JMC vLearning
"your virtual learning partner"

වෙළඳපොල ඉල්ලුම

ප්‍රසාද් බාලසූරිය

JMC ජයසේකර කළමනාකරණ මධ්‍යස්ථානය JAYASEKERA MANAGEMENT CENTRE (PVT) LTD Estd. 1972

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd
Pioneers in Professional Education
65/2A, Chittampalam Gardiner Mawatha, Colombo 02 | T: +94 112 430451 | E: info@jmc.lk | F: +94 115 377917

01. භාණ්ඩයක මිල රු. 10.00 සිට රු. 15.00 දක්වා වැඩි වූ විට එම භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය ඒකක 2,500 සිට ඒකක 2,000 දක්වා අඩු වේ. මෙම භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය,

1. අනම්‍ය වේ.
2. නම්‍ය වේ.
3. ඒකීය නම්‍ය වේ.
4. පූර්ණ නම්‍ය වේ.

02. භාණ්ඩයක් සම්බන්ධව මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය පිළිබඳ ලේඛනයක් පහතින් දී ඇත.

මිල (Price)	ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය (Quantity)
2	20
4	15
6	10
8	05

ඉහත ඉල්ලුම් ලේඛනය නියෝජනය කරන ඉල්ලුම් සමීකරණය,

1. $Qdx = 10 - 2px$
2. $Qdx = 15 - 2.5px$
3. $Qdx = 25 - 2.5px$
4. $Qdx = 05 - 2.5px$

03. සැපයුම් නීතියෙන් පැහැදිලි වන්නේ,

1. සැපයුම් වෙනස්වීම හා ආදායමේ වෙනස්වීම අතර සම්බන්ධතාවයයි.
2. මිල හා සපයනු ලබන ප්‍රමාණය අතර සම්බන්ධතාවයයි.
3. සපයනු ලබන ප්‍රමාණයේ වෙනස්වීම අතර සම්බන්ධතාවයයි.
4. සපයනු ලබන ප්‍රමාණය හා ඉල්ලුම් කරනු ලබන ප්‍රමාණය අතර සම්බන්ධතාවයයි.

© 2021 JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

04. තේ මිල රු. 8% කින් පහළ වැටුන විට කෝපි සඳහා ඉල්ලුම් කරනු ලබන ප්‍රමාණය 2% කින් අඩු වේ. කෝපි සහ තේ අතර හරස් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය වන්නේ,

1. -0.25
2. +2.0
3. -4.0
4. +0.25

05. "ව්‍යුත්පන්න ඉල්ලුම" යන පදයෙන් පැහැදිලි වන්නේ,

1. භාණ්ඩයක ඇති ඉල්ලුම ව්‍යුත්පන්න වන්නේ වෙනත් භාණ්ඩයක් ලබා ගැනීමට වෙනත් භාණ්ඩයක් ලබා ගැනීමට ඇති හැකියාව තුලින් බවය.
2. භාණ්ඩයක් සඳහා ඇති සැපයුම් වෙනත් පාරිභෝගික භාණ්ඩයක් සඳහා ඇති ඉල්ලුම නිර්මාණය කරන බවය.
3. නිෂ්පාදන සාධක ආධාරයෙන් නිපදවන අවසාන භාණ්ඩය සඳහා ඇති ඉල්ලුම මත නිෂ්පාදන සාධකයක් සඳහා ඇති ඉල්ලුම මත රඳා පවතින බවය.
4. ඉහත සඳහන් කිසිවක් නොවේ.

06. ඉල්ලුම් නීතිය මඟින්,

1. සැපයුම කෙරහි බලපාන සාධක නොවෙනස්ව තිබියදීම මිල හා ප්‍රමාණය අතර සම්බන්ධතාවය දක්වනු ලැබේ.
2. ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබියදී භාණ්ඩයක මිල සහ ඉල්ලුම් කරනු ලබන ප්‍රමාණය අතර සම්බන්ධතාවය දක්වනු ලබයි.
3. ආදායම වෙනස් වීම හා ඉල්ලුම් කරනු ලබන ප්‍රමාණය අතර සම්බන්ධතාවය දක්වනු ලබයි.
4. වෙළඳපොලෙහි සැපයුම වෙනස්වීම හා ඉල්ලුම් කරනු ලබන ප්‍රමාණය අතර සම්බන්ධතාවය දක්වනු ලබයි.

07. කිසියම් භාණ්ඩයක මිල වෙනස් වීමක් සිදු වුවත් මුළු පැහැදමෙහි වෙනසක් ඇති කරනු නොලැබේ.

1. එම භාණ්ඩය සඳහා ඇති ඉල්ලුම අනම්‍ය විය යුතුයි.
2. එම භාණ්ඩය සඳහා ඇති ඉල්ලුම නම්‍ය විය යුතුයි.
3. එම භාණ්ඩය සඳහා ඇති ඉල්ලුම පූර්ණ නම්‍ය විය යුතුයි.
4. එම භාණ්ඩය සඳහා ඇති ඉල්ලුම ඒකීය නම්‍ය විය යුතුයි.

© 2021 JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

08. කිසියම් භාණ්ඩයක් සම්බන්ධයෙන් ඉල්ලුම් සමීකරණය පහත දී ඇත.

$$Qd = 200 - 8p$$

මෙම භාණ්ඩයේ මිල රු. 10.00 ක් වන විට මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතා සංගුණකයේ වටිනාකම කුමක්ද?

1. - 6.0 කි.
2. - 0.66 කි.
3. - 0.06 කි.
4. + 0.66 කි.

09. කිරි මිල 25% කින් වැඩි කරන ලදී. මෙහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් ධනවත් ජනයාගේ කිරි පාරිභෝජනය 1% කින් අඩු වූ අතර දිළිඳු ජනයාගේ කිරි පාරිභෝජනය 1.25% කින් අඩු විය. මෙයින් අදහස් වන්නේ,

1. දිළිඳු ජනයා කිරි වැඩි වශයෙන් පාරිභෝජනය කරන බවය.
2. ධනවත් ජනයා කිරි අඩුවෙන් පාරිභෝජනය කරන බවය.
3. ධනවත් මෙන්ම දිළිඳු ජනයා සඳහා ද කිරි අනම්‍ය භාණ්ඩයක් බවය.
4. කිරි සඳහා ධනවත් ජනයාගේ ඉල්ලුම අනම්‍ය බවය.

10. ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය යන්නෙන් අදහස් කරන්නේ කුමක්ද?

1. මිල ඉහලයාමකින් පාරිභෝගිකයාට නිෂ්පාදනය සඳහා වැඩියෙන් වියදම් කිරීමට පෙළඹවීමයි.
2. මිල වෙනස්වීමකට වියදම් වෙනස්වීමෙහි ප්‍රතිචාරාත්මක බලපෑමයි.
3. ඉල්ලුමට බලපාන මිල, ආදායම සහ වෙනත් භාණ්ඩවල මිල වෙනස්වීමකට ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ ඇති වන ප්‍රතිචාරාත්මක බලපෑම.
4. මිල ඉහල යාමකින් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ අඩුවීමක් ඇති වීම.

11. ඇඟලුම් සඳහා වන සැපයුම් වක්‍රය දකුණට විතැන් වීමට පහත සඳහන් දෑ අතරින් හේතු වන්නේ,

1. ඇඟලුම්වල විකුණුම් මිලෙහි වැඩි වීමක්
2. පාරිභෝගික ආදායමේ වැඩි වීමක්
3. ඇඟලුම් නිෂ්පාදන සඳහා භාවිතා කරන ආනයනික කපු නූල් මත බදුවල අඩු වීමක්
4. ඇඟලුම් නිස්පාදිකයින්ගේ සංගමය මඟින් කරනු ලබන සාර්ථක ප්‍රචාරණ ව්‍යාපාරයක්

© 2021 JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

12. ගිෆන් භාණ්ඩයක විශේෂිත ලක්ෂණය කවරේද?

    1. ආදායම වැඩි වන විට භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම අඩු වන අතර ආදායම අඩු වන විට භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම වැඩි වේ.

    2. භාණ්ඩයේ ගුණාත්මක බව ප්‍රමිතීන්ට සාපේක්ෂව පහත මට්ටමක පවතී.

    3. භාණ්ඩයේ මිල අඩු වන විට ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අඩු වන අතර මිල වැඩි වන විට ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩි වේ.

    4. මිල කොතරම් වෙනස් වුවද භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය නොවෙනස් ව පවතී.

13. පාරිභෝගික ඉල්ලුම් වක්‍රයක් අඳින විට පහත සඳහන් කරුණු අතරින් ස්ථාවරව නොපවතින බවට උපකල්පනය කෙරෙනුයේ කුමක් ද?

    1. සලකා බලනු ලබන භාණ්ඩයේ මිල

    2. අනුපූරක භාණ්ඩයෙහි මිල

    3. ආදේශක භාණ්ඩයෙහි මිල

    4. නිෂ්පාදන සාධක මිල

14. ඉල්ලුම් රේඛාව වමේ සිට දකුණට පහළට බෑවුම් වීමට හේතුව වන්නේ,

    1. මිලත් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය සමඟ පවතින ධන සම්බන්ධය

    2. මිලත් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයත් අතර පවතින ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවය

    3. මිල වැඩිවන විට ඉල්ලුම වැඩි වීම

    4. ඉහත කිසිවත් නොවේ

15. ඉල්ලුම් න්‍යාය පැහැදිලි කරන නිවැරදි ප්‍රකාශය වන්නේ,

    1. මිලත් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයත් අතර පවතින ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධය.

    2. ඉල්ලුම් තීරකයන්ගේ වෙනස්වීමකට සාපේක්ෂව ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස් වීම විග්‍රහ කිරීම.

    3. මිලත් සැපයුම් ප්‍රමාණයත් අතර පවතින අනුලෝම සම්බන්ධය.

    4. මිල වෙනස්වීමකට සාපේක්ෂව ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස් වීමයි.

16. හරස් ඉල්ලුම් නම්‍යතා සංගුණකය ධන අගයක් ගන්නේ නම් එම භාණ්ඩය,

    1. සාමාන්‍ය භාණ්ඩයකි.

    2. අනුපූරක භාණ්ඩයකි.

    3. බාල භාණ්ඩයකි.

    4. ආදේශන භාණ්ඩයකි.

© 2021 JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

17. පහත සඳහන් ඒවා අතුරෙන් Y භාණ්ඩයේ ආදායම් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය නිර්වචනය කරන්නේ කුමකින්ද?

1. Y භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය
   ―――――――――――
   පාරිභෝගික ආදායම

2. අනෙකුත් සියළුම භාණ්ඩවල ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය ප්‍රතිශතක වෙනස
   ―――――――――――
   Y භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ ප්‍රතිශතක වෙනස

3. පාරිභෝගික ආදායමේ ප්‍රතිශතක වෙනස
   ―――――――――――
   Y භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ ප්‍රතිශතක වෙනස

4. Y භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ ප්‍රතිශතක වෙනස
   ―――――――――――
   පාරිභෝගික ආදායමේ ප්‍රතිශතක වෙනස

18. ඉල්ලුම් වක්‍රය වමට විතැන් වන්නේ,

1. භාණ්ඩයේ මිල පහත වැටීමෙනි.
2. අනුපූරක භාණ්ඩයක මිල වැඩිවීමකිනි.
3. අනුපූරක භාණ්ඩයක මිල පහත වැටීමෙනි.
4. ආදේශක භාණ්ඩයක මිල වැඩි වීමකිනි.

19. සැපයුම් නම්‍යතාවය තීරණය කරන සාධක ලෙස පහත සඳහන් දෑ දී ඇත.

A. නිෂ්පාදන සාධකවල සංචලනය

B. තොග පවත්වාගෙන යාමේ හැකියාව

C. භාණ්ඩය අත්‍යාවශ්‍ය භාණ්ඩයක් ද නැතහොත් සුඛෝපභෝගී භාණ්ඩයක් ද යන වග.

D. නිෂ්පාදනයේ සැපයුම වෙනස් කිරීමට ගතවන කාලය.

ඉහත සඳහන් දෑ අතුරෙන් සැපයුම් නම්‍යතාවය තීරණය කරන නිවැරදි සාධකය පෙන්නුම් කරන්නේ:

1. (A), (B) සහ (D) පමණි.
2. (A), (B) සහ (C) පමණි.
3. (A), (C) සහ (D) පමණි.
4. (B), (C) සහ (D) පමණි.

JMC vLearning "your virtual learning partner"

© 2021 JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

20. A. භාණ්ඩයකට තිබෙන කැමැත්ත

B. මිලදී ගැනීමේ හැකියාව

C. භාණ්ඩයක් මිලදී ගැනීමට ඇති සූදානම

D. භාණ්ඩයක නිෂ්පාදන පිරිවැය

ඉහත සඳහන් දෑ අතුරෙන් සඵල ඉල්ලුමක් ඇති වීමට බලපාන නිවැරදි කොන්දේසි පෙන්නුම් කරන්නේ,

1. (A), (B) සහ (D) පමණි.
2. (A), (B) සහ (C) පමණි.
3. (A), (C) සහ (D) පමණි.
4. (B), (C) සහ (D) පමණි.

21. හරස් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය (-) ඍණ නම් එම භාණ්ඩය

1. අනුපූරක භාණ්ඩයකි.
2. ආදේශන භාණ්ඩයකි.
3. බාල භාණ්ඩයකි.
4. සාමාන්‍ය භාණ්ඩයකි.

22. භාණ්ඩයක මිල අඩු වීමට ප්‍රතිචාරයක් වශයෙන් පාරිභෝගිකයා එම භාණ්ඩය වැඩියෙන් මිලදී ගනී. එහි ප්‍රතිඵලය වන්නේ,

1. පාරිභෝගිකයාගේ ඉල්ලුම් වක්‍රය වමට විතැන් විමයි.
2. පාරිභෝගිකයාගේ ඉල්ලුම් වක්‍රය දිගේ පහළට ගන් කිරීමයි.
3. නිෂ්පාදන හැකියා වක්‍රය දකුණට විතැන් වීමයි.
4. ආදේශක භාණ්ඩවල මිල ඉහල යෑමයි.

23. Y භාණ්ඩය සම්බන්ධයෙන් X භාණ්ඩයේ හරස් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය විස්තර කරනු ලබන්නේ,

1. X භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ ප්‍රතිශතක වෙනස / Y භාණ්ඩයේ මිලෙහි ප්‍රතිශතක වෙනස ලෙසය.

2. Y භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ ප්‍රතිශතක වෙනස / X භාණ්ඩයේ මිලෙහි ප්‍රතිශතක වෙනස ලෙසය.

JMC vLearning
"your virtual learning partner"

© 2021 JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

3. X හා Y භාණ්ඩ සංයෝජනයෙහි ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයෙහි ප්‍රතිශතක වෙනස / ඒවායෙහි ඒකාබද්ධ මිලෙහි ප්‍රතිශතක වෙනස ලෙසය.

4. X භාණ්ඩයෙහි ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ ප්‍රතිශතක වෙසන / X භාණ්ඩයෙහි ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ ප්‍රතිශතක වෙනස ලෙසය.

24. ඇඟලුම් සඳහා සැපයුම් වක්‍රය දකුණට විතැන් වීමට පහත සඳහන් දෑ අතුරෙන් හේතු වන්නේ,

1. පාරිභෝගිකයින්නගේ ආදායමෙහි වැඩිවීමක්
2. ඇඟලුම් නිෂ්පාදනය සඳහා භාවිතා කරන ආනයනය කරනු ලබන කපු නූල් මත පනවන බද්දෙහි අඩු වීමක්
3. ඇඟලුම් නිෂ්පාදකයන්ගේ සංගමය මඟින් කරනු ලබන සාර්ථක ප්‍රචාරණ ව්‍යාපාරයක්
4. ඇඟලුම්වල විකුණුම් මිලෙහි වැඩි වීමක්

25. පහත සඳහන් දෑ අතුරෙන් ව්‍යුත්පන්න ඉල්ලුම් සඳහා උදාහරණයක් නොවන්නේ,

1. ශ්‍රමය
2. භූමිය හෝ ප්‍රාග්ධනය
3. ව්‍යවසායකත්වය
4. ස්වර්ණාභරණ

JMC vLearning "your virtual learning partner"

© 2021 JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd