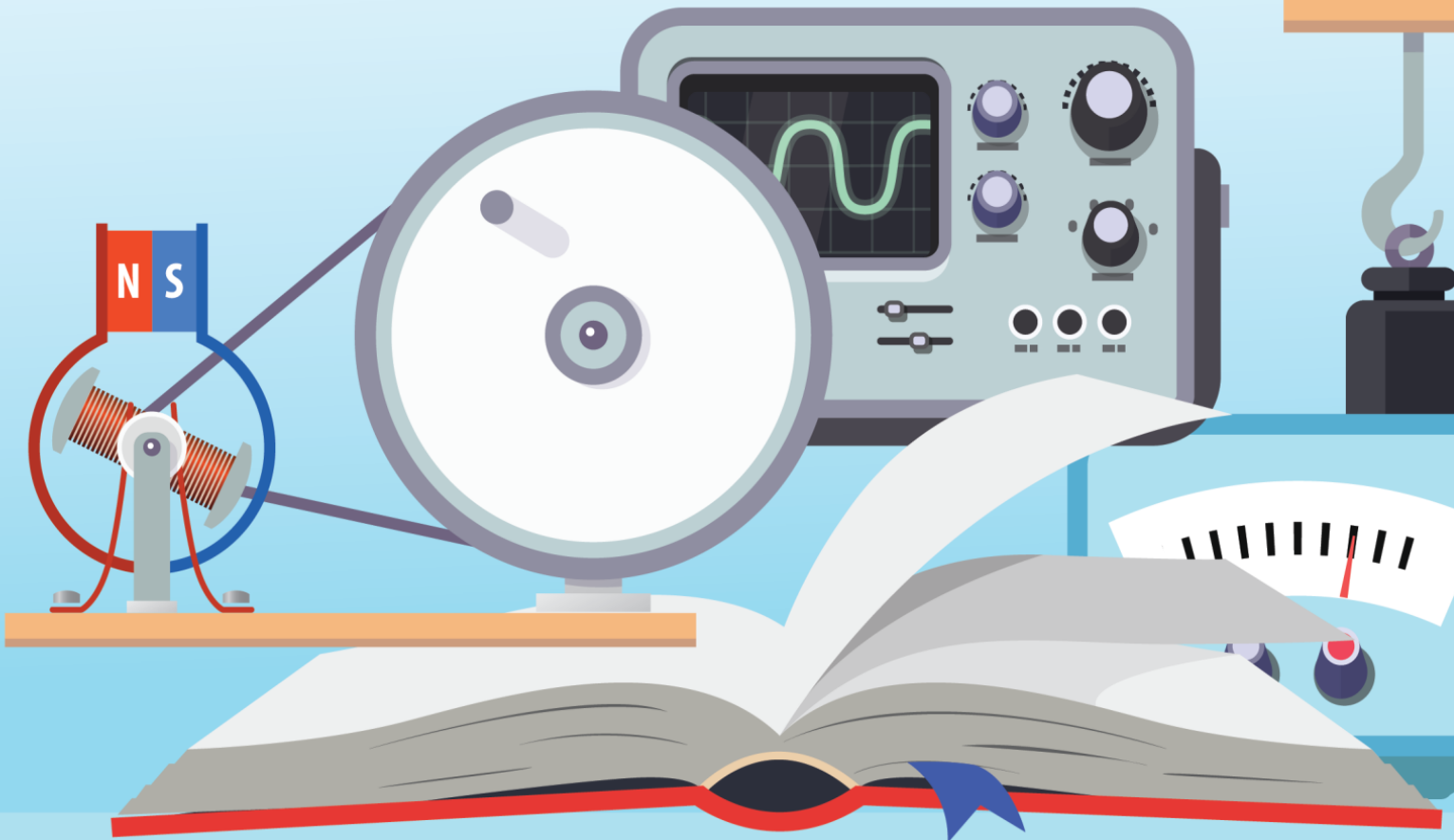


ආර්ථික විද්‍යාව  
12 ශ්‍රේණිය  
නිපුණතාව 2.1 – 2.8  
ඉල්ලුම, සැපයුම හා නමැත්ත



**2.1 :- ඉල්ලුම් තීරක ඇසුරෙන් ඉල්ලුම් න්‍යාය හා ඉල්ලුම් නීතිය විග්‍රහ කරයි.**

**විෂය අන්තර්ගතය :-**

- ඉල්ලුම
  - අර්ථ දැක්වීම
  - පෞද්ගලික ඉල්ලුම හා වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම
  - ඉල්ලුම තීරණය කරන සාධක
  - ඉල්ලුම් න්‍යාය (ශ්‍රිතය)
- ඉල්ලුම් නීතිය
- ඉල්ලුම් නීතිය ඉදිරිපත් කරන ක්‍රම
  - ඉල්ලුම් ලේඛනය
  - ඉල්ලුම් චක්‍රය
  - ඉල්ලුම් සමීකරණය
- ඉල්ලුම් නීතියට හේතු
  - මිල ප්‍රතිවිපාකය
    - ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය
    - ආදේශන ප්‍රතිවිපාකය
- ඉල්ලුම් නීතියට පටහැනි අවස්ථා
  - ගිගන් භාණ්ඩ
  - ප්‍රදර්ශනාත්මක භාණ්ඩ

**ඉල්ලුම**

නිශ්චිත අවස්ථාවක දී, ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී, සලකා බලන භාණ්ඩයට පවතින විකල්ප මිල ගණන් යටතේ, වෙළෙඳපොළේ සිටින ගැනුම්කරුවන් මිලදී ගැනීමට අපේක්ෂා කරන විවිධ ප්‍රමාණයන් ඉල්ලුම ලෙස හැඳින්වේ.

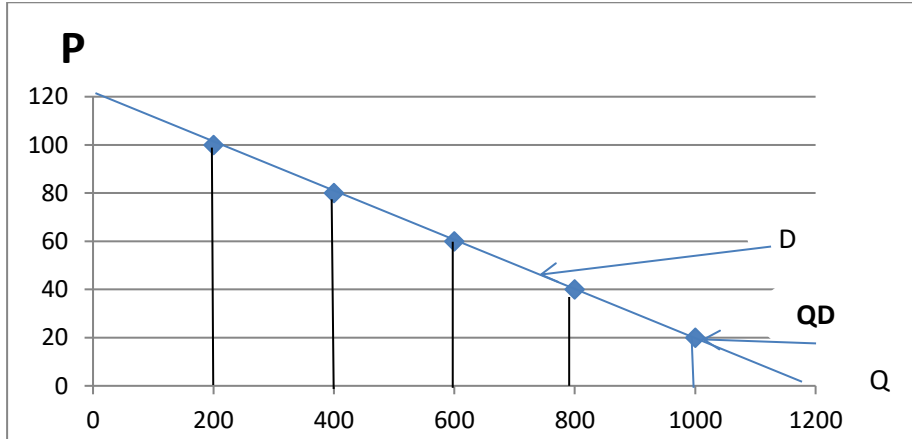
**ඉල්ලුමක් ඇති වීමට පදනම් වන කරුණු**

- භාණ්ඩය ලබාගැනීමට ඇති අවශ්‍යතාවය/වුවමනාව
- භාණ්ඩය මිල දී ගැනීමට ඇති ක්‍රය ශක්තිය (භූකියාව)
- භාණ්ඩය මිල දී ගැනීමට ඇති සුදානම/සැලසුම

කිසියම් අවස්ථාවක පවත්නා මිල යටතේ කිසියම් භාණ්ඩයක් මිල දී ගැනීමට ඇති අවශ්‍යතාවය, ඒ සඳහා ඇති ක්‍රය ශක්තිය හා සම්බන්ධ වූ මිල දී ගැනීමේ සුදානම සඵල ඉල්ලුම වේ.

එක්තරා භාණ්ඩයක මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය පහත දැක්වේ.

මිල (රු)	අපේක්ෂිත ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය
20	1000
40	800
60	600
80	400
100	200



**භාණ්ඩයක් සඳහා ඇති ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය**

ඉල්ලුම් කරනු ලබන ප්‍රමාණයෙන් අදහස් වන්නේ යම් දෙන ලද අවස්ථාවක අනෙකුත් කරුණු නොවෙනස්ව තිබියදී පාරිභෝගිකයන් විසින් කිසියම් මිලකදී, යම් කිසි භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් සඳහා කරනු ලබන ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයයි. (එම තත්ත්වය ඉහත රූප සටහනේ රු.40දී ඒකක 800ක ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයෙන් නිරූපනය කොට ඇත.)

**ඉල්ලුමේ ප්‍රභේද**

ඉල්ලුමේ ප්‍රභේද දෙකක් ඇත.

- 1) පෞද්ගලික ඉල්ලුම
- 2) වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම

**පෞද්ගලික ඉල්ලුම**

නිශ්චිත අවස්ථාවකදී, ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක ස්ථාවරව තිබියදී වෙළෙඳපොළේ සිටින එක් ගැනුම්කරුවෙකු විසින්, සලකා බලන භාණ්ඩයට පවතින විකල්ප මිල ගණන් යටතේ මිලදී ගැනීමට අපේක්ෂා කරන විවිධ ප්‍රමාණ පෞද්ගලික ඉල්ලුම වේ.

උදා :- මිල (රු)	A ගේ ඉල්ලුම
10	25
20	15
30	5

**වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම**

නිශ්චිත අවස්ථාවකදී, ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක ස්ථාවරව තිබිය දී වෙළෙඳපොළේ සිටින සියළුම ගැනුම්කරුවන්ගේ පෞද්ගලික ඉල්ලුම් ප්‍රමාණවල තිරස් එකතුව වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම ලෙස හඳුන්වයි.

පහත වගුවේ දකුණු පස කෙළවරේ දැක්වෙන්නේ වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම වේ.

මිල (රු)	A	B	C	D	වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය
10	25	30	40	15	110
20	15	20	30	10	75
30	5	10	20	5	40

**පෞද්ගලික ඉල්ලුම තීරණය කරන සාධක**

යම් භාණ්ඩයක පෞද්ගලික ඉල්ලුම අඩු හෝ වැඩි වීමට බලපාන සාධක කීපයක් ඇත.

- 1. සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල P
- 2. සම්බන්ධිත භාණ්ඩවල මිල Pn
- 3. පාරිභෝගිකයාගේ ආදායම Y
- 4. පාරිභෝගිකයාගේ රුචිය T
- 5. අනාගතය පිළිබඳ අපේක්ෂණ Ex
- 6. අනෙකුත් සාධක O

**වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම තීරණය කරන සාධක**

යම් භාණ්ඩයක වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම අඩු හෝ වැඩි වීමට බලපාන සාධක කීපයක් ඇත.

- 1. සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල P
- 2. සම්බන්ධිත භාණ්ඩවල මිල Pn
- 3. පාරිභෝගිකයාගේ ආදායම Y
- 4. පාරිභෝගිකයාගේ රුචිය T
- 5. අනාගතය පිළිබඳ අපේක්ෂණ Ex
- 6. ගැනුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව හා එහි සංයුතිය N
- 7. අනෙකුත් සාධක O

- පෞද්ගලික ඉල්ලුම තීරණය කරන සාධක වලට අමතර ව ගැනුම්කරුවන්ගේ සංඛ්‍යාව හා සංයුතිය යන සාධකය වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම තීරණය වීම කෙරෙහි බලපායි.

**ඉල්ලුම් ශ්‍රිතය**

- කිසියම් භාණ්ඩයක් සඳහා පෞද්ගලික ඉල්ලුම හා එය තීරණය කරන සාධක අතර සම්බන්ධය සමීකරණයක් ලෙස ඉදිරිපත් කළ විට එය පෞද්ගලික ඉල්ලුම් ශ්‍රිතය ලෙස හැඳින්වේ. එය පහත පරිදි ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.

$$Qd = f(P, Pn, Y, T, Ex, O)$$

- කිසියම් භාණ්ඩයක් සඳහා වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම හා එය තීරණය කරන සාධක අතර සම්බන්ධය සමීකරණයක් ලෙස ඉදිරිපත් කළ විට එය වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම් ශ්‍රිතය ලෙස හැඳින්වෙන අතර එය පහත පරිදි පෙන්විය හැකි ය.

$$Qd = f(P, Pn, Y, T, Ex, N, O)$$

**ඉල්ලුම් න්‍යාය**

- ඉල්ලුම් තීරණය වීමට බලපාන ඕනෑම සාධකයක් වෙනස් වීමට අනුකූල ව සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම වෙනස් වන ආකාරය විග්‍රහ කොට දැක්වීම ඉල්ලුම් න්‍යායය ලෙස හැඳින්වේ.

**ඉල්ලුම් නීතිය**

- දෙන ලද නිශ්චිත අවස්ථාවක දී, ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස් ව තිබිය දී සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල හා එහි ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අතර පවතින ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාව ඉල්ලුම් නීතිය ලෙස හැඳින්වේ.

**ඉල්ලුම් නීතියට පදනම් වන උපකල්පන**

ඉල්ලුම් නීතිය මගින් විග්‍රහ කරන්නේ මිල හා ඉල්ලුම් අතර ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවයක් පවතින බවයි. එසේ වීමට පහත සඳහන් කොන්දේසි ඉටු විය යුතුය.

1. ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය යුතුයි.  
සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල හැර ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව පැවතිය යුතුය. අනෙකුත් සාධක වෙනස් වුවහොත් ඉල්ලුම වෙනස් වූයේ කුමන සාධකයේ බලපෑම නිසාද කියා නිශ්චිතව කිව නොහැක.
2. නිශ්චිත අවස්ථාවක මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය සැලකිල්ලට ගැනීම.

වර්ෂය	මිල	ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය
2015	5	1000
2017	10	5000

නිශ්චිත අවස්ථාව යනු කෙටිකාලයක් තුළ මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අතර සම්බන්ධතාවකි. ඉහත වගුවේ දැක්වෙන්නේ නිශ්චිත අවස්ථාවක මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අතර සබඳතාවයක් නොවේ. එම නිසා ඉහත වගුවේ තොරතුරු මගින් ඉල්ලුම් නීතිය විග්‍රහ කළ නොහැක.

3. සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය සැලකිල්ලට ගත යුතුය.

සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක් යනු ආදායම හා ඉල්ලුම අතර අනුලෝම සම්බන්ධයක් පවතින භාණ්ඩ වේ. පහත සඳහන් භාණ්ඩ වල මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය හැසිරෙන ආකාරය ඉල්ලුම් නීතියට පටහැනිය.

- ගිෆන් භාණ්ඩ
- ප්‍රදර්ශනාත්මක භාණ්ඩ
- ගෙවන මිල කුලීන් ගුණාත්මක බව නියෝජනය කරන භාණ්ඩ

4. තාර්කිකව හැසිරෙන ගැනුම්කරුවන්ගේ ඉල්ලුම සැලකීම

තාර්කික ගැනුම් කරු යනු මිල පිළිබඳ විමසා බලා මිලදී ගැනීම පිළිබඳව තීරණ ගන්නා ගැනුම්කරුවන්ය. ඔවුන් භාණ්ඩයේ මිල වැඩිනම් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය පහළ දමයි.

**ඉල්ලුම් නීතිය ඉදිරිපත් කළ හැකි ක්‍රම**

ඉල්ලුම් නීතිය මඟින් විග්‍රහ කරන්නේ නිශ්චිත අවස්ථාවකදී ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබියදී සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල වැඩි වන විට එහි ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අඩු වන බවත්, සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල අඩු වන විට එහි ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩි වන බවත්ය. එම ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවය පෙන්නුම් කළ හැකි ක්‍රම තුනක් ඇත.

- ඉල්ලුම් ලේඛනය
- ඉල්ලුම් වක්‍රය
- ඉල්ලුම් සමීකරණය

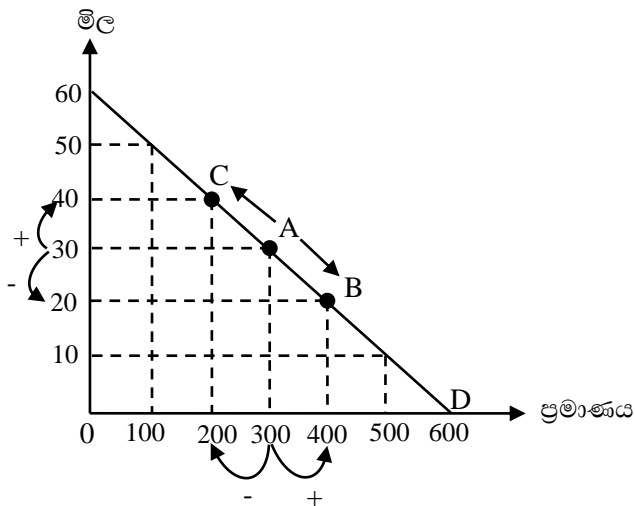
**ඉල්ලුම් ලේඛනය**

නිශ්චිත අවස්ථාවක ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී, සලකා බලන භාණ්ඩයට පවතින විකල්ප මිල ගණන් යටතේ, වෙළෙඳපොළේ සිටින ගැනුම්කරුවන් විසින් මිලදී ගැනීමට අපේක්ෂා කරන විවිධ ප්‍රමාණයන් දක්වන දත්ත සටහන ඉල්ලුම් ලේඛනය ලෙස හඳුන්වයි.

මිල	අපේක්ෂිත ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය
10	500
20	400
30	300
40	200
50	100

**ඉල්ලුම් වක්‍රය**

නිශ්චිත අවස්ථාවක, ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී, සලකා බලන භාණ්ඩයට පවතින විකල්ප මිල ගණන් යටතේ ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණ සම්බන්ධ කොට අඳින රේඛාව ඉල්ලුම් වක්‍රය ලෙස හඳුන්වයි. ඉහත ඉල්ලුම් ලේඛනයට අදාළ ඉල්ලුම් වක්‍රය පහත දැක්වේ.



**ඉල්ලුම් සමීකරණය**

නිශ්චිත අවස්ථාවක ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී, සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අතර පවතින ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවය සාරාංශ කොට දක්වන සමීකරණය ඉල්ලුම් සමීකරණය ලෙස හඳුන්වයි. සරල රේඛීය ඉල්ලුම් වක්‍රයකට පොදු සමීකරණය පහත දැක්වේ.

$$Q_d = a - bp$$

ඉහත ඉල්ලුම් වක්‍රයට අදාළ ඉල්ලුම් සමීකරණය පහත දැක්වේ.

$$Q_d = \text{ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය}$$

$$b = \frac{\Delta Q_d}{\Delta p} \quad a = 600$$

$$a = \text{මිල 0 දී ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය}$$

$$= \frac{100}{10} \quad Q_d = 600 - 10p$$

$$b = \text{ඉල්ලුම් වක්‍රයේ බෑවුමේ පරස්පරය}$$

$$= 10$$

$$b = \frac{\Delta Q_d}{\Delta p}$$

$$p = \text{සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල}$$

රු: 20, 30, 40 යන මිල ගණන් වලට අදාළ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයන් දී ඇති ඉල්ලුම් සමීකරණය ආධාරයෙන් ගණනය කළ හැක.

$$\text{රු: 20 දී ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය}$$

$$\text{රු: 30 දී ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය}$$

$$\text{රු: 40 දී ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය}$$

$$Q_d = 600 - 10p$$

$$Q_d = 600 - 10p$$

$$Q_d = 600 - 10p$$

$$= 600 - 10 \times 20$$

$$= 600 - 10 \times 30$$

$$= 600 - 10 \times 40$$

$$= 600 - 200$$

$$= 600 - 300$$

$$= 600 - 400$$

$$= 400$$

$$= 300$$

$$= 200$$

**ඉල්ලුම් නීතියට හේතු**

සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක ඉල්ලුම් වක්‍රය වමේ සිට දකුණට ඉහළ සිට පහළට බෑවුම් වෙයි. ඉල්ලුම් වක්‍රය එසේ පිහිටන්නේ මිලත් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයත් අතර පවතින ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාව නිසාය. එවැනි ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධයක් පවතින්නේ හේතු 2 ක් නිසාය.

1. ආදේශන ප්‍රතිවිපාකය
2. ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය

**මිල වෙනස්වීමක ආදේශන ප්‍රතිවිපාකය**

ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල අඩු හෝ වැඩි වන විට එහි සාපේක්ෂ මිල අඩු හෝ වැඩි වීම නිසා සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩි හෝ අඩු වීම ආදේශන ප්‍රතිවිපාකය නම් වේ.

ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක ස්ථාවරව තිබිය දී සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල වැඩි වුවහොත් එහි සාපේක්ෂ මිල ඉහළ යයි. එවිට සලකා බලන භාණ්ඩයේ ගැනුම්කරුවන් ආදේශන භාණ්ඩය වෙත මාරු වෙයි. සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අඩු වේ. අනෙක් අතට සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල අඩු වන විට සාපේක්ෂ මිල පහළ යයි. එවිට ආදේශන භාණ්ඩයේ ගැනුම්කරුවන් සලකා බලන භාණ්ඩය වෙත මාරු වෙයි. සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩි වේ.

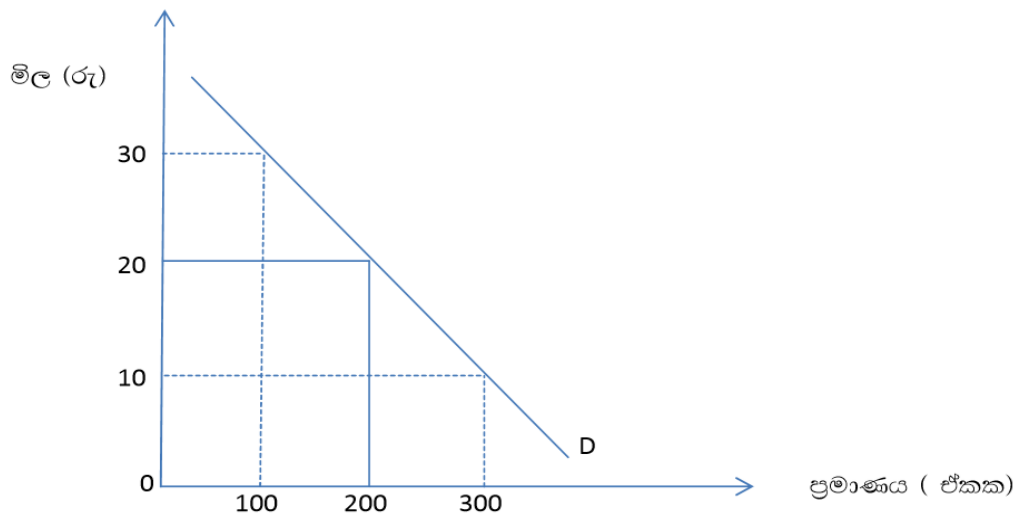
## මිල වෙනස්වීමක ආදායම් ප්‍රතිච්ඡාකය

ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල අඩු හෝ වැඩි වූ විට ගැනුම්කරුවන්ගේ මුදල් ආදායමෙන් මිලදී ගත හැකි භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රමාණය නැතහොත් මූර්ත ආදායම වැඩි හෝ අඩු වීම නිසා සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණය වැඩි හෝ අඩුවීම ආදායම් ප්‍රතිච්ඡාකය ලෙස හඳුන්වයි.

ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක ස්ථාවරව තිබිය දී, සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල වැඩි වුවහොත් ගැනුම්කරුවන්ගේ මුදල් ආදායමෙන් මිලදී ගත හැකි භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රමාණය නොහොත් මූර්ත ආදායම අඩුවේ. සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අඩු වේ. අනෙක් අතට සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල අඩු වුවහොත් ගැනුම්කරුවන්ගේ මුදල් ආදායමෙන් මිලදී ගත හැකි භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රමාණය නොහොත් මූර්ත ආදායම වැඩි වේ. සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩි වේ.

- සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක මිල ඉහළ හෝ පහළ හෝ යාමක දී ආදේශණ ප්‍රතිච්ඡාකය සෑම විටම සෘණ සම්බන්ධයක් පෙන්නුම් කරන අතර සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක මිල ඉහළ හෝ පහළ හෝ යාමක දී ආදායම් ප්‍රතිච්ඡාකය සෑම විටම ධන සම්බන්ධයක් පෙන්නුම් කරයි.
- සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක මිල පහළ යාමක දී සහ මිල ඉහළ යාමක දී මිල ප්‍රතිච්ඡාකය ක්‍රියාත්මක වීම පහත දැක්වෙන වගුවෙන් පෙන්නුම් කෙරේ.

මිල වෙනස් වීම	ආදේශන ප්‍රතිච්ඡාකය	ආදායම් ප්‍රතිච්ඡාකය	මිල ප්‍රතිච්ඡාකය
මිල පහළ යාම	-(සෘණ)	+(ධන)	-(සෘණ)
මිල ඉහළ යාම	-(සෘණ)	+(ධන)	-(සෘණ)



- ඉහත රූප සටහනේ
  - මිල රු 20 සිට 10 දක්වා පහළ යන විට ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය 200 සිට 300 දක්වා ඉහළ යාම ඉල්ලුම් ප්‍රසාරණය වේ.
  - මිල රු. 20 සිට 30 දක්වා ඉහළ යන විට ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය ඒකක 200 සිට 100 දක්වා පහළ යාම ඉල්ලුම් සංකෝචනය වේ.



## ඉල්ලුම් නීතියට පටහැනි ලෙස මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය හැසිරෙන භාණ්ඩ

ඉල්ලුම් නීතිය මගින් විග්‍රහ කරන්නේ සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අතර ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවයක් පවතින බවයි. නමුත් ඉල්ලුම් නීතියට පටහැනි ලෙස මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය හැසිරෙන භාණ්ඩ වර්ග තුනක් ඇත.

- ගිගන් භාණ්ඩ

මිල වෙනස් වීමක ආදේශන ප්‍රතිවිපාකය දුබල සෘණ අගයක් ගන්නා සහ ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය පුබල සෘණ අගයක් ගන්නා භාණ්ඩ ගිගන් භාණ්ඩ වේ. ගිගන් භාණ්ඩයක මිල පහළ යන විට ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයේ පහළ යන අතර මිල ඉහළ යන විට ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය ඉහළ යයි.

- පුද්ගලානුකූල භාණ්ඩ (වෙබ්ලන්ඩ් භාණ්ඩ)

පුද්ගලයින්ගේ වත්පොහොසත්කම් ආර්ථික තරාතිරම පුද්ගලයා කිරීමට මිලදී ගනු ලබන භාණ්ඩ පුද්ගලානුකූල භාණ්ඩ වේ. එවැනි භාණ්ඩ මිලදී ගන්නේ වෙළෙඳපොළේ ඉහළ මිලක් පවතිනම් පමණි. මිල අඩු නම් එවැනි භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට ඉදිරිපත් නොවේ. මෙම භාණ්ඩ වෙබ්ලන්ඩ් භාණ්ඩ ලෙස ද හඳුන්වයි. නිදසුන් :- දියමන්තිල මිල අධික වාහන

- ගෙවන මිල තුළින් ගුණාත්මක බව නිරූපණය කරන භාණ්ඩ

ඇතැම් භාණ්ඩවල ගුණාත්මකභාවය නිරූපණය වන්නේ භාණ්ඩයේ මිල තුළින්ය.

නිදසුන් :- ස්වර්ණාභරණ, දූව භාණ්ඩ, කෞතුක භාණ්ඩ

මේවායේ මිල වැඩි නම් ගුණාත්මක භාවය ද වැඩි යැයි පිළිගැනීමක් පවතී. එම නිසා මිල වැඩි නම් ඉල්ලුමක් ඇති වන අතර මිල අඩු නම් ඉල්ලුමක් ඇති නොවේ.

මෙම භාණ්ඩවල මිල ඉහළ යන විට ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය ඉහළ යන අතර මිල පහළ යන විට ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය පහළ යන බැවින් මිල හා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අතර අනුලෝම සම්බන්ධයක් ඇති වේ. මේ නිසා ඉල්ලුම් වක්‍රයේ හැඩය පහළ සිට ඉහළට බැවුම් වූ ස්වරූපයක් ගනී.

