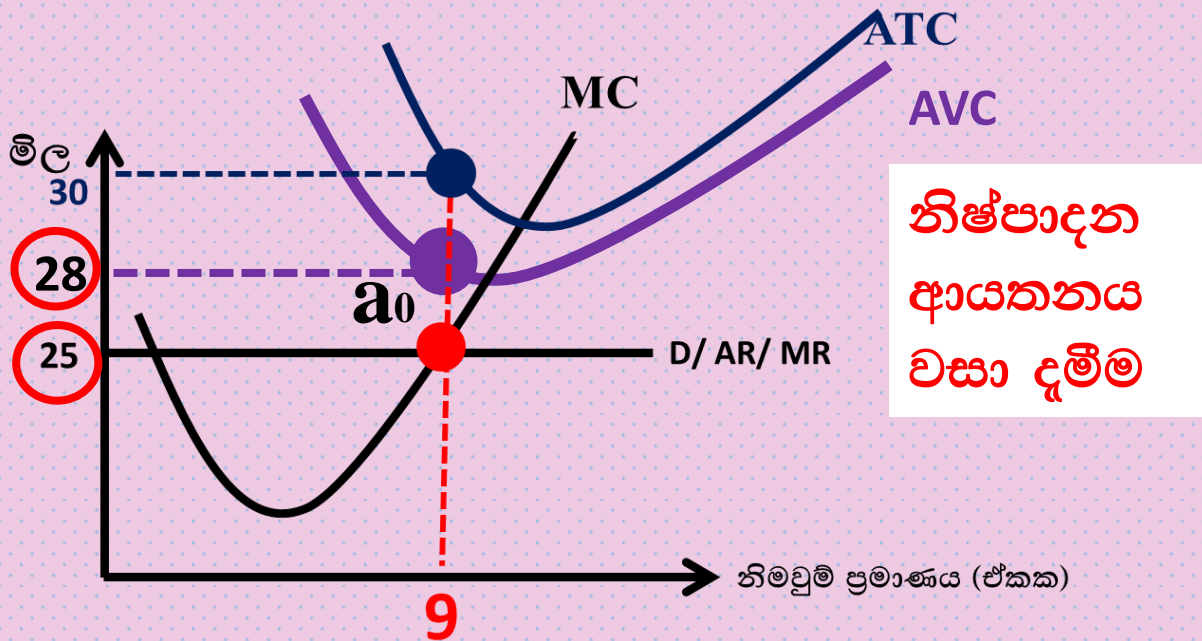
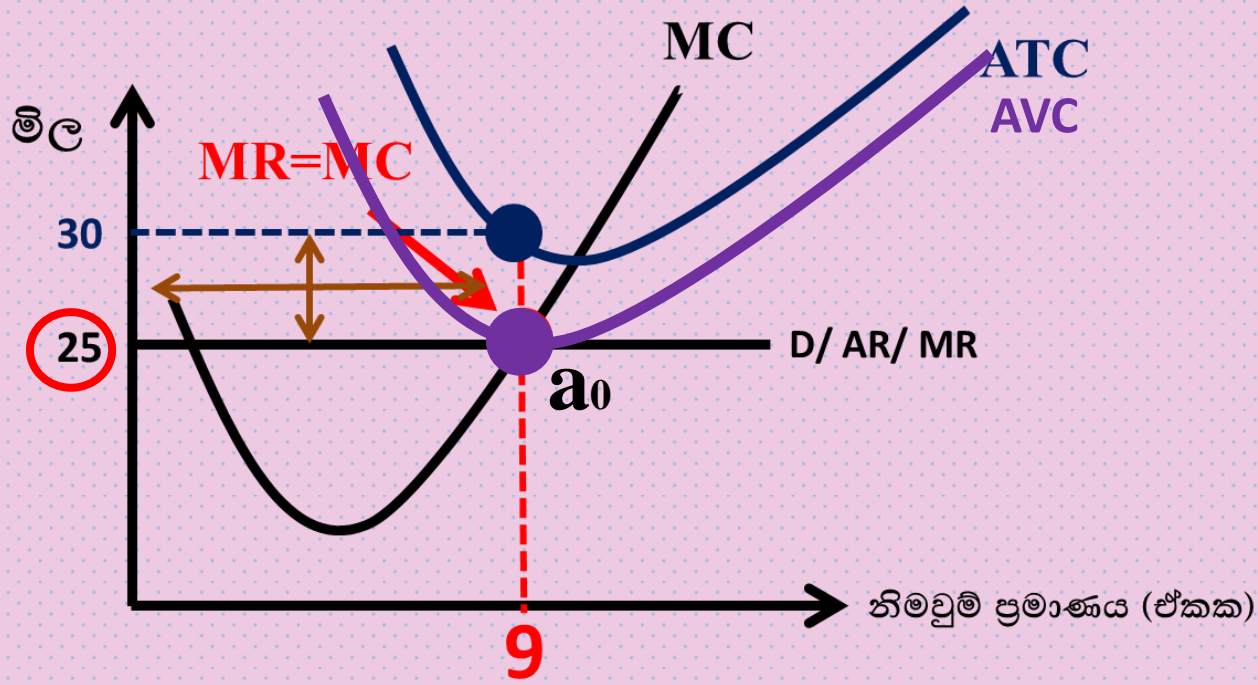
කෙටි කාලයේ දී පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක් අවප්‍රමාණික ලාභ ලැබූ ව ද නිෂ්පාදන ආයතනය වසා නොදමා නිෂ්පාදනයේ නිරත වීමට තීරණය කළ හැකි ය.

එසේ තීරණය කරනුයේ නිෂ්පාදනයේ නිරත වීමෙන් ස්ථාවර පිරිවැයෙන් කිසියම් ප්‍රමාණයක් හෝ පියවා ගැනීමට ඉඩ සැලසේ නම් පමණි.

කෙටි කාලයේ දී පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයකට මුළු ස්ථාවර පිරිවැය නියත වශයෙන් දැරීමට සිදුවන පිරිවැයක් වන අතර, මුළු විචල්‍ය පිරිවැය වළක්වා ගත හැකි පිරිවැයක් වේ.

ආයතනයේ මුළු අයහාරයෙන් මුළු පිරිවැය පියවා ගැනීමට නොහැකි වුවත් මුළු අයහාරයෙන් මුළු විචල්‍ය පිරිවැය පියවා ගැනීමට හැකියාවක් පවතී නම් පාඩු ලබන තත්ත්වයක වුව ද නිෂ්පාදනයේ යෙදෙමින් කර්මාන්තයේ තවදුරටත් රැඳී සිටීමට ආයතනය කටයුතු කරයි.

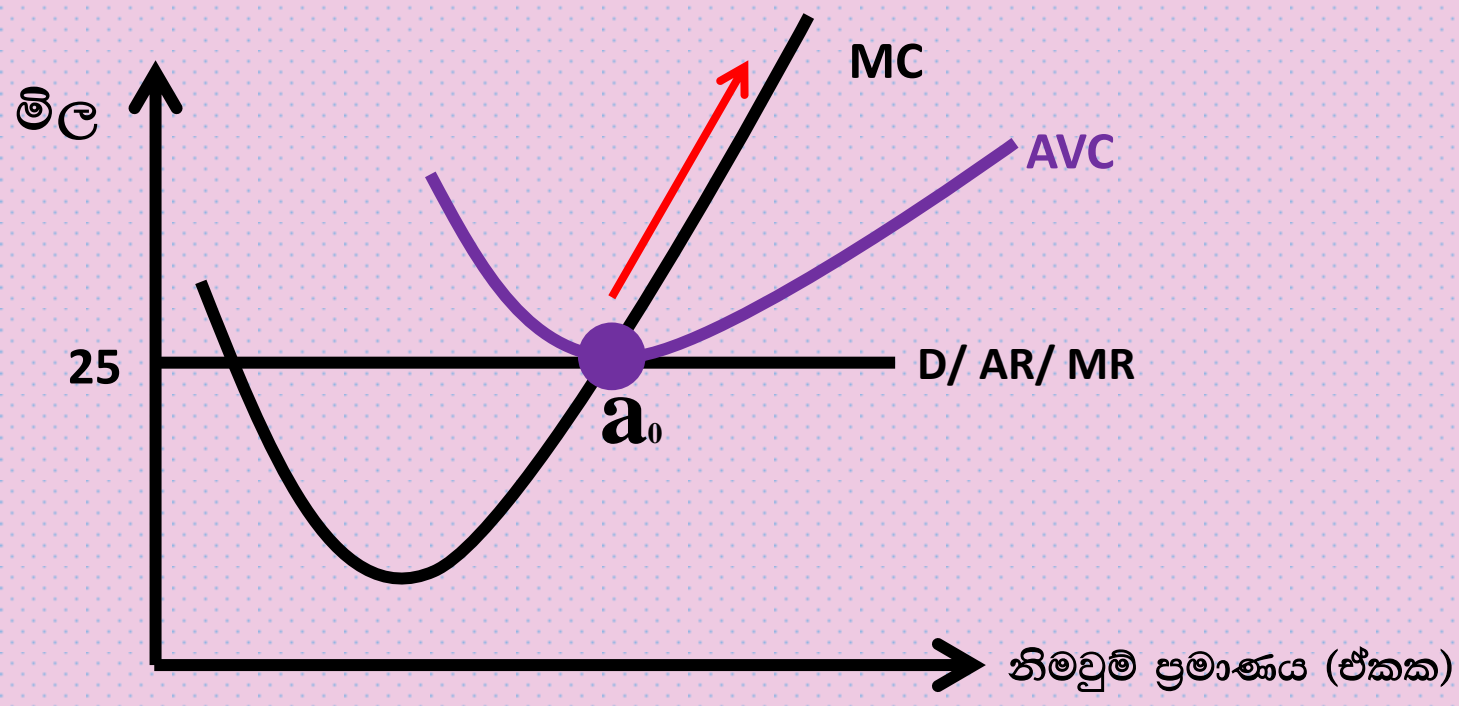
පහත රූප සටහනින් මෙම තත්ත්වය තව දුරටත් පැහැදිලි කළ හැකි ය.



රූප සටහනින් හෙළි වන සමස්ත තොරතුරුවලට අනුව පැහැදිලි වන්නේ කෙටි කාලයේ දී පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක නිෂ්පාදනයේ දැඩි සිටිනවා ද අත් හිටුවනවා ද යන්න තීරණය කෙරෙන තීරණාත්මක ලක්ෂ්‍යය වන්නේ මිල අවම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැයට සමාන වන  $a_0$  ලක්ෂ්‍යය යි .

නිෂ්පාදන ආයතනය වසා දැමීම

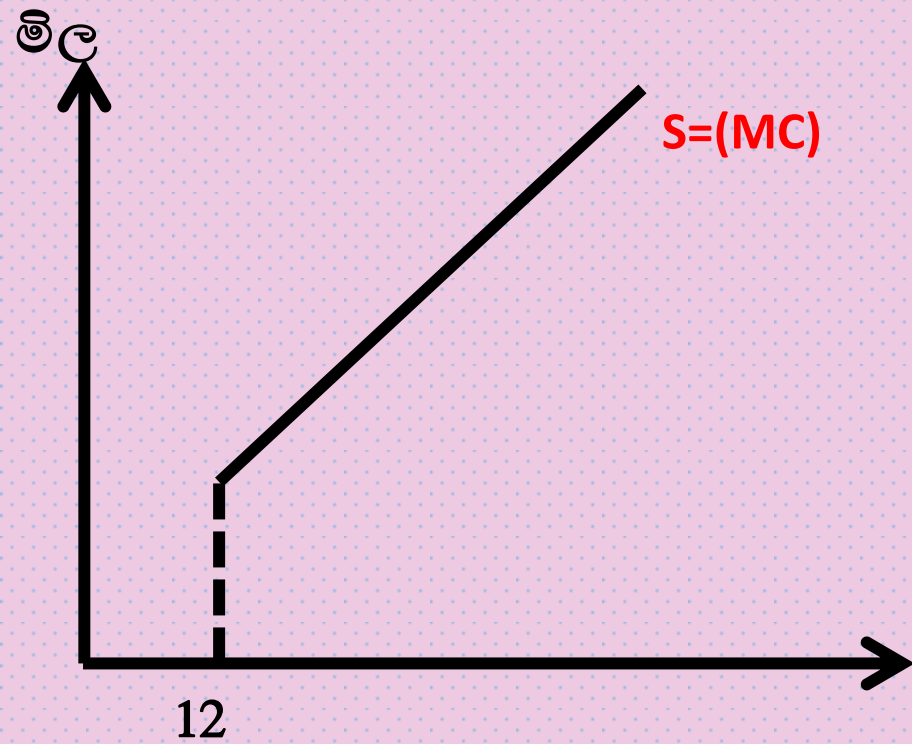
# ආයතනයේ කෙටි කාලීන සැපයුම් වක්‍රය



ඉහත රූප සටහනෙහි  $a_0$  ලක්ෂ්‍යයේ දී මිල අවම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැයට සමාන වන නිසා  $a_0$  ලක්ෂ්‍යයන් ඉහළ පිහිටි MC වක්‍රය ආයතනයේ කෙටි කාලීන සැපයුම් වක්‍රය වේ.

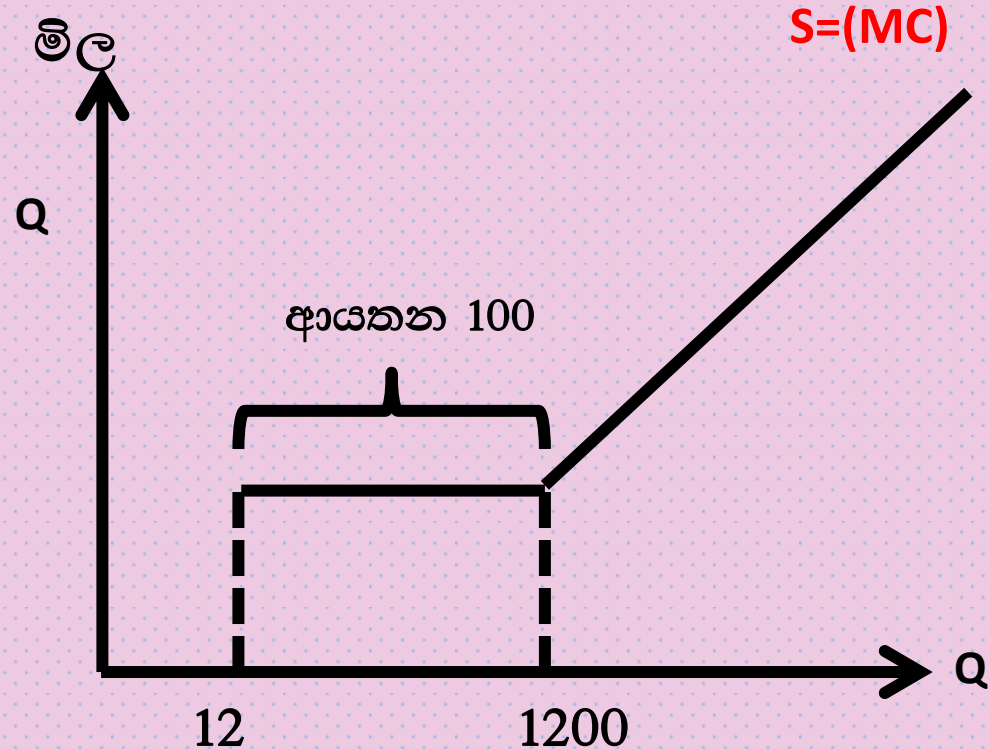
එ අනුව පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයේ කෙටි කාලීන සැපයුම් වක්‍රය ඉහත පරිදි ප්‍රස්තාර සටහනකින් දැක්විය හැකි ය.

# ආයතනයේ කෙටි කාලීන සැපයුම් වක්‍රය



# වෙළඳපොළ කෙටි කාලීන සැපයුම් වක්‍රය

නිදසුන් ලෙස පූර්ණ තරගකාරී වෙළඳපොළේ ආයතන 100ක් පවතී නම් වෙළඳපොළෙහි සැපයුම් තත්ත්ව හා ඊට අදාළ වෙළෙඳපොළ සැපයුම් වක්‍රය පහත පරිදි ව්‍යුත්පන්න කර ගත හැකි ය.





# පූර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයේ සමතුලිතතාව

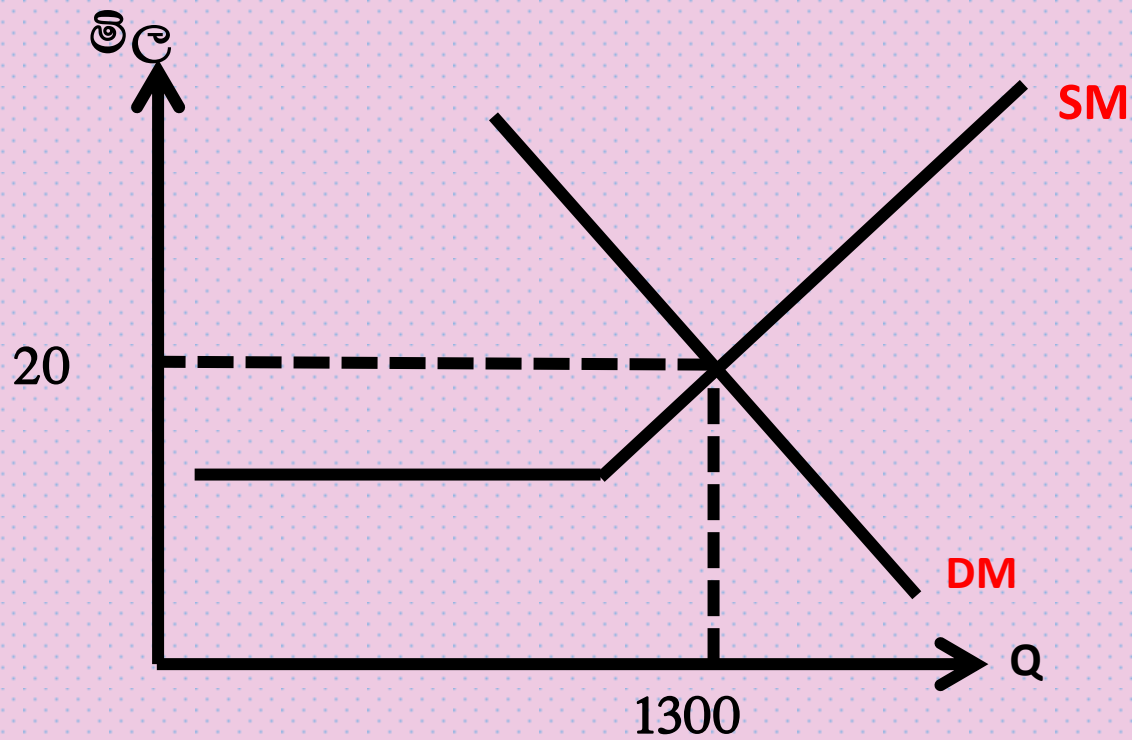
පූර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයේ සමතුලිතතාව ඇති වන්නේ කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය කර්මාන්තයේ සැපයුම් වක්‍රය ජේදනය වන ලක්ෂ්‍යයේ දී ය.

පූර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය භාණ්ඩය සඳහා අදාළ වෙළෙඳපොළේ සියලු ම පෞද්ගලික ඉල්ලුම් වක්‍ර තිරස් අතට එකතු කිරීමෙන් ලබා ගන්නා කි.

ඒ අනුව පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම් වක්‍රය වමේ සිට දකුණට පහළට බැවුම් වන්නකි.

පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළ සැපයුම වක්‍රය ලබා ගන්නේ ආයතනවල සැපයුම් වක්‍රවල තිරස් එකතුවෙනි.

ඒ අනුව පූර්ණ තරගකාරී ආයතන සියල්ල ම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැයට ඉහළින් පිහිටි ආන්තික පිරිවැය වක්‍රවල තිරස් එකතුවෙන් වෙළෙඳපොළ සැපයුම් වක්‍රය ව්‍යුත්පන්න කර ගත හැකි ය.



ඉහත රූප සටහනේ කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම වක්‍රය  $D_M$  වක්‍රයෙන් ද කර්මාන්තයේ සැපයුම  $S_M$  වක්‍රයෙන් ද දැක්වේ.

එම ඉල්ලුම සහ සැපයුම මත කර්මාන්තයේ සමතුලිතය තීරණය වේ.

එලෙස තීරණය වූ සමතුලිත මිල රුපියල් 20 වන අතර සමතුලිත ප්‍රමාණය ඒකක 1300 වේ.

# ආර්ථික විද්‍යාව

## 4 වන පාඩම - Video 17

### සාධක වෙළෙඳපොළ

# සාධක වෙළෙඳපොළ

භූමිය, ශ්‍රමය, ප්‍රාග්ධනය හා ව්‍යවසායකත්වය වැනි නිෂ්පාදන සාධක විකිණීමත්, මිලට ගැනීමත් සිදු කෙරෙන වෙළෙඳපොළ සාධක වෙළෙඳපොළ නමින් හැඳින්වේ.

භාණ්ඩ වෙළෙඳපොළෙහි භාණ්ඩවලට ඇති ඉල්ලුම හා සැපයුම මත භාණ්ඩ මිල තීරණය වන්නා සේ ම සාධක වෙළෙඳපොළෙහි සාධකවලට ඇති ඉල්ලුම හා සැපයුම මත සාධක මිල තීරණය වේ.

සාධක සේවා විකිණීමට ඉදිරිපත් වන්නේ කුටුම්භ අංශය වන අතර, සාධක සේවා මිලට ගනු ලබන්නේ භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කරන ආයතන විසිනි.

# නිෂ්පාදන සාධක සඳහා ඇති ඉල්ලුම ව්‍යුත්පන්න ඉල්ලුමකි

සාධකවලට ඇති ඉල්ලුම රඳා පවත්නේ එම සාධක භාවිත කොට නිපදවනු ලබන භාණ්ඩ හා සේවාවලට ඇති ඉල්ලුම මත ය.

මේ නිසා නිෂ්පාදන සාධක සඳහා ඇති ඉල්ලුම ව්‍යුත්පන්න ඉල්ලුමක් සේ සැලකේ.

නිදසුන් :-

- ඉදි කිරීම් සඳහා ඇති ඉල්ලුම මත පෙදරේරුවන් සඳහා ඉල්ලුමක් ඇති වීම
- ඇඟලුම් සඳහා ඇති ඉල්ලුම මත ඒවා නිපදවන ශ්‍රමිකයන්ට ඉල්ලුමක් ඇති වීම
- පරිගණකවලට ඇති ඉල්ලුම මත පරිගණක මෘදුකාංග ශිල්පීන්ට ඉල්ලුමක් ඇති වීම
- කෘෂිභෝගවලට ඇති ඉල්ලුම මත භූමියට ඉල්ලුමක් ඇති වීම

# සාධක සඳහා වන ඉල්ලුම් වක්‍රය

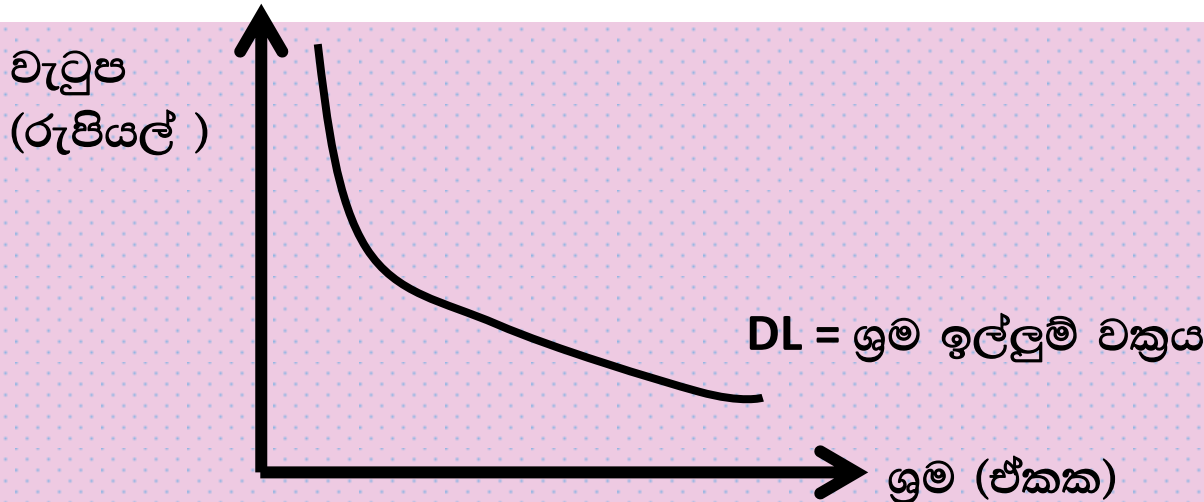
නිෂ්පාදන ආයතන සාධක සඳහා ඉල්ලුම් කරනුයේ සාධක මිල (වැටුප්, බදු කුලී, පොළී, ලාභ) සැලකිල්ලට ගැනීමෙනි.

සාධක මිල වැඩි නම් සාධක ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණය අඩු වන අතර සාධක මිල අඩු නම් සාධක ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණය වැඩි වේ. මෙම නිසා සාධක මිල හා සාධක ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණය අතර ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධයක් පවතී.

නිදසුන් :- ශ්‍රමිකයකුගේ වැටුප් ඉහළ යත් ම ශ්‍රම ඉල්ලුම අඩු වන අතර, වැටුප් පහළ යන විට ශ්‍රම ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩි වේ.

මේ නිසා සාධක සඳහා වන ඉල්ලුම් වක්‍රය වමේ සිට දකුණට පහළට බැවුම් වේ.

නිදසුන් :- ශ්‍රම ඉල්ලුම් වක්‍රය පහත පරිදි වමේ සිට දකුණට පහළට බැවුම් වේ.



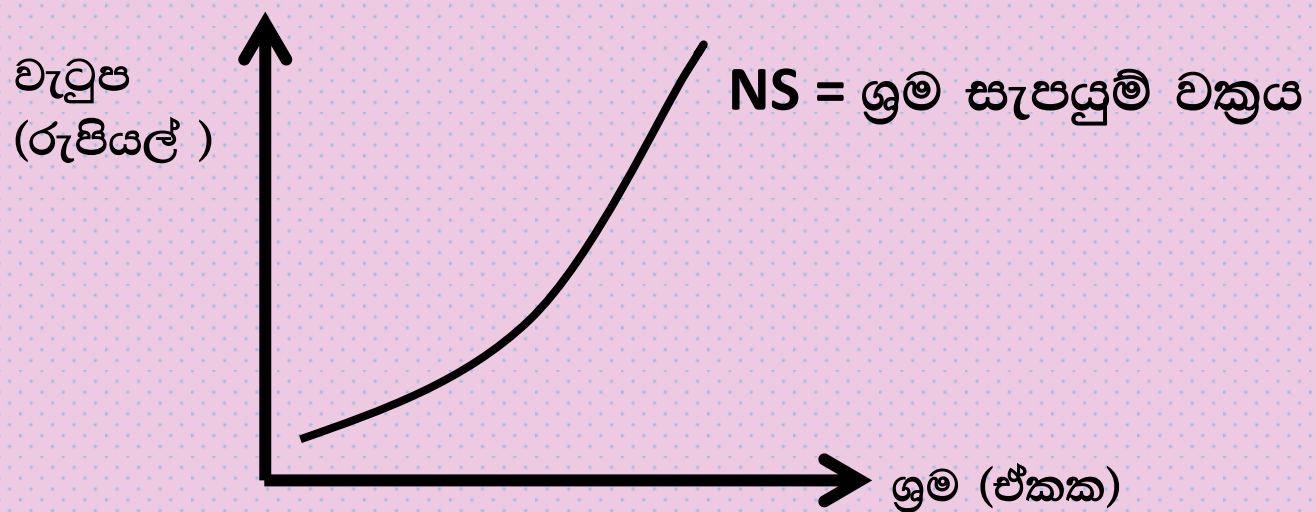
# සාධක සඳහා වන සැපයුම වක්‍රය

සාධක හිමියන් සාධක සපයනු ලබන්නේ ද සාධක මිල සැලකිල්ලට ගැනීමෙනි.

සාධක මිල වැඩි වන විට සාධක සැපයුම වැඩි වන අතර, සාධක මිල අඩු වන විට සාධක සැපයුම අඩු කරයි. මෙම නිසා සාධක මිල හා සාධක ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණය අතර අනුලෝම සම්බන්ධයක් පවතී.

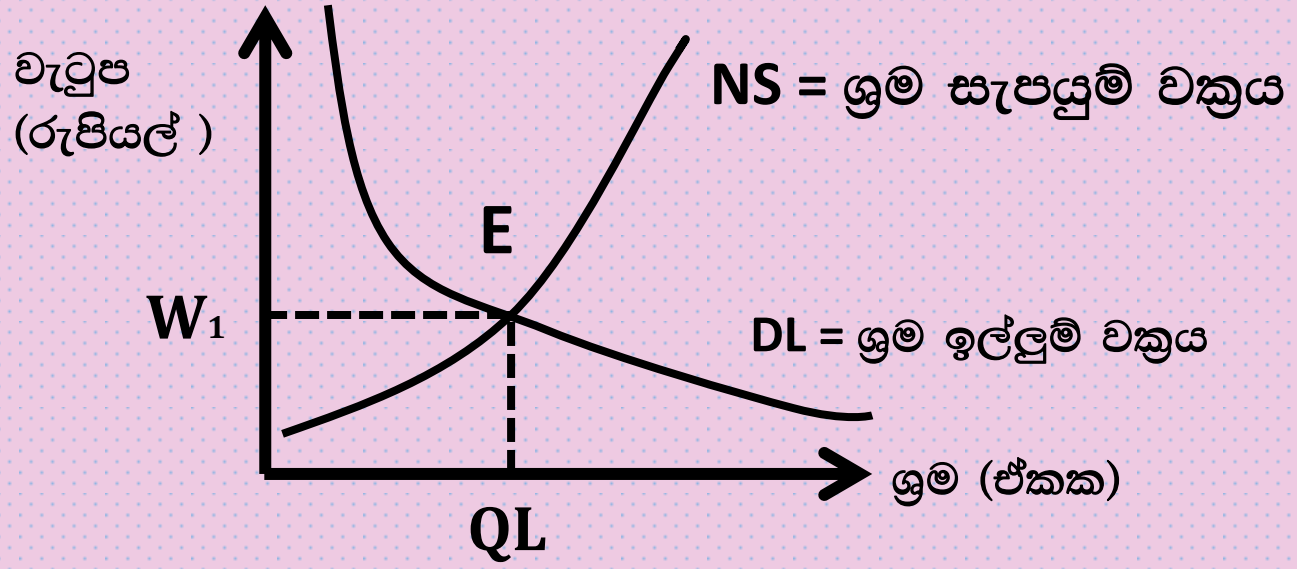
නිදසුන් : වැටුප් වැඩි වත් ම ශ්‍රමිකයන් වැඩියෙන් ශ්‍රමය සැපයීමට කැමැත්තක් දක්වන අතර වැටුප් අඩු වත් ම ශ්‍රම සැපයුම අඩු කිරීමට පෙලඹෙති.

මේ නිසා සාධක සඳහා වන සැපයුම වක්‍රය වමේ සිට දකුණට ඉහළට බැවුම් වේ.



# සාධක සමතුලිත මිල සහ සමතුලිත ප්‍රමාණය තීරණය වීම

සාධක ඉල්ලුම් වක්‍රය හා සාධක සැපයුම් වක්‍රයෙහි අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය මත සාධක මිල සහ සමතුලිත ප්‍රමාණය තීරණය වේ.



ඉහත රූප සටහනට අනුව E ලක්ෂ්‍යයේ දී ශ්‍රම වෙළෙඳපොළ සමතුලිත අවස්ථාව වන අතර එහි දී සමතුලිත වැටුප් අනුපාතිකය  $W_1$  වේ.

(ශ්‍රම වෙළෙඳපොළේ ශ්‍රම ඉල්ලුම හා ශ්‍රම සැපයුම මත ශ්‍රමයේ මිල තීරණය වන්නා සේම , අනෙකුත් සාධකවල ද ඉල්ලුම හා සැපයුම මත ඒවාහි ද මිල ගණන් තීරණය වේ.)



## සංක්‍රාම ඉපයීම

කිසියම් සාධක සේවාචක මිල මගින් පෙන්නුම් කෙරෙනුයේ එම සාධකයේ ඉපයීම යි.

කිසියම් නිෂ්පාදන සාධකයක් පවත්නා භාවිතයෙහි රඳවා තබා ගැනීම සඳහා එම සාධකය අපේක්ෂා කරන අවම මිල එම සාධකයේ සංක්‍රාම ඉපයීම ලෙස හැඳින්වේ. (යම් සාධකයක් සේවා නියුක්ත කරවීම සඳහා ගෙවිය යුතු අවමය සංක්‍රාම ඉපයීම් වේ. )

සාධකයකට එම අවම ප්‍රමාණයවත් ලබා ගත නොහැකි නම් එම සාධකය තව දුරටත් එම කාර්යයේ නිරත නොවී එම ඉපයීම් ලබා ගත හැකි වෙනත් භාවිතයක් කරා ඉවත් වී යාමට පුළුවන.

මේ නිසා එක් නිෂ්පාදන කාර්යයක සිට තවත් නිෂ්පාදන කාර්යයකට සම්පත් මාරු වීම වැළැක්වීම සඳහා සාධකයකට අවශ්‍ය අවම ඉපයුම් සංක්‍රාම ඉපයුම් මගින් පිළිබිඹු කෙරේ.

එහෙයින් සාධකයක වර්තමාන භාවිතයේ ආවස්ථික පිරිවැය සංක්‍රාම ඉපයුම් මගින් පෙන්නුම් කරයි.

කිසියම් සාධකයක පවත්නා භාවිතයෙහි රඳවා ගත හැක්කේ එම ආවස්ථික පිරිවැය පියවීමට ප්‍රමාණවත් ආදායමක් ලැබේ නම් පමණි.

## ආර්ථික බදු කුලිය

කිසියම් නිෂ්පාදන සාධකයක් පවත්නා භාවිතයෙහි රඳවා ගැනීම සඳහා අපේක්ෂා කරන අවම ගෙවීම් ඉක්මවා ආදායමක් උපයා ගන්නේ නම් එම අතිරික්ත ආදායම ආර්ථික බදු කුලිය ලෙස හඳුන්වනු ලැබේ.

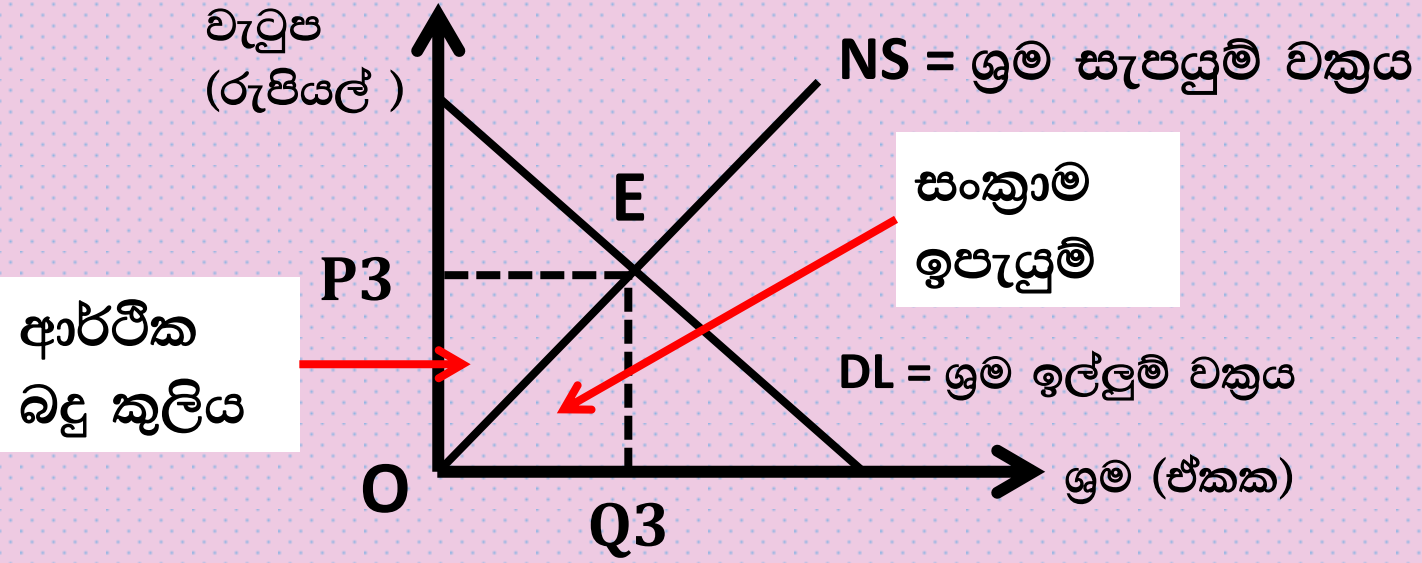
එනම් යම් සාධකයක වර්තමාන ඉපයුම සංක්‍රාම ගෙවීම් ඉක්මවා යන්නේ නම් ඒ ඉක්මවා යන ප්‍රමාණය ආර්ථික බදු කුලියෙන් පෙන්නුම් කෙරේ.

නිදසුන කිසියම් පුද්ගලයකුට වර්තමාන සේවා නියුක්තිය මගින් දිනකට රුපියල් 1000ක් ද, ඊළඟටකළ හැකි රැකියාව තුළින් දිනකට රුපියල් 800ක්ද ඉපයීමට හැකි බව සිතමු. මේ අනුව ඔහුගේ,

සංක්‍රාම ඉපයීම් = රුපියල් 800

ආර්ථික බදු කුලිය = රුපියල් 200

ආර්ථික බදු කුලිය හා සංක්‍රාම ඉපයුම් පහත ආකාරයට ප්‍රස්තාර සටහනක් මගින් පෙන්වුම් කළ හැකියි.



සාධක සැපයුම් වක්‍රයෙන් එම සාධකයේ ඒ ඒ ඒකකය සැපයීම සඳහා සැපයුම්කරුවා බලාපොරොත්තු වන අවම මිල එනම් ආවස්ථික පිරිවැය පෙන්වුම් කෙරේ.

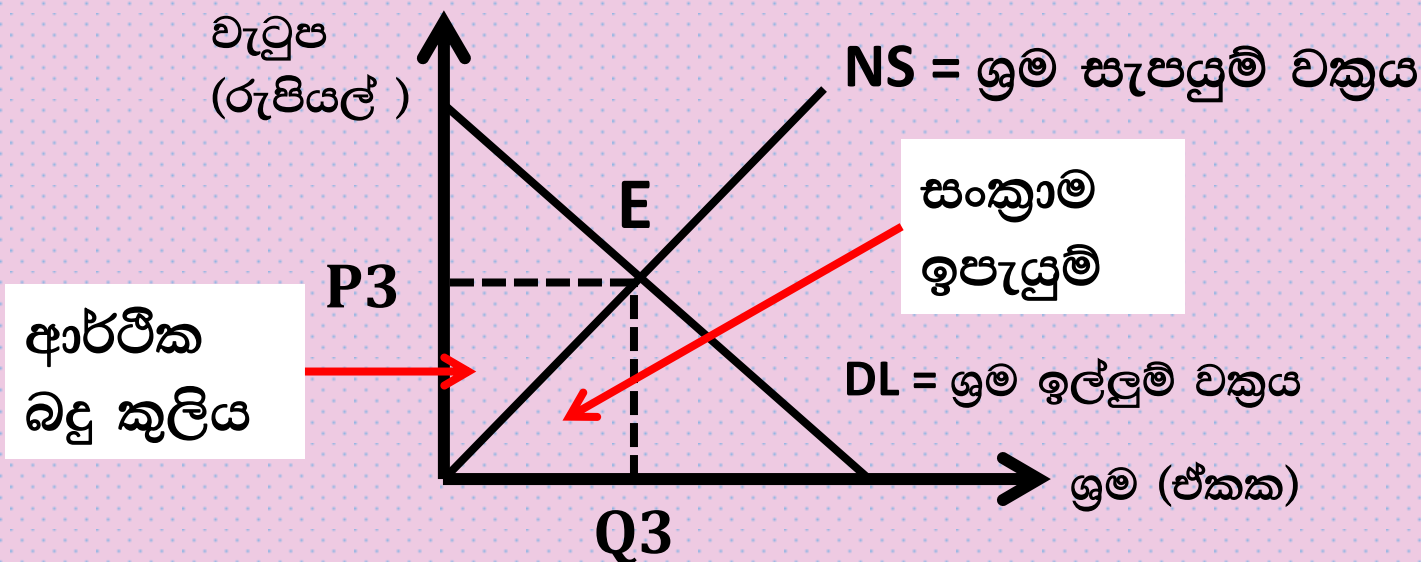
රූප සටහනට අනුව සාධකයෙහි සමතුලිත මිල  $P_3$  හා සමතුලිත ප්‍රමාණය  $Q_3$  වේ.

$O P_3 E Q_3$  සෘජුකෝණාස්‍රයේ ක්ෂේත්‍රඵලයෙන්  $Q_3$  ප්‍රමාණය සේවා නියුක්ත වන විට සාධකය සඳහා ලැබෙන මුළු ඉපයීම් ප්‍රමාණය පෙන්වුම් කෙරේ.

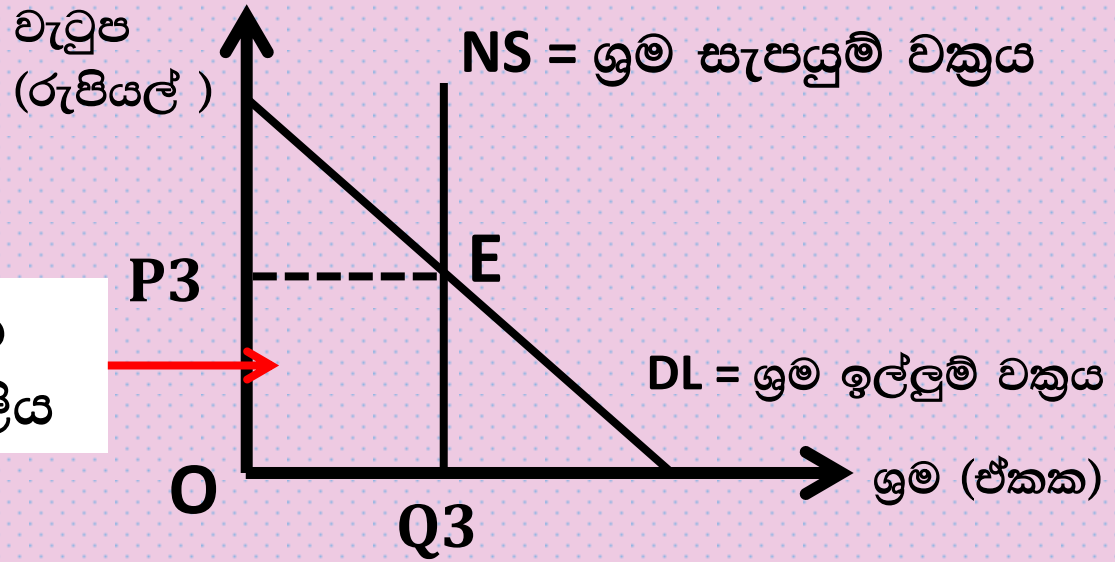
මෙ මුළු ඉපයුම් ආර්ථික බදු කුලිය හා සංක්‍රාම ඉපයුම් යන සංරචක දෙකකින් සමන්විත ය. ඒ අනුව  $O P_3 E$  ත්‍රිකෝණයේ ක්ෂේත්‍රඵලය  $Q_3$  ප්‍රමාණය සේවා නියුක්ත කිරීමෙන් ලැබෙන ආර්ථික බදු කුලිය ද  $O E Q_3$  ත්‍රිකෝණයේ ක්ෂේත්‍රඵලය  $Q_3$  සේවා නියුක්තිය කිරීමෙන් ලැබෙන සංක්‍රාම ඉපයුම් ද වේ.

# විවිධ සාධක සැපයුම් නමයක අවස්ථාවල දී ආර්ථික බදු කුලිය හා සංක්‍රාම ඉපැයුම් හැසිරෙන ආකාරය

## ඒකීය නමය සාධක සැපයුම් අවස්ථාවක සාධක ඉපැයුම්



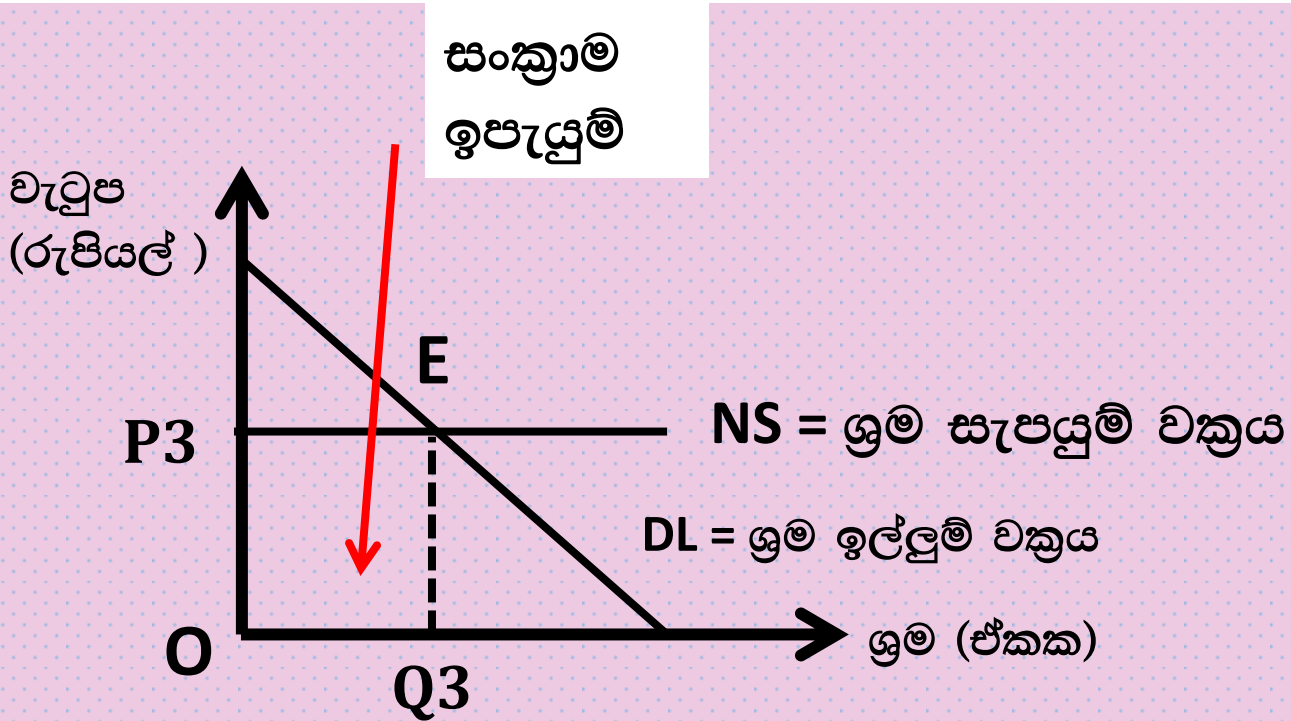
# පූර්ණ අනමය සාධක සැපයුම් අවස්ථාවක සාධක ඉපයුම්



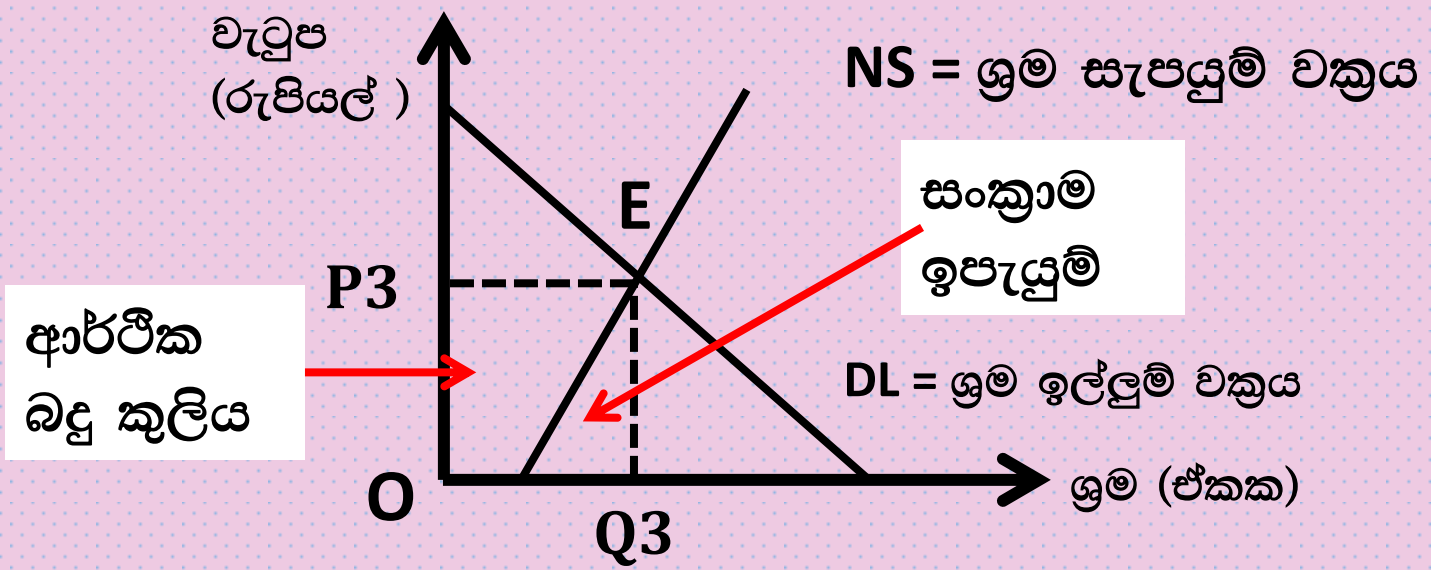
ආර්ථික බදු කුලිය



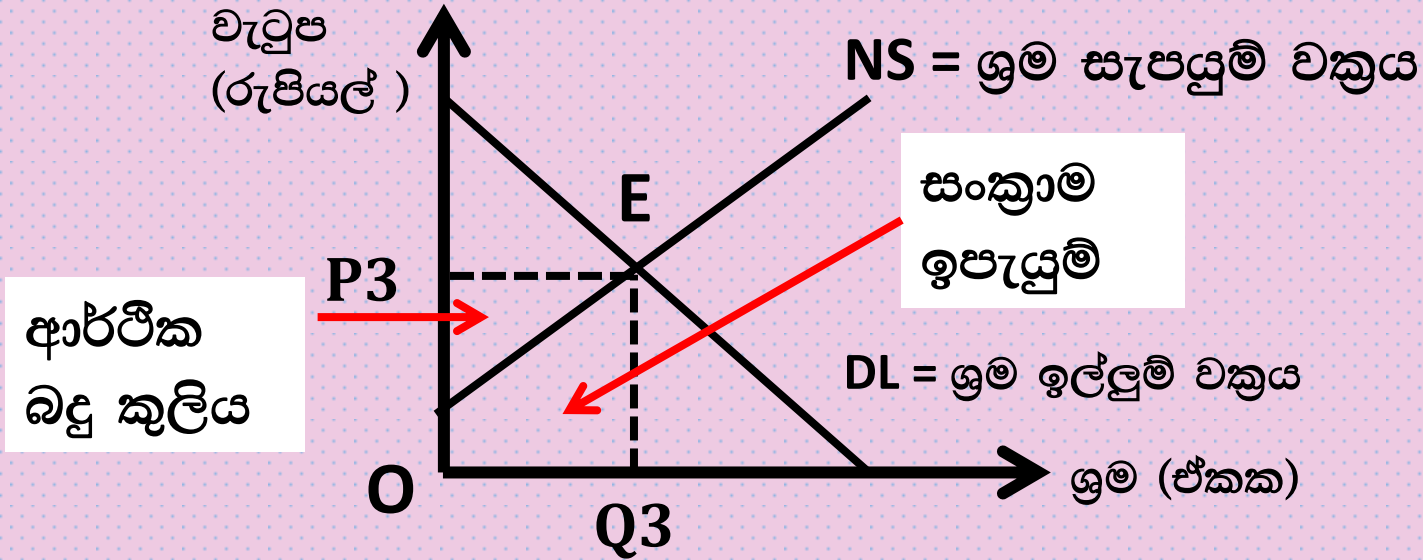
# පූර්ණ නම්‍ය සාධක සැපයුම් අවස්ථාවක දී සාධක ඉපයුම්



# අනාමය සාධක සැපයුම් අවස්ථාවක දී සාධක ඉපයුම්



# නමුඛ සාධක සැපයුම් අවස්ථාවක දී සාධක ඉපයුම්







# A/L NOTE BOOK

All about AL Notes ready for GCE AL Examination

## DOWNLOAD

Notes

Short Notes

Unit Test Papers

Term Test Papers

From



[www.ALNoteBook.com](http://www.ALNoteBook.com)

## Your Ultimate Resource for GCE A/L Notes and Study Guides

“The A/L notebook website is a dedicated online platform designed to provide comprehensive study materials and notes specifically tailored for students preparing for the General Certificate of Education Advanced Level (GCE A/L) examinations for free. The website offers a wide range of resources, including detailed subject notes, past exam papers, practice questions, and study guides. These materials cover various subjects and are curated by experienced educators to ensure they align with the curriculum and exam requirements.”