ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්ව විද්‍යාලය
කළමනාකරණ අධ්‍යයන පීඨය

කළමනාකරණ අධ්‍යයනවේදී ගෞරව උපාධි පාඨමාලාව

අදියර 3
AFU 3572 - සූක්ෂම ආර්ථික විද්‍යාව
අවසාන පරීක්ෂණය - 2024/2025
කාලය - පැය තුනයි (03)

දිනය: 2025 ජුනි 21 *වේලාව: පෙ.ව. 9.30 - ප.ව. 12.30*

උපදෙස්:
- මෙම ප්‍රශ්න පත්‍රය ප්‍රශ්න හයකින් (06) සමන්විත වේ.
- ප්‍රශ්න පහකට (05) පිළිතුරු සපයන්න. සියලුම ප්‍රශ්න වලට සමාන ලකුණු හිමිවේ.
- කරුණාකර ඔබේ විභාග අංකය පිළිතුරු පත්‍රයේ ලබා දී ඇති ඉඩෙහි දක්වන්න.
- මෙම ප්‍රශ්න පත්‍රය මුද්‍රිත පිටු තුනකින් (03) සමන්විත වේ.
- පිළිතුරු පත්‍රය ඔබේ පිළිතුරු පොත් පිංචට අමුණන්න.
- වැඩසටහන් සම්පාදනය කළ නොහැකි ගණක යන්ත්‍ර භාවිතා කිරීමට අවසර ඇත.

ප්‍රශ්න අංක 01

අ) i. භාණ්ඩයක "ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය" (Quantity Demanded) සහ "ඉල්ලුම" (Demand) අතර වෙනස පැහැදිලි කරන්න.

ii. "ඵලදායී ඉල්ලුම" (Effective Demand) යනු කුමක්ද? විස්තර කරන්න. (ලකුණු 06)

ආ) අනාගතයේ දේපළවල මිල ඉහළ යනු ඇතැයි අපේක්ෂා කෙරේ. මෙයට වෙළෙඳපොළේ ගැනුම්කරුවන් සහ විකුණුම්කරුවන් ප්‍රතිචාර දක්වන්නේ කෙසේද? රූපසටහන් භාවිතා කරමින් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 05)

ඇ) රූපසටහන් භාවිතා කරමින්, පහත සඳහන් වෙනස්කම් එක් එක් භාණ්ඩයේ වෙළෙඳපොළට බලපාන ආකාරය පැහැදිලි කරන්න.

i. බේකරි භාණ්ඩ සෑදීමට අවශ්‍ය අමුද්‍රව්‍යවල මිල ඉහළ ගොස් ඇති විට, බේකරි භාණ්ඩවල වෙළෙඳපොළ.

ii. විදුලි බලයේ මිල හදිසියේ ඉහළ ගොස් ඇති විට, සූර්ය පැනලවල වෙළෙඳපොළ.

iii. වැඩි වැඩියෙන් පුද්ගලයින් කහ ගොවිතැනට ඇතුළු වී ඇති විට, කහ වෙළෙඳපොළ. (ලකුණු 09)

ප්‍රශ්න අංක 02

අ) i. භාණ්ඩයක මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය (Price Elasticity of Demand) තීරණය කරන ප්‍රධාන සාධක තුනක් හඳුනාගෙන, උදාහරණ භාවිතා කරමින් ඒවා එක් එක් මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවයේ ස්වභාවයට බලපාන ආකාරය පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 06)

ii. බිස්කට්වල (Biscuits) මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතා සංගුණකය -0.52 ලෙසත්, පීසාවල (Pizzas) එය -1.24 ලෙසත් ඇස්තමේන්තු කර ඇත. මෙම භාණ්ඩවලින් ලබන ආදායම වැඩි කිරීමට නම්, එම භාණ්ඩ දෙකේ මිල කෙසේ වෙනස් කළ යුතුද? රූපසටහන් භාවිතා කරමින් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 06)

ආ) ඉල්ලුම් නම්‍යතාවය පිළිබඳ සංකල්ප භාවිතා කරමින්, පහත සඳහන් ප්‍රකාශවලට ඔබ "එකඟ"ද යන්න පැහැදිලි කරන්න.

i. භාණ්ඩයක් ආදේශකයක් ලෙස භාවිතා කිරීමේ හැකියාව ඉහළ යන විට, හරස් මිල ඉල්ලුම් නම්‍යතාවයේ (Cross Price Elasticity) අගය ඉහළ යයි.

ii. ආපනශාලා ආහාරවල ආදායම් ඉල්ලුම් නම්‍යතා සංගුණකය "+1.12" ලෙස ගණනය කර ඇති විට, ආපනශාලා ආහාර අත්‍යවශ්‍ය භාණ්ඩයක් ලෙස සැලකිය යුතුය. (ලකුණු 08)

<u>ප්‍රශ්න අංක 03</u>

අ) i. සංඛ්‍යා සූචක උපයෝගිතා විශ්ලේෂණය (Cardinal Utility Analysis) යටතේ පාරිභෝගික සමතුලිතතාව පැහැදිලි කරන්නේ කෙසේද?

ii. හීනවන ආන්තික උපයෝගිතා න්‍යාය (Law of Diminishing Marginal Utility) යනු කුමක්දැයි රූපසටහන් භාවිතා කරමින් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 08)

ආ) පහත වගුවේ දක්වා ඇති විස්තර සලකා බලන්න.

Quantity	0	1	2	3	4	5	6	7	8
TU_x	0	48	92	132	168	200	228	252	272
TU_y	0	84	162	234	300	360	414	462	504

භාණ්ඩ "X" හි මුළු උපයෝගිතාව (TU_X) සහ භාණ්ඩ "Y" හි මුළු උපයෝගිතාව (TU_Y) ලෙස සලකනු ලැබේ.

භාණ්ඩ X හි මිල රු.4/= වන අතර භාණ්ඩ Y හි මිල රු.6/= වන විට, එම පුද්ගලයාට භාණ්ඩ දෙකටම වියදම් කිරීමට රු.72/= ඇති බව සලකා, පාරිභෝගික තෘප්තිය උපරිම කරන ප්‍රමාණයන් සොයන්න. (ලකුණු 07)

ඇ) ක්‍රම සූචක උපයෝගිතා විශ්ලේෂණය Ordinal Utility Analysis) යටතේ පාරිභෝගික සමතුලිතය හඳුනාගන්නේ කෙසේද? රූපසටහන් භාවිතා කරමින් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 05)

<u>ප්‍රශ්න අංක 04</u>

අ) i. උදාහරණ භාවිතා කරමින්, ස්ථිර සාධක යෙදවුම් (Fixed Factor Inputs) සහ විචල්‍ය සාධක යෙදවුම් (Variable Factor Inputs) අතර වෙනස පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 04)

ii. දිගුකාලීන ආවරණය කරන කාලය (time encompassing long run) සියලුම කර්මාන්තවලට එක හා සමානද? උදාහරණයක් භාවිතා කරමින් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 05)

ආ) පහත දක්වා ඇති භාණ්ඩයක කෙටිකාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිතය සලකා බලන්න.

ශ්‍රමය - විචල්‍ය සාධකය, ප්‍රාග්ධනය - ස්ථිර සාධකය; TP - මුළු නිෂ්පාදිතය, AP - සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය, MP - ආන්තික නිෂ්පාදිතය.

Q_L	0	1	2	3	4	5	6	7	8
TP_L	00	04	10	24	36	45	49	49	48
AP_L									
MP_L									

i. වගුව පුරවා, නිෂ්පාදන අදියර හඳුනාගන්න. රූපසටහනක් භාවිතා කරමින් පිළිතුර පැහැදිලි කරන්න.

ii. තාර්කික සමාගමක් එහි නිෂ්පාදනය සීමා කළ යුත්තේ කුමන අදියරේද? ඔබේ පිළිතුර සාධාරණීකරණය කරන්න.

iii. සාමාන්‍ය විචල්‍ය සාධක නිෂ්පාදිත (Average Product) සහ ආන්තික නිෂ්පාදිත (Marginal Product) අතර සම්බන්ධතාව හඳුනාගන්න.

(ලකුණු 11)

<u>ප්‍රශ්න අංක 05</u>

අ) i. පූර්ණ තරඟකාරී කර්මාන්තයක ඉල්ලුම් වක්‍රය (Demand Curve) සහ එම කර්මාන්තයේ තරඟකාරී සමාගමකට මුහුණ දෙන ඉල්ලුම් වක්‍රය එක හා සමානද? රූපසටහන් භාවිතා කරමින් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 05)

ii. පූර්ණ තරඟකාරී කර්මාන්තයක සමාගම්වලට තමන් විකුණන භාණ්ඩයේ මිල තීරණය කළ හැකිද? රූපසටහන් භාවිතා කරමින් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 05)

ආ) i. කෙටිකාලීනව අලාභයක් ලබන පූර්ණ තරඟකාරී සමාගමකට තවදුරටත් වෙළඳපොළේ ක්‍රියාත්මක වීමට හැකිද? රූපසටහන් භාවිතා කරමින් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 05)

ii. දිගුකාලීනව පූර්ණ තරඟකාරී කර්මාන්තයේ වෙන් කිරීමේ (Allocative) සහ නිෂ්පාදන (Productive) කාර්යක්ෂමතාව පිළිබඳ විවරණය කරන්න. (ලකුණු 05)

<u>ප්‍රශ්න අංක 06</u>

අ) i. ඒකාධිකාරී කර්මාන්තයට ඇතුල්වීමේ දැඩි බාධක මොනවාද? (ලකුණු 05)

ii. ඒකාධිකාරයකට එහි නිෂ්පාදනයේ මිල සහ නිමැවුම එකවර තීරණය කළ හැකිද? රූපසටහනක් භාවිතා කරමින් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 04)

ආ) i. ඒකාධිකාරී තරඟකාරී (Monopolistically Competitive) කර්මාන්තයක ලක්ෂණ උදාහරණ දෙමින් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 05)

ii. ඒකාධිකාරී තරඟකාරී (Monopolistically Competitive) සහ කතිපයාධිකාරී වෙළඳපොළවල (Oligopoly Markets) සමාගම් තම ප්‍රතිවාදී සමාගම් සමඟ තරඟ කිරීමට මිල-නොවන තරඟකාරී ක්‍රම භාවිතා කරන්නේ කෙසේද? උදාහරණ භාවිතා කරමින් පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 06)

- ***සියලුම හිමිකම් ඇවිරිණි*** -