



විවිධ වෛළඳුතොල ව්‍යුහයන්

AAT අදියර |
ECN - ආර්ථික විද්‍යාව

ප්‍රසාදී බාලසුරිය
LICA



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

AAT - අදියර 1

103 – ආර්ථික විද්‍යාව

05. විවිධ වෙළඳපොළ ව්‍යුහයන්

ආවරණය වන උපමාකෘතිය

- 6-1 වෙළඳපල හැඳින්වීම
- 6-2 පූර්ණ තරඟය
- 6-3 ඒකාධිකාරය
- 6-4 ඒකාධිකාරී තරඟය
- 6-5 කතිපයාධිකාරය
- 6-6 ප්‍රශ්න පොතට

5.1 හැඳින්වීම

කිසියම් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නිෂ්පාදනය කිරීමේ යෙදී සිටින සියළුම ආයතන වලින් වෙළඳපොළ හෙවත් කර්මාන්තය සමන්විත වේ. ආයතන විසින් නිෂ්පාදනය කරනු ලබන භාණ්ඩ හා සේවා විවිධ වෙළඳපොළ තත්ත්වයන් යටතේ අලෙවි කෙරේ. ආර්ථික විද්‍යාඥයෝ මෙම වෙළඳපොළ තත්ත්වයන් හැඳින්වීමට වෙළඳපොළ ව්‍යුහය යන සංකල්පය භාවිතා කරති. මෙම සංකල්පය මඟින් වෙළඳපොළක් තුළ දක්නට ලැබෙන මූලික ලක්ෂණ කිහිපයක් විස්තර කරයි.

1. වෙළඳපොළ තුළ සිටින ආයතන සංඛ්‍යාව
2. නිෂ්පාදිතයේ සමජාතීය බව
3. වෙළඳපොළට ප්‍රවේශම් වීමට හා ඉවත්ව යාමට ඇති ඉඩකඩ
4. වෙළඳපොළ තුළ කටයුතු කරන නිෂ්පාදන ආයතන අතර පවත්නා තරඟකාරීත්වයේ ස්වරූපය.

ඉහත දක්වන ලද ලක්ෂණවල වෙනස්කම් පදනම් කරගෙන වෙළඳපොළ ව්‍යුහයන් හතරක් ආර්ථික විද්‍යාවේදී හඳුනා ගනී.

ඒවානම්,

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

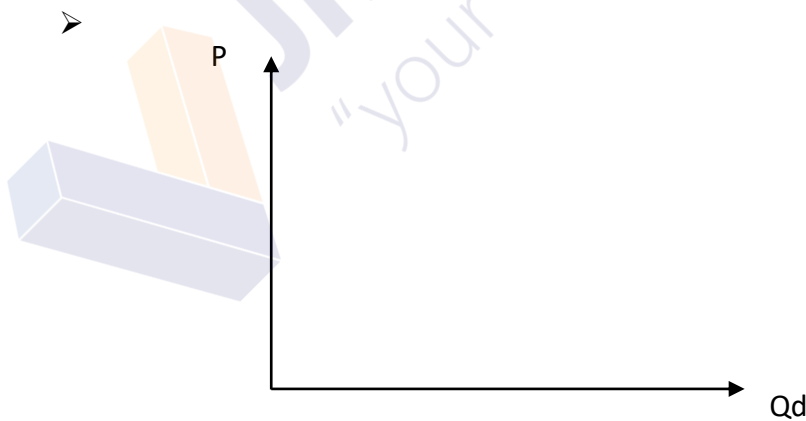
5.2 පූර්ණ තරඟය (Perfect Competition)

පූර්ණ තරඟකාරී වෙළඳපොලක මූලික කොන්දේසි කිහිපයකි.

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

පූර්ණ තරඟකාරී වෙළඳපොලක ආයතනික ඉල්ලුම් වක්‍රය

- පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍රය පූර්ණ නම්‍ය ස්වරූපයක් ගනී. එයට හේතු වන්නේ,
 - සමජාතීය භාණ්ඩ නිපදවීම.
 - ගැණුම්කරුවන් හා විකුණුම්කරුවන් රාශියක් සිටීම.
 - මිල ගනුවෙක් ලෙස පැවරුණ මිලක් යටතේ ක්‍රියාත්මක වීම.



- නමුත් පූර්ණ තරඟකාරී වෙළඳපොලක කර්මාන්තයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය පහත පරිදි දැක්විය හැක.



පූර්ණ තරඟකාරී වෙළඳපොලක සමතුලිතය

පූර්ණ තරඟකාරී වෙළඳපොලක සමතුලිතය ප්‍රධාන කොටස් 02 ක් යටතේ සාකච්ඡා කෙරේ.

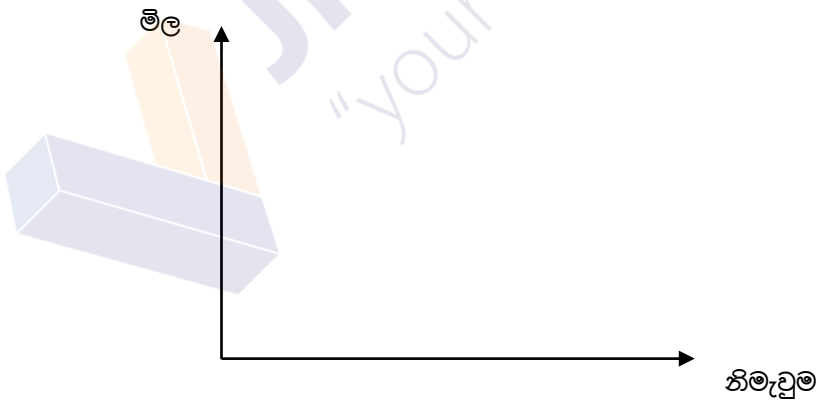
1. කෙටි කාලීන සමතුලිතය
2. දිගු කාලීන සමතුලිතය

1. පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනයක් කෙටි කාලයේදී නිෂ්ප්‍රාමාණික ලාභ හෝ අලාභ ලැබිය හැක.

නිෂ්ප්‍රාමාණික ලාභ ලබන අවස්ථාව



අලාභ ලබන අවස්ථාව



2. පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනයක් දිගු කාලීනව ප්‍රාමාණික ලාභ ලබයි.



5.3 ඒකාධිකාරය (Monopoly)

ඒකාධිකාරී වෙළඳපොලක දක්නට ලැබෙන ප්‍රධාන ලක්ෂණ කිහිපයකි.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

ඒකාධිකාරී වෙළඳපොලක අනෙක් ආයතන වලක්වන බාධක

- රජයේ නීතිමය බාධක පැවතීම
- පරමාණකූල පිරිමැසුම් පැවතීම
- ප්‍රධාන අමුද්‍රව්‍ය හිමිකම තනි ආයතනයක් සතු වීම
- වෙළඳපොලට ප්‍රවේශ වීමේ ස්ථාවර පිරිවැය අධික වීම

5.4 ඒකාධිකාරී තරඟය (Monopolistic Competition)

ඒකාධිකාරී තරඟ වෙළඳපොලක ලක්ෂණ කිහිපයකි.

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

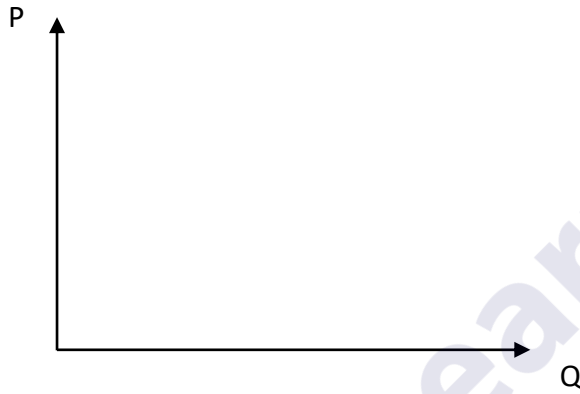
5.5 කතිපයාධිකාරය (Oligopoly)

කතිපයාධිකාරී වෙළඳපොලක ලක්ෂණ කිහිපයකි.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

කතිපයාධිකාරී වෙළඳපොලක ආයතනයක ඉල්ලුම් වක්‍රය

- කතිපයාධිකාරී වෙළඳපොලක ආයතනයක බිදුණු ඉල්ලුම් වක්‍රයක් පවතී.
- එයට හේතු වන්නේ මිල නොවන තරඟයක් පැවතීම හෙවත් මිල දැඩියාවක් පැවතීමයි.



වෙළඳපොල ව්‍යුහයන් සැසඳීම

	නිර්නායකය	පූර්ණ තරඟය	ඒකාධිකාරී තරඟය	කතිපයාධිකාරය	ඒකාධිකාරය
1.	ආයතන සංඛ්‍යාව				
2.	කාර්මාන්තයට ප්‍රවේශ වීම				
3.	නිෂ්පාදනයේ ස්වභාවය				
4.	ආයතනයේ ඉල්ලුම් වක්‍රය				
5.	උදාහරණ				

5.6 ප්‍රශ්න පොතට

1. පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනයක් කෙටි කාලයේදී ලාභ උපරිම කර ගන්නේ කෙසේදැයි ප්‍රස්ථාරයක් ඇසුරින් පහදන්න. (2017 ජනවාරි)
2. පූර්ණ තරඟය හා ඒකාධිකාරය අතර වෙනස්කම් 04 ක් දක්වන්න. (2018 ජනවාරි)
3. පූර්ණ තරඟයේ දිගුකාලීන සමතුලිතතාවය ප්‍රස්ථාරය ඇසුරින් පැහැදිලි කරන්න. (2015 ජූලි)
4. ඒකාධිකාරයේ ප්‍රධාන ලක්ෂණ 05 ක් දක්වන්න. (2016 ජූලි)
5. ඒකාධිකාරී තරඟයේ ලක්ෂණ 04 ක් දක්වන්න. (2016 ජනවාරි)
6. ඒකාධිකාරය හා ඒකාධිකාරී තරඟ අතර වෙනස්කම් 04 ක් සඳහන් කරන්න. (2018 ජූලි)



සැකසූව: දේශාන් අබේගුණවර්ධන

[BBA(Special)UOC, SLIM PG Dip., CBA(ICA), aat(Passed Finalist)]