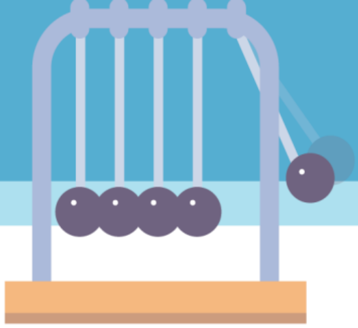
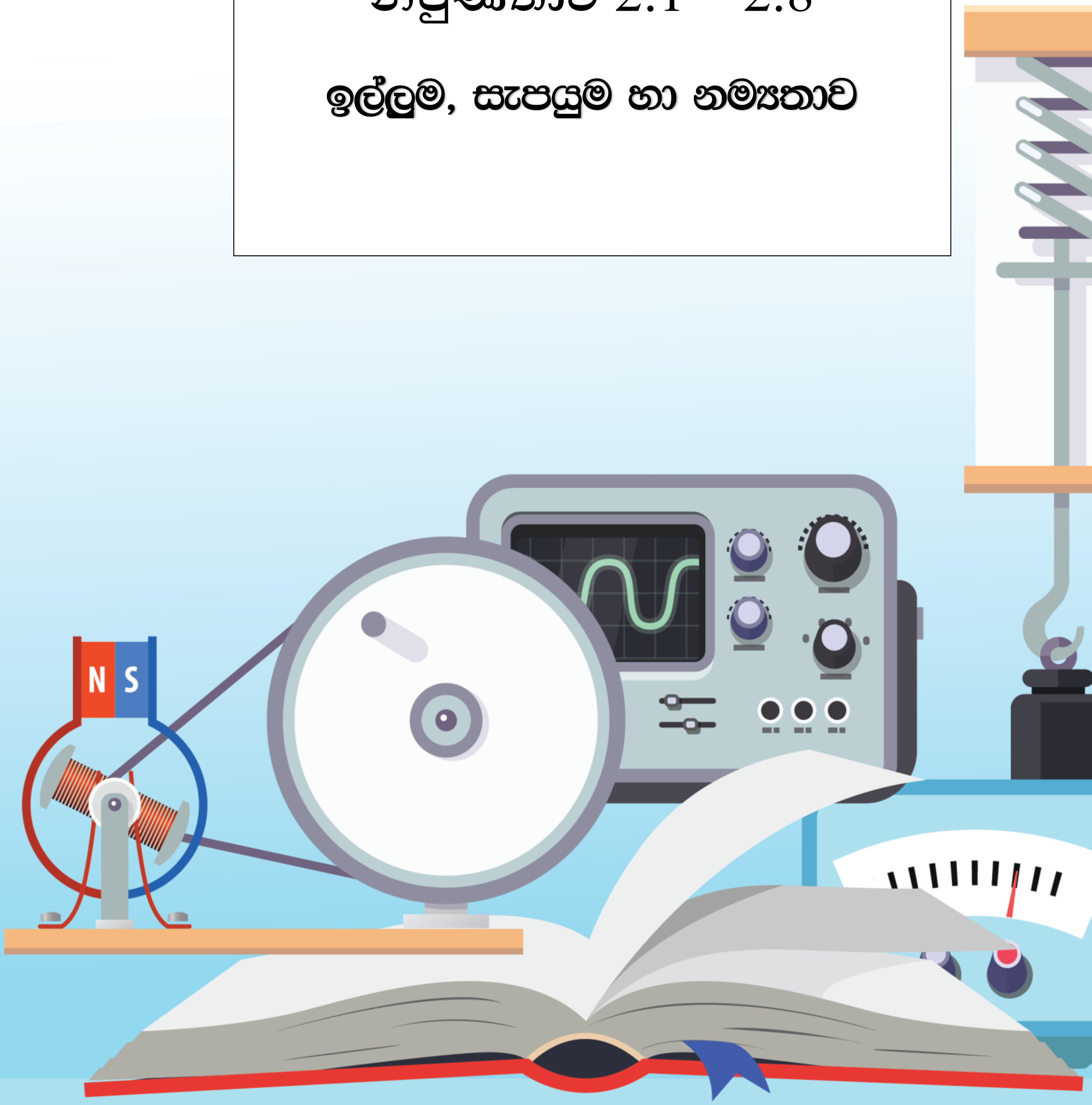


ආර්ථික විද්‍යාව

12 ශ්‍රේණිය

නිපුණතාව 2.1 – 2.8

ඉල්ලුම, සැපයුම හා නම්‍යතාව



2.2 :- ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස් වීම හා ඉල්ලුම වෙනස් වීම අතර වෙනස සංසන්දනය කරයි.

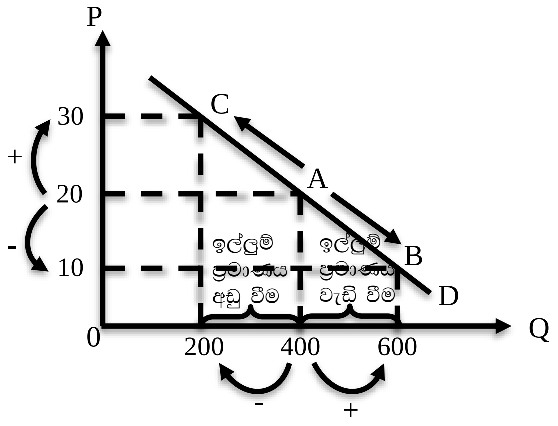
විෂය අන්තර්ගතය :-

- ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස් වීම
  - ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩි වීම
  - ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අඩු වීම
- ඉල්ලුම වෙනස් වීම
  - ඉල්ලුම වැඩි වීම හා හේතු
  - ඉල්ලුම අඩු වීම හා හේතු

ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස් වීම හා ඉල්ලුම වෙනස් වීම.

ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස් වීම

ඉල්ලුම් කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී, සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල අඩු හෝ වැඩි වීමට ප්‍රතිචාරීව ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණය වැඩි හෝ අඩු වීම හේතුවෙන් ඉල්ලුම් වක්‍රය මත පිහිටි ලක්‍ෂ්‍යය වක්‍රය දිගේ ඉහළට හෝ පහළට ගමන් කිරීම ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වෙනස් වීම ලෙස හදුන්වයි.

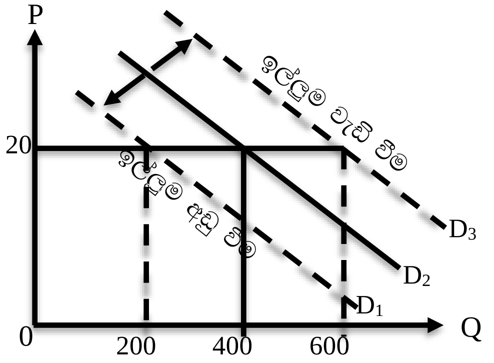


අනෙකුත් කරුණු නොවෙනස්ව පවතිද්දී සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල රු. 20/= සිට රු. 30/= දක්වා වැඩි වන විට අදාළ භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය දිගේ ඉහළට එනම් A ලක්ෂයේ සිට C ලක්ෂය වෙතට ගමන් කරයි. මෙහිදී අදාළ භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය ඒකක 400 සිට 200 දක්වා අඩු වී (සංකෝචනය) ඇත.

එසේම අනෙකුත් කරුණු නොවෙනස්ව පවතිද්දී සළකා බලනු ලබන භාණ්ඩයේ මිල රු. 20/= සිට රු. 10/- දක්වා අඩු වන විට අදාළ භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය දිගේ පහලට, එනම් A ලක්ෂය සිට B ලක්ෂය වෙතට ගමන් කරයි. මෙහිදී අදාළ භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය ඒකක 400 සිට 600 දක්වා වැඩි වී (ප්‍රසාරණය) ඇත.

ඉල්ලුම වෙනස් වීම

සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල ස්ථාවරව තිබිය දී ඉල්ලුම් කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධකයක් වෙනස්වීම නිසා පැවති මිල යටතේ ම ඉල්ලුම වැඩි හෝ අඩු වීම කරණකොට ගෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය වමට හෝ දකුණට විතැන් වීම ඉල්ලුම වෙනස්වීම ලෙස හඳුන්වයි.



ඉල්ලුම වෙනස් වීමට හේතු

1. ආදේශන භාණ්ඩවල මිල වෙනස් වීම
2. අනුපූරක භාණ්ඩවල මිල වෙනස් වීම
3. පාරිභෝගික ආදායම වෙනස් වීම
4. පාරිභෝගික රුචිය වෙනස් වීම
5. අනාගත මිල වෙනස් නොවේ යයි අපේක්ෂාව
6. ගැනුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව වෙනස් වීම

සම්බන්ධිත භාණ්ඩ වල මිල වෙනස් වන විට සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම වෙනස් වන ආකාරය

සලකා බලන භාණ්ඩය සමඟ ආදේශන සම්බන්ධයක් හෝ අනුපූරක සම්බන්ධතාවයක් පවතින භාණ්ඩ සම්බන්ධිත භාණ්ඩ ලෙස හඳුන්වයි. සම්බන්ධිත භාණ්ඩ දෙවර්ගයක් ඇත.

1. ආදේශන භාණ්ඩ
2. අනුපූරක භාණ්ඩ

මෙම භාණ්ඩ වල මිල වෙනස් වීම අනුව ඉල්ලුම වෙනස් වේ.

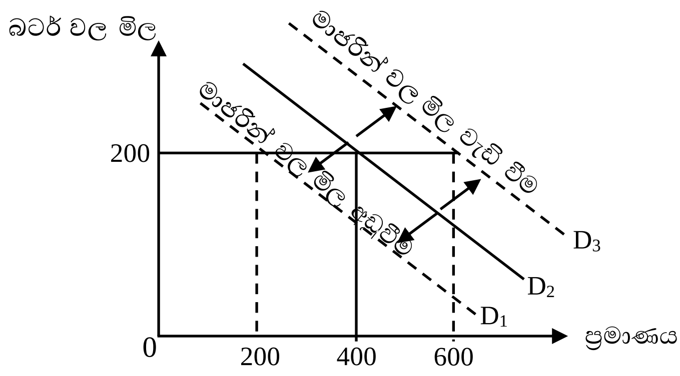
1. ආදේශන භාණ්ඩවල මිල වෙනස් වන විට සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම වෙනස් වන ආකාරය

ආදේශන භාණ්ඩයක් යනු සලකා බලන භාණ්ඩයෙන් ලැබෙන උපයෝගීතාවයට සමාන හෝ ආසන්න උපයෝගීතාවයක් ලබා දෙන වෙනත් භාණ්ඩ වේ.

නිදසුන :- බටර් වෙනුවට මාජරින්, දීකිරි වෙනුවට යෝගට්, පොල්තෙල් වෙනුවට එළවළු තෙල්

ආදේශන භාණ්ඩවල මිල හා සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම අතර පවතින්නේ අනුලෝම සම්බන්ධතාවයකි. එනම් ඉල්ලුමට බලපාන අනෙකුත් සාධක නෙවෙනස්ව තිබිය දී, ආදේශන භාණ්ඩවල මිල වැඩි වුව හොත් ආදේශන භාණ්ඩවල ගැණුම්කරුවන් සලකා බලන භාණ්ඩය වෙත මාරුවෙයි. සලකා බලන භාණ්ඩයට පැවති මිල යටතේ ම ඉල්ලුම වැඩි වේ. ඉල්ලුම් වක්‍රය දකුණට විතැන් වේ.

අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී, ආදේශන භාණ්ඩවල මිල අඩු වුව හොත්, සලකා බලන භාණ්ඩයේ ගැනුම්කරුවන් ආදේශන භාණ්ඩය වෙත මාරුවෙයි. සලකා බලන භාණ්ඩයට පැවති මිල යටතේම ඉල්ලුම අඩු වේ. ඉල්ලුම් වක්‍රය වමට විතැන් වේ.



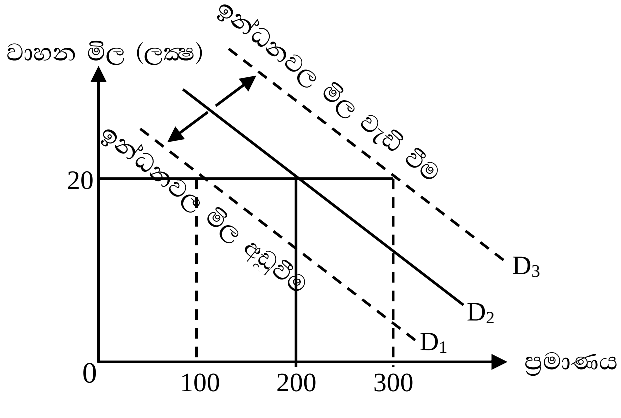
2. අනුපූරක භාණ්ඩ වල මිල වෙනස් වන විට සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම වෙනස් වන ආකාරය

අනුපූරක භාණ්ඩයක් යනු සලකා බලන භාණ්ඩයෙන් ලැබෙන උපයෝගීතාව උපරිම කිරීම සඳහා සලකා බලන භාණ්ඩය සමඟ මිල දී ගතයුතු අනෙක් භාණ්ඩය වේ.

නිදසුන්:- වාහනය සමඟ ඉන්ධන, ජංගම දුරකතනය සමඟ සිම් කාඩ්පත, සපත්තු සමග මේස්

අනුපූරක භාණ්ඩවල මිල හා සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම අතර පවතින්නේ ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවයකි. එනම් ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී, අනුපූරක භාණ්ඩවල මිල වැඩි වුවහොත් සලකා බලන භාණ්ඩයට පවතින මිල යටතේ ම ඉල්ලුම අඩු වේ. ඉල්ලුම් වක්‍රය වමට විතැන්වේ.

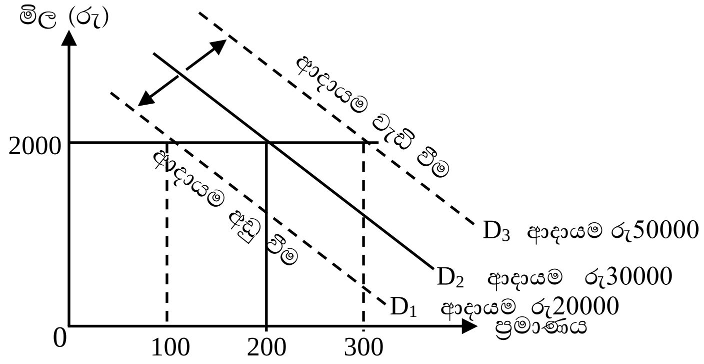
ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී අනුපූරක භාණ්ඩවල මිල අඩු වුවහොත් සලකා බලන භාණ්ඩයට පවතින මිල යටතේ ම ඉල්ලුම වැඩි වේ. ඉල්ලුම් වක්‍රය දකුණට විතැන් වේ.



3. පාරිභෝගික ආදායම වෙනස් වන විට සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම වෙනස් වන ආකාරය

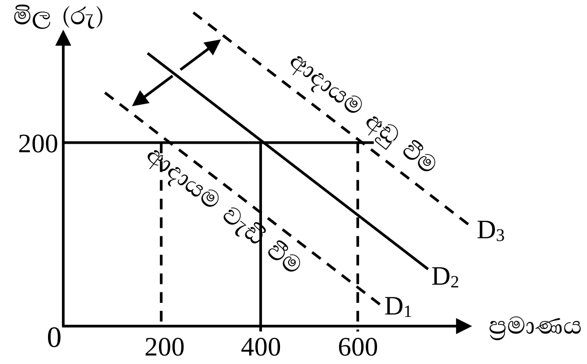
පාරිභෝගික ආදායම හා සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක ඉල්ලුම අතර පවතින්නේ අනුලෝම සම්බන්ධතාවයකි. එනම් ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී පාරිභෝගික ආදායම වැඩි වුව හොත් සාමාන්‍ය භාණ්ඩයට පවතින මිල යටතේ ම ඉල්ලුම වැඩි වේ. ඉල්ලුම් වක්‍රය දකුණට විතැන් වේ.

ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස් ව තිබිය දී පාරිභෝගික ආදායම අඩු වුව හොත් සාමාන්‍ය භාණ්ඩයට පවතින මිල යටතේ ම ඉල්ලුම අඩු වේ. ඉල්ලුම් වක්‍රය වමට විතැන් වේ.



පාරිභෝගික ආදායම වෙනස්වන විට බාල භාණ්ඩයක ඉල්ලුම වෙනස්වන ආකාරය

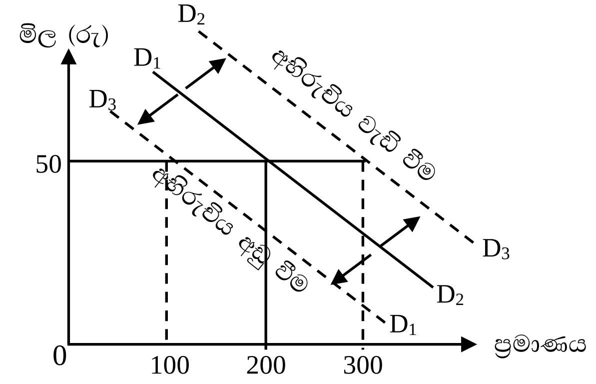
පාරිභෝගික ආදායම හා බාල භාණ්ඩයක ඉල්ලුම අතර පවතින්නේ ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවයකි. එනම් ආදායම වැඩි වන විට බාල භාණ්ඩ ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණය අඩු කරයි. එවිට බාල භාණ්ඩයට පවතින මිල යටතේ ම ඉල්ලුම් වක්‍රය වමට විතැන් වේ. අනෙක් අතට ආදායම අඩු වන විට බාල භාණ්ඩ ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණය වැඩි කරයි. ඉල්ලුම් වක්‍රය දකුණට විතැන් වේ.



4. පාරිභෝගික අභිරුචිය වෙනස් වන විට සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම වෙනස් වන ආකාරය

පාරිභෝගික අභිරුචිය හා සලකාබලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම අතර පවතින්නේ අනුලෝම සම්බන්ධතාවයකි. එනම් ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී සලකා බලන භාණ්ඩය සඳහා පාරිභෝගික රුචිය වැඩි වුව හොත් සලකා බලන භාණ්ඩයට පවතින මිල ගණන් යටතේ ම ඉල්ලුම වැඩි වේ. ඉල්ලුම් වක්‍රය දකුණට විතැන් වේ.

ඉල්ලුම කෙරෙහි බලපාන අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දි අදාළ භාණ්ඩය සඳහා පාරිභෝගික රුචිය අඩු වුවහොත් සලකා බලන භාණ්ඩයට පවතින මිල යටතේ ම ඉල්ලුම අඩු වේ. ඉල්ලුම් වක්‍රය වමට විතැන් වේ.

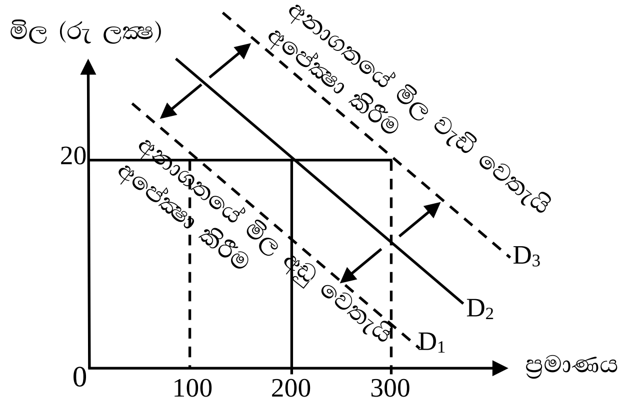


5. අනාගත මිල අපේක්ෂාවන් වෙනස් වන විට සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම වෙනස් වන ආකාරය

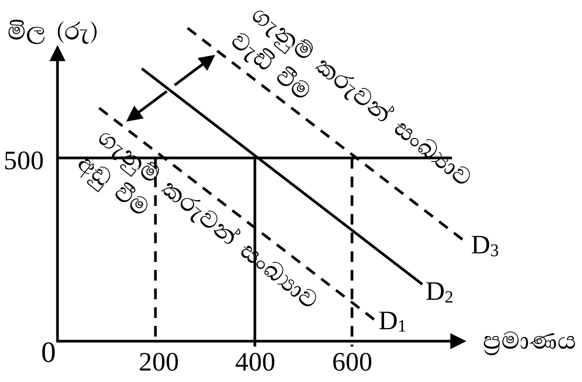
අනාගත මිල අපේක්ෂාව යනු සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල අනාගතයේ දී අඩු වෙතැයි හෝ වැඩි වෙතැයි යනුවෙන් වර්තමානයේ දී ගැනුම්කරුවන්ගේ සිත්වල ඇති වන බලාපොරොත්තුවය.

සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල ආනාගතයේ දී වැඩි වෙතැයි අපේක්ෂාවක් ගැනුම්කරුවන්ගේ සිත් තුළ පහළ වුවහොත් සලකා බලන භාණ්ඩයට දැනට පවතින මිල යටතේ ඉල්ලුම වැඩි කරනු ලබයි. ඉල්ලුම් වක්‍රය දකුණට විතැන් වේ.

සලකා බලන භාණ්ඩයේ මිල අනාගතයේ දී අඩු වෙතැයි අපේක්ෂාවක් ගැනුම්කරුවන්ගේ සිත් තුළ පහළ වුවහොත් සලකා බලන භාණ්ඩයට දැනට පවතින මිල යටතේ ඉල්ලුම අඩු කරනු ලබයි. ඉල්ලුම් වක්‍රය වමට විතැන් වේ.



6. වෙළෙඳපොළ සිටින ගැනුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව වෙනස් වන විට සලකා බලන භාණ්ඩයේ ඉල්ලුම වෙනස් වන ආකාරය

විවිධ හේතු නිසා වෙළෙඳපොළේ සිටින ගැනුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව අඩු හෝ වැඩි වේ. වෙළෙඳපොළේ සිටින ගැනුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව වැඩි වුවහොත් පවතින මිල යටතේ ම ඉල්ලුම වැඩි වේ. ඉල්ලුම් වක්‍රය දකුණට විතැන් වේ.

වෙළෙඳපොළේ සිටින ගැනුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව අඩු වුවහොත් සලකා බලන භාණ්ඩයට පවතින මිල යටතේ ම ඉල්ලුම අඩු වේ. ඉල්ලුම් වක්‍රය වමට විතැන් වේ.