කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය - ශ්‍රී ලංකාව
දුරස්ථ සහ අඛණ්ඩ අධ්‍යාපන කේන්ද්‍රය
වාණිජ හා කළමණාකරන අධ්‍යයන පීඨය

වාණිජ විද්‍යාවේදී (විශේෂ) උපාධි පළමුවන වසර පරීක්ෂණය (බාහිර)-2022

2024 - අප්‍රේල්

BCOME1025 - සූක්‍ෂම ආර්ථික විද්‍යාව

මුළු ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : 06 කාලය : පැය 03 යි

ඕනෑම ප්‍රශ්න පහකට (05) පිළිතුරු සපයන්න.

ප්‍රශ්ණ අංක 01

අ) මිල පාලනය පිළිබඳ සංකල්පය සහ වෙළඳපොළට එහි බලපෑම පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 05)

ආ) යම් නිෂ්පාදනයක් සඳහා පහත සැපයුම් සහ ඉල්ලුම් ශ්‍රිත සලකා බලන්න.

Qs= 70,000p

Qd= 250,000-18,000p

I. සමතුලිත මිල සහ නිමැවුම් මට්ටම කුමක්ද?
II. මිල රු.3 ක් ලෙස නියම කර ඇති විට අතිරික්ත ඉල්ලුම හෝ අතිරික්ත සැපයුම ගණනය කරන්න.

(ලකුණු 06)

ඇ) i. ලැප්ටොප් පරිගණකවල මිල අඩු වුවහොත්, ටැබ්ලට් සඳහා ඇති ඉල්ලුම් වක්‍රයට කුමක් සිදුවේද? පැහැදිලි කරන්න.

ii. නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ තාක්ෂණික දියුණුවක් සැපයුමට බලපාන්නේ කෙසේද?

iii. අනාගත මිල ගණන් පිළිබඳ අපේක්ෂාවන් ස්මාර්ට් ෆෝන් සඳහා වන ඉල්ලුම වක්‍රයට බලපාන ආකාරය පැහැදිලි කරන්න?

(ලකුණු 09)
(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්ණ අංක 02

අ). ඔබ ස්මාර්ට් ෆෝන් නිෂ්පාදනය කරන සමාගමක කළමනාකරුවෙකු යැයි සිතන්න. ඔබේ නිෂ්පාදන සඳහා මිලකරණ උපාය මාර්ග පිළිබඳ තීරණ ගැනීමේදී, ඔබ ඉල්ලුමේ මිල නම්‍යතා සංකල්පය භාවිතා කරන්නේ කෙසේද?

(ලකුණු 05)

ඇ). i. ස්මාර්ට් ෆෝන් වල මිල 10% කින් වැඩි වී ඇති අතර, එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය 15% කින් අඩු වී ඇත. ස්මාර්ට් ෆෝන් සඳහා ඉල්ලුමේ මිල නම්‍යතාව ගණනය කරන්න.

ii පෙට්‍රල් මිල 25% කින් වැඩි වන අතර එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය 20% කින් අඩු වේ. ඒ අතරම, විදුලි මෝටර් රථවල මිල 15% කින් අඩු වූ අතර, ඉල්ලුම් ප්‍රමාණය 30% කින් වැඩි වේ. වඩා වැඩ ඉල්ලුම් නම්‍යතාවක් ඇති නිෂ්පාදනය කුමක්ද: පෙට්‍රල් හෝ විදුලි මෝටර් රථ?

(ලකුණු 08)

ඇ) i. ඔබ ක්ෂණික ආහාර අවන්හල් ජාලයක කළමනාකරුවෙකු යැයි සිතන්න. ඔබේ නිෂ්පාදන සහ ඔබ අසල සිටින තරගකරුවෙකුගේ නිෂ්පාදන අතර ඇති ඉල්ලුමේ හරස් නම්‍යතාව ඔබ තක්සේරු කරන්නේ කෙසේද?

ii කෝපි කිලෝග්‍රෑමයක මිල රුපියල් 5000 සිට 6000 දක්වා වැඩි වන අතර එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස තේ සඳහා ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණය කිලෝග්‍රෑම් 200 සිට 250 දක්වා වැඩි වේ. කෝපි සහ තේ අතර ඉල්ලුමේ හරස් නම්‍යතාවය ගණනය කරන්න.

(ලකුණු 07)
(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්ණ අංක 03

අ). සංඛ්‍යා සූචක උපයෝගීතාව සහ ක්‍රම සූචක උපයෝගීතාව යන සංකල්ප අතර වෙනස පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 06)

ආ). සුදුසු ප්‍රස්ථාරයක් භාවිතයෙන්, හීනවන ආන්තික උපයෝගීතා න්‍යාය විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 06)

ඇ). i. උපේක්ෂා වක්‍රයක් නිර්වචනය කර එහි ලක්ෂණ පැහැදිලි කරන්න.

ii උපේක්ෂා වක්‍ර සහ ආන්තික ආදේශන අනුපාතය (MRS) යන සංකල්පය අතර සම්බන්ධය විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 08)
(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්ණ අංක 04

අ). i. කෙටි කාලීන සහ දිගු කාලීන නිෂ්පාදන ශ්‍රිත අතර වෙනස පැහැදිලි කරන්න.

ii නිෂ්පාදන න්‍යායට අදාළව, මුළු නිෂ්පාදිතය, ආන්තික නිෂ්පාදිතය, සහ සාමාන්‍ය නිෂ්පාදිතය යන සංකල්ප පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 07)

ඇ). ස්ටාර් සමාගම සම් සපත්තු නිෂ්පාදනය කරයි. එය රුපියල් 100,000 ක ස්ථාවර මුදලක් යොදවයි. එහි විචල්‍ය පිරිවැය ශ්‍රිතය පහත පරිදි දක්වා ඇත:

$$TC = 20Q - 10Q^3 + Q^4$$

පහත පිරිවැය ශ්‍රිතයන් ව්‍යුත්පන්න කරන්න.

i. මුළු පිරිවැය (TC) ශ්‍රිතය
ii ආන්තික පිරිවැය (MC) ශ්‍රිතය
iii. සාමාන්‍ය මුළු පිරිවැය (ATC) ශ්‍රිතය

(ලකුණු 06)

ඇ). i. ආන්තික පිරිවැය (MC) සහ ආන්තික ආදායම (MR) යන සංකල්පය පැහැදිලි කරන්න.

ii මෙම සංකල්ප භාවිතා කරමින් සමාගමක් එහි ලාභය උපරිම කිරීමේ නිමැවුම් මට්ටම තීරණය කරන්නේ කෙසේද? පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 07)
(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්ණ අංක 05

අ). පූර්ණ තරඟයේ ප්‍රධාන ලක්ෂණ සාකච්ඡා කර ඔබගේ කරුණු නිදර්ශනය කිරීමට සැබෑ ලෝක උදාහරණ සපයන්න.

(ලකුණු 10)

ආ). "තාක්ෂණයේ සහ ජාත්‍යන්තර වෙළඳාමේ වෙනස්කම් කර්මාන්තවල තරඟකාරිත්වයට බලපායි". මෙම ප්‍රකාශය පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 05)

ඇ). ඒකාධිකාරී බලය හා සම්බන්ධ වෙළඳපල අසාර්ථකත්වයන්/බිඳවැටීම් සම්බන්ධයෙන් රජයේ නියාමනයේ කාර්යභාරය සාකච්ඡා කරන්න.

(ලකුණු 05)
(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්ණ අංක 06

අ). ඒකාධිකාරී තරඟයේ සහ කතිපයාධිකාරයේ ප්‍රධාන ලක්ෂණ සංසන්දනය කරන්න. (ආයතන සංඛ්‍යාව, භාණ්ඩ විවිධාංගීකරණය, ඇතුළුවීමට ඇති බාධක සහ මිලකරණ හැසිරීම යන ලක්ෂණද ඇතුළුව).

(ලකුණු 08)

ආ). "ඒකාධිකාරී තරඟයේ ආයතන ඔවුන්ගේ භාණ්ඩ විවිධාංගීකරණය කරමින් මිල නොවන තරඟයක නිරත වේ". මෙම ප්‍රකාශය සාකච්ඡා කරන්න.

(ලකුණු 06)

ඇ). පූර්ණ තරඟකාරී ආයතනයට සාපේක්ෂව ඒකාධිකාරියකුගේ ලාභය උපරිම කරන ආකාරය පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 06)
(මුළු ලකුණු 20)