

ව්‍යවස්ථාපිත විෂය

ව්‍යවස්ථාපිත විෂයය ගැන සිසුන් අත්වැල

(අධ්‍යාපන කාර්යාලය - බලන්න)

Economics

නිපුණතාව 04 :

වෙළෙඳපොළ තුළ නිෂ්පාදන ආයතන තාර්කික ව හැසිරෙන

නිෂ්පාදන න්‍යාය

අනුශාසකත්වය : සුනිල් රාජපක්ෂ මහතා

සහකාර අධ්‍යාපන අධ්‍යක්ෂ වාණිජ

සම්පත් දායකත්වය : එච්. ජී එම් ටී හඳුපාන්ගොඩ මයා

ර/ බුද්ධිජයන්ති මහා විද්‍යාලය

ව්‍යවස්ථාපිත විෂය සඳහා ඉගෙනුම් ආධාරක ගොනු සකසීමේ ව්‍යාපෘතිය

නිපුණතාව 04 : වෙළෙඳපොළ තුළ නිෂ්පාදන ආයතන තාර්කික ව හැසිරෙන

- ආකාරය හා නිෂ්පාදන සාධක වෙළෙඳපොළ හැසිරීම ගවේෂණය කරයි.
- නිපුණතා මට්ටම 4.1 : ව්‍යාපාර ආයතනයක කෙටි කාලීන හා දිගු කාලීන නිෂ්පාදන
- ක්‍රියාවලියේ ස්වරූප විග්‍රහ කරයි.
- කාලච්ඡේද සංඛ්‍යාව :- 08
- අපේක්ෂිත ඉගෙනුම් පල :
- ව්‍යාපාර ආයතන හඳුන්වමින් ඒවායේ විවිධ ස්වරූප පැහැදිලි කරයි.
- යෙදවුම් හා නිමැවුම් අතර පවතින සම්බන්ධතාව නිෂ්පාදන ශ්‍රිතයක් ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරයි.
- නිෂ්පාදනයේ කෙටි කාලය හා දිගු කාලය අතර වෙනස නිෂ්පාදන ශ්‍රිතයක් ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරයි.
- හින වන ආන්තික ඵලදා නීතිය අර්ථ දක්වයි.
- හින වන ආන්තික ඵලදා නීතියේ උපකල්පනය ඉදිරිපත් කරයි.
- හින වන ආන්තික ඵලදා නීතිය සංඛ්‍යාත්මක ව හා ප්‍රාස්තාරික ව ඉදිරිපත් කරයි.
- කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ මුළු නිෂ්පාදිතය, සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය සහ ආන්තික නිෂ්පාදිතය යන සංකල්ප අර්ථ දක්වයි.
- මුළු නිෂ්පාදිතය, සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය සහ ආන්තික නිෂ්පාදිතය යන සංකල්ප අතර සම්බන්ධතාව විග්‍රහ කරයි.
- පරිමාණානුකූල ඵල නීතිය අර්ථ දක්වයි.
- දිගු කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ වැඩි වන අඩු වන හා ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල තත්ත්වවලට බලපාන හේතු විග්‍රහ කරයි.

04 - නිෂ්පාදන න්‍යාය

තාර්කික නිෂ්පාදකයෙකුගේ අරමුණ වන්නේ ලාභ උපරිම කිරීමයි. ඒ සඳහා සම්පත් කාර්යක්ෂම ලෙස උපයෝජනය කිරීමෙන් උපරිම ප්‍රතිඵල ලබාගත යුතුය. මේ සඳහා නිෂ්පාදන න්‍යාය පිළිබඳ අවබෝධයක් තිබීම වැදගත් වේ. ඒ අනුව මේ යටතේ නිෂ්පාදන ආයතනයක විවිධ අවස්ථා වලදී නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය පිළිබඳව සහ නිෂ්පාදන පිරිවැයෙහි හැසිරීම පිළිබඳව සලකා බැලේ.

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හෙවත් නිෂ්පාදනය යනු කිසියම් තාක්ෂණික ක්‍රමවේදයක් අනුගමනය කරමින් යෙදවුම් නිමවුම් බවට පරිවර්තනය කරන ක්‍රියාවලියයි. නැතිනම් මිනිස් වුවමනා ඉටු කරනු ලබන භාණ්ඩ හා සේවා බිහි කරලීමේ ක්‍රියාවලියයි.

එම නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළදී භාවිතා කරන ඕනෑම දෙයක් යෙදවුමක් ලෙස හඳුන්වන අතර පරිවර්තන ක්‍රියාවලියේ අවසාන ඵලය නිමවුම ලෙසද හඳුන්වයි.

ස්ථාවර යෙදවුම් සහ විචල්‍ය යෙදවුම්

නිෂ්පාදනය සඳහා භාවිතා කරන සම්පත් හෙවත් යෙදවුම්, නිමවුම් මට්ටම සමඟ හැසිරෙන ආකාරය මත ප්‍රභේද දෙකකි.

1. ස්ථාවර යෙදවුම්

ස්ථාවර යෙදවුම් යනු නිමවුම් මට්ටම සමඟ වෙනස් නොවන යෙදවුම් වේ. මේවා කෙටි කාලයේදී වෙනස් කළ නොහැකි බැවින් කෙටි කාලය තුළ පමණක් දක්නට ලැබේ.

උදා :- ගොඩනැගිලි, පුහුණු ශ්‍රමය, යන්ත්‍ර සූත්‍ර, නිෂ්පාදන තාක්ෂණය

2. විචල්‍ය යෙදවුම්

නිමවුම් මට්ටම සමඟ වෙනස්වන යෙදවුම් විචල්‍ය යෙදවුම් වන අතර මේවා කෙටිකාලයේදී මෙන්ම දිගු කාලයේදී දක්නට ලැබේ.

උදා :- අමුද්‍රව්‍ය, ශ්‍රමය, යන්ත්‍ර පහවන කාලය

නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියක යෙදවුම් හා නිමවුම අතර පවත්නා තාක්ෂණික සම්බන්ධතාව නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය නම් වේ. කිසියම් යෙදවුම් ප්‍රමාණයකින් ලබාගත හැකි උපරිම නිමවුම් ප්‍රමාණය හෝ කිසියම් නිමවුමක් බිහි කිරීමට අවශ්‍ය කරන අවම යෙදවුම් ප්‍රමාණය හෝ එමගින් දැක්වේ.

1. කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය
2. දිගුකාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය

නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය පහත පරිදි දැක්විය හැකිය.

$$\text{නිමවුම} = f(\text{යෙදවුම්})$$

$$Q = f(L, K) \quad L = \text{ශ්‍රමය} / K = \text{ප්‍රාග්ධනය}$$

නිෂ්පාදන කාලය

නිෂ්පාදන කාලය යනුවෙන් අදහස් වන්නේ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට භාවිතා කරන යෙදවුම් හා තාක්ෂණය වෙනස් කිරීමට ගතවන කාලයයි. එය නිෂ්චිත ලිත් වර්ෂ හෝ ගිණුම් වර්ෂයකට පෙර දින දර්ශනයකට අනුව තීරණය වන්නක් නොවේ. නිෂ්පාදන ආයතන අදාළ තාක්ෂණය මත තීරණය වන්නකි. මේ නිසා නිෂ්පාදන කාලය ආයතනයේ ස්වභාවය සහ ප්‍රමාණය මත ආයතනයෙන් ආයතනයට වෙනස් වේ.

යෙදවුම් වෙනස් කිරීමට ගතවන කාලය මත නිෂ්පාදන කාලය ප්‍රධාන කොටස් දෙකකි.

1. කෙටි කාලය
2. දිගු කාලය

1. කෙටි කාලය - Short Run

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලි යසදහා යොදා ගන්නා ඇතැම් යෙදවුම් (අවම වශයෙන් එක් සාධකයක්වත්) වෙනස් කළ නොහැකි කාල පරිච්ඡේදයයි. එසේත් නැතිනම් නිෂ්පාදන ආයතනයක් ස්ථාවර යෙදවුම් හා විචල්‍ය යෙදවුම් සහිතව නිෂ්පාදනයේ නිරත වන කාලයයි. නිෂ්පාදන ආයතනයක් ස්ථාවර සාධක නොවෙනස්ව තබාගෙන විචල්‍ය සාධක පමණක් වෙනස් කරමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදී සිටින විට ශ්‍රමය සහ ක්‍රියාකාරී පැය ගණන වැනි විචල්‍යය වෙනස් වේ. එලෙස නිෂ්පාදනයේ යෙදී සිටින කාලය කෙටි කාලයයි.

කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

කෙටිකාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළ යෙදවුම් මෙන්ම ස්ථාවර යෙදවුම් ද දක්නට ලැබෙන බව ඉහතදී අප සාකච්ඡා කළෙමු. ව්‍යාපාර ආයතනයකට කෙටි කාලයේදී තම නිෂ්පාදනය වෙනස්කළ හැක්කේ විචල්‍ය සාධක වෙනස් කිරීමෙන් පමණි. මේ නිසා නිෂ්පාදන ආයතනයක කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට පදනම් වන උපකල්පන කිහිපයකි.

- ස්ථාවර යෙදවුම් පැවතීම.
- සියලුම විචල්‍ය යෙදවුම් සමජාතීය වීම.
- නිෂ්පාදන තාක්ෂණය නොවෙනස්ව පැවතීම.

කෙටිකාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය

කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය යනු කර්මාන්ත ශාලාවේ ධාරිතාව හා නිෂ්පාදන ශීලී ප ක්‍රමය නොවෙනස්ව තිබියදී විචල්‍ය යෙදවුම් පමණක් වෙනස් කරමින් නිෂ්පාදනය සිදු කරන විට යෙදවුම් හා නිමවුම් අතර පවත්නා තාක්ෂණික සම්බන්ධතාවයි. එය පහත පරිදි නිෂ්පාදනය කළ හැක.

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

V = විචල්‍ය යෙදවුම්

Q = නිමවුම

K = ප්‍රාග්ධන උපකරණ

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළ භාවිතා ඵලදා සංකල්ප

01. මුළු නිෂ්පාදිතය, මුළු ඵලදාව (Total Product - TP)

ස්ථාවර සාධක සමඟ විචල්‍ය සාධක මිශ්‍ර කරමින් නිෂ්පාදනයේ නිරත වන විට ලැබෙන නිෂ්පාදන ප්‍රතිඵලය මුළු ඵලදාව හෙවත් මුළු නිෂ්පාදිතය ලෙස හඳුන්වයි. මෙය භාණ්ඩ ඒකක මගින් මනිනු ලැබේ.

02. සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය - සාමාන්‍ය ඵලදාව (Average Product - AP)

විචල්‍ය යෙදවුම් ඒකකයකට ලැබෙන නිමවුම් ප්‍රමාණය සාමාන්‍ය ඵලදාවයි. එය පහත පරිදි ගණනය කෙරේ.

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

$$MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$$

ඉහත ඵලදා සංකල්ප යෙදවුම් හා හැසිරෙන ආකාරය නිදසුනකින් විමසා බලමු.

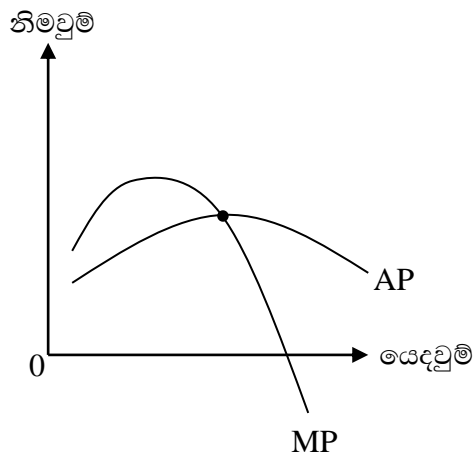
නිෂ්පාදන පුරවැසි			
ශ්‍රමය (L)	මුළු නිෂ්පාදිතය (TP)	අන්තිම නිෂ්පාදිතය $\frac{\Delta TP}{\Delta L}$ (MP)	සාමාන්‍ය නිෂ්පාදනය (AP) $A = \frac{TP}{L}$
0	0		
1	2		
2	8		
3	18		
4	32		
5	40		
6	42		
7	42		
8	40		

ඉහත ප්‍රස්තාර වලින් නිරීක්ෂණය වන්නේ මුළු ඵලදා සාමාන්‍ය ඵලදා හා අන්තිම ඵලදා වක්‍ර වල හැසිරීමයි. ඒ අනුව ඉන් ඵලභීය හැකි නිගමන කිහිපයකි. මෙහි L යනු ශ්‍රමය නම්,

1. ශ්‍රමය සමානුපාතිකව වැඩි කිරීමේදී මුළු ඵලදාව මුලදී වැඩිවන වේගයෙන් ද, පසුව අඩුවන වේගයෙන් ද වැඩි වී 7 වන ශ්‍රමිකයා යෙදවීමෙන් පසු එය අඩු වීමට පටන් ගනී.

2. ශ්‍රමය සමානුපාතිකව වැඩි කිරීමේදී සාමාන්‍යයෙන් ඵලදාව (AQ) වැඩි වී 5 වන ශ්‍රමිකයා යෙදීමෙන් පසු එය අඩු වීමට පටන් ගනී.
3. ශ්‍රමය සමානුපාතිකව වැඩි කිරීමේදී ආන්තික ඵලදාව (MP) වැඩි වී 4 වන ශ්‍රමිකයා යෙදවීමෙන් පසුව එය අඩු වීමට පටන් ගනී.
4. ශ්‍රමය 6 සහ 7 ඒකක වලදී මුළු ඵලදාව (TP) උපරිම වන අතර ආන්තික ඵලදාව (MP) ශුන්‍ය වේ. එනම් 7 වන ශ්‍රමිකයා සේවා නියුක්ත කළද මුළු නිමවුම වැඩි නොවේ.
5. සාමාන්‍ය ඵලදා (AP) වක්‍රයේ පරික්ෂණය හරහා ආන්තික ඵලදා (MP) වක්‍රය පහළ බසී.

ආන්තික ඵලදාව හා සාමාන්‍ය ඵලදාව අතර සම්බන්ධතාව



කෙටි කාලයේදී සාමාන්‍ය ඵලදා හා ආන්තික වක්‍රයන්හි සෘජුවම බලපාන්නේ මුළු ඵලදා වක්‍රයේ ස්වරූපයයි. මන්ද සාමාන්‍ය ඵලදාව හා ආන්තික ඵලදාව යන දෙකම වි්‍යුත්පන්න කරනුයේ මුළු ඵලදාව මගිනි.

සාමාන්‍ය ඵලදා වක්‍රය මගින් එක් එක් යෙදවුම් මට්ටම් වලදී මුළු ඵලදාවේ සාමාන්‍යයෙන් ආන්තික ඵලදා වක්‍රය මගින් එක් එක් යෙදවුම් මට්ටම් වලදී TP වක්‍රයේ බෑවුමක් නිරූපනය වේ.

$$(MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L})$$

ආන්තික ඵලදා පහළ යන විට AP ඊට වඩා අඩු වේගයකින් ඉහළ යයි. එසේ වන්නේ TP අළුතින් එකතු වන ප්‍රමාණය සියලුම විචල්‍ය යෙදවුම් අතර බෙදී යාමේදී එක් විචල්‍ය යෙදවුමකට හිමිවන නිමවුම අඩුවීම නිසාවෙනි. එලෙස ආන්තික ඵලදාව පහළ යන විට AP තවදුරටත් ඉහළ ගොස් උපරිමයට ළඟා වී පසුව MP අඩු වන වේගයට වඩා අඩු වේගයකින් පහළ යයි.

හීනවන ඵල නීතිය (විවලය සාධක අනුපාත නීතිය)

ව්‍යාපාර ආයතනයක් කෙටි කාලයේදී ස්ථාවර සාධක සමග මිශ්‍ර කරමින් විවලය යෙදවුම් පමණක් වැඩි කරන විට විවලය යෙදවුමේ AP හා MP එක්කරා අවස්ථාවකට පසුව පහළ යාම හීනවන ඵල නීතිය නම් වේ.

කෙටි කාලයේදී නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හීන වන ඵල නීතියට යටත් වන්නේ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළ සංරෝදක පවතින බැවිනි. එනම් නිෂ්පාදකයාට අවශ්‍ය පරිදි නිෂ්පාදනයට අදාළ සියලු යෙදවුම් වෙනස් කළ නොහැකි බැවිනි. කිසියම් සාධක ප්‍රමාණයක් ස්ථාවරව තබා ගනිමින් විවලය යෙදවුම් පමණක් වැඩි කිරීමේදී සාධක අනුපාතය වෙනස් වන අතර එක් විවලය යෙදවුමකට අයත් ස්ථාවර යෙදවුම් ප්‍රමාණය සීමා වේ. මේ හේතුවෙන් විවලය යෙදවුම් වල කාර්යක්ෂමතාව පහත වැටේ.

එවිට විවලය යෙදවුම් වල ආන්තික ඵලදාව එක්කරා අවස්ථාවට පසු අඩු වීම නිසා කෙටි කාලයේදී ස්ථාවර යෙදවුම් ප්‍රමාණයට ඔරොත්තු නොදෙන තරමට තවදුරටත් විවලය යෙදවුම් වැඩි කළහොත් විවලය යෙදවුම් වල ආන්තික ඵලදාව සෘණ වී මුළු ඵලදාව පහළ වැටීමට පටන් ගනී. මේ නිසා කෙටි කාලීනව විවලය යෙදවුම් පමණක් වැඩි කරමින් නිෂ්පාදනයේ ප්‍රසාරණය කර ගැනීම තරමක් දුෂ්කරය. විවලය යෙදවුම් වැඩි කරන විට ස්ථාවර යෙදවුම්ද වැඩි කැගත හැකි නම් මෙවැනි තත්ත්වයක් උදා නොවේ.

මෙහිදී අවධාරණය කළ යුත්තේ විවලය යෙදවුම් ඵලදායීතාවය අඩු වීමට හේතුව අතිරේක විවලය යෙදවුම් වල ගුණාත්මක තත්ත්වය දුර්වල වීමක් නිසා නොව විවලය යෙදවුම් වල කාර්යක්ෂමතාව පහත වැටීම නිසා බවයි.

අපේක්ෂිත ඉගෙනුම් පල

- කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැයේ මූලිකාංග අර්ථ දක්වයි.
- කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැයෙහි මූලිකාංග ගණනය කර පෙන්වයි.
- කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැයෙහි මූලිකාංග ලේඛන හා ප්‍රස්තාර ඇසුරෙන් විග්‍රහ කරයි.
- කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය වක්‍ර හා ඵලදායිතා වක්‍ර අතර සම්බන්ධතාව ය විග්‍රහ කරයි.
- දිගුකාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය වක්‍රයෙහි හැසිරීම හා පරිමාණානුකූල ඵල අතර සම්බන්ධතාව විග්‍රහ කරයි.
- පරිමාණනානුකූල පිරිමැසුම් හා නොපිරිමැසුම් අර්ථ දක්වයි.
- පරිමාණනානුකූල පිරිමැසුම් හා නොපිරිමැසුම්වලට හේතු දක්වයි.

කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය

(Short Run Production Cost)

කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය තුළ ඇතුළත් ස්ථාවර යෙදවුම් හා විචල්‍ය යෙදවුම් යන යෙදවුම් දෙවර්ගය මත කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැයෙහි ස්ථාවර හා විචල්‍ය ලෙස පිරිවැය වර්ග 2 ක් දක්නට ලැබේ. ආයතනයක කෙටි කාලයේදී දක්නට ලැබෙන පිරිවැය සංකල්ප කිහිපයකි.

- මුළු ස්ථාවර පිරිවැය
- මුළු විචල්‍ය පිරිවැය
- මුළු පිරිවැය
- ආන්තික පිරිවැය
- සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය
- සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය
- සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය

මුළු ස්ථාවර පිරිවැය (Total Fixed Cost - TFC)

නිමවුම් මට්ටම සමඟ වෙනස් නොවන පිරිවැය නැතහොත් ස්ථාවර පිරිවැය සඳහා දරන පිරිවැය මුළු ස්ථාවර පිරිවැයයි. නිමවුමෙන් ස්වායත්ත වියදමක් වන මෙය නිමවුම ශුන්‍ය මට්ටමේ වුවද අනිවාර්යෙන්ම දැරිය යුතු වියදමකි. ස්ථාවර යෙදවුම් දක්නට ලැබෙන කෙටි කාලයේදී පමණක් ස්ථාවර පිරිවැය දක්නට ලැබේ. ස්ථාවර පිරිවැය සංරචක කිහිපයකි.

- | | |
|----------------------|--|
| 1. දේපළ බදු | 5. බලපත්‍ර ගාස්තු |
| 2. රක්ෂණය | 6. ප්‍රාග්ධනය සඳහා පොලී ගෙවීම් |
| 3. ප්‍රාග්ධන ලාභ | 7. කොන්ත්‍රාත් පදනම මත බඳවාගෙන ඇති කළමනාකරුවන් හා අධ්‍යක්ෂවරුන්ට ගෙවන වැටුප් |
| 4. ක්‍රම ක්ෂය ගාස්තු | |

මුළු විචල්‍ය පිරිවැය (Total Variable Cost - TVC)

නිමවුම් මට්ටම සමඟ වෙනස් වන පිරිවැය නැතහොත් සියලුම විචල්‍ය යෙදවුම් සඳහා දරනු ලබන පිරිවැය මුළු විචල්‍ය පිරිවැයයි. නිමවුම වැඩි වන විට මුළු විචල්‍ය පිරිවැය ඉහළ යන අතර නිමවුම අඩු වන විට මුළු විචල්‍ය පිරිවැය ද අඩු වේ. නිමවුම ශුන්‍ය මට්ටමේදී විචල්‍ය පිරිවැය ද ශුන්‍ය වේ.

උදා :- අමු ද්‍රව්‍ය, ඉන්ධන, ශ්‍රමය

මුළු පිරිවැය (Total Cost - TC)

කිසියම් තාක්ෂණ මට්ටමක් හා සාධක මිල පද්ධතියක් යටතේ කිසියම් නිමවුමක් බිහි කිරීමට යන මුළු වියදම වේ. කෙටි කාලයේදී ආයතනයක මුළු පිරිවැය, මුළු ස්ථාවර පිරිවැය හා මුළු විචල්‍ය පිරිවැය යන දෙකෙහි එකතුවට සමාන වේ.

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

$$TC = TFC + TVC$$

ආන්තික පිරිවැය (Marginal Cost - MC)

නිමවුම එක් ඒකකයකින් වෙනස් කරන විට මුළු පිරිවැයේ වෙනස් වීමයි. නැතහොත් අමතර ඒකකයක් නිපදවීමට දරන වියදමයි.

සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය (Average Fixed Cost - AFC)

මුළු ස්ථාවර පිරිවැයෙන් එක් ඒකකයකට අදාළ වන ප්‍රමාණය හැකිනම් නිමවුම් ඒකකයක ස්ථාවර පිරිවැය සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැයයි.

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

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

සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය (Average Variable Cost - AVC)

මුළු විචල්‍ය පිරිවැයෙන් එක් ඒකකයකට අදාළ වන ප්‍රමාණය නැතිනම් නිමවුම් ඒකකයක විචල්‍ය පිරිවැය සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැයයි.

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

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

සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය (Average Total Cost - ATC)

මුළු පිරිවැයෙන් එක් ඒකකයකට අදාළ වන ප්‍රමාණය නැතහොත් නිමවුම් ඒකකයක පිරිවැයයි. ඒකක පිරිවැය ලෙසද හැඳින්වෙන මෙය පහත ක්‍රම වලටද හැඳින්විය හැකිය.

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

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

$$\text{සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය} = \frac{\text{මුළු මුළු පිරිවැය}}{\text{මුළු නිමවුම් ප්‍රමාණය}}$$

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

නිමවුම Q	මුළු ස්ථාවර පිරිවැය TFC	මුළු විචල්‍ය පිරිවැය TVC	මුළු පිරිවැය TC = TFC + TVC	ආන්තික පිරිවැය MC $\frac{\Delta TC}{\Delta Q}$	සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය AFC $\frac{TFC}{Q}$	සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය AVC $\frac{TVC}{Q}$	සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය ATC $\frac{TC}{Q}$
0	30	0					
1	30	10					
2	30	16					
3	30	18					
4	30	26					
5	30	40					
6	30	60					
7	30	89					

ඉහත ක්‍රියාකාරකම අනුව,

01. TFC මගින් නිමවුම් ප්‍රමාණය හා මුළු ස්ථාවර පිරිවැය අතර සම්බන්ධතාව නිරූපනය කරයි. මෙහිදී මුළු ස්ථාවර පිරිවැය (TFC) හා නිමවුම් මට්ටම් අතර සම්බන්ධතාවක් නොමැති බැවින් රු. 30 න් ආරම්භ වී ප්‍රමාණ අක්ෂයට සමාන්තර සරල රේඛාවක් ලෙස ගමන් කරයි.

02. නිමවුම් ප්‍රමාණය හා මුළු විචල්‍ය පිරිවැය අතර පවතින සම්බන්ධතාව TVC වක්‍රය මගින් පෙන්නුම් කෙරෙන අතර TVC වක්‍රය මූල ලක්ෂයෙන් ආරම්භ වී මූලදී අඩු වේගයකින් ද, පසුව වැඩි වන වේගයකින් ද ඉහළ යයි.

03. නිමවුම් ප්‍රමාණය හා මුළු ස්ථාවර පිරිවැය අතර පවතින සම්බන්ධතාවය මුළු පිරිවැය වක්‍රයෙන් නිරූපනය කෙරෙන අතර එය රූ. 30 ආරම්භ වී TVC වක්‍රයට සමාන පරතරයක් සහිතව ඉහළට ගමන් කරයි. ඕනෑම නිමවුම් මට්ටමකදී TC හා TVC වක්‍ර අතර වෙනසින් දැක්වෙන්නේ මුළු ස්ථාවර පිරිවැයයි.

ඉහත ප්‍රස්තාර සටහන අනුව

01. සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය (AFC) වක්‍රය සෘජුකෝණාස්‍රාකාර බහුවලයක හැඩය ගනී.

❖ ඕනෑම නිමවුම් මට්ටමකින් ඊට අදාළ AFC ගුණ කිරීමේදී ලැබෙන අගය ස්ථාවර වීම මීට හේතුව වේ. කෙටි කාලයේදී මුළු ස්ථාවර පිරිවැය වෙනස් නොවන නිසා නිමවුම ක්‍රමයෙන් වැඩි කරන විට එක් ඒකකයකට දැරීමට සිදුවන ස්ථාවර පිරිවැය ක්‍රමයෙන් අඩු වේ.

02. සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය (AUC) වක්‍රය ඉංග්‍රීසි "U" අක්ෂරයේ හැඩය ගනී.

❖ නිමවුම ක්‍රමයෙන් වැඩි කරන විට කෙටි කාලීන සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය මූලදී අඩු වී අවම අගයකට පැමිණ නිමවුම තවදුරටත් වැඩි කිරීමේදී ක්‍රමයෙන් වැඩිවේ.

03. සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය (ATC) වක්‍රය ඉංග්‍රීසි "U" අක්ෂරයේ හැඩය ගනී.

❖ නිමවුම ක්‍රමයෙන් වැඩි වන විටදී මූලදී කෙටි කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය අඩු වී පසුව ඉහළ යයි. ATC වක්‍රය AVC වක්‍රයට ඉහළින් පිහිටන අතර එම පරතරයෙන් AFC දැක්වේ. නිමවුම වැඩිවෙත්ම එම පරතරය ක්‍රමයෙන් අඩු වේ. මෙයට හේතුව වන්නේ AFC අගය අඩු වීමයි.

04. ආන්තික පිරිවැය (MC) වක්‍රය ඉංග්‍රීසි "U" හැඩය ගනී.

❖ ආන්තික පිරිවැය වක්‍රය ඉහළට ගමන් කරනුයේ AVC හා ATC වක්‍ර වල අවම ලක්ෂයන් හරහාය.

05. ATC" AVC හා MC යන වක්‍ර ඉංග්‍රීසි "U" හැඩය ගනුයේ කෙටි කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හීනවන ඵල නීතියට යටත් වන බැවිනි.

හීනවන ඵලදා නීතිය හා කෙටි කාලීන පිරිවැය අතර සම්බන්ධතාවය

හීනවන ඵලදා නීතියෙන් ප්‍රකාශ කෙරෙන්නේ කෙටි කාලයේදී ස්ථාවර යෙදවුම් සහිතව නිෂ්පාදනයේ යෙදී සිටින ආයතනයක විවලය යෙදවුම් පමණක් වැඩි කිරීමේදී ආන්තික හා සාමාන්‍ය ඵලදාව මුලදී වැඩි වී ක්‍රමයෙන් උපරිම අගයකට ළඟා වී පසුව පහළ වැටෙන බවය.

සාමාන්‍ය විවලය පිරිවැය වක්‍රය සාමාන්‍ය ඵලදා වක්‍රයේද, ආන්තික පිරිවැය වක්‍රය ආන්තික ඵලදා වක්‍රයේ ද ප්‍රතිබිම්බයක් වේ. ඵලදායීතාව ඉහළ යාමක් මගින් නිෂ්පාදන පිරිවැය අඩු වීමක්ද ඵලදායීතාව පහළ යාමක් මගින් නිෂ්පාදන පිරිවැය වැඩි වීමක් නිරූපනය කෙරේ.

ඒ අනුව විවලය යෙදවුම් වැඩි කිරීමේදී මුලදී විවලය යෙදවුමේ ආන්තික හා සාමාන්‍ය ඵලදාව ඉහළ නැගීමත් පවතින නිසා ආන්තික පිරිවැය හා සාමාන්‍ය විවලය පිරිවැය පහළ වැටේ. පසුව තවදුරටත් විවලය යෙදවුම් වැඩි කිරීමේදී විවලය යෙදවුම් ආන්තික හා සාමාන්‍ය ඵලදාව හීන වන බැවින් ආන්තික හා සාමාන්‍ය පිරිවැය ඉහළ නගී.

එබැවින් කෙටි කාලයේදී නිෂ්පාදන ආයතනයක සාමාන්‍ය විවලය පිරිවැය හා ආන්තික පිරිවැය වක්‍ර ඉංග්‍රීසි "U" අකුරක හැඩය ගන්නේ හීන වන ඵලදා නීතිය නිසාය.

ආන්තික පිරිවැයට ඇතුළත් වන්නේ විවලය පිරිවැය පමණක් බව ඔප්පු කිරීම

$$\Delta TC = \Delta TFC + \Delta TVC$$

බැවින්

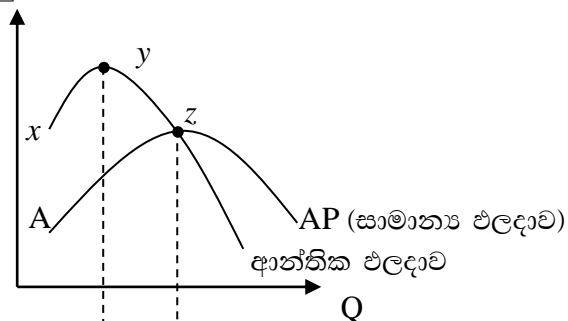
$$MC = \frac{\Delta TFC}{\Delta Q} + \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}$$

$\Delta TFC = 0$ නිසා

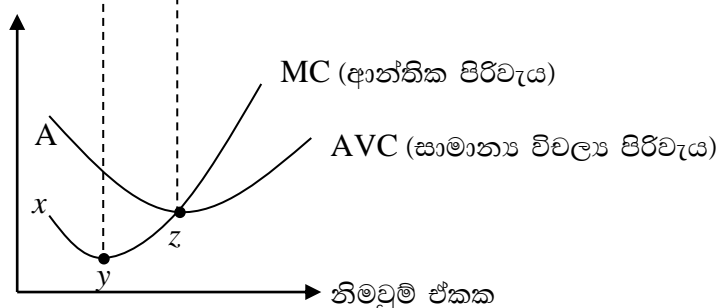
$$MC = 0 + \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}$$

$$\therefore MC = \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}$$

නිමවුම් ඒකක



පිරිවැය



MP සහ MC අතර සම්බන්ධතාව

- ❖ x සිට y දක්වා → ආන්තික ඵලදාව වැඩිවන විට ආන්තික පිරිවැය අඩුවේ.
- ❖ y සිට z දක්වා → ආන්තික ඵලදාව අඩුවන විට ආන්තික පිරිවැය වැඩිය.
- ❖ y හිදී → ආන්තික ඵලදාව උපරිම වන විට ආන්තික පිරිවැය අවම වේ.

AP හා AVC අතර සම්බන්ධතාව

- ❖ A සිට z දක්වා → සාමාන්‍ය ඵලදාව වැඩිවන විට සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය අඩුවේ.
- ❖ z හිදී → සාමාන්‍ය ඵලදාව උපරිම වන විට සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය ශුන්‍ය වේ.
- ❖ z 0 පසු → සාමාන්‍ය ඵලදාව අඩු වන විට සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වැඩි වේ.

පිරිවැය සංකල්පය	සංකේතය	සමීකරණය
මුළු පිරිවැය (Total Cost)	TC	$TC = TFC + TVC$ $TC = ATC \times Q$
මුළු විචල්‍ය පිරිවැය (Total Variable Cost)	TVC	$TVC = TC - TFC$ $TVC = AVC \times Q$
මුළු ස්ථාවර පිරිවැය (Total Fixed Cost)	TFC	$TFC = TC - TVC$ $TVC = AFC \times Q$
සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය (Average Total Cost)	ATC	$ATC = AFC + AVC$ $ATC = \frac{TC}{Q}$
සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය	AVC	$AVC = ATC - AFC$ $AVC = \frac{ATC}{Q}$
සාමාන්‍ය ස්ථාවර පිරිවැය	AFC	$AFC = \frac{TFC}{Q}$ $AFC = ATC - AVC$
ආන්තික පිරිවැය	MC	$MC = \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}$ $MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$

දිගු කාලය (Long Run)

දිගු කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය (Long Run Production Process)

කෙටි කාලයේදී ස්ථාවරව පැවති සාධක ද වෙනස් කිරීමට ප්‍රමාණවත් වන කාල දිගු කාලයයි. එනම් මෙකුඩක් ස්ථාවරව පැවති ස්ථාවර යෙදවුම් ද විචල්‍ය යෙදවුම් බවට පත් වී සියලු යෙදවුම් විචල්‍ය යෙදවුම් වන කාලයයි. ව්‍යාපාර ආයතනයක දිගු කාලයේදී කෙටි කාලයේ මෙන් යෙදවුම් දෙවර්ගයක් දක්නට නොලැබේ. ඇත්තේ විචල්‍ය යෙදවුම් පමණි.

එයට හේතුව කෙටි කාලයේදී නිෂ්පාදනය වැඩි කිරීමට බලපෑ සංරෝදක ඉවත් වීමට පටන් ගැනීමයි. මෙහිදී නිෂ්පාදකයාට, නිෂ්පාදනය ප්‍රසාරණය කිරීම සඳහා පුළුල් ඉඩ ප්‍රස්තාවක් ලැබේ. වඩාත් නම්‍යශීලී ස්වරූපයක් ගන්නා මෙම කාලයේදී නව ව්‍යාපාර කටයුතු සැලසුම් කිරීමක් හෝ ආයතනය සිය ධාරිතාව ප්‍රසාරණය වීමක් සිදු වේ. එනම් නියමිත තාක්ෂණික තත්ත්වයක් යටතේ නව කර්මාන්තශාලා ඉදිකිරීම, අලුතින් යන්ත්‍ර සූත්‍ර මිලදී ගැනීම හා ස්ථාපිත කිරීම දැකිය හැක. දිගු කාලය කර්මාන්තයෙන් කර්මාන්තයට වෙනස් වූවකි.

දිගු කාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය

දිගු කාලයේදී සියලුම යෙදවුම් විචල්‍ය යෙදවුම් බවට පත්වන බැවින් නිමවුම් මට්ටම හා විචල්‍ය යෙදවුම් අතර පවත්නා වූ තාක්ෂණික සම්බන්ධතාව දිගු කාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය නම් වේ.

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

මෙහි $V_1, V_2, V_3, \dots, V_n$ යනු විචල්‍ය සාධක වේ.

දිගු කාලීන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේදී ආයතනයක් පරිමාණානුකූල ඵල නීතියට යටත් වේ.

පරිමාණානුකූල ඵල නීතිය (Low of Return to Scale)

දිගු කාලයේදී සියලුම යෙදවුම් වෙනස් කරන විට මුළු නිෂ්පාදනය හෙවත් ඵලදාව හැසිරෙන ආකාරයට පරිමාණානුකූල ඵල නීතිය යටතේ පෙන්වුම් කෙරේ. එනම් යෙදවුම් කිසියම් ප්‍රතිශතයකින් වැඩි කළ විට නිමවුම් වෙනස් කරන ආකාරය මෙම නීතියෙන් පෙන්නුම් කෙරේ. පරිමාණානුකූල ඵල ආකාර 3 කි.

- 01. වැඩි වන පරිමාණානුකූල ඵල
- 02. ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල
- 03. අඩු වන පරිමාණානුකූල ඵල

වැඩිවන පරිමාණානුකූල ඵල

දිගු කාලයේදී සියලුම යෙදවුම් වැඩිකල ප්‍රතිශතයට වඩා වැඩි ප්‍රතිශතයකින් නිමවුම වැඩි වේනම් එය වැඩිවන පරිමාණානුකූල ඵල වේ. නැතිනම් ආයතනයේ පරිමාව කිසියම් අනුපාතයකින් වැඩි කිරීමේදී මුළු නිමවුමට අලුතින් එකතු වන භෞතික කිමවුම් ප්‍රමාණය ඊට වඩා වැඩි අනුපාතයකින් ඉහළ යාමක් ය.

නිෂ්පාදන පරිමාව විශාල වීමත් සමඟ කිසියම් භාණ්ඩයක් නිෂ්පාදනය කිරීමට අවශ්‍ය යෙදවුම් ප්‍රමාණයේ සැකලිය යුතු පිරිමැස්මක් ඇති කර ගැනීමට හැකි වීම නිසා වැඩි වන පරිමාණානුකූල ඵල බිහි වේ.

වැඩිවන පරිමාණානුකූල ඵල ඇති වීමට හේතු

- ❖ නිෂ්පාදන සාධක වල පවතින අභාජ්‍යත්වය ගුණය හේවත් නොබෙදිය හැකි යෙදවුම් තිබීම.
- ❖ ශ්‍රම විභාජනය තුළින් විශේෂ ප්‍රාගුණය කිරීමේ හැකියාව.
- ❖ යන්ත්‍ර භාවිත කිරීමේ හැකියාව
- ❖ එක් වරක් පමණක් දැරීමට සිදුවන පිරිවැයක් තිබීම.
- ❖ ඇතැම් යෙදවුම් වල පවතින ජ්‍යාමිතික ලක්ෂණ.

උදා :- වර්ගඵලයවැඩි වීමට වඩා පරිමාව වැඩිවීමේ මූලධර්මය

ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල

දිගු කාලයේදී සියලුම යෙදවුම් වැඩි කල ප්‍රතිශතයට සමාන ප්‍රතිශතයකින් නිමවුම වැඩි වේනම් ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල හට ගනී. නැතිනම් ආයතනයේ පරිමාව කිසියම් අනුපාතයකින් වැඩි කිරීමේදී මුළු නිමවුමට අළුතින් එකතු වන භෞතික නිමවුම් ප්‍රමාණයද එම අනුපාතයන්ම ඉහළ යාමය.

අඩුවන පරිමාණානුකූල ඵල

දිගු කාලයේදී සියලු යෙදවුම් වැඩිකල ප්‍රතිශතයට වඩා අඩු ප්‍රතිශතයකින් නිමවුම වර්ධනය වේ නම් එය අඩුවන පරිමාණානුකූල ඵල වේ. නැතිනම් ආයතනයේ පරිමාව කිසියම් අනුපාතයකින් වැඩි කිරීමේදී මුළු නිමවුමට අළුතින් එකතුවන භෞතික නිමවුම් ප්‍රමාණය ඊට වඩා අඩු අනුපාතයකින් වැඩි වීමයි.

අඩුවන පරිමාණානුකූල ඇති විමට හේතු

- සම්පත් හීන වීම

නිෂ්පාදන ආයතනය සිය ධාරිතාව ප්‍රසාරණය වීමේදී ආයතනික සතු සම්පත් භාවිතයත් සමඟ හීනවීමේ අවධානමකට මුහුණ දේ. එවිට නිෂ්පාදන පිරිවැය ඉහළ යාමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ඵලදායිතාව පහළ වැටී නිෂ්පාදනය අකාර්යක්ෂම වනු ඇත.

- ආතතිය

එකම කාර්යයක දීර්ඝකාලීනව නිරත වීම නිසා කලකට පසුව ඒ පිළිබඳව කෙනෙකුගේ උනන්දුව, ආශාව හා තෘප්තිය හීන වී ඵලදායිතාව ක්‍රමයෙන් අඩුවිය හැක.

- කළමණාකරණයේ හා සම්බන්ධීකරණයේ ගැටළු

ව්‍යාපාර ආයතනවේ පරිමාව විශාලවත්ම වැඩි කළමණාකරුවන්ගේ කාර්යභාරය හා වගකීම වැඩි වන අතර ව්‍යවසායකත්ව සම්බන්ධීකරණය හා තොරතුරු හුවමාරුව නිසියාකාරව සිදු නොවීම හේතුවෙන් පරිපාලනය හා කාර්යක්ෂමතාවය පිළිබඳ ගැටළු ඇති වී ඵලදායිතාව අඩු විය හැක.

යෙදවුම්	මුළු නිමවුම්	අවස්ථාව
1	10	} වැඩිවන පරිමාණානුකූල
2	30	
3	60	} සමාන පරිමාණානුකූල
4	80	
5	100	} අඩුවන පරිමාණානුකූල
6	115	
7	125	

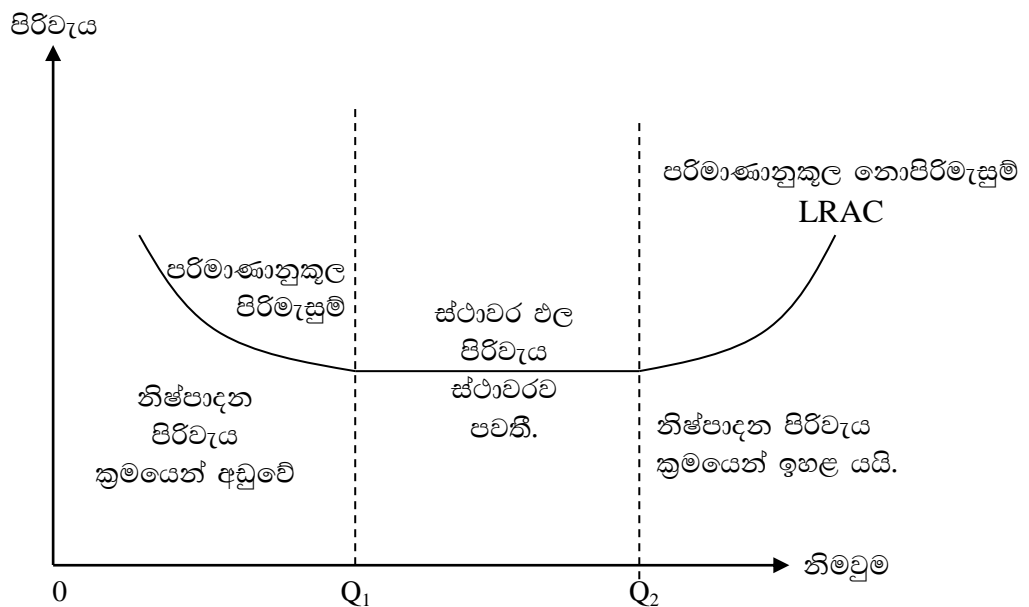
දිගු කාලීන නිෂ්පාදන පිරිවැය (Long Run Production Cost)

දිගු කාලීන මුළු පිරිවැයෙන් එක් ඒකකයකට අදාළ දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය (RAC) නම් වේ. එහිදී ආයතනයක දිගු කාලයේ දී සියලුම යෙදවුම් විචල්‍ය යෙදවුම් බවට පත්වන නිසා දිගු කාලයේදී නිෂ්පාදන ආයතන වලට තම ධාරිතාව අවශ්‍ය පරිදි වෙනස් කර ගැනීමට අවස්ථාව පවතී.

දිගු කාලීන සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැයට අමතරව දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය හා දිගු කාලීන ආන්තික පිරිවැය ලෙසින් අවස්ථා 3 ක් දක්නට ලැබේ. එහෙත් දිගු කාලයේදී ව්‍යාපාර ආයතනයකට ඉතා වැදගත් වන්නේ දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය හා ආන්තික පිරිවැයයි.

දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය (Long Run Average Cost)

දිගු කාලීන මුළු පිරිවැයෙන් එක් ඒකකයකට අදාළ වන ප්‍රමාණය දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය ලෙස ඉහතදී අප හඳුනා ගත්තෙමු. දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය වක්‍රය වඩාත් පැහැලි ඉංග්‍රීසි "U" හැඩය ගනී. එයට හේතුව වන්නේ දිගු කාලයේ දී නිෂ්පාදන ධාරිතාවය ප්‍රසාරණය කිරීමත් සමඟ නිෂ්පාදන ආයතන පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් හා නොපිරිමැසුම් වලට මුහුණ දීමයි.



පිරිමැසුම පවතින ප්‍රදේශයේදී සාමාන්‍ය පිරිවැය පහළට බැවුම් වන අතර නොපිරිමැසුම් පවතින ප්‍රදේශයේදී සාමාන්‍ය පිරිවැය වක්‍රය ඉහළට බැවුම් වේ. ස්ථාවර එළ පවතින ප්‍රදේශයේ සාමාන්‍ය පිරිවැය වක්‍රය පැහැලි ස්වභාවයක් ගනී.

“දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය අවම ගවන, අඩුම නිමවුම් ප්‍රමාණය Q_1 වේ. මෙම නිමවුම් මට්ටම, අවම ප්‍රසස්ථ ධාරිතාව හෙවත් ප්‍රසස්ථ ධාරිතාව සහිත නිමැවුම් මට්ටම ලෙස හඳුන්වයි.”

පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්

දිගු කාලයේදී ආයතනයක පරිමාව ප්‍රසාරණය කරන විට දිගු කාලීන සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැයේ පහත වැටීම කෙරෙහි බලපාන සාධක වේ. දිගු කාලීන සාමාන්‍ය පිරිවැය වක්‍රය පහළට යගමත් කරනුයේ පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් නිසාය. පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් බිහිවිය හැකි ආකාර 2 කි.

1. අභ්‍යන්තර පිරිමැසුම්
2. බාහිර පිරිමැසුම්

අභ්‍යන්තර පිරිමැසුම්

ආයතනයක පරිමාණය විශාල වන විට එම ආයතනය තුළින්ම අභ්‍යන්තර වශයෙන් පිරිවැය පහළ යාමට හේතු වන සාධක මේ නමින් හැඳින්වේ. එවැනි සාධක කිහිපයක් පහතින් වේ.

01. ධාරිතාව විශාල වීම නිසා හටගන්නා තාක්ෂණික පිරිමැසුම් - මූර්ත පිරිමැසුම් ලෙසද මේවා හැඳින්වේ.
02. කළමනාකරණය ආශ්‍රිත පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්
03. අලෙවිකරණය හා සම්බන්ධ පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්
04. අවදානම් දරීම හා සම්බන්ධ පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්
05. මූල්‍යමය පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්

බාහිර පිරිමැසුම්

ව්‍යාපාර ආයතනයක් සිය ආයතනයේ අයිති කර්මාන්තය ප්‍රසාරණය නිසා හෝ සමස්ථ ආර්ථික ක්‍රමයේම ප්‍රසාරණය නිසා හෝ සමස්ථ ආර්ථික ක්‍රමයේම ප්‍රසාරණය නිසා හෝ ආයතනයක පිරිවැය පහළ යාමට බලපාන සාධක බාහිර පිරිමැසුම් වේ. බාහිර පිරිමැසුම් ලබාදෙන සාධක කිහිපයකි.

01. කර්මාන්තය දියුණු වන විට එම කර්මාන්තය සඳහා අවශ්‍ය වන ශ්‍රමය, අමු ද්‍රව්‍ය හා යන්ත්‍ර සූත්‍ර පිළිබඳ වෙළෙඳපොළ වඩාත් සංවිධානාත්මක වීම හේතුවෙන් ඒවා පහසුවෙන් සහ අඩු පිරිවැයකින් ලබා ගැනීමට හැකියාව ලැබීම.
02. කර්මාන්තය වඩාත් දියුණු වන විට විවිධ නිෂ්පාකයන් එකිනෙකා අතර අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම නිසා නිෂ්පාදන ක්‍රමවේද දියුණු වීම.
03. අර්ථ ක්‍රමය දියුණු වීම නිසා ප්‍රවාහනය, සන්නිවේදනය, මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ, ශ්‍රම වෙළෙඳපොළ ආදිය දියුණු වීම නිසා ආයතනයකට පිරිමැසුම් ලබාගත හැකි වීම.

පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම්

දිගු කාලයේදී නිෂ්පාදන ආයතනයක් ප්‍රසාරණය කරන විට දිගු කාලීන සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය ඉහළ යාමට බලපාන සාධක වේ. LRAC වක්‍රය ඉහළ යනුයේ පරිමාණානුකූල නොපිරිමැසුම් නිසාය. මේවාද අභ්‍යන්තර හා බාහිර නොපිරිමැසුම් වශයෙන් කොටස් 2 කි.

01. අභ්‍යන්තර නොපිරිමැසුම්

ආයතනයක නිමවුම් දිගින් දිගටම ප්‍රසාරණය කරගෙන යාමත් සමඟ එහි ප්‍රසස්ථ ධාරිතාවයෙන් පසුව පිරිවැය ක්‍රමයෙන් ඉහළ යාමට බලපාන ආයතනයේ අභ්‍යන්තර සාධක මින් අදහස් වේ.

උදා :- අධික ශ්‍රම විභාජකතය හේතුවෙන් ඇතිවන පටු ශ්‍රම විශේෂීකරණය නිසා සේවක ආතතිය පහළ යාම

ආයතනයේ පරිමාව විශාල වීමත් සමඟ සම්බන්ධීකරණය දුෂ්කර වීමෙන් කළමනාකරණ ක්‍රියාවලිය අකාර්යක්ෂම වීම.

02. බාහිර නොපිරිමැසුම්

ආයතනයට පරිබාහිරව ක්‍රියාත්මක වී ආයතනයේ පිරිවැය ඉහළ යාමට බලපාන සාධක වේ.

උදා :- කර්මාන්තය ප්‍රසාරණය වීම සමඟ බදු පැනවීම හා නිෂ්පාදන සාධක වලට ඇති ඉල්ලුම ඉහළ ගොස් නිෂ්පාදන සාධක වල මිල ඉහළ යාම.

සෘජු පිරිවැය (මූල්‍ය පිරිවැය)

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලි යසදහා ආයතනය විසින් පිටතින් මිලදී ගත් යෙදවුම් සඳහා වැයකරන මුදල් ඒකක ප්‍රමාණය සෘජු පිරිවැයයි. නැතිනම් ආයතනය විසින් පිටතින් ලබාගලත් නිෂ්පාදන සම්පත් වල ආවස්ථික පිරිවැයයි.

උදා :- සේවක වැටුප්

අමුද්‍රව්‍ය මිලයට ගැනීම.

විදුලිය, ජලය වැනි වියදම් සඳහා කරන ගෙවීම්

ණය පොලිය

ප්‍රත්‍යක්ෂ පිරිවැය, දෘශ්‍ය පිරිවැය, ප්‍රකාශිත පිරිවැය යන නම් වලින් ද මෙය හඳුන්වයි.

වක්‍ර පිරිවැය (ආරෝපිත පිරිවැය/ ගම්‍ය පිරිවැය)

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට උපයෝගී කරගනු ලබන ආයතන යසතු නිෂ්පාදන සම්පත් වල ආවස්ථික පිරිවැය වක්‍ර පිරිවැයයි. මේවා සත්‍ය වශයෙන් මුදලින් දරා නොමැති පිරිවැයකි. ආයතනය තමන් සතු නිෂ්පාදන සම්පත් නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට යෙදවූ විට ඒස දහා මූල්‍යමය ගෙවීමක් සිදු නොවුවද එම සම්පත් වෙනත් ඵලදා කටයුත්තක යෙදවීමේ හැකියාවක් ඇත්නම් එම සම්පත් වල ආවස්ථික පිරිවැයක් පවතී. එනිසා ඒවායේ ආවස්ථික පිරිවැය ගණනය කර වක්‍ර පිරිවැයක් ලෙස නිෂ්පාදන පිරිවැයට ඇතුළත් කළ යුතුය.

වක්‍ර පිරිවැයට ඇතුළත් වන පිරිවැය සංරචක කිහිපයකි.

අහිමිවන පොලී ආදායම - (ප්‍රාග්ධන ආවස්ථික පිරිවැය)

ව්‍යාපාරයේ යොදවා ඇති අයිතිකරුගේ අරමුදල් ඊළඟ හොඳම විකල්පය වෙනුවෙන් ආයෝජනය කළේ නම් එයින් ලබාගත හැකිව තිබූ ආදායමයි.

ශ්‍රමයේ ආවස්ථික පිරිවැය (අහිමිවන වැටුප් ආදායම)

අයිතිකරුගේ ශ්‍රමය එම ව්‍යාපාරයට යොදවන්නේ නැතිව ඊළඟ හොඳම විකල්පයේ යෙදවූයේ නම් (වෙනත් රැකියාවක නිරත වූයේ නම්, එමගින් ඉපැයීමට හැකිව තිබූ ආදායමයි.

ප්‍රාමාණික ලාභය

ආයතනයක හිමිකරුවා බොහෝ විට නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට අවශ්‍ය ව්‍යවසායකත්ව ක්‍රියාවලිය සපයන ව්‍යාපාරයට යොදවා ඇති ව්‍යවසායකත්ව සම්පත් විකල්ප නිෂ්පාදන කටයුත්තක යෙදවූයේ නම් එයින් සපයාගත හැකිව තිබූ ඉපැයීමයි.

ආර්ථික ක්‍ෂය වීම

යම් දෙන ලද කාලයක් තුළ ප්‍රාග්ධන වත්කම් වල වෙළෙඳපොළ වටිනාමෙහි සිදුවන පහළ බැසීම වේ.

$$\text{ආර්ථික ක්‍ෂය වීම} = \frac{\text{වසර මූල ප්‍රාග්ධන වත්කම් වල}}{\text{වෙළෙඳපොළ මිල}} - \frac{\text{වසර අග ප්‍රාග්ධන වත්කම් වල}}{\text{වෙළෙඳපොළ මිල}}$$

අහිමිවන බදු කුලී ආදායම

ව්‍යාපාරයට යොදවා ඇති අයිතිකරුට අයත් දේපොළ එම ව්‍යාපාරයට යෙදවීම වෙනුවට වෙනත් භාවිතාවක යෙදවූයේ නම් එයින් උපයා ගත හැකිව තිබූ දේපොළ ආදායමයි.

ගණකාධිකරණ පිරිවැය සහ ආර්ථික පිරිවැය

ගණකාධිකරණ පිරිවැය යනු ගිණුම්කරණ ක්ෂය ඇතුළු නිෂ්පාදන ආයතනයක් විසින් මුදල් ගෙවා පිටතින් මිලදී ගනු ලබන යෙදවුම් වල පිරිවැය හෙවත් සෘජු පිරිවැයයි.

$$\text{ගණකාධිකරණ පිරිවැය} = \text{සෘජු පිරිවැය} + \text{ගණකාධිකරණ ක්ෂය}$$

ආර්ථික පිරිවැය

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේදී කැපකරනු ලබන සියලුම ආර්ථික සම්පත් වල ආවස්ථික පිරිවැයයි. ඒ තුළ භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කිරීමේදී දරනු ලබන සෘජු පිරිවැය සහ වක්‍ර පිරිවැය යන දෙකම ඇතුළත් වේ. එබැවින් ආර්ථික පිරිවැය ආවස්ථික පිරිවැයට සමාන වේ.

ගිලුනු පිරිවැය / යටකළ පිරිවැය (Sunk Cost)

අතීතයේදී දරණ ලද නිෂ්පාදන පිරිවැය වර්තමානයේදී ආපසු ලබා ගත නොහැකි නම් එවැනි පිරිවැය යටකළ හෙවත් ගිලුනු පිරිවැයක් ලෙස හැඳින්වේ.

ගිලුනු පිරිවැය දැනටමත් දරා ඇති බැවින් වර්තමානයේ තීරණ ගැනීමේදී සැලකිල්ලට නොගන්නා පිරිවැයකි. එනම් මෙය ආවස්ථික පිරිවැයක් ලෙස නොසැලකේ. ගිලුනු පිරිවැය සැලකිල්ලට නොගන්නේ ඒ පිළිබඳ නිෂ්පාදනයකට කළ හැකි කිසිවක් නොමැති නිසාය.

උදා :- ආපන ශාලාවක සුපවේදියෙකු රු. 100000 ක වියදමින් නව ආහාර වට්ටෝරුවක් සොයා ගන්නේ යැයි සිතමු. මෙම ආහාර වට්ටෝරුව වෙළෙඳපොලට නිකුත් කරන්නේද? නැද්ද? තීරණයට ඒම සුපවේදියා හව සොයා ගැනීමට හා අත්හදා බැලීමට දරණ ලද ඉහත පිරිවැය නොසලකා හරී. මන්ද එය දැනටමත් දරා ඇති යටකළ පිරිවැයක් නිසා බැවිනි.

අයහාරය

Revenue

01. මුළු අයහාරය (Total Revenue - TR)

මුළු අයහාරය යනු තම නිමවුම වෙළෙඳපොළේ අලෙවි කිරීමෙන් ආයතනය උපයා ගන්නා මුදල් ප්‍රමාණයයි. අලෙවිකරණ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය (Q) භාණ්ඩයේ මිලෙන් (P) ගුණ කළ විට මුළු අයහාරය ලැබේ.

මුළු අයහාරය = අලෙවි භාණ්ඩ ප්‍රමාණය × මිල

$$TR = Q \times P$$

02. සාමාන්‍ය අයහාරය (AR)

එක් ඒකකයක් අලෙවි කිරීමෙන් ලැබෙන ආදායම් ප්‍රමාණයයි. සාමාන්‍ය අයහාරය සෑම විටම මිලට සමාන වේ. (AR = P)

$$\text{සාමාන්‍ය අයහාරය} = \frac{\text{මුළු අයහාරය}}{\text{අලෙවි ඒකක ප්‍රමාණය}}$$

$$AR = \frac{TR}{Q}$$

$$AR = \frac{P \times Q}{Q} \quad (\text{TR} = P \times Q \text{ නිසා})$$

$$AR = P$$

03. ආන්තික අයහාරය (Marginal Revenue - MR)

අලෙවිකරණ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය එක් ඒකකයකින් වැඩි කරන විට ආයතනයේ මුළු අයහාරය හෙවත් අලෙවි ආදායමට අලුතින් එකතු වන ප්‍රමාණ ආන්තික අයහාරයයි.

$$\text{ආන්තික අයහාරය} = \frac{\text{මුළු අයහාරයේ වෙනස}}{\text{අලෙවි ඒකක ප්‍රමාණයේ වෙනස}}$$

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

හිස්තැන් පුරවන්න				
මිල (P)	විකුණුම් ප්‍රමාණය (Q)	මුළු අයහාරය $P \times Q = TR$	ආන්තික අයහාර $\frac{\Delta TR}{\Delta Q}$	සාමාන්‍ය අයහාරය (P) AR
10	2500			
20	2000			
30	1500			
40	1000			
50	25000			

ලාභය හෝ අලාභය

මුළු අයහාරය හා මුළු පිරිවැය අතර වෙනස ලාභය හෝ අලාභය ලෙස සැලකේ. මුළු අයහාරයෙන් මුළු පිරිවැය අඩු කළ විට ලැබෙන ශේෂය ධන නම් ලාභයක් ද ලැබෙන ශේෂය ඍණ නම් අලාභයක් ද වේ. ආර්ථික විද්‍යාවේදී හා ගණකාධිකරණයේදී ලාභ හා අලාභ සංකල්පය නිර්වචනය කරනුයේ එකිනෙකට වෙනස් ආකාරයට වේ.

ලාභය/ අලාභය = මුළු අයහාරය - මුළු පිරිවැය

$$\pi = TR - TC$$

ගණකාධිකරණ ලාභය සහ ආර්ථික ලාභය

ගණකාධිකරණ ලාභය

ව්‍යාපාර ආයතනයක මුළු අයහාරයෙන් ගණකාධිකරණ පිරිවැය අඩු කළ පසු ලැබෙන ශේෂය ගණකාධිකරණ ලාභයයි. මෙහිදී වක්‍ර පිරිවැය සැලකිල්ලට නොගනී.

ගණකාධිකරණ ලාභය = මුළු අයහාරය - ගිණුම්කරණ පිරිවැය (ගණකාධිකරණ පිරිවැය ක්ෂයවීම)

$$\pi_{Acc} = TR - Cost_{Acc}$$

මුළු අයහාරයට වඩා ගණකාධිකරණ පිරිවැය වැඩිනම් ගණකාධිකරණ අලාභයක් ඇතිවේ.

ආර්ථික ලාභය

මුළු අයහාරයෙන් නිෂ්පාදනයේ ආවස්ථික පිරිවැය අඩු කළ විට ලැබෙන ශේෂය ආර්ථික ලාභ වේ.

ආර්ථික ලාභය = මුළු අයහාරය - ආවස්ථික පිරිවැය

හෝ

මුළු අයහාරය - (සෘජු පිරිවැය + වක්‍ර පිරිවැය)

$$\pi_{EC} = TR - Cost_{DC} + Cost_{IC}$$

මුළු අයහාරයට වඩා නිෂ්පාදනයේ ආවස්ථික පිරිවැය වැඩි නම් ආර්ථික අලාභයක් ඇති වේ.

ප්‍රාමාණික ලාභය

ප්‍රාමාණික ලාභය යනු ව්‍යවසායකයෙකු පවත්නා නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ රඳවා තබා ගැනීම සඳහා ඒම ව්‍යවසායකයා අපේක්ෂා කරන අවම මිලයි. නැතිනම් වෙනත් නිෂ්පාදන කටයුත්තකට මාරු නොවී සිටීම සඳහා අපේක්ෂා කරන අවම ඉපැයීමයි.

නිෂ්පාදන සාධකයක් සඳහා අපේක්ෂා කරන අවම ගෙවීමක් ඇත. ව්‍යවසායකයෙකු විවිධ නිෂ්පාදන සම්පත් සංවල කරමින් අවදානමක් සහිතව නිෂ්පාදන කාර්යන්හි නියැලීමේ දී එම ප්‍රයත්නයන්ට සරිලන අවම ගෙවීමක් ඔහු අපේක්ෂා කරයි. එම අවම ගෙවීමවත්, උපයාගත නොහැකිනම් ඔහු තවදුරටත් එම නිෂ්පාදන කාර්යයෙහි නිරත කොවේ. එබැවින් ව්‍යවසායකයා නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ රඳවා තබා ගැනීම සඳහා ඔහු අපේක්ෂා කරන අවම ගෙවීම ප්‍රාමාණික ලාභය වේ. ඒ නිසා ආර්ථික න්‍යාය තුළ ප්‍රාමාණික ලාභය පිරිවැයක් ලෙස සලකයි.

ව්‍යාපාර ආයතනයක් ප්‍රාමාණික ලාභ උපයන තත්ත්වයකදී ආයතනය සංකෝචනයට හෝ ප්‍රසාරණයට පෙළඹීමක් නොමැත. එබැවින් ප්‍රාමාණික ලාභ ලබන විය,

$$\text{මුළු අයභාරය} = \text{මුළු පිරිවැය}$$

$$\text{සාමාන්‍ය අයභාරය} = \text{සාමාන්‍ය පිරිවැය}$$

$$\text{ගණකාධිකරණ ලාභය} = \text{ආයෝජන පිරිවැය}$$

අභිප්‍රාණික ලාභ/ ආර්ථික ලාභ

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය සඳහා යොදා ගත් සියලු සම්පත් වල ආර්ථික පිරිවැය ඉක්මවා ලැබෙන අතිරික්ත ප්‍රමාණයයි. එනම් නිෂ්පාදන සම්පත් පවත්නා නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ රඳවා තබා ගැනීමට අපේක්ෂා කරන ලාභය ඉක්මවා ලබන අතිරික්තයයි. අභිප්‍රාණික ලාභ/ නිශ්ප්‍රාමාණික ලාභ ලෙස ද ආර්ථික ලාභ හැඳින්වේ.

ව්‍යාපාර ආයතනයක් ආර්ථික ලාභ උපයනවාය යන්නෙන් අදහස් කරන්නේ ආයතනය විසින් උපරිම කාර්යක්ෂම ලෙස සම්පත් උපයෝජන කළ යුතු බවයි. එවිට ආයතනය ප්‍රසාරණය කිරීමට ව්‍යවසායකත්වය පෙළඹේ. අභිප්‍රාමාණික ලාභ ලබන විට,

$$\text{මුළු අයභාරය} > \text{මුළු පිරිවැය}$$

$$\text{සාමාන්‍ය අයභාරය} > \text{සාමාන්‍ය පිරිවැය}$$

$$\text{ගණකාධිකරණ ලාභය} > \text{ගමය පිරිවැය}$$

අවප්‍රාමාණික ලාභ / ආර්ථික අලාභ

නිෂ්පාදන සම්පත් පවත්නා නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ රඳවා තබා ගැනීමට අවම වශයෙන් බලාපොරොත්තු වෙන ලාභයවනත් නොලැබෙන තත්වයකි. එවැනි තත්වයකදී ආර්ථිකය සම්පත් අකාර්යක්ෂම ලෙස උපයෝජනය කොට ඇතැයි සිතමින් තම ආයෝජන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියෙන් ඉවත් කිරීමට පෙළඹේ. එවිට කර්මාන්තය සංකෝචනය වේ. ආයතනයක් ආර්ථික අලාභ ලබන විට,

මුළු අයහාරය < මුළු පිරිවැය

සාමාන්‍ය අයහාරය < සාමාන්‍ය පිරිවැය

ගණකාධිකරණ ලාභය < ගම්‍ය පිරිවැය

නිපුණතා මට්ටම 4.4 :- වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහයන්හි මූලික ලක්ෂණ සංසන්දනය කරයි.

කාලච්ඡේද සංඛ්‍යාව :08

අපේක්ෂිත ඉගෙනුම් පල :

- වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහ නම් කරයි.
- පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොළක මූලික ලක්ෂණ පැහැදිලි කරයි.
- ඒකාධිකාරී වෙළෙඳපොළක මූලික ලක්ෂණ පැහැදිලි කරයි.
- ඒකාධිකාරී තරගකාරී වෙළෙඳපොළක මූලික ලක්ෂණ පැහැදිලි කරයි.
- කතිපයාධිකාරී වෙළෙඳපොළක මූලික ලක්ෂණ පැහැදිලි කරයි.
- වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහවල මූලික ලක්ෂණ සංසන්දනය කරයි.

වෙළෙඳපොල ව්‍යුහ

වෙළෙඳපොල ව්‍යුහයක් යනු ගැණුම්කරුවන් සහ විකුණුම් කරුවන් මගින් වෙළෙඳපොලේ සමන්විත වන ආකාරයයි. එම නිසා තාර්කික නිෂ්පාදනයකට සහ තාර්කික පාරිභෝගිකයෙකුට තමා කටයුතු කරන්නේ කුමන වෙළෙඳපොල ව්‍යුහයක් යන්න අවබෝධයක් තිබීම වැදගත් වේ.

වෙළෙඳපොල ව්‍යුහ

01. සංකල්පය

(i) ආයතනය සහ කර්මාන්තය

එලදායි ආර්ථික සම්පත් එකිනෙක මිශ්‍ර කරමින් නිෂ්පාදන කටයුත්ත සංවිධානය කරමින් භාණ්ඩ හා සේවා බිහිකොට වෙළෙඳපොලට සපයනු ලබන ඒකකයක් ආයතනයක් ලෙස හැඳින්වේ. නිෂ්පාදකයෙකු, සැපයුම්කරුවෙකු, වෙළෙන්දෙකු හෝ ගොවියෙකු විය හැකිය.

බොහෝ සෙයින් එක සමාන වූ භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කරනු ලබන ආයතන වල එකතුව කර්මාන්තයක් ලෙස හැඳින්වේ. අප විෂය තුළ කර්මාන්තය සහ වෙළෙඳපොල තුළ සමාන අර්ථ ඇති පද ලෙස සැලකේ.

උදා :- බිස්කට් යනු කර්මාන්තයකි. බිස්කට් නිෂ්පාදනයේ යෙදෙන එක් නිෂ්පාදකයෙක් බිස්කට් ආයතනයකි.

02. ප්‍රවේශය බාධාකාරී වීම සහ ආබාධාකාරී වීම.

කිසියම් කර්මාන්තයකට හෝ වෘත්තියකට අලුත් ආයතන ප්‍රවේශ වීමෙහිලා තාක්ෂණික ආර්ථික හා නෛතික බාධාවන් බාධාකාරී ප්‍රවේශය යන්නෙන් අදහස් කෙරේ. මේවායෙන් කර්මාන්තයේ හෝ වෘත්තියේ තරගකාරීත්වය නිර්මාණය වේ.

අබාධ ප්‍රවේශය යනු අලුත් ආයතනයක් වෙළෙඳපොලට ප්‍රවේශවීමේදී ස්වභාවික හා කෘතිම බාධා වලින් නොවේ පහසුවෙන් ඇතුළු වීඹයි. ඕනෑම ව්‍යවසායකයෙකු මෙසේ නිදහසේ වෙළෙඳපොලට ප්‍රවේශ වීමට හැකි බැවින් අදාළ කර්මාන්තයේ තරගකාරීත්වය ඉහළ යයි.

03. නිෂ්පාදිතය සමජාතීය වීම හා ප්‍රභේදනය වීම.

වෙළෙඳපොලක් තුළ සිටින සියලුම ආයතන නිෂ්පාදනය කරනු ලබන සෑම ලක්ෂණයකින්ම සමන්විත වූ එකිනෙකට පූර්ණ ආදේශන වීම නිෂ්පාදිතය සමජාතීය වීම යන්නෙන් අදහස් වේ.

උදා :- වී, බඩ ඉරිඟු

සෑම ආයතනයක්ම තමන් සපයන භාණ්ඩය අවශේෂ සැපයුම්කරුවන්ගෙන් වෙන් කොට වෙනස් වූ භාණ්ඩයක් වශයෙන් වෙළෙඳපොලට නිකුත් කිරීම නිෂ්පාදිතය ප්‍රභේදිත වීම යන්නෙන් අදහස් වේ.

උදා :- මෝටර් රථ, ජංගම දුරකථන, සිසිල් බීම

04. මිල ගනුදෙනා සහ මිල සකසන්නා

වෙළෙඳපොළ මිල කෙරෙහි කිසිදු බලපෑමක් කළ නොහැකි වෙළෙඳපොළේ පවතින මිලට තමන් කැමති ප්‍රමාණයක් අලෙවිකර ගත හැකි නිෂ්පාදන ආයතන මිල ගනුදෙනා යනුවෙන් හඳුන්වයි. එහිදී නිෂ්පාදකයා ට වෙළෙඳපොළ මිල වෙනස් කළ නොහැකි අතර වෙළෙඳපොළේ පවත්නා මිලට හැඩගැසීමට සිදුවේ. සිය නිමවුම පවත්නා මිල යටතේ අලෙවිකරණ මෙවැනි සාපයුම්කරුවෙකු පැවරුණ මිලක් යටතේ ක්‍රියාකරුවෙක් ලෙස හැඳින්වේ.

වෙළෙඳපොළ මිල විසින් තීරණය කරන මිල අකර්මන්‍ය කොට ආයතන මිල සකසන්නා ලෙස හැඳින්වේ. මෙවැනි ආයතනයක් මිල තීරකයෙකු ලෙසද හැඳින්වේ.

- උදා :- සහල් සැපයුම්කරු - මිල ගනුක
- ගැස් සැපයුම්කරු - මිල සකසන්නා

වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහ වර්ග කිරීමට පදනම් වන නිර්ණායක

01. ආයතන සංඛ්‍යාව

වෙළෙඳපොළ තුළ ක්‍රියා කරන ආයතන සංඛ්‍යාව එකක්ද, කුඩා ප්‍රමාණයක්ද, විශාල ප්‍රමාණයක්ද යන්න එක් එක් ආයතනයක මුළු වෙළෙඳපොළත් හිමි කොටස කොපමණද යන්න මත වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහ බිහි වේ.

02. නිෂ්පාදනයේ ස්වභාවය

වෙළෙඳපොළ තුළ කටයුතු කරන විවිධ ආයතන විසින් අලෙවි කරන භාණ්ඩ සමජාතීය ද, නැතිනම් ප්‍රභේදිතද යන්න මත විකල්ප වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහ බිහි වේ.

03. ප්‍රවේශය සහ පිටවුම

අලුත් ආයතන වෙළෙඳපොළට ප්‍රවේශ වීමේදී හෝ පවත්නා ආයතන වෙළෙඳපොළෙන් පිටවීමේදී ස්වභාවික හෝ කෘතිම බාධක පවතීද නැතිනම් පහසුවෙන් කර්මාන්තයට ප්‍රවේශ වීම හෝ කර්මාන්තයෙන් පිටවීමට හැකි ද යන්න මත වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහ වෙනස් වේ.

04. නිෂ්පාදන ආයතන අතර පවතින තරගකාරිත්වයේ ස්වභාවය.

වෙළෙඳපොළ තුළ ක්‍රියාකරන ආයතන අතර තරගයන් ඇත්ද? නැද්ද? තරගයක් පවතී නම් එය මිල වෙනස්කම් වලට පමණක් සීමා වේද? නැතිනම් භාණ්ඩ ප්‍රභේදනය, ප්‍රචාරණය වැනි අනෙකුත් මාධ්‍යයන් ඔස්සේ සිදුවේද යන්න මින් අදහස් වේ.

වෙළෙඳපොල ව්‍යුහ

ඉහත නිර්නායක පදනම් කොට ගෙන වෙළෙඳපොල ව්‍යුහ රාශියක් හඳුනාගත හැකි වුවද මෙහිදී අවධානය යොමු වන්නේ ප්‍රධාන වෙළෙඳපොල ව්‍යුහ 04 පිළිබඳ වේ.

01. පූර්ණ තරගය
02. ඒකාධිකාරී තරගය
03. කතිපයාධිකාරිය
04. ඒකාධිකාරිය

01. පූර්ණ තරගය (Full Competition)

සමජාතීය භාණ්ඩ අලෙවිකරණ භාණ්ඩයේ මිල කෙරෙහි බලපෑමක් කළ නොහැකි ආයතන අති විශාල ප්‍රමාණයකින් සමන්විත ආබාධ ප්‍රවේශයක් සහ පිටවුමක් සහිත වෙළෙඳපොල ව්‍යුහයක් පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොල වේ.

උදා :- වී, බිත්තර, ප්‍රසිද්ධ ස්ථාන වල මල්

ඉහත නිදසුන් වල ඇති වෙළෙඳපොලවල් පූර්ණ තරගයට ආසන්න වේ.

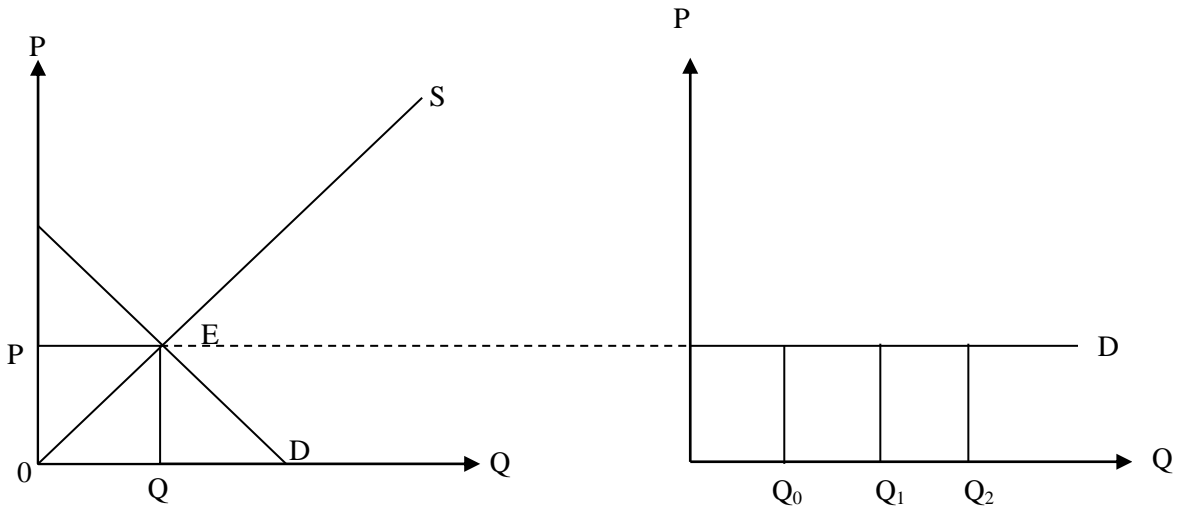
මෙම වෙළෙඳපොල, වෙළෙඳපොල ආකෘතීන්ගේ එක් අන්තයකි. ප්‍රායෝගික ලෝකයේ 100% පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොලවල් දක්නට නොලැබෙන අතර මීට ආසන්න තත්ත්වයක් දැකිය හැක. නමුත් ප්‍රායෝගික ලෝකයේ ක්‍රියාත්මක වන වෙළෙඳපොල තත්ත්වයක් හඳුනා ගැනීම සඳහා පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොල ආකාරය පිළිබඳ අවබෝධය වැදගත් වේ.

පූර්ණ තරගයේ ලක්ෂණ

- නිෂ්පාදනය සමජාතීය වීම.
- ගැනුම්කරුවන් හා විකුණුම්කරුවන් විශාල ප්‍රමාණයක් සිටීම.
- වෙළෙඳපොල තුළ ආබාධ ප්‍රවේශය හා පිටවීම දක්නට ලැබීම.
- පූර්ණ දැනුම
- පූර්ණ සාධක සංවලතාවය
- ප්‍රවාහන පිරිවැයක් රහිත වීම.
- ආයතනයේ මිල ගණුවෙකු වීම.

පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොලක ආයතනයක් මුහුණ දෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක් මිල ගනුදෙනු බැවින් ආයතනයේ මුහුණ දෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය වෙළෙඳපොල මිල යටතේ ප්‍රමාණාකෂයට සමාන්තරව අදිනු ලැබූ සරල රේඛාවක් වන අතර ඉ/වක්‍රයේ නම්‍යතාවය අපරිමිත වේ.



වෙළෙඳපොල

වෙළෙඳපොල ඉල්ලුම් සැපයුම් බලවේග අනුව තීරණය වී ඇති සමතුලිත මිල P ලෙසත් ප්‍රමාණය Q ලෙසත් වේ.

ආයතනය

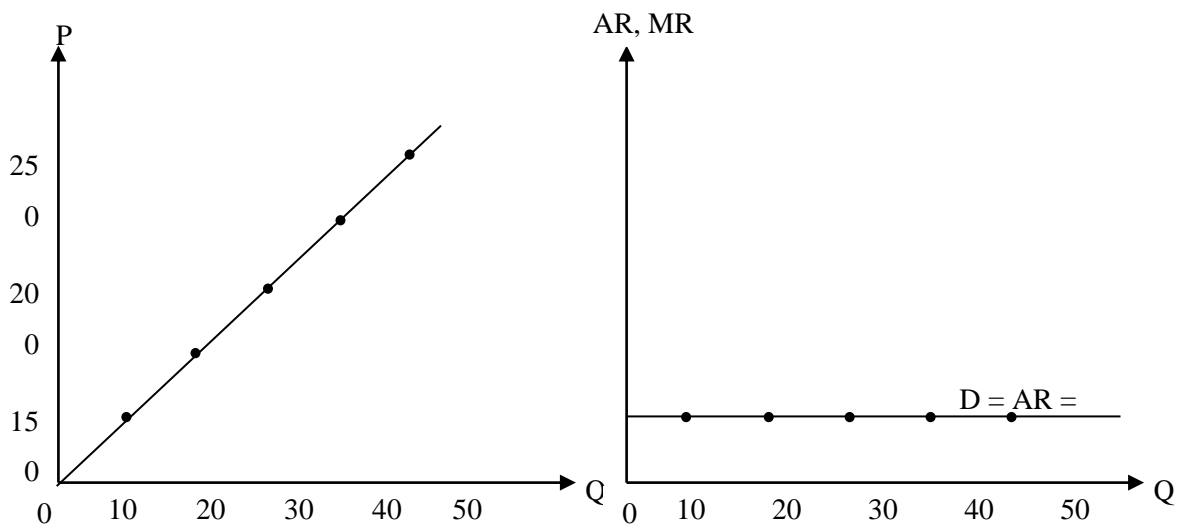
වෙළෙඳපොලේ තීරණය වී ඇති P මිලෙන් ආරම්භ වී ප්‍රමාණාකෂයට සමාන්තර තිරස් රේඛාවක් ලෙස ආයතනයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය පිහිටයි.

මෙහි P යනු වෙළෙඳපොල මගින් තීරණය කරනු ලැබූ මිලයි. ඒ නිසා පැවරුණු මිලක P වේ. එසේම වෙළෙඳපොලේ මුළු සමතුලිත ප්‍රමාණයන් ඉතා කුඩා ප්‍රමාණයකට ආයතනය මුහුණ දේ.

පූර්ණ තරගකාරී වෙළෙඳපොලක සාමාන්‍ය අයහාරය හා ආන්තික අයහාරය

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක පැවරුණු මිලක් යටතේ කටයුතු කරන නිසා වෙළෙඳපොළේ තීරණය වූ මිල යටතේ ඕනෑම භාණ්ඩ ප්‍රමාණයක්ම අලෙවි කළ හැකිය. එහිදී සෑම ඒකකයක්ම එකම මිලකට අලෙවි වන බැවින් ආන්තික අයහාරය හා සාමාන්‍ය අයහාරය සමාන වේ.

ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය	මිල	මුළු අයහාරය	ආන්තික අයහාරය	සාමාන්‍ය අයහාරය
0	5	0	5	0
10	5	50	5	5
20	5	100	5	5
30	5	150	5	5
40	5	200	5	5
50	5	250	5	5



$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \times Q}{Q} = P$$

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

$$AR = MR = P$$

ඒකාධිකාරය (Monopoly)

කර්මාන්තය හා ආයතනය යන දෙකම එකක් වන සම්පූර්ණ වෙළෙඳපොළ බලය තනි ආයතනයක් විසින් පාලනය කරනු ලබන සමීප ආදේශකයක් නොමැති සුවිශේෂී භාණ්ඩයක් වෙළෙඳපොළට සපයනු ලබන ප්‍රවේශයට බාධා පවතින වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහයක් ඒකාධිකාරිය ලෙස හඳුන්වයි.

උදා :- ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව

සී/ස ටොබැකෝ සමාගම

ලංකාකේලියර් සමාගම

ශ්‍රී ලංකා දුම්රිය දෙපාර්තමේන්තුව

ඒකාධිකාරයේ ලක්ෂණ

- එක් ආයතනයක් පමණක් වෙළෙඳපොළ තුළ සිටීම.
මේ නිසා දක්නට නොලැබෙන අතර ඒකාධිකාරී බලයක් ක්‍රියාත්මක වේ. ඒකාධිකාරී බලය යනු වෙළෙඳපොළ මිල හෝ ප්‍රමාණය පාලනය කිරීමට ඒකාධිකරුවෙකුට ඇති හැකියාවයි.
- නිෂ්පාදනයේ සුවිශේෂී වීම.
මෙහි සමීප ආදේශක නොමැති අතර භාණ්ඩයේ දක්නට ලැබෙන සුවිශේෂීතාවය නිසා තේරීමක් කිරීමට පාරිභෝගිකයාට අවකාශ නොමැත. මෙම නිසා සැපයුම්කරුට තරගයක් ද නොමැත. එවිට නිෂ්පාදනය ප්‍රභේදනයව කිරීමට වුවමනාවක් ද පැන නගී.
- ප්‍රවේශයට බාධා පැවතීම.
නම ආයතන වෙළෙඳපොළට ප්‍රවේශ වීම වළක්වාලනු ලබන කෘතීම හෝ ස්වභාවික බාධා කිරීම් ප්‍රබලව ක්‍රියාත්මක වියන අතර මේවා ඒකාධිකාරයේ මූලාශ්‍ර නැතහොත් ඒකාධිකාරයට හේතු ලෙසද හඳුනා ගැනේ.

ස්වභාවික හා කෘතීම බාධා

- ❖ උපාය මාර්ගික සම්පත් අයිතිය
- ❖ රජයේ නීතිමය බාධක
- ❖ පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් දක්නට ලැබීම.
- ❖ බුද්ධමය දේපළ හා ස්වාධිකාරය
- ❖ පර්යේෂණයට හා සංවර්ධනයට විශාල පිරිවැයක් දැරීමට සිදු විය යුතු වීම.
- ❖ ගිලුණු පිරිවැය විශාල වීම.
- ❖ ප්‍රමාණය සඳහා විශාල පිරිවැයක් දැරීමට සිදුවේ.
- ❖ ප්‍රබල සන්නම හා කීර්තිනාමයක් හිමිකරගෙන තිබීම.
- ❖ උපාය මාර්ගික ක්‍රියා

මිල තීරණය කිරීම.

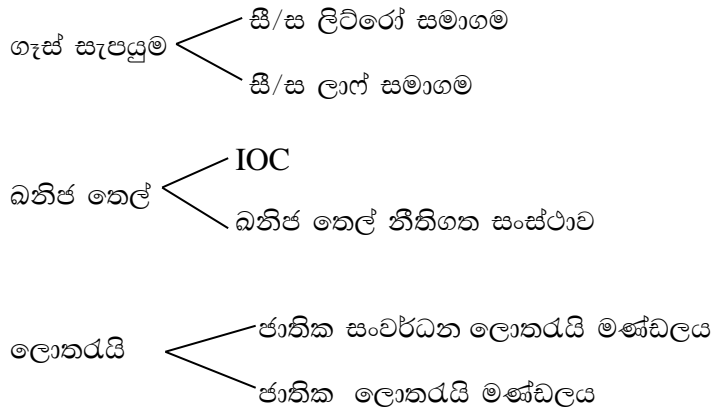
වෙළෙඳපොල තොරතුරු අපූර්ණ වීම හා පිරිවැයකින් තොරව ලබාගත නොහැකි වීම.

- ❖ රජයේ ඒකාධිකාරය ක්‍රියාත්මක වූ ඇතැම් ක්‍ෂේත්‍ර වල මෑත කාලීනව එම රාජ්‍ය ඒකාධිකාරය බිඳ වැටෙන ප්‍රවණතාවයක් දැකිය හැක.

උදා :- ශ්‍රී ලංකාවේ උසස් අධ්‍යාපනය

මුළු වෙළෙඳපොලම ප්‍රබල සැපයුම්කරුවන් දෙදෙනෙකු අත්පත් කරගෙන සිටීමේ එය ද්වි අධිකාරය ලෙස හැඳින්වේ.

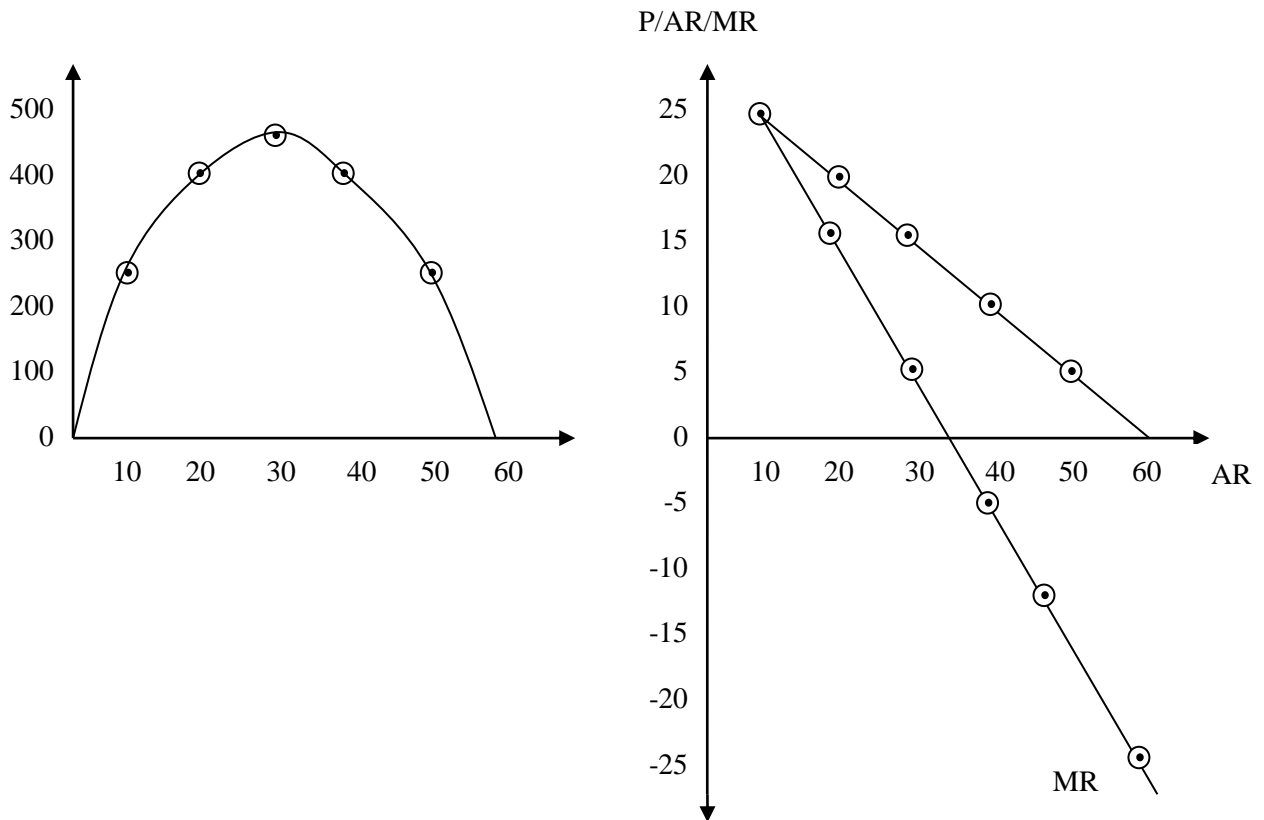
උදා :-



ඒකාධිකාරය වෙළෙඳපොලක, ආයතනයේ හා කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය

ආයතනය හා කර්මාන්තය යන දෙකම 1 ක් වන බැවින් ඒකාධිකාරය මුහුණ දෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය සමස්ථ වෙළෙඳපොල ඉල්ලුම් වක්‍රය ම වෙති. ඒකාධිකාරි ආයතනයක් මිල අඩු කරනු ලැබුවහොත් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩිකරනු ලැබීමට දමිල වැඩි කළ හෝ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අඩු කරනු ලැබීමට ද වෙළෙඳපොල ක්‍රියාකරන බැවින් ඉල්ලුම් වක්‍රය වමේ සිට දකුණට පහතට බැවුම් වේ.

ප්‍රමාණය	මිල	මූල්‍ය අයහාරය	ආන්තික අයහාරය	සාමාන්‍ය අයහාරය
0	30	0		0
10	25	250	25	25
20	20	400	15	20
30	15	450	5	15
40	10	400	-5	10
50	5	250	-15	5
60	0	0	-25	0



විකුණුම් වැඩිකර ගැනීම සඳහා මිල පහත දැමිය යුතු අතර ඒවා ආන්තික අයහාරය ක්‍රමයෙන් අඩුය. එම නිසා ඒකාධිකාරයේ MR වක්‍රය AR වක්‍රයට පහළින් පිහිටයි. එමෙන්ම ඒකාධිකාරි ආයතනයක ආන්තික අයහාර වක්‍රයේ බැවුම් ඉල්ලුම් වක්‍රයේ බැවුම මෙන් දෙගුණයකි.

ස්වභාවික ඒකාධිකාරය (Natural Monopoly)

කිසියම් කර්මාන්තයක් තුළ සිටින නිෂ්පාදන ආයතනයකට, නිෂ්පාදන ආයතන 2 හෝ වැඩි සංඛ්‍යාවක් සපයනු ලබන මිලට වඩා අඩු මිලකට මුළු වෙළෙඳපොලට ම අවශ්‍ය කරන භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රමාණය සැපයිය හැකි තත්වයක් ස්වභාවික ඒකාධිකාරය යන්නෙන් අදහස් වේ.

ඒකාධිකාරි ආයතනයක් පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් ලබමින් භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනයේ යෙදෙන විට දිගින් දිගට එහි සාමාන්‍ය නිෂ්පාදන පිරිවැය අඩු වේ. එවිට අනෙකුත් ආයතන වලට සාපේක්‍ෂව අඩු පිරිවැයක් යටතේ භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කළ හැකි බැවින් අවම පිරිවැයකට මුළු වෙළෙඳපොලටම අවශ්‍ය භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රමාණය සැපයීමට හැකි වනු ඇත. එවිට අනෙකුත් නිෂ්පාදන ආයතන කර්මාන්තයෙන් ඉවත් වී යන අතර අලුතින් ආයතනයකට කර්මාන්තයට පිවිසීමට ද දුෂ්කර වේ. මේ නිසා ස්වභාවයෙන්ම ඒකාධිකාරයක් ගොඩනැගේ.

ඒකාධිකාරී තරඟය (Monopolistic Competition)

සැපයුම්කරුවන් රාශියකින් සමන්විත ප්‍රභේදිත භාණ්ඩ අලෙවිකරණ ආබාධ පිටිසුමක් හා පිටවුමක් පවතින වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහය ඒකාධිකාරී තරඟයයි.

මෙය පූර්ණ තරඟය හා ඒකාධිකාරය යන වෙළෙඳපොළ තත්වයන්හි සංකලනයක් ලෙස හඳුන්වයි. ඊට හේතුව මෙම වෙළෙඳපොළවල් දෙකෙහිම ලක්ෂණ ඒකාධිකාරී තරඟ වේ. ආකෘතියේ දක්නට ලැබීමයි. ප්‍රායෝගික ලේකයේ බොහෝ වෙළෙඳපොළවල් මෙම වර්ගයට අයත් වේ.

උදා :- ආපනශාලා, මොහොල්, රෙදි වෙළෙඳපොළ, සිල්ලර වෙළෙඳපොළ, සපත්තුවල්, රූපලවනාගාර

ඒකාධිකාරී තරඟයේ ලක්ෂණ

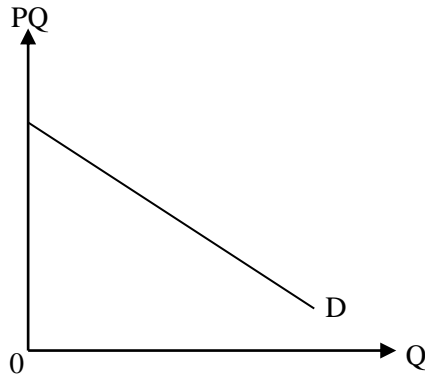
- සැපයුම්කරුවන් විශාල සංඛ්‍යාවක් සිටීම.
- භාණ්ඩ ප්‍රභේදනය කළ හැක.
- ආබාධ ප්‍රවේශය හා පිටවීම
- මිල සකසන්නෙකු වීම.
- තොරතුරු අපූර්ණ වීම.

ඒකාධිකාරයේ අවාසි

- අභිප්‍රේරණ මදිකම සහ තරඟකාරිත්වය අඩු කම නිසා සම්පත් අකාර්යක්ෂම ලෙස භාවිතය යොමු වීම.
- සම්පත් පිරිවැයට වඩා වැඩි මිලක් පාරිභෝගිකයාට ගෙවීම ($P > MC$)
- ගුණාත්මක වැඩි කිරීමට ඇති අඩු පෙළඹීම.
- නවෝත්පාදන බිහි නොවීම.
- සුභසාධනය උපරිම නොවීම.

ඒකාධිකාරී ආයතනයක් මුහුණ දෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය

ඒකාධිකාරී තරග ආයතනයක් මුහුණ ඉල්ලුම් වක්‍රය වමේ සිට දකුණට පහතට බැවුම් වේ. ආදේශක බහුල බැවින් එම ඉල්ලුම් වක්‍රය වඩාත් නම්‍ය එකක් වේ.



කතිපයාධිකාරය (Oligopoly)

මුළු වෙළෙඳපොළම නිෂාපදකයන් අතලොස්සක් විසින් මෙහෙයවනු ලබන ප්‍රභේදකය වූ හෝ ප්‍රභේදනය නොවූ වෙළෙඳපොළ ව්‍යුහය කතාපයාධිකාරයයි.

උදා :- ප්‍රවාහිනි පත්‍ර

වාණිජ බැංකු

ජංගම දුරකථන

මෝටර් රථ නිෂාපදන

දුරකථන සන්නිවේදන සේවා

ගුවන් සේවා ආයතන

සිසල්වීම.

කතිපයාධිකාරයේ ලක්ෂණ

- ආයතන සංඛ්‍යාව අතලොස්සකස් වීම.
- ප්‍රවේශය භාධාකාරී වීම
- වෙළෙඳපොළ ආධිපත්‍ය
- ආයතන අතර අන්‍යෝන්‍ය බැඳීමක් තිබීම.
- සමජාතීය භාණ්ඩ හා ප්‍රභේදිත භාණ්ඩයක් වීම.
- මිල දැඩියාව
- ආයතන අතර සහයෝගීතාවය
- තියුණු ප්‍රචාරණයක් දැනට ලැබීම.

කතිපයාධිකරණයේ මිල නොවන තරගය

බොහෝමයක් කතාපයාධිකාරී ආයතන නොමිල තරගය පවත්වා ගනී. එහිදී ප්‍රභේදය ශක්තිමත් කිරීම සඳහා තියුණු ප්‍රචාරණයක් යොදා ගනී. ඒනිසා කතාපයාධිකාරී වෙළෙඳපොලක දැකිය හැක්කේ මිල නොවන තරගයකි. මෙම තරගයේ යෙදීම සඳහා ඔවුන් යොදා ගන්නා උපක්‍රම අතර පහත නිදසුන් සැපයිය හැකිය.

- උදා:-
01. ප්‍රභෝදනය ශක්තිමත් කිරීම.
 - ආකර්ෂණීය ප්‍රචාරණ මාධ්‍ය යොදා ගැනීම.
 - විවිධ තරග පැවැත්වීම.
 - ඉහළ පාරිභෝගික සේවා දීම.
 - විවිධ පැකේජ හඳුන්වා දීම.
 02. ගුණාත්මය ඉහළ නැංවීම.
 03. අඛණ්ඩව නම්‍යතා හඳුන්වා දීම.
 04. කීර්තිනාමය වැඩිදියුණු කිරීම.
 05. පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් ඇතිකර ගැනීම.

ආයතන අතර අන්තර් සහයෝගීතාව

කතිපයාධිකාරී වෙළෙඳපොලක කටයුතු කරන ආයතනයක බොහෝ විට විධිමත් හා නොවිධිමත් ලෙස ඔවුනොවුන් අතර සහයෝගීතාවය ඇතිකර ගනිමින් අන්තර්කාමී හැසිරීම් රටාව අඩුකර ගැනීමට සාමූහිකව ප්‍රයත්න දරයි. සියලුම ආයතන එකතු වී ඒකාධිකාරී ආයතනයක් ලෙස කටයුතු කිරීමට හැකියාවක් ඇත. නීත්‍යානුකූලව ඇතිකර ගන්නා මෙවැනි ගිවිසුමක “කාටලයක්” ලෙස හඳුන්වයි. (කාටලයක් යනු කර්මාන්තයේ සියලුම ආයතන එකතු වී වෙළෙඳපොල මිල හා සැපයුම් ප්‍රමාණය තීරණය කිරීම සඳහා ඇතිකර ගන්නා පොදු එකඟතාවයයි.) ඒ අනුව සාමාජික ආයතන අතර වෙළෙඳපොල බෙදා ගනියි. විටෙක මෙම බිහිවන කාටල හරහා පාරිභෝගිකයන් පීඩාවට පත් කිරීමට හැකි බැවින් ඇතැම් රටවල් මෙම කාටල පිහිටුවීම නීත්‍යානුකූලව තහනම් කරයි.

නිපුණතා මට්ටම 4.5 :-පුර්ණ තරගකාරී ආයතනයක් සහ කර්මාන්තය කෙටි කාලයේ දී හැසිරෙන ආකාරය විමසා බලයි.

කාලච්ඡේද සංඛ්‍යාව : 10

අපේක්ෂිත ඉගෙනුම් පල :

- පුර්ණ තරගකාරී ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍රය හා වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම් වක්‍රය වෙන් වෙන් ව හඳුන්වයි.
- ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍රය හා වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම් වක්‍රය අතර සම්බන්ධතාව ප්‍රස්තාර ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරයි.
- ආයතනයක් ලාභ උපරිම කිරීමේ මූලික ප්‍රවේශ නම් කරයි.
- මුළු අයභාරය - මුළු පිරිවැය ප්‍රවේශය සංඛ්‍යා ලේඛන හා ප්‍රස්තාර ඇසුරෙන් විග්‍රහ කරයි.
- ආන්තික අයභාරය - ආන්තික පිරිවැය ප්‍රවේශය සංඛ්‍යා ලේඛන හා ප්‍රස්තාර ඇසුරෙන් විග්‍රහ කරයි.
- පුර්ණ තරගකාරී ආයතනයක කෙටි කාලයේ හැසිරීම සංඛ්‍යා ලේඛන හා ප්‍රස්තාර ඇසුරෙන් විග්‍රහ කරයි.
- පුර්ණ තරගකාරී ආයතනයක ප්‍රාමාණික ලාභ, නිෂ්ප්‍රාමාණික ලාභ, අවප්‍රාමාණික ලාභ හා ආයතනයක නිෂ්පාදනය අත්හිටුවීම යන සංකල්ප ප්‍රස්තාර ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරයි.
- ආයතනයක කෙටි කාලීන සැපයුම් වක්‍රයේ හැසිරීම ප්‍රස්තාර සටහන් ඇසුරෙන් විග්‍රහ කරයි.
- වෙළෙඳපොළ සැපයුම් වක්‍රය හා ඉල්ලුම් වක්‍රය මගින් කර්මාන්තයේ සමතුලිතය ප්‍රස්තාර සටහන් ඇසුරෙන් විග්‍රහ කරයි.

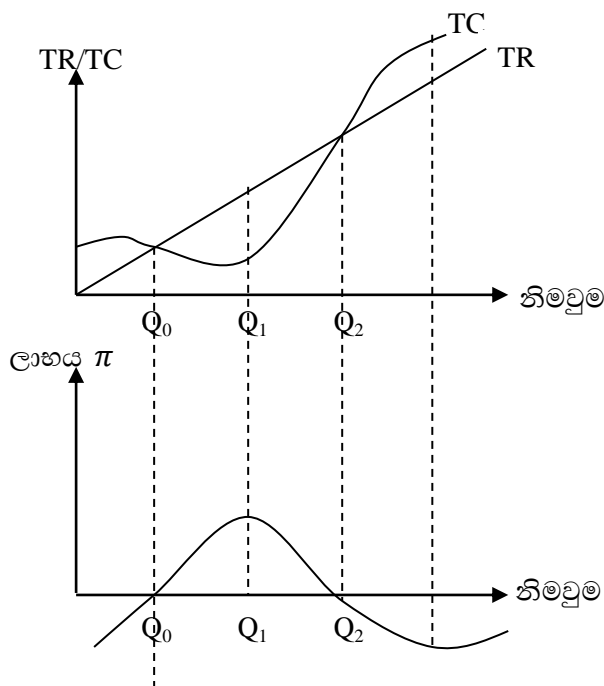
ආයතනයක සමතුලිතතය.

ව්‍යාපාර ආයතනයක් සමතුලිතයට පත් වන්නේ ලාභය උපරිම කරන නිමවුම් මට්ටමේදී හෝ අලාභය අවම කරන නිමවුම් මට්ටමේදීය. ආයතනයක මූලික අරමුණ වන්නේ ලාභය උපරිම කිරීමයි. එමනිසා ලාභ උපරිම කිරීම අරමුණු කරගත් නිෂ්පාදන ආයතනයක් ගතයුතු වැදගත් තීරණය වන්නේ කොතරම් භාණ්ඩ ප්‍රමාණයක් නිපදවිය යුතුද යන්නයි. නිෂ්පාදන ආයතනයක ලාභ උපරිම කරන නිමවුම් මට්ටම හෝ අලාභ අවම කරන නිමවුම් මට්ටම තීරණය කිරීම සඳහා භාවිතා කළ හැකි ප්‍රවේග දෙකකි.

1. මුළු අයහාර හා මුළු පිරිවැය ප්‍රවේගය
2. ආන්තික විශ්ලේෂණය

මුළු අයහාරය හා මුළු පිරිවැය විශ්ලේෂණය

මෙහිදී සිදුවන්නේ මුළු අයහාරය හා මුළු පිරිවැය තොරතුරු ඇසුරෙන් ආර්ථික ලාභ උපරිම වන නිමවුම් මට්ටම තීරණය කිරීමයි. කිසියම් ව්‍යාපාර ආයතනයක්, කිසියම් නිමවුම් පරාසයක් තුළ මුළු පිරිවැය ඉක්මවා මුළු අයහාරය වැඩිවන තත්වයකි. ලාභ උපරිම කරයි. එවිට ආර්ථික ලාභ උපරිම වන්නේ මුළු අයහාරය සහ මුළු පිරිවැය අතර ධනාත්මක පරතරය උපරිම වන නිමවුම් මට්ටමේදීය. එම උපරිම වන නිමවුම් මට්ටමේදී ආයතනය සමතුලිතයට පත්වේ.



මෙහි,

Q_0, Q_2 යන නිමවුම් මට්ටම් වලදී මුළු අයහාරය මුළු පිරිවැයට සමාන වී ඇත. ($TR = RC$) එබැවින් ආර්ථික ලාභ ශුන්‍ය වේ.

Q_0 ට වඩා අඩු සහ Q_2 වඩා වැඩි නිමවුම් මට්ටම් වලදී මුළු අයහාරය මුළු පිරිවැයට වඩා අඩු වේ. ($TC > TR$) එබැවින් එම නිමවුම් මට්ටම් වලදී ආර්ථික අලාභ ලබයි.

Q_0 ට වැඩි හා Q_2 අඩු නිමවුම් පරාසය තුළදී මුළු අයහාරයට වඩා මුළු පිරිවැය අඩු වී ඇත. ($TR < TC$) එබැවින් එම නිමවුම් පරාසයදී ආර්ථික ලාභ ලබයි.

Q_1 නිමවුම් මට්ටමේදී මුළු අයහාරය සහ මුළු පිරිවැය අතර ධනාත්මක වෙනස උපරිම වී ඇත. එබැවින් ආයතනය සමතුලිත වන්නේ ලාභ උපරිම කරන නිමවුම් මට්ටම හෝ Q_1 හිදී ය.

ආන්තික විශ්ලේෂණය

ආයතනය විසින් නිෂ්පාදනය කරන එක් එක් භාණ්ඩ ඒකකය ආයතනයේ ආර්ථික ලාභයට සපයනු ලබන දායකත්වය පරීක්ෂා කොට බලා ආර්ථික ලාභය උපරිම වන්නේ කුමන නිමවුම් මට්ටමේ දැයි හඳුනා ගැනීම ආන්තික විශ්ලේෂණයයි. ආන්තික විශ්ලේෂණයේදී සිදුවන්නේ ආන්තික අයහාරය හා ආන්තික පිරිවැය පිළිබඳ තොරතුරු පදනම් කර ගැනීමෙන් ලාභ උපරිම වන නිමවුම් මට්ටම තීරණය කරයි.

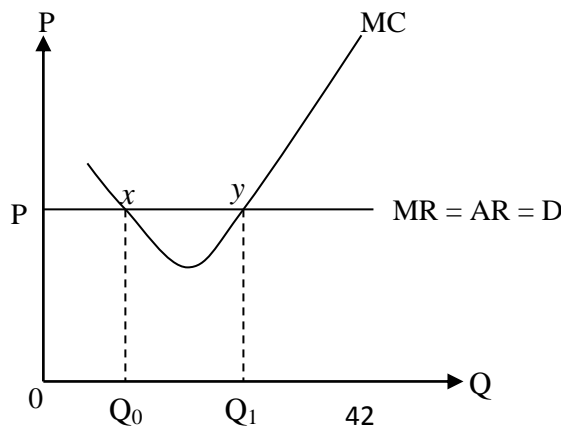
මෙම විශ්ලේෂණයට අනුව ආයතනයක ලාභ උපරිම වන නිමවුම් මට්ටමට අදාළ කොන්දේසිය වන්නේ ආන්තික පිරිවැය (MC) වැඩි වෙමින් පවතින විට ආන්තික අයහාරය ආන්තික පිරිවැයට ($MR = MC$) සමාන වීම වේ.

- ❖ $MR > MC$ වන විට ආර්ථික ලාභයට අමතර එකතු වීම් සිදුවේ. එබැවින් නිමවුම තවදුරටත් වැඩි කළ යුතුය.
- ❖ $MR < MC$ වන විට ආර්ථික ලාභයට සෘණ අගයක් එකතු වේ. එම නිසා මුළු ලාභය අඩු වේ. එමනිසා නිමවුම අඩු කළ යුතුය.
- ❖ $MC = MR$ වන විට ලාභය අලුත් එකතුවීමක් හෝ ලාභයෙන් අඩුවීමක් හෝ සිදු නොවන බැවින් එය ලාභ උපරිම කරවන නිමවුම් මට්ටම වේ.

එමනිසා ආන්තික විශ්ලේෂණයේදී ලාභ උපරිම මත කොන්දේසි 2 කි.

1. $MR = MC$ විය යුතුවේ.
2. MC වක්‍රය ඉහළ යමින් තිබිය යුතුය.

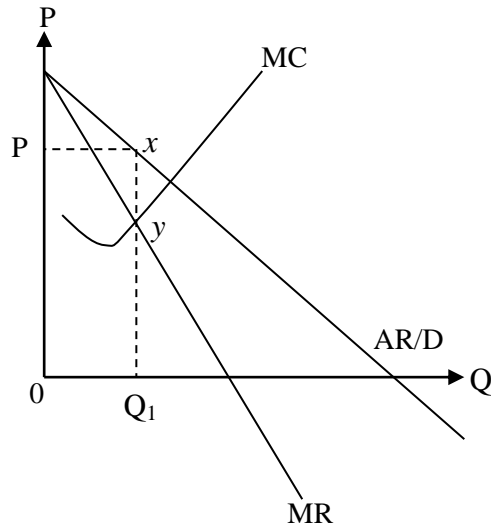
❖ පැතලි/ ඉල්ලුම් වක්‍රය ඇති ව්‍යාපාරයක (පූර්ණ නම්‍ය තිරස්) ලාභ උපරිම වන නිමවුම් මට්ටම



x හා y ලක්ෂ්‍යවලදී $MR = MC$ වේ. එහෙත් ආයතන සමතුලිත වනුයේ y හිදීය. එයට හේතුව x හිදී සිදුවන්නේ අලාභය උපරිම කිරීමය. එබැවින් එය සමතුලිත ලක්ෂ්‍යයක් ලෙස සැලකිය නොහැක. එම නිසා y හිදී සමතුලිත වන ආයතනය සමතුලිත නිමවුම් මට්ටම ලෙස Q_1 තීරණය කරයි.

Q_0 හිදී $MR > MC$ බැවින් නිමවුම තවදුරටත් ප්‍රසාරණය කරයි. මන්ද අමතර ඒකක නිපදවීමෙන් ලාභ වැඩි කරගත හැකි නිසාවෙනි.

❖ පහළට බෑවුම් වන ඉල්ලුම් වක්‍රය ඇති ව්‍යාපාරයක ලාභ උපරිම වන නිමවුම් මට්ටම



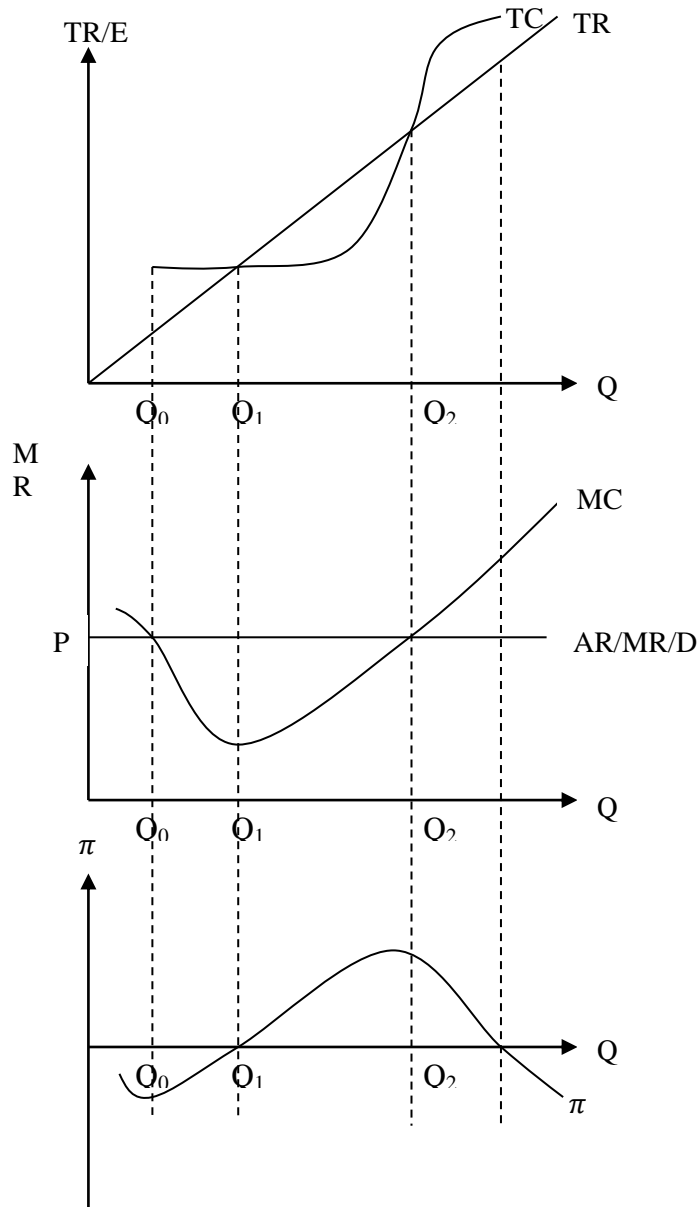
මෙහි y හිදී $MR = MC$ වී ඇති අතර MC වක්‍රය ඉහළ නගිමින් පවතී.

∴ සමතුලිතතා කොන්දේසි දෙකම ඉටු වන්නේ y හිදී ය.

ඉහළ සිට පහළට බෑවුම් වූ ඉල්ලුම් වක්‍රය ඇති ආයතනයක ලාභ උපරිම වන නිමවුම් මට්ටම ඉහළ රූප සටහනට අනුව Q_1 හිදී තීරණය වේ.

Q_1 හිදී MC විශාල MR බැවින් සිවුම අඩු කෙරේ. මන්ද එසේ කිරීමෙන් අමතර ඒකකයක් ලැබෙන අලාභය අඩුකර ගත හැකි බැවිනි.

විශ්ලේෂණ 2 ක් යටතේ ලාභ උපරිමනය එකම ප්‍රස්ථාරය මගින් නිරූපනය කිරීම.



පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක කෙටි කාලීන හැසිරීම

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක් කෙටි කාලීන නිෂ්පානක්‍රියාවලිය තුළදී විධාන සනිටුහන් 2කට මුහුණ දෙමින් කටයුතු කරයි.

01. පැවරුණු මිලක් භාවිතා කිරීම.
02. නිෂ්පාදන තාක්ෂණය හා ධාරිතාව වෙනස්කළ නොහැක.

මෙවැනි සන්රෝදක මධ්‍යයේ වුවද ලාභ උපරිම කිරීමේදී කෙටිකාලයේදී ආයතනය වැදගත් තීරණ 2 ක් ගත යුතුය.

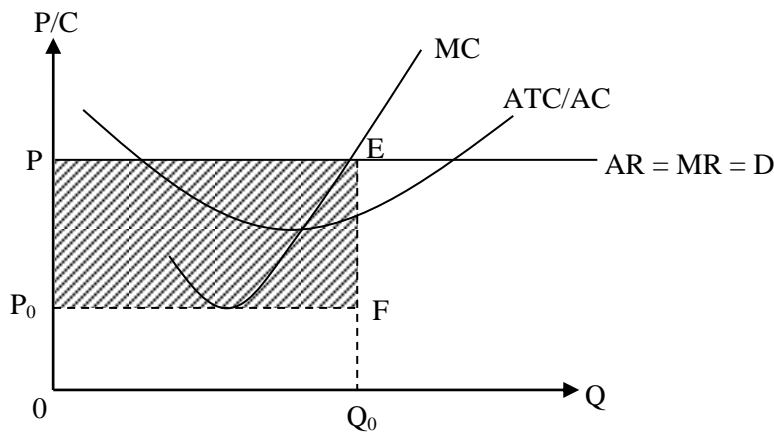
01. තවදුරටත් නිෂ්පාදනයේ යෙදෙනවාද? නොඑසේනම් ආයතනය වසනවාද?
02. තවදුරටත් නිෂ්පාදනයේ යෙදෙනවානම් නිපදවිය යුතු භාණ්ඩ ප්‍රමාණය කොපමණ ද?

මේ නිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක් කෙටි කාලයේදී ලාභ උපරිම කරන ($MC = MR$) නිමවුම් මට්ටම අවශ්‍යයෙන්ම ආර්ථික ලාභ ගෙනෙන නිමවුම් මට්ටමක් නොවිය හැක. එබැවින් මෙවැනි ආයතනයකට කෙටි කාලයේදී මුහුණ දීමට සිදුවිය හැකි විකල්ප තත්ත්වයන් 3 කි.

01. ආර්ථික ලාභ උපයමින් නිෂ්පාදනයේ යෙදීම
02. ආර්ථික ලාභ ශුන්‍ය මට්ටමේ නිෂ්පාදනයේ යෙදීම.
03. ආර්ථික අලාභ මට්ටමේ නිෂ්පාදනයේ යෙදීම.

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක ආර්ථික ලාභ ලැබීම.

ආයතනයක් කිසියම් නිමවුම් පරාසයක් තුළ මුළු අයහාරය මුළු පිරිවැය ඉක්මවා යන විට ආර්ථික ලාභ ලබයි. මෙවැනි අවස්ථාවකදී ආයතනයක් භාණ්ඩ ඒකකයක් අලෙවිකරන මිල (P/AR) භාණ්ඩ ඒකකයක නිෂ්පාදන පිරිවැය (ATC) වඩා වැඩි විය යුතුය.



ආයතනය E ලක්ෂ්‍යයේදී $MR = MC$ බැවින් සමතුලිතයට පත් වේ. එවිට

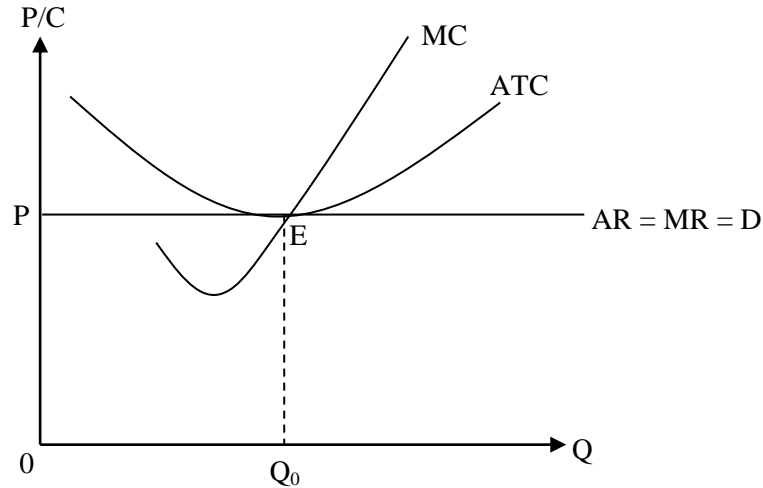
මුළු අයහාරය = PEQ_0O

මුළු පිරිවැය = P_0FQ_2O

ආර්ථික ලාභය = $PEFP_0$ වේ. එබැවින් ව්‍යාපාර ආයතනය E හිදී අනිප්‍රාමාණික ලාභ උපයයි.

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක ආර්ථික ලාභ

මුළු අයහාරය මුළු පිරිවැයට සමාන වන විට ව්‍යාපාර ආයතනයක ආර්ථික ලාභ ශුන්‍ය වේ. එම නිමවුම් මට්ටමේදී භාණ්ඩය අලෙවිකරන මිල හරියටම එම භාණ්ඩයේ සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැයට සමාන වේ. එවිට ආයතනය උපයනුයේ ප්‍රාමාණික ලාභ පමණි.



ආයතනය E ලක්ෂ්‍යයේදී $MR = MC$ බැවින් සමතුලිතයට පත් වේ. එවිට

මුළු අයහාරය = PEQ_0O

මුළු පිරිවැය = PEQ_0O

ආර්ථික ලාභය = 0 ශුන්‍ය වේ. එබැවින් ව්‍යාපාරය ආයතනය E හිදී ප්‍රාමාණික ලාභ උපයයි.

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක ආර්ථික අලාභ ලැබීම.

ආයතනයක් මුළු අයහාරයට වඩා මුළු පිරිවැය එනම් නිමවුම් මට්ටම් වලදී ආර්ථික අලාභ ලබයි. එනම් ආයතනය භාණ්ඩ අලෙවිකරණ ඒකකයක මිල එම භාණ්ඩයේ සාමාන්‍ය පිරිවැයට වඩා අඩු වී ඇති බවයි.

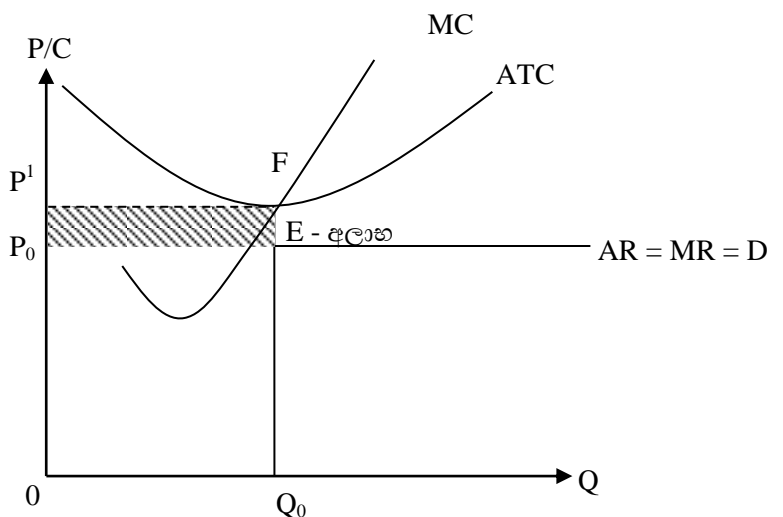
ආයතනය E ලක්ෂ්‍යයේදී $MR = MC$

බැවින් සමතුලිතයට පත් වේන එවිට P^1

මුළු අයහාරය = PEQ_0O

මුළු පිරිවැය = P_1FQ_0O

අලාභය = P_1P_0EF



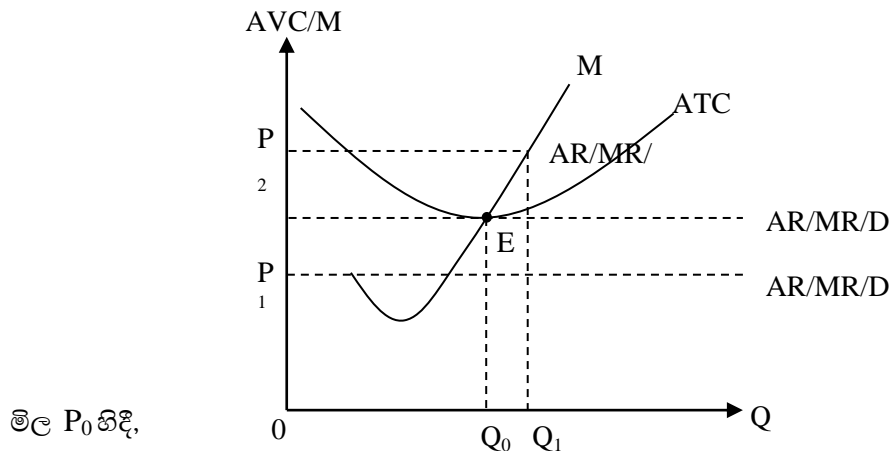
යම් දෙනලද කෙටි කාලයකදී මිල ගනුවෙකු- ලෙස ක්‍රියා කරන ආයතනයක් නිමවුම් ඒකක 20 ක් නිෂ්පාදනය කරනු ලැබේයැයි සලකන්න. වෙළෙඳපොල මිල රු. 50 ක් ලෙස නිමවුම් ඒකකයක සඳහන් වන අතර, නිමවුම් ඒකක 20 කදී ආයතනයේ සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය රු. 60 ක් ද සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය රු. 40 ක් ද වේ.

01. මෙම කෙටිකාල පරිච්ඡේදනය තුළ ආයතනයේ ලාභය හෝ අලාභය ගණනය කරන්න.
02. ආයතනයේ මුළු ස්ථාවර පිරිවැය කොපමණ ද?

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක වසා දැමීමේ ලක්ෂණ

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක කෙටි කාලය තුළ නිෂ්පාදනයේ නිරත වුවද නොවුවද ස්ථාවර පිරිවැය අනිවාර්යෙන්ම දැරිය යුතු වේ. නමුත් විචල්‍ය පිරිවැය දැරීමට සිදු වන්නේ නිෂ්පාදනයේ යෙදෙන විටය. මෙහිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක් කෙටිකාලයේදී නිෂ්පාදනය නිරත වනවාද/ නැද්ද යන්න තීරණය වන්නේ අවම වශයෙන් තමන් වැයකරන විචල්‍ය පිරිවැයත් පියවා ගැනීමට ප්‍රමාණවත් අයහාරයක් ලැබෙනවාද/ නැද්ද යන්න වේ. එබැවින් එම ආයතනය නිෂ්පාදනයේ යෙදී සිටිනවාද වසා දමනවාද යන කඩයිම තීරණය වනුයේ මිල හා සාමාන්‍ය පිරිවැයේ හැසිරීම මතය.

ඒ නිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක් භාණ්ඩ සඳහා වන වෙළෙඳපොල මිල අවම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැයට වඩා අඩු නම් ව්‍යාපාරය වසා දැමීමට තීරණය කරයි.



මිල P_0 හිදී,

$AVC > P$ බැවින් මුළු අයහාරයෙන් විචල්‍ය පිරිවැයවත් පියවාගත නොහැකිව අලාභ උපරිම වේ. එබැවින් නිෂ්පාදනයේ නොයෙදේ.

මිල P_2 හිදී,

$P > AVC$ බැවින් මුළු අයහාරයෙන් අතිරික්තයෙන් TFC වලින් යම් ප්‍රමාණයක් ආවරණය කරගත හැකිය. එහිදී අලාභය අවමකරගත හැකි නිසා නිෂ්පාදනයේ නිරත වේ.

මිල P_1 හිදී, (E ලක්ෂයේදී)

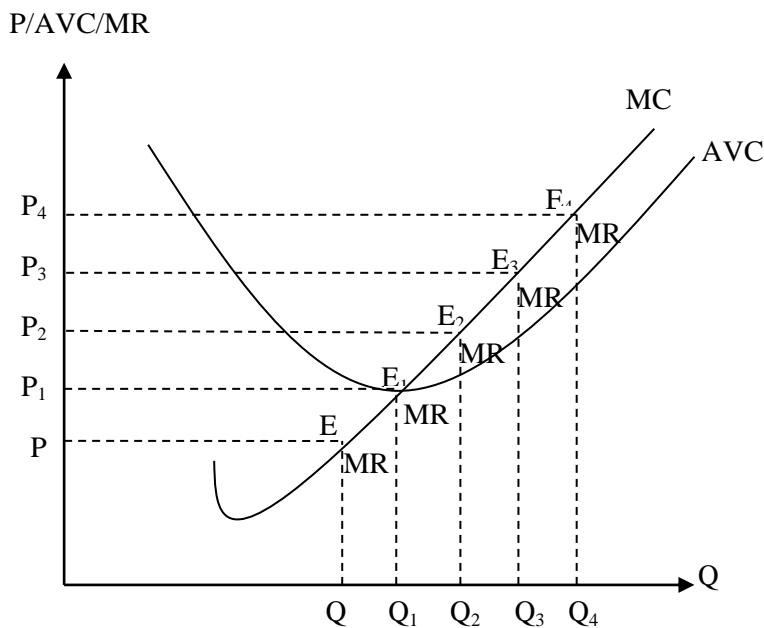
$P = AVC$ වේ. එහිදී ආයතනයවසා දැමීමෙන් හෝ පවත්වාගෙන යාමෙන් හෝ සිදුවන පාඩුව සමාන වේ.

ඒ අනුව පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක කෙටි කාලීන සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය (AVC රූපසටහනේ E ලක්ෂ්‍යය) අවම ලක්ෂ්‍යය "ආයතනය වසා දැමීමේ ලක්ෂ්‍යය" ලෙස හඳුන්වයි. ඒ අනුව නිෂ්පාදකයෙක් (ආයතනයක්) නිෂ්පාදනයේ නිරතවීමට අපේක්ෂා කරනු ලබන අයම මිල වනුයේ සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රයේ අවම ලක්ෂ්‍යයට සමාන වූ මිලකි.

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක කෙටි කාලීන සැපයුම් වක්‍රය

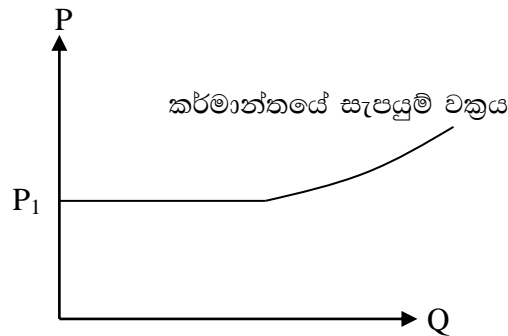
වෙළෙඳපොළේ පැවතිය හැකි විකල්ප මිල ගණන් යටතේ ආයතනය වෙළෙඳපොළට සැපයීමට සූදානම් ප්‍රමාණයෙන් සැපයුම් වක්‍රය මගින් දැක්වේ.

පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක් සමතුලිතයට පත් වන්නේ $MR = MC$ වන විටදීය. එම නිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක් අවම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය (AVC) ට වඩා භාණ්ඩයේ මිල වැඩිනම් සැපයුම් කිරීමට ඉදිරිපත් වේ. AVC ට වඩා භාණ්ඩයේ මිල වැඩි වන විට $MR = MC$ කොන්දේසිය ඉෂ්ඨ වනුයේ ක්‍රමයෙන් වැඩිවන නිමවුම් මට්ටම වැඩි වේ. එමනිසා මිල වැඩිවන විට සැපයුම් ප්‍රමාණය ක්‍රමයෙන් වැඩිවේ. නමුත් භාණ්ඩයේ මිල AVC ට වඩා අඩු නම් ආයතනයක් නිෂ්පාදනයේ නොයෙදෙන බැවින් අවම සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැයට වඩා අඩු මිල වලදී සැපයුමක් නොමැත.



මේ නිසා පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක කෙටි කාලීන සැපයුම් වක්‍රය වනුයේ සාමාන්‍ය විචල්‍ය පිරිවැය වක්‍රයට (AVC) ඉහළින් පිහිටි ආන්තික පිරිවැය වක්‍රය වේ.

නිෂ්පාදන ආයතන වල සැපයුම් වක්‍රයන් හි තිරස් එකතුවෙන් කර්මාන්තයේ සැපයුම් වක්‍රය බිහි වේ. සෑම ආයතනයක්ම එක සමාන පිරිවැය තත්වයන්ට මුහුණ දෙන බැවින් එක් ආයතනයක සැපයුම් වක්‍රය කර්මාන්තය තුළ සිටින ආයතන සංඛ්‍යාවෙන් ගුණ කිරීමෙන් කර්මාන්තයේ සැපයුම් වක්‍රය P_1 මිලේදී පූර්ණ නම්‍ය තත්වයක් පෙන්නුම් කරයි.



පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක දිගු කාලීන සමතුලිතය

ආබාධ ප්‍රවේශයක් පවතින නිසා කෙටිකාලයේදී අතිප්‍රාමාණික ලාභ ලබන අවස්ථා වලදී අලුත් කර්මාන්ත ආයතනයට ප්‍රවේශ වේ. එවිට වෙළෙඳසැල් වැඩි වීමෙන් මිල අඩු වී අවප්‍රාමාණික ලාභ ලබන තත්වයට කර්මාන්තය පත්වේ.

නමුත් ආබාධ පිටවුම නිසා කර්මාන්තය තුළ සිටින ආයතන කෙටි කාලයේදී පාඩු ලබන්නේ නම් කර්මාන්තයෙන් පිට වේ.

එවිට වෙළෙඳ සාපයුම අඩු වී මිල ඉහළ යන අතර ආයතනය ලබමින් සිටි අලාභ ක්‍රමයෙන් අඩු වී ප්‍රාමාණික ලාභ ලබන තත්වයට පත් වේ. මේනිසා ප්‍රාමාණික ලාභ ලබද්දී ආයතනය කර්මාන්තයෙන් පිටවීමට පෙළඹීමක් ඇති නොවේ. එසේම අලුත් ආයතන කර්මාන්තයට ප්‍රවේශ වීම සඳහා ද පෙළඹීමක් ඇති නොවේ. එබැවින් පූර්ණ තරගකාරී ආයතනයක දිගු කාලීන සමතුලිතය තීරණය වන්නේ ප්‍රාමාණික ලාභ ලබන තත්වයේදී ය. එහිදී ආර්ථික ලාභ ශුන්‍ය වේ.

ලක්ෂණ	සූර්ණ තරගය	ඒකාධිකාරී තරගය	ඒකාධිකාරය	කතිපයාධිකාරය
01. ආයතන සංඛ්‍යාව	අති විශාල වේ	විශාල වේ	එකකි	අතලොස්සකි
02. ආදේශක භාණ්ඩ සමඟ හරස් ඉල්ලුම් නම්‍යතාව	අපරිමිතයකි.	ඉහළ අගයකි	ඉතා අඩු අගයකි	නම්‍ය හෝ සූර්ණ නම්‍ය වේ
03. ප්‍රවේශය හා පිටවුම	අබාධ වේ	අබාධ වේ	බාධාකාරී වේ	බාධාකාරී වේ
04. ආයතනය මුහුණ දෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය	සූර්ණ නම්‍යයි	නම්‍ය වේ	පහළට බෑවුම් වේ	බිඳුණු ඉ/වක්‍රයට මුහුණ දේ
05. නිෂ්පාදිතයේ ස්වභාවය	සමජාතීයයි	ප්‍රභේදිතයි	සුවිභේදී වේ	ප්‍රභේදිත හා ප්‍රභේදිත නොවූ
06. මිල තීරණය ෂීම කෙරෙහි බලපෑම	මිල ගනුවෙකි. (පැවරුණු මිලක්)	භාණ්ඩ ප්‍රභේදනය හේතුවෙන් සුළු මිල වෙනස්වීම් දැකිය හැකිය.	මිල සකසන්නෙකි	මිල තීරකයෙකි
07. දිගු කාලයේ ලාභය	ප්‍රාමාණික ලාභ	ප්‍රාමාණික ලාභ	අතිප්‍රාමාණික ලාභ වේ	අතිප්‍රාමාණික ලාභ ලබයි
08. ප්‍රචාරණය	ප්‍රචාරණයක් නැත	සුළු ප්‍රචාරණයක් ඇත.	දැනුවත් කිරීමේ ප්‍රචාරණයක් ඇත.	තියුණු ප්‍රචාරණයක් ඇත.
09. උදාහරණ	සහල්, බුලත්, බඩ ඉරිඟු	ආපන ශාලා, සිල්ලර කඩ, බාබර් සාප්පු	දුම්‍රිය සේවා, ජල සම්පාදනය	රූපවාහිනි සේවා, ගෑස්, පුවත්පත්

නිපුණතා මට්ටම 4.6 : නිෂ්පාදන සාධක වෙළෙඳපොළ හැසිරීම විස්තර කරයි.

කාලච්ඡේද සංඛ්‍යාව : 08

අපේක්ෂිත ඉගෙනුම් පල :

- සාධක ඉල්ලුම විග්‍රහ කරයි.
- සාධක සැපයුම විග්‍රහ කරයි.
- සාධක මිල තීරණය වන ආකාරය විග්‍රහ කරයි.
- නිෂ්පාදන සාධක ඉපයුම විස්තර කරයි.
- සංක්‍රාම ඉපයුම සහ ආර්ථික බදු කුලිය ඉල්ලුම් සැපයුම් වක්‍ර ඇසුරෙන් පෙන්වයි.
- සංක්‍රාම ඉපයුම හා ආර්ථික බදු කුලිය අතර වෙනස නිදසුන් සහිත ව පැහැදිලි කරයි.

සාධක වෙළෙඳපොල (Factor Market)

නිෂ්පාදන සාධකයක ඉල්ලුම

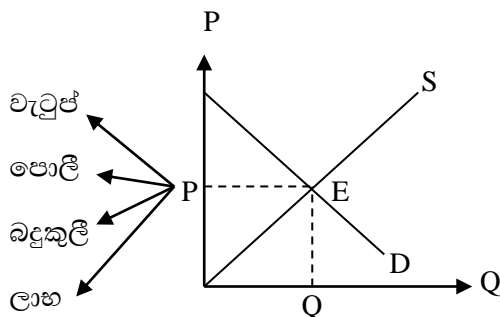
නිෂ්පාදන සාධකයක් සඳහා ඇත්තේ ව්‍යුත්පන්න (වක්‍ර) ඉල්ලුමකි. මන්ද නිෂ්පාදන සාධක වලට ඉල්ලුමක් හටගන්නේ ඍජු ඉල්ලුම් ලබා දෙන භාණ්ඩ/ සේවා සඳහා හෝ ඒවායින් ලබා දෙන ඍජු උපයෝගී භාවය මත නිසා නැතිනම් ඒවා යොදා නිෂ්පාදනය කරන භාණ්ඩ හා සේවා වලට ඇති ඉල්ලුම් නිසාවෙනි.

නිෂ්පාදන සාධකයක් මගින් ඍජු උපයෝගීතාවක් යොදා නොදෙයි. එහෙත් එම සාධක යොදාගෙන ඍජු උපයෝගීතාවක් සහිත භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදය කළ හැක. එබැවින් නිෂ්පාදන සාධකයකට ඉල්ලුමක් ඇති වන්නේ එම සාධකය සතු භාණ්ඩ/ සේවා නිෂ්පාදනය කිරීමේ හැකියාව හෙවත් ඵලදායිතාවය හේතුවෙනි. එනිසා නිෂ්පාදන සාධකයක ඉල්ලුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපාන සාධක කිහිපයකි.

01. සලකා බලන සාධකයේ මිල
02. විකල්ප සාධක මිල
03. සාධක ඵලදායිතාව
04. එම සාධකය යොදාගෙන නිපදවන භාණ්ඩ/සේවා සඳහා ඇති ඉල්ලුම

නිෂ්පාදන සාධකයක මිල/ ප්‍රතිලාභි

නිෂ්පාදන සාධක සඳහා ඇති ඉ.භා.සැ. මත සාධක මිල හා සේවා නියුක්ත ප්‍රමාණය තීරණය වේ.



නිෂ්පාදන සාධකයකට තීරණය වන මිල යනු ඒ එ ^P නිෂ්පාදන සාධකය සේවා නියුක්ත කිරීමේ ප්‍රතිලාභයයි.

ශ්‍රම වෙළෙඳපොළ (Labour Market)

සේවා යෝජකයන් හා සේවා දායකයන් අතර ශ්‍රමය හුවමාරු වන වෙළෙඳපොළ ශ්‍රම වෙළෙඳපොළයි.

❖ ශ්‍රම ඉල්ලුම

විවිධ වැටුප් අනුපාතයන් යටතේ (මිලට ගැනීමට) සේවා නියුක්ත කිරීමට සූදානම් ශ්‍රම පැය ගණන ශ්‍රම ඉල්ලුමයි.

01. වැටුප් අනුපාතිකය
02. ශ්‍රම ඵලදායිතාව
03. විකල්ප සාධක වල මිල
04. ශ්‍රමය භාවිතා කර නිපදවන භාණ්ඩවල ඉල්ලුම

යන සාධක මත ශ්‍රම ඉල්ලුම තීරණය වේ. මෙහිදී ශ්‍රම ඉල්ලුම් වක්‍රය එනම් (විවිධ වැටුප් අනුපාතික යටතේ ආයතනයක් විසින් සේවා නියුක්ත කිරීමට සූදානම් ශ්‍රම ඒකකයක සම්බන්ධතාව) පහළට බැවුම් වේ. එයට හේතුව වැටුප් අනුපාතිකය සහ ශ්‍රම ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අතර ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවක් පැවතීමයි.

ශ්‍රම සැපයුම්

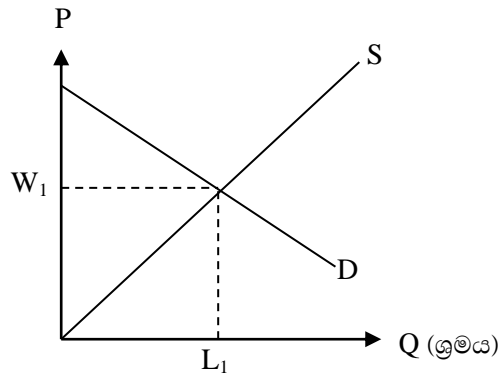
විවිධ වැටුප් අනුපාතික යටතේ ශ්‍රමය සැපයීමට සූදානම් ශ්‍රම ඒකක ප්‍රමාණය තනි පුද්ගල සැපයුමයි. එය වැටුපෙන් ලැබෙන අපයෝගිතාව හා රැකියාවෙන් ලැබෙන උපයෝගිතාවය මත තීරණය වේ. නමුත් ආර්ථිකයක ශ්‍රම සැපයුම වන්නේ යම් දෙන ලද අවස්ථාවක ඵලදායී ආර්ථික කටයුතු සඳහා යොදවා ඇති සහ යෙදවීමට අපේක්ෂිත ශ්‍රම ඒකක ප්‍රමාණයයි. එය පහත කරුණු මත තීරණය වේ.

01. ජනගහනයේ ප්‍රමාණය හා වයස් ව්‍යුහය
02. ජනගහනයෙන් ශ්‍රම හමුදාවට අයත් වන ප්‍රමාණය
03. වැඩකරන කාලය
04. ශ්‍රම හමුදාවේ කාර්යක්ෂමතාව හා නිපුණතාව
05. වැටුප් අනුපාතිකය

විවිධ වැටුප් අනුපාතික යටතේ පුද්ගලයෙකු විසින් සැපයීමට සූදානම් ශ්‍රම ඒකක ප්‍රමාණය ජ්‍යාමිතිකව නිරූපනය කළ විට එය ශ්‍රම සැපයුම් වක්‍රයයි. වැටුපෙහි ධන ශ්‍රිතයක් වන මෙය සමස්ථ ශ්‍රම සැපයුම් වක්‍රය ලෙස ගොඩනැගීමට තනි පුද්ගල ශ්‍රම සැපයුම් වක්‍රවල තිරස් එකතුව ගැනීමෙන් පුළුවන.

ශ්‍රම වෙළෙඳපොළ සමතුලිතය

වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම්/ සැපයුමේ අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය මත සමතුලිත වැටුප් අනුපාතිකය හා සමතුලිත සේවා නියුක්ති මට්ටම තීරණය වේ.



මෙහි W_1 යනු සමතුලිත වැටුප් අනුපාතිකය වන අතර L_1 යනු සමතුලිත සේවා නියුක්ති මට්ටමයි.

වැටුප්

වැටුප්, මූල්‍ය හා මූර්ත යනුවෙන් දෙයාකාර වේ.

මූල්‍යමය වැටුප යනු යම් කාලච්ඡේදයක් සඳහා ශ්‍රමය සැපයීම වෙනුවෙන් ගෙවනු ලබන මුදල් ප්‍රමාණයයි. නාමික වැටුප, මුදල් වැටුප නමින්ද හැඳින්වෙන මෙය මූර්ත වැටුපෙන් වෙනස් වේ. මූර්ත වැටුප යන්නෙන් අදහස් වන්නේ මුදල් වැටුපෙන් මිලදී ගත හැකි භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රමාණය හෙවත් මුදල් වැටුපේ ක්‍රය ශක්තියයි. භාණ්ඩ හා සේවා මිල ගණන් මත තීරණය වන මෙය පහත පරිදි ගණනය කළ හැකිය.

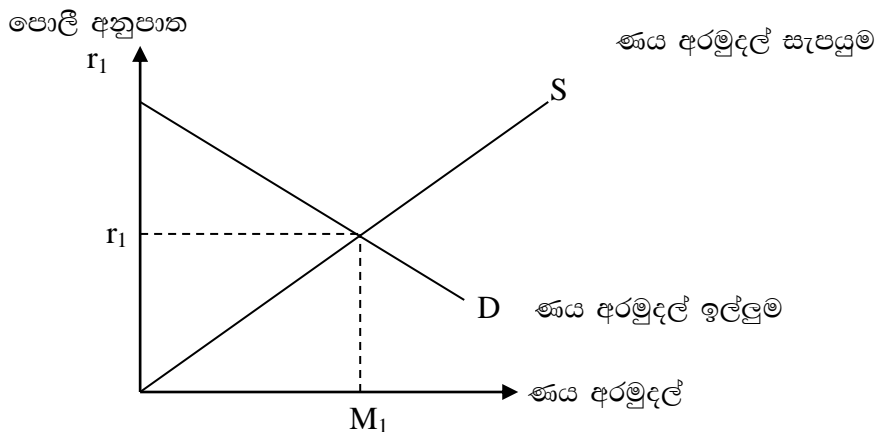
$$\text{මූර්ත වැටුප} = \frac{\text{මුදල් වැටුප} / \text{මූල්‍ය}}{\text{පාරිභෝගික මිල දර්ශකය}} \times 100$$

ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල

ප්‍රාග්ධන ය යනු නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය පහසු සහ වේගවත් කිරීම උපයෝගී කර ගනු ලබන මිනිසා විසින් බිහිකරන ලද නිෂ්පාදන සාධකයකි. මෙම ප්‍රාග්ධනය බිහි කිරීම සඳහා සම්පත් උපයාගනු ලබන්නේ තම වැයකළ හැකි ආදායමෙන් පරිභෝජනය නොකොට ඉතිරිකර ගත් ප්‍රමාණයෙනි. මෙලෙස ඉතිරිකර ගත් ආදායම නිෂ්පාදන ආයතන විසින් ආයෝජනය සඳහා ණයට ගන්නා අතර එම කාර්ය සිදු වන්නේ ණය අරමුදල් වෙළෙඳපොල තුළිණි.

පොලී

ප්‍රාග්ධනය භාවිතා කරමින් ගෙවනු ලබන මිල පොලියයි. නැතිනම් ආයෝජනය කරනු ලබන ප්‍රාග්ධනය විසින් උපයාගනු ලබන ආදායමක් හෝ අරමුදල් ණයට ලබා ගැනීමේ පිරිවැයක් හෝ වේ. ණය අරමුදල් සඳහා ඇති ඉල්ලුම හා සැපයුම මත තරගකාරී වෙළෙඳපොලක පොලී අනුපාතය තීරණය වේ.



ණය අරමුදල් ඉල්ලුම සහ පොලී අනුපාතිකය අතර ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවක් ඇති අතර ණය අරමුදල් සැපයුම හා පොලී අනුපාත සැපයුම අතර ඇත්තේ අනුලෝම සම්බන්ධතාවයකි.

පොලී අනුපාතය දෙයාකාර වේ.

01. නාමික පොලී අනුපාතිකය

මුදලේ නාමික අගය පදනම් කරගෙන ප්‍රකාශ කරනු ලබන පොලී අනුපාතිකය නාමික පොලී අනුපාතය වන අතර සාමාන්‍යයෙන් වේ. මෙය ප්‍රකාශ කරන්නේ මෙම නාමික අගයෙනි. එනම් මුදලෙන් ලැබෙන පොලියයි. මූල්‍ය පොලී අනුපාතිකය ලෙසද මෙය හැඳින්වේ.

02. මුර්ත පොලී අනුපාතිකය

උද්ධමනය සඳහා ගළපන ලද පොලී අනුපාතිකය මෙතමන් හැඳින්වේ. නැතිනම් මුදලින් ලැබෙන පොලියේ කනුය ශක්තිය යි. නාමික පොලී අනුපාතයෙන් උද්ධමන අනුපාතිකය අඩු කළ විට මුර්ත පොලී අනුපාතිකය ලැබේ.

මුර්ත පොලී අනුපාතිකය = නාමික/මූල්‍ය පොලී අනුපාතිකය - උද්ධමන අනුපාතිකය

උද්ධමන අනුපාතිකය නාමික පොලී අනුපාතිකයට සමාන වූ විට මුර්ත පොලිය ශුන්‍ය වේ.

උද්ධමන අනුපාතිකය නාමික පොලී අනුපාතිකයට වඩා විශාල වූ විට මුර්ත පොලිය ඍණ වේ.

උද්ධමන අනුපාතිකය නාමික පොලී අනුපාතිකයට වඩා කුඩා වූ විට මුර්ත පොලිය ධන වේ.

∴ මුර්ත පොලී අනුපාතිකය ධන, ඍණ හෝ ශුන්‍ය විය හැකිය.

සංක්‍රාම ඉපැයුම් හා ආර්ථික බදුකුලී

සංක්‍රාම ඉපැයුම් (Transfer Earning)

කිසියම් නිෂ්පාදන සාධකයක් පවත්නා භාවිතයෙහි (වර්තමාන) රඳවා තබා ගැනීම සඳහා එම සාධකය අපේක්ෂා කරන අවම මිලයි. එකී සාධකයට එම අවම පිරිවැයවත් ආවරණ කර ගැනීමට නොහැකි නම් එම සාධකය තවදුරටත් එම කාර්යයෙහි නිරත නොවී එම ඉපැයීම ලබාගත හැකි වෙනත් විකල්ප භාවිතයන් කරා විතැන් වේ. එබැවින් සංක්‍රාම ඉපැයුම් මගින් නිරූපනය කරනුයේ එම පිරිවැයේ ආවස්ථික පිරිවැයයි. ව්‍යවසායකයෙකුගේ සංක්‍රාම ඉපැයුම වන්නේ ප්‍රාමාණික ලාභයයි.

ආර්ථික බදු කුලී (economic Rent)

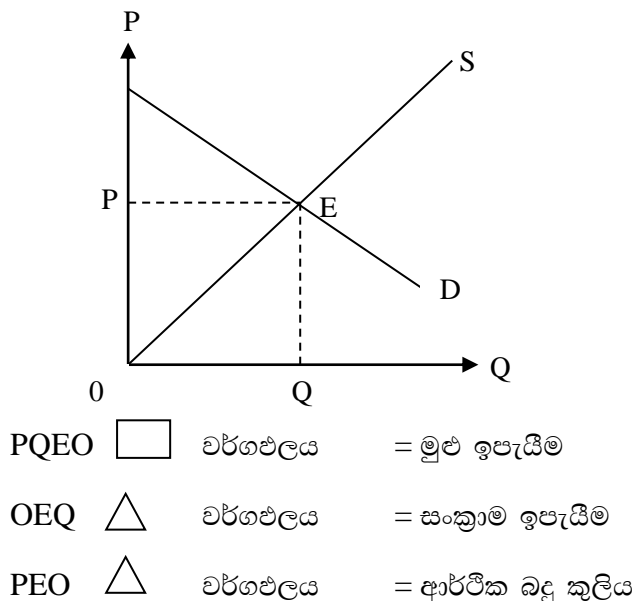
කිසියම් නිෂ්පාදන සාධකයක් පවත්නා භාවිතයෙහි රඳවා තබා ගැනීම සඳහා අපේක්ෂා කරන අවම ගෙවීම (සංක්‍රාම ඉපැයුම්) ඉක්මවා උපයා ගන්නා අතිරික්ත ආදායම් ආර්ථික බදු කුලියයි. නැතිනම් සත්‍ය ඉපැයීම, සංක්‍රාම ඉපැයීමට වඩා වැඩිනම් එම අතිරික්තය ආර්ථික බදු කුලියයි. එම ආර්ථික බදු කුලිය සාධක වෙළෙඳපොළේ අතිරික්තයයි. ව්‍යවසායකත්වයේ ආර්ථික බදු කුලිය වන්නේ ආර්ථික ලාභයයි.

උදා :- කිසියම් පුද්ගලයෙකු ව්‍යාපාරයක් ඇරඹීම වෙනුවෙන් හතෙක් මාසිකව රු. 50000 ක වැටුපක් හිමි රැකියාවෙන් ඉවත් විය. ව්‍යාපාරයෙන් ඔහු මාසිකව රු. 75 000 ක ආදායමක් උපයයි නම්,

01. සංක්‍රාම ඉපැයීම රු. 50 000
02. ආර්ථික බදු කුලිය රු. 25 000

සංක්‍රාම ඉපැයීම් සහ ආර්ථික බදු කුලිය ඕනෑම නිෂ්පාදන සාධකයකට පොදු සංකල්පයක් වන අතර සංක්‍රාම ඉපැයීමේ සහ ආර්ථික බදු කුලියේ ප්‍රමාණය සැපයුම් නම්‍යතාව මත තීරණය වේ.

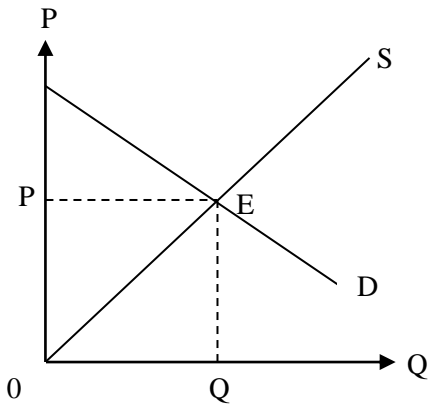
සංක්‍රාම ඉපැයීම් හා ආර්ථික බදු කුලී පහත පරිදි නිරූපනය කළ හැකිය.



සංක්‍රාම ඉපයීම්, ආර්ථික බදු කුලී හා සැපයුම් නම්‍යතාව

ඒකීය සැපයුම් වක්‍රය

හිස්තැන් පුරවන්න

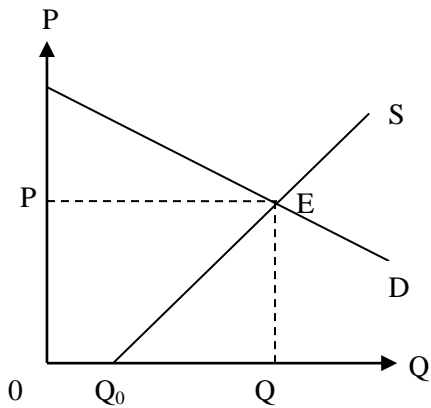


PEQO වර්ගඵලය =

OEQ වර්ගඵලය =

PEO වර්ගඵලය =

අනම්‍ය වක්‍රය

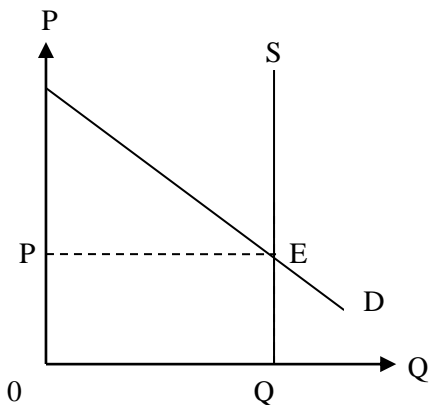


PEQO වර්ගඵලය =

Q₀EQ වර්ගඵලය =

PE Q₀O වර්ගඵලය =

සුර්ණ අනම්‍ය වක්‍රය

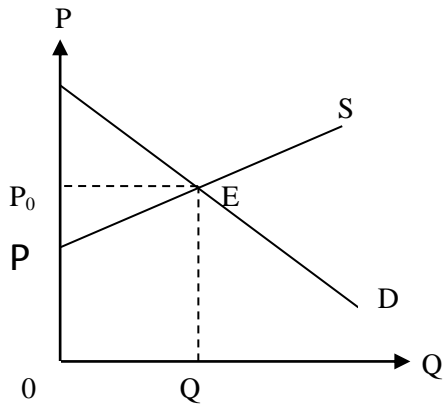


PEQO වර්ගඵලය =

PE QO වර්ගඵලය =

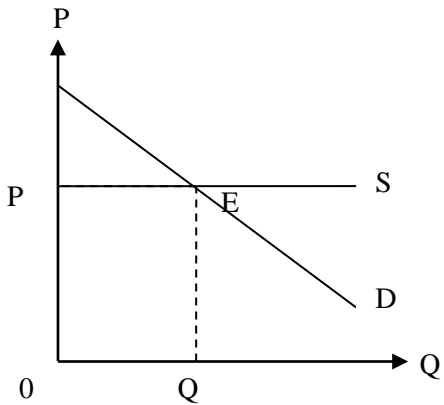
මුළු ඉපයීම වේ

නමය වක්‍රය



- P_0EQ0 වර්ගඵලය =
- PEP_0 වර්ගඵලය =
- $PEQO$ වර්ගඵලය =

පූර්ණ නමය වක්‍රය



- $PEQ0$ වර්ගඵලය =
- $PEQO$ වර්ගඵලය =

මුළු ඉපයීම වේ

සැපයුම නමය වන විට වැඩි ඉපැයීම සංක්‍රාම ඉපැයීම වන අතර අනමය වන විට වැඩි ඉපැයීම ආර්ථික බදු කළී වේ. සැපයුම පූර්ණ නමය වන විට වැඩි ඉපැයීම සංක්‍රාම ඉපැයීම වන අතර සැපයුම පූර්ණ අනමය වන විට වැඩි ඉපැයීම ආර්ථික බදු කළී වේ.