ආර්ථික විද්‍යාව
සිසුන් සඳහා වන මොඩියුලය

2 නිපුණතාවය : ඉල්ලුම, සැපයුම, නම්‍යතාවය හා වෙළඳපොළ සමතුලිතය විශ්ලේෂණය කරයි.

නිපුණතා මට්ටම 2.1 : ඉල්ලුම් තීරක ඇසුරින් ඉල්ලුම් න්‍යාය හා ඉල්ලුම් නීතිය විග්‍රහ කරයි.
මිල ප්‍රතිචිපාකය, ආදේශන ප්‍රතිචිපාකය හා ආදායම් ප්‍රතිචිපාකය

සාමාන්‍ය භාණ්ඩ, බාල භාණ්ඩ, ගිෆන් භාණ්ඩවල ආදේශන ප්‍රතිචිපාකය හා ඉල්ලුම් නීතියට එකඟද යන්න දැක්වීම

භාණ්ඩ වර්ගය	මිල වෙනස්වීම	ආදේශන ප්‍රතිචිපාකය ඇතිවීම			ආදායම් ප්‍රතිචිපාකය ඇතිවීම			මිල ප්‍රතිචිපාකය	ඉල්ලුම් න්‍යායට අනුකූලබව
		සාපේක්ෂ මිල	ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය	ආදේශන ප්‍රතිචිපාකය	මූර්ත ආදායම	ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය	ආදායම් ප්‍රතිචිපාකය		
සාමාන්‍ය භාණ්ඩ	මිල පහළ යාමක්	පහළ යයි	ඉහල යයි	(සෘණ)	ඉහල යයි	ඉහල යයි	+ (ධන)	(සෘණ)	අනුකූල වේ
	මිල ඉහල යාමක්	ඉහල යයි	පහළ යයි	(සෘණ)	පහළ යයි	පහළ යයි	+ (ධන)	(සෘණ)	අනුකූල වේ
බාල භාණ්ඩ	මිල පහළ යාමක්	පහළ යයි	ඉහල යයි	(සෘණ)	ඉහල යයි	පහළ යයි	(සෘණ)	(සෘණ)	අනුකූල වේ
	මිල ඉහල යාමක්	ඉහල යයි	පහළ යයි	(සෘණ)	පහළ යයි	ඉහල යයි	(සෘණ)	(සෘණ)	අනුකූල වේ
ගිෆන් භාණ්ඩ	මිල පහළ යාමක්	පහළ යයි	ඉහල යයි	(සෘණ)	ඉහල යයි	පහළ යයි	(සෘණ)	+ (ධන)	අනුකූල නොවේ
	මිල ඉහල යාමක්	ඉහල යයි	පහළ යයි	(සෘණ)	පහළ යයි	ඉහල යයි	(සෘණ)	+ (ධන)	අනුකූල නොවේ

පැහැදිලි කිරීම්

__සාමාන්‍ය භාණ්ඩ :__

- සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක මිල පහළ යාම නිසා ආදේශන ප්‍රතිචිපාකය ඔස්සේ සාපේක්ෂ මිල අඩු වන බැවින් එම භාණ්ඩයට කරන ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩි කරයි. එමෙන්ම සාමාන්‍ය භාණ්ඩයේ මිල ඉහළ යන විට සාපේක්ෂ මිල වැඩි වන නිසා ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අඩු කරයි. ඒ අනුව ආදේශන ප්‍රතිචිපාකය සෘණ අගයක් ගනී.
- සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක මිල පහළ යාම නිසා මූර්ත ආදායම වැඩි වන බැවින් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩි කරයි. එමෙන්ම මිල ඉහළ යාම නිසා මූර්ත ආදායම අඩු වන බැවින් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අඩු කරයි. ඒ අනුව මූර්ත ආදායම සහ ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අතර අනුලෝම සම්බන්ධයක් පවතින බැවින් සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක ආදායම් ප්‍රතිචිපාකය ධන අගයක් ගනී.
- භාණ්ඩයක මිල පහල ගියවිට ආදේශන ප්‍රතිචිපාකය සහ ආදායම් ප්‍රතිචිපාකය යටතේ ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණය වැඩි කරන අතර අදාල භාණ්ඩයේ මිල ඉහල ගියවිට ආදේශන සහ ආදායම් ප්‍රතිචිපාකය යටතේ ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණයන් වැඩි කරයි. එහි අවසාන ප්‍රතිපලය වනුයේ මිල

ප්‍රතිවිපාකය ඍණ අගයක් ගැනීමයි. ඒ අනුව, සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක මිල වෙනස්වීමේ ප්‍රතිවිපාකය ඉල්ලුම් නීතියට එකඟවේ.

බාල භාණ්ඩ

- අනෙකුත් සාධක නොවෙනස්ව තිබිය දී බාල භාණ්ඩයක මිල පහළ යාම නිසා එහි සාපේක්ෂ මිල අඩු බැවින් එම භාණ්ඩයට කරන ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය වැඩිවේ. එමෙන්ම මිල ඉහළ යාමකදී සාපේක්ෂ මිල වැඩි වන බැවින් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අඩු කරයි. එම නිසා බාල භාණ්ඩයක ආදේශන ප්‍රති විපාකය ඍණ වේ.

- බාල භාණ්ඩයක මිල පහළ ගිය විට මූර්ත අදායම ඉහල යන බැවින් ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය ඔස්සේ ඉල්ලුම් කරන ලබන ප්‍රමාණය අඩු කෙරෙනු ඇත. භාණ්ඩයේ මිල ඉහල ගිය විට මූර්ත ආදායම පහල යන නමුදු ඍණ ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය නිසා ඉල්ලුම් කරනු ලබන ප්‍රමාණය වැඩිවේ. ඒ අනුව බාල භාණ්ඩයක ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය ඍණ අගයක් ගනී.
- බාල භාණ්ඩයක මිල අඩු වූ විට ආදේශන ප්‍රතිවිපාකය ඔස්සේ ඇති කරන ප්‍රසාරණාත්මක බලපෑම ඍණ ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය ඔස්සේ ඇතිවන සංකෝචනාත්මක බලපෑමට වඩා බලවත් වේ. එම නිසා මිල ප්‍රතිවිපාකය ඍණ අගයක් ගන්නා අතර එය ඉල්ලුම් නීතියට එකඟවේ.

ගිෆන් භාණ්ඩ

- අනෙකුත් කරුණු නොවෙනස්ව තිබිය දී ගිෆන් භාණ්ඩයක මිල ඉහළ ගිය විට ආදේශන ප්‍රතිවිපාකය ඔස්සේ සාපේක්ෂ මිල වැඩි බැවින් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණයද අඩුවේ. මිල පහළ ගිය විට සාපේක්ෂ මිල අඩු බැවින් ඉල්ලුම් පුමාණයද වැඩිවේ. එම නිසා ආදේශන ප්‍රතිවිපාකය ඍණ සම්බන්ධයක් පෙන්නුම් කරයි.
- ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය ඔස්සේ මිල ඉහළ ගිය විට මූර්ත ආදායම අඩු වන නමුදු ඍණ ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය නිසා ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය ප්‍රබල ඍණ සම්බන්ධයක් පෙන්නුම් කරයි. අවසාන ප්‍රතිවිපාකය වන මිල ප්‍රතිවිපාකය ධන සම්බන්ධයක් පෙන්නුම් කරයි.

ඇගයීම

01. සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක මිල ඉහළ යාමක් ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය කෙරෙහි බලපාන ආකාරය ආදේශන හා ආදායම් ප්‍රතිවිපාක ඔස්සේ පැහැදිලි කරන්න.
02. සාමාන්‍ය භාණ්ඩයක ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය ධන අගයක් ගනී ද ඍණ අගයක් ගනී ද යන්න පැහැදිලි කරන්න.
03. බාල භාණ්ඩයක මිල ඉහළ යාමකදී ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය අඩුවේ ද වැඩිවේ ද යන්න ආදේශන හා ආදායම් ප්‍රතිවිපාක ඔස්සේ පැහැදිලි කරන්න.
04. බාල භාණ්ඩයක ආදායම් ප්‍රතිවිපාකය ඍණ අගයක් ගන්නේ ඇයි දැයි පැහැදිලි කරන්න.
05. ගිෆන් භාණ්ඩයක මිල ඉහළ යාමකදී ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය කෙරෙහි ඇති කරන බලපෑම ආදේශන හා ආදායම් ප්‍රතිවිපාක ඔස්සේ පැහැදිලි කර එය ඉල්ලුම් නීතියට එකඟද නැද්ද යන්න දක්වන්න.
06. පහත දැක්වෙන ප්‍රකාශ පැහැදිලි කරන්න.
    i. භාණ්ඩයක මිල වෙනස් වීමක් මගින් ආදේශන ප්‍රතිවිපාකයක් මෙන්ම ආදායම් ප්‍රතිවිපාකයක් ද බිහිවේ.
    ii. සියළුම ගිෆන් භාණ්ඩ බාල භාණ්ඩවේ. එහෙත් සියලුම බාල භාණ්ඩ ගිෆන් භාණ්ඩ නොවේ.

සකස් කළේ

ඌව පළාත