

04. නිෂ්පාදන පිරිවැය සහ සාධක වෙළෙඳපොළ

ව්‍යාපාර ආයතනයක කෙටි කාලීන හා දිගුකාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ ස්වරූපය.

නිෂ්පාදන ආයතන

ආර්ථිකයක් තුළ මිනිස් අවශ්‍යතා ඉටුකරගැනීම සඳහා අවශ්‍ය භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කොට වෙළෙඳපොළට සපයනු ලබන්නේ විවිධ නිෂ්පාදන පිරිස් විසිනි. මෙම නිෂ්පාදන කාර්යයේදී ඵලදායී ආර්ථික සම්පත් එකිනෙකට මුසු කිරීමක් සිදු වේ. එලෙස නිෂ්පාදන සම්පත් අවශ්‍ය පරිදි මුසු කරමින් නිෂ්පාදන සංවිධානය කරන ඒකකයක් නිෂ්පාදන ආයතන (ව්‍යාපාරික ආයතන) ලෙස හඳුන්වයි.

වෙළෙඳපොළ ආර්ථිකයක් තුළ කටයුතු කරන නිෂ්පාදන ආයතනවල ස්වරූපය

- තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර
- හවුල් ව්‍යාපාර
- සංස්ථාපිත සමාගම්
- සමූපාකාර ව්‍යාපාර
- රාජ්‍ය ව්‍යවසාය

නිෂ්පාදන ආයතනවල මූලික අරමුණ වන්නේ ලාභ උපරිම කිරීමයි. එසේ වුවද ඒ ඒ ආයතන අතර අපේක්ෂිත ලාභයෙහි විවිධ වෙනස්කම් පවතී.

නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය

- නිෂ්පාදන සම්පත් භාණ්ඩ හා සේවා බවට පරිවර්තනය කිරීමේ ක්‍රියාවලිය නිෂ්පාදනය ලෙස හඳුන්වයි.
- යෙදවුම් හා නිමැවුම් අතර පවතින තාක්ෂණික සම්බන්ධතාවය නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය නම් වේ.

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

Q = නිමැවුම

F = ශ්‍රිතයක් වේ

L = ශ්‍රමය

K = ප්‍රාග්ධනය



මෙම ශ්‍රිතයන් පෙන්වුම් කරන්නේ කිසියම් භාණ්ඩයක නිමැවුම , ශ්‍රමය හා ප්‍රාග්ධනය යන යෙදවුම් මත රඳා පවතින බවයි.

නිෂ්පාදනය හා සම්බන්ධ ප්‍රධාන කාල ස්වරූප

- 1. කෙටි කාලය
- 2. දිගු කාලය

1.කෙටි කාලය

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

මේ නිසාම කෙටි කාලයේ ස්ථාවර යෙදවුම් හා විචල්‍ය යෙදවුම් ලෙසින් සාධක දෙවර්ගයක් දැකිය හැකිය.

කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය

කර්මාන්ත ශාලාවේ තාක්ෂණය හා ධාරිතාව නොවෙනස්ව තිබියදී විචල්‍ය යෙදවුම් වෙනස් කරන විට යෙදවුම් හා නිමැවුම් අතර පවත්නා තාක්ෂණික සම්බන්ධතාව කෙටිකාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය නමින් හැඳින්වේ.

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

L - විචල්‍ය සාධකය (ශ්‍රමය)

K - ස්ථාවර සාධකය (ප්‍රාග්ධනය)

කෙටි කාලයේදී වෙනස්කල හැක්කේ විචල්‍ය සාධක පමණක් වන හෙයින් නවදුරටත් මෙම ශ්‍රිතය පහත ලෙස දැක්විය හැකිය.

$$Q = f(L1, L2, L3, \dots, Ln, K)$$

$$Q = f(V1, V2, V3, \dots, Vn, K)$$

(ශ්‍රමය වෙනස් කල හැකි සාධකය යන අර්ථයෙන්)



2. දිගු කාලය

නිෂ්පාදනයට අදාළ සියලුම යෙදවුම් වෙනස් කිරීමට ප්‍රමාණවත් කාලය දිගු කාලයයි. මේ නිසාම නිෂ්පාදන ආයතනයක දිගු කාලයේදී පවතින සියලුම යෙදවුම් විචල්‍ය යෙදවුම් වේ.

දිගුකාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට අදාළ සියලු යෙදවුම් වෙනස්කරන විට යෙදවුම් හා නිමැවුම් අතර පවතින සම්බන්ධතාවය දිගුකාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය නම් වේ.

$$Q = f (L1, L2, L3, \dots, Ln, K1, K2, K3, \dots, Kn)$$

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ ප්‍රධාන අදියර

- කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය
- දිගුකාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

කෙටිකාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

- කෙටි කාලයේ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේදී සිටින නිෂ්පාදන ආයතන විසින් විචල්‍ය යෙදවුම් හා ස්ථාවර යෙදවුම් යන දෙවර්ගයම භාවිතා කෙරේ.
- කෙටි කාලයේදී නිෂ්පාදන ආයතන, ස්ථාවර සාධක නොවෙනස්ව තබා ගනිමින් විචල්‍ය යෙදවුම් පමණක් වැඩි කරමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදේ.
- ස්ථාවර සාධක නොවෙනස්ව තබාගෙන විචල්‍ය යෙදවුම් පමණක් වැඩි කරමින් නිෂ්පාදනය වැඩි කිරීමේදී නිමැවුම කිසියම් රටාවක් අනුව හැසිරේ.
- භීතවන ආන්තික ඵලදා නීතිය මගින් පැහැදිලි කෙරෙන්නේ කෙටි කාලයේ නිමැවුමෙහි ඵල හැසිරීම් රටාවයි.



හිතවන ආන්තික ඵලදා හිතිය

නිෂ්පාදන ආයතනයක් කෙටි කාලයේදී ස්ථාවර යෙදවුම් සමග මිශ්‍ර කරමින් විචල්‍ය යෙදවුම් පමණක් වැඩි කරන විට, විචල්‍ය යෙදවුමේ ආන්තික ඵලදාව සහ සාමාන්‍යය ඵලදාව එක්තරා අවස්ථාවකට පසුව පහළ යෑම හිතවන ආන්තික ඵලදා හිතිය නමින් හැඳින්වේ.

හිතවන ආන්තික ඵලදා හිතිය පදනම් වන උපකල්පන

කෙටි කාලීන නිමැවුම හා සම්බන්ධ වන මෙම හිතවන ආන්තික ඵලදා හිතිය පදනම් වන උපකල්පන දෙකකි.

- සියලු විචල්‍ය යෙදවුම් ඒකක සමජාතීය වීම.
- අදාළ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළ තාක්ෂණය නොවෙනස්ව පැවතීම.

හිතවන ආන්තික ඵලදා හිතිය නිදසුනක් ඇසුරින්

නිදසුන: අක්කරයක ඉඩමක් හේ වගා කිරීම සඳහා ශ්‍රමිකයන් යෙදවීම.

ස්ථාවර සාධකය - ඉඩම

විචල්‍ය සාධකය - ශ්‍රමිකයන්

මෙහිදී විචල්‍ය සාධක ප්‍රමාණය වැඩි කිරීමත් සමග ස්ථාවර සාධක ප්‍රමාණය විචල්‍ය සාධක ප්‍රමාණය අතර බෙදී යන හෙයින් විචල්‍ය සාධක ඒකකයකට ලැබෙන ස්ථාවර සාධක ප්‍රමාණය ක්‍රමයෙන් අඩු වේ.

ඉඩමෙහි හේ වගා කිරීමට අඩුවෙන් ශ්‍රමය යොදන විට ශ්‍රමය වැඩි කරන ප්‍රතිඵලයට වඩා වැඩි ප්‍රතිඵලයකින් නිමැවුම වැඩි කර ගැනීමට හැකියාව ලැබේ.

එහෙත් අක්කරයකට යොදවන ශ්‍රම ප්‍රමාණය සීමාව ඉක්මවා යන පරිදි වැඩි කරන විට ලැබෙන හේ අස්වනු ප්‍රමාණය ශ්‍රමය වැඩි කරන ප්‍රතිඵලය මෙන් වැඩි නොවේ.

අනෙක් අතට එක් ශ්‍රමිකයෙකු බැගින් වැඩි කිරීමෙන් මුළු නිමැවුමට අලුතින් එකතුවන ප්‍රමාණයත් ක්‍රමයෙන් අඩු වී එය ශූන්‍ය මට්ටමක් කරා ලගා වීමටද පුළුවන.

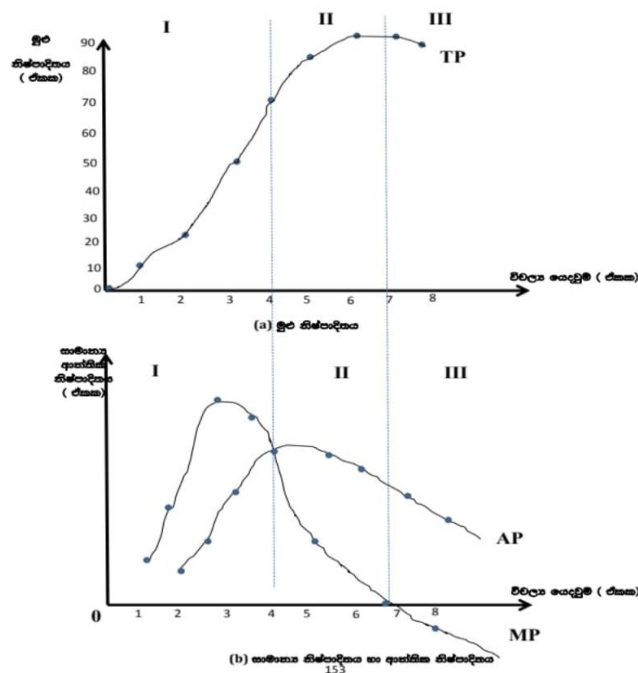


භීතවන ආන්තික ඵලදා නීතිය වග සටහනකින්

භීතවන ආන්තික ඵලදා නීතියෙන් හෙළිවන මේ තොරතුරු තව දුරටත් පහත ආකාරයට වග සටහනක් මගින් ද දැක්විය හැකිය.

ස්ථාවර සාධකය (අක්ෂර)	විචලන සාධකය (ගුණය)	මුළු නිෂ්පාදිතය (ඒකක TP)	සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය (ඒකක)	ආන්තික නිෂ්පාදිතය (ඒකක MP)
1	0	0	0	
1	1	6	6	6
1	2	20	10	14
1	3	48	16	28
1	4	72	18	24
1	5	80	16	08
1	6	84	14	04
1	7	84	12	0
1	8	80	10	-4

භීතවන ආන්තික ඵලදා නීතිය ප්‍රස්ථාර සටහනකින්,



ඉහත රූප සටහන් වලට අනුව

මුළු නිෂ්පාදිතය මුලදී වේගයෙන් ඉහළ ගොස් පසුව ක්‍රමයෙන් වර්ධන වේගය පසු බැසීමේ ප්‍රවණතාවයකට මුහුණ දේ.

විචල්‍ය යෙදවුම් තවදුරටත් වැඩි කරනු ලැබුවහොත් එක්තරා අවස්ථාවකදී මුළු නිෂ්පාදිතය උපරිම වී පසුව පහත වැටීමටද ඉඩ ඇත.

- නිෂ්පාදිතයේ හැසිරීම් අවධි තුනකි. එනම්, මුළු නිෂ්පාදිතය මුලදී වැඩි වන වේගයෙන් ඉහළ ගොස්
- පසුව අඩු වන වේගයකින් ඉහළ ගොස්
- නැවත නිමැවුම පහළ බසී

මුළු නිෂ්පාදිතය වේගයෙන් ඉහළ නගින විට ආන්තික නිෂ්පාදිතය උපරිම වන අතර මුළු නිමැවුම් වේගය අඩු වීමේදී ආන්තික නිෂ්පාදිත වක්‍රය සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිත වක්‍රය උපරිම ලක්ෂ්‍යය වේදනය කරමින් වේගයෙන් පහතට ගමන් කරයි. එනිදී, සාමාන්‍ය 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 හින වීම වළක්වා ගත හැකිය. එහෙත් කෙටි කාලයේ ස්ථාවර යෙදවුම් වැඩි කල නොහැකිය.

කෙටිකාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හා සම්බන්ධ නිෂ්පාදිත ස්වරූප

කෙටි කාලයේදී ස්ථාවර යෙදවුම් සමග විචල්‍ය යෙදවුම් පමණක් වැඩි කිරීමේදී නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හා සම්බන්ධව හඳුනා ගත හැකි නිෂ්පාදිතයේ ස්වරූප 3කි.

- මුළු නිෂ්පාදිතය (TP)
-) සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය (AP)
-) ආන්තික නිෂ්පාදිතය (MP)

➤ මුළු නිෂ්පාදිතය (TP)

ස්ථාවර යෙදවුම් සමග විචල්‍ය යෙදවුම් මිශ්‍ර කරමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදෙන විට ලැබෙන නිෂ්පාදන ප්‍රතිඵලය මුළු නිෂ්පාදිතයයි.

නිදසුන් :- අක්කරයක කුඹුරු ඉඩමකින් ශ්‍රමකයෝ 100 දෙනෙක් දිනකට වී බුසල් 1500 ක් ලබා ගන්නේ නම් ඒ මුළු නිෂ්පාදිතයයි.



➤ සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය (AP)

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

මුළු නිෂ්පාදිතය විචල්‍ය යෙදවුම් වලින් බෙදීමෙන් සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය ලබා ගත හැකිය.

$$\text{සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය} = \frac{\text{මුළු නිෂ්පාදිතය}}{\text{විචල්‍ය යෙදවුම්}}$$

$$\begin{aligned} \text{ඉහත නිදසුනට අනුව} &= \frac{1500}{100} \\ &= \text{බැසල් 15} \end{aligned}$$

➤ ආන්වික නිෂ්පාදිතය (MP)

විචල්‍ය යෙදවුම් එක් ඒකකයකින් වෙනස් කරනු ලැබුවහොත් මුළු නිෂ්පාදිතයේ හට ගන්නා වෙනස්වීම ආන්වික නිෂ්පාදිතය යි.

මුළු නිෂ්පාදිතයේ වෙනස විචල්‍ය යෙදවුම්වල වෙනසින් බෙදීමෙන් ආන්වික නිෂ්පාදිතය ලබා ගත හැකිය.

නිදසුන :-

ශ්‍රේණියන්	මුළු නිෂ්පාදිතය (ඒකක)
100	1500
120	2000

$$\text{ආන්වික නිෂ්පාදිතය} = \frac{\text{මුළු නිෂ්පාදිතයේ වෙනස}}{\text{විචල්‍ය යෙදවුම් වල වෙනස}}$$

$$\begin{aligned} \text{ඉහත නිදසුනට අනුව,} &= \frac{500}{20} \end{aligned}$$

$$= \text{ඒකක 25}$$



දිගුකාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

දිගු කාලයේදී සියලුම යෙදවුම් වෙනස් කරමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදීමට නිෂ්පාදන ආයතනයට හැකිය.

පරිමාණානුකූල ඵල නීතිය

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

දිගු කාලයේදී තම නිෂ්පාදන ආයතනයේ සමස්ත පරිමාව වෙනස් කිරීමට නිෂ්පාදන ආයතනට හැකිය.

දිගු කාලයේදී සියලුම යෙදවුම් විචල්‍ය යෙදවුම් වන විට නිමැවුමේ හැසිරීම පිලිබඳ රටා තුන,

1. වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල
2. අඩුවන පරිමාණානුකූල ඵල
3. ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල

❖ වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල

පරිමාණානුකූල ඵල ආයතනයක ධාරිතාව පුළුල් කිරීමත් සමග නිෂ්පාදන සාධක වල කාර්යක්ෂමතාව ඉහළ යාමෙන් අත්පත් කරගනු ලබන මුද්‍රිත ප්‍රතිලාභ වේ.

සියලුම යෙදවුම් වෙනස් කරන ප්‍රතිශතයකට වඩා විශාල ප්‍රතිශතයකින් නිමැවුම වර්ධනය වීම වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල යන්නෙන් අදහස් වේ.

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

වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල හට ගැනීම කෙරෙහි බලපාන සාධක

- නිෂ්පාදන සාධක වල අභ්‍යන්තර හෙවත් නොබෙදිය හැකි යෙදවුම් තිබීම.
- ශ්‍රම විභජනය මගින් විශේෂ ප්‍රාගුණය කිරීමේ හැකියාව.
- යන්ත්‍ර භාවිතා කිරීමේ හැකියාව.
- එක් වරකදී පමණක් දැරිය යුතු වියදම් තිබීම.



❖ අඩුවන පරිමාණානුකූල එල

යෙදවුම් වැඩි කරන ප්‍රතිශතයට වඩා අඩු ප්‍රතිශතයකින් නිමැවුම වැඩි වීම අඩුවන පරිමාණානුකූල එලයි.

නිදසුන :- යෙදවුම් 20% කින් වැඩි කරන විට නිමැවුම 15% කින් වර්ධනය වීම.

අඩුවන පරිමාණානුකූල එල හට ගැනීම කෙරෙහි බලපාන සාධක

- සම්පත් හීන වීම.(සම්පත් ක්ෂය)
- ආතතිය
- කළමනාකරණය හා සම්බන්ධීකරණය පිලිබද ගැටලු ඇති වීම.

❖ ස්ථාවර පරිමාණානුකූල එල

යෙදවුම වෙනස් කරන ප්‍රතිශතයට සමාන ප්‍රතිශතයකින් නිමැවුම වර්ධනය වීම ස්ථාවර පරිමාණානුකූල එල යි.

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

නිෂ්පාදන පිරිවැය ආශ්‍රිත මූලික සංකල්ප

➤ නිෂ්පාදන පිරිවැය (Production Cost)

- නිෂ්පාදන පිරිවැය නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළින් හටගන්නා සංසිද්ධියක් වන අතර ඒ මූල්‍යමය ප්‍රපංචයක් වේ.
- නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ දී කැප කරනු ලබන සියලුම නිෂ්පාදන සාධක වල මූල්‍යමය වටිනාකම නිෂ්පාදන පිරිවැය මගින් ප්‍රකාශ කරනු ලබන අතර එම වටිනාකම මගින් නිෂ්පාදනය සැබෑ ආවස්ථික පිරිවැය පිලිබිඹු කළ යුතුයි.
- නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියක අවස්ථික පිරිවැය වන්නේ කිසියම් භාවිතයක් සඳහා සම්පත් යොදා ගත් විට එම සම්පත් භාවිතා කොට නිපදවීමට හැකියාව තිබූ ඊළඟ හොඳම විකල්පය වටිනාකමයි.
- මේ නිසා ආර්ථික විද්‍යාව තුළ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ දී කැප ගනු ලබන සියලුම ආර්ථික සම්පත් වල ආවස්ථික පිරිවැය නිෂ්පාදන පිරිවැය ලෙසින් වඩාත් පරිපූර්ණ අර්ථයකින් නිර්වචනය කෙරේ.



➤ ආවස්ථික පිරිවැය (Opportunity Cost)

ආවස්ථික පිරිවැයට අයත් වර්ග දෙකකි.

- 1. සෘජු පිරිවැය
- 2. වක්‍ර (ආරෝපිත) පිරිවැය

ඒ අනුව,

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

1. සෘජු පිරිවැය

සෘජු පිරිවැය යනු නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය සඳහා ආයතනය විසින් පිටතින් මිලදී ගත් යෙදවුම් සඳහා වැය වන මුදල් වැයවෙන මුදල් ප්‍රමාණයයි. ප්‍රත්‍යක්ෂ, මූල්‍ය, ගෙවුණු, ප්‍රකාශිත, ගිණුම්කරණ, නිශ්චිත පිරිවැය ලෙස ද හඳුන්වයි.

නිදසුන් :

- අමුද්‍රව්‍ය මිලදී ගැනීම සඳහා වැය කළ මුදල් ප්‍රමාණය
- ශ්‍රමිකයින්ට වැටුප් ගෙවීම සඳහා වැය කළ මුදල් ප්‍රමාණය
- ඉන්ධන, විදුලිය ආදිය සඳහා වැය කළ මුදල් ප්‍රමාණය

2. වක්‍ර පිරිවැය

වක්‍ර පිරිවැය යනු නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට උපයෝගී කරනු ලබන ආයතනය සතු නිෂ්පාදන සම්පත්වල ආවස්ථික පිරිවැයයි . ගම, ආරෝපිත, සැලවුණු, ව්‍යංග පිරිවැය ලෙස ද හැඳින්වේ.

වක්‍ර පිරිවැයෙහි සංරචක

- අහිමි වූ වැටුප් ආදායම
- නිෂ්පාදකයාට අහිමි වූ පොලී ආදායම
- ආර්ථිකය ක්ෂය වීම
- ප්‍රාමාණික ලාභ



➤ අභිමි වූ වැටුප්

■ ව්‍යවසායකයකු දැනට කිසියම් ව්‍යාපාරික කටයුත්තක නිරතව සිටින්නේ ඒ වෙනුවෙන් තම ශ්‍රමය කැප කිරීමෙනි. ඔහු තම ශ්‍රමය වෙනත් ව්‍යාපාරික කටයුත්තක යෙදවේ නම් ඔහුට වැටුපක් උපයාගත හැකිව තිබේ. ඒ ඔහුගේ අභිමි වැටුප් ආදායමයි.

■ නිදසුන් වශයෙන් ව්‍යවසායකයෙකු දැනට වතුර බෝතල් නිෂ්පාදන කර්මාන්තයක් ආරම්භ කොට ඇතැයි සිතමු . මෙහිදී ඔහුට එම ව්‍යාපාරයේ නිරත නොවී වෙනත් කිසියම් ආයතනයක නිෂ්පාදන කටයුත්තක නිරතව මාසකට රුපියල් 60,000 ලබා ගත හැකි ව තිබේ නම් එය ඔහුගේ අභිමි වැටුප් ආදායමයි.

➤ නිෂ්පාදකයාට අභිමි වූ පොලී ආදායම

■ නිෂ්පාදකයාට අභිමි වූ පොලී ආදායම යනු තමන් සතු ප්‍රාග්ධන භාවිතයෙහි ආවස්ථික පිරිවැයයි.

■ ප්‍රාග්ධන සම්පත් ගොඩනැගීම සඳහා ආයෝජනය කළ අරමුදල් රජයේ බැඳුම්කර හෝ ඉතුරුම් ගිණුමක හෝ තැන්පත් කිරීමෙන් ලැබිය හැකිව තිබෙන පොලී ආදායම, අභිමි වූ පොලී ආදායම වේ.

■ නිදසුන් වශයෙන් කිසියම් ව්‍යවසායකයකු ව්‍යාපාරයක් කරගෙන යෑම සඳහා රුපියල් ලක්ෂ 50ක අරමුදල් ආයෝජනය කර ඇතැයි සිතමු. එම අරමුදල් ප්‍රමාණය තම ව්‍යාපාරයේ ආයෝජනය නොකර පිලිගැනීමට ආයෝජනය කළේ නම් ඔහුට පොලී ආදායමක් ලබා ගත හැකිව තිබේ. නොඑසේ නම් බැංකුව තැන්පත් කළේ නම් පොලී ආදායමක් ද ලබා ගත හැකි ව තිබේ.

➤ ආර්ථික ක්ෂය වීම්

■ ආර්ථික ක්ෂය වීම් යනු යම් දෙන ලද කාලයක් තුළ ප්‍රාග්ධන වත්කම් වල වෙළෙඳපොළ වටිනාකමේ සිදුවන පහළ බැසීමයි.

■ මෙය ව්‍යාපාරයක් සතු ප්‍රාග්ධන සම්පත් අඛණ්ඩව ව්‍යාපාරයම තබා ගැනීම නිසා අයිතිකරුට අභිමිවන වටිනාකමකි.



- නිදසුන් වශයෙන් කිසියම් ව්‍යාපාරයක භාවිතා කරන ලද ප්‍රාග්ධන වත්කම් වල වසර ආරම්භයේ වටිනාකම රුපියල් 50000 ක් නම් සහ වසර අවසානයේ එම ප්‍රාග්ධන වත්කම් හි වටිනාකම රුපියල් 40000 ක් නම් ආර්ථික ක්ෂය වීම් වටිනාකම රුපියල් 10000 කි. මෙම රුපියල් 10000 වකු පිරිවැයකි.

➤ ප්‍රාමාණික ලාභ

- ආයතනයේ හිමිකරුවා බොහෝ විට නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියක නිරත වෙමින් නිෂ්පාදන කාර්යයට අවශ්‍ය ව්‍යවසායකත්වය (නිෂ්පාදන සම්පත් සංවලන කරමින් නිෂ්පාදන කටයුතු සංවිධානය කිරීම, අවදානම් දැරීම, ව්‍යාපාරික තීරණ ගැනීම, නව්‍යතා හඳුන්වා දීම වැනි) සපයයි.
- ඒ වෙනුවෙන් ව්‍යවසායකයාට ලැබෙන ප්‍රතිලාභය ලාභයයි.
- එබඳු නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියක නිරත වෙමින් උපයා ගැනීමට ව්‍යවසායකයෙකු අපේක්ෂා කරන අවම හෝ සාමාන්‍ය හෝ ලාභ ප්‍රමාණය ප්‍රාමාණික ලාභයයි.
- මෙය ව්‍යවසායකත්වයේ ආවස්ථික පිරිවැයයි. ව්‍යවසායකයෙක් තම ව්‍යාපාරයෙන් අපේක්ෂා කරන අවම ලාභයයි.
- ව්‍යාපාර නිසා අහිමි වූ ඊළඟට වඩාත් හොඳම ව්‍යාපාරික අවස්ථාවෙන් ලැබිය හැකිව තිබූ ලාභය වශයෙන්ද ප්‍රාමාණික ලාභය හැඳින්විය හැක.
- නිදසුන් වශයෙන් ව්‍යවසායකයකු දැනට " නැමැති නිෂ්පාදන කාර්මාන්තයේ නිරත ව සිටින අතර ඔහු කැප කරන ලද (ඊ) නැමැති කාර්මාන්තයෙහි යෙදීමෙන් වාර්ෂිකව රුපියල් 40000 ක අවම හෝ සාමාන්‍ය ලාභ ප්‍රමාණයක් (අවම ගෙවීම) උපයාගත හැකි ව තිබිණි නම් එම රුපියල් 40000 ක ලාභ ප්‍රමාණය දැනට නිරතව සිටින " නැමැති නිෂ්පාදන කාර්මාන්තයෙන් නොලැබේ නම් ඔහු තමා නිරතව සිටින " නැමැති නිෂ්පාදන කාර්මාන්තයෙන් ඉවත් වේ.

ගිණුම්කරණ පිරිවැය (Accounting Cost)

- ගණකාධිකාරවරයෙකු නිෂ්පාදන පිරිවැයට ඇතුළත් කරනුයේ සෘජු පිරිවැය (මූල්‍ය පිරිවැය) පමණි.



ඒ අනුව,

$$\text{ගිණුම්කරණ පිරිවැය} = \text{සෘජු පිරිවැය}$$

- ගණකාධිකරණ ලාභ ගණනය කරනුයේ මුළු අයහාරයෙන් සෘජු පිරිවැය අඩු කිරීමෙනි.

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

නිදසුන් :-

ආයතනයක නිමවූ ඒකක 500 කි. ඒකකයක මිල රුපියල් 20 ක් වේ. අමුද්‍රව්‍ය මිලට ගැනීම සඳහා රුපියල් 2000 ක් ද, ශ්‍රමිකයන්ට වැටුප ගෙවීමට රුපියල් 1000 ක් ද, ඉන්ධන හා විදුලිය සඳහා රුපියල් 500 ක් ද ලබා ගත් ණය සඳහා පොලී ගෙවීමට රුපියල් 800 ක් ද ආයතනයට වැය වී ඇත. ගණකාධිකරණ ලාභ කොපමණද?

- ❖ මුළු අයහාරය = 500×20
 - = රුපියල් 10000

- ❖ සෘජු පිරිවැය = $2000 + 1000 + 500 + 800$
 - = රුපියල් 4300

- ❖ ගණකාධිකරණ ලාභ = $10000 - 4300$
 - - රුපියල් 5700

- 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 මයි.
- ආර්ථික පිරිවැය සෘජු පිරිවැය සහ වක්‍ර පිරිවැය යන කොටස් දෙකින් සමන්විතය.



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

- ආර්ථික විද්‍යාවේදී ලාභ ගණනයේදී ගණකාධිකරණයේ මෙන් සෘජු පිරිවැය පමණක් නොව වක්‍ර පිරිවැය සැලකිල්ලට ගනී.
- ඊට හේතුව කිසියම් නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියකදී ආයතනය සතු සම්පත් ඒ සඳහා යෙදවීම් තුළ, එම නිෂ්පාදන සම්පත් යෙදවීමට තිබූ වෙනත් අවස්ථාවක් අහිමි වීම යි.
- ඒ අනුව, ආර්ථික ලාභ යනු ව්‍යාපාරික මුළු අයභාරය හා ආර්ථික පිරිවැය අතර වෙනසයි

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

නිදසුන:

සෘජු පිරිවැය:

- ආයතනයක නිමැවුම් = ඒකක 500
- නිමවුම් ඒකකයක මිල = රුපියල් 20
- ශ්‍රමිකයින්ට වැටුප් ගෙවීම = රුපියල් 1 000
- අමුද්‍රව්‍ය මිලදී ගැනීම = රුපියල් 2 000
- ඉන්ධන හා විදුලිය සඳහා ගෙවීම = රුපියල් 500
- ලබා ගන්නා ණය වලට පොළී ගෙවීම = රුපියල් 800

වක්‍ර පිරිවැය:

- අහිමි වූ වැටුප් ආදායම = රුපියල් 500
- ආර්ථික ක්ෂය වීම = රුපියල් 200
- අහිමි පොළී ආදායම = රුපියල් 100
- ප්‍රාමාණික ලාභ = රුපියල් 1 000



❖ මුළු අයහාරය = 500×20
 ▪ = රුපියල් 10 000

❖ සෘජු පිරිවැය = $2000 + 1000 + 500 + 800$
 ▪ = රුපියල් 4300

❖ වක්‍ර පිරිවැය = $500 + 200 + 100 + 1000$
 ▪ = රුපියල් 1800

❖ ආර්ථික ලාභ = $10000 - (4300 + 1800)$
 = රුපියල් (3900)

යට කළ පිරිවැය (Sunk Cost)

- ආවස්ථික පිරිවැයට ඇතුළත් කළ නොකළ යුතු දේ කවරක්ද කවරක් ද යන්න තෝරා ගැනීම හා සම්බන්ධ වැදගත් සංකල්පයක් ලෙසින් ගිලුණු පිරිවැය සැලකිය හැකිය.
- අතීතයේ වැය කරන ලද පිරිවැය වර්තමානයේ ආපසු ලබා ගත නොහැකි නම් ඒ යට කළ පිරිවැය ලෙසින් අර්ථ දැක්වේ.
- කිසියම් ව්‍යාපාරික කාර්යයක් වෙනුවෙන් දැරූ ඇති නමුත් නැවත ආවරණය කර කරගැනීමට හැකියාවක් නොමැති පිරිවැය යට කළ පිරිවැය හෙවත් ගිලුණු පිරිවැය ලෙස හැඳින්වේ.
- යට කළ පිරිවැය හෙවත් ගිලුණු පිරිවැය ලාභය ගණනය කිරීමේදී සෘජු පිරිවැයක් ලෙස හෝ වක්‍ර පිරිවැයක් ලෙස හෝ අගය කිරීමක් සිදු නොවේ.



යට කළ පිරිවැය සම්බන්ධයෙන් නිදසුන් පහත දැක්වේ .

1. කෙටි කාලයේදී ආයතනයක් ස්ථාවර වත්කම් මිලට ගැනීම සඳහා දරන ලද පිරිවැය

ආයතනයක් නිෂ්පාදනය කළත් නැතත් ස්ථාවර වත්කම් හා සම්බන්ධ ස්ථාවර පිරිවැය දරා නොමැරිය. ස්ථාවර වත්කම් වෙනුවෙන් දැරූ පිරිවැය එම නිෂ්පාදන කටයුත්ත හා සම්බන්ධව යට වී ඇති බැවින් එය ආපසු ලබාගත නොහැකි ය. එය වෙනත් විකල්පයක් සඳහා ද යොදාගත නො හැකිය.

2. ජල විදුලි බලාගාරයක සවිකර ඇති විදුලි ජනක යන්ත්‍රය

මෙම යන්ත්‍රය මිලදී ගන්නා අවස්ථාවේදී නම් ඒ සඳහා වැය කළ මුදල් ප්‍රමාණයෙහි ආවස්ථික පිරිවැයක් තිබිණි. එහෙත් දැන් එම මුදල්වලින් එම යන්ත්‍රය මිලට ගෙන ජල විදුලි බලාගාරයෙහි සවිකළ පසු එහි අවස්ථික පිරිවැය ශුන්‍ය වේ. ඊට හේතුව දැන් මෙම යන්ත්‍රයෙහි විකල්ප භාවිත නොමැති වීමයි. බලාගාරයේ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට එම යන්ත්‍රය යොදා නොගන්නේ නම් එය නිශ්ක්‍රීයව පවතී.

3. වේදිකා නාට්‍යයක් නැරඹීම සඳහා රුපියල් 500 ක ටිකට් පතක් රැගෙන ඇතුළුවී නාට්‍යයෙහි කොටසක් නරඹා ආපසු ඒම

මෙයද යටකළ පිරිවැයකි. එම ටිකට් පතෙහි මුදල ආපසු ලබාගත නොහැකිය. එම ටිකට් පතෙන් නාට්‍ය බැලීම මිස වෙනත් විකල්ප නොමැති හෙයින් ආවස්තික පිරිවැය ශුන්‍ය වේ.

- ආර්ථික ලාභ නිවැරදිව ගණනය වීමට නම් ඒ හා සම්බන්ධ අවස්ථික පිරිවැය නිවැරදිව ගණනය විය යුතු යුතුයි. එසේ නොවුණහොත් ගනු ලබන ආර්ථික තීරණ ද කාර්යක්ෂම නොවේ.

පිරිවැය සංකල්පයේ වැදගත්කම

- නිෂ්පාදන මට්ටම හෙවත් භාණ්ඩ හා සේවා සැපයුම තීරණය කිරීමට වැදගත් වීම.
- මිල තීරණය කිරීමට වැදගත් වීම.
- කාර්යක්ෂම සම්පත් උපයෝජනයට වැදගත් වීම.
- ව්‍යාපාරික ලාභය තීරණය කිරීමට වැදගත් වීම.



නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේදී පිරිවැය හැසිරෙන ආකාරය

කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හා දිගු කාලීන නිෂ්පාදනය ක්‍රියාවලි යන ස්වරූප දෙක හා සම්බන්ධව නිෂ්පාදන පිරිවැයෙහි ද ප්‍රධාන කොටස් දෙකක් පවතී.

1. කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය
2. දිගු කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය

කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය (Short-Run Production cost)

- කෙටි කාලය යනු සමහර නිෂ්පාදන සාධක නොවෙනස්ව පවතින සමහර සාධක පමණක් වෙනස් වන කාලය වේ.
- කෙටි කාල නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළ විචල්‍ය සාධක හා ස්ථාවර සාධක යන දෙවර්ගයම භාවිතා වේ.
- ඒ අනුව කෙටි කාලයේ පිරිවැය වර්ග දෙකකි.

1. මුළු ස්ථාවර පිරිවැය (TFC)
2. මුළු විචල්‍ය පිරිවැය (TVC)

- මෙම පිරිවැය වර්ග දෙකේ එකතුවෙන් කෙටි කාලීන මුළු පිරිවැය ලබේ.

- මෙම පිරිවැය තත්ත්වලට අතිරේකව කෙටිකාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය ආශ්‍රිතව හඳුනාගත හැකි තවත් පිරිවැය සංකල්ප කිහිපයකි.

1. සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය (AFC)
2. සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය (AVC)
3. සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය (AC)
4. ආන්වික පිරිවැය (MC)



1. මුළු ස්ථාවර පිරිවැය (Total Fixed Cost)

- භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය සමඟ වෙනස් නොවන පිරිවැය මුළු ස්ථාවර පිරිවැය වේ.
- භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කළත් නොකළත්, නිෂ්පාදනය අඩු කළත් වැඩි කළත් නොවෙනස්ව පවතින පිරිවැයයි.
- භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය ශුන්‍ය වුවත් ස්ථාවර පිරිවැය අවශ්‍යයෙන්ම ආයතනයට දැරීමට සිදු වේ.
- මේ නිසා කෙටි කාලයේ දී කාලෙදී මුළු ස්ථාවර පිරිවැය ආයතනයට නොවැළැක්විය හැකි පිරිවැයක් වේ.

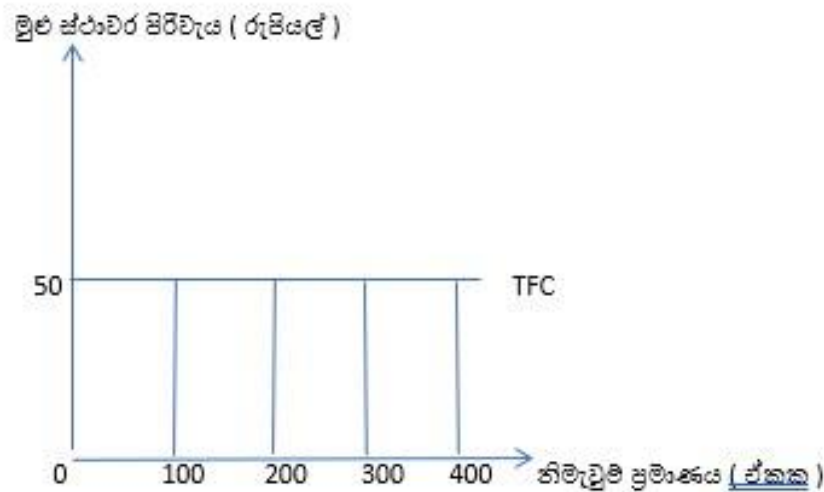
ස්ථාවර පිරිවැයට අයත් ප්‍රධාන සංරචක

1. කුම ක්ෂය ගාස්තු
2. දේපොළ බදු
3. රක්ෂණ වාරික
4. බලපත්‍ර ගාස්තු
5. ප්‍රාග්ධනය සඳහා පොලී ගෙවීම
6. කොන්ත්‍රාත් පදනමක් පදනමක් මත බඳවා ගත් කළමනාකරුවන්ට සහ අධීක්ෂණවරුන්ට ගෙවනු ලබන වැටුප්
7. ප්‍රාමාණික ලාභ
8. යන්ත්‍ර උපකරණ මිලට ගැනීමේ පිරිවැය

→ මුළු ස්ථාවර පිරිවැය නිමවුම් ප්‍රමාණය සමඟ සම්බන්ධතාවක් නොදක්වන බැවින් එය සෑම නිමවුම් මට්ටමකදී ම ස්ථාවර අගයක් ගනී.

→ මේ නිසා ස්ථාවර පිරිවැය වක්‍රය නිෂ්පාදන ප්‍රමාණය දැක්වෙන අක්ෂයට සමාන්තරව පිහිටයි.





→ ඉහත පස්තාර සටහනට අනුව නිමැවුම් ශූන්‍ය මට්ටමේ දී මුළු ස්ථාවර පිරිවැය රුපියල් 50 ක් වන අතර නිමැවුම් ප්‍රමාණය 100, 200, 300, 400 ආදී වශයෙන් වැඩි වී ගියද මුළු ස්ථාවර පිරිවැය වෙනස් නොවේ.

➤ සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය (Average Fixed Cost)

මුළු ස්ථාවර පිරිවැය එක් ඒකකයක් නිෂ්පාදනය කිරීම සඳහා දරා ඇති ප්‍රමාණය සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැයයි.

ආයතනය දරා ඇති මුළු ස්ථාවර පිරිවැය නිමැවුම් ඒකක ප්‍රමාණය බෙදීමෙන් සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය ලබා ගනී.

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

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

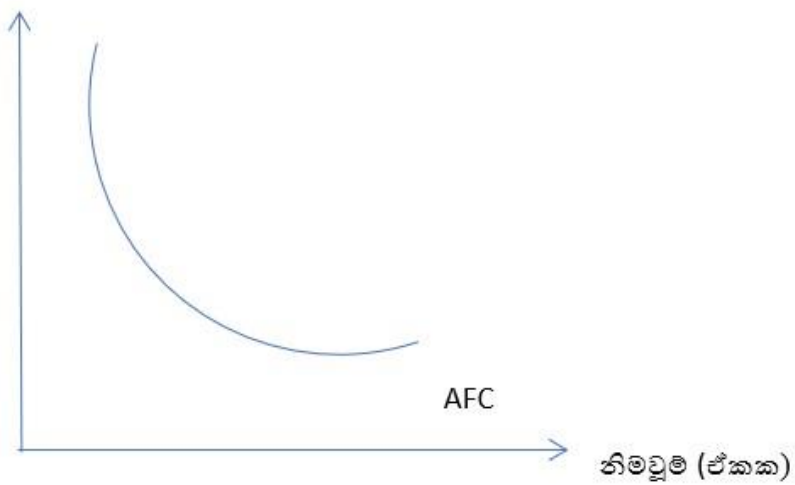
■ නිමැවුම් ඒකක ප්‍රමාණය වැඩිවන විට සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය ක්‍රමයෙන් හීන වේ. එහෙත් ශූන්‍ය නොවේ. මේ නිසා සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය වක්‍ර සාප්‍රකෝණාස්‍රකාර බහුවලයක හැඩය ගනියි.



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

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

සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය (රුපියල්)



➤ මුළු විචල්‍ය පිරිවැය (Total Variable Cost)

- භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය සමඟ වෙනස් වන පිරිවැය විචල්‍ය පිරිවැය වේ
- භාණ්ඩ නිෂ්පාදනයේ ශුන්‍ය වේ නම් විචල්‍ය පිරිවැය ශුන්‍ය වේ.
- භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය වැඩි කරන විට විචල්‍ය පිරිවැය වැඩි වේ. නිමැවුම පහල මට්ටම් වලදී අඩුවන වේගයෙන් ද නිමැවුම ඉහල මට්ටම් වලදී වැඩිවන වේගයෙන් ද මුළු විචල්‍ය පිරිවැය වැඩි වේ.
- නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ කරන විචල්‍ය සාධක වන අමුද්‍රව්‍ය, ශ්‍රමය, ඉන්ධන, විදුලි ගාස්තු

ආදිය

සඳහා

දැරීමට

සිදුවන

පිරිවැය

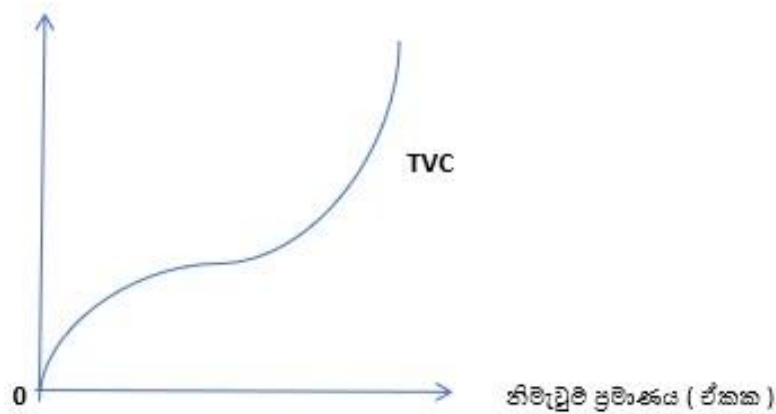
විචල්‍ය පිරිවැය (රුපියල්)

විචල්‍ය

පිරිවැය

ලෙස

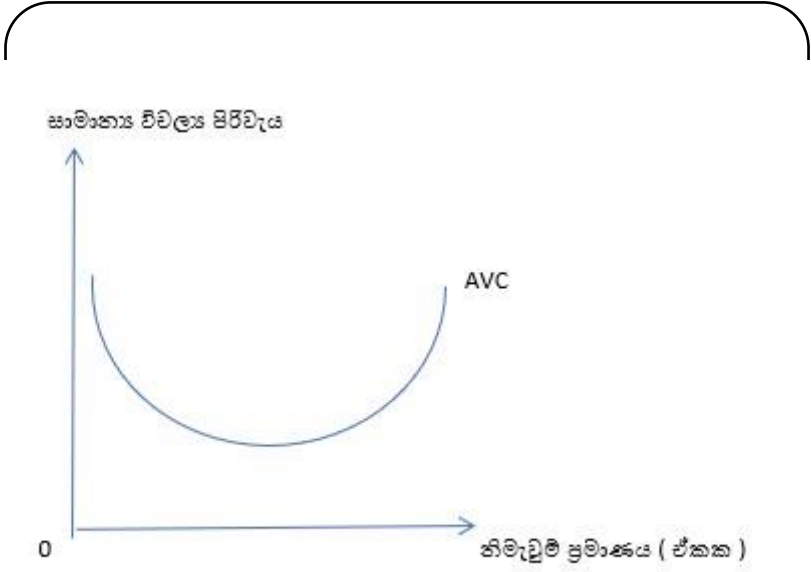
හැඳින්වේ.



➤ සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය (Average Variable Cost)

- ඒකකයක් නිපදවීම සඳහා දරන විචල්‍ය පිරිවැය ප්‍රමාණය සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වේ.
- මුළු විචල්‍ය පිරිවැය නිමැවුම් ප්‍රමාණය බෙදීමෙන් සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය ලබාගත හැකිය. (((





සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය = මුළු විචල්‍ය පිරිවැය

මුළු නිමැවුම් ප්‍රමාණය

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

සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රය සාමාන්‍යයෙන් ඉංග්‍රීසි යූ (U) අකුරක හැඩය

- නිපදවන ඒකක ප්‍රමාණය වැඩි කරන විට AVC අඩු වී පසුව නැවතත් වැඩි වේ

➤ මුළු පිරිවැය (Total Cost)

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



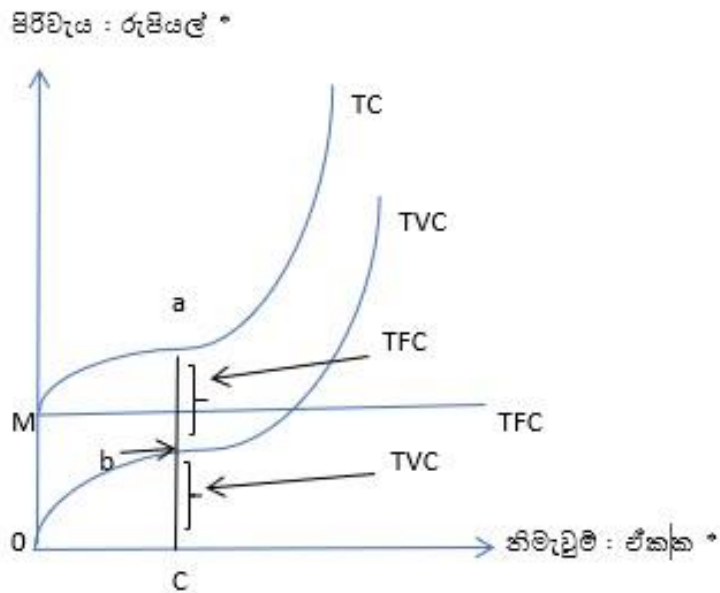
මුළු පිරිවැය = මූලික ස්ථාවර පිරිවැය + මූලික විචල්‍ය පිරිවැය

$TC = TFC + TVC$

■ නිමවුම ශුන්‍ය වුවද මූලික පිරිවැයක් පවතී. ඊට හේතුව ශුන්‍ය නිමවුමක දී මූලික විචල්‍ය පිරිවැය ශුන්‍ය වුවද මූලික ස්ථාවර පිරිවැයක් පවත්නා හෙයිනි.

■ මේ නිසා මූලික පිරිවැය වක්‍රය ආරම්භ වන්නේ ස්ථාවර පිරිවැය ආරම්භ වන ලක්ෂ්‍යයෙන් ය.

■ නිමවුම ක්‍රමයෙන් වැඩි කිරීමත් සමඟ මුළු පිරිවැය පහළ නිමවුම මට්ටම වලදී අඩු වන වේගයකින් හා ඉහළ නිමවුම වැඩි වන වේගයකින් ඉහළ යයි.



■ කෙටි ක්‍රියාවලියේදී කරන විට නොවෙනස්ව විචල්‍ය පිරිවැය යන නිසා මූලික යයි. ඉහළ විචල්‍ය පිරිවැය යාමයි. ඒ නිසා රේඛා ඉහළ යන්නේ එකම ආකාරයකිනි. මේ නිසා මූලික පිරිවැය වක්‍රයේ හැඩය මූලික විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රය හැඩයට සමරූපී වේ.

කාලීන නිෂ්පාදන නිෂ්පාදනය වැඩි ස්ථාවර පිරිවැය පැවතුනත් ක්‍රමයෙන් ඉහළ පිරිවැය ද ඉහළ යාමට හේතුව සිදුවන ඉහළ ඔසින හා ඔස

■ නිමවුම සමඟ මූලික පිරිවැය සැකසෙන ආකාරය සහ මූලික ස්ථාවර පිරිවැය හා මූලික විචල්‍ය පිරිවැය මූලික පිරිවැයට සම්බන්ධ වන ආකාරය පහත ප්‍රස්ථාර සටහනෙහි දැක්වේ



- ඉහත රූප සටහනේ O -M වලින් පෙන්වූම කරන්නේ මුළු ස්ථාවර පිරිවැයයි.
- නිමවූම ශූන්‍යයේදී මුළු විචල්‍ය පිරිවැය ශූන්‍ය වන අතර එම මුළු විචල්‍ය පිරිවැයට (O-M) වන මුළු ස්ථාවර පිරිවැය එකතුවීම නිසා මුළු පිරිවැය වක්‍රය M ලක්ෂ්‍යයේ ආරම්භ වේ.
- ඒ අනුව රූප සටහනෙහි TC අතර ඕනෑම ලම්භ දුරකට TFC අගය සමානවේ.
- TVC අගයත් TC සහ TVC අතර ලම්භක දුරක් (TFC) එකතු වීමෙන් TC වක්‍රය ලැබේ ඇත.

නිදසුන්:- ඉහත රූප සටහනට අනුව,

$$b - c = TVC$$

$$b - a = TFC$$

$$(b - c) + (b - a) = TC$$

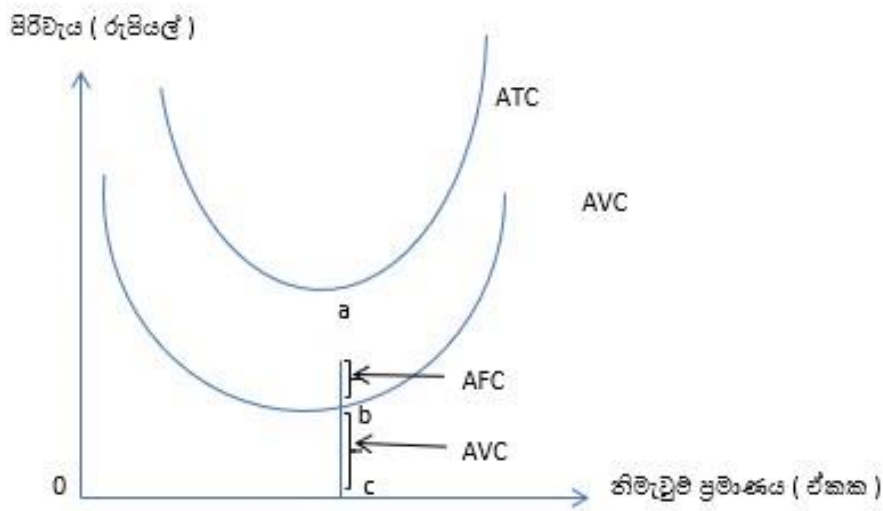
➤ සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය (Average Total Cost)

- ඒකකයක් නිපදවීම සඳහා දරන මුළු පිරිවැය ප්‍රමාණයයි.
- මූල පිරිවැය නිමැවුමෙන් බෙදීමෙන් සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය ලැබේ



මුළු
මුදල

ප්‍රමාණය



සාමාන්‍ය
පිරිවැය =
පිරිවැය
නිමවුම

$$AC = \frac{TFC}{Q}$$

■

නිපදවන ඒකක ප්‍රමාණය වැඩි කරන විට සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය ක්‍රමයෙන් අඩු වී පසුව නැවතත් වැඩි වේ.

■ සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය වක්‍රයේ හැඩයද සාමාන්‍යයෙන් ඉංග්‍රීසි යු (U) අකුර හැඩය ගනී.



- ඉහත රූප සටහනට අනුව සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය වක්‍රය සෑම විටම සැමවිටම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රයට ඉහළින් පිහිටයි.
- a – b අතර දුරේ දැක්වෙන්නේ සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැයයි
- සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය ක්‍රමයෙන් හීන වන අතර ශුන්‍ය නොවේ. නිමැවුම වැඩි වීමත් සමඟ සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රයට සමීප වේ. එහෙත් කිසි විටෙකත් එය සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රය මත පතිත නොවේ.
-

ආන්තික පිරිවැය = මුළු පිරිවැය වෙනස
නිමැවුමේ වෙනස

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

සාමාන්‍ය ස්ථාවර හා සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය එකතුවෙන් සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය සකස් වේ.

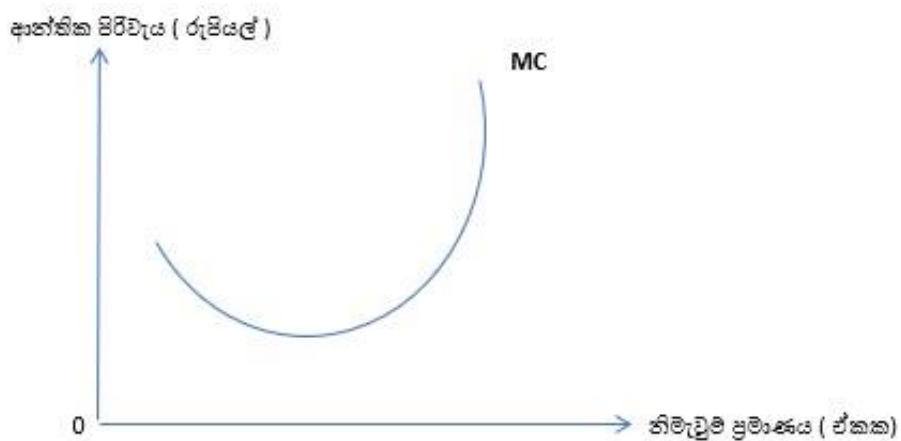
- මුළු පිරිවැය වක්‍රයෙහි අවම ලක්ෂ්‍යය පිහිටන්නේ සාමාන්‍ය විචල්‍ය වක්‍රයෙහි අවම ලක්ෂ්‍යයට ඉහළින් ය.

➤ ආන්තික පිරිවැය (Marginal Cost)

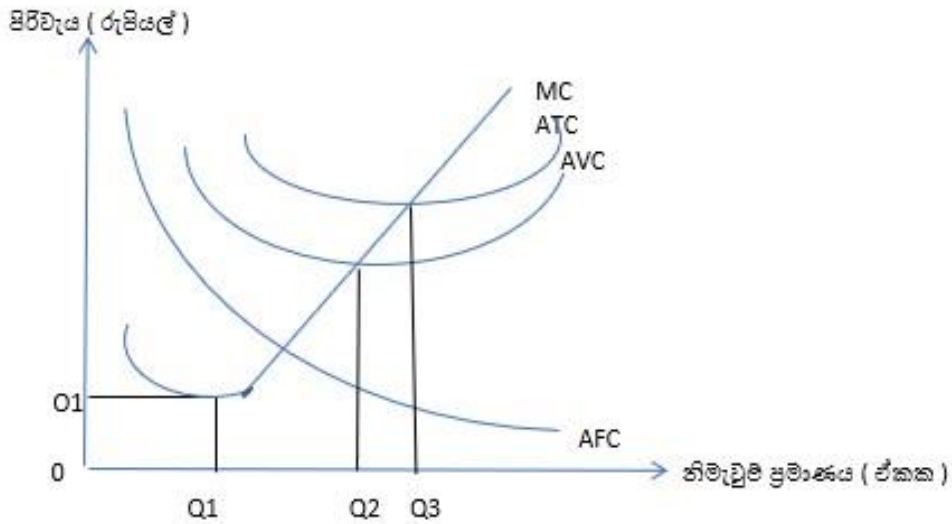
- නිෂ්පාදනය තවත් ඒකකයකින් වැඩි කරන විට මුළු පිරිවැය වෙනස් වන ප්‍රමාණය ආන්තික පිරිවැය වේ.
- මුළු පිරිවැයේ වෙනස නිමැවුමේ වෙනසින් බෙදීමෙන් ආන්තික පිරිවැය ලැබේ.



- කෙටි කාලය තුළ නිමැවුම වැඩි කරන විට ආන්තික පිරිවැය ක්‍රමයෙන් අඩු වී නැවතත් ඉහළ යයි.
- නිෂ්පාදකයෙක් සැපයුම තීරණය කරන්නේ ආන්තික පිරිවැය අනුවයි.
- ආන්තික පිරිවැය වක්‍රය ද සාමාන්‍යයෙන් ඉංග්‍රීසි යු (U) අකුරේ හැඩය ගනී.
- මෙය පහත ප්‍රස්ථාර සටහනේ පෙන්නුම් කෙරේ.



කෙටි කාල නිෂ්පාදනය ක්‍රියාවලිය හා සම්බන්ධ ආන්තික පිරිවැය හා සාමාන්‍ය පිරිවැය වක්‍රවල හැසිරීම් රටා පහත ප්‍රස්තාර සටහනේ පෙන්වුම් කෙරේ.



ඉහත ප්‍රස්තාර සටහනට අනුව,

- ආන්තික පිරිවැය වක්‍රය, සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය හා සාමාන්‍ය මූල පිරිවැය වක්‍රයන් අතරින් අවම ලක්ෂ්‍ය ජේදනය කරමින් වේගයෙන් ඉහලට ගමන් කරයි.
- සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය හා සාමාන්‍ය මූල පිරිවැය වක්‍ර අතරින් සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැයෙහි අවම ලක්ෂ්‍යයට වම්පසින් සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය වක්‍රය ගමන් කරයි.
- ආන්තික පිරිවැය අවම වන නිමැවුම් මට්ටම Q1 වේ. එම අවස්ථාවට අදාළ ආන්තික පිරිවැය 0 වේ.
- Q2 නිමැවුම් මට්ටමෙන් පෙන්නුමින් අවම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වන අතර, Q3 අවම සාමාන්‍ය මූල පිරිවැය පෙන්නුම් කරයි.



- කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය මූලිකාංගයන් පහත පරිදි සංඛ්‍යා ලේඛනයක් මගින් ද පෙන්නුම් කළ හැකිය.

නිමැවුම් ඒකක (Q)	මුළු ස්ථාවර පිරිවැය (TFC) (රුපියල්)	මුළු ච්චල පිරිවැය (TVC) (රුපියල්)	මුළු පිරිවැය (TC) (රුපියල්)	සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය (AFC) (රුපියල්)	සාමාන්‍ය ච්චල පිරිවැය (AVC) (රුපියල්)	සාමාන්‍ය පිරිවැය (AC) (රුපියල්)	ආන්තික පිරිවැය (MC) (රුපියල්)
0	6000	0	6000		-		
100	6000	3000	9000	60	30	90	30
200	6000	4000	10000	30	20	50	10
300	6000	4500	10500	20	15	35	5
400	6000	6000	12000	15	15	30	15
500	6000	14000	20000	12	28	40	80
600	6000	24000	30000	10	40	50	100

ඒ අනුව, නිමැවුම් ප්‍රමාණය වැඩි කරන විට,

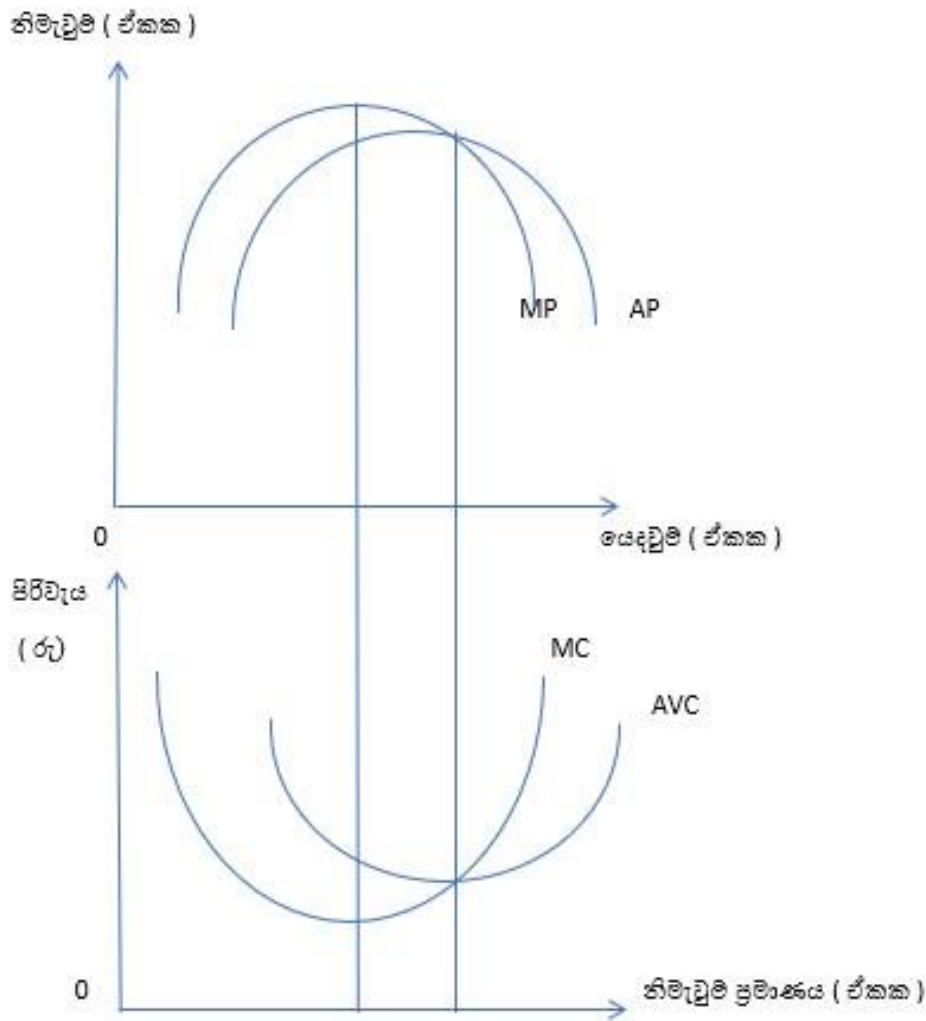
- AFC ක්‍රමයෙන් අඩුවේ
- AVC පළමුව අඩු වී නැවත වැඩි වේ
- AC පළමුව ක්‍රමයෙන් අඩු වී නැවත වැඩි වේ

කෙටි කාලීන ඵලදායීතා වක්‍ර හා පිරිවැය වක්‍ර අතර සම්බන්ධය

- කෙටිකාලීන පිරිවැය වක්‍ර හිතවන ඵලදා හිතිය පිළිබිඹුවකි
- විචලන සාධකයේ මිල නොවෙනස්ව තිබියදී විචලන 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 වක්‍රය ආන්තික ඵලදා වක්‍රයේ ප්‍රතිබිම්බය වේ.
- එසේම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රය ද හිත වන ආන්තික ඵලදා නීතිය 0 අනුව ම සාමාන්‍ය ඵලදා වක්‍රයේ ප්‍රතිබිම්බයක් සේ ම පිහිටයි.
- මෙලෙසින් වන කෙටි කාලයේ ඵලදායිතා වක්‍ර සහ පිරිවැය වක්‍ර අතර සම්බන්ධය පහත ප්‍රස්තාර



සටහනින් නිරූපණය කෙරේ.



ඉහත රූප සටහන අනුව,

- MP උපරිම වන විට MC අවම වේ.
- AP උපරිම වන විට AVC අවම වේ.
- MP වක්‍රය AP වක්‍රයෙහි උපරිම ලක්ෂ්‍යය ජේදනය කරමින් වේගයෙන් පහත බසී.

➤ දිගු කාලීන නිෂ්පාදනය පිරිවැය (Long-Run Production Cost)

- දිගු කාලය යනු ව්‍යාපාරයක සියලුම නිෂ්පාදන සාධක වෙනස් කළ හැකි කාලයයි. සියලුම යෙදවුම් විචල්‍ය යෙදවුම් වේ.
- ශ්‍රමය පමණක් නොව ප්‍රාග්ධනය ද වෙනස් වේ.
- ව්‍යාපාරයේ පරිමාණය ක්‍රමයෙන් විශාල වේ. නිෂ්පාදන ධාරිතාවය පුළුල් වේ.
- දිගු කාලයේ දී නිෂ්පාදන ධාරිතාවය ප්‍රසාරණය කිරීමේ ප්‍රතිඵල වශයෙන් පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් හා පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම් හටගනී.



■ යෙදවුම් හා නිමවුම් අතර ප්‍රධාන සම්බන්ධතා තුනක් දිගු කාලයේ දී දැකගත හැකි වේ.

1. වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල
2. ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල
3. හීන වන පරිමාණානුකූල ඵල

වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල

- යෙදවුම් වැඩි කරන වේගයට වඩා වැඩි වේගයකින් නිමැවුම වැඩිවීම වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල ලෙස හැඳින්වේ.
- වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල නිසා දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය ක්‍රමයෙන් අඩු වේ.

ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල

- යෙදුම් වැඩි කරන වේගයට සමාන වේගයකින් නිමැවුම වැඩි වීම ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල වශයෙන් හැඳින්වෙයි.
- ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල නිසා දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය ස්ථාවර ව පවතී.

හීනවන පරිමාණානුකූල ඵල

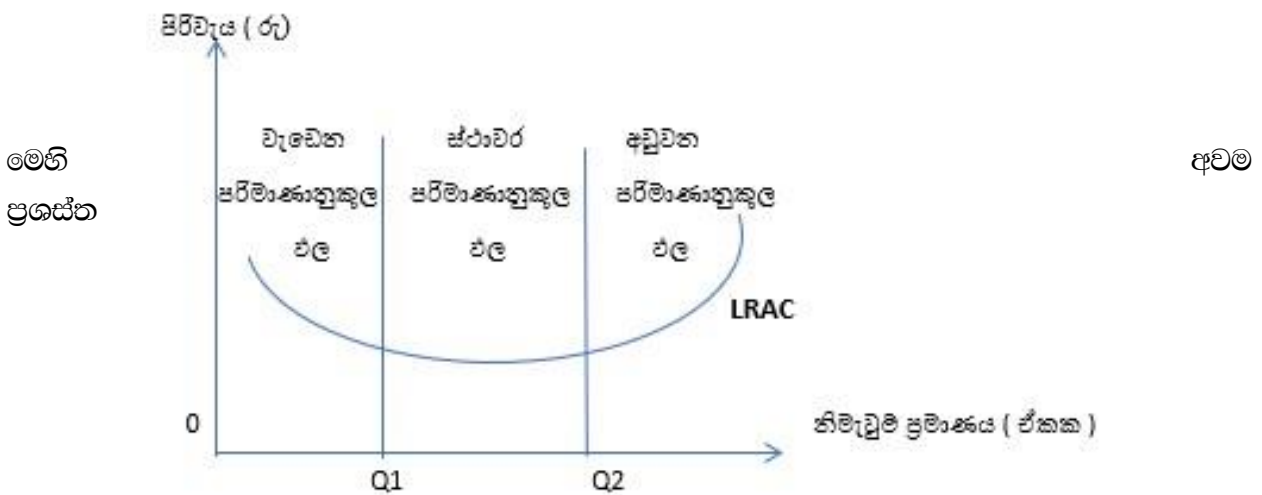
- යෙදවුම් වැඩි කරන වේගයට වඩා අඩු වේගයකින් නිමැවුම වැඩිවීම හීනවන පරිමාණානුකූල ඵල වශයෙන් හැඳින්වේ.
- හීන වන පරිමාණානුකූල ඵල නිසා දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය ඉහළ යයි.

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

පිරිමැසුම් පවතින විටදී වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵලත් නොපිරිමැසුම් පවතින විටදී අඩුවන පරිමාණානුකූල ඵලත් හට ගනියි.



පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් වලට හා නොපිරිමැසුම් වලට මුහුණ දෙන නිෂ්පාදන ආයතනයක දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය වක්‍රය ඉංග්‍රීසි යූ (U) අකුරක හැඩය



ධාරිතාවය වන්නේ Q1 ය.

එනම්, ආයතනයක පරිමාව විශාල කිරීම මගින් පිරිවැය අවම කරගත හැකි අවසාන නිමවුම් මට්ටමයි. මෙයට වඩා නිමවුම් වැඩි කළ ද, පිරිවැය අඩුකර ගත නොහැක.

පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් (Economies of Scale)



- පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් යනු දිගු කාලයේ දී නිෂ්පාදන ආයතනයක් නිෂ්පාදන ප්‍රසාරණය කිරීමේදී ආයතනයෙන් සාමාන්‍ය පිරිවැය පහළ බැසීම යි.
- ආයතනයක ධාරිතාව පුළුල් කිරීමත් සමග නිෂ්පාදන සාධක වල කාර්යක්ෂමතාව ඉහළ යෑමත්, නිෂ්පාදන යෙදුම් වල මිල පහළ වැටීමත් නිසා අත්පත් කරගත හැකි මූල්‍ය ප්‍රතිලාභයක් ලෙස පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් හැඳින්විය හැක.
- මෙය වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල හට ගැනීමටත්, දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය පහත හෙලීමටත් හේතුවන විවිධ වාසිදායක සාධකයන්ය.
- ඉහත රූපසටහන¹ නිමවුම් මට්ටම දක්වා දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය පහත වැටීමක් සිදු වී ඇති අතර එය පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් පවතින ප්‍රදේශය වේ. එහිදී පවතින්නේ වැඩෙන පරිමාණානුකූල ඵල ය.

පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් ඇතිවීම කෙරෙහි බලපාන සාධක

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



මේවා අභ්‍යන්තර හා බාහිර පිරිමැසුම් ලෙසද හඳුනාගත හැකිය

අභ්‍යන්තර පිරිමැසුම් හටගැනීමට හේතු	බාහිර පිරිමැසුම් හටගැනීමට හේතු
<ul style="list-style-type: none"> විශේෂීකරණය 	<ul style="list-style-type: none"> අමුද්‍රව්‍ය හා ප්‍රාග්ධන උපකරණ වල මිල පහළ වැටීම
<ul style="list-style-type: none"> නිෂ්පාදන රේඛා තුලනය 	<ul style="list-style-type: none"> තාක්ෂණික දියුණුව
<ul style="list-style-type: none"> අවදානම් කළමනාකරණය කිරීමේ පිරිමැසුම් 	<ul style="list-style-type: none"> පුහුණු ශ්‍රමය ලබා ගත හැකි වීම
<ul style="list-style-type: none"> වෙළෙඳපොළ පිරිමැසුම් 	<ul style="list-style-type: none"> පාදක ව්‍යුහය පුළුල් වීම
<ul style="list-style-type: none"> මූල්‍ය පිරිමැසුම් 	<ul style="list-style-type: none"> වෙළෙඳපොළ පුළුල් වීම
<ul style="list-style-type: none"> නොබිදිය හැකි යෙදවුම් වල ප්‍රසාරය ධාරිතාව උපයෝජනය 	<ul style="list-style-type: none"> තොරතුරු හුවමාරුව පුළුල් වීම

පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම්

- පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම් යනු දිගු කාලයේ දී ආයතනයක් නිෂ්පාදනය ප්‍රසාරණය කිරීමේදී ආයතනයේ සාමාන්‍ය පිරිවැය ඉහළ යාමයි.
- එනම් ආයතනයක ධාරිතාවය පුළුල් කිරීමත් සමඟ නිෂ්පාදන සාධක වල කාර්යක්ෂමතාවය පහළ යෑම නිසා මූල්‍යමය වශයෙන් සිදුවන පාඩුවයි.
- නොපිරිමැසුම්, හිතවන පරිමාණානුකූල ඵල හැට ගැනීමටත් දිගු කාලයේ දී සාමාන්‍ය පිරිවැය ඉහළ නැංවීමටත් හේතුවන විවිධ අවාසිදායක සාධකයන්ය.
- ඉහත රූප සටහනට අනුව,2 නිමවුම් මට්ටමෙන් පසු දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය ඉහළ යෑමක් සිදුවී ඇති අතර එම ප්‍රදේශයේ දී නොපිරිමැසුම් පවතී. එහිදී පවතින්නේ අඩුවන පරිමාණානුකූල ඵල ය.



- පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම් ඇතිවීම කෙරෙහි බලපාන හේතු සාධක

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

අභ්‍යන්තර නොපිරිමැසුම් හටගැනීමට හේතු	බාහිර නොපිරිමැසුම් හටගැනීමට හේතු
<ul style="list-style-type: none"> ● ව්‍යුහ විසඳුම් වැඩිවීම (ස්ථාවර පිරිවැය වැඩිවීම) 	<ul style="list-style-type: none"> ● අමුද්‍රව්‍ය, පුහුණු ශ්‍රමය අත්පත් කර ගැනීම කර ගැනීම සඳහා ආයතන අතර ඇතිවන තරගය
<ul style="list-style-type: none"> ● තීරණ ගැනීමේ කල් ප්‍රමාද 	
<ul style="list-style-type: none"> ● අකාර්යක්ෂමතාව 	

මේවා අභ්‍යන්තර හා බාහිර පිරිමැසුම් ලෙස ද හඳුනා ගත හැක

- පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් හෝ නොපිරිමැසුම් හෝ නොපවතින විට ආයතනය දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය ස්ථාවර ව පවතී. එහි දී පවතින්නේ ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල ය.
- ඉහත රූප සටහනේ Q0 - Q2 දුරේ දැක්වෙන්නේ එවැනි ස්ථාවර පිරිවැය තත්ත්වයකි





වෙළෙඳපොල ව්‍යුහ

වෙළෙඳපොල ආර්ථිකයක් විවිධ වෙළෙඳපොල ව්‍යුහයන්ගෙන් සමන්විතය.වෙළෙඳපොල ලාක්ෂණිකයන්ගේ වෙනස්කම් මත ආර්ථික විද්වතුන් විසින් ප්‍රධාන වෙළෙඳපොල හතරක් හඳුනාගෙන ඇත

- ✚ පූර්ණ තරඟය
- ✚ ඒකාධිකාරී තරඟය
- ✚ කතිපයාධිකාරය
- ✚ ඒකාධිකාරය



ආයතනය හා කර්මාන්තය යන සංකල්ප අතර වෙනස

- ❖ ආයතනයක් යනු, එලදායී ආර්ථික සම්පත් එකිනෙකට මිශ්‍ර කරමින් නිෂ්පාදනය සංවිධානය කරමින් භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කොට වෙළෙඳපොළට සපයනු ලබන ඒකකයක් වේ
- ❖ කර්මාන්තයක් යනු, බොහෝ සෙයින් සමාන වූ භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කරනු ලබන ආයතනවල එකතුවක් වේ
- ❖ ආර්ථික විද්‍යාවේදී කර්මාන්තය හා වෙළෙඳපොළ සමාන අර්ථ ඇති සංකල්ප ලෙස යොදාගනී
- ❖ ආර්ථික ක්‍රමයක ක්‍රියාත්මකවන විවිධ ආයතන වෙළෙඳපොළේ දී මුහුණ දෙන තත්ත්ව එකිනෙකට වෙනස්වේ. ඒ සඳහා බලපාන ප්‍රධාන සාධක කිහිපයකි.

01. වෙළෙඳපොළ තුළ සිටින ආයතන සංඛ්‍යාව

භාණ්ඩයක් නිෂ්පාදනය කිරීම එක් ආයතනයකින් හෝ ආයතන කුඩා සංඛ්‍යාවකින් හෝ ආයතන විශාල සංඛ්‍යාවකින් හෝ වෙළෙඳපොළක් සමන්විතවිය හැකිය. යම් භාණ්ඩයක් තනි ආයතනයක් නිෂ්පාදනය කරන විට ඒ ආයතනයට අයත් වෙළෙඳපොළ කොටස විශාලවේ. ආයතන විශාල සංඛ්‍යාවකින් වෙළෙඳපොළ සමන්විතවන විට එක් එක් ආයතනයට හිමිවන වෙළෙඳපොළ කොටස කුඩාවේ. ආයතන කුඩා සංඛ්‍යාවකින් වෙළෙඳපොළ සමන්විත වන විට එක් එක් ආයතනයට හිමිවන වෙළෙඳපොළ කොටස විශාලවේ

02. නිෂ්පාදනයේ ස්වරූපය

කර්මාන්තය තුළ කටයුතු කරන ආයතනය නිපදවනු ලබන හෝ විකුණනු ලබන හෝ භාණ්ඩ සුවිශේෂී එකක් හෝ සමජාතීය හෝ ප්‍රභේදනයකින් යුක්ත ඒවා හෝ විය හැකිය. කර්මාන්තය තුළ නිපදවන භාණ්ඩ සමජාතීය වන විට එක් එක් ආයතනයට තම නිෂ්පාදනයේ මිල තනිව තීරණය කළ නොහැකිය. එහෙත් කර්මාන්තය තුළ කටයුතු කරන එක් එක් ආයතනය නිෂ්පාදනය කරන භාණ්ඩවල ප්‍රභේදනයක් පවතින විට එක් එක් ආයතනයට තම නිෂ්පාදනයේ මිල තීරණය කළ හැකිය. කර්මාන්තය තුළ තනි ආයතනයක් කටයුතු කරන විට තම නිෂ්පාදනයේ මිල තනිවම තීරණය කළ හැකිය



03. අලුත් ආයතන වෙළෙඳපොළට ප්‍රවේශවීමටත් පවත්නා ආයතන වෙළෙඳපොළින් ඉවත්ව යාමටත් ඇති පහසු /අපහසුභාවය

බාධාවකින් තොරව ඕනෑම ආයතනයකට වෙළෙඳපොළට නිදහසේ පිවිසීමේ හැකියාවද බාධාවකින් තොරව ඕනෑම ආයතනයකට වෙළෙඳපොළෙන් පිටව යාමේ නිදහසද නිබිය හැක.එසේම වෙළෙඳපොළවලට ආයතනවලට පිවිසීමේ බාධාද,වෙළෙඳපොළෙන් පිටව යාමේ බාධාද පැවතිය හැක.

04. වෙළෙඳපොළේ සිටින ආයතන අතර පවත්නා තරඟයේ ස්වරූපය

වෙළෙඳපොළ තුළ ක්‍රියා කරන ආයතන අතර තරඟයක් ඇත්ද? නැද්ද? තරඟයක් පවතින්නේ නම් එය මිල වෙනස්කම් වලට පමණක් සීමාවේද? නැතිනම් භාණ්ඩ ප්‍රභේදනය,ප්‍රචාරණය වැනි අනිකුත් මාධ්‍යයන් ඔස්සේ සිදුවේද යන්න මින් අදහස් වෙයි

පූර්ණ තරඟය (Perfect Competition)

- ❖ සමජාතීය භාණ්ඩ නිපදවන,අබාධ පිවිසුමක් හා පිටවීමක් ඇති ආයතන රාශියකින් සමන්විත වෙළෙඳපොළ තත්ත්වය පූර්ණ තරඟය ලෙස හැඳින්වේ
- ❖ ආර්ථික විද්‍යාවේදී පූර්ණ තරඟය පරමාදර්ශී සංකල්පයක් ලෙස හඳුනාගෙන ඇත.ප්‍රායෝගික ලෝකයේ 100%ක් පූර්ණ තරඟකාරී වෙළෙඳපොළවල් දක්නට නොලැබෙන අතර මීට ආසන්න තත්වයන් දැකිය හැකිය.නමුත් ප්‍රායෝගික ලෝකයේ ක්‍රියාත්මකවන වෙළෙඳපොළ තත්වයන් හඳුනාගැනීම සඳහා පූර්ණ තරඟකාරී වෙළෙඳපොළ ආකෘතිය පිලිබඳ අවබෝධය ඉතා වැදගත්වේ

පූර්ණ තරඟයේ ලක්ෂණ

01. නිෂ්පාදන සමජාතීයවීම

කර්මාන්තයක නියැලි ආයතන සියල්ල මුළුමනින්ම සමාන වූ එකිනෙකට පූර්ණ ආදේශක වූ භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීම සමජාතීය භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීම යන්නෙන් අදහස් කෙරේ

ඒ නිසා කර්මාන්තයේ නියැලි එක් එක් ආයතන නිෂ්පාදනය කරන භාණ්ඩය වෙන් වෙන් වශයෙන් හඳුනා ගත නොහැක.මේවා මුළුමනින්ම එකිනෙකට සමාන වූ ආදේශක භාණ්ඩ වේ.කවර නිෂ්පාදකයෙකුගෙන් ඒවා මිලට ගත්තද නිෂ්පාදන අතර වෙනසක් ගැනුම්කරුවන් නොදකී.

උදා :- වී ගොවිතැනේ යෙදී සිටින සියලුම ගොවීන්ගේ නිෂ්පාදිත එක සමානවීම



නිෂ්පාදනය සමජාතීය වන විට,

- එක් එක් සැපයුම්කරුවා නිපදවන භාණ්ඩ අතර හරස් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය පූර්ණ නම්‍ය (අපරිමිතයක්)වෙයි
- වෙළෙඳ භාණ්ඩ ප්‍රචාරණයේ යෙදිය නොහැකි වේ
- මිල විශේෂණය කිරීමෙහි ලා සංරෝධකයක් ලෙස ක්‍රියා කිරීම

02. ගැනුම්කරුවන් හා විකුණුම්කරුවන් විශාල සංඛ්‍යාවක් සිටීම

පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළක් ගැනුම්කරුවන් හා විකුණුම්කරුවන් විශාල සංඛ්‍යාවකින් සමන්විත වේ.මේ නිසා එක් අයෙක් වෙළෙඳපොළේ සුළු කොටසක් නියෝජනය කරන බැවින් එක් ගැනුම්කරුවෙකුට හෝ විකුණුම්කරුවෙකුට මිල කෙරෙහි බලපෑමක් කළ නොහැකිය

03. පූර්ණ දැනුම

වෙළෙඳපොළ තුළ කටයුතු කරන සෑම ඒකකයක්ම වෙළෙඳපොළේ සිදුවන්නේ කුමක්ද යන්න පිලිබඳ නිවැරදි අවබෝධයකින් යුක්තව තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ යෙදී සිටී.විශේෂයෙන්ම වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම් හා සැපයුම් තත්වයන්,මිල ගණන්,ලාභදායකත්වය,නිෂ්පාදන පිරිවැය,තාක්ෂණය ආදී තීරණ ගැනීම සඳහා අවශ්‍ය තොරතුරු පූර්ණ වශයෙන් පිරිවැයකින් තොරව ලබාගත හැකිවේ

04. වෙළෙඳපොළ තුළ අබාධ ප්‍රවේශය හා පිටවීම දැකිය හැකිවීම

යම් පූර්ණ තරගකාරී කාර්මාන්තයකට අයත් භාණ්ඩයක් නිෂ්පාදනය කිරීම සඳහා ඉදිරිපත් වීමට නව ආයතනවලට කිසිදු බාධාවක් නැත.එය අබාධ පිටිසුම යන්නෙන් හැඳින්වේ.ඕනෑම නිෂ්පාදකයෙකුට තම නිෂ්පාදන සම්පත් නිදහසේ සංචලනය කරමින් කාර්මාන්තයට ඇතුළුවීමට හැක.ප්‍රවේශය සීමා කරන බලපත්‍ර ලබාගැනීමේ අවශ්‍යතා,නීතිමය බාධා කිසිවක් පූර්ණ තරගකාරී කාර්මාන්තයක් තුළ ක්‍රියාත්මක නොවේ.ප්‍රවේශය සේම පිටවීමද පහසුවේ

05. පූර්ණ සාධක සංචලතාවය

පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළක් තුළ සම්පත් බාධාවකින් තොරව හුවමාරු කරගත හැකිවේ.එනම් ආයතනවල සැපයුම ඉල්ලුමට අනුරූපව ගැලපීම සඳහා ඉල්ලුම වැඩිවන විට කාර්මාන්තයට අමතර සාධක සංචලනය වන අතර ඉල්ලුම අඩුවන විට කාර්මාන්තයෙන් පිටතට සාධක සංචලනය වේ



06. ප්‍රවාහන පිරිවැයක් රහිත වීම

එක් එක් ආයතනය විසින් ප්‍රවාහන පිරිවැයක් දරා ඇත්නම් භාණ්ඩයේ මිල ආයතනයෙන් ආයතනයට වෙනස් වෙයි.එබැවින් පූර්ණ තරඟකාරී වෙළෙඳපොළක කිසිදු ආයතනයක් ප්‍රවාහන පිරිවැයක් දරා නොමැති බවට සැලකේ

07. ආයතනය මිල ගනුවෙක් වීම

පූර්ණ තරඟකාරී වෙළෙඳපොළක ගැනුම්කරුවන් හා විකුණුම්කරුවන් විශාල සංඛ්‍යාවක් සිටින නිසා එක් ගැනුම්කරුවෙකුගේ හෝ විකුණුම්කරුවෙකුගේ ක්‍රියා කලාපය වෙළෙඳපොළ ක්‍රියාකාරීත්වය කෙරෙහි කිසිදු බලපෑමක් නොකරයි

වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම හෝ සැපයුම වෙනස් කිරීමට එක් ගැනුම්කරුවෙකුට හෝ එක් විකුණුම්කරුවෙකුට කිසිදු හැකියාවක් නොමැත

පූර්ණ තරඟකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයකට මිල තීරණය කිරීමේ හැකියාවක් නොමැති අතර වෙළෙඳපොළේ තීරණය වූ මිල යටතේ අවශ්‍ය තරම් සැපයීමට ආයතනයට සිදුවේ

වෙළෙඳපොළේ පවතින මිල කෙරෙහි එක් ආයතනයකට කිසිදු බලපෑමක් කළ නොහැකි නිසාත්,වෙළෙඳපොළේ තීරණය වූ මිල යටතේ මුළු සැපයුම අලෙවි කරගත හැකි නිසාත් පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනයක් මිල ගනුවෙක් Price taker ලෙසින් හැඳින්වේ

වෙළෙඳපොළ මිල ගනුවෙකු සේ කටයුතු කිරීමට සිදුවන්නේ වෙළෙඳපොළේ සිටින සෑම ආයතනයක්ම සමජාතීය භාණ්ඩ නිපදවීමත්,එක් ආයතනයක් මුළු වෙළෙඳපොළ සැපයුමෙන් ඉතා සුළු කොටසක් පමණක් නිෂ්පාදනය කිරීමත් නිසාය

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



08. දිගු කාලීන සමතුලිතයේදී වෙළෙඳපොළ තුළ සිටින සියලුම ආයතන ප්‍රාමාණික ලාභ පමණක් ලැබීම

- පූර්ණ තරඟකාරී වෙළෙඳපොළක කටයුතු කරන ආයතනයක් කෙටි කාලයේදී අති ප්‍රාමාණික ලාභ ඉපැයීමට ඉඩ ඇත
- එසේ වුවහොත් වෙනත් කර්මාන්තවල නිරතවන ආයතනයද එකී ලාභ ඉපයීම සඳහා පූර්ණ තරඟකාරී කර්මාන්තයට පිවිසේ
- එහි ප්‍රතිඵලය වශයෙන් කර්මාන්තයේ සැපයුම වැඩිවේ හාණ්ඩයේ මිල අඩුවේ
- මේ නිසා පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනවලට දිගු කාලයේදී ප්‍රාමාණික ලාභ පමණක් ඉපැයීමට හැකිවේ

පූර්ණ තරඟකාරී වෙළෙඳපොළ තත්වයන් සඳහා උදාහරණ

- පිටකොටුවේ ඇපල් වෙළෙඳපොළ
- විශ්ව විද්‍යාල අසල ජායා පිටපත් වෙළෙඳපොළ
- මීටර් ටැක්සි රියදුරන්ගේ වෙළෙඳපොළ
- ඇතැම් කෘෂි කාර්මික වෙළෙඳපොළවල්

උදා :- වී, වට්ටක්කා, බුලත්, බඩ ඉරිඟු

ඒකාධිකාරී වෙළෙඳපොළ (Monopoly)

- ❖ තනි විකුණුම්කරුවෙක් හෝ නිෂ්පාදකයෙකු හෝ සිටින කර්මාන්තයක් ඒකාධිකාරය වශයෙන් හැඳින්වේ. මෙය පූර්ණ තරඟයේ ප්‍රතිවිරුද්ධ තත්වයයි
- ❖ ඒකාධිකාරයේ ආයතනයන් කර්මාන්තයන් යන දෙකම එකක් වේ. එහෙයින් ආයතනයන් කර්මාන්තයන් අනන්‍ය වේ

ඒකාධිකාරී වෙළෙඳපොළක ලක්ෂණ

01. නිෂ්පාදනය සුවිශේෂී වීම

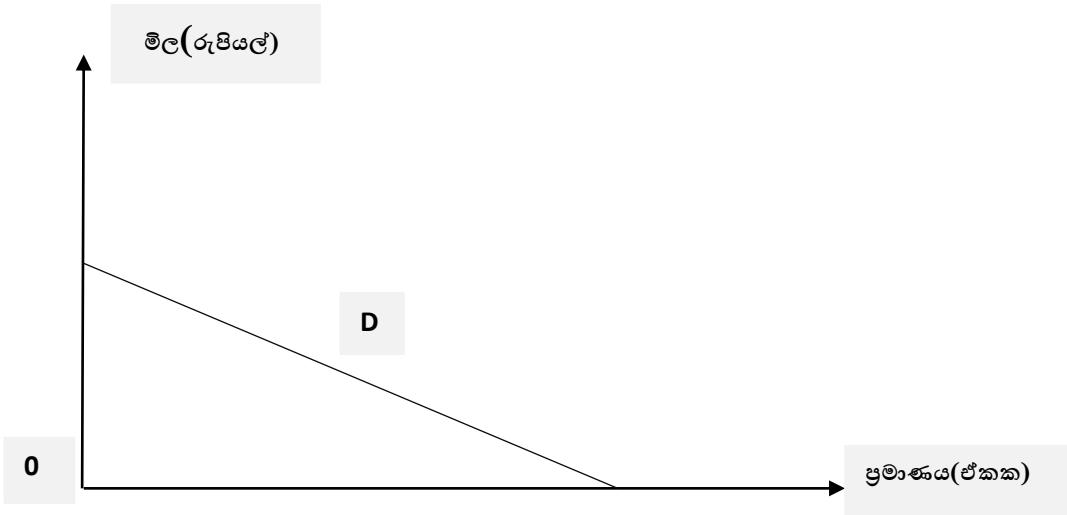
ඒකාධිකාරී වෙළෙඳපොළක අලෙවිවන හාණ්ඩයක් සඳහා කිට්ටු ආදේශක නොමැත. ඒ හා සමාන හාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කරන වෙනත් නිෂ්පාදකයෝ නොමැති වීම එයට හේතුවයි

එහෙයින් පාරිභෝගිකයන්ට තේරීමට අවකාශයක් නොමැත



අදාළ නිෂ්පාදනය ලබාගත හැක්කේ එකම නිෂ්පාදකයෙකුගෙන් පමණි. ඒ නිසා නිෂ්පාදකයාට වෙළෙඳපොළ තුළ ඒකාධිකාරී බලයක් හිමිවේ. මේ ඒකාධිකාරී බලය නිසා තම නිෂ්පාදනයේ මිල තීරණය කිරීමට නිෂ්පාදකයාට හැකියාව ලැබේ

ඒ නිසාම ඒකාධිකාරී ආයතනයක් මුහුණදෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනයක මෙන් නොව මිල අඩු වැඩි කිරීමේ හැකියාව ආයතනයට ඇති බව පෙන්නුම් වීමේ සිට දකුණට බෑවුම් වන රේඛාවකි



02. එක් ආයතනයක් පමණක් නිෂ්පාදනයේ නිරතවීම

එක් ආයතනයක් පමණක් නිෂ්පාදනයේ නිරතවන විට ආයතනයන්, කර්මාන්තයන් යන දෙකම එකම ඒකකයක් බවට පත්වේ

එසේ වන විට තරඟකාරීත්වයක් ඇති නොවේ

උදා :- ජල සම්පාදනය, විදුලි බල සම්පාදනය, සීගරැටි නිෂ්පාදනය, දුම්බරය ධාවනය

03. කර්මාන්තයට ප්‍රවේශවීමට එරෙහි බාධක පැවතීම

නව ආයතනවලට කර්මාන්තය තුළට ප්‍රවේශ වීම වළක්වාලනු ලබන විවිධ බාධා ඒකාධිකාරී වෙළෙඳපොළක් තුළ දැකිය හැකිවේ

එම බාධක අතුරින් ඇතැම් ඒවා ස්වභාවික බාධක වන අතර ඇතැම් ඒවා කෘතීම බාධක වේ



ස්වභාවික බාධා

01. ප්‍රධාන අමුද්‍රව්‍ය පිලිබඳ හිමිකම

ඇතැම් නිෂ්පාදන සඳහා යොදාගනු ලබන මූලික අමුද්‍රව්‍ය පිලිබඳ හිමිකම කිසියම් එක් පුද්ගලයෙකු තනිව හිමිකර ගැනීමෙන්, එම භාණ්ඩය නිෂ්පාදනය කිරීමට වෙනත් ආයතනවලට ඇති හැකියාව වලක්වාලිය හැකිය

02. පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් දක්නට ලැබීම

කිසියම් ආයතනයක නිෂ්පාදනය වැඩි කරන විට පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් හට ගනී නම් අඩුවන පිරිවැය තත්ත්වයක් යටතේ භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කළ හැකිය

මෙවැනි තත්ත්වයක් තුළ එක් නිෂ්පාදකයෙකුට වෙළෙඳපොළේ ස්වභාවික ඒකාධිකාරයක් ගොඩනගා ගත හැකිවේ

තරඟකරුවෙකුට එම වෙළෙඳපොළට ඇතුළු වීම පහසු නොවේ

දැනටමත් වෙළෙඳපොළේ සිටින ආයතන විසින් මුළු වෙළෙඳපොළටම අවශ්‍ය භාණ්ඩ ප්‍රමාණය ක්‍රමයෙන් පහළ වැටෙන සාමාන්‍ය පිරිවැයක් යටතේ නිපදවීමේ හැකියාව ඇති බැවින්

අලුතින් කර්මාන්තයට ඇතුළුවන ආයතනයකට තම නිමැවුම දැනට වෙළෙඳපොළේ සිටින ආයතනය අයකරන මිලට වඩා අඩු මිලකට සැපයීමට අපහසුවේ

මෙවැනි ඒකාධිකාරයක් ස්වභාවික ඒකාධිකාරයක් ලෙස හඳුන්වනු ලැබේ

කෘතීම බාධා

01. රජය මගින් පනවන නීතිමය බාධා

උදා :- ශ්‍රී ලංකාවේ දුම්රිය අධිකාරිය, විදුලි බල මණ්ඩලය, තැපැල් කාර්යාල

02. ස්වාධිකාර හා ප්‍රකාශන අයිතිය යටතේ නිෂ්පාදන හිමිකාරීත්වය සීමා කිරීම



04. වෙළෙඳපොළ තොරතුරු අපූර්ණ වීම හා පිරිවැයකින් තොරව ලබාගත නොහැකි වීම

ඒකාධිකාරී ආයතනයක් නිපදවන භාණ්ඩ සමබන්ධ වෙළෙඳපොළ තොරතුරු වෙනත් නිෂ්පාදන ආයතනවලට පිරිවැයකින් තොරව ලබාගත නොහැක

වෙළෙඳපොළට පිවිසීමට ශක්තිය ඇති නව ආයතන හැඳින්වෙන්නේ විභව ආයතන ලෙසය. එම විභව ආයතනවලට වෙළෙඳපොළට පැමිණීම සඳහා තොරතුරු ලබාගැනීමට නොහැකිවන විට එකී ආයතනවලට වෙළෙඳපොළට පිවිසීමට හැකියාවක් නොලැබේ

සිගරට් නිෂ්පාදනය, ඇතැම් බිස්කට් වර්ග නිෂ්පාදනය, විදුලි බලය බෙදා හැරීම යන ආදී ක්ෂේත්‍රවල ඒකාධිකාරී ආයතන බිහිව ඇත්තේ විභව ආයතනවලට තොරතුරු පූර්ණ වශයෙන් ලබාගත නොහැකි වීම නිසාය

ඒකාධිකාරී වෙළෙඳපොළ නත්වයන් සඳහා උදාහරණ

- ශ්‍රී ලංකා දුම්රිය දෙපාර්තමේන්තුව
- ජාතික ජල සම්පාදන හා ජලාපවාහන මණ්ඩලය
- ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව
- ලංකා ක්ලියර් (පෞද්ගලික) සමාගම
- සීමාසහිත ලංකා දුම්කොළ සමාගම

ස්වභාවික ඒකාධිකාරය (Natural Monopoly)

යම් ආයතනයක් වැඩිවන පරිමාණකුල ඵල හිමිකරගෙන තිබෙන විට දිගු කාලයේදී නිෂ්පාදනය වැඩි කරත්ම සාමාන්‍ය පිරිවැය පහළ වැටීම හේතුවෙන් වෙනත් ආයතනවලට එකී කර්මාන්තයට පිවිසීමට තිබෙන ඉඩකඩ ගිලිහී යාම හෝ තරඟකාරී ආයතනවලට වෙළෙඳපොළේ රැදීසිටීමට නොහැකි වීම හෝ හේතුවෙන් බිහිවන ඒකාධිකාරය ස්වභාවික ඒකාධිකාරය ලෙස හැඳින්වේ

අපූර්ණ තරඟය (Imperfect Competition)

සැබෑ ලෝකයේ ව්‍යාපාර ආයතන ක්‍රියාත්මක වන්නේ පූර්ණ තරඟය හා ඒකාධිකාරය යන ව්‍යාපාරික අන්ත දෙක අතරය

එම ව්‍යාපාරික තත්ත්ව හඳුන්වන්නේ අපූර්ණ තරඟය ලෙසය

මෙම ව්‍යාපාර ආයතන මිල ගනුවන් නොවන බැවින් ඒවා පූර්ණ තරඟකාරී නොවේ. එසේම කර්මාන්තය එක් ආයතනයකට වඩා වැඩි සංඛ්‍යාවකින් සමන්විතවන නිසා ඒවා ඒකාධිකාරී ද නොවේ



එහෙත් මෙම ආයතන නිෂ්පාදනය කරන භාණ්ඩවල මිල තීරණය කිරීමේ ශක්තිය එම ආයතන සතුය. ඒ නිසා ඒවා ඒකාධිකාරී වේ. නවද මෙම ආයතන අතර තරඟයක් පවතී. ඒ නිසා ඒවා තරඟකාරී වෙයි

ඒ අනුව අපූර්ණ තරඟය ප්‍රධාන කොටස් දෙකකට බෙදේ

1. ඒකාධිකාරී තරඟය
2. කතිපයාධිකාරය

❖ ඒකාධිකාරී තරඟය (Monopolistic & Competition)

ඒකාධිකාරී තරඟය යනු,

සැපයුම්කරුවන් රාශියකින් සමන්විත වන ප්‍රභේදිත භාණ්ඩ අලෙවි කරන අධාධි පිවිසුමක් සහ පිටවුමක් පවතින වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහයයි

පූර්ණ තරඟය හා ඒකාධිකාරය යන වෙළෙඳපොළ තත්වයන්හි සංකලනයකින් ඒකාධිකාරී තරඟ වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහය බිහිවේ. ප්‍රායෝගික ලෝකයේ දැකිය හැකි බොහෝ වෙළෙඳපොළවල් අයත්වන්නේ මෙම වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහය යටතටය

ඒකාධිකාරී තරඟයේ ලක්ෂණ

01. ආයතන විශාල සංඛ්‍යාවකින් කර්මාන්තය සමන්විතවීම

පූර්ණ තරඟයේදී මෙන් ආයතන විශාල සංඛ්‍යාවක් ඒකාධිකාරී තරඟ වෙළෙඳපොළක නොසිටියත්, සැලකිය යුතු තරම් ආයතන සංඛ්‍යාවකින් කර්මාන්තය සමන්විතවේ

ඒ නිසා කර්මාන්තයේදී තීරණය වන මිල යටතේ කටයුතු කිරීමට ආයතනවලට සිදුවේ

ආයතන විශාල සංඛ්‍යාවකින් කර්මාන්තය සමන්විත වූවත්, එක් එක් ආයතනය කටයුතු කරන්නේ ස්වාධීනවය

එක් එක් ආයතනයේ කටයුතු සම්බන්ධයෙන් අනෙකුත් ආයතන සැලකිල්ලක් නොදැක්වීම එයට හේතුවයි

තරඟකාරී ආයතනවල මිල හා නිමැවුම වෙනස් කිරීම කෙරෙහි සෙසු ආයතන උනන්දුවක් නොදක්වයි

ආයතන විශාල සංඛ්‍යාවක් වෙළෙඳපොළ තුළ සිටින හෙයින් එක් ආයතනයකට වෙළෙඳපොළ මිල හෝ සැපයුම් ප්‍රමාණය හෝ කෙරෙහි සැලකිය යුතු බලපෑමක් කළ නොහැක



02. ප්‍රභේදනය කරන ලද භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීම

නිෂ්පාදිත ප්‍රභේදනය යනු, සෑම ආයතනයක්ම නමා විසින් සපයන භාණ්ඩය අවශේෂ සැපයුම්කරුවන්ගෙන් වෙන්කොට වෙනස් වූ භාණ්ඩයක් වශයෙන් වෙළෙඳපොළට ඉදිරිපත් කිරීමයි

ඒකාධිකාරී තරඟය යටතේ නිපදවන භාණ්ඩ සමජාතීය නොවේ. භාණ්ඩ එක සමාන වුවත් ඒවා අතර අසමානකම් පවතින බවට පාරිභෝගිකයන් තුළ විශ්වාසයක් ඇති කිරීමට ආයතන උත්සාහ කරයි. එක් එක් ආයතන නිපදවන භාණ්ඩ කිට්ටු ආදේශක වුවත් නිෂ්පාදනවල පවතින ප්‍රභේදන නිසා ඒවා පූර්ණ ආදේශක නොවේ

ඒ නිසා තරඟකාරී නිෂ්පාදකයින් අතට තම වෙළෙඳපොළ කොටස පත්වීමකින් තොරව නිෂ්පාදනයේ මිල ඉහළ නැංවීමටත්, මිල අඩු කිරීමෙන් විකුණුම් වැඩිකර ගැනීමටත් ඒකාධිකාරී තරඟයට මුහුණදෙන ආයතනවලට හැකිය

ඒ නිසා ඒකාධිකාරී තරඟ ආයතනයක් මුහුණදෙන්නේ වමේ සිට දකුණට බැවුම් වන ඉල්ලුම් වක්‍රයකටය

ඒකාධිකාරී තරඟයේ ආයතනයක් පහත සඳහන් ක්‍රම ඔස්සේ භාණ්ඩ ප්‍රභේදනය පවත්වාගෙන යයි

✓ භාණ්ඩයේ ගුණාත්මක තත්ත්වය

එනම් එක් එක් ආයතන විසින් වෙළෙඳපොළට ඉදිරිපත් කරන භාණ්ඩ වෙන්කොට දැක්වීමට භෞතික වශයෙන් අනුගමනය කරන ක්‍රියාමාර්ග වේ

උදා :- භාණ්ඩයේ හැඩය, විශ්වසනීයත්වය, කල්පැවැත්ම හා පාරිභෝගිකයාට සැපයෙන සේවාවේ තත්ත්වය

✓ භාණ්ඩයේ මිල

භාණ්ඩ ප්‍රභේදනය නිසා ආයතනයකට මිල තීරණය කිරීමේ හැකියාවක් ඇත. එක් එක් ආයතනයෙන් සැපයෙන භාණ්ඩයේ හෝ සේවාවේ මිල එකිනෙකට වෙනස් විය හැක

✓ අලෙවිකරණය



03. අඩාඩ ප්‍රවේශය හා අඩාඩ පිටවුම

පූර්ණ තරඟයේදී මෙන්ම ඒකාධිකාරී තරඟයේදී ද ව්‍යාපාර ආයතනවලට කාර්මාන්තයට ඇතුළු වීමටත්,කාර්මාන්තයෙන් පිටවී යාමටත් හිඳහස තිබේ

ඒ නිසා ඒකාධිකාරී තරඟයේ යෙදී සිටින ආයතන අධි ප්‍රාමාණික ලාභ උපයන විට නව ආයතන කාර්මාන්තයට පිවිසේ.එසේම ඒකාධිකාරී තරඟයේ යෙදී සිටින ආයතන අලාභ ලබන විට කාර්මාන්තයෙන් පිටව යයි

04. තොරතුරු අපූර්ණ වීම

ඒකාධිකාරී තරඟකාරී වෙළෙඳපොළක තොරතුරු පිරිවැයකින් තොරව පහසුවෙන් ලබාගත නොහැක

ඒකාධිකාරී තරඟය වෙළෙඳපොළ තත්වයන් සඳහා උදාහරණ

- ❖ ආපනශාලා
- ❖ ඉන්ධන පිරවුම්හල්
- ❖ සිල්ලර වෙළෙඳසල්
- ❖ රෙදිපිළි වෙළෙඳසල්
- ❖ පාවහන් අලෙවිසල්

කතිපයාධිකාරය (Oligopoly)

මුළු වෙළෙඳපොළම නිෂ්පාදකයන් අතරොස්සක් විසින් මෙහෙයවනු ලබන,ප්‍රභේදනය වූ හෝ ප්‍රභේදනය නොවූ භාණ්ඩ අලෙවි වන වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහයයි

කතිපයාධිකාරයේ ලක්ෂණ

1. ආයතන සංඛ්‍යාව අතරොස්සක් වීම

කතිපයාධිකාරී වෙළෙඳපොළක සැපයුම අතිශය සීමිත සැපයුම්කරුවන් ප්‍රමාණයක් අතර බෙදී ගොස් ඇත

වෙළෙඳපොළ තුළ ඇත්තේ ඉතා සීමිත ආයතන ප්‍රමාණයකි



2. ප්‍රවේශය බාධාකාරී වීම

කතිපයාධිකාරී වෙළෙඳපොළකට පිවිසීම වලකන ස්වභාවික හා කෘතීම බාධා පවතී

උදාහරණ - : පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් වාසි,උපායමාර්ගික ක්‍රියා,නීතිමය සීමා,කීර්තිනාමය,රජයේ ගිවිසුම්

3. වෙළෙඳපොළ ආධිපත්‍යය

ආයතන සංඛ්‍යාව අනලොස්සක් වීම නිසා එක් ආයතනයකට වෙළෙඳපොළෙන් හිමිවන කොටස විශාල වේ
ඒ නිසාම සෑම ආයතනයක්ම වෙළෙඳපොළ තුළ ප්‍රබල සන්නම් නාම සහිතව විශාල බලයක් හිමිකරගෙන සිටී

4. ආයතන අතර දැඩි අන්‍යෝන්‍ය රැඳීයාවක් පැවතීම

ආයතන සංඛ්‍යාව අනලොස්සක් වීම සහ සෑම ආයතනයක්ම වෙළෙඳපොළ තුළ විශාල බලයක් හිමිකරගෙන සිටීම නිසා ඔවුන් අතර දැඩි අන්‍යෝන්‍ය රැඳීයාවක් දක්නට ලැබේ

එනම් එක් ආයතනයක ප්‍රතිපත්ති හා උපාය මාර්ග අනෙක් ආයතනය කෙරෙහි සෘජුවම බලපාන බැවින් මෙවැනි වෙළෙඳපොළක ස්වාධීන තීරණගැනීම අවදානම් වේ

ඒ නිසා කතිපයාධිකාරී වෙළෙඳපොළක කටයුතු කරන ආයතන බොහෝ විට විධිමත් ලෙස හෝ නොවිධිමත් ලෙස ඔවුනොවුන් අතර සහයෝගීතාවය ඇති කර ගනිමින් අනර්ථකාරී තරඟ හැසිරීම් රටාව අඩු කර ගැනීමට සාමූහිකව කටයුතු කරයි

සියලුම ආයතන එකතුවී ඒකාධිකාරී වෙළෙඳපොළක් ලෙස කටයුතු කිරීමටද හැකියාව ඇත.නීත්‍යානුකූලව ඇති කර ගන්නා මෙවැනි ගිවිසුමක් කාටලයක් ලෙස හැඳින්වේ

5. නිෂ්පාදිතය සමජාතීය වුවක් හෝ හා ප්‍රභේදනය වුවක් හෝ විය හැකිය

6. නියුණු ප්‍රචාරණයක් පැවතීම

බොහොමයක් කතිපයාධිකාරී ආයතන නොමිල තරඟය පවත්වා ගන්නා අතර එහිදී ප්‍රභේදනය ශක්තිමත් කිරීම සඳහා ප්‍රචාරණය ප්‍රබලව යොදා ගනී



කතිපයාධිකාරී වෙළෙඳපොළ තත්වයන් සඳහා උදාහරණ

- ❖ ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර
- ❖ සීමන්ති නිෂ්පාදනය
- ❖ රූපවාහිනී සේවා
- ❖ කිරිපිටි කට්ඨානනය
- ❖ දුරකථන සන්නිවේදන සේවා
- ❖ සිසිල් බිම

❖ ස

පිරි
වෙ
ලඳස
ල්

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 බඩඉරිඳු, වට්ටක්කා කැට, ආසන්න ලක්ෂණ ඇති	නිරන්තරයෙන් සමාන්තර වේ. ආයතනය මිල ගනුදෙනු වේ.
ඒකාධිකාරය	එක් ආයතනයක් පමණි.	බාධා සහිත වේ.	සුවිශේෂ වූවකි.	දුම්රිය සේවා, ජල සම්පාදනය, විදුලි බල සැපයීම,	පහළට බිඳුණු වේ. ආයතනයට මිල කෙරෙහි සැලකිය යුතු බලපෑමක් කළ හැකි ය.
ඒකාධිකාරී තරඟය	විශාල වේ.	බාධා රහිත වේ.	ප්‍රභේදනය වූවකි.	ආපන ශාලා, සිල්ලර කඩ, බාබර් සාප්පු	පහළට බිඳුණු වේ. එහෙත් සාපේක්ෂ වශයෙන් නම්‍යතාව වැඩි ය. මිල කෙරෙහි බලපෑම් කළ හැකි ය.
කතිපයාධිකාරය	අනුලෝමයකි.	බාධාකාරී වේ.	ප්‍රභේදනය වූ හෝ ප්‍රභේදනය නොවූ හෝ ඒවා වේ.	පුවත් පත්, රූපවාහිනී සේවා, ගෑස්, වාණිජ බැංකු	පහළට බිඳුණු වේ. සාපේක්ෂ වශයෙන් අනම්‍ය වේ. එහෙත් මිල කෙරෙහි නිරන්තරයෙන් දක්වන ප්‍රතිචාර මත රඳා පවතී.



පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක් සහ කාර්යක්ෂම කෙටි කාලයේ දී හැසිරෙන ආකාරය විමසා බලයි.

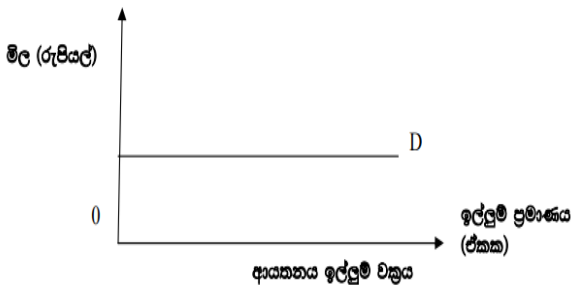
පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක ඉල්ලුම් වකුය හා වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම් වකුය

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක ඉල්ලුම් වකුය	වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම් වකුය
-----------------------------------	-----------------------

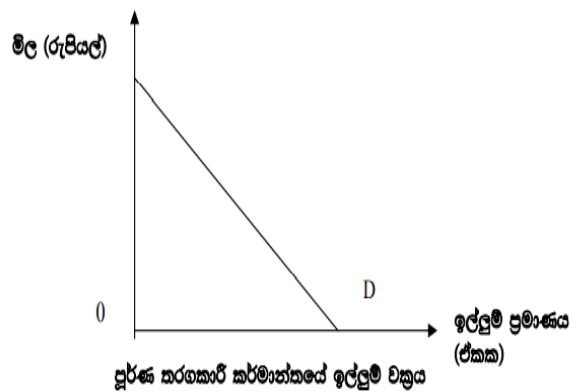


- සමජාතීය භාණ්ඩ නිපදවීම
- එක් ආයතනයක් මුල වෙළඳපොළ සැපයුමෙන් ඉතා සුලු කොටසක් නිපදවීම
- මේ නිසා පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක් මිල ගනුවකු : ජර්සන් ඒනර්* ලෙස සැලකේ.
- පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයකට වෙළඳපොළ මිල සඳහා බලපෑම කල නොහැක.
- නමුත් පවතින මිලට ඕනෑම ප්‍රමාණයක් අලෙවි කර ගත හැකිය.

මේ නිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍රය තිරස් අක්ෂයට සමාන්තර වූ සරල රේඛාවක ආකාරයට පිහිටයි. (පූර්ණ නම්‍ය ඉල්ලුම් වක්‍රයකි)

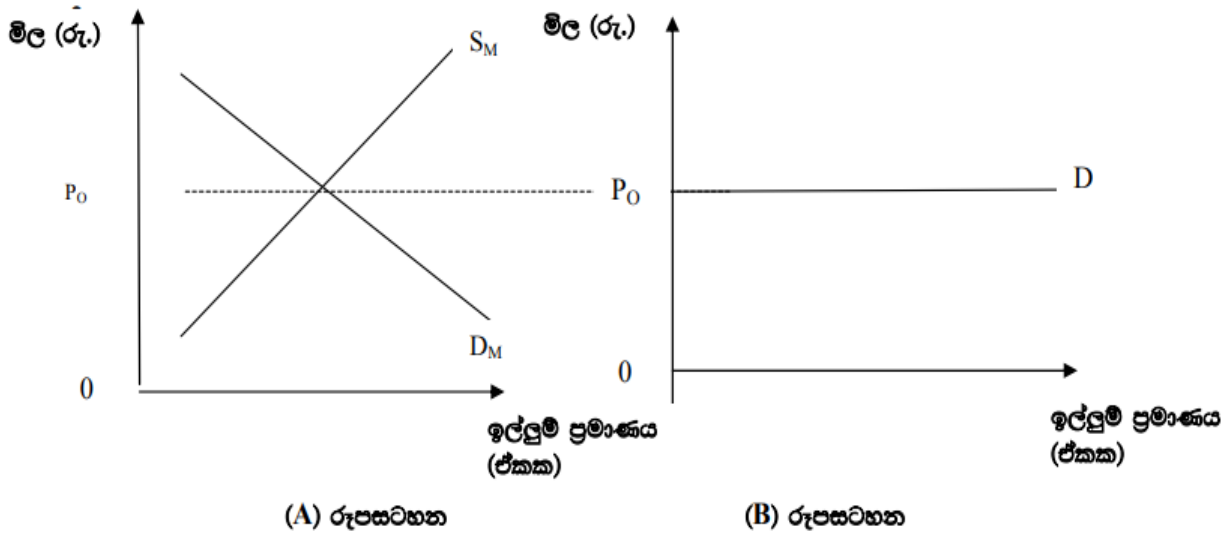


- පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතන රැසක් එකතු වී වෙළඳපොළ (කර්මාන්තය) සැදී ඇත.
- පූර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයට භාණ්ඩයක මිල තීරණය කිරීමට හැකි ය.
- මේ නිසා පූර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය වමේ සිට දකුණට පහළට බැවුම් වන්නකි.



පූර්ණ තරගකාරී කර්මාන්තයක සහ ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍ර අතර පවතින සම්බන්ධතාව





- ඉහත් රූපසටහන මගින් කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වකුයන් B රූපසටහන මගින් ආයතනයේ ඉල්ලුම් වකුයන් පෙන්නුම් කරයි
- SM මගින් කර්මාන්තයේ සැපයුම් වකුයන් DM මගින් කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වකුයන් පෙන්නුම් කරයි
- කර්මාන්තයේ තීරණය වී ඇති සමතුලිත මිල P0 වේ
- ආයතනවල නිෂ්පාදිත මෙම P0 මිලට අලෙවි කර ගත හැකි ය.
- මෙම නිසා ආයතනයේ ඉල්ලුම් වකුය පූර්ණ නමුත් එකක් වන අතර (B) රූප සටහනේ D වකුයෙන් එම ඉල්ලුම් වකුය පෙන්නුම් කෙරේ.
- ආයතන මුහුණ දෙන මිල වෙනස් වන්නේ කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම සැපයුම වෙනස් වුව හොත් පමණි.

උදාහරණ :

- කර්මාන්තයේ සැපයුම ස්ථාවර ව තිබිය දී ඉල්ලුම වැඩි වුව හොත් සමතුලිත මිල ඉහළ යයි. ඒ අනුව ආයතනවලට ලැබෙන මිල ද ඉහළ යයි

පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයකට කෙටි කාලයේ දී සංරෝධක දෙකකට මුහුණ දීමට සිදු වේ.



එනම් ,

1. මිල ගනුවක 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 දමනවා ද ?
- 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

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

1. මුළු අයහාර - මුළු පිරිවැය ප්‍රවේශය

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.

❖ මුළු අයහාරය හෙවත් අලෙවි ආදායම

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

$$TR = P \times Q$$

❖ මුළු පිරිවැය

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

$$TC = TFC + TVC$$

❖ ආර්ථික ලාභය



ආර්ථික ලාභය = මුළු අයහාරය - මුළු පිරිවැය

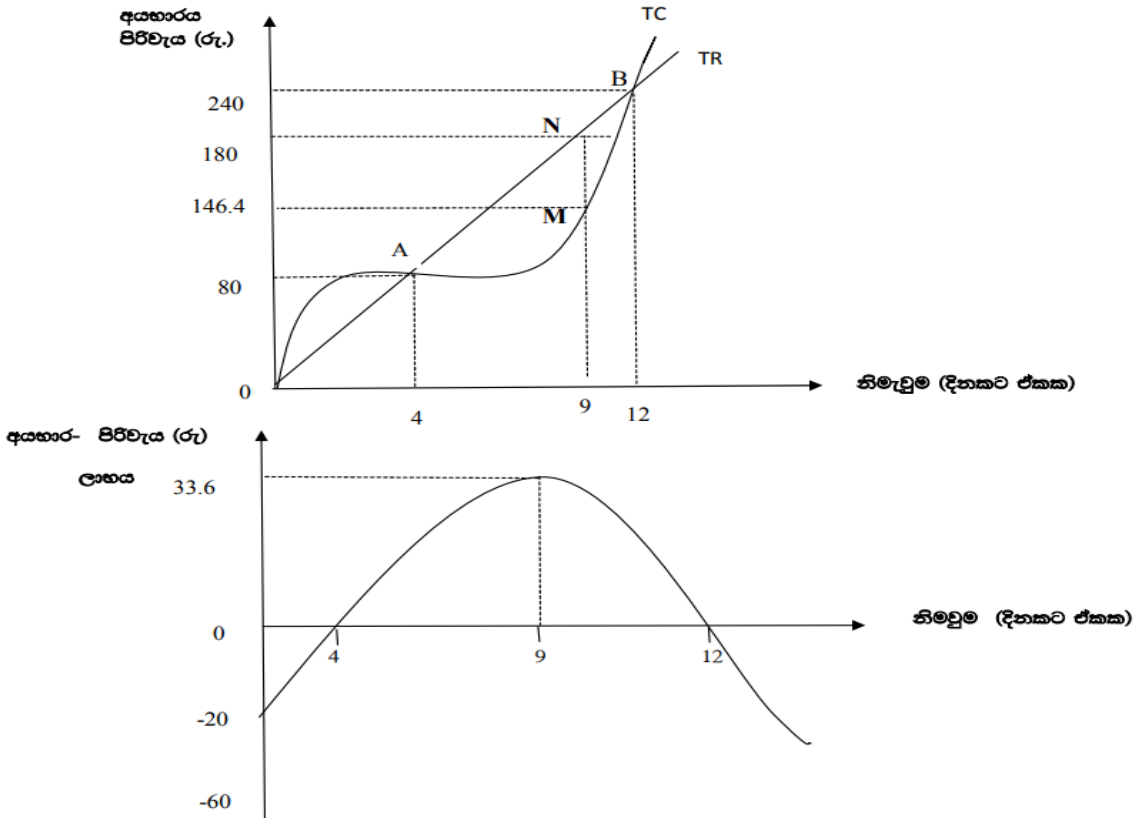
$$\Pi = TR - TC$$

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 ප්‍රස්ථාර සටහනක් මගින් ඉදිරිපත් කළ හැකි ය





ඉහත ප්‍රස්ථාර 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 ඉහලින් මුළු පිරිවැය වකුය ගමන් කරයි. එම ප්‍රදේශයේ දී ආර්ථික ලාභ සෘණ අගයක් ගනී
- B ලක්ෂ්‍යයට ඉහළ කොටසේ දී මුළු අයහාර වකුයට වඩා ඉහලින් මුළු පිරිවැය වකුය ගමන් කරයි. එම ප්‍රදේශයේ දී ද ආර්ථික ලාභ සෘණ අගයක් ගනී
- A හා B අතර ප්‍රදේශයේ දී මුළු පිරිවැයට වඩා ඉහලින් මුළු අයහාර වකුය ගමන් කරයි. එම නිසා A හා B අතර ප්‍රදේශය ආර්ථික ලාභ සහිත ප්‍රදේශයක් වේ.
- පූර්ණ තරගකාරී ආයතනය ආර්ථික ලාභ සහිත ප්‍රදේශයේ දී තම ප්‍රශස්ත නිමැවුම් මට්ටම වශයෙන් තෝරා ගන්නේ වැඩි ම ආර්ථික ලාභ පවතින අවස්ථාව යි
- රූප සටහනේ N – M දක්වා ලම්බක දුරෙන් වැඩිම ආර්ථික ලාභ දැක් වේ. ඒ අනුව රූපියල් 33.60 වැඩි ම ආර්ථික ලාභය යි.
- මේ නිසා වැඩි ම ආර්ථික ලාභ පවතින ඒකක 9 කෙටි කාලයේ දී ප්‍රශස්ත නිමැවුම් මට්ටම සේ තෝරා ගනී.



2. ආන්තික අයහාර - ආන්තික පිරිවැය ප්‍රවේශය (MR = MC)

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

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

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

උදාහරණ:-

නිමැවුම් ඒකක (Q)

මුළු අයහාරය (රු) TR

10 }
12 } 2

100 }
200 } 100

$$\text{MR} = \frac{100}{2} = 50$$

ආහාරය

- 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



ආන්තික පිරිවැය = මුළු පිරිවැයේ වෙනස - නිමවුමේ වෙනස

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

උදාහරණ :

නිමැවුම් ඒකක (Q)

20 }
30 } 10

$$MC = \frac{200}{10} = 20$$

මුළු පිරිවැය (රු) TC

300 }
500 } 200

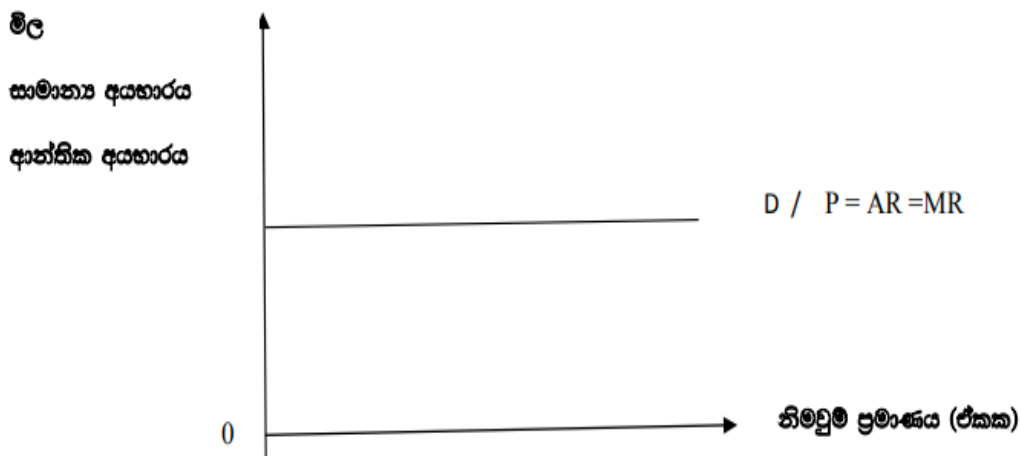
- පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයකට පැවරුණු මිලක් යටතේ කටයුතු කිරීමට සිදුවන නිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක මිල සාමාන්‍ය අයහාරයට සහ ආන්තික අයහාරයට සමාන :ප්‍රසූච්ඡා* වේ. මෙය පහත සංඛ්‍යා නිදසුන අනුරූපව ලෙස පැහැදිලි කළ හැකි ය.

m%udKh (Q)	ñ, ^P&	uq¿ whNdrh ^TR&	idudkH whNdrh ^AR&	wdka;sl whNdrh ^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

- එහි දී භාණ්ඩයේ මිල රුපියල් 25 ලෙසින් සැලකිල්ලට ගෙන ඇත
- මිල රුපියල් 25ක් සේ ස්ථාවර ව පවත්නා බැවින් එය සාමාන්‍ය අයහාරයට සහ ආන්තික අයහාරයට සමාන වේ
- පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයේ මිල = සාමාන්‍ය අයහාරය = ආන්තික අයහාරය : ශ්‍රී ලංකා විද්‍යා* වන බැවින් එම තත්ත්වය පහත ආකාරයට ප්‍රස්ථාර සටහනක් මගින් දැක්විය හැකි ය

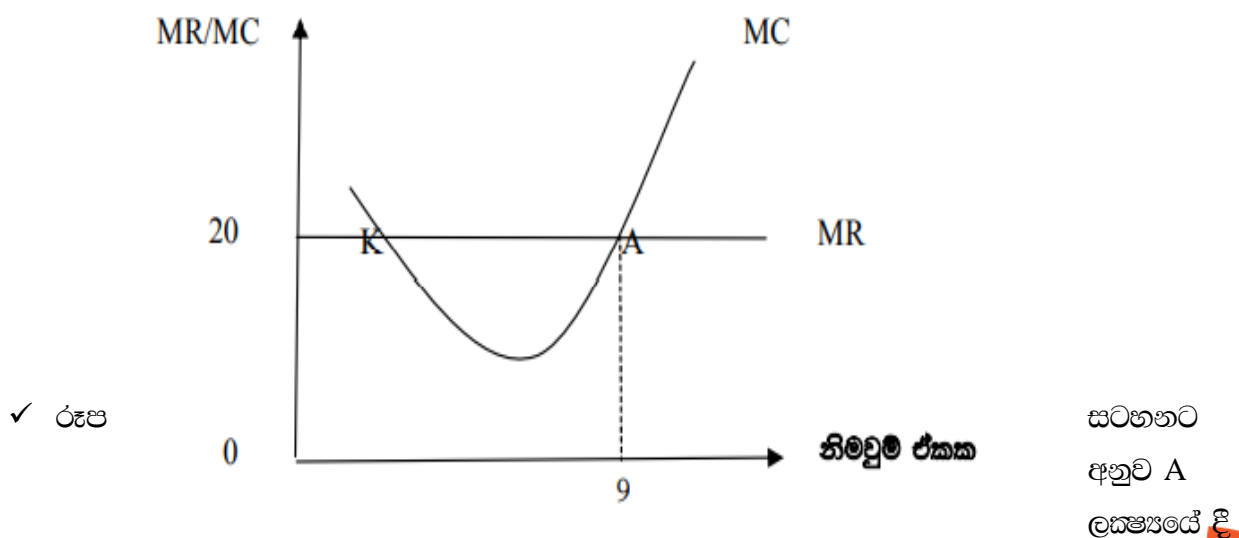


- කෙටි කාලයේ දී පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක් ආන්තික අයහාරය ආන්තික පිරිවැයට සමාන වන විට දී සමතුලිතතාවට පත්වෙමින් ප්‍රශස්ත නිමැවුම තෝරා ගන්නා ආකාරය පහත පරිදි සංඛ්‍යා සටහනක් හා ප්‍රස්ථාර සටහනක් ඇසුරෙන් පැහැදිලි කළ හැකි ය



නිමැවුම (Q)	මුළු අයහාරය ^TR&	මුළු පිරිවැය ^TC&	ආන්තික අයහාරය ^MR&	ආන්තික පිරිවැය ^MC&	ආර්ථික ලාභය ^TR - TC&
6	120	101.6		12.8	18.4
7	140	114.4	20	13.6	25.6
8	160	128.0	20	18.4	32.0
9	180	146.4	20	20	33.6
10	200	168.0	20	21.6	32.0
11	220	196	20	28.0	24.0

- 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 තෝරා ගනී. ආන්තික අයහාර = ආන්තික පිරිවැය :එසුළුක්* කොන්දේසිය තෘප්ත කරමින් ලාභ උපරිම කරන ප්‍රශස්ත නිමැවුම් මට්ටම පහත ප්‍රස්තාරයෙන් පෙන්වුම් කෙරේ



ආන්වික අයහාර = ආන්වික පිරිවැය (MR = MC) වේ. එම අවස්ථාවේ දී ආර්ථික ලාභ ද උපරිම වන අතර ප්‍රශස්ත නිමැවුම ඒකක 09 කි.

- ✓ රූප සටහනේ දැක්වෙන K ලක්ෂ්‍යයේ දී ආන්වික අයහාර = ආන්වික පිරිවැය (MR = MC) කොන්දේසිය තෘප්ත වුවත් ඊට අදාළ නිමැවුම ප්‍රශස්ත නිමැවුම සේ තෝරා නො ගනී.
- ✓ ඊට හේතුව K ලක්ෂ්‍යයට අදාළ නිමැවුම් මට්ටමේ දී කිසිදු ලාභයක් නොලැබීමයි. නිමැවුම ප්‍රසාරණය කළහොත් ලාභ හට ගනී. ලාභ උපරිම වීම සඳහා ආන්වික අයහාරය = ආන්වික පිරිවැය (MR = MC) යන කොන්දේසිය ඉටු වීම පමණක් ප්‍රමාණවත් නොවේ.
- ✓ මේ සඳහා නවත් කොන්දේසියක් ඉටු විය යුතුය. එනම් ආන්වික අයහාරය ආන්වික පිරිවැයට සමාන වන (MR = MC) ලක්ෂ්‍යයේ දී ආන්වික පිරිවැය (MC) වකුය ආන්වික අයහාර (MR) වකුය ඡේදනය කළ යුත්තේ ඉහළ සිට පහලින් නොව පහල සිට ඉහළින්.
- ✓ එනම් ආන්වික පිරිවැය (MC) වකුයේ බෑවුම ධන අගයක් විය යුතු ය.
- ✓ එනම් ආන්වික අයහාර - ආන්වික පිරිවැය ප්‍රවේශයේ දී ලාභ උපරිම වීම සඳහා කොන්දේසිය 2ක් ඉටු විය යුතුය.
- ආන්වික අයහාර = ආන්වික පිරිවැය (MR = MC) වීම.
- ආන්වික පිරිවැය (MC) ඉහළයමින් පැවතීම.

පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක කෙටි කාලීන හැසිරීම තුළ මුහුණ දිය හැකි විකල්ප අවස්ථා

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

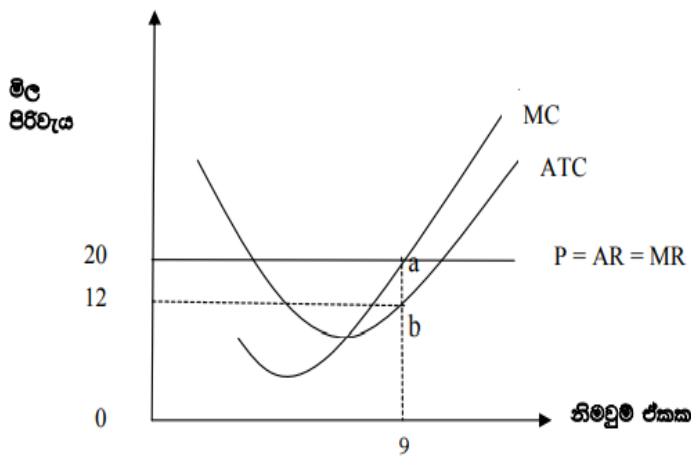


1) පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක් ආර්ථික ලාභ උපයමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදී සිටින අවස්ථාව

- මෙහිදී මිල සාමාන්‍ය පිරිවැය ඉක්මවා යන අතර මුළු අයහාරය මුළු පිරිවැය ඉක්මවා යයි.

($P > AC$)

- පහත රූප සටහනේ දැක්වෙන්නේ මෙවැනි නිෂ්පාදනාණික ලාභ ලබන තත්ත්වයකි.



- ඉහත රූප සටහනට අනුව ආන්තික අයහාරය = ආන්තික පිරිවැය ($MR = MC$) යන කොන්දේසිය තෘප්ත කරමින් A ලක්ෂ්‍ය දී ආයතනය සමතුලිතතාවට පත් අතර ඊට අදාළ නිමැවූ මට්ටම ඒකක 9ක් වේ.

- එම අවස්ථාවේ දී පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයේ මුළු අයහාරය මුළු පිරිවැය හා ආර්ථික ලාභය පහත පරිදි වේ.

මුළු අයහාරය

$$TR = AR \times Q$$

$$TR = 20 \times 9$$

$$TR = \text{රු. } 180$$

මුළු පිරිවැය

$$TC = ATC \times Q$$

$$TC = 12 \times 9$$

$$TC = \text{රු. } 108$$



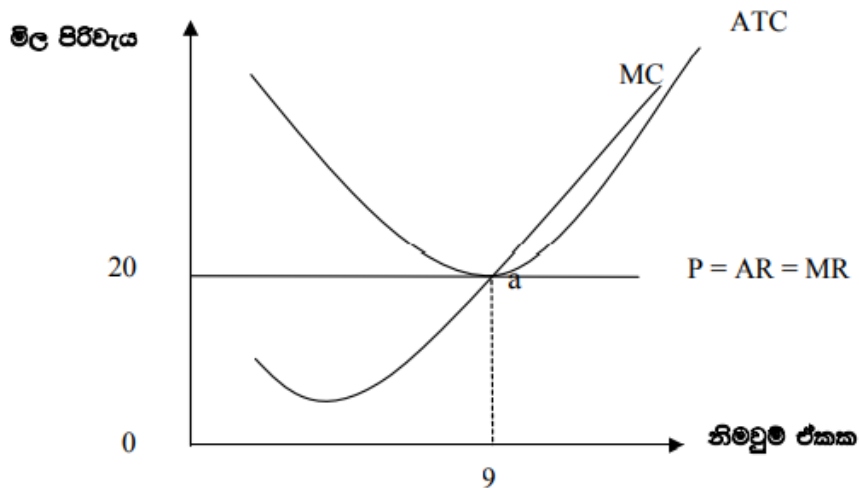
$$\begin{aligned}
 \text{ආර්ථික ලාභය} &= \text{මුළු අයහාරය} - \text{මුළු පිරිවැය} \\
 &= TR - TC \\
 &= 180 - 108 \\
 &= \text{රු. } 72
 \end{aligned}$$

2) පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක් ප්‍රාමාණික ලාභ උපයමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදී සිටින අවස්ථාව

- මෙහිදී මිල සාමාන්‍ය පිරිවැයට සමාන වන අතර මුළු අයහාරය ද මුළු පිරිවැයට සමාන වේ.

(P = AC)

- පහත රූප සටහනෙහි පෙන්නුම් කෙරෙන්නේ එවැනි ප්‍රාමාණික ලාභ ලබන තත්වයකි.



- ඉහත රූප සටහනෙහි ලක්ෂ්‍යයෙන් සමතුලිත අවස්ථාව දැක්වෙන අතර ඊට අදාළ නිමැවුම ඒකක 9 වේ



- මෙම අවස්ථාවේ දී ආයතනයේ මුළු ආයතාරය මුළු පිරිවැය සහ ආර්ථික ලාභ තත්ත්ව පහත පරිදි වේ.

මුළු ආයතාරය

මුළු පිරිවැය

$$TR = AR \times Q$$

$$TC = ATC \times Q$$

$$TR = 20 \times 9$$

$$TC = 20 \times 9$$

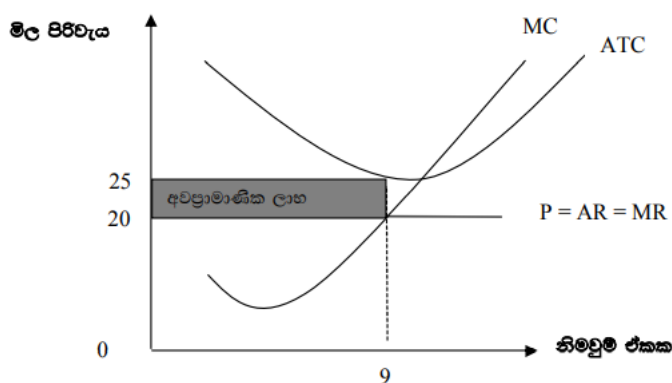
$$TR = \text{රු. } 180$$

$$TC = \text{රු. } 180$$

$$\begin{aligned} \text{ආර්ථික ලාභය} &= \text{මුළු ආයතාරය} - \text{මුළු} \\ &\quad \text{පිරිවැය} \\ &= TR - TC \\ &= 180 - 180 \\ &= \text{රු. } 0 \end{aligned}$$

3) පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක් අවප්‍රාමාණික ලාභ උපයමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදී සිටින අවස්ථාව

- මෙහිදී හාණිඬ ඒකකයක සාමාන්‍ය පිරිවැය හාණිඬ ඒකකයක මිල ඉක්මවා යන ($P < AC$) අතර මුළු ආයතාරයට වඩා මුළු පිරිවැය වැඩි වන නිසා ආයතනයට අවප්‍රාමාණික ලාභ හිමි වේ.
- පහත රූප සටහනෙහි පෙන්නුම් කෙරෙන්නේ එවැනි පාඩු (අවප්‍රාමාණික ලාභ) ලබන තත්වයකි.



- රූප සටහනේ අදුරු කළ කොටසේ ක්ෂේත්‍රයෙන් දැක්වෙන්නේ මෙම අවප්‍රාමාණික ලාභ ප්‍රමාණය යි.
- මෙම අවස්ථාවේ දී ආයතනයේ මුළු ආයතාරය මුළු පිරිවැය සහ ආර්ථික ලාභ තත්ත්ව පහත පරිදි වේ.

මුළු ආයතාරය

TR = AR × Q

TR = 20 × 9

TR = රු. 180

මුළු පිරිවැය

TC = ATC × Q

TC = 25 × 9

ආර්ථික ලාභය = මුළු ආයතාරය - මුළු පිරිවැය

= TR - TC

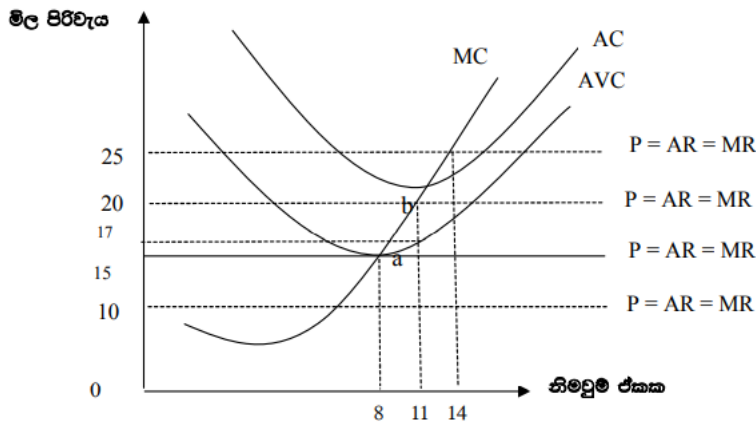
= 180 - 225

කෙටි කාලයේ දී පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක් අවප්‍රාමාණික ලාභ ලැබූ ව ද නිෂ්පාදන ආයතනය වසා නොදමා නිෂ්පාදනයේ නිරත වීමට තීරණය කරන්නේ ඇයි?

- 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 වලක්වා ගත හැකි පිරිවැයක් වේ.
- ආයතනයේ මුළු ආයතාරයෙන් මුළු පිරිවැය පියවා ගැනීමට නොහැකි වුවත් මුළු ආයතාරයෙන් මුළු විචල්‍ය පිරිවැය පියවා ගැනීමට හැකියාවක් පවතී නම් පාඩු ලබන තත්ත්වයක වුව ද නිෂ්පාදනයේ යෙදෙමින් කාර්මාන්තයේ තවදුරටත් රැඳී සිටීමට ආයතනය කටයුතු කරයි



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



ඉහත රූප සටහනට අනුව A ලක්ෂ්‍යයෙන් දැක්වෙන සමතුලිත අවස්ථාවේ දී ආයතනයේ මුළු අයභාරය මුළු විචල්‍ය පිරිවැය පියවා ගැනීමට ප්‍රමාණවත් වේ.

A ලක්ෂ්‍යයේ දී ,

- මුළු අයභාරය = 15×8 = රුපියල් 120
- මුළු විචල්‍ය පිරිවැය = 15×8 = රුපියල් 120

B ලක්ෂ්‍යයේ දී පාඩු ලැබුව ද මුළු විචල්‍ය පිරිවැයට වඩා මුළු අයභාරය වැඩි ය.

B ලක්ෂ්‍යයේ දී ,

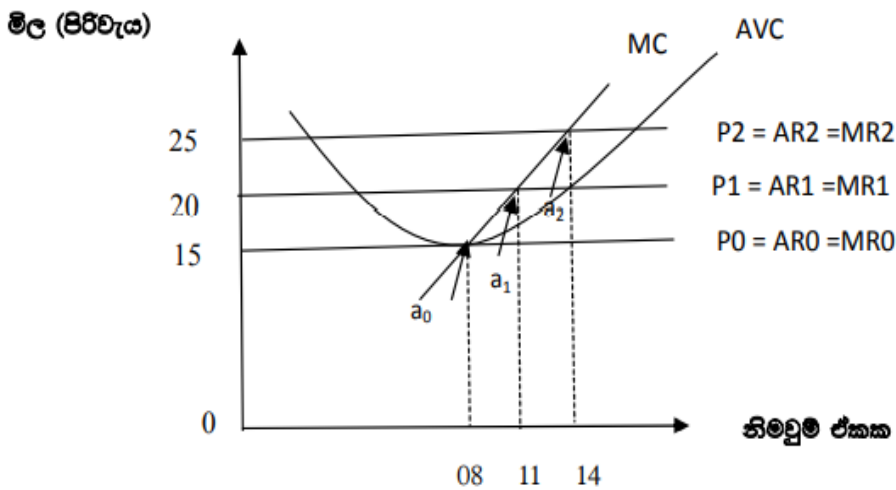
- මුළු අයභාරය = 20×11 = රුපියල් 220
- මුළු විචල්‍ය පිරිවැය = 17×11 = රුපියල් 187

■ B ලක්ෂ්‍යයේ දී මුළු අයභාරයෙන් මුළු විචල්‍ය පිරිවැය පියවීමෙන් පසු නව රුපියල් 33ක් (220 - 187) ඉතිරි වේ. එම ඉතිරි කොටසින් ස්ථාවර පිරිවැයෙන් කොටසක් හෝ පියවීමට ද ආයතනයට යොදා ගත හැකි ය. මෙම නිසා පාඩු ලබන තත්ත්වයක වුව ද කෙටි කාලයේ දී නිෂ්පාදනයේ යෙදෙමින් කර්මාන්තයේ නවදුරටත් රැඳී සිටීමට ආයතනය කටයුතු කරයි.



- රූප සටහනේ දැක්වෙන පරිදි A ලක්ෂ්‍යයට පහළ ලක්ෂ්‍යවලට අදාළ සමතුලිත අවස්ථාවල දී ආයතනයේ මුළු ආයතාරයෙන් මුළු විචල්‍ය පිරිවැය පියවා ගැනීමට නොහැකි නිසා නිෂ්පාදනය අත්හිටුවීම චාරිකික ය
- ඉහත රූප සටහනින් හෙළි වන සමස්ත තොරතුරුවලට අනුව පැහැදිලි වන්නේ කෙටි කාලයේ දී පූර්ණ තරගකාරී නිෂ්පාදන ආයතනයක නිෂ්පාදනයේ රැඳී සිටිනවා ද අත් හිටුවනවා ද යන්න තීරණය කෙරෙන තීරණාත්මක ලක්ෂ්‍යය වන්නේ මිල අවම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැයට (AVC) සමාන වන A ලක්ෂ්‍යය යි .

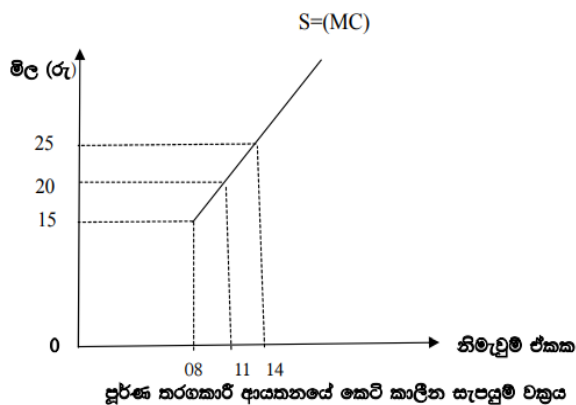
පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයේ කෙටි කාලීන සැපයුම් වක්‍රය



- ඉහත රූප සටහනෙහි A0 ලක්ෂ්‍යයේ දී මිල අවම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැයට සමාන වන නිසා A0 ලක්ෂ්‍යයන් ඉහළ පිහිටි MC වක්‍රය ආයතනයේ කෙටි කාලීන සැපයුම් වක්‍රය වේ.

- ඒ අනුව පූර්ණ කෙටි කාලීන සැපයුම් ප්‍රස්ථාර සටහනකින්

තරගකාරී ආයතනයේ වක්‍රය පහත පරිදි දැක්විය හැකි ය

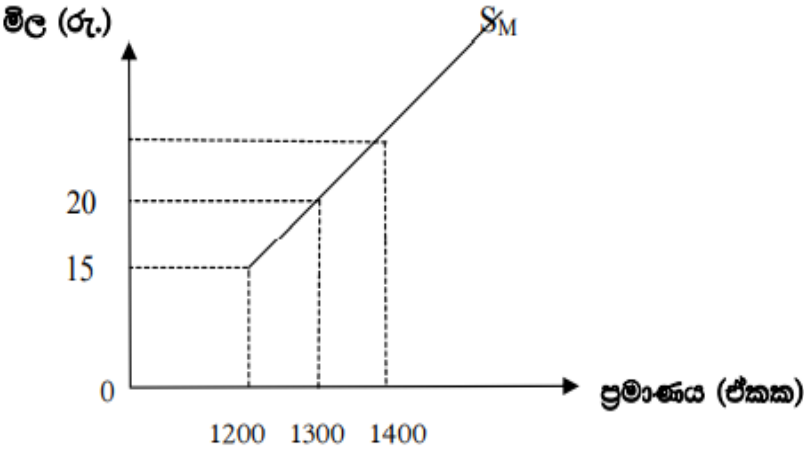


පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළ සැපයුම් වක්‍රය

- පූර්ණ තරගකාරී කාර්මාන්තයේ සමතුලිතතාව ඇති වන්නේ කාර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය කාර්මාන්තයේ සැපයුම් වක්‍රය ජේදනය වන ලක්ෂ්‍යයේ දී ය.
- පූර්ණ තරගකාරී කාර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය භාණ්ඩය සඳහා අදාළ වෙළෙඳපොළේ සියලු ම පෞද්ගලික ඉල්ලුම් වක්‍ර තිරස් අතට එකතු කිරීමෙන් ලබා ගන්නකි.
- ඒ අනුව පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම් වක්‍රය වමේ සිට දකුණට පහළට බැවුම් වන්නකි
- පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළ සැපයුම් 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.
- නිදසුන් ලෙස පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළේ ආයතන 100ක් පවතී නම් වෙළෙඳපොළෙහි සැපයුම් තත්ත්ව හා ඊට අදාළ වෙළෙඳපොළ සැපයුම් වක්‍රය පහත පරිදි ව්‍යුත්පන්න කර ගත හැකි ය.

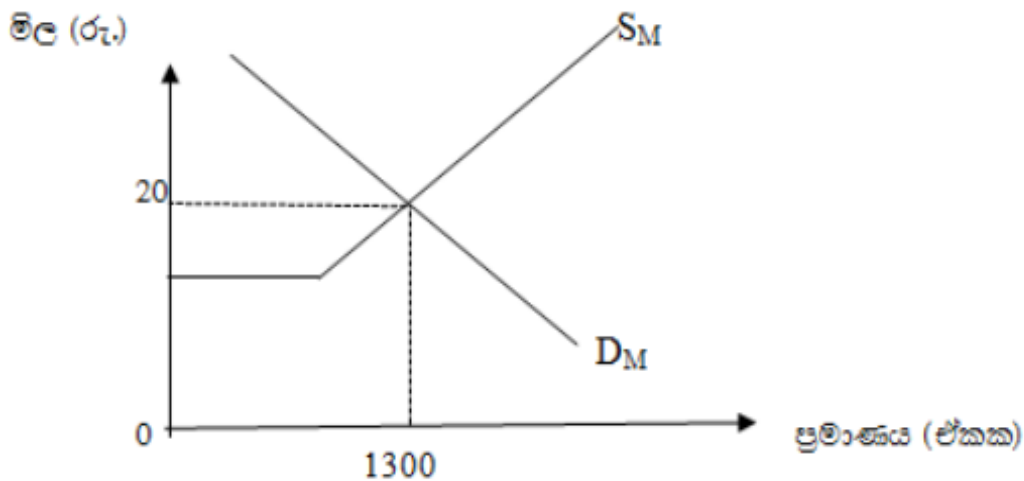
මිල (රු.)	එක් ආයතනයක සැපයුම (ඒකක)	වෙළෙඳපොළ සැපයුම (ඒකක)
15	12	1200
20	13	1300
25	14	1400

ඉහත තොරතුරුවලට අදාළ වෙළෙඳපොළ සැපයුම් වක්‍රය පහත පරිදි වේ



පූර්ණ තරගකාරී කාර්මාන්තයේ සමතුලිතය

- පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම් වක්‍රය හා සැපයුම් වක්‍රය පදනම් කර ගෙන පූර්ණ තරගකාරී කාර්මාන්තයේ සමතුලිතය තීරණය වන ආකාරය පහත ප්‍රස්තාර සටහනින් දැක්වේ



- ඉහත රූප සටහනේ කාර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය DM වක්‍රයෙන් ද කාර්මාන්තයේ සැපයුම් SM වක්‍රයෙන් ද දැක්වේ.

- එම ඉල්ලුම් සහ සැපයුම මත කාර්මාන්තයේ සමතුලිතය තීරණය වේ.
- එලෙස තීරණය වූ සමතුලිත මිල රුපියල් 20 වන අතර සමතුලිත ප්‍රමාණය ඒකක 1300 වේ



නිෂ්පාදන සාධක වෙළෙඳපොළ හැසිරීම

අපේක්ෂිත ඉගෙනුම් වල :-

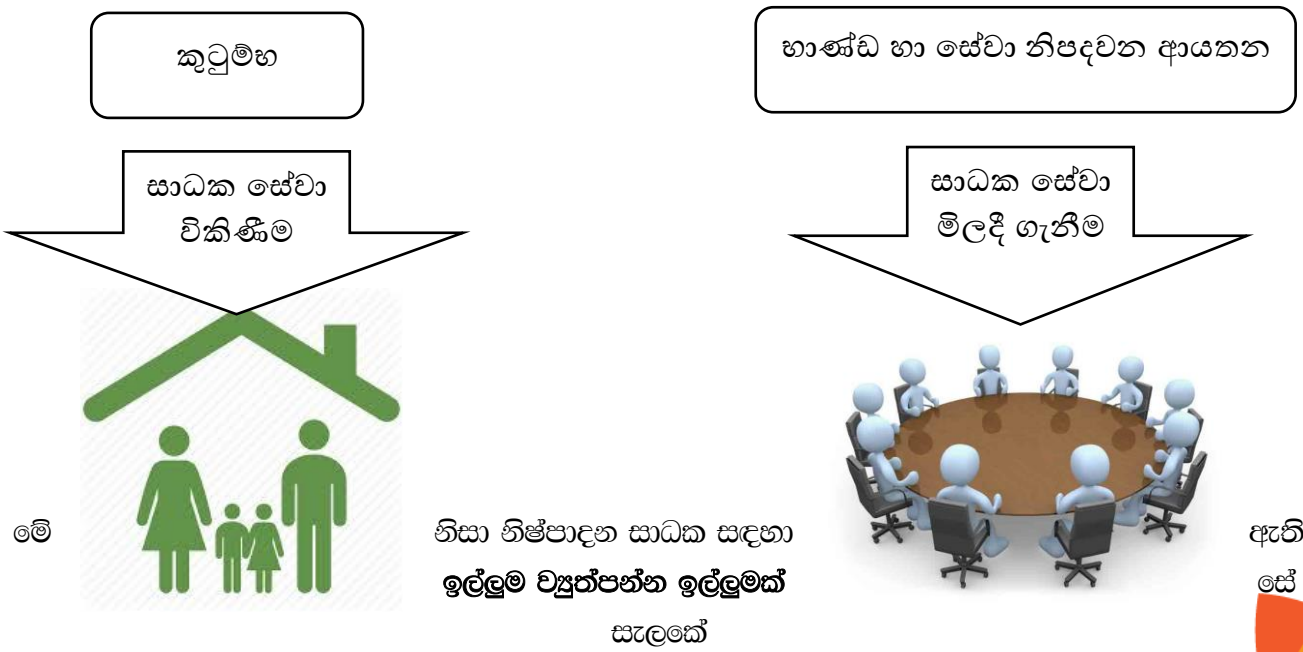
- සාධක ඉල්ලුම විග්‍රහ කරයි
- සාධක සැපයුම විග්‍රහ කරයි
- සාධක මිල තීරණය වන ආකාරය විග්‍රහ කරයි
- නිෂ්පාදන සාධක ඉපයුම විස්තර කරයි
- සංක්‍රාම ඉපයුම් සහ ආර්ථික බදු කුලිය ඉල්ලුම් සැපයුම් වක්‍ර අසුරෙන් පෙන්වයි
- සංක්‍රාම ඉපයුම් හා ආර්ථික බදු කුලිය අතර වෙනස නිදසුන් සහිතව පැහැදිලි කරයි

සාධක වෙළෙඳපොළ (Factor Market)

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

භාණ්ඩ වෙළෙඳපොළෙහි භාණ්ඩවලට ඇති ඉල්ලුම හා සැපයුම මත භාණ්ඩ මිල තීරණය වන්නා සේම සාධක වෙළෙඳපොළෙහි සාධකවලට ඇති ඉල්ලුම හා සැපයුම මත සාධක මිල තීරණය වේ

සාධකවලට ඇති ඉල්ලුම රඳා පවතින්නේ එම සාධක භාවිතා කොට නිපදවනු ලබන භාණ්ඩ හා සේවාවලට ඇති ඉල්ලුම මතය



උදාහරණ

- ❖ ඉදිකිරීම් සඳහා ඇති ඉල්ලුම මත පෙදෙරේරුවන් සඳහා ඉල්ලුමක් ඇති වීම.
- ❖ ඇගලුම් සඳහා ඇති ඉල්ලුම මත ඒවා නිපදවන ශ්‍රමිකයින්ට ඉල්ලුමක් ඇතිවීම.
- ❖ පරිගණකවලට ඇති ඉල්ලුම මත මෘදුකාංග ශිල්පීන්ට ඉල්ලුම ඇතිවීම.
- ❖ කෘෂිකර්මාන්තවලට ඇති ඉල්ලුම මත භූමියට ඉල්ලුමක් ඇතිවීම.

නිෂ්පාදන සාධකයකට ඇති ඉල්ලුම තීරණය කරනු ලබන සාධක

- සලකා බලන සාධකයේ මිල
- විකල්ප සාධකවල මිල
- සාධක ඵලදායීතාවය
- සාධකය යොදවා නිපදවන භාණ්ඩ හා සේවා සඳහා පවතින ඉල්ලුම

නිෂ්පාදන සාධක සේවා නියුක්ත කිරීමෙන් ඒ ඒ සාධකය සඳහා හිමිවන ප්‍රතිලාභය පහත දැක්වේ

- ❖ ශ්‍රමය - වැටුප්
- ❖ භූමිය - බදු කුලිය
- ❖ ප්‍රාග්ධනය - පොළිය
- ❖ ව්‍යවසායකත්වය - ලාභය

ශ්‍රම වෙළෙඳපොළ (Labor Market)

සේවා යෝජකයන් සහ සේවා දායකයන් අතර ශ්‍රමය හුවමාරුවන වෙළෙඳපොළ ශ්‍රම වෙළෙඳපොළ ලෙස හැඳින්වේ

ශ්‍රම ඉල්ලුම (Labor Demand)

විවිධ වැටුප් අනුපාතික යටතේ සේවා නියුක්ත කිරීමට (මිලට ගැනීමට) සූදානම් විවිධ ශ්‍රම පැය ප්‍රමාණයන් ශ්‍රම ඉල්ලුම ලෙස හැඳින්වේ



එය පහත සඳහන් සාධක මත තීරණය වේ.

- ශ්‍රම සාධනයේ ඵලදායිතාව
- වැටුප් අනුපාතිකය (ශ්‍රමයේ මිල)
- විකල්ප සාධකවල මිල (ප්‍රාග්ධනයේ මිල හෙවත් පොලී අනුපාතිකය)
- ශ්‍රමය භාවිත කර නිපදවන භාණ්ඩ වලට ඇති ඉල්ලුම

සාධකයකට ඇති ඉල්ලුම ව්‍යුත්පන්න ඉල්ලුමක් වන බැවින්,සාධකයක් ඉල්ලුම් කරන විට සේවයෝජකයා සොයා බලන්නේ එම සාධකය යොදා ගෙන නිපදවිය හැකි භාණ්ඩ ප්‍රමාණය හෝ සේවා ප්‍රමාණය හෝ කොපමණ වේද කියාය

කිසියම් නිෂ්පාදන සාධකයක් සතු මෙම ගුණාංගය,එනම් භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කිරීමේ හැකියාව එම සාධකයේ ද්‍රව්‍යමය ඵලදායිතාව ලෙස හඳුන්වනු ලැබේ

ශ්‍රම ඉල්ලුම ආශ්‍රිත සංකල්ප

■ මුළු ද්‍රව්‍යමය ඵලදායිතාව / නිෂ්පාදිතය **Total Physical Product (TTP)**

මුළු ද්‍රව්‍යමය ඵලදායිතාව යනු, කිසියම් නිෂ්පාදන සාධකයක් යොදාගෙන (ශ්‍රමය) නිපදවිය හැකි මුළු භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රමාණය වේ.

උදා :-

ශ්‍රමිකයින් දස දෙනෙකු දිනකට විදුලි බුබුළු 200ක් නිපදවයි නම් ශ්‍රමයේ මුළු ද්‍රව්‍යමය ඵලදායිතාව විදුලි බුබුළු 200කි.

■ ආන්තික ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතය **Marginal Physical Product (MPP)**

ආන්තික ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතය යනු, අතිරේක ශ්‍රම ඒකකයක් මගින් මුළු ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතයට අලුතින් එකතුවන ප්‍රමාණය වේ

නැතහොත් ශ්‍රමය එක් ඒකකයකින් වෙනස් කිරීමේදී මුළු ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතයේ හට ගන්නා වෙනස්වීමයි

උදා -



ඉහත උදාහරණයේ තවත් ශ්‍රමකයෙකු සේවා නියුක්ත කළ විට නිපදවන විදුලි බුබුළු ප්‍රමාණය දිනකට (250) දක්වා වැඩි වී නම් ආන්තික ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතය විදුලි බුබුළු 50කි.

ආන්තික ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතය = මුළු ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතයේ වෙනස / ශ්‍රම ඒකක ප්‍රමාණයේ වෙනස

$$MPP = \Delta TPP / \Delta L$$

ශ්‍රමය සමානුපාතිකව වැඩි කිරීමේදී ආන්තික ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතය ක්‍රමයෙන් අඩුවේ. එමගින් හිතවන ඵලදායිතා නීතිය නිරූපණය කරයි

ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදිතය Marginal Revenue Product (MRP)

ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදිතය යනු, අතිරේක ශ්‍රම ඒකකයක් යොදාගැනීම නිසා නිෂ්පාදකයාගේ මුළු අයහාරයට අලුතින් එකතුවන ප්‍රමාණයයි

එනම් ආන්තික ද්‍රව්‍යමය ඵලදාව අලෙවි කිරීමෙන් උපයා ගත හැකි ආදායමයි. එය ආන්තික ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතය මිලෙන් ගුණ කිරීමෙන් ලබාගත හැකිය

ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදිතය = ආන්තික ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතය x මිල

$$MRP = MPP \times P$$

ශ්‍රම ඉල්ලුම ආශ්‍රිත සංකල්ප සාකච්ඡා කරනු ලබන්නේ ශ්‍රම වෙළෙඳපොළ තරගකාරී යැයි උපකල්පනය කරමිණි

ඒ නිසා පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළක ආන්තික අයහාරය භාණ්ඩයේ මිලට සමාන (MR = P) වන බැවින් MRP පහත පරිදි ද ගණනය කිරීමට හැකිය

ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදිතය = ආන්තික ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතය X ආන්තික අයහාරය

$$MRP = MPP \times MR$$

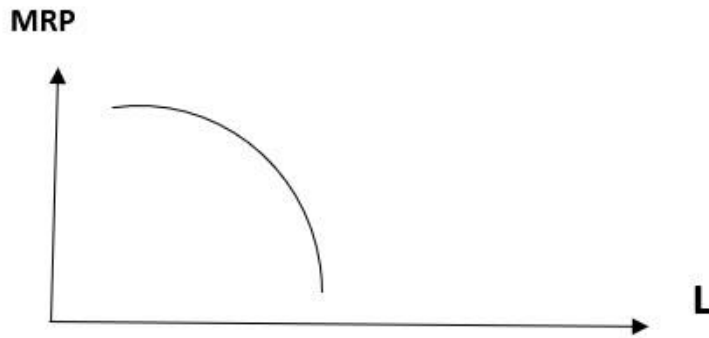


ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදිත වක්‍රය

ශ්‍රමය හා ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදිතය අතර සම්බන්ධතාව නිරූපණය කරන රූප සටහන ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදිත වක්‍රය ලෙස හැඳින්වේ

පැවරුණු මිලක් යටතේ ක්‍රියාත්මකවන පුර්ණ තරඟකාරී ආයතනයක්, ශ්‍රමය සමානුපාතිකව වැඩි කරන විට ආන්තික අඩුවන අයහාර ක්‍රමයෙන් ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතය බැවින් ආන්තික නිෂ්පාදිතය ද අඩුවේ

ඒ නිසා බැවුම් වේ

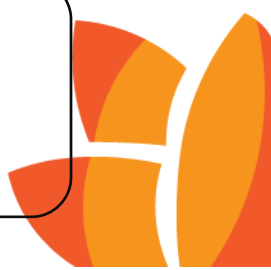


MRP වක්‍රය පහතට

ආන්තික සාධක පිරිවැය (Marginal Factor Cost)

අතිරේක සේවකයෙකු සේවා නියුක්ත කිරීම සඳහා දැරීමට සිදුවන පිරිවැය ආන්තික සාධක පිරිවැය ලෙස හැඳින්වේ

$$\text{ආන්තික සාධක පිරිවැය (MFC)} = \frac{\text{මුළු පිරිවැයේ වෙනස}}{\text{සාධක ප්‍රමාණයේ වෙනස}}$$



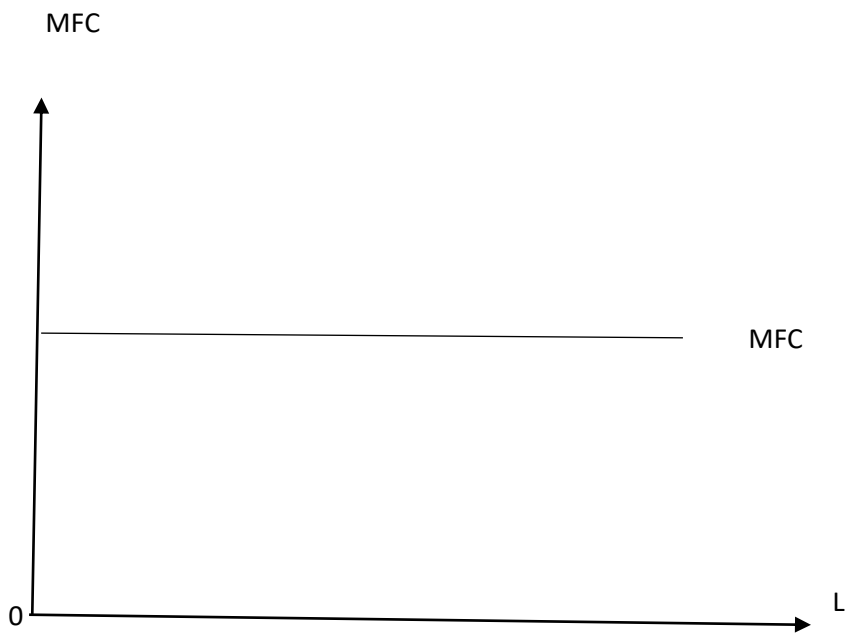
$$MFC = \frac{\Delta TC}{\Delta L}$$

තරඟකාරී වෙළෙඳපොළකින් සාධක මිලදී ගන්නා සේවායෝජකයකුට වෙළෙඳපොළේ පවතින මිලට තමන් කැමති ප්‍රමාණයක් සාධක මිලදී ගත හැකිය

එවිට ආන්තික සාධක පිරිවැය ස්ථාවර අගයක් ගනී

$$MFC = W$$

ඒ අනුව ආන්තික සාධක පිරිවැය වක්‍රය පහත පරිදි දැක්විය හැක



- ❖ ආන්තික සාධක පිරිවැය වැටුප් අනුපාතිකයට සමාන වන නිසා එහි වක්‍රය තිරස් අක්ෂයට සමාන්තරව පිහිටයි



පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනයක අලෙවි කරන භාණ්ඩයක මිල රු:50කි. ශ්‍රමය සමානුපාතිකව වැඩිකරන විට ආන්තික ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතය හා ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදිතය හැසිරෙන ආකාරය පහත සඳහන් වගුවෙන් දැක්වේ

මෙම ආර්ථිකයේ වැටුප් අනුපාතිකය ශ්‍රම ඒකකයක් සඳහා රු:200කි

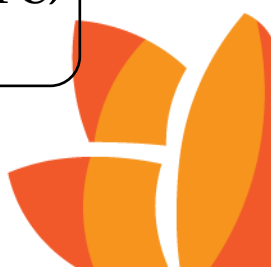
ශ්‍රම ඒකක	මුළු ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතය (TPP)	මුළු අයහාරය (TR) රු:	ආන්තික ද්‍රව්‍යමය නිෂ්පාදිතය (MPP)	ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදිතය (MRP)	ආන්තික සාධක පිරිවැය (MFC)
0	0	0			200
1	50	500	50	500	200
2	90	900	40	400	200
3	120	1200	30	300	200
4	140	1400	20	200	200
5	150	1500	10	100	200

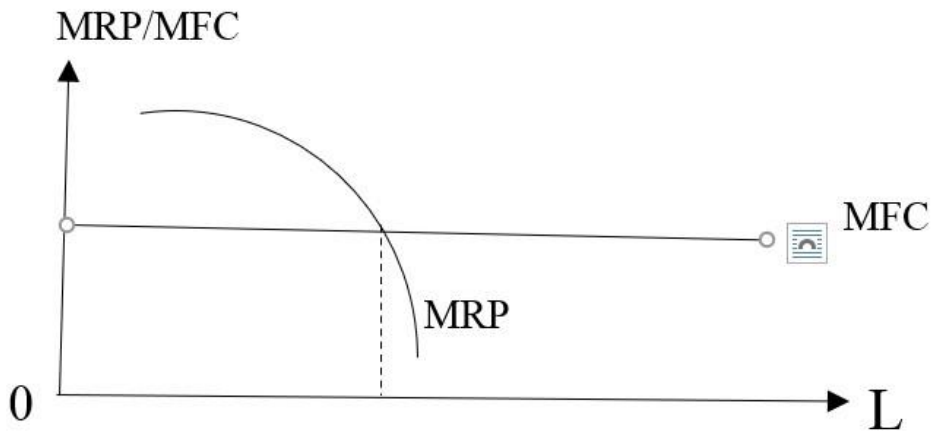
ආයතනයක සමතුලිත ශ්‍රම ඉල්ලුම තීරණය වීම

ලාභ උපරිම කිරීමේ අරමුණින් කටයුතු කරන නිෂ්පාදකයෙකු සෑම විටම සාධක සේවා නියුක්තිය පිලිබඳ තීරණ ගනු ලබන්නේ කිසියම් සාධකයක් අතිරේක වශයෙන් වැය කිරීමෙන් ලැබෙන අයහාරය (ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදිතය) සහ අතිරේක සාධකයේ පිරිවැය (ආන්තික සාධක පිරිවැය) සංසන්දනය කිරීමෙනි

සේවා නියුක්තිය සම්බන්ධයෙන් ප්‍රශස්ත නැතිනම් සමතුලිත ශ්‍රම ඉල්ලුම තීරණය වන්නේ ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදිතය (MRP) ආන්තික සාධක පිරිවැයට (MFC) සමාන වන විටදීය

ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදිතය (MRP) = ආන්තික සාධක පිරිවැය (MFC)





වෙළෙඳපොළ ශ්‍රම ඉල්ලුම් වක්‍රය

- ශ්‍රම ඉල්ලුම් වක්‍රය යනු විවිධ වැටුප් අනුපාතික යටතේ ආයතනයක් විසින් සේවා නියුක්ත කිරීමට සූදානම් විවිධ ශ්‍රම ඒකක ප්‍රමාණ අතර සම්බන්ධතාවය ජ්‍යාමිතිකව නිරූපණය කිරීම වේ
- සෑම නිෂ්පාදන ආයතනයකටම ශ්‍රමයේ ඵලදායිතාව පෙන්නුම් කෙරෙන ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදන වක්‍රයක් ඇත. එක් එක් ආයතනවල ශ්‍රම ඉල්ලුම් වක්‍රය වන්නේ ද මෙයයි
- ශ්‍රමය භාවිතා කරන සියලුම ආයතනවල ආන්තික අයහාර නිෂ්පාදන වක්‍ර තිරස් අතට එකතූකිරීමෙන් ශ්‍රමය සඳහා වන වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම් වක්‍රය ලැබේ
- ශ්‍රම ඉල්ලුම් වක්‍රය ද භාණ්ඩයක ඉල්ලුම් වක්‍රය මෙන් පහතට බැවුම් වෙයි. එනම් වැටුප් අනුපාතිකය සහ ශ්‍රම ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අතර ඇත්තේ ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධයකි



ශ්‍රම සැපයුම (Labour Supply)

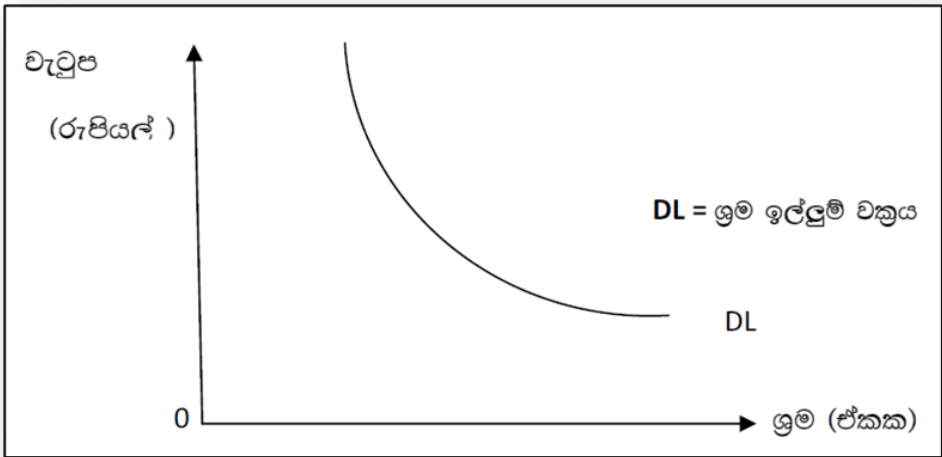
ශ්‍රමිකයෙකුගේ ශ්‍රම සැපයුම

ශ්‍රමිකයෙකුගේ ශ්‍රම සැපයුම යනු, විවිධ වැටුප් අනුපාතික යටතේ ශ්‍රමිකයෙකු සැපයීමට සූදානම් ශ්‍රම ඒකක ප්‍රමාණය වේ

මෙය ප්‍රධාන සාධක දෙකක් මත රඳා පවතී

1. වැටුපෙන් ලැබෙන උපයෝගීතාවය

වැටුපෙන් මිලට ගත හැකි භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රමාණය හෙවත් මූල්‍ය වැටුපෙහි මුද්‍රිත අගය පිලිබඳ සැහිමයි



2. රැකියාව කිරීමෙන් ලැබෙන උපයෝගීතාවය

රැකියාවේ ස්වභාවය, වැඩ පරිසරය, අධ්‍යාපනය / පුහුණුව ආදිය සඳහා ඇති ඉඩ ප්‍රස්තා, විශ්‍රාම ක්‍රමය වැනි සමාජ ආරක්ෂණ වැඩපිලිවෙලවල්, සේවක සුභසාධනය, සමාජ පිලිගැනීම යනාදී කරුණු වලින් ලැබෙන තෘප්තියයි.

❖ ආර්ථිකයක ශ්‍රම සැපයුම

ආර්ථිකයක ශ්‍රම සැපයුම යනු, යම් දෙන ලද අවස්ථාවක එලදායී ආර්ථික කටයුත්තකට යොදවා ඇති හා යෙදවීමට අපේක්ෂිත ශ්‍රම ඒකක ප්‍රමාණයයි. (ශ්‍රම දින හෝ පැය ගණන)

මේ අනුව රටක ශ්‍රම සැපයුම තීරණය කරනු ලබන සාධක පහත දැක්වේ

- ජනගහනයේ ප්‍රමාණය හා වයස් සංයුතිය
- ජනගහනයෙන් ශ්‍රම හමුදාවට ඇතුළත්වන ප්‍රමාණය
- පුද්ගලයන් විසින් අඩු කරනු ලබන කාලය (වැඩ කරන දවස්)
- ශ්‍රම හමුදාවේ කාර්යක්ෂමතාවය හා නිපුණතාව
- වැටුප් අනුපාතිකය

❖ ශ්‍රම සැපයුම් වක්‍රය

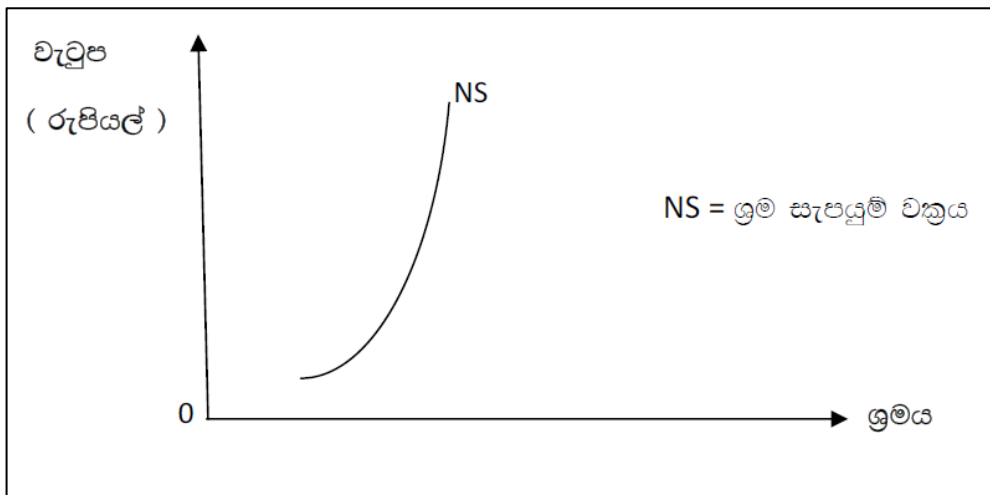
පුද්ගලයෙකුගේ ශ්‍රම සැපයුම් වක්‍රය මගින් විවිධ වැටුප් අනුපාතික යටතේ එම පුද්ගලයා විසින් සැපයීමට සූදානම් ශ්‍රම ඒකක ප්‍රමාණය ජ්‍යාමිතිකව නිරූපණය කෙරෙයි

පුද්ගලයෙකුගේ ශ්‍රම සැපයුම, වැටුපෙහි ධන ශ්‍රිතයක් වෙයි. පුද්ගලයන්ගේ ශ්‍රම සැපයුම් වක්‍ර තිරස් අතට එකතු කිරීමෙන් ආර්ථිකයක සමස්ත ශ්‍රම සැපයුම් වක්‍රය ලැබේ

ශ්‍රම සැපයුම් වක්‍රය ආවස්ථික පිරිවැය වක්‍රය ලෙසද සැලකේ. එමගින් නිරූපණය කරන්නේ ශ්‍රම කාලය විකල්ප භාවිතාවක් සඳහා යෙදවීමේ ආවස්ථික පිරිවැයයි.

උදා - පුද්ගලයෙකු තම කාලය විවේක ගැනීම සඳහා යෙදවුවහොත් විවේක ගැනීමේ ආවස්ථික පිරිවැය වන්නේ වැඩ කිරීමෙන් උපයාගත හැකිව තිබූ වැටුපයි. එබැවින් වැටුප් වැඩිවන විට විවේකයේ ආවස්ථික පිරිවැය වැඩිවන නිසා පුද්ගල ශ්‍රමය වැඩිපුර සැපයීමට පෙළඹේ.



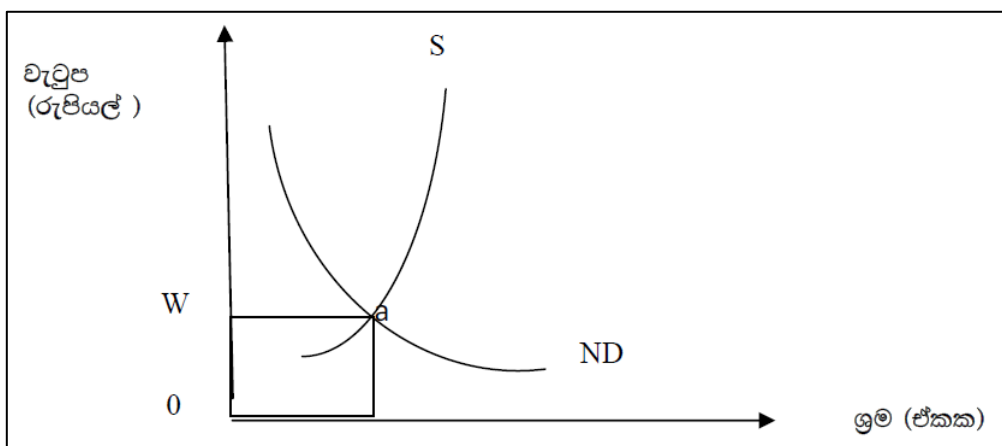


ශ්‍රම වෙළෙඳපොළ සමතුලිතය

ශ්‍රම වෙළෙඳපොළේ ඉල්ලුමේ හා සැපයුමේ අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය මත ශ්‍රම වෙළෙඳපොළක සමතුලිත වැටුප් අනුපාතිකය සහ සමතුලිත සේවා නියුක්ති මට්ටම තීරණය වේ

උදාහරණ :-

කිසියම් කාලපරිච්ඡේදයක් සඳහා ගණකාධිකාරීවරයකුගේ වැටුප සහ සේවා නියුක්තවන ගණකාධිවරුන් සංඛ්‍යාව තීරණය වන්නේ එම කාලය තුළ වෙළෙඳපොළේ ගණකාදිවරුන් සඳහා ඇති ඉල්ලුමත් ඔවුන්ගේ සැපයුමත් මතය.



මූල්‍ය වැටුප හා මූර්ත වැටුප අතර වෙනස

මූල්‍ය වැටුප යන්නෙන් අදහස් කරනුයේ යම් කාලච්ඡේදයක් සඳහා ශ්‍රමය සැපයීම වෙනුවෙන් ගෙවනු ලබන මුදල් ප්‍රමාණය හෙවත් ලැබෙන මුදල් ප්‍රමාණයයි

මෙය නාමික වැටුප / මුදල් වැටුප ලෙසද හැඳින්වේ

මූර්ත වැටුප යන්නෙන් අදහස් කරන්නේ මුදල් වැටුපෙන් මිලදී ගත හැකි භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රමාණය හෙවත් මුදල් වැටුපෙහි ක්‍රය ශක්තියයි

එය ප්‍රධාන වශයෙන් භාණ්ඩ හා සේවාවල මිල ගණන් මත තීරණය වෙයි

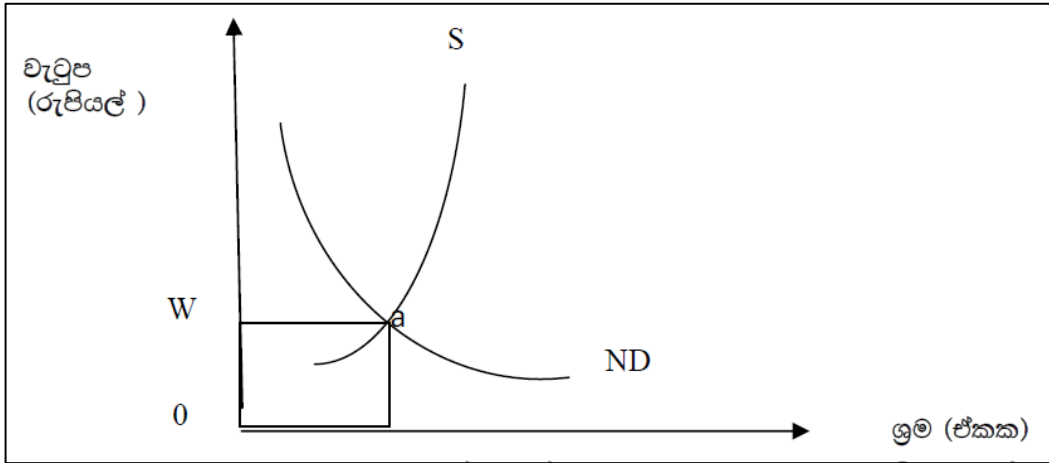
$$\text{මූර්ත වැටුප} = \text{මූල්‍ය වැටුප} / \text{පාරිභෝගික මිල දර්ශකය} \times 100$$

ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළ සමතුලිතය

- ප්‍රාග්ධනය භාවිතා කිරීම වෙනුවෙන් ගෙවනු ලබන මිල පොලිය වශයෙන් හඳුන්වනු ලැබේ. ප්‍රාග්ධන සම්පාදනය සඳහා සම්පත් ලැබෙන්නේ මිනිසුන් විසින් පරිභෝජනය නොකොට ඉතිරි කර ගත් ආදායම් වලිනි
- ප්‍රාග්ධනය නිමි පුද්ගලයෝ සෘජුව හෝ වක්‍රව හෝ පොලී ස්වරූපයෙන් ආදායම් උපයා ගනිති. ඒ නිසා පොලිය එක්කෝ ආයෝජනය කරන ලද ප්‍රාග්ධනය විසින් උපයා ගනු ලබන ආදායමක් හෝ අරමුදල් ණයට ලබා ගැනීමේ පිරිවැයක් හෝ වශයෙන් සැලකිය හැකිය
- ආර්ථිකයක පොලී අනුපාතිකය තීරණය වන්නේ ණය අරමුදල් වෙළෙඳපොළෙහි ණය අරමුදල් සඳහා ඇති ඉල්ලුම හා ඒවායේ සැපයුම මතය
- ණය අරමුදල් සඳහා කරන ඉල්ලුම පොලී ප්‍රමාණය කෙරෙහි සංවේදීතාවක් දක්වයි
- ඒ අනුව ණය අරමුදල් සඳහා ඇති ඉල්ලුම හා පොලී අනුපාතිකය අතර ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවයක් දක්නට ලැබේ
- ණය අරමුදල් සැපයුම මූලික වශයෙන් තීරණය වන්නේ කුටුම්භ ඉතුරුම් මතය



- අනිකුත් කරුණු නොවෙනස්ව පවතිනම් මිනිසුන්ගේ වර්තමාන ආදායමින් වැඩි වැඩියෙන් ඉතිරි කිරීමට පෙළඹෙන්නේ ඒ සඳහා වැඩි වැඩියෙන් පොළී ගෙවනු ලැබෙනමය
- මේ අනුව පොළී අනුපාතිකය සහ ඉතුරුම් සැපයුම අතර අනුලෝම සම්බන්ධයක් දක්නට ලැබේ



නාමික පොළී අනුපාතිකය හා මුර්ත පොළී අනුපාතිකය

මුදලේ නාමික අගය පදනම් කරගෙන ප්‍රකාශ කරනු ලබන පොළී අනුපාතිකය නාමික අනුපාතිකයයි.

සාමාන්‍යයෙන් වෙළෙඳපොළේ පොළී අනුපාතික ප්‍රකාශ කරනු ලබන්නේ නාමික අගයන්ගෙනි

උදා - වාර්ෂික පොළී අනුපාතිකය (10%) ක්. එනම් රු.100ණයක් වර්ෂයක් සඳහා ගත් පුද්ගලයෙකු වර්ෂය අවසානයේ රු.110 ගෙවිය යුතුයි. මෙහිදී මුදල් ඒකකයන්හි හටගත හැකි වෙනස්කම් සැලකිල්ලට නොගැනේ.

මුර්ත පොළී අනුපාතිකය යනු, මුදලේ ස්ථාවර අගය (මුර්ත අගය) පදනම් කරගෙන ප්‍රකාශ කරනු ලබන පොළී අනුපාතිකයක් හෙවත් උද්ධමනය සඳහා ගළපන ලද පොළී අනුපාතිකයයි.



නාමික පොලී අනුපාතිකයෙන් මිල මට්ටම වෙනස් වූ ප්‍රතිශතය අඩු කළ විට මූර්ත පොලී අනුපාතිකය ගණනය කළ හැක.

❖ මූර්ත පොලී අනුපාතිකය - නාමික පොලී අනුපාතිකය - පොදු මිල මට්ටම වෙනස් වූ ප්‍රතිශතය

ආයෝජන හා ඉතුරුම් තීරණ ගැනීමේදී පුද්ගලයෝ මූර්ත පොලී අනුපාතිකය සැලකිල්ලට ගනු ලැබේ

සංක්‍රාම ඉපයීම් හා ආර්ථික බදු කුලිය

සංක්‍රාම ඉපයීම්

- කිසියම් සාධකයක් පවත්නා භාවිතයේ රඳවා තබා ගැනීම සඳහා එම සාධකය අපේක්ෂා කරන අවම මිල එම සාධකයේ සංක්‍රාම ඉපයීමයි.
- සාධකයකට එම අවම ප්‍රමාණයවත් උපයා ගත නොහැකි නම් එම සාධකය තව දුරටත් එම කාර්යයේ නිරත නොවී, එම ඉපයීම ලබා ගත හැකි වෙනත් භාවිතයක් කරා ඉවත්ව යනු ඇත.

සංක්‍රාම ඉපයීම් පෙන්නුම් කරනුයේ සාධකයේ ආවස්ථික පිරිවැය වේ

ආර්ථික බදු කුලිය

කිසියම් නිෂ්පාදන සාධකයක් පවත්නා භාවිතයේ රඳවා ගැනීම සඳහා අපේක්ෂා කරන අවම ගෙවීම ඉක්මවා ආදායමක් උපයා ගන්නේ නම් එම අතිරික්ත ආදායම ආර්ථික බදුකුලිය ලෙස හඳුන්වනු ලැබේ

එනම් යම් සාධකයක වර්තමාන ඉපයුම සංක්‍රාම ගෙවීම ඉක්මවා යන්නේ නම් ඒ ඉක්මවා යන ප්‍රමාණය ආර්ථික බදු කුලියෙන් පෙන්නුම් කෙරෙයි

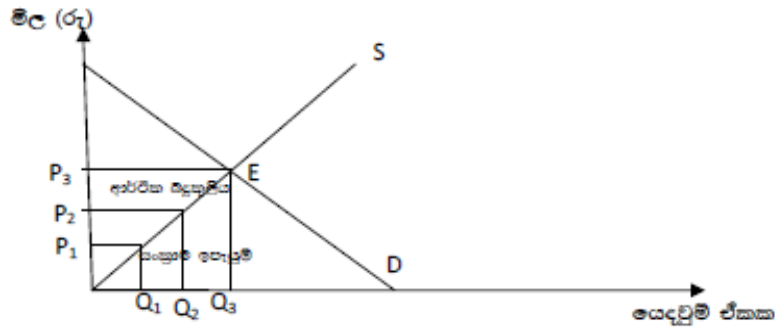
උදාහරණ - : කිසියම් පුද්ගලයෙක් වර්තමාන සේවා නියුක්තිය මගින් දිනකට රුපියල් 1000ක් ද, ඊළඟට කළ හැකි රැකියාව තුළින් දිනකට රුපියල් 800ක් ද ඉපයීමට හැකිවේ නම්, ඔහුගේ

- සංක්‍රාම ඉපයුම් - : 800



- ආර්ථික බදු කුලිය:- 200

- ආර්ථික බදු කුලිය හා සංක්‍රාම ඉපැයුම් පහත ආකාරයට ප්‍රස්තාර සටහනක් මගින් පෙන්වනු ලබන බව පෙන්වයි.



- සාධක සැපයුම් වක්‍රයෙන් එම සාධකයේ ඒ ඒ ඒකකය සැපයීම සඳහා සැපයුම්කරුවා බලාපොරොත්තු වන අවම මිල එනම් ආවේණික පිරිවැය පෙන්වනු ලබන බව පෙන්වයි.
- රූප සටහනට අනුව සාධකයෙහි සමතුලිත මිල P_3 හා සමතුලිත ප්‍රමාණය Q_3 වේ.
- $OP_3 EQ_3$ සෘජුකෝණාස්‍රයේ කේන්ද්‍රස්ථලයෙන් Q_3 ප්‍රමාණය සේවා නියුක්ත වන විට සාධකය සඳහා ලැබෙන මුළු ඉපැයුම් ප්‍රමාණය පෙන්වනු ලබන බව පෙන්වයි.
- මේ මුළු ඉපැයුම් ආර්ථික බදු කුලිය හා සංක්‍රාම ඉපැයුම් යන සංරචක දෙකකින් සමන්විත ය.
- ඒ අනුව $OP_3 E$ ත්‍රිකෝණයේ කේන්ද්‍රස්ථලය Q_3 ප්‍රමාණය සේවා නියුක්ත කිරීමෙන් ලැබෙන ආර්ථික බදු කුලිය ද $OE Q_3$ ත්‍රිකෝණයේ කේන්ද්‍රස්ථලය Q_3 සේවා නියුක්ත කිරීමෙන් ලැබෙන සංක්‍රාම ඉපැයුම් ද වේ.
- තව දුරටත් සාධකයේ මුළු ඉපැයුම් ආර්ථික බදු කුලිය හා සංක්‍රාම ඉපැයුම් ලෙස කොටස් වී යන ආකාරය පහත පරිදි හඳුනාගත හැකි ය.
- රූප සටහන අනුව,
- Q_1 සේවා නියුක්ත කරවීම සඳහා සාධක හිමියන්ට ගෙවිය යුතු අවම මිල එනම් සංක්‍රාම ඉපැයුම් P_1 වේ. එහෙත් Q_1 සේවා නියුක්ත කරන විට එම සාධකයේ වෙළෙඳපොළ මිල P_3 වේ. මේ නිසා $P_3 - P_1$ අතර වෙනස ආර්ථික බදු කුලිය වේ.
- මේ ආකාරයෙන් ම Q_2 සේවා නියුක්ත කරන විට සංක්‍රාම ඉපැයුම් P_2 වේ. $P_3 - P_1$ අතර වෙනස ආර්ථික බදු කුලිය වේ.
- Q_3 සේවා නියුක්ත කරන විට ගෙවිය යුතු අවම මිල P_3 වේ. එය සාධකයේ වෙළෙඳපොළ මිලට සමාන හෙයින් එහිදී මුළු ඉපැයුම් සංක්‍රාම ඉපැයුම් වේ.

සාධක සැපයුම් හමුදාවය විවිධ වන විට ආර්ථික බදුකුලිය හා සංක්‍රාම ඉපැයුම්හිදී වෙනස්කම් ඇතිවේ.

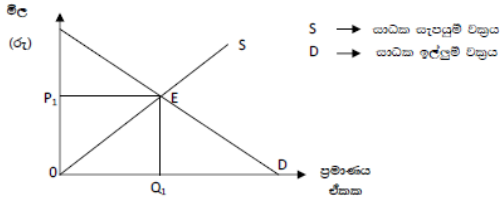
පූර්ණ නම්‍ය සාධක
සැපයුම

අනම්‍ය සාධක
සැපයුම



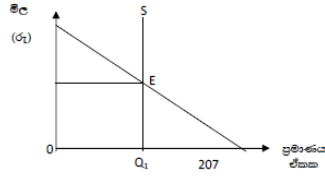
ඒකීය නම්‍ය සාධක සැපයුම් අවස්ථාවක සාධක ඉපයුම්

- සාධක සැපයුම් ඒකීය නම්‍ය වන විට ආර්ථික බදු කුලිය හා සංක්‍රාම ඉපයුම් එකිනෙකට සමාන වේ.
- පහත රූප සටහනෙන් දැක්වෙන්නේ එම තත්ත්වය යි.



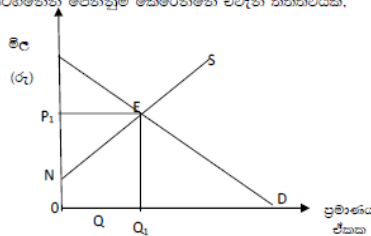
පූර්ණ අනම්‍ය සාධක සැපයුම් අවස්ථාවක සාධක ඉපයුම්

- සාධක සැපයුම් පූර්ණ අනම්‍ය වන විට මුළු සාධක ඉපයුම් ආර්ථික බදු කුලියෙන් සම්පූර්ණ වේ.
- පහත රූප සටහනින් පෙන්වුම් කෙරෙන්නේ එබඳු තත්ත්වයකි.



නම්‍ය සාධක සැපයුම් අවස්ථාවක දී සාධක ඉපයුම් :-

- සාධක සැපයුම් නම්‍ය වන විට වැඩි කොටසක් සංක්‍රාම ඉපයුම් වන අතර අතර අඩු කොටස ආර්ථික බදු කුලිය වේ.
- පහත රූප සටහනෙන් පෙන්වුම් කෙරෙන්නේ එවැනි තත්ත්වයකි.

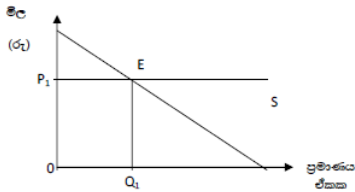


- ඉහත රූප සටහනේ OP_1EQ_1 සෘජුකෝණයේ ක්ෂේත්‍රඵලය මුළු සාධක ඉපයුම් වේ.
- එයින් NP_1E ක්ෂේත්‍රඵලය ආර්ථික බදු කුලිය වන අතර $ONEQ_1$ ප්‍රදේශය සංක්‍රාම ඉපයුම් වේ.
- මෙහිදී $ONEQ_1$ ක්ෂේත්‍රඵලය NP_1E ක්ෂේත්‍රඵලයට වඩා වැඩි වීමෙන් නම්‍ය සාධක සැපයුම්ක දී වැඩි කොටසක් සංක්‍රාම ඉපයුම් බව පැහැදිලි වේ.

- පූර්ණ සටහනෙන් දැක්වෙන පූර්ණ අනම්‍ය සැපයුම් අවස්ථාවේ දී සාධකයේ මිල ගුණය මුළු ද එම සාධකයේ සැපයුම් ප්‍රමාණය Q_1 වේ.
- වෙළෙඳපොළ සාධක ඉපයුම් හා සැපයුම් මගින්ගිරණය වූ මිල P_1 වේ. එවිට මුළු ඉපයුම් OP_1EQ_1 ක්ෂේත්‍රඵලයෙන් දැක්වෙන අතර එම මුළු ඉපයුම් ම ආර්ථික බදු කුලියක් වේ.
- සාධකයේ ඉපයුම් මුළුමනින් ම ආර්ථික බදු කුලියක් වීමට හේතුව වන්නේ පූර්ණ අනම්‍ය සැපයුම් අවස්ථාවේ දී Q_1 ප්‍රමාණයක් සේවා නියුක්ත කිරීම් සඳහා මෙහිදී යුතු මිල ගුණය වීම යි.

පූර්ණ නම්‍ය සාධක සැපයුම් අවස්ථාවක දී සාධක ඉපයුම් :-

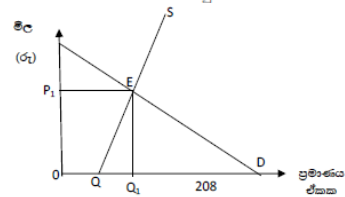
- සාධකයේ සැපයුම් පූර්ණ නම්‍ය වන විට මුළු ඉපයුම් සංක්‍රාම ඉපයුම් වේ.
- පහත රූප සටහනින් එම තත්ත්වය පෙන්වුම් කෙරේ.



- සාධක සැපයුම් පූර්ණ නම්‍ය වන විට P_1 මිලට ඕනෑ ම සාධක ප්‍රමාණයක් සැපයීමට සාධක හිමියෝ සැමැත්තන් දක්වති.
- මේ නිසා OP_1EQ_1 සෘජුකෝණයේ ක්ෂේත්‍රඵලය මුළුමනින්ම සංක්‍රාම ඉපයුම් වේ.
 - (නිදසුන් - භූමි සාධකය සැලකිල්ලට ගත හොත් එක් වගාවකින් වෙනත් වගාවකට මාරු වීම හැකි වීම)

අනම්‍ය සාධක සැපයුම් අවස්ථාවක දී සාධක ඉපයුම් :-

- අනම්‍ය සාධක සැපයුම්ක සමඟින් විට මුළු ඉපයුම්වලින් වැඩි කොටසක් ආර්ථික බදු කුලියෙන් ද , අඩු කොටසක් සංක්‍රාම ඉපයුම් වේ.
- පහත රූප සටහනෙන් එම තත්ත්වය පෙන්වුම් කෙරේ.



- රූප සටහනට අනුව OP_1EQ_1 සෘජුකෝණය මුළු සාධක ඉපයුම් පෙන්වුම් කරන අතර එයින් OP_1EQ_1 ප්‍රදේශයෙන් ආර්ථික බදු කුලියක් QEQ_1 ප්‍රදේශයෙන් සංක්‍රාම ඉපයුම්ක පෙන්වුම් කරයි.
- මෙහි දී OP_1EQ_1 ක්ෂේත්‍රඵලය QEQ_1 ක්ෂේත්‍රඵලයට වඩා වැඩි වීමෙන් පෙන්වුම් කෙරෙන්නේ අනම්‍ය සාධක සැපයුම්ක දී ආර්ථික බදු කුලිය සංක්‍රාම ඉපයුම්වලට වඩා වැඩි බව යි.

සම්ප්‍රදායිකව “බදු කුලිය” යන සංකල්පය භාවිතා කරනු ලැබුවේ භූමිය ඈතුවේ

ස්වභාවික සම්පත්වල ඉපයුම පෙන්වුම් කිරීම සඳහාය

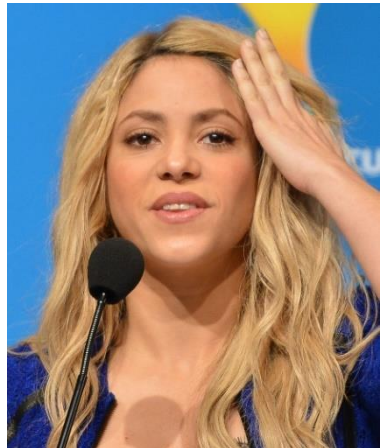
ඊට හේතුව වූයේ ස්වභාවික සම්පත්වලට ඈති සුවිශේෂී ගුණයක් වන සැපයුම අනම්‍ය වීමය



එම ස්වභාවික සම්පත් සැපයුමේ ඇති මෙම අනමය ස්වභාවය නිසා භූමියට බදු කුලියක් උපයාගත හැකිය

නමුත් ආර්ථික බදුකුලිය පිලිබඳ නූතන ප්‍රවේශය යටතේ ස්වභාවික සම්පත් පමණක් නොව, අනමය සැපයුමක් ඇති ඕනෑම සාධකයකට ආර්ථික බදු කුලි උපයා ගැනීමේ හැකියාවක් ඇති බව අවධාරණය කෙරේ

උදා - වෘත්තීය ක්‍රීඩකයන්, ගායකයන්, නළු නිලියන්, ගුරුවරුන්, නීතිඥයන්, වෛද්‍යවරුන්, පෝනීර්වේදීන් වැනි අය සතු විශේෂ හැකියාවන් නිසා ඔවුන් විශාල වශයෙන් ආර්ථික බදු කුලි උපයයි.



ආර්ථික ලාභය

අවිනිශ්චිත පරිසරයක් තුළ සාර්ථක ලෙස ව්‍යාපාරික තීරණ ගැනීමත් නමයතාවයන් හඳුන්වා දීමත් වෙනුවෙන් ලැබෙන ප්‍රතිලාභයක් ලෙස ආර්ථික ලාභය සැලකිය හැක

