JMC vLearning
"your virtual learning partner"

වෙළඳපොල ඉල්ලුම, සැපයුම හා සමතුලිතය

AAT අදියර I
ECN - ආර්ථික විද්‍යාව

ප්‍රසාද් බාලසූරිය
LICA

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

03. වෙළඳපොල ඉල්ලුම, සැපයුම හා සමතුලිතය

ආවරණය වන උපමාතෘකා

3-1 වෙළඳපොල ඉල්ලුම

3-2 වෙළඳපොල සැපයුම

3-3 වෙළඳපොල සමතුලිතය

3-4 නම්‍යතාවය

3-5 ප්‍රශ්න පොතට

3.1 වෙළඳපොල ඉල්ලුම

වෙළඳපොලක් යනු,

භාණ්ඩයක්, සේවාවක් හෝ නිෂ්පාදන සාධකයක් මිලදී ගැනීමේ හෝ විකිණීමේ අරමුණින්, ඒවායේ මිල හා විකුණුම් ප්‍රමාණය තීරණය කර ගැනීමට ගැණුම්කරුවන් හා විකුණුම්කරුවන් අතර අදහස් හුවමාරු කර ගැනීමට සැකසී ඇති වැඩ පිළිවෙලකි.

<u>වෙළඳපොල ඉල්ලුම නිර්වචනය</u>

කිසියම් දෙන ලද කාලපරිච්ඡේදයක් තුළ ඉල්ලුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් කරුණු නොවෙනස්ව තිබියදී, කිසියම් භාණ්ඩයක් සම්බන්ධයෙන් පැවතිය හැකි විකල්ප මිල ගණන් යටතේ, පාරිභෝගිකයන් විසින් ඉල්ලුම් කරන විවිධ ප්‍රමාණයන්ය.

සඵලදායී ඉල්ලුමක් ඇති වීමට බලපාන ප්‍රධාන සාධක 03 කි.

1. --
2. --
3. --

<u>ඉල්ලුම නිර්ණය කරන සාධක</u>

එනම්, පාරිභෝගික ඉල්ලුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපාන සාධකයි. ඒවානම්,

1. --
2. --
3. --
4. --
5. --
6. --
7. --

JMC Learning "your virtual learning partner"

ඉල්ලුම් ශ්‍රිතය

කිසියම් භාණ්ඩයකින් ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණය කෙරෙහි බලපාන සාධක ශ්‍රිතයක් ආකාරයෙන් ගොඩනැංවීම "ඉල්ලුම් ශ්‍රිතය" ලෙස හඳුන්වයි.

$$Qd = F\{P, P_n, Y, T, Ex, N, O\}$$

ඉල්ලුම් නීතිය

ඉල්ලුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපාන සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල හැර අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබියදී, කිසියම් භාණ්ඩයක මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අතර ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවයක් පවතින බව ඉල්ලුම් නීතියෙන් ප්‍රකාශ කෙරේ.

ඉල්ලුම් නීතියට හේතු 02 කි.

1. ආදේශන ප්‍රතිවිපාකය
2. ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය

1. **ආදේශන ප්‍රතිවිපාකය**

එනම්, සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල වෙනස්වීම මත, එම භාණ්ඩය ආදේශක භාණ්ඩ වලට වඩා සාපේක්ෂව ලාභදායී වීම හෝ අලාභදායී වීම හේතු කරගෙන සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුමට ඇතිවන බලපෑමයි.

උදාහරණ:

සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල අඩු වීම → **ආදේශකයන්ට සාපේක්ෂව සලකා බලන භාණ්ඩය ලාභදායී වීම** → සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම ඉහළ යාම

2. **ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය**

මුදල් ආදායම ස්ථාවරව තිබියදී, සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල වෙනස්වීම හේතුවෙන්, මූර්ත ආදායම වෙනස් වී, සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුමට ඇතිවන බලපෑමයි.

උදාහරණ:

සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල අඩු වීම → **පාරිභෝගික මූර්ත ආදායම ඉහල යයි** → සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම ඉහළ යාම

ඉල්ලුම් නීතිය නිරූපනය කළ හැකි ආකාර

ඉල්ලුම් නීතිය නිරූපනය කළ හැකි ආකාර 03 කි.

1. ඉල්ලුම් ලේඛනය

මෙහිදී යම් නිශ්චිත කාලපරිච්ඡේදයක් තුළ යම්කිසි භාණ්ඩයක් සම්බන්ධයෙන් වෙළඳපොලේ පැවතිය හැකි විවිධ මිල ගණන් යටතේ පාරිභෝගිකයින් විසින් මිලදී ගැනීමට සූදානම් විවිධ ප්‍රමාණයන් ලේඛනයක ආකාරයට දැක්වීම අදහස් කරයි.

උදාහරණ:

මිල (P)	ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය (Qd)
0	100
5	80
10	60
20	20
25	0

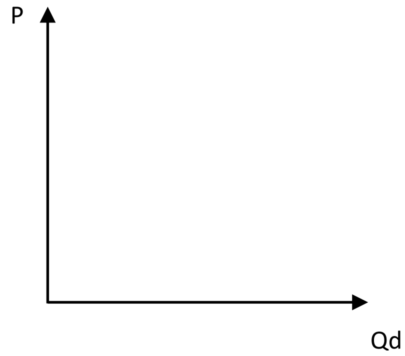
JMC vLearning "your virtual learning partner"

2. ඉල්ලුම් වක්‍රය

ඉල්ලුම් නීතියේ ප්‍රස්ථාරික නිරූපනය "ඉල්ලුම් වක්‍රය" ලෙස හඳුන්වයි.

කිසියම් නිශ්චිත කාලසීමාවක් තුළ කිසියම් භාණ්ඩයක් සම්බන්ධයෙන් විවිධ මිල ගණන් යටතේ, ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණයන් දැක්වෙන රේඛාව "ඉල්ලුම් වක්‍රය" ලෙස තව දුරටත් හැඳින්විය හැක.

උදාහරණ:



3. ඉල්ලුම් සමීකරණය

මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අතර පවතින සම්බන්ධතාවය වීජ ගණිතමය ප්‍රකාශයක් ලෙස ඉදිරිපත් කිරීම මෙහිදී සිදු වේ.

$$Qd = a - bp$$

----

a – මිල 0 දී ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය

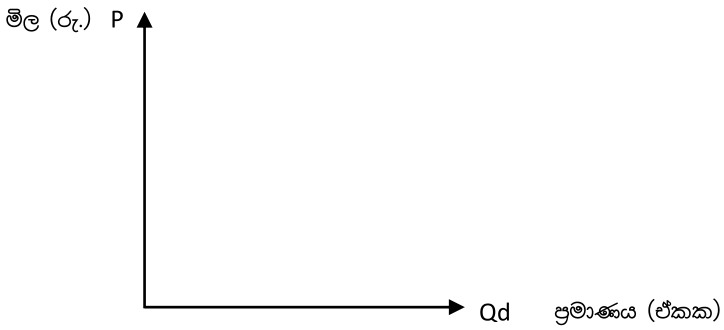
$b - \frac{\Delta Qd}{\Delta P}$ (බෑවුමේ පරස්පරය)

Qd – ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය

P – සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල

ඉල්ලුම් නීතියට පටහැනි අවස්ථා

- එනම් මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අතර අනුලෝම සම්බන්ධතාවයක් පවතින අවස්ථා වේ.
- මෙහිදී ඉල්ලුම් වක්‍රය පහත පරිදි වේ.



JMC vLearning "your virtual learning partner"

- එවැනි අවස්ථා සඳහා උදාහරණ 03 කි.
  - ✓ --
  - ✓ --
  - ✓ --

ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ වෙනස හා ඉල්ලුමේ වෙනස

ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ වෙනස

- ඉල්ලුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපාන සෙසු සාධක නොවෙනස්ව තිබියදී, සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල වෙනස්වීමට **ප්‍රතිචාරීව** ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ ඇතිවන වෙනස්වීම මෙයින් අදහස් කෙරේ.

- ඉල්ලුම ප්‍රමාණය වෙනස්වන අවස්ථා 02 කි.

1. ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩි වීම. (ඉල්ලුම් ප්‍රසාරණය)
   - ✓ මෙහිදී සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල අඩුවන අතර ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩි වේ.
   - ✓ ඉල්ලුම් වක්‍රය දිගේ ලක්ෂ්‍ය පහල ගමන් කිරීමක් මෙහිදී සිදු වේ.

   ----

2. ඉල්ලුම ප්‍රමාණය අඩු වීම. (ඉල්ලුම් සංකෝචනය)
   - ✓ මෙහිදී සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල වැඩි වන අතර ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අඩු වේ.
   - ✓ ඉල්ලුම් වක්‍රය දිගේ ලක්ෂ්‍ය ඉහල ගමන් කිරීමක් සිදු වේ.

JMC vLearning "your virtual learning partner"

<u>ඉල්ලුම වෙනස් වීම</u>

ඉල්ලුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපාන සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල හැර වෙනත් ඕනෑම සාධකයක වෙනස්වීම මත ඉල්ලුම වෙනස් වීමයි.

ඉල්ලුම වෙනස්වන අවස්ථා 02 කි.

1. ඉල්ලුම වැඩි වීම

- ✓ පහත සාධක හේතුවෙන් ඉල්ලුම වැඩි වේ.
  - ✓ ---
  - ✓ ---
  - ✓ ---
  - ✓ ---
  - ✓ ---
- ✓ මෙහිදී ඉල්ලුම් වක්‍රය දකුණට විතැන් වේ.

2. ඉල්ලුම අඩු වීම

- ✓ පහත සාධක හේතුවෙන් ඉල්ලුම අඩු වේ.
  - ✓ ---
  - ✓ ---
  - ✓ ---
  - ✓ ---
  - ✓ ---

JMC vLearning "your virtual learning partner"

✓ මෙහිදී ඉල්ලුම් වක්‍රය වමට විතැන් වේ.

3.2 වෙළඳපොල සැපයුම

වෙළඳපොල සැපයුම,

යම් නිශ්චිත කාලපරිච්ඡේදයක් තුල සැපයුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබියදී, කිසියම් භාණ්ඩයක් සඳහා වෙළඳපොලේ පැවතිය හැකි විවිධ මිල ගණන් යටතේ නිෂ්පාදකයා විසින් සැපයීමට සූදානම් විවිධ ප්‍රමාණයන්ය.

සඵල සැපයුමක් ඇති වීමට බලපාන ප්‍රධාන සාධක 02 කි.

1. සැපයුම්කරුට භාණ්ඩය සැපයීමට කැමැත්තක් තිබිය යුතුය.
2. සැපයීමට නිෂ්පාදකයාට හැකියාවක් තිබිය යුතුය.

සැපයුම තීරණය කරන සාධක

1. ---
2. ---
3. ---
4. ---
5. ---
6. ---
7. ---
8. ---

JMC vLearning "your virtual learning partner"

<u>සැපයුම් ශ්‍රිතය</u>

කිසියම් භාණ්ඩයකට අයත් සැපයුම් ප්‍රමාණයත්, එය තීරණය වීමට බලපාන සාධකත් අතර සම්බන්ධතාවය ශ්‍රිතයක් ආකාරයෙන් ගොඩ නැංවීම "සැපයුම් ශ්‍රිතය" ලෙස හඳුන්වයි.

$$Qs = F\{P, C, T, Pn, Ex, N, G, O\}$$

<u>සැපයුම් නීතිය</u>

සැපයුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබියදී, කිසියම් භාණ්ඩයක මිල හා සැපයුම් ප්‍රමාණය අතර අනුලෝම සම්බන්ධතාවයක් පවතින බව සැපයුම් නීතියෙන් ප්‍රකාශ කෙරේ.

සැපයුම් නීතියට බලපාන හේතු 02 කි.

1. සපයන භාණ්ඩයේ මිල වැඩිවන විට (සැපයුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබියදී) එම භාණ්ඩය සැපයීමට නිෂ්පාදක කැමැත්ත ඉහල යයි.

2. සපයන භාණ්ඩයේ මිල වැඩිවන විට (සැපයුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබියදී) භාණ්ඩය සැපයීමට නිෂ්පාදක සතු හැකියාව වර්ධනය වේ.

<u>සැපයුම් නීතිය නිරූපණය කළ හැකි ආකාර</u>

සැපයුම් නීතිය නිරූපණය කළ හැකි ආකාර 03 කි.

1. සැපයුම් ලේඛනය

යම් නිශ්චිත කාලපරිච්ඡේදයක් තුල, කිසියම් භාණ්ඩයක් සම්බන්ධයෙන් වෙළඳපොලේ පැවතිය හැකි විවිධ මිල ගණන් යටතේ සැපයුම්කරුවන් විසින් සැපයීමට සූදානම් විවිධ ප්‍රමාණයන් ලේඛනයක් ආකාරයට දැක්වීමයි.

උදාහරණ:

මිල (P)	සැපයුම් ප්‍රමාණය (Qs)
0	0
5	20
10	40
15	60
20	80
25	100

2. සැපයුම් වක්‍රය

සැපයුම් නීතියේ ප්‍රස්ථාරික නිරූපණය "සැපයුම් වක්‍රය" ලෙස හඳුන්වයි.
කිසියම් නිශ්චිත කාල සීමාවක් තුල කිසියම් භාණ්ඩයක් සම්බන්ධයෙන්, විවිධ මිල ගණන් යටතේ, සැපයුම් කරන විවිධ ප්‍රමාණයන් දැක්වෙන රේඛාව "සැපයුම් වක්‍රය" ලෙස හඳුන්වයි.

3. සැපයුම් සමීකරණය

මිල හා සැපයුම් ප්‍රමාණය අතර පවතින සම්බන්ධතාවය වීජ ගණිතමය ප්‍රකාශයන් ලෙස ඉදිරිපත් කිරීම මෙහිදී සිදු වේ.

JMC vLearning "your virtual learning partner"

Qs = a + bp

a – මිල 0 දී සැපයුම් ප්‍රමාණය

$b - \frac{\Delta Qs}{\Delta P}$ (බෑවුමේ පරස්පරය)

Qs – සැපයුම් ප්‍රමාණය

P – සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල

<u>සැපයුම් ප්‍රමාණයේ වෙනස හා සැපයුමේ වෙනස</u>

සැපයුම් ප්‍රමාණයේ වෙනස

- ✓ සැපයුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපාන සෙසු සාධක නොවෙනස්ව තිබියදී සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල වෙනස් වීමට ප්‍රතිචාරව සැපයුම් ප්‍රමාණයේ ඇතිවන වෙනස් වීම මෙයින් අදහස් කෙරේ.

- ✓ සැපයුම් ප්‍රමාණය වෙනස්වන අවස්ථා 02 කි.

1. **සැපයුම් ප්‍රමාණය වැඩි වීම**

   - මෙහිදී සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල වැඩි වන විට සැපයුම් ප්‍රමාණය වැඩි වේ.
   - මෙහිදී සැපයුම් වක්‍රය දිගේ ලක්ෂ්‍ය ඉහලට ගමන් කිරීමක් දැකිය හැකිය.

2. **සැපයුම් ප්‍රමාණය අඩු වීම**

   - මෙහිදී සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල අඩුවන අතර, සැපයුම් ප්‍රමාණය වැඩි වේ.
   - මෙහිදී සැපයුම් වක්‍රය දිගේ ලක්ෂ්‍ය පහළ ගමන් කිරීම සිදු වේ.

JMC vLearning "your virtual learning partner"

සැපයුම වෙනස්වීම

- සැපයුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපාන සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල හැර වෙනත් ඕනෑම සාධකයක වෙනස්වීම මත සැපයුම වෙනස් වීමයි.
- සැපයුම වෙනස් වන අවස්ථා 02 කි.

1. සැපයුම් වැඩි වීම

➢ පහත සාධක හේතුවෙන් සැපයුම වැඩි වේ.

➢ --
➢ --
➢ --
➢ --
➢ --
➢ --
➢ --

➢ මෙහිදී සැපයුම් වක්‍රය දකුණට විතැන් වේ.

2. සැපයුම අඩු වීම

➢ පහත සාධක හේතුවෙන් සැපයුම අඩු වේ.

JMC vLearning "your virtual learning partner"

➢ මෙහිදී සැපුයම් වක්‍රය වමට විතැන් වේ.

ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් වලදී ඉල්ලුම්, සැපයුම් සංකල්පවලට ඇති වැදගත්කම

- විකුණුම් ඇස්තමේන්තු පිළියෙල කිරීම
- මිල තීරණය කිරීමේ ප්‍රතිපත්ති
- මිල නොවන ප්‍රතිපත්ති
- විවිධාංගීකරණය කිරීම

3.3 වෙළඳපොල සමතුලිතය

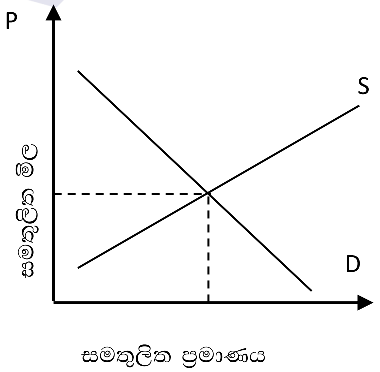
පාරිභෝගික අපේක්ෂාවන් හා නිෂ්පාදන අපේක්ෂාවන් එකිනෙක ගැටෙන සුළු නමුත්, එක් අවස්ථාවකදී එම අපේක්ෂාවන් එකඟ වන ස්ථානයක් දැකිය හැකිය. එය වෙළඳපොල සමතුලිතයයි.

වෙළඳපොල සමතුලිතය යනු,

➢ වෙළඳපොල ඉල්ලුම හා සැපයුම එකිනෙක සමාන වන අවස්ථාවයි.
➢ ඉල්ලුම් හා සැපයුම් වක්‍ර ඡේදනය වන අවස්ථාවයි.
➢ අධි ඉල්ලුම් හෝ අධි සැපයුම් තත්ත්ව නොමැති අවස්ථාවයි.
➢ වෙළඳපොල හිස් කරන අවස්ථාවයි.

වෙළඳපොල සමතුලිතය ගණනය කරන ආකාර

1. ඉල්ලුම් හා සැපයුම් වක්‍ර ඇසුරින්



JMCvLearning "your virtual learning partner"

2. ඉල්ලුම් හා සැපයුම් සමීකරණ ඇසුරින්,

$$Qd = Qs$$
$$a - bP = a + bP$$

උදාහරණ 01

භාණ්ඩයක් සඳහා ඉල්ලුම් හා සැපයුම් සමීකරණයක් ඔබට සපයා ඇත.

$$Qd = 2800 - 25P$$
$$Qs = -200 + 100P$$

(i) සමතුලිත මිල ගණනය කරන්න.

(ii) සමතුලිත ප්‍රමාණය ගණනය කරන්න. (2017 ජනවාරි)

- වෙළඳපොල සමතුලිතයක් පවත්වාගෙන යාම වලක්වන අවස්ථා 02 කි. මෙහිදී සමතුලිත මිල නොව වෙනත් මිලක් වෙළඳපොල තුල දැකිය හැකිය.
  1. අධි ඉල්ලුම
  2. අධි සැපයුම

අධි ඉල්ලුම

- අධි ඉල්ලුම යනු, කිසියම් භාණ්ඩයක් සම්බන්ධයෙන් වෙළඳපොල සැපයුම ඉක්මවා ඇති ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වේ.
- මෙහිදී සමතුලිත මිලට වඩා පහල මිලක් වෙළඳපොල තුල දක්නට ලැබේ.

අධි සැපයුම

- යනු, කිසියම් භාණ්ඩයක් සම්බන්ධයෙන් වෙළඳපොල ඉල්ලුම ඉක්මවා ඇති සැපයුම් ප්‍රමාණය වේ.
- මෙහිදී සමතුලිත මිලට වඩා ඉහළ මිලක් වෙළඳපොල තුළ ක්‍රියාත්මකයි.

JMC vLearning "your virtual learning partner"

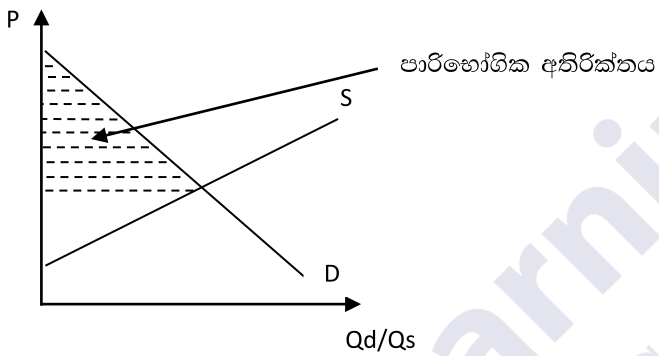
පාරිභෝගික අතිරික්තය

- එනම්, භාණ්ඩයක් සඳහා පාරිභෝගිකයා ගෙවීමට කැමති මිලත් සැබවින්ම ගෙවන මිලත් අතර වෙනසයි.
- සරල දැක්වුවහොත් පාරිභෝගිකයා ලබන වාසියයි.

ගණනය කරන ආකාරය

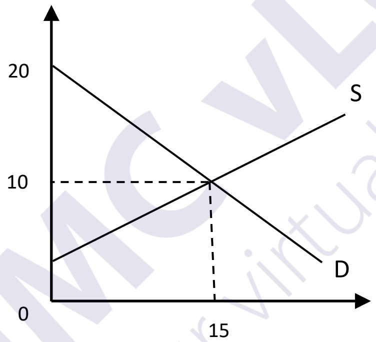
පාරිභෝගික අතිරික්තය = $\frac{1}{2}$ (උපරිම ඉල්ලුම් මිල – සමතුලිත මිල) x සමතුලිත ප්‍රමාණය

ප්‍රස්ථාරික පෙන්නුම් කරන ආකාරය



උදාහරණ 01

භාණ්ඩයක් සම්බන්ධව ඉල්ලුම් හා සැපයුම් වක්‍ර පහත සඳහන් රූප සටහනේ දැක්වේ.



පාරිභෝගික අතිරික්තය ගණනය කරන්න. (2015 ජූලි)

නිෂ්පාදන අතිරික්තය

- යනු, සැපයුම්කරුවෙක් භාණ්ඩයක් සැපයීම වෙනුවෙන් අපේක්ෂා කරන අවම මිලත්, සැබවින්ම වෙළඳපොලෙන් ලැබෙන මිලත් අතර වෙනසයි.
- එනම් නිෂ්පාදකයා ලබන වාසියයි.

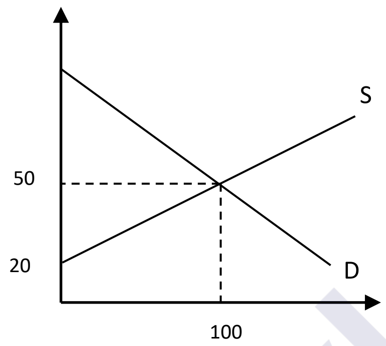
ගණනය කරන ආකාරය

JMC vLearning "your virtual learning partner"

ප්‍රස්ථාරිකව පෙන්නුම් කරන ආකාරය

උදාහරණ 01

භාණ්ඩයක් සඳහා ඉල්ලුම් හා සැපයුම් වක්‍ර පහත දැක්වේ.



නිෂ්පාදන අතිරික්තය ගණනය කරන්න.

(2016 ජනවාරි)

වෙළඳපොල සමතුලිතය වෙනස් වීම

වෙළඳපොල පවතින විවිධ හේතු පදනම් කර ගනිමින් වෙළඳපොලේ තීරණය වී ඇති සමතුලිතය වෙනස් විය හැක. එම සමතුලිතයේ සිදුවන වෙනස්වීම් ප්‍රධාන අංශ 2 ක් යටතේ සලකා බැලිය හැක.

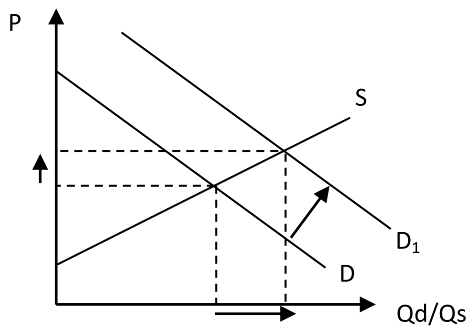
1. වෙළඳපොලේ බල වේගවල සිදුවන වෙනස්වීම් නිසා සමතුලිතය වෙනස් වීම.
2. වෙළඳපොලට රජය මැදිහත් වීම නිසා සමතුලිතය වෙනස් වීම (මෙය රාජ්‍ය මැදිහත් වීම් පරිච්ඡේදයේදී සාකච්ඡා කෙරේ)

වෙළඳපොල බලවේගවල සිදුවන වෙනස්වීම් නිසා සමතුලිතය වෙනස් වීම

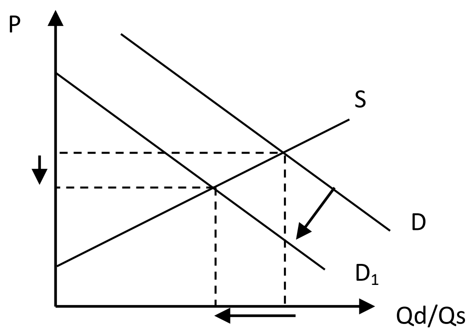
මෙය ප්‍රධාන කොටස් 03 ක් යටතේ සාකච්ඡා කල හැකිය.

1. සැපයුම ස්ථාවරව තිබියදී ඉල්ලුම වෙනස් වීම.

- ඉල්ලුම වැඩි වීම

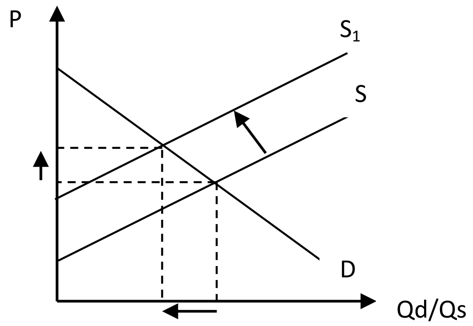


- ඉල්ලුම අඩු වීම

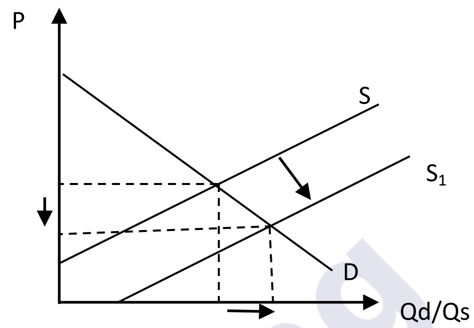


2. ඉල්ලුම ස්ථාවරව තිබියදී සැපයුම වෙනස් වීම.

- සැපයුම අඩු වීම



- සැපයුම වැඩි වීම

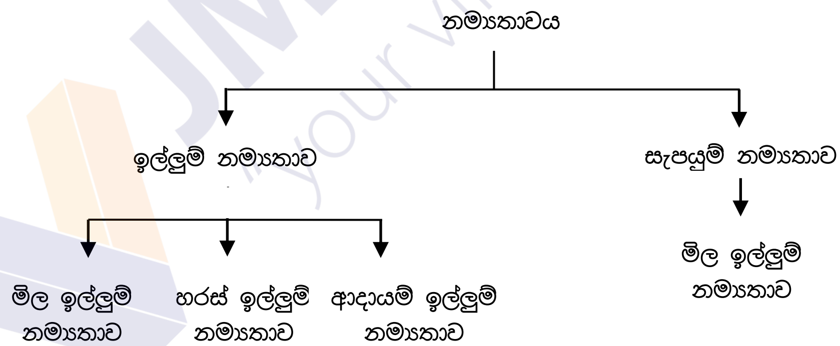


3. ඉල්ලුම හා සැපයුම් බලවේග දෙකම වෙනස් වීම.

- ඉල්ලුම හා සැපයුම දෙකම වැඩි වීම.
- ඉල්ලුම හා සැපයුම දෙකම අඩු වීම.
- ඉල්ලුම වැඩිවන අතර සැපුයම අඩු වීම.
- සැපයුම වැඩිවන අතර ඉල්ලුම අඩු වීම.

3.4 නම්‍යතාවය

ශ්‍රිතාත්මක සබඩතාවයක් දක්නට ලැබෙන ඕනෑම අවස්ථාවක, එම ශ්‍රිතයේ අඩංගු ස්වායත්ත විචල්‍යයක් වෙනස් වූ විට, පරායත්ත විචල්‍යය දක්වනු ලබන ප්‍රතිචාරයේ මට්ටම ගණනය කරන දර්ශකයක් ලෙස "නම්‍යතාවය" දැක්විය හැක.



ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය

ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය යනු,

ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන සාධකත්, ඉල්ලුමේ ප්‍රමාණයත් අතර සබඩතාවය ගණනය කරන දර්ශකයයි. මෙය ප්‍රධාන සංකල්ප තුනක් යටතේ විග්‍රහ කල හැක.

1. මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය
2. හරස් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය
3. ආදායම් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය

JMC vLearning "your virtual learning partner"

(01) මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය

භාණ්ඩයක මිලත්, එහි ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයත් අතර පවතින සංවේදීතාවය, මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය තුලින් ප්‍රකාශ කෙරේ.

මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය ගණනය කෙරෙන ආකාර කිහිපයකි.

❖ ප්‍රතිශත ක්‍රමය

$$PED = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%} \quad \begin{matrix}\text{(ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ ප්‍රතිශතක වෙනස)} \\ \text{(මිලේ ප්‍රතිශතක වෙනස)}\end{matrix}$$

❖ ලක්ෂ්‍ය නම්‍යතාවය

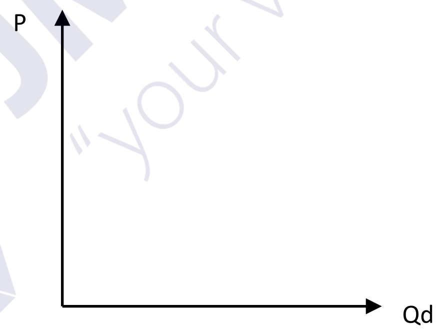
$$PED = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

❖ චාප නම්‍යතාවය

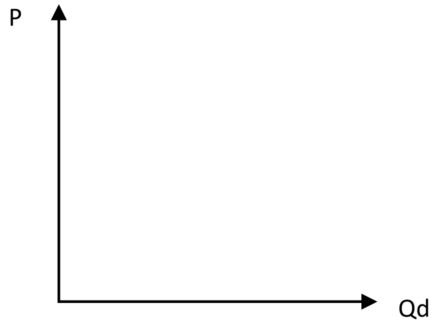
$$PED = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_1+P_2}{Q_1+Q_2}$$

ඉහත ආකාරයට ඉල්ලුමේ මිල නම්‍යතාවය ගණනය කර, නම්‍යතා සංගුණකය ලබා ගනී. එලෙස ලැබෙන නම්‍යතා සංගුණකයේ අගය පදනම් කරගෙන නම්‍යතා වර්ග 05 ක් හඳුනා ගනී.

1. **පූර්ණ අනම්‍ය ඉල්ලුම**
   - සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිලේ ප්‍රතිශතක වෙනසට ප්‍රතිචාරීව එහි ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය කිසිසේත් නොවෙනස්ව පවතින තත්ත්වයකි.
   - මෙහිදී ඉල්ලුම් නම්‍යතා සංගුණකය 0 කි.
   - මෙහිදී ඉල්ලුම් වක්‍රය පහත පරිදි වේ.

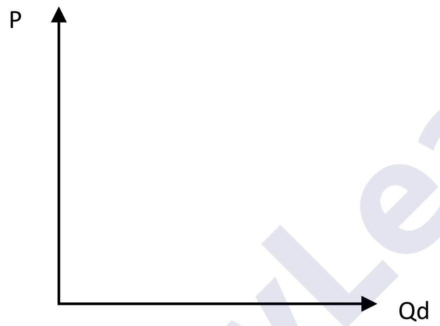


2. **අනම්‍ය ඉල්ලුම**
   - සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිලේ ප්‍රතිශතක වෙනසට අඩු ප්‍රතිශතයකින් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස් වීම මෙහිදී සිදු වේ.
   - නම්‍යතා සංගුණකය 0 – 1 වේ.
   - ඉල්ලුම් වක්‍රය පහත පරිදි වේ.



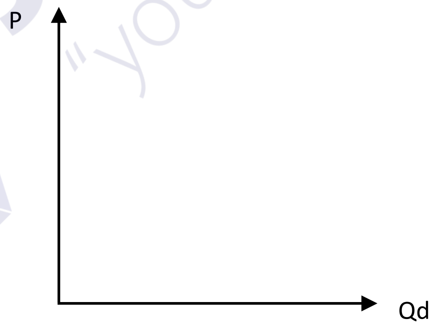
3. **ඒකීය නම්‍ය ඉල්ලුම**

- සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිලේ ප්‍රතිශතක වෙනසට සමාන ප්‍රතිශතයකින් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස්වන තත්ත්වයකි.
- මෙහිදී නම්‍යතා සංගුණකය 1 වේ.
- මෙහිදී ඉල්ලුම් වක්‍රය සෘජුකෝණාස්‍රාකාර බහුවලයක හැඩය ගනී.



4. **නම්‍ය ඉල්ලුම**

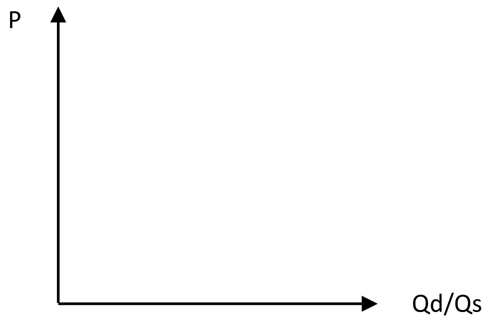
- සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිලේ ප්‍රතිශතක වෙනසට වඩා වැඩි ප්‍රතිශතයකින් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස්වන තත්ත්වයකි.
- මෙහිදී නම්‍යතා සංගුණකය 1 ට වැඩි වේ.
- මෙහිදී ඉල්ලුම් වක්‍රය පහත පරිදි වේ.



5. **පූර්ණ නම්‍ය ඉල්ලුම**

- සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිලේ ඉතා සුළු ප්‍රතිශතක වෙනස්වීමට ප්‍රතිචාර වශයෙන් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය ඉතා විශාල වශයෙන් වෙනස්වන තත්ත්වය.
- නම්‍යතා සංගුණකය ∝ වේ.
- ඉල්ලුම් වක්‍රය පහත පරිදි වේ.

JMC vLearning "your virtual learning partner"



උදාහරණ :

යම්කිසි භාණ්ඩයක මිල රු. 16/- සිට රු. 20/- ට වැඩි වන විට, එම භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය ඒකක 80 සිට ඒකක 60 දක්වා පහත වැටේ. ඉල්ලුම් නම්‍යතාව ගණනය කරන්න.

PED = ___________

= ___________

= ___________

මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය තීරණය කරන සාධක

- සලකා බලන භාණ්ඩය සඳහා පවතින ආදේශන භාණ්ඩවල සුලභතාවය
  - සමීප ආදේශක නොමැති විට අනම්‍ය ඉල්ලුමක් පවතින අතර,
  - සමීප ආදේශක පවතින විට නම්‍ය ඉල්ලුමක් හට ගනී.

  උදා: එළවළු සඳහා අනම්‍ය ඉල්ලුමක් ද, කැරට් සඳහා නම්‍ය ඉල්ලුමක් ද පැවතීම.

- සලකා බලන භාණ්ඩයේ ස්වභාවය
  - අත්‍යාවශ්‍ය භාණ්ඩ සඳහා අනම්‍ය ඉල්ලුමක් ද,
  - සුඛෝපභෝගී භාණ්ඩ සඳහා නම්‍ය ඉල්ලුමක් ද, පැවතීම මින් අදහස් කරයි.

  උදා: සහල් සඳහා අනම්‍ය ඉල්ලුමක් ද, අයිස්ක්‍රීම් සඳහා නම්‍ය ඉල්ලුමක් ද පැවතීම.

- කිසියම් භාණ්ඩයක් සඳහා පාරිභෝගිකයා තම ආදායමින් වැය කරන ප්‍රතිශතය
  - පාරිභෝගිකයා තම ආදායමින් වැඩි ප්‍රතිශතයක් වැය කරන භාණ්ඩ සඳහා නම්‍ය ඉල්ලුමක් ද,
  - පාරිභෝගිකයා තම ආදායමින් අඩු ප්‍රතිශතයක් වැය කරන භාණ්ඩ සඳහා අනම්‍ය ඉල්ලුමක් ද පවතී.

  උදා: ගිනි පෙට්ටි සඳහා අනම්‍ය ඉල්ලුමක් පැවතීම.

- ඇබ්බැහි වූ භාණ්ඩයක් ද යන වග
  - ඇබ්බැහි වූ භාණ්ඩ සාදන අනම්‍ය ඉල්ලුමක් පවතී.

  උදා: සිගරට්

- සලකා බලන කාලය
  - කෙටි කාලීනව භාණ්ඩ සඳහා අනම්‍ය ඉල්ලුමක් ද,
  - දීර්ඝ කාලීනව භාණ්ඩ සඳහා නම්‍ය ඉල්ලුමක් ද පවතී.
- භාණ්ඩයට ඇති විකල්ප භාවිත සංඛ්‍යාව

JMC Learning "your virtual learning partner"

මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවේ වැදගත්කම

- ආදායම උපරිම කෙරෙන අවස්ථාවක නිමැවුම සඳහා තීරණය කළ හැකි වීම.
- ව්‍යාපාර ආයතනයකට ඇති ඒකාධිකාරී ශක්තිය නිශ්චය කළ හැකි වීම.
- වක්‍ර බදු පැනවීමේදී අදාල භාණ්ඩ තෝරා ගැනීම.
- පාරිභෝගිකයන්ට, නිෂ්පාදකයන්ට හා ආර්ථික සම්පාදකයන්ට තීරණ ගැනීමට නම්‍යතා සංකල්ප වැදගත් වීම.
- ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය සඳහා භාවිතා කල හැකි වීම.

(02) හරස් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය

කිසියම් භාණ්ඩ යුගයක් අතර පවතින සම්බන්ධතාවයක් පවතින අවස්ථාවකදී, ඒත් භාණ්ඩයක මිල වෙනස්වීමක්, අනෙක් භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස්වීම කෙරෙහි දක්වන සංවේදීතාවය මනින මිනුමයි.

හරස් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය පහත පරිදි ගණනය කළ හැකිය.

- ප්‍රතිශත ක්‍රමය

$$CED = \frac{\Delta Q_y\%}{\Delta P_x\%}$$

- ලක්ෂ්‍ය නම්‍යතාවය

$$CED = \frac{\Delta Q_y}{\Delta P_x}\ x\ \frac{P_x}{Q_y}$$

- චාප නම්‍යතා ක්‍රමය

$$CED = \frac{\Delta Q_y}{\Delta P_x}\ x\ \frac{P_{x1} + P_{x2}}{Q_{y1} + Q_{y2}}$$

හරස් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය ගණනය කිරීම මගින් ලැබෙන නම්‍යතා සංගුණකය පදනම් කරගෙන භාණ්ඩ වර්ගය අප විසින් තීරණය කරයි.

නම්‍යතා සංගුණකය + අගයක් නම්,
↓

නම්‍යතා සංගුණකය 0 වේ නම්,
↓

නම්‍යතා සංගුණකය (-) අගයක් නම්,
↓

හරස් මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවේ ප්‍රායෝගික වැදගත්කම

- භාණ්ඩ අතර පවතින සම්බන්ධතාවය හඳුනාගත හැකි වීම.
- භාණ්ඩ සඳහා වෙළඳපොලේ තරඟකාරීත්වය තීරණය කිරීම.
- භාණ්ඩ හා සේවාවල සාපේක්ෂ ඉල්ලුම වෙනස්වීම පුරෝකතනය කිරීම.

JMC vLearning "your virtual learning partner"

(03) ආදායම් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය

පාරිභෝගික ආදායම වෙනස් විට, සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය කෙරෙහි දක්වන සංවේදීතාවය මෙහිදී ගණනය කෙරේ.

ගණනය කරන ආකාරය

❖ ප්‍රතිශත ක්‍රමය

$$YED = \frac{\Delta Q\%}{\Delta Y\%}$$

❖ ලක්ෂ්‍ය නම්‍යතා ක්‍රමය

$$YED = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \times \frac{Y}{Q}$$

❖ චාප නම්‍යතා ක්‍රමය

$$YED = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \times \frac{Y_1+Y_2}{Q_1+Q_2}$$

ආදායම් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය ගණනය කර ලැබෙන නම්‍යතා සංගුණකය අනුව භාණ්ඩයේ ස්වභාවය පහත පරිදි හඳුනාගත හැක.

නම්‍යතාවය

ධන අගයක් ගනී නම්,

1 ට අඩු

----

1 ට වැඩි

සෘණ අගයක් ගනී නම්,

සැපයුමේ මිල නම්‍යතාවය

භාණ්ඩයේ මිලත්, එහි සැපයුම් ප්‍රමාණයත් අතර පවතින සබඳතාවය "සැපයුමේ මිල නම්‍යාතාවය" ලෙස අර්ථකථනය කෙරේ.

ගණනය කරන ආකාරය:

❖ ප්‍රතිශත ක්‍රමය

$$PES = \frac{\Delta Q_s\%}{\Delta P\%}$$

JMC vLearning "your virtual learning partner"

❖ ලක්ෂ්‍ය නම්‍යතා ක්‍රමය

$$PES = \frac{\Delta Qs}{\Delta P} \times \frac{P}{Q_S}$$

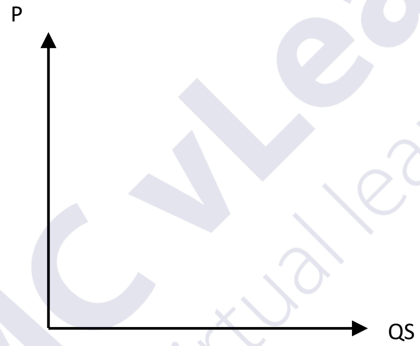
❖ චාප නම්‍යතා ක්‍රමය

$$PE = \frac{\Delta Q_S}{\Delta P} \times \frac{P_1+P_2}{Q_1+Q_2}$$

නම්‍යතා සංගුණකය පදනම් කරගෙන සැපයුම් නම්‍යතාවය ප්‍රධාන ප්‍රභේද 5 ක් ඔස්සේ සාකච්ඡා කෙරේ.

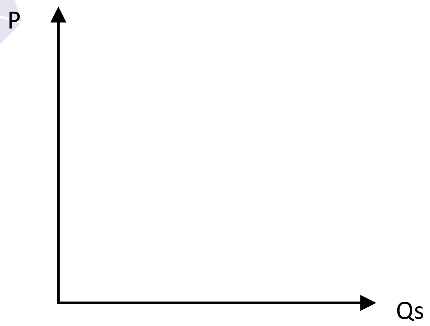
1. **පූර්ණ අනම්‍ය සැපයුම**

- සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිලේ ප්‍රතිශතක වෙනසට ප්‍රතිචාරීව එහි සැපයුම් ප්‍රමාණය කිසිසේත් නොවෙනස්ව පවතින තත්වයකි.
- මෙහි සැපයුම් නම්‍යතා සංගුණකය 0 කි.
- මෙහිදී සැපයුම් වක්‍රය පහත පරිදිය.



2. **අනම්‍ය සැපයුම**

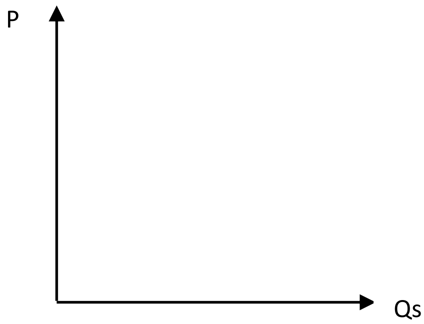
- සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිලේ ප්‍රතිශතක වෙනසට වඩා අඩු ප්‍රතිශතයකින් සැපයුම් ප්‍රමාණය වෙනස් වීමයි.
- මෙහිදී නම්‍යතා සංගුණකය 0-1 වේ.
- සැපයුම් වක්‍රය පහත පරිදි වේ.



JMC vLearning your virtual learning partner

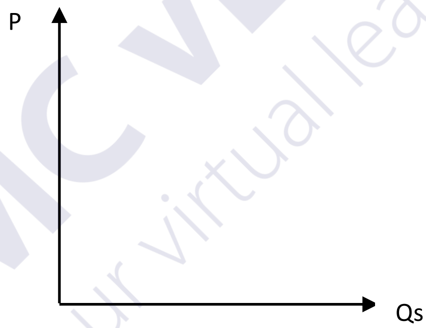
3. ඒකීය නම්‍ය සැපයුම

- සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිලේ ප්‍රතිශතක වෙනසට සමාන ප්‍රතිශතයකින් සැපයුම් ප්‍රමාණය වෙනස් වීමයි.
- මෙහිදී නම්‍යතා සංගුණකය 1 වේ.
- මෙහිදී සැපයුම් වක්‍රය පහත පරිදි වේ. (මූල ලක්ෂ්‍යයෙන් ඇරඹේ)



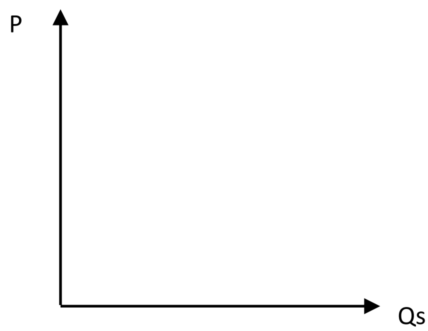
4. නම්‍ය සැපයුම

- සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිලේ ප්‍රතිශතක වෙනසට වඩා වැඩි ප්‍රතිශතයකින් සැපයුම් ප්‍රමාණය වෙනස් වීමයි.
- මෙහිදී නම්‍යතා සංගුණකය 1 ට වැඩි වේ.
- මෙහිදී සැපයුම් වක්‍රය පහත පරිදි වේ.



5. පූර්ණ නම්‍ය සැපයුම

- සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිලේ ඉතා සුළු ප්‍රතිශතක වෙනස් වීමට ප්‍රතිචාර වශයෙන් සැපයුම් ප්‍රමාණය සම්පූර්ණයෙන්ම වෙනස් වන තත්ත්වයකි.
- මෙහිදී නම්‍යතා සංගුණකය $\propto$ වේ.
- මෙහිදී සැපයුම් වක්‍රය පහත පරිදි වේ.



JMC vLearning "your virtual learning partner"

සැපයුම් නම්‍යතාවය තීරණය කරන සාධක

1. ---

2. ---

3. ---

4. ---

හරස් මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවේ ප්‍රායෝගික වැදගත්කම

- ව්‍යාපාර ආයතනයකට ඇති ඒකාධිකාරී බලය නිශ්චය කළ හැකි වීම.
- භාණ්ඩයකට පවතින ආදේශක හා අනුපූරක භාණ්ඩ කවරක් ද යන්න හඳුනා ගැනීම.
- භාණ්ඩයක මිල වෙනස් වන විට පාරිභෝගික පැහැදම කෙරෙහි බලපෑම පුරෝකථනය කළ හැකි වීම.
- සාධක සංචලතාවය හඳුනා ගත හැකි වීම.

JMC vLearning "your virtual learning partner"

2.5 ප්‍රශ්න පොතට

1. **පාරිභෝගික ඉල්ලුම තීරණය කරන සාධක කවරේද?**

2. **ඉල්ලුම වෙනස්වීම හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස්වීම අතර ඔබ දකින වෙනස්කම් කවරේද?**

3. **ඉල්ලුම අඩු වීමට හේතු කවරේද?**

4. **ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස්වීමට හේතු කවරේද?**

5. **සැපයුම් තීරක කවරේද?**

6. **සැපයුම වෙනස් වීම හා සැපයුම් ප්‍රමාණය වෙනස් වීම අතර වෙනස්කම් කවරේද?**

7. **මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය තීරණය කරන සාධක කවරේද?**

8. **සැපයුම් මිල නම්‍යතාවය තීරණය කරන සාධක කවරේද?**

9. **වෙළඳපල සමීක්ෂණයකදී X භාණ්ඩයට ඇති ඉල්ලුම පිළිබඳ පහත සඳහන් තොරතුරු ලබාගෙන ඇත.**

(අ) **X භාණ්ඩයේ මිල 25% කින් වැඩි වන විට X භාණ්ඩයේ අලෙවි ප්‍රමාණය 5% කින් අඩු වේ.**

(ආ) **පාරිභෝගික ආදායම 4% කින් වැඩිවන විට X භාණ්ඩයේ අලෙවි ප්‍රමාණය 8% කින් වැඩි වේ.**

(ඉ) **Y භාණ්ඩයේ මිල 1% කින් වැඩිවන විට X භාණ්ඩයේ අලෙවිය 5% කින් අඩු වේ.**

1. **X භාණ්ඩයේ ආදායම් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය ගණනය කර ඔබගේ නිර්දේශය පහදන්න.**

2. **X භාණ්ඩයේ මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය ගණනය කර, එයට ඇති ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය හඳුනා ගන්න.**

3. **X භාණ්ඩයේ හරස් ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය ගණනය කර ඔබගේ නිර්දේශය ලබා දෙන්න.**

(2004 **A/L** ඇසුරෙනි)

JMC vLearning "your virtual learning partner"

අමතර සටහන්

JMC vLearning
"your virtual learning partner"

JMC vLearning "your virtual learning partner"

JMC vLearning "your virtual learning partner"